

แผนธุรกิจเพื่อต่อยอดธุรกิจ: บริการเกี่ยวกับงานเครื่องประดับและอัญมณี

Business Plan for Onyx Jewelry & Silver

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และเป็นการกำหนดกรอบแนวความคิด รวมถึงแนวทางในการดำเนินงาน รวมถึงการปฏิบัติงานในการต่อยอดธุรกิจ

แผนธุรกิจได้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจประเภทบริการ เกี่ยวกับงานเครื่องประดับและอัญมณี โดยให้บริการงานการเจียระไน อัดหิน ลงสีเครื่องประดับ เพื่อดำเนินการต่อยอดธุรกิจ เทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผน คือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขัน และการสำรวจที่ใช้แบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 20 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างกับลูกค้าเดิมที่มีอยู่ ไม่เกิน 10 ราย และอีก 10 รายที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ

จากการวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายในและผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายนอก รวมถึงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอก พบว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้ว Onyx Jewelry & Silver อยู่ในส่วนของ Cash Cows เพราะ เป็นธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง อัตราการเจริญเติบโตต่ำ ธุรกิจได้กำไรสูง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้ฝีมือ และความปราณีต และความรู้ความชำนาญในการทำงาน ดังนั้นหากวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับคู่แข่งในรายที่มาขนาดให้เคียงกัน เรามีประสบการณ์ และฝีมือที่ผลิตและให้บริการแก่ลูกค้า ที่เหนือกว่าคู่แข่งกลยุทธ์ที่สำคัญในการทำธุรกิจ คือ การใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการ

ธุรกิจนี้ มีการวิเคราะห์ในเรื่องผลตอบแทน คือ ระยะเวลาคืนทุน ประมาณ 2 ปี 5 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 2,068,686.20 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) = 33.17% จากเงินลงทุน 1,300,000 บาท

คำสำคัญ: เครื่องประดับเงิน, เจียระไน, งานฝีมือ

ABSTRACT

This business plan is designed to set clear goals, helping to define the operational guidelines.

The business plan was prepared for “Onyx Jewelry & Silver”. The business is about gems cutting or lapidary for silver accessories and filling enamel colored on jewelry. The techniques and methods for business plan are SWOT analysis, competitive analysis, and questionnaire survey from 20 sample of customers. The statistics of this study is a preliminary descriptive statistics include percentage.

To analyze the overview of the business found that Onyx Jewelry & Silver is Cash Cows stage because of high market share, low growth rate, high profit due to this business drive by high skilled and refinement of the jewelers. The strategic plan was implemented is differentiation on the product and services.

The forecast on return of investment 1,300,000 baht, there are Break Even Point is about 2 years, 5 months. Net Present Value is 2,068,686.20 baht and Internal Rate of Return (IRR) at 33.17%.

Keywords: Silver accessories, Jewelry, Handmade

บทนำ

ผู้เริ่มธุรกิจคือ นายสุรียา เตหาไท เริ่มต้นด้วยการเป็นช่างอัดหิน ช่างเจียรระโน ในบริษัท จากนั้น ก็ เริ่มออกมา ก่อตั้งเป็นรับเหมาอัดงานหิน เจียรระโนพลอย โดยมีพนักงาน 5คน ซึ่งลักษณะงานที่ทำคือ การรับเหมาอัดหิน เจียรระโน พลอยและลงสีเครื่องประดับเงิน ไม่ว่าจะเป็น แหวน ต่างหูสร้อยคอ สร้อยข้อมือ กำไล เข็มกลัด กระจุดมเสื่อสุท ซึ่งเป็น การนำพลอยต่าง ๆ เช่น โอปอล เทอคอยซ์ลาปีส นิลแท่นิลเทียม หรือเปลือกหอย ชนิดต่างๆ รวมไปถึงเปลือกกะลา ไม้ ต่างๆ นำมาเจียรระโนใส่เข้าไปที่ ตัวเรือน ดิคกาบ แล้วทำการขัดแต่ง ขัดเงา ทำความสะอาด จึงจะเสร็จขั้นตอนการ อัดหิน ส่วนการ เจียรระโนพลอยต้องเจียรระโนให้ได้รูปทรง ขนาดตามตัวเรือนที่ลูกค้าให้มา เมื่อได้รูปทรงแล้ว นำไปขัด แต่ง และ ขัดเงา ทำความสะอาด โดยจะมีการคิดราคา ขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้ขนาด และ รูปทรง จะคิด ราคาตามจำนวนเม็ด จำนวน ชิ้นงาน และการตกลงกับลูกค้า นอกจากนี้ ได้สังเกตเห็นโอกาสทางธุรกิจว่า ธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องประดับ และอัญมณี ยัง สามารถขยายต่อยอดให้ธุรกิจเติบโตได้อีก เพราะได้มีการแสวงหา และมีความคิดไอเดียใหม่ๆและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ก่อให้เกิดการ ก้าวต่อไปในการทำธุรกิจเครื่องประดับได้ จึงเป็นที่มาในการทำแผนธุรกิจ โดยใช้ชื่อว่า “Onyx Jewelry & Silver”

