

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง วิธีการส่งเสริมการขายของรูปพรรณกิจการขนาดเล็ก จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการส่งเสริมการขายของรูปพรรณกิจการขนาดเล็ก จังหวัดเชียงใหม่ ที่ครอบคลุมใน 4 ด้าน ได้แก่ ผลผลิต ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เลือกกรณีศึกษาเป็นร้านทองเอราวัณ ซึ่งเป็นร้านค้าของรูปพรรณขนาดเล็ก ดำเนินกิจการในรูปแบบเจ้าของคนเดียวและเป็นระบบครอบครัว เป็นระยะเวลา 14 ปี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ คือ เจ้าของกิจการ 1 คน ผู้จัดการ 3 คน พนักงานขาย 3 คน ลูกค้า 12 คน และกรรมการชมรมผู้ประกอบการร้านทองจังหวัดเชียงใหม่ 1 คน วิธีการที่ใช้ในรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสังเกต และการสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเองจำนวน 5 ฉบับ ข้อมูลที่รวบรวมได้ผู้ศึกษานำมาวิเคราะห์โดยการจำแนกข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ของงานค้นคว้าแบบอิสระ แล้วนำเสนอด้วยการเขียนเชิงพรรณนา ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

สรุป

1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับร้านทองเอราวัณ พบว่า เจ้าของกิจการเป็นเพศหญิง อายุ 50 ปี กำลังศึกษาระดับปริญญาโท และเป็นผู้ทำงานเพื่อสังคมหลายตำแหน่ง สำหรับการเปิดดำเนินร้านค้านั้น ร้านค้าเริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2535 ในรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว ในระยะเริ่มแรกร้านค้าทำหน้าที่ขาย รับซื้อคืน และแลกเปลี่ยนทอง โดยนำทองรูปพรรณมาวางขายในร้านจำนวนไม่มากนัก บริหารและดำเนินงานภายในร้าน กระทำโดยเจ้าของกิจการ มีการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยเพียงคนเดียว สำหรับแนวคิดในการเลือกดำเนินการร้านขายทองรูปพรรณนั้นเกิดจากความสนใจและการมองเห็นโอกาสในอาชีพของเจ้าของกิจการ โดยเจ้าของกิจการได้มีการเตรียมความพร้อมเพื่อการดำเนินการร้านค้าทองในด้านความรู้เรื่องการดูทองและการทำทองจากร้านทำทองช่วงหนึ่งถึง 2 ปี รวมทั้งได้มีการเตรียมความพร้อมด้านเงินทุนโดยการเก็บออมมาจากการประกอบอาชีพอื่นด้วยจำนวนเงิน 5,000,000 บาท การขยายกิจการร้านค้า

เกิดขึ้นหลังจากการดำเนินงานไปได้ประมาณ 2 ปี และกิจการเป็นที่รู้จักของลูกค้าโดยทั่วไป โดยเฉพาะลูกค้าในเขตอำเภอแม่แตงและอำเภอลำปาง จึงได้เปิดสาขา 2 ที่ตลาดแม่มาลัย อำเภอแม่แตง และหลังจากนั้นอีก 2 ปี พบว่า มีลูกค้าในเขตอำเภอสันทรายเป็นจำนวนมากจึงได้เปิดสาขาที่ 3 ที่ตลาดแม่ใจ อำเภอสันทราย ปัจจุบันร้านทองเอราวันได้เปิดดำเนินการมาเป็นเวลา 14 ปี มีสาขาทั้งหมด 3 สาขา และได้มอบหมายให้น้องสาว ลูกสาว และหลานสาวทำหน้าที่ผู้จัดการร้านในแต่ละสาขา โดยมีเจ้าของกิจการคอยทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำ

2. วิธีการส่งเสริมการขายทองรูปพรรณร้านค้าทองขนาดเล็กที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลของร้านทองเอราวัน โดยใช้เครื่องมือทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งข้อมูลสิ่งแวดล้อมทางการตลาด มีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของร้านค้า ในการนำเสนอเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะใช้หรือบริโภค ทองรูปพรรณเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง มีลักษณะเฉพาะตัวและเป็นสินค้าที่ไม่มีจำเป็น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว เครื่องมือทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเพื่อส่งเสริมการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 การคัดเลือกตราสัญลักษณ์ของทองคำ ในตลาดการค้าทองคำรูปพรรณของจังหวัดเชียงใหม่ มีทองคำรูปพรรณวางขายทั้งสิ้นจำนวนกว่า 100 ตราสัญลักษณ์ และได้รับการจัดซื้อลงทำเนียบรับรองทั้งหมด 70 ตราสัญลักษณ์ สำหรับร้านค้าทองขนาดเล็ก เช่น ร้านทองเอราวันมีวิธีการคัดเลือกตราสัญลักษณ์ของทองคำเพื่อนำมาขายในร้าน โดยใช้หลักการพิจารณาคัดเลือกหลายประการ ได้แก่

- 1) ความเชื่อถือและไว้วางใจกันระหว่างเจ้าของกิจการกับโรงงานผลิต ซึ่งใช้สัมพันธภาพที่ดีต่อกัน ได้แก่ การติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอเป็นเวลานาน
- 2) ความนิยมของท้องถิ่น ซึ่งสังเกตได้จากตราสัญลักษณ์ของทองคำที่รับซื้อหรือแลกเปลี่ยน
- 3) ยอดขายทองรูปพรรณของแต่ละยี่ห้อ ซึ่งสังเกตได้จากการเลือกของลูกค้าของร้าน

การตัดสินใจในการคัดเลือกตราสัญลักษณ์นั้นควรเป็นหน้าที่เจ้าของกิจการ หรือผู้ที่เจ้าของกิจการมอบหมาย สำหรับการเลือกซื้อทองรูปพรรณของลูกค้าโดยส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงตราสัญลักษณ์ แต่มีบางรายสนใจแหล่งที่มาของทองรูปพรรณ เช่น จากตลาดเยาวราช

