

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 14 ร้าน เนื่องจากได้รับการปฏิเสธในการให้ข้อมูลจำนวน 2 ร้าน จากประชากรที่กำหนดไว้จำนวน 16 ร้าน มาวิเคราะห์ ซึ่งผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง และธุรกิจ (ตารางที่ 1 ถึง 16)

ส่วนที่ 2 การประเมินความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 17 ถึง 18 จากผู้ประกอบการทั้งหมด 14 ราย)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 19 ถึง 20 จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 13 ราย)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวข้องกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 21 ถึง 51 จากผู้ประกอบการทั้งหมด 14 ราย)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูง และธุรกิจ

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูงของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	5	35.7
หญิง	9	64.3
รวม	14	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.3 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 35.7

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูงของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	4	28.6
31-40 ปี	2	14.3
41-50 ปี	6	42.8
51-60 ปี	2	14.3
มากกว่า 60 ปี	0	0.00
รวม	14	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 28.6 และมีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวนเท่ากับอายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 14.3

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูงของ
ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับ
การศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	2	14.3
อนุปริญญาหรือปวส.	1	7.1
ปริญญาตรี	7	50.0
ปริญญาโท	4	28.6
สูงกว่าปริญญาโท	0	0.00
รวม	14	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ของ
ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่สำเร็จ
การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ระดับปริญญาโท ร้อยละ 28.6 และ
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	6	42.8
ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล	0	0.00
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4	28.6
บริษัทจำกัด	4	28.6
รวม	14	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ประเภทกิจการ ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา บริษัทจำกัด มีจำนวนเท่ากับ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 28.6

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจ

เงินลงทุนเริ่มต้น	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500,000 บาท	3	21.5
500,000 -1,000,000 บาท	1	7.1
1,000,001 -5,000,000 บาท	4	28.6
5,000,001-10,000,000 บาท	1	7.1
มากกว่า10,000,000 บาท	5	35.7
รวม	14	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจด้วยเงินลงทุนเริ่มต้น มากกว่า10,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา 1,000,001 -5,000,000 บาท ร้อยละ 28.6 และ ต่ำกว่า 500,000 บาท ร้อยละ 21.5

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 ปี	0	0.00
3-5 ปี	1	7.1
6-8 ปี	4	28.7
9-11 ปี	0	0.00
12-14 ปี	6	42.9
15-17 ปี	1	7.1
18-20 ปี	1	7.1
มากกว่า 20 ปี	1	7.1
รวม	14	100

จากตารางที่ 6 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 12 – 14 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา
ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 6-8 ปี ร้อยละ 28.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูงของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเหตุจูงใจในการประกอบธุรกิจ

เหตุจูงใจในการประกอบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นธุรกิจที่ได้รับผลตอบแทนสูง	3	21.4
สินค้าสามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้	5	35.7
เป็นธุรกิจที่ทำสืบต่อกันมาของตระกูล	4	28.6
มีความรู้ทางด้านเครื่องประดับอัญมณี	8	57.1
มีความถนัดในการทำธุรกิจจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี	5	35.7
เป็นธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยม	1	7.1
เป็นธุรกิจที่ช่วยแสดงสถานะทางสังคม	2	14.3
มีความสนใจเกี่ยวกับเครื่องประดับอัญมณี	7	50.0
ชอบเครื่องประดับอัญมณี	5	35.7
มีเครื่องประดับอัญมณีเป็นของสะสมจำนวนมาก	2	14.3
อื่นๆ	2	14.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนชวนลงทุนทำด้วยกัน ,ชอบการออกแบบ

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูงของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจในการประกอบธุรกิจ คือ มีความรู้ทางด้านเครื่องประดับอัญมณี คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา มีความสนใจเกี่ยวกับเครื่องประดับอัญมณี ร้อยละ 50.0 และสินค้าสามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้ มีจำนวนเท่ากับ มีความถนัดในการทำธุรกิจจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี และชอบเครื่องประดับอัญมณีร้อยละ 35.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละของผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูงของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ

ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	9	64.3
เคยแต่เลิกไปแล้ว	5	35.7
เคยและปัจจุบันยังคงทำอยู่	0	0.00
รวม	14	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูงส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาเคยแต่เลิกไปแล้ว ร้อยละ 35.7 ซึ่งธุรกิจที่เคยทำได้แก่ ค้าขายประเภทขนม เครื่องใช้ไฟฟ้า ธนาคาร สายการบิน ไม้แกะสลัก รับจ้างทั่วไป

ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการผลิต

การผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตเองทั้งหมด	2	14.3
ผลิตเองบางส่วน	9	64.3
ไม่ได้ผลิตเอง	3	21.4
รวม	14	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ผลิตเองบางส่วนคิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมา ไม่ได้ผลิตเอง ร้อยละ 21.4 และผลิตเองทั้งหมด ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกรรมวิธีในการผลิต

กรรมวิธีในการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตด้วยมือ	4	28.6
ผลิตโดยใช้เครื่องจักร	2	14.3
ผลิตด้วยมือส่วนมาก และใช้เครื่องจักรน้อย	7	50.0
ผลิตด้วยมือส่วนน้อย และใช้เครื่องจักรมาก	1	7.1
รวม	14	100

จากตารางที่ 10 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ผลิตด้วยมือส่วนมาก และใช้เครื่องจักรน้อย คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ผลิตด้วยมือ ร้อยละ 28.6 และ ผลิตโดยใช้เครื่องจักร ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	3	21.4
20-30 ปี	7	50.0
31-40 ปี	13	92.9
41-50 ปี	12	85.7
51-60 ปี	8	57.1
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	5	35.7

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 92.9 รองลงมาคือมีอายุ
41-50 ปี ร้อยละ 85.7 มีอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 57.1 และมีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบสินค้า

รูปแบบสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าสำหรับวัยรุ่น	8	57.1
สินค้าสำหรับใส่ไปทำงาน	8	57.1
สินค้าสำหรับใส่ออกงาน	10	71.4
สินค้าสำหรับผู้ที่จะหมั้น/แต่งงาน	13	92.9
สินค้าที่สวมใส่ได้ทุกโอกาส	13	92.9

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีรูปแบบสินค้าเป็นสินค้าสำหรับผู้ที่จะหมั้น/แต่งงาน และสินค้าที่
สวมใส่ได้ทุกโอกาส มีจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 92.9 รองลงมา สินค้าสำหรับใส่ออกงาน
ร้อยละ 71.4 และสินค้าสำหรับวัยรุ่น มีจำนวนเท่ากับ สินค้าสำหรับใส่ไปทำงาน ร้อยละ 57.1
ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรูปแบบสินค้าที่ขายควบคู่กับเครื่องประดับ

รูปแบบสินค้าที่ขายควบคู่กับเครื่องประดับ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	2	14.3
ทองรูปพรรณ	5	35.7
พระเลี่ยมทอง	6	42.9
นาฬิกา	3	21.4
สร้อยลูกปัดหิน	4	28.6
อื่นๆ	2	14.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ เครื่องเงิน พลอย เพชรรวंगไม่ได้เข้าตัวเรือน

จากตารางที่ 13 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีรูปแบบสินค้าที่ขายควบคู่กับเครื่องประดับอัญมณีเป็นพระเลี่ยมทอง คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ ทองรูปพรรณ ร้อยละ 35.7 และสร้อยลูกปัดหิน ร้อยละ 28.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการสังกัดสมาชิก

การสังกัดสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
สมาคมพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมไทยจังหวัดเชียงใหม่	0	0.00
สมาคมผู้ค้าทองจังหวัดเชียงใหม่	1	7.1
ศูนย์ส่งเสริม SMEs	1	7.1
หอการค้า	5	35.7
ชมรมผู้ค้าอัญมณี และเครื่องประดับมาตรฐาน (Jewel Fest Club)	3	21.4
อื่นๆ	6	42.9

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ สมาคมสตรีนักธุรกิจแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ (1 ราย)
และไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มใดๆ (4 ราย) สมาคมผู้ค้าทองกรุงเทพ (1 ราย)

