

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุป

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี เพื่อจูงใจผู้บริโภค อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่ประกอบธุรกิจเครื่องประดับอัญมณี ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนจำนวน 3 ร้าน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ลูกค้าประจำ คือ ลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ไปใช้ในปริมาณความถี่มากที่สุด จำนวน 10 คน และลูกค้าทั่วไป คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ในร้าน จำนวน 50 คน โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากการซื้อสินค้าและเข้ามาใช้บริการในร้าน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม 2 ชุด ชุดที่ 1 สำหรับถามผู้ประกอบการเจ้าของกิจการร้านค้าปลีก และชุดที่ 2 สำหรับลูกค้าประจำและทั่วไป สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 36- 45 ปี และระหว่าง 46- 55 ปี โดยมีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี เขตที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีในระดับมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงของร้านค้า สำหรับรายการที่ผู้ประกอบการพึงพอใจน้อยกว่า รายการอื่น คือ มีการซื้อขายทาง Web Site

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการเพื่อจูงใจผู้บริโภคในระดับมากที่สุด คือ มีการจัดทำเอกสารแนะนำให้คำปรึกษา และให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องประดับอัญมณีแต่ละชนิด มีการให้บริการพิเศษหลังการขาย โดยการตรวจเช็คสภาพของสินค้า และทำความสะอาดสินค้าตามระยะเวลาที่เหมาะสม มีความรวดเร็ว และตรงเวลาในการส่งมอบสินค้า (สั่งทำและซ่อมแซม) และมีความสามารถในการหาสินค้าให้ลูกค้าตามความต้องการ สำหรับรายการที่ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจน้อยกว่ารายการอื่น คือ มีการแจกรางวัลแก่ลูกค้าในโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ ผู้ประกอบการเสนอแนะให้ทางร้านปรับเปลี่ยนการตกแต่งร้านบ้าง ให้มีการออกไปรับประกันคุณภาพ และหาสินค้าแปลกใหม่มาเสนอ

สำหรับข้อมูลทั่วไปของลูกค้าประจำและ ลูกค้าทั่วไป พบว่า ลูกค้าประจำ เป็นชายและหญิงเท่ากัน มีอายุระหว่าง **26- 35**ปี และระหว่าง **36-45**ปี มากที่สุด เป็นลูกค้าประจำ อาชีพส่วนใหญ่ค้าขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า **30,000**บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี เขตที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน ชนิดของเครื่องประดับอัญมณีที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพชร ประเภทของเครื่องประดับอัญมณีที่ซื้อมากที่สุด เป็นแหวน ในส่วนของตัวเรือนเครื่องประดับส่วนใหญ่นิยมทองคำขาวเพราะซื้อเพื่อสะสมเป็นทรัพย์สินของตนเอง โอกาสที่ซื้อในวันคล้ายวันเกิด ผู้มีส่วนสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อ เครื่องประดับอัญมณี โดยคู่รัก (แฟน) ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีทราบจากแคตตาล็อกสินค้า ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีผลต่อการจูงใจให้ซื้อเครื่องประดับอัญมณีมากที่สุด โดยมีร้านประจำที่ซื้อเครื่องประดับอัญมณีร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ ร้านขายเครื่องประดับอัญมณีที่ซื้อตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และเคยเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของเครื่องประดับอัญมณีของแต่ละร้านก่อนที่จะตัดสินใจซื้อมากที่สุด ในการชำระเงินในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีจะจ่ายเงินสด ซึ่งเฉลี่ยการซื้อแต่ละครั้ง เสียค่าใช้จ่ายประมาณ **15,001 - 20,000**บาทมากที่สุด ส่วนระยะเวลาในการซื้อ **2**เดือนต่อครั้ง และเคยใช้บริการสั่งทำเครื่องประดับอัญมณีประเภทต่างๆ จากร้านค้าที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำ

ลูกค้าประจำ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับด้านการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีมากที่สุด คือ มีการบริการซ่อมแซม ซบด้างเครื่องประดับให้อยู่ในสภาพที่ใหม่อยู่เสมอ ความพึงพอใจต่ำกว่ารายการอื่น คือ มีการซื้อขายทาง **Web Site** ส่วนด้านการจัดการเพื่อจูงใจผู้บริโภคมากที่สุดคือ มีบริการรับสั่งทำเครื่องประดับอัญมณีตามความต้องการของลูกค้า รายการที่มีความพึงพอใจต่ำกว่ารายการอื่น คือ มีการจัดทำเอกสารแนะนำให้คำปรึกษาและให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องประดับอัญมณีแต่ละชนิด