2.1.2 การออกแบบลวดลายและน้ำหนักทองคำ ทองคำรูปพรรณที่วางขาย โดยทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ มีลวดลายที่ออกแบบโดยโรงงานผลิตทั้งหมดกว่า 100 ลาย มีการเรียกชื่อลวดลายโดยการนำเอาลักษณะสัตว์ ดอกไม้ ต้นไม้ ลูกไม้ หรือลวดลายไทยมาเป็นชื่อเรียก เช่น ลายขัดมัน ลายสี่เสา ลายสมอเกลียว ลายลานรูปดอกจัน ลายลูกสน ลายเต่าร้าง ลายเล็บมือ ลายพิกลุลายดอกมะลิ ลายก้านบัว ลายผีเสื้อลายมังกร ลายตะขาบ ลายสามเส้า ลายพวงมาลัย ลายพันเกลียว ลายมะยม ลายลูกโถม ลายเกลียวเชือก เป็นต้น สำหรับน้ำหนักของทองคำรูปพรรณนั้นมีการกำหนดน้ำหนักโดยการเรียกหน่วยเป็นบาท และหน่วยย่อยเป็นสลึง น้ำหนักหนึ่งบาทเทียบเท่าน้ำหนักมาตรฐาน 15.2 กรัม น้ำหนักทองคำรูปพรรณแต่ละชิ้นงานขึ้นอยู่กับลักษณะของทองคำรูปพรรณนั้น ๆ โดยชิ้นงานที่มีน้ำหนักน้อยที่สุด คือ ครึ่งสลึง และน้ำหนักสูงสุด คือ สิบบาท สำหรับร้านค้าทองขนาดเล็กโดยเฉพาะร้านทองเยาว์วันไม่ได้มีการออกแบบลวดลายหรือชิ้นงานเอง แต่ใช้การคัดเลือกจากโรงงานที่ผลิตเป็นทองคำรูปพรรณสำเร็จรูปแล้วเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการร้านทองที่ได้รับการไว้วางใจจากเจ้าของกิจการเป็นผู้ไปคัดเลือกที่โรงงานในตลาดเขาวราช ด้วยหลักการคัดเลือกตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งได้จากการสำรวจการเลือกซื้อของลูกค้า นอกจากนั้นยังคัดเลือกจากความแข็งแรง ทนทานของชิ้นงาน และสมัยนิยม ส่วนลักษณะของทองรูปพรรณที่นำมาขายนั้นส่วนใหญ่เป็นสร้อยคอ รองลงมาเป็นแหวน และสร้อยข้อมือ สำหรับน้ำหนักทองคำนั้นขึ้นอยู่กับชิ้นงาน ถ้าเป็นสร้อยคอหรือสร้อยข้อมือจะมีน้ำหนักตั้งแต่หนึ่งสลึงจนถึงสิบบาท ส่วนแหวนจะมีน้ำหนักตั้งแต่ครึ่งสลึงไปจนถึงหนึ่งบาท สำหรับการเลือกลวดลายทองรูปพรรณขึ้นอยู่กับลักษณะของทอง เพศ และวัยของลูกค้า

2.1.3 การคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ เป็นส่วนช่วยส่งเสริมการขาย มีหน้าที่ดึงดูดความสนใจ ให้สินค้าเด่น ไม่เหมือนสินค้าอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อทัศนคติของลูกค้า ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจ และทำให้สินค้าดูมีคุณค่ามากขึ้น หลักการจัดทำบรรจุภัณฑ์ยึดหลักความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และประหยัดค่าใช้จ่าย โดยได้จัดทำบรรจุภัณฑ์หลายแบบหลายขนาด ได้แก่ ซอง กล่อง กระเป๋า และถุง การเลือกบรรจุภัณฑ์เพื่อหีบห่อทองคำให้ลูกค้านั้นใช้หลักการพิจารณาจากราคา น้ำหนักทอง และโอกาสในการนำไปใช้ในของลูกค้า สำหรับความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์นั้น บางคนคิดว่าบรรจุภัณฑ์มีไว้สำหรับการเก็บรักษาทองคำ เพิ่มคุณค่าของทองคำ นอกจากนั้นยังเสนอแนะว่าควรนำไปใช้ประโยชน์อื่นได้และควรมีการออกแบบให้ไม่เหมือนกับร้านอื่น ๆ โดยอาจทำเป็นกล่องแก้วสีขาว กล่องไม้โบราณ มีลักษณะเป็นกล่องรูปวงรี กล่องสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือสี่เหลี่ยมจัตุรัส

2.1.4 ประโยชน์ใช้สอย ทองคำทั้งทองรูปพรรณและทองคำแท่งมีคุณค่าในตัว ของมันเอง เนื่องจากเป็นสิ่งของหายากและเป็นที่ยอมรับมูลค่ากันโดยทั่วไป การซื้อทองรูปพรรณ ของลูกค้าต่างมีจุดมุ่งหมายในการซื้อทองไปใช้ประโยชน์ในลักษณะแตกต่างกัน ได้แก่ เพื่อเป็น เครื่องประดับและแสดงฐานะทางเศรษฐกิจ เพื่อมอบให้ผู้อื่นเป็นของขวัญที่ระลึก ของขวัญ หรือการตอบแทนการทำงานหรือการทำความดี รวมทั้งเพื่อการเก็บออม สำหรับผู้ที่ซื้อทอง เพื่อการแสดงฐานะทางเศรษฐกิจมักเลือกรูปแบบทองรูปพรรณที่มีขนาดใหญ่ทั้งที่มีน้ำหนักทองคำ ไม่มากนัก ส่วนผู้ที่ต้องการออมมักเลือกซื้อทองคำแท่ง และในกรณีที่ซื้อเพื่อเป็นของขวัญที่ระลึก หรือของตอบแทนมักเลือกรูปแบบที่สามารถใช้ได้ยาวนาน ๆ หลายโอกาส ไม่เป็นไปตามสมัยนิยม

2.2 ราคา มีความสำคัญต่อรายได้ของกิจการร้านค้า ดังนั้นการกำหนดราคาสินค้า จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยหลายประการที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในเรื่องต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และการรับประกันสินค้า

