



การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
DESIGN AND DEVELOPMENT OF AUSPICIOUS RING JEWELRY ACCORDING
TO THAI NUMEROLOGY PRINCIPLES

นราบดีนทร์ ศิริวารินทร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย



นราบดีนทร์ ศิริวารินทร์

ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

DESIGN AND DEVELOPMENT OF AUSPICIOUS RING JEWELRY ACCORDING
TO THAI NUMEROLOGY PRINCIPLES



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Master of Arts (Design for Business))

College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

2020

Copyright of Srinakharinwirot University

ปรินญาณินพนธ์
 เรื่อง
 การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
 ของ
 นราบดีนทร์ ศิริวารินทร์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
 ปรินญาณศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
 ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปรินญาณินพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์)	 ประธาน (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรียาภรณ์ เจริญบุตร) กรรมการ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรวณ แพทยานนท์)
---	---

ชื่อเรื่อง	การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
ผู้วิจัย	นราบดีนทร์ ศิริวารินทร์
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพดล อินทร์จันทร์

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย และเพื่อออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก 3 กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มผู้บริโภคหญิงที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์รวม 29 ท่าน ผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาเป็น 4 ด้านคือ ด้านความสำเร็จ ด้านการงาน ด้านการเงิน และด้านความรัก โดยพัฒนาต้นแบบ 12 แบบตัวอย่าง แล้วนำมาประเมินหาความพึงพอใจสูงสุดที่สัมพันธ์กับส่วนผสมทางการตลาดเพื่อนำมาออกแบบแผนธุรกิจและกลยุทธ์ สำหรับแนวทางการฟื้นฟูธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับภายใต้สถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ผลการวิจัยพบว่าเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยได้รับความนิยม ถึงร้อยละ 90.47 โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แบบแหวนที่ได้รับความนิยมสูงสุดได้แก่ แหวนมงคลด้านความสำเร็จพลังเลข 9, ด้านการงานพลังเลข 14, ด้านการเงินพลังเลข 56 และด้านความรักพลังเลข 36 ปัจจัยทางด้านราคาพบว่าโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องประดับทองคำแท้ 9K ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 11,100 – 18,000 บาท และเงินแท้ ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 1,490 – 1,890 บาท พบว่าการจัดทำแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย เหมาะกลุ่มเป้าหมายหลักในช่วงอายุ 29-40 ปี ร้อยละ 33.33 ผ่านช่องทางออนไลน์ และกลุ่มเป้าหมายรองช่วงอายุ 46-50 ปี ร้อยละ 19.04 เน้นการขายแบบสั่งผลิตตามความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาดหลักคือ ด้านการใช้พลังทางธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ตามลำดับ

คำสำคัญ : การออกแบบ, การพัฒนา, เครื่องประดับ, แหวนมงคล, เลขศาสตร์ไทย

Title	DESIGN AND DEVELOPMENT OF AUSPICIOUS RING JEWELRY ACCORDING TO THAI NUMEROLOGY PRINCIPLES
Author	NARABADIN SIRIWARINT
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Assistant Professor Noppadol Inchan

This research aims to design and develop auspicious ring jewelry based on Thai numerology and to design a business plan for auspicious jewelry, and based on Thai numerology. By in-depth interviews with three samples, a group of experts in Thai numerology, a group of gem and jewelry business entrepreneurs and a group of female consumers related to numerology, with a total of 29 participants. The researcher divided the content into four areas: success, work, finance, and love. The 12 prototypes were developed and evaluated for highest satisfaction in relation to the marketing mix, to design business plans and strategies for guidelines of rehabilitating gems and jewelry businesses during the COVID-19 epidemic. The results of the research revealed that the jewelry of auspicious rings according to Thai numerology is 90.47% and popular. The most satisfactory ring designs were auspicious rings for success (power 9), work (power 14), financial (power 56) and love (power 36). The price factor found that in team of opportunities to buy 9K gold jewelry, which has an average price of 11,100 - 18,000 Baht and silver, the average price was 1,490 – 1,890 Baht. It was found that the preparation of auspicious jewelry business plans using to Thai numerology, according to the suitability of the main target group in the 29-40 age range (33.33%) through online channels and the secondary target group age of 46-50 years (19.04%) and focusing on selling made to order according to the needs of consumers. In addition, the main marketing ingredient strategy is on the use of business power, product, and price, respectively.

Keyword : DESIGN, DEVELOPMENT, AUSPICIOUS RING, JEWELRY, THAI NUMEROLOGY

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถช่วยเหลือ และความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ตลอดจนการให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการแก้ไขข้อบกพร่องจากคณะกรรมการผู้ควบคุมปริญญานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์ ที่ได้ให้ความเมตตากรุณาเป็นที่ปรึกษาหลัก และให้ความช่วยเหลือชี้แนะแนวทางในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และการทำปริญญานิพนธ์นี้ด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.รินบุญ นุชน้อมบุญ ที่ได้ให้ความเมตตากรุณาเป็นที่ปรึกษาร่วม และให้ความช่วยเหลือให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพิ่มเติมแก่ผู้วิจัย ทำให้ปริญญานิพนธ์นี้สมบูรณ์ดียิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ และกรรมการบริหารหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่านที่ได้กรุณาประสิทธิ์ประสาทความรู้ต่างๆ ให้แก่ผู้วิจัย ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้ที่ตอบรับเข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ โดยการสัมภาษณ์ และการให้ข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ ทำให้ปริญญานิพนธ์นี้สมบูรณ์ครบถ้วนทุกด้าน

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่บัณฑิตวิทยาลัย และที่คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม สำหรับข้อมูลตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้ การประสานงานและความช่วยเหลือกับผู้วิจัยตลอดมา

ขอขอบคุณ พี่ๆ น้องๆ และเพื่อนๆ ในสาขาวิชาการออกแบบธุรกิจ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยตลอดมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอโน้มรำลึกถึงคุณของบิดามารดา ญาติพี่น้อง และครูอาจารย์ ที่อบรมสั่งสอนความรู้ เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา

นราภดินทร์ ศิริวารินทร์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูปภาพ.....	๗
บทที่ 1 บทนำ.....	16
ภูมิหลัง.....	16
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย / ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	26
ความสำคัญของการวิจัย / ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	26
ขอบเขตของงานวิจัย.....	26
นิยามศัพท์.....	26
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	27
บทที่ 2 เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
2.1 ความหมายของเครื่องประดับ.....	29
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	31
2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเลขศาสตร์ไทย.....	31
2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสัญลักษณ์.....	44
2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องประดับ.....	53
2.2.4 แนวคิดการผลิตเครื่องประดับ.....	57
2.2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับ.....	60

2.2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่า.....	61
2.2.7 แนวคิดการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจโลกหลังโควิด	65
2.2.8 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการตลาดความเชื่อ.....	70
2.2.9 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด	74
2.2.10 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับ	77
2.2.11 แนวคิดความพึงพอใจ	78
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	81
2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องโชคลาง และเลขศาสตร์	81
2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องประดับ	84
2.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ การตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อ การเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ.....	87
2.3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ.....	89
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	92
3.1 การดำเนินงานวิจัยขั้นต้น เพื่อการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลัก เลขศาสตร์ไทย	92
3.1.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อทำการวิจัย.....	92
3.1.1.1. ศึกษาข้อมูลด้านเลขศาสตร์ไทย.....	92
3.1.1.1.1 การตีความหมายของตัวเลขตามหลักเลขศาสตร์ไทย	93
3.1.1.1.2 การสังเคราะห์ตัวเลขตามหลักเลขศาสตร์ไทย	94
3.1.1.2. ศึกษาข้อมูลด้านสัญลักษณ์	100
3.1.2 กำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง	101
3.1.3 การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ทำวิจัย.....	104
3.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	105

3.1.5 การออกแบบเครื่องประดับ	106
3.1.6 การคัดเลือกแบบเครื่องประดับ	107
3.1.7 การพัฒนาและผลิตชิ้นงานต้นแบบ	108
3.2 การดำเนินงานวิจัยขั้นปลาย เพื่อออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับตามหลักเลขศาสตร์ไทย	109
บทที่ 4 ผลการดำเนินงานวิจัย	111
4.1 ข้อมูลการสัมภาษณ์ที่ได้จากกลุ่มประชากร	111
4.1.1. ข้อมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย	111
4.1.2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรที่ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	118
4.1.3. ข้อมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์	129
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง	139
4.2.1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย	140
4.2.2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	143
4.2.3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์	148
4.3 ผลลัพธ์ของการออกแบบเครื่องประดับแขนงมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย	159
4.3.1. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแขนงมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ	162
4.3.2. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแขนงมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน	166
4.3.3. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแขนงมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	169
4.3.4. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแขนงมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก ...	172

4.4 ผลลัพธ์การคัดเลือกและประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์	175
4.4.1. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ	175
4.4.2. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน.....	178
4.4.3. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	180
4.4.4. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก	182
4.5 ผลการดำเนินการออกแบบแผนธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย	187
4.5.1. ขั้นตอนวิเคราะห์ Value Proposition Canvas.....	187
4.5.2. ขั้นตอนวิเคราะห์ Business Model Canvas	188
4.5.3. ขั้นตอนวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 8P.....	192
4.5.4. ขั้นตอนวิเคราะห์กลยุทธ์ PRIME-A.....	194
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	196
5.1. สรุปผลการวิจัย.....	196
5.1.1. สรุปผลทางด้านการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย	196
5.1.2. สรุปผลทางด้านการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย	199
5.2. อภิปรายผล.....	204
5.2.1. อภิปรายผลทางด้านการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย	204

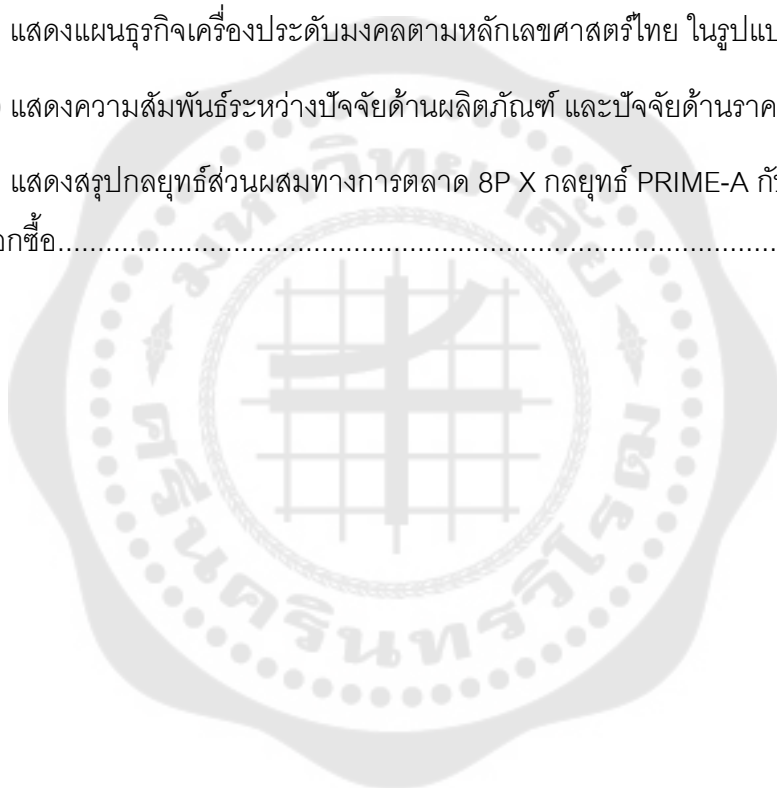
5.2.2. อภิปรายผลด้านการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย	207
5.3 ข้อเสนอแนะ	210
บรรณานุกรม	211
ภาคผนวก	217
ภาคผนวก ก. แบบตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย และผลการตรวจสอบ	218
ภาคผนวก ข. หนังสือเรียนเชิญและขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย	232
ภาคผนวก ค. แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับกลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้าน เลขศาสตร์ไทย	234
ภาคผนวก ง. แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจ อัญมณีและเครื่องประดับ	237
ภาคผนวก จ. แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์	240
ภาคผนวก ฉ. ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และผลการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง	244
ภาคผนวก ช. แบบสอบถามเพื่อการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ใช้ในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์	296
ภาคผนวก ซ. ผลการประเมินภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ทางออนไลน์	319
ประวัติผู้เขียน	323

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงความเชื่ออัญมณีประจำวัน ความสัมพันธ์ระหว่างดวงดาว กับอัญมณี และราศี..	19
ตาราง 2 แสดงความเชื่ออัญมณีประจำเดือน หรือราศี.....	20
ตาราง 3 แสดงความเชื่ออัญมณีประจำวันจักร.....	20
ตาราง 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างดวงดาว กับตัวเลข	22
ตาราง 5 แสดงความเกี่ยวข้องระหว่างเครื่องประดับกับมนุษย์.....	30
ตาราง 6 แสดงอักษรวิญญู การออกเสียง ชื่อ และความหมาย	51
ตาราง 7 แสดงการจับคู่ของตัวเลข	93
ตาราง 8 แสดงประเภทของดาวตามโหราศาสตร์.....	95
ตาราง 9 แสดงเกณฑ์ในการจัดระดับความสำคัญของตัวเลขมงคล พร้อมระบุแถบสี	97
ตาราง 10 แสดงระดับความสำคัญของเลขมงคลกับศาสตร์เลขคู่.....	98
ตาราง 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสัญลักษณ์และความหมาย	100
ตาราง 15 แสดงภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ	163
ตาราง 16 แสดงภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน .	166
ตาราง 17 แสดงภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน..	169
ตาราง 18 แสดงภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก.	172
ตาราง 19 แสดงผลการประเมินเครื่องประดับแหวนตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ .	176
ตาราง 20 แสดงผลการประเมินส่วนผสมทางการตลาดกับแหวนมงคลด้านความสำเร็จ.....	177
ตาราง 21 แสดงผลการประเมินเครื่องประดับแหวนตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน.....	178
ตาราง 22 แสดงผลการประเมินส่วนผสมทางการตลาดกับแหวนมงคลด้านการงาน	179
ตาราง 23 แสดงผลการประเมินเครื่องประดับแหวนตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	180

ตาราง 24 แสดงผลการประเมินส่วนผสมทางการตลาดกับแวนมงคลด้านการเงิน	181
ตาราง 25 แสดงผลการประเมินเครื่องประดับแวนตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก	183
ตาราง 26 แสดงผลการประเมินส่วนผสมทางการตลาดกับแวนมงคลด้านความรัก.....	184
ตาราง 27 แสดงเครื่องประดับแวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด	185
ตาราง 28 แสดงความสัมพันธ์ของส่วนผสมทางการตลาดกับแวนมงคลที่ได้รับความพึงพอใจ เฉลี่ยสูงสุด	186
ตาราง 29 แสดงแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ในรูปแบบ BMC	191
ตาราง 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา.....	198
ตาราง 31 แสดงสรุปกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 8P X กลยุทธ์ PRIME-A กับร้อยละของเหตุผล ในการเลือกซื้อ.....	203



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 แสดงข้อมูลสถิติการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี 2563	17
ภาพประกอบ 2 แสดงตลาดความเชื่อตัวเลขมงคล กับเครือข่ายโทรศัพท์ในประเทศไทย	23
ภาพประกอบ 3 แสดงตลาดความเชื่อตัวเลขมงคลในทะเบียนรถ	23
ภาพประกอบ 4 แสดงตลาดความเชื่อตัวเลขมงคล กับบ้านเลขที่	24
ภาพประกอบ 5 แสดงตัวอย่างเครื่องประดับแหวนที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ไทย.....	25
ภาพประกอบ 6 แสดงหนังสือ Ceiro's Book of Numbers โดย Ceiro (William John Warner) .	31
ภาพประกอบ 7 แสดงหนังสือพื้นฐานของโหราศาสตร์ (ความมหัศจรรย์ของตัวเลข) โดย อาจารย์ พลุลวง (2516).....	32
ภาพประกอบ 8 แสดงแผนผังทิศ ประจำภูมิทักษา	41
ภาพประกอบ 9 แสดงระบบจักรราศี.....	42
ภาพประกอบ 10 แสดง Value proposition canvas	62
ภาพประกอบ 11 แสดงความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงของกรอบความคิด Value proposition canvas และ Design thinking process	63
ภาพประกอบ 12 แสดงองค์ประกอบของ Business model canvas	63
ภาพประกอบ 13 แสดงรูปแบบการฟื้นตัวเศรษฐกิจโลกหลังโควิด 19	68
ภาพประกอบ 14 แสดงแคมเปญการตลาดของเครือข่ายโทรศัพท์ดีแทค.....	72
ภาพประกอบ 15 แสดงแคมเปญการตลาดของเครือข่ายโทรศัพท์ไอเอส	72
ภาพประกอบ 16 แสดงกลยุทธ์ทางการตลาดของเครือข่ายโทรศัพท์ดีแทค	73
ภาพประกอบ 17 แสดงปัจจัยต่างของส่วนผสมทางการตลาด 7Ps ของ Phillip Kotler.....	75
ภาพประกอบ 18 แสดงอิทธิพลของตัวเลขตามหลักเลขศาสตร์ที่ส่งผลต่อชีวิตเป็นลำดับขั้น	96

ภาพประกอบ 19 แสดงแผนภูมิแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคล ตามหลักเลขศาสตร์ไทย.....	106
ภาพประกอบ 20 แสดงผลงานของ อ.แม็ค ผ่านรายการวีดีทัศน์ที่มาคุย ทางโมเดิร์น 9 ออกอากาศเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2557	112
ภาพประกอบ 21 แสดงผลงานของ อ.แม็ค ผ่านรายการแฉ ทาง GMM25 ออกอากาศเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2559.....	112
ภาพประกอบ 22 แสดงผลงานของ อ.แม็ค ร่วมกับบริษัท Origin Property ผ่านการ Live ในแอปพลิเคชัน Lazada วันที่ 6-9 กันยายน 2562	113
ภาพประกอบ 23 แสดงผลงานรวมของ อ.แม็ค กับดารานักแสดง พิธีกรรายการต่างๆ.....	113
ภาพประกอบ 24 แสดงเพจเฟสบุ๊ค : อ.แม็ค เบอร์มิงคิล และเพจ Kingnumbers เบอร์มิงคิล มีผู้ติดตาม 10,398 คน เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2564.....	113
ภาพประกอบ 25 แสดงหนังสือพ็อคเก็ตบุ๊กส์ “ขยำกระดาศ ญาณสัมผัสอ่านชะตา”.....	115
ภาพประกอบ 26 แสดงผลงานของหมอดูจอร์จ ผ่านรายการ Perspective ทางโมเดิร์น 9 ที่ออกอากาศวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2559.....	116
ภาพประกอบ 27 แสดงผลงานของคุณแก้ว นพเก้า ในแอปพลิเคชัน Clubhouse.....	117
ภาพประกอบ 28 แสดงเฟสบุ๊คส์ของคุณแก้ว นพเก้า และเฟสบุ๊คส์เพจ “พระดี 108” ซึ่งมีผู้ติดตามรวมทั้งหมด 13,620 คน ณ วันที่ 10 เมษายน 2564	117
ภาพประกอบ 29 แสดงคุณวิภา มณีใส กรรมการผู้จัดการบริษัท Orgemme Creation จำกัด และแบรนด์ Maneesai	120
ภาพประกอบ 30 แสดงคุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร ผู้บริหารห้างร้านเพชรไอ้เยะแซ่ง (A.Seng Jeweely since 1951).....	122
ภาพประกอบ 31 แสดงคุณทวี อินชัยบุรณ์ ผู้บริหารห้างร้าน ทวีเจมส์ (Tawee Gems)	124
ภาพประกอบ 32 คุณกัญญนันท์ นิวัฒน์จศิริ ผู้บริหารร้านเพชร New Diva Diamond	125
ภาพประกอบ 33 คุณพชรพรรณ ลิพรัตน์รักษ์ ผู้บริหารแบรนด์สินค้า De Linha	127

บทที่ 1

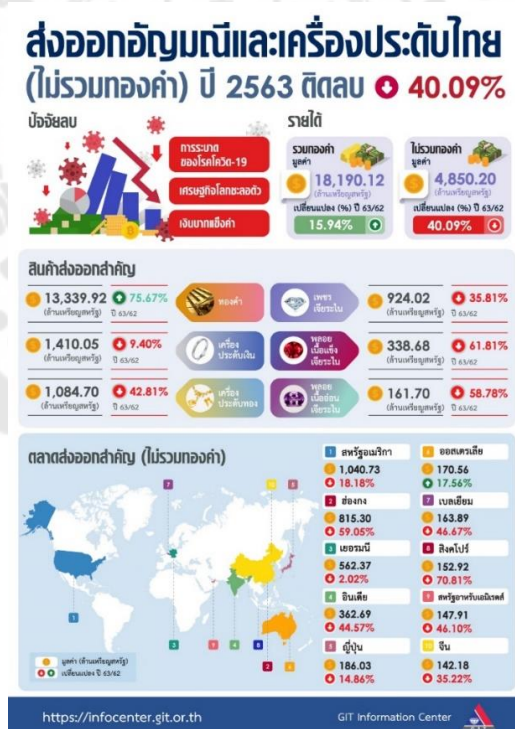
บทนำ

ภูมิหลัง

เนื่องด้วยสภาวะเศรษฐกิจโลกปี 2563 ที่ชะลอตัวจากเหตุการณ์โรคระบาดโควิด-19 ที่เกิดขึ้นในทุกประเทศทั่วโลก ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมธุรกิจระหว่างประเทศได้รับผลกระทบถึงขั้นวิกฤต ความเสี่ยงในการลงทุน อัตราแลกเปลี่ยน หุ่น การออมเงินในรูปแบบธนบัตรเกิดความเสี่ยงเป็นอย่างมาก อัตราเงินเฟ้อที่เกิดขึ้น ค่าสกุลเงินที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างกะทันหัน การปรับตัวทางธุรกิจที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว บางก็อยู่รอด บางก็ต้องปิดกิจการ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมธุรกิจการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมธุรกิจการนำเข้า-ส่งออก ที่ต้องเผชิญหน้ากับการปรับตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่เกิดขึ้น จนถึง ณ ปัจจุบันนี้ สถานการณ์เริ่มคลี่คลายลงบ้างแล้วทางผู้บริหารแต่ละประเทศเริ่มที่จะผ่อนปรนมาตรการต่างๆ ภายในประเทศให้กลับเข้ามาสู่สภาวะปรกติให้เร็วที่สุด แต่ท้ายที่สุดก็ยังไม่สามารถที่จะวางใจได้กับสถานการณ์การแพร่ระบาดนี้ เนื่องจากองค์การอนามัยโลก (WHO) และระบบสาธารณสุขทั่วโลกยังไม่มีที่ยืนยันมาตรการความปลอดภัย หรือมาตรการการควบคุมโรคอย่างชัดเจน การผลิตวัคซีนที่จะมาป้องกัน เยียวยา รักษาผู้ที่ติดเชื้อยังไม่แน่ชัด ส่วนในประเทศไทย รัฐบาลไทย (2563) โดยนายอนุทิน ชาญวีรกูล รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข กล่าวว่า ประเทศไทยสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้เป็นอย่างดี จนเป็นที่ยอมรับและได้รับการชื่นชมจากองค์การอนามัยโลกและนานาชาติ โดยชื่นชมระบบสาธารณสุขพื้นฐานที่เข้มแข็ง และใช้ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ภาคเอกชนและประชาชน เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้รัฐบาลควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้ ความสำเร็จในการรับมือ นั้น จึงเป็นบทพิสูจน์ถึงการเตรียมการและวางแผนกันมาอย่างดีของประเทศไทย

ผลกระทบของระบบเศรษฐกิจที่ตกต่ำ นักธุรกิจและนักลงทุนทั่วโลกต่างพากันวิตกกังวลจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มาตรการการบริหารและการรับมือเกี่ยวกับโรคระบาดของแต่ละประเทศ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักธุรกิจ นักลงทุน จึงทำให้การลงทุนในตลาดหุ้นทั่วโลกมีการผันผวนเป็นอย่างมาก จากความเสี่ยงที่เกิดขึ้นอย่างเฉียบพลัน อัตราเงินเฟ้อ ค่าสกุลเงินที่เปลี่ยนไป โดยที่นักลงทุนส่วนใหญ่หันมาลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากตลาดหุ้น มาลงทุนสนใจในสินทรัพย์เสี่ยงแทน เช่น ทองคำหรือโลหะมีค่า ส่งผลให้ราคาทองคำในตลาดโลกมีราคาสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2563 ราคาทองคำแท่งพุ่งไปทำสถิติสูงสุดที่ 30,400 บาทต่อบาททองคำ ขณะที่ทองคำรูปพรรณปรับราคาไปถึง 30,900 บาทต่อบาททองคำ ซึ่งถือว่าเป็นราคาที่สูงที่สุดใน

ประวัติการณ์ (The Bangkok Insight Editorial Team, 2563) ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรม ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอย่างมาก จากสภาวะการนำเข้าส่งออกที่ชะลอตัวจากสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้น พร้อมกับสถานการณ์การลงทุนของนักลงทุนที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ได้รับผลกระทบเนื่องจากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น โลหะวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น จากข้อมูลของ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2563) และศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้เผยแพร่สถิติตลาดส่งออก 15 ประเทศอันดับแรกของไทย ข้อมูลการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ประจำปี 2563 (ไม่รวมทองคำ) มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 4,850 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อัตราการเปลี่ยนแปลงปี 2563/2562 อยู่ที่ -40.09% จำแนกเป็นเครื่องประดับทอง มีอัตราการเปลี่ยนแปลงอยู่ที่ -42.81% และเครื่องประดับเงิน มีอัตราการเปลี่ยนแปลงอยู่ที่ -9.40%



ภาพประกอบ 1 แสดงข้อมูลสถิติการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี 2563

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร. (2563). สินค้าส่งออกของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออกโลก. สืบค้นจาก <http://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>

จากข้อมูลสถิติการส่งออกจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงอย่างมากจากการระบาดของโรคโควิด 19 เศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว เงินบาทที่แข็งค่า ทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงเป็นอย่างมาก และมีอัตราการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าในปี 2564 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จะส่งผลในแง่บวก มีการค้นพบวัคซีนเพื่อการรักษาและป้องกันได้ดียิ่งขึ้น ย่อมส่งผลให้สถานะเศรษฐกิจทั่วโลกมีการฟื้นตัวมากขึ้น อุตสาหกรรมธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับคาดการณ์ว่าจะส่งผลในแง่บวกด้วยเช่นกัน

ในทางกลับกันธุรกิจที่สามารถต้านแรงการชะลอตัวตกต่ำของเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นได้ และเป็นเทรนด์กระแสที่น่าสนใจอย่างมากในประเทศไทย คือ ธุรกิจทางด้านความเชื่อความศรัทธา มีการเติบโตเป็นอย่างมาก อาจจะเพราะเนื่องด้วยความเชื่อความศรัทธา เป็นรากเหง้าของคนไทย มาตั้งแต่ช้านาน แต่ในเมื่อความเชื่อและแฟชั่น เข้ามารวมกันจนกลายเป็นเทรนด์ใหม่ที่น่าสนใจน่าจับตามอง ที่มาปลุกกระแสทำให้วัยรุ่นหันมาใส่เครื่องราง รวากับว่าเป็นเครื่องประดับจากดีไซเนอร์แบรนด์ดัง หลายคนทุ่มเงินเป็นหมื่นเพื่อให้ได้มีโอกาสสวมใส่ หรือแม้แต่ดาราศิลปินก็ได้รับความนิยมไม่แพ้กัน จนเกิดเป็นธุรกิจใหม่ที่มาพร้อมกับกระแสที่สร้างรายได้อย่างมหาศาล โดยหลักที่นิยมในกลุ่มแฟชั่นนิสต้า มีอยู่ 5 ไอเท็มด้วยกัน ได้แก่ เครื่องรางที่เป็นตระกูล แหวนหินนำโชค ด้ายแดงญี่ปุ่น เล็บหินญี่ปุ่น และเคสหินนำโชค (Marketing Opps!, 2019)

โดยปกติแล้วตลาดเรื่องความเชื่อความศรัทธาในธุรกิจเครื่องประดับนั้น ก็มีการทำการตลาดกันอย่างแพร่หลาย โดยการนำความเชื่อเกี่ยวกับอัญมณี เช่น หิน เพชร พลอย ในแง่ของสีสันหรือลักษณะเฉพาะตัวของอัญมณี ที่เป็นตัวแทนของสีประจำดวงดาวที่เชื่อกันว่ามีพลัง มีอิทธิพลต่อมนุษย์ทุกคน ตามหลักโหราศาสตร์หรือดวงดาวที่สัมพันธ์กับจักรราศี กล่าวคือ

"ทับทิมบริสุทธิ์ เป็นรัตนของอาทิตย์ ไข่มุกที่ชาวบริสุทธิ์โดยแท้
ธรรมชาติ เป็นรัตนของจันทร์ ปะการังแก้วประवाल เป็นรัตนของอังคาร มรกต
เป็นรัตนของพุธ บุษราคัม เป็นรัตนของพฤหัสบดี เพชร เป็นรัตนของศุกร์
ไพฑูริ เป็นรัตนของเสาร์ โกเมนเอก เป็นรัตนของราหู และไพฑูริย์ เป็นรัตนของ
เกตุฯ"

คัมภีร์ปาริชาตชาดก

ที่มา: วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2564) รัตนชาติ. shorturl.at/aeyEI

การให้ความหมายของรัตนชาติทั้ง ๙ ประการนี้ ท่านพันเอก (พิเศษ) ประจวบ วัชรปาณ และท่านเทพย์ สาริกบุตร ได้ระบุไว้ใน "คัมภีร์ปาริชาตชาตก" หรือ "ชาตกปาริชาต (जातक पारिजात - Jataka Parijata)" (บทที่ ๒ โศลก ๒๑ หน้า ๓๖-๓๗) จากต้นฉบับภาษาสันสกฤต โดยปราชญ์ไวยะนาถ บุตรแห่งโยคีเวงกฐาทร และในพระคัมภีร์ "มณีมาลา" หน้า 575 โศลก 79 ได้บัญญัติอัญมณี เป็นอัญมณีประจำวันไว้เช่นกันโดย เอส.เอ็ม. สุภากร (พ.ศ. 2422) จากความหมายที่ได้ปรากฏในคัมภีร์ปาริชาตชาตก และคัมภีร์มณีมาลา ทำให้ผู้ที่สนใจในศาสตร์ของอัญมณี จึงนำสีสันทหรือคุณสมบัติเฉพาะตัว มาเป็นตัวแทนของดวงดาวตามโหราศาสตร์ไทย ที่ตรงตามระบบปฏิทินสุริยคติไทยในปัจจุบัน

ตาราง 1 แสดงความเชื่ออัญมณีประจำวัน ความสัมพันธ์ระหว่างดวงดาว กับอัญมณี และราศี

ดวงดาว	อัญมณี	ราศี
พระอาทิตย์	ทับทิม	สิงห์
พระจันทร์	มุกดา	กรกฎ
พระอังคาร	เทพาย	เมษ / พิจิก
พระพุธ	มรกต	เมถุน / กันย์
พระพฤหัสบดี	บุษราคัม	ธนู / มীন
พระศุกร์	เพชร	พฤษภ / ตุลย์
พระเสาร์	ไพฑูริ	มังกร / กุมภ์
พระราหู	โกเมน	-
พระเกตุ	ไพฑูริย์	-

ความเชื่อในเรื่องพลังของอัญมณี ยังมีการศึกษาและรวบรวมอีกมากมายหลากหลาย คัมภีร์ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากโหราศาสตร์ ตามความเชื่อของแต่ละประเทศ เช่น ความเชื่อในอัญมณีของชาวอินเดีย ชาวยิว ชาวจีน จนกลายมาเป็นที่ยอมรับกันมากมาย และได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลายสากล มีการจำแนกแจกแจงแบ่งเป็นกลุ่มได้ดังนี้คือ อัญมณีประจำเดือนเกิด อัญมณีประจำราศี อัญมณีประจำวันจักร เป็นต้น

ตาราง 2 แสดงความเชื่ออัญมณีประจำเดือน หรือราศี

เดือนตามปฏิทิน	อัญมณีประจำเดือน	อัญมณีประจำราศี
มกราคม	โกเมน	มังกร = นิล
กุมภาพันธ์	อเมทิสต์	กุมภ์ = ไพลิน
มีนาคม	อความารีน / บัลดิสโตน	มีน = ทับทิม
เมษายน	เพชร / เทพายขาว	เมษ = โกเมน
พฤษภาคม	มรกต / หยก / กรีนทัวร์มาลีน	พฤษภ = หยก / เขียวส่อง
มิถุนายน	ไข่มุก / มุกดาหาร / อเล็กซานดไรต์	เมถุน = อเมทิสต์
กรกฎาคม	ทับทิม	กรกฎ = เพชร / ไข่มุก
สิงหาคม	เพอริโดท / คาร์เนเลียน / ไพฑูรย์	สิงห์ = เทพาย
กันยายน	ไพลิน / เขียวส่อง / บุษราคัม	กันต์ = มรกต
ตุลาคม	โอปอล / ทัวร์มาลีน	ตุลย์ = อความารีน
พฤศจิกายน	โทพาส / ซิทริน	พิจิก = ทับทิม
ธันวาคม	เทอควอยซ์ / บลูเทพาย / แทนซาไนท์ / ลาพิส ลาซูลี	ธนู = โอปอล

ตาราง 3 แสดงความเชื่ออัญมณีประจำวันจักร

ปีนักษัตร	อัญมณี
ปีชวด / ปีหนู	นิล / บลูโทพาส / เพอริโดท
ปีฉลู / ปีวัว	ทับทิม / โรสควอตซ์
ปีขาล / ปีเสือ	มรกต / ไพฑูรย์ (สีน้ำเงิน)
ปีเถาะ / ปีกระต่าย	ทับทิม / ไพฑูรย์ (สีน้ำผึ้ง)
ปีมะโรง / ปีงูใหญ่	นิล

ตาราง 3 (ต่อ)

ปีนักษัตร	อัฐมณี
ปีมะแม / ปีแพะ	อเมทิสต์ / ไพลิน
ปีวอก / ปีลิง	มรกต / อำพัน
ปีระกา / ปีไก่	ไข่มุก
ปีจอ / ปีหมา	คาร์เนเลียน / ไพฑูรย์ (สีน้ำผึ้ง)
ปีกุน / ปีหมู	โอปอล / นิล

จากข้อมูลที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างดวงดาวจักรราศี หรือ วัน เดือน ปี และ อัฐมณีที่เป็นตัวแทนต่างๆ จะเห็นได้ว่ามีรายละเอียดมากมายในการเลือกใช้อัฐมณีที่เหมาะสม ตรงกับผู้ใช้มากที่สุด จนทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนในการเลือกใช้ หรือทำให้เกิดการแบ่งแยกเฉพาะเจาะจงในการเลือกอัฐมณีสวมใส่ เกิดข้อจำกัด เพราะกลัวในพลังของอัฐมณีส่งผลกระทบต่อความเชื่อต่อการดำรงชีวิต ในกรณีที่เลือกอัฐมณีที่มีพลังให้โทษหักล้างต่อดวงชะตา หรือเป็นกาลกิณีต่อดวงชะตา แม้กระทั่งมูลค่าของอัฐมณีที่ถูกโฉลก ก็มีราคาสูงเกินไปยากที่จะเลือกใช้ได้ตามที่กำหนด

จึงทำให้ผู้วิจัยเห็นปัญหาจากความหลากหลายในการเลือกใช้อัฐมณี ความสับสนที่เกิดขึ้น แต่ยังมีความต้องการที่จะสวมใส่เครื่องประดับพร้อมทั้งพลังจากอัฐมณีที่ตนเองชอบ หรือพลังจาก อัฐมณีที่ผู้ใช้มีกำลังในการซื้อที่เหมาะสม สวมใส่แล้วสวยพร้อมส่งเสริมดวงชะตาให้กับผู้สวมใส่อีกด้วย คือ การนำความเชื่อของ “เลขศาสตร์” หรือพลังของตัวเลข ผลรวมของตัวเลข มาเข้ามาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับให้เหมาะแก่การสวมใส่ โดยมีหลักเลขศาสตร์อยู่ในนั้นด้วย

พลังของเลขศาสตร์ คือศาสตร์ทางโหราศาสตร์ และตัวเลข นำมาพยากรณ์ โดยผู้มีชื่อเสียงอย่างยิ่งในการพยากรณ์ระดับโลก ชาวอังกฤษชื่อ Luis Haman หรือ Cherio (ไคโร) กล่าวว่า ปรมาจารย์ด้านเลขศาสตร์ คือ ชนชาติคาลเดียนในตะวันออกกลาง และชนชาติอียิปต์ ส่วนชาวฮินดูนั้น เชี่ยวชาญในเรื่องวงกลม ซึ่งปรากฏว่าตัวเลขก็มีวงรอบของความซ้ำ คือ เมื่อเลข 9 ขึ้นไปแล้ว จะกลับมา 1-9 อีกเรื่อยๆ โดยนำตัวเลขหลายตัวรวมกันจนเหลือเลขเดียว ไคโร จึงนำดวงดาวตามหลักโหราศาสตร์ มาแทนด้วยตัวเลข ได้ดังนี้

ตาราง 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างดวงดาว กับตัวเลข

ดวงดาว	เลข
ดวงอาทิตย์	1
ดวงจันทร์	2
ดาวอังคาร	3
ดาวพุธ	4
ดาวพฤหัสบดี	5
ดาวศุกร์	6
ดาวเสาร์	7
ดาวพระราหู (สุริยุปราคา / จันทรุปราคา)	8
ดาวเนปจูน / ดาวพระเกตุ	9
ดาวยูเรนัส / มฤตยู	0

ไคโร ได้ให้ความหมายและตีความบุคคลที่ได้รับอิทธิพลของดวงดาว จะเป็นบุคลิกลักษณะเฉพาะตัว มีทั้งด้านดีและด้านเสียในแต่ละบุคคล ซึ่งสามารถแทนได้ด้วยตัวเลขดังที่กล่าวมา และนำมาใช้กับเลขที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น เลขบัตรประชาชน เลขโทรศัพท์ เลขทะเบียนรถ รวมทั้งการตั้งชื่อของแต่ละคนด้วย จึงทำให้ศาสตร์แห่งตัวเลขได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับคนไทย

สุภชัย ปกป้อง (2020) รองหัวหน้าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์รายวันข่าวหุ้นธุรกิจ ได้กล่าวถึงความเชื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมาก 5 อันดับคือ ความเชื่อเรื่องโหราศาสตร์ สี ฮวงจุ้ย ตัวเลข และเครื่องราง จึงกลายเป็นเครื่องมือการตลาด จนนักการตลาด นำมาเป็นเครื่องมือทางการตลาด นำมาประยุกต์ใช้กับสินค้าต่างๆ มากมาย เพื่อกระตุ้นยอดขาย จนเกิดปรากฏการณ์ “การตลาดความเชื่อ (Faith marketing)” พร้อมยกตัวอย่างให้เห็นจากบรรดาบริษัทชั้นนำได้การนำตลาดความเชื่อมาจับตลาดกับสินค้ามากมาย เรียกร้องความสนใจจากสินค้าอย่างสม่ำเสมอ

เช่น เบอร์มงคล จากบรรดาค่ายโทรศัพท์มือถือต่างๆ หรือ เลขทะเบียนรถมงคล ที่กรมขนส่งทางบกและสำนักงาน กสทช. ได้มีการนำตัวเลขทะเบียนมาประมูลเพื่อเพิ่มมูลค่า



ภาพประกอบ 2 แสดงตลาดความเชื่อตัวเลขมงคล กับเครือข่ายโทรศัพท์ในประเทศไทย

หลักเลขศาสตร์ในไทยได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยให้ความหมายกับตัวเลขมงคลที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลทางศาสนา และวัฒนธรรมอันหลากหลายที่มีอยู่ในประเทศไทย ทั้งการออกเสียงของตัวเลข การจับคู่ของตัวเลข หรือผลรวมทั้งหมดของตัวเลข ทั้งหมดนี้เชื่อว่าเป็นตัวเลขที่ส่งผลต่อดวงชะตา มีความเป็นมงคล เป็นแรงหนุนชีวิตที่ดีขึ้น ส่งเสริมความเชื่อในแต่ละด้าน ด้านการเงิน ด้านความรัก ด้านสุขภาพ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น แคมเปญจากค่ายโทรศัพท์มือถือต่างๆ ที่นำเลขศาสตร์เข้ามาในการทำการตลาด หรือความเชื่อพลังของตัวเลขมงคลที่อยู่ในทะเบียนรถ ที่เชื่อกันว่าจะคอยขับเคลื่อน ผลักดันดวงชะตา หนุนนำให้ชีวิตการทำงานเจริญรุ่งเรือง ร่ำรวยเงินทอง หรือเดินทางปลอดภัย มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์มีเทพคุ้มครอง



ภาพประกอบ 3 แสดงตลาดความเชื่อตัวเลขมงคลในทะเบียนรถ

ความเชื่อในเรื่องของตัวเลขมงคล ยังส่งผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย บ้านเลขที่ของผู้พักอาศัย ว่าพลังของตัวเลขที่ถูกกำหนดจากบ้านเลขที่ที่จะส่งผลต่อผู้อยู่อาศัยเป็นเวลานาน ดวงชะตาของบุคคลในบ้านหลังนั้นจะถูกอิทธิพลของดวงดาวเข้ามากำหนดดีร้าย จึงทำให้บุคคลที่เชื่อใน

เรื่องของตัวเลขเชื่อว่า ผู้ที่พักอาศัยในบ้านเลขที่ที่ดีจะส่งผลต่อชะตาชีวิตที่ดีด้วยเช่นกัน มีเงินทองใช้จ่ายอยู่ตลอดไม่ขาดมือ ไม่เกิดการทะเลาะเบาะแว้งกันในครอบครัว ครอบครัวมีความสุข สุขภาพแข็งแรงไม่เจ็บไม่ป่วยง่าย มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง



ภาพประกอบ 4 แสดงตลาดความเชื่อตัวเลขมงคล กับบ้านเลขที่

จากความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ไทย หรือตัวเลขมงคล ผู้วิจัยได้เห็นโอกาสในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จึงนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบเครื่องประดับ โดยนำความเชื่อตามหลักเลขศาสตร์ไทย เข้ามาเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เพิ่มความเป็นสิริมงคล หรือเพิ่มพลังที่ได้จากอัญมณีตามความเชื่อของคนไทยที่มีอยู่แล้ว ให้มีคุณสมบัติอันสูงสุดและเหมาะสมกับผู้สวมใส่ในทุกๆด้าน โดยใช้แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับจากคอมพิวเตอร์ หรือ CAD เข้ามาออกแบบเพื่อให้ได้เครื่องประดับที่มีประสิทธิภาพ สามารถคำนวณน้ำหนัก ต้นทุน หรือควบคุมขั้นตอนการออกแบบให้ตรงตามที่ต้องการได้เป็นอย่างดี โดยใช้รูปแบบของการประดับอัญมณี หรือการฝังอัญมณี เป็นตัวกำหนดจำนวนอัญมณี ให้มีจำนวนตรงตามความสำคัญของหลักเลขศาสตร์ หรือใช้รูปแบบการคำนวณน้ำหนักของอัญมณี (กะรัต) ที่มีค่าน้ำหนัก ตัวเลขที่ตรงกับเลขมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

ตัวอย่างเช่น ผู้วิจัยเกิดในวันอังคาร เดือนเมษายน ปีจอ ลัคนาราศีเมถุน (คำนวณจากตำราโหราศาสตร์ไทย) เมื่อเทียบกับตารางที่กล่าวมาแล้ว จะพบว่าอัญมณีที่คู่ควร ส่งเสริมดวงชะตาได้แก่ เทพายขาว เพชร โกเมน คาร์เนเลียน ไพฑูรย์ (สีน้ำผึ้ง) ที่สามารถเลือกสวมใส่ได้ พร้อมทั้งเพิ่มความเป็นสิริมงคลจากเลขศาสตร์เข้าไปด้วย เพื่อให้พลังของตัวเลข ดวงดาว ให้มีพลังอันสูงสุดในทุกๆครั้งที่สวมใส่ หรือต้องการให้พลังของอัญมณีมุ่งเน้นไปที่พลังของตัวเลขในแต่ละด้าน เช่น ออกแบบเครื่องประดับที่มีจำนวนอัญมณีที่เน้นด้านความรักเป็นหลัก



ภาพประกอบ 5 แสดงตัวอย่างเครื่องประดับแหวนที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ไทย

จากภาพตัวอย่างเป็นการออกแบบแหวนพลอยประดับเพชร โดยยึดหลักทางเลขศาสตร์ไทยเข้ามาประยุกต์ใช้คือ ใช้ พลอย มีน้ำหนัก ขนาด 7.89 กะรัต เพชรจำนวน 22 เม็ด น้ำหนักรวม 0.23 กะรัต และจำนวนพลอยกับเพชรรวมกันได้ 23 เม็ด ซึ่งตัวเลขนี้ได้จากการออกแบบแหวนวงนี้ตามหลักเลขศาสตร์มีความมงคลดังนี้ เลข 789 ถือว่าเป็นเลขมังกร ส่งเสริมความเป็นมงคลในทุกๆ ด้านกับผู้สวมใส่ เลข 22 และ 23 เป็นคู่เลขที่ส่งผลดีในเรื่องของความรัก ฉะนั้นแหวนวงนี้ผู้วิจัยต้องการที่จะออกแบบเพื่อเพิ่มสิริมงคลในทุกๆ ครั้งที่สวมใส่ โดยเน้นให้ประสบความสำเร็จทางด้านความรัก ดึงดูดความสนใจ มีเสน่ห์เมตตามหานิยม

จะเห็นได้ว่าหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถนำมาฟื้นฟูธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ภายใต้สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวตกต่ำอยู่ในขณะนี้ โดยการนำความเชื่อทางเลขศาสตร์ที่เป็นเทรนด์กระแส ณ ปัจจุบัน มาประยุกต์ใช้ผสมผสานกับแนวคิดการออกแบบมาใช้กับเครื่องประดับ จนเป็นเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ทางด้านกายภาพของอัญมณีเครื่องประดับ ยังทรงคุณค่าตามที่เป็นอยู่ตามกลไกการตลาดสินทรัพย์เสี่ยง ทางด้านอารมณ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับเครื่องประดับได้จากความเชื่อเรื่องเลขศาสตร์ไทยที่เพิ่มเข้าไป หรือแฝงความเชื่อเกี่ยวกับตัวเลขให้กับเครื่องประดับ พร้อมทั้งความสวยงาม ความสง่าเลอค่าอีกด้วย ส่วนทางด้านสังคมนั้นสามารถเพิ่มรสนิยม ค่านิยมให้กับผู้สวมใส่ได้อีกทาง เพราะเครื่องประดับมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ไทยนั้น ออกแบบตามลักษณะบุคลิกภาพทางสังคม ได้แก่ ด้านความสำเร็จ ด้านการงาน ด้านการเงิน และด้านความรัก ที่เสริมความเป็นมงคลเพิ่มขึ้นในด้านต่างๆ ตามที่ต้องการ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย / ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
2. เพื่อออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

ความสำคัญของการวิจัย / ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ศึกษาตลาดความเชื่อตามเลขศาสตร์ไทยต่อเครื่องประดับ
2. ได้เครื่องประดับแหวนมงคลที่ออกแบบตรงตามหลักเลขศาสตร์ไทย
3. สามารถต่อยอดงานวิจัยโดยการนำแนวคิดการออกแบบ มาออกแบบเครื่องประดับประเภทอื่นออกสู่ตลาดได้

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยมีขอบเขตดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตกลุ่มประชากรที่ใช้ในงานวิจัย โดยคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ไทย เครื่องประดับ และเกี่ยวข้องกับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเป็นหลัก สามารถแบ่งออกได้ 3 กลุ่มคือ

1. กลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย
2. กลุ่มประชากรที่ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
3. กลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ที่เกิดในปี

พ.ศ. 2502-2543 หรือ มีอายุ 23-55 ปี (ณ ปัจจุบัน 2563)

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาไว้ 2 ทางคือ

1. ทางด้านเครื่องประดับ คือ ประเภทแหวนเท่านั้น
2. ทางด้านเลขศาสตร์ คือ หลักเลขศาสตร์ไทยเท่านั้น

นิยามศัพท์

เลขศาสตร์ คือ ศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องตัวเลข โดยนำเรื่องโหราศาสตร์ พลังของดวงดาว และตัวเลขเข้าด้วยกัน แล้วนำมาตีความหมายพยากรณ์ดวงชะตาชีวิตของบุคคล

เลขศาสตร์ไทย คือ ศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องตัวเลข โดยนำเรื่องโหราศาสตร์ไทย พลังของดวงดาวมาตีความหมายตามหนังสือโหราศาสตร์พื้นฐาน (ความมหัศจรรย์ของตัวเลข) โดย อ.พลูหลวง แล้วนำมาความหมายที่ได้มาพยากรณ์ดวงชะตาชีวิตของบุคคล

ตัวเลขไทย คือ ตัวอักษรที่ใช้แทนจำนวนนับในภาษาไทย

สัญลักษณ์ คือ ศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องการตีความของสัญลักษณ์ รูปแบบ รูปทรง สิ่งที่ถูกสร้างหรือถูกกำหนดขึ้นมาโดยมนุษย์หรือธรรมชาติ ให้มีความหมายแทนบางสิ่งบางอย่างหรือแทนตัวบทนั้น ในแต่ละบริบท บทบาท หรือช่วงเวลาที่เกิดขึ้น ภายใต้สภาวะแวดล้อมหรือพื้นที่นั้นๆ

อัญมณี คือ รัตนชาติที่มาจากแร่ธาตุต่างๆ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นสารอินทรีย์ หรือสาร อนินทรีย์ ก็ได้ แล้วนำมาเจียรไนขัดเงา ได้แก่ เพชร พลอย หินสี ไข่มุก ปะการัง งาช้าง เป็นต้น

จักรราศี คือ อาณาเขตที่ดาวเคราะห์โคจรรอบดวงอาทิตย์ ซึ่งถูกปกคลุมด้วยกลุ่มดาวฤกษ์ ทั้ง 12 กลุ่ม ที่ห่างไกลออกไป ดังนั้นใน 1 ปี วงโคจรแบ่งออกเป็น 12 ส่วน ตามกลุ่มดาวฤกษ์ ซึ่งสอดคล้องกับชื่อเดือน

ปีนักษัตร คือ ชื่อปีของไทย ที่ถือเอาตามดาวฤกษ์ทั้ง 12 ที่กำหนดเป็นรูปสัตว์ต่างๆ

ดาวสุภเคราะห์ คือ คราวมงคล คราวดี ฤกษ์มงคล กุศลฤกษ์

ดาวบาปเคราะห์ คือ เคราะห์ร้าย คราวร้าย ฤกษ์ร้าย อุกุศลฤกษ์

ความเชื่อด้านความสำเร็จ คือ ลักษณะบุคลิกภาพที่เฉพาะตัวที่มีความเชื่อด้านความสำเร็จ มีความสุข ความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจ กิจการราบรื่นไม่ติดขัด

ความเชื่อด้านความรัก คือ ลักษณะบุคลิกภาพที่เฉพาะตัวมีความเชื่อด้านความรัก ความห่วงใย

ความเชื่อด้านการงาน คือ ลักษณะบุคลิกภาพที่เฉพาะตัวที่มีความเชื่อด้านการงาน การเรียน การศึกษา การประกอบธุรกิจกิจการ

ความเชื่อด้านการเงิน คือ ลักษณะบุคลิกภาพที่เฉพาะตัวที่มีความเชื่อด้านการเงิน การลงทุน การแสวงหาผลกำไร

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้กรอบความคิดของการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย จากการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา ทั้ง 3 กลุ่ม คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเลขศาสตร์ไทย ผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และประชากรหญิงที่อุปโภคบริโภคผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์เพื่อการ

ออกแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มประชากรมากที่สุด แล้วนำแบบที่ได้กลับไปให้ประชากรหญิงที่เข้าร่วมงานวิจัย ประเมินภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย แล้วนำผลการคัดเลือกที่ได้สูงสุดในแต่ละแบบมาพัฒนาเพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย พร้อมทั้งออกแบบหาแนวทางสร้างแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยต่อไป



บทที่ 2

เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม โดยการศึกษาจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายของเครื่องประดับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเลขศาสตร์ไทย

2.2.1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสัญลักษณ์

2.2.2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องประดับ

2.2.3. แนวคิดการผลิตเครื่องประดับ

2.2.4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับ

2.2.5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม

2.2.6. แนวคิดการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจโลกหลังโควิด

2.2.7. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการตลาดความเชื่อ

2.2.8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

2.2.9. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับ

2.2.10. แนวคิดความพึงพอใจ

2.3. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1. งานวิจัยเกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องโชคลาง และเลขศาสตร์

2.3.2. งานวิจัยเกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องประดับ

2.3.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ การตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ

2.3.4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ

2.1 ความหมายของเครื่องประดับ

รสนง ศรีกิโล (2552) อาจารย์หัวหน้าภาควิชาออกแบบเครื่องประดับ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ให้ความหมายของเครื่องประดับในสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร

บพิตร ระบุว่า เครื่องประดับมีความหมายได้หลายอย่างขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำเครื่องประดับไปใช้ หรือจุดประสงค์ที่มีการสร้างสรรค์เครื่องประดับนั้น โดยแบ่งความหมายได้ 3 ประการดังนี้

1. ความหมายโดยทั่วไป หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของที่ใช้ตกแต่งร่างกายเพื่อสวยงามหรือเพื่อแสดงสถานะทางสังคม ทั้งนี้เครื่องประดับที่ใช้ในแต่ละพื้นที่ย่อมมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านรูปลักษณ์และวัสดุที่ใช้ในการผลิต โดยมีปัจจัยพื้นฐานมาจากความเชื่อ ธรรมเนียม ศิลปะวัฒนธรรม ตลอดจนลักษณะทางภูมิศาสตร์ และการเมืองการปกครองของประเทศหรือดินแดนนั้นๆ

2. ความหมายในเชิงพาณิชย์ หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของที่ผลิตขึ้นมาเพื่อจำหน่ายสำหรับตกแต่งร่างกาย เครื่องประดับในกลุ่มนี้จึงมักสร้างขึ้นจากวัสดุที่มีมูลค่า หรือมีรูปลักษณะที่เป็นรสนิยมในสมัยนั้น และมักมีการผลิตขึ้นเป็นจำนวนมากในระบบอุตสาหกรรมที่ทำการค้าเพื่อสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น ทั้งนี้รายละเอียดของการสร้างสรรค์จะแตกต่างไปจากเครื่องประดับในกลุ่มอื่นๆ เช่น ต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ความสนใจของรูปแบบ ณ เวลานั้นๆ หรือแนวโน้มของสมัยนิยมที่มีรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละฤดูกาล ตลอดจนความสะดวกสบายในการสวมใส่ใช้งาน

3. ความหมายในเชิงสร้างสรรค์และศิลปะ หมายถึง วัสดุที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อสวมใส่บนร่างกาย โดยมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ต่อจิตใจ สามารถทำให้เกิดอารมณ์และความรู้สึกต่างๆ ต่อผู้สวมใส่และผู้ชม ผู้สร้างสรรค์เครื่องประดับในกลุ่มนี้อาจจะเรียกว่าเป็น “ศิลปิน” ไม่ใช่ “ช่าง” เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อแนวความคิดของผู้สร้างสรรค์ผ่านชิ้นงานเครื่องประดับไปสู่ผู้ชม

ตาราง 5 แสดงความเกี่ยวข้องระหว่างเครื่องประดับกับมนุษย์

ความเกี่ยวข้องกับมนุษย์	
ทางกายภาพโดยการสวมใส่	การผูกพันทางจิตใจ
เป็นเครื่องตกแต่งร่างกายให้สวยงาม	เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ
เป็นเครื่องบ่งบอกฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม	เป็นเครื่องระลึกถึงเหตุการณ์ สถานที่ หรือบุคคลสำคัญ
เป็นเครื่องแสดงออกทางด้านรสนิยม	เป็นเครื่องแสดงออกถึงความเชื่อและความดีงามในสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติ

ตาราง 5 (ต่อ)

ความเกี่ยวข้องกับมนุษย์	
ทางกายภาพโดยการสวมใส่	การผูกผันทางจิตใจ
เป็นเครื่องใช้ในการแต่งกายให้สมบูรณ์	

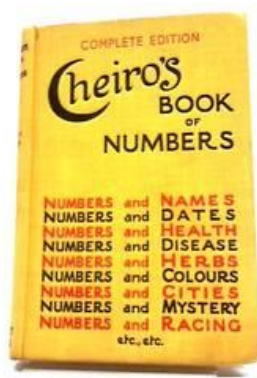
วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ (2015) อดีตคณบดีประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบทัศนศิลป์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้ให้ความหมายของเครื่องประดับไว้ว่า สิ่งของที่ใช้ประดับร่างกาย เช่น แหวน สร้อยคอ สร้อยข้อมือ กำไล มงกุฏ และยักรวมไปถึงภาชนะ ศาสตราวุธ เหียรุธตราที่ตกแต่งด้วยลวดลาย และรัตนชาติประกอบกับโลหะมีค่า

ดังนั้นความหมายโดยรวมของเครื่องประดับ หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของที่มนุษย์ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น และประดิษฐ์ขึ้นใช้ตกแต่งร่างกายให้สวยงาม เพื่อแสดงออกฐานะทางสังคม หรือทางด้านรสนิยม ความเชื่อ ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อจิตใจ สร้างให้เกิดอารมณ์ต่างๆ ทั้งต่อผู้ใส่เองและผู้พบเห็น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

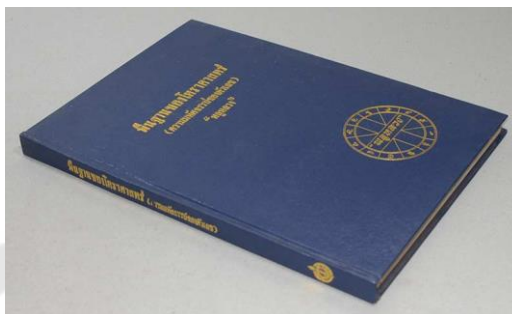
2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเลขศาสตร์ไทย

เลขศาสตร์ เป็นศาสตร์ของตัวเลขที่โหราจารย์ หรือหมอดูมากมายนำมาใช้ในการประกอบอาชีพ โดยยึดตามหลักเลขศาสตร์สากลจากวิลเลียม จอห์น วอร์เนอร์ (William John Warner) หรือ ไคโร (Ceiro) นักพยากรณ์ชาวไอริช ผู้ที่เขียนตำราเลขศาสตร์ Ceiro's Book of Numbers (CHEIRO, 1959) ได้รับความนิยมจนโด่งดังไปทั่วโลก



ภาพประกอบ 6 แสดงหนังสือ Ceiro's Book of Numbers โดย Ceiro (William John Warner)

ส่วนหลักเลขศาสตร์ไทย ต้องนึกถึงท่านอาจารย์พลุลวง ประยูร อุลุชาฎะ ศิลปินแห่งชาติสาขาศิลปะ (วิจิตรศิลป์) จิตรกรรม ปี 2535 (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2535) หรือ น.ณ ปากน้ำ ผู้เขียนหนังสือพื้นฐานของโหราศาสตร์ (ความมหัศจรรย์ของตัวเลข) อันเป็นรากฐานของระบบเลขศาสตร์ไทย ที่ใช้กันอยู่มากมายในปัจจุบัน จนขนานนามท่านว่าเป็น “บิดาแห่งเลขศาสตร์ไทย”



ภาพประกอบ 7 แสดงหนังสือพื้นฐานของโหราศาสตร์ (ความมหัศจรรย์ของตัวเลข)
โดย อาจารย์พลุลวง (2516)

จากข้อความบางส่วนในบทนำที่ อ.พลุลวง ได้เขียนไว้ในหนังสือเล่มนี้ ได้กล่าวถึงการได้รับตำราเลขศาสตร์ของใคร แล้วนำแนวคิดหรือทฤษฎีของใครมาศึกษาอย่างทุ่มเท โดยใช้เลขศาสตร์ของทางตะวันออก วิเคราะห์เปรียบเทียบกับเลขศาสตร์ของตะวันตก เป็นการผสมผสานอย่างมีเหตุผลเพื่อพัฒนาจนกลายเป็นทฤษฎีความมหัศจรรย์ของตัวเลขขึ้นมาว่า

“ข้าพเจ้าได้รับหนังสือ *Ceiro's Book of Numbers* จากผู้คุ้นเคยท่านหนึ่ง เขามาตรวจสอบดูตัวเลขก็กลั้งยังขึ้น เพราะใครเอาตัวเลขแทนค่าของดวงดาวผิดพลาดไม่ตรงกับแบบตะวันออก แต่สถิติบางประการของใครก็น่าเชื่อถือ และเป็นวิทยาศาสตร์โดยแท้ มีผู้นำทฤษฎีรอบปีของกษัตริย์ฝรั่งเศสคนหนึ่งคือ เซนต์หลุยส์เทียบกับพระเจ้าหลุยส์ที่ 16 มาใช้กับลินคอล์นและเคนเนดี ปรากฏว่าได้รับความสำเร็จอย่างน่าอัศจรรย์ ทำให้ความรู้เรื่องตัวเลขของข้าพเจ้ามีทัศนะกว้างขวางยิ่งขึ้น ข้าพเจ้าเสนอทฤษฎีความมหัศจรรย์ของตัวเลขขึ้นมา ก็เพราะได้ประจักษ์ถึงความสำคัญเรื่องนี้ และได้พิสูจน์พบเห็นความอัศจรรย์มามากจนเป็นที่น่าพอใจ ถ้าได้นำหลักการนี้มาประกอบในโหราศาสตร์ ก็จะช่วยให้การพยากรณ์ได้ลึกซึ้งกว้างขวางยิ่งขึ้น”

พลุลวง

ความหมายของเลขศาสตร์ทั้งหมดที่ได้จากหนังสือพื้นฐานของโหราศาสตร์ (ความมหัศจรรย์ของตัวเลข) ของ อ.พญหลวง มีทั้งหมด 65 ความหมาย ดังนี้

ความหมายของเลขศาสตร์ไทย

เลข 0 แทนดาวยูเรนัส หรือ ดาวมฤตยู หมายถึง เทพเจ้าแห่งความตาย พลังแห่งการเปลี่ยนแปลง

ข้อดี : เป็นคนมีสติปัญญาเฉียบแหลม เชื้อมั่นในตนเองสูง มีความคิดแปลกๆ ใหม่ๆ ชอบเดินทางไกล รักอิสระ ชอบประดิษฐ์ค้นคว้า เป็นนักวิทยาศาสตร์ มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นคนทันสมัย มีญาณพิเศษทางสังหรณ์ สิ่งเร้นลับ จิตสัมผัส

ข้อเสีย : เป็นคนเจ้าอารมณ์ ขี้รำคาญ หงุดหงิด ชอบขัดแย้งกับผู้อื่น ดื้อรั้น หลงใหลในสิ่งผิด ดันทุรัง โลกส่วนตัวสูง

เลข 1 แทนพระอาทิตย์ ราชาแห่งดวงดาว หมายถึง ดวงอาทิตย์ (ดาวบาปเคราะห์) พลังแห่งความเชื่อมั่น

ข้อดี : มีชื่อเสียงเกียรติยศ มีวาสนา มีศักดิ์ศรี เทียบตรง ผู้ใหญ่เมตตา มีอำนาจ บารมี มักใหญ่ใฝ่สูง ถือความคิดตัวเองเป็นใหญ่ เป็นผู้นำที่ดี รักความก้าวหน้า มีความเชื่อมั่นสูง ทะเยอทะยานมาก ตรงไปตรงมา ไม่ชอบใครมาเหนี่ยวรั้ง ไม่เกรงใจใคร รักอิสระ เจ้าระเบียบ เป็นคนเปิดเผย

ข้อเสีย : มีความหลงตัวเอง หยิ่งจองหอง ถือตัว ใจร้อน ใฝ่สูง รักสบาย ก้าวร้าว เอาแต่ใจตนเอง ไม่ชอบการบังคับ ขี้คุย สร้างภาพ

เลข 2 แทนพระจันทร์ ราชนีแห่งดวงดาว หมายถึง ดวงจันทร์ (ดาวศุกร์เคราะห์) พลังแห่งจินตนาการ

ข้อดี : ชอบจินตนาการ ชอบความสวยงาม คิดฝัน เป็นคนมีเสน่ห์ อ่อนหวาน นุ่มนวล มองโลกในแง่ดี มีเมตตา เอาอกเอาใจ เอาใจใส่ดูแลช่วยเหลือผู้อื่น

ข้อเสีย : ชอบคิดเพ้อฝัน ยั่วยวน มารยา ลึกลับ อ่อนไหว อ่อนแอ หูเบา เชื่อคนง่าย ขลาดกลัวตกใจ อารมณ์แปรปรวนไม่แน่นอน ใจโลเล เอาใจยาก คิดอย่างทำอย่าง

เลข 3 แทนดาวอังคาร นักต่อสู้ยอดขุนพลแห่งดวงดาว หมายถึง ดาวอังคาร (ดาวบาปเคราะห์) พลังแห่งความกล้าหาญชาญชัย

ข้อดี : รักการต่อสู้ เข้มแข็ง แข็งแรง แข็งกร้าว อารมณ์รุนแรง ชัยชนะ กล้าหาญ เด็ดเดี่ยว อดทนเป็นเลิศ ไม่ย่อท้อ ไม่เกรงกลัวสิ่งอันตราย เชื้อมั่นในตัวเองสูง กล้าคิดกล้าทำ กล้าตัดสินใจ กล้าแสดงออก รวดเร็วว่องไว รักกีฬา รักการออกกำลังกาย

ข้อเสีย : ใจร้อน ใจเร็ว ฉุนเฉียว โกรธง่าย อารมณ์รุนแรง หยาบคาย ชอบหาเรื่องวิวาท ชอบลองของใหม่ มีใจนักเลง ใจใหญ่ใจถึง

เลข 4 แทนดาวพุธ เทพแห่งการเจรจา นักการค้าผู้ที่แสนฉลาด หมายถึง ดาวพุธ (ดาวศุกร์เคราะห์) พลังแห่งสติปัญญา

ข้อดี : รักสงบ รักสันติสุข รักการค้นคว้า ช่างคิดช่างพูด มีความรู้ ไหวพริบ ความจำดี เป็นผู้ฉลาดหลักแหลม ความเป็นธรรม มีเสน่ห์ ชอบการค้าขาย เจรจาทัดต่อสื่อสาร ชอบบริการ

ข้อเสีย : ฉลาดแกมโกง เจ้าเล่ห์ ปากเสียพูดไม่เป็นมงคล พูดจาสับปรับ หลอกลวง

เลข 5 แทนดาวพฤหัสบดี เทพเจ้าผู้ทรงธรรม ท่านพ่อครูแห่งความรู้และความยุติธรรม หมายถึง ดาวพฤหัสบดี (ดาวศุกร์เคราะห์) พลังแห่งปัญญาทางธรรมะ

ข้อดี : เป็นผู้ให้ ชอบหาความรู้ ชอบศึกษา มีความสุขุมรอบคอบ มีคุณธรรม ศีลธรรม รักความยุติธรรม ความดีงามสูง จิตใจเมตตาอารี มีกฎเกณฑ์

ข้อเสีย : ฉลาดแกมโกง เจ้าเล่ห์ ปากเสียพูดไม่เป็นมงคล พูดจาสับปรับ หลอกลวง หลงในความสามารถของตน ชอบดูถูก ชอบสร้างภาพ

เลข 6 แทนดาวศุกร์ เทพแห่งศิลปะและการบันเทิง หมายถึง ดาวศุกร์ (ดาวศุกร์เคราะห์) พลังแห่งศิลปะวิทยาการ

ข้อดี : เป็นศิลปิน มีศิลปะในจิตใจ สนุกสนาน ร่าเริงแจ่มใส หล่อ สวย ทันสมัย มีสง่าราศี ดูดีมีเสน่ห์ต่อเพศตรงข้าม อ่อนหวานนุ่มนวล มีความคิดฝัน มองโลกในแง่ดี รักในดนตรี จิตใจบริสุทธิ์ ร่ำรวยเงินทอง

ข้อเสีย : ขี้โอ่ ชอบฟุ้งเฟ้อ อดทน มีปัญหาง่าย ชอบสำราญ หลงกิเลสตัณหา หมกมุ่นในกามอารมณ์ เสร้าหมอง

เลข 7 แทนดาวเสาร์ ผู้มากด้วยความเพียรและความอดทน หมายถึง ดาวเสาร์ (ดาวบาปเคราะห์) พลังแห่งทุกข์โศก

ข้อดี : มีความเพียร อดทน แข็งแรงหนักเบาเอาตัว ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคปัญหา รอบด้าน มีทุกข์ เจ็บปวดทรมาน สูญเสีย เดือดร้อน ผิดหวัง มีหนี้สิน รักอิสระ รักสงบ

ข้อเสีย : มีอุปสรรคปัญหา มีทุกข์เศร้าหมอง หดหู่เศร้าเสียใจ เห็นแก่ตัว ตระหนี่ถี่เหนียว หวาดระแวง อิจฉาริษยา อาฆาตพยาบาท พลาดพราก วิตกกังวล วิตกกังวล ซาดิสต์ ซ่อนเร้น ลีลับ อาถรรพ์

เลข 8 แทนดาวพระราหู เทพแห่งความมัวเมาเปลี่ยนแปลง หมายถึง เจาสุริยุปราคาและจันทรุปราคา (ดาวบาปเคราะห์) พลังแห่งความลุ่มหลงมัวเมา

ข้อดี : มีความรู้ความสามารถพิเศษ ความกล้า ความไม่เกรงกลัว เชื่อมมั่นในตนเองสูง หนักแน่น รักอิสระเสรี รวดเร็ว มีเล่ห์เหลี่ยม มีโชคลาภ อบายมุข กล้าได้กล้าเสีย ขอบมั่นเมมา

ข้อเสีย : ลุ่มหลงมัวเมา เสเพล มีกิเลสตัณหา ซาดิสต์ มีใจนักเลง ไม่เกรงใจใคร ไม่ให้ร้าย ไม่รู้จักอาย หยาบคาย ขาดสติ อวดดี ดื้อ หลงตัวเอง

เลข 9 แทนดาวพระเกตุ เทพแห่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หมายถึง ดาวเนปจูน (ดาวศุภเคราะห์) พลังแห่งความลึกกลับ

ข้อดี : มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง แคล้วคลาด มีญาณพิเศษหยั่งรู้ อายุยืน มั่นคง มีทรัพย์สิน รุ่งเรือง เจริญก้าวหน้าประสบความสำเร็จ

ข้อเสีย : จิตใจว้าวุ่น ฟุ้งซ่าน ขัดแย้งในตนเอง รักหลงได้ง่าย หุนหันพลันแล่น

ความหมายของศาสตร์แห่งเลขคู่

เลข 00 พลังแห่งความหนึบแน่น ความหมายเหมือนเลข 0 มักมีเรื่องลึกลับเหนือธรรมชาติ (แต่มีกำลังพลังมากกว่า พร้อมหนุนพลังให้กับดวงดาวอื่น หรือเลขอื่นๆ)

เลข 01/10 พลังแห่งอุปสรรค ความหมาย ชีวิตมักมีอุปสรรค บิรวารให้โทษ อาภัพ ศัตรูรอบด้าน พึ่งพาใครไม่ได้ มีคู่แข่ง มีคนปองร้าย ศัตรูคอยกลั่นแกล้ง มีโรคภัยเจ็บไข้ มีหนี้สิน เคร่งเครียด ทะเยอทะยานสูง เป้าหมายสูง เชื่อมมั่นในตนเอง

เลข 02/20 พลังสตรีเพศ ความหมาย อารมณ์ของเพศหญิง อ่อนไหว โลเล ขี้งอน เหวง เพื่อฝัน จินตนาการสูง ทุเบา ปัญหาชีวิตรุนแรง เป็นหนี้ (ไม่เหมาะกับผู้ชาย จะขาดความเป็นผู้นำ และผู้หญิง จะผิดหวังด้านความรัก)

เลข 03/30 พลังแห่งเจ้าอารมณ์ ความหมาย ชีวิตไม่หยุดนิ่ง ชอบความเร็ว กล้าได้กล้าเสีย โกรธง่ายหายเร็ว เดี่ยวดีเดี่ยวร้าย คนเจ้าอารมณ์ ใจร้อน ทะเลาะวิวาท เครียดง่าย

เลข 04/40 พลังอำนาจ ความหมาย ความสำเร็จงดงาม ชีวิตสุขสบาย ฐานะมั่นคงร่ำรวย มีชื่อเสียงลาภยศ ชอบเดินทางไกลท่องเที่ยว เป็นนักธุรกิจวางแผนที่ดี ฉลาดหลักแหลม ไหวพริบดี

เลข 05/50 พลังแห่งปัญญาและความสามารถ หมายถึง ชีวิตประสบความสำเร็จอย่างมั่นคง เจริญก้าวหน้า สติปัญญาดีมีความสามารถ รักความยุติธรรม มีระเบียบอ่อนโยน รักสันโดษ และมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง

เลข 06/60 พลังเพื่อฝัน หมายถึง เพื่อฝัน โรแมนติก รักสวยรักงาม รักความสบาย มีรักซ้อนเร้น มีเสน่ห์ หาเงินง่าย ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ทำอะไรเกินตัว เก็บเงินไม่อยู่ (ไม่เหมาะกับผู้ชาย ส่งผลต่อพฤติกรรมทางเพศ)

เลข 07/70 พลังแห่งเคราะห์กรรม หมายถึง เลวร้าย มีปัญหาเยอะ อุปสรรคมากมาย ถูกคุมขัง ถูกปล้น เครียด เก็บกด วิตกกังวล ทำตัวลึกลับ โรคประสาท อารมณ์ชั่ววูบ คิดฆ่าตัวตายได้

เลข 08/80 พลังอัปมงคล หมายถึง กลุ่มหลงเงินทองลาภยศเรื่องเพศ หลงตัวเอง เชื้อคนง่าย ถูกครอบงำข่มเหงจากคนพาล มีเรื่องเดือดร้อนอยู่เสมอ ชอบเสี่ยง ชอบลุย ใจนักเลง ระบายทุกข์ทั้งหลาย ความมัวเมาทุกอย่าง ระวังมักเจ็บไข้ได้ป่วย ถูกปล้นจี้ชิงทรัพย์ เข้าคุกเข้าตาราง ถูกฆ่าข่มขืน

เลข 09/90 พลังสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง ความหมายเหมือนหมายเลข 9 แต่มีปาฏิหาริย์เกิดขึ้นบ่อยๆ เชื้อเรื่องโชคลาง ดวงดี

เลข 11 พลังแห่งทะเยอทะยานสูง ความหมาย มั่นใจในตัวเอง หลงตัวเอง ชอบอวดอ้าง เป็นผู้นำ เด่นดัง เป็นที่ยอมรับ รักศักดิ์ศรี ใจร้อนไม่รอบคอบ โกรธง่ายหายเร็ว ภายนอกเข้มแข็งภายในอ่อนไหว ไม่ชอบความพ่ายแพ้

เลข 12/21 พลังสองบุคลิกในตัวเอง หมายถึง เป็นคนสองบุคลิก มีจินตนาการที่ไม่เหมือนใคร เจ้าอารมณ์ อารมณ์ขัดแย้งแปรปรวน หงุดหงิดง่าย ลังเล เศร้าหมอง หูเบาเชื่อคนง่าย ถูกยุยง ขวางโลก ไม่ยอมใครง่ายๆ ระวังโรคประสาท นอนไม่หลับ วิตกกังวล ฟุ้งซ่าน

เลข 13/31 พลังแห่งความไม่แน่นอนของโชคชะตาทั้งดีและร้าย หมายถึง มักเจอเรื่องดีและเรื่องร้ายอยู่เสมอ ชีวิตพลิกผัน เปลี่ยนแปลงเร็ว ชีวิตสมรสไม่แน่นอน ต้องระวังการถูกแย่งชิง ถูกอาชญากร ถูกลอบทำร้าย อุบัติเหตุทุกรูปแบบ (ผู้ชายมักมีเรื่องชู้สาว รักสามเส้า)

เลข 14/41 พลังมหาจักรวาล หมายถึง มีความรุ่งโรจน์ สุขสบาย ก้าวหน้าประสบความสำเร็จอย่างมั่นคง เป็นคนฉลาดสติปัญญาดี มีไหวพริบ พุดคุยเจรจา น่าเชื่อถือ แก้ปัญหาเก่ง รักความถูกต้อง ผู้ใหญ่ให้การอุปถัมภ์

เลข 15/51 พลังแห่งความสมบูรณ์ ความหมาย รุ่งโรจน์สดใส ความสำเร็จในทุกด้าน ธุรกิจ การงาน การเงิน ความรัก มีมิตรสหายมากมาย มีเสน่ห์ มีชื่อเสียงเกียรติยศ มี

อำนาจ มีความเจริญ มีเสน่ห์ด้านผู้ใหญ่เมตตาคอยช่วยเหลือ มีคนรักใคร่มากมาย มีศิลปะในการพูด มีโชคลาภ (วัยรุ่นวัยเรียน ทำให้มีสติมากขึ้น)

เลข 16/61 พลังแห่งนักวางแผน ความหมาย ชีวิตต้องฝ่าฟัน ขอบวางแผน ตั้งเป้าไว้สูง การงานดี ช้าแต่มั่นคง ไม่ยอมแพ้อะไรง่ายๆ หาเงินเก่ง มีเสน่ห์ มีคนช่วยเหลือดี

เลข 17/71 พลังแห่งความมุ่งมั่น ความหมาย มีความเก่ง เป็นผู้นำ มุ่งมั่น กล้าคิดกล้าทำ คิดการใหญ่ แต่เหนือกว่าจะประสบความสำเร็จ ไม่กลัวความลำบาก รักจริงเกลียดจริง อารมณ์ร้อน มักมีคนคอยช่วยเหลือเสมอ

เลข 18/81 พลังแห่งการเปลี่ยนแปลง ความหมาย ชีวิตไม่อยู่กับที่ โยกย้ายบ่อย ใจนักเลง กล้าได้กล้าเสีย ทะเยอทะยานสูง เป็นจุดเด่นในสังคม ชี้แจงจุดยืน เจ้าอารมณ์ ไม่ค่อยฟังใคร ระวังถูกทรยศหักหลัง (ไม่เหมาะกับผู้หญิง มักมีเรื่องทะเลาะวิวาท รักสามเส้า หย่าร้าง)

เลข 19/91 พลังแห่งความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ ความหมาย มีความสำเร็จก้าวหน้า ได้รับความอุปถัมภ์ มีอำนาจวาสนา มียศมีตำแหน่ง มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับจากสังคม ภูมิฐาน (ดีมากต่อผู้ชาย ไม่เหมาะกับผู้หญิง มักเป็นโสด หาคู่ยาก เพราะเป็นหญิงเก่งชอบทำงาน)

เลข 22 พลังแห่งความอ่อนโยน ความหมาย จิตใต้ดี ละเอียดอ่อน อ่อนโยนอ่อนหวาน นุ่มนวล สำอองค์ ดึงดูดเพศตรงข้ามได้ดี เป็นมิตร เพื่อนมาก หาเงินเก่ง มีดวงโชคลาภ (เหมาะกับผู้หญิงและสาวประเภทสอง ไม่เหมาะกับผู้ชาย อาจทำให้เบี่ยงเบนทางเพศได้)

เลข 23/32 พลังแห่งความรัก ความหมาย เป็นคนเจ้าชู้ มีเสน่ห์แรง ใครรักใครหลง ดึงดูดเพศตรงข้าม รักซ้อนเร้น เปิดเผย ตรงไปตรงมา เฉลียวฉลาด ทำงานเก่ง หาเงินเก่ง

เลข 24/42 พลังแห่งความมงคลสำเร็จ ความหมาย ชีวิตสุขสบาย มีโชคด้านเงินทองมากมาย เพื่อนฝูงให้การอุปถัมภ์ ว่าเงิ ไรแมนติก มีเสน่ห์ด้านคำพูด พูดเก่งเจรจาดี สติปัญญาดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีรสนิยม

เลข 25/52 พลังแห่งการค้าจุนสับสนุน ความหมาย มีความสำเร็จในหน้าที่การงาน ฐานะมั่นคง มีทรัพย์มีเงิน แต่ต้องเหน็ดเหนื่อย มีอุปสรรคที่ต้องฟันฝ่า ปัญญาดี (เหมาะกับผู้ชาย เพราะนารีอุปถัมภ์)

เลข 26/62 พลังแห่งการเกื้อกูล ความหมาย มีเสน่ห์จากคำพูด หาเงินเก่ง มีความมารักมาหลง ได้ดีเพราะปาก มีเสน่ห์กับเพศตรงข้าม แต่ต้องระวังเรื่องชู้สาว รักสามเส้า ผิดศีลเรื่องโลภี

เลข 27/72 พลังแห่งความมุ่งมั่น ความหมาย ชีวิตประสบความสำเร็จ แต่
วุ่นวาย ทุกเรื่องเงินเรื่องรัก พลัดพราก มีหนี้สิน เก็บเงินไม่อยู่ ระวังโรคภัยไข้เจ็บเรื้อรัง

