การพัฒนาผู้ประกอบการ Startup ธุรกิจบอนสีในยุค Next Normal

ธารารัตน์ ไทรระพันธ์[1*], ลาภินี ประทุมหวล[1], วัลลภา วิชะยะวงศ์[2] และ นิตยา งามยิ่งยง[2]

[1]นักศึกษาสาขาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
[2]อาจารย์ประจำสาขาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
[*]624479072@webmail.npru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแผนธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจบอนสี 2) เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ Startup ธุรกิจบอนสีในยุค Next Normal เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจบอนสี ในตำบลไทรงาม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 11 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจบอนสีไม่ต่ำกว่า 1 ปี และผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับบอนสี เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจบอนสีพบว่า จุดแข็ง คือ ผู้ประกอบการมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับบอนสี และมีบอนสีหลากหลายสายพันธุ์ให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ จุดอ่อน คือ ผู้ประกอบการยังขาดประสบการณ์ด้านการดำเนินธุรกิจ โอกาส คือ ปัจจุบันบอนสีเป็นที่นิยมอย่างมากบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้มีการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น อุปสรรค คือ ธุรกิจบอนสีมีคู่แข่งทางการค้าจำนวนมากและสภาพอากาศที่แปรปรวนส่งผลต่อการเจริญเติบโตของบอนสี กลยุทธ์ด้านการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ บอนสีสายพันธุ์ที่ขายดีที่สุด คือ บอนสีสายพันธุ์โบราณ และบอนสีสายพันธุ์หายาก ด้านการกำหนดราคา ตั้งราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด หรือการกำหนดราคาตามสายพันธุ์บอนสี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้ง 2 ช่องทาง คือ ช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การจัดโปรโมชั่นส่งสินค้าฟรีเนื่องในวันพิเศษต่าง ๆ 2) แนวทางทางการพัฒนาผู้ประกอบการ Startup ธุรกิจบอนสีในยุค Next Normal มีแนวทางการพัฒนา 4 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านแผนธุรกิจ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการมองเห็นภาพรวมของธุรกิจทำให้สามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างเป็นระบบและรอบคอบ 2. ด้านเงินทุน ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีสภาพคล่องทางการเงินที่ดี 3. ด้านแนวความคิดใหม่ ๆ หรือไอเดียความคิดสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยที่สามารถสร้างความได้เปรียบให้กับผู้ประกอบการและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขัน 4. ด้านเทคโนโลยี ทำให้ผู้ประกอบการสามารถประหยัดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจและสามารถดำเนธุรกิจหรือติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคได้ตลอดเวลา

คำสำคัญ การพัฒนา ธุรกิจสตาร์ทอัพ บอนสี ยุคความปกติถัดไป

Development of Caladium Startup Entrepreneurs in Next Normal Period

Tararat Sairapan[1], Lapinee Prathumhuan[1], Wanlapha Wichayawong[2] and Nittaya Ngamyingyong[2]

[1]Students in International Business Program, Faculty of Management Science, Nakhon
[2]Lecture in International Business, Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University
*624479072@webmail.com.npru.ac.th

Abstract

The purposes of this research were (1) to study the business plan of the caladium entrepreneur; (2) to develop Caladium startup entrepreneurs in the next normal period. This research was qualitative research in which the sample was drawn for 11 Caladium startup entrepreneurs in Sai Ngam, Amphoe Bang Len, Nakhon Pathom by purposive selection. There are selection criteria i.e., entrepreneurs who have been in Caladium business for at least 1 year, and entrepreneurs with knowledge and expertise. Data were collected with in-depth interview forms and analyze the data by means of content analysis.

The results of the study were as follows: 1) Analysis of the Caladium business environment revealed that the strength is that the entrepreneurs have knowledge and expertise about Caladium. And there were various types of colored caladium for customers to choose from. The weakness was that entrepreneurs still lack experience in business operations. The opportunity was that caladium was currently popular; people had widespread access to the Internet, therefore resulting in more purchases made through online channels. The threat was there were many commercial competitors, and the weather variant affects the growth of caladium plants. Marketing strategy found that the best-selling caladium species were the ancient species and rare species. The pricing aspect was setting a price that was lower than the market price or pricing according to the species. The distribution channels aspect, there were two distribution channels – online and offline. In terms of marketing promotion, it was the promotion of free shipping on special days; 2) Development Guidelines for Startup Entrepreneurs: Caladium business in the Next Normal era had 4 development guidelines as follows: 1. Business plan was the most important factor in running a business that will help entrepreneurs to see the overall picture of their business, enabling them to manage their business in a systematic and prudent manner, 2. Capital caused the business to have good financial liquidity, 3. New ideas or creative ideas were a factor that can create an advantage for entrepreneurs and differentiate them from competitors, and 4. The technology aspect allowed operators to save costs in running a business and be able to conduct business or communicate with consumers at all times.