ข้อเสนอแนะในการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อจูงใจผู้บริโภค คือ ควรให้บริการนำยื่นแก่ลูกค้าที่มารอรับสินค้า ควรมีการปรับเปลี่ยนมุมต่างๆ ให้สะดุดตาแก่ลูกค้า ควรออกไปรับประกันคุณภาพสินค้า และมีการคืนกำไรให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลอย่างน้อยปีละครั้ง

สำหรับลูกค้าทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุระหว่าง **36- 45** ปี อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง **10,001 - 15,000**บาท ระดับการศึกษามัธยมศึกษา ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ชนิดของเครื่องประดับอัญมณีที่ซื้อเป็นแหวนเพชร ในส่วนของตัวเรือน เครื่องประดับ ส่วนใหญ่นิยมใช้ทองคำ เพราะเพื่อสะสมเป็นทรัพย์สินของตนเอง โอกาสที่ซื้อมากในวันคล้ายวันเกิด ผู้มีส่วนสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี โดยการตัดสินใจซื้อเอง ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีทราบจาก

แคตตาล็อกสินค้ามากที่สุด ไม่มีข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการจูงใจให้ซื้อเครื่องประดับอัญมณี ไม่มีร้านประจำในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านหนึ่งร้านใด ร้านที่ซื้อตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด ส่วนใหญ่มีการเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของเครื่องประดับอัญมณีของแต่ละร้านก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งเฉลี่ยการซื้อแต่ละครั้งเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 5,001 - 15,000 บาท ส่วนระยะเวลาในการซื้อ 3 เดือนต่อครั้ง และไม่เคยใช้บริการสั่งทำเครื่องประดับอัญมณีประเภทต่างๆ จากร้านค้าที่ใช้บริการอยู่มากที่สุด

ลูกค้าทั่วไป มีความพึงพอใจเกี่ยวกับด้านการจัดการร้านค้า เครื่องประดับอัญมณี พบว่าลูกค้าทั่วไปมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีมากคือ ความสะดวกของสถานที่ตั้งของร้านค้า เช่น ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ส่วนความพึงพอใจน้อยซึ่งต่ำกว่ารายการอื่นคือ มีการซื้อขายทาง **Web Site** ส่วนด้านการจัดการเพื่อจูงใจผู้บริโภค พบว่ามีความพึงพอใจมากเรียงตามลำดับ 3 ลำดับ คือมีความรวดเร็วและตรงเวลาในการส่งมอบสินค้า (สั่งทำและซ่อมแซม) ส่วนรายการที่มีความพึงพอใจต่ำกว่ารายการอื่น คือ มีการแจกรางวัลแก่ลูกค้าในโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่

จากผลการศึกษาความพึงพอใจ ในเรื่องแนวทางการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี เพื่อจูงใจผู้บริโภค ได้นำมาสรุปเป็นแนวทางการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี เพื่อจูงใจผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน สรุปออกเป็น 2 ด้าน คือแนวทางที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า และที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ แนวทางที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ร้านค้าควรจัดหาหรือจัดให้มีขึ้นในร้านของตน ได้แก่การจัดให้มีระบบในการจัดสินค้า มีรูปแบบสินค้าทันสมัยเสมอ สินค้าดีมีคุณภาพ มีการชุบล้างเครื่องประดับให้อยู่ในสภาพใหม่ มีป้ายแสดงราคาสินค้าให้เห็น มีการกำหนดราคารับคืนหรือ เปลี่ยนสินค้า มีการให้ลูกค้าต่อรองราคาได้ มีสินค้าที่เป็นตราชื่อหรือของตนเอง และมีการออกไปรับรองคุณภาพสินค้า ส่วนแนวทางที่เกี่ยวกับการบริการ เป็นแนวทางหรือความต้องการที่ร้านค้าควรจัดให้มี ได้แก่ มีการรับบริการซ่อมแซม มีเอกสารแนะนำให้คำปรึกษา และให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ผู้จำหน่ายมีความรู้ความสามารถให้คำแนะนำสินค้าได้เป็นอย่างดี มีการให้บริการพิเศษหลังการขาย เช่น การตรวจเช็คสภาพของสินค้าและทำความสะอาดสินค้าตามระยะเวลาที่สมควร มีการให้บริการออกแบบสินค้าแก่ลูกค้า มีบริการรับสั่งทำความต้องการของลูกค้า และมีความรวดเร็วความรวดเร็วตรงเวลาในการส่งมอบสินค้า ทั้งการสั่งทำและซ่อมแซม