จากตารางที่ 14 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม อื่นๆซึ่งได้แก่ สมาคมสตรีนักธุรกิจแห่งประเทศไทย
สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ (1 ราย)และไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มใดๆ (4 ราย)
สมาคมผู้ค้าทองกรุงเทพ (1 ราย) คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ หอการค้า ร้อยละ 35.7 และ
ชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับมาตรฐาน (Jewel Fest Club) ร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามยอดขายปี 2548 เปรียบเทียบกับปี 2547

ยอดขายปี 2548 เปรียบเทียบกับปี 2547	จำนวน	ร้อยละ
ปี 2548 เพิ่มขึ้นจากปี 2547	3	21.4
ปี 2548 ลดลงจากปี 2547	8	57.2
ปี 2548 เท่ากับปี 2547	3	21.4
รวม	14	100

หมายเหตุ : ปี 2548 เพิ่มขึ้นจากปี 2547 จำนวน 5% 25% และ 30% 1 รายเท่ากัน

ปี 2548 ลดลงจากปี 2547 จำนวน 5% 20% 50% 1 ราย เท่ากัน 10% 2 ราย และ 30% 3 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ยอดขายปี 2548 เปรียบเทียบกับปี 2547 ส่วนใหญ่ปี 2548 ลดลงจากปี 2547 คิดเป็นร้อยละ 57.2 และปี 2548 เพิ่มขึ้นจากปี 2547 มีจำนวนเท่ากับ ปี 2548 เท่ากับปี 2547 ร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามแนวโน้มยอดขายปี 2549 เปรียบเทียบกับปี 2548

แนวโน้มยอดขายปี 2549 เปรียบเทียบกับปี 2548	จำนวน	ร้อยละ
ปี 2549 เพิ่มขึ้นจากปี 2548	10	71.5
ปี 2549 ลดลงจากปี 2548	3	21.4
ปี 2549 เท่ากับปี 2548	1	7.1
รวม	14	100

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่คาดว่าแนวโน้มยอดขายปี 2549 เปรียบเทียบกับปี 2548 จะเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาคือ ลดลง ร้อยละ 21.4 และปี 2549 เท่ากับปี 2548 ร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การประเมินความสำเร็จประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่าย
เครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่
(จากผู้ประกอบการทั้งหมด 14 ราย)

ตารางที่ 17 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตัวชี้วัดความสำเร็จ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	จำนวน	ร้อยละ
ยอดขาย	12	85.7
ผลกำไร	7	50.0
การขยายสาขา การเพิ่มกำลังการผลิต	2	13.4
ส่วนแบ่งการตลาด	2	13.4
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	7	50.0
ความพึงพอใจของลูกค้า	13	92.9
อัตราการเข้าออกของพนักงาน	0	0.0
ภาพลักษณ์ขององค์กร	4	28.6
จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกสู่ตลาด	4	28.6
ผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์ใหม่	0	0.0
ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ต่อไปได้	8	57.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ใช้ตัวชี้วัดความสำเร็จ ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 92.9
รองลงมาคือ ยอดขาย ร้อยละ 85.7 และธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ต่อไปได้ ร้อยละ 57.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 จำนวน และร้อยละของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามความสำเร็จ

ความสำเร็จ	จำนวน	ร้อยละ
ประสบความสำเร็จ	13	92.9
ไม่ประสบความสำเร็จ	1	7.1
รวม	14	100

จากตารางที่ 18 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่คิดว่าการดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 92.9 และ
ไม่ประสบความสำเร็จ ร้อยละ 7.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 13 ราย)

ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จในการดำเนิน
ธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
ด้านการจัดการ						
ความรู้ความสามารถในการวางแผน	6 (46.2)	6 (46.2)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 มาก
การเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผน	4 (30.8)	5 (38.5)	3 (23.1)	1 (7.7)	0 (0.0)	3.92 มาก
กำหนดเป้าหมายชัดเจน	3 (23.1)	7 (53.8)	2 (15.4)	1 (7.7)	0 (0.0)	3.92 มาก
ความเหมาะสมของโครงสร้างองค์กร	2 (15.4)	6 (46.2)	3 (23.1)	0 (0.0)	2 (15.4)	3.46 ปานกลาง
ความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร	3 (23.1)	7 (53.8)	1 (7.7)	1 (7.7)	1 (7.7)	3.77 มาก
วัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ การให้ความสำคัญกับลูกค้า	10 (76.9)	2 (15.4)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62 มากที่สุด
การประสานงานฝ่ายต่างๆขององค์กร	4 (30.8)	5 (38.5)	3 (23.1)	1 (7.7)	0 (0.0)	3.92 มาก
การจัดคนให้เหมาะสมกับงาน	1 (7.7)	6 (46.2)	6 (46.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31 มาก
การพัฒนาบุคลากร	5 (38.5)	6 (46.2)	1 (7.7)	0 (0.0)	1 (7.7)	4.08 มาก
การบริหารค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจ	3 (23.1)	7 (53.8)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 มาก

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
ภาวะผู้นำของผู้บริหาร	7 (53.8)	5 (38.5)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46 มาก
การมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสของผู้ประกอบการ	6 (46.2)	7 (53.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46 มาก
ปรัชญาและแนวคิดของผู้ประกอบการ	5 (38.5)	7 (53.8)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31 มาก
ผู้จัดการสามารถสื่อสารสร้างความเข้าใจกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร	4 (30.8)	8 (61.5)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 มาก
ความยืดหยุ่นและความรวดเร็วในการบริหาร	4 (30.8)	8 (61.5)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 มาก
ความสามารถในการจัดการความขัดแย้งภายในองค์กร	3 (23.1)	7 (53.8)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 มาก
ความเหมาะสมของการติดตามควบคุม	4 (30.8)	4 (30.8)	5 (38.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 มาก
ด้านการผลิต						
ความสามารถในการออกแบบงานให้เหมาะสมกับช่าง (มอบหมายงานให้ตรงตามความถนัด)	7 (53.8)	6 (46.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.54 มากที่สุด
มีการกำหนดเวลามาตรฐานในการทำงาน	5 (38.5)	6 (46.2)	2 (15.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 มาก
มีการวัดการทำงานที่เหมาะสม	4 (30.8)	6 (46.2)	2 (15.4)	1 (7.7)	0 (0.0)	4.00 มาก
มีความสามารถในการบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์โรงงาน	2 (15.4)	4 (30.8)	5 (38.5)	2 (15.4)	0 (0.0)	3.46 ปานกลาง
มีความสามารถในการคาดคะเนความต้องการการของลูกค้าน	5 (38.5)	7 (53.8)	0 (0.0)	1 (7.7)	0 (0.0)	4.23 มาก
ความยืดหยุ่นในกำลังการผลิตที่จะลดหรือเพิ่มให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	2 (15.4)	10 (76.9)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 มาก

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
การวางผังสิ่งอำนวยความสะดวกเหมาะสม	2 (15.4)	5 (38.5)	5 (38.5)	1 (7.7)	0 (0.0)	3.62 มาก
ต้นทุนในการผลิตต่ำ	3 (23.1)	3 (23.1)	5 (38.5)	2 (15.4)	0 (0.0)	3.54 มาก
มีแหล่งวัตถุดิบที่ดี ราคาถูก	4 (30.8)	6 (46.2)	1 (7.7)	2 (15.4)	0 (0.0)	3.92 มาก
สินค้าคงคลังมีปริมาณเหมาะสม	2 (15.4)	9 (69.2)	1 (7.7)	1 (7.7)	0 (0.0)	3.92 มาก
การกำหนดตารางการผลิตเหมาะสม	2 (15.4)	7 (53.8)	3 (23.1)	1 (7.7)	0 (0.0)	3.77 มาก
การส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าตรง ต่อเวลา รวดเร็ว	10 (76.9)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77 มากที่สุด
คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน ตรงกับความ ต้องการของลูกค้า	11 (84.6)	2 (15.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.85 มากที่สุด
ด้านการตลาด						
1. ผลิตภัณฑ์						
สินค้ามีคุณภาพ	11 (84.6)	2 (15.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.85 มากที่สุด
รูปแบบที่ทันสมัยของเครื่องประดับอัญมณี	9 (69.2)	4 (30.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.69 มากที่สุด
รูปแบบที่สวยงามของเครื่องประดับอัญมณี	10 (76.9)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77 มากที่สุด
รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องประดับ อัญมณี	8 (61.5)	5 (38.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62 มากที่สุด
มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	8 (61.5)	4 (30.8)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.54 มากที่สุด