Keywords: Development, Startup Business, Caladium, Next Normal Period

1. บทนำ

ประเทศไทยถือว่าเป็นแหล่งผลิตไม้ดอก ไม้ประดับ และไม้ด่างที่สำคัญประเทศหนึ่งของโลก เนื่องจากประเทศไทยมีข้อได้เปรียบทางสภาพภูมิอากาศและสภาพภูมิประเทศ [1] ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมามีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด–19 ส่งผลให้ผู้คนมีเวลาว่างมากยิ่งขึ้น ผู้คนส่วนใหญ่มีความสนใจไม้ดอก ไม้ประดับ และไม้ด่าง ไม้ด่างที่เป็นที่นิยมสูงมาก นั่นก็คือ บอนสี ส่งผลให้ราคาบอนสีในตลาดพุ่งสูงขึ้น แต่ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยมีการนำเข้าไม้ด่างอย่างบอนสีจากประเทศคู่ค้าสำคัญอย่างสาธารณรัฐประชาชนจีน มีมูลค่ารวมกว่า 22,215,791.56 บาท ปริมาณรวม 955,730 ต้น ภายในระยะเวลา 4 เดือน [2] ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวนับว่าเป็นตัวเลขที่สูงมาก และในปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญกับวิกฤติการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้มีหลาย ๆ บริษัทต้องลดจำนวนพนักงาน มีจำนวนคนตกงานเพิ่มมากขึ้น ผู้คนส่วนใหญ่จึงเริ่มให้ความสนใจในการประกอบธุรกิจส่วนตัว ทำให้ธุรกิจ Startup มีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างมากในแวดวงธุรกิจ โดยในปี 2563 ธุรกิจ Startup ในประเทศไทยมียอดรวมของเงินลงทุนมากกว่า 364.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ [3] โดยมีแนวโน้มจากการวิเคราะห์ว่า ธุรกิจประเภทนี้จะสามารถเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ เพียงแต่ต้องมีการวางแผนการเริ่มต้นธุรกิจที่ดี ก็จะสามารถทำกำไรได้ และเพื่อการปรับตัวจากยุค New Normal สู่ยุค Next normal การดำเนินชีวิตในยุค Next normal จะมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยและสุขอนามัยเป็นสำคัญ เทคโนโลยีจึงถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อ "ลดการสัมผัส" ทำให้ธุรกิจที่สามารถปรับตัวยืดหยุ่นได้ตามสถาการณ์ย่อมได้เปรียบกว่าคู่แข่งขัน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่า ยังไม่มีผู้ใดที่เขียนแผนธุรกิจเกี่ยวกับธุรกิจบอนสี อีกทั้งในปัจจุบันบอนสีถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ทางผู้จัดทำจึงสนับสนุนผู้ประกอบการ Startup ในธุรกิจบอนสี เพราะธุรกิจบอนสีสามารถสร้างรายได้ได้จริง อีกทั้งยังเป็นที่นิยมและธุรกิจสามารถเป็นจริงได้ แต่ในปัจจุบันธุรกิจบอนสีมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูงมาก ผู้ประการ Startup จึงต้องมีการศึกษาข้อมูลอย่างถี่ถ้วน การหาจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจของตนเอง อีกทั้งการมองหาอุปสรรคและการพลิกวิกฤตสถาณการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ให้เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบ Startup ในธุรกิจบอนสี

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นนำมาสู่การพัฒนางานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการ Startup ธุรกิจบอนสีในยุค Next Normal เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับผู้ประกอบการ Startup และยังเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการท่านอื่นที่สนใจในการสร้างธุรกิจบอนสี

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาแผนธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจบอนสี

2.2 เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ (Startup) ธุรกิจบอนสีในยุคความปกติถัดไป (Next Normal)

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) แผนธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใด จะเป็นที่รวมข้อมูลธุรกิจที่เป็นจริง มีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ และนำเสนอไว้อย่างเป็นระบบ ชัดเจน ดังนั้น แผนธุรกิจจึงช่วยให้ผู้ทำแผนธุรกิจเห็นองค์ประกอบการทำธุรกิจในทุกมิติ และสามารถบริหารจัดการต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบ และรอบด้าน ทั้งด้านการบริหารจัดการองค์กร กลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน งานด้านการเงิน อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการระดมทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ [4]

3.2 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ SWOT หรือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบรู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท ประกอบด้วยส่วนประกอบ 4 ประการ ดังนี้ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) [5]

3.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4Ps

ทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด เป็นปัจจัยทางการตลาด ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการต้องทำการวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้าและบริการของตนเอง ประกอบด้วย 4 ประการ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) [6]

3.4 แนวคิดปัจจัยที่ทำให้สตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ

เป็นแนวคิดที่มุ่งพัฒนาสาตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยด้านเวลา ปัจจัยด้านทีม ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ปัจจัยแผนธุรกิจและปัจจัยด้านเงินทุน สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จได้ จะต้องมีช่วงเวลาของการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสม การมีทีมที่ดีคอยสนับสนุนซึ่งกันและกัน ธุรกิจความมีแนวคิดใหม่ ๆ ที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของตน อีกทั้ง การจะเริ่มต้นธุรกิจควรมีการวางแผนธุรกิจที่ดี แผนธุรกิจเปรียบเสมือนกับแผนที่ที่จะนำพาธุรกิจไปในทิศทางต่าง ๆ หากแผนที่ดี ก็จะนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นที่นิยมอย่างมากเพื่อเป็นการส่งเสริมธุรกิจสาตาร์ทอัพ ทำให้มีธนาคารต่าง ๆ พร้อมที่จะสนับสนุนในเรื่องของแหล่งเงินทุน [7]

