

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาคือความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนร้านจำหน่ายอัญมณี และเครื่องประดับในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

1. ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

จากการศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านการตลาดโดยมีกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่อยู่ในวัยทำงาน พบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพรับราชการ การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนการศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับเพราะต้องการซื้อเพื่อเก็บสะสม โดยซื้อเป็นรูปแบบสร้อยคอมมากที่สุด และส่วนใหญ่สนใจตัวเรือนที่ทำจากโลหะมีค่าชนิดทองคำ สำหรับแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับได้รับจากการบอกต่อของบุคคลอื่น และส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจจากการถามคนรู้จัก หรือผู้ที่เคยซื้อ นอกจากนี้ยังมีการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ และตัดสินใจซื้อในทันที ส่วนมากไปใช้บริการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับในวันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ และระยะเวลาเฉลี่ยของการซื้อแต่ละครั้งไม่แน่นอน โดยเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่นมากที่สุด และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 3,000 บาทชำระด้วยเงินสด ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อ นิยมใช้บริการร้านเพชรทอง หรือร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับในศูนย์การค้า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับควรทำการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการลด แลก แจก แถม ในเทศกาลต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันวาเลนไทน์ สำหรับปัจจัยเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับที่เปิดใหม่

เพราะเป็นร้านที่มีรูปแบบให้เลือกหลายแบบหลายประเภท แปลกใหม่ ทันสมัย และต้องการให้ร้านเปิดใหม่มีการบริการหลังการขายด้วยการซ่อมแซมมากที่สุด และจากการสอบถามถึงกรณีการใช้บริการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับที่ทำจากพลอยเนื้ออ่อนเปิดใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจที่จะใช้บริการ โดยสนใจซื้อประเภทสร้อยคอมากที่สุด และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งต่ำกว่า 3,000 บาท

มีการจัดส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับที่ผลิตจากพลอยเนื้ออ่อน ตัวเรือนทำจากโลหะเงินเจือประเภทต่างๆ เช่น เงินสเตอร์ลิง, เงินชุบโรเดียม เป็นต้น ซึ่งมีราคาไม่สูง มีจำหน่ายที่เป็นชุดและที่เป็นชิ้น สินค้าจะเน้นที่สีส้มซึ่งเป็นจุดเด่นของพลอยเนื้ออ่อน และมีรูปแบบหลากหลาย มีให้เลือกหลายประเภท ได้แก่ สร้อยคอ แหวน ต่างหู กำไล จี้ เป็นต้น

ราคา (Price) ราคาของอัญมณีและเครื่องประดับของโครงการ กำหนดราคาตามต้นทุนและค่าแรง ด้วยวิธีการคิดจากส่วนเพิ่มของราคาขาย (Mark Up on Price) โดยต้องการกำไรร้อยละ 90 ต่อขึ้น เมื่อพิจารณาจากต้นทุนและกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้ว สามารถนำมากำหนดราคาให้มีราคาขายระหว่าง 1,500 - 20,000 บาท

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สถานที่ตั้งร้านอยู่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า อ.เมือง จ.เชียงใหม่ อยู่บริเวณชั้นสอง มีพื้นที่ร้านขนาด 40 ตารางเมตร ตกแต่งให้มีสีสว่างสบายตา ใช้กระจกเพื่อให้ดูร้านมีขนาดใหญ่ขึ้น จัดแสงไฟไว้เหมาะสมเพื่อดึงความสวยงามของอัญมณีและเครื่องประดับให้มียิ่งขึ้น มีอุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการทำความสะอาดหรือซ่อมแซมอัญมณีและเครื่องประดับไว้สำหรับบริการลูกค้า จะใช้พนักงานขายหน้าร้านเป็นหลัก มีการอบรมให้ความรู้พื้นฐานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และบริการด้วยความสุภาพ สำหรับสถานที่ตั้งของโครงการอยู่บริเวณชั้นสอง ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เพื่อที่ลูกค้าสามารถเดินทางไปได้สะดวก และสร้างความน่าเชื่อถือของร้านด้วยการตกแต่งร้านอย่างดี

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เนื่องจากเป็นกิจการเปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก การส่งเสริมการตลาดต้องการให้เป็นที่รู้จัก จึงจัดทำการตลาดในปีที่ 1 และ 2 ให้มาก ซึ่งต่อไปในปี ที่ 3-5 จะลดปริมาณการทำตลาดลง แต่ยังคงมีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดปี กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การออกงานจัดแสดงสินค้า แจกใบปลิวแผ่นพับ ทำเว็บไซต์แนะนำร้าน และมีส่วนลด หรือของแถม เพื่อต้องการให้ลูกค้าเข้ามาชมสินค้าที่ร้านเป็นการเพิ่มโอกาสทางการขาย และก่อให้เกิดการบอกต่อ

