



ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและ อัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Success of Jewelry and Accessories Business for Entrepreneur in Bangkok Area

จักราธิป จูกรกรณ์

Chakrathip Jurakane

นักศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร

Master of Arts Program in Development Administration graduate School, Suansunandha Rajabhat University Bangkok

Corresponding Author: E-mail: Jadaiman18@gmail.com

Received: 2 พ.ค. 65 Revised: 9 มิ.ย. 65 Accepted: 25 ส.ค. 65

DOI: 10.14416/j.ted.2024.06.013

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีที่มีร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 298 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการบริหารการเงิน ด้านการบริหารการผลิต ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จ การดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการ

Abstract

The objectives of the present research study were the factors affecting success of jewelry and accessories business for entrepreneur in Bangkok area. The study was a quantitative research. The population used in the research was Jewelry and gemstone entrepreneurs with stores located in Bangkok. A sample was 200 people. An instrumentation was a questionnaire. Data was analyzed. In descriptive data analysis, frequency, percentage, mean, and standard deviation (S.D.) were used and Pearson Correlation Coefficient was analyzed to test the hypothesis.

The results of the research were as follows: 1) the factors affecting success of jewelry and accessories business for entrepreneur in Bangkok area, the opinions were at a high level. 2) The success factor in the



jewelry and gemstone business of entrepreneurs. Overall, it was at a high level. It was at marketing mix, financial management, and production management division, respectively.

Keywords: Success Factor Business Operations Entrepreneur

1. บทนำ

ปัจจุบันตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีการขยายกิจการของร้านค้าปลีกเครื่องประดับและตัวแทนจำหน่ายต่าง ๆ ของผู้ประกอบการรายใหญ่รวมถึงการใช้โฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้มีการเลือกสินค้าเพื่อเป็นของขวัญในเทศกาลต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการเสนอบริการหลังการขายต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า [1] จากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย ทำให้มีการคาดการณ์ว่ามูลค่าของตลาดเครื่องประดับเพชร จะมีมูลค่า 3.5 หมื่นล้านบาทและคาดว่าจะมีการเจริญเติบโตราว 5-7% ทั้งในกลุ่มของร้านขายเพชรทั่วไปซึ่งมีมูลค่า 2 หมื่นล้านบาทเคาน์เตอร์เพชรมูลค่า 6 พันล้านบาท และเพชรที่จำหน่ายในร้านทองอีก 9 พันล้านบาท โดยในปี 2562 มียอดซื้อเฉลี่ยต่อปี 3-4 หมื่นบาท [2]

กรุงเทพมหานคร เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญอย่างสูงต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ นอกเหนือจากการที่เป็นเมืองหลวงของประเทศไทยแล้ว กรุงเทพมหานคร ยังเป็นศูนย์กลางของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับอีกด้วย เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการและแรงงานอยู่เป็นจำนวนมากที่สุด และเป็นจังหวัดที่มีการจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีชื่อเสียงระดับโลก ด้วยเหตุนี้การประกอบธุรกิจนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องการคือความสำเร็จ ความสำเร็จนั้นมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่วางไว้ แต่โดยทั่วไปความสำเร็จ คือ การบรรลุเป้าหมายด้านการเงิน การวัดความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจนั้นมีผู้ให้แนวความคิดตามหลัก Balance Scorecard ไว้ 4 มุมมอง คือ มุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร [3],[4] ในขณะที่อัมมะทินนา ศรีสุพรรณ สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และชาติรี ปรีดานันท์สุข [5] วัดความสำเร็จของการดำเนินงานจากอัตราการเติบโตของกำไร อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ ส่วนแบ่งทางการตลาดและคุณภาพของสินค้าและบริการ

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเป็นตัวช่วย เช่น กลยุทธ์การวางแผน เฉพาะสิ่งสำคัญ การวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า การหาตลาดใหม่ การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการลดต้นทุน การควบคุมเครดิต ลูกค้า การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การมุ่งเน้นตลาด เป็นต้น [6]

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีในการพัฒนาปรับปรุงตนเองและจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีที่มีร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 974 ราย [7]

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีที่มีร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ R.V. Krejcie และ D.W. Morgan ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 274 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่างไปเท่ากับ 24 คน รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 298 คน ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีขั้นตอนดังนี้

1) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) คำนวณจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน



บทควาณวิจัย

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

ทั้งหมด 974 คน โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีที่มีร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้จดทะเบียนการค้ากับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ เพื่อให้ตรงกับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

2) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยการจับสลากเลือกร้านค้าที่จะให้เก็บข้อมูล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open-ended) และคำถามปลายปิด (Close-ended) ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบวัดที่สร้างขึ้นเอง นำมาจากผู้อื่น และปรับปรุงมาจากผู้อื่นและทำการหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1) การหาความเที่ยง (Validity) ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัด (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ทางด้านเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการวัด ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัดแต่ละฉบับที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นใหม่หรือปรับปรุงใหม่ ว่ามีเนื้อหาครอบคลุมตามนิยามปฏิบัติการและภาษาสำนวนของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างหรือไม่ แล้วจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขเป็นแบบวัดฉบับสมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง

2) การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Discrimination) การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ ซึ่งไม่รวมคะแนนของข้อคำถามที่กำลังวิเคราะห์ (Item Total Correlation) แล้วเลือกเฉพาะข้อที่มีความสัมพันธ์สูงไว้เป็นแบบวัด [8]

3) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดที่ใช้ในการวิจัยนี้ จะหาหลังจากที่ได้วิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อแล้ว โดยเลือกเฉพาะข้อที่มีนัยสำคัญ นำมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) [9]

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ และส่วนประสมทางการตลาด

2) สร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงแบบสอบถามจากงานที่วิจัยอื่น โดยอาศัยกรอบแนวคิดลักษณะข้อมูลทั่วไปขององค์กรที่มีต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ และส่วนประสมทางการตลาด

3) นำแบบสอบถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง

4) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

5) นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยแก้ไข ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) อีกครั้งก่อนนำไปใช้จริง

6) การแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้วิธีส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญมีดังนี้ คือ

1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2) วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร



ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณี	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับ
1. ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา	3.65	0.59	มาก
2. ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจเพิ่มขึ้นโดยตลอด	3.57	0.60	มาก
3. ธุรกิจผลิตเครื่องประดับและอัญมณี ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้	3.53	0.64	มาก
4. ยอดขายรวมเพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา	3.43	0.72	มาก
5. สามารถผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับและอัญมณี สินค้าได้หลากหลายมากกว่าปีก่อน ๆ ที่ผ่านมา	3.21	0.80	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.48	0.67	มาก

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา อยู่ในระดับมาก รองลงมาในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจเพิ่มขึ้นโดยตลอด อยู่ในระดับมาก ธุรกิจผลิตเครื่องประดับและอัญมณีที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ อยู่ในระดับมาก ยอดขายรวมเพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา อยู่ในระดับมาก และมีค่าน้อยที่สุด สามารถผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับและอัญมณี สินค้าได้หลากหลาย มากกว่าปีก่อน ๆ ที่ผ่านมา อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ โดยรวม

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณี	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับ
ด้านการบริหารการเงิน	3.74	0.47	มาก
ด้านการบริหารการผลิต	3.58	0.23	มาก
ด้านส่วนประสมการตลาด	3.90	0.30	มาก
รวมเฉลี่ย	3.74	0.24	มาก

จากตารางที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน คือ ด้านส่วนประสมการตลาด ด้านการบริหารการเงิน ด้านการบริหารการผลิต ตามลำดับ



5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

1) ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ด้านการบริหารการเงิน เนื่องจาก ธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณี เมื่อมีการวางแผนทางการเงิน และมีการบันทึกบัญชีที่ดี ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทนา ผื่นพรม [10] ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการเงิน ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการวางแผนด้านการเงินล่วงหน้า ทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์ [11] ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารการเงินผู้บริหารจะต้องมีหน้าที่หลักที่ต้องปฏิบัติ คือ การพยากรณ์และจัดบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางการเงิน ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับธุรกิจ การหาเงินทุนมาใช้จ่ายตามที่ต้องการ และจัดสรรเงินทุนให้เกิดความเหมาะสม รวมถึงงานวิจัยของลำไย มากเจริญ และคณะ [12] ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารการเงินและบัญชี มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยด้านการวางแผนทางการเงินมีอิทธิพลมากกว่าด้านการบันทึกบัญชีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

2) ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ด้านการบริหารการผลิต เนื่องจากในการบริหารการผลิต ประกอบด้วย การกำหนดมาตรฐาน คุณภาพ และการลดต้นทุน ซึ่งแต่ละธุรกิจถ้ามีการบริหารการผลิตที่ดี ธุรกิจนั้น ๆ ก็จะประสบความสำเร็จ

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา จันทราเทพ [13] งานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารการผลิตที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารให้ความสำคัญกับความสามารถในการจัดการ ด้านประสิทธิภาพการบริหารการผลิตโดยรวม ด้านการวางแผน และควบคุมการผลิต ด้านการควบคุมคุณภาพ รวมถึงด้าน การบริหารคงคลัง ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะธุรกิจอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญกับความสามารถการจัดการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อสะท้อนถึงศักยภาพในการแข่งขัน อันจะก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าต่อผู้ประกอบการและส่งผลสำเร็จต่อองค์กรในที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์กรมีความสามารถในการจัดการในการนำเอาทรัพยากรมาใช้ในกระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด การพัฒนาเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดของชัยยศ สันติวงษ์ [14] ที่ว่าปัจจัยของกลยุทธ์ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน คุณภาพสามารถสร้างประสิทธิภาพการผลิตโดยการลดการสูญเสียจากการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงขณะเดียวกันก็สามารถกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์เพิ่มมากขึ้นได้อันเนื่องมาจากคุณภาพที่ดีในตัวสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคพึงพอใจ ทำให้ตลาดมีเป้าหมายชัดเจน ในปัจจุบันการบริหารคุณภาพเป็นการมองภาพโดยรวมของงานทั่วทั้งระบบให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมขององค์กร เพื่อสร้างจุดแข็งหรือปัจจัยสำเร็จในการแข่งขัน การบริหารคุณภาพโดยรวม

3) ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ด้านส่วนประสมการตลาด เนื่องจากด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ทั้ง 4 ด้านนี้ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชฎาพร จันทะดวง [15] ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านขวัญข้าวจิวเวลรี่ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี



ความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านขวัญข้าวจิวเวลรี่ ในภาพรวม และรายด้าน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวม และรายด้านทุกด้าน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านขวัญข้าวจิวเวลรี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพงศ์ แซ่อึ้ง [16] ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณของลูกค้าในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณมากที่สุด เมื่อแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าผ่านมาตรฐาน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาทองรูปพรรณปรับตัวลดลง ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ พนักงานและเจ้าของร้านบริการประทับใจ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแจกของแถมที่ดึงดูดความสนใจ ส่วนการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองรูปพรรณ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อทองรูปพรรณ และลักษณะของทองรูปพรรณที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1) ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อตัวแปรการบริหารการเงิน อยู่ในระดับมากสำหรับผู้ประกอบการใหม่ควรได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารการเงิน เพื่อจะได้มีการวางแผนทางการเงินได้อย่างเหมาะสม สามารถบันทึกข้อมูลทางการเงินบัญชีได้ โดยมีการนำข้อมูลที่จดบันทึกไว้แล้ว มาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ พร้อมกันนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดทำคู่มือการบริหาร

การเงินและการบัญชี และมีโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อผู้ประกอบการ มีความเข้าใจและนำไปใช้ในการพัฒนามาตรฐานทางการเงินและการบัญชีต่อไป

1.2) ผลการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารการผลิต และ

ส่วนประสมการตลาด จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ รวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2) ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

2.1) ควรทำการศึกษาปัจจัยทางด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณี ในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านการบริหาร

2.2) ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการปรับปรุงเพิ่มเติมรูปแบบของการวิเคราะห์ทางสถิติ เช่น วิเคราะห์รูปแบบโมเดลของตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของธุรกิจ เพื่อให้ได้ข้อมูลและเป็นการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

2.3) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากับกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณี ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้สนใจอาจทำการศึกษากับกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณี ในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรที่มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2563). [ออนไลน์]. สรุปลักษณะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยไตรมาสที่ 3/2563. [สืบค้นเมื่อวันที่ 13 เมษายน 2564]. จาก <https://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/Industry%20conditions/Q3-2563.pdf>.
- [2] รัตน์ พรประภฤต. (2563). [ออนไลน์]. นักปฏิวัติวงการเพชรในประเทศไทย. [สืบค้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2564]. จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/86738>.



บทควาณวิจัย

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

- [3] จรินทร์ อาสาทรธรรม. (2557). การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจ. วารสารสิ่งแวดล้อมศึกษา-สสศท. 2 (3) มกราคม-มิถุนายน 2557.
- [4] ดนัย เทียนพุม. (2558). ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ (KPIs) และการประเมินองค์กรแบบสมดุล (BSC). พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพมหานคร: บริษัท นาโกต้า จำกัด.
- [5] อัมมะทินนา ศรีสุพรรณ, สุจินดา เจียมศรีพงษ์, และชาติรี ปรีดาอนันตสุข. (2557). องค์ประกอบของตัวแบบธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจซอฟต์แวร์ในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 7(1), 65-75.
- [6] Siriwan U. et al. (2019). The management of the small and medium enterprises to achievement competitive advantage in northern Thailand. Conference of the International Journal of Arts & Sciences, 6(1), 147-157.
- [7] สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2564). [ออนไลน์]. ถอดรหัสเทรนด์” อัญมณีและเครื่องประดับโลกแห่งปี 2021” กับหนังสือ THE JEWELLERYTRENDBOOK 2021+. [สืบค้นเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2564]. จาก <https://elibrary.git.or.th/news/detail/20#.YLt1oPkzY2w>. 20 ตุลาคม 2564
- [8] พงรัตน์ ทวีรัตน์. (2544). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [9] ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2554). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 11, กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- [10] จันทนา ผันพรม (2549). ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การควาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [11] ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์. (2541). การเงินธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 6, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- [12] ลำไย มากเจริญ และคณะ. (2560). ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม. สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- [13] รุ่งนภา จันทราเทพ. (2550). ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารการผลิตที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการเชิงกลยุทธ์). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [14] ชัยยศ สันติวงษ์. (2546). การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร. เอเชียเพรส.
- [15] รัชฎาพร จันทะดวง. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้บริโภค กรณีศึกษาร้านขวัญข้าวจิวเวลรี่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- [16] ณัฐพงศ์ แซ่อึ้ง. (2554). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณของลูกค้าในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.