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
สามารถรับทำเครื่องประดับได้ตรงตามคำสั่ง ของลูกค้า	10 (76.9)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77 มากที่สุด
ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก(แบรนด์ดีติดตลาดแล้ว)	4 (30.8)	4 (30.8)	5 (38.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 มาก
มีความสามารถในการออกแบบหีบห่อหรือ บรรจุภัณฑ์ที่มี ความสวยงาม	2 (15.4)	7 (53.8)	3 (23.1)	1 (7.7)	0 (0.0)	3.77 มาก
มีการปรับเปลี่ยนหรือคืนเครื่องประดับอัญมณี	4 (30.8)	6 (46.2)	2 (15.4)	1 (7.7)	0 (0.0)	4.00 มาก
มีการออกไปรับประกันสินค้า	6 (46.2)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 มาก
มีบริการหลังการขายเช่น รับทำความสะอาด ชุบ ตัด ขยาย	8 (61.5)	2 (15.4)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 มาก
2. ราคา						
ราคาที่ถูกกว่าคู่แข่ง	1 (7.7)	6 (46.2)	5 (38.5)	1 (7.7)	0 (0.0)	3.54 มาก
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	8 (61.5)	5 (38.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62 มากที่สุด
ราคาสามารถต่อรองได้	2 (15.4)	6 (46.2)	5 (38.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.77 มาก
สินค้ามีให้เลือกหลายระดับราคา	3 (23.1)	7 (53.8)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 มาก
ลดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้าย	2 (15.4)	4 (30.8)	6 (46.2)	1 (7.7)	0 (0.0)	3.46 ปานกลาง
มีการให้ส่วนลดเงินสด	2 (15.4)	3 (23.1)	5 (38.5)	2 (15.4)	1 (7.7)	3.23 ปานกลาง
มีการให้บริการผ่อนชำระสินค้า	1 (7.7)	2 (15.4)	2 (15.4)	5 (38.5)	3 (23.1)	2.46 น้อย

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
3.การจัดจำหน่าย						
ร้านค้าตั้งอยู่ในศูนย์การค้าที่สะดวกในการเดินทาง	6 (46.2)	3 (23.1)	3 (23.1)	1 (7.7)	0 (0.0)	4.38 มาก
มีเครือข่ายในการจัดจำหน่ายอย่างกว้างขวาง	1 (7.7)	4 (30.8)	4 (30.8)	2 (15.4)	2 (15.4)	3.00 ปานกลาง
มีพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น บริษัททัวร์ สถาบันเสริมความงาม ร้านถ่ายรูปแต่งงาน เป็นต้น	0 (0.0)	4 (30.8)	3 (23.1)	2 (15.4)	4 (30.8)	2.54 ปานกลาง
4. การส่งเสริมการตลาด						
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	2 (15.4)	1 (7.7)	7 (53.8)	2 (15.4)	1 (7.7)	3.08 ปานกลาง
มีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	3 (23.1)	4 (30.8)	4 (30.8)	1 (7.7)	1 (7.7)	3.54 มาก
การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เช่น มีการลุ้นรับรางวัลการร่วมกิจกรรมต่างๆ	2 (15.4)	2 (15.4)	7 (53.8)	1 (7.7)	1 (7.7)	3.23 ปานกลาง
5. ด้านบุคคล						
พนักงานขายมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ	8 (61.5)	5 (38.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62 มากที่สุด
พนักงานให้บริการที่น่าประทับใจ	10 (76.9)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77 มากที่สุด
มีนักอัญมณีที่มีความรู้ประจำร้าน	4 (30.8)	6 (46.2)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 มาก
มีนักออกแบบที่มีความสามารถอยู่ประจำร้าน	6 (46.2)	3 (23.1)	3 (23.1)	1 (7.7)	0 (0.0)	4.00 มาก
พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจ	9 (69.2)	4 (30.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.69 มากที่สุด

ปัจจัยความสำเร็จ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)	
6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ						
สามารถทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและไว้วางใจ เช่น มั่นใจว่าเป็นของแท้ วัตถุดิบที่นำมาสั่งทำไม่ถูก เปลี่ยน	11 (84.6)	2 (15.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.85 มากที่สุด
เป็นสมาชิกชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ มาตรฐาน(Jewel Fest Club)	4 (30.8)	1 (7.7)	3 (23.1)	3 (23.1)	2 (15.4)	3.15 ปานกลาง
ภาพลักษณ์ของกิจการ	8 (61.5)	5 (38.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62 มากที่สุด
เจ้าของกิจการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	5 (38.5)	4 (30.8)	3 (23.1)	1 (7.7)	0 (0.0)	4.00 มาก
มีรูปแบบร้านที่สวยงาม ทันสมัย สะอาดตา	6 (46.2)	7 (53.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46 มาก
7. กระบวนการ						
มีการบริการนอกสถานที่	2 (15.4)	3 (23.1)	5 (38.5)	2 (15.4)	1 (7.7)	3.23 ปานกลาง
บริการที่รวดเร็วทันใจลูกค้า	8 (61.5)	4 (30.8)	1 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.54 มากที่สุด
ด้านการเงิน						
ความสามารถในการคาดการณ์ความต้องการ เงินทุน	2 (15.4)	5 (38.5)	4 (30.8)	1 (7.7)	1 (7.7)	3.46 ปานกลาง
การจัดหาเงินทุนมาอย่างมีประสิทธิภาพ	2 (15.4)	6 (46.2)	4 (30.8)	0 (0.0)	1 (7.7)	3.62 มาก
การจัดสรรเงินทุนไปอย่างมีประสิทธิภาพ	2 (15.4)	7 (53.8)	2 (15.4)	1 (7.7)	1 (7.7)	3.62 มาก

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดการที่ทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ได้แก่ภาวะผู้นำผู้บริหาร และการมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสของผู้ประกอบการ มีระดับความสำคัญเท่ากันอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.46) และความรู้ความสามารถในการวางแผน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการผลิต ที่ทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.85) รองลงมา ได้แก่ การส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าตรงต่อเวลา รวดเร็ว มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.77) และความสามารถในการออกแบบงานให้เหมาะสมกับช่าง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.54) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการตลาด ที่ทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดของแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.85) รูปแบบที่สวยงามของเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 4.77) สามารถรับทำเครื่องประดับได้ตรงตามคำสั่งของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.77) รูปแบบที่ทันสมัยของเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 4.69) รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 4.62) และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.54) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.62)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ร้านค้าตั้งอยู่ในศูนย์การค้าที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ปัจจัยด้านบุคคล มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการที่น่าประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 4.77) พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจ (ค่าเฉลี่ย 4.69) และพนักงานขายมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.62) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและไว้วางใจ เช่น มั่นใจว่าเป็นของแท้ วัตถุประสงค์ที่นำมาสั่งทำไม่ถูกเปลี่ยน(ค่าเฉลี่ย 4.85) และภาพลักษณ์ของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.62) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการที่รวดเร็วทันใจ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ปัจจัยด้านการเงิน ที่ทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง ส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ การจัดหาเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดสรรเงินทุนไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีระดับความสำคัญเท่ากันอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา ความสามารถในการคาดการณ์ความต้องการเงินทุน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวน และร้อยละ ระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ อัญมณี
ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย ความสำเร็จด้าน	ระดับความสำคัญ				ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)		
การจัดการ	3 (23.1)	1 (7.7)	6 (46.2)	3 (23.1)	3.00	4
การผลิต	1 (7.7)	6 (46.2)	3 (23.1)	3 (23.1)	3.10	3
การตลาด	6 (46.2)	3 (23.1)	2 (15.4)	2 (15.4)	3.90	1
การเงิน	3 (23.1)	3 (23.1)	2 (15.4)	5 (38.5)	3.20	2

