



ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของ*

ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS CORRELATED SUCCESS OF JEWELRY AND ACCESSORIES BUSINESS
FOR ENTREPRENEUR IN BANGKOK

จักราธิป จูรกรรณ, สุธา สุวรรณปิรมย์ และพรชัย ดีไพศาลสกุล

Chakrathip Jurakane, Suda Suwannapirom and Pornchai Deephaisarnsakul

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Graduate School, Suansunandha Rajabhat University

E-mail : s63563827011@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีที่มีร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้จดทะเบียนการค้ากับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ เคซี และมอร์แกน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 298 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านการบริหารการผลิต และปัจจัยด้านการบริหารการเงินของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จ; อัญมณี; ผู้ประกอบการ

* Received August 30, 2022; Revised December 10, 2022; Accepted December 20, 2022

ABSTRACT

This article is part of an independent research on Factors Affecting Success of Jewelry and Accessories Business for Entrepreneur in Bangkok. The objectives of the present research study were the factors correlated 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 who registered with The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization) sample size was determined using Krejcie and Morgan's sample size tables. A sample was 298 people, and using stratified random sampling. An instrumentation was a questionnaire. Data was analyzed were used and Pearson Correlation Coefficient. The results of the research were as follows: the factors marketing mix, production management factors, and financial management factors of entrepreneurs in jewelry and gems business in Bangkok correlated with the success of the organization statistically significant at the .01 level. respectively

Keyword; success factor; Jewelry; entrepreneur

บทนำ

ประเทศไทยมีชื่อเสียงเป็นแหล่งผลิตอัญมณีที่สำคัญของโลก รวมทั้งเป็นผู้ผลิตส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญระดับแนวหน้าของโลก เนื่องจากฝีมือเป็นเลิศในการเจียระไนทั้งพลอย และเพชรได้สวยงามเป็นที่ยอมรับของตลาดโลกตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจึงมีผลทำให้สามารถส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับได้เป็นมูลค่าสูง และผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับทุกมุมโลกให้ความไว้วางใจส่งอัญมณีเข้ามาเจียระไนที่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก อีกทั้งไทยยังมีฝีมือในการประดิษฐ์เครื่องประดับได้ทัดเทียมกับผู้ผลิตชั้นนำของโลกอีกด้วย โดยอัญมณี และเครื่องประดับเป็นสินค้าสำคัญที่ทำรายได้ส่งออกให้กับประเทศติดอันดับ 1 ใน 5 ตลอดหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีชื่อเสียงโดดเด่นด้านพลอย ช่างฝีมือไทยมีความประณีตในการสร้างชิ้นงานทั้งงดงามและเป็นที่ยอมรับของผู้ที่ชื่นชอบเครื่องประดับ ปัจจุบันรัฐบาลได้ให้ความสำคัญและมีแนวทางในการส่งเสริมเพื่อให้ไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลกในอีก 5 ปี ข้างหน้า โดยช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้น่าสนใจอย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมภาคเศรษฐกิจให้ก้าวหน้าอย่างมีเสถียรภาพมุ่งผลักดันให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่บุคคลในอุตสาหกรรมอัญมณีตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเนื่องจากเป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจการค้าของประเทศประเทศไทยมีผู้ผลิตเครื่องประดับเพชรและพลอยเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมีการใช้แรงงานตั้งแต่การออกแบบคัดแยกอัญมณีการประกอบตัวเรือน ที่อาศัยแรงงานมีทักษะ ความชำนาญ และความประณีตในการผลิตผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อส่งออก



จะเป็นสถานประกอบการ และโรงงานขนาดใหญ่ และขนาดกลางที่มีการลงทุนด้านเครื่องมือเครื่องจักร และเทคโนโลยีสูง และต้องมีการลงทุนเพื่อจัดซื้อวัตถุดิบ จากการสำรวจสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับพบว่า มีจำนวนสถานประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับไทยทั้งหมด 15,777 แห่ง ร้อยละ 2.41 หรือผู้ประกอบการจำนวน 380 รายเป็นกิจการขนาดใหญ่ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 97.59 หรือเป็นจำนวน 15,397 ราย คือ ผู้ประกอบการ SME ซึ่งสถานประกอบการ SME มีการจ้างงานถึงร้อยละ 53 ของทั้งอุตสาหกรรมในขณะที่ร้อยละ 47 เป็นแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณี และเครื่องประดับขนาดใหญ่ แต่อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทยมีจุดอ่อนเนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเพื่อการส่งออก อีกทั้งแรงงานไทยยังมีราคาแพงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ เช่น ประเทศจีน และประเทศอินเดียส่วนการผลิตในประเทศยังมีลักษณะของการรับจ้างผลิต และไม่มีโครงสร้างตราสินค้าอย่างจริงจัง ในปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทยต้องพบกับการแข่งขันที่รุนแรงมากเรื่อย ๆ เนื่องจากการที่ประเทศคู่แข่งมีความสามารถทางการแข่งขันที่สูงขึ้น รวมเป็นถึงความผันผวนของราคาวัตถุดิบ และภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นคู่ค้าสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป ด้วยเหตุนี้ทางภาครัฐและเอกชนได้เสนอวิธีแก้ปัญหาหลายวิธี ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ การหันมาพัฒนารูปแบบสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ

ปัจจุบันตลาดอัญมณี และเครื่องประดับในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีการขยายกิจการของร้านค้าปลีกเครื่องประดับ และตัวแทนจำหน่ายต่าง ๆ ของผู้ประกอบการรายใหญ่รวมถึงการใช้โฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้มีการเลือกสินค้าเพื่อเป็นของขวัญในเทศกาลต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการเสนอบริการหลังการขายต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า จากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทยทำให้มีการคาดการณ์ว่ามูลค่าของตลาดเครื่องประดับเพชร จะมีมูลค่า 3.5 หมื่นล้านบาท และคาดว่าจะมีการเจริญเติบโตราว 5-7 % ทั้งในกลุ่มของร้านขายเพชรทั่วไป ซึ่งมีมูลค่า 2 หมื่นล้านบาท เคาน์เตอร์เพชร มูลค่า 6 พันล้านบาท และเพชรที่จำหน่ายในร้านทองอีก 9 พันล้านบาท โดยในปี 2562 มียอดซื้อเฉลี่ยต่อปี 3-4 หมื่นบาท

กรุงเทพมหานคร เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญอย่างสูงต่ออุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ นอกเหนือจากการที่เป็นเมืองหลวงของประเทศไทยแล้ว กรุงเทพมหานครยังเป็นศูนย์กลางของธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับอีกด้วย เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการ และแรงงานอยู่เป็นจำนวนมากที่สุด และเป็นจังหวัดที่มีการจัดงานแสดงสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับที่มีชื่อเสียงระดับโลก ด้วยเหตุนี้การประกอบธุรกิจนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการ คือความสำเร็จ ความสำเร็จนั้นมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับเป้าหมาย หรือจุดประสงค์ที่วางไว้ แต่โดยทั่วไปความสำเร็จ คือ การบรรลุเป้าหมายด้านการเงิน การวัดความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจนั้นมีผู้ให้แนวความคิดตามหลัก Balance scorecard ไว้ 4 มุมมอง คือมุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร ในขณะที่ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และชาติรี ปริดาอนันตสุข ได้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานจากอัตราการเติบโตของกำไร อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ ส่วนแบ่งทางการตลาดและคุณภาพของสินค้า และบริการกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเป็นตัวช่วย เช่น กลยุทธ์การวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ การวางแผนล่วงหน้าอย่าง



สมบูรณ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า การหาตลาดใหม่ การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการลดต้นทุน การควบคุมเครดิต ลูกค้า การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การมุ่งเน้นตลาด เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลของการศึกษานี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีในการพัฒนาปรับปรุงตนเอง และจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

- 1) ปัจจัยด้านการบริหารการเงิน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) ปัจจัยทางการบริหารการผลิต มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีที่มีร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 974 ราย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีที่มีร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 274 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่างไปเท่ากับ 24 คน รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 298 คน

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) คำนวณจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 974 คน โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ



และอณุมัติที่มีร้านตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้จดทะเบียนการค้ากับสถาบันวิจัยและพัฒนาอณุมัติ และเครื่องประดับแห่งชาติ เพื่อให้ตรงกับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยการจับสลากเลือกร้านค้าที่จะใช้เก็บข้อมูล

4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม(QUESTIONNAIRE) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอณุมัติของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (OPEN-ENDED) และคำถามปลายปิด (CLOSE-ENDED) ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบวัดที่สร้างขึ้นเอง นำมาจากผู้อื่น และปรับปรุงมาจากผู้อื่นและ ทาการหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1. การหาความเที่ยง (Validity) ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัด (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ทางด้านเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการวัดตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัดแต่ละฉบับที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นใหม่หรือปรับปรุงใหม่ ว่ามีเนื้อหาครอบคลุมตามนิยามปฏิบัติการและภาษาสำนวนของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างหรือไม่ แล้วจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขเป็นแบบวัดฉบับสมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง

2. การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Discrimination) การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถามแต่ละข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ ซึ่งไม่รวมคะแนนของข้อคำถามที่กำลังวิเคราะห์ (Item total correlation) แล้วเลือกเฉพาะข้อที่มีความสัมพันธ์สูงไว้เป็นแบบวัด

3. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดที่ใช้ในการวิจัยนี้ จะหาหลังจากที่ได้วิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อแล้ว โดยเลือกเฉพาะข้อที่มีนัยสำคัญ นำมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

4.2 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

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญมีดังนี้ คือ

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

2. วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1, 2 และ 3

5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารการเงิน กับปัจจัยด้านความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจระดับ และอณุมัติของผู้ประกอบการ ในเขต

กรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการบริหารการเงิน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจระดับและอณุมัติของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารการเงิน ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจระดับและอณุมัติของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการบริหารการเงิน	ระดับความสำเร็จ		
	r_{xy}	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านการวางแผนทางการเงิน	.682**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน
2. ด้านการบันทึกบัญชี	.595**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน
รวม	.695**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารการเงินของผู้ประกอบการเครื่องประดับ และอณุมัติ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาตามปัจจัยด้านการบริหารการเงิน ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจระดับและอณุมัติของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ



และอัญมณี ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับปัจจัยด้านการวางแผนทางการเงิน มีความสัมพันธ์มากกว่าด้านการบันทึกบัญชี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการบริหารการผลิต มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริหารการผลิต ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีของผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการบริหารการผลิต	ระดับความสำเร็จ		
	r_{xy}	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านการกำหนดมาตรฐาน	.689**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน
2. ด้านคุณภาพ	.665**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน
3. ด้านการลดต้นทุน	.611**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน
รวม	.731**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารผลิต ของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาตามปัจจัยด้านการบริหารการผลิต ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จ เป็นรายด้าน พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณี ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับปัจจัยด้านการกำหนดมาตรฐาน มีความสัมพันธ์มากกว่าด้านคุณภาพ และด้านการลดต้นทุน ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร



ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการบริหารการผลิต	ระดับความสำเร็จ		
	r_{xy}	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.707**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน
2. ด้านราคา	.665**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.661**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	.672**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน
รวม	.750**	0.000	มีความสัมพันธ์กัน

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณี ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีสัมพันธ์มากกว่าด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีของผู้ประกอบการ ด้านการบริหารการเงิน เนื่องจากธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีเมื่อมีการวางแผนทางการเงิน และมีการบันทึกบัญชีที่ดี ธุรกิจประสบความสำเร็จซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทนา พันพรม ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการเงิน ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการวางแผนด้านการเงินล่วงหน้าทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์ ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารการเงินผู้บริหารจะต้องมีหน้าที่หลักที่ต้องปฏิบัติ คือ การพยากรณ์ และจัดบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางการเงินที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับธุรกิจ การหาเงินทุนมาใช้จ่ายตามที่ต้องการ และจัดสรรเงินทุนให้เกิดความเหมาะสม รวมถึงงานวิจัยของลำไย มากเจริญ และคณะ ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารการเงิน และบัญชี มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านการวางแผนทางการเงินมีอิทธิพลมากกว่าด้านการบันทึกบัญชีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีของผู้ประกอบการ ด้านการบริหารการผลิต เนื่องจากในการบริหารการผลิตประกอบด้วยกาหนดมาตรฐาน คุณภาพ และการลดต้นทุน ซึ่งแต่ละธุรกิจถ้ามีการบริหารการผลิตที่ดีธุรกิจนั้น ๆ ก็จะประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา จันทรา



เทพ งานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารการผลิตที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารให้ความสำคัญกับความสามารถในการจัดการ ด้านประสิทธิภาพการบริหาร การผลิตโดยรวม ด้านการวางแผน และควบคุมการผลิต ด้านการควบคุมคุณภาพ รวมถึงด้านการบริหารคงคลังทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยเฉพาะธุรกิจอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการจัดการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อสะท้อน ถึงศักยภาพในการแข่งขัน อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ และคุณค่าต่อผู้ประกอบการ และส่งผลสำเร็จต่อองค์กรในที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์กรมีความสามารถในการจัดการในการนำเอาทรัพยากรมาใช้ในการกระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดของชัยศ สันติวงษ์ ที่ว่าปัจจัยของกลยุทธ์ข้อได้เปรียบในการแข่งขันคุณภาพสามารถสร้างประสิทธิภาพการผลิตโดยการลดการสูญเสียจากการผลิตทำให้ต้นทุนการผลิตนั้นต่ำลงขณะเดียวกันก็สามารถกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์เพิ่มมากขึ้นได้อันเนื่องมาจากคุณภาพที่ดีในตัวสินค้า และบริการที่ผู้บริโภคพึงพอใจ ทำให้ตลาดมีเป้าหมายชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันการบริหารคุณภาพเป็นการมองภาพโดยรวมของงานทั่วทั้งระบบให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมขององค์กร เพื่อสร้างจุดแข็ง หรือปัจจัยสำเร็จในการแข่งขันการบริหารคุณภาพโดยรวม

