

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปปฏิบัติทางธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา คือ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดเกี่ยวกับฐานทรัพยากรของกิจการ และแนวคิดการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการจำนวน 4 ราย ซึ่งได้แก่ (1) บริษัท บายแฮนด์อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (2) ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชีวตม-ลานนา (3) ร้านสายหมอกกับดอกไม้ และ (4) บริษัท อนิกส์ เอ็กซ์พอร์ต จำกัด ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจและเหตุผล/ความจำเป็นในการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในธุรกิจ

ธุรกิจทั้งหมดที่เลือกศึกษา ส่วนใหญ่มีเงินลงทุนไม่เกิน 1 ล้านบาท และดำเนินธุรกิจมาด้วยความชอบส่วนตัว โดยสินค้าที่จำหน่ายจะผลิตเพื่อขายให้กับกลุ่มลูกค้ากลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและตอบสนองความต้องการเฉพาะ โดยเฉพาะชาวต่างชาติ โครงสร้างธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคนเดียวทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจสูง และเหตุผลที่เลือกแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ เพราะมีองค์ประกอบแนวคิดคือ ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่ผสมผสานกับ วัฒนธรรม การสังคมนวัตกรรม และเทคโนโลยีและที่จะสามารถช่วยพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ออกมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ฐานทรัพยากรของกิจการ และการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน

2.1 องค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจทั้งหมดจะมีองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญคือ ความรู้ การสร้างสรรค์งาน การศึกษา และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา เป็นองค์ประกอบหลักตามความสามารถหลักของธุรกิจและนำวัฒนธรรม การสังคมนวัตกรรม และเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาผสมผสานใช้เป็นองค์ประกอบร่วมตามความเหมาะสมในธุรกิจ โดย

ธุรกิจกระดาศาและธุรกิจการแพทย์แผนไทยให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่วนธุรกิจอาหารไทยและธุรกิจด้านการออกแบบให้ความสำคัญกับการสังสรรค์ความรู้ เพื่อช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้า แต่ทุกธุรกิจสร้างสรรค้สินค้าในลักษณะ product differentiation จากผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งเป็นระดับของกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สร้างความแตกต่างด้วยการชูจุดขายใน cultural product ที่มีทุนทางวัฒนธรรม

2.2 ฐานทรัพยากรของกิจการ

ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจทั้งหมดเมื่อพิจารณาตามแนวคิดฐานทรัพยากรของกิจการมีลักษณะของทรัพยากรที่ดีคือ มีคุณค่าที่มาจากความรู้ ความสามารถ และพนักงานที่ก่อให้เกิดการผลิตสินค้านำมาซึ่งรายได้แก่ธุรกิจ และหาได้ยากที่มาจากความรู้ ความสามารถ และพนักงานที่บูรณาการเกิดเป็นองค์ความรู้ภายในธุรกิจ ลอกเลียนแบบได้ยากที่มาจากทรัพยากรภายในธุรกิจ คือ พนักงาน ความรู้ เป็นต้น และทดแทนได้ยากที่มาจากความรู้ ความสามารถ เกิดเป็นทรัพยากรที่เป็นจุดแข็งของธุรกิจในลักษณะเฉพาะภายในธุรกิจ โดยเฉพาะองค์ประกอบที่เป็นองค์ประกอบร่วม คือ วัฒนธรรม การสังสรรค์ความรู้ และเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่สามารถนำมาเป็นจุดแข็งใช้สร้างความแตกต่างในสินค้านั้น คู่แข่งสามารถดึงนำไปประยุกต์ได้เช่นกัน ดังเช่น ธุรกิจกระดาศามีจุดแข็งจากความรู้ในเรื่องการผสมสีที่ควบคู่กับการศึกษาเพิ่มเติมและการสร้างสรรค์งานทำให้สินค้ามีคุณค่า ธุรกิจการแพทย์แผนไทยมีจุดแข็งจากเทคโนโลยีที่มีการค้นคว้าวิจัยและจดสิทธิบัตรทำให้ยากต่อการเลียนแบบในผลิตภัณฑ์สกรับมัสดาร์ดแต่ในสินค้าอื่นๆสามารถลอกเลียนแบบได้ ธุรกิจอาหารไทยใช้การสังสรรค์ความรู้ที่เกิดจากการลองผิดลองถูกของผู้ประกอบการมาเป็นเวลานาน แต่คู่แข่งสามารถคัดแปลงเป็นเมนูที่ลอกเลียนแบบและทดแทนได้ง่ายส่วน ธุรกิจด้านการออกแบบที่ใช้การสังสรรค์ความรู้จากคนงานที่มีความสามารถในการถักทอเส้นฝักตบชวายากแก่การลอกเลียนแบบ แต่คู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบลักษณะรูปแบบได้

โดยสรุปแล้วทุกธุรกิจมีฐานทรัพยากรของกิจการที่ก่อให้เกิดคุณลักษณะมีคุณค่าในลักษณะที่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อธุรกิจคือสร้างกำไรและยอดขายได้สูงเท่านั้น แต่ทรัพยากรที่มีของธุรกิจยังมีคุณลักษณะที่ดีไม่ถึงขั้นหาได้ยาก ลอกเลียนแบบได้ยาก ทดแทนได้ยาก ซึ่งจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว

2.3 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ผลการศึกษาธุรกิจทั้งหมดจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยในลักษณะความได้เปรียบจากการเป็นผู้เข้าสู่ตลาดรายแรกในผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองเฉพาะกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นดอกไม้ประดิษฐ์รายแรกในเชียงใหม่ สกรับมัสดาร์ดรายแรกในประเทศไทย ร้านอาหารเหนือที่มีเมนูดอกไม้ท้องถิ่นรับประทานได้ และเฟอร์นิเจอร์จากฝักตบชวล้วนเจ้าแรกในเชียงใหม่ และใน

ลักษณะความได้เปรียบในการนำเสนอสินค้าที่โดดเด่นกว่าคู่แข่งเพราะสินค้าโดดเด่นมีเอกลักษณ์แสดงออกในความเป็นตัวตนในแบรนด์ของธุรกิจ และความได้เปรียบในการสร้างห่วงโซ่คุณค่าหรือระบบธุรกิจ ที่มาจากความสามารถโดดเด่นในกระบวนการทางธุรกิจด้านใดด้านหนึ่ง

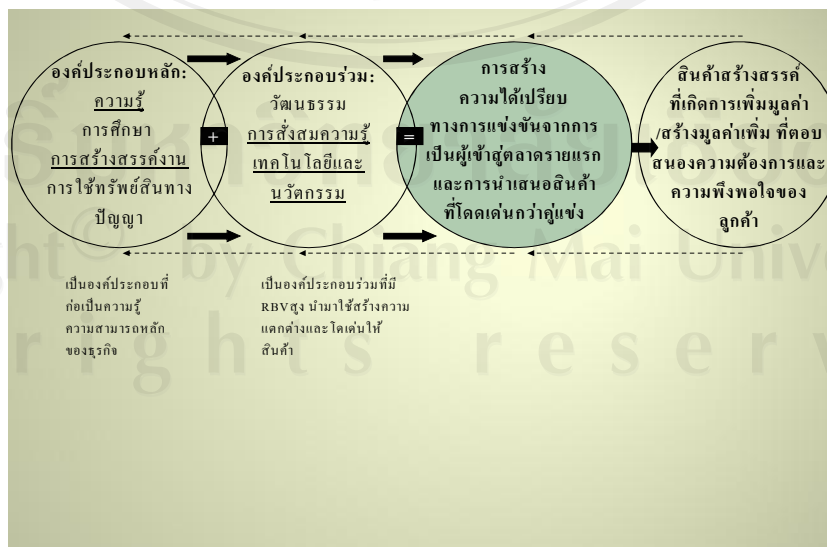
ส่วนที่ 3 ความสำเร็จ/ผลลัพธ์ทางธุรกิจ และแนวทางในอนาคต

ผลลัพธ์ทางธุรกิจทุกสินค้าในทุกธุรกิจหลังจากการประยุกต์ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้ว ทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับของตลาด เน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความต้องการเฉพาะสินค้าของแต่ละธุรกิจมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และมียอดขายสินค้ามากขึ้น

ปัญหาส่วนใหญ่มาจากภายใน เช่นในเรื่องคนงาน ที่เกรงว่าอนาคตจะนำความรู้ซึ่งเป็นทรัพย์สินสำคัญของธุรกิจออกคิดตัวไปด้วย และในเรื่องต้องการความช่วยเหลือจากทางภาครัฐและเอกชนในการหาตลาด

สรุปลักษณะแนวทางการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของธุรกิจ

ในการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของแต่ละธุรกิจพบว่าส่วนใหญ่องค์ประกอบด้าน ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นองค์ประกอบหลัก และใช้ วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ และเทคโนโลยีและวัฒนธรรม เป็นองค์ประกอบร่วม ในการสร้างสรรค์สินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม โดยฐานทรัพยากรของกิจการ คือคุณลักษณะที่มีคุณค่า หายาก ทดแทนได้ยาก ลอกเลียนแบบได้ยาก เมื่อนำมาผสมผสานใช้ร่วมกัน จะก่อให้เกิดการสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ เกิดการสร้างสรรค ทำให้สินค้านอกจากการมีมูลค่าสูงแล้วยังทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย



ภาพที่ 35 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่นำมาประยุกต์

5.2 อภิปรายผล

ด้านข้อมูลทั่วไป ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการ มีความรู้ความสามารถเฉพาะในธุรกิจที่ตนสนใจ ช่วยให้เป้าหมายทิศทางธุรกิจชัดเจน และขนาดของกิจการที่มีขนาดเล็กทำให้มีความรวดเร็วในการตัดสินใจ โดยอำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ตัวผู้ประกอบการ

ด้านองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ธุรกิจนำมาประยุกต์ ผู้ประกอบการประยุกต์องค์ประกอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในธุรกิจตามความเหมาะสมทำให้ มีความถนัด ความสามารถเฉพาะคือ

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านงานฝีมือและหัตถกรรม พบว่า ธุรกิจกระดาษสาที่นำมาเป็นตัวอย่างเน้นด้านสีของผลิตภัณฑ์แต่วรรณกรรมเน้นการพัฒนากระดาษให้มีคุณสมบัติในการกันน้ำ

ด้านการแพทย์แผนไทย พบว่า ธุรกิจที่นำมาเป็นตัวอย่างเน้นการใช้สมุนไพรจากธรรมชาติแต่วรรณกรรมเน้นการเพิ่มเติมคุณสมบัติต่อต้านเชื้อแบคทีเรีย

ด้านอาหารไทย พบว่า ธุรกิจที่นำมาเป็นตัวอย่างเน้นการนำดอกไม้มาประกอบเป็นอาหารแต่วรรณกรรมเน้นพัฒนาดอกไม้ให้เป็นเครื่องดื่มสมุนไพรที่ผลิตจากดอกไม้ โดยเห็นว่าดอกไม้มีคุณสมบัติในการต้านอนุมูลอิสระเพื่อการผลิตในเชิงพาณิชย์และช่วยพัฒนาเครื่องดื่มสมุนไพรที่ผลิตจากดอกไม้ในท้องถิ่น อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภค และนักธุรกิจ ที่ติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์ไปจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ แตกต่างกันตรงที่ร้านสายหมอกกับดอกไม้ในการศึกษาไม่ได้มีการจดสิทธิบัตรเพราะเห็นว่าเมนูอาหารดัดแปลงได้ง่ายและดอกไม้ก็เป็นวัตถุดิบที่มีในทุกท้องถิ่น และความต่างในเรื่ององค์ความรู้และการศึกษาที่ได้นั้นธุรกิจที่เลือกศึกษานำดอกไม้มาทำเป็นอาหารแต่ในวรรณกรรมนำดอกไม้มาทำเป็นเครื่องดื่ม

ด้านการออกแบบ พบว่า ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์มีการออกแบบและการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องสำคัญ จึงผลิตเฟอร์นิเจอร์จากธรรมชาติด้วยการออกแบบที่มีดีไซน์เพิ่มสัมผัสจากธรรมชาติด้วย สอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สวทช. (2553) ว่า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยเป็นอุตสาหกรรมที่แต่เดิมได้เน้นเรื่องของการผลิตซึ่งในปัจจุบันการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันด้านการผลิตอย่างเดียวยังไม่พอต้องใส่ใจกับตัวสินค้าด้วยการออกแบบเพื่อสร้างจุดขายที่แตกต่างประกอบกับกระแสโลกปัจจุบันที่ให้ความสำคัญต่อการรักษาสีสิ่งแวดล้อม สินค้าที่จะสามารถจำหน่ายและส่งออกได้นั้นจึงจำเป็นต้องเป็นสินค้าที่ช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อม