การประมาณการแผนการขาย โครงการนี้ทำการเปิดกิจการทุกวัน เป็นวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ และวันนักขัตฤกษ์จำนวน 118 วัน และวันธรรมดา 247 วัน คาดว่าโครงการนี้จะมี ยอดขายเฉลี่ย 2,500 บาทต่อวัน แต่สำหรับวันหยุดมียอดขายมากกว่าวันปกติ คือ 20,000 บาทต่อวัน ซึ่งจากแผนการตลาดนี้โครงการมียอดขายจากการจัดงานแสดงสินค้าแต่ละครั้งอีกด้วย

2. ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

สถานที่ตั้งร้านอยู่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า มีพื้นที่ร้านขนาด 40 ตารางเมตร ค่าเช่าเดือนละ 40,000 บาท มัดจำค่าเช่าที่ 240,000 บาท ทำสัญญา 5 ปี มีอุปกรณ์ พื้นฐานสำหรับการทำความสะอาด หรือซ่อมแซมอัญมณีและเครื่องประดับไว้สำหรับบริการลูกค้า มีค่าตกแต่งพื้นที่ 500,000 บาท และค่าเครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ 500,000 บาท

การจัดซื้อ จะจัดซื้ออัญมณีที่เจียรนัยแล้ว จากนั้นจึงนำไปจ้างผลิตตามที่ได้ ออกแบบไว้ ซึ่งใช้เวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์ ทางร้านจะไปรับสินค้าพร้อมกับตรวจสอบคุณภาพ ชิ้นงานทุกชิ้น หากอัญมณีและเครื่องประดับนั้นไม่ตรงกับที่สั่ง หรือไม่ได้คุณภาพ จะส่งในส่วนที่ ผิดกลับไป และทำการชำระค่าสินค้าเป็นเงินสด ไม่มีการทำสัญญาการซื้อขาย ใช้ราคาตรงตาม ณ วันที่ตกลงกันเป็นหลัก การติดตามการสั่งซื้อจะทำโดยทางโทรศัพท์

การจัดจำหน่าย ร้านเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00 – 21.00 น. มีป้ายบอก เวลาเปิดปิด และติดป้ายราคาไว้อย่างชัดเจน พนักงานขายจัดเตรียมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมี ผู้จัดการร้านเป็นผู้ตรวจสอบนับจำนวน ตรวจสอบสภาพ และจัดเก็บเข้าตู้เซฟทุกวันร่วมกับ พนักงานขาย หากมีลูกค้าสั่งผลิตผู้จัดการซึ่งเป็นผู้มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิต การออกแบบ

จะเป็นผู้ประสานงานในขั้นตอนการผลิตจนกระทั่งเสร็จออกมาเป็นชิ้นงาน ปริมาณของอัญมณีและเครื่องประดับต้องอยู่ในสัดส่วนที่พอเหมาะกับการขาย หากต้องการสั่งผลิตเพิ่ม หรือถ้ามีแนวโน้มของอัญมณีและเครื่องประดับตลาดไปในทิศทางใหม่ๆ ผู้จัดการจะดำเนินการแจ้งเจ้าของกิจการให้พิจารณาเพื่อจัดซื้อ พนักงานบัญชีจะทำการออกบิลใบเสร็จเมื่อมีการซื้อขาย หรือค่ามัดจำต่างๆ ให้แก่ลูกค้า บันทึกบัญชีซื้อขายประจำวันเพื่อส่งเงินให้แก่เจ้าของกิจการ

3. ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

กิจการจดทะเบียนการค้าแบบบริษัทจำกัด จัดโครงสร้างองค์กรแบบทางการที่ไม่ซับซ้อน มีการแบ่งงานตามหน้าที่อย่างชัดเจน คือ มีผู้จัดการจำนวน 1 คน พนักงานขายจำนวน 2 คน และพนักงานบัญชีจำนวน 1 คน โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารดูแลทุกด้าน สรรหาบุคลากรจากการแนะนำจากบุคคลที่น่าเชื่อถือ และประกาศผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ซึ่งการคัดเลือกบุคลากรจะใช้เกณฑ์ด้านการศึกษา บุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ และประสบการณ์ สวัสดิการแก่พนักงาน ได้แก่ โบนัสประจำปี ชุดทำงานหรือเครื่องแบบ น้ำดื่ม การลาพัก วันหยุด และเบี้ยเลี้ยงพิเศษ (ล่วงเวลา) สำหรับผลตอบแทนจะกำหนดอัตราค่าจ้างจากวุฒิการศึกษา ความสามารถ ประสบการณ์ และอายุการทำงาน มีการพัฒนาฝึกอบรมพนักงานโดยการแนะนำ อบรมในงานที่ทำประจำวัน ประเมินผลจากความขยันอดทน ความซื่อสัตย์ สติปัญญา ไหวพริบ ความมีระเบียบ วินัย และมนุษยสัมพันธ์ การมอบหมายงานแก่พนักงานทำเป็นรายสัปดาห์ โดยมอบหมายผ่านผู้จัดการร้านด้วยวาจาเป็นหลัก และเพื่อให้ทราบผลการปฏิบัติงานว่าตรงตามเป้าหมายหรือไม่ สำหรับแผนกขายใช้วิธีการกำหนดปริมาณงานจากการที่สามารถขายได้ในแต่ละวัน สำหรับแผนกบัญชีและการเงินใช้วิธีการกำหนดคุณภาพงาน

4. ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

โครงการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ ใช้เงินลงทุนทั้งหมด จำนวน 3,000,000 บาท มาจากเจ้าของกิจการ 2,100,000 บาท และกู้จากสถาบันการเงิน 900,000 บาท ในอัตราดอกเบี้ย MRR 7.35% ต่อปี คงที่ตลอดระยะเวลาโครงการ 5 ปี ผ่อนชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย กำหนดผลตอบแทนที่ต้องการของการลงทุนเท่ากับ 20% จากการประเมินความเป็นไปได้ด้านการเงินของ โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน คือ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 305,235.79 บาท มี

อัตราผลตอบแทนการลงทุน เท่ากับ 24% และมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 9 เดือน และเมื่อวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงในกรณียอดขายลดลง 5% และกรณีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 5% พบว่าร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับจะยังคงสามารถดำเนินกิจการอยู่ได้

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สิ่งสำคัญที่นำมาตัดสินใจและประเมินผลโครงการคือ ผลการศึกษาทางการเงิน โดยจะยอมรับโครงการเมื่อมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก มีผลตอบแทนการลงทุนมากกว่าที่ต้องการ นอกจากนี้ต้องมีระยะเลาคืนทุนน้อยกว่าระยะเวลาที่โครงการกำหนด ซึ่งจากการศึกษาพบว่าโครงการลงทุนร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 305,235.79 บาท มีอัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการเท่ากับ 24% และใช้ระยะเวลา 4 ปี 9 เดือน ในการคืนทุน และจากผลการศึกษาด้านการตลาดเมื่อวิเคราะห์ถึงความต้องการในการเข้าใช้บริการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับที่เปิดใหม่นี้พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าใช้บริการร้อยละ 88.5 แสดงให้เห็นว่าการลงทุนโครงการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับสามารถดำเนินกิจการได้ เนื่องจากมีความต้องการของตลาดอยู่ นอกจากนี้โครงการยังมีความแตกต่างจากร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับร้านอื่นที่จำหน่าย นั่นคือ โครงการนี้ใช้พลอยเนื้ออ่อน ที่มีสีสันสวยงาม และราคาไม่แพง

ผลของการศึกษาด้านการตลาด พบว่า ผู้ที่สนใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับเพราะซื้อเพื่อเก็บสะสมมากที่สุด และก่อนทำการตัดสินใจซื้อจะมีการเปรียบเทียบ และหาข้อมูลจากบุคคลรู้จักที่เคยซื้อก่อนการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับวรรณกรรมของฤทธิชัย กอศิริวิรัช (2544) ที่ทำการศึกษารื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องประดับอัญมณีเพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ และเพื่อสะสมเป็นทรัพย์สิน ก่อนการตัดสินใจซื้อจะหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านค้าจากผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และเปรียบเทียบคุณภาพ และราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ และยังสอดคล้องกับวรรณกรรมของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ที่ทำการศึกษา

เรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคนสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีเพื่อใช้เองได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับจากการบอกต่อของคนบุคคลอื่น และมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ

ผลของการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าโครงการนี้รับสั่งทำตามความต้องการของลูกค้า และสร้างความต่างของผลิตภัณฑ์ด้วยอัญมณีและเครื่องประดับที่ทำจากพลอยเนื้ออ่อน และกลุ่มตัวอย่างนิยมเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับประเภทสร้อยคอมมากที่สุด ส่วนประสมการตลาดด้านราคา พบว่าร้านมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน และราคาไม่สูงกลุ่มตัวอย่างสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่าย ตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพของงาน ส่วนประสมด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าโครงการนี้มีการจัดงานแสดงสินค้า แจกใบปลิว มีเว็บไซต์ ทำส่วนลดและของแถมในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันวาเลนไทน์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับวรรณกรรมของฤทธิชัย กอศิริวรชัย (2544) ที่ว่าผู้บริโภคร้องขอให้มีการรับสั่งทำตามความต้องการ ให้ความสำคัญต่อความแตกต่างของสินค้าและโดดเด่นไม่เหมือนใคร ให้ความสำคัญกับราคาตามคุณภาพของสินค้า และราคาที่แสดงชัดเจน และสอดคล้องกับวรรณกรรมของมังกร วนิชดิสุวรรณ (2546) ที่ศึกษาเรื่องความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบร้านจำหน่ายทองรูปพรรณในเทศบาลโศดัส ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาตลาดคำเที่ยง จังหวัดเชียงใหม่พบว่าผู้บริโภครส่วนมากซื้อทองคำรูปพรรณสำหรับตัวเอง โดยซื้อสร้อยคอมมากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับวรรณกรรมของภัทร พิมพ์ พิมพ์ภักทรยศ (2546) ที่ว่าลูกค้าต้องการให้ทางร้านมีส่วนลดพิเศษ หรือแจกของแถมของกำนัลในช่วงเทศกาลต่างๆอยู่ในระดับมาก

ผลของการศึกษาด้านการดำเนินงาน พบว่าดำเนินการควบคุมและตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับที่สั่งผลิตทุกชิ้น ไม่มีการทำสัญญาซื้อขาย ใช้ราคา ณ วันที่ตกลงกัน มีการติดตามการสั่งผลิตทางโทรศัพท์ ทำการตรวจสอบนับจำนวน ตรวจสอบสภาพ และจัดเก็บอัญมณีและเครื่องประดับทุกวัน โครงสร้างองค์กรเป็นแบบไม่ซับซ้อน มีการทำงานแบ่งตามหน้าที่ มีเจ้าของกิจการบริหารดูแลทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับวรรณกรรมของมังกร วนิชดิสุวรรณ (2546) ที่ว่าการดำเนินงานร้านจำหน่ายทองรูปพรรณจะดำเนินการควบคุมและตรวจสอบทองเองทุกชิ้นจะซื้อด้วยเงินสดและเงินเชื่อ ไม่มีการทำสัญญาซื้อขาย โดยใช้หลักเกณฑ์การซื้ออ้างอิงตามราคาทอง ณ

วันที่ตกลงกัน ติดตามการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ มีการตรวจสอบบัญชีการซื้อขายและปริมาณทองที่ซื้อและขายประจำวัน โครงสร้างร้านเป็นแบบไม่ซับซ้อน แบ่งงานตามหน้าที่โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารดูแลทุกด้าน

5.3 ข้อค้นพบ

1. ร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ทำการสัมภาษณ์ส่วนมากไม่มีช่างฝีมือประจำร้าน จะจ้างผลิตจากร้านผลิตภายนอกเท่านั้น แต่ร้านผลิตอัญมณีและเครื่องประดับทุกร้านจะมีหน้าร้านไว้จำหน่ายสินค้าเอง
2. อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าเกี่ยวข้องกับความสุขความงาม อาศัยความละเอียด ประณีตในการผลิต ร้านจำหน่ายส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับคุณภาพของอัญมณีและตัวเรือนมากที่สุด
3. ร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนใหญ่มีบริการรับซ่อมแซม ล้าง ขัดเงา อัญมณีและเครื่องประดับไว้บริการแก่ลูกค้า
4. จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับร้านที่คุ้นเคยหรือรู้จักเจ้าของร้าน หรือร้านที่ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่นมากที่สุดใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 42 โดยให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งร้านที่ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน หรือตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ร้อยละ 21.5 และ 25 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าสถานที่ตั้งร้าน ไม่ว่าจะตั้งอยู่ที่ใด ก็มีความสำคัญน้อยกว่าการรับบริการจากร้านที่คุ้นเคย หรือร้านที่ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น
5. ในความเชื่อของบุคคลทั่วไปเชื่อว่าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีการทำการเลียนแบบมาก ส่วนมากจะยังไม่ตัดสินใจซื้อในทันที ต้องปรึกษามืออาชีพคนอื่น หรือเปรียบเทียบราคากับร้านอื่นเสียก่อน เนื่องจากไม่ต้องการถูกหลอกลวงให้ซื้อของปลอม

