

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์มาใช้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์มาใช้ โดยทำการศึกษาจากร้านจัดดอกไม้ที่อยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในเรื่องของการประกอบการและความรู้ในเรื่องของระบบแฟรนไชส์ รวมถึงแนวโน้มของการดำเนินธุรกิจในอนาคต สามารถสรุปเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 ถึง 45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเฉลี่ยมีประสบการณ์การทำธุรกิจร้านจัดดอกไม้ประมาณ 15 ปี และผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ พบว่าอายุของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ที่ทำการศึกษามีอายุ 1 ปี 10 ปี และ 30 ปี ในจำนวนที่เท่าๆ กัน โดยร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่จดทะเบียนในรูปแบบเจ้าของคนเดียว มีการดำเนินธุรกิจแบบไม่มีสาขา และไม่มีเครือข่าย จำนวนพนักงานของร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่มี 3 คน ร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่มีรายได้ที่ได้รับโดยเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 200,000 บาท ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่คิดว่าผลประกอบการอยู่ในเกณฑ์พอใช้ และผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่มีความพอใจปานกลางกับรายได้ที่ได้รับ เหตุผลที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านจัดดอกไม้มาดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่พบว่ามีความสุขและความชอบและใจรัก มีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ รายได้ของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่ได้มาจากการขายพวงหรีด รองลงมาคือการขายแจกันดอกไม้ และจากการขายกระเช้าดอกไม้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีการให้ความสำคัญระดับมากที่สุดกับคุณภาพของดอกไม้ และมีการให้ความสำคัญระดับมากกับรูปแบบของดอกไม้ที่จัดและความคงทนคงรูปของดอกไม้ที่จัด ด้านราคา มีการให้ความสำคัญระดับปานกลางกับราคาขายที่ตั้งไว้ ด้านการจัดจำหน่าย มีการให้ความสำคัญ

ในระดับมากที่สุดกับของทำเลที่ตั้ง และให้ความสำคัญในระดับมากกับการจัดตกแต่งร้าน ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการให้ความสำคัญระดับปานกลางกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์และกิจกรรมส่งเสริมการขาย

ปัจจัยด้านพลังการแข่งขัน 5 ประการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ พบว่า ด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ มีการให้ความสำคัญระดับปานกลางต่อจำนวนคู่แข่งในปัจจุบัน ด้านคู่แข่งใหม่ที่เข้ามาใหม่ มีการให้ความสำคัญระดับน้อยต่อผู้ขายรายใหม่ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ขาย มีการให้ความสำคัญระดับปานกลางต่อผู้ขายส่งวัตถุดิบในการจัดดอกไม้ ด้านสินค้าทดแทน มีการให้ความสำคัญระดับปานกลางต่อของขวัญหรือสิ่งของอื่นที่ให้แทนดอกไม้ได้ และด้านอำนาจต่อรองของลูกค้า มีการให้ความสำคัญระดับมากต่อปริมาณความต้องการของตลาด ลักษณะของผู้บริโภค และความซื่อสัตย์ของลูกค้าต่อร้านจัดดอกไม้ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ในด้านปัจจัยอื่นๆ ซึ่งมีการให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ เจ้าของต้องจัดดอกไม้เป็นและรู้จักประหยัด ความซื่อสัตย์จริงใจของร้านดอกไม้ที่มีต่อลูกค้า การทำงานด้วยใจรัก การรักษาคุณภาพของสินค้าและการจัด การตรงต่อเวลาในการจัดส่ง

ส่วนที่ 3 ลักษณะของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ในปัจจุบัน พบว่าร้านจัดดอกไม้ทั้งหมดมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจต่อลูกค้า โดยที่การดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่มีการให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับแรก มีการกำหนดราคาโดยคำนึงถึงรูปแบบของสินค้าที่ลูกค้าต้องการ มีการควบคุมให้มีดอกไม้เหลือทิ้งหรือเสียหายน้อยที่สุด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า มีการกำหนดแนวทางในการแก้ไขผลงาน มีการขายผ่านทางโทรศัพท์ โทรสาร มีการจัดร้านและปรับปรุงร้านอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ มีการดูแลช่วยเหลือพนักงานให้ทำงานตามที่ได้รับมอบหมายในกรณีที่พนักงานยังขาดความชำนาญหรือมีประสบการณ์น้อย มีการวางแผนการผลิต มีการเสนอขายสินค้าชนิดอื่นเพิ่มเติม มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคนอย่างชัดเจนเพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนการเงิน มีการอบรมพนักงานให้เป็นช่างจัดดอกไม้ที่มีฝีมือ และมีการวางแผนการบริหารบุคคล

การดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้ส่วนใหญ่ไม่มีการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ไม่มีการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ ไม่มีการส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม และไม่มีการวางแผนการตลาด ไม่มีการกำหนดเวลาที่ใช้ในการจัดดอกไม้ในแต่ละรูปแบบให้เสร็จภายในเวลาที่กำหนด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อแนวคิดการบริหารจัดการของธุรกิจแฟรนไชส์ พบว่าหากผู้ประกอบการเป็นผู้ขายแฟรนไชส์ ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้มีความเห็นด้วยระดับมากกว่าการใช้ระบบแฟรนไชส์จะเป็นวิธีการทำให้ธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยอาศัยเงินทุนไม่มาก ระบบแฟรนไชส์ช่วยให้กิจการสามารถลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นร่วมกันได้ ผู้บริหารร้านแฟรนไชส์เป็นผู้ที่ตั้งใจทำงานเนื่องจากเป็นเจ้าของ ร้านแฟรนไชส์ที่มีจำนวนมากพอมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น และหากผู้ประกอบการเป็นผู้ซื้อแฟรนไชส์ ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้เห็นด้วยระดับมากกว่าผู้ซื้อแฟรนไชส์จะใช้เงินลงทุนในช่วงแรกมากกว่าธุรกิจที่ดำเนินการแบบอิสระ ระบบแฟรนไชส์มีลักษณะการบริหารงานที่ใกล้ชิดกันระหว่างผู้ขายแฟรนไชส์และผู้ซื้อแฟรนไชส์ ผู้ซื้อแฟรนไชส์จะขาดความเป็นอิสระในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากต้องปฏิบัติตามนโยบายที่ผู้ขายแฟรนไชส์กำหนด และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อแนวคิดการบริหารจัดการของธุรกิจแฟรนไชส์ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ออกความเห็นเพิ่มเติม ได้แก่ ผู้ขายแฟรนไชส์จะหาตลาดและให้การอบรมต่างๆ แก่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ สินค้าที่ขายในร้านแฟรนไชส์ควรมีทุกประเภททุกแบบเช่นเดียวกับที่ขายในตลาดภายนอก ระบบแฟรนไชส์ไม่น่าที่จะใช้กับธุรกิจร้านจัดดอกไม้ได้ และผู้ขายแฟรนไชส์ควรมีความชัดเจนเห็นอกเห็นใจผู้ซื้อแฟรนไชส์

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจของผู้ประกอบการต่อความเป็นไปได้ในการสร้างธุรกิจแฟรนไชส์ พบว่าวิธีการที่ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ใช้ในการเพิ่มยอดขายมากที่สุดคือการปรับปรุงตกแต่งหรือพัฒนาร้านที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดีขึ้น รองลงมาคือการขยายสาขา การสร้างเครือข่าย การเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่าย และการขายแฟรนไชส์ตามลำดับ โดยที่ไม่มีการซื้อแฟรนไชส์เลย ซึ่งผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ที่เลือกวิธีการขายแฟรนไชส์เพื่อเพิ่มยอดขายหรือรายได้ของกิจการ จะใช้วิธีที่ให้ผู้ซื้อแฟรนไชส์ขายดอกไม้หรือสินค้าอื่นๆ โดยใช้วัตถุดิบที่ผู้ขายแฟรนไชส์จัดส่งให้ โดยใช้ชื่อและเครื่องหมายการค้าของผู้ขายแฟรนไชส์ แต่ก็ให้สิทธิ์แก่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ที่จะสามารถซื้อวัตถุดิบหรือสินค้าจากแหล่งอื่นๆ ได้ด้วย และผู้ขายแฟรนไชส์จะทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ในการจัดดอกไม้และวิธีการจัดการธุรกิจจัดดอกไม้ให้แก่ผู้ซื้อแฟรนไชส์