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ประกอบการระดับเจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูง
ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มี
ความเห็นว่างปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญเป็น ลำดับที่ 1 คือ ด้านการตลาด
มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.90 รองลงมา ลำดับที่ 2 ด้านการเงิน ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.20 ลำดับที่ 3
ด้านการผลิต ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.10 และลำดับที่ 4 ด้านการจัดการ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.00
ตามลำดับ

ปัจจัยความสำเร็จอื่นๆ ได้แก่ เจ้าของร้านเป็นผู้ที่กว้างขวาง ทำงานในสังคม เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี
ในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (จากผู้ประกอบการทั้งหมด 14 ราย)

ตารางที่ 21 จำนวน และร้อยละ ลำดับของปัญหาในการดำเนินธุรกิจ อัญมณี ในศูนย์การค้า ใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ	ระดับปัญหา				ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก	ลำดับ ที่
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)		
ด้านการจัดการ	2 (15.4)	4 (30.8)	4 (30.8)	3 (23.1)	3.10	3
ด้านการผลิต	5 (38.5)	5 (38.5)	2 (15.4)	1 (7.7)	4.00	1
ด้านการตลาด	4 (30.8)	2 (15.4)	3 (23.1)	4 (30.8)	3.20	2
ด้านการบัญชีและการเงิน	2 (15.4)	2 (15.4)	4 (30.8)	5 (38.5)	2.70	4

จากตารางที่ 21 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ มากที่สุด ลำดับที่ 1 ด้านการผลิต
มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.00 รองลงมา ลำดับที่ 2 คือ ปัญหาด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.20
ลำดับที่ 3 คือ ปัญหาด้านการจัดการ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.10 และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการบัญชี
และการเงิน โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการจัดการที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	3	21.4
ไม่มีการวางแผนงาน	0	0.0
แผนงานมีวัตถุประสงค์กำหนดไว้ไม่ชัดเจน	5	35.7
มีการวางแผนการทำงานแต่ไม่มีการนำมาปฏิบัติ	5	35.7
ขาดความชำนาญในการวางแผน	4	28.6
แผนงานที่วางไว้ไม่มีการปรับปรุงให้เข้ากับสถานการณ์	0	0.0
การวางแผนไม่ได้รับความร่วมมือจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง	5	35.7

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 พบว่า ด้านการจัดการ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน ร้อยละ 21.4 ของร้าน
จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาค่อนข้างใหญ่ที่ประสบ คือ แผนงานมีวัตถุประสงค์
กำหนดไว้ไม่ชัดเจน มีการวางแผนการทำงานแต่ไม่มีการนำมาปฏิบัติ และการวางแผนไม่ได้รับความ
ร่วมมือจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาได้แก่ ขาดความ
ชำนาญในการวางแผนร้อยละ 28.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการจัดการที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ
องค์กร

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
ไม่มีการจัดโครงสร้างขององค์กร	3	21.5
การจัดโครงสร้างขององค์กรไม่มีความเหมาะสม	0	0.0
กำหนดลักษณะงานและความรับผิดชอบไม่สอดคล้องกับตำแหน่งงาน	1	7.1
ไม่มีการระบุขอบเขตหน้าที่งาน	1	7.1
การระบุขอบเขตหน้าที่งานไม่ชัดเจน	2	14.3
รูปแบบของการแบ่งสายการบังคับบัญชาไม่ชัดเจน	1	7.1
ผู้บังคับบัญชาไม่สามารถควบคุมการปฏิบัติงานได้อย่างทั่วถึง	0	0.0

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 พบว่า ด้านการจัดการ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์กร ร้อยละ 42.9 ของ
ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ไม่มีการจัดโครงสร้างของ
องค์กร คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมาได้แก่ การระบุขอบเขตหน้าที่งานไม่ชัดเจน ร้อยละ 14.3 และ
กำหนดลักษณะงานและความรับผิดชอบไม่สอดคล้องกับตำแหน่งงาน มีจำนวนเท่ากับ ไม่มีการ
ระบุขอบเขตหน้าที่งาน และรูปแบบของการแบ่งสายการบังคับบัญชาไม่ชัดเจน ร้อยละ 7.1
ตามลำดับ

ตารางที่ 24 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการจัดการที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ
งานบุคคล

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการงานบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	7	50
ขาดแคลนแรงงานฝีมือ	3	21.4
พนักงานหยุดงานบ่อย	0	0.0
พนักงานลาออกบ่อย	0	0.0
ขาดการฝึกอบรมพนักงาน	4	28.6
พนักงานไม่มีความขยัน	2	14.3
พนักงานไม่มีความอดทน	1	7.1
พนักงานไม่มีความซื่อสัตย์	1	7.1
พนักงานขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	3	21.4
พนักงานขาดประสบการณ์ทำให้เสียเวลาฝึกอบรม	2	14.3
ค่าจ้างและเงินเดือนไม่สามารถจูงใจให้พนักงานทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	2	14.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 24 พบว่า ด้านการจัดการ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการงานบุคคล ร้อยละ 50.0
ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ขาดการฝึกอบรมพนักงาน
คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาได้แก่ปัญหาขาดแคลนแรงงานฝีมือ มีจำนวนเท่ากับ พนักงานขาด
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ร้อยละ 21.4 และพนักงานไม่มีความขยัน มีจำนวนเท่ากับ พนักงาน
ขาดประสบการณ์ทำให้เสียเวลาฝึกอบรม และค่าจ้างและเงินเดือนไม่สามารถจูงใจให้พนักงาน
ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการจัดการที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการสั่งการ

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการสั่งการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
พนักงานขาดความเข้าใจในการรับคำสั่ง	3	21.4
พนักงานไม่ให้ความร่วมมือ	3	21.4
พนักงานขาดความสนใจขณะสั่งการ	0	0.0
ผู้สั่งการสั่งงานไม่ชัดเจน	1	7.1
ผู้สั่งการขาดภาวะผู้นำที่ดี	1	7.1
ความขัดแย้งภายในองค์กร	1	7.1
การสื่อสารกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร	2	14.3
พนักงานขาดความศรัทธาหรือความนิยมในตัวหัวหน้าหรือผู้จัดการ	2	14.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 25 พบว่า ด้านการจัดการ ที่เกี่ยวข้องกับการสั่งการ ร้อยละ 42.9 ของร้าน
จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหามากที่สุดที่ประสบ คือ พนักงานขาดความเข้าใจใน
การรับคำสั่ง มีจำนวนเท่ากับ พนักงานไม่ให้ความร่วมมือ คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาได้แก่
ปัญหาการสื่อสารกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีจำนวนเท่ากับ พนักงานขาดความ
ศรัทธาหรือความนิยมในตัวหัวหน้าหรือผู้จัดการ ร้อยละ 14.3 และผู้สั่งการสั่งงานไม่ชัดเจน มี
จำนวนเท่ากับ ผู้สั่งการขาดภาวะผู้นำที่ดี และความขัดแย้งภายในองค์กร ร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการจัดการที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมงาน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
การกำหนดมาตรฐานงานไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่ชัดเจน	3	21.4
ขาดเครื่องมือที่มีคุณภาพในการควบคุม	0	0.0
การควบคุมต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง	0	0.0
สินค้าที่จำหน่ายมีลักษณะเล็ก ง่ายต่อการขโมย/สูญหาย	3	21.4
ระยะเวลาในการวัดผลไม่เหมาะสม (ดีเกินไป/นานเกินไปกว่าจะรู้ผล)	0	0.0

