

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจเครื่องประดับอัญมณี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

THE FEASIBILITY STUDY ON BUSINESS INVESTMENT JEWELRY MUANG DISTRICT, UDONTHANI PROVINCE

ทัศนวรรณ ธนาประดิษฐ์¹
ดนัยพงศ์ เชษฐโชติศักดิ์²

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านเครื่องประดับอัญมณี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ในรูปแบบเป็นผู้ลงทุนเอง โดยดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด ด้านเทคนิค การจัดการ การเงิน โดยการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ สภาพแวดล้อมองค์กร คู่แข่งขัน สิ่งแวดล้อมภายใน ด้านงบการเงิน ผลตอบแทนในการลงทุนและการใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุด โดยวิธีการสุ่มแบบสะดวกจากกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรผู้สนใจเครื่องประดับอัญมณีในจังหวัดอุดรธานี จากผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการตลาด พบว่า ในส่วนของคุณภาพสินค้า ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า การจัดโปรโมชั่นลดพิเศษในช่วงเทศกาล และมีระบบการรักษาความปลอดภัย 2) ด้านเทคนิค พบว่า สถานที่ตั้งโครงการทำการเช่าอาคารพาณิชย์ โดยตัวอาคารตั้งติดกับถนน มองเห็นชัดเจน 3) ด้านการจัดการ พบว่า การคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถตรงตามตำแหน่งหน้าที่ ความรับผิดชอบและมีการให้อัตราผลตอบแทนที่จูงใจในการทำงาน อีกทั้งเจ้าของกิจการมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณี 4) ด้านการเงิน พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนกิจการนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการ 5 ปี สามารถคืนทุนในระยะเวลา 3 ปี 9 เดือน 29 วัน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิอยู่ที่ 3,124,645.44 บาท ผลตอบแทนจากการลงทุน 30.41% จากการศึกษาทั้งหมดนี้จะเห็นว่ามีความน่าสนใจและมีความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านเครื่องประดับอัญมณี

คำสำคัญ: การลงทุน เครื่องประดับอัญมณี พฤติกรรมผู้บริโภค

Abstract

The objective of this article was to study the investment feasibility gemstone and jewelry shop in Muang District Udon Thani Province. The feasibility study was based on 4 aspects, marketing, technique, management and finance. The data were analyzed in term of organization investment, competitor, internal environment, financial statement and return on investment. Questionnaires were collected by using a convenience sampling from 200 people who were interested in gemstone and jewel in Udon Thani Province. The results of this study were: 1) in term of marketing, a price matched a product's quality. There was a promotion during holidays as well as a security system. 2) In term of technique, renting a commercial building which was located along the main road could help people see it easily. 3) In term of management, staff that was perfectly qualified for position was recruited and they got a proper return so that they had a motivation to achieve a goal. Moreover, an owner was also knowledgeable in the field. 4) In term of finance, the shop was expected to run for 5 years. The net present value was 3,124,645.44 Thai baht. The payback period was 3 year 9 months 29 days and the rate of return was 30.41%. Therefore, it could be concluded that the investment feasibility of gemstone and jewelry shop in Muang District Udon Thani Province was possible.

Keywords: Investment, Jewelry, Consumer Behavior

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² รองศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

เครื่องประดับถือเป็นสิ่งสำคัญส่วนหนึ่งควบคู่กับการแต่งกาย ตั้งแต่ยุคสมัยก่อนจนถึงปัจจุบันเครื่องประดับมีหลากหลายรูปแบบ เช่น แหวน ต่างหู สร้อยคอ จี้ สร้อยข้อมือ กำไลข้อมือ เป็นต้น การเลือกเครื่องประดับให้เข้ากับชุดเครื่องแต่งกายและบุคลิกของผู้สวมใส่ เป็นการช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ให้ดูโดดเด่นมีเสน่ห์แก่ผู้สวมใส่ และยังมีการเลือกใช้เครื่องประดับอัญมณีสีให้เหมาะสมตรงกับราศีหรือเดือนเกิดของผู้ที่ชื่นชอบเครื่องประดับอัญมณี ซึ่งยังคงเป็นความนิยมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