3.5 แนวคิดความสามารถของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

ความสามารถของผู้ประกอบการมีปัจจัยต่าง ๆ เป็นตัวกำหนดทำให้สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า ผู้ประกอบการต้องติดตามการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมอย่างต่อเนื่องตลอดจนการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์การ เพื่อเชื่อมเข้ากับโอกาสทางการดำเนินธุรกิจ หรือปรับตัวให้ผ่านพ้นอุปสรรคหรือการคุกคามจากภายนอก ประกอบด้วย 5 ประการ ดังนี้ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ และความแกร่งในการแข่งขัน

3.6 แนวคิดเทคโนโลยีกับธุรกิจ Startup

เทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการการดำเนินธุรกิจ การเรียน รวมถึงการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เทคโนโลยีสามารถย่อโลกใบใหญ่ให้เหลือเพียงหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่ทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกช่วงเวลา ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพที่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ สามารถสร้างความได้เปรียบมากกว่าธุรกิจที่ไม่ได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการประกอบธุรกิจ [8]

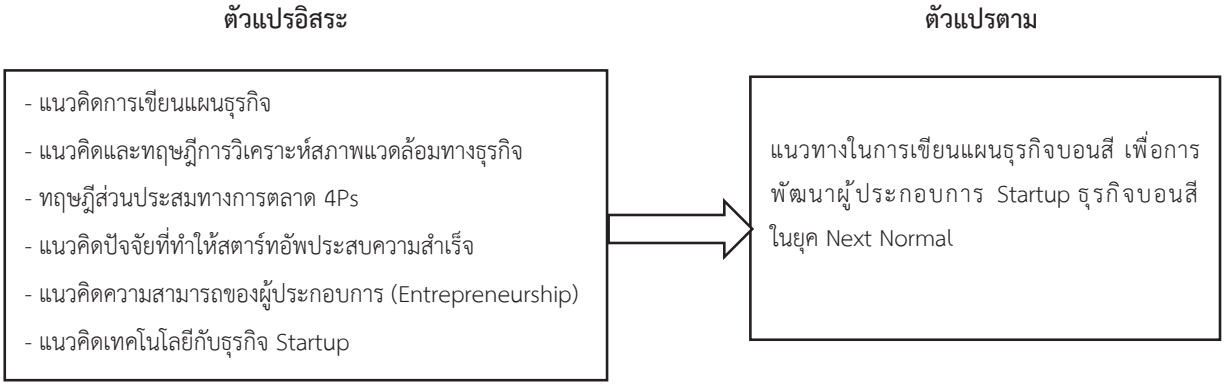
3.7 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรัณย์ [9] ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่: สวนกระบองเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อต้นกระบองเพชร เพื่อศึกษาและวิเคราะห์คู่แข่งทางการค้า เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายต้นกระบองเพชร และเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่คิดจะเริ่มต้นในอาชีพนี้ ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่สามารถเริ่มต้นได้

ง่าย เนื่องจากมีตลาดขนาดใหญ่รองรับอยู่แล้วและไม่ได้ใช้ทักษะสูงมากในการเริ่ม จึงสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของตลาดได้อยาก ไม่ยากเย็นนัก แต่การอยู่ต่อไปนั้นเป็นเรื่องยาก

ชนิดา [10] ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพโดยองค์กรในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของธุรกิจสตาร์ทอัพในแต่ละองค์กรนั้น มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับทิศทางและวัตถุประสงค์ที่แต่ละองค์กรกำหนด แต่มีปัจจัยหลักที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพที่องค์กรควรให้ความสำคัญในวางแผนพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพตามลำดับ ดังนี้ปัจจัยด้านการมีแนวคิดแบบผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านพื้นหลังของทีมสตาร์ทอัพ ปัจจัยด้านการกาหนดทิศทางขององค์กร ปัจจัยด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร และปัจจัยด้านแบบจำลองธุรกิจ

4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย, 2565

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาเรื่องการเขียนแผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจบอนสี สำหรับผู้ประกอบการ Startup ธุรกิจบอนสีในยุค Next Normal ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจบอนสี ในตำบลไทรงาม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำนวน 11 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน จากจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ 1. ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจบอนสีไม่ต่ำกว่า 1 ปี 2. ผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับบอนสี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเนื้อหาของคำถามการสัมภาษณ์ เพื่อหาข้อบกพร่องและทำการแก้ไขก่อนนำไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา การจัดระเบียบข้อมูล ข้อมูลในเนื้อหา และการหาข้อสรุป

6. ผลวิจัย

6.1. ผลวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการเขียนแผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจบอนสี

6.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจบอนสี

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจบอนสี

ที่มา: ผู้วิจัย, 2565

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีบอนสีหลากหลายสายพันธุ์ให้ผู้บริโภคเลือกซื้อไม่ว่าจะเป็นสายพันธุ์โบราณ หรือสายพันธุ์ที่เกิดขึ้นใหม่ หรือแม้กระทั่งบอนสีสายพันธุ์หายาก 2. มีโรงเรือนบอนสีอยู่ในที่ดินของตนเอง ทำให้ไม่จำเป็นต้องเสียค่าเช่าพื้นที่ 3. มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับบอนสี 4. สามารถขยายพันธุ์บอนสีเพื่อเพิ่มจำนวนได้ (ด้วยวิธีผ่าหัว) 5. การปลูกบอนสีที่ไร้สารเคมี ใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. ขาดประสบการณ์การประกอบธุรกิจบอนสี 2. การขยายพันธุ์บอนสีไม่ได้จำนวนตามที่ต้องการ
โอกาส	**อุปสรรค**
1. บอนสีกำลังเป็นที่นิยม มีปริมาณการส่งออกและนำเข้าเพิ่มมากขึ้นจากในอดีต ถือเป็นพืชเศรษฐกิจของไทย 2. การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ผู้คนหันมาให้ความสนใจบอนสีมากขึ้น 3. เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยในปัจจุบัน ทำให้ผู้คนเข้าถึงอินเทอร์อย่างแพร่หลาย มีการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากขึ้น	1. มีคู่แข่งทางการตลาดจำนวนมาก 2.บอนสีมีราคาที่ไม่แน่นอน มีราคาปรับขึ้น-ลงอยู่เสมอ และบอนสีแต่ละสายพันธุ์มีราคาที่แตกต่างกัน 3. สภาพอากาศที่แปรปรวน ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของบอนสี

6.1.2 แผนการตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อบอนสีเพื่อไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 70 ของผู้บริโภคที่ซื้อบอนสีทั้งหมด กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อบอนสีไว้สำหรับเก็บสะสม คิดเป็นร้อยละ 30 ของผู้บริโภคที่ซื้อบอนสีทั้งหมด

6.1.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

1) ด้านผลิตภัณฑ์ บอนสีสายพันธุ์ที่ขายดีที่สุด ในแต่ละร้านของผู้ประกอบการ คือ บอนสีสายพันธุ์โบราณ บอนสีเก่า บอนสีสายพันธุ์หายาก **2) ด้านการกำหนดราคา** มีการตั้งราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด หรือจะตั้งราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง หรือจะกำหนดราคาตามสายพันธุ์บอนสี หากเป็นบอนสีหายากจะมีราคาสูง หรือบอนสีสายพันธุ์ที่ขยายพันธุ์ได้จำนวนน้อยก็จะมีการกำหนดราคาสูงเช่นกัน **3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้ง 2 ช่องทาง คือ ช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ **4) ด้านการส่งเสริมการตลาด** มีวิธีการส่งเสริมการตลาด คือ การจัดโปรโมชั่นส่งฟรีเนื่องในวันพิเศษต่าง ๆ หรือเมื่อซื้อสินค้าตามที่ร้านค้ากำหนดจะมีแถมสินค้า