ในส่วนแนวคิดฐานทรัพยากรขององค์กร (resource-based of firm) พบว่า ในแต่ละธุรกิจใช้องค์ประกอบร่วมคือ วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ และเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาผสมผสานช่วยให้สินค้ามีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์ เพราะองค์ประกอบร่วมเหล่านี้ มีลักษณะที่ดีสูง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของ Barney(1991) ที่ว่า ทรัพยากรขององค์กรควรมีคุณลักษณะคือ มีคุณค่า หายาก ไม่สามารถทดแทนได้ และยากที่คู่แข่งจะเลียนแบบได้ จะทำให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว ทำให้แต่ละธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในลักษณะความได้เปรียบจากการเป็นผู้เข้าสู่ตลาดรายแรก ความได้เปรียบในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่โดดเด่นกว่าคู่แข่งและความได้เปรียบในการสร้างห่วงโซ่คุณค่าหรือระบบธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ กัลยาณี (2554) ที่ว่าการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นลักษณะที่ธุรกิจสามารถทำได้เนื่องจากคู่แข่ง อันเกิดจากหลายปัจจัย

ด้านผลลัพธ์ทางธุรกิจ มีความเติบโตที่ดีของตลาด รายได้เพิ่มขึ้น เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ส่วนปัญหาในการประยุกต์ใช้ พบว่าไม่มีแต่จะกังวลเกี่ยวกับคนงานที่มีความสามารถหลักจะนำความรู้ที่ติดตัวออกไปด้วย และเรื่องค่าแรงที่เหมาะสมที่จะช่วยจูงใจให้รักษาคงงานไว้ ส่วนความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ ได้มีการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ และหน่วยงานจากภาครัฐบ้างแต่ก็ยังไม่เห็นความชัดเจนที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ในรูปธรรม

โดยสรุปในด้านองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ธุรกิจนำมาประยุกต์การนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจและปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือสินค้าให้แข่งขันได้และเติบโตนั้นในภาคปฏิบัติยังไม่ได้การสนับสนุนและส่งเสริมอย่างจริงจัง การที่จะทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เกิดขึ้นอย่างได้ผลนั้นนอกจากอาศัยองค์ประกอบทั้ง 7 แล้ว ต้องมีส่วนประกอบหลายด้าน ที่จะสนับสนุนและก่อให้เกิดสินค้าสร้างสรรค์ คือ Creative People หรือบุคคลสร้างสรรค์ เพื่อคิดค้นวิธีการในการผลิตและรักษาคงงานไว้ เพื่อที่จะมาร่วมกันสร้างสรรค์งาน Creative City and Space หรือสถานที่สร้างสรรค์ เพื่อจัดสถานที่และบรรยากาศที่เหมาะสมต่อการทำงานสร้างสรรค์ และ Creative Research หรือการวิจัยสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการเข้าไปเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นไทยที่น่าลุ่มหลงในท้องถิ่นต่างๆ เพื่อนำมาสกัดเป็นแก่นแท้และเป็นวัตถุดิบในการสร้างเอกลักษณ์ให้สินค้า การเข้าใจและศึกษาแต่เพียงว่าจะทำสินค้าอย่างไรให้แตกต่างโดยไม่สนใจศึกษาให้ลึกซึ้งไปอีกว่า จะต้องสร้างและผลักดันอย่างไรให้สร้างสรรค์ซึ่งเป็นมากกว่ากลยุทธ์สร้างความต่างของสินค้านั้น ไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันได้ระยะยาว

5.3 ข้อค้นพบ

1. บ. บายแฮนด์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด

ใช้ความรู้เป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างสรรค์สินค้าโดยมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบช่วยสนับสนุนซึ่งก่อให้เกิด

จุดแข็ง – ในเรื่องเป็นผู้ที่มีความรู้ในการผสมสีของดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา

จุดที่ควรพัฒนา – ในเรื่ององค์ความรู้ในเรื่องสื่ออยู่ที่ผู้ประกอบการเพียงคนเดียว ไม่มีผู้มาทดแทน

2. หจก.ชีวาตม์-ลานนา

ใช้ความรู้เป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างสรรค์สินค้าโดยมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบช่วยสนับสนุนซึ่งก่อให้เกิด

จุดแข็ง – ในเรื่องเป็นธุรกิจผู้นำสคริปต์มาตรฐานเข้าสู่ตลาดรายแรกและได้รับการคุ้มครองสิทธิบัตร

จุดที่ควรพัฒนา – ในเรื่องพนักงานมีองค์ความรู้ของธุรกิจแต่ยังขาดวิธีการรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรนานๆ

3. ร้านสายหมอกกับดอกไม้

ใช้ความรู้เป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างสรรค์สินค้าโดยมีการสั่งสมความรู้เป็นองค์ประกอบช่วยสนับสนุนซึ่งก่อให้เกิด