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 26 พบว่า ด้านการจัดการ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมงาน ร้อยละ 42.9 ของ
ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ การกำหนดมาตรฐานงาน
ไม่มีประสิทธิภาพ หรือไม่ชัดเจน และสินค้าที่จำหน่ายมีลักษณะเล็ก ง่ายต่อการขโมย/สูญหาย
จำนวนเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 21.4

ตารางที่ 27 จำนวน และร้อยละ ลำดับที่สำคัญ 3 ลำดับแรก ของปัญหาด้านการจัดการในการดำเนินธุรกิจ อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านการจัดการ	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	ไม่จัดลำดับ	ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
การวางแผน	3 (21.4)	2 (14.3)	1 (7.1)	8 (57.1)	2.33	1
การจัดการองค์การ	3 (21.4)	1 (7.1)	1 (7.1)	9 (64.3)	2.00	2
การจัดการงานบุคคล	3 (21.4)	1 (7.1)	1 (7.1)	9 (64.3)	2.00	2
การสั่งการ	2 (14.3)	0 (0.0)	2 (14.3)	10 (71.4)	1.33	4
การควบคุม	0 (0.0)	4 (18.6)	2 (14.3)	8 (57.1)	1.66	3

จากตารางที่ 27 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาด้านการจัดการ มากที่สุด ลำดับที่ 1 คือการวางแผน โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.33 รองลงมา ลำดับที่ 2 คือ การจัดการองค์การ และการจัดการงานบุคคล มีจำนวนเท่ากัน ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.00 และลำดับที่ 3 คือ การควบคุม ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 1.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการผลิต ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการ
ออกแบบการทำงาน การกำหนดมาตรฐานและการวัดงาน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบการทำงาน การกำหนดมาตรฐานและ การวัดงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	2	14.3
ช่างต้องทำงานอย่างเดิมทำให้เกิดความจำเจ ไม่กระตือรือร้น	1	7.1
ไม่มีการออกแบบงาน	0	0.0
การออกแบบงานไม่เหมาะสมกับช่าง	0	0.0
ขาดความปลอดภัยในการทำงาน	0	0.0
ช่างไม่มีความสุขในการทำงาน	0	0.0
ขาดการกำหนดเวลามาตรฐานในการทำงาน	1	7.1
การกำหนดเวลามาตรฐานในการทำงานทำได้ยากเนื่องจากชิ้นงานมี ความแตกต่างกันมาก	8	57.1
ช่างทำงานเสร็จช้ากว่ากำหนด	3	21.4
ช่างขาดความชำนาญ	1	7.1
ระยะเวลาที่ใช้ในการทำงานของช่างแตกต่างกัน	5	35.7

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 28 พบว่า ด้านการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบการทำงาน การกำหนด
มาตรฐานและการวัดงาน ร้อยละ 14.3 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาค่อนข้างใหญ่ที่ประสบ คือ การกำหนดเวลามาตรฐาน
ในการทำงานทำได้ยากเนื่องจากชิ้นงานมีความแตกต่างกันมาก คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาได้แก่
ระยะเวลาที่ใช้ในการทำงานของช่างแตกต่างกัน ร้อยละ 35.7 และช่างทำงานเสร็จช้ากว่ากำหนด
ร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการผลิต ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการ
บำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์และโรงงาน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์และโรงงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	7	50.0
อะไหล่ที่ใช้สำหรับซ่อมบำรุงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ	0	0.0
อะไหล่ที่ใช้สำหรับซ่อมบำรุงมีราคาแพง	1	7.1
ช่างไม่สามารถซ่อมเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ได้ด้วยตนเอง	2	14.3
เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ต้องใช้เวลาในการซ่อม	1	7.1
ค่าซ่อมเครื่องจักรหรืออุปกรณ์มีราคาสูง	0	0.0
ช่างขาดการเอาใจใส่ในการบำรุงรักษาเครื่องจักรหรืออุปกรณ์	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 พบว่า ด้านการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์และ
โรงงาน ร้อยละ 50.0 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาค่อนข้างใหญ่ที่ประสบ คือ ช่างไม่สามารถซ่อม
เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ได้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 14.3 รองลงมาได้แก่ อะไหล่ที่ใช้สำหรับซ่อม
บำรุงมีราคาแพง เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ต้องใช้เวลาในการซ่อม และ ช่างขาด-
การเอาใจใส่ในการบำรุงรักษาเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการผลิต ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการ
พยากรณ์อุปสงค์

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์อุปสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	5	35.7
ไม่มีการคาดคะเนความต้องการของผู้บริโภคโดยพนักงาน	3	21.4
พนักงานขายคาดคะเนผิดพลาด	1	7.1
ไม่มีการคาดคะเนความต้องการของผู้บริโภคโดยผู้บริหาร	1	7.1
เสียเวลาอันมีค่าของผู้บริหาร	1	7.1
ไม่มีการสำรวจรวบรวมข้อคิดเห็นจากลูกค้า	3	21.4
การสำรวจรวบรวมข้อคิดเห็นจากลูกค้าใช้เวลาและบุคลากรมาก	0	0.0
ไม่มีการพยากรณ์เชิงปริมาณ โดยอาศัยหลักเกณฑ์ทางสถิติ	2	14.3
ขาดพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการพยากรณ์เชิงปริมาณ	1	7.1
การคาดคะเนความต้องการของผู้บริโภคมีค่าไม่ใกล้เคียงความต้องการที่แท้จริง	2	14.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 พบว่า ด้านการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์อุปสงค์ ร้อยละ 35.7 ของ
ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ไม่มีการคาดคะเนความ
ต้องการของผู้บริโภคโดยพนักงาน และไม่มีการสำรวจรวบรวมข้อคิดเห็นจากลูกค้า มีจำนวน
เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาได้แก่ ไม่มีการพยากรณ์เชิงปริมาณ โดยอาศัยหลักเกณฑ์
ทางสถิติ และการคาดคะเนความต้องการของผู้บริโภคมีค่าไม่ใกล้เคียงความต้องการที่แท้จริง
มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการผลิต ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน
กำลังการผลิต

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกำลังการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	3	21.4
ไม่มีการวางแผนการผลิต	5	35.7
ผลิตได้เกินความต้องการ	1	7.1
ไม่สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการ	3	21.4
เครื่องจักร เครื่องมือ ล้าสมัย เก่า เสื่อม และชำรุด	2	14.3
เครื่องจักรมากเกินความต้องการในการผลิต	1	7.1
เครื่องจักรน้อยเกินความต้องการในการผลิต	0	0.0
ช่างฝีมือแรงงานมีจำนวนมากเกินไป	0	0.0
ขาดแคลนช่างฝีมือแรงงาน	5	35.7
เกิดการแย่งตัวช่างฝีมือแรงงาน	2	14.3
ขาดแคลนนักออกแบบเครื่องประดับ	1	7.1
เกิดการแย่งตัวนักออกแบบ	0	0.0
การจ้างร้านอื่นทำการผลิตแทนทำให้ยากต่อการวางแผนการผลิต	3	21.4