ในปัจจุบันไม่ว่าเพศหญิงหรือเพศชาย การแต่งการให้ถูกต้องกับกาลเทศะเหมาะสมกับบุคลิกภาพและหน้าที่การทำงานถือได้ว่า เป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมทุกคนควรต้องคำนึงถึงให้มาก การที่จะไปติดต่อธุรกิจเจรจางานใดๆ กับผู้คนในแต่และสถานที่นั้น การมีภาพลักษณ์และบุคลิกภาพที่ดีนั้นจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวคุณ ซึ่งถือได้ว่าเป็นขั้นแรกที่จะช่วยให้คุณประสบความสำเร็จในเบื้องต้นไปแล้ว

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านเครื่องประดับอัญมณี (Jewellery) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินงาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บตัวอย่างโดยการใช้การเก็บแบบโดยใช้วิธีเก็บแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม 2558 การเก็บตัวอย่างได้ทำการคำนวณแล้วได้ 340 ชุด แต่ได้คืนมา 200 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามให้กับเจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาล และคนไข้ที่มารับการรักษา ในเขตเทศบาลนครอุดรธานีเครื่องมือและการ

วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม โดยการประยุกต์ใช้ ทฤษฎีพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7 P's) ผู้ศึกษาได้นำเครื่องมือไปทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS

1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

1.1 การศึกษาความต้องการซื้อ จากแบบสอบถามของลูกค้าเป้าหมาย สำหรับการศึกษา ความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดกิจการเครื่องประดับอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และมีวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTE Analysis) [1] เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่อาจมีผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานในร้านเครื่องประดับอัญมณี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

1.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน (Five Forces Model)[2]

1.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis)[3]

1.5 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 7P)[4]

1.6 สรุปความเป็นไปได้ทางการตลาด โดยทำการสรุป สภาพแวดล้อมที่มีผล กระทบ มีผลต่ออุปสงค์ และอุปทานในธุรกิจ โดยเสนอแนวทางการแก้ไขปัญห

ประเภทของร้านเครื่องประดับอัญมณี มี 2 ประเภท คือ 1) ร้านที่จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีแท้ 2) ร้านที่จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีเทียม ซึ่งผู้ศึกษาได้เลือกเปิดร้านเครื่องประดับอัญมณีแท้ จำหน่ายสินค้าตามแบบที่ร้านออกแบบ รวมถึงรับงานสั่งทำเพื่อจะได้ครอบคลุมและตรงกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย จากการศึกษาประเภทของสินค้าได้แบ่งออกเป็น 9 ประเภท ได้แก่ 1) แหวน 2) ต่างหู 3) สร้อยข้อมือ 4) สร้อยเพชร 5) กำไลข้อมือ 6) จี้เพชร 7) สร้อย 18 K 8) กรอบพระฝังเพชร 9) ขอบนาฬิกา Rolex ฝังเพชร ทำให้ผู้ศึกษาได้ทราบว่าสินค้าประเภทใดที่ลูกค้าเป้าหมาย มีความต้องการซื้อและใช้มากที่สุด

สภาพแวดล้อมของการแข่งขัน คู่แข่งของโครงการร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ซึ่งตั้งอยู่บริเวณวงเวียนน้ำพุ ถนนโพศรี ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จ.อุดรธานี ซึ่งจากการสำรวจ ณ เดือน กรกฎาคม พ.ศ.2558 พบว่ามีร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับที่เปิดอยู่แล้ว จำนวน 3 ร้าน ดังนี้

1) ห้างทองนิวไทยฮวด เขียวราช จำหน่ายทองคำรูปพรรณ เครื่องประดับอัญมณี เช่น เพชร มีขนาดเล็กจนถึงปานกลาง ตัวเรือนทำจากทองคำ ลักษณะสินค้ามีราคาปานกลาง

2) ห้างเพชรทองเงินแข่งเฮง จำหน่ายทองรูปพรรณ เครื่องประดับเพชร มีขนาดปานกลางจนถึงขนาดใหญ่ ตัวเรือนทำจากทองคำ ลักษณะสินค้ามีราคาสูง รับงานสั่งทำ

