

ธุรกิจร้านดอกไม้: การบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการกรณีศึกษา  
ร้านดอกไม้อลิษาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง  
จังหวัดนครศรีธรรมราช\*

FLOWER BUSINESS: CEREMONIAL FLOWER ARRANGEMENT SERVICE  
A CASE STUDY: ELIZABETH FLORIST, THA WANG SUB - DISTRICT  
MUANG DISTRICT NAKHON, SI THAMMARAT PROVINCE THAILAND

วรณารถ ประจํา

Worarat Prajam

จิตติมา ดำรงวัฒนะ

Jittima Damrongwattana

อุดมศักดิ์ เดโชชัย

Udomsak Dechochai

เดโช ข่าน้ำแก้ว

Daycho Khaenamkaew

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand

วิเชษฐ์ ลินประสิทธิ์กุล

Wichet Sinprasitkul

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

E-mail: woranat123@gmail.com

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาวิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการกรณีศึกษา ร้านดอกไม้อลิษาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาเอกสาร และสัมภาษณ์มีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการบริการจัดดอกไม้ และผู้ส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านดอกไม้ฯ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการ และ 2) ผู้ส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านดอกไม้ จำนวนทั้งหมด 10 คน ซึ่งทั้งหมดเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ และผู้ส่งเสริมประกอบธุรกิจ

---

\* Received 29 February 2020; Revised 28 June 2020; Accepted 29 June 2020

ร้านดอกไม้ฯ มีระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป โดยนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสรุปเป็นภาพรวม ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ มีวิธีการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1.1) สุภาพ อ่อนน้อม สามารถตอบคำถาม ข้อสงสัยของลูกค้าได้ 1.2) บริการตรงต่อเวลา ตามสัญญาที่กำหนดไว้ 1.3) ให้บริการต่อลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน และ 1.4) เตรียมความพร้อมของร้านครอบคลุมทุกด้าน 2) สภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ มีปัญหา 3 ด้าน ได้แก่ 2.1) ด้านการผลิต เช่น วัตถุดิบด้อยคุณภาพ ราคาแพงในช่วงเทศกาล 2.2) ด้านการตลาด เช่น มีการแข่งขันสูง มีการตัดราคาสินค้า และ 2.3) ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงลูกค้า 3) แนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ มี 3 ประเด็น ได้แก่ 3.1) การจัดแสดงสินค้าตามงานเทศกาลต่าง ๆ 3.2) การประชาสัมพันธ์ตามสื่อออนไลน์ และ 3.3) การจัดโปรโมชั่นสินค้าเพื่อกระตุ้นยอดขาย

**คำสำคัญ:** ธุรกิจร้านดอกไม้, การบริการจัดดอกไม้, พิธีการ

## Abstract

The objectives of this research article were: 1) to study the operation of ceremonial flower arrangement service; A case study: Elizabeth Florist, Tha Wang Sub-district, Muang District, Nakhon Si Thammarat Province, 2) to study problems of ceremonial flower arrangement service, and 3) to study the guidelines for career promotion in ceremonial flower arrangement service. The study was qualitative research by focused on data document and specific sampling interview. The data selected from the owners and supporter of ceremonial flower arrangement service. The sample was divided into 2 groups, 1) owners 2) supporters of ceremonial flower arrangement service. The sample was 10 persons. All of the sample have well known about ceremonial flower arrangement service and run this business more than 5 years. The data was analyzed and summarized to cast an overview. The research found that: 1) Processing of ceremonial flower arrangement service consisted with 4 steps 1.1) be service mind, polite, submissive and answering customer questions, 1.2) be punctual on service for the contract, 1.3) provide services to customers at all levels equally, and 1.4) the preparation of the shop should cover all aspects. 2) The problems of ceremonial flower arrangement service found 3 problems: 2.1) production: low quality materials and high prices for some seasons, 2.2) highly competitive marketing and underbidding, and 2.3) public relations to reach customers. 3) The 3 guidelines for career



promotion of ceremonial flower arrangement service: 3.1) exhibition of products and service in festivals, 3.2) public relations on online media network, and 3.3) product and service promotion for driving sale.