จุดแข็ง – ในเรื่องมีความสามารถในการสร้างสรรค์เมนูอาหารดอกไม้ มีเรื่องราว นำมารับประทาน

จุดที่ควรพัฒนา - ในเรื่ององค์ความรู้ในเรื่องดอกไม้อยู่ที่ผู้ประกอบการคนเดียว ไม่มีผู้ทดแทนได้

4. บ. อนิกส์ เอ็กซ์พอร์ต จำกัด

ใช้ความรู้เป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างสรรค์สินค้าโดยมีการสั่งสมความรู้เป็นองค์ประกอบช่วยสนับสนุนซึ่งก่อให้เกิด

จุดแข็ง - ในเรื่องมีความสามารถในการออกแบบให้สินค้าที่มีดีไซน์ที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ เข้ากับบรรยากาศธรรมชาติ

จุดที่ควรพัฒนา - ในเรื่องอายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์และไม่สามารถใช้งานได้ทุกสภาวะ เช่น ใช้นอกอาคาร

5.4 ข้อเสนอแนะ

ธุรกิจที่ศึกษา สามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าและมีลักษณะเป็น cultural product การจะพัฒนาธุรกิจให้ยั่งยืน มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. บ. บายแฮนด์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด มีจุดที่ควรพัฒนาในเรื่ององค์ความรู้เรื่องสื่ออยู่ที่

ผู้ประกอบการเพียงคนเดียว ไม่มีผู้มาทดแทน จึงควรมีการจดบันทึกสูตรเพื่อถ่ายทอดให้คนรุ่นต่อไป

โดยอาจมีการคัดเลือกบุคคลให้เหมาะสมกับธุรกิจ ค้นหาคุณสมบัติตามข้อพิจารณาพื้นฐานของธุรกิจ โดยอาจพิจารณาจาก ความคิด ความสามารถ ทักษะความชำนาญ และประสบการณ์หรือผลงาน ที่ตรงกับความต้องการของธุรกิจ

2. **หจก. ชีวตม-ลานนา** มีจุดที่ควรพัฒนาในเรื่อง พนักงานมีองค์ความรู้ของธุรกิจ แต่ขาดวิธีการรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรนานๆ ดังนั้นควรคำนึงถึงบุคคลที่ธุรกิจเห็นว่ามีความเหมาะสม เพื่อที่จะมาร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์มาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจเพื่อทำงานร่วมกัน และสร้าง Creative City and Space หรือสถานที่สร้างสรรค์ เพื่อจัดสถานที่และบรรยากาศที่เหมาะสม เอื้อประโยชน์ต่อการทำงาน ทั้งในด้านกายภาพ คือความสะดวกสบายและด้านอารมณ์

3. **ร้านสายหมอกกับดอกไม้** มีจุดที่ควรพัฒนาในเรื่อง องค์ความรู้ในเรื่องดอกไม้อยู่ที่ผู้ประกอบการคนเดียว ไม่มีผู้ทดแทนได้ในหน่วยงาน จึงควรมีการถ่ายทอดให้กับบุคคลที่จะมาดำเนินกิจการ สรรหาและคัดเลือกบุคคลที่มีความเหมาะสมกับธุรกิจมาร่วมทำงาน

4. **บ. ออนิกส์ เอ็กซ์พอร์ต จำกัด** มีจุดที่ควรพัฒนาในเรื่องอายุการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์ไม่สามารถใช้งานได้ทุกสภาวะ เช่น ใช้นอกอาคาร ควรคำนึงถึง Creative Research เพื่อการวิจัยที่สร้างสรรค์ โดยอาจเป็นการขอความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐบาล และ Creative People หรือบุคคลสร้างสรรค์ เพื่อที่จะมาร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยควรหาบุคคลที่จะมาเสริมจุดแข็งหรือเพิ่มจุดแข็งของธุรกิจ เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้เกิดขึ้น

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาในหัวข้อ ทักษะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรที่มีต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการได้ตระหนักถึงแนวคิดนี้ และให้ความสำคัญมากขึ้นทำให้สามารถทราบแนวทางและการวางแผนในธุรกิจ

5.6 ข้อจำกัดของการศึกษาครั้งนี้

การศึกษาครั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์เพียงรายเฉพาะในลักษณะการเป็นตัวแทนยังไม่ได้มีการเปรียบเทียบในธุรกิจเดียวกันทั้งหมด