

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณี ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนท้องถิ่น จำนวน 210 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 140 คน ซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเพศ หญิง ร้อยละ 77.1 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 40.9 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.3 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 34.9 มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 56.0 มี สถานภาพโสด ร้อยละ 67.7 ซื้อเครื่องประดับอัญมณีเฉลี่ย 1 ครั้งต่อปี ร้อยละ 38.0 สนใจซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีประเภทสร้อยคอเป็นอันดับแรก ร้อยละ 42.0 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับอัญมณีที่ตัวเรือนทำจากทองคำขาว ร้อยละ 44.9 และประกอบจากแร่อัญมณีมีค่าที่ เป็นเพชร ร้อยละ 36.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีที่ร้านเพชรทองและร้าน เครื่องประดับอัญมณีทั่วไป ร้อยละ 58.3 และซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีครั้งสุดท้ายที่ร้าน เพชรทองและร้านเครื่องประดับอัญมณีทั่วไป ร้อยละ 51.4 โดยซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณี ในแต่ละครั้งราคาต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 81.1

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ใน ลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาคือ การออก ไปรับประกันเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 4.51) ความหลากหลายของเครื่องประดับอัญมณีแต่ละ

ให้เลือกตามรูปแบบและลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 4.29) การปรับเปลี่ยนหรือคืนเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 4.24) รูปแบบที่ทันสมัยของเครื่องประดับอัญมณี ค่าเฉลี่ย 3.98 กล่องบรรจุเครื่องประดับอัญมณีที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการจัดทำเครื่องประดับอัญมณีเป็นชุด (ค่าเฉลี่ย 3.08) ตามลำดับ

โดยเมื่อจำแนกตามการทำนํากอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07 และ 4.10) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 4.69 และ 4.70)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94 และ 4.13) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 4.63 และ 4.71)

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านราคาในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ อัตราการแลกเปลี่ยนและรับซื้อเครื่องประดับอัญมณีคืนมีความเหมาะสมและยุติธรรม (ค่าเฉลี่ย 4.27) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ราคาถูกกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.98) การให้บริการผ่อนชำระสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) การให้บริการรับชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการให้บริการรับชำระด้วยเช็คเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

โดยเมื่อจำแนกตามการทำนํากอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านราคาในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99 และ 4.05) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38 และ 4.56)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านราคาในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98 และ

4.03) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.36 และ 4.48)

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านการจัดจำหน่ายในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ ความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ใกล้บ้านหรือที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีหลายสาขาให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) เวลาเปิดและปิดบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) วันเปิดและปิดบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.51) และการจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 2.81) ตามลำดับ

โดยเมื่อจำแนกตามการทำนักรอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านการจัดจำหน่ายในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52 และ 4.68) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05 และ 4.06)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านการจัดจำหน่ายในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63 และ 3.58) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ ความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกของแถมของกำนันในช่วงเทศกาลต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาคือ การจัดชิงโชคและแจกรางวัลแก่ลูกค้าในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ของร้าน เช่น เปิดสาขาใหม่ เปิดครบรอบ 1 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.84) การจัดสินค้าให้ตรงกับเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันตรุษจีน วันวาเลนไทน์ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.75) การแนะนำจากผู้ที่เคยซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้านั้น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72) การจัดทำ Catalog เครื่องประดับอัญมณี

สำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) การจัดแสดงสินค้าบริเวณด้านหน้าและภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.66) การจัดทำเอกสาร คู่มือ แนะนำ ให้คำปรึกษา ให้ความรู้ด้านเครื่องประดับอัญมณีแก่ลูกค้า และผู้สนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และทางร้านมีการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงานแสดงเครื่องประดับอัญมณีต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

โดยเมื่อจำแนกตามการพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67 และ 3.71) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เห็นว่ปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกของแถมของก้านักในช่วงเทศกาลต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ การจัดชิงโชคและแจกรางวัลแก่ลูกค้าในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ของร้าน เช่น เปิดสาขาใหม่ เปิดครบรอบ 1 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.87)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.69) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นว่ปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกของแถมของก้านักในช่วงเทศกาลต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เห็นว่ปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ การจัดชิงโชคและแจกรางวัลแก่ลูกค้าในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ของร้าน เช่น เปิดสาขาใหม่ เปิดครบรอบ 1 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ด้านบุคลากร

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านบุคลากรในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือ พนักงานเอาใจใส่และมีความเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) พนักงานให้การต้อนรับที่อบอุ่นและมีธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) พนักงานสามารถสื่อสาร อธิบายได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.34) พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีบุคลิกดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) และพนักงานสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ

โดยเมื่อจำแนกตามการพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เห็นว่ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านบุคลากรใน

ภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านบุคลากรในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.51 และ 4.65)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านบุคลากรในภาพรวมมีอิทธิพล อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28 และ 4.41) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจต่อ ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53 และ 4.58)

ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ การจัดระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมาคือ ร้านจำหน่ายได้ผ่านการรับรองคุณภาพและมาตรฐานต่าง ๆ ด้านเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.91) ร้านจำหน่ายได้รับใบประกาศเกียรติคุณเป็นร้านเครื่องประดับอัญมณีดีเด่น (ค่าเฉลี่ย 3.66) ร้านจำหน่ายได้รับรางวัลต่าง ๆ จากการประกวดเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.61) ความกว้างขวาง/เป็นสัดส่วนภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.55) การตกแต่ง/บรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.55) การจัดสถานที่รับรอง/ห้องรับแขก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ผู้จำหน่ายได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้มีความรู้ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.48) การจัดสถานที่บริเวณภายนอก/บริเวณโดยรอบ ๆ ร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.46) และร้านจำหน่ายเป็นสมาชิกของชมรมเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

โดยเมื่อจำแนกตามการพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61 และ 3.58) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ การจัดระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.99 และ 3.96)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านลักษณะ

ทางกายภาพในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ ร้านจำหน่ายได้ผ่านการรับรองคุณภาพและมาตรฐานต่าง ๆ ด้านเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.80) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับแรก คือ การจัดระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ด้านกระบวนการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านกระบวนการในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ การให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมาคือ ความสะดวกในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความสามารถในการจัดหาเครื่องประดับอัญมณีตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความรวดเร็วและตรงเวลาในการส่งมอบเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.79) การแนะนำทางเลือกต่าง ๆ ให้ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และการให้บริการนอกสถานที่แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

โดยเมื่อจำแนกตามการพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านกระบวนการในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.67) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ ความสามารถในการจัดหาเครื่องประดับอัญมณีตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ การให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.99)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านกระบวนการในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.82) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ การให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.98) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพล ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการรับบริการ และการให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มี

อิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ เทคโนโลยีการผลิตเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา คือ ระดับความต้องการซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.75) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.69) วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อในการสวมใส่เครื่องประดับอัญมณี เช่น การเลือกใช้ให้เหมาะกับราศี ปีที่เกิด (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความนิยมเกี่ยวกับเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.49) อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.33) ภาวะการแข่งขันของธุรกิจเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.17) และความผันผวนทางการเมืองและนโยบายของรัฐบาล (ค่าเฉลี่ย 3.01) ตามลำดับ

โดยเมื่อจำแนกตามการพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ เทคโนโลยีการผลิตเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.71 และ 3.88)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นว่ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นว่ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่ปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก คือ เทคโนโลยีการผลิตเครื่องประดับอัญมณี (ค่าเฉลี่ย 3.84 และ 3.76)

ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีเพื่อใช้เอง ร้อยละ 93.1 โดยมีโอกาสในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีกรณีเพื่อใช้เองในวันคล้ายวันเกิด ร้อยละ 50.9 และเป็นผู้ตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีเอง ร้อยละ 82.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีจากการบอกต่อของบุคคลอื่น ร้อยละ 59.1 ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี ร้อยละ 75.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี ร้อยละ 89.4 ซึ่งการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีนั้น ส่วนใหญ่ ใช้การสำรวจจากร้านจำหน่ายอัญมณี ร้อยละ 64.3 มีระยะเวลาค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อ

เครื่องประดับอัญมณีระหว่าง 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 42.2 มีการเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของแต่ละร้านก่อนตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี ร้อยละ 87.1 และใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีระหว่าง 1-2 สัปดาห์ ร้อยละ 49.7

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการอื่น ๆ จากร้านเครื่องประดับอัญมณี ร้อยละ 73.1 โดยมีเหตุผลที่ไม่ใช้บริการอื่น ๆ จากร้านเครื่องประดับอัญมณีคือ ร้านมีรูปแบบที่ดูการอยู่แล้ว ร้อยละ 20.3 กรณีที่ใช้บริการอื่น ๆ จากร้านเครื่องประดับอัญมณี มีเหตุผลในการใช้บริการอื่น ๆ คือ เพื่อจะได้แบบที่ต้องการ ร้อยละ 38.3 ส่วนการใช้บริการหลังการซื้อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการทำความสะอาดสินค้า ร้อยละ 60.6