**Keywords:** Flower Business, The Ceremonial Flower Arrangement, Ceremony

## บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ทำให้กลไกของการดำรงชีวิตเปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุก ๆ ธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนกลยุทธ์ วางแผนการตลาด และการโฆษณาที่กำหนดขึ้นเพื่อค้นหากลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการวิเคราะห์การตลาดและการวางตำแหน่งของสินค้า การสื่อสาร เพราะในขณะนี้โลกาภิวัตน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดสิ่งเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่มีผลต่อกิจการทุกกิจการ จะต้องออกมาเคลื่อนไหวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อพัฒนาสินค้าตนเองให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และเป็นที่ยังพอใจต่อลูกค้ามากที่สุด (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2544) และปัจจุบันธุรกิจด้านการบริการมีบทบาทและความสำคัญมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีสัดส่วนอย่างน้อยร้อยละ 50 - 70 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของกลุ่มประเทศอุตสาหกรรม (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2548) การประกอบธุรกิจร้านจัดดอกไม้จึงเป็นอีกธุรกิจที่มีความสามารถในการเติบโตได้ เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการหาซื้อดอกไม้เพื่อใช้เป็นตัวแทนในการแสดงความยินดีหรือแสดงความเสียใจในเทศกาลหรือในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจร้านจัดดอกไม้มีการขยายตัวเพิ่มมากยิ่งขึ้นและการประกอบธุรกิจร้านจัดดอกไม้จึงกลับได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบธุรกิจร้านดอกไม้จำนวนไม่น้อยที่ต่างประสบปัญหาเรื่องการปริมาณให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าและการบริหารเวลาในการเก็บรักษาดอกไม้ เนื่องจากดอกไม้เป็นดอกไม้สดและมีอายุสั้น ซึ่งโดยทั่วไปลูกค้าจะสั่งซื้อไว้ล่วงหน้า น้อยรายที่จะเข้ามาสั่งในร้านจุดนี้เองการบริการจึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญ (เสาวลักษณ์ สุขสมัย, 2541) ทั้งนี้ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์ผลงานให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งขึ้น เนื่องด้วยสภาพการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ที่เปิดให้บริการในปัจจุบันจำนวนมากขึ้น

การจัดดอกไม้ตามพิธีการ เป็นอาชีพอิสระที่ใช้ฝีมือ และทักษะในการประกอบอาชีพ และในปัจจุบันการจัดดอกไม้ในงานพิธีต่าง ๆ มีความจำเป็นจะต้องมีการตกแต่งให้สวยงามและเหมาะสมกับงาน ทำให้ผู้ประกอบการอาชีพด้านการจัดดอกไม้ในงานพิธีต่าง ๆ ขาดแคลน ดังนั้น อาชีพการจัดดอกไม้ในงานพิธีจึงเป็นอาชีพหนึ่งที่เป็นช่องทางในการประกอบอาชีพของผู้ที่ยังไม่มีงานทำหรือผู้ที่ต้องการเป็นอาชีพเสริม เป็นงานอิสระและมั่นคงได้