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 31 พบว่า ด้านการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกำลังการผลิต ร้อยละ 21.4
ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาค่อนข้างใหญ่ที่ประสบ คือ ไม่มีการวางแผนการผลิต
และขาดแคลนช่างฝีมือแรงงาน มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาประสบปัญหาเรื่อง
ไม่สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการ และ การจ้างร้านอื่นทำการผลิตแทน (ไม่ได้ผลิตเอง)
ทำให้ยากต่อการวางแผนการผลิต มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 21.4 และ เครื่องจักร เครื่องมือ ล้าสมัย
เก่า เสื่อม และชำรุด มีจำนวนเท่ากับ เกิดการแย่งตัวช่างฝีมือแรงงาน ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการผลิต ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการวางผัง
สิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการวางผังสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	7	50.0
พื้นที่มีจำกัด	1	7.1
ขาดความรู้ในการวางผัง	1	7.1
การวางผังค้าปลีกและบริการไม่เหมาะสม	2	14.3
การวางผังสำนักงานไม่เหมาะสมทำให้ปฏิบัติงาน ไม่สะดวก ค่าเช่า	0	0.0
การวางผังคลังสินค้าไม่เหมาะสมทำให้ต้นทุนรวมในการผลิตสูง	1	7.1
การวางผังตามกระบวนการผลิตไม่เหมาะสมทำให้ต้นทุนการ เคลื่อนย้ายสูง	1	7.1
การวางผังตามผลิตภัณฑ์ไม่เหมาะสม ทำให้บุคลากรและเครื่องจักร ทำงาน ได้ช้า	0	0.0
ไม่มีการวางผัง	2	14.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 32 พบว่า ด้านการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการวางผังสิ่งอำนวยความสะดวกใน
การผลิต ร้อยละ 50.0 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ การวางผังค้าปลีกและบริการ
ไม่เหมาะสม เช่น การจัดพื้นที่วางสินค้าไม่เป็นที่สะดวกแก่ลูกค้า ลูกค้าไม่สะดวกในการซื้อ และ
ไม่มีการวางผัง มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.3 รองลงมาได้แก่ พื้นที่มีจำกัด ขาดความรู้ใน
การวางผัง การวางผังคลังสินค้าไม่เหมาะสมทำให้ต้นทุนรวมในการผลิตสูง และการวางผังตาม
กระบวนการผลิต ไม่เหมาะสมทำให้ต้นทุนการเคลื่อนย้ายสูง มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการผลิต ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร
วัสดุ

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารวัสดุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	1	7.1
วัตถุดิบประเภทอัญมณีมีราคาสูง เช่น เพชรร่วง พลอยร่วง	7	50.0
ขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบประเภทอัญมณี	0	0.0
แหล่งวัตถุดิบประเภทอัญมณีอยู่ไกลต้องใช้ระยะเวลาในการจัดซื้อ	3	21.4
มีความเสี่ยงในการซื้ออัญมณีปลอมและลอกเลียนแบบ	2	14.3
วัตถุดิบประเภทโลหะมีค่ามีราคาสูง เช่น ทองคำ	8	57.1
ขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบประเภทโลหะมีค่า เช่น ทองคำ	2	14.3
ไม่มีอำนาจต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบประเภทอัญมณี	1	7.1
ไม่มีอำนาจต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบประเภทโลหะมีค่า เช่น ทองคำ	0	0.0
การนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมีความยุ่งยาก	0	0.0
การนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมีราคาสูง	1	7.1
การสั่งทำเครื่องประดับเพื่อนำมาจำหน่ายใช้ระยะเวลานาน	1	7.1
ต้นทุนในการสั่งทำเครื่องประดับเพื่อนำมาจำหน่ายมีราคาสูง	6	42.9
ต้นทุนในการจัดซื้อสินค้าสำเร็จรูปมีราคาสูง	3	21.4

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 33 พบว่า ด้านการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารวัสดุ ร้อยละ 50.0 ของร้าน
จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ วัตถุดิบประเภทโลหะมีค่ามี
ราคาสูง เช่น ทองคำ คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาได้แก่ วัตถุดิบประเภทอัญมณีมีราคาสูง เช่น
เพชรร่วง พลอยร่วง ร้อยละ 50.0 และต้นทุนในการสั่งทำเครื่องประดับเพื่อนำมาจำหน่ายมีราคาสูง
ร้อยละ 42.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการผลิต ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร
สินค้าคงคลัง

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสินค้าคงคลัง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
สินค้าคงคลังมีปริมาณ และมูลค่ามากเกินไป (สินค้าล้นสต็อก)	2	14.3
สินค้าคงคลังมีปริมาณ และมูลค่าน้อยเกินไป (สินค้าขาดสต็อก)	5	35.7

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 34 พบว่า ด้านการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสินค้าคงคลัง ร้อยละ 42.9
ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ สินค้าคงคลังมีปริมาณ และ
มูลค่าน้อยเกินไป (สินค้าขาดสต็อก) คิดเป็นร้อยละ 35.7 และสินค้าคงคลังมีปริมาณ และมูลค่ามาก
เกินไป (สินค้าล้นสต็อก) ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการผลิต ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนด
ตารางการผลิต

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดตารางการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
ไม่มีการกำหนดตารางการผลิต	4	28.6
เครื่องจักร ไม่ได้ถูกใช้งานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	0	0.0
การกำหนดตารางการผลิตไม่เหมาะสมทำให้ช่างขาดความต่อเนื่องใน การทำงาน เช่น ช่างฝั่งต้องรองานจากช่างรูป	4	28.6
ไม่ได้ทำการผลิตเอง ทำให้ไม่สามารถกำหนดตารางการผลิตได้	2	14.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 35 พบว่า ด้านการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดตารางการผลิต ร้อยละ
42.9 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มี
ปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ไม่มีการกำหนดตารางการ
ผลิต และการกำหนดตารางการผลิตไม่เหมาะสมทำให้ช่างขาดความต่อเนื่องในการทำงาน เช่น
ช่างฝั่งต้องรองานจาก ช่างรูป มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และไม่ได้ทำการผลิตเอง ทำให้
ไม่สามารถกำหนดตารางการผลิตได้ ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการผลิต ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร
และควบคุมคุณภาพ

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและควบคุมคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	7	50.0
ยังไม่มีระบบควบคุมคุณภาพ	1	7.1
การกำหนดคุณภาพเสียค่าใช้จ่ายสูง	0	0.0
การกำหนดคุณภาพใช้ระยะเวลามาก	0	0.0
ไม่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน	0	0.0
การควบคุมคุณภาพสินค้าไม่เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า	2	14.3
ไม่ได้ผลิตเอง ทำให้การควบคุมคุณภาพสินค้าปฏิบัติได้ยาก	2	14.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 36 พบว่า ด้านการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและควบคุมคุณภาพ ร้อย
ละ 50.0 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มี
ปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ การควบคุมคุณภาพสินค้า
ไม่เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า และไม่ได้ผลิตเอง ทำให้การควบคุมคุณภาพสินค้าปฏิบัติได้ยาก
มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.3 รองลงมาได้แก่ ยังไม่มีระบบควบคุมคุณภาพ ร้อยละ 7.1
ตามลำดับ

ตารางที่ 37 จำนวน และร้อยละ ลำดับที่สำคัญ 3 ลำดับแรก ของปัญหาด้านการผลิตในการดำเนินธุรกิจ อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านการผลิต	ระดับความสำคัญ				ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	ลำดับที่ 1 (ร้อยละ)	ลำดับที่ 2 (ร้อยละ)	ลำดับที่ 3 (ร้อยละ)	ไม่จัดลำดับ (ร้อยละ)		
การพยากรณ์อุปสงค์ (ความต้องการ)	2 (14.3)	1 (7.1)	0 (0.0)	11 (78.6)	1.33	3
การวางแผนกำลังการผลิต	3 (21.4)	1 (7.1)	1 (7.1)	9 (64.3)	2.00	1
การวางแผนสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต	1 (7.1)	1 (7.1)	0 (0.0)	12 (85.7)	0.83	5
การออกแบบการทำงาน การกำหนดมาตรฐานและการวัดงาน	2 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (85.7)	1.00	4
การบริหารวัสดุ	1 (7.1)	3 (21.4)	0 (0.0)	10 (71.4)	1.50	2
การบริหารสินค้าคงคลัง	1 (7.1)	0 (0.0)	3 (21.4)	10 (71.4)	1.00	4
การกำหนดตารางการผลิต	0 (0.0)	3 (21.4)	2 (14.3)	9 (64.0)	1.33	3
การบำรุงรักษาเครื่องจักร อุปกรณ์และโรงงาน	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (7.1)	14 (93.3)	0.17	7
การบริหารและควบคุมคุณภาพ	1 (7.1)	0 (0.0)	1 (7.1)	12 (85.7)	0.67	6