3) ห้างเพชรทองอรุณขจรดาว จำหน่ายทองรูปพรรณ เครื่องประดับเพชร มีขนาดปานกลางจนถึงขนาดใหญ่ ตัวเรือนทำจากทองคำ ลักษณะสินค้ามีราคาสูง รับงานสั่งทำ

จากข้อมูลคู่แข่งข้างต้น จะเห็นได้ว่าร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีนิยม จำหน่ายอัญมณีโดยใช้เพชรเพียงอย่างเดียว และเข้าตัวเรือนที่ทำจากทองคำ มีราคาปานกลางจนถึงราคาสูง เมื่อพิจารณาถึงประเภทสินค้าของโครงการที่ทำจากพลอยชนิดอื่น เช่น ทับทิม (Ruby) ไพลิน (Blue Sapphire) มรกต (Emerald) พุชราคัม (Yellow Sapphire) และพลอยเนื้ออ่อน จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน

2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ทำการประเมินความเหมาะสมของ ทีมผู้บริหาร ทำเลที่ตั้ง การออกแบบตกแต่งร้าน การที่จะลงทุนธุรกิจร้านเครื่องประดับอัญมณี ต้องหาทำเลที่ตั้งให้อยู่ในแหล่งชุมชน สามารถเดินทางได้สะดวก และควรมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า ผู้ศึกษาจึงได้เลือกสถานที่ตั้งบนถนนศรีสุข และออกแบบตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย

3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

ลักษณะการดำเนินงานจะมาจากเจ้าของเพียงคนเดียว ดังนั้นอำนาจการบริหารจัดการงานจึงอยู่ที่เจ้าของกิจการ การคัดเลือกพนักงาน เจ้าของกิจการจึงเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกพนักงานให้ตรงกับสายงาน สำหรับร้านขายเครื่องประดับอัญมณี ต้องการจ้างพนักงานทั้งหมด 4 คน ซึ่งประกอบด้วย ผู้จัดการร้าน 1 คน พนักงานออกแบบผลิตภัณฑ์ 1 คน พนักงานขาย 1 คน พนักงานธุรการ 1 คน

4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

4.1 การกำหนดสมมติฐานทางการเงิน ได้แก่ เงินลงทุนก่อนดำเนินงาน เงินทุนหมุนเวียน รายได้ และค่าใช้จ่าย

4.2 การวิเคราะห์งบกระแสเงินสด งบกำไรขาดทุน และงบดุล

4.3 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินต่างๆ

4.4 สรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน ที่เป็นผลจากการวิเคราะห์จาก งบกระแสเงินสด การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน โดยจะตัดสินใจว่าโครงการนี้น่าลงทุนหรือไม่

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกทั่วไป (General Environment : PESTE)

ด้านนโยบายรัฐบาล กฎหมาย ส่งผลกระทบต่อด้านบวก หน่วยงานภาครัฐ ได้ให้การสนับสนุนการทำธุรกิจ ขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ส่งผลดีจึงทำให้การกู้ยืมเงินเพื่อการลงทุนสะดวกขึ้น ด้านเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อด้านลบ เนื่องจากเศรษฐกิจมีความผันผวน ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจโลกและปัจจัยภายในประเทศ จึงทำให้คนส่วนใหญ่มีความจำเป็นลดค่าใช้จ่ายลง เพื่อใช้จ่ายในส่วนที่มีความจำเป็นในการครองชีพ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลกระทบต่อด้านบวก เนื่องจากเครื่องประดับอัญมณีจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนไทยในหลายโอกาส เช่น งานหมั้น งานแต่งงาน ฉลองความสำเร็จต่างๆ ด้านเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อด้านบวก เนื่องจากด้านเทคโนโลยีมีส่วนช่วยให้การจัดการดูแลด้านสินค้าและบริการต่างๆ ง่ายขึ้น เช่น การซื้อ-ขาย ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้สะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ด้านสิ่งแวดล้อมและกายภาพ ส่งผลกระทบต่อด้านบวก เนื่องจากอำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี มีประชากร ชาย 64,886 คน หญิง 68,543 คน รวมทั้งสิ้น 133,429 คน รายได้ของคนต่อหัวในจังหวัดอุดรธานี 75,000บาท/คน และมีอาณาเขตใกล้เคียงกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ สาธารณะประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยจะมีประชาชนในประเทศลาว จึงมองเห็นช่องทางในการลงทุนทำธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมในการแข่งขัน (Five Forces Model)