เลข 28/82 พลังแห่งการหมุนเวียน ความหมาย หมุนเงินก้อนเก่ง มีเงินใช้ไม่
ขาดมือ แต่เก็บเงินไม่อยู่ ถึงไหนถึงกัน ใจกว้าง ใจนักเลง ชอบลุย มั่นใจในตนเอง วิสัยทัศน์กว้างไกล
ระวังปัญหาความรักสามเเล้ว มีรักซ้อน (ไม่เหมาะกับผู้ชาย เพราะจะดูเป็นคนโลเล อ่อนไหวง่าย ไม่
เข้มแข็ง เปลี่ยนแปลงง่าย)

เลข 29/92 พลังการนักออกแบบ ความหมาย อ่อนหวานอ่อนไหว จิตใจ
อ่อนโยน จินตนาการดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีไอเดียในการออกแบบ มีระดับ มีรสนิยม เอาจริง
เอาจัง เป็นพวกลงมือทำ มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ แข็งนอกอ่อนใน

เลข 33 พลังแห่งความโกรธ ความหมาย อารมณ์ฉุนเฉียวง่าย ใจร้อน ไข้
หงุดหงิด วุ่นวาย ก้าวร้าวหยาบคาย แต่ขยัน พากเพียร อดทน หาเงินเก่ง ตรงไปตรงมา โง่เงา คิด
เร็วทำเร็ว ระวังเรื่องทะเลาะวิวาท และอันตรายจากอุบัติเหตุทั้งหมด

เลข 34/43 พลังแห่งความรอบรู้ครุ่นคิด ความหมาย มีสติปัญญาดี ว่องไว
แก้ปัญหาได้ดี เอาตัวรอดได้ กล้าพูดกล้าทำ พูดจริงทำจริง ขยันแต่เครียด มีหัวรุนแรง มีศัตรูเพราะ
ปาก ขาดความโรแมนติก

เลข 35/53 พลังแห่งการอุปถัมภ์คำฐ ความหมาย เป็นคนเก่ง วาสนาดี มี
ความรู้ความสามารถเยอะ การงานเจริญก้าวหน้า มีคนนับหน้าถือตา มีอำนาจบารมี ได้รับการ
อุปถัมภ์คำฐจากผู้ใหญ่ แต่มักจะหุบเอา เชื้อคนง่าย

เลข 36/63 พลังแห่งความรักเจ้าเสน่ห์ ความหมาย เป็นคนมีเสน่ห์ดึงดูดเพศ
ตรงข้ามอย่างมาก มีเสน่ห์เวลาคนมอง คนนิยมชมชอบ เป็นที่รักของเพื่อนฝูงมิตรสหาย ฉลาดหา
รายได้ โชคดีมีลาภลอย

เลข 37/73 พลังแห่งความสิ้นหวัง ความหมาย ชีวิตต่อสู้ เหน็ดเหนื่อย มี
อุปสรรค สิ้นหวัง อมทุกข์ เศร้า หม่นหมอง มีความอดทนอย่างมาก มีหนี้สิน ทะเลาะวิวาทขัดแย้ง
พลัดพราก โชคร้าย ระวังอุบัติเหตุร้ายแรง โรคุมร่ำมากมาย

เลข 38/83 พลังแห่งการหมกมุ่น ความหมาย เป็นคนเจ้าอารมณ์ ขึ้นเร็วลง
เร็ว โกรธง่ายหายเร็ว คิดไวทำไว กล้าเสี่ยง ใจร้อน หมกมุ่นกับอบายมุข การพนัน ติดเหล้า กามคุณ
และไสยศาสตร์ ระวังภัยคุกคามจากอันตราย

เลข 39/93 พลังแห่งแข่งขัน ความหมาย พลังขับเคลื่อน มีความทะเยอทะยาน ผลักดัน แข่งขันเพื่อความก้าวหน้าสู่ความสำเร็จ กล้าตัดสินใจ กระจายชัยชนะ ความเป็นตัวเองสูงมาก

เลข 44 พลังแห่งวาสนาหนุนนำ ความหมาย มีความรุ่งโรจน์ พุดจาเป็นที่น่าเชื่อถือ ส่งเสริมความสำเร็จทุกด้าน ผู้ใหญ่เกื้อหนุน ไหวพริบดี ทันสมัย มนุษย์สัมพันธ์เป็นเลิศ เพื่อนฝูงมาก อัจฉริยะดี แต่เป็นคนดี เชื่อมั่นในตนเอง ชี้ใจน้อย

เลข 45/54 พลังมหาราชโชค ความหมาย ร่ำรวย ก้าวหน้า รุ่งเรือง ประสบความสำเร็จในชีวิต มีสิริมงคลสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง ได้โชคลาภจากการเสี่ยง

เลข 46/64 พลังแห่งความสุข ความหมาย ชีวิตสุขสบาย เงินคล่องตัว มีเสน่ห์ อารมณ์ขัน รสนิยม พุดจาดีมีเหตุผล ประสบความสำเร็จ รักการท่องเที่ยว ทำให้คนอยู่ใกล้มีความสุข แต่มักเป็นคนใจอ่อน

เลข 47/74 พลังแห่งความเพียร ความหมาย ขยัน ใฝ่หา ชีวิตกว่าจะประสบความสำเร็จต้องให้ความพยายามอดทนสูง ทุ่มเทกกับงาน มั่นใจในตนเอง มั่นใจในคำพูด พุดจาจริง ทำจริง ชอบทำพิสูจน์ตัวเอง

เลข 48/84 พลังแห่งการหลงผิด ความหมาย หลงผิดเป็นชอบ หลงแสงสี การพนัน ตกอยู่ในอบายมุข สิ่งผิดกฎหมาย หนีภาษี ชีวิตได้รับความเดือดร้อน มักผิดพลาดและได้รับอันตรายจากคนพาล ระวังปัญหาเรื่องเอกสาร สัญญา คดีความ

เลข 49/94 พลังแห่งความน่าเชื่อถือ ความหมาย สติปัญญาไหวพริบดี เจรจาเป็นเลิศ หนักแน่น ทันสมัย เฉลียวฉลาด ระวังชีวิตหักเห มุ่งในเรื่องไสยศาสตร์ เครื่องรางของขลัง สุขภาพไม่แข็งแรง รักมีอุปสรรค ชีวิตต้องเริ่มต้นใหม่เสมอ

เลข 55 พลังแห่งความก้าวหน้า ความหมาย ชีวิตสดใสรุ่งโรจน์ มีความเจริญก้าวหน้า ผู้ใหญ่อุปถัมภ์ ฐานะมั่นคง ประสบความสำเร็จ อยู่สุขสบายไม่ลำบาก ชอบศึกษาหาความรู้ มีเหตุผล รักยุติธรรม

เลข 56/65 พลังแห่งคู่ทรัพย์คู่โชค ความหมาย ชีวิตโดดเด่น มีคนรักใคร่ มีเสน่ห์ เฉลียวฉลาด มีรายได้หลายทาง หาเงินเก่ง มีโชคลาภ อำนาจบารมี วาสนาดี เจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า

เลข 57/75 พลังแห่งความขัดแย้งในตนเอง ความหมาย เป็นคนดีร้าย เอาแต่ใจ ทะเยอทะยาน มุ่งมั่น มีความปรารถนาแรงกล้า เครียด คิดมาก ระวังโรคผิวหนัง

เลข 58/85 พลังแห่งความลุ่มหลงมกมาย ความหมาย ชีวิตลื่นลวย หลงผิดง่าย ลืมตัว เอาแต่ใจตัวเอง มีอุปสรรค มีทุกข์ ขาดที่พึ่ง แต่เอาตัวรอดเก่ง มักเกี่ยวข้องกับคนไม่มีศีลธรรม ระวังเรื่องสุขภาพ และอุบัติเหตุ

เลข 59/95 พลังแห่งความสมบูรณ์พูนสุข ความหมาย ชีวิตเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ ร่ำรวย มีเกียรติยศชื่อเสียง มีทรัพย์มีลาภยศ โชคลาภต่างๆ โชคดีอยู่เสมอ ผู้อื่นช่วยเหลือและคุ้มครอง รักความยุติธรรม มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มีนางสังหรณ์ดีเยี่ยม

เลข 66 พลังแห่งความสำราญ ความหมาย เป็นคนเจ้าสำราญ อารมณ์ดี ร่าเริงสนุกสนาน มีโชคลาภ เงินทองไม่ขาด แต่ใช้เก่ง ฟุ่มเฟือย ติดหรู รสนิยมดี คนรอบตัวมีความสุข

เลข 67/76 พลังแห่งความทุกข์เศร้า ความหมาย ชีวิตมีอุปสรรค แบกภาระมาก เครียด คิดเยอะ รายจ่ายสูง หนี้สินเยอะ รักไม่สมหวัง พลัดพราก ครอบครัแตกแยก ระวังโรคภัยไข้เจ็บมาเบียดเบียน

เลข 68/86 พลังแห่งความมัวเมา ความหมาย ลุ่มหลงในตัวเอง หลงสังคมเพื่อนเยอะ ชอบทำตัวเด่น หาเงินเก่ง ชอบเที่ยว ชอบเสี่ยง กล้ากินกล้าใช้ ใช้จ่ายตามอารมณ์ มีความต้องการทางเพศสูง เป็นคนเปื่อง่าย ระวังถูกชักจูงได้ง่าย รักมักอมทุกข์

เลข 69/96 พลังแห่งความนิยมชมชอบ ความหมาย มีชื่อเสียง มีเสน่ห์ เป็นที่ยอมรับ เป็นที่นิยม แต่งตัวเก่ง มีโชคลาภ การเงินสะพัดไม่ขาดมือ หมุนเงินเก่งแต่เก็บไม่อยู่ มุ่งมั่นในการทำงาน มีความรับผิดชอบ ชี้แจง ไม่เป็นตัวของตัวเอง

เลข 77 พลังแห่งความกดดัน ความหมาย เป็นคนรอบครอบ เก็บรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ได้ดี มีอำนาจบารมี คนยำเกรง แต่ชีวิตเหน็ดเหนื่อย มีทุกข์ ลำบาก อดทน เครียด เก็บกด เป็นนักสู้ อับโชค มักมีโรคภัยไข้เจ็บ

เลข 78/87 พลังแห่งบิوار ความหมาย มีอิทธิพล ใจกว้างใจนักเลง กล้าได้กล้าเสีย มีดวงเสี่ยงโชค ลาภลอย กล้าพูดกล้าเจรจา ทำงานหนัก ปกครองคนมาก

เลข 79/97 พลังความสดใสงดงาม ความหมาย สดใสรุ่งโรจน์ ร่ำรวย มีทรัพย์มีมรดก มั่นคง มีเกียรติยศชื่อเสียง ชอบท่องเที่ยวเดินทาง รักอิสระ อดทน สุขภาพดี ไร้โรคภัย ชีวิตต้องต่อสู้ดิ้นรนกับปัญหาจนกว่าจะประสบความสำเร็จ

เลข 88 พลังแห่งความใจใหญ่ ความหมาย ใจใหญ่ใจนักเลง กล้าได้กล้าเสีย ใจกว้าง รู้เล่ห์เหลี่ยมกลโกง ใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล เงินทองไม่ขาด ชอบเสี่ยงโชคหมดไปกับอบายมุข

เลข 89/98 พลังแห่งอำนาจบารมี ความหมาย มีคนเคารพ มีน้ำใจ ลูกน้องเกรงกลัว เจ้าระเบียบ ข่มงวด โลกส่วนตัวสูง มีวิสัยทัศน์ มีนางสังหรณ์แม่นยำ มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง สนใจสิ่งลึกลับ ความเชื่อต่างๆ ต้องระวังเรื่องคบคน

เลข 99 พลังแห่งปาฏิหาริย์ ความหมาย มีสัมผัสพิเศษ หยั่งรู้ พระคุ้มครอง แคล้วคลาดปลอดภัย มีความสุขความเจริญ การงานก้าวหน้า น่าเชื่อถือ ผู้คนเคารพยกย่อง มีโชคดวงเฮง วาจาศักดิ์สิทธิ์ สนใจในเรื่องอัศจรรย์ สิ่งเร้นลับ

ปราณเวท (2554) หมอดูทำนายดวงชะตาอาชีพ เจ้าของเว็บไซต์โหราพยากรณ์ www.horapayakorn.com ที่มีคนเข้าชมมากกว่า 285,000 คน ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับเลขศาสตร์ดังนี้

1. เลขศาสตร์เป็นตัวแทนของดวงดาว มี 3 ใหญ่ๆ คือ

1.1. ระบบทักษาพยากรณ์ หรือระบบภูมิพยากรณ์ คือระบบที่ได้มาจากวารเกิด (วันเกิด) โดยการไล่วันทั้ง 7 ตามแบบโบราณ ตัวเลขของวันไปตรงกับดาวอะไรก็จะบ่งบอกลักษณะของดาวนั้นๆ

แผนผังทิศ ประจำภูมิทักษา		
ออกเฉียงเหนือ	ตะวันออก	ออกเฉียงใต้
๑ อาทิตย์	๒ จันทร์	๓ อังคาร
๖ ศุกร์		๔ ๕ พุธ ไม้
๘ ราหู	๙ พฤหัสบดี	๗ เสาร์
ตกเฉียงเหนือ	ตะวันตก	ตกเฉียงใต้

ภาพประกอบ 8 แสดงแผนผังทิศ ประจำภูมิทักษา

ที่มา : Summerset's Memories (2561)

1.2. ระบบจักรราศี คือ วิธีการโคจรของดวงอาทิตย์ผ่านกลุ่มดาว 12 กลุ่มในรอบ 1 ปี ตามแนวเส้น สุริยวิถี (เส้นรวิมรรค) มีลักษณะเป็นวงกลม 360 องศา และแบ่งออกตามดวงดาวออกเป็น 12 ราศี



ภาพประกอบ 9 แสดงระบบจักรราศี

ที่มา : ปรานเวท (2554)

1.3. ลักษณะของตัวเลข ได้รับอิทธิพลมาจาก ไคโร โดยพิจารณากำหนดตัวเลขเป็นดวงดาว จากรูปลักษณ์ ลักษณะเด่นของตัวเลข (ดังตารางที่ 4)

2. เลขศาสตร์ที่มาจากความเชื่อ คตินิยม

2.1. ความเชื่อที่มาจากวันที่ ลำดับที่ จำนวน คำพ้องเสียงภาษาถิ่น ได้แก่

1.1.1. คนไทยไม่ชอบเลข 6 พ้องเสียงกับคำว่า หก (หกหล่น) หรือเลข 7 ตัวเลขดาวเสาร์ ความทุกข์ ความเศร้า ความหม่นหมอง หรือเลข 9 คนไทยชอบ เพราะพ้องเสียงกับคำว่า ก้าวหน้า

1.1.2. คนจีนไม่ชอบเลข 4 เพราะพ้องเสียงคล้ายคำว่า “สี่” ที่แปลว่าตาย หรือชอบเลข 8 ที่ออกเสียงคล้ายคำว่าร่ำรวยในภาษากวางตุ้ง และเป็นเลขมงคลตามความเชื่อเรื่องแปดเซียน (แปดเซียน)

1.1.3. ชาวอเมริกัน ชาวยุโรป หรือชาวยิว ไม่ชอบเลข 13 ซึ่งมีความเชื่อเกี่ยวข้องกับทางศาสนาคริสต์ “The last supper” คือจำนวนคน 13 คนที่ทำอาหารมื้อสุดท้ายร่วมกับพระเยซูคริสต์ แต่ชอบเลข 7 เพื่อเชื่อว่าเป็นเลขมงคล ที่พระเจ้าสร้างโลกภายใน 7 วัน

2.2. ตัวแทนของอักขระ หรือคาถาอาคม คือการใช้ตัวเลขไทยแทนจำนวนเสียงอ่าน หรือจำนวนคำของชุดอักขระคาถา ในการเขียนยันต์ เพื่อลดพื้นที่ในการลงอักขระคาถาได้แก่

2.2.1. เลข ๓ แทนคาถา มะอะอุ

2.2.2. เลข ๔ แทนคาถา นะมะพะทะ, จะกะกะสะ, จิเรฐนิ, อุอากะสะ และ กระมะกะ บทใดบทหนึ่งก็ได้

2.2.3. เลข ๕ แทนคาถา นะโมพุททาเย

จักรกฤษณ์ แร่ทอง (2554) อาจารย์ผู้สอนหลักสูตรโหราศาสตร์ พยากรณ์ศาสตร์ มูลนิธิสมาคมนโหรแห่งประเทศไทยในพระสังฆราชูปถัมภ์ ได้เขียนบทความใน มายโหรา.คอม (www.myhora.com) กล่าวถึงเลขศาสตร์ ว่าเป็นศาสตร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ทำนายชื่อ ที่ได้รับความนิยม ทำนายเลขทะเบียนรถ เบอร์โทรศัพท์ บ้านเลขที่ หรือตัวเลขอื่นๆ ในชีวิตประจำวัน เลขศาสตร์ในการตั้งชื่อจะมีพลังของตัวเลขแฝงอยู่ในตัวอักษร สระ ซึ่งโดยปกติแล้วผลรวมของเลขศาสตร์จะมีค่าระหว่าง 1-100 ถ้ามีค่ามากกว่านั้นก็ให้คำนวณตามหลักการตั้งชื่อ แล้วนำผลรวมที่ได้ไปวิเคราะห์ทำนายต่อไปตามหลักเลขศาสตร์ โดยให้ผลรวมในการวิเคราะห์ทำนายดังนี้

1. เลขศาสตร์ที่ให้คุณในระดับดีมาก คือ 2, 4, 5, 6, 9, 14, 15, 19, 23, 24, 36, 41, 42, 45, 46, 50, 51, 53, 55, 56, 59, 63, 64, 65

2. เลขศาสตร์ที่ให้คุณในระดับดี คือ 20, 32, 40, 44, 69, 79

3. เลขศาสตร์ที่ให้โทษ คือ 27, 29, 30

MoneyHUB (2015) แหล่งรวมรอบรู้ทางการเงิน ได้เผยแพร่เรื่องความเชื่อกับมนุษย์ ว่าตัวเลขก็เป็นอีกความเชื่อหนึ่งที่คนหลายชาติให้ความสำคัญ โดยตัวเลขที่มีอิทธิพลต่อคนในประเทศต่างๆ ดังนี้

1. ประเทศจีน กลุ่มเลขนำโชค คือ 0, 2, 3, 6, 8, 9 และกลุ่มเลขไม่มงคล คือ 4, 5, 7, 13, 14

2. ประเทศแถบตะวันตก กลุ่มเลขนำโชค คือ 7, 8 และกลุ่มเลขไม่มงคล คือ 11, 13, 17, 666

3. ประเทศไทย กลุ่มเลขนำโชค คือ 8, 9 และกลุ่มเลขไม่มงคล คือ 6, 7

จากแนวคิดทั้งหมดเกี่ยวกับเลขศาสตร์ ผู้วิจัยได้เห็นความสัมพันธ์ของตัวเลขโหราศาสตร์ และความเชื่อตามคตินิยมต่างๆ กล่าวคือ ความหมายของเลขศาสตร์ได้รับอิทธิพลจากดวงดาวตามโหราศาสตร์และอิทธิพลจากความเชื่อตามคตินิยมของแต่ละชนชาติ ศาสนา ลักษณะความเป็นอยู่ในแต่ละท้องถิ่น ภาษา การออกเสียง และการตีความจากคำพ้องเสียง ดังนั้นในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตความหมายของเลขศาสตร์ภายใต้อิทธิพลของดวงดาวตามโหราศาสตร์และความเชื่อตามคตินิยมของชาวไทย ซึ่งการนำความเชื่อทางเลขศาสตร์ไทยที่ชาวไทยนำไปใช้กับการตั้งชื่อ บัตรประชาชน เบอร์โทรศัพท์ ทะเบียนบ้าน ทะเบียนรถ สมุดบัญชี รหัส

หรือตัวเลขที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อวิเคราะห์ตีความพลังของตัวเลขที่แฝงอยู่ให้มีความเป็นสิริมงคลในแต่ละด้าน การงาน การเงิน ความรัก ความสำเร็จ หรือการนำโชคลาภมาให้กับผู้ที่มีเลขตัวนั้น หรือผู้ที่ครอบครองเลขตัวนั้น

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสัญลักษณ์

เถกิง พัฒนินาษ (2551) ศิลปินไทย และอาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แปลและขยายบทความ “Semiotics and visual representation” ของ (Brian Curtin, 2006) โดยให้ความหมายของสัญลักษณ์ไว้ดังนี้

1. สัญลักษณ์นิยามทั่วไป เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยความหมาย เป็นการศึกษา “สิ่งแทนความ” (Representation prehend meanings) หรือกระบวนการที่เรา “ให้ความหมาย” แก่สิ่งต่างๆ (attribute meanings) หากพิจารณาสัญลักษณ์อย่างสัมพันธ์กับภาพ (visual images) ออกไปถึงทัศนธรรม (visual culture) และวัตถุธรรม (material culture) กล่าวคือ สัญลักษณ์หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับระบบสัญลักษณ์ (symbolism)

2. สัญลักษณ์นิยามด้วยศัพท์ทางสัญลักษณ์ เป็นศาสตร์ที่ศึกษา สัญลักษณ์ (sign) และการอ้างอิงความหมาย (signifying practices) สัญลักษณ์หมายถึง สิ่งใดๆ (คำ/ภาพ/วัตถุ ฯลฯ) ที่อ้างอิงหมายถึงสิ่งอื่น สัญลักษณ์ศึกษาว่าการอ้างอิงความหมายที่ปรากฏอยู่รอบๆ ตัวเราได้รับผลกระทบจากกรอบทางสังคม (social convention) ที่ฝังรากลึกอยู่แล้วในสังคม

นิธิ ศิริพัฒน์ (2553) อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้ให้ความหมายของสัญลักษณ์วิทยา (Semiology) ตามแนวคิดของ Pierre Guiraud (2532) เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับระบบของสัญลักษณ์ (Sign) ที่ปรากฏอยู่ในความคิดของมนุษย์ ซึ่งหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่าง เช่น ภาษา รหัส สัญลักษณ์ เครื่องหมาย เป็นต้น โดยเสนอระบบสัญลักษณ์ออกเป็นตอนๆ ดังนี้ คือ

1. โครงสร้างทั่วไป เกี่ยวกับธรรมชาติ รูปแบบ และหน้าที่ของสัญลักษณ์ รวมทั้งลักษณะของระบบการสื่อสาร

2. สัญลักษณ์เชิงวิทยาศาสตร์ (เทคนิคและเหตุผล) แสดงให้เห็นประสบการณ์ด้านวัตถุวิสัย คือ สิ่งที่ใช้แทนภาพในลักษณะต่างๆ ตัวอักษร ธง การควบคุม แนะนำ คำเตือน คำชี้แนะ การเปรียบเทียบส่วนคล้ายคลึงกับสรรพสิ่งอื่นๆ ลักษณะของศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับคำทำนาย

3. สัญลักษณ์เชิงสุนทรียภาพ มีลักษณะเป็นจินตภาพและการเปรียบเทียบ คือ ศิลปะเป็นสิ่งที่แสดงหน้าที่แทนความเป็นจริงหรือจินตนาการ ธรรมชาติกับสังคม และสิ่งที่เป็น รูปธรรมหรือนามธรรม

4. สัญลักษณ์เชิงสังคม แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ที่มีบทบาท ต่าง ๆ กันในสังคม จะสะท้อนบทบาทดังกล่าวออกมา สัญลักษณ์แสดงความเป็นพวกพ้องเดียวกัน (Insignia) เช่นตราหรือเครื่องหมาย เครื่องแบบ ธง รูปเคารพ เครื่องประดับ การเสริมสวย ทรงผม ชื่อสกุล เครื่องประจำร้าน เครื่องหมายการค้า หรือยี่ห้อ สัญลักษณ์ที่แสดงลักษณะความสุภาพ เช่น น้ำเสียง การทักทาย การหมิ่นประมาท กิริยาท่าทาง โอกาสและสถานที่ อาหารและสิ่งอื่น ๆ ที่ อยู่ในสังคมนั้น

Pierre Guiraud ได้เปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างระหว่างรหัสเชิงเหตุผลกับรหัสเชิงสุนทรียภาพ เมื่อผ่านเข้าไปในรูปแบบการสื่อสารแต่ละรูปแบบ จะเปลี่ยนเป็นรหัสในแต่ละชนิด และความหมายที่ปรากฏออกมาจะเป็น 2 อย่างคือ การตีความแบบตรงไปตรงมา และจะต้องให้ความสนใจในข้อตกลงเชิงสังคม (Social Conventions) ซึ่งจะเกิดกับรหัสเชิงเหตุผล และการตีความหมายทางอ้อม ซึ่งจะต้องยึดเอาประสบการณ์ (Participation) ของผู้ตีความเข้าไปเกี่ยวข้อง ในการตีความ

ก้องเกียรติ มหาอินทร์ (2012) อาจารย์ประจำคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบ แฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับสัญลักษณ์ ในบทความ “สัญลักษณ์ที่ปรากฏในงานออกแบบแฟชั่นกับการสะท้อนวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่” วารสารสถาบัน วัฒนธรรมและศิลปะ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ว่า สัญลักษณ์คือ สิ่งที่เราสร้างขึ้นแทนของจริงที่ปรากฏ ทฤษฎีทางด้านสัญลักษณ์วิทยาได้เข้ามามีบทบาท ในการตีความหมายทางความงามของศิลปะหลังสมัยใหม่ และเมื่อกล่าวถึงการมองคุณค่าหลัง ความงามศิลปะสมัยใหม่ สิ่งที่เราเรียกว่า สัญลักษณ์ (Sign) การตีความ (Hermeneutic) บริบท (Text) เวลา (Time) และพื้นที่ (Space) ได้เข้ามาแทนที่การถอดรหัสคุณค่าทางความงามแบบเดิมที่ว่า ด้วยองค์ประกอบทางศิลปะ เส้น สี แสงเงา เป็นการตีความจากสัญลักษณ์ไม่ว่าจะเป็น ภาษา รหัส เครื่องหมายสัญลักษณ์ รวมทั้งการสื่อสารอื่นๆ อีกมากมายของมนุษย์ การศึกษาเกี่ยวกับ สัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์วิทยา จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความเข้าใจต่อคุณค่าการสื่อสารเป็น อย่างยิ่ง

สัญญะวิทยา (Semiology) เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการอธิบายต่อสิ่งๆ ที่เรียกว่าสัญญะ (Sign) คืออธิบายการเกิดขึ้น การพัฒนา การเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการเชื่อมโยงทอดจนการสูญเสียของสัญญะหนึ่งๆ ที่ปรากฏออกมาอย่างมีระบบระเบียบ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542)

สัญญะเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้มีความหมายแทนตัวจริงหรือของจริง ซึ่งความหมายของสัญญะนั้นขึ้นกับตัวบท (Text) และบริบท (Context) ที่แวดล้อมสัญญะนั้นๆ จากแนวคิดเรื่องสัญญะวิทยา (Semiology) โดย Pierre Guiraud สรุปได้ว่า หน้าที่ของสัญญะคือการสื่อความคิด เนื้อหา สารที่ปรากฏในสื่อที่ผู้รับสารเป็นผู้ตีความหมาย (Interpretation) หรือการถอดความ (Decoding) ซึ่งการรับรู้ในสัญญะที่ปรากฏมาน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์การรับรู้ของผู้รับสารด้วย

CHAMP MFD (2019b) ได้เขียนบทความเกี่ยวกับ 28 รูปภาพเสริมดวง ฮวงจุ้ยกับศาสตร์การตกแต่งภายในบ้าน พร้อมให้ความหมายของภาพ มีดังนี้

1. ภาพไอซิงเอี้ย หมายถึง เทพเจ้าแห่งโชคลาภ ให้คุณทางด้านการเงินทอง และโชคลาภ
2. ภาพปลาคราฟ หมายถึง ผลกำไรหรือประโยชน์ จึงเป็นสัญลักษณ์ของความปรารถนาที่จะได้ผลกำไรจากการทำธุรกิจ
3. ภาพต้นไผ่ เป็นสัญลักษณ์แห่งความก้าวหน้า ยึดหยุ่น มั่นคง ทนทาน อายุยืน
4. ภาพเสือ เป็นสัญลักษณ์ของสัตว์ที่มีความแข็งแกร่ง และทรงอำนาจ เป็นสัญลักษณ์นำโชคที่ช่วยเสริมธุรกิจให้มีความรุ่งเรือง ประสบความสำเร็จลุล่วง รวมทั้งยังส่งผลดีต่อการเจรจา
5. ภาพนกยูง เป็นสัญลักษณ์ที่มีพลังอำนาจด้านการเงิน ทำให้ประสบความสำเร็จ มีโชคลาภเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ
6. ภาพเรือสำเภา เป็นของมงคลที่สื่อถึง การทำมาค้าขายและประสบความสำเร็จ หากธุรกิจร้านค้าใดมี การติดภาพเรือสำเภาไว้จะทำให้กิจการราบรื่น ไม่มีอุปสรรคค้าขายร่ำรวย
7. ภาพตะกร้าผลไม้ ช่วยเรื่องความอุดมสมบูรณ์ของบ้าน
8. ภาพน้ำตก ทะเล ลำธาร แม่น้ำ สื่อความหมายในการเรียกโชคลาภเงินทอง
9. ภาพรูปเงิน เป็นสัญลักษณ์นำโชคให้เงินทองไหลมาเทมา รูปตราสกุลเงินต่างๆ นั้น ยังช่วยเสริมดวงให้มีความมั่งคั่งร่ำรวย ถือเป็นการใช้เงินเพื่อดึงดูดเงินเข้ามา

10. ภาพม้า 8 ตัว เป็นสัญลักษณ์ของความรวดเร็วว่องไว แข็งแรง ไม่หยุดอยู่กับที่ เกี่ยวกับการเดินทาง การเลื่อนตำแหน่ง และสามารถเสริมความก้าวหน้ารุ่งเรืองให้สำเร็จรวดเร็ว หรือเป็นโชคลาภและโอกาสทางธุรกิจ

11. ภาพมังกร เหมาะมากสำหรับการส่งเสริมธุรกิจการค้า ให้รุ่งเรืองโดยเฉพาะสำนักงานหรือร้านค้า ช่วยเรียกโชคลาภ

12. ภาพดอกพีโอนี่ หมายถึง ความร่ำรวย มั่งคั่ง เกียรติยศและความมั่งคั่ง

13. ภาพอุฐู หมายถึง การมีเงินทอง หรือมีคนคอยช่วยเหลือเรื่องเงินเสมอในยามคับขัน ในทางการค้าหมายถึงการมีกระแสเงินทุนหมุนเวียนคล่องตัว

14. ภาพฮกกลกซิว หมายถึง ความสำเร็จ ความมั่งคั่ง เจริญรุ่งเรือง มีความสุขอายุยืน และสุขภาพดี

15. ภาพกิลเลน ช่วยเสริมความเจริญรุ่งเรือง และช่วยรักษาสุขภาพให้แข็งแรงได้

16. ภาพปลามังกร เป็นตัวแทนในเรื่องของโชคลาภเงินทอง ความอุดมสมบูรณ์ มีกินมีใช้ การงานเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง

17. ภาพช้าง แทนความมั่นคง

18. ภาพสิงโต ส่งเสริมในเรื่องอำนาจ วาสนา บารมี

19. ภาพกวาง จะช่วยให้สมหวังในสิ่งที่ปรารถนาและเป็นสัญลักษณ์แห่งความมั่งมีศรีสุข

20. ภาพปีเซี้ยะ เชื่อกันว่าทรัพย์มีแต่เข้าไม่มีออก เก็บกักเงินทองไม่ให้รั่วไหล ขจัดสิ่งอัปมงคล

21. ภาพนกกระเรียนคู่ หมายถึง คู่รัก ช่วยให้ความรักมีความมั่นคง ราบรื่นไร้อุปสรรค

22. ภาพกวนอู หมายถึง ความซื่อสัตย์ ความกตัญญูรู้คุณ ความจงรักภักดี ความกล้าหาญ และทรัพย์สมบัติเจริญรุ่งเรือง นอกจากนี้ยังเชื่อว่าจะสามารถขจัดภูติผีปีศาจได้

23. ภาพตี่จูเอี้ย เหมือนมีเทพเจ้าคอยดูแล ค้ำครอง ทำให้มีแต่ความสุข และช่วยเสริมโชคลาภและสิริมงคลในชีวิต

24. ภาพเชี่ยมซู่ เป็นสิ่งของมงคลศักดิ์สิทธิ์ที่ช่วยเสริมเรื่องความมั่งคั่ง ร่ำรวย

25. ภาพโป้ยเซียน เชื่อกันว่าเมื่อบูชาพร้อมกันแล้วจะเกิดความเข้มแข็งและมั่นคง ประกอบด้วย 1.ทิก้วยลี่ เซียนแห่งยาและการรักษาโรคภัยไข้เจ็บ, 2.ฮั่นเจงหลี เซียนแห่งโชคลาภ การบริหาร การปกครอง, 3.ลือทงบิน เซียนแห่งการรักษาโรค, 4.เจียงกั้วเล่า เซียนแห่งความมั่นคง

อายุยืน สุขภาพดี, 5.นำใช้หัว เขียนแห่งมวลบุปผาชาติและความอุดมสมบูรณ์, 6.นางฮังเขียนไกว เขียนแห่งความดีงาม ความซื่อสัตย์, 7.ฮันเขียนจื่อ เขียนพยากรณ์ ผู้หยั่งรู้ และการดนตรี และ 8. เซ้าก๊กกู่ เขียนแห่งยศถาบรรดาศักดิ์

26. ภาพกระต่าย หมายถึง ความรักที่บริสุทธิ์ มีแต่ความอ่อนโยน ช่วยให้คู่รักใส่ใจและดูแลซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี

27. ภาพเจ้าแม่กวนอิม หรือพระโพธิสัตว์ ช่วยให้คนพ้นทุกข์ ได้รับการคุ้มครองให้เป็นสุข

28. ภาพต้นไม้ม้า หมายถึง การเจริญเติบโต ความก้าวหน้า ความมีชีวิตชีวา ความเจริญรุ่งเรือง มีความร่มเย็น และโชคลาภ

CHAMP MFD (2019a) ได้เขียนบทความเกี่ยวกับ 18 สัญลักษณ์แห่งความโชคดี เสริมดวง โชคลาภบารมี ของแต่ละประเทศ เพราะแต่ละชนชาติย่อมมีความเชื่อที่แตกต่างกันซึ่งล้วนมีที่มาจากวัฒนธรรมและขนบจารีตทั้งสิ้น และในปัจจุบันในแต่ละประเทศก็ยังคงมีความเชื่อเรื่องพวกนี้อยู่ มีดังนี้

1. ม้าไม้ (Dala House) เป็นประเพณีการแกะสลักรูปปั้นม้าที่มีต้นกำเนิดจากประเทศสวีเดน ซึ่งมีความเชื่อว่าเป็นตัวแทนแห่งสติปัญญา ความซื่อสัตย์ และความแข็งแกร่ง

2. ซ้าง แสดงถึงความมีพลัง ความมั่นคง และความมีสติปัญญาในหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะประเทศอินเดีย

3. แมววัก (Maneki-neko) เป็นรูปปั้นแมวตามความเชื่อของชาวญี่ปุ่นว่าจะนำโชคลาภมาให้กับธุรกิจร้านค้า

4. เกล็ดปลาคราฟ เชื่อว่าจะนำโชคมาให้ ในหลายประเทศ รวมทั้งสโลวาเกีย โปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก ออสเตรีย เยอรมัน และโครเอเชีย

5. ลูกโอ๊ก ตามความเชื่อของชาว Norse folklore นั้นสามารถนำโชคมาให้ และปัดเป่าอาการเจ็บป่วยต่างๆ

6. เรือสำเภา เป็นตัวแทนของความอุดมสมบูรณ์ ความสมปรารถนา และความสำเร็จ ตามความเชื่อของชาวจีน

7. หน้ากากทุมิ (Tumi) ตามความเชื่อท้องถิ่นชาวเปรู เป็นสัญลักษณ์แห่งโชคดี

8. หมู ในประเทศเยอรมัน เป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่ง

9. นกยูง สัญลักษณ์แห่งความสง่างาม ตัวแทนแห่งความมงคล สำหรับชาวฮินดู นกยูงเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ เป็นสัญลักษณ์แห่งความโชคดี ความสูงส่ง และความรัก

10. ต้นไผ่นำโชค ความเชื่อดั้งเดิมจากประเทศจีน สามารถนำความมั่งคั่งมาให้

11. ตุ๊กตาทอง ความเชื่อของชาวกัวเตมาลา เป็นที่ระบายนความกังวล ความไม่สบายใจ

12. แมลงปีกแข็ง (Scarabs) ตัวงมูล เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของดวงอาทิตย์ และเชื่อมโยงกับพระเจ้า Khepri ชาวอียิปต์โบราณเชื่อกันว่าเกี่ยวข้องกับความโชคดี มันกลายเป็นเครื่องรางสำหรับการฟื้นฟู การเปลี่ยนแปลง และป้องกันจากความชั่วร้าย

13. ดอกพีโอนี ความหมายคือความร่ำรวย ความมั่งคั่ง เกียรติยศ และความงดงามในวัฒนธรรมชาวจีน

14. เครื่องราง Nazar ทำมาจากกระจกสีฟ้า ชาว น้ำเงินและดำ เพื่อสะท้อนความชั่วร้ายตามความเชื่อของประเทศตุรกี อามาเนีย โรมานีเย อัลบาเนีย อัฟกานิสถาน และอิหร่าน

15. หัตถ์ของพระเจ้า (Hamsa hand) มีรากฐานมาจากศาสนายูดาห์ เชื่อกันว่ามันสามารถปิดเป่าความโชคร้ายและหายนะอื่นๆ ได้ ตามความเชื่อของประเทศอิสราเอลและประเทศแถบอาหรับ

16. เครื่องจับความฝัน โดยชาวอเมริกันพื้นเมืองเชื่อว่าช่วยดักฝันดี ไล่ฝันร้ายออกไป

17. ปลาโลมา เป็นสัญลักษณ์แห่งการป้องกัน ตามความเชื่อของชาวโรม ในประเทศอิตาลี

18. นกกระเรียน โดยเฉพาะประเทศจีนและญี่ปุ่น มองว่าเป็นสัตว์เสริมสิริมงคล ซึ่งส่งผลให้มนุษย์มีชีวิตยืนยาว

พิน้ำผึ้ง (2562) ได้เขียนบทความรวบรวมสัญลักษณ์แห่งความโชคดี 10 อย่างจากวัฒนธรรมอื่นๆ ทั่วทุกมุมโลก โดยมีเครื่องรางและสัญลักษณ์ที่เชื่อว่าจะทำให้ตัวเองโชคดี ทั้งสิ่งที่เป็นธรรมชาติ สัตว์ แมลง หรือแม้กระทั่งวัตถุกับตัวเลข มีดังนี้

1. ลูกไม้ หรือ เอคอร์น และต้นโอ๊ก เป็นสัญลักษณ์แห่งความโชคดี สุขภาพที่ดี ความเจริญเติบโตทางจิตวิญญาณ และความเจริญรุ่งเรือง

2. จิ้งหรีด สัญลักษณ์แห่งความโชคดี ปิดเป่าสิ่งชั่วร้าย

3. เต่าทอง สัญลักษณ์แห่งความโชคดีและความเจริญรุ่งเรือง

4. เกล็ดปลาคาร์พ สัญลักษณ์แห่งความโชคดีแบบพิเศษๆ

5. หมู สัญลักษณ์แห่งความมั่งคั่ง ความโชคดี ความเจริญ ความอุดมสมบูรณ์ ความร่ำรวย หรือใช้เป็นสัญลักษณ์แทนความซื่อสัตย์ ความอดทน ความคิดริเริ่มและความขยัน ได้อีกด้วย

6. ช้าง สัญลักษณ์ของภูมิปัญญา ความมั่นคง ความโชคดี พลังเงียบ พลังแห่งความงาม ความงามสง่า ความสมบูรณ์ ความเมตตา ความเฉลียวฉลาด และความแข็งแกร่ง ทำให้ประสบความสำเร็จทั้งเรื่องงานและความรัก

7. ค้างคาว สัญลักษณ์แห่งความสุขและโชคดี ในวัฒนธรรมจีนเป็นตัวแทนของพร 5 ประการ คือ สุขภาพ อายุยืน คุณธรรมความรัก ความเจริญรุ่งเรือง และความตายอย่างสงบสุข

8. ไบโคเลเวอร์ 4 กลีบ สัญลักษณ์แห่งความโชคดี จำนวนแขนของไบโคเลเวอร์จะบอกถึง ความศรัทธา ความหวัง ความโชคดี และความรัก ตามลำดับ

9. แมวกวัก สัญลักษณ์แห่งการนำพาความเจริญ ความสำเร็จ และโชคลาภเข้ามาสู่ธุรกิจ

10. เลข 7 ในศาสนาคริสต์ ถือว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งความโชคดี แทนของขวัญจากเทพเจ้า 7 อย่าง คือ ภูมิปัญญา ความเข้าใจ เกียรติยศ ความสง่า คำอวยพร ความแข็งแกร่ง และความเป็นพระเจ้า

SIAM CENTER (2019) ได้เขียนบทความรวบรวมสัญลักษณ์แห่งความรักระดับโลก เอาไว้ในวันวาเลนไทน์มีมองปราดเดียวแล้วรู้เลยว่าคือตัวแทนแห่งความรัก มีดังนี้

1. รูปหัวใจ ใช้แทนความรัก ความศรัทธา และความเป็นหนึ่งเดียว
2. ดอกกุหลาบ แทนเทพแห่งความรัก คือเทพวินัส โดยสีแดงหรือสีชมพูแทนรักโรแมนติก สีเหลืองแทนรักแบบมิตรภาพ สีม่วงแทนรักแรกพบ
3. กามเทพ (คิวปิด) คือบุตรของเทพวินัส เป็นเทพแห่งความรัก
4. แอปเปิล ใช้ขอความรัก รวมทั้งเป็นสัญลักษณ์ของชีวิตคู่ที่มีความสุข มีลูกมากมาย
5. ซ็อกโกแลต ตัวแทนของความรัก ความหลงใหล และความห่วงใย
6. แหวนเพชร สัญลักษณ์ของความรักนิรันดร์
7. เพนกวิ้นเจนนู สัญลักษณ์ของความซื่อสัตย์ ครองคู่ไปตลอดชีวิต
8. อินฟินิตี้ สัญลักษณ์ของความไม่มีที่สิ้นสุด ไม่มีขอบเขต เปรียบเสมือนความรักที่เป็นนิรันดร์

ณัฐพล เดชขจร (2556) กล่าวถึง สัญลักษณ์ศักดิ์สิทธิ์ พบเห็นได้บ่อยจากอักขระภาษาโบราณ มาพร้อมกับความลึกลับ ไสยศาสตร์ และเวทมนตร์คาถา หนึ่งในนั้นคือ อักษรรูน ซึ่งมีต้นกำเนิดในดินแดนทวีปยุโรปสมัยโบราณเมื่อประมาณเกือบ 2,000 ปี เชื่อกันว่าอักษรรูนนั้นมีพลังอำนาจลึกลับทางเวทมนตร์ชุกซ่อนอยู่

อักษรรูน หรือ อักษรรูนิค ในภาษาพื้นเมืองเรียกฟูทาร์ก หมายถึงตัวอักษร ข้อความ หรือจารึก ในภาษาเยอรมันเก่าหมายถึง ประหลาดหรือความลึกลับ อักษรนี้มีความเกี่ยวข้องกับเวทมนตร์ ทฤษฎีเกี่ยวกับจุดกำเนิดของอักษรรูน ได้แก่ อักษรนี้ถูกออกแบบโดยอิสระ ไม่ขึ้นกับอักษรอื่น การเขียนเริ่มขึ้นในยุโรปใต้และถูกนำไปทางเหนือโดยเผ่าเยอรมัน เป็นแบบให้อักษรละตินและอักษรอิทรัสคัน (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2563)

อักษรรูนถือเป็นอักษรศักดิ์สิทธิ์ของกลุ่มชนชาติที่ใช้ภาษาากลุ่มเยอรมัน มีการนำชื่อเทพเจ้าต่างๆ มารวมเข้ากับชื่ออักษร ต่อมาได้แพร่หลายเข้าไปในสแกนดิเนเวีย มีการสลักอักษรรูนไว้ในเหรียญกษาปณ์ โลงศพ หรือใช้ประดับตกแต่งสถานที่ ในยุคนั้นมีการฟื้นฟูการใช้อักษรรูนอีกครั้ง แต่เมื่อนาซีหมดอำนาจก็เสื่อมความนิยมไป จนปัจจุบันการทำนายด้วยอักษรรูนเป็นที่นิยมและนำกลับมาศึกษากันอีกครั้ง มีการกำหนดวิธีทำนายมากมาย เช่น การโยนกิ่งไม้เพื่อให้เกิดเป็นรูปอักษรรูนหรือสุ่มหยิบก้อนหินที่สลักรูปอักษรรูนไว้

ตาราง 6 แสดงอักษรรูน การออกเสียง ชื่อ และความหมาย

อักษรรูน	เสียง	ชื่อ	ความหมาย	ความหมายในการทำนาย
ƒ	f	เฟอ	ปศุสัตว์	ความมั่งคั่งร่ำรวย
u	u	อูรุต	กระทิงป่า	พลังอำนาจ
b	b	บูร์ลัค	ยักษ์	อาณาเขต ขอบเขต
a	a	อันสุต	เทพองค์หนึ่ง	การที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
r	r	ไรโด	ชี	การเดินทาง
k	k	คาวนิน	คำสาบาน	ความต้องการได้รับและถ่ายทอดความรู้
g	g	เกโบ	ของขวัญ	การให้และรับ
w	w	วุนโย	ความสุข	รักแท้ ขาวดี ครอบครัวที่มีความสุข

ตาราง 6 (ต่อ)

อักษร	เสียง	ชื่อ	ความหมาย	ความหมายในการทำนาย
𐌆	h	ฮอกลา	ลูกเห็บ	ความโง่เขลา หวาดกลัว ความประหลาด
𐌇	n	นาวดิศ	ความทุกข์	ความไม่มั่นใจในความปลอดภัย
𐌈	i	ไอส์ศ	น้ำแข็ง	ความล่าช้า
𐌉	j	เยร์น	ปี	การจับสั่นและการเกิดใหม่
𐌊	i (æ)	เอวัศ	ก้ามปูสีม่วง	ความสำเร็จ ความเจริญก้าวหน้า
𐌋	p	เพร์โธ	ปริศนา	ความลับ
𐌌	z	อัลจีศ	กวางมูส	การบำบัดรักษา การปกป้อง
𐌍	s	โสเวโล	พระอาทิตย์	ความรัก ความอบอุ่น ความปลอดภัย
𐌎	t	ไทวัศ	เทพทอร์	การผูกมัดด้วยคำสัญญา คำสาบาน
𐌏	b	เบอร์คานัน	ไม้เบิร์ช	การกำเนิดใหม่ ขาวดี
𐌐	e	อะวัศ	ม้า	การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี
𐌑	m	มันนัศ	มนุษย์	การคิด ความรอบคอบรัดกุม
𐌒	l	ลาวนัศ	พืชมีกลิ่นหอม	ความรักที่เก็บซ่อนไว้ภายใน
𐌓 𐌔 𐌕 𐌖	ingv	อิงวัศ	ผู้ชาย	สุขภาพ กินดีอยู่ดี ชื่อเสียงโด่งดัง
𐌗	o	โอธาลา	แผ่นดิน การบูชา	เหตุการณ์ที่ขึ้นกับเวลา
𐌘	d	ดากัศ	วัน	ความสุข ความรุ่งเรือง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ให้ความหมายของสัญลักษณ์ว่า สิ่งที่ถูกสร้างหรือถูกกำหนดขึ้นมาโดยมนุษย์หรือธรรมชาติ ได้แก่ สัตว์ ธรรมชาติ สิ่งของเครื่องใช้ ความเชื่อ ค่านิยม อักษร เป็นต้น เพื่อนำเข้ามาตีความให้มีความหมายแทนบางสิ่งบางอย่าง หรือแทนตัวบริบท บทบาท หรือช่วงเวลาที่เกิดขึ้น ภายใต้สภาวะแวดล้อมพื้นที่นั้นๆ

2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องประดับ

วัฒน์ จุฑะวิภาต (2545) ศาสตราจารย์กิตติคุณ ประจำจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้กล่าวหลักการออกแบบเครื่องประดับไว้มี 3 ประการด้วยกันคือ

1. ความเป็นหน่วยเดียวกัน ต้องคำนึงถึงภาพรวมของงานออกแบบเป็นกลุ่มก้อน มองทุก อย่างให้สัมพันธ์กันหมด แล้วจึงค่อยพิจารณาส่วนย่อย ส่วนประกอบต่าง ๆ จะต้อง สัมพันธ์และสอดคล้องกันเพื่อแสดงความเป็นหน่วยเดียวกันแล้วงานจะดูมีพลัง

2. ความเป็นสมดุล เป็นหลักการพื้นฐานของการออกแบบโดยทั่วไป ความงาม ของ เครื่องประดับอยู่ที่ความพอดี ไม่มากหรือน้อยเกินไป เป็นความรู้สึกที่ดำเนินไปควบคู่กับ ความสมดุล อำนาจ หลักการความสมดุลทั้งแบบเท่ากันและไม่เท่ากันนำมาใช้ในการออกแบบเพื่อ แก้ปัญหาด้านมุมมองและไม่รู้สึกผิดสัดส่วน ผิดมาตรฐาน ด้วยการใช้สี ผิว หรือด้วยแสงเงาของ วัสดุที่ใช้ทำเครื่องประดับ

3. ความสัมพันธ์ทางศิลปวิทยาหมายถึงองค์ประกอบที่ต้องแสดงความเป็นจุดเด่น เพียงหนึ่ง เดียวและไม่ควรลืมนส่วนประกอบที่จะสร้างความน่าสนใจอื่นประกอบ เช่น ลวดลายหรือ ความแตกต่างของพื้นผิว นอกจากนี้ยังมีระยะความถี่ทางในตัวเองของช่องไฟ จังหวะในตัวชิ้นงาน ก็มีความสำคัญไม่น้อย หลักการเรื่องความแตกต่างและความกลมกลืน เป็นอีกสิ่งที่ทำให้ความรู้สึก เพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจ

ส่วนประกอบของการออกแบบเครื่องประดับ

1. เส้น (Line) เป็นพื้นฐานของโครงสร้างทุกสิ่ง เส้นแสดงความรู้สึกได้ทั้งด้วยตัว มันเองจาก คุณสมบัติลักษณะและทิศทางของเส้น และด้วยการสร้างรูปทรงต่างๆ เส้นในการ ออกแบบเครื่องประดับ หมายถึง เส้นที่มีความกว้าง ความยาว ความหนา ซึ่งมองเห็นได้ด้วยตา และมีพื้นที่ เส้นมีหลายลักษณะ แต่ละลักษณะจะให้อิทธิพลด้านความรู้สึกที่ต่างกันไป

2. รูปทรงและที่ว่าง (Form & Space) รูปทรงที่ใช้ในงานออกแบบเครื่องประดับ มีทั้งรูปทรงที่เลียนแบบธรรมชาติ รูปทรงเรขาคณิต และรูปทรงที่นักออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นเอง การ ออกแบบเครื่องประดับ เน้นการเลียนแบบหรือลดตัดทอนให้ง่ายขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ โดยคำนึงถึงวัสดุที่จะนำมาใช้ ให้มีความสัมพันธ์กับการออกแบบให้มากที่สุด

3. โครงสร้างรูปทรงของงาน ที่รวมทั้งรูปภายในและรูปภายนอก จะเป็น โครงสร้างที่ก่อรูปขึ้นด้วยหน่วยเพียงหน่วยเดียวหรือหลายหน่วยก็ได้

3.1. สิ่งที่มีความหนาแน่นทึบแบบ 3 มิติ

3.2. สิ่งที่มีรูปนอกแน่นอนมีความหมาย

3.3. สิ่งที่มีโครงสร้าง มีความหมาย มีเอกภาพในตัว

4. ว่างหรือที่ว่าง (Space) เป็นทัศนธาตุที่มองไม่เห็น จะปรากฏตัวก็ต่อเมื่อมีทัศนธาตุอื่นมากำหนดรูปร่าง หรือมาทำให้เกิดปฏิกิริยาขึ้น ที่ว่างหมายถึง พื้นที่ว่างซึ่งสัมพันธ์กัน รูปร่างและรูปทรง

5. สี (Color) โดยทั่วไปสีจะสร้างความประทับใจให้กับผู้พบเห็นได้มากพอๆ กับ รูปแบบ และเนื้อวัสดุและความละเอียดประณีต การใช้สีในการทำเครื่องประดับเป็นสีจากวัตถุที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ผู้ออกแบบควรมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องสี คำของสี การใช้สีกลมกลืนและตัดกันความรู้สึกที่มีต่อสี ประโยชน์ของการใช้สีในการออกแบบ สีที่ใช้ในเครื่องประดับจะเป็นสีจากหิน เพชร พลอย โลหะ และวัสดุประเภทต่างๆ

6. การสร้างความสมดุลดูดยภาพ (Balance) หมายถึง การจัดองค์ประกอบให้สัมพันธ์กัน มีน้ำหนักและความกลมกลืนไปด้วยกัน มี 2 ลักษณะคือ สมดุลแบบซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetry) และสมดุลแบบซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetry) การออกแบบเครื่องประดับสามารถสร้างความสมดุลด้วยรูปทรง สี ลักษณะผิว

7. การเลือกลักษณะพื้นผิว (Texture) คือ สิ่งที่มีมองเห็นได้รอบๆ รูปทรง หรือรูปร่าง ที่มี ลักษณะขรุขระ เป็นมัน หยาบ ด้าน โปร่งใส ลักษณะผิวมีความสำคัญต่อการออกแบบรูปทรง เพื่อสร้างความกลมกลืน และจังหวะให้กับงานออกแบบการใช้พื้นผิวต้องสร้างความสัมพันธ์ให้เป็นไปตามรูปแบบและวัสดุ พื้นผิวลักษณะต่างๆ สามารถสร้างอารมณ์และการรับรู้ได้

Hohkraut Uros (2010) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องประดับไว้ใน Annals of DAAAM for 2010 & Proceedings of the 21st International DAAAM Symposium ว่าการทำเครื่องประดับแม้จะมีมายาวนาน แต่ก็ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนัก เทคโนโลยี 3 มิติช่วยให้เกิดข้อได้เปรียบหลายประการในด้านการออกแบบ การพัฒนา และการนำเครื่องประดับมาใช้จริง ด้วยความช่วยเหลือของการปรับเปลี่ยนเชิงโต้ตอบเราจัดการเพื่อลดระยะเวลาในการพัฒนา เพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและใช้การควบคุมกระบวนการพัฒนาที่ง่ายและทั่วถึงทั้งหมดนี้ทำให้เราทำงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การแสดงภาพช่วยให้สื่อสารกับลูกค้า ผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าได้ง่ายขึ้นและดีขึ้นและเพิ่มคุณค่าให้กับวิธีการโฆษณาหรือแบรนด์ของตัวเอง การมีส่วนร่วมที่สำคัญที่สุดคือความเป็นไปได้ในการพัฒนา และการผลิตขั้นสุดท้ายของรูปแบบที่มีความซับซ้อนสูงบนพื้นฐานของเศษส่วนรูปแบบทางเรขาคณิตและอัลกอริทึมทางคณิตศาสตร์ซึ่งจนถึงการมาถึงของเครื่องพิมพ์ 3 มิติ เป็นไปไม่ได้ที่จะนำเสนอในรูปแบบทางกายภาพ โดยมีข้อดีต่อการผลิตเครื่องประดับในแต่ละด้านดังนี้

1. Jewelry ช่างทองเป็นผู้เชี่ยวชาญที่แท้จริงและสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่ยอดเยียมได้ อย่างไรก็ตามแม้จะมีการสะสมความรู้มากมายเนื่องจากข้อจำกัดทางเทคโนโลยี แต่ก็ไม่สามารถสร้างรูปทรงเรขาคณิตที่ซับซ้อนซับซ้อนบางอย่าง การทำซ้ำได้ แม้ว่าพวกเขาจะสามารถใช้รูปแบบดังกล่าวได้ในระดับของต้นแบบ แต่ก็ไม่สามารถดำเนินการใช้แม่พิมพ์แบบดั้งเดิมเพียงอย่างเดียวเนื่องจากไม่สามารถตัดโมเดลขึ้นได้จากยางได้

2. Idea development คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศกำลังเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ทางสังคม อาชีพช่างทองจึงมีโอกาที่จะเปลี่ยนแปลงอย่างเด็ดขาดในช่วงเวลาที่เทคโนโลยีกำลังได้รับการพัฒนา และลงทุนในฐานะผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยี 3 มิติ ดังนั้นจึงเป็นที่น่ายินดีอย่างยิ่งที่นักออกแบบจะดำเนินการในการสร้างแบบจำลองหรือการสร้างด้วยคอมพิวเตอร์ 3 มิติ และนำการออกแบบไปสู่ขั้นตอนที่ทุกคนได้รับผลลัพธ์ตามที่พูดคุย (นักออกแบบ นักเทคโนโลยี ช่างทอง และผู้บริหาร) ในขั้นตอนนี้เราสามารถพูดถึงประโยชน์ของการสื่อสารภายในทีม เมื่อพิจารณาจากโมเดลเสมือนจริง คุณสามารถประมาณผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายได้ง่ายขึ้น นักเทคโนโลยีสามารถทดลองใช้พารามิเตอร์ที่จำเป็นของการดำเนินการ การบันทึกการประกอบและรายละเอียดอื่นๆ จากข้อมูลน้ำหนักและต้นทุนในการผลิต การตัดสินใจเกี่ยวกับราคาสามารถทำได้โดยฝ่ายบริหาร ตลอดจนกระบวนการนี้สามารถลดต้นทุนปรับปรุงคุณภาพ และลดเวลาในการพัฒนางานอย่างมากไม่ว่าจะพัฒนาสินค้าแต่ละรายการหรือทั้งหมด

3. Parametrics ความแม่นยำของเทคโนโลยี 3D นั้น สามารถควบคุมรายละเอียดได้อย่างแม่นยำกว่าที่เคยทำได้ด้วยเทคนิคดั้งเดิม ดังนั้นเราจึงสามารถบรรลุรายละเอียดที่ดีขึ้นและแม่นยำยิ่งขึ้น พื้นผิวที่ถูกต้องให้เท่ากันมากขึ้น และความหนาสม่ำเสมอ ซึ่งจะช่วยให้งานการหล่อตัวเรือนที่ง่ายขึ้นและดีขึ้น ชิ้นส่วนแบบแยกส่วนที่สอดคล้องกัน ซึ่งในที่สุดก็สามารถประกอบเข้าด้วยกันได้อย่างง่ายดาย

4. Communicating through visualization ตัวเลือกในการแสดงภาพมีประโยชน์มากมาย โดยอุตสาหกรรมที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ พวกเขาเริ่มใช้การแสดงผลเพื่อการนำเสนอที่ดีขึ้น ดังนั้นจึงสื่อสารกับลูกค้าได้ดีขึ้น นอกจากนี้เรายังใช้มันโดยที่เรากำหนดวัสดุ สี พื้นผิว การสะท้อนแสง และความคล้ายคลึงกัน แล้วทำการ Rendering ในการแสดงผลผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย (การทำภาพเสมือนจริง)

5. New forms เทคโนโลยีที่มาพร้อมกับความเป็นไปได้ในการพัฒนารูปทรงเรขาคณิตใหม่ที่ซับซ้อน รูปแบบทางคณิตศาสตร์ หรือรูปแบบอินทรีย์อื่นๆ ด้วยเทคนิคเหล่านี้ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและละเอียดอ่อนมากขึ้นเรื่อยๆ

6. 3D Printing ขั้นสูงสุดเท่านั้นของการออกแบบด้วยเทคโนโลยี 3 มิติ การพิมพ์สามารถใช้ในการทดสอบต่างๆ เช่นการวัด การรับรู้ รูปแบบ และการดำเนินการ นักเทคโนโลยีสามารถตรวจสอบรายละเอียดที่เป็นปัญหาได้ ลูกค้าจะได้รับความรู้สึกที่ดียิ่งขึ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปโดยทั่วไปทำจากโลหะมีค่าเช่น ทอง เงิน และทองคำขาว พื้นผิวที่ผลิตโดยใช้เทคโนโลยี 3D Printing มักจะไม่เรียบเนียนและจำเป็นต้องมีกระบวนการขัดขั้นสุดท้าย ขั้นตอนนี้ค่อนข้างซับซ้อนและต้องใช้เวลามากพอสมควร อย่างไรก็ตามข้อได้เปรียบที่ยอดเยี่ยมคือการผลิตที่ง่ายและดีขึ้น และในการสร้างแบบจำลองที่มีจุดบอดและรูปทรงเรขาคณิตที่ซับซ้อนมาก ซึ่งทำให้เราสามารถสร้างรูปแบบใหม่ได้

พรพิมล พงนาพิมล, ดนุลดดา จามจุรี, มนัส บุญประกอบ, และ วรณรัตน์ ตั้งเจริญ (2016) อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณะ ได้ให้ความหมายของการออกแบบ เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ได้แก่ แนวคิดใหม่ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ หรือเป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของเดิมให้ดียิ่งขึ้น หรือเพื่อการแก้ปัญหาให้ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างเหมาะสมต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 8 ขั้นตอนคือ

1. การกำหนดขอบเขตของปัญหา
2. การค้นคว้าข้อมูล
3. การวิเคราะห์ข้อมูล
4. การสร้างแนวความคิดหลัก
5. การออกแบบร่าง
6. การคัดเลือกแบบ
7. การพัฒนาแบบ
8. การประเมินผล

ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ (2019) อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ และศูนย์วัฒนธรรมศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ได้เสนอแนวคิดเรื่องเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์: รูปแบบ ความสวยงาม ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประวัติศาสตร์และวิวัฒนาการของเครื่องประดับตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ความสำคัญของเครื่องประดับที่มีต่อเศรษฐกิจไทยในฐานะสินค้า 1 ใน 10 ของการส่งออก การสร้างสรรค์เครื่องประดับ กับวิถีชีวิตของผู้คนที่แบ่งเป็น 3 ยุคคือ ยุคแห่งการเรียนรู้ ยุคแห่งการสวมใส่ ยุคแห่งการสร้างสรรค์ โดยที่ยุคแห่งการเรียนรู้ มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์กับงานเครื่องประดับอยู่ในระดับน้อย รูปแบบเครื่องประดับส่วนใหญ่เป็นแบบโบราณ ยุคแห่งการสวมใส่ มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในระดับมากขึ้น รูปแบบ

เครื่องประดับเริ่มพัฒนาเป็นแบบสมัยใหม่ ส่วนยุคแห่งการสร้างสร้อยนั้น เป็นยุคที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์พัฒนาถึงขั้นสูงสุด รูปแบบเครื่องประดับจึงเป็นรูปแบบร่วมสมัยและเป็นแนวคิดปะรูปแบบ เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ จำแนกเป็น 3 ประเภทคือ รูปแบบที่เกิดจากการใช้วัสดุ การใช้เทคนิคการผลิต และการใช้ต้นทุนทาง วัฒนธรรม เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ในยุคของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น อาจไม่ใช่ระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สูงมากนัก เพียงแต่สามารถแสดงออกถึงความคิด จินตนาการ ของผู้ออกแบบในเชิงสร้างสรรค์ที่เด่นชัด และสุดท้ายคือเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ในบริบทสังคมไทยปัจจุบัน จะเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับยุคดังกล่าวได้มากที่สุด เนื่องจากผู้คนเริ่มแสวงหาสิ่งใหม่ให้กับตนเองและไม่ยึดติดกับความคิดเดิม เครื่องประดับจึงมีทั้งรูปแบบที่สามารถใช้ในชีวิตประจำวันและเครื่องประดับแนวศิลปะ (Jewelry Art)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการออกแบบแบบสร้างสรรค์ โดยการค้นคว้าเก็บข้อมูล วิเคราะห์ และออกแบบร่าง เพื่อให้ได้เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ สวยงาม เหมาะแก่ผู้สวมใส่ ซึ่งใช้กระบวนการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ หรือ CAD (computer aided design) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการออกแบบเครื่องประดับที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน นำมาใช้ในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย โดยใช้ความสัมพันธ์ของเส้น รูปร่าง รูปทรง สี ที่ว่าง พื้นผิว และความสมดุลมาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบ เพื่อให้ได้งานที่มีความสมมาตร แม่นยำ ก่อนนำมาผลิตเป็นตัวต้นแบบ

2.2.4 แนวคิดการผลิตเครื่องประดับ

กระบวนการผลิตเครื่องประดับนี้มีมากมายหลายวิธีขึ้นอยู่กับลักษณะประเภทของธุรกิจที่ดำเนินการว่ามีขนาดเท่าใดในอุตสาหกรรม ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดการผลิตเครื่องประดับจากงานวิจัยของ อานนท์ กันเกษ (2556) มาเป็นแนวทางในการผลิตเครื่องประดับ มีดังนี้

1. การขึ้นต้นแบบ (Master piece) เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่ขั้นตอนอื่นๆ ถ้าหากรูปแบบผิดไปขั้นตอนต่อไปก็จะเกิดปัญหาแบบต่อเนื่อง ดังนั้นช่างในฝ่ายนี้จึงต้องมีความชำนาญในการแกะสลัก และความละเอียดรอบคอบสูง

2. การอัดแบบพิมพ์ยาง (Molding) แยกออกเป็นขั้นตอนดังนี้

- 2.1. การเตรียมแบบและการพิมพ์ยาง (Preparation of Model and Mold) คือการทำความสะอาดต้นแบบจะต้องล้างด้วยคลื่นอัลตราโซนิก (Ultrasonic) ผ่านไปในสารละลายแอมโมเนีย (Ammonia) ต้นแบบที่นำมาต้องสะอาดและแห้งจริงๆ จึงจะได้ตัวต้นแบบที่มีคุณภาพดี

2.2. การอัดแผ่นยาง (Vulcanization) คือ การนำตัวต้นแบบมาเข้าบล็อกเหล็ก วางบนยางพาราธรรมชาติ (Gold label) แล้ววางทับอีกชั้นหนึ่ง ลักษณะคล้ายแซนวิช ก่อนนำไปอัดด้วยความร้อน หลังจากนั้นจะนำพิมพ์ยางไปกรีดแบ่งครึ่งนำ Master Piece ออก

2.3. การฉีดเทียน (Wax Injection) คือ การนำเทียนไปเคี้ยวให้ละลายแล้วนำมากรองเพื่อกันเศษฝุ่นผง และสิ่งแปลกปลอม จากนั้นนำเทียนเหลวที่ได้ไปใส่เครื่อง Vacuum Wax Injection เป็นเครื่องฉีดเทียนระบบสุญญากาศเพื่อป้องกันมิให้เกิดฟองอากาศในตัวแบบเทียน เมื่อฉีดเทียน เข้าไปแล้วทิ้งไว้สักครู่แล้วแกะออก นำไปตรวจความเรียบร้อยตกแต่ง แล้วจึงนำไปติดต้นเทียน

3. การหล่อปูนและการเผาไล่เทียน (Burn out) เป็นการหล่อปูนในชั้นช่วงแรกเพื่อทำแม่พิมพ์ปูน จากนั้นนำปูนเข้าเตาอบ (Furnace) ในอุณหภูมิที่กำหนดเพื่อไล่เทียนออกจากเบ้าปูน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้เบ้าปูนแห้ง แล้วอบทิ้งไว้หนึ่งคืนเพื่อปรับอุณหภูมิภายในปูนให้มีความร้อนระดับเดียวกันกับโลหะหลอมเหลว

4. การหล่อโลหะ (Casting) การนำแม่พิมพ์ปูนไปทำการหล่อโลหะ การหล่อจะใช้เครื่องหล่อระบบสุญญากาศ (Embedding Machines) หลักการทำงานคือดูดสุญญากาศในขณะที่ปูนร้อนในระดับที่ต้องการ และเทน้ำโลหะผสมที่หลอมแล้วลงในเบ้า และมีระบบสั่นสะเทือนเข้าร่วมด้วยช่วยไล่ฟองอากาศให้ออกจากปูน กระบวนการทั้งหมดเกิดขึ้น ในสภาพไร้อากาศโดยเครื่องดูดอากาศตลอดเวลา

5. การแต่งตัวเรือน (Filing) งานหล่อที่ผ่านการตรวจสอบมาแล้ว จะนำมาแต่งตัวเรือนก่อน เป็นการแต่งแบบคร่าว ๆ เพื่อขัดเอาเหลี่ยมมุมที่เกินออกมาเล็กน้อย รีวรอยที่ไม่ลึกมาก และรอยตัดก้านออกไป

6. การเชื่อมประกอบชิ้นงาน (Soldering assembly) เป็นการเชื่อมเพื่อประกอบชิ้นงานให้สวยงาม หรือซ่อมแซมชิ้นงาน เชื่อมด้วยน้ำประสาน (Borax) ขั้นตอนต่อไปคือนำชิ้นงานไปต้มในกรด ในสารละลาย Sulfuric เจือจาง หรือสารส้ม เพื่อทำให้ผิวที่เป็นรอยไหม้ เขม่าควันหายไป

7. การประดับอัญมณี หรือการฝังอัญมณี (Setting) มีหลากหลายวิธี ฉะนั้นต้องมีการตรวจตัวเรือนส่วนที่จะฝังว่าเรียบร้อยหรือไม่ มีรูสำหรับฝังพลอยครบหรือไม่ จากนั้นดูพลอยที่จะฝังว่าเหลี่ยมสมบูรณ์และมีรอยแตกหรือไม่ก่อนนำไปฝังพลอย เตรียมการฝังโดยการนำชิ้นงานไปยึดติดไว้ที่ครึ่งให้แน่น พร้อมทั้งจะฝัง การฝังอัญมณีแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

7.1. การฝังอัญมณีในเนื้อโลหะ ได้แก่ การฝังแบบหนามเตย ฝังหุ้ม ฝังจิกไข ปลา ฝังล็อก หรือฝังสอด ฝังเหยียบหน้า ฝังหัวเรือ และฝังไร้หนาม

7.2. การฝังอัญมณีในเทียน คือการฝังแบบใหม่ โดยการฝังอัญมณีลงในเทียนก่อนนำไปหล่อ

7.3. เมื่อฝังเสร็จแล้ว นำชิ้นงานไปถอดครึ่งออกโดยลบกับไฟให้ครึ่งอ่อน แกะชิ้นงานออกมา นำไปล้างในทินเนอร์และน้ำผสมผงซักฟอกและน้ำเปล่าตามลำดับเพื่อกำจัดเศษครึ่ง

8. การขัด (Polishing) แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

8.1. การขัดชิ้นงานด้วยเครื่องมือ (Mechanic Polishing) หลังจากชิ้นงานผ่านการแต่งและตรวจสอบมาเรียบร้อยแล้ว ชิ้นงานจะถูกขัดเพื่อลบรอยเส้นของกระดาษทรายออกโดยใช้โลหะเป็นตัวขัด ทำการขัดชิ้นงานด้วยเม็ดเซรามิกหรือเม็ดโลหะเป็นตัวช่วยขัดในน้ำสบู่ที่แกว่งไปมา เพื่อให้ขัดลบรอยกระดาษทราย

8.2. การขัดชิ้นงานด้วยมือและล้างชิ้นงาน (Manual Polishing and Cleaning) การขัดเงาด้วยมือ คือการใช้ยาขาว ยาแดง ขันชิ้นงานผ่านผ้าสักกะหลาดที่หมุนด้วยมอเตอร์ ขัดจนขึ้นเงา แล้วขจัดคราบดำๆ ของยาขาวหรือยาแดงติดอยู่ ด้วยการล้างน้ำสบู่ภายใต้เครื่องล้าง อัลตราโซนิก (Ultrasonic Cleaning Machine)

9. การชุบเคลือบผิวชิ้นงาน (Plating) การชุบเคลือบผิวชิ้นงานหลายประเภทแล้วแต่ความต้องการของลูกค้า เช่น การชุบเงิน ชุบทอง ชุบโรเดียม และชุบกั้นหมอง เป็นต้น

10. การตรวจสอบคุณภาพชิ้นงาน (Inspection) เป็นการตรวจสอบคุณภาพก่อนการส่งมอบให้ลูกค้า มีการตรวจในเรื่องของขนาด ความเรียบร้อยของชิ้นงาน ไม่มีรอยขนแมวบนผิวงาน เป็นต้น

จากแนวความคิดการผลิตเครื่องประดับที่ได้งานวิจัยของ อานนท์ กันเกษ (2556) นั้น เป็นกระบวนการผลิตเครื่องประดับที่สำคัญมาก ลำดับขั้นตอนในการผลิตที่ได้จากโรงงานผลิตเครื่องประดับจริง ที่กระทำการนี้ซ้ำๆ จนเป็นระบบ เป็นขั้นตอนดำเนินการพื้นฐานของการผลิตเครื่องประดับ บางขั้นตอนอาจมีตัดทิ้ง ลดหรือข้ามขั้นตอนไปขึ้นอยู่กับลักษณะของชิ้นงาน การลดต้นทุนของชิ้นงาน และการลดระยะเวลาในการผลิตได้ โดยที่คุณภาพของเครื่องประดับยังคงเดิม

2.2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องประดับ

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2558) ได้วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปตามเจนเนอเรชั่น เพื่อให้ผู้ประกอบการทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละตลาดได้ดังนี้

1. Lost Generation เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2426-2443 ยุคแรกของช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 ซึ่งมีอายุประมาณ 115-132 ปี

2. Greatest Generation (G.I. Generation) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2444-2467 ซึ่งมีอายุประมาณ 91-114 ปี ช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อสงครามสงบลง เกิดสภาพเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก พฤติกรรมของคนยุคนี้นักจริงจังในการใช้ชีวิต มีความเป็นทางการ และมีความเห็นไปในทางเดียวกัน

3. Silent Generation เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2468-2488 ซึ่งมีอายุประมาณ 70-90 ปี เป็นช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 พอดี จากนั้นจึงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจตกต่ำ มีความเป็นอยู่ยากลำบาก พฤติกรรมของคนยุคนี้นักขยันและจงรักภักดีต่อชาติ

4. Baby Boomer (Gen-B) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2489-2507 ซึ่งมีอายุประมาณ 51-69 ปี เป็นช่วงสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อสงครามสงบลง ประเทศชาติขาดแคลนแรงงาน พฤติกรรมของคนรุ่นนี้คือ ทำงานหนักเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัว มีความจงรักภักดีต่อองค์กร ขยัน อดออม เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่นักการตลาดสนใจ เนื่องจากมีขนาดใหญ่ มีกำลังซื้อ และมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อสินค้าเพื่อตัวเองและคนใกล้ชิด

5. Generation X (Extraordinary Generation) เป็นกลุ่มคนวัยกลางคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2508-2522 ซึ่งมีอายุประมาณ 36-50 ปี เศรษฐกิจในช่วงนี้เป็นช่วงขาขึ้น จึงเป็นยุคแห่งความมั่งคั่ง พฤติกรรมของคนในรุ่นนี้จะใช้ชีวิตอย่างสุขสบาย ไม่เป็นทางการ มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวกับวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ เปิดรับเทคโนโลยีที่ทันสมัย กล้าใช้จ่ายฟุ่มเฟือย มีเงินออม จึงมีศักยภาพในการซื้อสูง

6. Generation Y (Millennials) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523-2540 ซึ่งมีอายุประมาณ 18-35 ปี ช่วงวัยรุ่นถึงวัยทำงานตอนต้น เติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี หรือเรียกว่า Digital native พฤติกรรมของคนกลุ่มนี้นักถูกเลี้ยงมาอย่างดี นิยมชอบแสดงออก เป็นตัวของตัวเองสูง เป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน นิยมสินค้าที่ดึงดูดใจ เศรษฐกิจดี และอินเทอร์เน็ต

รสนิยมบริโภคเครื่องประดับของ 3 เจเนอเรชันหลัก

วัยและไลฟ์สไตล์ของผู้ซื้อเป็นส่วนกำหนดรสนิยมที่แตกต่างกันไปในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบดีไซน์ ชนิดของอัญมณี วัสดุที่ใช้ จนถึงระดับราคา ทั้งนี้ผู้ประกอบการจึงต้องวางแผนการตลาด กลยุทธ์ และการรับรู้แก่ผู้บริโภคในแต่ละเจเนอเรชันดังนี้

1. Baby Boomer (Gen-B) เป็นกลุ่มผู้บริโภคเข้าข่ายผู้สูงวัย นิยมเครื่องประดับที่หรูหรา สวมใส่สบาย ใส่ใจคุณภาพ และต้องสามารถสะสมมูลค่าในตัวเองได้

2. Generation X (Gen-X) เป็นช่วงวัยที่มีฐานะและหน้าที่การงานมั่นคง จึงเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการซื้อสูง กล้าใช้จ่ายเพื่อสิ่งฟุ่มเฟือยในชีวิต นิยมเครื่องประดับที่สะท้อนความเป็นตัวตน แลดูทันสมัย และเสริมบุคลิกภาพ

3. Generation Y (Gen-Y) เป็นกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานตอนต้น ซึ่งเครื่องประดับไม่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคกลุ่มนี้มากเท่ากับสินค้าไอทีต่างๆ นับว่าเป็นความท้าทายอย่างยิ่งกับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จะต้องมั่นใจด้วย ดีไซน์โดนๆ เครื่องประดับจะต้องมีดีไซน์แนวเก๋ เท่ สวยงาม และราคาไม่สูง

จากการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องประดับ ทำให้เห็นว่าช่วงอายุของผู้บริโภคเป็นตัวกำหนดรสนิยมในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย หรือประชากรที่ใช้ในการศึกษาจากลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อเครื่องประดับ โดยคำนึงถึง ช่วงวัย อาชีพ รายได้ และรสนิยมในการเลือกใส่เครื่องประดับ

2.2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่า

Smart Trader Program (2559) จากกรมพัฒนาการค้า (DBD) กระทรวงพาณิชย์ ได้นำเสนอแนวทางและเครื่องมือทางธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจไทย และเสริมสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับศักยภาพ และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้กับประเทศ โดยใช้ 2 กรอบความคิดในการพัฒนามูลค่าเพิ่ม คือ

1. Value proposition canvas หรือ “แม่แบบการเสนอคุณค่า” เป็นกรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นโดย Alexander Osterwalder ผู้คิดค้น Business model canvas ซึ่งช่วยให้สามารถพัฒนาสินค้าหรือรูปแบบการให้บริการในแนวทางที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการและโดนใจลูกค้า ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

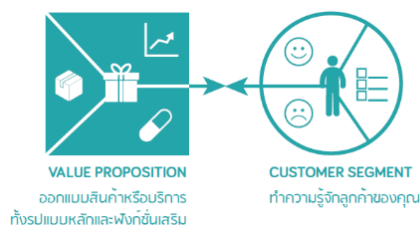
1.1. Customer segment เป็นการทำความรู้จักตัวลูกค้า หรือผู้ให้บริการประกอบด้วย

1.1.1. Customer job ศึกษาความต้องการพื้นฐานจากสิ่งที่ลูกค้าต้องทำ

1.1.2. Pain ปัญหา ความกังวลใจ หรือความยุ่งยากที่ลูกค้ากำลังเผชิญ
 1.1.3. Gain ความคาดหวังพิเศษ ที่เหนือความต้องการพื้นฐานหรือ
 ทางเลือกอื่นๆ

1.2. Value proposition เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณสมบัติและคุณค่าของ
 สินค้าหรือการบริการ ประกอบด้วย

- 1.2.1. Product or service คุณค่าสินค้า หรือบริการนำเสนอให้แก่ลูกค้า
- 1.2.2. Pain reliever ป้องกัน แก้ไข หรือบรรเทาปัญหาให้แก่ลูกค้า
- 1.2.3. Gain creator สร้างความประทับใจด้วยสิ่งพิเศษ

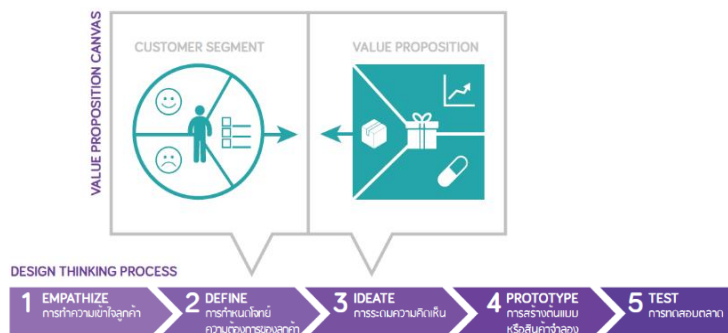


ภาพประกอบ 10 แสดง Value proposition canvas

ที่มา: Smart Trader Program (2559) คู่มือพัฒนามูลค่าเพิ่ม (Value Creation Handbook)

1.2. Design thinking process หรือ “กระบวนการคิดเชิงออกแบบ” ถูก
 พัฒนาขึ้นโดย Hasso Plattner Institute of Design (D.School) แห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด
 โดยการทำความเข้าใจกับปัญหาและความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง จากนั้นระดมสมองสร้าง
 ไอเดีย สร้างคุณค่าหรือแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อนำไปทดสอบ หรือทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็น
 เป้าหมาย แล้วพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม ตอบโจทย์ และเป็น
 ต้องการ มี 5 ขั้นตอนคือ