จากตารางที่ 37 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาด้านการผลิต มากที่สุดที่เกี่ยวข้องกับ การวางแผนกำลังการผลิต มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.00 รองลงมาลำดับที่ 2 คือ การบริหารวัสดุ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 1.50 และลำดับที่ 3 คือ การพยากรณ์อุปสงค์ (ความต้องการ) และการกำหนดตารางการผลิต มีระดับปัญหาที่เท่ากัน มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 1.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการตลาด ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
คุณภาพต่ำไม่ได้มาตรฐาน	0	0.0
รูปแบบไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า	5	35.7
สินค้าไม่ทันสมัย	2	14.3
สินค้าล้าสมัยเร็ว	2	14.3
รูปแบบของสินค้าไม่หลากหลาย	2	14.3
ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก	2	14.3
หีบห่อบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูด	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 38 พบว่า ด้านการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 42.9 ของร้าน
จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ รูปแบบไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาได้แก่ สินค้าไม่ทันสมัย สินค้าล้าสมัยเร็ว รูปแบบของสินค้าไม่หลากหลาย และตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 14.3 และหีบห่อบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการตลาด ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับราคา

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับราคา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
ราคาสูงกว่าคู่แข่ง	1	7.1
มีการขายตัดราคากัน	2	14.3
ผู้ซื้อถูดราคา	6	42.9
ไม่มีนโยบายราคาที่แน่นอน	0	0.0
ปัญหาการตั้งราคาขายปลีก/ส่ง	1	7.1
ไม่มีการให้ส่วนลดเงินสด	0	0.0

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 39 พบว่า ด้านการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับราคา ร้อยละ 42.9 ของร้านจำหน่าย
เครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ผู้ซื้อถูดราคา คิดเป็น
ร้อยละ 42.9 รองลงมาได้แก่ ประสบปัญหา มีการขายตัดราคากัน ร้อยละ 14.3 และราคาสูงกว่า
คู่แข่ง มีจำนวนเท่ากับ ปัญหาการตั้งราคาขายปลีก/ส่ง ร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการตลาด ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการ
จัดจำหน่าย

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	4	28.6
ค่าเช่าที่บนห้างสรรพสินค้ามีราคาสูง	8	57.1
พื้นที่จำหน่ายมีจำกัด	4	28.6
ไม่มีบริเวณที่จัดไว้สำหรับต้อนรับลูกค้า	4	28.6
การจัดวางสินค้าและการจัดร้านไม่เหมาะสม	0	0.0
ตำแหน่งที่ตั้งบนห้างสรรพสินค้าไม่เหมาะสม	0	0.0
ค่าใช้จ่ายในการส่งมอบสินค้ามีราคาสูง	0	0.0
อื่นๆ	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้ามีคนเดินน้อย

จากตารางที่ 40 พบว่า ด้านการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่าย ร้อยละ 28.6
ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา
ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ค่าเช่าที่บนห้างสรรพสินค้า
มีราคาสูง คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาได้แก่ พื้นที่จำหน่ายมีจำกัด และไม่มีบริเวณที่จัดไว้สำหรับ
ต้อนรับลูกค้า มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 28.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการตลาด ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม
การตลาด

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	3	21.4
ไม่มีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	3	21.4
ไม่มีการโฆษณาภายนอกห้างสรรพสินค้า	5	35.7
การแข่งขันด้านการส่งเสริมการตลาดสูง (คู่แข่งมีมาก)	9	64.3
การส่งเสริมการตลาดไม่สามารถกระตุ้นการซื้อของลูกค้าได้	7	50.0
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสูง	3	21.4
สื่อที่ใช้ไม่มีประสิทธิภาพ	3	21.4
ไม่มีบริการหลังการขาย เช่น รับทำความสะอาด ซุป ตัด ขยาย เครื่องประดับอัญมณี	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 41 พบว่า ด้านการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 21.4
ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ การแข่งขันด้านการส่งเสริม
การตลาดสูง (คู่แข่งมีมาก) คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมา คือ การส่งเสริมการตลาดไม่สามารถ
กระตุ้นการซื้อของลูกค้าได้ ร้อยละ 50.0 และไม่มีการโฆษณาภายนอกห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 35.7
ตามลำดับ

ตารางที่ 42 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการตลาด ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือ
พนักงาน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
การบริการของพนักงานไม่สามารถจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการใหม่	1	7.1
พนักงานขาดความรู้เกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ	2	14.3
พนักงานขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	1	7.1
พนักงานไม่สามารถตอบคำถามลูกค้าได้ชัดเจน	3	21.4
พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	2	14.3
พนักงานไม่ทันต่อเหตุการณ์ เช่น ไม่ทราบแนวโน้มของเครื่องประดับ	3	21.4

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 42 พบว่า ด้านการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือพนักงาน ร้อยละ 42.9 ของ
ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ พนักงานไม่สามารถตอบ
คำถามลูกค้าได้ชัดเจน และพนักงานไม่ทันต่อเหตุการณ์ เช่น ไม่ทราบแนวโน้มของเครื่องประดับ
มีจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาได้แก่ พนักงานขาดความรู้เกี่ยวกับอัญมณีและ
เครื่องประดับ และพนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ มีจำนวนที่เท่ากัน ร้อยละ 14.3
และ การบริการของพนักงานไม่สามารถจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการใหม่ พนักงานขาด
มนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจำนวนที่เท่ากัน ร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการตลาด ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
ไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรได้	1	7.1
ผู้บริโภคมองว่าร้านที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าขายของแพงกว่าร้านที่ ไม่ได้อยู่ในห้าง	5	35.7
ไม่สามารถทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและไว้วางใจในการใช้บริการของทาง ร้านได้	2	14.3
ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย	2	14.3
อื่นๆ	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ คือ ลูกค้าไม่รู้จักคุณภาพสินค้า ทำให้เปรียบเทียบว่าราคาสูง

จากตารางที่ 43 พบว่า ด้านการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
กายภาพ ร้อยละ 42.9 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ผู้บริโภคมองว่าร้านที่อยู่ใน
ห้างสรรพสินค้าขายของแพงกว่าร้านที่ ไม่ได้อยู่ในห้าง คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาได้แก่
ไม่สามารถทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและไว้วางใจในการใช้บริการของทางร้านได้ และไม่มีระบบ
รักษาความปลอดภัย มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการตลาด ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับ
อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับ
กระบวนการ

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	10	71.1
การบริการไม่ทันใจลูกค้า ลูกค้าต้องมาขึ้นรอนาน	1	7.1
ไม่มีการบริการนอกสถานที่	1	7.1
การบริการไม่เสมอภาค	2	14.3
ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ	2	14.3
ไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ทันตามกำหนด	1	7.1
พนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 44 พบว่า ด้านการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ ร้อยละ 71.1 ของร้าน
จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ การบริการไม่เสมอภาค และ
ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ มีจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.3 รองลงมาได้แก่
การบริการไม่ทันใจลูกค้า ลูกค้าต้องมาขึ้นรอนาน ไม่มีการบริการนอกสถานที่ ไม่สามารถส่งมอบ
สินค้าได้ทันตามกำหนด และพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 7.1
ตามลำดับ

ตารางที่ 45 จำนวน และร้อยละ ลำดับที่สำคัญ 3 ลำดับแรก ของปัญหาด้านการตลาดในการดำเนินธุรกิจ อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ				ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	ลำดับที่ 1 (ร้อยละ)	ลำดับที่ 2 (ร้อยละ)	ลำดับที่ 3 (ร้อยละ)	ไม่จัดลำดับ (ร้อยละ)		
ผลิตภัณฑ์	2 (14.3)	0 (0.0)	2 (14.3)	10 (71.4)	1.33	4
ราคา	2 (14.3)	1 (7.1)	4 (28.6)	7 (50.0)	2.00	2
ช่องทางการจัดจำหน่าย	2 (14.3)	2 (14.3)	1 (7.1)	9 (64.3)	1.83	3
การส่งเสริมการตลาด	3 20.0	4 26.7	0 (0.0)	7 (50.0)	2.83	1
บุคคลหรือพนักงาน	1 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (92.9)	1.00	5
การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	0 (0.0)	2 (14.3)	1 (7.1)	11 (78.6)	0.83	6
กระบวนการ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0.00	7