ด้านภัยคุกคามจากคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน เนื่องจากในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ได้มีร้านเครื่องประดับอัญมณี 7ร้านและในแต่ละร้านเน้นรูปแบบที่ทันสมัย มีร้านที่มีบริการในการออกแบบ รับงานสั่งทำ รวมถึงมีบริการหลังการขาย จึงถือว่าคู่แข่งในทางธุรกิจมีความรุนแรงอยู่ในระดับสูง ด้านภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่มีผลกระทบในระดับต่ำ เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูงและประสบการณ์ความรู้ในการประกอบธุรกิจ ด้านภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน มีผลกระทบในระดับที่ต่ำ เนื่องจากเปรียบเทียบด้านคุณภาพของสินค้า ประกายและความแวววาว การออกแบบผลิตภัณฑ์ จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ค้าอัญมณีและผู้ผลิตเครื่องประดับ มีผลกระทบไม่มากนัก เนื่องจากมีผู้ค้าหลายรายจึงทำให้ผู้ซื้อวัตถุดิบสามารถกำหนดจำนวนและปริมาณของวัตถุดิบในการสั่งซื้อได้ ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อ มีผลกระทบไม่มากนัก เพราะสามารถเลือกใช้บริการกับผู้ประกอบการรายใดก็ได้ตามความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis)

1. จุดแข็ง (Strength)

- 1) มีฐานลูกค้าเดิม
- 2) เจ้าของโครงการเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และความรู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์
- 3) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ติดถนนศรีสุข ทำให้สะดวกในการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมและซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก
- 4) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย
- 5) เงินทุนของตัวเองในการดำเนินธุรกิจ

2. จุดอ่อน (Weakness)

- 1) เป็นธุรกิจที่เปิดใหม่ร้านยังไม่เป็นที่รู้จัก จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นที่รู้จัก รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้แก่ลูกค้า
- 2) พนักงานมีประสบการณ์น้อย ต้องใช้เวลาในการฝึก เรียนรู้ อาจจะต้องใช้เวลาในการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

3. โอกาส (Opportunity)

- 1) นโยบายของภาครัฐให้การสนับสนุนการประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในด้านต่าง ๆ เช่น การให้คำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจ และจัดหาแหล่งเงินทุน
- 2) ในปลายปี 2558 ประเทศไทยกำลังจะเปิดประเทศเข้าสู่ AEC ซึ่งจังหวัดอุดรธานี เป็นจังหวัดใหญ่ที่ประชาชนของประเทศลาวให้ความสนใจเดินทางมาซื้อสินค้ากลับไปใช้ในประเทศลาว จึงทำให้ร้านค้าระดับอัญมณีมีโอกาสในการทำธุรกิจ หรือมีการติดต่อซื้อ-ขายกัน
- 3) สภาพเศรษฐกิจในจังหวัดอุดรธานีมีการขยายตัว ประชาชนมีศักยภาพในการซื้อมากขึ้น
- 4) ค่านิยมในการแต่งตัวให้ดูสวยงาม

4. ภาวะคุกคาม (Threats)

- 1) สภาพเศรษฐกิจยังไม่แน่นอน ราคาวัตถุดิบมีการปรับตัวสูงขึ้น เช่น ทองคำ เพชร พลอย ค่าจ้าง จึงทำให้ราคาต้นทุนสูงขึ้นด้วย ดังนั้นจึงต้องมีการซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอกับการใช้งาน อีกทั้งการสั่งซื้อในปริมาณที่มาก ๆ จะทำให้ทางร้านมีอำนาจในการต่อรองราคาและส่วนลดการค้าจากคู่ค้าอีกด้วย
- สรุปผลกระทบของสภาพแวดล้อมการแข่งขัน [ตารางที่ 1]