6.1.4 แผนการเงิน งบประมาณการลงทุน

ตารางที่ 3 งบประมาณการลงทุน

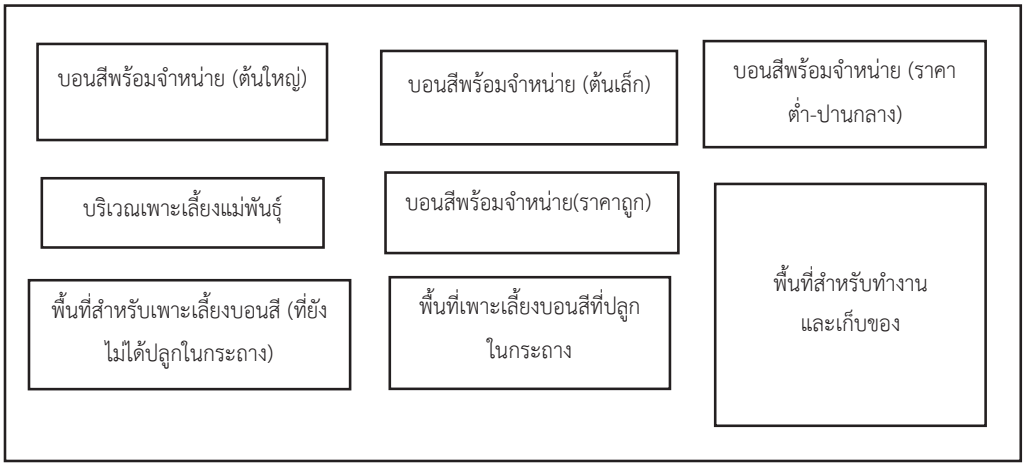
ที่มา: ผู้วิจัย, 2565

โรงเรือนบอนสี			
รายการ	**จำนวน**	**ราคา/หน่วย**	**จำนวนเงิน**
ที่ดิน	ส่วนของเจ้าของ		
เสาปูนสูง 5 ศอก	8 ต้น	160	1,280
เหล็กแป๊ปกลม 6 หุน ยาว 3 เมตร	3 ต้น	131	393
เหล็กแป๊ปกลม 4 หุน ยาว 9 เมตร	2 ต้น	190	380
แสลมค่ากรองแสง 60%	30 เมตร	22	660
ลวดอลูมิเนียม	1 ม้วน	200	200
ตู้บอนสี ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร สูง 1 เมตร	4 ตู้	1290	5,160
กิ๊บหนีบขอบผ้ายางตู้บอน	30	15	450
อุปกรณ์สำหรับการปลูกขยายพันธุ์และการขายบอนสี			
ซื้อแม่พันธุ์			15,000
ดินกระสอบ	12 กระสอบ	16.67	200
กระถางขนาด 8 นิ้ว	20 ใบ	10	200
กระถางขนาด 6 นิ้ว	20 ใบ	8	160
กระถางขนาด 4 นิ้ว	20 ใบ	5	100
กระถางขนาด 2 นิ้ว	30 ใบ	1.50	45
ถาดพลาสติก	6 ใบ	33.33	200
กล่องพลาสติกใสมีฝาปิด	5 ใบ	25	125
เพอร์ไลท์	4 โล	70	70
ใบมีดโกน	1 กล่อง	200	200
มีดคว้าน	1 เล่ม	35	35
ไม้พลาสติกค้ำบอนสี	20 ชิ้น	3	60
เทปขุ่น	3 ม้วน	20	60
กล่องพัสดุ ขนาด 24 x 40 x 17 ซม.	20 กล่อง	9	180
		รวม	**25,158**

6.1.5 แผนการดำเนินงาน

1) การเลือกที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจ ทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจบอนสี ใช้พื้นที่บริเวณบ้านในการดูแลบอนสี และประกอบธุรกิจ เนื่องจากบอนสีเป็นพืชที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยพื้นที่กว้าง แค่เพียงมีโรงเรือนและตู้อบสำหรับเลี้ยงบอนสี ก็สามารถประกอบธุรกิจบอนสีได้

2) การจังวางแผนผังในโรงเรือนบอนสี



ภาพที่ 2 การจัดวางแผนผังโรงเรือนบอนสี
ที่มา: ผู้วิจัย, 2565

ในการจัดวางผังโรงเรือนบอนสีมีการแบ่งพื้นที่ออกเป็น 5 ส่วน คือ พื้นที่สำหรับเพาะเลี้ยงแม่พันธุ์บอนสี พื้นที่สำหรับบอนสีที่พร้อมจำหน่าย พื้นที่สำหรับเพาะเลี้ยงบอนสี (ที่ยังไม่ได้ปลูกในกระถาง) พื้นที่เพาะเลี้ยงบอนสีที่ปลูกในกระถาง (โดยในแต่ละพื้นที่จะมีน้ำหล่อเลี้ยงไว้เสมอ) และพื้นที่สำหรับทำงานและเก็บของ

3) กระบวนการผลิต สำหรับการปลูกบอนสี แบ่งออกเป็น 3 กระบวนการหลัก ๆ คือ กระบวนการเตรียมการก่อนปลูกบอนสี ขั้นตอนการปลูกบอนสี และกระบวนการหลังจากการปลูกบอนสี เช่น การขยายพันธุ์บอนสีด้วยการผ่าหัวมีกระบวนการผลิต ดังนี้

กระบวนการเตรียมการก่อนปลูกบอนสี จะต้องมีการเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการขยายพันธุ์บอนสีด้วยวิธีผ่าหัว กล่องพลาสติกใสสำหรับเพาะปลูกหัวบอนสี ดินที่ใช้สำหรับการเพาะปลูก อุปกรณ์สำหรับการผ่าหัวบอนสี สำหรับการเตรียมแม่พันธุ์ หลังจากที่ซื้อแม่พันธุ์จากผู้ผลิต จะต้องนำแม่พันธุ์จากร้านมาเปลี่ยนดินก่อนนำเก็บไว้ในพื้น ที่สำหรับแม่พันธุ์ โดยจะเลี้ยงแม่พันธุ์ให้มีความสวยงาม แข็งแรงและมีหัวสำหรับการขยายพันธุ์

ขั้นตอนการปลูกบอนสี ด้วยวิธีการผ่าหัว

1. ให้นำกระถางบอนที่จะผ่าจุ่มลงในกระถางน้ำ เพื่อให้ดินเปียกชุ่มและหลุดออกจากต้นง่าย ล้างดินที่เกาะอยู่กับหัวออกจนหมด เหลือไว้เพียงต้น ราก และหัวเท่านั้น

2. ใช้มีดบาง ตัดหัวที่ใต้รากออกจากต้น นำไปล้างน้ำสะอาด แล้วใช้แปรงขนาดเล็ก เช่น แปรงสีฟันขัดหัวบอนจนหัวบอนสะอาด

3. การผ่าหัวบอน ต้องพิจารณาก่อนเสมอว่าหัวบอนมีขนาดเล็กหรือใหญ่ เกณฑ์เป็นกลางประมาณว่ากว้าง 1 ชิ้นต่อ 1 เซนติเมตร ยาวประมาณ 1-2 เซนติเมตร การผ่าหัวบอน จะผ่าเป็น 4 หรือ ผ่า 8 หรือจะ ผ่า 16 ชิ้นก็ได้ ขึ้นอยู่กับขนาดหัวของบอนสี