2.2.1 การกำหนดราคาขายทองรูปพรรณ เป็นการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐาน รูปแบบเดียวกันเกือบทุกร้าน โดยการนำเอาราคาทองคำมาตรฐานที่สมาคมร้านทองแห่งประเทศไทย ประกาศแจ้งให้ทราบทั่วประเทศทุก ๆ วัน รวมกับค่ากำเหน็จซึ่งเป็นค่าความยากง่ายของลวดลาย ทองหรือค่าฝีมือช่าง การกำหนดราคาค่ากำเหน็จนั้นนอกจากพิจารณาจากความยากง่ายของลวดลาย แล้วยังขึ้นอยู่กับน้ำหนักทองคำ ราคาค่ากำเหน็จในลายที่ง่าย ๆ ในน้ำหนักทองหนึ่งบาทราคาค่าสูงสุด เท่ากับ 100 บาท และราคาสูงสุดอยู่ที่ 400 บาท ในการกำหนดค่ากำเหน็จนั้นเปิดโอกาสให้ลูกค้า สามารถต่อรองได้ สำหรับความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการกำหนดค่ากำเหน็จตามความยากง่าย ของลวดลายทองคำและน้ำหนักทองคำนั้น พบว่า มีทั้งที่เห็นว่ามีเหมาะสมและไม่เหมาะสม

2.2.2 ต้นทุน มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดราคาสินค้า ซึ่งต้นทุนสินค้านั้น แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ต้นทุน คงที่ เป็นต้นทุนที่ไม่ผันแปรตามการขายทองคำ ร้านค้าทองมีต้นทุนคงที่ที่อยู่หลายประการ ได้แก่ เงินเดือน ค่าจ้างพนักงานขาย ค่าภาษีโรงเรือน ภาษีป้าย ค่าเช่าร้าน ต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุน ที่เปลี่ยนแปลงตามการขาย ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมากและมีหลายรายการ ได้แก่ ค่าทองคำรูปพรรณ ค่าการเก็บรักษาทองคำ ค่าน้ำค่าไฟ ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าการเดินทางไปซื้อทองคำ รวมถึงภาษีต่าง ๆ ราคาทองรูปพรรณเป็นต้นทุนที่สูงที่สุดและเป็นต้นทุนที่ไม่มีความแน่นอนขึ้นลงทุกวันตามการกำหนด ราคามาตรฐานของสมาคมผู้ค้าทองแห่งประเทศไทย

2.2.3 การรับประกันสินค้า เป็นการให้ความมั่นใจในการซื้อทองรูปพรรณ แก่ลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วย การตีประกาศราคา รับซื้อคืนทองคำ ให้สังเกตเห็นชัดเจน โดยมี หลักการรับซื้อคืนกำหนดราคาจากประกาศของสมาคมร้านค้าทองแห่งประเทศไทยร่วมกับการพิจารณาพิเศษของร้านค้า คือ ถ้าเป็นทองยี่ห้อยเดียวกับที่ร้านหรือเป็นทองที่ลูกค้าซื้อไปจากร้าน การตั้งราคาค่อนข้างสูง สำหรับการพิจารณา รับซื้อคืนทองคำนั้น พนักงานขายหน้าร้านจะเป็น ผู้ตรวจสอบและกำหนดราคา โดยการพิจารณาทองที่นำมาขายคืนว่าเป็นทองปลอมหรือไม่ และเป็นยี่ห้อยเดียวกับที่ร้านขายอยู่หรือไม่ รวมทั้งน้ำหนักทองเป็นอย่างไร เพอร์เซนต์ทอง เป็นอย่างไร นอกจากนั้นยังเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้มีการต่อรองราคาจนพอใจกันทั้งสองฝ่าย การรับประกันสินค้าที่ร้านค้าขายออกไปกระทำโดยภาษีจะออกใบเสร็จรับเงินเป็นใบกำกับภาษี มูลค่าเพิ่มใช้เป็นหลักฐานในการซื้อขายตามกฎหมาย รวมทั้งการตอกสัญลักษณ์ของร้านค้าไว้ที่ ตะขอสร้อยคอ สร้อยแขน และได้ทองแหว่น

2.2.4 จรรยาบรรณของร้านค้าถือว่าเป็นกรอบหรือแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการประกอบอาชีพ โดยจะต้องยึดหลักความถูกต้องและความเป็นธรรม การดำเนินกิจการร้านค้าทอง มีบุคคลที่เกี่ยวข้องหลายคน ดังเช่น เจ้าของกิจการ พนักงานขาย และลูกค้า ซึ่งบุคคลที่กล่าวมาข้างต้นจะต้องมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ

เจ้าของกิจการ ต้องมีจรรยาบรรณต่อพนักงาน โดยการส่งเสริมให้ความรู้ แก่พนักงานอย่างจริงจัง มีการอบรมพนักงานทั้งด้านการบริการและการสอนงาน เน้นมา ด้วยความจริงใจ รวมทั้งมีการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานให้มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ และความเป็นธรรม รวมทั้งมีกฎเกณฑ์ที่ยอมรับของพนักงานทุกคน นอกจากมีการจ่ายเงินเดือนแล้ว ควรมีการจ่ายโบนัสและค่านายหน้าเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจแก่พนักงาน

พนักงานขาย ต้องมีจรรยาบรรณที่ดีต่อร้านค้าหรือองค์กร โดยจะต้อง มีความขยันขันแข็งในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ มีความรัก และซื่อสัตย์ต่อร้านค้า นอกจากนั้น ยังต้องมีจรรยาบรรณที่ดีต่อลูกค้าด้วยการให้บริการลูกค้าโดยไม่เลือกปฏิบัติไม่ว่าลูกค้านั้นจะมาซื้อ หรือขายทองคำ รวมทั้งจะต้องมีความรับผิดชอบ โดยการเอาใจใส่และศึกษาถึงความต้องการ ของลูกค้าเพื่อจะได้สนองตอบได้ตรงตามความต้องการ ตลอดจนต้องมีความซื่อสัตย์ต่ออาชีพ และกิจการ ไม่หลอกลวงลูกค้าและเจ้าของกิจการ สำหรับความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของพนักงานขายเห็นว่า พนักงานขายจะต้องมีความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับทองคำ รวมทั้งมีวิธีเสนอขาย และมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ มีมารยาทที่ดี