- 2.1. Empathize หรือ Data collection การทำความเข้าใจ เก็บข้อมูลลูกค้า.
- 2.2. Define หรือ Identify insight การกำหนดโจทย์ความต้องการของลูกค้า
 คัดกรอง จากสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญ.
- 2.3. Ideate หรือ Generate idea การระดมความคิดสร้างสรรค์ไอเดีย เพื่อ
 ตอบโจทย์ลูกค้า.
- 2.4. Prototype หรือ Develop prototype การสร้างต้นแบบให้เห็นเป็นภาพ.
- 2.5. Test หรือ Marketing testing การทดสอบตลาดเพื่อดูผลตอบรับลูกค้า

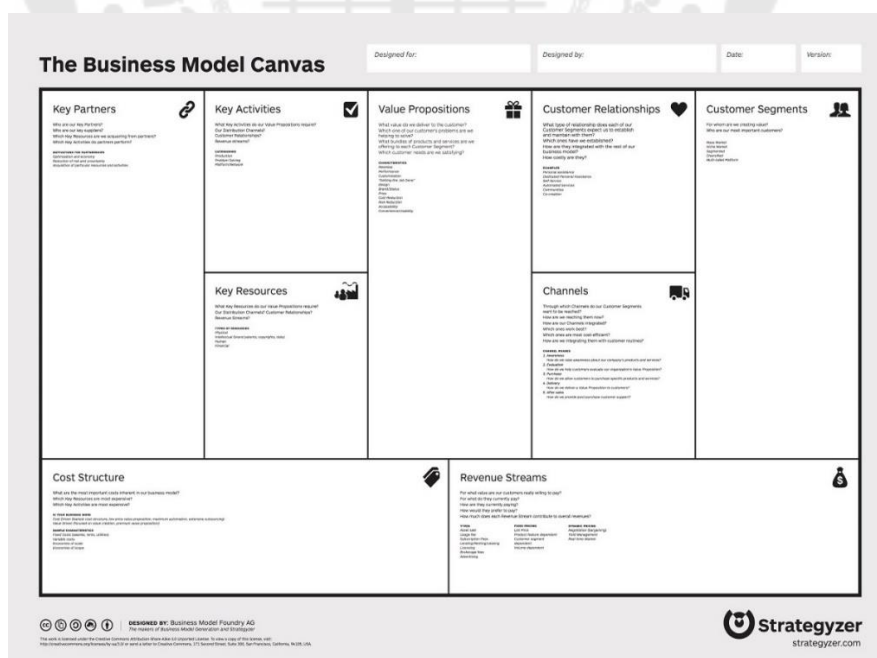


ภาพประกอบ 11 แสดงความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงของกรอบความคิด

Value proposition canvas และ Design thinking process

ที่มา: Smart Trader Program (2559) คู่มือพัฒนามูลค่าเพิ่ม (Value Creation Handbook)

Frick และ Ali (2013) ได้เขียนบทความเกี่ยวกับ Business model canvas as tool for SME ซึ่งได้นำ Business model canvas (BMC) ของ Alexander Osterwalder มาวิเคราะห์และอธิบายความหมาย การใช้งานสำหรับผู้ประกอบการขนาดย่อม (SMEs)



ภาพประกอบ 12 แสดงองค์ประกอบของ Business model canvas

ที่มา: Strategyzer (2020)

องค์ประกอบของ Business model canvas ประกอบด้วย

1. Customer Segment กลุ่มลูกค้า หมายถึง ใครคือลูกค้าที่จะมาซื้อสินค้า หรือบริการ
2. Value Proposition คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้า หมายถึง คุณค่าอะไรที่ลูกค้าจะได้รับ
3. Channels ช่องทางในการเข้าถึงสินค้าและบริการ หมายถึง เราจะส่งผ่านคุณค่าให้กับลูกค้าอย่างไร
 - 3.1. Offline Marketing การตลาดแบบออฟไลน์
 - 3.2. Online Marketing การตลาดแบบออนไลน์
 - 3.3. Omni Channel Marketing การตลาดแบบผสม
4. Customer Relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า หมายถึง เราจะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในรูปแบบใด
 - 4.1. Personal Assistance การให้ความช่วยเหลือส่วนบุคคล
 - 4.2. Self Service การบริการตนเอง
 - 4.3. Automate Service การบริการอัตโนมัติ
 - 4.4. Community ความสัมพันธ์ในรูปแบบชุมชน
 - 4.5. Co-creation ความสัมพันธ์ในรูปแบบผู้ร่วมสร้างสรรค์
5. Revenue Streams ช่องทางการสร้างรายได้ หมายถึง รายได้หลักของเรามาจากไหน
 - 5.1. Asset Sale การขายสินค้า
 - 5.2. Usage Fee การเก็บค่าบริการ
 - 5.3. Subscription Fees การเก็บค่าบริการต่อเนื่อง
 - 5.4. Renting การเก็บค่าเช่า
 - 5.5. Brokerage Fees การเก็บค่านายหน้า
 - 5.6. Advertising การเก็บค่าโฆษณา
6. Key Activities กิจกรรมหลักของธุรกิจ หมายถึง เราต้องทำกิจกรรมอะไรเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า หรือบริการที่เราตั้งไว้
7. Key Resources ทรัพยากรหลักของธุรกิจ หมายถึง เราใช้ทรัพยากรอะไรบ้างในการสร้างธุรกิจของเรา

- 7.1. ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต คนงาน
- 7.2. ทรัพยากรนามธรรม เช่น แบรินด์สินค้า ความรู้ความสามารถ
- 7.3. เงินทุน
8. Key Partners พันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง มีใครช่วยเราทำธุรกิจ
9. Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่าย หมายถึง มีค่าใช้จ่ายอะไรที่ต้องเสียไป
 - 9.1. Fixed Cost ต้นทุนคงที่
 - 9.2. Variable Cost ต้นทุนแปรผัน
 - 9.3. Economy of Scale ต้นทุนผลิตมากแล้วราคาถูกลง
 - 9.4. Economy of Scope ต้นทุนซื้อพร้อมกันแล้วราคาถูกลง

จากแนวคิดการเพิ่มมูลค่าผู้วิจัยได้นำกระบวนการความคิดเชิงออกแบบมาเป็นกระบวนการหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย หรือประชากรที่กำหนด เพื่อมาออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการนำเสนอคุณค่าที่ได้จากการสวมใส่เครื่องประดับแหวนมงคล และพัฒนาจนสร้างเป็นตัวต้นแบบ ตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ในแต่ละด้านที่กำหนดไว้ ได้แก่ ด้านความสำเร็จ ด้านการงาน ด้านการเงิน และด้านความรัก รวมทั้งนำแนวคิดมาออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ตามรายละเอียดข้อมูลพื้นฐานองค์ประกอบธุรกิจโดยวิเคราะห์ออกเป็นส่วนๆ ในรูปแบบ Business model canvas

2.2.7 แนวคิดการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจโลกหลังโควิด

ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาค (2563) ของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้คาดการณ์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2563 ว่าชะลอตัวต่ำกว่าที่คาดและต่ำกว่าระดับศักยภาพ คือ ระดับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ณ ช่วงที่เศรษฐกิจมีการใช้ทรัพยากรและปัจจัยการผลิตอย่างเต็มประสิทธิภาพ เนื่องด้วยภาวะ “VUCA World” หรือภาวะความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความสลับซับซ้อน (Complexity) ความคลุมเครือ (Ambiguity) ซึ่งส่งผลให้เกิดสิ่งที่เราเรียกว่า ความเป็นปกติแบบใหม่ (The New Normal)

ความพร้อมของเศรษฐกิจไทย มีปัจจัยเสริม และปัจจัยจุดรั้งดังนี้

1. การส่งออกสินค้า เครื่องยนต์หลักที่ขัดข้องกลับมาเดินเครื่องใหม่อีกครั้ง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากพัฒนาการของความขัดแย้งทางการค้าระหว่างประเทศสหรัฐฯ กับจีนไป

ในทางที่ดีขึ้น และวัฏจักรอิเล็กทรอนิกส์ จากการเริ่มใช้ 5G ในหลายประเทศ แต่การส่งออกยังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันกับตลาดโลก

2. การท่องเที่ยว เครื่องยนต์เล็กแต่เจอปัญหาใหญ่ จากการระบาดของโรคไวรัสโควิด 19 ที่เหนือความคาดหมาย

3. การลงทุนทั้งจากภาคเอกชนและภาครัฐ เจออุปสรรคจาก พรบ. งบประมาณล่าช้า ส่งผลให้การลงทุนภาครัฐต้องเลื่อนออกไป และบั่นทอนความเชื่อมั่นของภาคธุรกิจทำให้ภาคเอกชนชะลอการลงทุน

4. การบริโภคภาคเอกชน เครื่องยนต์สำคัญแต่เปาะบาง ได้รับการสนับสนุนจากมาตรการภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ในการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้น

5. อัตราเงินเฟ้อ ต่ำกว่าขอบล่างของกรอบเป้าหมาย ตามแรงอุปสงค์ที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ

6. ปัจจัยเสี่ยงที่ต้องติดตามซึ่งอาจทำให้อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจต่ำกว่าคาด ได้แก่ การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด 19, พัฒนาการของภาวะการค้าและการลงทุนโลก, ปัญหาสภาพทางเมือง และพัฒนาการของตลาดแรงงานและรายได้ครัวเรือน

7. นโยบายการเงิน ผ่อนคลายแต่ไม่ผ่อนแรง ส่งผลให้อัตราการจ้างงานลดลงและอุปสงค์ในประเทศอ่อนแอลงอย่างชัดเจน

8. แก้ปัญหาเชิงโครงสร้างขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยอย่างเต็มศักยภาพภาพจำเป็นต้องได้รับยาที่ถูกโรคหรือการผ่าตัดเศรษฐกิจไทย โดยต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

เสาวณี จันทะพงษ์ และ ทศพล ตองทุ้ย (2563) เจ้าหน้าที่ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาคและเจ้าหน้าที่ฝ่ายนโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ตามลำดับ ได้เขียนบทความเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจหลังโควิด 19 กล่าวคือ วิฤตครั้งนี้เปรียบเสมือนสงครามที่มนุษย์ต่อสู้กับศัตรูที่มองไม่เห็น และไม่มีชาติไหนจะหนีจากสภาวะการถดถอยทางเศรษฐกิจได้ แต่ขนาดของผลกระทบ และทิศทางการฟื้นฟูของแต่ละประเทศแตกต่างกันขึ้นกับ 4 ปัจจัยคือ

1. ระยะเวลาการล็อกดาวน์ ซึ่งขึ้นการการแพร่ระบาด และความร่วมมือของประชาชน

2. ระดับการพึ่งพาทางเศรษฐกิจ คือ ประเทศที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกหรือพึ่งพาการส่งออกและการท่องเที่ยวสูงจะได้รับผลกระทบที่สูงกว่า

3. พื้นฐานโครงสร้างเศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจในหลายประเทศขยายตัวต่ำมานาน บางประเทศได้รับอิทธิพลจากสงครามการค้า บางประเทศมีปัญหานี้ท่วม ทำให้เศรษฐกิจเปรียบเสมือนผู้ป่วยเรื้อรังที่อาจจะฟื้นตัวได้ช้ากว่า

4. มาตรการการฟื้นฟูเศรษฐกิจของรัฐ ซึ่งถือได้ว่าเป็นยาแรงที่มีความจำเป็นเพื่อให้เศรษฐกิจฟื้นตัว

ทำให้มีความคิดเห็นหลากหลายรูปแบบจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกหลังโควิด 19 สรุปได้เป็น 5 รูปแบบดังนี้

1. แบบ V-Shape “ลงเร็ว ฟื้นเร็ว” เศรษฐกิจโลกจะดิ่งต่ำสุดในไตรมาสที่ 2 ที่มีมาตรการล็อกดาวน์เข้มข้น และเศรษฐกิจจะฟื้นตัวหลังจากนั้น

2. แบบ ✓-Shape (Swoosh, Tick or italicized V-Shape) “ไถลลงเร็ว ค่อยๆ ฟื้นตัว” คล้ายกับรูปแบบแรก โดยเศรษฐกิจได้รับผลกระทบรุนแรงไถลลงลึก อยู่ที่ยก้นเหวช่วงสั้นๆ แล้วค่อยๆ ฟื้นตัว ททยอยฟื้นตัวตามการทยอยผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ แต่การค้าและการเดินทางระหว่างประเทศในช่วงแรกยังทำได้จำกัด

3. แบบ U-Shape “หดตัวนาน ฟื้นตัวช้า” คล้ายกับรูปแบบ P-Shape แต่แตกต่างกันตรงที่ระยะเวลาของผลการทบทที่อาจจะนานกว่า ทำให้ใช้เวลาในการฟื้นตัวนานกว่า เพราะความเชื่อมั่นของนักลงทุนและผู้บริโภคยังไม่กลับมาโดยง่าย ส่งผลให้เกิดการชะงักงันด้านอุปทาน เนื่องจากกำลังซื้อหายไปมาก

4. แบบ W-Shape “ฟื้นเร็ว แต่ดิ่งลงรอบสอง” จากความไม่แน่นอนของการระบาดอาจทำให้ภาครัฐกลับมาใช้มาตรการล็อกดาวน์ ตัวแปรสำคัญที่ทำให้เห็นการฟื้นตัวในรูปแบบนี้ คือ การผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์เร็วเกินไป ในขณะที่ระบบป้องกันทางสาธารณสุข และประชาชนยังไม่พร้อมปรับเปลี่ยนเข้าสู่วิถีชีวิตใหม่

5. แบบ L-Shape “หดตัวยาวนาน ไร้สัญญาณการฟื้นตัว” ซึ่งเกิดขึ้นในกรณีที่ไม่สามารถควบคุมการระบาดของโรคได้



ภาพประกอบ 13 แสดงรูปแบบการฟื้นตัวเศรษฐกิจโลกหลังโควิด 19

ที่มา : เสาวณี จันทะพงษ์ และ ทศพล ต້องทุ้ย (2563) BOT พระสยาม Magazine

เศรษฐกิจและสังคมไทย คาดว่าจะฟื้นตัวแบบ ✓-Shape คือ เศรษฐกิจไถ่ลงเร็ว และค่อยฟื้นตัวอย่างช้าๆ ตามทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก การฟื้นตัวจะขึ้นกับความสามารถในการปรับตัวของประชาชน ธุรกิจ และภาครัฐ ให้เข้ากับฐานวิถีชีวิตใหม่และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจโลก โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการฟื้นฟู คือ การควบคุมการแพร่ระบาด การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การปรับตัวของธุรกิจและแรงงาน และมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจของทางภาครัฐ

สมชนก ภาสกรจรัส (2563) อนุกรรมการด้านการตลาด ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (มหาชน) กล่าวว่า ในช่วงหลังวิกฤติโอกาสเครื่องประดับที่อยู่ในกลุ่มไฮเอนด์และระดับล่างไปเลย น่าจะฟื้นตัวได้เร็วกว่า เพราะผู้บริโภคมองความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปมากกว่า เมื่อเทียบกับเครื่องประดับที่อยู่ในกลุ่มระดับกลาง คนที่ซื้อเครื่องประดับไฮเอนด์จะมองว่าสิ่งที่เขาซื้อสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ได้หลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการลงทุน หรือเพื่อตกแต่งร่างกายไปในตัว ส่วนเครื่องประดับที่เป็นโลว์เอนด์นั้น ก็จะได้รับผลกระทบน้อย โอกาสที่ผู้บริโภคจะกลับมาซื้อก็นับว่ามีมากกว่าสินค้าระดับกลาง เพราะด้วยราคาที่ไม่แพงประกอบกับสามารถตอบสนองความต้องการทางอารมณ์ได้เป็นอย่างดี

ฐานเศรษฐกิจ (2563) สำนักข่าวหนึ่งในประเทศไทย ได้รายงานว่ น.ส. จีรนันท์ หิริบุญสัมฤทธิ์ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน หรือทูตพาณิชย์เซี่ยงไฮ้ เปิดเผยการค้าในจีนว่าเริ่มกลับมาเป็นปกติ ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน สถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในจีนเริ่มคลี่คลาย ปัจจุบันธุรกิจจีนส่วนใหญ่ได้กลับมาเปิดกิจการ รวมถึงบริษัทที่ทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับประชาชนเริ่มออกมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ทำให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมแนวโน้ม

ขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยสินค้าที่มีโอกาสขยายตัวสูงและได้รับความนิยมในตลาดจีนมาก คือ พลอยสี ทับทิม ไพลิน เนื่องจากมีคุณภาพ ความประณีต ความคงทน และมีเอกลักษณ์พิเศษไม่เหมือนใคร และเครื่องประดับเงินที่กำลังได้รับความสนใจจากชาวจีนมากขึ้น โดยชาวจีนชอบดีไซน์ที่มี ลวดลายทันสมัย ราคาไม่แพง และนิยมซื้อให้เป็นของขวัญ

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2563) สำนักข่าวหนึ่งในประเทศไทย ได้รายงานว่ น.ส. จิตติมา นาโคณม ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเจนไน ประเทศ อินเดีย เปิดเผยถึงการสัมมนาออนไลน์จากผู้ประกอบการไทย และผู้ประกอบการอินเดีย เพื่อหาทางออกให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยทุกฝ่ายเห็นด้วยกับการใช้ช่องทางออนไลน์ในการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างกัน เพื่อไม่ให้อุตสาหกรรมนี้หยุดชะงัก และมีโอกาสที่จะฟื้นตัวกลับมาได้ นาย Mithun Sancheti ประธานกรรมการบริหาร CaratLane.com กล่าวว่า ผู้บริโภคหันไปซื้อเครื่องประดับออนไลน์กันมากขึ้น หากผู้ผลิตของไทยและผู้ซื้อ ผู้นำเข้าของอินเดียร่วมมือกันในการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ก็สามารถที่จะพลิกสถานการณ์ได้ และนาย Sanjay Kothari อดีตประธานสภาส่งเสริมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับอินเดีย (GJEPC) และประธานสภาทักษะฝีมือแรงงานอัญมณีและเครื่องประดับแห่งอินเดีย (GJSCI) กล่าวว่า การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดียลดลง แต่การใช้ช่องทางออนไลน์ จะช่วยพลิกฟื้นสถานการณ์ และทำให้มีการนำเข้าส่งออกมากขึ้น

จากแนวคิดในการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจในรูปแบบต่างๆ ผู้วิจัยเห็นว่ามันเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมเครื่องประดับเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ที่เกิดขึ้นจนถึง ณ ปัจจุบัน ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับได้รับผลกระทบอย่างมากจากมาตรการล็อกดาวน์ หรือปิดประเทศ ควบคุมการเดินทาง การจราจร เพื่อให้ประชากรทุกคนปฏิบัติตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข เพื่อยับยั้งการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส หรือโควิด 19 โดยการขอความร่วมมือจากทางภาครัฐ และเอกชน กำหนดนโยบายบังคับใช้ให้ประชาชนปรับตัวเข้ากับสังคม โดยการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ลดการพบปะผู้อื่น บ้างก็ให้นโยบายทำงานที่บ้าน (WFH : Work from home) จากสถานการณ์และการกำหนดนโยบายเหล่านี้ส่งผลให้ประชาชนเกิดความหวาดกลัวในการระบาดของไวรัส ระบบเศรษฐกิจหยุดชะงัก ประชาชนลดการใช้จ่ายลง ลดภาระค่าใช้จ่าย ลดการสร้างหนี้สิน จนทำให้ผู้ประกอบการบ้างรายต้องหยุดกิจการ บ้างก็ขายกิจการ บ้างก็ลดจำนวนพนักงาน หรือมีนโยบายของทางบริษัทที่กำหนดออกมาปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ส่วนทางภาครัฐก็ส่งเสริม คัดสรรคนโยบายเพื่อ

กระตุ้นเศรษฐกิจในหลายภาคส่วน ในแต่ละกระทรวงได้ออกโครงการมากมาย เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก จึงเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการการฟื้นฟูและการส่งเสริมอย่างมากเช่นกัน เนื่องจากสินค้าเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีราคาสูง มีมูลค่ามาก จึงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์เรียกว่าเข้าขั้นวิกฤต บางบริษัทห้างร้านก็ปิดกิจการไป เนื่องจากทนแรงผลกระทบไม่ไหว บางบริษัทห้างร้านที่ยังคงอยู่ได้ต้องการนโยบายการฟื้นฟูการสนับสนุนจากทางภาครัฐในทุกภาคส่วน รวมทั้งภาคประชาชนต้องกลับมาสนับสนุน ฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจให้กลับมาดีโดยเร็ว

2.2.8 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการตลาดความเชื่อ

อมรพงศ์ แสนสุข (2563) ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบและบริหาร กองยุทธศาสตร์และแผนงาน ได้อธิบาย ความเชื่อกับ(นัก)ธุรกิจ และธุรกิจ(ที่เกี่ยวกับ)ความเชื่อ ซึ่งดูละม้ายคล้ายกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วมันเป็นคนละเรื่องกัน แต่มันเชื่อมโยงกันในลักษณะของ supply chain

ส่วนที่ 1 ความเชื่อกับธุรกิจ สำหรับคนไทย จีน พม่า ลาว และประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียที่นับถือศาสนาพุทธ พราหมณ์ ฮินดู ล้วนมีความศรัทธาตั้งมั่นในศาสนาของตนอย่างเหนียวแน่น ซึ่งอิทธิพลของความศรัทธา หรือความเชื่อนั้นก็ได้เข้ามาหล่อหลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของตนโดยไม่รู้ตัว ไม่ว่าจะเป็นคนชั้นล่าง ชั้นกลาง และชั้นสูง ไม่ว่าจะเป็นอาชีพการงานระดับรากหญ้าไปจนถึงระดับชาติ ก็ล้วนมีความเชื่อเป็นสิ่งที่ยึดมั่นอยู่ในสายเลือด โดยแบ่งความเชื่อออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. พระพุทธรูป พระเครื่อง เทวรูป เครื่องรางของขลัง ซึ่งทั้งหมดนี้เรียกว่า “วัตถุมงคล” ในรูปแบบวัตถุที่สามารถจับต้องได้ มีหลายขนาดตั้งแต่ขนาดจิ๋วจนถึงหน้าตักหลายนิ้ว โดยแต่ละศาสนา ลัทธิ และความเชื่อประจำถิ่นของแต่ละคนก็จะมีวัตถุมงคลที่ต่างกันออกไป เช่น พระสังกัจจายน์ พระสิวลี พระอุปคุต แม่นางกวัก กุมารทอง ปลัดขิก พญาเต่าเรือน ฮกกลิ้ง เทพเจ้ากวนอู เทพไฉ่ซิงเอี้ย พระพรหม พระพิฆเนศ รวมทั้งศาลพระภูมิ เป็นต้น

2. โหราศาสตร์ ดวงชะตา ตัวเลข ฮวงจุ้ย ความเชื่อที่เป็นวิชาการ ตรรกศาสตร์ สถิติ และโหราศาสตร์ ซึ่งเป็นความเชื่อในรูปแบบที่ไม่ใช่วัตถุ แต่เป็นการทำตามหลักการ (ที่ตนเชื่อถือ) ว่าทำแล้วเกิดความเจริญรุ่งเรือง ไม่ว่าจะเป็นการดูฮวงจุ้ย การตั้งศาลพระภูมิ สีส้มผนังร้าน สีป้ายร้าน เลขมงคล

ส่วนที่ 2 ธุรกิจความเชื่อ นับเป็นส่วนที่ต่อจากส่วนแรก เพราะว่ามี ความเชื่อกับธุรกิจ จึงทำให้เกิดธุรกิจ(บน)ความเชื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักธุรกิจในกลุ่มแรก ได้แก่ ศูนย์พระเครื่องที่ให้บูชาวัตถุมงคลต่างๆ ตั้งแต่ระดับแผงลอย (แผงจร) สนามพระ ตลาดพระ และศูนย์พระเครื่องขนาดใหญ่ เป็นต้น ทำให้ธุรกิจเกี่ยวกับพระเครื่อง หรือวัตถุมงคล เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของไทยปีละหลักหมื่นล้านบาท เพราะปัจจุบันผู้นิยมชมชอบพระเครื่องวัตถุมงคลได้ขยายไปทั่วโลก จนกลายเป็นสินค้าส่งออกสำคัญอย่างหนึ่งของไทย

นอกจากธุรกิจจำหน่ายสินค้าวัตถุมงคลแล้ว ธุรกิจที่ให้บริการบนความเชื่อก็รุ่งเรืองไม่แพ้กัน เช่น หมอดู ชินแส อาจารย์ดัง ผู้มีวิชาอาคมขลังปลุกเสกวัตถุมงคล ผู้สร้างวัตถุมงคล หรือผู้ทำพิธีกรรมด้านโหราศาสตร์และไสยศาสตร์ต่างๆ รวมทั้งผู้แทนจำหน่ายหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วย สรุปได้ว่า นักธุรกิจที่มีความเชื่อ (กลุ่มแรก) หรือลูกค้า คือ Demand ส่วนผู้ทำธุรกิจบนความเชื่อ (กลุ่มสอง) หรือพ่อค้า คือ Supply ทั้งสองกลุ่มจึงมีความสัมพันธ์กันบน Supply chain ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ และกลไกด้านราคาของสินค้าขึ้นอยู่กับ “ความน่าเชื่อถือ” ของผู้ขายเป็นหลัก

เดลินิวส์ (2561) สำนักข่าวหนึ่งในประเทศไทย รายงานว่า นายวิทยากร มณีเนตร ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง หรือทูตพาณิชย์ประจำฮ่องกง เปิดเผยว่า ได้สำรวจตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในฮ่องกง พบว่า สินค้าที่มีความโดดเด่นและเป็นที่นิยมของผู้บริโภคมากที่สุดคือ เครื่องประดับที่เกี่ยวข้องกับโชคลาง ที่ขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง เครื่องประดับสำหรับผู้ชาย และเครื่องประดับเงินที่มีราคาไม่แพง โดยกลุ่มวัยรุ่นให้ความสนใจสินค้าดังกล่าวมากขึ้น และนิยมซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

Marketeer Team (2017) ผู้นำข่าวและข้อมูลธุรกิจทางการตลาดว่า คนไทยกับความเชื่อผ่านตัวเลขนั้น แยกจากกันไม่ขาด เพราะเชื่อว่าเลขดีจะนำพาชีวิตไปเจอสิ่งดีๆ นับตั้งแต่เลขเกิดไปจนเบอร์มือถือที่ติดตัวไปตลอด แม้จะอยู่ค่ายไหนก็ตามจนกว่าจะไม่ต้องการ จึงเป็นโอกาสอันงดงามของพ่อค้าเบอร์ ที่นำเบอร์เด็ด เบอร์มงคลที่นำมาจำหน่ายต่อในราคาสูงลิบ จนโอเปอเรเตอร์มองเห็นโอกาสในการนำเลขเด็ด เลขสวย เบอร์สวย เบอร์มงคลมาเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันมัดลูกค้าให้อยู่ในระบบอย่างต่อเนื่องในอัตราค่าบริการที่สูง โดยเฉพาะเลขสวยที่มาพร้อมกับความมงคลที่บางค่ายมีหมอดูมาการันตีความเฮง

หมอช้างรับประกันเบอร์เฮง แคมเปญการตลาดจากดีแทค ที่บอกว่าเป็นโอเปอเรเตอร์เจ้าแรกที่นำเบอร์มงคล เบอร์สวย มาเป็นจุดดึงดูดลูกค้าตั้งแต่ปี 2557 โดนเน้นไปที่เบอร์สวยเป็นหลักได้รับการตอบรับดีเกินคาด จนปัจจุบันกลุ่มลูกค้าได้เปลี่ยนแนวคิดจากเบอร์สวย

เพียงอย่างเดียว เป็นการเลือกเบอร์จากเลขมงคล เสริมดวงชะตาให้ชีวิตรุ่งเรือง จนดีแทคจับจุดความต้องการนี้ ร่วมมือกับ อ.ช้าง (ทศพร ศรีตุลา) คัดสรรเบอร์มงคล 25 ผลรวมดี พร้อมคำทำนายเสริมในด้านต่างๆ รวมถึงเบอร์มงคลจากปีเกิดได้ตามต้องการ แลกกับการผูกเบอร์จ่ายค่าบริการใช้งานในระบบระยะยาว แล้วแต่ความสวยและความมงคลของเบอร์ เป็นกลไกการตลาดดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาเพิ่มในระบบ



ภาพประกอบ 14 แสดงแคมเปญการตลาดของเครือข่ายโทรศัพท์ดีแทค

เบอร์เสริมชีวิต แคมเปญการตลาดที่แข่งกันมาจาก เอไอเอส ที่หยิบยกเอาเบอร์มงคลเป็นกลไกทางการตลาด โดยมีคำทำนายจาก อ. คชา ชินบัญชร แห่งศาสตร์ไพยิปซี คัดสรรเบอร์มงคลตามราศีเป็นจุดขาย สามารถเลือกเบอร์ที่ต้องการได้ผูกกับแพคเกจใช้งานยาวนาน 18 เดือน เสริมทับด้วยเบอร์มงคลของ แมน การ์ริน (แมน แมทธิโวลจี) ที่แบ่งเป็น 4 หมวดได้แก่ ร่ำรวยรักรุ่ง, รุ่งเรืองมั่นคง, งานเด่นปัญญาดี และสุขภาพดีงานเด่น พร้อมขยายตลาดไปยังระบบเติมเงินด้วยการออกซิมนามเบอร์นำโชค และซิม 12 ราศี



ภาพประกอบ 15 แสดงแคมเปญการตลาดของเครือข่ายโทรศัพท์เอไอเอส

Dtacblog (2563a) แพลตฟอร์มที่รวบรวมข่าวสารและกิจกรรมของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ท คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค ได้สำรวจความต้องการเบอร์โทรศัพท์ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือ คนไทยมีความเชื่อเรื่องเบอร์มงคลถึง 74% ในกลุ่มของผู้ที่มีความเชื่อเรื่องนี้ บอกว่าต้องการมีเบอร์มงคลไว้ใช้ถึง 88% โดยเหตุผลที่ต้องการเบอร์มงคล คือ

1. ต้องการเสริมความมั่นใจในด้านความรัก การงาน งานเงิน ถึง 85%
2. เจอปัญหาในชีวิต คิดว่ามีเบอร์มงคลแล้วจะดีขึ้น ถึง 35%
3. มีคนอื่น หรือเพื่อนชักให้เปลี่ยน ถึง 12%
4. มีหมอดูชักให้เปลี่ยน ถึง 7%
5. เหตุผลอื่นๆ รวม 8%

Dtacblog (2563b) เผยผลตอบรับแคมเปญ “เบอร์มงคลเฉพาะคุณ” ได้รับความนิยมสูงสุด หลังเปิดตัวในเวลาเพียง 1 เดือนที่ผ่านมา โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า นายฮาว วิเร็น รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มการตลาด บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค กล่าวถึงผลตอบรับและความสำเร็จมาจาก 3 กลยุทธ์หลักคือ

1. การพัฒนาแพลตฟอร์มเช็กสุขภาพเบอร์ในรูปแบบดิจิทัล
2. การสร้างสรรค์เบอร์มงคลในรูปแบบเบอร์เฉพาะคุณ ที่ใช้โหราศาสตร์ชื่อดังอย่าง อ.ช้าง ทศพร ศรีตุลา ที่คัดสรรเบอร์ที่คำนวณครบทุกศาสตร์ คือ ศาสตร์ผลรวม ศาสตร์เลขคู่มงคล และศาสตร์คำนวณจากวันเกิด
3. การวางแผนสื่อสารครบทุกสื่อ ตั้งแต่สื่อโทรทัศน์ ถึงสื่อโซเชียลมีเดีย



ภาพประกอบ 16 แสดงกลยุทธ์ทางการตลาดของเครือข่ายโทรศัพท์ดีแทค

จากแนวคิดการตลาดทางด้านความเชื่อที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นความสัมพันธ์ของขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของคนไทย กับตลาดความเชื่อ ที่คนไทยถูกปลูกฝังกันมาอย่างเนิ่นนาน จนทำให้มีผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจความเชื่อมากมาย ได้แก่ การจำหน่ายวัตถุมงคล พระเครื่อง เครื่องรางของขลัง หรือแม้กระทั่งในการใช้หลักของการคำนวณทางดาราศาสตร์ โหราศาสตร์ เลขศาสตร์ มาสร้างธุรกิจบนความเชื่อ จึงเกิดเป็นกระแส เป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยกย่องอย่างมาก เช่น การทำนายความเป็นมงคลจากดวงชะตาเกิด การทำนายจากจักรราศี การทำนายตีความจากเลขศาสตร์ในเบอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจกันอย่างมาก สามารถสร้างรายได้ให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้สินค้าหลากหลาย

ประเภทต่างต้องการใช้การตลาดทางด้านความเชื่อมาเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย เพิ่มรายได้ให้กับบริษัทอีกทางหนึ่ง

2.2.9 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

Philip Kotler (1991) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งตอบสนองของความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า ให้ได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) 2

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคา การให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

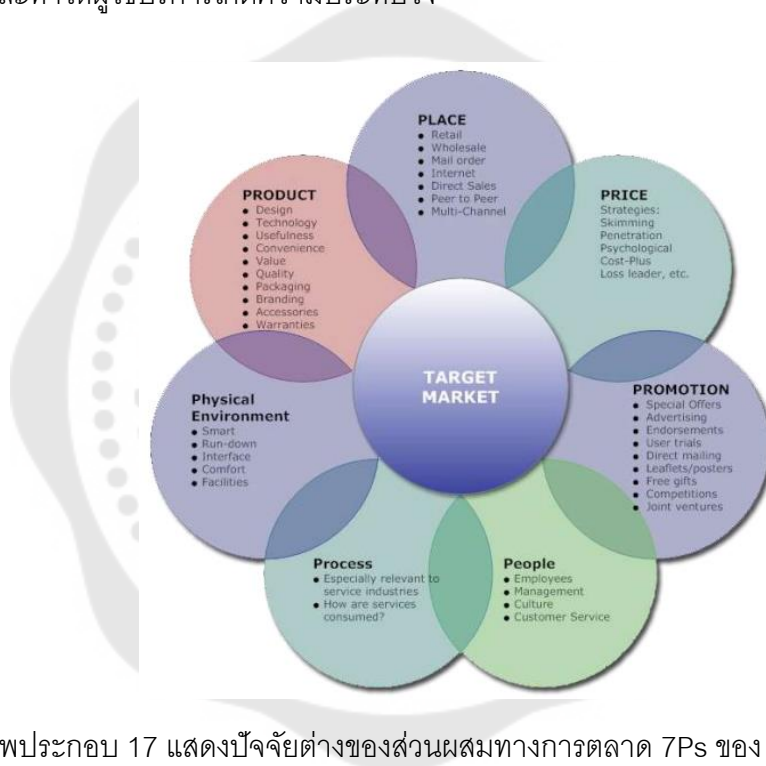
3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การให้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา มีความคิดริเริ่ม มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. กลยุทธ์ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence / Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อบริการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ



ภาพประกอบ 17 แสดงปัจจัยต่างของส่วนผสมทางการตลาด 7Ps ของ Phillip Kotler

ที่มา: ห้องสมุด MBA เรียนรู้วิชาวิชาการบริหารอย่างทั่วถึงด้วยตัวเองอย่างครบครัน (2562)

ธเนศ ศิริกิจ (2016) ผู้เชี่ยวชาญการตลาด และที่ปรึกษาการวางแผนกลยุทธ์ การตลาด ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้อธิบายกลยุทธ์การตลาด 8P เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่นักธุรกิจนำไปเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจ มีดังนี้

1. Product Strategy (กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ สินค้า) เป็นกลยุทธ์ในการทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีความเชื่อมั่น และต้องมีเป้าหมายในการสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

ต้องตอบสนองทั้ง ความจำเป็น (Needs) และความต้องการ (Wants) ได้ สามารถนำไปเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในท้องตลาด จุดเด่นและจุดด้อย และในเรื่องกระบวนการผลิต รวมไปถึงสินค้านั้นจะต้องสามารถตอบโจทย์ในอนาคต ความทันสมัยล้ำสมัยได้เป็นอย่างดี

2. Price Strategy (กลยุทธ์ราคา) การตั้งราคาเป็นกลยุทธ์ที่สะท้อนจุดยืนของผลิตภัณฑ์ ว่าต้องการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในส่วนไหนของตลาด เพราะลูกค้าให้ความสำคัญกับเรื่องราคามาก ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถตอบโจทย์ได้จริง ราคาอาจจะแค่เป็นส่วนหนึ่ง ผู้บริโภคอาจจะซื้อด้วยอารมณ์ ความรู้สึก หรือเหตุผลที่แตกต่างกัน

3. Place Strategy (กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย) ผู้ประกอบการต้องวางกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายให้ถึงมือผู้บริโภคให้มาก ที่ใช้กันมีด้วยกัน 2 แบบคือ การขายไปสู่มือผู้บริโภคโดยตรง จะได้กำไรมากกว่าเพราะไม่ผ่านการตัดเปอร์เซ็นต์ แต่อาจต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและ connection พอสมควร การขายผ่านพ่อค้าคนกลาง จะได้ยอดการขายสินค้า และไม่ต้องใช้บุคลากรมาก แต่ต้องยอมรับในเรื่องกำไรที่ลดลง

4. Promotion Strategy หรือ Promotion Mix (กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด) การส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภค โดยการออกโปรโมชั่นที่ตรงใจผู้บริโภค และสื่อสารด้วยความเข้าใจผู้บริโภค สามารถเพิ่มยอดขาย และถ้าไรก็จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการต้องเข้าใจลูกค้าและกลุ่มลูกค้า อีกทั้งต้องเข้าใจธุรกิจว่าเหมาะสมกับการส่งเสริมการตลาดแบบไหน

5. Packaging Strategy (กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์) เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการหรือวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญ เพราะเป็นการเพิ่มมูลค่าคือ บรรจุภัณฑ์ สามารถเพิ่มมูลค่าทางด้านอารมณ์ความรู้สึกกับผู้บริโภคได้โดยตรง ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ยังสะท้อนถึงเอกลักษณ์และมูลค่าสินค้านั้นด้วย บรรจุภัณฑ์แยกเป็นแบบต่างๆ คือ Universal Design รูปแบบที่สอดคล้องกับสินค้า Eco Design บรรจุภัณฑ์ที่มีการลดมลพิษในการย่อยสลาย หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ หรือผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และ Smart Design บรรจุภัณฑ์ที่ถูกพัฒนาให้ทันสมัย ทำให้ผลิตภัณฑ์อยู่ได้นาน (Prolong shelf life packaging) ซึ่งจะยืดอายุผลิตภัณฑ์ให้ยาวนานขึ้น

6. Personal Strategy (กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย) พนักงานขายเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ เพราะผู้บริโภคบางคนซื้อสินค้าเพราะพนักงานขาย และไม่ซื้อสินค้าเพราะพนักงานขายเช่นเดียวกัน ดังนั้นพนักงานขายต้องมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าก่อนก็จะทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าด้วย

7. Public Relation Strategy (กลยุทธ์ข่าวสาร) การใช้ข้อมูลให้ผู้บริโภคเกิดความรับรู้ขึ้น ด้วยการสร้างความสัมพันธ์กับภาครัฐ เอกชนและชุมชน นอกจากจะสร้างความเชื่อมั่นเชื่อถือแล้ว การมี connection กับสาธารณะสามารถเป็นปากเสียงให้กับธุรกิจได้อีกด้วย ดังนั้นไม่เพียงแต่ข่าวสารที่ธุรกิจมีให้ผู้บริโภค แต่การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับส่วนต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องนั้น จะเป็นการบอกต่อในแง่ดีด้วย

8. Power Strategy (กลยุทธ์การใช้พลังในธุรกิจ) คือการมีอำนาจต่อรองในเชิงธุรกิจซึ่งสิ่งสำคัญของการมีอำนาจต่อรองธุรกิจคือต้องมี connection ที่ดีและมีเครือข่าย จะเห็นได้ว่าธุรกิจบางธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จได้เพราะมี connection ที่ดี ซึ่งจะเกิดจากการที่คุณต้องมี relationship สม่ำเสมอ

จากแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านบุคลากร การให้ข่าวสารหรือการนำเสนอ และอำนาจในทางธุรกิจ นำมาเป็นหลักในการออกแบบแผนธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

2.2.10 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับ

ทรงพล อานุกาพ และ วิไลดา เตชะเวช (2558) แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับนั้น ได้มาจากการวิจัยศึกษาพฤติกรรมการตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ได้สร้างความแตกต่างและความได้เปรียบของผู้ประกอบการค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยการสำรวจพฤติกรรมและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของชาวไทยและชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งจัดทำกลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลาง และขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

กลยุทธ์ PRIME-A

คือ กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับที่ใช้สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ความเป็นมืออาชีพ บุคลากร (Professional Staff: P) โดยบุคลากรในร้านค้าต้องแต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกน่าเชื่อถือและให้ บริการลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ

2. กลยุทธ์การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness: R) โดยมีความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดกับ สินค้าหรือบริการ เช่น พนักงาน หรือผู้ประกอบการสามารถซ่อมหรือแก้ไขเครื่องประดับอย่างง่าย ๆ ได้

3. กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: I) โดยใช้ช่องทางการสื่อสารแบบต่างๆ ไปว่าจะเป็นการ ใช้เว็บไซต์ อีเมลล์ รวมไปถึงสังคมออนไลน์หรือ Social Network

4. การยุทธราคาที่เหมาะสม (Marketable price: M) โดยตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสม นำเสนอวิธีการชำระค่าสินค้าหลายช่องทางให้แก่ลูกค้า

5. กลยุทธ์สินค้าที่ยอดเยี่ยม (Excellent product: E) โดยนำเสนอเครื่องประดับมีความสวยงาม ประณีตหลากหลายชนิด มีรูปแบบเรียบง่ายไม่ล้าสมัยไปตามกาลเวลา และใช้เพชรและพลอยที่มีใบรับรอง (Certificate) จากสถาบันที่มีชื่อเสียงและมีมาตรฐาน

6. กลยุทธ์ความน่าดึงดูดของร้านค้า (Attractive Display : A) โดย มีการตกแต่งหน้าร้านค้าอย่างสวยงามและน่าสนใจ มีพื้นที่กว้างขวางมีบรรยากาศที่ดี

กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับที่ใช้สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย และชาวต่างชาติที่ได้กล่าวมา นั้นมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและการใช้ สินค้า สถานที่ บุคคลากร ราคา การบริการและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความ ต้องการในสินค้าและบริการที่มีความซับซ้อนมากขึ้น และยังเป็น การสร้างความได้เปรียบทางด้านการตลาดบริการของผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับ

สำหรับกลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกเครื่องประดับนั้น ผู้วิจัยได้นำกลยุทธ์ การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกเครื่องประดับสำหรับกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย มาเป็นแนวทาง กำหนดกลยุทธ์ในแผนธุรกิจการตลาดเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

2.2.11 แนวคิดความพึงพอใจ

พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาพัฒนาชัย, และ จีระศักดิ์ ทัพพา (2020) คณาจารย์ สถาบันวิทยาการประกอบการแห่งอโยธยา ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า (Satisfaction) หมายถึง ภาวะของอารมณ์ ความรู้สึกร่วม ของบุคคลที่มีต่อ การเรียนรู้ ประสบการณ์ที่เกิดจาก แรงจูงใจซึ่งเป็นพลังภายในของแต่ละบุคคล อันเป็นความสัมพันธ์ ระหว่างเป้าหมายที่คาดหวังและ

ความต้องการด้านจิตใจนำไปสู่การค้นหาลักษณะที่ต้องการมาตอบสนอง เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ แล้วจะเกิดความรู้สึกมีความสุข กระตือรือร้น มุ่งมั่น เกิดขวัญกำลังใจ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการกระทำกิจกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายนั้นสำเร็จตามที่กำหนดไว้

ลักษณะและวิธีประเมินความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เป็นสิ่งที่เกิดจากแรงจูงใจ ซึ่งเป็นพลังความรู้สึกภายในผลักดันให้เกิดความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ ยินดี ไม่ยินดี เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังที่เกิดจากการประมาณค่า ซึ่งเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์จากการกระทำกิจกรรม เพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการตามเป้าหมายของแต่ละบุคคล เป็นกระบวนการทางจิตวิทยา การประเมินความพึงพอใจเป็นการประเมินค่าความรู้สึก ในเชิงปริมาณ (magnitude) มีรายละเอียด ดังนี้

1. ลักษณะของการประเมินความพึงพอใจมีดังนี้

1.1. การประเมินความพึงพอใจด้านอารมณ์ หรือความรู้สึกของบุคคล ตามองค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้สึกทางบวกเป็นความพอใจ ชอบ และความรู้สึกทางลบเป็นความไม่พอใจ ไม่ชอบ การประเมินความพึงพอใจด้านความคิด เป็นการประเมินการวินิจฉัยข้อมูล การรับรู้ของบุคคล ที่

1.2. เกิดจากการประมวลผลของสมอง เป็นความรู้สึกเกี่ยวข้องกับการพิจารณาที่มาของทัศนคติออกมาว่า ดีหรือไม่ดี ถูกหรือผิด

1.3. การประเมินความพึงพอใจในด้านพฤติกรรม เป็นการวัดความพร้อมที่จะกระทำหรือ พร้อมที่จะตอบสนองที่มาของพฤติกรรม

2. วิธีประเมินความพึงพอใจ มีหลายวิธีดังนี้

2.1. การสังเกต เป็นวิธีการใช้ตรวจสอบบุคคล โดยการสังเกตพฤติกรรม และจดบันทึกความพึงพอใจที่แสดงออกมาในประเด็นที่ต้องการประเมินอย่างมีแบบแผน โดยไม่มีการปฏิบัติการหรือมีส่วนร่วมกับผู้ถูกสังเกต ต่อจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุป และอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการประเมิน วิธีนี้เป็นวิธีการศึกษาที่เป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายที่ใช้ในกรณีศึกษาเท่านั้น

2.2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้ประเมินต้องมีการเตรียมแผนล่วงหน้า เพื่อจะสื่อสารพูดคุยกับบุคคลนั้นๆ โดยตรง เป็นการถามและให้ตอบปากเปล่า ซึ่งอาจไม่ได้ข้อมูลที่แท้จริงจากผู้ตอบ เนื่องจากผู้ตอบอาจรู้สึกอึดอัด ไม่เป็นอิสระในการตอบหรือไม่คุ้นเคยกับผู้ถาม และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด ควรลงพื้นที่เพื่อทำความคุ้นเคยก่อนให้เกิดความสนิทสนม

สร้างความไว้วางใจ และควรเตรียมตัวให้พร้อมก่อนการสัมภาษณ์ ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

2.3. การใช้แบบสอบถามประมาณค่า เป็นวิธีการใช้เครื่องมือสอบถามเป็นการสร้าง ประโยชน์ข้อความต่างๆ ทางบวกและทางลบที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ต้องการประเมิน โดยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น หรือความพึงพอใจว่า เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้น โดยใช้มาตราประเมินแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) เนื่องจากเป็นวิธีที่สามารถเก็บข้อมูลได้รวดเร็ว ง่ายและสะดวก

มาตราประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยให้เกณฑ์ระดับ 5 คะแนน คือ

ค่าน้ำหนัก ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ

5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

การแปลความหมายมีกำหนดเกณฑ์เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ประเมิน กำหนดเป็นช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ

4.50-5.00	มากที่สุด
3.50-4.49	มาก
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	น้อย
1.00-1.49	น้อยที่สุด

จากแนวคิดความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการหาค่า มาตราประเมินความสัมพันธ์ของระดับคะแนนที่ได้ และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นมาตรวัดในการตีความหมายของค่าประเมินที่ได้ต่อแบบภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคล แล้วนำมาออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องโชคลาง และเลขศาสตร์

สมชาย สำเนียงงาม (2545) ศึกษาเรื่อง ลักษณะภาษาที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลและกาลกิณีในชื่อของคนไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลและกาลกิณีในชื่อของคนไทยโดยการวิเคราะห์รูปคำและความหมายของชื่อคนไทยในกลุ่มอายุต่างกัน รวมทั้งเปรียบเทียบชื่อดังกล่าวในชื่อคนไทยภาคต่างๆ

ผลการวิจัยพบว่า ชื่อของคนไทยสะท้อนความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลและกาลกิณี โดยแสดงออกทางรูปคำและความหมายของชื่อ ทางรูปคำพบว่ามีการใช้รูปคำที่เป็นสิริมงคลตามหลักทักขิ และทางความหมายของชื่อพบว่ามีการเลือกใช้ความหมายของคำที่เป็นสิริมงคล 12 กลุ่มความหมาย ที่เด่นมากที่สุดได้แก่ ความดีงามและความเจริญรุ่งเรือง ความมั่นคง ความรู้ความสามารถ เกียรติยศและอำนาจ เป็นต้น

พร้อมทั้งได้กล่าวถึงการนำตำราเลขศาสตร์ ตามหลักโหราศาสตร์ไทย โดยนำความเชื่อเกี่ยวกับตัวเลขแทนพระเคราะห์ที่เป็นศุภพระเคราะห์และบาปพระเคราะห์ ที่เชื่อว่าตัวเลขมีพลังแฝงอยู่ส่งผลให้เกิดผลดีและร้าย มาเป็นพื้นฐานสำคัญในการตั้งชื่อและนามสกุล พลังของตัวเลขและค่ารวมผลลัพธ์ ถ้าผลลัพธ์ออกมาในแง่ดีก็จะเสริมสร้างสิริมงคลให้แก่ชีวิต ในทางตรงกันข้าม ถ้าผลลัพธ์ออกมาในแง่ร้ายจะส่งผลร้ายมีอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตด้วย พร้อมทั้งกล่าวถึงโหราจารย์ที่ให้ค่าผลลัพธ์ที่ดีตามตำราไว้ ได้แก่ ค่าผลลัพธ์ที่รวมกันได้ 9 14 15 19 20 24 36 40 41 42 45 46 50 51 55 56 59 63 64 65 90 91 95 99 100

เสาวลักษณ์ พิธิษฐไพบูลย์ (2556) ทำการศึกษากฤษฎีการสื่อสารการตลาด “เบอร์มงคล” ของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือเอไอเอส มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาการสื่อสารการตลาด “เบอร์มงคล” ของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือเอไอเอส และ 2.) ศึกษาวิธีการสื่อสารสร้างแรงจูงใจในสินค้าเบอร์มงคลของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือเอไอเอส

ผลการวิจัยพบว่า ทำการศึกษากฤษฎีการสื่อสารการตลาด “เบอร์มงคล” ของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือเอไอเอส ได้ใช้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ การตลาดเชิงกิจกรรม สื่อออนไลน์ การส่งเสริมการขาย และการโฆษณา มาประสานกันเพื่อสร้างการรับรู้ไปถึงกลุ่มเป้าหมายผู้ที่มีความเชื่อในการเสริมดวง ส่วนวิธีการสื่อสารสร้างแรงจูงใจในสินค้าเบอร์มงคลของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือเอไอเอส ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้นักคนที่มีชื่อเสียงเป็นผู้นำเสนอสินค้า ทั้งยังพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในสินค้านักคนได้แก่ การมีความเชี่ยวชาญใน

เรื่องที่เกี่ยวข้องกับสินค้า การเป็นผู้นำกระแส การมีความเหมาะสมกันระหว่างสินค้า การมีความคล้ายคลึงกันกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า และปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

ถวัลรัตน์ กัลยาณกิจ และ ธาตรี ได้ฟ้าพูล (2559) นักวิจัยและรองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศึกษาเรื่อง บุคลิกภาพผู้บริโภค ความเชื่อโชคลาง และพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับหินสีมงคล มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาบุคลิกภาพ ความเชื่อโชคลาง และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า 2.) ศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพ ความเชื่อโชคลาง และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า (ปัจจัยทางด้านการตลาดและการสื่อสาร) 3.) ศึกษาความแตกต่างของการเปิดรับสื่อ ความเชื่อโชคลาง และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า (ปัจจัยทางการตลาดและการสื่อสาร) กับกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อและสวมใส่ หรือเคยสวมใส่เครื่องประดับหินสีมงคล อายุ 18 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยใช้ลักษณะบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบของ McCare และ Costa พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สวมใส่เครื่องประดับหินสีมงคลส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในบุคลิกภาพการแสดงตัว (Extraversion) ได้แก่ บุคลิกภาพการมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ (Conscientiousness) ส่วนความเชื่อโชคลางในเครื่องประดับหินสี ด้านการทำงาน หรือการศึกษา เป็นความเชื่อที่กลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความรัก ด้านครอบครัว และด้านสุขภาพ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สวมใส่สร้อยข้อมือและกำไลหิน โดยให้ความสำคัญกับรูปแบบและความสวยงาม (ลักษณะรูปทรงหรือสี) ราคาสินค้าที่ซื้อไม่เกิน 1,000 บาท ส่วนสถานที่ซื้อส่วนใหญ่มักซื้อที่ร้านในห้างสรรพสินค้า ความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพผู้บริโภค ได้แก่ บุคลิกภาพอ่อนไหว (Neuroticism) มีความสัมพันธ์กับความเชื่อโชคลางในเครื่องประดับหินสีในทุกด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านการงาน หรือการศึกษา ด้านครอบครัว และด้านความรัก และยังพบว่าบุคลิกภาพของผู้บริโภคและความเชื่อโชคลางทุกด้าน มีความสำคัญกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า ยกเว้นประเด็นราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อโชคลางในด้านใดเลย นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดการรับสื่อแตกต่างกันมีความเชื่อโชคลางด้านสุขภาพและครอบครัว แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ และการเปิดรับสื่อแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ ในประเด็นราคาสินค้า ช่องทางในการจำหน่ายสินค้า คำบอกเล่าของนักโหราศาสตร์ และความเหมาะสมกับดวงชะตาราศี

ภพ สวัสดิ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ตัวเลขลิขิตชีวิตเราได้อะไร? : อุดมการณ์ชะตานิยมกับการร้อยเรียงตัวเลข วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษากับการสื่ออุดมการณ์ชะตานิยมในวาท

กรรมคำทำนายดวงชะตาด้วยการร้อยเรียงตัวเลขโทรศัพท์มือถือ โดยศึกษาจากวาทกรรมที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์ในช่วงปี พ.ศ. 2559-2560

ผลการวิจัยพบว่า ผู้สร้างวาทกรรมใช้กลวิธีทางภาษา 9 กลวิธี เป็นกลวิธีทางอรรถศาสตร์ 2 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำที่มีความหมายแสดงการยืนยันและการเลือกใช้คำปรากฏร่วมกัน และเป็นกลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์ 7 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การใช้มูลบท การใช้ประโยคเงื่อนไข การกล่าวอ้าง การใช้อุปลักษณ์ การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ และการใช้สหพท กลวิธีทางภาษาทั้งหมดได้ผลิตซ้ำและเผยแพร่อุดมการณ์ชะตานิยมและการยอมรับอำนาจของผู้ทำนายดวงชะตา ด้วยผู้ทำนายดวงชะตาซึ่งเป็นผู้สร้างวาทกรรมสื่อให้เห็นว่า การร้อยเรียงตัวเลขมีอำนาจในการกำหนดความเป็นไปในชีวิตของมนุษย์ และผู้ที่สามารถเข้าถึงและแก้ไขชะตากรรมที่สืบเนื่องจากอำนาจดังกล่าว มีเพียงผู้ทำนายดวงชะตาเท่านั้น การยอมรับอุดมการณ์ชะตานิยมสะท้อนว่าผู้รับการทำนายปฏิเสธอำนาจการเลือกและการตัดสินใจในการดำเนินชีวิตด้วยตนเอง เพราะยินยอมให้สิ่งอื่นมีอำนาจในการกำหนดชีวิตของตน

พัชชิกา มินิล (2561) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความเชื่อโชคลาง และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ วัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับความเชื่อโชคลางของผู้บริโภค 2.) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับความเชื่อโชคลางกับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค 3.) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค 4.) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อโชคลางกับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค

ผลการวิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าจากสื่อสังคมออนไลน์จำนวน 400 คน ในเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 พบว่า ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้มีความเชื่อโชคลางที่แตกต่างกัน ยกเว้นลักษณะทางประชากรด้านอาชีพที่แตกต่างกัน แต่ความเชื่อโชคลางไม่แตกต่างกัน และยังพบว่า การเปิดรับข่าวสาร ความเชื่อโชคลาง และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด เรียงตามความสัมพันธ์ได้แก่ ผลิตรภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และช่องทางการจัดจำหน่าย นอกจากนี้ความเชื่อโชคลางสามารถกระตุ้นการรับรู้ในกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภค ได้แก่ ความเชื่อของสี่ ด้านเดช ด้านศรี ด้านมนตรี และด้านกาลกิณี

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านความเชื่อ โชคลาง และเลขศาสตร์ทั้งหมด ผู้วิจัยได้เห็นความสัมพันธ์ของงานวิจัยและโอกาสทางการตลาดที่เกิดจากตลาดความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ที่สอดคล้องกันของ เสาวลักษณ์ พิธิษฐ์ไพบูลย์ (2556) ภพ สวัสดิ์ (2561) และ พัชชิกา มีนิล (2561) ที่ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตลาดความเชื่อ จนกลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด การสื่อสารทางการตลาด การสร้างวาทกรรมในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์ เกี่ยวกับความเชื่อที่ธุรกิจนำมาใช้ โดยนำมาเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และช่องทางการจัดจำหน่าย ที่สามารถกระตุ้นการรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภคได้ พร้อมทั้งนำผลการวิจัยของ สมชาย สำเนียงงาม (2545) ที่แสดงความเชื่อทางเลขศาสตร์ที่เป็นสิริมงคลที่ดีตามตำรา ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ามาจากรายการ “พื้นฐานของโหราศาสตร์ (ความมหัศจรรย์ของตัวเลข)” ของอาจารย์พลูหลวง ได้แก่ตัวเลข 9 14 15 19 20 24 36 40 41 42 45 46 50 51 55 56 59 63 64 65 90 91 95 99 มาเป็นเลขมงคลที่ใช้เป็นข้อมูลหลักในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคล ที่แสดงบุคลิกภาพการแสดงตัวในด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ถวัลรัตน์ กัลยาณกิจ และ ชาติรี ใต้ฟ้าพูล (2559) ที่ได้สรุปความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพ ความเชื่อ และพฤติกรรมในการเลือกซื้อ ว่าผู้คนที่มีความเชื่อด้านโชคลางส่วนใหญ่แล้วให้ความสำคัญกับด้านความสำเร็จ ด้านการงาน ด้านการเงิน และด้านความรัก มาเป็นข้อมูลในการจำแนกประเภทของเครื่องประดับแหวนมงคลที่ผู้วิจัยศึกษา

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องประดับ

วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ (2544) อดีตคณบดีประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบทัศนศิลป์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ศึกษาการบูรณาการโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์สำหรับการออกแบบเครื่องประดับและกระบวนการผลิต เป็นโครงการเพื่อพัฒนานักออกแบบ ให้มีทางเลือกสำหรับการออกแบบเครื่องประดับอีกทางหนึ่ง ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีส่วนช่วยให้นักออกแบบเครื่องประดับ และผลิตเครื่องประดับเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพสูงแต่มีราคาแพง ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับขนาดเล็ก การโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ที่ใช้งานด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ สร้างภาพประกอบทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ สามารถนำมาใช้เพื่อการออกแบบเครื่องประดับ และนำข้อมูลส่งไปใช้กับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้สำหรับควบคุมการผลิตด้วยเครื่องจักรได้

การโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์มี 2 ระบบคือ ระบบ CAD (Computer Aided Design) ใช้สำหรับออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ สร้างภาพประกอบทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ รวมทั้งเขียนแบบออกแบบในระบบอุตสาหกรรม สร้างภาพเคลื่อนไหวต่างๆ และ CAM (Computer Aided Manufacturing) เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรม การดำเนินการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์นี้ เป็นการพัฒนาระบบการสร้างงานออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระบบ CAD เพื่อนำข้อมูลส่งไปยังโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระบบ CAM

ผลการวิจัยพบว่า โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์สามารถนำมาใช้สร้างงานออกแบบเครื่องประดับได้ดี การบูรณาการโปรแกรมที่มีความแตกต่างกัน ทำให้ได้รูปแบบเครื่องประดับที่หลากหลายรูปแบบ จากการทดลองขั้นพื้นฐานได้ผลสรุปเบื้องต้นว่า การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ออกแบบเครื่องประดับ นักออกแบบคิดว่า เครื่องมือในโปรแกรมมีส่วนทำให้ลดความคิดสร้างสรรค์ด้านรูปแบบได้ ถ้าไม่บูรณาการการใช้งานระหว่างโปรแกรมที่แตกต่างกัน รูปแบบงานจะถูกบังคับด้วยเครื่องมือที่มีอยู่ในโปรแกรม

สมลักษณ์ วรรณกุล กิเยลาไรว่า, ประภัสร ประจุพงษ์เพชร, และ โชคนิธิ นาคเมธิ (2559) อาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ (2 ท่าน) และนักวิชาการอุตสาหกรรมปฏิบัติงาน กรมอุตสาหกรรม ตามลำดับ ได้ศึกษาการศึกษาและการออกแบบเครื่องประดับแหวนล้อมเพชรและพลอยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มลูกค้าชาวจีนเพื่อพัฒนาระบบออกแบบอัตโนมัติโดยใช้วิธีไวยากรณ์รูปร่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอวิธีการสำรวจและวิเคราะห์องค์ประกอบของแหวนล้อม และพัฒนาโมดูลคอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบด้วยการประยุกต์ใช้วิธีไวยากรณ์รูปร่างและกฎรูปร่างบนหลักการของระบบออกแบบอัตโนมัติ วิธีการไวยากรณ์รูปร่างและกฎรูปร่างของเครื่องประดับแหวนสามารถอธิบายกระบวนการออกแบบ รูปทรงของแหวนล้อม เริ่มต้นโดยการศึกษาพารามิเตอร์ที่ควบคุมรูปร่างของแหวนและพัฒนากฎรูปร่างเพื่อใช้ในการเปลี่ยนแปลงรูปทรงของแหวนล้อม ระบบออกแบบอัตโนมัติที่พัฒนาขึ้นสามารถช่วยสร้างโมเดลของแหวนล้อมที่มีรูปร่าง รูปทรงแตกต่างกันได้โดยอัตโนมัติ โดยสามารถสร้างโมเดลได้คราวละหลายๆวง เพื่อเป็นเสมือนแคตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์ให้กับนักออกแบบ

ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้งานระบบออกแบบที่พัฒนาขึ้นบ่งชี้ว่า ระบบดังกล่าวสามารถช่วยลดเวลาในการออกแบบและสร้างโมเดลแหวนล้อมแบบสามมิติโดยอัตโนมัติ โดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 57 เมื่อเทียบกับเวลาที่ใช้ในการวาดโมเดลด้วยคน

พรพิมล พจนานิมิต (2019) อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทำการศึกษาแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในศตวรรษที่ 21 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหินดิบด้วยการออกแบบ มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในศตวรรษที่ 21 และ 2.) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหินดิบด้วยกระบวนการออกแบบ และสร้างสรรค์ผู้วิจัยทำการศึกษานี้ในช่วงปี ค.ศ. 2017-2018 ซึ่งเป็นการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มสตรีอายุ 18-60 ปี ในกรุงเทพฯ ที่มีการเลือกซื้อเครื่องประดับ โดยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 500 คน ทำการกำหนดการออกแบบและการพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับหิน และประเมินแบบร่างเครื่องประดับหินโดยผู้เชี่ยวชาญ แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในปี ค.ศ. 2017-2018 ได้กล่าวถึงแนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับที่แตกต่างกัน มีการใช้รูปแบบและลวดลายในการออกแบบเครื่องประดับสามารถแบ่งได้ 4 ประเภทคือ

1. เครื่องประดับที่ใช้รูปแบบและลวดลายเรขาคณิต
2. เครื่องประดับที่ใช้รูปแบบและลวดลายจากธรรมชาติ
3. เครื่องประดับที่ใช้รูปแบบและลวดลายแบบศิลปะ รูปแบบอิสระ
4. เครื่องประดับที่ใช้รูปแบบและลวดลายที่มีร่วมสมัย

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านรูปแบบและลวดลายเครื่องประดับหินดิบที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุดตามลำดับคือ รูปแบบและลวดลายเรขาคณิต เช่น วงกลม วงรี สามเหลี่ยมสี่เหลี่ยม หกเหลี่ยม ดาว หัวใจ เป็นต้น รูปแบบและลวดลายจากธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ ใบไม้ เทวาลัย ผึ้ง ผีเสื้อ สัตว์ต่างๆ เป็นต้น รูปแบบและลวดลายที่มีความเป็นศิลปะ รูปแบบอิสระ เช่น เส้นตรง เส้นโค้ง รูปทรงไร้เหลี่ยมมุม รูปทรงตามวัตถุ เป็นต้น และรูปแบบและลวดลายที่มีความร่วมสมัย เช่น ย้อนยุค งานสมัยเก่ามาทำใหม่ อ้างอิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหินดิบด้วยกระบวนการด้านการออกแบบร่วมกับการพัฒนาด้านรูปแบบเครื่องประดับ จากแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในศตวรรษที่ 21 ในช่วงปี ค.ศ. 2017-2018 สามารถสร้างสรรค์และพัฒนาเครื่องประดับที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายในช่วงเวลาดังกล่าว โดยผลการประเมินความพึงใจของผู้บริโภคต่อบรรยากาศร้านเครื่องประดับหินอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

นรินทร์ ปลื้มปรีดาพร และ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2562) นักวิจัยและอาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สาขาเรขศิลป์ ศึกษาเรื่อง การออกแบบเรขศิลป์ที่แสดงถึงสุขภาพที่ดีโดยใช้ทฤษฎีหินสีบำบัด มีวัตถุประสงค์เพื่อหาองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่ได้

จากทฤษฎีหีนส์บำบัดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบที่สามารถแสดงถึงสุขภาพที่ดี โดยนำทฤษฎีหีนส์บำบัดมาหาความเชื่อมโยงกับองค์ประกอบทางเรขาคณิต โดยการสัมภาษณ์และสร้างแบบสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า สามารถระบุองค์ประกอบทางเรขาคณิตที่สำคัญได้แก่ ตัวอักษรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ กลุ่มบุคลิกภาพการสื่อสาร เทคนิคการสร้างสรรค์ภาพประกอบ และโครงสร้างรูปหลายเหลี่ยม โดยแยกเป็นกลุ่มคำตอบที่สามารถแสดงถึงสุขภาพที่ดีตามรูปแบบต่างๆ ของการใช้การบำบัดด้วยทฤษฎีหีนส์บำบัด ได้แก่ การบำบัดแบบหลายมิติ การบำบัดทางกาย การบำบัดทางอารมณ์ การบำบัดการกระทำ การเสริมสร้างจิตใจ การบำบัดทางจิตวิญญาณ การเสริมสร้างความเป็นชาย-หญิง การบำบัดฟื้นฟูด้วยพลังจากพื้นดินและแร่ธาตุ

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องประดับ ผู้วิจัยได้นำความสามารถเฉพาะบุคคลในการออกแบบเครื่องประดับด้วยคอมพิวเตอร์โดยเฉพาะมาออกแบบเครื่องประดับแหวนมวงคล ที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ (CAD) ของวรรณรัตน์ ตั้งเจริญ (2544) สมลักษณ์ วรรณกุล กิเยลาโรว่า และคนอื่นๆ (2559) ที่ได้แสดงให้เห็นการบูรณาการของการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ ที่สามารถออกแบบเครื่องประดับให้มีประสิทธิภาพทางด้านรูปร่าง รูปทรง ความละเอียด ความสมมาตร และการวิเคราะห์รายละเอียดของแบบร่างในรูปแบบสามมิติได้อย่างชัดเจน เพื่อที่จะนำมาออกแบบร่างของเครื่องประดับแหวนมวงคล และเก็บเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับแก้และพัฒนาเครื่องประดับแหวนมวงคลให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ก่อนนำมาผลิตเป็นตัวต้นแบบต่อไป โดยใช้กระบวนการความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล พจนานิคม (2019) และ นรินทร์ ปลื้มปรีดาพร และ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2562) เพื่อให้ได้เครื่องประดับแหวนมวงคลที่อยู่ภายใต้แนวโน้มการออกแบบในศตวรรษที่ 21 ที่มีรูปแบบและลวดลายที่ร่วมสมัย องค์ประกอบทางเรขาคณิต ที่ตรงตามความพึงพอใจของผู้บริโภคเครื่องประดับมากที่สุด

2.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ การตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ

ฐิติสา ศรีโสภา (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อเครื่องประดับและจิวเวลรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับทองและจิวเวลรีของผู้บริโภคที่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยใช้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ รวมถึงปัจจัย

ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อนำผลจากการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้เป็นข้อมูลสำหรับวางแผน และกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งประชากรที่ทำการศึกษา คือ ผู้ที่เคยซื้อเครื่องประดับทองและจิวเวลรี มูลค่าตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยการสำรวจผ่านแบบสอบถามทั้งสิ้น 388 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับทองและจิวเวลรีของผู้บริโภคที่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยเรียงตามอิทธิพลที่มีผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร และความสะดวกสบายในการเข้าถึง ขณะที่ปัจจัยทางลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย การติดต่อสื่อสารและการชำระเงิน ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และหน้าร้าน และปัจจัยด้านตราสัญลักษณ์ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับทองและจิวเวลรี สำหรับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับทองและจิวเวลรี ที่ไม่แตกต่างกัน

กนกวรรณ กลั้ววงศ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์ จะช่วยให้ผู้ประกอบการ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ และผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ได้นำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนธุรกิจ และพัฒนาต่อไป

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น รองลงมาคือ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์ และสุดท้ายคือการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์

ปารณีย์ พึ่งวิชา (2562) ทำการศึกษาการแบ่งกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องประดับผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภค เป็น 2 กลุ่มซึ่งมีลักษณะเฉพาะในแต่ละกลุ่มคือ กลุ่มที่ 1: กลุ่มกระเป๋านักจ่ายได้ถ้าชอบ ไม่ค่อย ชอบบอกสื่อ ส่วนใหญ่เป็นคนในช่วงอายุ 35-45 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001-45,000 บาท ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ มีบุคลิกภาพโดดเด่นและชอบสังคม มีวิถีชีวิตแบบรักครอบครัว

มักไม่ค่อยแสดงความชอบบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ และกลุ่มที่ 2: กลุ่มวัยสะสมชอบออกสื่อ ชื่อน้อยแต่บ่อยครั้ง ส่วนใหญ่เป็น คนในช่วงอายุ 25-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000-30,000 บาท ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีบุคลิกภาพโดดเด่น และชอบสังคม มีวิถีชีวิตแบบแสวงหาความ สนุกสนาน มักแสดงออกทางความชอบบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ให้ความสนใจความคิดเห็นผู้มีอิทธิพล (เช่น ดารา บล็อกเกอร์) ในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับ

ผลการวิจัยจะช่วยให้สามารถแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่ม (segment) เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย วางกลยุทธ์ทางการตลาด และการทำการตลาดออนไลน์

จากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ การตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับ ผู้วิจัยพบว่าผลการวิจัยของ จิตติศา ศรีโสวรรณ (2560) แสดงให้เห็นปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านความสะดวกสบายในการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับ รวมทั้งผลงานวิจัยของ กนกวรรณ กลั้ววงศ์ (2561) และ ปารณีย์ พิงวิศา (2562) ซึ่งแสดงให้เห็นความสำคัญของพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องประดับ กลุ่มอายุ กลุ่มรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรสนิยม ผ่านสื่อออนไลน์ หรือผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจที่ตกอยู่ภายใต้สถานการณ์โรคระบาดที่ประเทศกำลังเผชิญอยู่ ณ ขณะนี้ ซึ่งผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่ได้นี้มากำหนดกลยุทธ์ และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ในการออกแบบแผนธุรกิจของเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยต่อไป

2.3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ทรงพล อานุภาพ และ วิไลดา เตชะเวช (2558) กรรมการผู้จัดการบริษัท เอ็น.เค. นพเก้า โกลด์แอนด์เจมส์ จำกัด และ อาจารย์คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร มีจุดประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาสภาพการค้าและการบริการของผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับในกรุงเทพมหานคร 2.) เพื่อสำรวจทัศนคติพฤติกรรมและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของชาวไทยและชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร และ 3.) เพื่อจัดทำกลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างชาวไทย 400 ราย และชาวต่างชาติ 400 ราย

ผลการศึกษาพบว่า สภาพการค้าและการบริการของผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับในกรุงเทพมหานคร มีการแข่งขันกันสูงมากในการส่งออก และมีแนวโน้มที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี โดยผู้ประกอบการชาวไทยมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 41-50 ปี สมรสและยังอยู่ร่วมกัน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ระหว่าง 40,000-50,000 บาท ส่วนผู้ประกอบการต่างชาติมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 41-50 ปี สมรสและยังอยู่ร่วมกัน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ระหว่าง 40,000-50,000 บาท กลยุทธ์การตลาดต่อผู้ประกอบการไทย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบรรยากาศทางกายภาพ อยู่ในระดับมากตามลำดับ ส่วนกลยุทธ์การตลาดต่อผู้ประกอบการต่างชาติ ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านบรรยากาศทางกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากตามลำดับ ผลการวิจัยสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับ ขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น กลยุทธ์สำหรับผู้บริโภคชาวไทยนำเสนอ PRIMA-A และกลยุทธ์สำหรับผู้บริโภคชาวต่างชาตินำเสนอ PRIDE-A

วรรณยศ เพิ่มบุญ และ ไตรรัตน์ สิทธิกุล (2559) อาจารย์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสาร สังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และกรรมการประจำหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ตามลำดับ ได้ศึกษาพฤติกรรมการออกแบบเพื่อการขับเคลื่อนธุรกิจ : กรณีศึกษาคณะผู้บริหารและเจ้าของกิจการในธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำ “การออกแบบ” ไปใช้ประโยชน์เพื่อการขับเคลื่อนธุรกิจผ่านกรณีศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการจากกรณีศึกษาโดยมากเลือกใช้ประโยชน์จากการออกแบบในลักษณะของ “การออกแบบเพื่อรูปลักษณ์” ซึ่งเป็นลักษณะของการใช้ประโยชน์จากการออกแบบเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับชิ้นงาน และเป็นการดำเนินการกิจกรรมคู่ขนานร่วมกับกลยุทธ์หลักด้านอื่นๆ ของธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านระดับความรู้ ระดับความสนใจ และระดับของประสบการณ์ด้านการออกแบบของผู้ประกอบการเป็นประเด็นสำคัญต่อการเลือกดำเนินการกิจกรรมด้านการออกแบบในระดับโครงสร้าง โดยมุ่งส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และสร้างประสบการณ์ด้านการออกแบบ

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของทางธุรกิจ ทำให้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือ

การออกแบบเพื่อรูปลักษณ์ ของ วรรณยศ เพิ่มบุญ และ ไตรรัตน์ สิทธิกุล (2559) เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ และออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การบริการของผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลยุทธ์สำหรับผู้บริโภคชาวไทย (PRIMA-A) ของ ทรงพล อานูภาพ และ วิไลดา เตชะเวช (2558) มาเป็นแนวทางในการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ต่อไป

ดังนั้นจากการรวบรวมผลงานวิจัยทั้งหมดที่ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นประโยชน์อย่างมากต่องานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเห็นความสำคัญ และความสัมพันธ์ของงานวิจัย เพื่อมาเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ให้มีประสิทธิภาพ รูปแบบรูปทรง ตรงตามความต้องการของตลาด ของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจ การตัดสินใจ และความพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย โดยการกำหนดกลยุทธ์กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อนำไปต่อยอดผลงานวิจัยต่อไป



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยเรื่อง การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนดำเนินการเป็น 2 ส่วนใหญ่เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีขั้นตอนดังนี้

3.1. การดำเนินงานวิจัยขั้นต้น เพื่อการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

3.1.1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อทำการวิจัย

3.1.1.1. ศึกษาข้อมูลด้านเลขศาสตร์ไทย

3.1.1.2. ศึกษาข้อมูลด้านสัญลักษณ์

3.1.2. กำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.3. การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ทำวิจัย

3.1.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.5. การออกแบบเครื่องประดับแหวน

3.1.6. การคัดเลือกแบบเครื่องประดับ

3.1.7. การพัฒนาและผลิตชิ้นงานต้นแบบ

3.2. การดำเนินงานวิจัยขั้นปลาย เพื่อออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

3.1 การดำเนินงานวิจัยขั้นต้น เพื่อการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

3.1.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อทำการวิจัย

3.1.1.1. ศึกษาข้อมูลด้านเลขศาสตร์ไทย

เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ บทความต่างๆ นำมาซึ่งข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตีความหมายของเลขมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย โดยแบ่งขั้นตอนในการศึกษาดังนี้

3.1.1.1.1. การตีความหมายของตัวเลขตามหลักเลขศาสตร์ไทย

3.1.1.1.2. การสังเคราะห์ข้อมูลจากเลขศาสตร์ไทย เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเครื่องประดับมงคล

3.1.1.1.1 การตีความหมายของตัวเลขตามหลักเลขศาสตร์ไทย

1. ศาสตร์แห่งกำลังดวงดาว คือ การคำนวณจากผลรวมของตัวเลขทั้งหมด มากระจายออกทีละขั้น แล้วบวกรวมไปเรื่อยๆ จนเหลือเลขตัวเดียว ตามหลักแนวคิดและการคำนวณของของไคโร ตัวอย่างเช่น มีเลขชุดดังนี้ 1234567890 ให้นำมากระจายแล้วบวกรวมกัน ดังนี้ $1+2+3+4+5+6+7+8+9+0$ ผลลัพธ์ที่ได้คือ 45 (ซึ่งยังไม่เป็นเลขตัวเดียว) ขั้นตอนต่อไปนำผลลัพธ์ที่ได้มากระจายแล้วบวกรวมกันอีกครั้งดังนี้ $4+5$ ผลลัพธ์ที่ได้คือ 9 (เป็นเลขตัวเดียว) แล้วนำไปตีความหมายตามอิทธิพลของดวงดาวจะมีความหมายทั้งหมด 10 ความหมาย

2. ศาสตร์แห่งเลขคู่ คือ การจับคู่ของตัวเลขตั้งแต่ 0-9 มาจับคู่กับ 0-9 อีกชุดหนึ่ง แล้วตีความหมายจากอิทธิพลของดวงดาวที่สัมพันธ์กันในเชิงโหราศาสตร์ ได้แก่ คู่มิตร กับคู่ศัตรู จะมีความหมายทั้งหมด 55 ความหมายของการจับคู่ตัวเลขทั้งหมด

ตาราง 7 แสดงการจับคู่ของตัวเลข

เลข	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	00									
1	01/10	11								
2	02/20	12/21	22							
3	03/30	13/31	23/32	33						
4	04/40	14/41	24/42	34/43	44					
5	05/50	15/51	25/52	35/53	45/54	55				
6	06/60	16/61	26/62	36/63	46/64	56/65	66			
7	07/70	17/71	27/72	37/73	47/74	57/75	67/76	77		
8	08/80	18/81	28/82	38/83	48/84	58/85	68/86	78/87	88	
9	09/90	19/91	29/92	39/93	49/94	59/95	69/96	79/97	89/98	99

3. ศาสตร์แห่งผลรวมค่ากำลังดวงดาว คือศาสตร์ที่ได้จากการคำนวณค่ากำลังดวงดาวของชื่อและนามสกุล ตามหลักทักษา (พลังดวงดาวของพยัญชนะและสระของไทย) หากผลรวมมีค่ามากกว่า 100 ขึ้นไป แล้วนำมาประยุกต์ใช้กับตีความหมายได้ดังนี้

3.1. ตีความหมายเหมือนศาสตร์แห่งกำลังดวงดาวข้างต้น คือ รวมกำลังตัวเลขให้เหลือเลขตัวเดียว

3.2. กรณีที่ได้ค่าผลรวมกำลังดวงดาวเป็นหลักร้อยที่มี 0 อยู่ในตำแหน่งกลาง (...0...) เช่น 101 204 508 809 เป็นต้น ให้ตัด 0 ออกแล้วตีความหมายตามศาสตร์แห่งเลขคู่ เช่น 909 => 99

3.3. กรณีที่ได้ค่าผลรวมกำลังดวงดาวเป็นตัวเลขชุดเรียงปกติ เช่น 115 146 219 ให้ตีความหมายเป็นคู่ของตัวเลขที่ละชุดตามศาสตร์แห่งเลขคู่ เช่น 219 ให้ตีความหมายของเลข 21 และ 19 โดยเรียงความหมายจากตัวตนบุคลิกภาพภายนอกเข้าสู่ภายในจิตใจผู้นั้น หรือเรียกว่า ศาสตร์แห่งการร้อยเรียงตัวเลข