สรุป

จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้านค้าระดับอัญมณีในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยศึกษาทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ ด้านการเงิน สิ่งแวดล้อมทั่วไปของการแข่งขัน ซึ่งได้ผลสรุปโดยรวมจากการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการตลาด ด้านการจัดการ การแข่งขัน และการเงิน ซึ่งพบว่ามีความเป็นไปได้ที่จะเปิดร้านค้าระดับอัญมณีในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี มีความเป็นไปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทางด้านสิ่งแวดล้อมทั่วไปในการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยทางเทคโนโลยีและปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดแรงกระตุ้น เพื่อให้เกิดการลงทุนโดยเฉพาะการสนับสนุนธุรกิจ SMES มีทั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถึงสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันจะมีความผันผวน ซึ่งทำให้มีการลดค่าใช้จ่ายลง เครื่องประดับอัญมณีก็ยังสามารถขายได้ในช่วงโอกาสและเทศกาลที่สำคัญ ๆ เพราะสังคมและวัฒนธรรมไทย มีค่านิยมในการแสดงความยินดี โดยการมอบเครื่องประดับหรืออัญมณีให้กับสมาชิกใหม่ในครอบครัว เช่น งานหมั้น,งานแต่ง,การรับขวัญบุตรหลานที่เกิดใหม่
2. จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน พบว่าในการดำเนินธุรกิจร้านค้าระดับอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จ.อุดรธานี มีภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในธุรกิจเดียวกันอยู่ในระดับสูง ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่และภาวะคุกคามจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับต่ำ อำนาจการต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ
3. จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภาวะคุกคามในธุรกิจร้านค้าระดับอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จ.อุดรธานี พบว่ามีจุดแข็งมากกว่าจุดอ่อน และมีโอกาสทางธุรกิจมากกว่าภาวะคุกคามซึ่งในการทำธุรกิจควรมีการปรับตัวให้รับมือกับทุก ๆ สถานการณ์
4. จากสำรวจข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความสนใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ถ้ามีการเปิดร้านทำธุรกิจในอำเภอเมือง จ.อุดรธานี

อภิปราย

พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณี จากการศึกษาพบว่า การซื้อเครื่องประดับอัญมณีเคยได้รับการรับประกันสินค้า และมีความต้องการให้มีการรับประกันสินค้า 12 เดือน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ได้แก่ สามี - ภรรยา รองลงมาคือ บิดา - มารดา กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ พิจารณาเลือกซื้อเครื่องประดับ เนื่องจากมีโอกาสสำคัญ เช่น งานหมั้น งานแต่งงาน ฉลองความสำเร็จ และตามเทศกาลต่างๆ พบว่าส่วนใหญ่ซื้อเครื่องประดับประเภทแหวนมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 20,000 – 40,000 บาท ชำระเงินในรูปแบบเงินสดมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ในการลงทุนเปิดร้านเครื่องประดับอัญมณี ควรให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพสินค้า เครื่องประดับมีความหลากหลาย ช่องทางการจัดจำหน่าย ความรู้เกี่ยวกับสินค้า รวมทั้งมีของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ เพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปนั้นหลังจากดำเนินการเปิดร้านเครื่องประดับอัญมณีไปได้ระยะหนึ่งแล้วควรทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ในการขายสินค้าให้กับลูกค้า

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.दनัยพงค์ เชษฐโชติศักดิ์ และอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่มีคุณค่าต่อการศึกษา ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้รายงานการศึกษานี้สมบูรณ์เป็นอย่างดี ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

เอกสารอ้างอิง

- [1] ฌัญญพันธ์ เขจรนันท์. (2552). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์.
- [2] วิเชียร วิทยอุดม. (2553). การบริหารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัทธนธัชการพิมพ์ จำกัด.
- [3] อภิชัย ศรีเมือง. (2555). SWOT เทคนิควิเคราะห์ธุรกิจอย่างละเอียด (สไตล์ผู้บริหารมืออาชีพ). Think Beyond
- [4] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. โรงพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ตารางที่ 1 สรุปผลกระทบของสภาพแวดล้อมการแข่งขัน

สภาพแวดล้อมการแข่งขัน	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งภายในธุรกิจเดียวกัน	x		
2. ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่			x
3. ภาวะคุกคามจากสินค้าทดแทน			x
4. อำนาจการต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ		x	
5. อำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อ		x	