ส่วนจรรยาบรรณของลูกค้า นั้น เจ้าของกิจการได้แสดงความคิดเห็นว่า ควรมีความซื่อสัตย์ ไม่หลอกลวงโดยการไม่นำทองปลอมมาขายและมีการชำระเงินครบถ้วน

2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากทองคำรูปพรรณเป็นสินค้าที่ราคาสูงและมีลักษณะเฉพาะ รวมทั้งเป็นสินค้าสำเร็จรูปจากโรงงานแล้วนำมาวางขายต่อ ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายจึงต้องสั้นไม่สลับซับซ้อน โดยที่ร้านค้าทองคำทำหน้าที่เป็นคนกลางประเภทพ่อค้าปลีก มีหน้าที่ในการแสวงหาทองคำรูปพรรณให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแล้วนำมาวางขายเพื่อให้ลูกค้านำไปใช้ประดับตกแต่งร่างกายหรือมอบให้ผู้อื่นหรือเก็บออม ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย

2.3.1 กระบวนการขายทองคำรูปพรรณ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การเสาะหาลูกค้าที่คาดหวัง เนื่องจากการขายทองคำรูปพรรณ มีลักษณะเป็นการวางขายสินค้าที่หน้าร้าน ดังนั้นการเสาะหาลูกค้าจึงเป็นหน้าที่ของพนักงานขาย ในการสังเกตลูกค้าที่เข้ามาในร้านค้าเพื่อการวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่คาดหวัง โดยส่วนใหญ่พนักงานขาย ใช้การสังเกตจากการแต่งกาย กริยาท่าทางร่วมกับการพูดคุย ชักถาม และสังเกตความสนใจของแต่อย่างใดก็ตาม พนักงานขายก็ต้องมีข้อควรระมัดระวังเป็นอย่างยิ่งในขั้นตอนนี้ เนื่องจากในบางครั้งผู้ที่เข้ามาในร้านอาจไม่ใช่ลูกค้า แต่เป็นคนร้ายแอบแฝงเข้ามา ซึ่งอาจสังเกตได้จากการที่บุคคลนั้นขอดูสินค้าจำนวนมาก ๆ แล้วไม่ยอมให้พนักงานขายเก็บหรือขอลองสินค้า แล้วไม่ยอมถอดคืน หรือพูดคุยหลากหลายเรื่องราวจนอาจทำให้พนักงานขายสับสน

ขั้นที่ 2 การเข้าหาลูกค้าที่คาดหวัง เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นจากที่พนักงานขายได้พิจารณาแล้วผู้ที่เข้ามาในร้านเป็นลูกค้าที่คาดหวังในขั้นตอนนี้ พนักงานขายจะต้องใช้วิธีการพูดคุยชักชวนให้ดูสินค้า เพื่อการวิเคราะห์หาความต้องการของลูกค้า รวมทั้งยังใช้การสังเกตถึงบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจทั้งในเรื่องการจ่ายเงินหรือช่วยโน้มน้าวลูกค้าในกรณีที่ลูกค้ามาเป็นคู่หรือเป็นกลุ่ม

ขั้นที่ 3 การนำเสนอขาย เมื่อพนักงานขายทราบถึงความต้องการของลูกค้าและผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าแล้ว ขั้นตอนนี้พนักงานขายจะต้องทำให้ลูกค้าสนใจในตัวสินค้า โดยไม่เปิดโอกาสให้ลูกค้าสนใจเรื่องอื่น ๆ รวมทั้งพนักงานขายจะให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะของทองคำรูปพรรณ ราคา และเงื่อนไขพิเศษ เพื่อนำไปสู่การปิดการขาย

ขั้นที่ 4 การติดตามหลังการขาย ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นหลังจากมีการตกลงซื้อขายทองคำรูปพรรณเรียบร้อยแล้ว เป็นเงื่อนไขที่ร้านค้าทองคำกำหนดเอาไว้ในเรื่องของการรับประกันการซื้อคืนทองคำ หรือการแลกเปลี่ยนทองคำ ถ้าหากเกิดปัญหาหรือความไม่พอใจในช่วงระยะเวลา 3-4 วัน หลังการซื้อขาย นอกจากนั้นยังมีการให้บริการซ่อมเมื่อทองคำรูปพรรณที่ใช้ไปนาน ๆ เกิดการชำรุด

การกระจายสินค้าของร้านทองนั้นมีลักษณะเป็นการขายปลีกแก่ลูกค้าหลายรูปแบบตามจุดมุ่งหมาย 3 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 เป็นการขายโดยตรงแก่ลูกค้าที่นำไปใช้ประโยชน์กับตนเองโดยตรง หรือมอบให้ผู้อื่นเพื่อเป็นของขวัญหรือของกำนัล ลักษณะนี้มีเป็นจำนวนมากในร้านขายทองรูปพรรณขนาดเล็กโดยทั่วไปประมาณร้อยละ 80

ลักษณะที่ 2 เป็นการขายให้ลูกค้าที่นำไปขายต่อในลักษณะผ่อนชำระ ซึ่งทางร้านค้าทองจะต้องกำหนดเงื่อนไขพิเศษเพื่อให้ผลตอบแทนแก่ลูกค้าโดยอาจขายให้ในราคาต่ำกว่าปกติ หรือขายให้ราคาที่กำหนดในช่วงเวลาที่กำหนด เช่น ในราคาที่กำหนดให้ในช่วงหนึ่งเดือนไม่ว่าราคาทองค่าจะขึ้นหรือไม่ การขายลักษณะนี้มีไม่มากนักประมาณร้อยละ 5

ลักษณะที่ 3 เป็นการขายทองแท่งให้กับช่างทำทองภายในจังหวัดนำไปทำขึ้นงาน ซึ่งการขายในลักษณะนี้มีไม่มากนัก และช่างทำทองมักเป็นลูกค้าประจำของร้าน การขายลักษณะนี้มีประมาณร้อยละ 15