4. เมื่อผ่าหัวบอนตามขนาดที่ต้องการแล้ว นำมาล้างในถังน้ำปูน ใช้เวลาประมาณ 2-5 นาที แล้วนำชิ้นหัวบอนที่ผ่าล้างน้ำเปล่าอีกครั้ง จากนั้นวางผึ่งลมให้แห้งพอหมาด ระวังอย่าให้โดนแดด เมื่อชิ้นบอนหมาดดีแล้วให้เพาะปลูกในกล่องพลาสติกที่มีดิน หากผ่าหัวบอนมากกว่า 1 สายพันธุ์ขึ้นไป ควรมีการเขียนชื่อสายพันธุ์บอนสีติดไว้ที่กล่องพลาสติก พร้อมทั้งเขียน วัน เดือน ปี ของวันที่ผ่าหัวด้วย

5. สำหรับระยะเวลาการแตกหน่อ จะขึ้นอยู่กับขนาดของหัวบอน ถ้าผ่าหัวใหญ่จะทำให้แตกหน่อเร็ว เมื่อหน่อที่เกิดใหม่มีรากยาวประมาณ 2 นิ้ว ก็พร้อมที่จะนำมาปลูกใส่กระถาง แล้วถูกย้ายไปยังพื้นที่พาะเลี้ยงบอนสีที่ปลูกในกระถาง (การผ่าหัวอ่อน หรือ หัวที่มีอายุน้อย จะแตกต้นได้เร็วกว่าหัวบอนที่มีอายุแก่)

กระบวนการหลังจากการปลูกบอนสี เมื่อบอนสีที่ถูกผ่าหัวงอกมาเป็นหน่อจะถูกนำมาปลูกใส่กระถาง บอนสีจะถูกเลี้ยงดูอย่างดีในตู้สำหรับใส่บอนสี เพื่อให้บอนสีเจริญเติบโตมามีความสวยงาม แข็งแรง และได้มาตรฐานของบอนสีและสามารถจำหน่ายออกสู่ท้องตลาดได้

6.1.6 แผนฉุกเฉิน ในการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะธุรกิจด้านอะไร ถึงจะมีการคาดการณ์ที่เหมาะสมแล้ว แต่ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงที่มักจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ทั้งการเปลี่ยนแปลงจากภายนอกธุรกิจและภายในธุรกิจเองที่ไม่สามารถควบคุมเหตุการณ์ได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการจัดทำแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

1) ด้านการตลาด ยอดขายเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจ หากจัดการยอดขาย หรือ การวางแผนการตลาดได้ไม่ดีพอ ก็จะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักได้ยาก ยอดขายไม่เป็นตามเป้าและอาจทำให้กิจการต้องปิดไป แนวทางแก้ปัญหา มีการทำแผนการตลาดใหม่ตามสถานการณ์ของสังคมในปัจจุบัน เพิ่มช่อทางการโปรโมทสินค้าเพิ่มมากขึ้น เช่น การออกงาน Event หรืองาน fair เกี่ยวกับต้นไม้ เป็นต้น โดยให้มีการจัด Workshop เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ลองหัดทำบอนสี เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้สัมผัสกับการทำบอนสีจริง ๆ และเป็นการขยายฐานลูกค้าใหม่ออกไปได้กว้างขึ้น และการสร้างเพจ Facebook ทางออนไลน์ที่มุ่งแต่ทำ content ที่ให้ความรู้ด้านบอนสี

2) ด้านการเงิน สภาพคล่องทางการเงิน หากขาดสมดุลด้านนี้ เงินหมุนเวียนไม่พอ อาจทำให้เกิดปัญหาต่อการดำเนินงานได้ ปัญหาอาจเกิดจากยอดขายไม่เป็นไปตามเป้า เงินทุนสำรองไม่พอต่อการใช้หมุนในกิจการ การแก้ปัญหาของกิจการในด้านนี้ คือ กิจการทำการกู้เงินระยะสั้นจากธนาคาร เพื่อนำเงินในส่วนนั้นมาหมุนใช้ในกิจการ

6.2 ผลวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 การพัฒนาผู้ประกอบการ Startup ธุรกิจบอนสีในยุค Next Normal พบว่า

6.2.1 ด้านการวางแผนการสร้างธุรกิจ พบว่า แผนธุรกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการจะดำเนินธุรกิจบอนสีให้ประสบความสำเร็จ

6.2.2 ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ พบว่า ด้านจุดแข็ง คือ ผู้ประกอบการมีความชำนาญเกี่ยวกับบอนสี มีบอนสีโบราณที่หายากและมีราคาสูงจำนวนมาก บอนสีมีความสวยงาม มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีความชำนาญในการขยายพันธุ์บอนสี ด้านจุดอ่อน คือ ผู้ประกอบการบางคนยังขาดความชำนาญในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์และการขยายพันธุ์บอนสีไม่ได้จำนวนตามที่ต้องการ ด้านโอกาส คือ บอนสีเป็นที่นิยมมากขึ้นจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส

โควิด-19 ส่งผลให้ตลาดบอนสีเติบโตอย่างรวดเร็ว ด้านอุปสรรค คือ มีคู่แข่งทางการค้าอยู่จำนวนมาก ฤดูที่เปลี่ยนแปลงใบส่งผลต่อการเจริญเติบโตของบอนสี ราคาของบอนสีมีราคาที่ไม่แน่นอน

6.2.3 ด้านการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า บอนสีสายพันธุ์ที่ขายดีที่สุด 3 สายพันธุ์ คือ บอนสีสายพันธุ์โบราณ บอนสีสายพันธุ์หายาก ด้านการกำหนดราคา พบว่า ตั้งราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด หรือคู่แข่ง หรือจะกำหนดราคาตามสายพันธุ์บอนสี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้ง 2 ช่องทาง คือ ช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นประโยชน์ที่สุด คือ ช่องทางออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการส่วนมากจะมีวิธีการส่งเสริมการตลาด คือ การจัดโปรโมชั่นส่งฟรีเนื่องในวันพิเศษต่าง ๆ

6.2.4 ด้านปัจจัยที่ทำให้สตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ ปัจจัยด้านระยะเวลา พบว่า ปัจจัยด้านเวลามีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจบอนสี คือ การเริ่มต้นธุรกิจในช่วงเวลาที่เหมาะสมจะช่วยลดปัญหาอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้ ปัจจัยด้านเงินทุน พบว่า ปัจจัยด้านเงินทุนมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมากรองลงมาจากแผนธุรกิจ ปัจจัยด้านปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ หรือไอเดียความคิดสร้างสรรค์ พบว่า มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะจะช่วยสร้างความแตกต่างกับคู่แข่งในตลาด

6.2.5 ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเองในการประกอบธุรกิจบอนสี พบว่า การเป็นตัวเองในการดำเนินธุรกิจจะช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขันในตลาดได้ ด้านความกล้าเสี่ยงในการประกอบธุรกิจบอนสี พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความกล้าเสี่ยงในการลงทุน ด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยไม่อาจคาดเดาได้ในการประกอบธุรกิจบอนสี พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งที่สามารถคาดการณ์ได้ และไม่สามารถคาดกาณ์ได้ การแก้ไขปัญหาที่ดีย่อมต้องมีการวางแผน ด้านขีดความสามารถการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดในการประกอบธุรกิจบอนสี พบว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด ทั้งในด้านของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ได้มาตรฐาน การตั้งราคาที่เหมาะสม

6.2.6 ด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้ประกอบการได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทั้งใช้ในการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ในการจัดโปรโมชั่นสินค้า หรือการใช้เทคโนโลยีของแสงในการปลูกบอนสี การใช้แสงปรับขนาด ปรับสีใบของบอนสี

6.2.7 ด้านการประกอบธุรกิจบอนสีให้ประสบความสำเร็จ พบว่า การจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต้องเริ่มมาจากการวางแผนเริ่มต้นธุรกิจที่ดี มีเงินทุนเพียงพอสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ มีแนวความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ และมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในธุรกิจซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเกิดความได้เปรียบ

7. การอภิปรายผลการวิจัย

7.1 ผลการศึกษา พบว่า การเขียนแผนธุรกิจก่อนเริ่มต้นธุรกิจจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นภาพรวมในการดำเนินธุรกิจ แผนการเงิน แผนการดำเนินงาน แผนธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการกำหนดแนวทางของความคิด และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ทรัพยากรที่มีและความพยายามเพื่อไปสู่เป้าหมาย สามารถทำให้บริหารจัดการธุรกิจได้อย่างเหมาะสม มีความรอบคอบ มองเห็นข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้นในการดำเนินการได้ และสามารถหาทางป้องกัน แก้ปัญหา หรือข้อบกพร่อง ที่อาจเกิดขึ้นได้ทันท่วงทีก่อนลงมือปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเขียนแผนธุรกิจของรัชกฤช [4] ที่ให้แนวคิดแผนธุรกิจ

(Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจ แผนธุรกิจสามารถบอกรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจนั้น ๆ ทำให้เข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน การกำหนดแนวทางสู้ความสำเร็จของธุรกิจ และถึงแม้ว่าธุรกิจบอนสีจะเป็นธุรกิจที่สามารถเริ่มต้นได้ง่าย เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะสูงมากและสถาการณ์ในปัจจุบันที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ แต่การดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดต่อไปนั้นเป็นเรื่องยากเนื่องจากมีอุปสรรคจากคู่แข่งจำนวนมากและราคาของบอนสีมีความไม่แน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ศรัณย์ [9] ที่ทำการวิจัยเรื่อง แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่: สวนกระบองเพชร ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจสามารถเริ่มต้นได้ง่าย เนื่องจากมีตลาดขนาดใหญ่รองรับอยู่และไม่ได้ใช้ทักษะสูงมากในการเริ่ม จึงสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของตลาดได้อยากไม่ยากเย็นนัก แต่การอยู่ต่อไปนั้นเป็นเรื่องยาก