การนำความรู้ของการตีความหมายตามศาสตร์แห่งผลรวม ศาสตร์แห่งเลขคู่ และศาสตร์แห่งผลรวมค่ากำลังดวงดาว พร้อมทั้งศาสตร์แห่งการร้อยเรียง จะเห็นได้ว่าความหมายของเลขศาสตร์ทั้งหมด เป็นการแสดงอิทธิพลของดวงดาวที่มีผลต่อบุคลิกภาพของบุคคลนั้นๆ จากภายนอกสู่ภายในจิตใจ สามารถรวบรวมความหมายตามหลักเลขศาสตร์ไทยตามหลักแนวคิดของอาจารย์พญุลหวง ได้ทั้งหมด 65 ความหมายตามหลักเลขศาสตร์ที่ได้รับอิทธิพลจากดาวดวงตามโหราศาสตร์กับความสัมพันธ์ของดาวดวง ทำให้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เห็นความสัมพันธ์ของตัวเลขและความหมายที่ได้ พบว่ามีความหมายที่เกี่ยวข้องกับ 4 เรื่องสำคัญดังต่อไปนี้

1. เรื่องความสำเร็จในชีวิต
2. เรื่องหน้าที่การงาน
3. เรื่องการเงิน ทรัพย์สิน
4. เรื่องความรัก ความสัมพันธ์

ซึ่งลักษณะของความสำคัญที่ได้จากการตีความ สอดคล้องกับงานวิจัยของถวัลรัตน์ กัลยาณกิจ และ ธาตรี ใต้ฟ้าพูล (2559) ที่ว่าด้วยลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความสนใจความเชื่อโชคลางเครื่องประดับหินสีบำบัด ที่แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ความสนใจความเชื่อที่สำคัญเกี่ยวกับเรื่องความสำเร็จ การงาน การเงิน และความรัก

3.1.1.1.2 การสังเคราะห์ตัวเลขตามหลักเลขศาสตร์ไทย

ผู้วิจัยได้มองเห็นความสัมพันธ์ของการให้นิยามดวงดาว จากการศึกษาข้อมูลในหนังสือพื้นฐานโหราศาสตร์ (ความมหัศจรรย์ของตัวเลข) จึงนำวิธีการเลือกตัวเลขมงคลตามหลักเลขศาสตร์ เพื่อนำมาออกแบบเครื่องประดับ โดยนำแนวคิดของอาจารย์พญุลหวง ได้แบ่งประเภทดวงดาวพระเคราะห์ตามโหราศาสตร์ ดังนี้

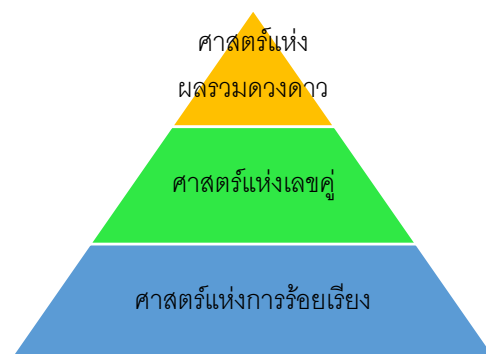
ตาราง 8 แสดงประเภทของดาวตามโหราศาสตร์

ตัวเลข ตามหลักเลขศาสตร์	ดวงดาว ตามโหราศาสตร์	ดาวพระเคราะห์ ตามโหราศาสตร์
1	ดวงอาทิตย์	ดาวบาปเคราะห์
2	ดวงจันทร์	ดาวศุภเคราะห์
3	ดาวอังคาร	ดาวบาปเคราะห์
4	ดาวพุธ	ดาวศุภเคราะห์
5	ดาวพฤหัสบดี	ดาวศุภเคราะห์
6	ดาวศุกร์	ดาวศุภเคราะห์
7	ดาวเสาร์	ดาวบาปเคราะห์
8	ดาวพระราหู	ดาวบาปเคราะห์
9	ดาวพระเกตุ	ดาวศุภเคราะห์
0	ดาวมฤตยู	ดาวบาปเคราะห์

จากตารางแสดงประเภทของดาวพระเคราะห์ตามโหราศาสตร์ แบ่งได้ 2 ประเภทคือ

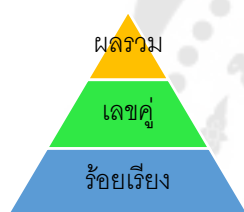
1. ดาวศุภเคราะห์ คือ ดวงจันทร์ (2), ดาวพุธ (4), ดาวพฤหัสบดี (5), ดาวศุกร์ (6), และดาวพระเกตุ (9) เป็นดวงดาวที่ใช้แทนฤกษ์มงคล คราวมงคล คราวดี สิริมงคล
2. ดาวบาปเคราะห์ คือ ดวงอาทิตย์ (1), ดาวอังคาร (3), ดาวเสาร์ (7), ดาวพระราหู (8), และดาวมฤตยู (0) เป็นดวงดาวที่ใช้แทนฤกษ์ร้าย คราวเคราะห์ เคราะห์ร้าย อัปมงคล

การสังเคราะห์ตัวเลขมงคล โดยการนำศาสตร์ที่ใช้ในการตีความหมายของดวงดาว คือ ศาสตร์แห่งผลรวมกำลังดวงดาว ศาสตร์แห่งเลขคู่ และศาสตร์แห่งการร้อยเรียงตัวเลข มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งเลขมงคลเพื่อแสดงถึงลักษณะการส่งอิทธิพลต่อชีวิต คือ เลขมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยที่ได้ต้องเป็นตัวเลขที่ได้รับอิทธิพลจากดาวศุภเคราะห์มากที่สุด ตามแนวคิดดังนี้



ภาพประกอบ 18 แสดงอิทธิพลของตัวเลขตามหลักเลขศาสตร์ที่ส่งผลต่อชีวิตเป็นลำดับขั้น

ตัวอย่างในการตีความหมายและการแสดงอิทธิพลของตัวเลขตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ส่งผลต่อชีวิต เช่นเลข 456 เป็นดังนี้



ผลรวมของกำลังดวงดาว $4 + 5 + 6 = 15 \Rightarrow 1 + 5 \Rightarrow 6$

อิทธิพลของเลข 45 และ 56

การเรียงลำดับในการตีความ ภายนอกสู่ภายใน

จากตัวอย่างที่แสดงถึงอิทธิพลของดวงดาวที่มีในเลขชุดนี้ จะเห็นได้ว่า ศาสตร์แห่งผลรวมกำลังดวงดาว ตรงกับ ดาวศุกร์ (6) เป็นศุภเคราะห์ ศาสตร์แห่งเลขคู่ในแต่ละคู่ของตัวเลข คือ 45 และ 56 เป็นคู่ตัวเลขที่เกิดจากการจับคู่ของดาวศุภเคราะห์ทั้งคู่ คือ ดาวพฤหัสบดี (4) ดาวพฤหัสบดี (5) และดาวศุกร์ (6) ส่วนศาสตร์แห่งการร้อยเรียงตัวเลข คือการตีความหมายเพื่อทำนายลักษณะอิทธิพลของตัวเลขต่อชีวิตผู้ที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของเลข 456 คือ เป็นเลขมงคลที่ดีมาก ผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากตัวเลขชุดนี้จะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน มีความเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า ผู้ใหญ่ให้การช่วยเหลืออุปถัมภ์ บริวารดี มีโชคมีทรัพย์ ร่ำรวย เงินทองไม่ขาดมือ ความรักดี คนรักใคร่ พุดจาไพเราะ

สรุปคือ เลข 456 เป็นเลขที่ประกอบไปด้วยดาวศุภเคราะห์ในทุกขั้นตอนในการตีความหมาย ซึ่งหมายความว่าตัวเลขชุดนี้ถือว่าเป็นเลขที่มีอิทธิพลต่อชีวิตระดับมาก เหมาะกับทุกคน ทุกอาชีพ ใครมีไว้ครอบครองหรือใช้ตัวเลขชุดนี้ถือว่าดีมาก

เกณฑ์ในการจัดระดับความสำคัญของเลขมงคลเพื่อแสดงถึงลักษณะการส่งอิทธิพลต่อชีวิตมีระดับดังนี้

1. ส่งอิทธิพลต่อชีวิตระดับดีมากที่สุด คือ ศาสตร์แห่งผลรวมกำลังดวงดาวตรงกับดาวศุภเคราะห์ ศาสตร์แห่งเลขคู่ประกอบดาวศุภเคราะห์คู่กับดาวศุภเคราะห์
2. ส่งอิทธิพลต่อชีวิตระดับดีมาก คือ ศาสตร์แห่งผลรวมกำลังดวงดาวตรงกับดาวบาปเคราะห์ ศาสตร์แห่งเลขคู่ประกอบดาวศุภเคราะห์คู่กับดาวศุภเคราะห์
3. ส่งอิทธิพลต่อชีวิตระดับดี คือ ศาสตร์แห่งผลรวมกำลังดวงดาวตรงกับดาวศุภเคราะห์ ศาสตร์แห่งเลขคู่ประกอบดาวศุภเคราะห์คู่กับดาวบาปเคราะห์
4. ส่งอิทธิพลต่อชีวิตระดับปานกลาง คือ ศาสตร์แห่งผลรวมกำลังดวงดาวตรงกับดาวบาปเคราะห์ ศาสตร์แห่งเลขคู่ประกอบดาวศุภเคราะห์คู่กับดาวบาปเคราะห์
5. ส่งอิทธิพลต่อชีวิตระดับพอใช้ คือ ศาสตร์แห่งผลรวมกำลังดวงดาวตรงกับดาวศุภเคราะห์ ศาสตร์แห่งเลขคู่ประกอบดาวบาปเคราะห์คู่กับดาวบาปเคราะห์
6. ส่งอิทธิพลต่อชีวิตระดับแย่มาก คือ ศาสตร์แห่งผลรวมกำลังดวงดาวตรงกับดาวบาปเคราะห์ ศาสตร์แห่งเลขคู่ประกอบดาวบาปเคราะห์คู่กับดาวบาปเคราะห์

ตาราง 9 แสดงเกณฑ์ในการจัดระดับความสำคัญของตัวเลขมงคล พร้อมระบุแถบสี

ระดับ	ศาสตร์แห่งผลรวมดวงดาว	ศาสตร์แห่งเลขคู่
ดีมากที่สุด	ดาวศุภเคราะห์	ดาวศุภเคราะห์คู่กับดาวศุภเคราะห์
ดีมาก	ดาวบาปเคราะห์	ดาวศุภเคราะห์คู่กับดาวศุภเคราะห์
ดี	ดาวศุภเคราะห์	ดาวศุภเคราะห์คู่กับดาวบาปเคราะห์
ปานกลาง	ดาวบาปเคราะห์	ดาวศุภเคราะห์คู่กับดาวบาปเคราะห์
พอใช้	ดาวศุภเคราะห์	ดาวบาปเคราะห์คู่กับดาวบาปเคราะห์
แย่มาก	ดาวบาปเคราะห์	ดาวบาปเคราะห์คู่กับดาวบาปเคราะห์

เมื่อนำเกณฑ์ที่ได้จากการจัดระดับความสำคัญตัวเลขมงคล มาแสดงในตารางการจับคู่ของตัวเลข (ตารางที่ 8) จะทำให้เห็นการแสดงระดับของตัวเลขมงคลดังต่อไปนี้

ตาราง 10 แสดงระดับความสำคัญของเลขมงคลกับศาสตร์เลขคู่

เลข	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	00									
1	01/10	11								
2	02/20	12/21	22							
3	03/30	13/31	23/32	33						
4	04/40	14/41	24/42	34/43	44					
5	05/50	15/51	25/52	35/53	45/54	55				
6	06/60	16/61	26/62	36/63	46/64	56/65	66			
7	07/70	17/71	27/72	37/73	47/74	57/75	67/76	77		
8	08/80	18/81	28/82	38/83	48/84	58/85	68/86	78/87	88	
9	09/90	19/91	29/92	39/93	49/94	59/95	69/96	79/97	89/98	99

กล่าวคือ ระดับความสำคัญของเลขมงคลที่ปรากฏในศาสตร์แห่งเลขคู่ มีดังนี้

1. ระดับมากที่สุด 16 คู่เลข ได้แก่เลข 22 24 29 42 45 49 54 56 59 65 69 92 94 95 96 99
2. ระดับดีมาก 9 คู่เลข ได้แก่เลข 25 26 44 46 52 55 62 64 66
3. ระดับดี 28 คู่เลข ได้แก่เลข 02 04 05 06 09 14 15 20 23 27 32 36 39 40 41 47 50 51 60 63 67 68 72 74 76 86 90 93
4. ระดับปานกลาง 22 คู่เลข ได้แก่เลข 12 16 19 21 28 34 35 43 48 53 57 58 61 75 79 82 84 85 89 91 97 98
5. ระดับพอใช้ 11 คู่เลข ได้แก่เลข 11 13 18 31 33 38 77 78 81 83 87
6. ระดับแย่มาก 14 คู่เลข ได้แก่เลข 00 01 03 07 08 10 17 30 37 70 71 73 80 88

จากระดับความสำคัญของเลขมงคล ผู้วิจัยจึงนำเลขมงคลในระดับความสำคัญ 3 ระดับแรก คือ ระดับดีมากที่สุด ระดับดีมาก และระดับดี นำมาสังเคราะห์แยกประเภทตามความหมายที่เกี่ยวข้องในแต่ละด้านอีกครั้ง ได้แก่

1. เรื่องความสำเร็จในชีวิต

- 1.1. ระดับดีมากที่สุด มี 5 เลขคู่ ได้แก่เลข 45 54 59 95 99
- 1.2. ระดับดีมาก มี 2 เลขคู่ ได้แก่เลข 44 55
- 1.3. ระดับดี มี 6 เลขคู่ ได้แก่เลข 09 15 39 51 90 93
2. เรื่องหน้าที่การงาน
 - 2.1. ระดับดีมากที่สุด มี 4 เลขคู่ ได้แก่เลข 29 49 92 94
 - 2.2. ระดับดีมาก มี 2 เลขคู่ ได้แก่เลข 25 52
 - 2.3. ระดับดี มี 10 เลขคู่ ได้แก่เลข 04 05 14 40 41 47 50 67 74 76
3. เรื่องการเงิน ทรัพย์สิน
 - 3.1. ระดับดีมากที่สุด มี 6 เลขคู่ ได้แก่เลข 24 42 56 65 69 96
 - 3.2. ระดับดีมาก มี 3 เลขคู่ ได้แก่เลข 46 64 66
 - 3.3. ระดับดี มี 6 เลขคู่ ได้แก่เลข 06 60 27 68 72 86
4. เรื่องความรัก ความสัมพันธ์
 - 4.1. ระดับดีมากที่สุด มี 1 เลขคู่ ได้แก่เลข 22
 - 4.2. ระดับดีมาก มี 2 เลขคู่ ได้แก่เลข 26 62
 - 4.3. ระดับดี มี 6 เลขคู่ ได้แก่เลข 02 20 23 32 36 63

จากการศึกษาข้อมูลและความหมายที่ได้จากหลักเลขศาสตร์ไทย พร้อมนำมาสังเคราะห์หาแนวทางในการเลือกตัวเลขมงคล เพื่อนำมาออกแบบเครื่องประดับมงคลที่ตรงตามหลักเลขศาสตร์ไทย จะเห็นได้ว่ามีข้อมูลตัวเลขมงคลสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมชาย สำเนียงงาม (2545) ซึ่งมีตัวเลขมงคลได้แก่เลข 9 14 15 19 20 24 36 40 41 42 45 46 50 51 55 56 59 63 64 65 90 91 95 99 และสอดคล้องกับเลขศาสตร์ที่ให้คุณในระดับดีมากของ จักรกฤษ แร่ทอง (2554) คือ 2, 4, 5, 6, 9, 14, 15, 19, 23, 24, 36, 41, 42, 45, 46, 50, 51, 53, 55, 56, 59, 63, 64, 65

ดังนั้นตัวเลขมงคลที่ผู้วิจัยใช้เป็นข้อมูลหลักในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคล ตามหลักเลขศาสตร์ไทย ได้แก่

1. เรื่องความสำเร็จในชีวิต ได้แก่เลขมงคลหลัก 45 54 55 59 95 99 เลขมงคลรอง 09 15 51 90
2. เรื่องหน้าที่การงาน ได้แก่เลขหลัก 14 40 41 50 เลขมงคลรอง 04 05
3. เรื่องการเงิน ได้แก่เลขหลัก 24 42 46 56 64 65 เลขมงคลรอง 06
4. เรื่องความรัก ได้แก่เลข 02 20 23 36 63

3.1.1.2. ศึกษาข้อมูลด้านสัญลักษณ์

เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และบทความต่างๆ นำมาซึ่งข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตีความหมายของสัญลักษณ์ต่างๆ ที่แสดงความเป็นสิริมงคลต่อผู้ใช้ หรือผู้ที่มีสัญลักษณ์ไว้ในครอบครอง ภายใต้ขนบจารีต ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ แต่ละภูมิภาค แต่ละชนชาติที่ให้ความเชื่อในสิ่งของ สัตว์ ภาพวาด ภาพเขียน และตราสัญลักษณ์แทนความมงคลในด้านต่างๆ

จากการศึกษาเกี่ยวกับสัญลักษณ์ หรือ สิ่งของ ตัวแทนที่ใช้สื่อความหมายที่มีนัยยะทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นความเชื่อมโยงของการให้ความหมายของสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นสิริมงคลต่อผู้ใช้ สามารถจัดเป็นหมวดหมู่หลักๆ ได้ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้สัตว์ในการสื่อความหมาย
2. สัญลักษณ์ที่ใช้ธรรมชาติ ต้นไม้ พืช ผลไม้ ในการสื่อความหมาย
3. สัญลักษณ์ที่ใช้สิ่งของในการสื่อความหมาย
4. สัญลักษณ์ที่เกิดจากความเชื่อ ศาสนา ในการสื่อความหมาย
5. สัญลักษณ์ที่เกิดจากการคำนิยม
6. สัญลักษณ์ศักดิ์สิทธิ์ อักษรวน

สามารถสังเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์เกี่ยวกับประเภทของสัญลักษณ์และความหมายออกมาอยู่ในรูปแบบของตาราง ได้ดังนี้

ตาราง 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสัญลักษณ์และความหมาย

รูป/สัญลักษณ์	ความสำเร็จ	การงาน	การเงิน	ความรัก
สัตว์	เสือ	มังกร, กิเลน, ช้าง, สิงโต, ม้า 8 ตัว, เต่าทอง	ปลามังกร, ปลาคาร์ฟ, เกล็ดปลาคาร์ฟ, หมู, นกยูง, อุสุ	นกกระเรียนคู่, กระต่าย, เพนกวินเจนดู
ธรรมชาติ พืช ต้นไม้ ผลไม้		ต้นไม้, ลูกโอ๊ก, ต้นไม้ยืนต้น	น้ำตก, แม่น้ำ, ลำธาร, ดอกพีโอนี่ หรือ ดอกโบตั๋น	ดอกกุหลาบ, แอปเปิ้ล, ไบคอลเวอร์ 4 แฉก

ตารางที่ 11 (ต่อ)

รูป/สัญลักษณ์	ความสำเร็จ	การงาน	การเงิน	ความรัก
สิ่งของต่างๆ	เรือสำเภา		เงินตรา, แมวกวัก	ช็อกโกแลต, แหวนเพชร
ความเชื่อ ศาสนา	ฮกกลชีว, โป๊ยเซียน	ตี่จู๋เอี้ย	ไฉชิงเอี้ย, เซียมซู , ปี่เซียะ, กวนอู	กามเทพ
ค่านิยม				รูปหัวใจ, อินฟินิตี้
อักษร-run	丿	𠂇, 𠂈	𠂉	𠂊, 𠂋, 𠂌

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ประเภทของสัญลักษณ์และความหมายที่ได้จาก ความเชื่อทางวัฒนธรรมแต่ละชนชาติ มีที่ความเชื่อเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยจึงเห็น ความสำคัญของรูปแบบสัญลักษณ์ในการแทนความหมาย ที่สื่อออกมาในรูปแบบต่าง จำนำ แนวคิดสัญลักษณ์ศาสตร์มาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคล เพื่อให้ได้ เครื่องประดับแหวนมงคลสื่อความหมายของความเชื่อได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

จากการศึกษาข้อมูลทางเลขศาสตร์ และข้อมูลทางสัญลักษณ์ไทย ผู้วิจัยจึงนำ ข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานของการออกแบบเครื่องมือในการทำวิจัย คือแบบสอบถาม สำหรับ สำนวนความต้องการของประชากรเพื่อหารูปแบบ รูปทรง ขนาดของ ความเข้าใจในสัญลักษณ์ การ ตีความสื่อความหมาย และความเชื่อในเลขศาสตร์ไทย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแนวทางการ ออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยต่อไป

3.1.2 กำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาจากลักษณะของพฤติกรรมของ ผู้บริโภค โดยการคัดเลือกตามคุณลักษณะที่ตรงตามหมวดหมู่ประชากรที่ศึกษา แบ่งออกได้ 3 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ ทางด้านเลขศาสตร์ไทย โหราจารย์ หรือผู้ที่ได้รับความนิยมนัยก่องว่าเป็นผู้รู้เกี่ยวกับตัวเลขมงคล

โดยมีความชำนาญในการทำนาย พยากรณ์ดวงชะตามากกว่า 10 ปีขึ้นไป และเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในสื่อสังคมออนไลน์

2. กลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพในธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ ในรูปแบบบริษัท ห้าง ร้าน หรือแบรนด์สินค้าเครื่องประดับ ที่ได้รับความนิยม เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ณ ปัจจุบัน ทั้งทางออฟไลน์ และทางออนไลน์

3. กลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ หรือเลขมงคลต่างๆ โดยคัดเลือกประชากรหญิงจากกลุ่มสาธารณะทางเฟสบุ๊คชื่อ “เรียนรู้ศาสตร์ตัวเลขและโหราศาสตร์ขั้นพื้นฐาน” ซึ่งประชากรได้มีประสบการณ์ในการใช้เลขศาสตร์จากผลิตภัณฑ์ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ทะเบียนรถ ทะเบียนบ้าน ที่มีเลขมงคล ผลรวมตัวเลขมงคล รวมทั้งการสวมใส่เครื่องประดับมงคล เครื่องประดับความเชื่อ วัตถุมงคลต่างๆ

จากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเลขศาสตร์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของช่วงอายุจากการแบ่งตามเจนเนอเรชั่น

ปัจจัยการแบ่งจำนวนประชากรตามช่วงอายุ

ศูนย์สร้างสรรคงานออกแบบ (TCDC) (2562) ได้ชี้แจงรายละเอียดลักษณะของประชากรไทย ณ ปัจจุบัน ตามช่วงอายุ โดยแบ่งเป็นเจนเนอเรชั่น (Generation) ได้ดังนี้

1. Baby boomer (เบบี้บูมเมอร์) อายุ 56-74 ปี (ผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2489-2507) เป็นกลุ่มประชากรที่ถือได้ว่ามีความมั่งคั่งในเรื่องของเงินและเวลา และเป็นกลุ่มประชากรที่ถือได้ว่ามีความสุขสำราญเป็นอันมาก แสวงหาความสะดวกสบาย และความเพลิดเพลิน โดยเฉพาะการท่องเที่ยว การเดินทางไปในสถานที่ใหม่ๆ หาแรงบันดาลใจ และประสบการณ์แปลกใหม่ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตัวเอง

2. Generation Xers (เจนเอ็กซ์) อายุ 41-55 ปี (ผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2508-2522) เป็นกลุ่มประชากรที่มีไลฟ์สไตล์ที่กำลังก้าวระหว่างวัฒนธรรม Analog ของเบบี้บูมเมอร์ กับ Digital ของเจนวาย ซึ่งเป็นที่น่าจับตามองเพราะเป็นตัวแทนของกลุ่มตลาดที่ทรงพลัง ทั้งเรื่องการใช้จ่ายและการดูแลครอบครัว การวางแผน การมองหากิจกรรมใหม่ๆ เพื่อมาเติมเต็มชีวิต นับว่าเป็นศูนย์กลางของทุกสิ่ง ดังนั้นเจนนี้จึงเป็นเจนที่มีการใช้จ่ายมากที่สุด สินค้าและบริการที่ช่วยประหยัดเวลา เรื่องสุขภาพ การออกกำลังกาย และความเป็นอยู่

3. Millennial (มิลเลนเนียล / เจนวาย) อายุ 23-40 ปี (ผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2523-2540) เป็นกลุ่มประชากรที่เปิดกว้างทางความคิด และเสพความบันเทิงในโลกอินเทอร์เน็ต

เป็นกลุ่มใช้งานแถวหน้าในโลกออนไลน์สำหรับการเชื่อมโยงความสนใจในเรื่องเดียวกัน พร้อมทั้งยินดีที่จะจ่ายเงินให้กับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ หรือยากแก่การเข้าถึง สำหรับการโพสต์บนสื่อโซเชียลมีเดีย ความเชื่อ การท่องเที่ยว สัตว์เลี้ยง สุขภาพ เป็นสิ่งที่ชาวมิลเลนเนียลให้ความสำคัญ โดยเฉพาะการซื้อสินค้าออนไลน์ การได้สิทธิพิเศษ การเป็นลูกค้า VIP เป็นการสร้างความภูมิใจให้กับกลุ่มนี้ได้ดี สินค้าที่สะท้อนคุณค่าและสร้างความเชื่อมั่น สินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม รักสุขภาพ

4. Generation Z (เจนซี) อายุ 10-22 ปี (ผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2541-2553) เป็นกลุ่มประชากรที่ใจกว้างมากที่สุด มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ให้ความสำคัญกับความเท่าเทียม ความเสมอภาคในทุกๆ ด้าน อายุ เพศ รสนิยมทางเพศ เป็นศูนย์กลางของนวัตกรรม ชอบความท้าทายและการพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาใหม่ๆ ชอบการคิดนอกกรอบ การสร้างสรรค์โอกาสที่ไม่เคยมีมาก่อน รายได้ส่วนใหญ่มักใช้ไปกับการท่องเที่ยวสไตล์สร้างประสบการณ์ อาสาสมัคร งานฝีมือ งานรณรงค์รักษาสีสิ่งแวดล้อม

5. Alpha (อัลฟา) อายุแรกเกิดถึง 9 ปี (ผู้ที่เกิดในปีปัจจุบันถึง พ.ศ.2554) เป็นกลุ่มประชากรที่โตขึ้นมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI : Artificial Intelligence) และเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) แบบครบครัน จนเป็นเรื่องปกติ สามารถเติมเต็มความรู้ หรือคำแนะนำได้ด้วยตนเองจากโลกอินเทอร์เน็ต เป็นเจนที่เปิดกว้างในเรื่องเพศมากที่สุด มีความหลากหลาย ความเท่าเทียม มีความเป็นตัวตน กล้าแสดงออกอย่างเต็มที่ พร้อมถูกปลุกฝังเรื่องสุขภาพ สิ่งแวดล้อม การออกกำลังกายให้เป็นกิจวัตร

ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2558) ที่กล่าวถึงลักษณะรสนิยมของผู้บริโภคเครื่องประดับ วัยและไลฟ์สไตล์ของผู้ซื้อ รูปแบบดีไซน์ ชนิดของอัญมณี วัตถุดิบที่ใช้ จนถึงระดับราคา มี 3 เจนเนอเรชั่นหลักคือ

1. Baby Boomer (Gen-B) เป็นกลุ่ม ผู้บริโภคเข้าข่าย ผู้สูงวัย นิยมเครื่องประดับที่หรูหรา สวมใส่สบาย ใส่ใจคุณภาพ และต้องสามารถสะสมมูลค่าในตัวเองได้

2. Generation X (Gen-X) เป็นช่วงวัยที่มีฐานะและหน้าที่การงานมั่นคง จึงเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการซื้อสูง กล้าใช้จ่ายเพื่อสิ่งฟุ่มเฟือยในชีวิต นิยมเครื่องประดับที่สะท้อนความเป็นตัวตน แลดูทันสมัย และเสริมบุคลิกภาพ

3. Generation Y (Gen-Y) เป็นกลุ่ม วัยรุ่นหรือวัยทำงานตอนต้น ซึ่งเครื่องประดับไม่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคกลุ่มนี้มากเท่ากับสินค้าไอทีต่างๆ นับว่าเป็นความท้าทาย

อย่างยิ่งกับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จะต้องมั่นใจด้วย ดีไซน์โดนๆ เครื่องประดับจะต้องมี ดีไซน์แนวเก๋ เท่ สวยงาม และราคาไม่สูง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเลขศาสตร์ จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีไลฟ์สไตล์ในการชื่นชอบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเลขศาสตร์ไทย เลขมงคล เบอร์โทรศัพท์มงคล ทะเบียนรถมงคล และเครื่องประดับมงคล โดยกำหนดช่วงอายุของผู้บริโภคจากรสนิยมในการเลือกซื้อเครื่องประดับในช่วงวัยทำงานตอนต้น และวัยทำงานที่กำลังสร้างความมั่นคง คือ ช่วงเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเนอเรชั่นวาย หรืออายุ 23-55 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

จากกลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ข้างต้น จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) โดยกำหนดดังนี้

1. กลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย จำนวน 3 ท่าน
2. กลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 5 ท่าน
3. กลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ จำนวน 21 ท่าน

3.1.3 การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ทำวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

3.1.3.1. สำหรับกลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย ใช้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์โดยเน้นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Response Question) (ภาคผนวก ค.) โดยแบ่งออกเป็นส่วนๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3.1.3.2. สำหรับกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ใช้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์โดยเน้นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Response Question) (ภาคผนวก ง.)

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3.1.3.3. สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ใช้เครื่องมือ 2 รูปแบบ ได้แก่

3.1.3.3.1. ช่วงของการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสัมภาษณ์โดยเน้นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Response Question) (ภาคผนวก จ.)

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3.1.3.3.2. ช่วงของการประเมินแบบภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามออนไลน์โดยเน้นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) (ภาคผนวก ข.)

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการประเมินภาพแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

3.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเฉพาะกลุ่มเชิงลึก (In-depth interviews) เพื่อนำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาสังเคราะห์เพื่อศึกษาหาแนวทางการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย และเพื่อการสร้างแนวทางธุรกิจเครื่องประดับมงคล โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้แก่

3.1.4.1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรตามกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 29 ท่าน (ภาคผนวก ข.)

3.1.4.2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านเลขศาสตร์ สัญลักษณ์ การออกแบบเครื่องประดับ และการตลาดเกี่ยวกับ

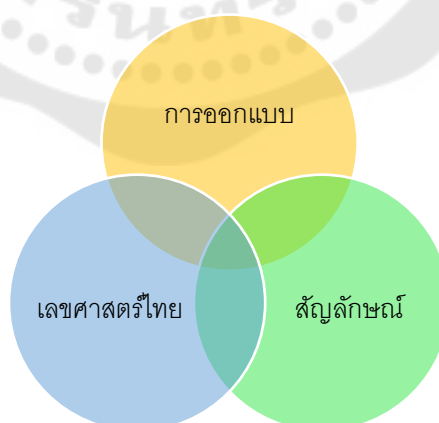
ธุรกิจเครื่องประดับ โดยค้นคว้าจากข้อมูลเอกสารต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความวิชาการ บทความอิเล็กทรอนิกส์ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

โดยขั้นตอนการเก็บข้อมูลจากประชากรที่กำหนดไว้ เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) ตามแนวคิดการเพิ่มมูลค่า ในขั้นตอน Empathize คือการทำความเข้าใจประชากรที่ทำการศึกษา หรือ Data collection เพื่อให้ได้ข้อมูลนำมาออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยมากที่สุด

3.1.5 การออกแบบเครื่องประดับ

กระบวนการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ก็เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) ขั้นตอนการ Define คัดกรองข้อมูลจากสิ่งที่ประชากรที่ศึกษาให้ความสำคัญ และขั้นตอน Generate idea เพื่อสร้างสรรค์ไอเดียการออกแบบ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์จากค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ประเมินมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการออกแบบเครื่องประดับด้วยคอมพิวเตอร์ เรื่องเลขศาสตร์ไทย และเรื่องสัญลักษณ์ มาหาความสัมพันธ์เพื่อสร้างสรรค์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ได้ดังแผนภูมिนี้



ภาพประกอบ 19 แสดงแผนภูมิแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

จากแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์และสังเคราะห์หาผลลัพธ์ที่ตรงตามความต้องการมากที่สุด พร้อมทั้งผสมผสานแนวคิดเข้าด้วยกันเพื่อออกแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคล ทั้งหมด 12 แบบตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็นดังนี้

1. ภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ จำนวน 3 แบบตัวอย่าง
2. ภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน จำนวน 3 แบบตัวอย่าง
3. ภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน จำนวน 3 แบบตัวอย่าง
4. ภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก จำนวน 3 แบบตัวอย่าง

3.1.6 การคัดเลือกแบบเครื่องประดับ

เมื่อผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ทั้งหมด 4 ประเภท รวม 12 แบบตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำแบบตัวอย่างที่ได้ นำกลับไปให้กลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์อีกครั้ง และกลุ่มประชากรหญิงทั่วไปที่ชื่นชอบเครื่องประดับ หรือที่มีความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เพื่อคัดเลือกแบบตัวอย่างที่ตรงตามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านความสำเร็จ ด้านการงาน ด้านการเงิน และด้านความรัก เพื่อหาค่าน้ำหนักมากที่สุดในแต่ละแบบตัวอย่างโดยใช้มาตราประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยให้เกณฑ์ระดับ 5 คะแนน คือ

ค่าน้ำหนัก ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ

5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

มีกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ประเมิน กำหนดเป็นช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ

4.50-5.00	มากที่สุด
3.50-4.49	มาก
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	น้อย
1.00-1.49	น้อยที่สุด

ค่าน้ำหนักที่ได้มากที่สุดจากการประเมินภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ในแต่ละด้านนั้น ผู้วิจัยจะนำภาพแบบตัวอย่างที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด มาพัฒนาอีกครั้งให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และนำแบบแหวนที่พัฒนาแล้วมาผลิตเป็นชิ้นงานในขั้นตอนต่อไป

3.1.7 การพัฒนาและผลิตชิ้นงานต้นแบบ

ขั้นตอนในการพัฒนาและผลิตชิ้นงานต้นแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ก็เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) ขั้นตอน Prototype การสร้างต้นแบบหรือสินค้าจำลอง โดยการนำผลการคัดเลือกแบบแหวนตัวอย่างที่ตรงตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่มีอันดับสูงสุดอันดับแรก ในแต่ละประเภทของความต้องการ ได้แก่ ด้านความสำเร็จ ด้านการงาน ด้านการเงิน และด้านความรัก พร้อมนำแบบที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้แบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยที่สมบูรณ์ ก่อนนำมาผลิตชิ้นงานต้นแบบตามแนวคิดกระบวนการผลิตเครื่องประดับสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

3.1.7.1. พัฒนาแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ได้จากการประเมินภาพแบบตัวอย่าง

3.1.7.2. ปรับปรุงออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ผ่านการพัฒนาแบบตัวอย่างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (CAD) ให้สมบูรณ์อีกครั้ง

3.1.7.3. ผลิตชิ้นงานต้นแบบที่ทำจากแว็กซ์ (CAM) ด้วยเครื่อง RP (Rapid prototype)

3.1.7.4. นำแว็กซ์ที่ได้เข้าสู่กระบวนการผลิตเครื่องประดับ ตามลำดับ

3.1.7.4.1. การหล่อตัวเรือนเครื่องประดับ

3.1.7.4.2. การแต่งตัวเรือนเครื่องประดับ

3.1.7.4.3. การฝังอัญมณี

3.1.7.4.4. การตัดตัวเรือนเครื่องประดับ

3.1.7.4.5. การชุบเครื่องประดับ

3.1.7.4.6. การตรวจสอบชิ้นงาน

กระบวนการผลิตข้างต้นนี้เป็นขั้นตอนในการผลิตเครื่องประดับพื้นฐานที่สำคัญ สะดวก ง่าย รวดเร็ว ใช้ระยะเวลาในการผลิตสั้น และมีคุณภาพของสินค้าได้มาตรฐานสากลตาม ธุรกิจเครื่องประดับ

3.2 การดำเนินงานวิจัยชั้นปลาย เพื่อออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับตามหลักเลข ศาสตร์ไทย

เป็นกระบวนการนำผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงานในขั้นต้น คือ การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย นำมาวิเคราะห์ตามแนวคิดการเพิ่มมูลค่า แนวคิดส่วนผสมการตลาด และแนวคิดกลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณี และเครื่องประดับ เพื่อออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับตามหลักเลขศาสตร์ไทย รวมทั้งการสร้าง กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการฟื้นฟูเศรษฐกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับ หลังโรคระบาดโควิด 19 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) ในขั้นตอนการ Test การทดสอบตลาด หรือ Marketing testing วิเคราะห์ลักษณะตลาด เพื่อสร้างธุรกิจที่ตอบรับของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.2.1. ขั้นตอนวิเคราะห์ Value Proposition Canvas ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1.1.1. Customer segment เป็นการศึกษาทำความเข้าใจจากตัวลูกค้าหรือ ผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย

3.2.1.1.1. Customer job ศึกษาความต้องการขั้นพื้นฐานของลูกค้า จากสิ่งที่ลูกค้าต้องทำ

3.2.1.1.2. Pain ปัญหา ความกังวลใจ หรือความยุ่งยากที่ลูกค้า กำลังเผชิญ

3.2.1.1.3. Gain ความคาดหวังพิเศษอื่นๆ ที่เหนือความต้องการ พื้นฐาน หรือเหนือทางเลือกอื่นๆ

1.1.1.2. Value proposition เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณสมบัติและคุณค่าของ สินค้าหรือการบริการ ประกอบด้วย

3.2.1.2.1. Product or service คุณค่าที่สินค้า หรือบริการนำเสนอ ให้แก่ลูกค้า

3.2.1.2.2. Pain reliever ป้องกัน แก้ไข หรือบรรเทาปัญหาให้แก่ลูกค้า

3.2.1.2.3. Gain creator สร้างความประทับใจด้วยสิ่งพิเศษ

3.2.2. ขั้นตอนวิเคราะห์ Business Model Canvas

3.2.2.1. Customer Segment ที่ได้จากการวิเคราะห์ Value Proposition Canvas

3.2.2.2. Value Proposition ที่ได้จากการวิเคราะห์ Value Proposition Canvas

3.2.2.3. Channels ช่องทางในการเข้าถึงสินค้าและบริการ

3.2.2.4. Customer Relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า

3.2.2.5. Revenue Streams ช่องทางการสร้างรายได้

3.2.2.6. Key Activities กิจกรรมหลักของธุรกิจ

3.2.2.7. Key Resources ทรัพยากรหลักของธุรกิจ

3.2.2.8. Key Partners พันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ

3.2.2.9. Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่าย

3.2.3. ขั้นตอนวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 8P

3.2.4. ขั้นตอนวิเคราะห์กลยุทธ์ PRIME-A

ในกระบวนการออกแบบแผนธุรกิจตามหลักเลขศาสตร์ไทย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาออกแบบแผนธุรกิจ และกลยุทธ์ สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ หรือ SMEs ที่มีความสนใจในธุรกิจเครื่องประดับตลาดความเชื่อ ที่ต้องการฟื้นฟูธุรกิจ สภาพคล่อง ภายใต้สถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นต่อไป

บทที่ 4

ผลการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เพื่อให้ได้ผลออกมาซึ่งตัวต้นแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาตามขอบข่ายและขั้นตอนต่างๆ จนกระทั่งได้ออกแบบแหวนขึ้นมาเป็นตัวต้นแบบ และประเมินความพึงพอใจให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ได้จากกลุ่มประชากร
- 4.2 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มประชากร
- 4.3 ผลลัพธ์ของการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
- 4.4 ผลลัพธ์การคัดเลือกและประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์
- 4.5 ผลการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

4.1 ข้อมูลการสัมภาษณ์ที่ได้จากกลุ่มประชากร

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ได้จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างตามที่ผู้วิจัยกำหนดนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- 4.1.1. ข้อมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย
- 4.1.2. ข้อมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรที่ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
- 4.1.3. ข้อมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

4.1.1. ข้อมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย

การสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเรียนเชิญและขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญทางด้านเลขศาสตร์ไทย ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย จากความนิยม ชื่อเสียง ระยะเวลาในการทำงานหรือทำนายดวงชะตา การเป็นการแสด เป็นที่ยอมรับหรือเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายของผู้เชี่ยวชาญ และสามารถที่จะสืบค้นหรือติดตามผลงานของ

ผู้เชี่ยวชาญได้ตามสื่อสังคมออนไลน์ ณ ปัจจุบัน ด้วยความอนุเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญที่ตอบรับ
ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย มี 3 ท่าน ได้แก่

1. อาจารย์แม็ค ครูโหร หรือ อาจารย์แม็ค ราชาดัวเลข
2. หมอจอร์จ หรือ หมอดูขย่ำกระดาศ
3. คุณแก้ว นพแก้ว

ประวัติความเป็นมา และข้อมูลการสัมภาษณ์ อาจารย์แม็ค ครูโหร หรือ อาจารย์แม็ค ราชาดัวเลข

อาจารย์แม็ค ครูโหร หรือ อาจารย์แม็ค ราชาดัวเลข ผู้เชี่ยวชาญด้านตัวเลขตาม
หลักโหราศาสตร์มากกว่า 50 ปี โดยอาจารย์ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายผ่าน
สื่อโทรทัศน์อย่างเช่น รายการวีดีทัศน์ตีตี่มาคุย รายการแฉ รายการชี้ช่องรวรย รายการว่าว!แหวน
แหวน เป็นต้น และสามารถติดตามอาจารย์แม็คได้ โดยผ่านช่องทางสื่อโซเชียล เช่น เฟสบุ๊ก :
Kingnumber เบอร์มงคล



ภาพประกอบ 20 แสดงผลงานของ อ.แม็ค ผ่านรายการวีดีทัศน์ ตีตี่มาคุย ทางโมเดิร์น 9
ออกอากาศเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2557



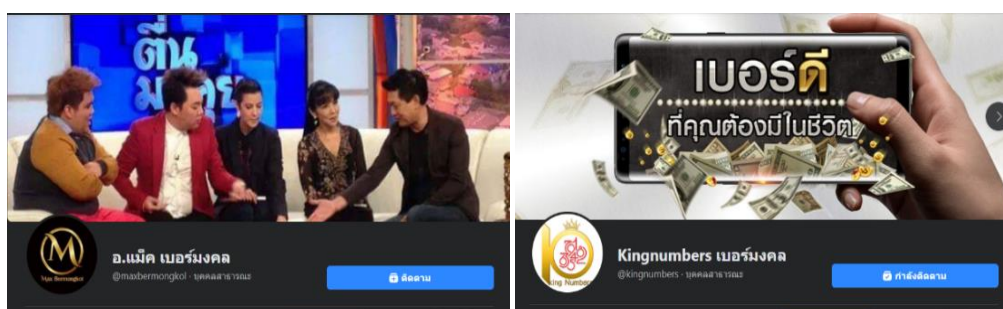
ภาพประกอบ 21 แสดงผลงานของ อ.แม็ค ผ่านรายการแฉ ทาง GMM25
ออกอากาศเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2559



ภาพประกอบ 22 แสดงผลงานของ อ.แม็ค ร่วมกับบริษัท Origin Property
ผ่านการ Live ในแอปพลิเคชัน Lazada วันที่ 6-9 กันยายน 2562



ภาพประกอบ 23 แสดงผลงานรวมของ อ.แม็ค กับดารานักแสดง พิธีกรรายการต่างๆ



ภาพประกอบ 24 แสดงเพจเฟซบุ๊ก : อ.แม็ค เบอร์มิ่งคัล และเพจ Kingnumbers เบอร์มิ่งคัล
มีผู้ติดตาม 10,398 คน เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2564

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเลขศาสตร์ไทย ที่สัมภาษณ์อาจารย์แม่ค ครูโหร หรืออาจารย์แม่ค ราชาตัวเลข ซึ่งอาจารย์ได้แนะนำการเลือกใช้เลขศาสตร์ เลขมงคล ดังนี้

“ผมแนะนำแผ่นยันต์โสฬสมงคลนะ เป็นแผ่นยันต์ที่พระเกจิอาจารย์ท่านทำให้ สามารถใช้ได้ทุกอย่าง หน้าที่การงาน เสริมโชคลาภ เสริมเงินทอง สามารถใช้ได้หมด เสมือนยันต์ครอบจักรวาล และในแผ่นยันต์โสฬสมงคลก็มีตัวเลข นับแต่เลข 0 จนเลขเสียทุกเลขที่มีอยู่ แต่ต้องใช้ใช้อย่างมีสติ และมีหลายตัวเลข ที่นี้มาลดทอนตัวเลขลงก็จะเหลือแค่ 9 ตัวเลข นั่นคือเลขของ เทวนพเคราะห์ทั้ง 9 ที่มีการจัดวางเรียงตำแหน่งของ 9 ตัวเฉพาะเทวนพเคราะห์ห้องคั่นนั้น เพียงแต่พลังกำลังจะลดลงจากยันต์โสฬสมงคลเท่านั้นเอง ซึ่งในเลขชุดนั้นอยู่ในตำแหน่งที่สมบูรณ์แล้ว มีเลขคู่มีมิตร คู่สมพล คู่ธาตุ และการแก้ความเป็นกาลกิณีไว้เรียบร้อยแล้ว หรือไม่คุณก็เอาสัญลักษณ์ประจำเทวนพเคราะห์มาใช้ก็ได้

ในการเลือกใช้เลขมงคลในแต่ละด้าน ให้อ่านตัวเลขจากระบบทศชา 9 ช่อง ได้แก่ บรพวาร อายุ เดช ศรี มูละ อุตสาหะ มนตรี กาลกิณี ยกตัวอย่างเช่น เกิดวันอังคาร เลข 3 คือบรพวาร, 4 คืออายุ, 7 คือเดช, 5 คือศรี, 8 คือมูละ, 6 คืออุตสาหะ, 1 คือมนตรี และ 2 คือกาลกิณี ถ้าพูดถึงเรื่องความรัก สำหรับผู้ชายก็คือเมีย ฉะนั้นใช้เลข 35 (เพราะ 5 คือเลขคู่สมพล) ถ้าเป็นผู้หญิง ตำแหน่งมนตรีคือผัว ฉะนั้นใช้เลข 16 (เพราะ 1 คือเลขคู่เลขสมพล) ในส่วนของเรื่องงาน ในทางโหราศาสตร์มี 2 อย่าง คือ ตำแหน่งหน้าที่การงาน และงานที่ดำเนินการ ถ้าต้องการให้อยู่ในตำแหน่งนานๆ ฉะนั้นใช้เลข 71 (เพราะ 1 คือเลขคู่ธาตุ) ถ้าต้องการให้ตำแหน่งมันใหญ่ขึ้น ก็ใช้เลข 74 (เพราะ 4 คือเลขคู่สมพล) ถ้าต้องการให้มีคนเข้ามาช่วยเหลือคุณเยอะ ก็ใช้เลข 78 (เพราะ 8 คือเลขคู่มิตร)

นอกจากนี้ยังมีตัวเลขมงคลจากทางฮินดู เทพเจ้าที่เขานับถือกันจากอักษร “ ॐ ” หรือที่เรียกว่า โอม” ในทางฮินดูหมายถึงเลขมงคล 30 หรือ สามารถแทนได้ด้วยเลข 678 ซึ่งเป็นตัวแทนขององค์เทพ คือ 6 แทนพระนารายณ์หรือพระวิษณุ , 7 แทนพระศิวะ และ 8 แทนพระพรหม และในทางฮินดูชายหญิงจะไม่แยกจากกัน ดังนั้น เลข 142 เป็นตัวแทนของชายา คือ 1 แทนพระลักษมี (ชายาของพระนารายณ์), 4 แทนพระแม่

ทูลคา (ชายาของพระศิวะ) และ 2 แทนพระสุรัสวดี (ชายาพระพรหม) ก็
สามารถนำชุดเลข หรือคู่เลขไปใช้ได้ และมีที่มาที่ไปอธิบายไป”

อาจารย์แม็ค ครูโหระ

ส่วนรูปแบบสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นมงคล ซึ่งอาจารย์ได้แนะนำการเลือกใช้
รูปแบบ สัญลักษณ์ ดังนี้

“ก็ใช้กลุ่มตัวเลขจากที่ผมแนะนำไป หรือใช้สัญลักษณ์ประจำเทวนพ
เคราะห์แทนตัวเลขได้ มาออกแบบเป็นเครื่องประดับก็ได้ เพราะเทพเจ้าของ
ฮินดูจะมีสัญลักษณ์ของธงนี้ประดับอยู่เสมอที่เทวนพเคราะห์ เสมือน
สัญลักษณ์ธงชัย อาจจะออกแบบให้สอดคล้องกับสัญลักษณ์ก็ได้ และมีที่
ไปที่มาอ้างอิงได้”

อาจารย์แม็ค ครูโหระ

**ประวัติความเป็นมา และข้อมูลการสัมภาษณ์ หมอคุณย่ากระดาศ หรือ หมอ
จอร์จ**

หมอคุณย่ากระดาศ หรือ นายภาคินันท์ สุทธิสาร (หมอจอร์จ) อายุ 39 ปี อาชีพ
หลักคือเป็นที่ปรึกษา และนักพยากรณ์ดวงชะตา โดยการให้ผู้ทำนายย่ากระดาศ จึงเป็นเทคนิค
ในการทำนายดวงชะตาที่แปลก และมีความน่าสนใจอย่างมาก จนทำให้ชื่อเสียงของหมอจอร์จ
เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย พร้อมได้ออกหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ “ย่ากระดาศ ญาณสัมผัสอ่านชะตา
ชะตา” และเป็นกระแสดังสามารถออกรายการ Perspective ทางโมเดิร์น 9 ทีวี



ภาพประกอบ 25 แสดงหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ “ย่ากระดาศ ญาณสัมผัสอ่านชะตา”



ภาพประกอบ 26 แสดงผลงานของหมอดูจอร์จ ผ่านรายการ Perspective ทางโมเดิร์น 9 ที่ี้ออกอากาศวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2559

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเลขศาสตร์ไทย ที่สัมภาษณ์ หมอดูจอร์จ ซึ่งได้แนะนำการเลือกใช้เลขศาสตร์ เลขมงคล ดังนี้

“หากมองเฉพาะมุมเลขศาสตร์เองปัจจุบันต้องนับว่ามี 3 แนว
ความเชื่อเกี่ยวกับเลขของความสำเร็จนะ คือ มันรวมเลยทุกเรื่อง

1). แนวเลขศาสตร์ทั่วไป เลขความสำเร็จตรงนี้มีหลากหลายจะ
การงาน การเงิน ก็ดีจะเป็นเลขกลุ่ม เช่น 45 54 56 64 65 แต่ถ้าเจาะ
ความรักแบบคู่จะเป็น 36 ความรักแนวครอบครัวก็ 63

2). แนวเลขมังกร เลขหงส์ 789, 289, 282, 829, 287, 879, 878,
787 โดยมากพ้อยต์ไปที่ความร่ำรวย กิจการ อำนาจ วาสนา บารมี ของ
แนวอิทธิพลจีนเสียมากกว่าความหมายทางตัวเลขไทย

3). แนวเลข 168 รวยไม่สิ้นสุด ตรงนี้ก็อิทธิพลทางจีนเช่นกัน เป็น
การเล่นความหมายคำที่เรียงสานต่อกัน แล้วเจาะเรื่องความรักด้วยเลข 61
62”

หมอดูจอร์จ

ส่วนรูปแบบสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นมงคล ซึ่งหมอดูจอร์จได้แนะนำการ
เลือกใช้รูปแบบ สัญลักษณ์ ดังนี้

“ก็เอาตัวเลขมาทำเลย เช่น แหวน สร้อย ที่มีสลักเลข 9, 168, 888
หิน ฮวงจุ้ยที่ลักษณะคล้ายเลข 8 ที่หมายถึง ความไม่สิ้นสุด หรือ
infinity”

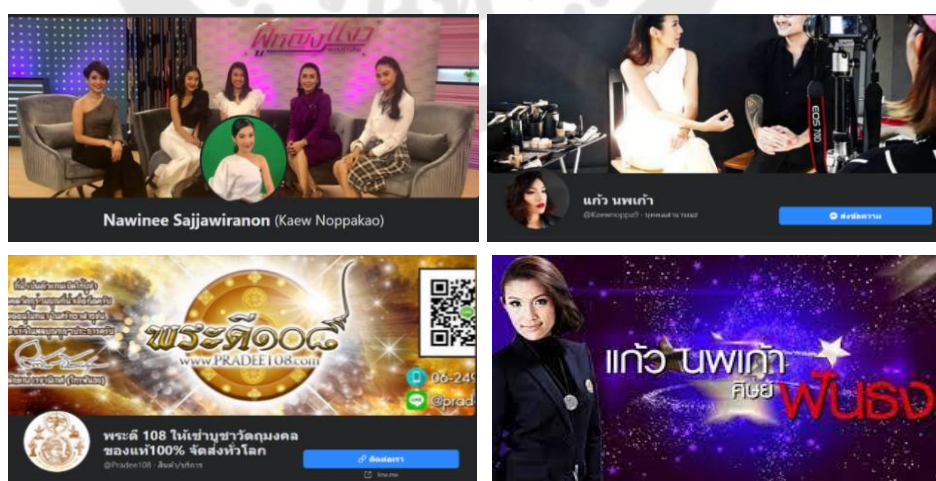
หมอดูจอร์จ

ประวัติความเป็นมา และข้อมูลการสัมภาษณ์ คุณแก้ว นพแก้ว

คุณแก้ว นพแก้ว หรือ คุณนาวิณี สัจจะวิรานนท์ นักพยากรณ์ดวงชะตา (ลูกศิษย์ อาจารย์ลักษณะ เรขานิเทศ หรือ โหรพินธง ครูโหราศาสตร์ชื่อดังที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย) ประสบการณ์ในการพยากรณ์ดวงชะตา 14-15 ปี ณ ปัจจุบัน เป็นผู้บริหารบริษัท พระดี 108 จำกัด ประมาณ 10 ปี พร้อมทั้งเป็นผู้ดำเนินรายการและนักพยากรณ์ในเฟสบุ๊คส์เพจ “พระดี 108” รายการพินธงวาไรตี้ รายการสุดยอดพินธง รายการถอดรหัสดวง และให้ข้อมูลทางด้านโหราศาสตร์กับ INN ในรายการผู้หญิงยกกำลังเก้า ทางช่อง 3 เป็นต้น



ภาพประกอบ 27 แสดงผลงานของคุณแก้ว นพแก้ว ในแอปพลิเคชัน Clubhouse



ภาพประกอบ 28 แสดงเฟสบุ๊คส์ของคุณแก้ว นพแก้ว และเฟสบุ๊คส์เพจ “พระดี 108” ซึ่งมีผู้ติดตามรวมทั้งหมด 13,620 คน ณ วันที่ 10 เมษายน 2564

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเลขศาสตร์ไทย ที่สัมภาษณ์ คุณแก้ว นพแก้ว ซึ่งได้แนะนำการเลือกใช้เลขศาสตร์ เลขมงคล ดังนี้

“ตัวเลขด้านความสำเร็จ ความร่ำรวย การเงิน เศรษฐกิจ ก็พวกเลข ยกหลักสิ่ว (168 หรือเลขเจ้าสัว) หรือ ทะเบียนรถจำพวก 9 หน้า 9 หลัง มันคือความเชื่อพื้นฐาน หรือพวกค้าขายมีเสน่ห์ 46, 52 หรือพวกศิลปิน นักแสดงควรจะมี 6, 8 ส่วนเรื่องความสำเร็จในด้านการงาน เพราะงาน มันมีไม่เหมือนกัน เช่น ค้าขายควรใช้เลขคู่มหาเสน่ห์ 23, 64, 52 ถ้าข้าราชการต้องมีเลข 5 หมอ ทหาร นักบริหาร นักปกครอง 59, 51 คือเลข คู่ยศศักดิ์ มันแล้วแต่อาชีพด้วย ส่วนด้านความรักมันเป็นเรื่องที่ซับซ้อน ต้องดูที่พื้นดวงก่อนว่ามีหรือไม่ ถ้าไม่มีแล้วจะเสริมอย่างไร แต่ถ้าเป็น ภาพรวมของความรักเลข 64 (ดาวคู่เช็กส์) 69 (ดาวคู่เช็กส์) มันจะดึงดูด เพศตรงข้าม สร้างการพุดคุย”

คุณแก้ว นพแก้ว

ส่วนรูปแบบสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นมงคล ซึ่งคุณแก้ว นพแก้ว ได้แนะนำการ เลือกใช้รูปแบบ สัญลักษณ์ ดังนี้

“ทำเพชรในรูป infinity ออกมา แล้วก็ให้ความหมายมากมาย รวย ไม่รู้จัก ผู้คนก็ซื้อแล้ว ดังนั้นมันอยู่ที่ content ที่นำเสนอออกมา สร้าง story ให้กับมัน แล้วถ้าเลขศาสตร์มาผนวกกับเครื่องประดับยังไม่น่าก็ได้ เพราะเลขศาสตร์กับอัญมณียังไม่น่าสัมพันธ์กัน เช่น พระจันทร์คือ ไข่มุก พุทธคือมรกต หรือศุกรคือเทอร์ควอยซ์ เป็นต้น ส่วนรูปแบบมัน จะต้องออกแบบให้มันสวยงาม แต่มันต้องพิเศษเพื่อให้มันมีคุณค่า มากขึ้น ตัวเลขที่นำมาใช้อาจจะใช้ตัวเลขจากกำไลวัน ให้ตรงกับวันที่เกิด ของแต่ละคน มันจะทำให้คนไทยเข้าใจมากกว่า”

คุณแก้ว นพแก้ว

4.1.2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรที่ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

การสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรที่ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้วิจัยได้ ดำเนินการเรียนเชิญและขอความอนุเคราะห์ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ หรือ

ประกอบอาชีพอยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่สำคัญทางด้านการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ และการตลาดความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับเครื่องประดับ ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกจากลักษณะแนวทางธุรกิจของบริษัท หรือผู้บริหาร ที่ดำเนินการจนถึงปัจจุบัน โดยมีหลายเหตุผลในการคัดเลือก เช่น การเป็นที่รู้จักอย่างยาวนานในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ การเป็นที่ยอมรับ ชื่อเสียง แปรณดที่ก่อตั้ง รวมทั้งความนิยม การเป็นการแสด ในสื่อสังคมออนไลน์ จนเป็นที่ยอมรับหรือเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย และสามารถที่จะสืบค้นหรือติดตามผลงาน แปรณดของผู้ประกอบการได้ตามสื่อสังคมออนไลน์ ณ ปัจจุบัน ด้วยความอนุเคราะห์ของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับที่ตอบรับร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย มี 5 ท่าน ได้แก่

1. คุณวิณา มณีใส กรรมการผู้จัดการบริษัท Orgemme Creation จำกัด และแปรณด Maneesai
2. คุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร ผู้บริหารห้างร้านเพชรโอ๊วเอียะเซ้ง (A.Seng Jewelry since 1951)
3. คุณทวี อินชัยบุรณ์ ผู้บริหารห้างร้านทวีเจมส์ (Taweegems)
4. คุณกัญญนันท์ นิลวัฒน์จศิริ ผู้บริหารร้านเพชร New Diva Diamond
5. คุณพชรพรรณ ลิฟหัตนรักษ์ ผู้บริหารแปรณด เดอ ลิฟห์ (De linha)

ประวัติความเป็นมา และข้อมูลการสัมภาษณ์คุณวิณา มณีใส

คุณวิณา มณีใส อายุ 55 ปี กรรมการผู้จัดการบริษัท Orgemme Creation จำกัด ก่อตั้งปี ค.ศ. 2000 และผู้บริหารธุรกิจเครื่องประดับภายใต้แปรณดสินค้า Maneesai ก่อตั้งปี ค.ศ. 2018 สถานที่ตั้งบริษัทเลขที่ 1, 3 ซอยสันติภาพ แขวงสีพระยา เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โดยอยู่ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมากกว่า 30 ปี และบริษัทเน้นการรับจ้างผลิตให้กับกลุ่มลูกค้ายุโรป ให้กับแปรณดต่างๆ ต่างๆ มากมาย ส่วนในไทยก็เริ่มมีการจำหน่ายปลีกในปี 2011 เป็นต้นมา โดยการออกงานแสดงสินค้าต่างๆ เน้นกลุ่มตลาดแบบ Mid-High เน้นคุณภาพของสินค้าอย่างมาก สัดส่วนของงานก็จะมีเครื่องประดับเงินฝังพลอยแท้ และงานเครื่องประดับทองฝังเพชรพลอยแท้ที่มีคุณภาพสูง



ภาพประกอบ 29 แสดงคุณวิณา มณีไส กรรมการผู้จัดการบริษัท Orgemme Creation จำกัด และแบรนด์ Maneesai

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ที่สัมภาษณ์คุณวิณา มณีไส ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ ดังนี้

“ปกติแล้วทางบริษัทของเราเป็น OEM แล้วทำ Wholesale ถึง 100% จนเราเริ่มมามองเห็นบริษัทเพื่อนๆ หรือที่เรารู้จัก เกิดปัญหาสถานะทางการเงิน เครดิตเทอมที่ยาวนาน เราก็เริ่มที่จะผันตัว โดยการขายปลีกมากขึ้น OEM ลดลง จนมาอยู่ที่ 50-50 เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจนถึงปัจจุบัน แต่ก็ทำให้ยอดขายของเราลดลง แต่ทางเราก็มั่นใจในเรื่องของคุณภาพสินค้า มาตรฐานต่างๆ ลูกค้าบางรายก็กลับมาสั่งสินค้าเราอีกครั้ง แต่ในจำนวนที่ลดลง เนื่องจากเงื่อนไขการให้เครดิตของเราระยะเวลาสั้น ก็ทำให้เราเกิดจุดเปลี่ยนมาทาง Retail มากขึ้น

โดยส่วนตัวเราจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1). ผู้ขายขายให้กับ Professional คือผู้ซื้อที่ซื้อไปเพื่อไปขายต่อ หรือ B2B ซึ่งยังคิดว่าแบบนี้ยังคงเหนียวอยู่ เรื่องของสภาพทางการเงินที่มีอยู่ อาจจะต้องใช้เวลา 2-3 ปี และ 2). แบบ B2C ซึ่งเราก็แบ่งออกเป็น 2 ทาง คือทางที่ผลิตสินค้าออกมามีคุณภาพ ซึ่งทางนี้ไปได้ยอดขายของบริษัทไม่ตก เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อ และทางที่ผลิตออกมาในราคาถูก ซึ่งทางนี้คิดว่าน่าจะยากอยู่ เพราะจากยอดขายที่เกิดขึ้นหลังจากมีโควิด

กลยุทธ์ช่วงแรกของการทำการตลาดในไทย เราใช้ตัวเราเป็นฟรีเซ็นเตอร์ เป็น Brand ambassadors เพราะเราไปจำหน่ายสินค้าเองโดย

ตลอดจนทำให้ลูกค้าเห็น รู้จัก จนทำมาได้ 5-6 ปี ทำให้เห็นปัญหาจากการตัดสินใจซื้อของลูกค้า คือ ลูกค้ายึดติดกับตัวเรา ถ้าไม่เจอเรา เขาไม่ซื้อ หลังจากนั้นปี 2018 จึงเริ่มเปลี่ยนกลยุทธ์โดยการดึงตัวเองออกจากจุดเดิม โดยการสร้างแบรนด์ใหม่ขึ้นมา ซึ่งไม่ให้ยึดติดกับบุคคล แต่ให้อยู่ภายใต้บริษัทเดิม แต่ลูกค้าโดยส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูล ชมสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย แต่ไม่มีการสั่งซื้อผ่านทางนั้นกลับตอบรับผ่านการมาชม มาสั่งซื้อทางบริษัทมากกว่า

คือเราคิดว่าเราโชคดีนะ ที่เรามองเห็นอนาคต แล้วเราก็ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจก่อนที่มีโควิด ทำให้เรามีกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้น ลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ เพียงแต่เราก็ต้องทำการศึกษาในรูปแบบออนไลน์ สื่อโซเชียลมากขึ้น”

คุณวิณา มณีใส

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ และความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ คุณวิณา มณีใส ได้ให้ข้อมูลดังนี้

“คิดว่าไปได้อีกไกลมาก มีช่องทางมากมาย เช่น แปรนด์ที่สร้างขึ้นมาแล้วเราก็ใช้ความศรัทธาให้กับเครื่องประดับ ความโบราณ เรื่องราวหรือผู้ใช้ที่ศรัทธาในเครื่องประดับ

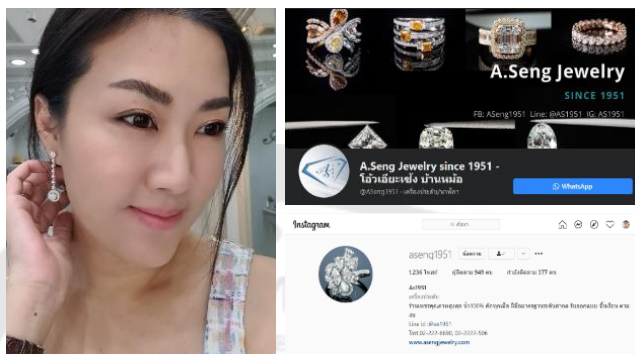
ถ้ามองจากกระแสที่เกิดขึ้นแล้ว มองว่าจากกลุ่มที่มีความเชื่อด้านนี้ กระแสนั้นน่าจะไปได้ เพราะคนต้องการเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจมากขึ้น จากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ณ ปัจจุบัน ซึ่งงานควรจะมีเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อไม่ให้ความเชื่อ ความศรัทธาลดลง”

จริงๆ แล้ว ศาสตร์เรื่องของตัวเลขมงคลมันมีมานานแล้ว ในฝั่งยุโรป ที่ในทางเอเชียฝั่งจะมีการรับรู้ขึ้นมา เนื่องจากการสร้าง Story ดังนั้นในไทย เห็นได้จากเลข 8 จาก Infinity เลข 9 แสดงถึงรัชกาลที่ 9 ก้าวหน้า ดังนั้นสองเลขนี้สำหรับไทย คิดว่าก็ยังคงอยู่ต่อไปไม่มีวันตกเทรน ที่นี้ก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบ แต่สำหรับต่างประเทศนิยมเลข 7 เพราะฉะนั้นเครื่องประดับที่เกี่ยวกับตัวเลข เราคิดว่ามันมีตัวเลขบางตัวไปได้ตลอดแต่ไม่ใช่ทั้งหมด เว้นแต่จะมีการสร้างกระแส หรือ Story ให้กับตัวเลข”

คุณวิณา มณีใส

ประวัติความเป็นมา และข้อมูลการสัมภาษณ์ คุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร

คุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร (คุณปอ) ผู้บริหารห้างร้านเพชรไฉ่เยะเซ่ง (A.Seng Jewelry since 1951 หรือ AS.1951) 11 ปี ซึ่ง บริษัทห้างร้านก่อตั้งตั้งแต่ปี 1951 สถานที่ตั้งร้าน เลขที่ 24 ถนนบูรพา แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200 หรือ ดิโอลด์สยามพลาซ่า C102 ชั้น 1 โดยจัดจำหน่ายเครื่องประดับทอง ประดับเพชรเป็นหลักถึง 99%



ภาพประกอบ 30 แสดงคุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร ผู้บริหารห้างร้านเพชรไฉ่เยะเซ่ง

(A.Seng Jeweley since 1951)

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ที่สัมภาษณ์คุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ ดังนี้

“โดยปกติแล้วทางร้านเน้นการขายปลีกผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น แต่เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนเข้าสู่การจัดจำหน่ายแบบออนไลน์มากขึ้น ทางบริษัทก็เริ่มหันมาทำการตลาดในรูปแบบนี้มากขึ้นในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

เนื่องจากในช่วงโควิดทำให้เราได้มาศึกษา และมองเห็นร้านอื่นยังสามารถขายได้ นั้นหมายความว่า ความต้องการของตลาดยังมี เพียงแต่เขายังหาเราไม่เจอ และเราก็อังไม่เจอกับเขา ถ้าเราได้เจอกัน ความต้องการมันตรงกันตาม Target group ที่ใช่ ทำให้เรามั่นใจว่าธุรกิจมันสามารถดำเนินต่อไปได้ แต่ก็ต้องคำนึงถึงค่านิยมของคนที่เปลี่ยนไปไลฟ์สไตล์คนเปลี่ยนไป จากการที่สวมใส่เครื่องประดับแสดงสถานะทางสังคม เปลี่ยนเป็นการทุ่มเทให้กับแบรนด์เนม การท่องเที่ยวมากกว่า

จากสถิติที่ผ่านมาเห็นกลุ่มคนที่สามารถสร้างเนื้อสร้างตัวได้แล้ววัยประมาณ 40-50 ปี เป็นช่วงที่เขาสามารถซื้อเพื่อสะสม มองว่ายังเป็น

กลุ่มเป้าหมายได้อยู่ และกลุ่มเป้าหมายที่อัดอั้นจากการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เราต้องมาเน้นการตลาดเจาะจงกลุ่มนี้ โดยปกติทางร้านเน้นเรื่องคุณภาพ ดีไซน์ ทำให้ในช่วงหลังโควิดเราต้องมาเน้นกลยุทธ์ทางด้านราคามากขึ้น แต่เมื่อสถานการณ์มันคลี่คลายมากขึ้นทางร้านก็จะกลับมาเน้นเรื่องของคุณภาพ มาตรฐานการผลิตเช่นเดิม โดยยึดมั่นในเรื่องของความจริง ไม่โกหกลูกค้า และเรื่องของดีไซน์ ต้องออกแบบให้ลูกค้ารู้สึกทรงคุณค่าสำหรับเรามากที่สุด หาที่หนีมิได้ และในอนาคตอาจจะทำให้เกิดกลุ่มคนที่กลับมาใช้จ่ายมากขึ้น หรือกลุ่มที่ระวังตัวมากขึ้นลดการใช้จ่าย จากความไม่มั่นใจในสถานการณ์ ความผันผวนของสถานการณ์ต่างๆ เช่น การเมือง สงคราม โรคระบาด จึงต้องทำให้ทางร้านต้องหากลุ่มลูกค้าใหม่ไปเรื่อยๆ โดยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์มาทางออนไลน์มากขึ้น”

คุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ และความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ คุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร ได้ให้ข้อมูลดังนี้

“ทางร้านก็มีลูกค้ากลุ่มหนึ่งที่มีความเชื่อ แล้วมาสั่งทำ เช่น การเลือกใช้เพชร จำนวนอัญมณี หรือรูปเสือ การแก้ปีชง แล้วก็ได้รับผลตอบรับกลับมาในทางที่ดี ก็ได้้นำแนวทางนี้มาเป็นกลยุทธ์ในการเรียกลูกค้าเหมือนกัน ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่มันก็ต้องขึ้นอยู่กับความเชื่อของลูกค้าด้วย เช่นกันว่ามันตรงกับเราหรือไม่ ส่วนมากทางร้านจะเน้นเรื่องของการพลอย อัญมณีสีต่างๆ ส่วนรูปแบบสัญลักษณ์ก็มีแต่ไม่ถึง 1% ของร้าน

คิดว่าเป็น Marketing แนวใหม่ เป็นการสร้างมิติใหม่ สร้างความแปลกใหม่ ความหลากหลาย ก็เป็นสิ่งที่ดีต่อการครองระดับ และอาจจะทำให้ร้านค้ามองเห็นที่จะต้องหันมาใช้กลยุทธ์นี้ได้ มาสร้างความต่างให้กับร้าน โดยส่วนตัวที่ร้านที่เคยทำ ตัวหนังสือจีนเลข 6 ผังเพชรตามความเชื่อของลูกค้า และทางร้านเคยเจียร์เพชรเป็นตัวอักษร ฉะนั้นคิดว่า ก็สามารถเจียร์เพชรเป็นตัวเลขได้เช่นกัน อาจจะทำให้เกิดความฮือฮาได้”

คุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร

ประวัติความเป็นมา และข้อมูลการสัมภาษณ์ คุณทวี อินชัยบุรณ์

คุณทวี อินชัยบุรณ์ ผู้บริหารห้างร้าน ทวีเจมส์ (Taweegems) สถานที่ตั้งเลขที่ 120 ซอยกรุงธนบุรี 6 ถนนกรุงธนบุรี แขวงบางลำพูล่าง เขตคลองสาน (ธนบุรี) กรุงเทพมหานคร 10600 ณ ปัจจุบันจำหน่ายผ่านทางออนไลน์เป็นหลักตั้งแต่ปี 2557 โดยเน้นงานเครื่องประดับทอง 9K, 18K ประดับเพชร 100%



ภาพประกอบ 31 แสดงคุณทวี อินชัยบุรณ์ ผู้บริหารห้างร้าน ทวีเจมส์ (Taweegems)

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ที่สัมภาษณ์คุณทวี อินชัยบุรณ์ ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ ดังนี้

“คิดว่ายังสดใสอยู่นะ ก่อนหน้าโควิดเราขายผ่านสื่อออนไลน์ ปัญหาที่เจอคือเรื่องของการปิดกันสื่อโฆษณา การเข้าถึงสื่อต่างๆ ที่เราทำการตลาด นี่คือผลกระทบ แต่โควิดก็มีผลในเชิงบวกทำให้เราไม่ต้องออกไปหาลูกค้าข้างนอก แต่ในทางออนไลน์กลับเป็นสิ่งที่ดี”

คุณทวี อินชัยบุรณ์

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ และความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ คุณทวี อินชัยบุรณ์ ได้ให้ข้อมูลดังนี้

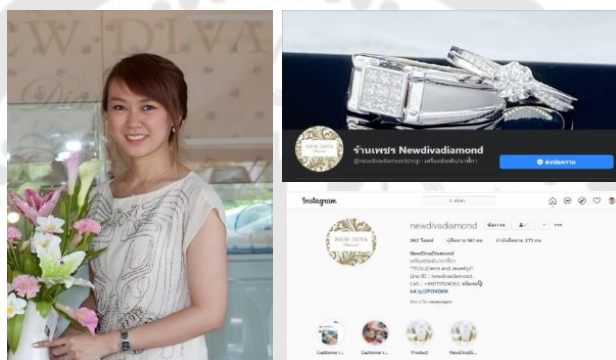
“ปกติ เครื่องประดับมงคลก็มีมานานกาลแล้วนะ แต่กลุ่มคนที่ใช้ มันจะคนละกลุ่มกัน ไม่เหมือนกัน แต่โดยส่วนตัวแล้วเครื่องประดับมงคล

“ไม่ใช้กลุ่มเป้าหมายของทางร้านเลย ส่วนใหญ่ที่ทำจะคำนวณตามน้ำหนักเพชร น้ำหนักทอง ให้ตรงกับเลขมงคล”

คุณทวี อินชัยบุรณ์

ประวัติความเป็นมา และข้อมูลการสัมภาษณ์ คุณกัญญนันท์ นีวัฒน์จศิริ

คุณกัญญนันท์ นีวัฒน์จศิริ (คุณนิว) อายุ 37 ศาสนาพุทธ ผู้บริหารร้านเพชร New Diva Diamond ก่อตั้งปี 2013 สถานที่ตั้งเลขที่ 31/9 ถนนพาดวารี ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง อุตรดิตถ์ จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000 ส่วนใหญ่บริษัทจำหน่ายงานเครื่องประดับ 18K ประดับเพชรถึง 90% ที่เหลืออาจจะเป็นเครื่องประดับพลอย งานสั่งทำ หรืองานเงินบ้างเป็นบางส่วน



ภาพประกอบ 32 คุณกัญญนันท์ นีวัฒน์จศิริ ผู้บริหารร้านเพชร New Diva Diamond

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ที่สัมภาษณ์คุณกัญญนันท์ นีวัฒน์จศิริ ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ ดังนี้

“ถ้าก่อนโควิด ฐานลูกค้าที่ร้านส่วนใหญ่มีกำลังซื้อจึงไม่ค่อยมีผลกระทบจากภายนอกเท่าไร สามารถจับจ่ายใช้สอยได้อย่างปกติ แต่หลังโควิดฐานลูกค้ากลุ่มนี้ก็มีค่าใช้จ่ายประหยัดมากขึ้น อาจเป็นเพราะเรื่องของการระงับตัว หรืออาจจะกระทบกับธุรกิจ แต่ก็ไม่ได้หยุดชะงักไปเลย

ก็คิดว่าแนวโน้มจะหันมาทางออนไลน์มากขึ้น ธุรกิจก็น่าจะเริ่มปรับตัวจริงจังในธุรกิจ เพราะไม่สามารถที่จะรอลูกค้าเหมือนเดิมที่ร้านไม่ได้แล้ว ด้วยสภาวะที่ไม่ปกติ ลูกค้าบางกลุ่มอาจเดินทางได้ไม่ปกติ

กลัวการเดินทาง ดังนั้นธุรกิจก็ต้องปรับตัวสู่ออนไลน์มากขึ้น สู่โซเชียลมากขึ้น

ก่อนโควิดลูกค้าเกือบ 100% เป็นลูกค้าที่เข้าทางหน้าร้าน หรือได้รับการแนะนำมา จากญาติจากพี่น้อง เพื่อนของเพื่อน รอบๆตัวเรา ที่เรารู้จักเกือบทั้งหมด ซึ่งเป็นฐานลูกค้าของเรา แต่หลังจากโควิดก็ทำให้เราต้องลงมาสู่ออนไลน์ ลงภาพลงรูปมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าใหม่ที่ไม่รู้จักเรา เพื่อให้ลูกค้าเห็นเราในมุมกว้างมากขึ้น จากฐานลูกค้า 100% ก็เปลี่ยนเป็น 70/30 เป็นลูกค้าออนไลน์มากขึ้น”

จริงๆ แล้วในทางธุรกิจก็น่าจะมีการปรับตัว บางร้านก็อาจจะใช้ออนไลน์ถึง 80% ไปแล้ว ผู้ที่เริ่มต้นใหม่อาจจะต้องใช้ระยะเวลา ความเชื่อใจ ความมั่นใจของลูกค้าเป็นหลัก การป้อนข้อมูลให้กับลูกค้า เช่น เราเป็นใคร เราทำอะไร เชื่อใจเราได้ด้วยวิธีไหน ทำให้ลูกค้าเห็น เริ่มไว้วางใจถึงจะเป็นการย้อนกลับมาซื้อสินค้าของเรา”

คุณกัญญนันท์ นິวัฒน์จศิริ

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ และความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ คุณกัญญนันท์ นິวัฒน์จศิริ ได้ให้ข้อมูลดังนี้

“ก็เป็นตลาดหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะในช่วงหลังๆ เห็นลูกค้ามีความเชื่อมากขึ้น ส่วนมากก็จะเป็นอัญมณีประจำวันเกิด อัญมณีเสริมโชคชะตา อัญมณีที่ช่วยในการเสริมสิ่งดีๆ ต่างๆ ให้กับตัวเรา ซึ่งคิดว่าส่งผลต่อตัวผู้สวมใส่ในแต่ละบุคคลมากกว่า ไม่ถึงกับส่งผลวงกว้างมากมาย แต่ทุกวันนี้ก็มีกระแสของออนไลน์ที่สามารถจะทำให้สิ่งของเป็นที่รู้จักได้ง่าย ก็จะเป็นผลดีต่อธุรกิจที่เราทำ

ถ้าเรื่องความเชื่อยังงี้ก็อยู่คู่กับสังคมเรามาตลอด แต่คิดว่ายังก้าวต่อไปเรื่อยๆ ขึ้นอยู่กับว่าจะเอาจุดไหนมาทำให้คนสนใจ หรืออาจจะเป็นกระแสที่มาช่วงหนึ่งแล้วก็หายไป แต่ถ้าเป็นพลอยประจำเดือนวันเกิดก็สามารถขายได้ตลอดโดยที่ไม่หายไป

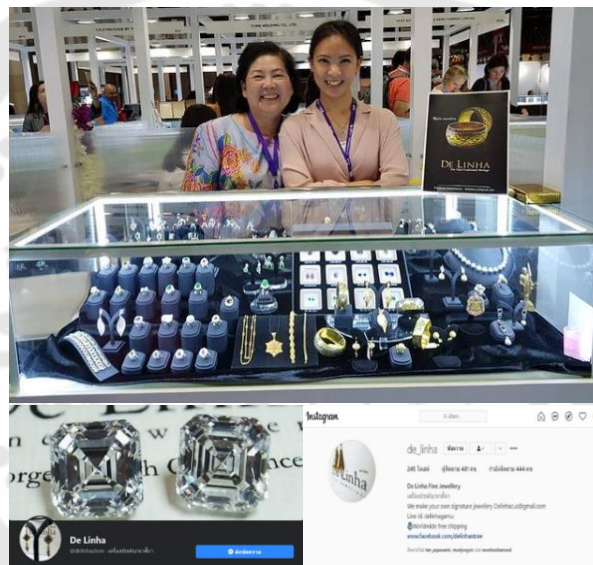
ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับลักษณะงานที่ทำมากกว่า งานสั่งทำ เช่น งานนพเก้า เลข 9 ที่ลูกค้าชอบ บางครั้งลูกค้าก็ให้มีการออกแบบให้มี

