

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีของ
ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์การวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีสาระสรุปตามลำดับดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด
จังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขต
อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัด
ตาก

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี
อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพและปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี
อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณี
ของลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอ
แม่สอด จังหวัดตาก

รายละเอียดในการดำเนินงานเป็นดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพและปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี

อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการค้าอัญมณีที่เป็นสมาชิก ชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในปี พ.ศ. 2550 จำนวน 180 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากที่เป็นสมาชิกชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในปี พ.ศ. 2550 จำนวน 123 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) โดยจำแนกได้ดังนี้

1. กรรมการชมรมอัญมณีอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 14 คน
2. สมาชิกชมรมอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 108 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบ กำหนดคำตอบให้เลือก

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีลักษณะเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือก

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีลักษณะเป็นแบบแบบมาตราส่วนประมาณค่าและแบบปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

มีรายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากงานประสานการจัดบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ไปถึงชมรมอัญมณีและเครื่องประดับอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
2. ส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือแจ้งขอความร่วมมือในการวิจัยด้วยตนเอง
3. นำแบบสอบถามที่รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์แล้ว นำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ
2. วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละแล้วนำเสนอในรูปตาราง

ประกอบคำบรรยาย

3. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือก วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูป ตารางประกอบคำบรรยาย

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของ
ลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้ออัญมณีในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในปี พ.ศ.2550

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้ออัญมณีในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในปี พ.ศ.2550 จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของยามานะ (Yamane) ที่ความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$

โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างลูกค้าอัญมณี เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ดังนี้

ลูกค้าอัญมณีบริเวณตลาดริมแม่น้ำเมย อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยว และพ่อค้า รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้าอัญมณี จำนวน 200 คน ใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 60 วัน

ลูกค้าอัญมณีบริเวณตลาดร้านค้าอัญมณีหน้าโรงแรมสยาม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยว และพ่อค้า รวมทั้งประชาชนทั่วไปที่เป็นลูกค้าอัญมณี จำนวน 200 คน ใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 60 วัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบกำหนดคำตอบให้เลือก

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้าอัญมณี เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีตัวเลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

มีรายละเอียดการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ไปถึงชมรมอัญมณีและเครื่องประดับอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
2. ส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือแจ้งขอความร่วมมือในการวิจัยด้วยตนเอง
3. นำแบบสอบถามที่รับกลับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์และนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการวิเคราะห์ โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปตารางหาค่าบรรยาย
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก วิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละโดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอ ในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ประธานและคณะกรรมการชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 4 คน
2. ประธานและคณะกรรมการกลุ่มอัญมณี สภาอุตสาหกรรมอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามวิธีการดังนี้

การสนทนากลุ่มครั้งที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ประกอบด้วยการสนทนากลุ่ม และแบบข้อมูลเกี่ยวกับสภาพและปัญหาทางการตลาดรวมทั้งข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อของลูกค้าอัญมณี เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค

การสนทนากลุ่มครั้งที่ 2 ขั้นตอนนี้เป็นการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยพิจารณาจากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากโดยให้ประชาชน และกรรมการของชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และประธานและคณะกรรมการกลุ่มอัญมณี สภาอุตสาหกรรม อำเภอแม่สอด จังหวัดตากเป็นผู้ร่วมกันพิจารณา โดยใช้วิธีวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก แล้วกำหนดเป็นการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ไปถึงชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และกลุ่มอัญมณี สภาอุตสาหกรรม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

2. เก็บรวบรวมข้อมูลการสนทนากลุ่มโดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ในเชิงเหตุผลให้มีความสัมพันธ์ในการเกี่ยวข้องกันกับข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพและปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

1.1 สภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

อัญมณีที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก นำมาจำหน่ายจะนำมาจาก ประเทศพม่า และการที่ผู้ประกอบการค้ามีใบรับรอง จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า และส่วนใหญ่ลูกค้าจะนิยมซื้อเครื่องประดับชนิดแหวน

1.1.2 ด้านราคา

ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนมากจะมีวิธีกำหนดราคาอัญมณีโดยใช้การพิจารณาจากคุณภาพของอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น น้ำหนัก สี และความประณีตของแต่ละชิ้นงานเป็นหลัก หากอัญมณีมีคุณภาพดี ผู้ประกอบการค้าอัญมณีก็จะกำหนดราคาสูง ส่วนเหตุผลที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอแม่สอดจังหวัดตาก กำหนดราคาอัญมณีว่าสูงกว่าหรือต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากจะพิจารณาจากคุณภาพของอัญมณีเป็นหลัก ซึ่งได้แก่ คุณภาพของการเจียรใน ความมีชื่อเสียงของร้านค้า การออกแบบและความประณีตของชิ้นงานหากอัญมณีมีคุณภาพสูงราคาก็จะสูงตามคุณภาพของอัญมณี หากอัญมณีมีคุณภาพต่ำ ราคาก็จะต่ำตามคุณภาพของอัญมณี

1.1.3 ด้านการจัดจำหน่าย

ลักษณะของตลาดในการขายอัญมณีของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะทั้งค้าส่งและค้าปลีก โดยจะมีตัวแทนที่อื่น (คนกลาง) มารับอัญมณีไปจำหน่าย ส่วนวิธีจำหน่ายอัญมณีให้ได้จำนวนมาก ๆ นั้น ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่จะใช้วิธี การให้อัญมณีแก่ตัวแทนไปจำหน่าย และการออกงานแสดงสินค้า