ร้านดอกไม้อลิษาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้เป็นที่ยอมรับเรื่องการจัดดอกไม้ในพิธีการต่าง ๆ การจัดดอกไม้ต้องมีความเชี่ยวชาญด้านการผสมดอกไม้หรือสีของดอกไม้ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะการจัดดอกไม้เป็นเรื่องละเอียดอ่อนและมีหลักเกณฑ์ในศิลปะการจัดดอกไม้แต่ละงานจึงมีรูปแบบหรือลักษณะที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าการจัดดอกไม้จึงเป็นตัวสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและการจัดดอกไม้ยังเป็นความสุขให้แก่ผู้จัด และลูกค้า เจ้าของร้านได้มีการสอนและแนะนำเรื่องหลักการจัดดอกไม้ในหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ในการจัดดอกไม้ เช่น การออกแบบการจัดดอกไม้จัดอย่างไรให้ลูกค้ามีความสนใจดึงดูดลูกค้า หลักการออกแบบการจัดดอกไม้จึงมีความสำคัญ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจธุรกิจร้านดอกไม้: การบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการกรณีศึกษา ร้านดอกไม้อลิษาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยศึกษาหลักในการให้บริการของร้านดอกไม้อลิษาเบธว่า มีหลักการใดในการให้บริการลูกค้า และสามารถความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ยังศึกษาถึงสภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ รวมถึงแนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ กรณีศึกษา ร้านดอกไม้อลิษาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ กรณีศึกษา ร้านดอกไม้อลิษาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ กรณีศึกษา ร้านดอกไม้อลิษาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ กรณีศึกษา ร้านดอกไม้อลิษาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ธุรกิจร้านดอกไม้: การบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการกรณีศึกษา ร้านดอกไม้อลิษาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาเอกสาร และสัมภาษณ์การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยในแต่ละขั้นตอนของการวิจัย ดังต่อไปนี้

#### 1. ขอบเขต

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาวิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ ศึกษาสภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ



โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการบริการจัดดอกไม้ และผู้ส่งเสริม การประกอบธุรกิจร้านดอกไม้ฯ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการ และ 2) ผู้ส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านดอกไม้ ซึ่งทั้งหมดเป็นผู้มีความรู้ ในเรื่องการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ และผู้ส่งเสริมประกอบธุรกิจร้านดอกไม้ฯ มีระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป

1.2 ด้านเนื้อหา ได้แก่ จากเอกสารชั้นปฐมภูมิ (Primary Sources) คือ เอกสาร ตำรางานวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ และทุติยภูมิ (Secondary Sources) คือ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต บทความ ตำรา คัดสำเนาจากรายงาน การวิจัยหรือบทความตามเว็บไซต์

1.3 ด้านสถานที่ คือ ร้านดอกไม้โอลิชาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** คือ โดยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ซึ่งให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ด้านการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ และผู้ส่งเสริมประกอบธุรกิจร้านดอกไม้ฯ มีระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงและครอบคลุมเนื้อหา โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ได้เท่ากับ 0.78 – 1.00 (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ซึ่งผู้วิจัย ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของงานวิจัย คือนำไปทดลองใช้กับกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 คน และได้หาค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach, L. J, 1990) เท่ากับ 0.96 และจัดทำแบบสัมภาษณ์แบบสมบูรณ แบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน 2) สภาพปัญหาการบริการและวิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ และ 3) แนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ นำบทสนทนาที่ได้มา วิเคราะห์โดยการใช้วิธี Content Analysis และสรุปผลโดยภาพรวม

**3. การเก็บข้อมูล** คือ ผู้วิจัยเก็บแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยแบ่งวิธีการเก็บรวบรวม ข้อมูลออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ระยะที่ 2 สภาพปัญหา การบริการและวิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ ระยะที่ 3 วิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมอาชีพ การบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล** คือ เชิงคุณภาพด้วยสถิติคำร้อยละ โดยใช้การวิเคราะห์ เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และสรุปเป็นภาพรวม

## ผลการวิจัย

วิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ พบว่า การบริการของทางร้านได้จัดบริการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) สุภาพ อ่อนน้อม สามารถตอบคำถาม ข้อเสนอของลูกค้าได้ การเข้าถึง ลูกค้า มีการเข้าใจ และเอาใจใส่ลูกค้า บริการตามความต้องการของลูกค้า มีความสุภาพอ่อน