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1. เพื่อการพัฒนาธุรกิจเดิมของครอบครัว ให้เป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจต่อไป

วิธีการดำเนินการ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นลูกค้าเดิมที่มีอยู่ ไม่เกิน 10 ราย และ อีก 10 รายที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าใหม่จำนวนรวมทั้งสิ้น 20 คน โดยเลือกสุ่มสอบถามจาก บุคคลทั่วไปทั้งเพศชายและเพศหญิง ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของร้านจำหน่ายเครื่องประดับ หรือลูกค้า ที่ใช้ บริการหรือซื้อสินค้าตามแหล่งจำหน่าย เครื่องประดับ เช่น ถนนข้าวสาร ประตูน้ำ สีลม เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 20 ชุด โดยเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Question)

วิธีการสุ่ม / เลือกตัวอย่าง

เลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มสอบถาม จากลูกค้าเดิมที่มีอยู่ ไม่เกิน 10 ราย และ อีก 10 รายที่คาดว่าจะ เป็นลูกค้า ใหม่จำนวนรวมทั้งสิ้น 20 คน โดยเลือกสุ่มสอบถามจากบุคคลทั่วไปทั้งเพศชายและเพศ หญิง ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของร้าน จำหน่ายเครื่องประดับ หรือลูกค้า ที่ใช้บริการหรือซื้อสินค้าตามแหล่ง จำหน่ายเครื่องประดับ เช่น ถนนข้าวสาร ประตูน้ำ สีลม เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จากการสำรวจพบว่า ในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวกับงานเครื่องประดับ และอัญมณีด้านเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และเป็น เพศหญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45

จากการสำรวจพบว่า ในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวกับงานเครื่องประดับ และอัญมณีด้านอายุจำนวนทั้งหมด 20 คน โดยมีอายุระหว่าง 20 – 29 ปีจำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 20 อายุระหว่าง 30 – 39 ปีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25

จากการสำรวจพบว่า ในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวกับงานเครื่องประดับ และอัญมณีด้านสถานภาพมีจำนวนทั้งหมด 20 คน สถานภาพโสด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และ สถานภาพสมรส จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวกับงานเครื่องประดับ และอัญมณีด้านระดับการศึกษา มีจำนวนทั้งหมด 20 คน ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ระดับ การศึกษาปริญญาโท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาโท คิด เป็น 0

จากการสำรวจพบว่า ในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวกับงานเครื่องประดับ และอัญมณีด้านอาชีพ มีจำนวนทั้งหมด 20 คน โดยมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 10 และ อาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 18 คน คิดเป็น ร้อยละ 90

ในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวกับงานเครื่องประดับ และอัญมณีด้านรายได้ต่อเดือน มีจำนวนทั้งหมด 20 คน ดังนี้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็น 0 คน มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15 มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และมีรายได้ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ส่วนที่ 2 สรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเกี่ยวกับงานเครื่องประดับและอัญมณี จากการสำรวจพบว่า ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ งานเครื่องประดับและอัญมณีในเรื่องของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในเรื่องของคุณภาพของงาน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45 ในเรื่องของวัสดุที่ใช้ในการผลิต จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และในเรื่องของความสามารถที่หลากหลายในการให้บริการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการงานเครื่องประดับและอัญมณีในเรื่องของปัจจัยด้านราคา (Price) ในเรื่องของการกำหนดราคา ในการให้บริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของงาน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และในเรื่องของ การลดราคาเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณครั้งละมากๆ จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 45

ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการงานเครื่องประดับและอัญมณีในเรื่องของปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องของความรวดเร็วในการรับ-ส่งสินค้า จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ในเรื่องของ ความสะดวกของสถานที่ให้บริการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และในเรื่องของความปลอดภัย ของสินค้าระหว่างการจัดส่ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15

ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการงานเครื่องประดับและอัญมณีในเรื่อง ของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ในเรื่องของการมีส่วนลดให้แก่ลูกค้าประจำ จำนวน 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 45 ในเรื่องของการ รับประกันสินค้า จำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 20 และในเรื่องการซ่อมบำรุงรักษาสินค้า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับงาน เครื่องประดับ และอัญมณี

จากการสำรวจข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับ งาน เครื่องประดับและอัญมณีพบว่า ในเรื่องชื่อเสียงของบริษัท ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนระดับ ความสำคัญ ระดับ 5 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ45 และให้ความสำคัญระดับ 4 จำนวน 11 คน คิด เป็นร้อยละ 55

ข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับ งานเครื่องประดับและอัญ มณีพบว่า ในเรื่องฝีมือและความชำนาญของช่าง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ คะแนนระดับความสำคัญ ระดับ 5จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ60 และให้ความสำคัญระดับ 4 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับ งานเครื่องประดับและอัญ มณีพบว่า ในเรื่องการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพและสวยงาม ผู้ตอบ แบบสอบถามให้คะแนนระดับความสำคัญ ระดับ 5 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ70 และให้ ความสำคัญระดับ 4 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับ งานเครื่องประดับและอัญ มณีพบว่า ในเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของชิ้นงาน ผู้ตอบ แบบสอบถามให้คะแนนระดับความสำคัญ ระดับ 5 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ55 และให้ ความสำคัญระดับ 4 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45

ข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับ งานเครื่องประดับและอัญ มณีพบว่า ในเรื่องการรักษาประกันคุณภาพของชิ้นงาน ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้คะแนนระดับความส ำคัญ ระดับ 5จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ55 ให้ความสำคัญระดับ 4 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และ ให้ความสำคัญระดับ 3 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5

จากการสำรวจข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับ งาน เครื่องประดับและอัญมณีพบว่า ในเรื่องความปลอดภัยของเครื่องประดับและความรับผิดชอบ ของบริษัทที่ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนระดับความสำคัญ ระดับ 5จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ55 และให้ความสำคัญระดับ 4 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45

จากการสำรวจข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับ งาน เครื่องประดับและอัญมณีพบว่า ในเรื่องการแนะนำข้อมูลแก่ลูกค้าจากทางบริษัท ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนระดับ ความสำคัญ ระดับ 5จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ40 และให้ ความสำคัญระดับ 4 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60

จากการสำรวจข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับ งาน เครื่องประดับและอัญมณีพบว่า ในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการรับส่งสินค้า ผู้ตอบ แบบสอบถามให้คะแนนระดับ ความสำคัญ ระดับ 5จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ55 และให้ ความสำคัญระดับ 4 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45

จากการสำรวจข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับ งาน เครื่องประดับและอัญมณีพบว่า ในเรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ คะแนนระดับความสำคัญ ระดับ 5จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ30 ให้ความสำคัญระดับ 4 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และ ให้ความสำคัญ ระดับ 3 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10

จากการสำรวจข้อมูลด้านคุณภาพและการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ เกี่ยวกับงาน เครื่องประดับและอัญมณีพบว่า ในเรื่องมีการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้คะแนนระดับความสำคัญ ระดับ 5 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ให้มีความสำคัญระดับ 4 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และ ให้มีความสำคัญ ระดับ 3 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ควรทำการหาลูกค้ากลุ่มใหม่ เพื่อเป็นการรองรับเมื่อจำนวนลูกค้าเดิมลดลง ซึ่งลูกค้าที่วานั้น ไม่จำเป็นต้องเป็น ลูกค้ารายใหญ่ แต่เป็นลูกค้า รายเล็กๆ สที่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ ประกอบการธุรกิจ เครื่องประดับรายย่อย

บรรณานุกรม

อนุชิต เทียงธรรม. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: แอมเบอร์แอดแอนด์อินทีเรีย.