1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมจังหวัดให้การสนับสนุนทางการตลาด และผู้ประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่ไม่มีการทำการส่งเสริมการตลาด

1.2 ปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

จากผลการวิจัยเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่า ปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน และรายชื่อพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายชื่อในแต่ละด้าน พบว่า

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาทางการตลาดในเรื่องที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของ

ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ผู้ประกอบการขาดเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตอัญมณี รองลงมาคือ การขาดการพัฒนาในรูปแบบตามความต้องการของตลาด และในการผลิตอัญมณีนั้น ผู้ประกอบการต้องสั่งซื้อวัตถุดิบจากจังหวัดอื่น

1.2.2 ด้านราคา ปัญหาทางการตลาดในเรื่องราคาของผู้ประกอบการค้าอัญมณี

อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า อยู่ระดับปานกลาง สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับ คือ ราคาของอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัด

ตาก ที่จำหน่ายนั้นไม่เหมาะสมกับตัวอัญมณี รองลงมาคือ ราคาของวัตถุดิบในการผลิตอัญมณี อำเภอมะสอ จังหวัดตากมีราคาสูง และผู้ประกอบการค้า อัญมณี อำเภอมะสอ จังหวัดตาก ไม่สามารถกำหนดราคาอัญมณีที่ผลิตได้ แต่ต้องดูจากราคาของอัญมณี ชนิดเดียวกันของผู้ประกอบการค้าอัญมณีจังหวัดอื่น ๆ

1.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการค้า อัญมณี อำเภอมะสอ จังหวัดตาก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสอ จังหวัดตากไม่สามารถขยายตลาดการค้าได้อย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ ปริมาณการจำหน่ายอัญมณีมีปริมาณลดลง และขาดความต่อเนื่องในการจำหน่าย

1.2.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสอ จังหวัดตาก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ชื่อเสียงของอัญมณีที่ผลิต ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ ไม่มีการเผยแพร่อัญมณีที่ผลิตทางเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าชม และไม่มีการประชาสัมพันธ์อัญมณีที่ผลิตผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอมะสอ จังหวัดตาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า อำเภอมะสอ จังหวัดตาก อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน และรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมาก เช่นกัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อในแต่ละด้านพบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า อำเภอมะสอ จังหวัดตาก อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ สีของอัญมณี รองลงมาคือ การออกแบบรับประกันของเครื่องประดับและอัญมณี และขนาดและรูปแบบของอัญมณีที่มีความหลากหลาย

2.2. ด้านราคา ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอมะสอ จังหวัดตากอยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และการให้บริการรับชำระด้วยเช็คเงินสด

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอมะสอ จังหวัดตาก อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางไปร้าน รองลงมาคือ ความสะดวกในการจอดรถ และการให้ส่วนลด แลก แจก แถมในเทศกาลต่างๆ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ เจ้าของร้านมีความเอาใจใส่และมีความเต็มใจให้บริการ รองลงมาคือ เจ้าของร้านมีความรู้เกี่ยวกับอัญมณีเป็นอย่างดี และเจ้าของร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นและมีธรรมาปฏิบัติ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จากการสนทนากลุ่ม

3.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis) เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยนำผลการศึกษาสภาพทางการตลาด ปัญหาทางการตลาด และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า จากแบบสอบถาม โดยการสนทนากลุ่ม สรุปเป็นภาพรวม สรุปได้ดังต่อไปนี้

3.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

3.1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สีของอัญมณีจากประเทศพม่า เป็นที่ต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากมีสีสวยสด การที่ผู้ประกอบการมีการออกใบรับประกัน ทำให้ลูกค้ายืนยัน ขนาดและรูปแบบของอัญมณีมีความหลากหลาย ประกอบกับผู้ประกอบการค้ามีการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ อีกทั้งกระบวนการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน อยู่ติดกับประเทศพม่า ทำให้เป็นศูนย์กลาง การซื้อและการขายอัญมณีจากประเทศพม่า รวมทั้งได้รับการยอมรับจากลูกค้าโดยทั่วไป ทั้งในและต่างประเทศ

3.1.1.2 ด้านราคา ได้แก่ อัญมณีมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ อัญมณีสามารถต่อรองราคาได้ ราคาถูก เพราะว่ายู่ติดกับประเทศพม่า โดยเฉพาะอัญมณีก้อนที่ไม่ผ่านการเจียรระโน

3.1.1.3 ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ลูกค้ามีความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้า มีตัวแทน (คนกลาง) รับไปจำหน่าย ตลาดเป็นทั้งค้าส่งและค้าปลีก

3.1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ เจ้าของร้านมีความเอาใจใส่ และเต็มใจให้บริการ เจ้าของร้านมีความรู้เกี่ยวกับอัญมณีเป็นอย่างดี เจ้าของร้านมีความซื่อสัตย์ จริงใจ

3.1.2 จุดอ่อน (Weakness)

3.1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การขาดเงินทุนหมุนเวียน ในการผลิตอัญมณีของผู้ประกอบการ การขาดการพัฒนาในรูปแบบตามความต้องการของตลาด การที่ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบจากที่อื่น อัญมณีสีสวย คุณภาพดี มีน้อย อัญมณีมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ไม่มีเอกลักษณ์บ่งบอกความแตกต่าง

3.1.2.2 ด้านราคา ได้แก่ อัญมณีสีสวย คุณภาพดี มีราคาแพง ไม่มีราคา
มาตรฐานในการซื้อ และการขาย ทำให้ไม่สามารถควบคุมและกำหนดราคาที่แน่นอนได้