## อภิปรายผล

สำหรับประเด็นการอภิปรายผลนี้ ผู้ศึกษาจะขอนำเสนอในส่วนที่สำคัญที่จะกล่าวถึงดังนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบว่า การจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีนั้น ความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงของร้านค้า มาเป็นอันดับแรก ส่วนลูกค้าประจำและลูกค้าทั่วไปมีความสนใจเกี่ยวข้องกับเพชร เพราะเพชรได้ชื่อว่าเป็นราชันย์แห่งอัญมณี มีความแข็งแกร่งทนทานและหมายถึงผู้ที่ได้ครอบครองแล้วกำชัยชนะทุกอย่างไว้ในกำมือ เสมือนผู้ยิ่งใหญ่ คนส่วนใหญ่ที่มีรายได้ดีจึงเน้นอัญมณีประเภทเพชรมากที่สุด สาเหตุที่นิยมเพชร เพราะเพชรมีลักษณะใส ไม่มีสี ชาวกรีกเชื่อว่าเพชรมีคุณสมบัติด้านยาพิษได้ นิยมนำมาทำแหวนตัวเรือนทำด้วยทองคำ เพราะแหวนเป็นเครื่องประดับที่เก็บรักษาง่าย ลูกค้าประจำและลูกค้าทั่วไปให้ความสำคัญ ของการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ในเรื่องของการเดินทางไปจะต้องมีความสะดวก สบาย สถานที่ตั้งของร้านค้า เช่น ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ซึ่งการซื้อขายเครื่องประดับอัญมณี ส่วนใหญ่ไม่นิยมซื้อ ทาง **Web Site** เพราะไม่สามารถเลือกรูปแบบ ลวดลาย หรือขนาดตามความต้องการได้ และที่สำคัญไม่สามารถต่อรองราคาได้ตามที่ตนเองต้องการ ระยะเวลาที่ซื้อเครื่องประดับอัญมณี 2-3 เดือน ต่อครั้ง แนวทางการจัดการเพื่อจูงใจผู้บริโภค โดยภาพรวมแล้วอยากได้สินค้ามีคุณภาพและสามารถหาสินค้าให้ลูกค้าตามความต้องการ การส่งมอบสินค้าที่สั่งทำ ได้ความรวดเร็วตรงเวลา ลูกค้ายังต้องการเอกสารแนะนำให้คำปรึกษา และให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องประดับอัญมณีแต่ละชนิด ด้านการบริการมีการตรวจเช็คสภาพของสินค้า มีการแจกรางวัลแก่ลูกค้าในโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ รวมไปถึงมีการซื้อขายทาง **Web Site**

ซึ่งสอดคล้องกับที่ ฤทธิชัย กอศิริวิรัช (2544) ได้ทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านคุณภาพของอัญมณี ในด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านราคาตามคุณภาพของสินค้า ด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดต่อความสะดวก สบาย ด้านสถานที่จอดรถและความสะดวกในการสัญจร และในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ต่อการจัดทำเอกสาร แนะนำ การให้ความรู้ และการให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาเกี่ยวกับอัญมณีแก่ผู้บริโภค ไม่มีข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับ มีผลต่อการจูงใจให้ซื้อเครื่องประดับอัญมณี ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเห็นว่าไม่มีร้านประจำในการซื้อเครื่องประดับอัญมณี จากร้านหนึ่งร้านใดเป็นประจำ ร้านขายเครื่องประดับอัญมณีที่ซื้อตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด สาเหตุที่บุคคลส่วนใหญ่ซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้ามาก อาจเป็นเพราะว่าในปัจจุบัน บุคคลมักจะซื้อสินค้าตามห้างร้านต่างๆ ที่อำนวยความสะดวก สามารถ เลือกซื้อได้ง่าย สถานที่จอดรถก็ปลอดภัย

และมีเครื่องอำนวยความสะดวกอย่างมากมาย ทำให้คนหันมานิยมซื้อของตามห้างต่างๆ ทำให้สินค้าประเภทเครื่องประดับอัญมณีมีขายเป็นจำนวนมาก และที่สำคัญที่สุดสามารถเลือกร้านตามความพอใจได้ ส่วนใหญ่มีการเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของเครื่องประดับอัญมณีของแต่ละร้านก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ในการชำระเงินในการซื้อเครื่องประดับอัญมณี ส่วนใหญ่ใช้เงินสดในการซื้อ ซึ่งตรงกับที่ นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุคมศรี (2542) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในการบริโภคคือ จำนวนเงินสดที่บุคคลมีอยู่ ถ้าบุคคลมีเงินสดอยู่ในมือเป็นจำนวนมากก็มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคมาก แต่ถ้าบุคคลมีเงินสดในมือเป็นจำนวนน้อยก็จะมีความโน้มในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคน้อย เครื่องประดับอัญมณี เฉลี่ยต่อครั้งเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 5,001 - 10,000 บาท และ 10,001 - 15,000 บาท และ 15,001 - 20,000 บาท คล้ายกับที่ ราพิง เวชยันต์วุฒิ (2542) ได้กล่าวถึงจำนวนทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องตัว บุคคลมีทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องสูงในมือมาก โอกาสในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคจะมาก แต่ถ้ามีทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องตัวน้อย ก็ย่อมมีโอกาสที่จะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคน้อย