2.3.2 การเก็บรักษาและการบริหารสินค้าคงคลัง เนื่องจากทองคำรูปพรรณเป็นสินค้าที่มีราคาสูง ดังนั้นการจัดเก็บจึงต้องมีความปลอดภัยสูง ทั้งในเรื่องสถานที่ อุปกรณ์ และมีความรอบคอบในวิธีการจัดเก็บ ซึ่งอาจทำได้ด้วยการมีตู้นิรภัยที่มีความมั่นคงแน่นหนา มียามรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านค้า รวมทั้งมีประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติ ผู้ทำหน้าที่ในการจัดเก็บทองคำรูปพรรณเพื่อรอการขายนั้นควรมอบหมายให้ผู้จัดการร้านค้าเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดเก็บ ในตู้นิรภัยมีการบันทึกรายการจัดเก็บลงในสมุดบัญชีและมีการตรวจสอบความถูกต้องของจำนวนสินค้าในตู้นิรภัยทุกครั้งเมื่อมีการจัดเก็บหรือเบิกสินค้าออกมาจำหน่าย การบริหารสินค้าคงคลังของร้านค้าขนาดเล็กที่มีหลายสาขา เจ้าของกิจการจะเป็นผู้ดำเนินการควบคุมสินค้าคงคลังของร้านค้าโดยเริ่มต้นจากการสำรวจจำนวนความต้องการทองคำรูปพรรณของแต่ละสาขา ซึ่งมอบหมายให้ผู้จัดการเป็นผู้สำรวจ หลังจากนั้นเจ้าของกิจการจะเป็นผู้เดินทางไปซื้อทองคำรูปพรรณจากโรงงานผลิตหรือในบางครั้งเจ้าของกิจการอาจจะมอบหมายให้ผู้จัดการสาขาที่ไว้วางใจได้เป็นผู้เดินทางไปสั่งซื้อ หรือในบางครั้งถ้าหากเป็นทองคำรูปพรรณที่มีการสั่งซื้อกันเป็นประจำก็อาจใช้การสั่งซื้อทางโทรศัพท์ เมื่อได้รับทองคำรูปพรรณจากโรงงานผลิตแล้ว เจ้าของกิจการจะทำการบันทึกรายการและเก็บรักษาไว้ที่ตู้นิรภัยในสาขาใหญ่ หลังจากนั้นจึงแจกจ่ายให้สาขาย่อยไปจัดจำหน่าย โดยมีการบันทึกรายการจ่ายให้แก่แต่ละสาขา เมื่อผู้จัดการแต่ละสาขานำทองคำรูปพรรณมายังสาขาของตนแล้วจะทำการบันทึกรายการและเก็บรักษาไว้ที่ตู้นิรภัย

ซึ่งมีเพียงผู้จัดการเพียงผู้เดียวเท่านั้นที่สามารถเปิด-ปิดตู้รับรษณีย์ได้ เมื่อมีการขายออกไปผู้จัดการสาขาจะต้องบันทึกการขายของรูปพรรณในสมุดบัญชี หลังจากนั้นในแต่ละวันผู้จัดการสาขาจะต้องทำการตรวจสอบจำนวนนับให้ตรงกับรายการบันทึก และในแต่ละสัปดาห์เจ้าของกิจการจะเป็นผู้ตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง

2.3.3 การจัดการพนักงานขาย พนักงานขายถือเป็นบุคคลสำคัญอย่างยิ่งในการทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เนื่องจากเป็นผู้ติดต่อโดยตรงกับลูกค้า รวมทั้งเป็นผู้ให้ข้อมูล รายละเอียด และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างร้านค้ากับลูกค้า สำหรับร้านค้าขนาดเล็ก พนักงานขายจะต้องเป็นผู้ที่ได้รับความไว้วางใจมอบหมายในการตัดสินใจ ดังนั้น ร้านค้าทองส่วนใหญ่จึงมักนำบุคคลที่เป็นเครือญาติซึ่งเกี่ยวพันกันเป็นลูกหลานที่มีความสนใจและมีลักษณะเหมาะสมกับงานบริการมาฝึกงาน โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้สอนงาน ชี้นำ ทั้งในเรื่องความรู้เกี่ยวกับทองรูปพรรณและเทคนิคการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี หรือจนกว่าเจ้าของกิจการเกิดความไว้วางใจ ส่วนการกำหนดเงินเดือนและค่าตอบแทนแก่พนักงานขายนั้น เจ้าของกิจการเป็นผู้กำหนด โดยพิจารณาจากความรู้ความสามารถก่อน และเพิ่มมากขึ้นตามอายุการทำงาน นอกเหนือจากเงินเดือนแล้วพนักงานขายยังได้รับค่าตอบแทนพิเศษจากการเพิ่มค่ากำหนัด รวมทั้งในช่วงเทศกาลตรุษจีนยังมีการแจกโบนัสแก่พนักงาน โดยการพิจารณาจากอายุการทำงานและความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน

2.4 การส่งเสริมการตลาด สำหรับร้านค้าขนาดเล็กซึ่งมีเงินลงทุนไม่สูงนัก ร้านค้าทองส่วนใหญ่จึงมักไม่ใช้การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือทางหนังสือพิมพ์ แต่มักจะใช้การประชาสัมพันธ์โดยเจ้าของกิจการด้วยวิธีการเข้าหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างเจตคติที่ดีแก่ร้านค้าทองของตนเอง โดยการทำงานเพื่อสังคมหรือการเปิดตัวกับสังคมโดยทั่วไป รวมทั้งการรับซื้อทองเก่าด้วยราคาที่ลูกค้าได้มีการขอเพิ่มราคาจนเป็นที่พอใจ นอกจากนั้นในเทศกาลต่าง ๆ ควรมีการแจกและแถมสิ่งของต่าง ๆ เช่น กระเป๋าสตางค์ ปฏิทิน ตลอดจนการให้บริการรับซ่อมแซมฟรี ในกรณีที่ลูกค้าซื้อทองไปใช้แล้วเกิดชำรุด เช่น ขาด หรือใส่ไม่ได้ และยังมี การให้เปลี่ยนใหม่ได้ในกรณีที่พอใจแต่ต้องภายในกำหนดเวลา 3-4 วัน รวมถึงการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ผลตอบแทนแก่พนักงานขายเป็นค่านายหน้า