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ และพนักงานขายในร้านต้องมีความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างถูกต้องเพียงพอ ที่จะใช้ในการขายหรือแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ เพราะปัจจุบันนี้ลูกค้าบางส่วนที่เข้ามาส่วนใหญ่จะทำการศึกษาค้นหาข้อมูลมาก่อน การตอบข้อสงสัยของลูกค้าอย่างไม่ถูกต้องจะเป็นการลดความน่าเชื่อถือของร้าน โดยทางร้านสามารถให้บุคลากรเข้ารับการอบรมหลักสูตรต่างๆจากสถาบันที่เชื่อถือได้ เช่น สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (GIT) หรือภาควิชาอัญมณีวิทยา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นต้น
2. การขายอัญมณีสังเคราะห์ หรืออัญมณีเลียนแบบต่างๆ เพื่อหลอกลวงว่าเป็นอัญมณีแท้ เป็นสิ่งที่ร้านจำหน่ายไม่ควรกระทำไม่ใช่เพียงแค่หลอกลวงลูกค้าเท่านั้น ยังเป็นการทำลายความน่าเชื่อถือของวงการอัญมณี เพื่อไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ร้านจำหน่ายอาจมีใบรับรอง (Certificated) อัญมณีเม็ดนั้นๆ หรือใบรับประกันคุณภาพสินค้าให้แก่ลูกค้าทุกครั้งที่ทำการซื้อขายด้วย เมื่อลูกค้าเกิดความเชื่อถือนั้นๆ จะเกิดการบอกปากต่อปาก (Word of Mouth) ร้านจะมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นมาได้
3. อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อเพราะความสวยงามหรือความพึงพอใจที่มีต่อเครื่องประดับชิ้นนั้น ร้านจำหน่ายต้องสามารถนำเสนอสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ได้ รูปแบบของสินค้าในร้านควรมีรูปแบบใหม่ๆอย่างสม่ำเสมอ เช่น การออกคอลเลกชันใหม่ประจำฤดู หรือโอกาสต่างๆ เพื่อสร้างการหมุนเวียนของลูกค้าให้เข้าร้าน เมื่อจำนวนลูกค้าที่เข้าร้านสูง โอกาสในการขายสินค้าก็สูงขึ้นด้วย
4. ต้นทุนของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามความต้องการของตลาด เจ้าของกิจการควรวางแผนกลยุทธ์กิจการให้เหมาะสมกับสภาพตลาดและเศรษฐกิจในอนาคต เพื่อให้ร้านค้ายังสามารถขายได้ อาทิเช่น การหาวัตถุดิบอื่นร่วมกับการใช้ทองคำเพื่อลดต้นทุน การใช้เทคนิคต่างๆในการผลิตให้ได้เครื่องประดับที่มีขนาดเท่าเดิม แต่ได้ในราคาที่ถูกลง เป็นต้น
5. ร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ ต้องรู้ว่ากลุ่มลูกค้าเป็นใคร เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มสตรีวัยทำงาน หรือกลุ่มคู่รัก คู่แต่งงาน เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบความ

ต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังสามารถนำรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้า มาสร้างเป็นกิจกรรมทางการตลาด หรือมาพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับ รูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้า เพิ่มโอกาสในการขายได้ เช่น ถ้ากลุ่มลูกค้าเป็นคู่รัก คู่แต่งงาน สามารถออกแบบสร้อยคอ หรือแหวนที่คู่กัน ให้ฝ่ายหญิง หรือฝ่ายชายสามารถสวมใส่แยกชิ้นกัน หรือรวมเป็นชิ้นเดียวกันก็ได้

6. สร้างโอกาสในการซื้อที่ไร้เหตุผล เพราะอารมณ์และเครื่องประดับเป็นสินค้า ฟุ่มเฟือย ไม่ใช่ของจำเป็น ร้านจะต้องสร้างโอกาสในการซื้อของลูกค้า เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น
7. ฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ มีผลตอบแทนที่เป็นธรรม เพื่อสร้างพนักงานที่ดี เชื่อใจได้ และสามารถบริการลูกค้าด้วยความสุภาพได้อย่างดี