3.1.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ผู้ประกอบการไม่สามารถขยายตลาดได้
กว้างขวาง การจำหน่ายอัญมณีมีปริมาณลดลง ขาดความต่อเนื่องในการจัดจำหน่าย

3.1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ชื่อเสียงของอัญมณีที่มีของ
ผู้ประกอบการค้าอัญมณีผลิตยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง ไม่มีการเผยแพร่อัญมณีทางเว็บไซต์
และขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ จากผู้ประกอบการ

3.1.3 โอกาส (Opportunities)

3.1.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อัญมณีมีชื่อเสียงเป็นที่ต้องการของตลาด
ทั้งในและต่างประเทศ

3.1.3.2 ด้านราคา ได้แก่ ไม่มีราคากลางที่มาตรฐาน ทำให้อัญมณีสวย
สามารถขายได้ในราคาสูง

3.1.3.3 ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีช่องทางการจำหน่ายมีหลาย
รูปแบบ เช่น ขายหน้าร้าน มีคนกลางมารับไปจำหน่าย และออกงานแสดงสินค้า มีหน่วยงาน
ภาครัฐให้การสนับสนุน เช่น การสนับสนุนในการออกงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ
ทำให้สามารถขยายตลาดออกไปได้อย่างกว้างขวางทั้งภายในและภายนอกประเทศ

3.1.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ นโยบายรัฐบาลเรื่องเขตเศรษฐกิจ
พิเศษ ปัจจุบันทางรัฐบาลมีนโยบายให้อำเภอแม่สอด แม่ระมาด พบพระ เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ
เพื่อให้มีโอกาสด้านการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น จึงเป็น โอกาสที่ดีของกลุ่มที่จะขยายตลาด
เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับสภาอุตสาหกรรมจังหวัดตาก มีการดำเนินการจัดตั้งกลุ่มอุตสาหกรรม
อัญมณี เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประสานงานและการจัดกิจกรรมต่างๆร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ
เพื่อรองรับการส่งเสริมโครงการของภาครัฐในระดับประเทศ

3.1.4 อุปสรรค (Threats)

3.1.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อัญมณีที่คุณภาพดี สีสวย หายาก

3.1.4.2 ด้านราคา ได้แก่ อัญมณีที่คุณภาพดี สีสวย ราคาแพง

3.1.4.3 ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ผู้ประกอบการขาดความต่อเนื่องในการ
จัดจำหน่าย ผู้ประกอบการไม่สามารถขยายตลาดได้อย่างกว้างขวาง ปริมาณการจำหน่ายอัญมณี
ลดลง มีคู่แข่งกันมาก ทั้งชาวไทย และต่างด้าว ผู้ค้ารายย่อยชาวพม่าทำให้ขาดความน่าเชื่อถือและ
ความไว้วางใจในการซื้ออัญมณี

3.1.4.4 ด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐยังไม่ให้การสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง การคมนาคมยังไม่สะดวกเพราะยังไม่มีทางเดินทางและขนส่งทางอากาศ ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ ระบบภาษีที่คิดมูลค่าอัญมณีสูง ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถแสดงตน

3.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณีอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยการนำผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis) มาสนทนากลุ่ม (Focus Groups)

จากการสนทนากลุ่ม(Focus Groups) ผู้เข้าร่วมประชุมได้กำหนดเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก สรุปภาพรวมได้ ดังนี้

วิสัยทัศน์

“ผลักดันให้สินค้าประเภทอัญมณีเป็นสินค้าประจำจังหวัดตาก”

พันธกิจ

1. จัดทำฐานข้อมูลของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
2. พัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ให้มีความทันสมัย และเป็นที่ยอมรับของตลาดโดยทั่วไป
3. สร้างอัตลักษณ์ให้สินค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป
4. เพิ่มยอดขายโดยขยายช่องทางการตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
5. คัดเลือกผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

6. สนับสนุนให้ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากได้รับใบรับรองในการประกอบการเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ

7. ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากต้องพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีความพร้อมทั้งในองค์ความรู้ คุณธรรม จริยธรรม และภาษา

และจากการประชุมดังกล่าว ที่ประชุมได้กำหนดแนวทางการประกอบการค้าอัญมณีของผู้ประกอบการ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยสรุปได้ 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

1.1 พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการค้าอัญมณี ให้มีความรู้เรื่องอัญมณีรวมทั้งเรื่องการผลิตที่ทำได้ด้วยอัญมณี ให้มีความหลากหลาย บ่งบอกความเป็น

อัตลักษณ์ของผู้ประกอบการค้าอัญมณี โดยร่วมมือกับ สภาอุตสาหกรรมจังหวัด พานิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด เป็นต้น

1.2 วางตำแหน่งสินค้าอัญมณีให้เป็นสินค้าประจำจังหวัดตาก โดยร่วมมือกับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หอการค้า พานิชย์จังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด เป็นต้น

1.3 ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หอการค้า พานิชย์จังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด ออกใบรับรองให้ผู้ประกอบการค้าอัญมณี เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

1.4 การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการค้าอัญมณี ให้ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดหาแหล่งเงินทุนและแหล่งอัญมณีให้เพียงพอกับความต้องการของผู้ประกอบการค้าอัญมณี

1.5 จัดตั้งศูนย์กลางการสั่งซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอัญมณีและตัวเรือนเครื่องประดับ ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการกับสภาอุตสาหกรรมและหอการค้าจังหวัดตาก

