

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี เพื่อมุ่งใจผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยการสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดร้านและการจัดการของร้าน กลุ่มที่ใช้ในการศึกษามี 3 กลุ่ม กลุ่มแรกผู้ประกอบการ คือ ลูกค้าที่เป็นเจ้าของร้านค้าซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในร้านตนเองจำนวน 3 คน กลุ่มที่ 2 ลูกค้าประจำ 10 คน ทำการเลือกแบบเจาะจงจากลูกค้าที่ซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์เป็นประจำบ่อยครั้งที่สุด และกลุ่มสุดท้าย เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป จำนวน 50 คน โดยเลือกแบบเจาะจงจากลูกค้าทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าภายในร้าน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม 2 ชุด ชุดที่ 1 สำหรับถามผู้ประกอบการ และชุดที่ 2 สำหรับถามลูกค้าประจำและทั่วไป สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ของข้อมูล นำมาสรุปสร้างเป็นแนวทางการจัดการร้านค้าต่อไป

#### ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

จากผลการศึกษาความพึงพอใจ พบว่าประเด็นความพึงพอใจที่มีต่อการจัดร้านและการจัดการเพื่อมุ่งใจมีความแตกต่างกันหลากหลาย แต่เมื่อนำมาประมวลและกล่าวโดยรวมแล้วสามารถสรุปเป็นแนวทางการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี เพื่อมุ่งใจผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ แนวทางที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า และแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ แนวทางที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ได้แก่ประเด็นที่ร้านค้าควรจัดหา หรือจัดให้มี ได้แก่ ก) การจัดให้มีระบบในการจัดสินค้า ข) มีรูปแบบสินค้าทันสมัย สรรหาสินค้าดีมีคุณภาพ ค) มีการดูแลเครื่องประดับให้อยู่ในสภาพใหม่ ง) มีป้ายแสดงราคาสินค้า จ) มีการกำหนดราคาปรับขึ้นหรือเปลี่ยนสินค้า ฉ) มีการให้ลูกค้าต่อรองราคาได้ ช) มีสินค้าที่เป็นตราหือของตน และ ซ) มีใบรับรองคุณภาพสินค้า ส่วนแนวทางที่เกี่ยวกับการบริการ ได้แก่ ก) มีการรับบริการซ่อมแซม ข) มีเอกสารแนะนำให้คำปรึกษา และให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ค) ผู้ขายต้องมีความรู้ความสามารถให้คำแนะนำสินค้าได้ ง) มีการให้บริการพิเศษหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คสภาพของสินค้าและทำความสะอาดสินค้าตามระยะเวลาที่สมควร จ) มีการให้บริการออกแบบสินค้าแก่ลูกค้า ฉ) มีบริการรับสั่งทำตามความต้องการของลูกค้า และ ซ) มีความรวดเร็วตรงเวลาในการส่งมอบสินค้า ทั้งการสั่งทำและซ่อมแซม

## ABSTRACT

177940

The purpose of this research was to study jewelry and gems shop management guidelines for motivating customers in Mueang Lamphun district. In the study, customers were asked about their satisfaction toward the management of shops and that of motivating customers. The study groups used in the study were a) three shop's owners; b) the top ten (10) regular customers who purchased the product most frequently and were purposively selected; and 3) a number of 50 general customers were also purposively selected. The tools used for the study were two sets of questionnaire. The first used for asking the shop owners and the second for the regular and general customers. Data were analyzed through uses of frequency, percentage, mean and standard deviation. Then all data and information were synthesized for developing the guidelines for motivating the customers.

The results of the study were summarized as follows:

The items of customers' satisfaction, among three groups of study, were various and different in detail. However, when putting all items and issues together, the guidelines were set up and divided into two aspects: the aspect concerning the product or jewelry and the aspect of service. Guidelines relating to the product that should be managed were: a) to have a system of product; b) to have modern jewelry styles; c) to maintain the jewelry for being in good condition; d) to label the product's price; e) to set up the price in case of returning or changing the product; f) to provide a chance for a customer to bargain the price; g) to have their own product brand; and h) to have a product quality's certificate. As for the guidelines concerning service, they were: a) a service for repairing jewelry and gem should be offered; b) brochures about knowledge of product should be provided; c) sale personnel must have good knowledge and ability for advising the customer; d) special after-sale services such as the service of checking and caring of the product should be conducted; e) a product designing should be offered; f) service of a service for customers to order the products' styles and patterns as they liked should be provided; and g) the time of the delivery of products, both new and repaired products, should be on time and be quick.