ทั้งนี้จากข้อมูลที่ได้สามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่ามีผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ที่มีความต้องการเป็นผู้ขายแฟรนไชส์ ต้องการที่จะขายสินค้าหรือวัตถุดิบของตนเอง นอกเหนือจากการให้สิทธิ์ในการใช้ชื่อและเครื่องหมายและถ่ายทอดความรู้และเทคนิคในเรื่องการจัดดอกไม้รวมทั้งวิธีการดำเนินกิจการแก่ผู้ซื้อแฟรนไชส์ โดยผู้ที่ซื้อแฟรนไชส์ไม่น่าจะเป็นผู้ประกอบการร้านจัด

ดอกไม้ที่ดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบันร้าน แต่จะเป็นร้านจัดดอกไม้ร้านใหม่ที่มีผู้ประกอบการคนใหม่ดำเนินการ ตกลงจะนำระบบแฟรนไชส์มาใช้ในฐานะเป็นผู้ซื้อแฟรนไชส์ นั้นหมายความว่า หากมีร้านจัดดอกไม้ในระบบแฟรนไชส์เกิดขึ้น ร้านจัดดอกไม้ในรูปแบบแฟรนไชส์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวจะเป็นร้านจัดดอกไม้ร้านใหม่ที่มีผู้ประกอบการคนใหม่ดำเนินการ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำระบบแฟรนไชส์มาใช้ สามารถอภิปรายผลการศึกษิตตามแนวคิดและทฤษฎีได้ดังนี้

1. กระบวนการบริหาร พบว่าในการดำเนินงานของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ ส่วนใหญ่จะมีการวางแผนการผลิตและการวางแผนการเงิน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ หากนำไปเปรียบเทียบกับกระบวนการวางแผนของขั้นตอนการบริหาร จะเห็นว่าธุรกิจร้านจัดดอกไม้มีการนำเทคนิคการบริหารทั้งด้านการผลิตและการเงินมาใช้งาน สอดคล้องกับแนวคิดทางการบริหารที่ว่าในการวางแผน จะต้องมีการวางแผนการผลิตและแผนการเงิน

2. พลังการแข่งขัน 5 ประการ (5 Forces Model) เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ให้ความสำคัญระดับมากในด้านผู้ซื้อ ให้ความสำคัญระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ด้านผู้ขายปัจจัยการผลิต และด้านผลิตภัณฑ์ที่ทดแทน ให้ความสำคัญระดับน้อยในด้านคู่แข่งใหม่ที่เข้ามาใหม่

จะเห็นได้ว่าผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับเรื่องพลังการแข่งขัน 5 ประการ ในด้านของผู้ซื้อ ทั้งนี้อาจเนื่องจากรายได้ของร้านจัดดอกไม้มาจากผู้ซื้อและส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำ ดังนั้นปัจจัยด้านผู้ซื้อจึงมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้จึงจำเป็นต้องรักษาลูกค้าไว้ให้ได้

3. ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ความเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพของดอกไม้ที่ใช้จัด และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อรูปแบบของดอกไม้ที่จัด ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยที่ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อทำเลที่ตั้ง ซึ่งเป็นปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อราคาขายที่ตั้งไว้ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านราคา มีส่วนสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาดที่ประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2

4. ระบบแฟรนไชส์ (Franchise Method)

ในกรณีที่ผู้ให้สัมภาษณ์พิจารณาว่าตัวเองอยู่ในฐานะเป็นผู้ประกอบการที่ขายแฟรนไชส์ ผู้ให้สัมภาษณ์จะเห็นด้วยในระดับมากกว่าการใช้ระบบแฟรนไชส์จะเป็นวิธีการทำให้ธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยอาศัยเงินทุนไม่มาก ระบบแฟรนไชส์ช่วยให้ธุรกิจสามารถลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นร่วมกันได้ ผู้บริหารร้านแฟรนไชส์จะเป็นผู้ที่ตั้งใจทำงานเนื่องจากเป็นเจ้าของ ร้านแฟรนไชส์ที่มีจำนวนมากพอมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น