3. สิ่งแวดล้อมทางการตลาด นอกจากการส่งเสริมการขายด้วยเครื่องมือทางการตลาดที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาด แล้วยังมีเรื่องของสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้ร้านทองขนาดเล็กมีผลการดำเนินงานที่มั่นคง

3.1 สิ่งแวดล้อมภายใน เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้กิจการร้านค้ามีความมั่นคง ซึ่งประกอบด้วย การผลิต ร้านค้าทองขนาดเล็กจะไม่มีการผลิตสินค้าเอง แต่จะใช้การเลือกซื้อทองรูปพรรณจากโรงงานทำทองที่อยู่ในย่านตลาดเยาวราช โดยจะคัดเลือกจากโรงงานที่ได้รับ การรับรองมาตรฐานจากสมาคมร้านค้าทองแห่งประเทศไทย ร่วมกับความนิยมของท้องถิ่นและลูกค้า นอกจากนี้ยังมีเรื่องการเงินเป็นสิ่งแวดล้อมอีกส่วนหนึ่งที่จะต้องมีการวางแผนเป็นระยะ ได้แก่ ระยะเมื่อเริ่มดำเนินกิจการซึ่งได้มาจากการเก็บออม และระยะระหว่างดำเนินงานทั่วไป เรื่องของการขยายงานและการเก็บสำรองเงินทุน ซึ่งได้จากการจัดสรรเงินรายได้แล้วนำเอาเงินรายได้นั้นไปลงทุนโดยการซื้อทองคำแท่ง เนื่องจากทองคำแท่งสามารถแลกเปลี่ยนเป็นทองรูปพรรณ หรือเป็นเงินสดได้ง่าย สำหรับในเรื่องของทรัพยากรมนุษย์นั้นควรจะคัดเลือกจากบุคคลที่มีความสนใจ และมีความสามารถในการบริการ รักในการทำงาน ตลอดจนจะต้องมีความผูกพันกับเจ้าของกิจการและร้านค้า สิ่งแวดล้อมภายในอีกตัวหนึ่ง คือ ที่ตั้งร้านค้า ควรพิจารณาให้ร้านค้าอยู่ในชุมชนใกล้ตลาด สถานที่ราชการ มีการคมนาคมที่สะดวก มีสถานที่จอดรถหน้าร้าน

3.2 สิ่งแวดล้อมภายนอก เป็นปัจจัยที่สำคัญในการสนับสนุนให้กิจการดำเนินงานไปด้วยดี ได้แก่ คู่แข่งหรือร้านค้าที่ขายทองรูปพรรณในลักษณะเดียวกันและตั้งร้านอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ซึ่งร้านค้าทองจะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเพื่อการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในการซื้อขายสารทั้งในเรื่องกฎระเบียบ ความปลอดภัยในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังมีเรื่องของนโยบายการค้าซึ่งเป็นสิ่งสนับสนุนร้านค้าในการดำเนินการ ดังนั้นร้านค้าจึงต้องมีการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบและนโยบายต่าง ๆ สิ่งแวดล้อมภายนอกอีกสิ่งหนึ่ง คือ ลูกค้า ร้านค้าจะต้องพยายามสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้า เพื่อให้กลายมาเป็นลูกค้าประจำ แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าขาจรก็มีความสำคัญเพราะเขาพร้อมที่จะเป็นลูกค้าประจำทุกเมื่อ

อภิปรายผล

วิธีการส่งเสริมการขายของร้านค้าทองรูปพรรณขนาดเล็ก โดยใช้กรณีตัวอย่างจากร้านทองเอราวัณ พบว่า ในการดำเนินงานด้านการขายนั้นเครื่องมือทางการตลาดทั้งหมด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน ดังเช่น

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญอันดับแรกที่ร้านค้าจะต้องคัดเลือก โดยดูถึงประโยชน์และคุณค่าของสินค้าในสายตาของลูกค้า ดังที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 2) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์และมีคุณค่าในสายตาของลูกค้า ซึ่งทองรูปพรรณถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีประโยชน์หลากหลายประการ ทั้งการแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจและการออม ดังนั้นการคัดเลือกทองรูปพรรณเพื่อนำมาขายภายในร้านค้าจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งและถือเป็นสำคัญ เช่นเดียวกับที่ ฤทธิชัย กอศิริวรชัย (2542) ที่ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี พบว่า ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก ดังนั้นทางร้านจึงได้ดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์โดยการนำทองรูปพรรณมาขาย การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ของร้านค้าต้องใช้หลักการคัดเลือกความเชื่อไว้วางใจกันระหว่างร้านค้ากับโรงงานผลิต ซึ่งการที่ร้านค้าใช้วิธีการนี้ทำให้ร้านค้าได้รับสินค้าที่มั่นใจได้ถึงคุณภาพ รวมถึงการได้รับความเชื่อถือด้านการเงินของร้านค้า จึงทำให้ร้านค้ามีสินค้ามาจำหน่ายได้อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้การคัดเลือกสินค้าตามความนิยมของลูกค้าและความนิยมของท้องถิ่นเป็นผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้านำมาขายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งทองคำที่ร้านนำมาขายยังเป็นที่ยอมรับของท้องถิ่น ดังนั้นเมื่อมีลูกค้านำเอาทองคำที่ซื้อจากร้านค้าไปแลกเปลี่ยนหรือขายต่อร้านอื่น ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างไม่เกิดปัญหา อีกทั้งการที่ร้านค้าไม่ผลิตทองรูปพรรณเองนั้นทางร้านค้ายังมีโอกาสเลือกทองรูปพรรณจากแหล่งทองคำที่เป็นที่ยอมรับ เช่น ตลาดเขาวารซึ่งเป็นแหล่งรวมทองคำรูปพรรณที่ใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศ และทางร้านค้ายังมีโอกาสเลือกซื้อหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากสมาคมร้านทองแห่งประเทศไทย ด้านการบรรจุภัณฑ์ทางร้านได้จัดทำบรรจุภัณฑ์โดยยึดหลักความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นการช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจและทำให้สินค้าดูมีคุณค่ามากขึ้น