เพชร 9 เม็ด หรือ 8 เม็ด เพื่อสื่อถึง infinity แต่ก็ขึ้นอยู่กับความเชื่อของลูกค้ามากกว่า”

คุณกัญญนันท์ นีวันจงศิริ

ประวัติความเป็นมา และข้อมูลการสัมภาษณ์ คุณพชรพรณ ลีพรัตน์รักษ์

คุณพชรพรณ ลีพรัตน์รักษ์ (คุณแก้ว) อายุ 39 ปี ศาสนาพุทธ ผู้บริหารแบรนด์สินค้า เดอ ลีฟท์ (De linha) ผลิตเครื่องประดับสไตล์ Antique และจำหน่ายเพชร โดยเฉพาะเครื่องประดับงานทองประดับเพชร 70% งานพลอย 20% โดยประมาณ ส่วนที่เหลือจะเป็นพวกงานแกะลาย งานแกะสลัก



ภาพประกอบ 33 คุณพชรพรณ ลีพรัตน์รักษ์ ผู้บริหารแบรนด์สินค้า De Linha

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ที่สัมภาษณ์คุณพชรพรณ ลีพรัตน์รักษ์ ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ ดังนี้

“ก็ขอพูดถึงช่องทางในการขาย คิดว่า ณ ตอนนี้เป็น การ Disruption ที่ดีมาก ทุกคนก็เริ่มหันไปขายทางสื่อออนไลน์ และมี ยอดขายที่ดีกว่าปีที่แล้ว เพราะทุกวิชาชีพก็น่าจะได้ผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้น แต่สิ่งที่เห็นจากการซื้อเครื่องประดับออนไลน์ มีการเปลี่ยนแปลง เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เยอะมาก การตัดสินใจในราคาจากหลักพัน หลักหมื่น ก็มีการตัดสินใจเพิ่มขึ้นสูงขึ้น ในราคาที่มากขึ้น จากร้านที่น่าเชื่อถือ

การดีลิเวอรี่ การส่งถึงบ้าน ทำให้เห็นว่า E-commerce การซื้อของออนไลน์ก็โตขึ้น

ถ้ามองในภาพรวมภาพใหญ่ คนออกไปทำงานมากขึ้น รายรับมากขึ้น ก็น่าจะมีความต้องการมากขึ้น ตามหลัก Demand-Supply แต่มองว่า Home shopping หรือ E-commerce ในการขายออนไลน์น่าจะลดลง เนื่องจากการจำหน่ายเครื่องประดับมันไม่เหมือนกับธุรกิจประเภทอื่น เพราะถ้าการซื้อผ่านออนไลน์อย่างเดียวน่าจะได้แค่ simple design แต่ถ้าตามความชอบจริง จึงต้องมีการสัมผัส ลองของจริง เพราะการมองเครื่องประดับพลอย เพชร ผ่านโทรศัพท์กับของจริง มันต่างกัน

การมีหน้าร้านเป็นสิ่งที่ดีของการจำหน่ายเครื่องประดับ แต่ละ Item ก็มีกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมายมากกว่า”

คุณพชรพรรณ ลิฬหรัตนรักษ์

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ และความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ คุณพชรพรรณ ลิฬหรัตนรักษ์ ได้ให้ข้อมูลดังนี้

“จริงๆ เรื่องของความเชื่อมันมีมานานแล้ว แต่คิดว่ามันน่าจะเป็นเทรน มีขึ้นมีลง แต่ความเชื่อก็ยังคงอยู่ไม่หายไปไหน

ส่วนตัวคิดว่าเลขศาสตร์มีผลต่อหลายๆ สิ่งในภาพรวมนะ เกิดต่างกัน เวลาต่างกัน ก็ส่งผลทำให้บุคลิกต่างกัน บางคนอาจจะผ่านประสบการณ์จากการความสำเร็จความเชื่อทางเลขศาสตร์ ก็ทำให้เห็นหลายท่านหันมาทำเครื่องประดับทางด้านนี้เยอะขึ้น ขายดีด้วยทางออนไลน์ และธุรกิจอื่นที่นำความเชื่อมาใช้ ก็เห็นว่ามีมากขึ้น มีผลต่อธุรกิจมากขึ้น

ส่วนใหญ่เครื่องประดับมงคลก็ขายได้อยู่แล้ว แต่กับเครื่องประดับมงคลที่มีเลขมงคลก็เห็นว่ามีอยู่แล้ว อาจจะมีการออกแบบควบคู่กับพลอยประจำวันเกิด โดยออกแบบเป็นตัวเลขสวยงามฝังเพชรพลอย”

คุณพชรพรรณ ลิฬหรัตนรักษ์

4.1.3. ข้อมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

การสัมภาษณ์และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเรียนเชิญอาสาสมัคร และขอความอนุเคราะห์อาสาสมัครบางราย ที่สามารถให้ความร่วมมือตอบรับการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่สำคัญทางด้านการตลาดความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ไทย และการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล ผู้วิจัยได้คัดเลือกอาสาสมัครจากไลฟ์สไตล์ของประชากรที่มีความสนใจเกี่ยวกับเลขศาสตร์ จากกลุ่มสาระณะทางสื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค ชื่อ “เรียนรู้ศาสตร์ตัวเลข และโหราศาสตร์ขั้นพื้นฐาน” ที่มีสมาชิก 14,595 คน ณ วันที่ 10 เมษายน 2566 ซึ่งเป็นกลุ่มที่รวบรวมบุคคลที่สนใจเกี่ยวกับเลขศาสตร์ไทย โหราศาสตร์ไทย การทำนายทายทักดวงชะตา รวมทั้งการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจ ประสบการณ์ที่ได้นำหลักทางเลขศาสตร์ไทยไปใช้ในการดำเนินชีวิต เช่น เบอร์โทรศัพท์ ทะเบียนรถยนต์ การตั้งชื่อ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือเพื่อนสมาชิกหญิงภายในกลุ่มตอบรับร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย รวม 21 ท่าน โดยแบ่งตามลักษณะการให้คำตอบดังนี้

4.1.3.1. ผ่านการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จำนวน 3 ท่าน

4.1.3.2. ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 18 ท่าน (โดยใช้ประเด็นคำถามเดียวกัน)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์อาสาสมัครผ่านทางโทรศัพท์ตามประเด็นคำถามหลักของประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ แต่ละท่าน และข้อมูลที่ได้จากอาสาสมัครในแบบสอบถามออนไลน์ ดังนี้

ข้อมูลการสัมภาษณ์อาสาสมัครท่านที่ 1 (นามสมมุติ คือ คุณ A)

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

“อายุ 30 ปี สถานภาพโสด ศาสนาพุทธ อาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพเสริมเป็นนายหน้าขายประกัน”

คุณ A (นามสมมุติ)

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ที่สัมภาษณ์คุณ A (นามสมมุติ) ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ ดังนี้

“เนื่องจากแต่ก่อนเคยทำงานธนาคาร แล้วเจอลูกค้าที่มีความเชื่อทางด้านเลขมงคล เขาสำรวจเบอร์รหัสสาขา ว่าขึ้นต้นด้วยเลข 051 ว่าเป็นเลขมงคล จนมาเจอลูกค้าหลายท่านมากขึ้น จนมีลูกค้าท่านหนึ่งมาให้ช่วยหาเลขบัญชีธนาคารว่าวันถึงเลขที่เท่าไรแล้ว ลงท้ายด้วยเลขอะไร ? จนทำให้เราค่อยๆ ได้เริ่มศึกษา จากเฟสบุ๊ค และศึกษาเองจากอาจารย์บางท่าน จนมาใช้เลขมงคล และมีความเชื่อเรื่องชื่อสกุล วันเดือนปีเกิด ดวงดาว และเครื่องรางของขลัง

ที่เชื่อเพราะเริ่มเห็นจากลูกค้าที่เข้ามามีมากขึ้น หลายท่าน แล้วมีลูกค้าท่านหนึ่งมาทักเบอร์โทรศัพท์ที่ใช้ว่า มีเลขกันเสน่ห์ เงินไม่เข้า เสนห์ก็ไม่มี จนเราเริ่มเชื่อ แล้วเปลี่ยนมาใช้เบอร์มงคล จนเราได้โอกาสเปลี่ยนไปได้ชัดเลย ภายใน 3, 6 เดือน หลังจากนั้นก็เหมือนเบอร์ทำให้เราเจอเรื่องที่ดีขึ้น ยิ่งๆขึ้นไปอีก

สิ่งแรกก็ใช้กับเบอร์โทรศัพท์ และก็แนะนำให้กับคนรอบข้าง ตอนเลือกซื้อบ้านก็เลือกเลขที่บ้าน ทะเบียนรถ แล้วจากการที่ได้ศึกษาเรื่องเลขมงคลของการตั้งชื่อสกุล ชื่อต้นคืออยู่แล้ว เลขมงคลดีแล้ว แต่นามสกุลไม่มงคล ทำให้เราเชื่อแล้วเปลี่ยนนามสกุลให้ชีวิตดีขึ้น ความรักดีขึ้น อย่างเห็นได้ชัด”

คุณ A (นามสมมุติ)

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล และการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล
คุณ A (นามสมมุติ) ได้ให้ข้อมูลดังนี้

“ขึ้นอยู่กับกำลังซื้อของลูกค้า ถ้าลูกค้ามีกำลังซื้อน้อย ก็เป็นทองแท่ง ทองคำขาวไปเลย ถ้าจะให้เข้าถึงทุกระดับอาจจะเป็นทอง 18K เนื่องจากวัสดุแข็งแรง สวยงาม และสามารถประยุกต์ให้สวยงามได้ อาจจะมีการประดับเพชร ส่วนเรื่องสีสนัขึ้นอยู่กับความชอบความสวยงาม แต่ก็อยากได้คำแนะนำตามวันเดือนปีเกิด ตามราศี ควรใช้อะไรดีมันถึงเหมาะสมกับเรา

ส่วนตัวเลขที่ใช้ก็ต้องขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นๆ อย่าให้มีเลขกาลกิณี อาจจะทำให้การสลับเลขมงคลลงไป หรือสร้างนัยยะลงไป หรือออกแบบ

เป็นตัวเลขมงคลที่เราชื่นชอบเลยก็ดี พร้อมทำให้เป็นกระแส บุคคลอื่น
อาจจะเข้ามาถามแล้วบอกต่อ ส่งผลให้เกิดข้อดีมากกว่าข้อเสียไปเลย”

คุณ A (นามสมมุติ)

ข้อมูลการสัมภาษณ์อาสาสมัคร ท่านที่ 2 (นามสมมุติ คือ คุณ B)

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

“อายุ 28 ปี โสโด ศาสนาพุทธ อาชีพขายของออนไลน์ พวกของ
สวยงาม เครื่องประดับแฟชั่นทั่วไป และวัตถุมงคล จำพวกพระ”

คุณ B (นามสมมุติ)

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่
เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ที่สัมภาษณ์คุณ B (นามสมมุติ) ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ
ทางด้านเลขศาสตร์ ดังนี้

“ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อเกือบทุกอย่างเลย เช่น ตัวเลข ดวงดาว
วัตถุมงคล ของขลัง และแทบจะทุกศาสนาเลย เทพจากพราหมณ์ฮินดู
คือเชื่อ และสามารถเข้าวัดจีน วัดพราหมณ์ วัดที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้หมด
และรู้จักศาสตร์ด้านตัวเลขจากโฆษณาเบอร์มือถือตามสถานที่ต่างๆ ก็เพิ่ง
เริ่มศึกษามาได้ 1 ปี ศึกษาจากเฟสบุ๊คส์ หรือกลุ่มเฉพาะจากผู้ที่มีความรู้
แล้วนำมาลองใช้ เอามาพิสูจน์เอง และให้ครอบครัว น้องสาวมาลองใช้
แล้วสอบถามทีหลังว่าใช้เลขแล้วเป็นไง ดีขึ้นไหม”

การที่เราเชื่อศาสตร์ความเชื่อ มันก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เรามี
กำลังใจ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นแรงกระตุ้นให้เราอยากจะทำ
อยากจะทำมากกว่า แต่ก็ขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมรอบตัวเรา เช่นตัว
เราทำอะไรหรือป่าวให้มันดีขึ้นไหม ถ้าในอนาคตเศรษฐกิจมันหมุนเวียน
ดีกว่านี้ ทุกอย่างมันก็จะดีกว่านี้”

คุณ B (นามสมมุติ)

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล และการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล
คุณ B (นามสมมุติ) ได้ให้ข้อมูลดังนี้

“ส่วนใหญ่เป็นพระเครื่อง เป็นจี๋ สร้อยคอ ค่อนข้างมาก ชอบทอง รูปพรรณ เพราะปกติชอบใส่ติดตัว อาบน้ำ ไม่ค่อยถอดเข้าออก ส่วนเรื่องสีสันเขื่อนะ แต่ไม่ค่อยเท่าไร เอาตามความรู้สึกชอบมากกว่า รูปแบบก็ตามดีไซน์มากกว่า บางรูปแบบก็อาจจะสื่อความเป็นสิริมงคลได้ เหมือนการสะกดจิต เห็นทุกวัน มันก็จะนำไปในทางที่ดีได้ เช่น ความรัก คิดถึงรูปหัวใจ การเงินคิดถึง Infinity และถุงเงิน

ถ้าใส่เลขมงคลมันดูพิเศษขึ้น โดยเฉพาะถ้าเป็นเลขที่เราชอบด้วย ทำให้เรารู้สึกดี Special มากขึ้น โดยการสลักเลขที่ชอบลงในเครื่องประดับเลย”

คุณ B (นามสมมุติ)

ข้อมูลการสัมภาษณ์อาสาสมัคร ท่านที่ 3 (นามสมมุติ คือ คุณ C)

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

“อายุ 33 ปี สมรสแล้ว มีลูก 1 คน ศาสนาพุทธ อาชีพเป็นนิติบุคคลดูแลคอนโด เป็นผู้จัดการนิติงานดูแลและแก้ไขปัญหาให้กับลูกบ้าน”

คุณ C (นามสมมุติ)

จากส่วนหนึ่งของประเด็นคำถามหลักสำหรับประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ที่สัมภาษณ์คุณ C (นามสมมุติ) ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ ดังนี้

“เราจะเชื่อเรื่องเทพ สายทางฮินดู พระพิฆเนศ พระแม่อุมา เริ่มเรียนรู้เลขศาสตร์จากการที่มีคนที่มีความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ ด้านตัวเลขมาทักเบอร์โทรศัพท์ว่าไม่ดี แล้วเริ่มค้นหาจากในอินเทอร์เน็ต จากกลุ่มเฉพาะในเฟสบุ๊ค และถามจากประสบการณ์ผู้รู้ว่าเป็นอย่างไร

ตอนนี้คือเชื่อเบอร์มือถือ และมีแหวนด้วยการสลักตัวเลขลงไปตามตัวเลขที่เข้ากับเรามากที่สุด และก็มีลูกชาย 9 ขวบ เขียนเลขแปะไว้ที่หนังสือก็ทำให้เขาอยากรู้ อยากเรียนรู้ความหมายของตัวเลขไปด้วย

ทุกวันนี้คิดว่าคนไทยเชื่อเรื่องเลขนะ มีอาจารย์ท่านหนึ่งปล่อยเลขชุดออกมา จนพ่อค้าแม่ค้าเอามาใช้ เหมือนพวกเวปไซด์พนัน ชอบใช้

888 มันตรงกับอาชีพของเขา เลยมองว่ามันเป็นการเอาความโดดเด่นของตัวเลขมาใช้กับอาชีพ หรือตามร้านค้า มีการตั้งชื่อแล้วตามด้วยตัวเลข 26 24 หรือเริ่มมีการเปลี่ยนบ้านเลขที่ เปลี่ยนทะเบียนรถ”

คุณ C (นามสมมุติ)

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล และการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล คุณ C (นามสมมุติ) ได้ให้ข้อมูลดังนี้

“อย่างแรกมีแหวนที่สลักตัวเลข ใส่ทุกวัน ส่วนตัวก็มีแหวนรูปมังกร พันนิ้วมองเป็นเรื่องของอำนาจบารมี แหวนพญานาคมองเป็นเรื่องของสุขภาพ แหวนรูปโคมหรือแหวนพระพิฆเนศมองเป็นเรื่องของความสำเร็จ ส่วนใหญ่ก็เป็นความเชื่อส่วนตัวมากกว่า”

“ถ้ามีการสลักตัวเลขมงคลที่เราชอบก็จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้อีก สำหรับบางคนที่มีความเชื่อในด้านตัวเลขมาก ถ้าในเครื่องประดับมีนัยยะของตัวเลข ก็เหมือนเพิ่มความพิเศษมากขึ้นไปอีก มี story มากกว่า”

คุณ C (นามสมมุติ)

ข้อมูลจากอาสาสมัครผ่านแบบสอบถามออนไลน์

ข้อมูลที่ได้จากอาสาสมัครหญิง 18 ท่าน ที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ตามประเด็นคำถามมีดังนี้

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

อายุของอาสาสมัคร

อาสาสมัคร	1 ท่าน	อายุอยู่ในช่วง 23-28 ปี
อาสาสมัคร	5 ท่าน	อายุอยู่ในช่วง 29-34 ปี
อาสาสมัคร	4 ท่าน	อายุอยู่ในช่วง 35-40 ปี
อาสาสมัคร	3 ท่าน	อายุอยู่ในช่วง 41-45 ปี
อาสาสมัคร	4 ท่าน	อายุอยู่ในช่วง 46-50 ปี
อาสาสมัคร	1 ท่าน	อายุอยู่ในช่วง 51-55 ปี

สถานภาพของอาสาสมัคร

อาสาสมัคร	6 ท่าน	โสด
-----------	--------	-----

อาสาสมัคร 7 ท่าน สมรส

อาสาสมัคร 5 ท่าน หย่าร้าง

ศาสนาของอาสาสมัคร

อาสาสมัคร 18 ท่าน ศาสนาพุทธ

อาชีพ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการของอาสาสมัคร

อาสาสมัคร 6 ท่าน ธุรกิจส่วนตัว

อาสาสมัคร 4 ท่าน ข้าราชการ

อาสาสมัคร 6 ท่าน พนักงานบริษัทเอกชน

อาสาสมัคร 1 ท่าน ว่างงาน

อาสาสมัคร 1 ท่าน อิสระ

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์

คุณรู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์ เลขมงคลได้อย่างไร ? จากที่ไหน ?

อาสาสมัคร 15 ท่าน รู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์จากทางอินเทอร์เน็ต

อาสาสมัคร 3 ท่าน รู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์จากอาจารย์ท่านหนึ่ง

คุณคิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ? ทำไมถึงเชื่อเรื่องเลขศาสตร์ ?

อาสาสมัคร 13 ท่าน มีผลตรงกับความหมายของการตีความไปในทางที่ดีขึ้น

อาสาสมัคร 5 ท่าน มองว่าเป็นความเชื่อส่วนบุคคล

คุณใช้เลขศาสตร์ เลขมงคลกับอะไรบ้าง ?

ใช้กับเบอร์โทรศัพท์ มี 15 ความคิดเห็น

ใช้กับชื่อ-สกุล มี 2 ความคิดเห็น

ใช้กับบ้านเลขที่ มี 2 ความคิดเห็น

ใช้กับทะเบียนรถ มี 2 ความคิดเห็น

ใช้กับรหัสต่างๆ มี 2 ความคิดเห็น

ใช้กับเรื่องอื่นๆ มี 5 ความคิดเห็น

คุณคิดว่าคนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ เลขมงคลไปใช้กับเรื่องใด

ด้านใด ?

ใช้กับเรื่องการทำงาน มี 14 ความคิดเห็น

ใช้กับเรื่องการเงิน มี 9 ความคิดเห็น

ใช้กับเรื่องความรัก มี 4 ความคิดเห็น

ใช้กับการส่งเสริมบุคลิก มี 4 ความคิดเห็น

ใช้กับการให้กำลังใจ มี 2 ความคิดเห็น

ใช้กับเรื่องสุขภาพ มี 1 ความคิดเห็น

ใช้กับทุกๆด้าน มี 3 ความคิดเห็น

ถ้าคุณเลือกใช้เลขมงคลจะใช้กับเรื่องอะไร ความสำเร็จ การงาน การเงิน และความรัก ?

ใช้กับทุกเรื่อง มี 8 ความคิดเห็น

ใช้กับเรื่องการทำงาน มี 6 ความคิดเห็น

ใช้กับเรื่องการเงิน มี 10 ความคิดเห็น

ใช้กับเรื่องสุขภาพ มี 1 ความคิดเห็น

คุณคิดว่าความเชื่อเลขศาสตร์ เลขมงคล ที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย อะไรบ้าง ?

อาสาศมัคร 17 ท่าน มองว่าเลขศาสตร์มีอิทธิพลต่อสังคมไทย

อาสาศมัคร 1 ท่าน ไม่แน่ใจ

คุณคิดเห็นอย่างไรกับธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ? มาเป็นจุดขายของธุรกิจ ?

อาสาศมัคร 17 ท่าน เห็นด้วยกับการนำเลขศาสตร์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

อาสาศมัคร 1 ท่าน รู้สึกเฉยๆ

คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัดฤมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน
อาสาศมัคร 18 ท่าน มองว่า ณ ปัจจุบัน กระแสธุรกิจความเชื่อมีเพิ่มขึ้น
แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โควิด-19 คิดว่าจะเป็น
อย่างไร ?

อาสาศมัคร 15 ท่าน มองว่าเพิ่มขึ้น

อาสาศมัคร 3 ท่าน มองว่ายังไม่ดีขึ้น

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล
คุณมีเครื่องประดับมงคลประเภทไหน ? (แหวน จี้ สร้อย กำไล ต่างหู เข็ม
กลัด ตลับพก)

ประเภทแหวน มี 11 ความคิดเห็น

ประเภทจี้ สร้อยคอ มี 10 ความคิดเห็น

ประเภทสร้อยข้อมือ มี 10 ความคิดเห็น

ประเภทกำไล	มี 3 ความคิดเห็น
ประเภทต่างหู	มี 3 ความคิดเห็น
ประเภทตลับพก	มี 1 ความคิดเห็น
ประเภทสติกเกอร์	มี 2 ความคิดเห็น

จำนวนกี่ชิ้น ?

อาสาสมัคร	6 ท่าน มี 1-2 ชิ้น
อาสาสมัคร	6 ท่าน มี 3-4 ชิ้น
อาสาสมัคร	5 ท่าน มี 5-6 ชิ้น
อาสาสมัคร	1 ท่าน มี 9-10 ชิ้น
อาสาสมัคร	3 ท่าน มีมากกว่า 10 ชิ้น

สวมใส่บ่อยครั้งแค่ไหน ?

อาสาสมัคร	9 ท่าน สวมใส่ทุกวัน
อาสาสมัคร	2 ท่าน สวมใส่ 2-3 วัน/สัปดาห์
อาสาสมัคร	2 ท่าน สวมใส่ 4-5 วัน/สัปดาห์
อาสาสมัคร	2 ท่าน ใส่เฉพาะโอกาสสำคัญเท่านั้น
อาสาสมัคร	3 ท่าน ไม่ได้สวมใส่

เครื่องประดับมงคลที่คุณสวมใส่ทำมาจากวัสดุอะไร ?

งานหินร้อยสร้อย	มี 7 ความคิดเห็น
งานทองเครื่องประดับ	มี 6 ความคิดเห็น
งานทองรูปพรรณ	มี 2 ความคิดเห็น
งานพลาสติก	มี 2 ความคิดเห็น
งานเงิน	มี 1 ความคิดเห็น
สวมใส่ได้ทุกประเภท	มี 2 ความคิดเห็น

เครื่องประดับมงคลที่มีสีสันทองเพชรพลอย เพิ่มความเป็นมงคลต่อเครื่องประดับหรือไม่ ?

อาสาสมัคร	7 ท่าน สีสันทองเพชรพลอยตามความชอบ
อาสาสมัคร	7 ท่าน ใช้สีสันทองเพชรพลอยตามเดือนเกิด/ราศีเกิด
อาสาสมัคร	2 ท่าน ใช้สีสันทองเพชรพลอยตามวันเกิด
อาสาสมัคร	2 ท่าน เชื่อว่าต้องปลูกเสก ลงอักขระ มวลสาร

คุณคิดว่ามีรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่คุณเชื่อมีอะไรบ้างที่สื่อถึงความเป็นมงคล ? เกี่ยวกับความสำเร็จ ? การงาน ? การเงิน ? ความรัก ? ดีไซน์ควรเป็นอย่างไร ?

อาสาสมัคร 10 ท่าน ไม่ทราบ

อาสาสมัคร 8 ท่าน ทราบ แต่มีหลากหลายความคิดเห็น

คุณคิดว่าเลขศาสตร์ เลขมงคล สามารถเพิ่มความเป็นสิริมงคลของเครื่องประดับได้อย่างไร ?

อาสาสมัคร 17 ท่าน คิดว่ามีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน เพิ่มความเป็นสิริมงคลได้

อาสาสมัคร 1 ท่าน คิดว่ามีจำนวนเพชร/พลอย หรือน้ำหนัก ที่มีนัยยะตรงกับ ความหมายของเลขมงคล เพิ่มความเป็นสิริมงคลได้

คุณคิดว่าราคาของเครื่องประดับมงคล ควรอยู่ที่เท่าไร ?

อาสาสมัคร ส่วนใหญ่แนะนำราคาให้อยู่ในราคาเฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท

อาสาสมัคร 8 ท่าน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาขึ้นอยู่กับวัสดุที่นำมาผลิต

เหตุผลอะไรที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?

เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม มี 12 ความคิดเห็น

เพื่อการลงทุนเก็งกำไร มี 6 ความคิดเห็น

เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ มี 5 ความคิดเห็น

เพื่อสะสมเก็บเป็นมรดก มี 4 ความคิดเห็น

เพราะความเชื่อ มี 3 ความคิดเห็น

ตามกระแส ตามแฟชั่น มี 2 ความคิดเห็น

คุณคิดว่าเครื่องประดับมงคลสามารถหาซื้อได้ที่ไหนถึงจะเหมาะสม ?

ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล มี 13 ความคิดเห็น

ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ มี 11 ความคิดเห็น

ร้านทองรูปพรรณ มี 8 ความคิดเห็น

ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล มี 9 ความคิดเห็น

ตามตลาดนัด ถนนคนเดิน มี 6 ความคิดเห็น

ผ่านบุคคลที่ไว้ใจได้ มี 2 ความคิดเห็น

จากการออกบูธ งานแฟร์ต่างๆ มี 1 ความคิดเห็น

จำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน หรือจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ ช่องทางไหนส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?

อาสาสมัคร 13 ท่าน คิดว่าทั้ง 2 ช่องทางมีผลต่อการเลือกซื้อ

อาสาสมัคร 5 ท่าน คิดว่าจำหน่ายผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น

รูปแบบการจำหน่ายแบบออนไลน์ที่เลือกซื้อคือ ?

ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล มี 10 ความคิดเห็น

ผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง มี 10 ความคิดเห็น

ผ่านโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว ในโซเชียล มี 8 ความคิดเห็น

ผ่านการ Live สด ในโซเชียล มี 6 ความคิดเห็น

ผ่านมาเก็ตเพลสในโซเชียล มี 3 ความคิดเห็น

ไม่เลือกซื้อผ่านออนไลน์ มี 1 ความคิดเห็น

เหตุผลที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลจากช่องทางข้างต้น (หน้าร้าน/ออนไลน์) เพราะอะไร ?

ความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า มี 11 ความคิดเห็น

ราคาสินค้า มี 11 ความคิดเห็น

คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า มี 10 ความคิดเห็น

ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มี 8 ความคิดเห็น

พนักงานขายแนะนำสินค้าได้ดี มี 7 ความคิดเห็น

สินค้ามีโปรโมชั่น มี 5 ความคิดเห็น

แพคเกจสวยงาม มี 5 ความคิดเห็น

มีโฆษณาข่าวสารให้ติดตาม มี 3 ความคิดเห็น

ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมงคล ?

ตัวเอง มี 18 ความคิดเห็น

ฟรีเซ็นเตอร์/ดารา/ผู้ที่เชื่อถือได้ มี 3 ความคิดเห็น

พนักงานขาย/ผู้ที่ตอบข้อสงสัย มี 3 ความคิดเห็น

คู่รัก/แฟน มี 3 ความคิดเห็น

เพื่อน มี 2 ความคิดเห็น

พ่อแม่ญาติพี่น้อง บุคคลในครอบครัว มี 1 ความคิดเห็น

บรรจุภัณฑ์มีผลต่อเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?

อาสาสมัคร 12 ท่าน มองว่ามีผลต่อเครื่องประดับ

อาสาสมัคร 6 ท่าน มองว่าไม่มีผลต่อเครื่องประดับ

คุณคิดว่าควรมีช่องทางในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?

อาสาสมัคร 15 ท่าน มองว่าควรมี

อาสาสมัคร 3 ท่าน มองว่าไม่ควรมี ไม่จำเป็น

ถ้ามีเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

อาสาสมัคร 13 ท่าน ได้ให้คำตอบมากมาย หลายหลายรูปแบบ

อาสาสมัคร 5 ท่าน ไม่มีคำตอบ

ถ้ามีแขวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

อาสาสมัคร 16 ท่าน มองว่าเป็นเรื่องที่ดี น่าสนใจ

อาสาสมัคร 2 ท่าน มองว่าไม่น่าสนใจ

ทั้งหมดนี้ก็เป็นประเด็นคำถามที่ถามผ่าน Google form โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2564 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2564 รวมระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล 45 วัน โดยมีอาสาสมัครที่ตอบรับการเข้าร่วมโครงการวิจัย ทั้งหมด 18 ท่าน คำตอบที่ได้ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเลขศาสตร์ต่อไป

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างตามที่ผู้วิจัยกำหนดนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

4.2.1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย

4.2.2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

4.2.3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

4.2.1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย

ประเด็นคำถามหลักที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ในการตอบคำถามผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ทัศนคติและหาจุดเชื่อมโยงของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านที่มีต่อเลขศาสตร์ไทย เป็นลำดับดังนี้

จากประเด็นคำถามเกี่ยวกับคิดเห็นอย่างไรเลขศาสตร์ไทย หรือการพยากรณ์อื่นๆ ระยะเวลาในการศึกษา

อ. แม็ค ครูโหระ เริ่มเรียนรู้จากโหราศาสตร์ไทย รวๆ 50 ปี และพื้นฐานของดวงดาวในโหราศาสตร์ไทย ก็เป็นพื้นฐานของการพยากรณ์ทางด้านเลขศาสตร์ไทย

หมอดูจอร์จ เริ่มจากการดูไฟต่างๆ รวๆ 20 ปี และไฟก็มีเลขที่แทนดวงดาว จึงใช้พื้นฐานของการพยากรณ์ทางด้านเลขศาสตร์ไทย

คุณแก้ว นพแก้ว เริ่มเรียนรู้จากโหราศาสตร์ไทย รวๆ 15 ปี และพื้นฐานของดวงดาวในโหราศาสตร์ไทย ก็เป็นพื้นฐานของการพยากรณ์ทางด้านเลขศาสตร์ไทย

ผลการวิเคราะห์ พบว่าการเรียนรู้ทางด้านเลขศาสตร์ไทย ทั้ง 3 ท่านนั้น เริ่มต้นมาจากการพยากรณ์ประเภทอื่นก่อน แต่มีพื้นฐานมาจากดวงดาวทั้งสิ้น ซึ่งดวงดาวก็จะถูกกำหนดด้วยตัวเลข แล้วนำตัวเลขมาทำนายพยากรณ์ทางด้านเลขศาสตร์ไทยได้

จากประเด็นคำถามเกี่ยวกับเลขศาสตร์ที่นำมาใช้ โดยส่วนตัวและประชาชนส่วนใหญ่นำไปใช้กับเรื่องใด และมีเลขมงคลใด หรือรูปแบบสัญลักษณ์ ที่แสดงถึงความเป็นสิริมงคลทางด้านความสำเร็จ การงาน การเงิน ความรัก

อ. แม็ค ครูโหระ ส่วนใหญ่ใช้เลขศาสตร์ในการทำนายพยากรณ์ทุกแขนงของวิชา กับทุกสิ่งที่มีตัวเลขตัวอักษร และแนะนำเลขมงคลที่ได้จากแผ่นยันต์โสฬสมงคล และเลขมงคลจากเทวนพเคราะห์ทั้ง 9 องค์ รวมทั้งวิธีการเลือกให้เลขมงคลเฉพาะบุคคลตามวันที่เกิดจากระบบทักษา พร้อมทั้งเลขมงคลจากทางฮินดู เทนองค์เทพต่างๆ เช่น 30, 678, 142 และส่วนสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นสิริมงคล แนะนำสัญลักษณ์มงคลจากเทวนพเคราะห์

หมอดูจอร์จ ส่วนใหญ่ใช้กับการทำนาย รวมถึงการวิเคราะห์วันเดือนปีเกิด เลขบัตรประจำตัวประชาชน ทะเบียนบ้าน ทะเบียนรถ เบอร์โทรศัพท์ และเลขบัญชีธนาคาร และเลขมงคลที่แนะนำแบ่งเป็น 3 แขนง 1). แขนงเลขศาสตร์ทั่วไป เลขความสำเร็จ การงาน การเงิน เช่นเลข 45 54 56 64 65 และความรักเลข 36 63 , 2). แขนงเลขมังกร เลขหงส์ 789, 289, 282, 829, 287, 879, 878, 787 ความร่ำรวย กิจการ อำนาจ วาสนา บารมี , 3). แขนงเลข 168 รวยไม่

สิ้นสุด แล้วเจาะเรื่องความรักด้วยเลข 61 62 และส่วนสัญลักษณ์ที่แนะนำ คือ Infinity ความไม่มีที่สิ้นสุด

คุณแก้ว นพเก้า ส่วนตัวแล้วใช้กับการทำนาย และนำมาใช้กับ ทะเบียนบ้าน ทะเบียนรถ เลขมงคลที่แนะนำ แบ่งได้ดังนี้คือ 1). ความสำเร็จ ความร่ำรวย การเงิน คือเลข 168 แทนฮกโลกซิว เลขเจ้าสัว, 2). คำขायมีเสน่ห์ คือเลข 23 46 52, 3). นักแสดง ศิลปิน ควรมีเลข 6 และ 8, 4). ข้าราชการ หมอ ทหาร นักบริหาร นักปกครอง ควรมีเลข 5 เช่น 51 59, 5). ความรัก ดึงดูดเพศตรงข้าม คือเลข 64 69, 6). ตัวเลขกำลังวัน ของเทวนพเคราะห์ และส่วนสัญลักษณ์ที่แนะนำ คือ Infinity ความรวยไม่รู้จบ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้หลักในการนำตัวเลขไปใช้แก่ประชาชนทั่วไป รวมไปถึงสามารถนำไปใช้กับการออกแบบได้ ดังตัวเลขมงคลข้างต้น ส่วนสัญลักษณ์มงคลที่ได้จากการแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ คือ สัญลักษณ์มงคลจากเทวนพเคราะห์ และรูปแบบ Infinity ที่มีความหมายไม่มีที่สิ้นสุด สามารถใช้ได้กับทุกความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่

จากประเด็นคำถามเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ วัดดวงมงคล เครื่องราง และธุรกิจเกี่ยวกับเลขศาสตร์ ณ ปัจจุบัน

อ. แม็ค ครูโหระ มีความคิดเห็นว่า ธุรกิจส่วนใหญ่จะตามกระแสกับค่านิยมแฟชั่นมากกว่า และไม่ยั่งยืน แต่ถ้านำโหราศาสตร์ไปใช้อย่างถูกต้องอธิบายได้ มีที่มาที่ไป มันจะไม่ใช่นิยม มันจะยั่งยืนไม่เป็นกระแส

หมอจุจอร์จ มีความคิดเห็นว่า สังคมไทยเติบโตขึ้นมากับรากฐานความคิดเกี่ยวกับศาสนา พระเจ้า และวัฒนธรรมต่างๆ ส่วนธุรกิจทางด้านเลขศาสตร์ มองว่าเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับสินค้าได้

คุณแก้ว นพเก้า มีความคิดเห็นว่า ความเชื่อ ดวง วัดดวงมงคล เครื่องราง อยู่คู่กับคนไทยมาช้านานแล้ว ในด้านธุรกิจมันขึ้นอยู่กับกระแส เทรนด์ และเศรษฐกิจ ส่วนธุรกิจทางด้านเลขศาสตร์ มองว่าเป็นธุรกิจที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความเชื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อก็ยังคงมีตลอด การตลาดความเชื่อจึงเป็นไปตามการแส ตามค่านิยม และระบบเศรษฐกิจของประเทศ ส่วนธุรกิจทางด้านเลขศาสตร์ เมื่อนำองค์ความรู้มาใช้กับธุรกิจ หรือนำตัวเลขมงคลมาใช้ ก็จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้

แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โควิด 19 จะเป็นอย่างไร

อ. แม็ค ครูโหระ ไม่ได้ให้คำตอบ

หมอจุจอร์จ ยังจะเจริญเติบโตไปได้อีก จากการอ่อนแอทางสังคม เพียงแต่มูลค่าทางการตลาดอาจจะเติบโตช้าตามกำลังซื้อ ตามเศรษฐกิจ

คุณแก้ว นพเก้า มองไปในทางบวก เพราะในช่วงโควิดทำให้เกิดสายงานใหม่ๆ อาชีพใหม่ๆ เมื่อเศรษฐกิจดีขึ้น ตลาดความเชื่อหลังโควิดมันจะเติบโตมากกว่าเดิม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นทำให้เศรษฐกิจในประเทศอยู่ในช่วงขาของการจับจ่ายใช้สอยของประชาชนต้องใช้ในสิ่งที่เกิดประโยชน์สูงสุด กำลังซื้อก็ลดลงตามไปด้วย สภาพการเงินฝืดเพิ่มขึ้น แต่อีกมุมหนึ่งดังที่ผู้เชี่ยวชาญบอก ก็ทำให้เกิดโอกาสในบางพื้นที่ บางคน เกิดอาชีพใหม่ สายงานใหม่ ภายใต้การปรับตัวในยุค New normal จึงทำให้การคาดการณ์แนวโน้มการตลาดความเชื่อหลังโควิด 19 ไปในทางมุมมองบวก เติบโตขึ้นตามระบบเศรษฐกิจที่กลับมาดีขึ้น และมูลค่าทางการตลาดจะยังมีการเติบโตมากขึ้นไปอีก

คิดอย่างไรกับธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล และเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ พร้อมทั้งรูปแบบของเครื่องประดับมงคลเลขศาสตร์

อ. แม็ค ครูโห ให้มองถึงความยั่งยืน ดังนั้นจะเครื่องประดับมงคลเกี่ยวกับเลขศาสตร์ในเชิงพาณิชย์ แบบค่านิยม หรือแบบข้อเท็จจริง ที่สามารถอธิบายให้ถึงแก่นแท้ มีที่มาที่ไป โดยใช้ตัวเลขมงคลจากแนวคิดที่แนะนำมาออกแบบ และใช้สัญลักษณ์จากเทวปเคราะห์มาออกแบบได้

หมอจุจอร์จ มองว่าธุรกิจพวกนี้มันเป็นกระแส เป็นธุรกิจตัวแทนความเชื่อ เอาเครื่องประดับมาเป็นสัญลักษณ์ และถ้าเครื่องประดับมงคลเกี่ยวกับเลขศาสตร์ มองว่าน่าจะมีการสลักตัวเลข เช่น 9, 168, 888 ลงไป หรือออกแบบในรูปแบบของ Infinity

คุณแก้ว นพเก้า มีความเชื่อในเครื่องประดับมงคล สามารถส่งเสริมให้กับบุคคลที่สวมนได้ แต่สำหรับคนไทยมองว่ายังไม่มีความรู้ในเรื่องเครื่องประดับความเชื่อ เช่น เรื่องของอัญมณี เป็นเรื่องที่ต้องให้ความรู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ธุรกิจมันไปต่อไปได้ ส่วนเครื่องประดับที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ มองว่ามันอยู่ที่เนื้อหา และเรื่องราวที่ส่งผลกับเครื่องประดับมากกว่า ให้ตรงประเด็น และเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ว่ามันเป็นอย่างไร สัมพันธ์กันกับเลขศาสตร์อย่างไร โดยมีรูปแบบที่พิเศษว่าปกติ อาจจะมีการนำเลขมงคลตามกำลังวันที่เกิดมาออกแบบ หรือใช้รูปแบบ Infinity หรือสลักคำว่า เจ้าสัว ลงไป

ผลการวิเคราะห์ พบว่าธุรกิจเครื่องประดับมงคล เป็นธุรกิจที่ผสมผสานความเชื่ออยู่ในเครื่องประดับ เป็นเรื่องความเชื่อส่วนบุคคล แต่การจะนำมาเป็นธุรกิจควรจะต้องดูที่วัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจว่าจะไปทางไหน มีแนวทางกลยุทธ์การตลาดอย่างไร จะนำเสนอเนื้อหา หรือเรื่องราวอย่างไร ให้ตรงประเด็น เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ส่วนเครื่องประดับที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

มองว่ามีหลายวิธีการในการนำเสนอ เช่น การสลักตัวเลขมงคลลงในเครื่องประดับ หรือการให้นัยสำคัญของเลขศาสตร์สัมพันธ์กับเครื่องประดับ และออกแบบเครื่องประดับที่มีสัญลักษณ์มงคล เช่น สัญลักษณ์ประจำเทวเทพเคราะห์ประจำวัน หรือรูปแบบสากล Infinity

4.2.2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ประเด็นคำถามหลักที่ได้จากผู้ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในการตอบคำถาม ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ทัศนคติและหาจุดเชื่อมโยงของผู้ประกอบอาชีพจำหน่ายเครื่องประดับทั้ง 5 ท่าน ที่มีผลต่อการตลาดธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นลำดับดังนี้

จากประเด็นคำถามเกี่ยวกับคิดเห็นอย่างไรธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน

คุณวีณา ต้องมีการปรับตัว จากสถานะทางการเงิน มาให้ความสำคัญกับการขายปลีกมากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงของบริษัท จากการทำ OEM 100% มาเป็น OEM 50% / Retail 50%

คุณกนกวรรณ ต้องมีการปรับเปลี่ยนการตลาดของบริษัท จากขายปลีกทางหน้าร้านอย่างเดียว หันมาทำรูปแบบออนไลน์มากขึ้น

คุณทวี เนื่องจากช่องทางในการจัดจำหน่ายคือทางออนไลน์เท่านั้น ทำให้เน้นการปรับเปลี่ยนการตลาด หรือกลยุทธ์ในการนำเสนอสินค้ามากกว่า

คุณกัญญนันท์ ส่วนตัวไม่ค่อยมีผลกระทบจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น แต่มองว่าต้องมีการปรับเปลี่ยนมาสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น

คุณพชรพรรณ มองว่าเป็นโอกาสดีในการปรับเปลี่ยนสู่ระบบออนไลน์ จากการตัดสินใจของผู้ซื้อที่สามารถซื้อสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้นผ่านทางออนไลน์จากร้านที่น่าเชื่อถือ การดีลเวยที่พัฒนาขึ้น ทำให้การซื้อของผ่านออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างมาก

ผลการวิเคราะห์ พบว่าจากสถานการณ์ ณ ปัจจุบัน ต้องมีการปรับเปลี่ยนปรับตัวให้เข้ากับสถานะที่กำลังจะเปลี่ยนไปของธุรกิจเครื่องประดับ มาให้ความสำคัญกับการติดต่อลูกค้าโดยตรง ให้สินค้าถึงมือผู้บริโภค และยังคงให้ความสำคัญกับการจำหน่ายผ่านหน้าร้าน แคทตาล็อก หรือออกบูธแสดงสินค้า เพื่อแสดงตัวตน ที่มา สร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัท หรือแบรนด์สินค้า รวมทั้งการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของบริษัท ห้างร้าน และสร้างการเข้าถึงของผู้บริโภค การรับรู้ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคมากขึ้น

แนวโน้มการตลาดธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับหลังโควิด 19 คิดว่าจะเป็นอย่างไร

คุณวีณา มองแนวโน้มออกเป็น 2 ทางคือ 1). แบบ B2B อาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นฟู 2-3 ปี เนื่องจากสถานการณ์ทางการเงินที่เกิดขึ้น 2). แบบ B2C มองไปในทางที่ดี กับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่มีราคาสูง มีคุณภาพ แต่กับเครื่องประดับที่มีราคาต่ำ ยังคงต้องใช้เวลาในการฟื้นฟูเช่นกัน

คุณกนกวรรณ มองว่าเป็นโอกาสในการศึกษาตลาด หากกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ จากค่านิยมและไลฟ์สไตล์ของคนที่เปลี่ยนไป

คุณทวี คิดว่าสดใสมากขึ้น จากการห่างหายจากการใช้สอยไปนานทำให้เกิดความต้องการในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

คุณกัญญ์ณัฏฐ์ คิดว่าธุรกิจจะหันมาสู่ทางออนไลน์มากขึ้นแบบจริงจัง เนื่องด้วยสถานะที่ไม่ปกติ ธุรกิจต้องปรับตัวไม่สามารถที่จะรอลูกค้าได้เหมือนเดิม

คุณพชรพรรณ มองจากภาพรวมน่าจะดีขึ้น ทำงานมากขึ้น รายรับมากขึ้น ความต้องการเลยมากขึ้นตามหลัก demand-supply แต่สำหรับธุรกิจเครื่องประดับการขายผ่านออนไลน์น่าจะลดลง กลับมาสู่การซื้อขายผ่านทางหน้าร้านปกติ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าการคาดการณ์หลังสถานการณ์โควิด 19 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดเห็นว่าการเครื่องประดับต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ค่านิยม ไลฟ์สไตล์ กำลังการซื้อ และความต้องการ ที่เปลี่ยนไป ทำให้เห็นโอกาสในการศึกษาตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ต่างๆ หากกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้กับธุรกิจ ส่วนผู้ประกอบการที่ยังคงดำเนินงานแบบ B2B ยังคงต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นฟูสภาพคล่องทางการเงิน อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของธุรกิจให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

กลยุทธ์ทางการตลาด ก่อนและหลังสถานการณ์โควิด 19 พร้อมแนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

คุณวีณา ช่วงแรก ทางบริษัทใช้ตัวเราเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ทำให้ลูกค้ายึดติดกับตัวเรา จึงเกิดปัญหาในการตัดสินใจซื้อเมื่อเราไม่อยู่ แล้วได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ โดยการสร้างแบรนด์สินค้าขึ้น ภายใต้ชื่อของบริษัท เพื่อไม่ให้ลูกค้ายึดติดกับตัวเรา พร้อมทั้งเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้บริษัทมีกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น จึงเป็นแนวทางในการฟื้นฟูที่สามารถลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้

คุณกนกวรรณ ก่อนโควิด ทางร้านเน้นกลยุทธ์ทางด้านคุณภาพ มาตรฐานการผลิต การออกแบบที่แตกต่าง เป็นสไตล์ของทางร้าน กับฐานลูกค้าที่มีอยู่ แต่ในช่วงหลังโควิด ทำให้ทางร้านต้องมาเน้นกลยุทธ์ทางด้านราคามากขึ้น และต้องหันมาหากลุ่มลูกค้าใหม่ๆ โดยใช้กลยุทธ์ทางด้านออนไลน์มากขึ้น แต่มองว่าจะเป็นการฟื้นฟูการดำเนินการได้ในอีกระยะหนึ่ง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจโลกที่เกิดขึ้น ค่าเงิน USD ที่อ่อนลง เงินไทยที่แข็งขึ้น ทำให้เกิดโอกาสในการซื้อเครื่องประดับมากขึ้น

คุณทวี กลยุทธ์ส่วนใหญ่ทั้งก่อนและหลัง ใช้กลยุทธ์ทางด้านโปรโมชั่น และราคา เพื่อกระตุ้นยอดขาย ลดแลกแจกแถม ยังคงใช้ได้อยู่ แต่ก็ขึ้นอยู่กับฐานลูกค้าและสถานการณ์นั้นๆ

คุณกัญญนันท์ ก่อนโควิดเป็นลูกค้าหน้าร้าน 100% แต่หลังโควิดต้องปรับเปลี่ยนสู่ออนไลน์มากขึ้นถึง 20-30% ดังนั้นแนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจเครื่องประดับต้องมีการปรับตัวสู่ออนไลน์ อาจจะต้องใช้ระยะเวลา ความเชื่อใจ มั่นใจ โดยเน้นการให้ข้อมูลกับลูกค้ามากที่สุด

คุณพชรพรรณ มองว่าต้องมีการปรับเปลี่ยนสู่ทางออนไลน์มากขึ้น แต่การมีหน้าร้านเป็นสิ่งสำคัญในการจำหน่ายเครื่องประดับ เพราะสินค้าแต่ละชิ้นมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมายมากกว่า

ผลการวิเคราะห์ พบว่ากลยุทธ์ของผู้ประกอบการในช่วงก่อนสถานการณ์โควิด 19 มักจะใช้กลยุทธ์หลักของทางบริษัท ห้างร้าน ที่มีอยู่แต่เดิมในการดำเนินธุรกิจ ตามกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ แต่เมื่อสถานการณ์มันเปลี่ยนไป เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นกลยุทธ์หลังโควิด 19 ส่วนใหญ่ปรับตัวหันมาสู่ออนไลน์ตามสัดส่วนที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อหา กลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคมากขึ้น ลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ โดยผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ สร้างการรับรู้ ความน่าเชื่อถือกับกลุ่มลูกค้านี้ โดยประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนั้น ในการปรับตัวจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความเชื่อมั่น การไว้วางใจให้กับลูกค้าอย่างมาก ต้องให้ข้อมูลที่เป็นจริง ไม่โกหกลูกค้า

คิดเห็นอย่างไร กับตลาดความเชื่อ และเครื่องประดับความเชื่อ รวมทั้ง กระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน

คุณวีณา ความเชื่อ ความศรัทธา ความเป็นโบราณ เรื่องราวต่างๆ ในเครื่องประดับ ส่งผลให้ตลาดความเชื่อและเครื่องประดับความเชื่อ สามารถเติบโตไปอีกไกล

คุณกนกวรรณ สำหรับทางร้านเคยนำแนวทางนี้มาเป็นกลยุทธ์ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ผลตอบรับไปในทางที่ดี โดยการเน้นงานพลอยสี อัญมณีสีต่างๆ จำนวนอัญมณี หรือสัญลักษณ์ใน

การเสริมดวงชะตาสำหรับบุคคล และมองว่าเป็นผลดีทั้งสองฝ่าย คือ ร้านสามารถออกแบบให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ส่วนลูกค้าก็ได้เครื่องประดับในการยึดเหนี่ยวจิตใจ

คุณทวี มองว่ามันเป็นเรื่องที่มีมายาวนานแล้ว สำหรับเรื่องการตลาดและเครื่องประดับความเชื่อมันเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

คุณกัญญนันท์ เป็นอีกหนึ่งตลาดที่น่าสนใจ เกี่ยวกับ อัญมณีประจำวันเกิด อัญมณีเสริมโชคชะตา เสริมสิ่งดีๆต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องของความเชื่อส่วนบุคคล และกระแสทางออนไลน์ช่วยสร้างการรับรู้ ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจ

คุณพชรพรรณ ความเชื่อยังงี้ก็ยังคงอยู่ แต่การตลาดความเชื่อ และเครื่องประดับความเชื่อ มองว่ามันเป็นกระแส เป็นเทรน มีขึ้นมีลง ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความเชื่อ ความศรัทธา ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของคนไทย เป็นสิ่งที่มีกาลนานแล้ว จึงส่งผลให้ตลาดความเชื่อของสังคมไทยไม่เคยหายไป เพียงแต่นำเอาสิ่งใดมาเป็นจุดขาย มาสร้างกระแสทำให้เกิดความนิยมชมชอบ ในช่วงเวลานั้น ซึ่งในภาพรวมตลาดสามารถเติบโตไปอีก ส่วนเครื่องประดับความเชื่อ เป็นเรื่องส่วนบุคคล เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่มีความเชื่อในด้านนี้ ซึ่ง ณ ปัจจุบันนี้ นิยมใช้หลักความเชื่อทางด้านอัญมณี พลอยสี หรือจำนวนอัญมณี ที่มีคุณลักษณะตรงกับความเชื่อตามหลักสากล ตามหลักศาสนา หรือตามขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ มาเป็นกลยุทธ์ในการทำตลาด

คิดอย่างไรกับแนวโน้มตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19

คุณวีณา จากปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน คนต้องการที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ ทำให้แนวโน้มของตลาดสามารถเติบโตไปอีก

คุณกนกวรรณ จะดีขึ้นอีก จากการที่คนส่วนใหญ่ประสบปัญหาที่เกิดขึ้น มีการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อให้ผ่านพ้นปัญหาเหล่านี้ไปได้

คุณทวี ไม่ทราบ บอกไม่ได้

คุณกัญญนันท์ คิดว่ายังคงต่อเนื่องขึ้นไปเรื่อยๆ อยู่ที่ใจเขาใจเราที่จะทำให้สนใจ หรือมาเป็นกระแสแต่มันก็จะหายไป แต่ถ้าความเชื่อเกี่ยวกับพลอยประจำวันเกิด ที่เป็นความเชื่อแบบสากล ก็จะสามารถขายได้ตลอด

คุณพชรพรรณ คิดว่าโตไปเรื่อยๆ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่กำลังประสบกันทุกคน ตลาดความเชื่อยังสามารถเติบโตได้ดี ดังนั้นแนวโน้มหลังโควิด 19 สถานการณ์ดีขึ้น มีโอกาสที่จะ

เติบโตขึ้นไปอีก โตต่อไปได้เรื่อยๆ ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่จะนำเสนอสินค้าความเชื่ออย่างไรให้น่าสนใจ ให้เป็นกระแส และอยู่ได้อย่างมั่นคง ยาวนาน

คิดอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคล และธุรกิจที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มาใช้

คุณวีณา เป็นศาสตร์ที่มีมานานแล้ว สำหรับสังคมไทยยังคงต้องสร้างการรับรู้ ให้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้นกว่านี้ โดยบริษัทก็มีการผลิตเครื่องประดับเลขมงคลตามความเชื่อ ความศรัทธาของคนไทยอยู่แล้ว เช่นเลข 8, ๙

คุณกนกวรรณ เชื่อในด้านนี้ แต่ส่วนตัวไม่ได้ใช้ เน้นง่าย และสะดวกในการทำธุรกิจมากกว่า แต่ธุรกิจอื่นที่นำมาใช้ มองว่าเป็นเรื่องของความสบายใจทางธุรกิจ

คุณทวี ส่วนตัวมีความเชื่อด้านนี้ เบอร์โทรศัพท์ ทะเบียนบ้าน ทะเบียนรถ เลือกใช้เลขมงคลหมด ดังนั้นธุรกิจที่นำความเชื่อนี้มาใช้ หรือมาทำการตลาด ก็จะมีกลุ่มลูกค้าที่เชื่อด้านนี้ด้วย โดยที่ร้านมักจะคำนวณตามน้ำหนักเพชร หรือทอง ตามเลขมงคล

คุณกัญญ์ณันท์ เป็นความเชื่อที่น่าสนใจ มีคนรู้จักมากขึ้น และมีกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับเลขศาสตร์ จึงเอามาเป็นจุดขายของสินค้าได้ เช่น งานเครื่องประดับนพเก้า หรืองานที่มีจำนวนอัญมณีตามเลขมงคล

คุณพรพรรณ ส่วนตัวไม่ได้ใช้ แต่คิดว่าเลขศาสตร์มีผลต่อหลายๆ สิ่งในภาพรวม บางคนประสบความสำเร็จจากเลขศาสตร์ ธุรกิจเครื่องประดับก็หันมาทำด้านนี้กันมาก ธุรกิจอื่นก็นำความเชื่อมาใช้กันมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ พบว่าศาสตร์ความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์มีมานานแล้ว และส่งผลกับผู้ที่ใช้ ที่เชื่อในศาสตร์นี้ เพียงแต่สังคมไทยยังคงต้องได้รับรู้ข้อมูลที่เพียงพอ ชัดเจนให้มากกว่านี้ ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่นำเลขศาสตร์มาใช้ในการทำธุรกิจ หรือมาออกแบบเครื่องประดับให้ตรงกับความศรัทธาของคนไทย และมักจะเน้นการเลือกใช้อัญมณี การคำนวณจำนวนอัญมณี น้ำหนักเพชร ทอง ให้ตรงกับเลขมงคล หรือการทำเครื่องประดับนพเก้า คือพลอยสี 9 ชนิด 9 เม็ด มาเป็นจุดขายของสินค้า

คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ และรูปแบบควรเป็นเช่นไร ถ้ามีการนำออกสู่ตลาด

คุณวีณา มองว่าเป็นตลาดที่สามารถโตได้ สำหรับกลุ่มเป้าหมายทั่วไป ต้องสร้างการรับรู้ให้เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน สร้างโฆษณา หรือเรื่องสั้น แต่สำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ มองว่าเป็นเรื่องที่ดี สินค้าเราจะเป็น Unique

คุณกนกวรรณ มองว่าเป็นการตลาดแนวใหม่ มีดีใหม่ มีความแปลกใหม่ หลากหลาย ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีต่อธุรกิจเครื่องประดับ ภายใต้พื้นฐานของตลาดความเชื่อ ไม่ใช่ความมั่งคั่ง อาจจะกลายเป็นกลยุทธ์ที่ห้างร้านต้องนำมาใช้ก็ได้ แต่มันอาจจะเป็นกระแส มาเร็วไปเร็ว

คุณทวี ร้านทั่วไปก็มีเครื่องประดับที่มีเลขมงคล แต่ถ้าเป็นร้านที่ออกแบบเครื่องประดับตามเลขมงคล สำหรับกลุ่มเฉพาะ ก็ยังไม่เคยเห็น

คุณกัญญนันท์ คิดว่าน่าสนใจ สำหรับลูกค้าที่มีความเชื่อในเรื่องนี้ยังชอบมากขึ้น โดยมีการเล่าเรื่องราวให้ลูกค้าฟัง ความหมายความเป็นมงคลของตัวเลขที่สัมพันธ์กับเครื่องประดับ สร้างความแปลกดูน่าสนใจได้

คุณพชรพรรณ มองว่าเครื่องประดับเลขมงคลมีอยู่แล้วในท้องตลาด แต่การดีไซน์การออกแบบควรจะเรียบง่ายสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน ออกแบบควบคู่กับเพชร พลอย ประจำวันเกิด ฝังให้สวยงาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่ามองเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่สำหรับตลาดความเชื่อที่สามารถเติบโตได้ และเป็นผลดีต่อกลุ่มตลาดความเชื่อแบบเฉพาะกลุ่ม เพราะเป็นสินค้า Unique ถ้ามีการนำออกสู่ตลาด เครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ควรมีรูปแบบที่เรียบง่าย สวมใส่สบาย โดยสร้างการรับรู้ให้เข้าใจง่าย กระชับชัดเจน สามารถเล่าเรื่องราวและสร้างความสัมพันธ์กับความหมายของเลขศาสตร์นั้นๆ ภายใต้พื้นฐานของความเชื่อ ไม่ใช่ความมั่งคั่ง ให้กลายเป็นหนึ่งกลยุทธ์ที่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่สามารถนำมาใช้ก็ได้ในการดำเนินธุรกิจ

4.2.3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

ประเด็นคำถามหลักที่ได้จากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ในการตอบคำถามตามประเด็นคำถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาศึกษาและวิเคราะห์ทัศนคติและหาจุดเชื่อมโยงของประชากรหญิงทั้งหมด 21 ท่าน ที่มีได้รับอิทธิพลของตลาดความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ไทย เป็นลำดับดังนี้

จากประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

อาสาสมัครคุณ A อายุ 30 ปี โสด ศาสนาพุทธ อาชีพหลักพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพเสริมนายหน้าขายประกัน

อาสาสมัครคุณ B อายุ 28 ปี โสด ศาสนาพุทธ อาชีพอิสระ ขายของออนไลน์ เครื่องประดับแฟชั่นทั่วไป และวัตถุมงคล พระ

อาสาสมัครคุณ C อายุ 33 ปี สมรสแล้ว ศาสนาพุทธ อาชีพเป็นผู้จัดการ
นิติบุคคลในคอนโด

อาสาสมัคร 18 ท่าน อายุอยู่ในช่วง 23-28 ปี 1 ท่าน, อายุอยู่ในช่วง 29-34 ปี
5 ท่าน, อายุอยู่ในช่วง 35-40 ปี 4 ท่าน, อายุอยู่ในช่วง 41-45 ปี 3 ท่าน, อายุอยู่ในช่วง 46-50 ปี 4
ท่าน, อายุอยู่ในช่วง 51-55 ปี 1 ท่าน, สถานะโสด 6 ท่าน สมรส 7 ท่าน หย่าร้าง 5 ท่าน และทุก
ท่านศาสนาพุทธ ด้านอาชีพธุรกิจส่วนตัว 6 ท่าน ข้าราชการ 4 ท่าน พนักงานบริษัทเอกชน 6 ท่าน
อิสระ 1 ท่านว่างงาน 1 ท่าน

ผลการวิเคราะห์ พบว่าข้อมูลทางด้านประชากรหญิงทั้งหมด อายุอยู่ใน
ในช่วง 23-28 ปี ร้อยละ 9.52, อายุอยู่ในช่วง 29-34 ปี ร้อยละ 33.33, อายุอยู่ในช่วง 35-40 ปี
ร้อยละ 19.04, อายุอยู่ในช่วง 41-45 ปี ร้อยละ 14.28, อายุอยู่ในช่วง 46-50 ปี ร้อยละ 19.04,
อายุอยู่ในช่วง 51-55 ปี ร้อยละ 4.76, โสด ร้อยละ 38.09, สมรส ร้อยละ 38.09, หย่าร้าง ร้อยละ
23.80, ศาสนาพุทธ ร้อยละ 100, อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 39.68, ข้าราชการ ร้อยละ 19.04,
พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.33, อาชีพอิสระ ร้อยละ 4.76 และว่างงาน ร้อยละ 4.76

**คุณมีความเชื่อเรื่องอะไรบ้าง และคุณรู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์ เลขมงคล
ได้อย่างไร**

อาสาสมัครคุณ A มีความเชื่อเรื่องชื่อสกุล วันเดือนปีเกิด ดวงดาว
เครื่องรางของขลัง ส่วนเลขศาสตร์เรียนรู้เองจากเฟสบุ๊ค และอาจารย์ท่านหนึ่ง

อาสาสมัครคุณ B มีความเชื่อแทบจะทุกเรื่องเลย ได้แก่ ตัวเลข ดวงดาว
วัตถุมงคลของขลัง เทพจากทางพราหมณ์ฮินดู และรู้จักเลขศาสตร์จากทางโฆษณา

อาสาสมัครคุณ C มีความเชื่อเรื่องเทพทางสายฮินดู ส่วนทางเลขศาสตร์
เรียนรู้จากทางอินเทอร์เน็ต ในเฟสบุ๊ค และถามประสบการณ์จากผู้รู้

อาสาสมัคร 18 ท่าน พบว่าอาสาสมัครทุกท่านมีความเชื่อทางด้านเลข
ศาสตร์ เลขมงคล บางท่านยังมีความเชื่อในเรื่องของโหราศาสตร์ ไพ่ยิปซี ลายมือ โหราศาสตร์ โดย
มีการเรียนรู้ การศึกษาทางด้านเลขศาสตร์ ด้วยตัวเองถึง 15 ท่าน จากทางตำรา หรือทาง
อินเทอร์เน็ต ในโลกโซเชียลต่างๆ และ 3 ท่าน ได้รับการเรียนรู้เลขศาสตร์จากผู้เชี่ยวชาญ
โดยตรง

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครแต่ละท่านมีความเชื่อที่แตกต่างกันไป
แล้วแต่บุคคล ตามทัศนคติที่มีต่อความเชื่อที่แตกต่างกัน แต่ทุกท่านมีความเชื่อทางด้านเลข
ศาสตร์เหมือนกัน โดยความเชื่อด้านนี้ของแต่ละท่านนั้น มีที่มาของแหล่งข้อมูลในการ

ตีความหมายที่แตกต่างกัน คือ มีการเรียนรู้การศึกษาด้วยตนเอง จากทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 80.95 เรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ทางเลขศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 19.04

คิดอย่างไรกับเลขศาสตร์ และทำไมถึงเชื่อเรื่องเลขศาสตร์

อาสาสมัครคุณ A เริ่มจากการเห็นหลายท่านใช้มากขึ้น จนตัวเองมาเปลี่ยนใช้เบอร์โทรศัพท์มงคล จากนั้นก็เจอแต่เรื่องดีๆ จนตัวเองเชื่อในเลขศาสตร์

อาสาสมัครคุณ B เริ่มศึกษามา 1 ปี แล้วนำมาใช้ มาพิสูจน์ จนตัวเองเชื่อมากขึ้น

อาสาสมัครคุณ C จากการที่นำเลขมงคลมาใช้แล้วเป็นไปตามความหมาย จนตัวเองเชื่อในตัวเลข

อาสาสมัคร 18 ท่าน อาสาสมัคร 13 ท่าน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เมื่อนำเลขมงคลมาใช้ มีผลตรงกับความหมายของการตีความไปในทางที่ดีขึ้น อีก 5 ท่าน มองว่าเลขศาสตร์ เป็นความเชื่อส่วนบุคคล มีดีก็ต้องมีเสีย เป็นที่พึงพอใจ ไม่ได้เชื่อทั้งหมด

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครทุกท่านได้มีการนำเลขศาสตร์มาใช้ หรือมาพิสูจน์ความหมายที่ได้จากการตีความ ซึ่งผลจากความเชื่อที่นำเลขศาสตร์มาใช้ กลุ่มที่เห็นผลไปในทางที่ดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ 76.19 และกลุ่มที่มองว่าเลขศาสตร์เป็นเรื่องของความเชื่อส่วนบุคคล มีดีก็ต้องมีเสีย เป็นที่พึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 23.80

คุณใช้เลขศาสตร์ เลขมงคลกับอะไรบ้าง

อาสาสมัครคุณ A ใช้กับเบอร์โทรศัพท์ เลขที่บ้าน ทะเบียนรถ ชื่อ-สกุล

อาสาสมัครคุณ B เบอร์โทรศัพท์

อาสาสมัครคุณ C ใช้กับเบอร์โทรศัพท์ และมีการสลักเลขมงคลลงในแหวน และเขียนเลขมงคลในหนังสือลูก

อาสาสมัคร 18 ท่าน พบว่าอาสาสมัครส่วนใหญ่เลือกใช้เลขศาสตร์ เลขมงคลกับทุกอย่างที่เป็นตัวเลข ที่สามารถกำหนดตัวเลขได้ เช่น เบอร์โทรศัพท์มือถือ ชื่อ-สกุล เลขที่บ้าน ทะเบียนรถ รหัสผ่านต่างๆ หรือแม้กระทั่งเขียนตัวเลขมงคลนั้นไว้เพื่อเป็นสิริมงคลตามความหมายในสิ่งของต่างๆ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครส่วนใหญ่มีการเลือกใช้เลขศาสตร์ เลขมงคล กับเบอร์โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 85.71 และยังมีการเลือกใช้เลขศาสตร์ กับสิ่งอื่นๆ อีกได้แก่ การตั้งชื่อ-สกุล ร้อยละ 14.28, เลขที่บ้าน ทะเบียนบ้าน ร้อยละ 14.28, ทะเบียนรถ ร้อยละ 14.28, รหัสผ่านต่างๆ ร้อยละ 9.52 และเขียนเลขมงคลในสิ่งต่างๆ ร้อยละ 23.80

คุณคิดว่าคนส่วนใหญ่นำเลขศาสตร์ เลขมงคลไปใช้กับเรื่องใดมากที่สุด

อาสาสมัครคุณ A ทางด้านอาชีพการงาน ทำธุรกิจ สร้างคอนเนคชั่น และด้านการเงิน มองว่าถ้าอายุช่วง 30 ปีจะเน้นเรื่องความรัก 40-50 ปี จะเน้นสุขภาพ

อาสาสมัครคุณ B แล้วแต่จุดประสงค์ของแต่ละคน

อาสาสมัครคุณ C การงาน กับความรัก

อาสาสมัคร 18 ท่าน ส่วนใหญ่ก็มองว่าคนส่วนมากน่าจะนำเลขศาสตร์ไปใช้กับทุกๆ ด้านของชีวิตเพื่อให้ชีวิตดีขึ้น ได้แก่ การงานอาชีพ การเงินการค้าขาย ความรัก สุขภาพ ความสมหวังกำลังใจ หรือการส่งเสริมบุคลิกภาพของตนเอง

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครส่วนมากคิดว่าประชาชนส่วนใหญ่ นำเลขศาสตร์ไปใช้กับเรื่องการงาน ร้อยละ 76.19, การเงิน ร้อยละ 47.61, ความรัก ร้อยละ 28.57, ส่งเสริมบุคลิกภาพ ร้อยละ 19.04, สุขภาพ ร้อยละ 9.52, ให้กำลังใจ ร้อยละ 9.52 และคิดว่าจะนำเลขศาสตร์ไปใช้กับทุกๆ ด้านถึง ร้อยละ 14.28

ถ้าคุณเลือกใช้เลขมงคล คุณจะเลือกใช้กับเรื่องอะไร ความสำเร็จ การงาน การเงิน และความรัก

อาสาสมัครคุณ A การงาน และการเงิน

อาสาสมัครคุณ B เน้นการเงิน การค้าขาย

อาสาสมัครคุณ C การงานกับความรัก

อาสาสมัคร 18 ท่าน อาสาสมัครส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับทุกๆ ด้าน คือ การงาน การเงิน ความรัก และด้านสุขภาพ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครเลือกใช้เลขมงคลกับเรื่องอะไรโดยรวมมองว่าเรื่องของความสำเร็จ เป็นเรื่องที่ครอบคลุมในทุกๆ ด้าน คือมีการงาน การเงิน และความรัก คิดเป็นร้อยละ 38.09 และถ้ามองเฉพาะด้าน คือ การเงิน มีร้อยละ 57.14, การงาน ร้อยละ 38.09 , ความรัก ร้อยละ 9.52 และด้านสุขภาพ ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ ซึ่งด้านสุขภาพเป็นด้านที่อาสาสมัครนำเสนอขึ้นมา เพราะคิดว่าเป็นเรื่องที่สำคัญ

คุณคิดว่าความเชื่อเลขศาสตร์ เลขมงคล มีผลต่อสังคมไทยอย่างไรบ้าง

อาสาสมัครคุณ A คิดว่ามี แต่เป็นความเชื่อส่วนบุคคล

อาสาสมัครคุณ B เฉยๆ เป็นเรื่องปกติ เพราะมันมีการใช้เลขมงคลกันมานานแล้ว

อาสาสมัครคุณ C มีผลต่อคนไทย ด้านความเชื่อ

อาสาสมัคร 18 ท่าน อาสาสมัครทุกท่านเชื่อว่าเลขศาสตร์ เลขมงคล มีผลต่อสังคมไทย เพราะสังคมไทยมีความเชื่อเป็นทุนเดิม เชื่อในทุกๆ ศาสตร์ วัตถุมงคล เชื่อในพลังงานที่

มีอยู่จริง จนกลายเป็นค่านิยม เป็นกระแส ทำให้ความเชื่อทางเลขศาสตร์ได้รับความนิยมมาก มีธุรกิจมากมายที่ทำรายได้จากเลขศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครทุกท่าน คิดว่าเลขศาสตร์มีอิทธิพลต่อสังคมไทย เพราะเป็นความเชื่อศาสตร์หนึ่งที่มีอยู่คู่กับคนไทยมานานแล้ว เช่น ชื่อสกุล วันเดือนปีเกิด เวลาเกิด หรือเลขประจำตัวประชาชนที่ติดตัวมา ล้วนเป็นตัวเลขทั้งสิ้น ที่บ่งบอกถึงบุคลิกภาพของแต่ละคนที่ต่างกัน ซึ่งเป็นความเชื่อส่วนบุคคล จนทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จนกลายเป็นค่านิยม เป็นกระแสขึ้นในสังคมไทย

คุณคิดอย่างไรกับธุรกิจที่นำความเชื่อเลขศาสตร์ เลขมงคลมาใช้ หรือมาเป็นจุดขายของธุรกิจ

อาสาสมัครคุณ A คิดว่าเป็นความเชื่อส่วนบุคคล ดังนั้นคนไหนมาใช้ต้องมีความเชื่อด้านนี้ก่อน แล้วนำมาพิสูจน์ มาใช้กับธุรกิจ

อาสาสมัครคุณ B เป็นเรื่องที่ดี ถ้ากิจการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี

อาสาสมัครคุณ C มองว่าเป็นการเอาความโดดเด่นของตัวเลขมาใช้อ้างอิง

อาสาสมัคร 18 ท่าน อาสาสมัครส่วนใหญ่มองว่าเป็นเรื่องที่ดี ที่ธุรกิจนำเลขศาสตร์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มยอดขาย สร้างการตลาดให้ประสบความสำเร็จ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครส่วนใหญ่มองว่าเป็นเรื่องที่ดีในการนำเลขศาสตร์มาดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นความเชื่อส่วนบุคคลในการนำมาใช้กับธุรกิจ นำมาพิสูจน์กับการดำเนินกิจการ เพื่อเพิ่มตลาด เพิ่มยอดขาย สร้างกำไรให้กับธุรกิจ ถ้านำเลขศาสตร์มาใช้แล้วกิจการมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้น ก็ยิ่งเพิ่มพูนความเชื่อมากขึ้นแพร่หลายมากขึ้นไปอีก

คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน

อาสาสมัครคุณ A คิดว่ามันไปต่อได้

อาสาสมัครคุณ B คิดว่ากระแสควบคู่ไปกับกระแสตัวเลข ไปในทางที่ดี

อาสาสมัครคุณ C ดูจากร้านทองที่หันมาทำแหวนมงคล

อาสาสมัคร 18 ท่าน อาสาสมัครส่วนใหญ่มองว่ากระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล และเครื่องราง ณ ปัจจุบันนี้มาแรงมาก มีเพิ่มขึ้นมาก จนทำให้ราคาของวัตถุมงคล หรือเครื่องราง มีราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ หรือกลายเป็นค่านิยม แต่ก็มองว่าเป็นเรื่องของวิจารณญาณส่วนบุคคล ความเชื่อส่วนตัวในการยึดเหนี่ยวจิตใจ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครทุกท่านมองว่ากระแสธุรกิจความเชื่อ
วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ตอนนี้มี การเติบโตอย่างมาก จนกลายเป็นกระแส สร้างความ
นิยมของวัตถุมงคล เครื่องรางให้มีราคาที่สูงขึ้น เป็นที่นิยม เป็นที่ต้องการของตลาดได้

คิดว่าแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โควิด 19 เป็นอย่างไร

อาสาสมัครคุณ A แนวโน้มน่าจะเป็นไปได้ ถ้านำความเชื่อมาประยุกต์ใช้
อาสาสมัครคุณ B คิดว่ามันต้องดูที่เศรษฐกิจ และสภาวะแวดล้อมรอบตัว
เรา ถ้าในอนาคตมันดีขึ้น ทุกอย่างก็อาจจะดีขึ้น
อาสาสมัครคุณ C คิดว่ามันยังคงอยู่ เพราะความเชื่อที่ถูกเชื่อไปแล้ว มัน
จะอยู่อย่างนั้นไม่เปลี่ยน

อาสาสมัคร 18 ท่าน อาสาสมัครส่วนใหญ่มองว่าแนวโน้มหลังสถานการณ์โควิด
19 มีทิศทางที่เพิ่มขึ้น ยังคงเป็นที่นิยม เพราะคนยังต้องการที่พึ่ง ต้องการกำลังใจ บางท่านมอง
ว่าไม่ได้เกี่ยวกับสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้น เพราะความเชื่อมีตลอด ไม่ว่าจะสถานการณ์ไหน
ก็ยังเป็นที่นิยม ขึ้นอยู่กับกระแส และเศรษฐกิจมากกว่า

ผลการวิเคราะห์ พบว่าแนวโน้มหลังสถานการณ์โควิด 19 และเป็นช่วงที่
เศรษฐกิจยังไม่ดีขึ้น ต้องการการฟื้นฟู แต่คนที่ต้องการความหวัง ต้องการกำลังใจ ที่พึ่งทางใจ
ยังคงมี และเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การคาดการณ์ว่าแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังโควิดมีโอกาที่จะ
เติบโตขึ้น และยิ่งเศรษฐกิจดี ตลาดก็ยิ่งโตขึ้นไปอีก

คุณมีเครื่องประดับมงคลประเภทไหนบ้าง จำนวนกี่ชิ้น

อาสาสมัครคุณ A แหวนทองสลักเลข จั๊พระพิฆเนศ และกำไลหินปีเซี้ยะ
อาสาสมัครคุณ B ส่วนใหญ่เป็นสร้อยคอ จั๊พระเครื่อง
อาสาสมัครคุณ C แหวนสลักตัวเลข
อาสาสมัคร 18 ท่าน อาสาสมัครทุกท่านมีเครื่องประดับมงคล โดยรวมแล้วมี
ทุกประเภทของเครื่องประดับ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าเครื่องประดับที่ส่วนใหญ่ที่อาสาสมัครทุกท่านมี
คือ แหวน คิดเป็นร้อยละ 61.90, จั๊สร้อยคอ ร้อยละ 57.14, สร้อยข้อมือ ร้อยละ 47.61, กำไล ร้อย
ละ 23.80, ต่างหู ร้อยละ 14.28, ตลับพวง ร้อยละ 4.76 และที่มัดผม ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ และ
ยังมีเครื่องประดับที่อาสาสมัครแนะนำเพิ่มเติม คือ สติ๊กเกอร์มงคล คิดเป็นร้อยละ 9.52 จำนวนชิ้น
เครื่องประดับที่อาสาสมัครมี ได้แก่ 1-2 ชิ้น ร้อยละ 28.57, 3-4 ชิ้น ร้อยละ 28.57, 5-6 ชิ้น ร้อยละ
23.80, 7-8 ชิ้น ร้อยละ 0, 9-10 ชิ้น ร้อยละ 4.76 และมากกว่า 10 ชิ้น ร้อยละ 14.28

สวมใส่เครื่องประดับบ่อยแค่ไหน

อาสาสมัครคุณ A	ใส่ตลอด
อาสาสมัครคุณ B	ใส่ตลอด
อาสาสมัครคุณ C	ใส่ทุกวัน
อาสาสมัคร 18 ท่าน	คำตอบตามประเด็นคำถาม
ผลการวิเคราะห์	พบว่าพฤติกรรมกรรมการสวมใส่เครื่องประดับของ

อาสาสมัครทุกท่านมีดังนี้ สวมใส่ทุกวัน ร้อยละ 57.14, สวมใส่ 2-3 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 9.52, สวมใส่ 4-5 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 9.52, สวมใส่เฉพาะโอกาสสำคัญเท่านั้น ร้อยละ 9.52 และไม่ได้สวมใส่ ร้อยละ 14.28

เครื่องประดับมงคลที่คุณสวมใส่ทำมาจากวัสดุอะไร มีสีสันของเพชร/พลอย เพิ่มความเป็นมงคลต่อเครื่องประดับหรือไม่

อาสาสมัครคุณ A งานทอง 18K เพราะแข็งแรง สวยงาม ส่วนเรื่องสีสันของพลอยขึ้นอยู่กับความชอบ แต่ควรจะเป็นไปตามวันเดือนปีเกิด ตามราศี

อาสาสมัครคุณ B เป็นทองรูปพรรณ เนื่องจากชอบใส่ติดตัวตลอดเวลา ไม่ค่อยถอด ใส่อาบน้ำได้ ส่วนเรื่องสีไม่ค่อยเชื่อเท่าไร

อาสาสมัครคุณ C ทองคำขาว สีสันก็มีการนำมาผสมผสานกัน

อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าวัสดุที่อาสาสมัครส่วนใหญ่นิยม และเห็นชอบในการนำมาทำเครื่องประดับ คือ งานทองเครื่องประดับ หรืองานทอง 18K ร้อยละ 38.09, งานหินร้อยสร้อย ร้อยละ 33.33, งานทองรูปพรรณ ร้อยละ 14.28, งานพลาสติก หรืองานคริสตัล ร้อยละ 9.52 และงานเงิน ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ และที่เห็นว่าสามารถสวมใส่ได้ทุกประเภทถึงร้อยละ 9.52 ส่วนความคิดเห็นของเรื่องของสีสันเพชร/พลอย ว่าสามารถเพิ่มความเป็นสิริมงคล ส่วนใหญ่มองว่าได้ ถึงร้อยละ 85.71 โดยมีลักษณะใช้สีสันของเพชร/พลอย แบ่งออกเป็น ใช้สีตามความชอบ ร้อยละ 44.44, ใช้พลอยตามเดือนเกิด/ราศีเกิด ร้อยละ 44.44 และใช้ พลอยตามวันที่เกิด ร้อยละ 11.11 ตามลำดับ และมองว่าความเป็นสิริมงคลไม่ได้เกิดจากสีสัน แต่เกิดจากการนำเครื่องประดับไปปลุกเสก ลงอักขระ หรือใส่มวลสารพุทธคุณลงในชิ้นงาน มีร้อยละ 14.28