2. กลยุทธ์ด้านราคา

2.1 การใช้คุณภาพของอัญมณีเป็นตัวกำหนดราคา โดยพิจารณาจากสี ขนาด น้ำหนัก และความใสสะอาดของอัญมณี รวมทั้งลักษณะเฉพาะตัวของอัญมณีที่ไม่มีในทุกเม็ด เช่น ทับทิมที่มีสตาร์ จะมีราคาแพงกว่าทับทิมที่ไม่มีสตาร์ ตลอดจนความประณีตของชิ้นงาน เป็นต้น

2.2 การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการค้าอัญมณี เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองราคากับผู้ขายในการซื้ออัญมณี ที่จะนำมาจำหน่าย

3. กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

3.1 จัดให้มีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น โดยการขายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ขายผ่านตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลาง การขายผ่านร้านค้าปลอดภาษี และการขายผ่านบริษัทขายตรง เพื่อเป็นการเพิ่มยอดจำหน่าย

3.2 จัดให้มีงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดการรวานสินค้า เพื่อเป็นการกระจายสินค้า และ เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการซื้อมากยิ่งขึ้น โดยร่วมมือกับหอการค้า สภาอุตสาหกรรมจังหวัด พานิชย์จังหวัด กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงต่างประเทศ

3.3 การขายอัญมณีผ่านเครือข่าย โดยการสร้าง เครือข่ายผู้ประกอบการ
ค้าอัญมณีระหว่างจังหวัด เช่น เครือข่ายของผู้ประกอบการค้าอัญมณีอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก กับ
ผู้ประกอบการจังหวัดจันทบุรี โดยร่วมมือกับชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี

3.4 กลุ่มผู้ประกอบการค้าอัญมณี ควรเสนอให้มีการใช้กฎหมายอย่าง
จริงจังกับผู้ค้ารายย่อยชาวต่างด้าว โดยร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น กรมการจัดหางาน ตำรวจ
ท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

4.1 การรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้าอัญมณี จัดแสดงสินค้าทั้งในและ
ต่างประเทศ โดยร่วมมือกับหอการค้า สมาคมอุตสาหกรรมจังหวัด กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวง
ต่างประเทศ

4.2 การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเผยแพร่ข้อมูลทางเว็บไซต์ การจัดทำ
สื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้า สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สื่อทางสถานีวิทยุ เว็บไซต์จังหวัด สื่อแผนผัง
รวมทั้ง การจัดทำDirect Mail โดยร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรมจังหวัดตาก และหน่วยงานที่
เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประสานงานและการจัดกิจกรรมต่างๆร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ
เพื่อรองรับการส่งเสริมโครงการของภาครัฐในระดับประเทศ

4.3 การออกไปรับรองการซื้อขายอัญมณีให้ลูกค้า โดยมีหน่วยงานที่
เกี่ยวข้องและ ภาครัฐรับรอง ทั้งสินค้าและผู้ประกอบการ เช่น การที่หอการค้า จังหวัดตาก รับรอง
ผู้ประกอบการค้า ที่เป็นสมาชิกชมรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

4.4 กลุ่มผู้ประกอบการค้าอัญมณี ควรเสนอให้ภาครัฐและหน่วยงานที่
เกี่ยวข้อง จัดให้มีการคมนาคมทางอากาศเพื่อความสะดวกสำหรับลูกค้า

อภิปรายผล

จากการวิจัย การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี ในอำเภอแม่สอด
จังหวัดตาก มีประเด็นที่น่าสนใจซึ่งควรนำมาอภิปราย ดังนี้

1. สภาพและปัญหาของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

1.1 สภาพทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

อัญมณีที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก นำมา
จำหน่ายจะนำมาจากประเทศพม่า และการที่ผู้ประกอบการค้ามีใบรับรอง จะมีผลต่อการตัดสินใจ

ซื้ออัญมณีของลูกค้า และส่วนใหญ่ลูกค้าจะนิยมซื้อเครื่องประดับชนิดแหวน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า อำเภอแม่สอด จังหวัดตากเป็นอำเภอที่อยู่ติดชายแดนประเทศพม่า ซึ่งมีทรัพยากรที่มีค่าเป็นอัญมณี จึงทำให้สินค้าที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากจะได้มาจากประเทศพม่า ประกอบกับสินค้าประเภทอัญมณีไม่มีราคาที่เป็นมาตรฐานในการกำหนดราคาซื้อ ราคาขายที่แน่นอน การที่มีผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ออกใบรับรองให้ผู้ซื้ออัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ก็มีผลในการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า

1.1.2 ด้านราคา

ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนมากจะมีวิธีกำหนดราคาอัญมณี โดยใช้การพิจารณาจากคุณภาพของอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น น้ำหนัก สี และ ความประณีตของแต่ละชิ้นงานเป็นหลัก หากอัญมณีมีคุณภาพดี ผู้ประกอบการค้าอัญมณีก็จะกำหนดราคาสูง ส่วนเหตุผลที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณี ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในการกำหนดราคาอัญมณีผู้ประกอบการค้าอัญมณีว่าสูงกว่าหรือถูกกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ผู้ประกอบการค้าอัญมณี ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากพิจารณาจากคุณภาพของอัญมณีเป็นหลัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากกำหนดราคาในการซื้อ และการขายอัญมณีจากคุณภาพของอัญมณี ซึ่งได้แก่ คุณภาพของการเจียรระไน ความมีชื่อเสียงของร้านค้า การออกแบบและความประณีตของชิ้นงาน หากอัญมณีมีคุณภาพสูงราคาก็จะสูงตามคุณภาพของอัญมณี หากอัญมณีมีคุณภาพต่ำ ราคาก็จะต่ำตามคุณภาพของอัญมณี ซึ่งสอดคล้องกับ (วิทยาลัยชุมชนตาก 2547 : 42-43) ได้กล่าวไว้ว่า การกำหนดราคาโดยทั่วไป ต้องดูจากรูปลักษณ์และคุณสมบัติเฉพาะตัวของอัญมณีว่าเป็นชนิดใด โดยใช้องค์ประกอบ 4 ประการ คือ สี ความบริสุทธิ์ การเจียรระไน และน้ำหนัก