น้อย มีความรู้ ความชำนาญในการบริการ ตอบสนองความต้องการลูกค้า บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย เช่น สถานที่ติดต่อ วันและเวลา เพื่อความสะดวกรวดเร็วของลูกค้า เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า บริการอำนวยความสะดวกในด้านเวลา และสถานที่ให้แก่ลูกค้า 2) การบริการตรงต่อเวลาตามสัญญาที่กำหนดไว้ ความเชื่อถือได้ มีการแจ้งรายละเอียดเมื่อรับงานลูกค้าตกลงทำสัญญา เพื่อความถูกต้องครบทุกอย่างตามที่ทำสัญญาไว้ แจ้งให้ลูกค้าทราบเวลาบริการเปิด - ปิดเวลาของร้าน มีความมั่นใจในการบริการ สามารถบริการลูกค้าได้ตรงเวลา ร้านบริการดี และงานหรือสินค้าออกมาสวย จึงมีการบอกต่อจากลูกค้า มีความเชื่อมั่น และสามารถเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า 3) การให้บริการต่อลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน ความไว้วางใจเป็นการแสดงความน่าเชื่อถือ และสามารถบริการได้ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ตามสัญญา เข้าใจความต้องการของลูกค้า และบริการอย่างเอาใจใส่ บริการให้ถูกต้องให้ลูกค้าเสมอ เท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่น ๆ จะทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ เมื่อกลับมาใช้บริการอีก และ 4) การเตรียมความพร้อมของร้านครอบคลุมทุกด้าน การตอบสนองความต้องการทางร้านมีความพร้อมที่จะให้บริการกับลูกค้าทันที รวดเร็วทันใจ ตามความต้องการของลูกค้า รับสินค้าได้ในเวลาที่กำหนด เมื่อลูกค้าเกิดปัญหา หรือสงสัยก็สามารถตอบลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง

สภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ พบว่า ร้านจัดดอกไม้มีปัญหาที่พบเจอ มี 3 ด้าน ได้แก่ 1) ปัญหาด้านการผลิต มีปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ ดอกไม้หรือสินค้าไม่มีคุณภาพ ราคาของวัตถุดิบในบางช่วงมีราคาแพง เช่น ในช่วงเทศกาล ราคาของดอกไม้จะเพิ่มสูงขึ้นหรือบางครั้งโดนตัดราคาจากร้านดอกไม้กันเอง ราคาน้ำมันแพง ทำให้มีต้นทุนที่สูงขึ้น ลูกค้าบางคนขาดประสบการณ์ และความชำนาญในการทำดอกไม้ ทำให้งานที่ออกมาไม่ดี 2) ปัญหาด้านการตลาด มีปัญหาในการประชาสัมพันธ์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่รู้จัก ช่องทางในการสั่งหรือซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทั่วถึง ต้องมีการสื่อสารแบบปากต่อปาก มีปัญหาในการกำหนดราคาของสินค้า การกำหนดราคาหากกำหนดราคาสูง ลูกค้าอาจจะไม่พอใจ แต่หากกำหนดราคาที่ต่ำไป เราก็จะไม่มีผลกำไร และ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงลูกค้า การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย วิธีการดำเนินการดังกล่าว นอกจากจะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ ยังเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมาย คือ การหวังผลความร่วมมือและการสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การดำเนินงานของร้านสามารถมียอดขายเพิ่มขึ้น

แนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ พบว่า ร้านจัดดอกไม้มีการส่งเสริมการบริการที่มีคุณภาพ ได้แก่ 1) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่าง ๆ ออกบูธทำกิจกรรม วางแผนด้านการบริการ กำหนดราคาสินค้าหรือรูปแบบงานอย่างเหมาะสม โดยมีการวางแผนการจัดจำหน่ายที่ดี ประชาสัมพันธ์โดยการแชร์โพสต์บนเฟซบุ๊ก เมื่อกิจการอยู่ในสภาวะการแข่งขัน ก็เพิ่มเงินสดหมุนเวียน