คุณคิดว่ามีรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นมงคลตามที่คุณเชื่อมีอะไรบ้าง เกี่ยวกับความสำเร็จ การงาน การเงิน ความรัก ดีไซน์ควรเป็นอย่างไร

อาสาสมัครคุณ A ขึ้นอยู่กับการออกแบบมากกว่า โดยเลือกใช้ตัวเลขมงคลที่เหมาะสมกับคนนั้น ไม่มีเลขกาลกิณี

อาสาสมัครคุณ B แล้วแต่ดีไซน์ บางรูปแบบก็สามารถสื่อความเป็นมงคลได้ เหมือนการสะกดจิต เช่น ความรัก=หัวใจ, การเงิน=ถุงเงิน หรือ Infinity

อาสาสมัครคุณ C มองว่าเป็นความเชื่อส่วนบุคคล เช่น รูปมังกร=อำนาจ บารมี, พญานาค=สุขภาพ และ พระพิฆเนศ หรือโอม=ความสำเร็จ

อาสาสมัคร 18 ท่าน รูปแบบหรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นสิริมงคลนั้น อาสาสมัครส่วนใหญ่ ไม่ทราบว่ามียุรูปแบบหรือสัญลักษณ์ใดบ้างแสดงความเป็นมงคล แต่ก็บางท่านที่ให้ความคิดเห็นของรูปแบบ เช่น เรื่องความสำเร็จ=รูปมังกร เรือสำเภาทอง , การงาน=ม้าวิ่ง ช้าง, การเงิน=ปลา หยดน้ำ ลายน้ําสีทอง, ความรัก=ปลาคู่ นกคู่ หงส์คู่ หัวใจ สีแดง และ Infinity สามารถใช้ได้กับทุกเรื่อง

ผลการวิเคราะห์ พบว่าเรื่องของรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นมงคลนั้น ขึ้นอยู่กับความเชื่อของแต่ละบุคคลที่ดีความหมายของสัญลักษณ์นั้นว่ามีความเป็นมงคลในด้านไหน ซึ่งรูปแบบบางรูปอาจจะมีการตีความได้หลายความหมาย แต่โดยรวมแล้วรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่นำมาตีความนั้นมักมีความหมายเชิงนัยยะที่เป็นสิริมงคล ไปในทางที่ดี

คุณคิดว่าเลขศาสตร์ เลขมงคล สามารถเพิ่มความเป็นสิริมงคลของเครื่องประดับได้อย่างไร

อาสาสมัครคุณ A มองว่าตัวเลขส่งเสริมเรา
อาสาสมัครคุณ B มั่นใจพิเศษขึ้น โดยการสลักเลขลงที่เครื่องประดับ
อาสาสมัครคุณ C เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเครื่องประดับ เพิ่มความเป็นพิเศษมากขึ้น มีเรื่องราวมากกว่า

อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครทุกท่านมองว่าเลขศาสตร์ เลขมงคลสามารถเพิ่มความเป็นสิริมงคลให้กับเครื่องประดับได้ แต่วิธีการที่ออกแบบเลขมงคลในเครื่องประดับ ส่วนใหญ่มองว่าการที่มีตัวเลขมงคล หรือคู่เลขมงคล หรือชุดเลขมงคล สลักฝังอยู่บนตัวเรือนเครื่องประดับ มีถึงร้อยละ 80.95 หรือการมีนัยยะ ความหมายของเลขมงคล ตรงกับจำนวนเพชร/พลอย มีถึงร้อยละ 9.52 หรือมีการออกแบบเครื่องประดับเป็นตัวเลขมงคล มีถึงร้อยละ 9.52 เช่นกัน

คุณคิดว่าราคาของเครื่องประดับมงคลควรอยู่ที่เท่าไร

อาสาสมัครคุณ A 30,000-40,000 บาท
อาสาสมัครคุณ B 500-3,000 บาท
อาสาสมัครคุณ C 1,000-2,000 บาท คนทั่วไปน่าจะเข้าถึงได้

อาสาสมัคร 18 ท่าน มีหลากหลายความคิดเห็นเป็นอย่างมาก โดยมากมอง
ราคาขึ้นอยู่กับวัสดุและการออกแบบของเครื่องประดับ โดยราคาต่ำที่สุดเริ่มที่ 100 บาท แต่สูงสุด
คือไม่เกิน 10,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ พบว่าลักษณะของราคามีความสัมพันธ์กับวัสดุที่
เลือกใช้ และการออกแบบเครื่องประดับว่ามีความเหมาะสมกับราคา

เหตุผลอะไรที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล

อาสาสมัครคุณ A อยากได้ หรือซื้อเพราะความน่าเชื่อถือของบุคคลนั้น
อาสาสมัครคุณ B ซื้อตามความชอบ ตามดีไซน์ และเพื่อการลงทุน
อาสาสมัครคุณ C ซื้อเพราะมันตรงกับความเชื่อของเรา เป็นเครื่องยึด
เหนี่ยวจิตใจมากกว่า

อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม
ผลการวิเคราะห์ พบว่าทำให้เห็นว่าอาสาสมัครส่วนใหญ่มีเหตุผลใน
การเลือกซื้อเครื่องประดับที่แตกต่างกัน โดยมีการให้เหตุผลเนื่องจากความชอบ ความอยากได้
ความสวยงามของเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 57.14, เพื่อการลงทุนเกรงกำไร ร้อยละ 28.57,
เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ร้อยละ 23.80, เพื่อสะสมเก็บเป็นมรดก ร้อยละ 19.04, เพื่อเป็น
ที่พึ่งทางใจ ร้อยละ 19.04 และซื้อตามกระแส ตามแฟชั่น ร้อยละ 9.52 ตามลำดับ

คุณคิดว่าเครื่องประดับมงคลหาซื้อได้ที่ไหนถึงจะเหมาะสม

อาสาสมัครคุณ A ควรเป็นหน้าร้าน แต่ตอนนี้คงยาก คงต้องเป็นโซเชียล
อาสาสมัครคุณ B ร้านทองรูปพรรณ
อาสาสมัครคุณ C ส่วนใหญ่ผ่านช่องทางออนไลน์ มาเกิดเพลสต่างๆ
อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม
ผลการวิเคราะห์ พบว่าสถานที่ที่อาสาสมัครส่วนใหญ่มองว่าเหมาะสม
ในการจำหน่ายเครื่องประดับมงคล ได้แก่ ร้านค้าหรือสถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล ร้อยละ 66.66,
ร้านเครื่องประดับต่างๆ ร้อยละ 52.38, ร้านค้าออนไลน์ในสื่อโซเชียล ร้อยละ 47.61, ร้าน
ทองรูปพรรณ 42.85, ตามตลาดนัด หรือถนนคนเดิน ร้อยละ 28.57, ผ่านบุคคลที่ไว้ใจได้ ร้อยละ
9.52 และตามงานแสดงสินค้า ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

จำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน หรือจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ ช่องทางไหนส่งผล ต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล

อาสาสมัครคุณ A ผ่านทางออนไลน์
อาสาสมัครคุณ B ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัครคุณ C ไม่ทั้ง 2 ช่องทาง เน้นคนใกล้ชิดมากกว่า

อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอิทธิพลของช่องทางในการจัดจำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน และทางออนไลน์ อาสาสมัครส่วนใหญ่มองว่า ทั้ง 2 ช่องทางมีผลต่อการเลือกซื้อ ถึงร้อยละ 66.66, ทางหน้าร้านเท่านั้น ร้อยละ 23.80, ทางออนไลน์เท่านั้น ร้อยละ 4.76 และไม่ทั้ง 2 ทาง ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

การจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ที่คุณเลือกซื้อคือรูปแบบใด

อาสาสมัครคุณ A ตามเพจที่น่าเชื่อถือ มีที่มาที่ไป

อาสาสมัครคุณ B ตามมาเกิตเพลส เพราะเข้าง่ายกว่า สะดวก และรวดเร็ว

อาสาสมัครคุณ C ตามมาเกิตเพลส แต่ร้านที่เอามาขาย ควรมีหน้าร้านเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือด้วย

อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าลักษณะในการสร้างรูปแบบการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ที่เลือกซื้อ อาสาสมัครส่วนใหญ่เลือกซื้อ โดยผ่านผู้ที่น่าเชื่อถือ หรือผู้ทรงอิทธิพลในโซเชียล คิดเป็นร้อยละ 47.61, ผ่านแอปพลิเคชันของทางร้านค้าโดยตรง ร้อยละ 42.85, ผ่านทางโซเชียลโดยการโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว ร้อยละ 42.85, ผ่านการ Live สด ร้อยละ 28.57, ผ่านมาเกิตเพลส ร้อยละ 23.80 และไม่ซื้อผ่านออนไลน์ ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

เหตุผลอะไรที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลผ่านช่องทางข้างต้น (หน้าร้าน/ออนไลน์)

อาสาสมัครคุณ A ผ่านบุคคลที่น่าเชื่อถือ หรือมีบุคคลอ้างอิง

อาสาสมัครคุณ B คุณสมบัติ วัสดุของสินค้า และรายละเอียดที่แจ้งไว้

อาสาสมัครคุณ C โปรโมชั่น

อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าเหตุผลส่วนใหญ่ที่อาสาสมัครเลือกซื้อเครื่องประดับผ่านช่องทางหน้าร้าน หรือออนไลน์ ได้แก่ เรื่องของความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า ร้อยละ 57.14, คุณภาพหรือความหลากหลายของสินค้า ร้อยละ 52.38, ราคาสินค้า ร้อยละ 52.38, ความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า ร้อยละ 38.09, พนักงานขายแนะนำสินค้าได้ดี ร้อยละ 33.33, โปรโมชั่นของสินค้า ร้อยละ 28.57, แพคเกจสวยงาม ร้อยละ 23.80 และมีโฆษณาข่าวสารให้ติดตาม ร้อยละ 14.28 ตามลำดับ

ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมงคล

อาสาสมัครคุณ A ตัวเอง แฟน และอิทธิพลของดารา พร็เซ็นเตอร์

อาสาสมัครคุณ B ตัวเอง

อาสาสมัครคุณ C ตัวเอง และพนักงานขายที่มีความรู้

อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครทุกท่านตัดสินใจเลือกซื้อ

เครื่องประดับมงคลตามเหตุผลต่างๆ โดยการตัดสินใจด้วยตนเอง ถึงร้อยละ 100 และยังมีผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ได้แก่ คู่รัก หรือแฟน ร้อยละ 19.04, พร็เซ็นเตอร์ ดารา หรือผู้ที่เชื่อถือได้ ร้อยละ 19.04, พนักงานขาย หรือผู้ที่ตอบข้อสงสัยได้ ร้อยละ 19.04, เพื่อน ร้อยละ 9.52 และพ่อแม่ญาติพี่น้อง บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

บรรจุภัณฑ์มีผลต่อเครื่องประดับมงคลหรือไม่

อาสาสมัครคุณ A มีผล สินค้าธรรมดา แต่แพคเกจดูดี ทำให้ตัดสินใจซื้อได้ นำไปเป็นของขวัญได้

อาสาสมัครคุณ B ไม่มีผล สนใจที่สินค้ามากกว่า

อาสาสมัครคุณ C มีผล ถ้าแพคเกจสอดคล้องกับสินค้า จะทำให้สินค้ามีมูลค่า คุณค่ามากกว่าเดิม

อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครส่วนใหญ่มองว่าบรรจุภัณฑ์ของเครื่องประดับมงคล มีผลต่อเครื่องประดับมงคล มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ถึงร้อยละ 66.66 และมองว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมงคล เพราะสนใจที่ตัวสินค้ามากกว่า ถึงร้อยละ 33.33

คุณคิดว่าควรมีช่องทางในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลหรือไม่

อาสาสมัครคุณ A ควรมี เพื่ออัปเดตรายการสินค้า โปรโมชั่น สินค้าใหม่ และการดูแลหลังการขาย

อาสาสมัครคุณ B ควรมี

อาสาสมัครคุณ C ควรมี และเขียนรายละเอียดให้ชัดเจน มันอาจจะช่วยขยายวงกว้างได้

อาสาสมัคร 18 ท่าน คำตอบตามประเด็นคำถาม

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัครส่วนใหญ่มองว่าช่องทางในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล ควรมี เพราะอัปเดตรายการสินค้า โปรโมชัน สินค้าใหม่ และการดูแลหลังการขาย ถึงร้อยละ 85.71 และไม่ควรมี เพราะคิดว่าไม่จำเป็น ร้อยละ 14.28

ถ้ามีเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร

อาสาสมัครคุณ A ตามรูปแบบตัวเลขที่เราชื่นชอบ อาจมีการฝังเพชรเพื่อเพิ่มมูลค่า เพิ่มความเป็นมงคลได้อีก

อาสาสมัครคุณ B ควรเป็นแบบธรรมดา เหมือนจิวเวอรี่ทั่วไป

อาสาสมัครคุณ C มองว่าทำเป็นสร้อย หรือจี้ น่าจะดูดี

อาสาสมัคร 18 ท่าน ความคิดเห็นส่วนใหญ่ของอาสาสมัคร คิดว่าเครื่องประดับมงคลควรออกแบบให้ดูทันสมัย เรียบหรู สวยสะดุดตา พกพาง่ายกะทัดรัด และมีตัวเลขมงคลแฝงในเครื่องประดับ

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัคร มองว่าเครื่องประดับมงคลควรมีรูปแบบเหมือนงานจิวเวอรี่ ที่เรียบง่าย เรียบหรู ดูดี ดูทันสมัย สวยสะดุดตา กะทัดรัดพกพาสวมใส่สบาย และมีตัวเลขแฝง หรือเพิ่มอัญมณีในเครื่องประดับ

คุณคิดเห็นอย่างไร ถ้ามีเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ท้องตลาด

อาสาสมัครคุณ A ดี เป็นการตอบใจหย้ให้กับลูกค้าที่เชื่อในเลขศาสตร์

อาสาสมัครคุณ B ชอบ แต่เรียบง่าย มีเพชรเล็กๆ

อาสาสมัครคุณ C น่าสนใจ เพราะเป็นของแปลกใหม่

อาสาสมัคร 18 ท่าน อาสาสมัครส่วนใหญ่มองว่าเป็นเรื่องที่ดี น่าสนใจ แต่ก็มองว่าในท้องตลาดก็มีร้านค้าที่มีการจัดจำหน่ายบ้างแล้ว

ผลการวิเคราะห์ พบว่าอาสาสมัคร มองว่าถ้ามีเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด เป็นเรื่องที่ดี น่าสนใจ ร้อยละ 90.47 และไม่สนใจ ร้อยละ 9.52

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มประชากรทั้ง 3 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาเป็นพื้นฐาน แนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย และนำมาออกแบบแผนธุรกิจสำหรับธุรกิจเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ต่อไป

4.3 ผลลัพธ์ของการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

ในกระบวนการออกแบบเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยนั้น ผู้วิจัยได้นำกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking process) มาเป็นแนวทางในการค้นคว้าหาข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด เข้าใจความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการ และพัฒนาแก้ไขปัญหาที่มีให้ผลิตภัณฑ์ออกมามีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในแนวทางการเพิ่มมูลค่า เป็นเครื่องมือทางธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพ และสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการได้ (Smart Trader Program, 2559) โดยแบ่งเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. Empathize ขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจ ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนในการเก็บข้อมูลไว้ 2 ส่วนคือ

1.1. Primary research ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มประชากรที่ศึกษามี 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth-Interview) เพื่อให้ได้คำตอบที่ตอบใจกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดอย่างถูกต้อง และเพื่อทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง

1.2. Secondary research ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาหนังสือ ตำรา หรือข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เช่น ตำราพื้นฐานโหราศาสตร์ (มหัศจรรย์ของตัวเลข) หนังสือการออกแบบต่างๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2. Define ขั้นตอนการคัดกรองข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ตามประเด็นคำถาม หาความต้องการขั้นพื้นฐาน ปัญหา ความกังวลใจ หรือความคาดหวังพิเศษที่นอกเหนือความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จะตอบสนองความต้องการ สร้างคุณค่า บริการ แก้ปัญหา สร้างความประทับใจ เพื่อนำไปออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย และนำไปออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับตามหลักเลขศาสตร์ไทย

3. Ideate ขั้นตอนการสร้างสรรค์ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ส่วนคือ ส่วนของเลขศาสตร์ไทย ส่วนของสัญลักษณ์ และส่วนของการตลาด ผู้วิจัยได้นำข้อมูลส่วนเลขศาสตร์ และสัญลักษณ์ นำมาออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

4. Prototype ขั้นตอนในการสร้างตัวต้นแบบ ผู้วิจัยได้เลือกใช้โปรแกรมออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์สำหรับออกแบบเครื่องประดับโดยเฉพาะ (CAD : Computer Aided Design) ให้ได้มาซึ่งภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยแบบ 3 มิติ เพื่อเป็นภาพต้นแบบสำหรับการประเมิน หรือทดสอบตลาดต่อไป

5. Test ขึ้นตอนการทดสอบตลาด หรือการประเมินภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับ แหวนมงคตามหลักเลขศาสตร์ไทย กับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลข ศาสตร์อีกครั้ง และกับกลุ่มประชาชนทั่วไปที่ชื่นชอบเครื่องประดับ หรือชื่นชอบเลขศาสตร์ เพื่อให้ ได้ภาพตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด เพื่อมาพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคให้ตรง ตามความต้องการอย่างลึกซึ้งมากที่สุด และเพื่อนำมาประกอบกับข้อมูลในส่วนทางด้านการตลาด เพื่อออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคตามหลักเลขศาสตร์ไทย

แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ผู้วิจัยได้นำ ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยใช้แนวคิดในการออกแบบ เครื่องประดับด้วยคอมพิวเตอร์ มาออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคตามหลักเลขศาสตร์ ที่ สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ (CAD) ของ วรณรัตน์ ตั้ง เจริญ (2544) สมลักษณ์ วรณมุล กิเยลาโรว่า และคนอื่น ๆ (2559) ที่ได้แสดงให้เห็นการบูรณาการ ของการออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ ที่สามารถออกแบบเครื่องประดับให้มี ประสิทธิภาพทางด้านรูปร่าง รูปทรง ความละเอียด ความสมมาตร และการวิเคราะห์รายละเอียด ของแบบร่างในรูปแบบสามมิติได้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งการออกแบบที่นำแนวคิดสัญลักษณ์ มา เป็นแนวทางในการสื่อสารทางด้านความเชื่อ เพื่อให้ได้ภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงค ตามหลักเลขศาสตร์ไทย มีการตีความที่แสดงความเป็นมงคลในแต่ละด้านของความต้องการที่ ชัดเจนมากขึ้น โดยใช้กระบวนการความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล พจนา พิมล (2019) และนรินทร์ ปลื้มปรีดาพร และ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2562) จนกระทั่งได้ เครื่องประดับแหวนมงคที่อยู่ภายใต้แนวโน้มการออกแบบในศตวรรษที่ 21 ที่มีรูปแบบและ ลวดลายที่ร่วมสมัย องค์ประกอบทางเรขาคณิต เราชาคณิต ที่ตรงตามความพึงพอใจของผู้บริโภค เครื่องประดับมากที่สุด

จากข้อมูลการวิเคราะห์ที่ได้จากกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่ม นำมาความสัมพันธ์กับข้อมูล ที่ได้จากการศึกษาทางด้านเลขศาสตร์ไทย และข้อมูลด้านสัญลักษณ์ศาสตร์ไทย เป็นดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้ทางด้านเลขศาสตร์ไทย ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์จากกลุ่มประชากร ที่ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย มาศึกษาสังเคราะห์หาแนวทางในการเลือกตัวเลขมงคล ซึ่ง สอดคล้องการข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับเลขศาสตร์ไทย จะเห็นได้ว่ามีข้อมูลตัวเลขมงคล สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมชาย สำเนียงงาม (2545) ซึ่งมีตัวเลขมงคลได้แก่เลข 9 14 15 19 20 24 36 40 41 42 45 46 50 51 55 56 59 63 64 65 90 91 95 99 และสอดคล้องกับเลขศาสตร์ ที่ให้คุณในระดับดีมาของ จักรกฤษ แร่ทอง (2554) คือ 2, 4, 5, 6, 9, 14, 15, 19, 23, 24, 36,

41, 42, 45, 46, 50, 51, 53, 55, 56, 59, 63, 64, 65 ดังนั้นตัวเลขมงคลที่ผู้วิจัยใช้เป็นข้อมูลหลักในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคล ได้แก่

1.1. เรื่องความสำเร็จในชีวิต ได้แก่เลขมงคลหลัก 45 54 55 59 95 99 เลขมงคลรอง 09 15 51 90

1.2. เรื่องหน้าที่การงาน ได้แก่เลขหลัก 14 40 41 50 เลขมงคลรอง 04 05

1.3. เรื่องการเงิน ได้แก่เลขหลัก 24 42 46 56 64 65 เลขมงคลรอง 06

1.4. เรื่องความรัก ได้แก่เลข 02 20 23 36 63

2. ข้อมูลที่ได้ทางด้านสัญลักษณ์ ผู้วิจัยได้นำคำแนะนำและผลการวิเคราะห์จากกลุ่มประชากรที่ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ และกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ มาศึกษาหารูปแบบสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นสิริมงคล ซึ่งสอดคล้องการข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับสัญลักษณ์ โดยแบ่งลักษณะของสัญลักษณ์ออกเป็นดังนี้

2.1. เรื่องความสำเร็จในชีวิต ได้แก่ เรือสำเภา

2.2. เรื่องหน้าที่การงาน ได้แก่ มังกร ช้าง ม้า

2.3. เรื่องการเงิน ได้แก่ ปลา สายน้ำ สีทอง

2.4. เรื่องความรัก ได้แก่ นกคู่ หัวใจ Infinity สีแดง

จากข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษา และผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มประชากร ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานของการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย โดยแบ่งตามประเภทของความต้องการในแต่ละด้าน ดังนี้

4.3.1. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ ด้านความสำเร็จ

4.3.2. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ ด้านการงาน

4.3.3. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ ด้านการเงิน

4.3.4. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ ด้านความรัก

4.3.1. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ

ตาราง 12 แสดงภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ



รายละเอียดของแหวน ด้านความสำเร็จแบบที่ 1

แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก ใบธงเรือสำเภาที่กำลังพลิ้วไหว แล่นอยู่กลางทะเล
ตัวเรือนสีทองขาว ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 15 เม็ด รวม 15 ตังค์
สลักตัวเลขมงคล 15 ไว้ที่ตัวแหวน

ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน

สัญลักษณ์ ใบเรือสำเภา แทนความสำเร็จ กิจการราบรื่น ค้าขายร่ำรวย เหมือนเรือที่นำ
ความสำเร็จแล่นเข้ามาหาผู้สวมใส่

เลขมงคลหลัก 15 คือ พลังแห่งความสมบูรณ์ รุ่งโรจน์สดใส สำเร็จในทุกด้าน มีชื่อเสียงเกียรติยศ
อำนาจ ผู้ใหญ่เมตตาช่วยเหลือ

เลขมงคลรอง 6 (1+5) คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง



ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม

แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้
หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งาน
ชุบสองสี

ตาราง 15 (ต่อ)

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ



รายละเอียดของแหวน ด้านความสำเร็จแบบที่ 2

แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก โบราณเรือสำเภา ที่กำลังแล่นอยู่กลางทะเล จำนวน 9 ลำ

ตัวเรือนสีทองขาว ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 9 เม็ด รวม 9 ตังค์

สลักตัวเลขมงคล 9 ไว้ที่ตัวแหวน

ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน

สัญลักษณ์ โบราณเรือสำเภา แทนความสำเร็จ กิจการราบรื่น ค้าขายร่ำรวย เหมือนเรือที่นำ

ความสำเร็จแล่นเข้ามาหาผู้สวมใส่

เลขมงคลหลัก 9 คือ พลังของพระเกตุ หรือพลังแห่งความลึกซึ้ง มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง รุ่งเรือง

เจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ

เลขมงคลรอง 99 คือ พลังแห่งปาฏิหาริย์ พระคุ้มครอง สุขความเจริญก้าวหน้า สิ่งเร้นลับ



ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม

แหวนสามารถออกแบบสลับตัวเรือนได้

หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งาน

ชุบสองสี งานสามสี (งานสามกษัตริย์)

ตาราง 15 (ต่อ)

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ



รายละเอียดของแหวน ด้านความสำเร็จแบบที่ 3

แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เลข 9 โดยการนำเลข 9 ไขว้กัน

ตัวเรือนสองสี (ทองขาว/เหลืองทอง) ประดับเพชร ประกอบด้วยเพชรขนาด 9 ตังค์ 1 เม็ด และเพชรขนาด 1.5 ตังค์ 4 เม็ด รวมทั้งหมด 5 เม็ด 15 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 9 ไว้ที่ตัวแหวน

ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน

สัญลักษณ์ เลข 9 แทนความก้าวหน้า เลขมงคลของไทย

เลขมงคลหลัก

9 คือ พลังของพระเกตุ หรือพลังแห่งความลึกซึ้ง มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง รุ่งเรือง เจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ

15 คือ พลังแห่งความสมบูรณ์ รุ่งโรจน์สดใส สำเร็จในทุกด้าน มีชื่อเสียงเกียรติยศ อำนาจ ผู้ใหญ่เมตตาช่วยเหลือ

เลขมงคลรอง

5 คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม

6 (1+5) คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง

95 คือ พลังแห่งความสมบูรณ์พูนสุข เจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า มีชื่อเสียงเกียรติยศ มีทรัพย์

99 คือ พลังแห่งปาฏิหาริย์ พระคุ้มครอง ความสุขความเจริญก้าวหน้า สิ่งเร้นลับ



ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม

แหวนสามารถออกแบบสลับตัวเรือนได้

หลากหลายตามความชอบ

4.3.2. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน

ตาราง 13 แสดงภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านการงานแบบที่ 1 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เกล็ดมังกรที่ซ้อนทับกัน แล้วพันรอบนิ้วเหมือนกำลังเคลื่อนไหวไปมา ตัวเรือนสองสี (ทองขาว/เหลืองทอง) แหวนประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 14 เม็ด รวม 14 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 14 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ มังกร แทนความรุ่งเรือง การส่งเสริมธุรกิจการค้า ช่วยเรียกโชคลาภ เลขมงคลหลัก 14 คือ พลังมหาจักรวาล รุ่งโรจน์ สุขสบายก้าวหน้า มั่นคง แก้ปัญหาเก่ง ผู้ใหญ่เมตตาคอยช่วยเหลือ เลขมงคลรอง 5 (1+4) คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

ตาราง 16 (ต่อ)

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน



รายละเอียดของแหวน ด้านการงานแบบที่ 2

แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เกล็ดมังกรที่ซ้อนทับกัน แล้วพันรอบนิ้วเหมือนกำลังเคลื่อนไหวไปมา และรูปทรง Infinity ที่เกิดจากการไขว้กันของตัวมังกร

ตัวเรือนสองสี (ทองขาว/เหลืองทอง) แหวนประดับเพชรขนาด 0.5 ตังค์ 28 เม็ด รวม 14 ตังค์
สลักตัวเลขมงคล 14 ไว้ที่ตัวแหวน

ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน

สัญลักษณ์ มังกร แทนความรุ่งเรือง การส่งเสริมธุรกิจการค้า ช่วยเรียกโชคลาภ

Infinity แทนความไม่สิ้นสุด ความรุ่งเรืองแบบไม่สิ้นสุด

เลขมงคลหลัก 14 คือ พลังมหาจักรวาล รุ่งโรจน์ สุขสบายก้าวหน้า มั่นคง แก้ปัญหาเก่ง ผู้ใหญ่เมตตาคอยช่วยเหลือ

เลขมงคลรอง

1 ($2+8=10, 1+0=1$) คือ พลังแห่งดวงอาทิตย์ ราชาแห่งดวงดาว มีชื่อเสียงเกียรติยศ มีวาสนา
ทะเยอทะยาน รักความก้าวหน้า เป็นผู้นำ

5 ($1+4$) คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม



ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม

แหวนสามารถออกแบบสลับตัวเรือนได้
หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งาน
ชุบสองสี

ตาราง 16 (ต่อ)

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน



รายละเอียดของแหวน ด้านการงานแบบที่ 3

แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เกล็ดมังกรที่ซ้อนทับกัน เหมือนมังกรคู่พันรอบนิ้วเคลื่อนไหวไปทางซ้าย-ขวา วนเวียนไม่มีที่สิ้นสุด เพชรเม็ดกลางเหมือนลูกแก้วมังกร ที่มังกรคู่เฝ้าสมบัติมีค่า ตัวเรือนสองสี (ทองขาว/เหลืองทอง) ประดับเพชรขนาด 14 ดั้งค์ 1 เม็ด และเพชร 1 ดั้งค์ 14 เม็ด รวมทั้งหมด 15 เม็ด 28 ดั้งค์ สลักตัวเลขมงคล 14 ไว้ที่ตัวแหวน

ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน

สัญลักษณ์ มังกร แทนความรุ่งเรือง การส่งเสริมธุรกิจการค้า ช่วยเรียกโชคลาภ

เลขมงคลหลัก 14 คือ พลังมหาจักรวาล รุ่งโรจน์ สุขสบายก้าวหน้า มั่นคง แก้ปัญหาเก่ง ผู้ใหญ่เมตตาคอยช่วยเหลือ

เลขมงคลรอง

1 ($2+8=10, 1+0=1$) คือ พลังแห่งดวงอาทิตย์ ราชานแห่งดวงดาว มีชื่อเสียงเกียรติยศ มีวาสนาทะเยอทะยาน รักความก้าวหน้า เป็นผู้นำ

4 ($1+4$) คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม

15 คือ พลังแห่งความสมบูรณ์ รุ่งโรจน์สดใส สำเร็จในทุกด้าน มีชื่อเสียงเกียรติยศ อำนาจ ผู้ใหญ่เมตตาคอยช่วยเหลือ



ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม

แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

4.3.3. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน

ตาราง 14 แสดงภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านการเงินแบบที่ 1 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก หยดน้ำที่ไหลไขว้กัน คล้ายกับปลาคู่ว่ายทวนกัน มีทั้งหมด 6 คู่ ตัวเรือนสีเหลืองทอง เป็นแหวนรอบนิ้ว ประดับเพชรขนาด 2 ตังค์ 12 เม็ด รวม 24 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 24 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ หยดน้ำที่ไหลไขว้กัน แสดงถึง โชคลาภเงินทองที่ไหลหมุนเวียนตลอดเวลา ปลาคู่ แสดงถึง โชคลาภ ผลกำไร ความอุดมสมบูรณ์ สีตัวเรือนหลัก คือ สีทอง แสดงถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวยเงินทอง เลขมงคลหลัก 24 คือ พลังแห่งความมงคลสำเร็จ ชีวิตสุขสบาย มีโชคด้านเงินทองมากมาย มีเสน่ห์ด้านคำพูด เพื่อนฝูงให้การอุปถัมภ์ เลขมงคลรอง 6 (2+4) คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสลับในตัวเรือนได้ หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี งานสามสี (งานสามกษัตริย์)

ตาราง 17 (ต่อ)

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านการเงินแบบที่ 2 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก หยดน้ำที่หล่อหลอมรวมกัน เมื่อมารวมกันแล้ว ด้านบนของแหวน คล้ายดอกโบตั๋น หรือดอกพีโอนี่ ด้านข้างของแหวนคล้ายสัญลักษณ์ Infinity ตัวเรือนสีเหลืองทอง ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 46 เม็ด รวม 46 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 46 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ หยดน้ำที่หล่อหลอมรวมกัน แสดงถึง โชคลาภเงินทอง เมื่อมารวมกันแล้ว ดอกโบตั๋น หรือดอกพีโอนี่ แสดงถึง ความมั่งคั่ง ร่ำรวย เกียรติยศ รูปแบบ Infinity ความไม่สิ้นสุด ความรวยไม่สิ้นสุด สีตัวเรือนหลัก คือ สีทอง แสดงถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวยเงินทอง เลขมงคลหลัก 46 คือ พลังแห่งความสุข ชีวิตสุขสบาย การเงินคล่องตัว ร่ำรวย ประสบความสำเร็จ ก้าวหน้า เลขมงคลรอง 1 ($4+6=10, 1+0=1$) คือ พลังแห่งดวงอาทิตย์ ราชาแห่งดวงดาว มีชื่อเสียง เกียรติยศ มีวาสนา ทะเยอทะยาน รักความก้าวหน้า เป็นผู้นำ	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสลับตัวเรือนได้ หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

ตาราง 17 (ต่อ)

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน



รายละเอียดของแหวน ด้านการเงินแบบที่ 3

แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก หยดน้ำทั้ง 8 มุม 8 ทิศ สายน้ำที่เคลื่อนไหวทุกทิศทาง คล้ายกับ
อักษรวน ∇ โบราณ

ตัวเรือนสี่เหลี่ยมทอง เป็นแหวนรอบนิ้ว ประดับเพชรขนาด 3 ตังค์ 8 เม็ด และเพชร 1 ตังค์ 32 เม็ด
รวมทั้งหมด 40 เม็ด 56 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 56 ไว้ที่ตัวแหวน

ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน

สัญลักษณ์ หยดน้ำ สายน้ำ แสดงถึง โชคลาภเงินทอง หยดน้ำที่มี 8 ทิศ 8 ตำแหน่ง แสดงถึงโชค
ลาภ ลาภลอยที่เข้ามาทั้ง 8 ทิศทาง เลขนำโชคของชาวจีน

รูปแบบอักษรวนโบราณ ∇ (เพ็ญ) แสดงถึง ความมั่งคั่งร่ำรวย

สีตัวเรือนหลัก คือ สีทอง แสดงถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวยเงินทอง

เลขมงคลหลัก 56 คือ พลังแห่งคู่ทรัพย์คู่โชค ชีวิตโดดเด่น มีรายได้หลายทาง หาเงินเก่ง มีโชค
ลาภวาสนา เจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า

เลขมงคลรอง

2 ($5+6=11, 1+1=2$) คือ พลังแห่งดวงจันทร์ มีจินตนาการ คิดฝัน มีเสน่ห์ อ่อนหวานนุ่มนวล

4 ($4+0$) คือ พลังแห่งดาวพุธ เทพแห่งการเจรจา พลังสติปัญญา ฉลาดมีไหวพริบ ติดต่อสื่อสาร

40 คือ พลังอำนาจ ความสำเร็จงดงาม ชีวิตสุขสบาย ฐานะมั่นคงร่ำรวย มีชื่อเสียงลาภยศ



ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม

แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้

หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งาน

ชุบสองสี งานสามสี (งานสามกษัตริย์)

4.3.4. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก

ตาราง 15 แสดงภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านความรักแบบที่ 1 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก Infinity ความรักที่ชั่วนิรันดร์ รักไม่มีที่สิ้นสุด ออกแบบให้มีลักษณะคล้ายเลข 8 เพื่อเพิ่มความเป็นสิริมงคล โชคลาภตามความเชื่อของชาวจีน ตัวเรือนสีเหลืองทองชมพู ประดับเพชรขนาด 23 ตังค์ 1 เม็ด และเพชร 1 ตังค์ 23 เม็ด รวมทั้งหมด 24 เม็ด 46 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 23 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ รูปแบบ Infinity แสดงถึง ความไม่มีที่สิ้นสุด ความรักชั่วนิรันดร์ สีตัวเรือนหลัก คือ สีทองชมพู หรือ Rose gold แสดงถึงสีของความรัก ความสวยงาม เลขมงคลหลัก 23 คือ พลังแห่งความรัก มีเสน่ห์ ดึงดูดเพศตรงข้าม ทำงานเก่งหาเงินเก่ง เลขมงคลรอง 1 ($4+6=10, 1+0=1$) คือ พลังแห่งดวงอาทิตย์ มีชื่อเสียงเกียรติยศ ทะเยอทะยาน ก้าวหน้า ผู้นำ 5 ($2+3$) คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม 6 ($2+4$) คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง 24 คือ พลังแห่งความมงคลสำเร็จ ชีวิตสุขสบาย มีโชคด้านเงินทอง มีเสน่ห์ด้านคำพูด 46 คือ พลังแห่งความสุข ชีวิตสุขสบาย ร่ำรวยก้าวหน้า หรือความรักเต็มเปี่ยม ($23+23$)	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

ตาราง 18 (ต่อ)

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน



รายละเอียดของแหวน ด้านความรักแบบที่ 2

แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เครื่องหมาย Infinity ความรักที่ชั่วนิรันดร์ รักไม่มีที่สิ้นสุด เคลื่อนไหวแบบมังกร ออกแบบให้มีลักษณะคล้ายการเขียนยันต์ อักษรตามความเชื่อของไทย

ตัวเรือนสีเหลืองทองชมพู ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 36 เม็ด รวม 36 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 36 ไว้ที่ตัวแหวน

ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน

สัญลักษณ์ รูปแบบ Infinity แสดงถึง ความไม่มีที่สิ้นสุด ความรักชั่วนิรันดร์

การเคลื่อนไหวของมังกร แสดงถึง ส่งเสริมการค้าขายให้หมุนเวียน

เส้นกระดูกยันต์พระพุทธรูป แสดงถึง ลักษณะการเดินยันต์ตามความเชื่อของชาวขอมโบราณ เป็นจุดศูนย์รวมพลังของพระพุทธรูป

สีตัวเรือนหลัก คือ สีทองชมพู หรือ Rose gold แสดงถึงสีของความรัก ความสวยงาม

เลขมงคลหลัก 36 พลังแห่งความรักเจ้าเสน่ห์ มีเสน่ห์ดึงดูดเพศตรงข้ามอย่างมาก เป็นที่รักของเพื่อนฝูงมิตรสหาย ฉลาดหารายได้ โชคดีมีลาภลอย

เลขมงคลรอง 9 (3+6) คือ พลังของพระเกตุ หรือพลังแห่งความลึกลับ มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง รุ่งเรือง เจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ



ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม

แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี

ตาราง 18 (ต่อ)

ภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน



รายละเอียดของแหวน ด้านความรักแบบที่ 3

แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก หัวใจแห่งความรักนิรันดร์ ที่เกิดจากการนำรูปหัวใจ รวมกับ Infinity ในตัวเรือน มีทั้งหมด 6 คู่

ตัวเรือนสีเหลืองทองชมพู ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 24 เม็ด เพชร 0.5 ตังค์ 12 เม็ด รวมทั้งหมด 36 เม็ด 30 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 36 ไว้ที่ตัวแหวน

ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน

สัญลักษณ์ รูปแบบหัวใจ แสดงถึง ความรัก ความห่วงใยได้อย่างชัดเจนที่สุด

รูปแบบ Infinity แสดงถึง ความไม่มีที่สิ้นสุด ความรักชั่วนิรันดร์

สีตัวเรือนหลัก คือ สีทองชมพู หรือ Rose gold แสดงถึงสีของความรัก ความสวยงาม

เลขมงคลหลัก 36 พลังแห่งความรักเจ้าเสน่ห์ มีเสน่ห์ดึงดูดเพศตรงข้ามอย่างมาก เป็นที่รักของเพื่อนฝูงมิตรสหาย ฉลาดหารายได้ โชคดีมีลาภลอย

เลขมงคลรอง

6 (2+4) หรือ 6 คู่ คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง

9 (3+6) คือ พลังพระเกตุ มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง รุ่งเรืองเจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จเลข

24 คือ พลังแห่งความมงคลสำเร็จ ชีวิตสุขสบาย มีโชคด้านเงินทองมากมาย มีเสน่ห์ด้านคำพูด

30 คือ พลังแห่งเจ้าอารมณ์ ตามความเชื่อของชาวอินเดียตรงกับอักษรโอม (ॐ) ตัวแทนแห่งความศักดิ์สิทธิ์



ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม

แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้

หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

จากภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ได้รวม 12 ภาพตัวอย่าง พร้อมข้อมูลอธิบายรายละเอียดของเครื่องประดับ ความหมายนัยยะที่มีอยู่ในตัวเรือน ที่ตรงกับความเป็นสิริมงคลของเลขศาสตร์ไทย และรูปแบบสัญลักษณ์ที่สื่อออกมาตรงตามคุณลักษณะความต้องการในแต่ละด้าน จากนั้นผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประเภทแบบสอบถาม โดยนำภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยที่ได้ส่งกลับไปให้กับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์อีกครั้ง เพื่อคัดเลือกภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยในแต่ละด้าน นำมาประเมินความพึงพอใจในแต่ละแบบ เพื่อหาแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุด พร้อมทั้งนำแบบที่ได้มาพัฒนา แล้วนำมาออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยต่อไป

4.4 ผลลัพธ์การคัดเลือกและประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

ผลการคัดเลือกภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย จากกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ 21 ท่าน และประชากรหญิงทั่วไปที่ชื่นชอบเครื่องประดับ หรือที่ชื่นชอบในความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ 5 ท่าน ผลการประเมินแบ่งได้ดังนี้

4.4.1. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ

4.4.2. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน

4.4.3. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน

4.4.4. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก

4.4.1. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ

ตาราง 16 แสดงผลการประเมินเครื่องประดับแหวนตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ

เครื่องประดับแหวนมงคลตามหลัก เลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ	ระดับความพึงพอใจ
	แบบที่ 1 (แหวนมงคลพลังเลข 15) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 9 สูงสุด ร้อยละ 30.80 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 19.20 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 11,000 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 23.10 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,490 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 26.90
	แบบที่ 2 (แหวนมงคลพลังเลข 9) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 8 สูงสุด ร้อยละ 34.60 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 38.50 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 9,500 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,390 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 26.90
	แบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 9) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 9 สูงสุด ร้อยละ 42.30 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 42.30 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 11,500 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 26.90 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,490 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60

จากภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จที่ได้คะแนนแสดงระดับความพึงพอใจเฉลี่ยจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไปมากที่สุด คือ ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จแบบที่ 3 ได้รับความพึงพอใจเฉลี่ยถึงร้อยละ 42.30 และเป็นแบบที่ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อจากกลุ่ม

ประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไปมากที่สุดถึงร้อยละ 42.30 โดยมีราคาประเมินของแหวนที่ผลิตจากทองคำ 9K ราคาประมาณ 11,500 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 26.90 หรือผลิตจากวัสดุเงินแท้ 925 ราคาประมาณ 1,490 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60 จากภาพแบบตัวอย่างที่ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไป ที่สัมพันธ์กับส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

ตาราง 17 แสดงผลการประเมินส่วนผสมทางการตลาดกับแหวนมงคลด้านความสำเร็จ

ส่วนผสมทางการตลาด กับภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวน มงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จแบบที่ 3	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด
1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา	4.0 (38.46%)
2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด	4.0 (42.30%)
3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน	4.0 (38.46%)
4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม	4.0 (61.53%)
5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด	4.0 (57.69%)
6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	5.0 (34.61%)
7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	3.0 (42.30%)
8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน	4.0 (34.61%)
9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้	4.0 (46.15%)
10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ	4.0 (42.30%)
11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน	4.0 (57.69%)
12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์หรือมาร์เก็ตเพลสได้	4.0 (46.15%)
13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด	5.0 (34.61%)
14.แหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้	4.0 (50.00%)
15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี	4.0 (46.15%)

4.4.2. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน

ตาราง 18 แสดงผลการประเมินเครื่องประดับแหวนตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน

เครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน	ระดับความพึงพอใจ
	แบบที่ 1 (แหวนมงคลพลังเลข 14) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 10 สูงสุด ร้อยละ 23.10 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 30.80 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 9,800 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,390 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 38.50
	แบบที่ 2 (แหวนมงคลพลังเลข 14) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 6 สูงสุด ร้อยละ 23.10 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 19.20 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 13,400 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 19.20 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,790 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 15.40
	แบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 14) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 9 สูงสุด ร้อยละ 26.90 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 50.00 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 11,100 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,790 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 26.90

จากภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน ที่ได้คะแนนแสดงระดับความพึงพอใจเฉลี่ยจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไปมากที่สุด คือ ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงานแบบที่ 3 ได้รับความพึงพอใจเฉลี่ยถึง 26.90 และเป็นแบบที่ได้รับความนิยมในการเลือกซื้อจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไปมากที่สุดถึงร้อยละ 50.00 โดยมีราคาประเมินของแหวนที่ผลิตจากทองคำ 9K ราคาประมาณ 11,100 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60 หรือผลิตจากวัสดุเงินแท้ 925 ราคาประมาณ 1,790 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 26.90 จากภาพแบบตัวอย่างที่ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไป ที่สัมพันธ์กับส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

ตาราง 19 แสดงผลการประเมินส่วนผสมทางการตลาดกับแหวนมงคลด้านการงาน

ส่วนผสมทางการตลาด กับภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงานแบบที่ 3	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด
1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา	3.0 (46.15%)
2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด	3.0 (57.69%)
3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน	3.0 (38.46%)
4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม	4.0 (42.30%)
5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด	4.0 (50.00%)
6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	4.0 (38.46%)
7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	3.0 (46.15%)
8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน	4.0 (50.00%)
9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้	4.0 (46.15%)
10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ	3.0 (42.30%)
11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน	4.0 (46.15%)
12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์หรือมาร์เก็ตเพลสได้	4.0 (50.00%)

ตาราง 22 (ต่อ)

ส่วนผสมทางการตลาด กับภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตาม หลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงานแบบที่ 3	ระดับความพึงพอใจ เฉลี่ยสูงสุด
13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด	4.0 (42.30%)
14.แหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้	4.0 (46.15%)
15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี	4.0 (46.15%)

4.4.3. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน

ตาราง 20 แสดงผลการประเมินเครื่องประดับแหวนตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน

เครื่องประดับแหวนมงคลตาม หลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	ระดับความพึงพอใจ
	แบบที่ 1 (แหวนมงคลพลังเลข 24) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 9 สูงสุด ร้อยละ 26.90 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 15.40 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 11,700 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 19.20 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,590 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 15.40
	แบบที่ 2 (แหวนมงคลพลังเลข 46) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 7 สูงสุด ร้อยละ 26.90 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 23.10 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 16,000 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 42.30 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 2,190 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 19.20

ตาราง 23 (ต่อ)

เครื่องประดับแหวนมงคลตาม หลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	ระดับความพึงพอใจ
	แบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 56) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 10 สูงสุด ร้อยละ 34.60 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 61.50 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 18,000 บาท ได้รับโอกาส ในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,890 บาท ได้รับโอกาส ในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 50.00

จากภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน ที่ได้คะแนนแสดงระดับความพึงพอใจเฉลี่ยจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไปมากที่สุด คือ ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงินแบบที่ 3 ได้รับความพึงพอใจเฉลี่ยถึง 34.60 และเป็นแบบที่ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไปมากที่สุดร้อยละ 61.50 โดยมีราคาประเมินของแหวนที่ผลิตจากทองคำ 9K ราคาประมาณ 18,000 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60 หรือผลิตจากวัสดุเงินแท้ 925 ราคาประมาณ 1,890 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 50.00 จากภาพแบบตัวอย่างที่ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไป ที่สัมพันธ์กับส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

ตาราง 21 แสดงผลการประเมินส่วนผสมทางการตลาดกับแหวนมงคลด้านการเงิน

ส่วนผสมทางการตลาด กับภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวน มงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงินแบบที่ 3	ระดับความพึง พอใจเฉลี่ยสูงสุด
1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา	3.0 (34.61%)
2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด	4.0 (42.30%)
3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน	4.0 (38.46%)
4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม	4.0 (38.46%)

ตาราง 24 (ต่อ)

ส่วนผสมทางการตลาด กับภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวน มงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงินแบบที่ 3	ระดับความพึง พอใจเฉลี่ยสูงสุด
5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด	4.0 (57.69%)
6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	4.0 (50.00%)
7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	3.0 (42.30%)
8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน	4.0 (38.46%)
9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้	4.0 (46.15%)
10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ	4.0 (38.46%)
11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน	4.0 (42.30%)
12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์หรือมาร์เก็ตเพลสได้	4.0 (50.00%)
13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด	4.0 (46.15%)
14.แหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้	4.0 (53.84%)
15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี	4.0 (46.15%)

4.4.4. ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลข ศาสตร์ไทย ด้านความรัก

ตาราง 22 แสดงผลการประเมินเครื่องประดับแหวนตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก

เครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก	ระดับความพึงพอใจ
	แบบที่ 1 (แหวนมงคลพลังเลข 23) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 7 สูงสุด ร้อยละ 38.50 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 26.90 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 16,900 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 26.90 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,890 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60
	แบบที่ 2 (แหวนมงคลพลังเลข 36) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 10 สูงสุด ร้อยละ 38.50 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 50.00 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 13,600 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 42.30 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,890 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60
	แบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 36) ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้ เท่ากับระดับ 9 สูงสุด ร้อยละ 34.60 และระดับความชอบอยู่ที่ร้อยละ 23.10 ราคาประเมินทอง 9K เท่ากับ 13,900 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 30.80 ราคาประเมินงานเงินแท้ เท่ากับ 1,890 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60

จากภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก ที่ได้คะแนนแสดงระดับความพึงพอใจเฉลี่ยจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไปมากที่สุด คือ ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรักแบบที่ 2 ได้รับความพึงพอใจเฉลี่ยถึง 38.50 และเป็นแบบที่ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อจากกลุ่มประชากร

ตัวอย่าง และประชาชนทั่วไปมากที่สุดร้อยละ 50.00 โดยมีราคาประเมินของแหวนที่ผลิตจากทองคำ 9K ราคาประมาณ 13,600 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 42.30 หรือผลิตจากวัสดุเงินแท้ 925 ราคาประมาณ 1,890 บาท ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 34.60 จากภาพแบบตัวอย่างที่ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไป ที่สัมพันธ์กับส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

ตาราง 23 แสดงผลการประเมินส่วนผสมทางการตลาดกับแหวนมงคลด้านความรัก

ส่วนผสมทางการตลาด กับภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวน มงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรักแบบที่ 2	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด
1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา	4.0 (42.30%)
2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด	4.0 (46.15%)
3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน	4.0 (53.84%)
4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม	4.0 (53.84%)
5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด	4.0 (57.69%)
6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	4.0 (61.53%)
7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	4.0 (46.15%)
8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน	4.0 (61.53%)
9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้	4.0 (46.15%)
10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ	4.0 (50.00%)
11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน	4.0 (65.38%)
12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์หรือมาร์เก็ตเพลสได้	4.0 (61.53%)
13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด	4.0 (38.46%)
14.แหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้	4.0 (65.38%)
15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี	4.0 (53.84%)

ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยที่ได้คะแนนแสดงระดับความพึงพอใจเฉลี่ยจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไปมากที่สุด ในแต่ละด้าน ได้แก่ ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จแบบที่ 3 ด้านการงานแบบที่ 3 ด้านการเงินแบบที่ 3 และด้านความรักแบบที่ 2

ตาราง 24 แสดงเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด

เครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด	
ด้านความสำเร็จ	ด้านการงาน
	
แหวนมงคลพลังเลข 9	แหวนมงคลพลังเลข 14
ด้านการเงิน	ด้านความรัก
	
แหวนมงคลพลังเลข 56	แหวนมงคลพลังเลข 36

จากภาพตัวอย่างที่ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง และประชาชนทั่วไป ทำให้ได้ภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ที่สัมพันธ์กับส่วนผสมทางการตลาดมากที่สุด

ตาราง 25 แสดงความสัมพันธ์ของส่วนสมทางการตลาดกับแหวนมงคลที่ได้รับความนิยมพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด

ส่วนสมทางการตลาด กับภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ได้รับความนิยมพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด	ความต้องการของผู้บริโภค
1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา	ด้านความรัก
2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด	ด้านความรัก
3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน	ด้านความรัก
4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม	ด้านความสำเร็จ
5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด	ด้านความสำเร็จ การเงิน และความรัก
6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	ด้านความสำเร็จ
7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	ด้านความรัก
8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน	ด้านความรัก
9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดูดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้	ทุกด้าน
10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ	ด้านความรัก
11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน	ด้านความรัก
12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์หรือมาร์เก็ตเพลสได้	ด้านความรัก
13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด	ด้านความสำเร็จ
14.แหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้	ด้านความรัก
15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี	ด้านความรัก

จากความสัมพันธ์ของส่วนสมทางการตลาด กับความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย จะเห็นได้ว่าประชากรหญิงส่วนใหญ่ประเมินเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยทางด้านความรัก เหมาะสมกับปัจจัยส่วนสม

ทางการตลาดมากที่สุด และเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยทางด้านการงาน ไม่เหมาะสมกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

ดังนั้นผลการดำเนินการวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากกลุ่มประชากรทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประชากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ กลุ่มประชากรผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ รวมทั้งกลุ่มประชาชนทั่วไปที่เข้าร่วมสำรวจแบบสอบถาม ทำให้ได้ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ ในแต่ละด้านของความต้องการตามพฤติกรรมของผู้บริโภคมากที่สุด ได้แก่ ด้านความสำเร็จแบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 9) ด้านการงานแบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 14) ด้านการเงินแบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 56) และด้านความรักแบบที่ 2 (แหวนมงคลพลังเลข 36) ที่ตรงกับความต้องการของตลาดธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และตลาดความเชื่อ ภายใต้แนวคิดหรือทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด ผลลัพธ์ที่ได้ผู้วิจัยได้นำข้อมูล และผลการดำเนินการวิจัยนำมาออกแบบแผนธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ต่อไป

4.5 ผลการดำเนินการออกแบบแผนธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

การออกแบบแผนธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์นั้น ผู้วิจัยได้นำแนวทางและเครื่องมือทางธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจไทย และเสริมสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจ จากกรมพัฒนาการค้า (DBD) กระทรวงพาณิชย์ โดยการวิเคราะห์แบบแผนธุรกิจรูปแบบ Business model canvas และการวิเคราะห์กลยุทธ์สำหรับแผนธุรกิจ มีขั้นตอนดังนี้

- 4.5.1. ขั้นตอนวิเคราะห์ Value Proposition Canvas
- 4.5.2. ขั้นตอนวิเคราะห์ Business Model Canvas
- 4.5.3. ขั้นตอนวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 8P
- 4.5.4. ขั้นตอนวิเคราะห์กลยุทธ์ PRIME-A

4.5.1. ขั้นตอนวิเคราะห์ Value Proposition Canvas

4.5.1.1. Customer segment กลุ่มลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย จากกลุ่มตัวอย่างประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาเห็นว่าลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับธุรกิจมากที่สุด แบ่งได้ดังนี้

ช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมาย

1. ช่วงอายุที่ความสนใจมากที่สุด คือช่วงอายุ 29-34 ปี ถึงร้อยละ 33.33 (Generation Y ช่วงกลาง)
2. รองมาคือช่วงอายุ 35-40 ปี ร้อยละ 19.04 (Generation Y ช่วงต้น) และช่วงอายุ 46-50 ปี ร้อยละ 19.04 (Generation X ช่วงกลาง) เช่นกัน

อาชีพของกลุ่มเป้าหมาย

1. อาชีพที่ความสนใจมากที่สุด คือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 39.68
 2. อาชีพที่ความสนใจรองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.33
- 4.5.1.1.1. Customer job ศึกษาความต้องการขั้นพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย คือ ความต้องการส่วนมากในการประสบความสำเร็จในหน้าที่งาน ซึ่งได้รับความคิดเห็นมากที่สุดถึงร้อยละ 76.19
- 4.5.1.1.2. Pain ปัญหา หรือความกังวลใจที่ลูกค้ากำลังเผชิญ คือ ปัญหาทางการเงิน เนื่องจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่อยากประสบความสำเร็จทางการเงิน มากที่สุดถึงร้อยละ 57.14
- 4.5.1.1.3. Gain ความคาดหวังพิเศษอื่นๆ ที่เหนือความต้องการพื้นฐาน คือ ความเป็นสิริมงคลที่ได้จากเลขศาสตร์ไทยในทางที่ดี ร้อยละ 76.19
- 4.5.1.2. Value proposition คุณค่าของผลิตภัณฑ์สินค้า หรือการบริการที่ธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย จะมอบให้คือ
- 4.5.1.2.1. Product or service คุณค่าที่สินค้า หรือบริการนำเสนอให้แก่ลูกค้า คือ เครื่องประดับมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ที่มีความเป็นสิริมงคลจากทางเลขศาสตร์ไทย และทางสัญลักษณ์
- 4.5.1.2.2. Pain reliever การแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า คือ เครื่องประดับที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่มีความเป็นสิริมงคลจากนัยยะของเลขมงคล ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 4.5.1.2.3. Gain creator สร้างความประทับใจด้วยการสลักเลขมงคล ลงในตัวเรือนเครื่องประดับ

4.5.2. ขั้นตอนวิเคราะห์ Business Model Canvas

- 4.5.2.1. Customer Segment ที่ได้จากการวิเคราะห์ Value Proposition Canvas ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

4.5.2.1.1. กลุ่มเป้าหมายหลัก หรือกลุ่มประชากรหญิงที่มีอายุ 29-40 ปี (Generation Y ช่วงต้นและกลาง) ซึ่งเป็นช่วงวัยกลางคน หรือวัยผู้ใหญ่ที่กำลังขึ้น มีการสร้างเนื้อ สร้างตัว สร้างอาชีพ สร้างฐานะทางครอบครัว สร้างความสัมพันธ์ จึงเป็นช่วงอายุที่มีความต้องการประสบความสำเร็จมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว หรือพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นอาชีพที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบสัมมาอาชีพมากที่สุด เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้สูง หรือรายได้คงที่ จึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการประสบความสำเร็จทางด้านการงานมากที่สุด

4.5.2.1.2. กลุ่มเป้าหมายรอง หรือกลุ่มประชากรหญิงที่มีอายุ 46-50 ปี (Generation X ช่วงกลาง) ซึ่งเป็นช่วงผู้ใหญ่ที่มีการสร้างครอบครัว สร้างฐานะ สร้างอาชีพ เรียบร้อยแล้ว เป็นช่วงที่มีความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต แบบมั่นคง ยาวนาน ในทุกๆ ด้านของความ ต้องการ และเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้สูง พร้อมทั้งจะเลือกซื้อเครื่องประดับเพื่อการสะสม หรือเก็บไว้เป็นมรดกให้กับลูกหลาน เหมาะแก่การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการใช้วัสดุที่มีราคาสูง มีคุณภาพ และการขายแบบสั่งผลิต หรือ Made to order ได้ด้วย

4.5.2.2. Value Proposition ที่ได้จากการวิเคราะห์ Value Proposition Canvas ดังนั้น คุณค่าของสินค้าที่ธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย คือ เครื่องประดับมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่มีนัยยะความเป็นมงคลตามเลขมงคล และตามสัญลักษณ์ พร้อมทั้งสัญลักษณ์มงคลลงในตัวเรือนเครื่องประดับ

4.5.2.3. Channels ช่องทางในการเข้าถึงสินค้าและบริการ จากการสำรวจพบว่าควรมีช่องทางการเข้าถึงสินค้าแบบออนไลน์ และออฟไลน์ (ทั้ง 2 ช่องทาง) ถึงร้อยละ 66.66 แต่ในช่วงสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้น ทำให้การเริ่มต้นของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับรายย่อย หันมาดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น แผนธุรกิจสำหรับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ในช่วงแรกควรที่จะดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ก่อน แล้วค่อยพัฒนาเพิ่มช่องทางออฟไลน์ภายหลัง

4.5.2.4. Customer Relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า คือ เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารของธุรกิจในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล การอัปเดตรายการสินค้า โปรโมชั่น สินค้าใหม่ และการดูแลหลังการขาย

4.5.2.5. Revenue Streams ช่องทางการสร้างรายได้ คือ สินค้า หรือผลิตภัณฑ์เครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

4.5.2.6. Key Activities กิจกรรมหลักของธุรกิจ คือ พัฒนาตัวคุณภาพสินค้า รูปแบบลดละความ เป็นมงคลตามสัญลักษณ์ให้ตรงตามความต้องการในแต่ละด้านของความสำเร็จ

พร้อมทั้งหาบุคคลที่น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ เป็นที่รู้จักในสังคมวงกว้างทางออนไลน์ รวมเป็นฟรีเซ็นเตอร์ หรือผู้ใช้เครื่องประดับมงคลตามเลขศาสตร์จริง

4.5.2.7. Key Resources ทรัพยากรหลักของธุรกิจ ในช่วงแรกของการเริ่มสร้างธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย ผู้วิจัยจึงเห็นว่าทรัพยากรหลัก ควรจะเป็นการสร้างแบรนด์ให้กับเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ให้แข็งแรง เป็นที่จดจำของผู้บริโภคก่อน

4.5.2.8. Key Partners พันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ ในช่วงแรกของการเริ่มธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย ผู้วิจัยมองว่าการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับผู้ค้าวัตถุดิบและเครื่องประดับในอุตสาหกรรมที่มีอยู่แต่เดิมแล้ว เช่น บริษัทหรือห้างร้านในการรับผลิต (OEM) ในการผลิตตัวเรือนเครื่องประดับมงคลตามเลขศาสตร์ไทย

4.5.2.9. Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่าย ในช่วงแรกของการเริ่มธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย ในรูปแบบออนไลน์ ค่าใช้จ่ายแบ่งได้ตามนี้

4.5.2.9.1. เงินเดือน บุคลากรต่างๆ พนักงานขาย

4.5.2.9.2. วัสดุอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ

4.5.2.9.3. ค่าเช่าสถานที่ (ถ้ามี)

4.5.2.9.4. สำหรับผลิตเครื่องประดับ เช่น วัตถุดิบต่างๆ ทอง เงิน เพชร พลอย

4.5.2.9.5. สำหรับบรรจุภัณฑ์ การจัดส่ง ผ่านระบบขนส่งเอกชน

4.5.2.9.6. สำหรับการโฆษณาทางโซเชียลมีเดีย

4.5.2.9.7. สำหรับฟรีเซ็นเตอร์ หรือบุคคลที่น่าเชื่อถือในการทำการตลาด

จากการวิเคราะห์ธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สามารถจัดทำในรูปแบบ Business model canvas ได้ดังนี้

ตาราง 26 แสดงแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ในรูปแบบ BMC

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
บริษัทหรือห้างร้านในการรับผลิต (OEM) ช่างฝีมือ บริษัทขนส่งเอกชน	พัฒนา รูปแบบลดความยุ่งยาก เป็นมงคล ให้ตรงความต้องการ ในแต่ละด้านของความสะดวก หาบุคคลที่นำเชื่อถือได้ได้ เป็น ที่รู้จักในสังคมวงออนไลน์ ร่วม เป็นฟรีเซ็นเตอร์	คือ เครื่องประดับมงคลที่ ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ไทยและสัญลักษณ์ที่มีนัยยะ ความเป็นสิริมงคลตามเลขมงคล และตามสัญลักษณ์พร้อมทั้ง สัญลักษณ์มงคลในตัวเรือน	ช่องทางในการติดต่อ สื่อสาร ของธุรกิจบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการเข้าถึงข่าวสาร การ อัปเดตรายการสินค้า โปรโมชัน สินค้าใหม่ และการดูแลหลังการ ขาย	กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่ม ประชากรหญิง ที่มีอายุ 29-40 ปี เป็นช่วงวัยกลางคน หรือวัย ผู้ใหญ่ที่กำลังซื้อ มีการสร้างเนื้อ สร้างตัว สร้างอาชีพ สร้างฐานะ ทางครอบครัว
	Key Resource การสร้างแบรนด์เครื่องประดับ มงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย	เครื่องประดับ แบบทั่วไป และ แบบสั่งผลิตโดยเฉพาะบุคคล	Channels ในช่วงแรกควรที่จะดำเนินธุรกิจ ผ่านช่องทางออนไลน์ก่อน แล้ว ค่อย พัฒนา เพิ่ม ช่อง ทาง ออฟไลน์ภายหลัง	กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่ม ประชากรหญิง ที่มีอายุ 46-50 ปี หรือกลุ่มวัยผู้ใหญ่ที่ต้องการ ความมั่นคงในชีวิต
Cost Structures		Revenue Streams		
เงินเดือนบุคลากรต่างๆ วัสดุอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ ค่าเช่า การโฆษณาสื่อโซเชียล ฟรีเซ็นเตอร์ หรือบุคคลที่นำเชื่อถือในการทำตลาด สำหรับผลิตเครื่องประดับ เช่น วัตถุดิบต่างๆ ทอง เงิน เพชร พลอย บรรจุภัณฑ์ การจัดส่ง ผ่านระบบขนส่งเอกชน		สินค้า หรือผลิตภัณฑ์เครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์		

4.5.3. ขั้นตอนวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 8P

ขั้นตอนการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด ผู้วิจัยนำส่วนผสมทางการตลาด 8P มาเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย มีดังนี้

4.5.3.1. Product Strategy (กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ สินค้า) โดยการสร้างจุดเด่นให้กับเครื่องประดับ ให้คุณค่าของสินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภค คือ การออกแบบเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่มีนัยยะของเลขมงคล และสัญลักษณ์ พร้อมสัญลักษณ์มงคลลงในตัวเรือนเครื่องประดับ ด้วยวิธีการออกแบบที่ทันสมัย ผ่านออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยแบ่งตามลักษณะของวัสดุที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับ ดังนี้

4.5.3.1.1. เครื่องประดับที่ผลิตจากวัสดุเงินแท้ หรือทองคำ 9K พร้อมประดับเพชร พลอย (งานแบบทั่วไป)

4.5.3.1.2. เครื่องประดับที่ผลิตจากวัสดุทองคำเครื่องประดับที่มีคุณภาพสูงมากขึ้น หรืองานทองคำ 18K ทองคำขาว หรืองานแพลตตินัม พร้อมประดับเพชร พลอยที่มีราคาสูงตามคุณภาพ (งานแบบสั่งผลิต สั่งทำ หรือ Made to orders)

4.5.3.2. Price Strategy (กลยุทธ์ราคา) ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยนี้ ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม (Niche market) ในกลุ่มตลาดความเชื่อ ซึ่งเครื่องประดับมงคลที่ได้จะเป็นเครื่องประดับที่กลุ่มนี้สนใจเท่านั้น ดังนั้นราคาที่ประเมินขายจากการสำรวจพบว่า ถ้าเป็นเครื่องประดับที่ผลิตจากทองแท้ 9K ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 11,100 – 18,000 บาท และผลิตจากเงินแท้ ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 1,490 – 1,890 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคเห็นสมควร เหมาะสมกับตลาด

4.5.3.3. Place Strategy (กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย) แผนการดำเนินธุรกิจในช่วงแรกวางกลยุทธ์ช่องทางออนไลน์เป็นหลัก เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึง รับรู้ข่าวสาร ความเป็นมา ความหมายของเลขมงคล รายละเอียดสินค้า สินค้าใหม่ การอัพเดทต่างๆ ของทางผู้ประกอบการ รวมทั้งการติดต่อพูดคุยสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และค่อยพัฒนาสู่การสร้างช่องทางออฟไลน์ในภายหลัง

4.5.3.4. Promotion Strategy หรือ Promotion Mix (กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด) การส่งเสริมการตลาด หรือการออกไปโรมัน แผนการดำเนินการของธุรกิจจะทำการส่งเสริมการขายอ้างอิงไปกับกระแสความเชื่อต่างๆ ได้แก่

4.5.3.4.1. ในช่วงปีใหม่ เป็นเทศกาลแห่งการอวยพร ดังนั้น ใช้โปรโมชั่นการปรับลดราคาสินค้าในช่วงนั้น

4.5.3.4.2. ในช่วงวันแห่งความรัก ใช้โปรโมชั่น จับคู่แหวนสำหรับคนรักในราคาพิเศษ

4.5.3.4.3. กระแสแก้ปิ้ง ให้โปรโมชั่นราคาพิเศษสำหรับเครื่องประดับนั้นๆ

4.5.3.5. Packaging Strategy (กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์) เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอย่างมาก โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายใต้แบรนด์สินค้าที่กำหนด ให้สอดคล้องกับเครื่องประดับมงคล ดูแล้วมีความเป็นมงคลควบคู่กันไปกับเครื่องประดับ แบ่งออกเป็นดังนี้

4.5.3.5.1. ตัวบรรจุภัณฑ์ ขนาด สีต้องสวยสะดุดตา ลักษณะการจัดวางเครื่องประดับภายใน การเก็บรักษา

4.5.3.5.2. ภาชนะบรรจุ เช่น ถุงหิ้ว ผ้าห่อ กระดาษห่อ

4.5.3.6. Personal Strategy (กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย) พนักงานขาย หรือพนักงานที่ตอบกลับข้อสงสัยของผู้บริโภค เป็นปัจจัยสำคัญมากสำหรับธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยในการตัดสินใจซื้อ เพราะผู้บริโภคบางท่านยังมีความสงสัยในรายละเอียดของสินค้า สงสัยในความหมายของเลขมงคล หรือสงสัยในการส่งเสริมการขายต่างๆ ดังนั้น การมีพนักงาน หรือผู้ตอบข้อสงสัยในธุรกิจจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะมีหลายองค์ความรู้ เช่น เรื่องของเครื่องประดับ เรื่องของเลขศาสตร์และสัญลักษณ์ และเรื่องของการตลาด

4.5.3.7. Public Relation Strategy (กลยุทธ์ข่าวสาร) เพื่อเป็นการสร้างความรับรู้ให้กับผู้บริโภค แบบเข้าถึงมากที่สุด แผนการดำเนินการธุรกิจในการสร้างข่าวสาร สร้างการรับรู้ สร้างการเข้าถึงได้ดีที่สุด ใช้กลยุทธ์ผ่านฟรีเซ็นเตอร์ที่เป็นที่รู้จัก ไว้วางใจได้ หรือผู้ที่อยู่ในกระแส เช่น ดารานักแสดง ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ เลขมงคล หรือ Youtuber

4.5.3.8. Power Strategy (กลยุทธ์ใช้พลังในธุรกิจ) คือ การสร้างเครือข่ายพันธมิตรกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ เช่น

4.5.3.8.1. ธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย X บุคคลที่น่าเชื่อถือมีชื่อเสียง และเป็นกระแส เช่น ดารา นักร้อง นักแสดง ฟรีเซ็นเตอร์ หรือนักโหราศาสตร์ชื่อดัง

4.5.3.8.2. ธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย X ธุรกิจสื่อสาร (เบอร์มงคล)

4.5.3.8.3. ธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย X ธุรกิจการ
ท่องเที่ยว

4.5.3.8.4. ธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย X ธุรกิจวัตถุ
มงคล

ทั้งหมดคือ กลยุทธ์ทางการตลาด 8P สำหรับแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลัก
เลขศาสตร์ไทย

4.5.4. ขั้นตอนวิเคราะห์กลยุทธ์ PRIME-A

กลยุทธ์ PRIME-A คือ กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกัญมณีและ
เครื่องประดับที่ใช้สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย สำหรับแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลัก
เลขศาสตร์ไทยแล้วประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

4.5.4.1. กลยุทธ์ความเป็นมืออาชีพ บุคลากร (Professional Staff: P) โดย
บุคลากรในการให้บริการในการตอบข้อสงสัยของผู้บริโภคนั้น กรณีสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์
หรือผ่านทางโทรศัพท์ พนักงานผู้ตอบข้อสงสัย ต้องบริการลูกค้าในการตอบกลับแบบพูดจาไพเราะ
ไม่สร้างความรำคาญให้กับลูกค้า

4.5.4.2. กลยุทธ์การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness: R)
การออกแบบสินค้าแบบสั่งผลิต โดยการให้ความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ที่
เกิดกับสินค้าหรือบริการ หรือแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้ามากที่สุด ให้กับพนักงานขาย หรือ
พนักงานตอบกลับ

4.5.4.3. กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: I) โดย
ใช้ช่องทางการสื่อสารแบบต่างๆ ทางออนไลน์หรือ Social Network ในการติดต่อกับลูกค้าแบบ
ส่วนตัว

4.5.4.4. กลยุทธ์ราคาที่เหมาะสม (Marketable price: M) โดยการตั้งราคา
สินค้าให้เหมาะสมกับต้นทุนในการผลิต และค่าการตลาดมากที่สุด

4.5.4.5. กลยุทธ์สินค้าที่ยอดเยี่ยม (Excellent product: E) โดยการนำเสนอ
เครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่มีความสวยงาม ประณีต หลากหลาย มีรูปแบบ
เรียบง่าย ไม่ซ้ำกันในตลาด ไม่ล้าสมัยไปตามกาลเวลา และใช้เพชรและพลอยที่มีใบรับรอง
(Certificate) จากสถาบันที่มีชื่อเสียงและมีมาตรฐาน

4.5.4.6. กลยุทธ์ความน่าดึงดูดของร้านค้า (Attractive Display : A) โดยการออกแบบช่องทางในการสื่อสารผ่านโซเชียล ให้อยู่ภายใต้แบรนด์สินค้า กำหนดภาพลักษณ์ของแบรนด์ องค์ประกอบต่างๆ สี สัน โทนสี ให้สอดคล้อง รวมถึงการสร้างเนื้อหาในการสื่อสาร เรื่องราวความเป็นมา การอธิบายในรูปแบบต่างๆ

ทั้งหมดคือ กลยุทธ์ PRIME-A สำหรับแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย และเพื่อออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ซึ่งผลการวิจัยที่ได้มาซึ่งภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ตรงตามความต้องการในแต่ละด้าน คือ ด้านความสำเร็จ ด้านการงาน ด้านการเงิน และด้านความรัก ผู้วิจัยได้ทำการนำมาพัฒนาสู่ตัวเรือนต้นแบบ และนำมาสร้างแนวทางธุรกิจ แผนธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย หลังจากได้ผลการดำเนินการวิจัยแล้ว สามารถสรุปผลการดำเนินงาน โดยแบ่งหัวข้อในการสรุปได้ดังต่อไปนี้

5.1. สรุปผลการวิจัย

5.2. อภิปรายผล

5.3. ข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ แบ่งได้ดังนี้

5.1.1. สรุปผลทางด้านการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

ในขั้นตอนการสร้างสรรค์ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทางด้านเลขศาสตร์ไทยและสัญลักษณ์ จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย ทั้ง 3 ท่าน ที่ได้ให้การพยากรณ์โหราศาสตร์ไทยมาเป็นพื้นฐานในการตีความหมายของเลขศาสตร์ไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปราณเวท (2554) ที่ได้แบ่งที่มาของเลขศาสตร์คือ เลขศาสตร์ที่เป็นตัวแทนดวงดาว ตามระบบทักษาพยากรณ์ ระบบจักรราศี และระบบดวงดาว และเลขศาสตร์ที่มาจากความเชื่อ คตินิยม ตามวันที่ ลำดับที่ จำนวน คำพ้องเสียงภาษาถิ่น และตัวแทนของอักษร หรือคาถาอาคม ซึ่งได้ตัวเลขมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยมาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ ทางด้านสัญลักษณ์ได้นำสัญลักษณ์ที่เป็นมงคลต่อประชาชนทั่วไป ที่สามารถสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจ และเป็นสิริมงคลต่อผู้ที่นำไปใช้ คือ สัญลักษณ์มงคลจากเทวนพเคราะห์ประจำวัน และเครื่องหมาย Infinity (ความไม่สิ้นสุด) ซึ่งตรงกับข้อมูลที่ได้ทำการศึกษารวบรวม และนำคำแนะนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลให้มีนัยยะ

สำคัญที่เป็นสิริมงคลทางศาสตร์ด้วย โดยข้อมูลของประชากรหญิงหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเลขศาสตร์ ทั้งหมด 21 ท่าน แสดงให้เห็นว่าประชากรส่วนใหญ่มีความเชื่อในเรื่องของศาสตร์ ตามพื้นฐานความเชื่อในแต่ละท่าน คิดเป็นร้อยละ 52.38 และบางท่านไม่มีองค์ความรู้ทางด้านศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 47.61 ดังนั้นเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ที่ได้สามารถแสดงความเป็นสิริมงคลจากเลขศาสตร์ไทย และความเป็นสิริมงคลจากศาสตร์ไทยพร้อมๆ กัน ตามความเชื่อของแต่ละบุคคล

ผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้วยโปรแกรมสำหรับออกแบบเครื่องประดับด้วยคอมพิวเตอร์ ทั้งหมด 12 แบบภาพตัวอย่าง ได้แก่ ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ 3 แบบ ด้านการทำงาน 3 แบบ ด้านการเงิน 3 แบบ และด้านความรัก 3 แบบ จากภาพแบบตัวอย่างที่ได้ ผู้วิจัยได้ออกแบบการประเมินเพื่อหาค่าระดับความพึงพอใจในแต่ละแบบภาพตัวอย่าง โดยใช้ค่าน้ำหนักแบบมาตรวัด 1-10 (น้อยที่สุด-มากที่สุด) และประเมินความชอบ ความพึงพอใจต่อโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยนั้น รวมทั้งประเมินความเหมาะสมของราคาประเมินเครื่องประดับ ที่ผลิตจากวัสดุทองคำ 9K และเงินแท้ 925 พบว่าประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเลขศาสตร์ 21 ท่าน และประชากรหญิงทั่วไปที่ชื่นชอบเครื่องประดับหรือชื่นชอบเกี่ยวกับเลขศาสตร์ 5 ท่าน รวม 26 ท่าน

พบว่าผลการประเมินทางด้านผลิตภัณฑ์จากภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย พบว่าความชื่นชอบ ความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ได้แก่ ด้านความสำเร็จแบบที่ 3 (แหวนมงคลพลัเลข 9) ด้านการทำงานแบบที่ 3 (แหวนมงคลพลัเลข 14) ด้านการเงินแบบที่ 3 (แหวนมงคลพลัเลข 56) และด้านความรักแบบที่ 2 (แหวนมงคลพลัเลข 36) ทำให้เข้าใจถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของการออกแบบความเป็นมา ความหมายของศาสตร์ และความเป็นสิริมงคล ความหมายที่ได้จากเลขศาสตร์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด โดยนำข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ ความหมาย และความเป็นสิริมงคลที่ได้ มาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาด

พบว่าผลการประเมินทางด้านราคาของเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย พบว่าราคาประเมินของเครื่องประดับแหวนมงคลนั้น ไม่สอดคล้องกับความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความต้องการของผู้บริโภคนั้น มีปัจจัยทางด้านราคามีบทบาทในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องประดับ นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจมีผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ สภาพคล่องทางการเงินของผู้ซื้อ ณ ปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคมี

เหตุผลในการเลือกซื้อที่มากมายแตกต่างกันออกไป เช่น ความคุ้มค่าในผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนั้น การลงทุนแลกเปลี่ยนขายต่อทำกำไร การเก็บสะสมมรดก หรือการนำมาสวมใส่ ดังนี้

ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัจจัยด้านราคา	
แบบแหวนที่ได้รับความนิยมสูงสุด	แบบที่ได้รับความนิยมในการเลือกซื้อจากราคาประเมินวัสดุทองคำ 9K มากที่สุด	แบบที่ได้รับความนิยมในการเลือกซื้อจากราคาประเมินวัสดุเงินแท้ 925 มากที่สุด
ด้านความสำเร็จ แบบที่ 3 	แบบที่ 2 	แบบที่ 3 
ด้านการงาน แบบที่ 3 	แบบที่ 1 และแบบที่ 3 	แบบที่ 1 
ด้านการเงิน แบบที่ 3 	แบบที่ 2 	แบบที่ 3 
ด้านความรัก แบบที่ 2 	แบบที่ 2 	ทั้ง 3 แบบ 

จากภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และส่วนผสมทางการตลาด พบว่าเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยทางด้านความรัก เหมาะสมกับกลยุทธ์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมากที่สุด คือ เหมาะแก่การนำแบบแหวนมงคลด้านความรัก ไปทำกลยุทธ์ทางการตลาด เนื่องจากเป็นแหวนที่บ่งบอกรายละเอียดได้ชัดเจน สวยงาม ทันสมัย มีความเป็นสิริมงคลเฉพาะด้านที่ชัดเจน สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน มอบเป็นของขวัญได้เพราะมีราคาที่เหมาะสม สามารถสร้างการรับรู้ผ่านสื่อโฆษณา สื่อโซเชียล โปรโมท ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่าย ส่วนเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยทางการงาน ไม่เหมาะสมกับกลยุทธ์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และ

จากความสัมพันธ์ทำให้เห็นว่าประชากรทั้งหมด เชื่อว่าแหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดูดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้ ทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับมงคล รวมทั้งแบบแผนธุรกิจ การตลาด กลยุทธ์ให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภคตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้

ดังนั้นผลการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย เป็นแบบแหวนที่ได้รับความนิยมสูงสุด และแสดงความหมายที่มีความเป็นสิริมงคลทางเลขศาสตร์ไทย และสัณฐานศาสตร์มากที่สุด พบว่า ด้านความสำเร็จแบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 9) ด้านการงานแบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 14) ด้านการเงินแบบที่ 3 (แหวนมงคลพลังเลข 56) และด้านความรักแบบที่ 2 (แหวนมงคลพลังเลข 36) ซึ่งเป็นแบบที่เหมาะสมกับส่วนผสมทางการตลาดมากที่สุดอีกด้วย