1.1.3 ด้านการจัดจำหน่าย

ลักษณะของตลาดในการขายอัญมณีของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะทั้งค้าส่งและค้าปลีก โดยจะมีตัวแทนที่อื่น (คนกลาง) มารับอัญมณีไปจำหน่าย ส่วนวิธีจำหน่ายอัญมณีให้ได้จำนวนมาก ๆ นั้น ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่จะใช้วิธี การให้อัญมณีแก่ตัวแทนไปจำหน่าย และการออกงานแสดงสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่มีเป็นผู้ประกอบการที่มีร้านค้าในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งในร้านค้าจะขายทั้งค้าส่งและค้าปลีก ประกอบกับการใช้ตัวแทนในการจัดจำหน่ายก็เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เลือกใช้ในด้านการจัดจำหน่าย ประกอบกับการออกงานแสดงสินค้าก็เป็นส่วนหนึ่งในการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่สภาอุตสาหกรรมจังหวัดให้การสนับสนุนทางการตลาด และผู้ประกอบการค้าอัญมณีใน อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่ไม่มีการทำการส่งเสริมการตลาด มีเพียงบางส่วนที่ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากสภาอุตสาหกรรม ซึ่งได้แก่ผู้ประกอบการค้าที่เป็นสมาชิกของ สภาอุตสาหกรรม อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

1.2 ปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

จากผลการวิจัยเมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่า ปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน และรายข้อพบว่า อยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นรายข้อในแต่ละด้าน พบว่า

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ผู้ประกอบการขาดเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตอัญมณี รองลงมาคือ การขาดการพัฒนารูปแบบตามความต้องการของตลาด และในการผลิตอัญมณีนั้น ผู้ประกอบการต้องสั่งซื้อวัตถุดิบจากจังหวัดอื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า อัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่ขายแต่เม็ดอัญมณี(หัวพลอย) มีส่วนน้อยที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณีพัฒนารูปแบบ ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบ เช่น ทอง เงิน จากจังหวัดอื่นเช่น กรุงเทพฯ เป็นต้น ประกอบกับผู้ประกอบการค้าอัญมณี ส่วนใหญ่ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากใช้ทุนส่วนตัวในการประกอบการค้าอัญมณีในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จึงทำให้ผู้ประกอบการค้าอัญมณีขาดเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตอัญมณี เพราะว่ามีต้นทุนการผลิตมีราคาสูง ซึ่งสอดคล้องกับไพศาล ธีวรงค์ชัย (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลการดำเนินงาน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของอำเภอพรหมพิราม 12 กลุ่ม พบว่าการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพในภาพรวมมีปัญหาเกี่ยวกับเรื่องเงินทุนหมุนเวียนยังไม่เพียงพอ การดำเนินงานด้านการตลาดที่ไม่สามารถระบายสินค้าได้ในปริมาณที่เหมาะสม สินค้ายังไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการประเมินศักยภาพของกลุ่มตามแนวทางที่คณะกรรมการกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลก ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะให้มีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ การติดตามการประเมินผลการดำเนินงาน สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ได้มาตรฐานและควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการฯ ในทุก ๆ ด้าน เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาและการศึกษาเรียนรู้แก่ผู้สนใจต่อไป

1.2.2 ด้านราคา ปัญหาทางการตลาดด้านราคาของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ระดับปานกลาง สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับ คือ ราคาของอัญมณีอำเภอมะสออดจังหวัดตาก ที่จำหน่ายนั้นไม่เหมาะสมกับตัวอัญมณี รองลงมาคือ ราคาของวัตถุดิบในการผลิตอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตากมีราคาสูง และผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตากไม่สามารถกำหนดราคาอัญมณีที่ผลิตได้ แต่ต้องดูจากราคาของอัญมณีชนิดเดียวกันของผู้ประกอบการค้าอัญมณีจังหวัดอื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะราคาอัญมณีในอำเภอมะสออด จังหวัดตาก มีราคาสูงขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการค้าอำเภอมะสออด จังหวัดตากไม่สามารถกำหนดราคาอัญมณีได้เพราะว่าราคาซื้อ และราคาขายอัญมณี ไม่มีราคามาตรฐานแน่นอนขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในตัวผู้ซื้อและความพึงพอใจในตัวผู้ขายอัญมณี

1.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย ปัญหาทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ผู้ประกอบการค้าอัญมณีอำเภอมะสออด จังหวัดตากไม่สามารถขยายตลาดการค้าได้อย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ ปริมาณการจำหน่ายอัญมณีมีปริมาณลดลง และขาดความต่อเนื่องในการจำหน่าย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าอัญมณีที่มีคุณภาพดี มีจำนวนลดน้อยลง ทำให้ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก ไม่สามารถขยายตลาดได้อย่างกว้างขวาง ประกอบกับปริมาณการจำหน่ายอัญมณีมีปริมาณลดลง และขาดการต่อเนื่องในการจัดจำหน่าย เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ หดตัวซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ (2545 : 3-70) วิเคราะห์การค้าอัญมณีและเครื่องประดับในอำเภอมะสออด จังหวัดตาก ดังนี้ ในด้านอุปสรรค คือ ตลาดหดตัวเนื่อง จากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ขายสินค้าได้น้อยลง ขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล

1.2.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัญหาทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ชื่อเสียงของอัญมณีที่ผลิต ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ ไม่มี การเผยแพร่อัญมณีที่ผลิตทางเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าชม และไม่มีการประชาสัมพันธ์อัญมณีที่ผลิตผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการค้าอัญมณีส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด จึงทำให้ชื่อเสียงอัญมณีอำเภอมะสออด จังหวัด ไม่เป็นที่รู้จักกว้างขวาง ประกอบกับผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตากไม่มีการประชาสัมพันธ์และไม่มีการเผยแพร่อัญมณีที่ผลิตทางเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบ ทั้งในด้านผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก และทางด้านภาครัฐ อีกทั้งทางภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ไม่ให้การสนับสนุนทางการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจัง

และต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ (2545 : 3-70) วิเคราะห์ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตากด้านอุปสรรค คือ ตลาดหดตัวเนื่องจาก ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ขายสินค้าได้น้อยลง ขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า

เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

จากผลการวิจัยเมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก เช่นกัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นรายชื่อในแต่ละด้านพบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ สีของอัญมณี รองลงมาคือ การออกไปรับประกันของเครื่องประดับและอัญมณี และขนาดและรูปแบบของอัญมณีที่มีความหลากหลาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในการซื้ออัญมณี ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก คือ สี ของอัญมณี ประกอบกับการออกไปรับประกันของผู้ประกอบการค้าอัญมณีก็มีส่วนสำคัญซึ่งทำให้ลูกค้าอัญมณีมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ ประกอบกับอัญมณีมีขนาด และรูปแบบ ให้เลือกซื้อหลากหลายก็จะทำให้ลูกค้าอัญมณีตัดสินใจซื้อได้ง่าย

2.2 ด้านราคา ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และการให้บริการรับชำระด้วยเช็คเงินสด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าอัญมณีเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่คำนึงถึงคุณภาพของอัญมณี ว่าอัญมณีมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ถ้าสามารถต่อรองราคาได้และให้บริการรับชำระด้วยเช็คเงินสด ก็จะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งสอดคล้องกับพิบูล ทิปะปาล (2545 : 45) กล่าวไว้ว่าการกำหนดราคาที่ต้องคำนึง จำเป็นต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ คือ ลักษณะการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย การกำหนดกำไรที่เคยปฏิบัติกันมา การให้ส่วนลดและเงื่อนไขในการขายที่เป็นอยู่ และกฎหมายควบคุมราคาสินค้าต่าง ๆ การพิจารณาเกี่ยวกับการกำหนดราคานี้ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเพื่อกำหนดราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม เพื่อนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมไปขายในแหล่งที่เหมาะสม ด้วยการใช้วิธีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายที่ดีสำหรับตลาดเป้าหมายที่ได้เลือกสรร

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า อยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ ความสะดวกในการเดินทางไปร้าน รองลงมาคือ ความสะดวกในการจอดรถ และการให้ส่วนลด แลก แจก แถมในเทศกาลต่างๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าบริเวณตลาดค้าอัญมณีหน้าโรงแรมสยาม ซึ่งเป็นศูนย์กลางในการซื้อ และการขายอัญมณีอำเภอแม่สอด จังหวัดตากเป็นบริเวณที่มีผู้คนสัญจรไปมาเยอะ ทำให้ลูกค้าอัญมณีอำเภอแม่สอด จังหวัดตากไม่มีความสะดวกในการจอดรถ อีกทั้งการให้ส่วนลด แลก แจก แถมในช่วงเทศกาลก็เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่าอยู่ในระดับมาก สำหรับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ลำดับแรก คือ เจ้าของร้านมีความเอาใจใส่และมีความเต็มใจให้บริการ รองลงมาคือ เจ้าของร้านมีความรู้เกี่ยวกับอัญมณีเป็นอย่างดี และเจ้าของร้านให้การต้อนรับที่อบอุ่นและมีอัธยาศัยดี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการซื้อ และการขายอัญมณีไม่มีมาตรฐานและราคาที่แน่นอนในการซื้อ และการขาย ดังนั้นผู้ซื้ออัญมณีจะต้องมีความไว้วางใจในผู้ขายอัญมณี และเชื่อมั่นในตัวผู้ขายอัญมณี ประกอบกับผู้ขายอัญมณีจะต้องมีความซื่อสัตย์ และมีอัธยาศัยดี แนะนำ ให้ความรู้ และการให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาเกี่ยวกับอัญมณีแก่ผู้บริโภค

3. การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

จากผลการวิจัยโดยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Groups) โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยจะได้กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 4 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การได้มาซึ่งกลยุทธ์ซึ่งประกอบด้วยการระดมสมอง พร้อมทั้งมีการรอบของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายและสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการใช้เครื่องมือทางการตลาด 2) การวิเคราะห์การแบ่งส่วนการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 3) การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ (2534 : 41)