ในกรณีที่ผู้ให้สัมภาษณ์พิจารณาว่าตัวเองอยู่ในฐานะเป็นผู้ประกอบการที่ซื้อแฟรนไชส์ ผู้ให้สัมภาษณ์ จะเห็นด้วยในระดับมากกว่าผู้ซื้อแฟรนไชส์จะใช้เงินลงทุนในช่วงแรกมากกว่าธุรกิจที่ดำเนินการแบบอิสระ ระบบแฟรนไชส์มีลักษณะการบริหารงานที่ใกล้ชิดกันระหว่างผู้ขายแฟรนไชส์และผู้ซื้อแฟรนไชส์ ผู้ซื้อแฟรนไชส์จะขาดความเป็นอิสระในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากต้องปฏิบัติตามนโยบายที่ผู้ขายแฟรนไชส์กำหนด

ซึ่งทั้งสองกรณีสอดคล้องกับแนวคิดระบบแฟรนไชส์ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 และบทที่ 2

5.3 ข้อค้นพบ

1. จากการที่ได้ทำการสัมภาษณ์ร้านจัดดอกไม้พบว่า นอกจากมีลูกค้าเป็นคนไทยแล้วยังมีลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศ ดังนั้นการพูดภาษาต่างประเทศได้จึงมีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบธุรกิจนี้ ในการที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. ร้านจัดดอกไม้หลายร้านมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่า ร้านดอกไม้ในรูปแบบแฟรนไชส์จะเกิดได้ก็ต่อเมื่อทุกขั้นตอนของขบวนการผลิตงานดอกไม้จนถึงมือผู้ซื้อจะต้องมีมาตรฐานและควบคุมได้ เริ่มตั้งแต่การปลูกซึ่งจะต้องใช้เมล็ดหรือสายพันธุ์ที่ดี ปลูกในสถานที่ที่เหมาะสม โดยทำการดูแลบำรุงรักษาอย่างถูกต้อง การเก็บเกี่ยวหรือการตัดที่ถูกต้อง ถูกเวลา รวมถึงการบรรจุเพื่อเก็บรักษาอย่างทะนุถนอม จนกระทั่งขนส่งสู่ผู้บริโภคหรือร้านจัดดอกไม้ ความรู้ของร้านจัดดอกไม้ต่อการจัดและเก็บรักษา พนักงานที่ทำงานจะต้องเป็นผู้ที่มีการศึกษา ใฝ่รู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อให้มีความทันสมัย และผู้ซื้อที่รู้ว่าดอกไม้ชนิดเดียวกันแต่มาจากต่างแหล่งอาจมีคุณภาพไม่เท่ากัน และยอมรับว่าการจัดดอกไม้เป็นงานศิลปะ เงินที่จ่ายไปไม่ใช่จ่ายเป็นค่าแรงและค่าวัตถุดิบเท่านั้น แต่ยังเป็นค่าออกแบบอีกด้วย และการบริการจัดส่งถึงที่ควรมีราคาที่เป็นมาตรฐาน

3. จากการสัมภาษณ์พบว่าลักษณะของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ที่พบในประเทศไทยสามารถแยกได้ 4 ลักษณะ ดังนี้คือ

3.1 มีสถานที่เพื่อการจัดจำหน่าย ผู้ซื้อสามารถเดินทางมาซื้อดอกไม้ด้วยตนเอง หรือสั่งซื้อทางโทรศัพท์ โทรสาร หรืออินเทอร์เน็ตได้ โดยมีบริการจัดส่งดอกไม้ถึงผู้รับโดยตรง