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผลจากการศึกษาที่ได้แปลผลออกมาแล้ว อยู่ทางด้านบวกเป็นส่วนใหญ่ คือ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ถึงความพึงพอใจมากที่สุดนั้น อาจเป็นเพราะว่าในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้มีความสนิทสนมกับผู้ตอบแบบสอบถาม ที่อยู่อาศัยในเขตใกล้เคียงกันกับที่ตั้งร้านเป็นส่วนใหญ่ การตอบแบบสอบถามอาจมีความเกรงใจในการที่จะตอบแบบสอบถามต่อหน้า หรืออาจเป็นเพราะความมีชื่อเสียงของร้านที่ได้ให้เปิดบริการมานานกว่าร้านอื่นๆ ที่มีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซึ่งในจำนวนร้านที่เปิดให้บริการเกี่ยวกับร้านเครื่องประดับอัญมณี ที่มีจำนวนไม่มากนัก อีกทั้งในช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามนั้น อาจมีความเร่งรีบในเวลาจำกัด หรือมีธุระ ทำให้การตอบแบบสอบถามของบางท่านอาจไม่ได้อ่านข้อมูลของแบบสอบถาม อย่างละเอียดถี่ถ้วนเท่าที่ควร

แนวทางที่ได้สรุปข้างต้นจะเห็นได้ว่าแนวทางที่ทางร้านค้าจะจัดทำเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของตนเองให้มากขึ้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า และบริการที่ให้แก่ลูกค้า กรณีการศึกษาครั้งนี้หากแยกแยะประเด็นออกไปก็พบว่า สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมของการตลาด (7Ps) กล่าวคือ เมื่อก้าวถึงผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า (Product) สิ่งที่จะจูงใจให้ลูกค้าพึงพอใจ โดยเฉพาะในการศึกษาครั้งนี้ก็คือ ระดับคุณภาพสินค้า รูปแบบ และตราผลิตภัณฑ์ ถัดมาเป็นเรื่องราคาซึ่งเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับสินค้ามาก เช่นการแสดงราคาให้เห็นชัดเจน หรือมีโอกาสต่อรองราคา เป็นต้น แนวทางที่สองเป็นประเด็นที่เกี่ยวกับการให้บริการ สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมดังกล่าว ในเรื่องของ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งแยกออกเป็นเรื่องการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ลูกค้า บุคคล (People) เป็นอีกส่วนประสมหนึ่งที่จะ

ช่วยจูงใจลูกค้าได้ ตัวอย่างในกรณีการศึกษาครั้งนี้ คือ การที่ผู้จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีมีความรู้ความสามารถอธิบายให้แก่ลูกค้าได้ เป็นต้น ส่วนประสมสุดท้ายก็คือ กระบวนการ (Process) เป็นการดำเนินการส่งมอบสินค้าได้รวดเร็ว

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

1. ร้านค้าอาจจัดทำผู้รับฟังความคิดเห็นสำหรับลูกค้าได้เสนอแนะความเห็น ร้านค้าจะได้รับข้อมูลตลอดเวลา
2. ให้โอกาสลูกค้าเอาแบบสอบถามไปทำที่บ้าน
3. ร้านค้าอาจนำแนวทางไปปรับเปลี่ยนใช้ให้เหมาะสมกับร้านตนเอง
4. ร้านค้าต้องมีความซื่อสัตย์ในสินค้า และ การให้บริการอย่างจริงใจ

##### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาว่าจะจูงใจกลุ่มผู้ที่ไม่ได้เป็นลูกค้าได้อย่างไร
2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มที่ไม่ได้อยู่ในอำเภอเมือง
3. ควรทำการศึกษารูปแบบของการให้บริการเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีในจังหวัดอื่นๆ โดยเน้นการให้บริการ
4. ควรทำการศึกษาการนำเทคนิคการขายอื่นๆ มาใช้ในการทำธุรกิจเครื่องประดับอัญมณี