จากผลการวิจัย ทำให้ได้กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก 4 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์ด้านราคา 3) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และ 4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการค้าอัญมณี ให้มีความรู้เรื่องอัญมณี รวมทั้งการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยอัญมณี ให้มีความหลากหลาย บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการค้าอัญมณี ประกอบกับการวางตำแหน่งสินค้าอัญมณี ให้เป็นสินค้าประจำจังหวัดตาก การออกใบรับรองให้ผู้ประกอบการค้าอัญมณี ตลอดจนการจัดตั้ง ศูนย์กลางการสั่งซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอัญมณีและตัวเรือนเครื่องประดับ และการรวมกลุ่ม ของผู้ประกอบการค้าอัญมณี จัดหาแหล่งเงินทุนและแหล่งอัญมณีให้เพียงพอกับความต้องการ ของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก โดยร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ กับสภาอุตสาหกรรม และหอการค้าจังหวัดตาก รวมทั้งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่ขายแต่เม็ด อัญมณี(หัวพลอย) มีส่วนน้อยที่พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยอัญมณี ให้มีความหลากหลาย ประกอบกับไม่มีการวางตำแหน่งสินค้าอัญมณี ให้เป็นสินค้าประจำจังหวัดตาก ตลอดจน อำเภอมะสออด จังหวัดตาก ไม่มีการจัดตั้งศูนย์กลางการสั่งซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอัญมณีและ ตัวเรือนเครื่องประดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยสภาพและปัญหาของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก ด้านผลิตภัณฑ์ ที่พบว่า การที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณีมีใบรับรอง มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า อำเภอมะสออด จังหวัดตาก และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก พบว่า ปัญหาการขาดการพัฒนารูปแบบ ตามความต้องการของตลาด และจากผลการวิจัยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจ ซื้ออัญมณี เขตอำเภอมะสออด จังหวัดตาก ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้า เขตอำเภอมะสออด จังหวัดตาก ด้านผลิตภัณฑ์คือ คุณภาพของอัญมณี ได้แก่ สีการออกไป รับประกันของเครื่องประดับอัญมณี และอัญมณีมีขนาดและรูปแบบที่มีความหลากหลาย

3.2 กลยุทธ์ด้านราคา ได้แก่ การใช้คุณภาพของอัญมณีเป็นตัวกำหนดราคา โดยพิจารณาจาก สี ขนาด น้ำหนัก และความใสสะอาดของอัญมณี รวมทั้งลักษณะเฉพาะตัวของ อัญมณีที่ไม่มีในทุุกเม็ด เช่น ทับทิมที่มีสตาร์ จะมีราคาแพงกว่าทับทิมที่ไม่มีสตาร์ ตลอดจน ความประณีตของชิ้นงาน เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าอัญมณีในอำเภอมะสออด จังหวัดตาก ไม่มี ราคากลางที่เป็นมาตรฐานที่แน่นอน ดังนั้นในการกำหนดราคาซื้อและราคาขายของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสออด จังหวัดตาก จึงขึ้นอยู่กับคุณภาพของอัญมณี และความพึงพอใจซื้อของ ลูกค้า ความพึงพอใจขายของผู้ประกอบการ อีกทั้งเพื่อเป็นการเพิ่มอำนาจในการซื้อให้กับ

ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยสภาพและปัญหาของผู้ประกอบการค้าอัญมณีอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในด้านราคา ที่พบว่า ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนมากจะมีวิธีกำหนดราคาอัญมณี โดยใช้การพิจารณาจากคุณภาพของอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น น้ำหนัก สี และความประณีตของแต่ละชิ้นงานเป็นหลัก หากอัญมณีมีคุณภาพดี ผู้ประกอบการค้าอัญมณีก็จะสามารถกำหนดราคาสูง ซึ่งสอดคล้องกับ ราศรี ไววนิชกุล และคณะ (2542 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า คุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าพิจารณา มากกว่าเรื่องราคา โดยเฉพาะสินค้าอัญมณี นอกจากนี้ การที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองราคากับผู้ขายในการซื้ออัญมณีที่นำมาจำหน่าย จัดได้ว่าเป็นกลยุทธ์ด้านราคาอย่างหนึ่ง ที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากคิดขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การรวมกลุ่มกันระหว่างผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ทำให้สามารถต่อรองราคาได้ดีกว่าการที่ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซื้ออัญมณีจากผู้ขายอัญมณีเพียงรายเดียว

3.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ จัดให้มีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น โดยการขายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ขายผ่านตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลาง การขายผ่านร้านค้าปลอดภาษี และการขายผ่านบริษัทขายตรง จัดให้มีงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดการรวานสินค้า การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการค้าอัญมณีระหว่างจังหวัด ตลอดจนงานที่กลุ่มผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เสนอให้มีการใช้กฎหมายอย่างจริงจังกับผู้ค้ารายย่อยชาวต่างด้าว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยและแคบ รวมทั้งมีคู่แข่งเป็นชาวต่างด้าว กลุ่มผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จึงคิดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย โดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น ได้แก่ การขายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การขายผ่านตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลาง การขายผ่านร้านค้าปลอดภาษี และการขายผ่านเครือข่ายผู้ประกอบการค้าอัญมณีระหว่างจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยสภาพและปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่พบว่า ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก คือ ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากไม่สามารถขยายตลาดการค้าได้อย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ ปริมาณการจำหน่ายอัญมณีมีปริมาณลดลง และขาดความต่อเนื่องในการจำหน่าย ในส่วนของกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ที่กลุ่มผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เสนอให้มีการใช้กฎหมายอย่างจริงจังกับผู้ค้ารายย่อยชาวต่างด้าว ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและ

ภายนอกของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ที่พบว่า ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีคู่แข่งเป็นชาวต่างด้าว