จากตารางที่ 45 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาด้านการตลาด มากที่สุด ลำดับที่ 1 ที่เกี่ยวข้องกับ การส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.83 รองลงมา ลำดับที่ 2 คือ ราคา มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.00 และ ลำดับที่ 3 คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 1.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 จำนวนและร้อยละของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	7	50.0
ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการบัญชี	3	21.4
ไม่มีความรู้ด้านการบันทึกข้อมูลทางด้านการบัญชี	0	0.0
มาตรฐานระบบบัญชียังไม่มีผู้ตรวจสอบบัญชีรับรอง ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีสิทธิ ในการขอภาษีคืน	0	0.0
ขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญในคอมพิวเตอร์ ทำให้ไม่สามารถนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการประมวลข้อมูลทางบัญชี	3	21.4
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ไม่สามารถประยุกต์ใช้กับสินค้าได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากตัวสินค้ามีขนาดเล็ก และปริมาณมาก ไม่สะดวกในการปฏิบัติงาน	2	14.3
อื่นๆ	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ คือ จ้างพนักงานบัญชี

จากตารางที่ 46 พบว่า ด้านการบัญชี ร้อยละ 50.0 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการบัญชี และขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญในคอมพิวเตอร์ทำให้ไม่สามารถนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการประมวลข้อมูลทางบัญชี มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ไม่สามารถประยุกต์ใช้กับสินค้าได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากตัวสินค้ามีขนาดเล็ก และปริมาณมาก ไม่สะดวกในการปฏิบัติงาน ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงิน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	8	57.1
ขาดการวางแผนทางการเงินในเรื่องการลงทุน	2	14.3
ขาดการวางแผนทางการเงินในเรื่องการจัดหาเงินทุนระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี)	2	14.3
ขาดการวางแผนทางการเงินในเรื่องการจัดหาเงินทุนระยะยาว (มากกว่า 1 ปี)	3	21.4
ขาดระบบในการจัดทำงบการเงินที่ดี	1	7.1
ขาดข้อมูลที่ช่วยในการวางแผนทางการเงิน	1	7.1
ไม่มีการตรวจสอบการดำเนินงานเปรียบเทียบกับแผนที่วางไว้	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 47 พบว่า ด้านการเงิน ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงิน ร้อยละ 57.1 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ขาดการวางแผนทางการเงินในเรื่องการจัดหาเงินทุนระยะยาว (มากกว่า 1 ปี) คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาได้แก่ขาดการวางแผนทางการเงินในเรื่องการลงทุน และขาดการวางแผนทางการเงินในเรื่องการจัดหาเงินทุนระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 14.3 และ ขาดระบบในการจัดทำงบการเงินที่ดี ขาดข้อมูลที่ช่วยในการวางแผนทางการเงิน และ ไม่มีการตรวจสอบการดำเนินงานเปรียบเทียบกับแผนที่วางไว้ มีจำนวนเท่ากันร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเงินทุน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	7	50.0
อัตราดอกเบี้ยในการกู้เงินสูง	4	28.6
สถาบันการเงินไม่สนับสนุนเงินกู้	1	7.1
วงเงินที่ได้รับน้อย	1	7.1
มีเงินลงทุนน้อย	3	21.4
แหล่งเงินกู้หายาก	1	7.1
การจัดหาเงินทุนหมุนเวียนทำได้ยาก	1	7.1
ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน	2	14.3
รัฐไม่ส่งเสริมการจัดหาเงินทุน	0	0.0
สถาบันการเงินประเมินราคาหลักทรัพย์ต่ำ	1	7.1
หลักประกันที่ต้องใช้มีมูลค่าสูง ทำให้หลักทรัพย์ค้ำประกันไม่เพียงพอ	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 48 พบว่า ด้านการเงิน ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเงินทุน ร้อยละ 50.0 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาค่อนข้างใหญ่ที่ประสบ คือ อัตราดอกเบี้ยในการกู้เงินสูง คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาได้แก่มีเงินลงทุนน้อย ร้อยละ 21.4 และไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน ที่ประสบในร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสินทรัพย์หรือจัดสรรเงินทุน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสินทรัพย์หรือจัดสรรเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาด้านนี้	6	42.9
รายได้และยอดขายต่อวันลดลง	5	35.7
ขายได้เท่าเดิมแต่กำไรลดลงเรื่อยๆ	4	28.6
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูง	6	42.9
ระยะเวลาในการชำระหนี้สั้น	1	7.1
ขาดสภาพคล่องทางการเงิน เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ	3	21.4
การติดตามลูกหนี้ทำได้ยาก เช่น ลูกค้าเงินผ่อนไม่ยอมชำระเงิน	3	21.4
ได้รับเครดิตระยะเวลาในการชำระค่าวัสดุ/สินค้า สั้นเกินไป	2	14.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 49 พบว่า ด้านการเงิน ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสินทรัพย์หรือจัดสรรเงินทุน ร้อยละ 42.9 ของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีปัญหา

ในส่วนของผู้ตอบว่ามีปัญหา ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบ คือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูง คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาได้แก่ รายได้และยอดขายต่อวันลดลง คิดเป็น ร้อยละ 35.7 และขายได้เท่าเดิมแต่กำไรลดลงเรื่อยๆ ร้อยละ 28.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 จำนวน และร้อยละ ลำดับที่สำคัญ 3 ลำดับแรก ของปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน ในการดำเนินธุรกิจ อัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านการบัญชีและ การเงิน	ระดับความสำคัญ				ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	ลำดับ ที่
	ลำดับที่ 1 (ร้อยละ)	ลำดับที่ 2 (ร้อยละ)	ลำดับที่ 3 (ร้อยละ)	ไม่จัดลำดับ (ร้อยละ)		
การบัญชี	0 (0.0)	2 (14.3)	4 (28.6)	7 (50.0)	1.33	4
การวางแผนทางการเงิน	1 (7.1)	2 (14.3)	4 (28.6)	5 (35.7)	1.50	3
การจัดการเงินทุน	2 (14.3)	4 (28.6)	1 (7.1)	5 (35.7)	2.50	2
การบริหารสินทรัพย์ หรือจัดสรรเงินทุน	6 (42.9)	2 (14.3)	2 (14.3)	5 (35.7)	4.00	1

จากตารางที่ 50 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน มากที่สุด ลำดับที่ 1 คือ การบริหารสินทรัพย์หรือจัดสรรเงินทุน มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.00 รองลงมาลำดับที่ 2 คือ การจัดการเงินทุน มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 2.50 และลำดับที่ 3 คือ การวางแผนทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 จำนวน และร้อยละของปัญหาด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก ที่ประสบในร้านจำหน่าย
เครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
ภาวะเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ	12	85.7
ราคาน้ำมันแพง	13	92.9
เงินบาทอ่อนตัว	5	35.7
เงินเฟ้อ	4	28.6
การเปิดการค้าเสรีFTA	2	14.3
กฎระเบียบข้อบังคับจากภาครัฐเข้มงวด	2	14.3
ภาษีสูง	6	42.9
การหลอกลวงผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคไม่กล้าซื้อ	3	21.4
ขาดข้อมูลคู่แข่ง	1	7.1
ขาดข้อมูลลูกค้า	1	7.1
การแข่งขันสูง / คู่แข่งมาก	11	78.6
คู่แข่งรายใหม่เริ่มเข้ามาในธุรกิจนี้มากขึ้น	5	35.7
ผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองสูง	3	21.4
ลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูง	6	42.9
สินค้าทดแทน เช่น เครื่องประดับเทียม	8	57.1
ไม่มีปัญหาด้านนี้	1	7.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 51 พบว่า ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม มากที่สุดในเรื่อง ราคาน้ำมันแพง
คิดเป็นร้อยละ 92.9 รองลงมาคือ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ ร้อยละ 85.7 และการแข่งขันสูง/
คู่แข่งมาก ร้อยละ 78.6 ตามลำดับ