2. ด้านราคา ซึ่งมีความสำคัญต่อรายได้ของกิจการร้านค้า ร้านค้าทองมีการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐานรูปแบบเดียวกันทุกร้าน โดยการนำเอาราคาทองคำตามมาตรฐานตามที่สมาคมร้านทองแห่งประเทศไทยประกาศแจ้งให้ทราบทั่วประเทศทุก ๆ วัน รวมกับค่ากำเหน็จซึ่งเป็นราคาความยากง่ายของลวดลายทองคำ การกำหนดราคาทองรูปพรรณทางร้านค้าทองต้องเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้มีการต่อรองราคาได้ ซึ่งการต่อรองราคาได้นั้นถือเป็นการส่งเสริมการตลาดที่ลูกค้าให้ความสำคัญ สอดคล้องกับงานของ ฤทธิชัย กอศิริวรชัย (2542) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อราคาคุณภาพสินค้า ราคาที่สามารถต่อรองได้รวมถึงการมีป้ายแสดงราคาชัดเจน

และการกำหนดราคารับคืนเปลี่ยนเป็นสินค้าในอัตราที่แน่นอน ซึ่งร้านค้าทองได้มีการปฏิบัติในการติดป้ายราคารับซื้อหรือขายที่มีการเปลี่ยนแปลงตามราคาดมาตรฐาน รวมทั้งมีการรับประกันสินค้า สำหรับเรื่องการบริหารราคาสินค้านั้น ร้านค้าทองต้องคำนึงถึงต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าภาษี ค่าทองรูปพรรณ ค่าเก็บรักษาทองคำ ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าเดินทาง และอื่น ๆ ซึ่งค่าใช้จ่ายที่สำคัญ คือ ค่าทองคำรูปพรรณที่มีการขึ้นลงทุกวัน ดังนั้นทางร้านค้าทองจะต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายนี้ โดยการเก็บสะสมทองคำแท่ง เพื่อเป็นทุนสำรองอันเป็นสิ่งแวดล้อมภายในทางการตลาดที่ส่งผลให้ร้านค้าดำเนินกิจการอยู่ได้

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านค้าทองทำหน้าที่เป็นคนกลางประเภทพ่อค้าปลีก นำทองคำจากโรงงานมาขายต่อให้ผู้บริโภค โดยร้านค้าทองทำการแสวงหาทองรูปพรรณให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เป็นการลดขั้นตอนการดำเนินงานของร้านค้าโดยที่ไม่ต้องมีการจัดทำหรือผลิต มีหน้าที่ในการแสวงหาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในเรื่องกระบวนการขายนั้นร้านค้าทองมีขั้นตอนการขายที่สำคัญ 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การเสาะหาลูกค้าที่คาดหวังโดยการสังเกตพฤติกรรม ลักษณะท่าทางของลูกค้าที่เข้ามาในร้านซึ่งเป็นบทบาทที่สำคัญที่จะต้องใช้ความสามารถในการวิเคราะห์แยกแยะลูกค้าและผู้ที่ไม่หวังดีกับร้านค้า ซึ่งปัจจุบันมีเข้ามาในร้านหลากหลายรูปแบบ ขั้นที่ 2 เป็นการเข้าหาลูกค้าที่คาดหวังซึ่งเป็นขั้นตอนที่พนักงานขายจะต้องพูดจาชักชวนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจและคัดกรองผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ขั้นที่ 3 เป็นขั้นของการเสนอขายซึ่งพนักงานขายจะต้องพยายามเสนอปิดการขายให้ได้ และขั้นสุดท้ายเป็นการรับประกันหลังการขาย เป็นการรับประกันราคาซื้อคืนทองรูปพรรณ การแลกเปลี่ยน รวมไปถึงการซ่อมแซมหลังการขายหากเกิดการชำรุด ทุกขั้นตอนของกระบวนการขายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่พนักงานขายจะต้องใช้ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการชี้ชวนหรือชักชวนให้ลูกค้าได้มีการตัดสินใจซื้อ ซึ่งทางร้านค้าอาจใช้การให้ผลตอบแทนเป็นค่านายหน้าเป็นแรงกระตุ้นให้พนักงานขายได้มีความกระตือรือร้นและพยายามสำหรับการกระจายสินค้านั้นทางร้านค้าสามารถใช้วิธีการในหลายลักษณะเพื่อการเพิ่มยอดขาย โดยการขายแก่ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคโดยตรง หรือขายให้ผู้ที่จะนำไปขายต่อหรือซื้ไป หรือขายให้ช่างทำทอง ซึ่งร้านค้าจะต้องมีการกำหนดเงื่อนไขการขายให้ชัดเจน เพื่อช่วยเหลือหรือส่งเสริมลูกค้าของร้านได้ซื้อทองคำไปใช้ประโยชน์ตามความมุ่งหวังของลูกค้า

การเก็บรักษาและการบริหารสินค้าคงคลัง เนื่องจากทองคำรูปพรรณเป็นสินค้าที่มีราคาสูง ดังนั้นการจัดเก็บจึงต้องมีความปลอดภัยสูง มีตู้นิรภัยที่แน่นหนามั่นคง มียามรักษาความปลอดภัย และมีการติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านค้า รวมทั้งมีประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติ รวมทั้งจะต้องมีการบันทึกรายการจัดเก็บจำนวนสินค้าในตู้นิรภัยทุกครั้งที่จัดเก็บและเบิกสินค้า การบริหารสินค้าคงคลังเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการมีสินค้าขายอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งช่วยควบคุมในเรื่องของต้นทุนสินค้า เพราะต้นทุนส่วนใหญ่ของทองคำรูปพรรณ คือ ราคาทองคำรูปพรรณที่มีการเปลี่ยนแปลงในทุกวัน ดังนั้นการบริหารสินค้าคงคลังจึงมีความสำคัญค่อนข้างมากที่ร้านค้าจะต้องมีการควบคุมตรวจสอบและวางแผนเป็นอย่างดี ทั้งในเรื่องช่วงเวลาในการซื้อ จำนวนซื้อ จำนวนเก็บรักษา