5.1.2. สรุปผลทางการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

ในการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทางด้านการตลาดธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และการตลาดความเชื่อ จากผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้ง 5 ท่าน และผลสำรวจ ผลประเมินจากประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ โดยได้มองสถานการณ์การตลาดของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ณ ปัจจุบันต้องมีการปรับตัว เปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปของธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการที่ดำเนินงานแบบ B2B (Business to business) ยังคงต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นฟูสภาพคล่องทางการเงินของบริษัท จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของธุรกิจให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น การให้ความสำคัญกับลูกค้าโดยตรง ช่องทางในการติดต่อกับลูกค้า และพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการเพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านออนไลน์ เพื่อลดความเสี่ยงของบริษัท ห้างร้าน พร้อมทั้งสร้างการเข้าถึงของลูกค้า สร้างการรับรู้ การติดต่อสื่อสาร สร้างความน่าเชื่อถือ ที่มา ตัวตนของบริษัท หรือแบรนด์สินค้า ส่วนทางด้านตลาดความเชื่อของสังคมไทยจะมีเข้ามาเป็นกระแส ขึ้นอยู่กับว่า ณ เวลานั้นจะนำสิ่งใดมาเป็นจุดขาย ทำให้เกิดความนิยมชมชอบ

พบว่าแนวโน้มของตลาดธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ภายใต้ตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 มีแนวโน้มที่สามารถเติบโตไปได้ มองว่าเป็นโอกาสที่ดีในการปรับตัว ในการศึกษาตลาด เรียนรู้ หากกลุ่มเป้าหมายใหม่ จากค่านิยม โลฟส์ไดล์ กำลังซื้อของลูกค้าที่เปลี่ยนไปขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่จะนำเสนอเครื่องประดับความเชื่อให้น่าสนใจ เป็น

กระแส อยู่ได้อย่างมั่นคงและยาวนาน โดยเฉพาะเครื่องประดับความเชื่อที่ตอบใจพทย์ กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น การใช้ความเชื่อทางด้านอัญมณี พลอยสี หรือจำนวนอัญมณี อันเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายตามความเชื่อหลักสากล หรือตามความเชื่อทางศาสนา หรือตามความเชื่อตามขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ

ผู้วิจัยได้ออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ ในรูปแบบของ Business Model canvas (ตามตารางที่ 17) ที่ได้วิเคราะห์รายละเอียดเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจในเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย โดยใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 8P และกลยุทธ์ PRIME-A ที่สอดคล้องกันสำหรับแผนธุรกิจนี้พบว่าสามารถสรุปออกเป็นประเด็นดังนี้

1. พบว่ากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อ ถึงร้อยละ 52.38) หรือกลยุทธ์สินค้าที่ยอดเยี่ยม (Excellent product: E) โดยการนำเสนอเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่มีความสวยงาม ประณีต หลากหลาย มีรูปแบบเรียบง่าย ไม่ซ้ำกันในตลาด ไม่ล้าสมัยไปตามกาลเวลา และใช้เพชรและพลอยที่มีใบรับรอง (Certificate) จากสถาบันที่มีชื่อเสียงและมีมาตรฐาน ซึ่งธุรกิจเครื่องประดับมงคล เป็นธุรกิจที่ผสมผสานความเชื่อ ซึ่งเป็นเรื่องความเชื่อส่วนบุคคล เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่มีความศรัทธาในความเชื่อนั้น ซึ่งปัจจุบัน นิยมให้หลักความเชื่อทางด้านอัญมณี พลอยสี หรือ การคำนวณจำนวนอัญมณี น้ำหนักเพชรพลอย ที่ตรงตามหลักความเชื่อสากล ตามศาสนา ตามขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจที่นำความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์มาเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องประดับ ให้เป็นเครื่องประดับมงคลที่ตรงกับความศรัทธาของคนไทยโดยดูที่วัตถุประสงค์ของธุรกิจ การนำเสนอเนื้อหา เรื่องราว กระชับชัดเจน ให้ตรงประเด็น เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ส่วนการนำเลขศาสตร์มาใช้กับเครื่องประดับ ซึ่งมีหลายวิธีการนำเสนอ เช่น การสลักเลขมงคลในเครื่องประดับ การให้นัยสำคัญของเลขศาสตร์สัมพันธ์กับเครื่องประดับ และการออกแบบเครื่องประดับที่มีสัญลักษณ์มงคล ได้แก่ สัญลักษณ์มงคลสากล สัญลักษณ์เทวนพเคราะห์ประจำวัน เป็นต้น โดยมีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ หรือเครื่องประดับมงคล ดังนี้

1.1. พบว่าประเภทของเครื่องประดับมงคลที่มี ได้แก่ แหวน ร้อยละ 61.90, จี้สร้อยคอ ร้อยละ 57.14, สร้อยข้อมือ ร้อยละ 47.61, กำไล ร้อยละ 23.80, ต่างหู ร้อยละ 14.28, ตลับพก ร้อยละ 4.76 และที่มัดผม ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

1.2. พบว่าจำนวนเครื่องประดับมงคลที่มี ได้แก่ 1-2 ชิ้น ร้อยละ 28.57, 3-4 ชิ้น ร้อยละ 28.57, 5-6 ชิ้น ร้อยละ 23.80, 9-10 ชิ้น ร้อยละ 4.76 และมีมากกว่า 10 ชิ้นขึ้นไป ร้อยละ 14.28 ตามลำดับ

1.3. พบว่าวัสดุของเครื่องประดับมงคลที่มี ได้แก่ งานทองเครื่องประดับ (งานทอง 18K) ร้อยละ 38.09, งานหินร้อยสร้อย ร้อยละ 33.33, งานทองรูปพรรณ ร้อยละ 14.28, งานพลาสติกหรืองานคริสตัล ร้อยละ 9.52 และงานเงินแท้ ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

1.4. พบว่าลักษณะการใช้สีส้นของเพชร/พลอย ได้แก่ เลือกใช้สีส้นตามความชอบ ร้อยละ 44.44, เลือกใช้สีพลอยตามเดือนเกิดหรือราศีเกิด ร้อยละ 44.44, และเลือกใช้สีพลอยตามวันเกิด ร้อยละ 11.11 ตามลำดับของอาสาสมัครที่มองว่าสีส้นของเพชร พลอยสามารถเพิ่มความเป็นสิริมงคลได้ มีถึงร้อยละ 85.17

1.5. พบว่าเครื่องประดับมงคล ควรเกิดจากการปลุกเสก ลงอักขระ หรือใส่มวลสารพุทธคุณในเครื่องประดับ ถึงร้อยละ 14.28

1.6. พบว่าวิธีการออกแบบเลขมงคลในเครื่องประดับ ได้แก่ สลักตัวเลขมงคลในตัวเรือนเครื่องประดับ ร้อยละ 80.95, การมีนัยยะความหมายของเลขมงคล ตรงกับจำนวนอัฐมณี ร้อยละ 9.52 และออกแบบเครื่องประดับให้ตรงกับเลขมงคลเลย ร้อยละ 9.52 ตามลำดับ

2. พบว่ากลยุทธ์ด้านราคา (เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อ ถึงร้อยละ 52.38) หรือกลยุทธ์ราคาที่เหมาะสม (Marketable price: M) ราคาของเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ออกสู่ท้องตลาดควรสัมพันธ์กับวัสดุที่เลือกใช้ที่ผู้บริโภคเห็นสมควร โดยประเมินภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ได้รับโอกาสในการเลือกซื้อมากที่สุด ได้แก่ ราคาของงานทองเครื่องประดับ (9K) อยู่ในช่วง 11,100-18,000 บาท และราคาของงานเงินแท้ อยู่ในช่วง 1,490-1,890 บาท

3. พบว่ากลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อ ถึงร้อยละ 38.09) มองว่าช่องทางในการจัดจำหน่ายเครื่องประดับมงคล ควรจะทั้ง 2 ช่องทาง คือ ช่องทางออฟไลน์ และทางออนไลน์ ร้อยละ 66.66, มีทางออฟไลน์เท่านั้น ร้อยละ 23.80 มีทางออนไลน์เท่านั้น แต่สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอัฐมณีและเครื่องประดับนั้นยังคงให้ความสำคัญกับการจำหน่ายแบบหน้าร้าน เคาท์เตอร์ การออกบูธแสดงสินค้า หรือช่องทางแบบออฟไลน์ต่างๆ สำหรับการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับในบางประเภท หรือกลุ่มลูกค้าบางกลุ่ม แต่เนื่องจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของบริษัท หากกลุ่มเป้าหมายใหม่ ช่องทางที่เหมาะสมมากที่สุดในสถานการณ์แบบนี้ คือ ช่องทางออนไลน์ในทุกรูปแบบ โดย

แบ่งตามสัดส่วนที่เปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจซึ่งมีสถานที่ที่เหมาะสมแก่การจัดจำหน่ายเครื่องประดับมงคล ได้แก่ ร้านค้าหรือสถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล ร้อยละ 66.66, ร้านเครื่องประดับต่างๆ ร้อยละ 52.38, ร้านค้าออนไลน์ในสื่อโซเชียล ร้อยละ 47.61, ร้านทองรูปพรรณ ร้อยละ 42.85, ตามตลาดนัดหรือตลาดคนเดิน ร้อยละ 28.57, ผ่านบุคคลที่ไวใจได้เท่านั้น ร้อยละ 9.52 และตามงานแสดงสินค้า ร้อยละ 4.76ตามลำดับ

4. พบว่ากลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อ ถึงร้อยละ 28.57) ขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจ กลยุทธ์การขายหลักของกิจการ กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงนั้นๆ หรือกระแสที่เกิดขึ้น มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแนวทางธุรกิจ จนทำให้เกิดการส่งเสริมการขาย โปรโมชั่น ลดแลกแจกแถม หรือเพื่อกระตุ้นยอดขายให้กับธุรกิจได้

5. พบว่ากลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ (เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อ ถึงร้อยละ 23.80) โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งมองว่ามีผลต่อเครื่องประดับมงคลและการเลือกซื้อ ร้อยละ 66.66 สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับเครื่องประดับมงคลได้

6. พบว่ากลยุทธ์ด้านการใช้พนักงานขาย (เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อ ถึงร้อยละ 33.33) ธุรกิจควรมีพนักงานขาย หรือพนักงานที่สามารถตอบข้อสงสัยได้ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ความเป็นมืออาชีพ บุคลากร (Professional Staff: P) เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องประดับที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ดังนั้น พนักงานจะต้องมีองค์ความรู้หลักเกี่ยวกับเครื่องประดับ และเลขศาสตร์ไทย เพื่อที่จะอธิบายรายละเอียด หรือตอบข้อสงสัย คำถามให้กับผู้ซื้อ พร้อมทั้งแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่ผู้ซื้อมากที่สุดได้อีกด้วย คือ กลยุทธ์การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness: R) จากอิทธิพลทางด้านบุคคลที่สนับสนุนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า พบว่าตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 100, มีแฟนหรือคนรัก ร้อยละ 19.04, ดารา พิธีกรเน็ตเตอร์ บุคคลที่เชื่อถือได้ ร้อยละ 19.04, พนักงานขาย หรือผู้ที่ตอบข้อสงสัยได้ ร้อยละ 19.04, เพื่อน ร้อยละ 9.52 และพ่อแม่ญาติพี่น้อง ร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

7. พบว่ากลยุทธ์ด้านข่าวสาร (เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อ ถึงร้อยละ 14.28) หรือกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: I) การให้ข่าวสาร การรับรู้ การสื่อสารถึงผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจได้ อธิบายรายละเอียดที่มา ความเป็นมาของธุรกิจ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคได้โดยตรง ศึกษาเรียนรู้ถึงความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งสามารถอธิบาย แก้ปัญหา ตอบข้อสงสัยได้ทันที มองว่าธุรกิจควรมีช่องทางในการให้ข่าวสารแก่ผู้บริโภค ร้อยละ 85.71 เพื่อในการกระจายข่าวสารของธุรกิจ อัปเดตรายการสินค้า การบริการต่างๆ

โปรโมชั่น สินค้าใหม่ การดูแลหลังการขาย การพูดคุย สอบถามรายละเอียด การเข้าถึงผู้บริโภค แบบโดยตรง เป็นต้น และกลยุทธ์ความน่าดึงดูดของร้านค้า (Attractive Display : A) โดยการออกแบบช่องทางในการสื่อสารผ่านโซเชียล ให้อยู่ภายใต้แบรนด์สินค้า กำหนดภาพลักษณ์ของแบรนด์ องค์ประกอบต่างๆ สี สัน โทนสี ให้สอดคล้อง รวมถึงการสร้างเนื้อหาในการสื่อสาร เรื่องราวความเป็นมา การอธิบายในรูปแบบต่างๆ

8. พบว่ากลยุทธ์ด้านการใช้พลังในธุรกิจ (เป็นเหตุผลในการเลือกซื้อ ถึงร้อยละ 57.14) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อส่วนใหญ่ นำองค์ความรู้ทางด้านเลขศาสตร์ไทยมาใช้ หรือนำเลขมงคลมาใช้กับธุรกิจ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า หรือเพิ่มยอดขาย สร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรได้ ธุรกิจที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์ เลขมงคลมาใช้ในการประกอบธุรกิจ เพื่อเพิ่มตลาด เพิ่มยอดขาย จนกลายเป็นกระแส และนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยผ่านบุคคลที่น่าเชื่อถือมีชื่อเสียง และเป็นกระแส เช่น ดารา นักร้อง นักแสดง พิธีกร หรือ นักโหราศาสตร์ชื่อดัง จึงมองว่าวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่นำความเชื่อมาใช้เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินการธุรกิจ เช่น ธุรกิจวัตถุมงคลต่างๆ ธุรกิจสื่อสาร (เบอร์มงคล)

ตาราง 28 แสดงสรุปกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 8P X กลยุทธ์ PRIME-A กับร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อ

ส่วนผสมทางการตลาด	PRIME-A	ร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อ
8P		
Product	Excellent product : E	52.38
Price	Marketable price : M	52.38
Place		38.09
Promotion		28.57
Packaging		23.80
Personal	Professional staff : P	33.33
	Responsiveness : R	
Public relation	information technology : I	14.28
	Attractive display :A	
Power		57.14

พบว่ากลยุทธ์สำหรับแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่มีค่าร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อมากที่สุด ตรงตามกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดและกลยุทธ์ PRIME-A มากที่สุดคือ กลยุทธ์พลังในธุรกิจ (Power) ได้รับเหตุผลในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 57.14 ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างมาก รองลงมาคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ หรือด้านสินค้าที่ยอดเยี่ยม (Product x Ecellent product) และกลยุทธ์ด้านราคา หรือด้านราคาที่เหมาะสม (Price X Marketable price) ได้รับเหตุผลในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 52.38

โดยปกติแล้ว กลยุทธ์ทางการตลาดของเครื่องประดับความเชื่อ หรือกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์นั้น นิยมใช้ความเชื่อทางด้านอัญมณี พลอยสี หรือจำนวนอัญมณี ที่ตรงกับตามความเชื่อหลักสากล หรือตามความเชื่อทางศาสนา หรือตามความเชื่อตามขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ ดังนั้นการนำเลขศาสตร์ไทย เลขมงคล มาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบเครื่องประดับ สามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การขายทางด้านผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มของตลาดเครื่องประดับความเชื่อ กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยการสร้างสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ เป็นสินค้า Unique ที่สามารถสร้างเรื่องราว สร้างการรับรู้ พร้อมกับความหมายอันเป็นสิริมงคลตามหลักเลขศาสตร์ พร้อมหันมาสู่รูปแบบออนไลน์มาขึ้นเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านสื่อโซเชียลต่างๆ ทุกรูปแบบ ทุกช่องทางที่สามารถติดต่อสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้

5.2. อภิปรายผล

ผู้วิจัยดำเนินการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ แบ่งได้ดังนี้

5.2.1. อภิปรายผลทางการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

ในกระบวนการออกแบบเครื่องประดับนั้น ผู้วิจัยได้ใช้หลักการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (CAD : Computer Aided Design) คือ โปรแกรมออกแบบ JewelCAD เป็นโปรแกรมที่ใช้ออกแบบเครื่องประดับโดยเฉพาะ นิยมกันอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการออกแบบแบบ 3 มิติ ที่สามารถออกแบบเครื่องประดับที่มีคุณภาพ มีความซับซ้อน มีความสมมาตร และสามารถนำเสนอเพื่อใช้ในการสื่อสารได้ทันที (Hohkraut Uros, 2010) พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณรัตน์ ตั้งเจริญ (2544) ที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์นำมาบูรณาการรูปแบบเครื่องประดับให้มีความหลากหลาย มีประสิทธิภาพสูง สร้างงานออกแบบเครื่องประดับออกมาได้อย่างดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมลักษณ์ วรรณฤมด ก็เลาโรว่า และคนอื่น ๆ (2559) สามารถสร้างงานโมเดล

ออกมาได้หลายหลายชิ้นในคราวเดียวกัน โดยควบคุมรูปร่าง รูปทรงให้เหมือนเดิม เป็นการลดเวลาในการออกแบบและในกระบวนการผลิตเมื่อเทียบกับการออกแบบด้วยมือ หรือแบบวาด ในการออกแบบรูปร่าง รูปทรง ลวดลาย ที่ได้จากศาสตร์ มาเพิ่มมูลค่าให้กับกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ โดยการดึงจุดเด่นของรูปร่างรูปทรง ลดทอนรายละเอียด หาคัดลักษณะของสัญลักษณ์นั้น มาออกแบบให้สอดคล้องกับเพชร พลอย เพื่อเป็นการสร้างสรรค์และพัฒนาเครื่องประดับ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล พจนานิคม (2019) ด้วยกระบวนการออกแบบพัฒนาด้านรูปร่างเครื่องประดับ นำมาออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

จากการแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย ได้มาซึ่งข้อมูลในการนำตัวเลขมงคล หรือวิธีการเลือกตัวเลขมงคลมาใช้ในการออกแบบเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย โดยตัวเลขมงคลส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับลักษณะการตีความหมายของตัวเลข การจับคู่ของตัวเลข หรือผลรวมของตัวเลข นำมาซึ่งความหมายอันเป็นมงคลตามนิยามที่ให้ไว้ในตำรา “หนังสือโหราศาสตร์พื้นฐาน (มหัศจรรย์แห่งตัวเลข)” ของ อาจารย์พลูลวง (2516) ซึ่งการเลือกใช้เลขมงคลของผู้เชี่ยวชาญต้องมีพื้นฐาน หรือองค์ความรู้เกี่ยวกับโหราศาสตร์ไทย ดวงดาว เพื่อตีความหมาย และสามารถพยากรณ์ผลกระทบจากการนำตัวเลขมงคลไปใช้ในชีวิตประจำวันสำหรับบุคคลนั้นได้ การได้มาของตัวเลขมงคลส่วนใหญ่ ผู้เชี่ยวชาญได้แนะนำตัวเลขมงคล คู่เลขมงคล หรือชุดเลขมงคล พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย สำเนียงงาม (2545) และบทความของ จักรกฤษ แร่ทอง (2554) ที่ได้แนะนำตัวเลขมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยในทางที่ดี ควรแก่การนำไปใช้มากที่สุด ความหมายของตัวเลขมงคลสามารถแบ่งแยกความเป็นสิริมงคลตามความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคสอดคล้องกับงานวิจัยของ ถวัลรัตน์ กัลยาณิก และ ธาตรี ได้ฟ้าพูล (2559) ได้แก่ ด้านความสำเร็จ ด้านการงาน ด้านการเงิน และด้านความรัก ที่ตรงกับความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพ ความเชื่อ และพฤติกรรมเลือกซื้อของผู้บริโภค

ทางด้านศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นสัญลักษณ์ สิ่งของ หรือตัวแทนที่ใช้สื่อความหมาย ที่มีนัยยะความเป็นสิริมงคล ดังแนวคิดของ เกกิง พัฒโนภาส (2551) และรูปแบบของศาสตร์ที่ได้ เป็นประเภทสัญลักษณ์เชิงสุนทรียภาพ นิธิ ศิริพัฒน์ (2553) โดยสามารถจัดหมวดหมู่ข้อมูลของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อความหมาย ได้แก่ ใช้สัตว์ ใช้ธรรมชาติ ใช้สิ่งของต่างๆ ใช้ความเชื่อ ใช้คำนิยม และใช้อักษรศักดิ์สิทธิ์ในการสื่อความหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาเป็นส่วนหนึ่งใน

การออกแบบเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ให้มีความเป็นสิริมงคลตามนัยยะหรือความหมายของสัญลักษณ์ด้วย

ผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย พบว่าแบบที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือแบบเครื่องประดับแหวนมงคลด้านความสำเร็จ แบบที่ 3 (แหวนมงคลพลัง 9) ได้รับความนิยมสูงสุดถึงร้อยละ 42.30 ที่แสดงรายละเอียดด้านเนื้อหาของแหวนได้ชัดเจน มีความเป็นสิริมงคลทางเลขศาสตร์ที่ชัดเจน ภายใต้ความเชื่อตามคตินิยมของคนไทย ที่ชื่นชอบเลขศาสตร์ที่ตรงกับคำพ้องเสียง เช่น 9 ตรงกับ ก้าวหน้า ซึ่งเป็นกลุ่มเลขนำโชคของชาวไทย พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ ปราณเวท (2554) และมีความหมายทางสัญลักษณ์ที่เป็นสิริมงคลสื่อออกมาให้รับรู้ได้อย่างเข้าใจ ซึ่งข้อมูลของแหวนมงคลสามารถนำมาสร้างวาทกรรมสื่อให้กับกลยุทธ์การตลาดทางด้านข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ การโปรโมทให้เห็นว่าการใช้ตัวเลขมงคลมีอำนาจในการกำหนดความเป็นไปในชีวิต มีความเป็นสิริมงคลต่อผู้สวมใส่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภพ สวัสดิ์ (2561) ที่ใช้กลวิธีของภาษาในการสื่อความหมาย และยังพบว่าสอดคล้องกับผลสัมฤทธิ์ส่วนหนึ่งของ คุณแก้ว นพแก้ว (ผู้เชี่ยวชาญด้านเลขศาสตร์) ที่กล่าวว่า “การทำให้ประชาชนทั่วไปรู้จักเครื่องประดับแหวนมงคลตามเลขศาสตร์นั้น มันขึ้นอยู่กับ content ในการนำเสนอ การสร้าง story ให้กับมัน

ผลการประเมินเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย พบว่าแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรักแบบที่ 2 ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายว่า เหมาะสมกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมากที่สุด เนื่องจากได้ผลประโยชน์ในด้านผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม มีขนาดเหมาะสม สวมใส่ได้ทุกวัน ด้านราคาที่เหมาะสมแก่การเลือกซื้อ ด้านช่องทางการตลาดคือเหมาะแก่การเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านข่าวสารเหมาะแก่การนำเสนอ ทำสื่อโฆษณา นำมาโปรโมท สร้างการรับรู้ได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ กลัวงศ์ (2561) ที่พบว่าส่วนผสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์

จากภาพเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยด้านความสำเร็จแบบที่ 3 และด้านความรักแบบที่ 2 พบว่าแนวคิดการออกแบบของแหวนมงคลทั้ง 2 แบบนี้ ผู้วิจัยได้นำความเชื่อพื้นฐานของสังคมไทย ค่านิยม ความเชื่อทางศาสนาพุทธ มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ซึ่งส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคหญิงชาวไทย เห็นได้ว่าลักษณะของประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางศาสนา มีผลต่อความเชื่อ ความศรัทธา ที่แสดงออกมาผ่านพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล

ด้านราคาของเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ได้คือราคาที่ เหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ ทองเครื่องประดับ (9K) อยู่ในช่วง 11,100-18,000 บาท พบว่าสอดคล้องกับความคิดเห็นของอาสาสมัคร A ที่ยอมรับในราคาของ เครื่องประดับมงคลประเภททองคำที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้ และราคาของงานเงินแท้ อยู่ ในช่วง 1,490-1,890 บาท พบว่าสอดคล้องกับความคิดเห็นของอาสาสมัครทั้งหมด 16 ท่าน (ร้อยละ 76.19) ที่ยอมรับในราคาของเครื่องประดับมงคลที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้

จากผลการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ ได้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการออกแบบในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยการสร้างความน่าสนใจให้กับ ชี้นำงาน สร้างเรื่องราว สร้างคุณค่า คุณประโยชน์ให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ในการกำหนดเป็นกลยุทธ์ หลักที่สำคัญของธุรกิจในลักษณะของการออกแบบเพื่อปรับเปลี่ยนสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณยศ เพิ่มบุญ และ ไตรรัตน์ สิทธิกุล (2559) และยังพบว่าสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของคุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร และคุณพร พวรรณ ลิขิตรัตน์ ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบเครื่องประดับเป็นสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ของทางบริษัท

5.2.2. อภิปรายผลด้านการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลข ศาสตร์ไทย

ผู้วิจัยได้คัดเลือกเลือกกลุ่มประชากรที่ต้องการศึกษาจาก วัย โลฟิสโตลส์ และ พฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องประดับตามเจเนอเรชั่นที่ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) (2562) และ ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและ เครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2558) ได้วิเคราะห์ช่วงอายุของกลุ่มประชากรไทย และ ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องประดับในแต่ละเจเนอเรชั่น รสนิยมในการเลือกซื้อ เครื่องประดับ รูปแบบดีไซน์ คุณภาพของอัญมณี วัสดุที่ใช้ และระดับราคาของเครื่องประดับ ซึ่ง ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา คือ ช่วงวัยทำงานที่มีหน้าที่การงานมั่นคง มีฐานะ ทางสังคม (Generation-X) หรือช่วงอายุ 41-55 ปี และช่วงวัยทำงานตอนต้นที่กำลังสร้างความ มั่นคง สร้างฐานะทางสังคม (Generation-Y) หรือช่วงอายุ 23-40 ปี โดยผู้วิจัยได้แบ่งช่วงอายุใน การศึกษา เพื่อให้เข้าใจถึงช่วงวัยในการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลมากขึ้น แบ่งได้ดังนี้

1. อายุอยู่ในช่วง 23-28 ปี คือช่วง Generation-Y ช่วงต้น
2. อายุอยู่ในช่วง 29-34 ปี คือช่วง Generation-Y ช่วงกลาง
3. อายุอยู่ในช่วง 35-40 ปี คือช่วง Generation-Y ช่วงปลาย

4. อายุอยู่ในช่วง 41-45 ปี คือช่วง Generation-X ช่วงต้น
5. อายุอยู่ในช่วง 46-50 ปี คือช่วง Generation-X ช่วงกลาง
6. อายุอยู่ในช่วง 51-55 ปี คือช่วง Generation-X ช่วงปลาย

จากการสำรวจและศึกษาประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ช่วงอายุที่ความสนใจมากที่สุด คือช่วงอายุ 29-34 ปี ถึงร้อยละ 33.33 (Generation Y ช่วงกลาง) รองมาคือช่วงอายุ 35-40 ปี ร้อยละ 19.04 (Generation Y ช่วงต้น) และ ช่วงอายุ 46-50 ปี ร้อยละ 19.04 (Generation X ช่วงกลาง)

พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารณีย์ พิงวิศา (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องประดับผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้ 2 กลุ่มได้แก่กลุ่มกระเป๋านักจ่ายได้ถ้าชอบ ช่วงอายุ 35-45 ปี (กลุ่มเป้าหมายรอง) และกลุ่มวัยละอ่อน ช่วงอายุ 25-34 ปี (กลุ่มเป้าหมายหลัก) นั้นตรงกับกลุ่มเป้าหมายรองของแผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

จากลักษณะของช่วงอายุที่ได้แสดงให้เห็นว่า ประชากรหญิงในช่วงอายุ 29-40 ปี หรือ Generation-Y ช่วงกลางและปลาย มีลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความต้องการประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน การเงิน สร้างรายได้สร้างฐานะทางสังคม หรือเพื่อสร้างครอบครัว สร้างความสัมพันธ์กันในครอบครัวให้ราบรื่น ความรักที่มั่นคงยาวนาน ลดการทะเลาะวิวาทภายในครอบครัว ซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย แบบเจาะจงความสำเร็จในแต่ละด้านให้เกิดเป็นสิริมงคลต่อผู้สวมใส่ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มประชากรในช่วงอายุนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการวางแผนธุรกิจ วางกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ส่วนประชากรหญิงที่ให้ความสนใจรองลงมา คือช่วงอายุ 46-50 ปี หรือ Generation-X ช่วงกลาง ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ถือว่าการสร้างเนื้อสร้างตัว สร้างครอบครัว มีฐานะทางสังคมบ้างแล้ว รวมทั้งเป็นวัยทำงานที่ถือว่าประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน การเงิน และความรัก จึงเป็นช่วงอายุที่มีลักษณะพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่แสดงถึงความสำเร็จในทุกๆ ด้าน เน้นความมั่นคง ไม่เน้นเฉพาะเจาะจงในแต่ละด้าน และเป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้วัสดุในการผลิตเครื่องประดับที่มีมูลค่าสูง เช่น ทองคำ ทองคำขาว แพลตตินัม ในการผลิตตัวเรือนเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ในลักษณะการขายแบบสั่งผลิตโดยเฉพาะ หรือ Made to orders สำหรับกลุ่มเป้าหมายรองกลุ่มนี้

แผนธุรกิจเครื่องประดับมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทยที่ได้นั้น ประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ

1. แผนธุรกิจในรูปแบบ Business model canvas (ตามตารางที่ 17) ซึ่งเป็นรูปแบบแผนธุรกิจที่นิยมวิเคราะห์กันอย่างแพร่หลาย ณ ปัจจุบัน เหมาะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดย่อม

2. กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ พบว่ากลยุทธ์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 8P ด้านพลังในธุรกิจ (Power) เป็นกลยุทธ์หลักที่สำคัญต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างพันธมิตรคู่ค้ากับผู้มีอิทธิพล ดารา นักแสดง บล็อกเกอร์ เพื่อให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารณีย์ พิงวิศา (2562) และ เสาวลักษณ์ พิธิษฐไพบูลย์ (2556) ที่ใช้วิธีการสื่อสารสร้างแรงจูงใจในสินค้าจากบุคคลผู้มีชื่อเสียงในการนำเสนอสินค้า และพบว่ากลยุทธ์ PRIME-A (กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับที่ใช้สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย) ด้านส่วนค้ายอดเยี่ยม และราคาที่เหมาะสม ส่งผลต่อผู้บริโภคหญิงชาวไทยมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงพล อานุภาพ และ วิไลดา เตชะเวช (2558) ที่บอกว่ากลยุทธ์การตลาดของชาวไทย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และบรรยากาศทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก

ดังนั้นการฟื้นฟูธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จากการคาดการณ์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2563 ของ ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาค (2563) ของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยเจ้าหน้าที่ เสาวณี จันทะพงษ์ และ ทศพล ต้องหุ่ย (2563) คาดว่าเศรษฐกิจและสังคมไทยจะฟื้นตัวแบบ ✓-Shape คือ เศรษฐกิจไถลลงเร็วและค่อยฟื้นตัวอย่างช้าๆ ตามทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก แต่จากความไม่แน่นอนของการระบาดทำให้ภาครัฐกลับมาใช้มาตรการล็อกดาวน์ควบคุมบางพื้นที่ ทำให้สภาพเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่มีการชะลอตัว ดิ่งลง ซึ่งตัวแปรสำคัญที่ทำให้เห็นการฟื้นตัว ส่งผลให้เศรษฐกิจและสังคมไทยอาจมีการฟื้นฟูเข้าสู่รูปแบบ W-Shape ได้ ถึงแม้สถานการณ์มีแนวโน้มในทางที่ดีขึ้น มีวัคซีนป้องกันเพิ่มมากขึ้น แต่การแพร่ระบาด การกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัส ก็เพิ่มความรุนแรงมากขึ้นเป็นระลอก ส่งผลทำให้ภาครัฐมีมาตรการ แผนการรับมือกับการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัส เพื่อประครองสภาพเศรษฐกิจให้มีการขับเคลื่อน ไม่หยุดนิ่ง ประคับประครองธุรกิจกิจการต่าง ฝ่ยุ้งการจ้างงาน โดยนโยบายในการสนับสนุนให้กับผู้ประกอบการ มุ่งเน้นให้สถาบันทางการเงินเพิ่มสภาพคล่องให้กับธุรกิจด้วยมาตรการสนับสนุนสินเชื่อ (สินเชื่อฟื้นฟู) หรือ มาตรการสนับสนุนการรับโอนทรัพย์สินชำระหนี้ (โครงการพักทรัพย์ พักหนี้) เพื่อลดภาระหนี้ และเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการไม่ถูกการบังคับขาย

ทรัพย์สิน และกลับมาสร้างงาน สร้างรายได้อีกครั้งเมื่อสถานการณ์คลี่คลาย มาตรการการฟื้นฟูที่ทางภาครัฐร่วมกับภาคเอกชนได้คำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดต่อผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการที่สามารถดำเนินงาน หรือปรับตัว ปรับโครงสร้างของธุรกิจให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ลักษณะของตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย พฤติกรรมของผู้บริโภค จึงต้องปรับเปลี่ยนแผนธุรกิจ กลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เข้าสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

จากภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมรกตตามหลักเลขศาสตร์ไทย และแผนธุรกิจเครื่องประดับมรกตตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ได้จากการสำรวจประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเลขศาสตร์ พบว่า ผู้บริโภคหญิงให้ความสนใจในเครื่องประดับแหวนมรกตตามหลักเลขศาสตร์ไทย ถึงร้อยละ 90.47 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ออกแบบแผนธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มประชากรกลุ่มนี้ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่กำลังเผชิญปัญหาอย่างหนักในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา หรือโควิด 19 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 จนมาถึงปัจจุบัน โดยคำนึงถึงผู้บริโภคที่มองเห็นความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป ให้สามารถตอบสนองได้หลายหลายวัตถุประสงค์ เพื่อการลงทุน เพื่อการสะสม มรดก หรือแม้แต่มาดกแต่งสวมใส่ ด้วยกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ และราคาที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งถัดไป

5.3.1. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ประเภทของเครื่องประดับแหวน ดังนั้น ควรมีการศึกษาและออกแบบเครื่องประดับมรกตตามหลักเลขศาสตร์ไทย ประเภทอื่นๆ เช่น จี้สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ต่างหู กำไล เป็นต้น

5.3.2. ขอบเขตด้านเนื้อหาทางด้านเลขศาสตร์ไทย ดังนั้น ควรมีการศึกษาข้อมูลทางด้านเลขศาสตร์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น สากลมากขึ้น ตามพื้นฐานความเชื่อในแต่ละประเทศ แต่ละภูมิภาค หรือตามขนบธรรมเนียมประเพณีถิ่นฐานแต่ละพื้นที่ เช่น เลขศาสตร์จีน เลขศาสตร์อินเดีย เลขศาสตร์ฮิบรู เลขศาสตร์ชาวตะวันตก เป็นต้น

5.3.3. ขอบเขตทางด้านประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ทำการศึกษาด้านการตลาด จากประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเลขศาสตร์ ดังนั้น ควรมีการศึกษากับประชากรชายที่อุปโภคผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเลขศาสตร์ด้วย ที่สอดคล้องกับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

บรรณานุกรม

- Brian Curtin. (2006). Semiotics and visual representation. *International Program in Design and Architecture*, 51-62.
- CHAMP MFD. (2019a). 18 สัญลักษณ์แห่งความโชคดี เสริมดวง โชคลาภบารมีของแต่ละประเทศ. สืบค้นจาก <https://thaniya1988.com/th/18-symbol-of-good-fortune/>
- CHAMP MFD. (2019b). 28 รูปภาพเสริมดวง. สืบค้นจาก <https://thaniya1988.com/th/28-pictures-fortify-horoscope/>
- CHEIRO. (1959). *Ciero's Book of Numbers*. London, S.W.I., Great Britain: Herbert Jenkins Limited.
- Dtacblog. (2563a). ดีแทคจัด 'เบอร์มงคลเฉพาะคุณ' ให้เลือกเบอร์ส่วนตัวผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล รูปแบบใหม่เพื่อค้นหาเบอร์เสริมความมงคลได้แล้ววันนี้. สืบค้นจาก <https://dtacblog.co/dtac-lucky-number/>
- Dtacblog. (2563b). ดีแทคเผยผลสำเร็จ 'เบอร์มงคลเฉพาะคุณ' กระตุ้นตลาดมือถือรายเดือนครึ่งปี หลังพุ่งแรง. สืบค้นจาก <https://dtacblog.co/dtac-lucky-number-2/>
- Frick, J., และ Ali, M. M. (2013). Business model canvas as tool for SME. *IFIP international conference on advances in production management systems*, 142-149.
- Hohkraut Uros. (2010). *Rapidprototyping & Jewelry design* Annals of DAAAM for 2010 & Proceedings of the 21st International DAAAM Symposium (B. Katalinic 21). Vienna, Austria, EU: DAAAM International.
- Marketeer Team. (2017). เบอร์มงคล ความเชื่อคือโอกาสสร้างลูกค้าระยะยาว. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/20195>
- Marketing Opps! (2019). วงการของขลังใช้ดีไซน์หนึ่การดิสรพ์ท์ ปลุกกระแสเทรนด์ธุรกิจใหม่ #แฟชั่นสายมู ในหมู่วัยรุ่น คนดัง. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/trending-exclusive/leila-amulet-fashion/>
- MoneyHUB. (2015). ศาสตร์ตัวเลข ความเชื่อระดับอินเตอร์. สืบค้นจาก <https://rb.gy/zcqdty>
- Philip Kotler. (1991). Kotler on. *Management Decision*, 29(2).
- SIAM CENTER. (2019). Love at First Sight รวมสัญลักษณ์ความรักระดับโลก. สืบค้นจาก <https://www.siamcenter.co.th/trendupdate/The-Icons-That-Represent-Love/276>

- Smart Trader Program. (2559). คู่มือพัฒนามูลค่าเพิ่ม (Value Creation Handbook). In. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/article/article_20161103115457.pdf
- Strategyzer. (2020). The business model canvas. <https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>
- Summerset's Memories. (2561). น.ณ ปากน้ำ-พุลหลวง-นายประยูร อุดชาภา. Retrieved from <http://nornapaknam.blogspot.com/2018/07/blog-post.html>
- The Bangkok Insight Editorial Team. (2563). ย้อนสถิติราคาทองคำ 10 ปีที่ผ่านมา ก่อนพุ่งสูงสุดเป็นประวัติการณ์. สืบค้นจาก <https://www.thebangkokinsight.com/414790/>
- กนกวรรณ กลัวงศ์. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2535). ศิลปินแห่งชาติ. ประยูร อุดชาภา. สืบค้นจาก http://art2.culture.go.th/index.php?case=artistDetail&art_id=35&pic_id=&side=ach_prt
- ก้องเกียรติ มหาอินทร์. (2012). สัญญาที่ปรากฏในงานออกแบบแฟชั่นกับการสะท้อนวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 13(1 (25)), 10.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2542). การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค การวิเคราะห์สื่อด้วยทฤษฎีสัญญาวิทยา (2). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์.
- จักรกฤษ แร่ทอง. (2554). ตั้งชื่อ เลขศาสตร์ อายุตนะ 6. สืบค้นจาก <https://rb.gy/snjefk>
- ฐานเศรษฐกิจ. (2563). พุดจีนขึ้นค้ำฟุ่มเฟือย แนวโน้มดีขึ้นหลังโควิด. สืบค้นจาก https://www.thansettakij.com/content/Macro_econ/436744
- จิตติสา ศรีไธวรรณ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อ เครื่องประทองและจิวเวลรี่. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ณัฐพล เดชขจร. (2556). ฐาน สัญลักษณ์ศักดิ์สิทธิ์แห่งเวทมนตร์ดึกดำบรรพ์. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/362682>
- เดลินิวส์. (2561). เครื่องประดับโซ่กลางตลาดฮ้างงมาแรง. สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/economic/656596>
- ถวัลรัตน์ กัลยาณิก, และ ธาตรี ใต้ฟ้าพูล. (2559). บุคลิกภาพผู้บริโภค ความเชื่อโชคลาง และ

- พฤติกรรมการซื้อขายเครื่องประดับหินสีมงคล. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 9(2), 39-61.
- เถลิง พัฒนาภาษ. (2551). สัญลักษณ์ กับ ภาพแทนความ. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 1, 35-50.
- ทรงพล อานาภาพ, และ วิไลดา เตชะเวช. (2558, พฤษภาคม-สิงหาคม). กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 11(2).
- ธเนศ ศิริกิจ. (2016). การตลาด 8P's กับธุรกิจ SMEs ที่ต้องรู้...ในปัจจุบัน. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1089947>
- นรินทร์ ปลื้มปรีดาพร, และ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2562, กรกฎาคม-ธันวาคม). การออกแบบเรขศิลป์ที่แสดงถึงสุขภาพที่ดี โดยใช้ทฤษฎีหินบำบัด. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 18(2), 97-108.
- นิธิ ศิริพัฒน์. (2553, กุมภาพันธ์). สัญลักษณ์วิทยา. สืบค้นจาก <http://www.siripat.com/Extension-of-Special-Annual-Articles-2010.asp>
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2563). ไทย-อินเดีย จับมือดันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับฝ่าวิกฤตโควิด-19. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/economy/news-491006>
- ปราณเวท. (2554). เคล็ดลับการใช้เลขศาสตร์. สืบค้นจาก <http://www.horapayakorn.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539691268&Ntype=1>
- ปารณีย์ พิงวิธา. (2562, ธันวาคม). การศึกษาการแบ่งกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องประดับผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี(ฉบับเสริม), 212-224.
- ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาค. (2563). ทิศทางเศรษฐกิจไทยปี 2563 ชะลอตัวต่ำกว่าที่คาดและต่ำกว่าศักยภาพ. BOT พระสยาม MAGAZINE, 1, 4-7.
- พรพิมล พจนานิคม. (2019). การศึกษาแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในศตวรรษ 21 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหินดิบด้วยกระบวนการออกแบบ. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม (The Journal of Social Communication Innovation), 7(2), 180-193.
- พรพิมล พจนานิคม, ดนุลา จามจุรี, มณัส บุญประกอบ, และ วรณรัตน์ ตั้งเจริญ. (2016, มกราคม-มิถุนายน). การศึกษาแนวทางการเสริมสร้างการคิดสร้างสรรค์อย่างมีวิจารณญาณสำหรับ

- นิติตที่เรียนด้านการออกแบบ. วารสารวิจัยและพัฒนาหลักสูตร, 5(1), 79-97.
- พัชชิกา มีนิล. (2561). การเปิดรับข่าวสาร ความเชื่อโชคลาง และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาพัฒนาชัย, และ จีระศักดิ์ ทัพพา. (2020). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน. *APHEIT JOURNAL*, 26(1), 59-66.
- พื่อน้ำผึ้ง. (2562). ด้ายแดงหลบไป! 10 สัญญาณแห่งความโชคดีจากทั่วทุกมุมโลกเหล่านี้จะทำให้คุณลี้ภัย. สืบค้นจาก <https://www.dek-d.com/writer/53087/>
- ภพ สวัสดิ์. (2561, พฤษภาคม-สิงหาคม). ตัวเลขลิขิตชีวิตเราได้อะไร? : อุดมการณ์ชะตานิยามกับการร้อยเรียงตัวเลข. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 11(2), 982-1001.
- ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ. (2019). เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ : รูปแบบ ความสวยงาม ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *Journal of Asia Design and Research*, 2(1), 38-53.
- รชชง ศรีกิโล. (2552). เครื่องประดับ. In สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (Vol. 34, pp. 112-145). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- รัฐบาลไทย. (2563). อนุทิน เผย WHO ชื่นชมไทยควบคุมโรคโควิด 19 ได้ดี ผลิตคิลิเผยแพร่ทั่วโลก. สืบค้นจาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/35135>
- วรรณยศ เพ็ญบุญ, และ ไตรรัตน์ สิทธิกุล. (2559, กรกฎาคม-ธันวาคม). กลยุทธ์การออกแบบเพื่อการขับเคลื่อนธุรกิจ : กรณีศึกษาคณะผู้บริหารและเจ้าของกิจการในธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม (The Journal of Social Communication Innovation)*, 4(2), 144-151.
- วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ. (2015). เครื่องประดับ. สารานุกรมศึกษาศาสตร์ (*Encyclopedia of Education*), 10, 99-102.
- วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ. (2544). การบูรณาการโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกส์สำหรับการออกแบบเครื่องประดับและกระบวนการผลิต.
- วัฒนะ จุฑะวิภาต. (2545). การออกแบบเครื่องประดับ (1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2563). อักษรวน. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/อักษรวน>

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2564). รัตนชาติ. shorturl.at/aeYEl

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2558, ตุลาคม). เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของผู้บริโภคหลากหลายเจนเนอเรชั่น.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจาก กรมศุลกากร. (2563). สินค้าส่งออกของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออกโลก. สืบค้นจาก <http://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx>

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC). (2562). *Generation*. In เจาะเทรนด์โลก 2020 โดย TCDC : *Positive Power*, (pp. 6-31).

สมชนก ภาสกรจรัส. (2563, เมษายน). หลังวิกฤตยังมีโอกาส...เครื่องประดับไฮเอนด์ & โลว์เอนด์.

สมชาย สำเนียงงาม. (2545). ลักษณะภาษาที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลและกาลกิณีในชื่อของคนไทย. (ปริญญาอักษรศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

สมลักษณ์ วรณมุล กิเยลาโรว่า, ประภัสสร ประจุพงษ์เพชร, และ โชคินธิ นาคเมธิ. (2559). การศึกษาและการออกแบบเครื่องประดับแหวนล้อมเพชรและพลอยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มลูกค้าชาวจีนเพื่อการพัฒนาแบบออกแบบอัตโนมัติโดยใช้วิธีไวกรรมรูปร่าง. นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 12 และนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ, 204-214.

สุภชัย ปกป้อง. (2020). คนไทยกับตลาดความเชื่อ. สืบค้นจาก <https://www.kaohoon.com/content/313152>

เสาวณี จันทะพงษ์, และ ทศพล ต้องหุ้ย. (2563). เศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทยหลังโควิด 19. *BOT พระสยาม MAGAZINE*, 3, 4-7.

เสาวลักษณ์ พิสิษฐ์ไพบูลย์. (2556). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด"เบอร์มงคล"ของเครือข่ายโทรศัพท์มือถือไอเอส. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ห้องสมุด MBA เรียนรู้วิชาสาขาการบริหารอย่างทั่วถึงด้วยตัวเองอย่างครบครัน. (2562). ส่วนผสมการตลาดบริการ 7P. Retrieved from <https://thaimbalearning.blogspot.com/2019/01/marketing-7p.html>

อมรพงศ์ แสนสุข. (2563, มิถุนายน). ความเชื่อกับธุรกิจ และ ธุรกิจความเชื่อ.

อาจารย์พญหลวง. (2516). พื้นฐานของโหราศาสตร์ (ความมหัศจรรย์ของตัวเลข). กรุงเทพฯ: เกษม

บรรณกิจ.

อานนท์ กันเกษ. (2556). การจัดการเรียนรู้การหล่อเครื่องประดับ. (วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ. (วิทยานิพนธ์).





ภาคผนวก ก.
แบบตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยการ
ออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
และผลการตรวจสอบ

แบบตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เรื่อง การหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เรื่องการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

คำอธิบาย

ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านในการตรวจสอบข้อคำถาม สำหรับกลุ่มประชากรที่ทำการเก็บข้อมูล โดยแบ่งดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มประชากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย
2. แบบสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มประชากรที่ประกอบธุรกิจอัญมณีเครื่องประดับ
3. แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามสำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

โดยใส่เครื่องหมาย (✓) ในช่องความสอดคล้อง (congruence) หลังข้อคำถาม โดยมีความหมายของคะแนนดังนี้

คะแนนความ สอดคล้อง	หมายถึง
+1	คำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้
0	ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้
-1	คำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

ตารางการหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้
สำหรับแบบสอบถามสำหรับกลุ่มประชากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย

ตัวแปร	ข้อคำถาม	ความสอดคล้อง			หมายเหตุ
		+1	0	-1	
ข้อมูล ประชากร ศาสตร์	1.ชื่อ-สกุล อายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา				
	2.อาชีพหลัก หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ				
ความเชื่อ ด้านเลข ศาสตร์	3.คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์				
	4.ระยะเวลาในการศึกษาเรียนรู้เลขศาสตร์				
	5.ทำไมถึงเรียนรู้เลขศาสตร์ และศาสตร์ในการพยากรณ์ อื่นๆ				
	6.คุณใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น วิธีการใช้คือ				
	7.คุณคิดว่าประชาชนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ไป ใช้กับเรื่องใด ทำไมถึงคิดเช่นนั้น				
	8.คุณคิดว่าเลขมงคลใด เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการประสบ ความสำเร็จในชีวิต การงาน การเงิน และความรัก				
การตลาด ความเชื่อ	9.คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัดถ่มมงคล เครื่องราง และธุรกิจเกี่ยวกับเลขศาสตร์ ณ ปัจจุบัน				
	10.แนวโน้มการตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรค ระบาด โควิด-19				
	11.คิดอย่างไรกับธุรกิจความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องประดับ มงคล				
	12.คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลข ศาสตร์รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร				
	13.ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไร ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น				

ตารางการหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้
สำหรับแบบสอบถามสำหรับกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีเครื่องประดับ

ตัวแปร	ข้อคำถาม	ความสอดคล้อง			หมายเหตุ
		+1	0	-1	
ข้อมูล ประชากร ศาสตร์	1.ชื่อ-สกุล อายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา				
	2. ตำแหน่งอาชีพ หน้าที่ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ				
	3.ที่มาของธุรกิจ				
	4.ธุรกิจของท่านจำหน่ายอะไรบ้าง				
การตลาด ธุรกิจ เครื่อง ประดับ	5.คิดอย่างไรกับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน				
	6. แนวโน้มของตลาดธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์ โรคระบาด โควิด-19				
	7. กลยุทธ์ การตลาด ก่อนและหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 เป็นอย่างไร				
	8. แนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจเครื่องประดับหลัง สถานการณ์โรคระบาด โควิด-19				
การตลาด ความเชื่อ	9.คุณคิดว่ามีความเชื่ออะไรบ้าง ที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย ทำไมถึงคิดเช่นนั้น				
	10.คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน				
	11.แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรค ระบาด โควิด-19				
	12.สิ่งของ หรือความเชื่ออะไร เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการ ประสบความสำเร็จในชีวิต การงาน การเงิน และความรัก				
	13.คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลข มงคล และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์ มาใช้				
	14.คุณใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น วิธีการใช้คือ				
	15.คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลข ศาสตร์รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร				
	16.ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไร ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น				

ตารางการหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้สำหรับแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามสำหรับสำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

ตัวแปร	ข้อคำถาม	ความสอดคล้อง			หมายเหตุ
		+1	0	-1	
แบบสัมภาษณ์					
ข้อมูล	1.ชื่อ-สกุล อายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา				
ประชากร	2.อาชีพ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ				
ศาสตร์	3.เบอร์ติดต่อ e-mail				
ความเชื่อ	4.คุณมีความเชื่อในเรื่องใดบ้าง และคุณรู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์ได้อย่างไร				
ด้านเลข	5.คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ทำไมถึงเชื่อเรื่องเลขศาสตร์				
ศาสตร์	6.คุณใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น วิธีการใช้คือ				
	7.คุณคิดว่าประชาชนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ไปใช้กับเรื่องใด ทำไมถึงคิดเช่นนั้น				
	8.ถ้าคุณจะใช้เลขมงคล คุณจะเลือกใช้กับเรื่องอะไร ความสำเร็จในชีวิต การงาน การเงิน และความรัก				
	9.คุณคิดว่าความเชื่อเลขศาสตร์ ที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย อะไรบ้าง ทำไมถึงคิดเช่นนั้น				
	10.คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคล และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มาใช้				
	11.คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัดฤมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน				
	12.แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 คิดว่าจะเป็นอย่างไร				
การตลาด	13.คุณมีเครื่องประดับมงคลเป็นประเภทไหน (แหวน จี้ สร้อย กำไล ต่างหู เข็มกลัด ตลับพก) จำนวนกี่ชิ้น				
ธุรกิจ	14.สวมใส่บ่อยครั้งแค่ไหน				
เครื่อง	15.เครื่องประดับมงคลที่คุณสวมใส่ ทำมาจากวัสดุอะไร มีสีสันทันอย่างไร ดีไซน์ควรเป็นอย่างไร				
ประดับ					
มงคล					

ตัวแปร	ข้อความถาม	ความสอดคล้อง			หมายเหตุ
		+1	0	-1	
	16.คุณคิดว่ามีรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่คุณเชื่อมีอะไรบ้างที่สื่อถึงความเป็นมงคล เกี่ยวกับความสำเร็จ การงาน การเงิน ความรัก				
	17.คุณคิดว่าความเป็นสิริมงคลของเครื่องประดับมงคลมาจากอะไร				
	18.คุณคิดว่าราคาของเครื่องประดับมงคล ควรอยู่ที่เท่าไร				
	19.เหตุผลอะไรที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล				
	20.คุณคิดว่าเครื่องประดับมงคลสามารถหาซื้อได้ที่ไหน หรือช่องทางอะไรบ้าง				
	21.หน้าร้านหรือออนไลน์ ส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลหรือไม่ อย่างไร				
	22.ช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ที่คุณรู้จัก แล้วเลือกซื้อคือ				
	23.ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมงคล พนักงานขายมีส่วนหรือไม่				
	24.บรรจุภัณฑ์ที่ผลต่อเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ควรเป็นแบบใด				
	25.คุณคิดว่าควรมีช่องทางในการในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลหรือไม่				
แบบประเมิน	26.ถ้ามีเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร				
	27.ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไร ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น				
	ส่วนผสม				
	ทาง				
	การตลาด				
	1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงามทันสมัยเป็นที่สะดุดตา				
	2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด				
	3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน				
	4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม				
	5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด				

ตัวแปร	ข้อความคำถาม	ความสอดคล้อง			หมายเหตุ
		+1	0	-1	
	6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน				
	7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน				
	8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน				
	9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้				
	10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ				
	11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน				
	12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าแบบออนไลน์ หรือ มาร์เก็ตเพลส				
	13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด				
	14.รายละเอียดของแหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา ไปรษณียบัตร สร้างการรับรู้ได้				
	15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี				

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการทดสอบดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

คำอธิบาย

ผลการรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญที่แสดงความคิดเห็นในแบบตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบทั้งหมด 3 ท่าน โดยค่า IOC ที่ได้มีความหมายดังนี้

ค่า IOC	หมายถึง
0.67 – 1.00	ข้อคำถามนี้สามารถใช้ได้
-0.33 – 0.33	ข้อคำถามนี้ต้องแก้ไข
-0.67 --1.00	ข้อคำถามนี้ไม่สามารถใช้ได้

ตารางการหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้สำหรับแบบสอบถามสำหรับกลุ่มประชากรผู้เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย

ตัวแปร	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
ข้อมูลประชากรศาสตร์	1.ชื่อ-สกุล อายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	2.อาชีพหลัก หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
ความเชื่อด้านเลขศาสตร์	3.คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	4.ระยะเวลาในการศึกษา เรียนรู้เลขศาสตร์	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	5.ทำไมถึงเรียนรู้เลขศาสตร์ และศาสตร์ในการพยากรณ์อื่นๆ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	6.คุณใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น วิธีการใช้คือ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	7.คุณคิดว่าประชาชนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ไปใช้กับเรื่องใด ทำไมถึงคิดเช่นนั้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	8.คุณคิดว่าเลขมงคลใด เหมาะสำหรับผู้	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้

ตัวแปร	ข้อความถาม	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
	ที่ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต การทำงาน การเงิน และความรัก						
การตลาด ความเชื่อ	9.คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความ เชื่อ? วัตถุมงคล เครื่องราง และธุรกิจ เกี่ยวกับเลขศาสตร์ ณ ปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	10.แนวโน้มการตลาดความเชื่อหลัง สถานการณ์โรคระบาด โควิด-19	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	11.คิดอย่างไรกับธุรกิจความเชื่อเกี่ยวกับ เครื่องประดับมงคล	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	12.คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่ เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์รูปแบบควรจะ เป็นอย่างไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	13.ถ้ามีแนวโน้มที่ออกแบตามหลัก เลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็น อย่างไร ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

ตารางการหาดัชนีความสอดคล้องของข้อความถามตามวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้
สำหรับแบบสอบถามสำหรับกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีเครื่องประดับ

ตัวแปร	ข้อความถาม	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
ข้อมูล ประชากร ศาสตร์	1.ชื่อ-สกุล อายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	2. ตำแหน่งทางอาชีพ หน้าที่ หรือส่วนที่ ท่านบริหารจัดการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	3.ที่มาของธุรกิจ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	4.ธุรกิจของท่านจำหน่ายอะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
การตลาด ธุรกิจ เครื่องประดับ	5.คิดอย่างไรกับธุรกิจอัญมณีและ เครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	6. แนวโน้มการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ หลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

	7. กลยุทธ์ การตลาด ก่อนและหลัง สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็น อย่างไร ?	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	8. แนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจ เครื่องประดับหลังสถานการณ์โรค ระบาด โควิด-19	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
การตลาด ความเชื่อ	9.คุณคิดว่ามีความเชื่ออะไรบ้าง ที่มีอิทธิ พลต่อสังคมไทย ทำให้ถึงคิดเช่นนั้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	10.คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความ เชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	11.แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลัง สถานการณ์โรคระบาด โควิด-19	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
	12.สิ่งของ หรือความเชื่ออะไร ? เหมาะ สำหรับผู้ที่ต้องการประสบความสำเร็จใน ชีวิต การงาน การเงิน และความรัก	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
	13.คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับ เลขศาสตร์ เลขมงคล และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มา ใช้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	14.คุณใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ทำไม ถึงใช้กับสิ่งนั้น วิธีการใช้คือ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	15.คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่ เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ รูปแบบควรจ จะเป็นอย่างไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	16.ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลัก เลขศาสตร์ ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็น อย่างไร ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

ตารางการหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้
สำหรับแบบสอบถามสัมภาษณ์ และแบบสอบถามสำหรับสำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภค
ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

ตัวแปร	ข้อความถาม	ความของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
แบบสัมภาษณ์							
ข้อมูล ประชากร ศาสตร์	1.ชื่อ-สกุล อายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	2.อาชีพ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	3.เบอร์ติดต่อ e-mail	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
ความเชื่อ ด้านเลข ศาสตร์	4.คุณมีความเชื่อในเรื่องใดบ้าง และคุณ รู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์ได้อย่างไร	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
	5.คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ทำไมถึง เชื่อเรื่องเลขศาสตร์	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	6.คุณใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ทำไมถึง ใช้กับสิ่งนั้น วิธีการใช้คือ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	7.คุณคิดว่าประชาชนส่วนใหญ่ต้องการ นำเลขศาสตร์ไปใช้กับเรื่องใด ทำไมถึง คิดเช่นนั้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	8.ถ้าคุณจะใช้เลขมงคล คุณจะ เลือกใช้กับเรื่องอะไรความสำเร็จในชีวิต การทำงาน การเงิน และความรัก	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	9.คุณคิดว่าความเชื่อเลขศาสตร์ ที่มีอิทธิ พลต่อสังคมไทยอะไรบ้าง ทำไมถึงคิด เช่นนั้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	10.คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับ เลขศาสตร์ เลขมงคล และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มา ใช้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	11.คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความ เชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	12.แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลัง สถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 คิดว่า จะเป็นอย่างไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
การตลาด ธุรกิจ เครื่องประ	13.คุณมีเครื่องประดับมงคลเป็นประเภท ไหน (แหวน จี้ สร้อย กำไล ต่างหู เข็ม กลัด ตลับพก) จำนวนกี่ชิ้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

ตัวแปร	ข้อความถาม	ความของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
ดัดแปลง	14.สวมใส่บ่อยครั้งแค่ไหน	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
	15.เครื่องประดับมงคลที่คุณสวมใส่ ทำมาจากวัสดุอะไร มีสีลึนอย่างไร ดีไซน์ควรเป็นอย่างไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	16.คุณคิดว่ามีรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่คุณเชื่อมีอะไรบ้างที่สื่อถึงความเป็นมงคล เกี่ยวกับความสำเร็จ การงาน การเงิน ความรัก	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	17.คุณคิดว่าความเป็นสิริมงคลของเครื่องประดับมงคลมาจากอะไร	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
	18.คุณคิดว่าราคาของเครื่องประดับมงคล ควรอยู่ที่เท่าไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	19.เหตุผลอะไรที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	20.คุณคิดว่าเครื่องประดับมงคลสามารถหาซื้อได้ที่ไหน หรือช่องทางอะไรบ้าง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	21.หน้าร้านหรือออนไลน์ ส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลหรือไม่ อย่างไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	22.ช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ที่คุณรู้จัก แล้วเลือกซื้อคือ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	23.ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมงคล พนักงานขายมีส่วนหรือไม่	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	24.บรรจุภัณฑ์ที่ผลต่อเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ควรเป็นแบบใด	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	25.คุณคิดว่าควรมีช่องทางในการในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลหรือไม่	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

ตัวแปร	ข้อความถาม	ความของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
	26.ถ้ามีเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	27.ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไรทำไมถึงเป็นเช่นนั้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
แบบประเมิน							
ส่วนผล ทาง การตลาด	1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดูดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	11.ราคาที่เหมาะสมกับแบบแหวน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าแบบออนไลน์ หรือมาร์เก็ตเพลส	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

ตัวแปร	ข้อความถาม	ความของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
	13. แนวนโยบายการปฏิบัติงานเพื่ออธิบาย รายละเอียด	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	14. รายละเอียดของแผนสามารถทำ เป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
	15. แนวนโยบายการปรับปรุงกัน การันตี	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

ผลการทดสอบดัชนีความสอดคล้องของข้อความถามทั้งหมด คือ ใช้ได้ ตามความคิดเห็น
ของผู้เชี่ยวชาญ (ไม่มีการแก้ไขประเด็นคำถามหลักใดๆ)





ภาคผนวก ข.

หนังสือเรียนเชิญและขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย
การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

**หนังสือเรียนเชิญและขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย
การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย**

คำชี้แจง

หนังสือเรียนเชิญนี้ จัดทำเพื่อขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินตัวอย่างแหวนมงคล เพื่อรวบรวมข้อมูลในการจัดทำปริญญานิพนธ์ของนิสิต ระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม หลักสูตรออกแบบเพื่อธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย จึงขอความร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยนี้ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการออกแบบแหวนมงคลตัวอย่าง และเป็นแนวทางในการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับตามหลักเลขศาสตร์ไทย คำตอบและความคิดเห็นของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอเป็นภาพรวมเท่านั้น จะไม่มีการเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น หรือองค์กรอื่นใด และจะไม่มีผลกระทบต่อการตอบแบบสอบถาม ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือ และเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย โดยการตอบรับหนังสือฉบับนี้ไว้ ณ โอกาสนี้

ลงชื่อ.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผศ. ดร. นพดล อินทร์จันทร์)

ลงชื่อ.....ผู้วิจัย

(นราบดีดิษฐ์ ศิริวารินทร์)

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เบอร์ติดต่อ 0657478956



ภาคผนวก ค.

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวน
มงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับกลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้าน
เลขศาสตร์ไทย

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
สำหรับกลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ จัดทำเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำปริญญาานิพนธ์ของนิสิตระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อ สารสังคม หลักสูตรออกแบบเพื่อธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
2. เพื่อการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

จึงขอความร่วมมือจากผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย คำตอบและความคิดเห็นของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอเป็นภาพรวมเท่านั้น จะไม่มีการเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น หรือองค์กรอื่นใด และจะไม่มีผลกระทบต่องานของผู้ถูกสัมภาษณ์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ไว้ ณ โอกาสนี้

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วนหลัก ดังนี้

- ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์
- ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

นราบดีนทร์ ศิริวารินทร์

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เบอร์ติดต่อ 0657478956

แบบสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ข้อที่ 1 ชื่อ-สกุล อายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา ?

ข้อที่ 2 อาชีพหลัก ? หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ ?

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์

ข้อที่ 1 คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ?

ข้อที่ 2 ระยะเวลาในการศึกษา เรียนรู้เลขศาสตร์ ?

ข้อที่ 3 ทำไมถึงเรียนรู้เลขศาสตร์ ? และศาสตร์ในการพยากรณ์อื่นๆ ?

ข้อที่ 4 คุณใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

ข้อที่ 5 คุณคิดว่าประชาชนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ไปใช้กับเรื่องใด ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

ข้อที่ 6 คุณคิดว่าเลขมงคลใด เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ? การงาน ? กางเงิน ? และความรัก ?

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

ข้อที่ 1 คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ ? วัตถุมงคล เครื่องราง และธุรกิจเกี่ยวกับเลขศาสตร์ ณ ปัจจุบัน ?

ข้อที่ 2 แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

ข้อที่ 3 คิดอย่างไรกับธุรกิจความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล

ข้อที่ 4 คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

ข้อที่ 5 ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ



ภาคผนวก ง.

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวน
มงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจ
อัญมณีและเครื่องประดับ

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
สำหรับกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีเครื่องประดับ

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ จัดทำเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำปริญญาานิพนธ์ของนิสิตระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม หลักสูตรออกแบบเพื่อธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
2. เพื่อการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

จึงขอความร่วมมือจากผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย คำตอบและความคิดเห็นของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอเป็นภาพรวมเท่านั้น จะไม่มีการเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น หรือองค์กรอื่นใด และจะไม่มีผลกระทบต่องานสัมภาษณ์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ไว้ ณ โอกาสนี้

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วนหลัก ดังนี้

- ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ และข้อมูลทางธุรกิจ
- ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ
- ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

นราบดีนทร์ ศิริวารินทร์

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เบอร์ติดต่อ 0657478956

แบบสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

- ข้อที่ 1 ชื่อ-สกุล อายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา ?
- ข้อที่ 2 ตำแหน่งทางอาชีพ หน้าที่ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ ?
- ข้อที่ 3 ที่มาของธุรกิจ ?
- ข้อที่ 4 ธุรกิจของท่านจำหน่ายอะไรบ้าง ?

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ

- ข้อที่ 1 คิดอย่างไรกับธุรกิจเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน และธุรกิจเครื่องประดับความเชื่อ หรือเครื่องประดับมงคล ?
- ข้อที่ 2 แนวโน้มของตลาดธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19
- ข้อที่ 3 กลยุทธ์ การตลาด ก่อนและหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?
- ข้อที่ 4 แนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

- ข้อที่ 1 คุณคิดว่ามีความเชื่ออะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?
- ข้อที่ 2 คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?
- ข้อที่ 3 แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19
- ข้อที่ 4 สิ่งของ หรือความเชื่ออะไร ? เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ? การงาน ? กางเงิน ? และความรัก ?
- ข้อที่ 5 คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคล ? และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มาใช้ ?
- ข้อที่ 6 คุณใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?
- ข้อที่ 7 คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?
- ข้อที่ 8 ถ้ามีแนวโน้มที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ



ภาคผนวก จ.

แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวน
มงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่
เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ จัดทำเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำปริญญาานิพนธ์ของนิสิตระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม หลักสูตรออกแบบเพื่อธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
2. เพื่อการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

จึงขอความร่วมมือจากผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย คำตอบและความคิดเห็นของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยไม่ให้ข้อมูลนำเสนอเป็นภาพรวมเท่านั้น จะไม่มีการเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น หรือองค์กรอื่นใด และจะไม่มีผลกระทบต่องานวิจัยทั้งทางตรงและทางอ้อม

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วนหลัก ดังนี้

- ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์
- ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องประดับมงคล
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้จะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อผู้ถูกสัมภาษณ์ ยินยอมให้ผู้วิจัยติดต่อกลับ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ประเมินแบบเครื่องประดับแหวนมงคลที่ได้ เพื่อหาแบบแหวนที่ตรงตามความพึงพอใจของผู้ถูกสัมภาษณ์มากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามในภายหลัง ไว้ ณ โอกาสนี้

นราบดีนทร์ ศิริวารินทร์

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
 วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เบอร์ติดต่อ 0657478956

แบบสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ข้อที่ 1 ชื่อ-สกุล อายุ เพศ สถานภาพ ศาสนา ?

ข้อที่ 2 อาชีพ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ ?

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการตลาดความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์

ข้อที่ 1 คุณมีความเชื่อในเรื่องใดบ้าง ? และคุณรู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์ได้อย่างไร ?

ข้อที่ 2 คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ? ทำไมถึงเชื่อเรื่องเลขศาสตร์ ?

ข้อที่ 3 คุณใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

ข้อที่ 4 คุณคิดว่าประชาชนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ไปใช้กับเรื่องใด ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

ข้อที่ 5 ถ้าคุณจะเลือกใช้เลขมงคล คุณจะเลือกใช้กับเรื่องอะไร ? ความสำเร็จในชีวิต ? การงาน ?
การเงิน ? และความรัก ?

ข้อที่ 6 คุณคิดว่าความเชื่อเลขศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทยอะไรบ้าง ? ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

ข้อที่ 7 คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคล ? และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำ
ความเชื่อทางเลขศาสตร์มาใช้ ?

ข้อที่ 8 คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ ? วัดฤมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

ข้อที่ 9 แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 คิดว่าจะเป็นอย่างไรร ?

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล

ข้อที่ 1 คุณมีเครื่องประดับมงคลเป็นประเภทไหน ? (แหวน จี้ สร้อย กำไล ต่างหู เข็มกลัด ตลับ
พก) จำนวนกี่ชิ้น ?

ข้อที่ 2 สวมใส่บ่อยครั้งแค่ไหน ?

ข้อที่ 3 เครื่องประดับมงคลที่คุณสวมใส่ ทำมาจากวัสดุอะไร ? มีสีสันทของเพชร/พลอยเพิ่มความ
เป็นมงคลต่อเครื่องประดับหรือไม่ ?

ข้อที่ 4 คุณคิดว่ามีรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่คุณเชื่อมีอะไรบ้างที่สื่อถึงความเป็นมงคล ? เกี่ยวกับ
ความสำเร็จ ? การงาน ? การเงิน ? ความรัก ? ดีไซน์ควรเป็นอย่างไร ?

ข้อที่ 5 คุณคิดว่าเลขศาสตร์ เลขมงคล สามารถเพิ่มความเป็นสิริมงคลของเครื่องประดับได้
อย่างไร ?

ข้อที่ 6 คุณคิดวราคาราของเครื่องประดับมงคล ควรอยู่ที่เท่าไร ?

- ข้อที่ 7 เหตุผลอะไรที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?
- ข้อที่ 8 คุณคิดว่าเครื่องประดับมงคลสามารถหาซื้อได้ที่ไหนถึงจะเหมาะสม ?
- ข้อที่ 9 จำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน หรือจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ ช่องทางไหนส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?
- ข้อที่ 10 รูปแบบการจำหน่ายแบบออนไลน์ที่เลือกซื้อคือ ?
- ข้อที่ 11 เหตุผลที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลจากช่องทางข้างต้น (หน้าร้าน/ออนไลน์) เพราะอะไร ?
- ข้อที่ 12 ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมงคล ?
- ข้อที่ 13 บรรจุภัณฑ์มีผลต่อเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?
- ข้อที่ 14 คุณคิดว่าควรมีช่องทางในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?
- ข้อที่ 15 ถ้ามีเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?
- ข้อที่ 16 ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไร ?
- ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ภาคผนวก จ.
ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และผลการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

บทสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มประชากรที่เชี่ยวชาญทางด้านเลขศาสตร์ไทย

ผลการสัมภาษณ์ อาจารย์แม็ค ครูโหร

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ไทย

อ.แม็ค คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ? และศาสตร์ในการพยากรณ์อื่น ๆ ?

“เริ่มต้นจากการที่ผมได้เรียนรู้ทางด้านโหราศาสตร์ จาก 50 ปีที่แล้วสมัยพลเอกเปรม (ประมาณ 4-5 ปีในสมัยนั้น) ทำให้เกิดการซึมซับเข้ามาจากวงสนทนาตั้งแต่เด็ก และเริ่มมาเรียนรู้จริงๆจัง สมัยเรียนมัธยมที่ 3 เริ่มหันมาศึกษาเรื่องดวงดาว และตำราพรหมชาติ จึงเริ่มเอามาทำนายให้กับบุคคลทั่วไป และศึกษาเพิ่มเติมจากการแลกเปลี่ยนกับผู้มีความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ หรือศาสตร์อื่นๆ มากมายในการทำนายทายทัก การพยากรณ์ดวงชะตา หรือการเรียนรู้เลขศาสตร์ จนมาถึงช่วงนี้ ผมได้ตั้งคำถามกับตนเองว่า ในสมัยโบราณ “โหรดูดวง คำนวณเวลากันอย่างไร แล้วมันมีวิธีไหนที่คำนวณดวงชะตาโดยไม่ต้องใช้วันเดือนปีเกิดหรือไม่ แล้วใช้วิธีใด” จนทำให้ผมกลับมาศึกษาหาข้อมูลย้อนยุคไปถึงสมัยเมโสโปเตเมีย ทำให้เข้าใจเรื่องของการทำนายดวงชะตามากขึ้น จนทำให้เข้าใจถึงวิชา “โหราพยากรณ์งารานู” ซึ่งมีหลายแขนงวิชา”

ระยะเวลาในการศึกษาเลขศาสตร์สำหรับ อ.แม็ค คิดแล้วประมาณเท่าไรครับ ?

“ก็ราวๆ 50 ปีได้ เพราะวิชาโหราศาสตร์ไม่มีทางศึกษาได้จบ เรียนรู้ได้เรื่อยๆ”

อ.แม็ค ใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

“ในระดับพื้นฐาน ให้ทำความเข้าใจกับเลข 100 คู่ก่อน ว่ามันคืออะไร เพราะในแต่ละตัวมันมี 12 ตำแหน่งตามราศีจักรในโหราศาสตร์ ถ้าเลขคู่ 2 ตัวเท่ากับ 24 ตำแหน่ง และในชีวิตคุณมีกี่คู่ตัวเลข คุณจะต้องอธิบายทั้งหมดกี่ครั้ง ฉะนั้นมันต้องมีที่ไปที่มาในการอธิบาย การทำนาย

อ.แม็ค คิดว่าเลขมงคลใดที่เหมาะสมกับประชาชนส่วนใหญ่ ที่สามารถเลขศาสตร์ไปใช้ ?

“ผมแนะนำแผ่นยันต์โสฬสมงคลนะ เป็นแผ่นยันต์ที่พระเกจิอาจารย์ท่านทำให้ สามารถใช้ได้ทุกอย่าง หน้าทีการงาน เสริมโชคลาภ เสริมเงินทอง สามารถใช้ได้หมด เสมือนยันต์ครอบจักรวาล และในแผ่นยันต์โสฬสมงคลก็มีตัวเลข นับแต่เลข 0 จนเลขเสียทุกเลขที่มีอยู่ แต่ต้องใช้อย่างมีสติ และมีหลายตัวเลข ที่นี้มาลดทอนตัวเลขลงก็จะเหลือแค่ 9 ตัวเลข นั่นคือเลขของเทวนพเคราะห์ทั้ง 9 ที่มีการจัดวางเรียงตำแหน่งของ 9 ตัว เฉพาะเทวนพเคราะห์องค์นั้น เพียงแต่พละกำลังจะลดลงจากยันต์โสฬสมงคลเท่านั้นเอง ซึ่งในเลขชุดนั้นอยู่ในตำแหน่งที่สมบูรณ์แล้ว มีเลขคู่มีตร คู่สมพล คู่ธาตุ และการแก้ความเป็นกาลกิณีไว้เรียบร้อยแล้ว หรือไม่คุณก็เอาสัญลักษณ์ประจำเทวนพเคราะห์มาใช้ก็ได้”

ในส่วนความต้องการเฉพาะด้าน ประสบความสำเร็จในชีวิต ? การงาน ? การเงิน ? และความรัก ?

“ในการเลือกใช้เลขมงคลในแต่ละด้าน ให้อ่านตัวเลขจากระบบทศนา 9 ช่อง ได้แก่ บัณฑิต อายุ เดช ศรี มูละ อุตสาหะ มนต์รี กาลกิณี ยกตัวอย่างเช่น เกิดวันอังคาร เลข 3 คือบัณฑิต, 4 คืออายุ, 7 คือเดช, 5 คือศรี, 8 คือมูละ, 6 คืออุตสาหะ, 1 คือมนตร์ และ 2 คือกาลกิณี ถ้าพูดถึงเรื่องความรัก สำหรับผู้ชายก็คือเมีย ฉะนั้นใช้เลข 35 (เพราะ 5 คือเลขคู่สมผล) ถ้าเป็นผู้หญิง ตำแหน่งมนตรีคือผัว ฉะนั้นใช้เลข 16 (เพราะ 1 คือเลขคู่เลขสมผล) ในส่วนของเรื่องงาน ในทางโหราศาสตร์มี 2 อย่าง คือ ตำแหน่งหน้าที่การงาน และงานที่ดำเนินการ ถ้าต้องการให้อยู่ในตำแหน่งนานๆ ฉะนั้นใช้เลข 71 (เพราะ 1 คือเลขคู่ธาตุ) ถ้าต้องการให้ตำแหน่งมันใหญ่ขึ้น ก็ใช้เลข 74 (เพราะ 4 คือเลขคู่สมผล) ถ้าต้องการให้มีคนเข้ามาช่วยเหลือคุณเยอะ ก็ใช้เลข 78 (เพราะ 8 คือเลขคู่มิตร) นอกจากนี้ยังมีตัวเลขมงคลจากทางฮินดู เทพเจ้าที่เขานับถือกัน จากอักษร “ ॐ ” หรือที่เรียกว่า โอม” ในทางฮินดูหมายถึงเลขมงคล 30 หรือ สามารถแทนได้ด้วยเลข 678 ซึ่งเป็นตัวแทนขององค์เทพ คือ 6 แทนพระนารายณ์หรือพระวิษณุ , 7 แทนพระศิวะ และ 8 แทนพระพรหม และในทางฮินดูชายหญิงจะไม่แยกจากกัน ดังนั้น เลข 142 เป็นตัวแทนของชายา คือ 1 แทนพระลักษมี (ชายาของพระนารายณ์), 4 แทนพระแม่ทุรคา (ชายาของพระศิวะ) และ 2 แทนพระสุรัสวดี (ชายาพระพรหม) ก็สามารถนำชุดเลข หรือคู่เลขไปใช้ได้ และมีที่มาที่ไปอธิบายไป”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

อ.แม็ค คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ ? วัตถุมงคล เครื่องราง และธุรกิจเกี่ยวกับเลขศาสตร์ ณ ปัจจุบัน ?

“ส่วนใหญ่จะตามกระแส กับค่านิยมมากกว่า เพราะธุรกิจทั้งหลายที่นำโหราศาสตร์ไปใช้ มักจะเป็นค่านิยม แฟชั่นมากกว่า มันจะไม่ยั่งยืน แต่ถ้าธุรกิจนำโหราศาสตร์มาใช้แบบอธิบายได้ มีที่มาที่ไป มันจะไม่ใช่ค่านิยม และมันจะยั่งยืน”

อ.แม็ค คิดอย่างไรกับธุรกิจความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล ? และเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“ก็ใช้กลุ่มตัวเลขจากที่ผมแนะนำไป หรือใช้สัญลักษณ์ประจำเทวนพเคราะห์แทนตัวเลขได้ มาออกแบบเป็นเครื่องประดับก็ได้ เพราะเทพเจ้าของฮินดูจะมีสัญลักษณ์ขององค์นี้ประดับอยู่เสมอที่เทวนพเคราะห์ เสมือนสัญลักษณ์ธงชัย อาจจะออกแบบให้สอดคล้องกับสัญลักษณ์ก็ได้ และมีที่ไปที่มาอ้างอิงได้”

ถ้ามีแวนมวงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด อ.แม็ค คิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

“เนื่องจากยังไม่เห็นรูปแบบเลย แต่อย่างเช่น ชาวฮินดู ชาวทิเบต ใช้อักษรโบราณทำกำไร ทำให้เกิดความขลัง แล้วเขียนอธิบายให้ถึงแก่นแท้ ผมว่าถ้าเราใช้สัญลักษณ์ที่เป็นสากล มันสามารถขายได้ทั่วโลกนะ เพราะคนจีน คนอินเดีย คนฮินดู ก็มีกันเยอะนะ”

อ.แม็ค มีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมไหมครับ ?

“ถ้าจะทำแวนมวงคลเกี่ยวกับตัวเลข ก็ให้นึกถึงว่าจะทำออกมาตามค่านิยม หรือ ตามข้อเท็จจริง แก่นแท้ของโหราศาสตร์หรือปาว และจะให้มันยั่งยืนขนาดไหน แต่ถ้าจะทำของเชิงพาณิชย์ต้องดูว่าคุณต้องการจะสื่ออะไรออกมา”

ทั้งหมดนี้ก็เป็นประเด็นคำถามที่อาจารย์แม็ค ครูโหร ณ วันที่ 14 มีนาคม 2564

ผลการสัมภาษณ์ หมอดูจอร์จ หรือ หมอดูขย้ากระดาศ

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ไทย

หมอดูจอร์จ คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ไทย หรือตัวเลขมงคลครับ ?