ส่วนที่ 4 ปัญหา ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ

จากการเก็บข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังนี้ พนักงานให้บริการลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน โดยให้บริการลูกค้าประจำ หรือลูกค้าที่คุ้นเคย จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.7) ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับบางชิ้นไม่ประณีต มีให้เลือกน้อยไม่ตรงกับแบบที่สั่ง จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.4) สถานที่จอดรถมีน้อยไม่เพียงพอ จอดรถลำบาก จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2.3) และควรให้ส่วนลดกับผู้ที่ซื้อประจำจำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.7)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ คุณภาพของเครื่องประดับอัญมณี ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านราคาที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพล อยู่ในลำดับแรกได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ฤทธิชัย กอศิริวิรัช (2544) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ในด้านคุณภาพของอัญมณี ในด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านราคาตามคุณภาพของสินค้า ด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดต่อความสะดวกสบายด้านสถานที่จอดรถยนต์และความสะดวกในการสัญจร นอกจากนี้จากผลการศึกษาที่พบว่า คุณภาพของเครื่องประดับอัญมณี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.69) แสดงให้เห็นถึงเป็นปัจจัยย่อยที่สำคัญที่สุด สอดคล้องกับนราศรี ไวนิชกุล และคณะ (2542) ที่ศึกษา กลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดของอุตสาหกรรมอัญมณี

และเครื่องประดับในประเทศไทย พบว่า คุณภาพของสินค้าจะเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าพิจารณา อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกของแถมของร้านค้าในช่วงเทศกาลต่าง ๆ นั้น ไม่สอดคล้องกับฤทธิ์ชัช กอศิริวรชัย (2544) ที่กล่าวว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการจัดทำเอกสารแนะนำ การให้ความรู้ และการให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาเกี่ยวกับอัญมณีแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้และการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับอัญมณีมาพอสมควรจึงเน้นเรื่องการให้ส่วนลดหรือของแถมมากกว่า ส่วนปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรกได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า ทั้งนี้เพราะ เครื่องประดับอัญมณีเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีค่าในตัวเอง มีราคาสูง และผู้ใช้บริการต้องมีความรู้ในการเลือกซื้อ ซึ่งผู้ใช้บริการบางรายไม่มี ดังนั้นความซื่อสัตย์และจริงใจของผู้ให้บริการจึงเป็นสิ่งจำเป็น ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรก ได้แก่ การจัดระบบรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้เนื่องจาก เครื่องประดับอัญมณีเป็นสินคามีราคาสูง ระบบรักษาความปลอดภัยของร้านจำหน่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญ ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านกระบวนการ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอยู่ในลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค ทั้งนี้เนื่องเพราะผู้ใช้บริการร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ส่วนใหญ่มักเป็นลูกค้าประจำ มีความคุ้นเคยสนิทสนมกับผู้ประกอบการ อาจได้รับสิทธิ หรือส่วนลดพิเศษต่าง ๆ มากกว่าลูกค้าทั่วไป ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงเห็นว่าการบริการด้วยความเสมอภาคเป็นสิ่งสำคัญ

นอกจากนี้จากผลการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีคือ เพื่อใช้เอง มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี โดยการสำรวจจากร้านจำหน่ายอัญมณี มีระยะเวลาค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อเครื่องประดับ มีการเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของแต่ละร้านก่อนตัดสินใจซื้อ และใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีระหว่าง 1-2 สัปดาห์ ไม่มีการใช้บริการด้านการสั่งทำเครื่องประดับอัญมณีในรูปแบบพิเศษจากร้านเครื่องประดับอัญมณี เพราะร้านมีรูปแบบที่ต้องการอยู่แล้ว ส่วนกรณีที่ใช้บริการด้านการสั่งทำเครื่องประดับอัญมณีในรูปแบบพิเศษจากร้านเครื่องประดับอัญมณี เพราะต้องการได้แบบที่ต้องการ การใช้บริการหลังการซื้อส่วนใหญ่ใช้บริการการทำความสะอาดสินค้า ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับฤทธิ์ชัช กอศิริวรชัย (2544) ที่พบว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจเองในการซื้อเครื่องประดับอัญมณี และพบว่าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านค้าอัญมณีที่ได้รับจากผู้รู้จักมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ชื่อของผู้บริโภค ผู้บริโภคทำการเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของเครื่องประดับอัญมณีก่อนตัดสินใจซื้อ บริการหลังการขายที่ผู้บริโภคใช้บริการมากที่สุดคือ การทำความสะอาดเครื่องประดับ นอกจากนี้กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณียังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2534) ที่กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าเริ่มจาก การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลพฤติกรรม การตัดสินใจ และความรู้สึกลหลังการซื้อ

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตั้งถิ่นฐานในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ อายุ 20-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ อายุ 31-40 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-20,000 บาท

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง คุณภาพของเครื่องประดับอัญมณี และการออกไปรับประกันเครื่องประดับอัญมณี ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญต่อการออกใบรับประกันเครื่องประดับอัญมณีในระดับมาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญมากในเรื่อง การให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกของแถมของก้านัลในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญมากในเรื่อง การจัดชิงโชคและแจกรางวัลแก่ลูกค้าในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ของร้าน เช่น เปิดสาขาใหม่ เปิดครบรอบ 1 ปี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า พนักงานเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการ พนักงานให้การต้อนรับที่อบอุ่นและมีอัธยาศัยดี มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญต่อเรื่อง พนักงานเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการ

พนักงานให้การต้อนรับที่อบอุ่นและมีอัธยาศัยดี มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าในระดับมาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในเรื่อง การจัดระบบรักษาความปลอดภัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญมากในเรื่อง ความสามารถในการจัดหาเครื่องประดับอัญมณีตามความต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญมากในเรื่อง การให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในเรื่อง เทคโนโลยีการผลิตเครื่องประดับอัญมณี

ด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีเพื่อใช้เอง มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีจากการบอกต่อของบุคคลอื่นซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อโดยการสำรวจจากร้านจำหน่ายอัญมณีและมีการเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะและราคาของแต่ละร้าน มีระยะเวลาในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมและใช้เวลาในการตัดสินใจซื้ออยู่ระหว่าง 1-2 สัปดาห์ ไม่มีการใช้บริการด้านการสั่งทำเครื่องประดับอัญมณีในรูปแบบพิเศษ เพราะร้านมีรูปแบบที่ต้องการอยู่แล้ว ส่วนกรณีที่สั่งทำเครื่องประดับอัญมณีในรูปแบบพิเศษ เพราะต้องการได้แบบที่ต้องการ และการใช้บริการหลังการซื้อส่วนใหญ่ใช้บริการการทำความสะอาดสินค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรคัดเลือก สรรหาเครื่องประดับอัญมณีที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความเชื่อถือและสนองตอบความต้องการของผู้ซื้อ รวมทั้งควรมีใบรับประกันเครื่องประดับอัญมณีเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ โดยเฉพาะผู้ที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากอาจไม่สะดวกต่อการเดินทาง ดังนั้นจึงต้องการความมั่นใจในสินค้าที่ตนเองซื้อไป

ด้านราคา ผู้ประกอบการควรมีเกณฑ์การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีความยุติธรรม โดยเฉพาะผู้ที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งอาจเกรงว่าจะถูกเอาเปรียบเพราะเป็นนักท่องเที่ยว

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรหาทำเลที่ตั้งเพื่อความสะดวกในการเดินทาง รวมทั้งปรับปรุงสถานที่จอยครดให้มีความสะดวกมากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรจัดการส่งเสริมการตลาดด้วยการให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกของแถมของกำนันในช่วงเทศกาลต่าง ๆ รวมถึงการจัดชิงโชคและแจกรางวัลแก่ลูกค้าในโอกาสสำคัญต่าง ๆ ของร้าน เช่น เปิดสาขาใหม่ เปิดครบรอบ 1 ปี โดยเฉพาะสำหรับลูกค้าที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากอาจเดินทางมาเที่ยวไม่กี่ครั้งต่อปี

ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรจัดหาและอบรมพนักงานที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะเรื่องการมีความซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า รวมทั้งพนักงานมีการเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการ มีการต้อนรับที่อบอุ่นและมีอัธยาศัยดี มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการและมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าสามารถอธิบายได้ชัดเจน โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นคนต่างพื้นที่ รวมถึงช่วงระยะเวลาในการซื้อสินค้าอาจมีน้อย ดังนั้นจึงต้องการบริการที่มีคุณภาพจากพนักงานซึ่งเป็นผู้ที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์โดยตรง

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า เพราะสินค้าเครื่องประดับอัญมณีแต่ละชิ้นมีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งเสี่ยงต่อการถูกโจรกรรมได้ง่าย

ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ ควรจัดหาเครื่องประดับอัญมณีให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงการควรให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะผู้มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากอาจไม่ใช่ลูกค้าประจำ จึงเกรงว่าจะไม่ได้รับสิทธิพิเศษ ส่วนลด หรือการบริการเหมือนลูกค้าประจำอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ผู้ประกอบการควรมีการฝึกอบรมพนักงาน โดยเฉพาะด้านการบริการที่มีคุณภาพและให้บริการด้วยความเสมอภาค มีการตรวจสอบสภาพคุณภาพของเครื่องประดับอัญมณี ว่ามีความประณีตได้มาตรฐานหรือไม่ก่อนนำออกจำหน่าย จัดทำเครื่องประดับอัญมณีให้มีความหลากหลายมีให้เลือกหลายรูปแบบ หากเป็นเครื่องประดับอัญมณีที่สั่งทำเป็นพิเศษควรจัดทำให้ตรงตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ ควรปรับปรุงให้มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และควรมีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายโดยการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ที่มาใช้บริการประจำ หรือบ่อยครั้ง

ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณี ที่ร้านจำหน่ายอัญมณีตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในแหล่งอื่น ๆ