

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม สอบถามผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 14 ร้าน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ไม่เคยมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาก่อน มีเหตุจูงใจในการประกอบธุรกิจ คือ มีความรู้ทางด้านเครื่องประดับอัญมณี

ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจด้วยเงินลงทุนเริ่มต้น มากกว่า 10,000,000 บาท ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 12 -14 ปี ทำการผลิตเองบางส่วนและที่เหลือจะจ้างให้ผู้อื่นผลิต และกรรมวิธีในการผลิต

จะผลิตด้วยมือส่วนมาก และใช้เครื่องจักรส่วนน้อย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีอายุระหว่าง 31-40 ปี รูปแบบสินค้าที่ขายได้ดี เป็นสินค้าสำหรับผู้ที่จะหมั้น/แต่งงาน และสินค้าที่สวมใส่ได้ทุกโอกาส รูปแบบสินค้าที่ขายควบคู่กับเครื่องประดับอัญมณีเป็นพระเลี่ยมทอง

ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูงส่วนใหญ่คิดว่าประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยมีตัวชี้วัดความสำเร็จได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ยอดขาย ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ต่อไปได้ จำนวนลูกค้าที่มารับบริการ และผลกำไร ตามลำดับ

ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ส่วนใหญ่มีความเห็นว่างบปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญเป็น ลำดับที่ 1 คือ ด้านการตลาด ลำดับที่ 2 คือ ด้านการผลิต ลำดับที่ 3 ด้านการจัดการ และลำดับที่ 4 ด้านการเงิน ตามลำดับโดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยความสำเร็จด้านการตลาด ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ คือ สินค้ามีคุณภาพ รูปแบบที่สวยงามของเครื่องประดับอัญมณีสามารถรับทำเครื่องประดับได้ตรงตามคำสั่งของลูกค้า รูปแบบที่ทันสมัยของเครื่องประดับอัญมณี รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องประดับอัญมณี และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านบุคคล คือ พนักงานให้บริการที่น่าประทับใจ พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจ และพนักงานขายมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ สามารถทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและไว้วางใจ เช่น มั่นใจว่าเป็นของแท้ วัตถุดิบที่นำมาสั่งทำไม่ถูกเปลี่ยน และภาพลักษณ์ของกิจการ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ คือ บริการที่รวดเร็วทันใจลูกค้า

ปัจจัยความสำเร็จด้านการผลิต ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน ตรงกับความต้องการของลูกค้า การส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าตรงต่อเวลารวดเร็ว และ ความสามารถในการออกแบบงานให้เหมาะสมกับช่าง (มอบหมายงานให้ตรงตามความถนัด)

ปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการ ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ วัฒนธรรมองค์กรในการให้ความสำคัญกับลูกค้า

ปัจจัยความสำเร็จด้านการเงิน ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การจัดหาเงินทุนมาอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดสรรเงินทุนไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ABSTRACT

177935

The objective of this independent study was to study key success factors for retail jewelry shops in shopping centers in Mueang District, Chiang Mai Province. The study used questionnaire to collect data from 14 business owners or executives of retail jewelry shops located in Chiang Mai shopping centers. The statistics used for data analysis included percentage mean and weighted mean.

It was found from the study that most owners or executives of retail jewelry shops located in Chiang Mai shopping centers were 41-50 years old, with the highest education of undergraduate level, and with no experience in this business. Motivation for entrepreneurs to make this business is that they have knowledge in jewelry.

Most jewelry shops in this study started their business with 10,000,000 Baht investment, and had been in business for 12-14 years. They produced part of the stock and hired others to produce the rest. The products were mainly produced by hand with some help from machine. Their target customers were 31-40 years old. Best selling goods are jewelry for engagement,

wedding jewelry and jewelry for any opportunity. Apart from retail jewelry, they also offer Buddha amulets in gold setting in their shops.

Most business owners and executives said they were successful and their key performance indicators were customer's satisfaction, sale, business stability, number of customers, and profit.

Most business owners and executives believed the most key success factors were 1) marketing 2) production 3) management and 4) Finance. The analysis of key factors was as follows.

In terms of marketing, factors being in the highest level of the degree of importance on product were quality, gorgeous form of styles, make jewelry by order, modern designs, unique designs and various designs. Factor being in the highest level of the degree of importance on price was correlation between price and quality. Factors being in the highest level of the degree of importance on people were impressive service from staffs, honest and sincere staffs and efficient and energetic staffs. Factors being in the highest level of the degree of importance on physical evidence were customer's trust, such as trust on the genuineness of the products and that raw materials were not being compromised and image of the organization. Factor being in the highest level of the degree of importance on process was quick service which answered customer's need.

In terms of production, factors being in the highest level of the degree of importance were standard quality which met customer's need, deliver goods and services to customer on time and capability in job design suitable for each jewelry smith (Put the right man in the right job.).

In terms of management, factors being in the highest level of the degree of importance was organization's culture in customer orientation.

In terms of finance, factors being in the high level of the degree of importance was the effectiveness of acquiring financial resources and allocating funds in business.