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีของผู้ประกอบการ ด้านส่วนประสมการตลาดเนื่องจากด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ทั้ง 4 ด้านนี้ ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชฎาพร จันทะดวง ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านขวัญข้าวจิวเวลรี่ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้บริโภค กรณีศึกษาร้านขวัญข้าวจิวเวลรี่ ในภาพรวม และรายด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม และรายด้านทุกด้าน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านขวัญข้าวจิวเวลรี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพงศ์ แซ่อึ้ง ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณของลูกค้าในเขตอำเภอชุมแพจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณมากที่สุด เมื่อแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าผ่านมาตรฐาน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาทองรูปพรรณปรับตัวลดลง ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ พนักงานและเจ้าของร้านบริการประทับใจ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการแจกของแถมที่ดึงดูดความสนใจ ส่วนการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองรูปพรรณ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อทองรูปพรรณ และลักษณะของทองรูปพรรณที่ซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีของ ในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อตัวแปรการบริหารการเงินอยู่ในระดับมาก สำหรับผู้ประกอบการใหม่ควรได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารการเงิน เพื่อจะได้มีการวางแผนทางการเงินได้อย่างเหมาะสม สามารถบันทึกข้อมูลทางการเงินบัญชีได้ โดยมีการนำข้อมูลที่จัดบันทึกไว้แล้ว มาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ พร้อมกันนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดทำคู่มือการบริหารการเงินและการบัญชี และมีโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อผู้ประกอบการมีความเข้าใจและนำไปใช้ในการพัฒนามาตรฐานทางการเงิน และการบัญชีต่อไป

2) ผลการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารการผลิต และส่วนประสมการตลาดจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้รวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

1) ควรทำการศึกษาปัจจัยทางด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านการบริหาร

2) ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการปรับปรุงเพิ่มเติมรูปแบบของการวิเคราะห์ทางสถิติ เช่น วิเคราะห์รูปแบบโมเดลของตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของธุรกิจ เพื่อให้ได้ข้อมูล และเป็นการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

3) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากับกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณีในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้สนใจอาจทำการศึกษากับกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ และอัญมณี ในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรที่มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- จันทนา ผื่นพรม (2549). ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ . การคว่ำอึสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จรินทร์ อาสาทรงธรรม. (2556). [ออนไลน์]. การจัดการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำอย่างยั่งยืน. [สืบค้นเมื่อวันที่ 13 เมษายน 2564], จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_11.



ชัยยศ สันติวังษ์. (2546). การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพฯ. เอเชียเพรส.

ณัฐพงศ์ แซ่อึ้ง. (2554). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ทองรูปพรรณของลูกค้าในเขตอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ, สุจินดา เจียมศรีพงษ์, และชาติรี ปรีดาอนันท์สุข. (2557). องค์ประกอบของตัวแบบ
ธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจซอฟต์แวร์ในประเทศไทย. วารสาร
 วิทยาการจัดการสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 7(1), 65-75.

ธงชัย สันติวังษ์ และชัยยศ สันติวังษ์. (2541). การเงินธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 6, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนา
 พานิช.

รัชฎาพร จันทะดวง. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อ
เครื่องประดับอัญมณีของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านขวัญข้าวจิวเวลรี่ . วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
 มหบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธอีสท์บางกอก.

รุ่งนภา จันทราเทพ. (2550). ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารการผลิตที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขัน
ของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม (การจัดการเชิงกลยุทธ์). มหาสารคาม:
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2554). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 11, กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ลำไย มากเจริญ และคณะ. (2560). ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัด
นครปฐม. สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2563). [ออนไลน์]. **สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยไตรมาสที่**
3/2563. [สืบค้นเมื่อวันที่ 13 เมษายน 2564], จาก <https://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/Industry%20conditions/Q3-2563.pdf>.

อัญรัตน์ พรประกฤต. (2563). [ออนไลน์]. **นักปฎิวัติวงการเพชรในประเทศไทย.** [สืบค้นเมื่อวันที่ 20
 สิงหาคม 2564], จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/86738>

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.