การจัดการพนักงานขาย พนักงานขายเป็นบุคคลที่ถือมีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะร้านค้าทองคำรูปพรรณซึ่งเป็นสินค้าราคาแพง ดังนั้นพนักงานขายจึงต้องเป็นผู้ที่ได้รับความไว้วางใจและได้รับมอบหมายในการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับขาย ซึ่งร้านค้าทองส่วนใหญ่จึงมักนำบุคคลที่เป็นเครือญาติซึ่งอาจเป็นลูกหลานหรือน้องมาเป็นพนักงานขาย โดยเริ่มแรกเจ้าของกิจการต้องมีการฝึกฝน คอยชี้แนะ สอนงานให้ก่อนไม่น้อยกว่า 1 ปี จนกว่าจะเกิดความชำนาญ และมีการให้ผลตอบแทนเป็นเงินเดือน โบนัส และค่าตอบแทนพิเศษจากการเพิ่มค่ากำหนด การที่ร้านค้าทองได้อบรมปฏิบัติเช่นนี้ทำให้ร้านค้ามีพนักงานที่มีความรักในองค์กร มีความซื่อสัตย์ มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน เนื่องจากพนักงานขายเหล่านั้นมีความผูกพันเป็นส่วนหนึ่งของร้านค้า มีความเป็นเจ้าของ การบริหารจัดการจึงเป็นแบบพี่น้อง เป็นระบบครอบครัว สื่อสารกันได้ง่าย ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านค้าทองขนาดเล็กอาจใช้วิธีการประชาสัมพันธ์

เพื่อการสร้างเจตคติที่ดีต่อร้านค้า โดยการแบ่งปันให้สังคมด้วยการที่เจ้าของกิจการหรือบุคลากรของร้านค้าได้เสนอตัวไปทำงานเพื่อสังคมหรือเปิดตัวแก่สังคม ซึ่งสิ่งนี้ถือได้ว่าเป็นการสร้างคุณประโยชน์แก่สังคมในการช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสทางสังคม ซึ่งผลการทำความดีนั้นจะส่งผลให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนั้นการมีจรรยาบรรณของเจ้าของร้านและพนักงานขายเป็นสำคัญ ของอีกประการหนึ่งเพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อถือในร้าน

5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางการตลาด เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้กิจการร้านค้ามีความมั่นคง

ซึ่งประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมภายใน ประกอบด้วย การผลิตสินค้า โดยทางร้านทองจะรับทองคำมาจากโรงงานผลิตที่ได้รับการยอมรับ มีมาตรฐาน และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านเยาวราช เพื่อให้ได้สินค้าที่เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยินยอมของลูกค้า อีกส่วนหนึ่ง คือ การวางแผน การจัดสรรเงิน

การออมเงิน การนำเงินไปขยายงาน และการเก็บสำรองเงินทุนของกิจการ นอกจากนั้นสิ่งแวดล้อมภายในยังมีเรื่องของทรัพยากรมนุษย์ซึ่งหมายถึงพนักงานขายที่จะเป็นผู้ที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง หากลูกค้าได้รับการบริการที่ดีย่อมจะส่งผลต่อรายได้ของร้าน อีกส่วนหนึ่ง คือ ที่ตั้งร้านค้าที่ควร จะอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย มีที่จอดรถ จะทำให้ลูกค้าเลือกมาใช้บริการ มากขึ้น สำหรับสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ คู่แข่งหรือร้านค้าทองในลักษณะเดียวกัน ซึ่งร้านทอง ควรจะมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องข่าวสาร กฎระเบียบ สิ่งแวดล้อม ภายนอกอีกอย่าง คือ ลูกค้า ร้านค้าจะต้องรักษาลูกค้าเดิมโดยการสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้า ให้เป็นลูกค้าประจำ รวมทั้งสร้างลูกค้ารายใหม่ให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก อย่างสม่ำเสมอ สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับการสนับสนุนให้ยอดขายทองและ การดำเนินงานของกิจการเป็นไปอย่างมั่นคง เพราะปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐาน ที่จะสร้างการดำรงอยู่ของร้านค้าและการเป็นที่ยอมรับของลูกค้าและสังคมโดยทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

1. การดำเนินงานธุรกิจร้านทองรูปพรรณขนาดเล็กเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในเรื่องของความรู้และประสบการณ์ การดำเนินธุรกิจนั้น ๆ การจัดสรรเงินทุน รวมทั้งคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ความอดทนและ การเป็นผู้มองการณ์ไกล
2. การส่งเสริมการขายที่สำคัญสำหรับกิจการร้านทองรูปพรรณขนาดเล็กนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาสิ่งที่จะต้องการมีการประชาสัมพันธ์ร้านค้า ซึ่งอาจจะกระทำ โดยตัวบุคคลในการทำงานเพื่อสังคม หรืออาจกระทำโดยการให้พนักงานขายในการให้บริการ ด้วยความรู้และความเต็มใจรวมทั้งการมีจรรยาบรรณ
3. สิ่งแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายนอกและภายใน อันได้แก่ การวางแผนด้านการเงิน คู่แข่ง ท่าเลที่ตั้ง และกฎระเบียบต่าง ๆ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมการขายที่ผู้ประกอบการร้านค้า ทองรูปพรรณขนาดเล็กจะต้องคำนึงถึงและต้องมีการจัดการที่ดี
4. การทำธุรกิจร้านทองรูปพรรณขนาดเล็กมีความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรม ลักษณะ โด่งดังนั้นจึงควรมีความระมัดระวังในเรื่องความปลอดภัย เช่น การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมทางการตลาดต่อร้านค้าทองรูปพรรณขนาดเล็กจังหวัดเชียงใหม่
2. ควรมีการศึกษาถึงวิธีการส่งเสริมการขายร้านทองรูปพรรณขนาดกลางและขนาดใหญ่ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับร้านค้าทองรูปพรรณขนาดเล็กในการพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่กิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่ต่อไป
3. ควรมีการศึกษาถึงวิธีการหรือแนวทางการป้องกันการโจรกรรมในกิจการร้านค้าทองรูปพรรณ