3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การรวมกลุ่มผู้ประกอบการค้าอัญมณี จัดแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ และเผยแพร่ข้อมูลทางเว็บไซต์ โดยร่วมมือกับหอการค้า สภาอุตสาหกรรมจังหวัด กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงต่างประเทศ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการค้าอัญมณีส่วนใหญ่ไม่มีการส่งเสริมการตลาด จึงต้องมีการส่งเสริมการตลาดหลายวิธี ซึ่งประกอบไปด้วยการร่วมมือกับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดทำ Direct Mail ส่งตรงถึงลูกค้า และการจัดให้มีการสื่อสารทางการตลาดให้หลากหลายช่องทาง เช่น การใช้สื่อหนังสือพิมพ์ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ การใช้สื่อวิทยุ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องสภาพและปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่ไม่มีการทำการส่งเสริมการตลาด และปัญหาทางการส่งเสริมทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก คือ ชื่อเสียงของอัญมณีที่ผลิต ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รองลงมาคือ ไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลทางเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าชม และไม่มีการประชาสัมพันธ์อัญมณีที่ผลิตผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบ อีกทั้งทางภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ไม่ให้การสนับสนุนทางการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจังและต่อเนื่อง นอกจากนี้ใบรับรองการซื้อขายอัญมณีให้ลูกค้า โดยมีหน่วยงานภาครัฐรับรองทั้งสินค้าและผู้ประกอบการ ก็จัดเป็นกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดที่กลุ่มผู้ประกอบการให้ความสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ใบรับรองการซื้อขายอัญมณี เพิ่มความเชื่อมั่นให้ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัย ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้าเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า การออกใบรับรองการซื้อขายอัญมณี มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้าเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ตลอดจนการจัดให้มีการคมนาคมทางอากาศเพื่อเพิ่มความสะดวกสำหรับลูกค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าอัญมณีส่วนใหญ่ต้องการความสะดวก ในการเดินทาง และเพื่อเป็นการประหยัดเวลาของพ่อค้าอัญมณีจากทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้าเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ความสะดวกในการเดินทางมายังร้านค้า เป็นอันดับแรกของการคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้าเขตอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ แบ่งเป็น 2 ส่วน

1.1 ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

จากผลการวิจัย มีข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ควรนำเอากลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของตนเอง โดยคำนึงถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของผู้ประกอบการ ดังนี้

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเข้าร่วมอบรมสัมมนาให้ความรู้ทางการออกแบบอัญมณีและบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งศึกษาดูงาน เพื่อพัฒนาด้านการออกแบบอัญมณี ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และการวางตำแหน่งสินค้าอัญมณีให้เป็นสินค้าประจำจังหวัดตาก เพื่อให้อัญมณีเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

1.1.2 ด้านราคา ควรใช้คุณภาพของอัญมณีเป็นตัวกำหนดราคา โดยพิจารณาจาก สี ขนาด น้ำหนัก และความใสสะอาดของอัญมณี รวมทั้งลักษณะเฉพาะตัวของอัญมณีที่ไม่มีในทุกเม็ด เช่น ทับทิมที่มีสตาร์ จะมีราคาแพงกว่าทับทิมที่ไม่มีสตาร์ ตลอดจนความประณีตของชิ้นงาน เป็นต้น

1.1.3 ด้านจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าอัญมณีมีความสะดวกในการซื้อและเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก รวมทั้งเสนอให้มีการใช้กฎหมายอย่างจริงจังกับผู้ค้ารายย่อยชาวต่างด้าว

1.1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด ควรร่วมการจัดงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งการจัดทำ Direct Mail ส่งตรงถึงลูกค้าและการจัดให้มีการสื่อสารทางการตลาดให้หลากหลายช่องทาง เช่น การใช้สื่อหนังสือพิมพ์ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ การใช้สื่อวิทยุ การเปิดเว็บไซต์ของจังหวัด และสื่อแผ่นพับ เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้อัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตากเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ตลอดจนการออกใบรับรองการซื้อขายอัญมณีให้ลูกค้า โดยมีหน่วยงานภาครัฐรับรองทั้งสินค้าและผู้ประกอบการ ตลอดจนมีการผลักดันเปิดเส้นทางคมนาคมขนส่งทางอากาศอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

1.2 ข้อเสนอแนะกับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้กับผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พร้อมทั้งจัดให้มีการศึกษาดูงาน เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

1.2.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น พาณิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชน ควรจัดงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมทั้งการจัดทำ Direct Mail ส่งตรงถึงลูกค้าและการจัดให้มีการสื่อสารทางการตลาดให้หลากหลายช่องทาง เช่น การใช้สื่อหนังสือพิมพ์ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ การใช้สื่อวิทยุ การเปิดเว็บไซต์ของจังหวัด และสื่อแผ่นพับ เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้อัณมณีอำเภอมะสอ จังหวัดตากเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ตลอดจนการออกใบรับรองการซื้อขายอัญมณีให้ผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสอ จังหวัดตาก รวมทั้งการผลักดันเปิดเส้นทางคมนาคมขนส่งทางอากาศอำเภอมะสอ จังหวัดตาก

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของกลุ่ม
- 2.2 ควรทำวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสอ จังหวัดตาก
- 2.3 ควรมีการทำวิจัยเพื่อติดตามผลการนำกลยุทธ์ทางการตลาด ว่าสามารถเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการค้าอัญมณี อำเภอมะสอ จังหวัดตากได้หรือไม่