3.2 มีสถานที่เพื่อการจัดจำหน่าย ผู้ซื้อสามารถเดินทางมาซื้อดอกไม้ด้วยตนเอง หรือสั่งซื้อทางโทรศัพท์ โทรสาร หรืออินเทอร์เน็ตได้ โดยมีบริการจัดส่งดอกไม้ถึงผู้รับโดยตรงเช่นเดียวกับร้านในลักษณะแรกและเป็นสมาชิกเครือข่ายของร้านจัดดอกไม้ สามารถรับคำสั่งซื้อจากเครือข่ายแล้วจัดดอกไม้ส่งให้ผู้รับ หรือส่งคำสั่งซื้อให้ร้านเครือข่ายหลักเพื่อส่งคำสั่งซื้อให้แก่ร้านจัดดอกไม้ที่เป็นสมาชิกเครือข่ายร้านอื่นจัดดอกไม้ส่งให้ผู้รับ เช่น ร้านมาลัยวรรณ ร้านไวท์โรส และร้านพวงทองฟลอริสท์ เป็นต้น

3.3 มีสถานที่เพื่อการจัดจำหน่าย ผู้ซื้อสามารถเดินทางมาซื้อดอกไม้ด้วยตนเอง หรือสั่งซื้อทางโทรศัพท์ โทรสาร หรืออินเทอร์เน็ตได้ โดยมีบริการจัดส่งดอกไม้ถึงผู้รับโดยตรงเช่นเดียวกับร้านในลักษณะแรก แต่มีการดำเนินกิจการในรูปแบบแฟรนไชส์ คือมีการบริหารงานและดำเนินกิจการในรูปแบบเดียวกันกับร้านอื่นที่ซื้อสิทธิ์แฟรนไชส์นี้ เช่น ร้านโนเอล (Noel) ซึ่งเป็นธุรกิจแฟรนไชส์จำหน่ายกระเช้าดอกไม้จากสิงคโปร์ เป็นต้น

3.4 ไม่มีสถานที่เพื่อการจัดจำหน่ายหรือหน้าร้านเพื่อรับรองลูกค้า แต่สามารถดำเนินธุรกิจโดยรับคำสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ โทรสาร หรืออินเทอร์เน็ต แล้วส่งคำสั่งซื้อให้ร้านดอกไม้ที่เป็นสมาชิกเครือข่ายร้านจัดดอกไม้ร้านใดร้านหนึ่งทำการจัดส่งดอกไม้ให้ผู้รับ หรืออาจมีร้านเสมือนบนอินเทอร์เน็ตด้วย การดำเนินธุรกิจเช่นนี้ให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีร้านเครือข่ายที่กว้างขวางเพื่อจัดส่งดอกไม้ได้อย่างทั่วถึง ที่เห็นได้ชัดเจนคือ มีสติลล์

5.4 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

5.4.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ทั่วไป

1.) เนื่องจากรูปแบบการจัดดอกไม้ของร้านต่างๆ มักซ้ำกัน ดังนั้นการคิดหรือออกแบบการจัดดอกไม้รูปแบบใหม่ที่ต่างไปจากร้านอื่น หรือมีแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง จะเป็นการสร้างความแตกต่างและเป็นจุดขายที่ดึงดูดลูกค้า

2.) การสร้างความภักดีต่อร้านค้าของผู้ซื้อ เพื่อให้ผู้ซื้อ กลับมาซื้อสินค้าอื่นอีก สามารถทำได้โดยการแจกบัตรส่วนลด หรือสะสมยอดซื้อแลกของรางวัล เพื่อดึงดูดให้ผู้ซื้อมีการ

ซื้อซ้ำ หรืออาจสร้างภาพลักษณ์ที่ดีโดยการจ้ดรายการออกอากาศทั้งวิทยุและโทรทัศน์ หรืออาจเป็นผู้สนับสนุนรายการก็ได้

3.) เนื่องจากมาตรฐานความสม่ำเสมอ ความสวยงามของรูปแบบการจัดดอกไม้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นเจ้าของกิจการจะต้องพัฒนาฝีมือในการจัดดอกไม้ของพนักงาน โดยส่งพนักงานเข้ารับการอบรมทั้งภายในและภายนอก ตามสถานศึกษาที่เปิดอบรม หรือหน่วยงานต่างๆ