และลดปริมาณสินค้าคงคลังที่ล้าสมัย 2) ด้านการประชาสัมพันธ์ มีการโพสต์ประชาสัมพันธ์ร้านบนเพจของร้าน การขึ้นป้ายหน้าร้าน โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ร้านตามสื่อออนไลน์บนสื่อโซเชียล เพื่อหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เสนอรูปแบบงานหรือสินค้า ตามโรงแรมต่าง ๆ หรือเข้าไปเพื่อขอจัดดอกไม้ แล้วก็คิดในราคาไม่แพงจนเกินไป เพื่อให้ได้ลูกค้าประจำ เป็นการขยายลูกค้าไปในตัว และ 3) ด้านการส่งเสริมการขาย มีการโฆษณาร้านโดยการจัดบูธตามห้างสรรพสินค้า หรือโพสต์ประชาสัมพันธ์บนเฟสบุ๊ก การจัดโปรโมชั่น จัดกิจกรรม ในช่วงเทศกาล เพื่อสร้างความกระตือรือร้น และแรงจูงใจให้มีการลด แลก แจก แถม จัดดอกไม้โชว์ ให้หลากหลายรูปแบบ การแจ้งข่าวสาร และแรงจูงใจ การทำผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ตลอดเวลา

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ธุรกิจร้านดอกไม้: การบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการกรณีศึกษาร้านดอกไม้ลิซาเบธ ตำบลท่าวัง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบประเด็นสำคัญคือ วิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ สภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ และแนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ ไม่พบงานวิจัยที่สามารถเปรียบเทียบกันได้โดยตรง แต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน คือ งานวิจัยของ สิริกาญจน์ มงคลอุกฤษฏ์ ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการภายนอกด้านการจัดดอกไม้สำหรับงานศพ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้คุณภาพบริการ โดยที่เจ้าภาพมีความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการมากกว่าการรับรู้คุณภาพที่เกิดขึ้นจริง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ คือ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ( $\beta = S.MZC$ ) และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ( $\beta = S.MDH$ ) ตามลำดับ ส่วนความเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการความไว้วางใจในการให้บริการ และการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการไม่มีผลกระทบต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการภายนอกด้านการจัดดอกไม้สำหรับงานศพ (สิริกาญจน์ มงคลอุกฤษฏ์, 2556)

สภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ ไม่พบงานวิจัยที่สามารถเปรียบเทียบกันได้โดยตรง แต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน คือ งานวิจัยของ เขมจิรา กิริติภัทรธนากร ได้ศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจร้านจัดดอกไม้เนเจอร์ ฟลอร่า ผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจดอกไม้ค่อนข้างรุนแรงและพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทำให้ทางธุรกิจก็ต้องพร้อมที่จะรับมือและเปลี่ยนแปลงให้ทันยุคสมัยมากขึ้น ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านเงินทุน ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการแข่งขัน ปัจจัยด้านสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ

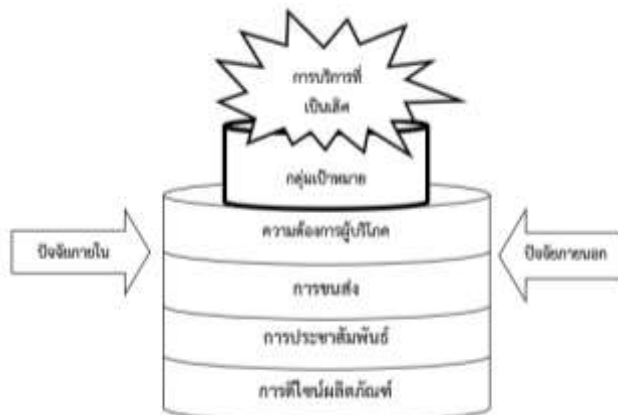




ไม่มีผลมากนัก คู่แข่งขันหลักที่สำคัญคือ Satisfaction By Air เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น  
 ข้อยได้เปรียบคู่แข่งชั้น คือ การส่งเสริมการขายและทำเลที่ตั้ง การเสียเปรียบทางการแข่งขัน คือ  
 เป็นแบรนด์ใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก กลยุทธ์ที่สำคัญในการทำธุรกิจ คือ กลยุทธ์การสร้างแบรนด์  
 กลยุทธ์การสร้างฐานลูกค้า กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้า กลยุทธ์การบริหาร จัดการทรัพยากร  
 มนุษย์กลยุทธ์การจัดซื้อ กลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การเงินที่มีระยะเวลาคืนทุน 4 เดือน โดยใช้  
 แหล่งเงินทุนจากเจ้าของกิจการเอง (เขมจิรา กิรติภัทรธนากร, 2560)

แนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ ไม่พบงานวิจัยที่สามารถ  
 เปรียบเทียบกันได้โดยตรง แต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน คือ งานวิจัยของ เกวลี เผ่าโยธิน  
 ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลในการเลือกซื้อดอกไม้ร้านดีว่าฟลาวเวอร์ อำเภอบึง  
 เมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทาง  
 การตลาดที่ส่งผลในการเลือกซื้อดอกไม้ร้านดีว่าฟลาวเวอร์ อำเภอบึงเมืองสระแก้ว  
 จังหวัดสระแก้ว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยการเลือกซื้อ  
 ดอกไม้ที่ส่งผลในการเลือกซื้อดอกไม้ร้านดีว่า ฟลาวเวอร์ อำเภอบึงเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว  
 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล  
 ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลในการตัดสินใจเลือกซื้อดอกไม้  
 ร้านดีว่าฟลาวเวอร์ อำเภอบึงเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
 ด้านการจำหน่าย (Place strategy) ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion strategy)  
 ด้านบุคคลหรือพนักงานขององค์กร (People/ Employee strategy) ด้านภาพลักษณ์ของ  
 สินค้าและบริการ (Physical evidence/ Presentation strategy) และด้านกระบวนการ  
 (Process strategy) ส่งผลในการเลือกซื้อดอกไม้ร้านดีว่าฟลาวเวอร์ อำเภอบึงเมืองสระแก้ว  
 จังหวัดสระแก้ว (เกวลี เผ่าโยธิน, 2560)

## องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 องค์ความรู้การส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ





จากองค์ความรู้สรุปได้ว่า ร้านจะต้องมีการดีไซน์ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ให้เป็นไปตามข้อกำหนดหรือจุดมุ่งหมายของผู้สนใจจะซื้อเป็นอันดับแรก เนื่องจากสิ่งที่ต้องการมีความคล้ายกันบ้างไม่มากนักน้อย ขึ้นอยู่กับว่าร้านดอกไม้จะเน้นกลุ่มลูกค้าผู้สั่งซื้อเป้าหมายแบบไหน เช่น อาจจะเป็นนักเรียนนักศึกษา หรือผู้ที่มีรายได้น้อย จะเป็นตะกร้าดอกไม้ขนาดเล็กถึงกลาง หรือจำนวนดอกไม้มาก เพื่อให้ในช่วงเวลาต่าง ๆ หรือหากเป็นกลุ่มลูกค้าผู้สั่งซื้อมีงานทำ ผู้มีรายได้พอที่จะซื้อได้ จะมีความต้องการเป็นตะกร้าดอกไม้ขนาดใหญ่ หรือแจกันดอกไม้ประดิษฐ์ ซ่อดอกไม้ขนาดใหญ่ และหากเป็นหน่วยงาน หรือผู้มีรายได้ที่มีกำลังซื้อไม่จำกัด อาจมีออร์เดอร์เป็นปริมาณมาก ด้วยจำนวนขนาดนี้ทางร้านจัดดอกไม้ต้องทำการออกแบบโดยต้องคิดถึงส่วนที่น่าสนใจต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ต่าง ๆ ที่ได้รับออร์เดอร์จากลูกค้าสามารถสร้างสรรค์ออกมาเหมือนกับข้อเสนอของลูกค้าผู้ซื้อ การเอาใจใส่ต่อส่วนประกอบเพียงเล็กน้อยที่ลูกค้าผู้ซื้อต้องการย่อมเป็นการส่งเสริมให้ลูกค้าผู้ซื้อเกิดความสนใจและบอกต่อให้คนสนิทมาใช้บริการอีกด้วย