7.2 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการ Startup ที่ประสบความสำเร็จ มีแนวทางพัฒนา 4 ด้าน ดังนี้ ด้านแผนธุรกิจ ด้านเงินทุน ด้านแนวความคิดใหม่ ๆ หรือไอเดียความคิดสร้างสรรค์ และด้านเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่ทำให้สตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ Engineering Today [7] ที่ให้แนวคิด ของการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ ด้านแผนธุรกิจ ก่อนที่ผู้ประกอบการจะเริ่มต้นธุรกิจควรมีการวางแผนธุรกิจ แผนธุรกิจถือเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ การที่จะทำธุรกิจอะไรก็ตามต้องมีการวางแผนที่ชัดเจนในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเป็นไปในทิศทางที่ต้องการ รองลงมา ด้านเงินทุน เงินทุนมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างมาก เพราะเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มตั้งกิจการ และระหว่างดำเนินกิจการ เงินทุนทำให้การดำเนินธุรกิจ หรือการซื้อขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ธุรกิจขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว ด้านแนวความคิดใหม่ ๆ หรือไอเดียความคิดสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยสำคัญในการจะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ธุรกิจในปัจจุบันต้องมีแนวความคิดใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์ เพราะแนวความคิดใหม่ ๆ จะเป็นตัวบอกว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร สามารถแก้ไขอะไรได้ การเริ่มต้นในการทำสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จโดยที่แนวความคิดต้องไม่ซ้ำ หรือจะเป็นการต่อยอดแนวความคิดเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น และ ด้านเทคโนโลยี มีความสอดคล้องกับแนวคิดเทคโนโลยีกับธุรกิจ Startup สุพเนตร และคณะ [8] ที่ให้แนวคิดว่า Startup มีหัวใจสำคัญคือ Growth คือมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด การที่จะเป็นเช่นนั้นได้โมเดลธุรกิจนั้นต้องสามารถทำซ้ำได้ (Repeatable) และ ขยายตัวได้ (Scalable) อย่างรวดเร็วและง่าย ซึ่งการที่จะเป็นเช่นนั้นได้เราจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามาช่วยขับเคลื่อน เพราะในยุคปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนสมัยใหม่เป็นอย่างมาก

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปใช้

8.1.1 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ ผู้ประกอบการที่กำลังวางแผนเริ่มต้นธุรกิจบอนสี หรือผู้ที่ต้องการนำงานวิจัยไปใช้ ให้สามารถนำข้อมูลผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับการวางแผนการสร้างธุรกิจบอนสี เพื่อสร้างสามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นธุรกิจบอนสี

8.1.2 ข้อมูลด้านงบประมาณการลงทุนในงานวิจัยเล่มนี้ เป็นเพียงข้อมูลประมาณการตัวเลขด้านงบประมาณการลงทุน ซึ่งอาจมีความคาดเคลื่อนไปบ้าง เนื่องจากในปัจจุบันราคาสินค้าต่าง ๆ ที่ใช้ในการลงทุนมีการปรับราคาขึ้น

8.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างจากเขตพื้นที่เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แตกต่าง มีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์มากขึ้น

8.2.2 ควรมีการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps เพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่สำคัญทางการตลาด และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

[1] เสาวลักษณ์ กิตติธนวัตร. (2563). **สถาการณ์ทิศทางไม้ดอกไม้ประดับของประเทศไทยในปี 2563.** ค้นเมื่อ18 มกราคม 2565 จาก https://www.doa.go.th/hort/wp-content/uploads -2563.pdf

[2] ผู้จัดการออนไลน์. (2564). **มูลค่าการนำเข้าบอนสีของประเทศไทย.** ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565 จาก https://mgronline.com/local/detail/9640000098390

[3] Techsauce Team. (2564). **มูลค่าการลงทุนธุรกิจ Startup ในประเทศไทย ปี 2**563. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565 จาก https://techsauce.co/report/thailand-startup-ecosystem-year-in-review-2020

[4] รัชกฤช คล่องพยาบาล (2560). **แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ.** ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565 จาก https://www.scribd.com/doc/16382671/3

[5] ดาวรุ่งรรณ ถวิลการ. (2561). **การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ.** ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565 จาก http://www.ska2.go.th/reis/data/research

[6] น้ำทิพย์ เนียมหอม. (2560). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาด.** ค้นเมื่อ 21 มกราคม 2565 จาก https://mis.krirk.ac.th/librarytext/MBA/2560/F_Namthip_%20%20Neamhom.pdf

[7] Engineering Today. (2562). **ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ.** ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2565 จาก https://www.engineeringtoday.net

[8] สุพเนตร แสนเสนา, ธิดาทิพย์บุตรแสง และ กุลยา พัฒนากูล (2560). **แนวคิดเทคโนโลยีกับธุรกิจ Startup.** ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2565 จาก http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images

[9] ศรัณย์ บุญยัง. (2561). **แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่: สวนกระบองเพชร.** ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2565 จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3819/1/sarun.boony.pdf

[10] ชนิดา วัชระอนันท์. (2563). **ปัจจัยทีเป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพโดยองค์กรในประเทศไทย.** ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2565 จาก https://archive.cm.mahidol.ac.th