5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ที่ต้องการขายแฟรนไชส์

1.) ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้จะต้องเข้าใจในระบบแฟรนไชส์อย่างถ่องแท้รวมทั้งทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านจัดดอกไม้ การที่จะมีผู้สนใจเข้าซื้อไม่ใช่เป็นเรื่องง่ายๆ ผู้ที่คิดจะขายต้องมีผลงานแสดงต่อผู้สนใจ อาจจะเป็นสาขาหลายๆ สาขาโดยกล่าวแสดงถึงการมีอยู่ซึ่งมีความยั่งยืนมั่นคง รวมทั้งการเอาใจใส่ต่อคำถามหลายๆ คำถามซึ่งจะเป็นตัวแสดงให้เห็นว่าผู้ขายแฟรนไชส์จะไม่ทอดทิ้งผู้ซื้ออย่างแน่นอน

2.) ผู้ที่ต้องการขายแฟรนไชส์จะต้องมีการพัฒนาในเรื่องของสินค้าและบริการในทุกๆ ขั้นตอนที่สามารถควบคุมได้ ตั้งแต่วัตถุดิบซึ่งก็คือดอกไม้โดยมีคุณภาพที่สม่ำเสมอคาดหวังได้ การเก็บเกี่ยวที่ถูกต้องไม่ทำให้ดอกไม้ช้ำ การขนส่งให้ใช้รถห้องเย็นที่สามารถควบคุมอุณหภูมิได้อย่างสม่ำเสมอ การเก็บรักษาและการจัดจะต้องทำด้วยความทะนุถนอมจนกระทั่งถึงมือผู้รับ

3.) ผู้ที่ต้องการขายแฟรนไชส์ต้องมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อผู้ซื้อแฟรนไชส์และลูกค้า ผู้ขายแฟรนไชส์อาจต้องลงทุนตั้งสาขาเพิ่มขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นว่าเมื่อร้านดำเนินการแบบร้านแฟรนไชส์จะช่วยสร้างธุรกิจให้เจริญได้ โดยเฉพาะทางด้านการจัดการและการบริหารร้าน

5.4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ที่ต้องการซื้อแฟรนไชส์

1.) ผู้ที่ต้องการซื้อแฟรนไชส์จะต้องเตรียมตัวให้พร้อมที่จะปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ ขยัน และอดทน เพื่อที่จะทำให้ผู้ขายแฟรนไชส์ยินดีรับเข้าในระบบ

2.) ผู้ที่ต้องการซื้อแฟรนไชส์จะต้องพิจารณาศักยภาพของผู้ขายแฟรนไชส์ว่ามีความเหมาะสมที่จะเป็นผู้แนะนำ คั่นคว้า วิจัยและพัฒนาทั้งในตัวสินค้าและบริการแทนผู้ซื้อหรือไม่

5.5 ข้อจำกัดของการศึกษา

การสำรวจความคิดเห็นในครั้งนี้เป็นการสำรวจเฉพาะความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ที่มีลักษณะเป็นร้านค้าอิสระ ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ และส่วนใหญ่มีลูกค้าประจำ ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละคนมีความรู้ความมั่นใจในการจัดดอกไม้ มีความพอใจกับผลประกอบการที่ได้รับพอสมควร และไม่มีความคิดที่จะต้องไปพึ่งพาผู้อื่น ซึ่งอาจส่งผลให้ไม่มีแนวโน้มที่จะนำระบบเฟรนไชส์มาใช้

5.6 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในอนาคต

เพื่อความเข้าใจในระบบเฟรนไชส์ต่อการใช้งานในธุรกิจต่างๆ มากขึ้น ซึ่งจะช่วยสานต่อการศึกษานี้ ในอนาคตน่าที่จะ

1. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต่อการนำระบบเฟรนไชส์มาใช้ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นร้านจัดดอกไม้ที่มีลักษณะเป็นแผงลอยและร้านจัดดอกไม้ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า
2. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจรูปแบบอื่นๆ อาทิ ร้านกาแฟ ร้านขายผักผลไม้ ร้านขายขนม ต่อการนำระบบเฟรนไชส์มาใช้ในธุรกิจ