### สรุป/ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาวิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ 2) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาเอกสาร และสัมภาษณ์มีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการบริการจัดดอกไม้ และผู้ส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านดอกไม้ฯ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการ และ 2) ผู้ส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านดอกไม้ฯ ซึ่งทั้งหมดเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ และผู้ส่งเสริมประกอบธุรกิจร้านดอกไม้ฯ มีระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป โดยนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสรุปเป็นภาพรวม ผลการวิจัยพบว่า การบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ มีวิธีการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) สุภาพ อ่อนน้อม สามารถตอบคำถามข้อสงสัยของลูกค้าได้ 2) บริการตรงต่อเวลาตามสัญญาที่กำหนดไว้ 3) ให้บริการต่อลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน และ 4) เตรียมความพร้อมของร้านครอบคลุมทุกด้าน ด้านสภาพปัญหาการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ มีปัญหา 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการผลิต เช่น วัตถุดิบต่อยคุณภาพ ราคาแพงในช่วงเทศกาล 2) ด้านการตลาด เช่น มีการแข่งขันสูง มีการตัดราคาสินค้า และ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงลูกค้า และด้านแนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ มี 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การจัดแสดงสินค้าตามงานเทศกาลต่าง ๆ 2) การประชาสัมพันธ์ตามสื่อออนไลน์ และ 3) การจัดโปรโมชั่นสินค้าเพื่อกระตุ้นยอดขายในด้านการอภิปรายผล วิธีการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการฯ สภาพปัญหาการบริการจัด



ดอกไม้ตามพิธีการ และแนวทางการส่งเสริมอาชีพการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ จากการศึกษาข้อมูลไม่พบบางงานวิจัยที่สามารถเปรียบเทียบกันได้โดยตรง แต่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยสรุปโดยรวมว่า ผู้ประกอบการควรมีความพยายามเพิ่มสิ่งให้ผู้บริโภคต้องการ และสามารถจับต้องได้เพื่อให้เข้าถึงในบริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าให้มีความสร้างสรรค์ คงสภาพอยู่ได้นาน และเข้มแข็งทนทาน เพื่อให้ผู้ซื้อได้ตัดสินใจเร็วขึ้น ข้อเสนอแนะการดำเนินการวิจัย ได้แก่ 1) ควรศึกษาเรื่องการส่งเสริมการบริการจัดดอกไม้ตามพิธีการ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น 2) ควรศึกษาเรื่องกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชนกับการจัดทำดอกไม้จันทน์เพื่อส่งให้กับร้านดอกไม้ และ 3) ควรศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดดอกไม้แบบต่าง ๆ ให้มีความโดดเด่นและหลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

## เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2544). กลยุทธ์การผลักดันการส่งออกส้มโอ. เรียกใช้เมื่อ 9 มกราคม 2563 จาก <http://uc.thailis.or.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00147425>
- เกวลี เผ่าโยธิน. (2560). กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลในการเลือกซื้อดอกไม้ร้านดีว่าฟลาวเวอร์ อำเภอมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เชมจิรา กิรติภัทรธนากร. (2560). แผนธุรกิจร้านจัดดอกไม้เนเจอร์ ฟลอร่า. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย . กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาการพิมพ์.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2548). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สิริกัญจน์ มงคลอุกฤษฏ์. (2556). การพัฒนาคุณภาพการให้บริการภายนอกด้านการจัดดอกไม้สำหรับงานศพ. ใน วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- เสาวลักษณ์ สุขสมัย. (2541). เปิดร้านดอกไม้สวย ๆ. นิตยสารเส้นทางเศรษฐี, 37(4), 6-9.
- Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.