“ในมุมมองหนึ่งตัวเลขเกี่ยวข้องกับมนุษย์มาอยู่แล้วตั้งแต่กำเนิดจนถึงชีวิตประจำวัน เช่น ฤกษ์เกิด เวลาตกฟาก วันเกิด อายุ เลขบัตรประจำตัวประชาชน ศาสตร์บางศาสตร์นำเอาข้อมูลตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์คนนั้น ๆ มาพิจารณาความน่าจะเป็นเกี่ยวกับตัวบุคคลที่จะผ่านมาคำนวณที่ซับซ้อนก็ดี ไม่ซับซ้อนก็ดี หรือ ไม่คำนวณเลยก็ดี เลขศาสตร์ก็เป็นหนึ่งในกระบวนการของศาสตร์เหล่านั้น ในเมื่อเป็นความน่าจะเป็นมันก็คือ สถิติ สำหรับบางคนก็บ่งบอกได้แม่นยำเลยในกรอบชีวิตที่เขาเป็นอยู่ แต่บางคนก็มีบางส่วนที่ใช้ และบางคนเลขศาสตร์อาจบอกอะไรไม่ได้เลยก็มี ตรงนั้นเป็นนิยามหนึ่งของคำว่า การพยากรณ์หรือการคำนวณ ซึ่งในหลักเศรษฐศาสตร์ก็มี ถ้าคิดเป็นทางวิทยาศาสตร์ข้อมูลทางตัวเลขเหล่านี้ก็เป็นเช่นตัวแปรที่นำมาใช้ตั้งสมมติฐานได้ แต่สำหรับผมเลขศาสตร์บอกอะไรได้มากอยู่เกี่ยวกับกรอบชีวิตกว้างที่ผ่านมา สถานการณ์ปัจจุบัน และหากเลือกที่จะเปลี่ยนเลขบางอย่างที่เลือกได้ก็หมายถึงว่า จังหวะนั้นชีวิตคนๆ นั้นจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยก็ความคิด ความฝัน และความหวัง”

หมอดูจอร์จ ใช้ระยะเวลาในการศึกษา เรียนรู้เลขศาสตร์เป็นเวลาเท่าไรครับ ?

“จริง ๆ ผมดูไฟมาก็ร่วม 20 ปี แล้ว บนไฟมีตัวเลข มีเลขแทนดวงดาว และการวางไฟก็มีตำแหน่งของดวงดาว แต่เอาเฉพาะทางศาสตร์จริงๆ ในแง่ของตัวเลขมือถือ คือปี 2556 ช่วงนั้น

กระแสน้ำแรงมาก ใช้วิธีคุยแรกเปลี่ยนกับเพื่อน และศึกษาผ่านอาจารย์ทางตำราก็นับตั้งแต่นั้นจึงมีคนเชปต์ทางเลขศาสตร์ในรูปแบบของตัวเองเพื่อบริการลูกค้า”

ทำไมหมอดูจอร์จ ถึงเรียนรู้เลขศาสตร์ ? และศาสตร์พยากรณ์อื่นๆ ครบ ?

“สำหรับคนอื่นจะเป็นเพราะอะไรผมไม่ทราบ แต่สำหรับผมเชื่อว่าการพยากรณ์เติบโตมากับชีวิตของผม ผมเติบโตมากับการพยากรณ์ เป็นสิ่งที่ติดตัวมาคล้ายๆ Talent แล้วค่อยมาจับ Talent นั้น ลงไปในนามธรรมว่าควรเรียกว่าศาสตร์อะไร ส่วนโหราศาสตร์ ไฟฟ้าไรท์ ดวงดาว ก็เป็นสิ่งที่ตามมาถึงบอกว่าผมและเขาเติบโตมาด้วยกัน คำถามที่ค่อนข้างกว้างแต่จะตอบในมิติของวัตถุประสงค์ในการใช้ คือ เริ่มที่ความเป็นกิจกรรม งานอดิเรก และแน่นอนต้องมีความสนใจก่อน ปิดจบลงท้ายจนถึงปัจจุบันก็เป็นสัมมาอาชีพ เลขศาสตร์ก็เหตุผลเดียวกันเพียงแต่เป็นศาสตร์ทางเลือก ศาสตร์ในกระแส ศาสตร์องค์ประกอบที่ต้องศึกษา เพราะเราก็ต้องใช้ในบางมุมเพื่อตอบสนอง need ของลูกค้า”

หมอดูจอร์จ ได้ใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? และทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? และวิธีการใช้อย่างไรบ้างครับ ?

“ถ้าเอาตามความหมายของเลขศาสตร์ตามที่มีคนกำหนดเรียกขึ้นมาเอง และเป็นกระแสขึ้นมาในปี 2556 ก็จะใช้เกี่ยวกับการทำนาย วิเคราะห์หมายเลขโทรศัพท์ที่ให้ลูกค้า หรือจะใครก็ตามที่เราต้องตอบคำถามของเขา หรือให้มุมมองกับตัวเอง ทำไมต้องใช้ก็เพราะต้องทำการวิเคราะห์ตัวเลขในฐานะตัวแทนของดวงดาว อ่านความหมาย อ่านอิทธิพลที่รวมกันเป็นศาสตร์ขึ้นมา และศาสตร์ก็นิยามไว้ วิธีการใช้ก็คือ รู้ความหมาย คำนวณ อ่านผล ให้คำทำนาย ถ้าเป็นเบอร์โทรศัพท์ก็แนะนำให้ชี้ชีวิตเขาภายใต้อิทธิพลของตัวเลข ณ เวลานั้นส่งผลอะไร หากเขาจะเปลี่ยนก็แนะนำหมายเลข หรือ กระทั่งหาเบอร์ใหม่ให้”

หมอดูจอร์จ คิดว่าประชาชนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ไปใช้กับเรื่องใด ? และทำไมถึงคิดเช่นนั้นครับ ?

“เลขศาสตร์เติบโตมากับวงการหมายเลขโทรศัพท์อยู่แล้วด้านหนึ่ง แต่ก็แผ่ไปด้วยอิทธิพลของหลักการทางโหราศาสตร์ หรือดวงดาว ที่กลุ่มคนที่ร่วมสร้างกระแสอาจจะเปิดเผย หรือไม่เปิดเผยในจุดนี้ คือบางคนก็บอกว่าเป็นศาสตร์ของตัวเอง บางคนก็บอกว่าเป็นศาสตร์ใหม่ หรือมาจากศาสตร์ชื่อแปลกๆ แต่จริงๆ มาจากรากฐานเก่าเดิม คนส่วนใหญ่ใช้กับอะไร คงต้องจัดอันดับ คืออันดับที่ 1 เลยก็น่าใช้วิเคราะห์ ใช้เลือก ใช้วิจารณ์ หมายเลขโทรศัพท์ ที่เหลือตามมาพอคนๆ นั้นเริ่มสนใจศาสตร์ตัวเลขแล้วมันก็จะประยุกต์ใช้โดยเป็นผลเชิงจิตวิทยาสืบเนื่อง หรือพาลไปถึง เลขบัตรประจำตัวประชาชน ตัวเลขวันเกิด เดือนเกิด ทะเบียนบ้าน ทะเบียนรถ ทะลุไปถึงเลขบัญชีธนาคารก็มี”

หมอดูจอร์จ คิดว่ามีเลขมงคลใดเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต การงาน การเงิน และความรัก บ้างครับ ?

“หากมองเฉพาะมุมเลขศาสตร์เองปัจจุบันต้องนับว่ามี 3 แขนง ความเชื่อเกี่ยวกับเลขของความสำเร็จนะ คือ มั่นรวมเลยทุกเรื่อง 1). แขนงเลขศาสตร์ทั่วไป เลขความสำเร็จตรงนี้มีหลากหลายจะการงาน การเงิน ก็ดีจะเป็นเลขกลุ่ม เช่น 45 54 56 64 65 แต่ถ้าเจาะความรักแบบคู่จะเป็น 36 ความรักแนวครอบครัวก็ 63 2). แขนงเลขมังกร เลขหงส์ 789, 289, 282, 829, 287, 879, 878, 787 โดยมากพ้อยต์ไปที่ความร่ำรวย กิจการ อำนาจ วาสนา บารมี ของแนวอิทธิพลเงินเสียมากกว่าความหมายทางตัวเลขไทย 3). แขนงเลข 168 รวยไม่สิ้นสุด ตรงนี้ก็อิทธิพลทางเงินเช่นกัน เป็นการเล่นความหมายคำที่เรียงสานต่อกัน แล้วเจาะเรื่องความรักด้วยเลข 61 62”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

หมอดูจอร์จ คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง และธุรกิจเกี่ยวกับเลขศาสตร์ ณ ปัจจุบันบ้างครับ ?

“จะว่าด้วยเรื่องศาสนา พระเจ้า ศาสตร์เหล่านี้ หรือสิ่งที่ตั้งคำถามมา มันเริ่มต้นมาจากการที่เราเติบโตมาให้รากฐานความคิด วัฒนธรรมเหล่านี้ คนในสังคมไทยเติบโตขึ้นในหลักพึ่งพาอุปถัมภ์ โอบอ้อม บางมุมนับว่าดีงาม แต่มุมหนึ่งก็ทำให้เราอ่อนแอขาดความเชื่อมั่น ธุรกิจความเชื่อก็อาศัยสิ่งตรงนี้แหละ ใช้ให้ดีให้พองามก็เป็นการช่วยเหลือคนทางจิตวิทยา แต่หากเกินงามก็เป็นความมกมายขาดสติ มีเยอะเยอะไปที่ธุรกิจความเชื่อหลุดออกไปจากศาสตร์ ยกตัวอย่างเช่นหมายเลขโทรศัพท์ตอนนี้เลขที่เคยไม่มงคลก็มงคลขึ้นมาแล้ว เพราะธุรกิจต้องการสร้างมูลค่า เพิ่มยอดขาย มันเลยหลุดกรอบแห่งศาสตร์ไปบนพื้นฐานของการแสวงหาความชอบธรรมร่วมกันกับคู่ค้า สังคมไทยนี่ไม่พ้นเรื่องนี้เป็นเรื่องนานาจิตตัง และเฉพาะกลุ่ม”

หมอดูจอร์จ คิดว่าแนวโน้มการตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จะเป็นอย่างไรครับ

“ก็ต้องถามสังคมว่า ณ เวลานั้น สังคมไทยจะอ่อนแอ หรือเข้มแข็ง ถ้าสังคมเข้มแข็งมันก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่ง ถ้าสังคมอ่อนแอมันก็จะเป็นอีกรูปแบบหนึ่ง แต่ดูท่าแล้วจะอ่อนแอลงเสียมากกว่า ตลาดความเชื่อจึงจะยังเจริญเติบโตได้อีกมากเป็นยุครุ่งเรืองหนึ่งเลย เพียงแต่มูลค่ามันจะเยอะตามความเติบโตไหม เพราะกำลังซื้อคนน้อยและความมกมายจะมีอัตราสูงเนื่องจากคนมีความถดถอยเรื่องความหวังกำลังใจในชีวิต แต่ถ้าสังคมเข้มแข็งตลาดนั้นอาจจะมีมูลค่ามหาศาลตามกำลังซื้อ กำลังจ่ายของคน”

หมอดูจอร์จ คิดอย่างไรกับธุรกิจความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล

“พวกนี้ก็เป็นธุรกิจกระแส เกิดใหม่ก็ดับได้ ดับแล้วหมุนกลับมาได้ ดับไปเลยก็มี หรือดำรงอยู่ไปเรื่อยๆ แบบเป็นวิถีเลือกก็มี มันเป็นธุรกิจตัวแทนทางความเชื่อ นำเอาเครื่องประดับมาเป็นสัญลักษณ์ อย่างสร้อยหิน หินพลึง ย้อนไปช่วงปี 2555-2556 บูมอย่างไร ขนาดไหน ทุกวันนี้ก็ยังมีแต่ไม่เท่า เพียงว่าวันหนึ่งคงกลับมาอีก เพราะคนรุ่นใหม่ที่กำลังเติบโตมาเป็นคนที่กำลังซื้อในปัจจุบัน หรืออนาคต คนที่เคยใช้ได้ผล หรือไม่ได้ผลแล้วไม่เช็ดหลาบก็พร้อมที่จะกลับมาเป็นลูกค้าอยู่แล้ว ก็เป็นเรื่องของความอ่อนแอทางจิตใจคนด้วยส่วนหนึ่ง แต่ไม่นับกลุ่มที่สะสมเครื่องประดับผลเพราะมูลค่า หรือเก็งกำไร ตรงนั้นมีความคุ้มค่าอยู่ เช่น ทองคำ ไข่มุก อัญมณี ทุกคนก็อยากดีขึ้นจึงหาตัวเสริมให้กับชีวิต ธุรกิจนี้ก็จะอยู่ไปอย่างนี้อย่างมีพลวัตรในสังคมไทย”

หมอดูจอร์จคิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวกับเลขศาสตร์ไทย และคิดว่ารูปแบบควรจะเป็นอย่างไรครับ ?

“คำถามนี้ไม่คุ้นเคยมากนัก แต่ถ้าจะมี ก็เอาตัวเลขมาทำเลย เช่น แหวน สร้อย ที่มีตัวเลข 9, 168, 888 หินอวสุยที่ลักษณะคล้ายเลข 8 ที่หมายถึง ความไม่สิ้นสุด หรือ infinity น่าจะเป็นในทำนองนี้แล้วแต่จะอ้าง หรืออุปโลกน์”

ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด หมอดูจอร์จ มีความคิดเห็นอย่างไร ? และทำไมถึงคิดเช่นนั้นครับ ?

“เป็นธรรมดาว่าจะอุปโลกน์ขึ้นมาอย่างไร ไม่มีความคิดเห็นใด”

หมอดูจอร์จ มีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมหรือไม่ครับ ?

“ไม่มี”

ทั้งหมดนี้ก็เป็นประเด็นคำถามที่ถามหมอดูจอร์จ หรือหมอดูชายากระดาศ

ณ วันที่ 3 เมษายน 2564

**ผลการสัมภาษณ์ คุณแก้ว นพแก้ว หรือ คุณนาวิณี สัจจะวิธานนท์
ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ไทย
คุณแก้ว คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ?**

“ก่อนอื่นจะต้องบอกก่อนว่าด้วยสายที่เรารู้คือ โหราศาสตร์ไทย ไม่ใช่เลขศาสตร์โดยตรง เหมือนเลข 7 ตัว 9 ฐาน แต่โหราศาสตร์ไทยก็สัมพันธ์กับตัวเลขอยู่แล้ว แต่เราจะเรียกว่า ดาวนพเคราะห์ ก็จะมีเลข 1-9 แต่ละตัวเลขก็แทนดวงดาว เช่น 1 แทนพระอาทิตย์, 2 แทนพระจันทร์, 3 แทนพระอังคาร, 4 แทนพระพุธ, 5 แทนพระพฤหัสบดี, 6 แทนพระศุกร์, 7 แทนพระเสาร์, 8 แทนพระราหู และ 9 แทนพระเกตุ ที่นี้ตัวเลขของดาวนพเคราะห์มีความสำคัญ และ

สัมพันธ์กับบุคคล ในแต่ละบุคคล เพราะในเมื่อคุณผูกดวงออกมาแล้ว จากวันเดือนปีเกิด ก็จะมีตัวเลขทั้ง 9 บรรจุอยู่ในดวงชะตา พร้อมเลข 0 ที่แทนดาวมฤตยู ที่นี้ก็อยู่ที่ว่า ตัวเลขแต่ละตัว หรือดวงดาวแต่ละดวงส่งผลต่อคุณในเรื่องอะไรของแต่ละคนไม่เหมือนกัน มันจึงเป็นเรื่องที่สัมพันธ์กับชีวิตของคนตั้งแต่ที่คุณเกิดออกมาเป็นรายบุคคล สัมพันธ์กับความเป็นไปในวิถีของชีวิตมนุษย์ ทั้งในเรื่องการงาน การเงิน ความรัก สุขภาพ รวมถึงคราวโชคคราวเคราะห์ด้วย ซึ่งในตัวเลขทุกตัวมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ด้านดีและไม่ดี

คุณแก้ว ใช้ระยะเวลาในการศึกษา เรียนรู้เลขศาสตร์ ?

“มันมาจากการเรียนรู้ทางด้านโหราศาสตร์มาก่อน ระยะเวลาที่ได้เรียนรู้ราวๆ 14-15 ปี อย่างจริงจัง แต่จริงๆ แล้วเราก็คู่คลีกับเรื่องนี้มาตั้งแต่เด็ก เนื่องจากคุณพ่อเป็นลูกศิษย์ของอาจารย์ลักษณ์ แล้วเราก็ติดตามไปเรียนรู้ด้วยตลอด”

คุณแก้ว ใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

“โดยส่วนตัวแล้ว เชื่อในเรื่องเลขศาสตร์นะ แต่อย่างเช่น เบอร์โทรศัพท์ที่มีก็เลือกใช้ตามที่ชอบ และจำง่ายที่สุด ซึ่งเราให้ความสำคัญกับทะเบียนรถ และเลขที่บ้าน เพราะเราต้องอยู่กับมันตลอดและส่งผลถึงชีวิตด้วย”

คุณแก้ว คิดว่าเลขมงคลใด เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ? การงาน ? การเงิน ? และความรัก ?

“ตัวเลขด้านความสำเร็จ ความร่ำรวย การเงิน เศรษฐี ก็พวกเลขฮกหลกชีว (168 หรือเลขเจ้าสัว) หรือ ทะเบียนรถจำพวก 9 หน้า 9 หลัง มันคือความเชื่อพื้นฐาน หรือพวกค้าขายมีเสน่ห์ 46, 52 หรือพวกศิลปิน นักแสดงควรมี 6, 8 ส่วนเรื่องความสำเร็จในด้านการงาน เพราะงานมันมีไม่เหมือนกัน เช่น ค้าขายควรใช้เลขคู่มหาเสน่ห์ 23, 64, 52 ถ้าข้าราชการต้องมีเลข 5 หมอ ทหาร นักบริหาร นักปกครอง 59, 51 คือเลขคู่ยศศักดิ์ มันแล้วแต่อาชีพด้วย ส่วนด้านความรักมันเป็นเรื่องที่ซับซ้อน ต้องดูที่พื้นดวงก่อนว่ามีหรือไม่ ถ้าไม่มีแล้วจะเสริมอย่างไร แต่ถ้าเป็นภาพรวมของความรักเลข 64 (ดาวคู่เช็กส์) 69 (ดาวคู่เช็กชี) มันจะดึงดูดเพศตรงข้าม สร้างการพุดคุย”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

คุณแก้ว คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ ? วัตถุมงคล เครื่องราง และธุรกิจเกี่ยวกับเลขศาสตร์ ณ ปัจจุบัน ?

“ความเชื่อของเรา ดวง เครื่องราง วัตถุมงคล มันอยู่คู่กับคนไทยมาช้านานมากแล้ว เพียงแต่ว่าตอนนี้มันมีสื่อที่แสดงออกมาให้เราเห็นกันมากขึ้น บางคนอาจจะไม่เชื่อในศาสนาแล้ว ไม่เชื่อในพระ ไม่เข้าวัด คนที่เชื่อและไม่เชื่อก็แบ่งแยกกันมานานแล้ว เพียงแต่ไม่ได้ตีแผ่ออกมาเท่า

นั่นเอง จากการทำ Clubhouse มีเด็กอายุ 16 มาปรึกษาแล้วนะ แล้วเชื่อมาก โดยเฉพาะเรื่องสีมงคล สีเสริมดวงใช้ในการสัมภาษณงาน เครื่องรางของขลังที่จะพกติดตัวไป เชื่อหรือไม่ว่า เมื่ออาจารย์ลักษณะจิตสวตมนตร์พเคราะห์ที่คนแน่นวัด มากันเป็น 1000 คนนะ แปลว่า ชาวที่ตีแผ่ออกมาว่าคนจะหมดความเชื่อความศรัทธาลงแล้ว มันเป็นส่วนหนึ่งของสื่อโซเชียลเท่านั้นเอง แต่กระแสดความศรัทธาไม่ได้ถูกลบลงไปเลย ถ้าวัตถุมงคล หรือเครื่องราง ที่ออกมาได้ตรงเป้าตรงประเด็น คนไทยซื้อ เช่นปรากฏการณ์วัตถุมงคลของไอ้ไข่ ดังนั้นไม่ว่าจะยังงั้นความเชื่อมันก็ยังอยู่อยู่ที่กระแสและเศรษฐกิจของเรามากกว่า ในส่วนเรื่องเครื่องรางกับเลขศาสตร์โดยปกติแล้วก็มีนะ เราเรียกว่าการตอกโค้ด หรือการระบุตัวเลขลำดับของวัตถุมงคล เมื่อขึ้นไต่ตรงกับเลขมงคล สามารถเพิ่มมูลค่าได้ จากหลักพันไปเป็นหลักหมื่นได้ ส่วนเรื่องธุรกิจเกี่ยวกับเลขศาสตร์ไม่ต้องมองไปไกลมาก ธุรกิจของเราเอง “พระดี 108” ที่ใช้เลข 108 เพราะว่า 108 คือพร 108 ประการ, ผลรวม $1+0+8 = 9$ เลขมงคลแสดงความเจริญก้าวหน้า”

และแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 จะเป็นอย่างไร

“มองว่าที่ทุกอย่างมันชะลอตัวตอนนี้ องค์กรรวมจากเหตุการณ์บ้านเมืองของเรา ด้วยสภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ โควิด ที่ทำให้คนโดนผลกระทบกันหมด ทำให้ไม่ค่อยอยากใช้เงิน ซึ่งมันเป็นเรื่องธรรมดา แต่แนวโน้มหลังโควิดคิดว่ามองไปทางบวก เพราะในช่วงนี้จะเป็นช่วงที่ทำให้ก่อเกิดอาชีพใหม่ สายงานใหม่มากมาย ฉะนั้นคนที่เริ่มต้นใหม่ อาชีพใหม่สายงานใหม่ เขาก็ต้องหาที่ยึดเหนี่ยวทางใจ หรือคนเดิมที่ซบเซาไป และเมื่อเศรษฐกิจดีขึ้น เขาก็กลับมาบูชาวัตถุมงคลในสิ่งที่เขาเชื่อ ดังนั้นตลาดความเชื่อหลังโควิดคิดว่ามันจะโตแล้วบูมกว่าเดิมด้วย”

คุณแก้ว คิดอย่างไรกับธุรกิจความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคล ?

“ส่วนตัวเราก็ทำอยู่ แล้วก็เชื่อในเรื่องนี้อยู่แล้ว เครื่องประดับมงคลปกติก็ส่งเสริมให้กับคนที่เกิดในวันต่างๆ อยู่แล้ว แต่คิดว่าคนไทยยังไม่มีความรู้ในเรื่องเครื่องประดับกับความเชื่อ ไม่เหมือนประเทศอินเดีย เพราะคนไทยส่วนใหญ่อยากรู้ในสิ่งที่เขาอยากรู้เท่านั้น จึงต้องให้ข้อมูลกับคนไทยให้เขาเข้าใจในเรื่องของอัญมณีและเครื่องประดับ ไม่แตกฉาน เพราะจริงๆ แล้วอัญมณีทุกชนิดมันมีผลต่อตัวคุณทั้งสิ้น ไม่ใช่แค่บางชนิดที่รับรู้กันมา มันต้องมองเป็นรายคน แต่มันก็ขึ้นอยู่กับความเชื่อของแต่ละบุคคล อาจจะมีเรื่องของขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมด้วย ฉะนั้นในเรื่องของอัญมณี มองว่าสิ่งที่จะต้องมีเพื่อให้ธุรกิจมันไปต่อได้ คือการให้ความรู้กับคนไทยในเรื่องนี้”

คุณแก้ว คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“อย่างเช่น ทำเพชรในรูป infinity ออกมา แล้วก็ให้ความหมายมากมาย รวยไม่รู้จบ ผู้คนที่ซื้อแล้ว ดังนั้นมันอยู่ที่ content ที่นำเสนอออกมา สร้าง story ให้กับมัน แล้วถ้านำเลขศาสตร์มา

ผนวกกับเครื่องประดับยังไฉนก็ได้ เพราะเลขศาสตร์กับอัฐมณียังไฉนก็สัมพันธ์กัน เช่น พระจันทร์คือไข่มุก พุทธคือมรกต หรือศุกรีคือเทอร์ควอยซ์ เป็นต้น ส่วนรูปแบบมันจะต้องออกแบบให้มันสวยงาม แต่มันต้องพิเศษเพื่อให้งานมันมีคุณค่ามากขึ้น ตัวเลขที่นำมาใช้อาจจะใช้ตัวเลขจากกำลัງวัน ให้ตรงกับวันที่เกิดของแต่ละคน มันจะทำให้คนไทยเข้าใจมากกว่า”

และถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณแก้ว คิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

“อย่างแรกคิดว่าแหวนขายยากมาก สิ่งที่น่าปวดหัวที่สุดคือการทำไซด์แหวน แต่สิ่งที่สำคัญคือจะทำยังไงให้คนไทยมองที่เดียวและเข้าใจเลย เพราะคนไทยชอบอะไรที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน content ตรงประเด็น story เข้าใจง่าย โดยจากประสบการณ์คนไทยส่วนใหญ่กังวล เรื่องการเงิน ความร่ำรวย มั่งคั่งเป็นหลัก”

คุณแก้ว มีข้อเสนอแนะอะไรอีกไหมครับ ?

“ถ้าจะทำแหวนออกมาสู่ท้องตลาดจริง แนะนำให้หาอักษรจีน ที่มีความหมายว่า “เจ้าสัว” สลักลงไปด้วย ขายได้แน่”

ทั้งหมดนี้ก็เป็นประเด็นคำถามที่ถามคุณแก้ว นพแก้ว ณ วันที่ 3 เมษายน 2564

บทสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มประชากรที่ประกอบธุรกิจเครื่องประดับ

ผลการสัมภาษณ์ คุณวิณา มณีใส

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ

คุณวิณา คิดอย่างไรกับธุรกิจเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน ?

“ปกติแล้วทางบริษัทของเราเป็น OEM แล้วทำ Wholesale ถึง 100% จนเราเริ่มมามองเห็นบริษัทเพื่อนๆ หรือที่เรารู้จัก เกิดปัญหาสภาวะทางการเงิน เครดิตทอมที่ยาวนาน เราก็เริ่มที่จะผันตัว โดยการขายปลีกมากขึ้น OEM ลดลง จนมาอยู่ที่ 50-50 เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น จนถึงปัจจุบัน แต่ก็ทำให้ยอดขายของเราลดลง แต่ทางเราก็มั่นใจในเรื่องของคุณภาพสินค้ามาตรฐานต่างๆ ลูกค้านางรายก็กลับมาสั่งซื้อสินค้าเราอีกครั้ง แต่ในจำนวนที่ลดลง เนื่องจากเงื่อนไขการให้เครดิตของเราจะระยะเวลาสั้น ก็ทำให้เราเกิดจุดเปลี่ยนมาทาง Retail มากขึ้น”

คุณวิณา คิดว่าแนวโน้มของตลาดธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?

“โดยส่วนตัวเราจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1). ผู้ขายขายให้กับ Professional คือผู้ซื้อที่ซื้อไปเพื่อไปขายต่อ หรือ B2B ซึ่งยังคิดว่าแบบนี้ยังคงเหนียวอยู่ เรื่องของสภาพทางการเงินที่มีอยู่ อาจจะต้องใช้เวลา 2-3 ปี และ 2). แบบ B2C ซึ่งเราก็ก็นำเสนอเป็น 2 ทาง คือทางที่ผลิตสินค้าออกมาคุณภาพ ซึ่งทางนี้ไปได้ยอดขายของบริษัทไม่ตก เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อ และทางที่ผลิตออกมาในราคาถูก ซึ่งทางนี้คิดว่าน่าจะยากอยู่ เพราะจากยอดขายที่เกิดขึ้นหลังจากมีโควิด”

กลยุทธ์ การตลาด ก่อนและหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?

“กลยุทธ์ช่วงแรกของการทำการตลาดในไทย เราใช้ตัวเราเป็นฟรีเซ็นเตอร์ เป็น Brand ambassadors เพราะเราไปจำหน่ายสินค้าเองโดยตลอดจนทำให้ลูกค้าเห็น รู้จัก จนทำมาได้ 5-6 ปี ทำให้เห็นปัญหาจากการตัดสินใจซื้อของลูกค้า คือ ลูกค้ายึดติดกับตัวเรา ถ้าไม่เจอเรา เขาไม่ซื้อ หลังจากนั้นปี 2018 จึงเริ่มเปลี่ยนกลยุทธ์โดยการดึงตัวเองออกจากจุดเดิม โดยการสร้างแบรนด์ใหม่ขึ้นมา ซึ่งไม่ให้ยึดติดกับบุคคล แต่ให้อยู่ภายใต้บริษัทเดิม แต่ลูกค้าโดยส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดีย แต่ไม่มีการสั่งซื้อผ่านทางนั้นกลับตอบรับผ่านการมาชม มาสั่งซื้อทางบริษัทมากกว่า”

และคุณวิณา มีแนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 อย่างไร ?

“คือเราคิดว่าเราโชคดีนะ ที่เรามองเห็นอนาคต แล้วเราก็ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจก่อนที่มีโควิด ทำให้เรามีกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้น ลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ เพียงแต่เราก็ต้องทำการศึกษาในรูปแบบออนไลน์ สื่อโซเชียลมากขึ้น”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

คุณวิณา คิดเห็นอย่างไรกับการตลาดความเชื่อ และเครื่องประดับความเชื่อ ?

“คิดว่าเป็นอีกไกลมาก มีช่องทางมากมาย เช่น แบรินด์ที่สร้างขึ้นมาแล้วเราก็ใช้ความศรัทธาให้กับเครื่องประดับ ความโบราณ เรื่องราว หรือผู้ใช้ที่ศรัทธาในเครื่องประดับ”

คุณวิณา คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

“ในส่วนตัวเราไม่มีข้อมูลทางด้านนี้เลย พวกเครื่องราง ของขลัง ตะกรุด เพราะทางเราไม่ได้ทำ แต่ทางเราก็มีการออกแบบพระประดับเพชร แล้วลูกค้าก็นำไปปลุกเสกเพื่อนำมาสวมใส่ก็มี”

และคิดว่าแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?

“ถ้ามองจากกระแสที่เกิดขึ้นแล้ว มองว่าจากกลุ่มที่มีความเชื่อด้านนี้ กระแสมันน่าจะไปได้ เพราะคนต้องการเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจมากขึ้น จากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ณ ปัจจุบัน ซึ่งงานควรจะมีเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อไม่ให้ความเชื่อ ความศรัทธาลดลง”

คุณวิณา คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคล ? และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มาใช้ ?

“จริงๆ แล้ว ศาสตร์เรื่องของตัวเลขมงคลมันมีมานานแล้ว ในฝั่งยุโรป ที่ในทางเอเชียฝั่งจะมีการรับรู้ขึ้นมา เนื่องจากการสร้าง Story ดังนั้นในไทย เห็นได้จากเลข 8 จาก Infinity เลข 9 แสดงถึงรัชกาลที่ 9 ก้าวหน้า ดังนั้นสองเลขนี้สำหรับไทย คิดว่าก็ยังคงอยู่ต่อไปไม่มีวันตกเทรน ที่นี้ก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบ แต่สำหรับต่างประเทศนิยมเลข 7 เพราะฉะนั้นเครื่องประดับที่เกี่ยวกับตัวเลข เราคิดว่ามันมีตัวเลขบางตัวไปได้ตลอดแต่ไม่ใช่ทั้งหมด เว้นแต่จะมีการสร้างกระแส หรือ Story ให้กับตัวเลข”

คุณวิณา ใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

“โดยปกติแล้วทางบริษัทก็ได้มีการทำตัวเลขมงคลอยู่แล้ว ส่วนใหญ่เป็น เลข 8, ๙ ที่เราผลิตมานานมากแล้ว มีหลายขนาดหลายไซส์ ตามความเชื่อความศรัทธาของคนไทย และเป็นการรำลึกรัชกาลที่ 9”

คุณวิณา คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“คิดว่าตลาดสามารถโตได้ แต่ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าแบรนด์นั้นๆ ต้องทำให้มันชัดเจนมองแล้วเข้าใจง่าย เข้าใจในน้อยๆที่เราสื่อออกไปทันที แต่ถ้าสินค้าของเราเข้าใจยาก ต้องมีการอธิบาย การโฆษณา สร้าง Story เพื่อทำให้คนเข้าใจ ปกติคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยคิดลึกมาก ดังนั้นมันจะใช้เวลาในการทำให้คนเข้าใจ และอาจจะต้องดูความแข็งแรงของแบรนด์ ถ้าเขามีกำลังก็อาจจะทำได้เลย แต่ถ้าเป็น New brand คิดว่ายาก ต้องใช้เวลาสักหน่อย”

และถ้ามีแผนมรดกที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณวิณา คิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

“ถ้าทำออกมาสำหรับกลุ่ม Niche market เลย คิดว่าดี แต่กลุ่มลูกค้าเราก็จะน้อยลง ทำให้เราต้องทำงานหนักทางด้านการโฆษณา เพื่อกระจายสินค้าให้คนเขารับรู้ แต่เมื่อใดที่งานเราเป็นที่รับรู้ เราจะกลายเป็น Unique ซึ่งในไทยไม่ค่อยมี ถ้าทำได้อาจจะไปได้ไกล ใช้เงินลงทุนมาก ใช้เวลามากด้วย”

คุณวิณา มีข้อเสนอแนะอะไรบ้างครับ ?

“ไม่มีค่ะ”

ทั้งหมดนี้เป็นประเด็นคำถามที่ถามคุณวิณา มณีใส ณ วันที่ 12 มีนาคม 2564

ผลการสัมภาษณ์ คุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ

คุณปอ คิดอย่างไรกับธุรกิจเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน ?

“โดยปกติแล้วทางร้านเน้นการขายปลีกผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น แต่เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนเข้าสู่การจัดจำหน่ายแบบออนไลน์มากขึ้น ทางบริษัทก็เริ่มหันมาทำการตลาดในรูปแบบนี้มากขึ้นในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา”

และคิดว่าแนวโน้มของตลาดธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไรครับ ?

“เนื่องจากในช่วงโควิดทำให้เราได้มาศึกษา และมองเห็นร้านอื่นยังสามารถขายได้ นั้นหมายความว่า ความต้องการของตลาดยังมี เพียงแต่เขายังหาเราไม่เจอ และเราก็ยังไม่เจอกับเขา ถ้าเราได้เจอกัน ความต้องการมันตรงกันตาม Target group ที่ใช่ ทำให้เรามั่นใจว่าธุรกิจมันสามารถดำเนินต่อไปได้ แต่ก็ต้องคำนึงถึงค่านิยมของคนที่เปลี่ยนไปไลฟ์สไตล์คนเปลี่ยนไป จากการที่สวมใส่เครื่องประดับแสดงสถานะทางสังคม เปลี่ยนเป็นการทุ่มเทให้กับแบรนด์เนม การท่องเที่ยวมากกว่า

และกลยุทธ์ การตลาด ก่อนและหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?

“จากสถิติที่ผ่านมาเห็นกลุ่มคนที่สามารถสร้างเนื้อสร้างตัวได้แล้ว วัยประมาณ 40-50 ปี เป็นช่วงที่เขาสามารถซื้อเพื่อสะสม มองว่ายังเป็นกลุ่มเป้าหมายได้อยู่ และกลุ่มเป้าหมายที่อัดอั้นจากการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เราต้องมาเน้นการตลาดเจาะจงกลุ่มนี้ โดยปกติทางร้านเน้นเรื่องคุณภาพ ดีไซน์ ทำให้ในช่วงหลังโควิดเราต้องมาเน้นกลยุทธ์ทางด้านราคามากขึ้น แต่เมื่อสถานการณ์มันคลี่คลายมากขึ้นทางร้านก็จะกลับมาเน้นเรื่องของคุณภาพ มาตรฐานการผลิต เช่นเดิม โดยยึดมั่นในเรื่องของความจริง ไม่โกหกลูกค้า และเรื่องของดีไซน์ ต้องออกแบบให้ลูกค้ารู้สึกทรงคุณค่าสำหรับเขามากที่สุด หาที่หนีมิได้ และในอนาคตอาจจะทำให้เกิดกลุ่มคนที่กลับมาใช้จ่ายมากขึ้น หรือกลุ่มที่ระวังตัวมากขึ้นลดการใช้จ่าย จากความไม่มั่นใจในสถานการณ์ ความผันผวนของสถานการณ์ต่างๆ เช่น การเมือง สงคราม โรคระบาด จึงต้องทำให้ทางร้านต้องหากลูกค้าใหม่ไปเรื่อยๆ โดยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์มาทางออนไลน์มากขึ้น”

และคิดว่าแนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จะเป็นอย่างไร ?

“น่าจะดำเนินการไปได้อีกระดับหนึ่ง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจโลกที่เกิดขึ้น ค่าเงิน USD ที่อ่อนลง เงินไทยแข็งค่าขึ้น กำลังซื้อของคนไทยก็มากขึ้น แล้วราคาเพชรก็ถูกลงมากขึ้น จึงมีกลุ่มคนที่มองเห็นโอกาสนี้เข้ามาใช้จ่ายเครื่องประดับมากขึ้น และจุดเด่นควรจะเน้นการออกแบบ สร้างความเป็น Unique ของตนเอง

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

คุณปอ คิดเห็นอย่างไรกับการตลาดความเชื่อ และเครื่องประดับความเชื่อ ?

“ทางร้านก็มีลูกค้ากลุ่มหนึ่งที่มีความเชื่อ แล้วมาสั่งทำ เช่น การเลือกใช้เพชร จำนวนอัญมณี หรือรูปเสือ การแก้ปีชง แล้วก็ได้รับผลตอบรับกลับมาในทางที่ดี ก็ได้นำแนวทางนี้มาเป็นกลยุทธ์ในการเรียกลูกค้าเหมือนกัน ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่มันก็ต้องขึ้นอยู่กับความเชื่อของลูกค้าด้วย เช่นกันว่ามันตรงกับเราหรือไม่ ส่วนมากทางร้านจะเน้นเรื่องของงานพลอย อัญมณีสีต่างๆ ส่วนรูปแบบสัญลักษณ์ก็มีแต่ไม่ถึง 1% ของร้าน”

และคุณปอ คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัดถ้ำมอญ เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

“ถ้ามองในฐานะผู้ประกอบการก็ถือว่าเป็นผลดีทั้งสองฝ่าย ทางร้านก็สามารถออกแบบตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้ ลูกค้าก็ได้เครื่องประดับที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน”

และคุณปอ คิดว่าแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จะเป็นอย่างไร ?

“คิดว่ามันน่าจะดีขึ้นไปอีก เพราะว่าส่วนใหญ่จะประสบปัญหาที่เกิดขึ้น หลังจากมีการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ก็ทำให้ผ่านพ้นไปได้ จึงคิดว่าสิ่งเหล่านี้เข้ามาช่วยหนุน ช่วยเอื้อให้เราผ่านไปได้”

คุณปอ คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคล ? และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มาใช้ ?

“ก็ได้มีการลองกับตนเองด้วยนะ โดยการศึกษาจากเบอร์โทรศัพท์ของตนเองก่อน แต่ก็ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยน เพราะคิดถึงเรื่องการติดต่อของลูกค้าที่มีเบอร์ของเรามานานแล้ว เน้นความสะดวก การจำได้ง่ายมากกว่า แต่มุมมองของธุรกิจอื่นที่นำมาใช้ อย่างน้อยก็เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความสบายใจได้”

และคุณปอ ใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

“ไม่ได้ใช้เลย แต่ที่มีก็ได้เลือกใช้จากเลขที่ชอบมากกว่า และก็ใช้มายาวนานแล้วมากแล้ว”

และคุณปอ คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“ก็คิดว่าเป็น Marketing แนวใหม่ เป็นการสร้างมิติใหม่ สร้างความแปลกใหม่ ความหลากหลาย ก็เป็นสิ่งที่ดีต่อการเครื่องประดับ และอาจจะทำให้ร้านค้ามองเห็นที่จะต้องหันมาใช้กลยุทธ์นี้ได้ มาสร้างความต่างให้กับร้าน โดยส่วนตัวที่ร้านที่เคยทำ ตัวหนังสือจีนเลข 6 ผังเพชร ตามความเชื่อของลูกค้า และทางร้านเคยเจียรเพชรเป็นตัวอักษร ฉะนั้นคิดว่า ก็สามารถเจียรเพชรเป็นตัวเลขได้เช่นกัน อาจจะทำให้เกิดความฮือฮาได้”

และถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณปอ คิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

“ก็ถ้ามันเป็นกระแส เข้าวงการเร็ว มันก็สามารถขายได้ทั้งนั้น แต่ก็อาจจะมาเร็วไปเร็ว”

คุณปอ มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอีกไหมครับ ?

“อาจจะทำเป็นจี้ สร้อยข้อมือ หรือตัวห้อย หรืออยู่ในส่วนที่ไม่เป็นจุดสังเกตมากเท่าไร และให้อยู่บนพื้นฐานของความเชื่อ ไม่ใช่ความมั่งงาย”

ทั้งหมดนี้เป็นประเด็นคำถามที่ถามคุณกนกวรรณ โอภาสสถาวร ณ วันที่ 10 มีนาคม 2564

ผลการสัมภาษณ์ คุณทวี อินชัยบุรณ์

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ

คุณทวี คิดอย่างไรกับธุรกิจเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน ?

“คิดว่ายังสดใสอยู่นะ ก่อนหน้าโควิดเราขายผ่านสื่อออนไลน์ ปัญหาที่เจอคือเรื่องของการปิดกันสื่อโฆษณา การเข้าถึงสื่อต่างๆ ที่เราทำการตลาด นี่คือผลกระทบ แต่โควิดก็มีผลในเชิงบวกทำให้เราไม่ต้องออกไปหาลูกค้าข้างนอก แต่ในทางออนไลน์กลับเป็นสิ่งที่ดี”

และแนวโน้มของตลาดธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จะเป็นอย่างไร ?

“ส่วนตัวก็ยังคงคิดว่าสดใสมากกว่า เพราะอะไรที่ห่างหายไปนาน ก็จะทำให้เกิดความต้องการ ไม่ใช่แค่เรื่องของเครื่องประดับ การท่องเที่ยวก็ด้วย”

และเนื่องจากคุณทวีเป็นคนบริหารธุรกิจ คุณมีกลยุทธ์ การตลาด ก่อนและหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?

“ส่วนใหญ่จะใช้โปรโมชั่นในการตลาด ทั้งแจกทั้งแถม ขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้นๆ ด้วย”
และคิดว่าแนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จะเป็นอย่างไร ?

“ก็คิดว่าโปรโมชั่นก็ยังใช้ได้อยู่นะ ขึ้นอยู่กับฐานลูกค้าที่เคยมีคอนเนกชันต่อกัน”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

คุณทวี คิดเห็นอย่างไรกับการตลาดความเชื่อ และเครื่องประดับความเชื่อ ?

“ปกติ เครื่องประดับมงคลก็มีมานานกาลแล้วนะ แต่กลุ่มคนที่ใช้มันจะคนละกลุ่มกัน ไม่เหมือนกัน แต่โดยส่วนตัวแล้วเครื่องประดับมงคลไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของทางร้านเลย”

คุณทวี คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

“ก็ยังมีนะ แต่จะมากหรือน้อยไม่สามารถบอกได้ เพราะไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของทางร้าน”
และคิดว่าแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19

“บอกไม่ได้ว่าจะเป็นอย่างไร”

คุณทวี คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคล ? และธุรกิจ ณ ปัจจุบัน ที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มาใช้ ?

“คิดว่ามันมาด้วยกัน 100% เพราะลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อตามความเชื่อ ส่วนใหญ่ที่ทำจะคำนวณตามน้ำหนักเพชร น้ำหนักทอง ให้ตรงกับเลขมงคล”

คุณทวี ใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

“ส่วนตัวผมเชื่อนะ ใช้กับเบอร์โทรศัพท์ทั้งหมดเลย ทะเบียนรถ ทะเบียนบ้าน อะไรที่เป็นตัวเลขผมเลือกใช้เลขมงคลหมดเลย ผมก็เรียนรู้จากสื่อต่างๆ”

คุณทวี คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“ส่วนใหญ่ร้านทั่วไปก็มีอยู่แล้วนะ แต่เป็นงานสั่งทำ ถ้าเฉพาะเจาะจงเลยคิดว่ายังตอบไม่ได้ เพราะยังไม่เคยเห็นมีร้านไหนทำ”

และถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณทวี คิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

“ผมคิดว่าเคยมีคนทำนะ แต่ไม่มีการโปรโมทผ่านสื่อ เพราะร้านทั่วไปก็ทำกัน แต่การที่จะทำแบบนี้เลยมันเป็นเรื่องของความเชื่อ ก็ยังไม่เห็นนะ เพราะมันเฉพาะกลุ่ม”

และคุณทวี มีข้อเสนอแนะไหมครับ ?

“ไม่มีครับ”

ทั้งหมดนี้เป็นประเด็นคำถามที่ถามคุณทวี อินชัยบุรณ์ ณ วันที่ 10 มีนาคม 2564

ผลการสัมภาษณ์ คุณกัญญนันท์ นິวัฒน์จศิริ

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ

คุณนิว คิดอย่างไรกับธุรกิจเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน ?

“ถ้าก่อนโควิด ฐานลูกค้าที่ร้านส่วนใหญ่มีกำลังซื้อจึงไม่ค่อยมีผลกระทบจากภายนอกเท่าไรห์ สามารถจับจ่ายใช้สอยได้อย่างปกติ แต่หลังโควิดฐานลูกค้ากลุ่มนี้ก็มีการใช้จ่ายประหยัดมากขึ้น อาจเป็นเพราะเรื่องของการระวังตัว หรืออาจจะกระทบกับธุรกิจ แต่ก็ไม่ได้หยุดชะงักไปเลย”

และคิดว่าแนวโน้มของตลาดธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จะเป็นอย่างไร ?

“ก็คิดว่าแนวโน้มจะหันมาทางออนไลน์มากขึ้น ธุรกิจก็น่าจะเริ่มปรับตัวจริงจังในธุรกิจ เพราะไม่สามารถที่จะรอลูกค้าเหมือนเดิมที่ร้านไม่ได้แล้ว ด้วยสภาวะที่ไม่ปกติ ลูกค้าบางกลุ่มอาจเดินทางได้ไม่ปกติ กลัวการเดินทาง ดังนั้นธุรกิจก็ต้องปรับตัวสู่ออนไลน์มากขึ้น สุขีเชี่ยลมากขึ้น”

ทางบริษัทของคุณนิว ได้วางกลยุทธ์ การตลาด ก่อนและหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไรบ้างครับ ?

“ก่อนโควิดลูกค้าเกือบ 100% เป็นลูกค้าที่เข้าทางหน้าร้าน หรือได้รับการแนะนำมา จากญาติจาก พี่น้อง เพื่อนของเพื่อน รอบๆตัวเรา ที่เรารู้จักเกือบทั้งหมด ซึ่งเป็นฐานลูกค้าของเรา แต่หลังจากโควิดก็ทำให้เราต้องลงมาสู่ออนไลน์ ลงภาพลงรูปมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าใหม่ที่เรารู้จักเรา เพื่อให้ลูกค้าเห็นเราในมุมมองกว้างมากขึ้น จากฐานลูกค้า 100% ก็เปลี่ยนเป็น 70/30 เป็นลูกค้าออนไลน์มากขึ้น”
และแนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไรครับ

“จริงๆ แล้วในทางธุรกิจก็น่าจะมีการปรับตัว บางร้านก็อาจจะใช้ออนไลน์ถึง 80% ไปแล้ว ผู้ที่เริ่มต้นใหม่อาจจะต้องใช้ระยะเวลา ความเชื่อใจ ความมั่นใจของลูกค้าเป็นหลัก การป้อนข้อมูลให้กับลูกค้า เช่น เราเป็นใคร เราทำอะไร เชื่อใจเราได้ด้วยวิธีไหน ทำให้ลูกค้าเห็น เริ่มไว้วางใจ ถึงจะเป็นการย้อนกลับมาซื้อสินค้าของเรา”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

คุณนิว คิดเห็นอย่างไรกับการตลาดความเชื่อ และเครื่องประดับความเชื่อ ?

“ก็เป็นตลาดหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะในช่วงหลังๆ เห็นลูกค้ามีความเชื่อมากขึ้น ส่วนมากก็จะเป็นอัญมณีประจำวันเกิด อัญมณีเสริมโชคชะตา อัญมณีที่ช่วยในการเสริมสิ่งดีๆ ต่างๆ ให้กับตัวเรา ซึ่งคิดว่าส่งผลต่อตัวผู้สวมใส่ในแต่ละบุคคลมากกว่า ไม่ถึงกับส่งผลกว้างมากมาย แต่ทุกวันนี้ก็มีกระแสของออนไลน์ที่สามารถจะทำให้สิ่งของเป็นที่รู้จักได้ง่าย ก็จะเป็นผลดีต่อธุรกิจที่เราทำ”

คุณนิว คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

“คิดว่าขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคลมากกว่า”

และคิดว่าแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?

“ถ้าเรื่องความเชื่อยังงี้ก็อยู่คู่กับสังคมเรามาตลอด แต่คิดว่ายังก่อนต่อไปเรื่อยๆ ขึ้นอยู่กับว่าจะเอาจุดไหนมาทำให้คนสนใจ หรืออาจจะเป็นกระแสที่มาช่วงหนึ่งแล้วก็หายไป แต่ถ้าเป็นพลอยประจำวันเกิด ก็สามารถขายได้ตลอดโดยไม่หายไป”

คุณนิว คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคล ? และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มาใช้ ?

“ที่น่าสนใจ อาจจะเหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับเลขศาสตร์ แต่ทุกวันนี้คนก็รู้จักมากขึ้น จึงมีความน่าสนใจในการนำมาเป็นจุดขายให้กับสินค้าได้”

และธุรกิจของคุณนิว ได้ใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ?

“ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับลักษณะงานที่ทำมากกว่า งานสั่งทำ เช่น งานนพเก้า เลข 9 ที่ลูกค้าชอบ บางครั้งลูกค้าก็ให้มีการออกแบบให้มีเพชร 9 เม็ด หรือ 8 เม็ด เพื่อสื่อถึง infinity แต่ก็ขึ้นอยู่กับความเชื่อของลูกค้ามากกว่า”

คุณนิว คิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“คิดว่าถ้านำมาจัดเรียงเป็นตัวเลข มันอาจจะดูแปลก แต่ถ้าเป็นในมุมมองการคัดพลอยให้ได้จำนวน 9 เม็ด พลอยสีจำนวนกี่เม็ด แล้วสามารถเล่าเรื่องราวให้ลูกค้าฟังได้ หรือสามารถบ่งบอกให้ลูกค้ารู้ได้ว่ามันรวมกันทั้งหมดมีจำนวนตกที่เลขอะไร เพื่อที่จะเป็นความหมายแบบนี้”

และถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณนิว คิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

“ส่วนตัวก็ยังไม่เคยได้ยิน แต่คิดว่าน่าจะสนใจ และทำให้ลูกค้าที่สนใจเรื่องนี้ยิ่งชอบมากขึ้นในความเชื่อสายนี้”

คุณนิว มีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมไหมครับ ?

“ก็อยากเห็นผลงานที่สอดคล้องกับ concept นี้ ดูน่าสนใจ น่าจะได้ผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้”

ทั้งหมดนี้เป็นประเด็นคำถามที่ถามคุณกัญญนันท์ นิลวัฒนังศิริ ณ วันที่ 10 มีนาคม 2564

ผลการสัมภาษณ์ คุณพรพรรณ ลิขิตนรักษ์

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับ

คุณแก้ว คิดอย่างไรกับธุรกิจเครื่องประดับ ณ ปัจจุบัน ?

“ก็ขอพูดถึงช่องทางในการขาย คิดว่า ณ ตอนนี้เป็นการ Disruption ที่ดีมาก ทุกคนก็เริ่มหันไปขายทางสื่อออนไลน์ และมียอดขายที่ดีกว่าปีที่แล้ว เพราะทุกวิชาชีพก็น่าจะได้ผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้น แต่สิ่งที่เห็นจากการซื้อเครื่องประดับออนไลน์ มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เยอะมาก การตัดสินใจในราคาจากหลักพัน หลักหมื่น ก็มีการตัดสินใจเพิ่มขึ้นสูงขึ้น ในราคาที่สูงขึ้น จากร้านที่น่าเชื่อถือ การดีลิเวอรี่ การส่งถึงบ้าน ทำให้เห็นว่า E-commerce การซื้อของออนไลน์ก็โตขึ้น”

คุณแก้ว คิดว่าแนวโน้มของตลาดธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จะเป็นอย่างไร ?

“น่าจะดีขึ้น ถ้ามองในภาพรวมภาพใหญ่ คนออกไปทำงานมากขึ้น รายรับมากขึ้น ก็ น่าจะมีความต้องการมากขึ้น ตามหลัก Demand-Supply แต่มองว่า Home shopping หรือ E-commerce ในการขายออนไลน์น่าจะลดลง เนื่องจากการจำหน่ายเครื่องประดับมันไม่เหมือนกับ ธุรกิจประเภทอื่น เพราะถ้าการซื้อผ่านออนไลน์อย่างเดียวน่าจะได้แต่ simple design แต่ถ้าตาม ความชอบจริง จึงต้องมีการสัมผัส ลองของจริง เพราะการมองเครื่องประดับพลอย เพชร ผ่าน โทรศัพท์กับของจริง มันต่างกัน”

และกลยุทธ์ การตลาด ก่อนและหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?

“ก็เริ่มมีการปรับเปลี่ยนแต่ก็ยังไม่มากเท่าไร คือมันก็ต้องใช้เวลาบ้าง เนื่องจากเราเป็น หน้าใหม่ในตลาด”

และคิดว่าแนวทางในการฟื้นฟูธุรกิจเครื่องประดับหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 จะเป็นอย่างไร ?

“การมีหน้าร้านเป็นสิ่งที่ดีของการจำหน่ายเครื่องประดับ แต่ละ Item ก็มีกลยุทธ์ที่ แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมายมากกว่า”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดความเชื่อ

คุณแถม คิดเห็นอย่างไรกับการตลาดความเชื่อ และเครื่องประดับความเชื่อ ?

“จริงๆ เรื่องของความเชื่อมันมีมานานแล้ว แต่คิดว่ามันน่าจะเป็นเทรน มีขึ้นมีลง แต่ ความเชื่อก็ยังคงอยู่ไม่หายไปไหน”

คุณแถม คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

“ก็คิดว่าเป็น Marketing ที่ขายได้ ณ ตอนนั้นๆ แต่ก็ใช่ว่าอะไรที่ขายได้จะรอดเร็ว ด้วย”

และคิดว่าแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?

“ก็ยังไม่ไปเรื่อยๆ นะ”

คุณแถม คิดเห็นอย่างไรกับความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคล ? และธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อทางเลขศาสตร์มาใช้ ?

“ส่วนตัวคิดว่าเลขศาสตร์มีผลต่อหลายๆ สิ่งในภาพรวมนะ เกิดต่างกัน เวลาต่างกัน ก็ ส่งผลทำให้บุคลิกต่างกัน บางคนอาจจะผ่านประสบการณ์จากการความสำเร็จความเชื่อทางเลข ศาสตร์ ก็ทำให้เห็นหลายท่านหันมาทำเครื่องประดับทางด้านนี้เยอะขึ้น ขายดีด้วยทางออนไลน์ และธุรกิจอื่นที่นำความเชื่อมาใช้ ก็เห็นว่ามีมากขึ้น มีผลต่อธุรกิจมากขึ้น”

และคุณแถม ใช้เลขศาสตร์กับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

“กับธุรกิจไม่ได้ใช้เลย ส่วนตัวก็ไม่ได้ใช้เลย”

และคิดอย่างไรกับเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“ส่วนใหญ่เครื่องประดับมงคลก็ขายได้อยู่แล้ว แต่กับเครื่องประดับมงคลที่มีเลขมงคลก็เห็นว่ามีอยู่แล้ว อาจจะมีการออกแบบควบคู่กับพลอยประจำวันเกิด โดยออกแบบเป็นตัวเลขสวยงามฝังเพชรพลอย”

ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณแถม คิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

“ก็น่าจะเรียบๆ แต่ต้องคำนึงถึงดีไซน์ด้วย เพราะขึ้นอยู่กับความชอบของดีไซน์ด้วย น่าจะเป็นดีไซน์ธรรมดา ที่สามารถใส่ได้ทุกวัน และควรมีกลุ่มลูกค้าเฉพาะที่มีความเชื่อ ความสนใจเฉพาะ

และคุณแถม มีข้อเสนอแนะอะไรอีกไหมครับ ?

“ก็จะเน้นของเรื่องดีไซน์ ถ้าจะเอาข้อมูลไปใช้ในระยะยาว”

ทั้งหมดนี้ก็เป็นประเด็นคำถามที่ถามคุณพชรพรรณ ลีพรัตน์รักษ์ ณ วันที่ 14 มีนาคม 2564

บทแบบสัมภาษณ์กลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

ผลการสัมภาษณ์จากอาสาสมัคร ท่านที่ 1 (นามสมมุติ คือ คุณ A)

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

คุณ A ครับ ขอทราบรายละเอียดส่วนตัวเบื้องต้น เช่น อายุ สถานภาพ ศาสนา ครับ ?

“อายุ 30 ปี สถานภาพโสด ศาสนาพุทธ”

คุณ A ประกอบอาชีพ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการอะไรครับ ?

“อาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพเสริมเป็นนายหน้าขายประกัน”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์

คุณ A รู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์ เลขมงคลได้อย่างไร ? จากที่ไหน ? และมีความเชื่อทางด้านอะไรอีกบ้าง ?

“เนื่องจากแต่ก่อนเคยทำงานธนาคาร แล้วเจอลูกค้าที่มีความเชื่อทางด้านเลขมงคล เขาสำรวจเบอร์รหัสสาขา ว่าขึ้นต้นด้วยเลข 051 ว่าเป็นเลขมงคล จนมาเจอลูกค้าหลายท่านมากขึ้น จนมีลูกค้าท่านหนึ่งมาให้ช่วยหาเลขบัญชีธนาคารว่าวันถึงเลขที่เท่าไรแล้ว ลงท้ายด้วยเลขอะไร ? จนทำให้เราค่อยๆ ได้เริ่มศึกษา จากเฟสบุ๊ค และศึกษาเองจากอาจารย์บางท่าน จนมาใช้เลขมงคล และมีความเชื่อเรื่องชื่อสกุล วันเดือนปีเกิด ดวงดาว และเครื่องรางของขลัง”

คุณ A คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ? ทำไมถึงเชื่อเรื่องเลขศาสตร์ ?

“ที่เชื่อเพราะเริ่มเห็นจากลูกค้าที่เข้ามามีมากขึ้น หลายท่าน แล้วมีลูกค้าท่านหนึ่งมาทักเบอร์โทรศัพท์ที่ชื่อว่า มีเลขกันแสนห้า เงินไม่เข้า แสนห้าก็ไม่มี จนเราเริ่มเชื่อ แล้วเปลี่ยนมาใช้เบอร์มงคล จนเราได้โอกาสเปลี่ยนไปได้ซัดเลย ภายใน 3, 6 เดือน หลังจากนั้นก็เหมือนเบอร์ทำให้เราเจอเรื่องที่ดีขึ้น ยิ่งขึ้นไปอีก”

คุณ A ใช้เลขศาสตร์ เลขมงคลกับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

“สิ่งแรกก็ใช้กับเบอร์โทรศัพท์ และก็แนะนำให้กับคนรอบข้าง ตอนเลือกซื้อบ้านก็เลือกเลขที่บ้าน ทะเบียนรถ แล้วจากการที่ได้ศึกษาเรื่องเลขมงคลของการตั้งชื่อสกุล ชื่อต้นดีอยู่แล้ว เลขมงคลดีแล้ว แต่นามสกุลไม่มงคล ทำให้เราเชื่อแล้วเปลี่ยนนามสกุลให้ชีวิตดีขึ้น ความรักดีขึ้น อย่างเห็นได้ชัด”

คุณ A คิดว่าคนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ เลขมงคลไปใช้กับเรื่องใด ? ด้านใด ?

ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

“คนแรกที่แนะนำก็คือแฟน โดยให้เบอร์มงคลที่เหมาะสมกับอาชีพไปให้เขาเลือก ตอนนั้นก็ดีขึ้น ใจนิ่งขึ้น ส่วนคุณพ่อทำธุรกิจส่วนตัวสวนผลไม้ ทำให้ขยันมากขึ้น คอนเนคชันดีขึ้น และก็พี่สาวเป็นพยาบาล การเงินเขาดีขึ้น อาชีพเสริมเขาก็ดีขึ้น”

และคนส่วนใหญ่ที่มาปรึกษาคุณ A เกี่ยวกับเรื่องอะไร ? ความสำเร็จในชีวิต ? การงาน ? การเงิน ? และความรัก ? และจะเลือกใช้เลขมงคลอะไร ?

“ก็แล้วแต่อายุ ถ้าอายุช่วง 30 จะเรื่องความรักเป็นส่วนใหญ่ ถ้าอายุ 40-50 ปี จะเกษียรแล้ว เป็นพนักงานประจำ ส่วนใหญ่ก็เรื่องสุขภาพ การถูกโกง การถูกหักหลัง”

คุณ A คิดว่าความเชื่อเลขศาสตร์ เลขมงคล ที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทยอะไรบ้าง ? ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

“มีนะ เพราะเป็นความเชื่อส่วนบุคคล”

และคุณ A คิดเห็นอย่างไรกับธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ? มาเป็นจุดขายของธุรกิจ ?

“คิดว่าเป็นความเชื่อส่วนบุคคล ส่วนตัวคิดว่าคนที่นำมาใช้น่าจะมีความเชื่อ การพิสูจน์ก่อนนำมาใช้ แม้ขนาดธุรกิจใหญ่ๆ ที่รู้จัก เรายังแปลกใจเลยว่า เขาก็เชื่อด้วยหรือ มันก็คงทำให้ธุรกิจเขาปังๆ ดังๆ ขึ้นไปอีก”

คุณ A คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

“คิดว่ามันไปได้”

คุณ A คิดว่าแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 คิดว่าจะเป็นอย่างไร ?

“ไม่ว่าจะความเชื่อศาสตร์ไหน มันก็อยู่กับคนไทยมายาวนาน ถ้าสถานการณ์ช่วงนี้เศรษฐกิจแบบนี้ ถ้านำความเชื่อมาประยุกต์ใช้ คิดว่าแนวโน้มน่าจะเป็นไปได้”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล

คุณ A มีเครื่องประดับมงคลเป็นประเภทไหน ? (แหวน จี้ สร้อย กำไล ต่างหู เข็มกลัด ตลับพก) จำนวนกี่ชิ้น ?

“ส่วนตัวนำแหวนทองที่เราไปสลักเลขที่เราชอบ ให้เรารู้สึกอุ่นใจ เลขอยู่กับเราในทุกๆที่ และก็มีจี้ เลขยันต์”

และสวมใส่บ่อยครั้งแค่ไหน ?

“ก็มีจี้ที่มีเลขของพระพิฆเนศ และแหวนที่สลักเลข ใส่ติดตัวตลอด ส่วนกำไลหินที่มีปีชื้อยะ หรือมีคู่เลขที่เราชอบ ก็นานใส่ที่ไม่ค่อยบ่อย”

**เครื่องประดับมงคลที่คุณสวมใส่ทำมาจากวัสดุอะไร ? มีสีสันทองเพชรพลอยเพิ่มความ
เป็นมงคลต่อเครื่องประดับหรือไม่ ?**

“ขึ้นอยู่กับกำลังซื้อของลูกค้า ถ้าลูกค้ามีกำลังซื้อน้อย ก็เป็นทองแท้ ทองคำขาวไปเลย
ถ้าจะให้เข้าถึงทุกระดับอาจจะเป็นทอง 18K เนื่องจากวัสดุแข็งแรง สวยงาม และสามารถประยุกต์
ให้สวยงามได้ อาจจะมีการประดับเพชร ส่วนเรื่องสีสันทันขึ้นอยู่กับความชอบความสวยงาม แต่ก็
อยากได้คำแนะนำตามวันเดือนปีเกิด ตามราศี ควรใช้อะไรดีมันถึงเหมาะสมกับเรา”

**คุณ A คิดว่ามีรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่คุณเชื่อมีอะไรบ้างที่สื่อถึงความเป็นมงคล ?
เกี่ยวกับความสำเร็จ ? การงาน ? การเงิน ? ความรัก ? ดีไซน์ควรเป็นอย่างไร ?**

“ขึ้นอยู่กับการดีไซน์ ส่วนตัวเลขที่ใช้ก็ต้องขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นๆ อย่าให้มีเลขกาลกิณี
อาจจะทำการสลักเลขมงคลลงไป หรือสร้างนัยยะลงไป หรือออกแบบเป็นตัวเลขมงคลที่เราขึ้น
ชอบเลขก็ดี พร้อมทำให้เป็นกระแส บุคคลอื่นอาจจะเข้ามาถามแล้วบอกต่อ ส่งผลให้เกิดข้อดี
มากกว่าข้อเสียไปเลย”

**และคิดว่าเลขศาสตร์ เลขมงคล สามารถเพิ่มความป็นสิริมงคลของเครื่องประดับได้
อย่างไร ?**

“เป็นสิ่งที่ดี มองว่าตัวเลขมาส่งเสริมเรา ดึงดูดเราให้เข้าไปหา”

คุณ A คิดว่าราคาของเครื่องประดับมงคล ควรอยู่ที่เท่าไร ?

“ถ้าเป็นทองก็ควรอิงกับราคาตลาด แล้วบวกกับค่าออกแบบ ค่าแรง ราคาที่รับได้ไม่เกิน
30,000-40,000 บาท”

และเหตุผลอะไรที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?

“เพราะเราอยากได้ เพื่อความสบายใจ ยังไงก็ไม่คิดจะขายเก็บไว้เป็นมรดก ถ้าเป็น
เครื่องประดับมงคลที่เป็นกระแส ก็จะถูกที่ไปที่มา ความน่าเชื่อถือของบุคคลนั้นๆ และก็ต้องทำใจ
เรื่องราคาอาจจะสูงตาม”

คุณ A คิดว่าเครื่องประดับมงคลสามารถหาซื้อได้ที่ไหนถึงจะเหมาะสม ?

“ตอนนี้การเข้าถึงหน้าร้านค่อนข้างยาก ส่วนใหญ่ก็ตามโซเชียล”

**จำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน หรือจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ ช่องทางไหนส่งผลต่อการเลือก
ซื้อเครื่องประดับมงคล ?**

“ผ่านทางออนไลน์”

รูปแบบการจำหน่ายแบบออนไลน์ที่เลือกซื้อคือ ?

“ตามเพจที่น่าเชื่อถือ มีที่มาที่ไป”

**เหตุผลที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลจากช่องทางข้างต้น (หน้าร้าน/ออนไลน์) เพราะ
อะไร ?**

“ผ่านบุคคลที่น่าเชื่อถือ มีบุคคลอ้างอิง”

ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมรกตของคุณ A ?

“ส่วนใหญ่ตัวเอง แฟน และอิทธิพลของดารา พร็เซเตอร์”

บรรจุกัณฑ์มีผลต่อเครื่องประดับมรกตหรือไม่ ?

“มีผล สินค้าอาจธรรมดา แต่แพคเกจดูดี สวยงาม อาจซื้อเก็บไว้ หรือนำไปเป็นของขวัญได้”

คุณ A คิดว่าควรมีช่องทางในการในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมรกตหรือไม่ ?

“ควรมี อย่างเช่น Line@ เพื่ออัปเดตรายการสินค้า โปรโมชั่นสินค้า สินค้าใหม่ การดูแลหลังการขาย”

ถ้ามีเครื่องประดับมรกตที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“เป็นเครื่องประดับตามรูปแบบตัวเลขที่เราชื่นชอบ อาจมีการฝังเพชรเพื่อเพิ่มมูลค่า เพิ่มความเป็นมงคลได้อีก”

ถ้ามีแหวนมรกตที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ท้องตลาด คุณ A คิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

“ดี เพราะบางท่านที่ศึกษาทางด้านตัวเลข และชอบเครื่องประดับด้วยก็มีค่อนข้างมากในปัจจุบัน ถ้ามีร้านหรือมีเพจที่ออกแบบเกี่ยวกับเครื่องประดับ ก็เป็นการตอบโจทย์ให้กับลูกค้าที่เชื่อในเลขศาสตร์ได้”

คุณ A มีข้อเสนอแนะอะไรอีกไหมครับ ?

“อยากให้แยกกลุ่มลูกค้า จะได้ตอบโจทย์ได้หลายๆ กลุ่ม”

ทั้งหมดนี้เป็นประเด็นคำถามที่ถามคุณ A (นามสมมุติ) ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2564

ผลการสัมภาษณ์อาสาสมัคร ท่านที่ 2 (นามสมมุติ คือ คุณ B)

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

คุณ B ช่วยแนะนำตัว และข้อมูลส่วนตัวเช่น อายุ สถานภาพ ศาสนา ด้วยครับ ?

“อายุ 28 ปี โสด ศาสนาพุทธ”

และอาชีพ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ ?

“ขายของออนไลน์ พกของสวยงาม เครื่องประดับแฟชั่นทั่วไป และวัตถุมงคล จำพวกพระ”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์

คุณ B มีความเชื่อในเรื่องใดบ้าง ? และคุณรู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์ เลขมงคลได้อย่างไร ? จากที่ไหน ?

“ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อเกือบทุกอย่างเลย เช่น ตัวเลข ดวงดาว วัตถุมงคล ของขลัง และแทบจะทุกศาสนาเลย เทพจากพราหมณ์ฮินดู คือเชื่อ และสามารถเข้าวัดจีน วัดพราหมณ์ วัดที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้หมด และรู้จักศาสตร์ด้านตัวเลขจากโฆษณาเบอร์มือถือตามสถานที่ต่างๆ”

คุณ B คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ? ทำไมถึงเชื่อเรื่องเลขศาสตร์ ?

“ก็เพิ่งเริ่มศึกษามาได้ 1 ปี ศึกษาจากเฟสบุ๊ค หรือกลุ่มเฉพาะจากผู้ที่มีความรู้ แล้วนำมาลองใช้ เอามาพิสูจน์เอง และให้ครอบครัว น้องสาวมาลองใช้ แล้วสอบถามที่หลังว่าใช้เลขแล้วเป็นไง ดีขึ้นไหม”

และคุณ B ใช้เลขศาสตร์ เลขมงคลกับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

“จริงๆ ตัวเองเป็นคนที่ไม่ค่อยมั่นใจ และรู้สึกว่าตนเองไม่มีเสน่ห์ เลยอยากลองใช้ 23 แต่ในใจชอบ 24 แต่หาอยากมา ถ้าได้เลขมาก็จะเอาไปเน้นกับการค้าขาย เสน่ห์หุุดคุ้ย เมตตามหานิยม เรียกลูกค้า แต่ก็มีคนบอกท่านอื่นเข้ามาเพื่อจุดประสงค์อื่นเช่นกัน”

คุณคิดว่าคนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ เลขมงคลไปใช้กับเรื่องใด ? ด้านใด ? ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

“แล้วแต่จุดประสงค์ของแต่ละคนมากกว่าว่าเน้นตรงไหน การค้าขาย เสน่ห์”

ถ้าคุณ B สามารถเลือกใช้เลขมงคลได้ในหลายๆ ด้าน คุณ B จะเลือกใช้กับเรื่องอะไร ? ความสำเร็จในชีวิต ? การงาน ? การเงิน ? และความรัก ?

“ตอนนี้เรื่องการเงิน การค้าขายเป็นหลัก ส่วนเรื่องความรัก ตอนนี้ไม่ได้คิดแล้ว ปล่อยว่าง แล้ว อาจจะเป็นที่ช่วงอายุก็ได้ ถ้าอายุมากขึ้นอาจจะเปลี่ยนความคิดก็เป็นได้”

คุณ B คิดว่าความเชื่อเลขศาสตร์ เลขมงคล ที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทยอะไรบ้าง ? ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

“เฉยๆ นะ เพราะก่อนหน้านี้มันก็มีการใช้เลขมงคลมาอยู่แล้ว มันก็เหมือนเป็นเรื่องปกติ”

คุณ B คิดเห็นอย่างไรกับธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ? มาเป็นจุดขายของธุรกิจ ?

“มันก็โอเคนะ ถ้ากิจการเขาเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เช่น ร้านเหล้าแถวบ้าน ตั้งชื่อร้านแล้วตามด้วยเลขมงคล”

คุณ B คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

“คิดว่ากระแสมันก็ควบคู่กันไปกับกระแสตัวเลขนะ มันสามารถไปด้วยกันได้ ไปในทางที่ดี”

และแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 คุณ B คิดว่าจะเป็นอย่างไร ?

“คิดว่ามันต้องดูเศรษฐกิจด้วย การที่เราเชื่อศาสตร์ความเชื่อ มันก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เรามีกำลังใจ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นแรงกระตุ้นให้เราอยากจะทำอยากจะทำพัฒนามากกว่า แต่ก็ขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมรอบตัวเรา เช่นตัวเราทำอะไรหรือป่าวให้มันดีขึ้นไหม ถ้าในอนาคตเศรษฐกิจมันหมุนเวียนดีกว่านี้ ทุกอย่างมันก็อาจจะดีกว่านี้”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล

คุณ B มีเครื่องประดับมงคลเป็นประเภทไหน ? (แหวน จี้ สร้อย กำไล ต่างหู เข็มกลัด ตลับพก) จำนวนกี่ชิ้น ?

“ส่วนใหญ่เป็นพระเครื่อง เป็นจี้ สร้อยคอ ค่อนข้างมาก”

และสวมใส่บ่อยครั้งแค่ไหน ?

“ส่วนใหญ่ก็จะมีอันเดียวที่ใส่ตลอด บางอันก็ไว้ในกระเป๋าบ้าง นอกนั้นก็ไว้ที่หิ้งพระ”

เครื่องประดับมงคลที่คุณ B สวมใส่ทำมาจากวัสดุอะไร ? มีสีสันทองเพชรพลอยเพิ่มความ เป็นมงคลต่อเครื่องประดับหรือไม่ ?

“ชอบทองรูปพรรณ เพราะปกติชอบใส่ติดตัว อาบน้ำ ไม่ค่อยถอดเข้าออก ส่วนเรื่องสีสันทองนะ แต่ไม่ค่อยเท่าไร เอาตามความรู้สึกชอบมากกว่า”

คุณ B คิดว่ามีรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่คุณเชื่อมีอะไรบ้างที่สื่อถึงความเป็นมงคล ? เกี่ยวกับความสำเร็จ ? การงาน ? การเงิน ? ความรัก ? ดีไซน์ควรเป็นอย่างไร ?

“ส่วนใหญ่ก็ตามรูปแบบ ตามดีไซน์มากกว่า บางรูปแบบก็อาจจะสื่อความเป็นสิริมงคลได้ เหมือนการสะกดจิต เห็นทุกวัน มันก็จะนำไปในทางที่ดีได้ เช่น ความรักคิดถึงรูปหัวใจ การเงิน คิดถึง Infinity และถุงเงิน”

คุณ B คิดว่าเลขศาสตร์ เลขมงคล สามารถเพิ่มความเป็นสิริมงคลของเครื่องประดับได้ อย่างไร ?

“คิดว่าได้มันดูพิเศษขึ้น โดยเฉพาะถ้าเป็นเลขที่เราชอบด้วย ทำให้เรารู้สึกดี Special มากขึ้น โดยการสลักเลขที่ชอบลงในเครื่องประดับเลย”

คุณ B คิดว่าราคาของเครื่องประดับมงคล ควรอยู่ที่เท่าไร ?

“ราคาประมาณ 500-3,000 บาท”

และเหตุผลอะไรที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?

“เป็นคนที่ชอบดีไซน์ตามแบบที่ตัวเองชอบ และตัวเลขมงคลที่แฝงไว้อาจจะไม่ต้องเปิดเผยก็ได้ และตัดสินใจซื้อเพื่อการลงทุนด้วย เพราะจะได้นำไปขายได้”

คุณ B คิดว่าเครื่องประดับมงคลสามารถหาซื้อได้ที่ไหนถึงจะเหมาะสม ?

“ร้านทองรูปพรรณ”

จำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน หรือจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ ช่องทางไหนส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?

“50/50 ต้องดูความน่าเชื่อถือของร้าน”

รูปแบบการจำหน่ายแบบออนไลน์ที่เลือกซื้อคือ ?

“ตาม Shopee Lazada เพราะคนจะเข้าถึงง่ายกว่า สะดวก และรวดเร็ว”

และเหตุผลที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลจากช่องทางข้างต้น (หน้าร้าน/ออนไลน์) เพราะอะไร ?

“วัสดุของสินค้า คุณสมบัติ รายละเอียดที่แจ้งไว้ เพื่อเป็นการตัดสินใจ”

ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมงคล ? พนักงานขายจำเป็นไหม ?

“ไม่จำเป็นต้องมี แต่ควรเขียนรายละเอียดให้ชัดเจน แต่ถ้าต้องมีก็อาจจะดีสำหรับคนที่เขาไม่เข้าใจเลย ที่ไม่มีความรู้ เพื่อช่วยในการอธิบาย”

บรรจุภัณฑ์มีผลต่อเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?

“ส่วนตัวสนใจที่สินค้ามากกว่า ไม่ได้สนใจที่แพ็คเกจ แต่สำหรับบางคนอาจจะสนใจแพ็คเกจภายนอกด้วย”

คุณ B คิดว่าควรมีช่องทางในการในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?

“ควรทำ”

ถ้ามีเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“หน้าตาควรจะเป็นแบบธรรมดา จิวเวอร์รี่ทั่วไป แต่มีตัวเลขซ่อนอยู่ข้างใน”

ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไร ?

“ส่วนตัวชอบเรียบๆ อาจมีเพชรเม็ดเล็กๆ”

และคุณ B มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอะไรไหม ?

“ไม่มี”

ทั้งหมดนี้ก็เป็นประเด็นคำถามที่ถามคุณ B (นามสมมุติ) ณ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2564

ผลการสัมภาษณ์อาสาสมัคร ท่านที่ 3 (นามสมมุติ คือ คุณ C)

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

รบกวนคุณ C ช่วยบอกรายละเอียดคร่าวๆ อายุ สถานภาพ ศาสนา ?

“อายุ 33 ปี สมรสแล้ว มีลูก 1 คน ศาสนาพุทธ”

และอาชีพ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ ?

“เป็นนิติบุคคลดูแลคอนโด เป็นผู้จัดการนิติ งานดูแลและแก้ไขปัญหาให้กับลูกบ้าน”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์

คุณ C มีความเชื่อในเรื่องใดบ้าง ? และคุณรู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์ เลขมงคลได้อย่างไร ? จากที่ไหน ?

“เราจะเชื่อเรื่องเทพ สายทางฮินดู พระพิฆเนศ พระแม่อุมา เริ่มเรียนรู้เลขศาสตร์จากการที่มีคนที่มีความรู้ทางด้านโหราศาสตร์ ด้านตัวเลขมาทักเบอร์โทรศัพท์ว่ามันไม่ดี แล้วเริ่มค้นหาจากในอินเทอร์เน็ต จากกลุ่มเฉพาะในเฟซบุ๊ก และถามจากประสบการณ์ผู้รู้ว่าเป็นอย่างไร”

คุณ C คิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ? ทำไมถึงเชื่อเรื่องเลขศาสตร์ ?

“ตอนนี้คือเชื่อ แล้วเป็นตัวอย่างเป็นไปตามตัวเลขที่ใช้จริงๆ”

และคุณ C ใช้เลขศาสตร์ เลขมงคลกับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ? วิธีการใช้คือ ?

“เบอร์มือถือ และมีแหวนด้วยการสลักตัวเลขลงไปตามตัวเลขที่เข้ากับเรามากที่สุด และก็มียูกชาย 9 ขวบ เขียนเลขแปะไว้ที่หนังสือก็ทำให้เขาอยากรู้ อยากรู้ความหมายของตัวเลขไปด้วย”

ถ้าจะให้คุณ C แนะนำคนส่วนใหญ่เลขศาสตร์ เลขมงคลไปใช้กับเรื่องใด ? ด้านใด ? ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

“ก็จะแนะนำเหมือนกับที่เราใช้นะ ก็คือแหวนสลักเลข เพราะบางคนที่ยังไม่เชื่อเรื่องเลขมาก ก็อยากให้เขาทำแหวนก่อน ลองกับน้องสาวตนเอง เพราะน้องไม่เชื่อเลยและคิดว่าเรามกายนะ เลยให้น้องลองใส่แหวน แล้วสังเกตความเปลี่ยนแปลง แล้วมันก็เปลี่ยนไปนะ ถ้าเป็นคนอื่นก็อาจจะเป็นทะเบียนรถ เบอร์มือถือ”

ถ้าคุณจะใช้เลขมงคล คุณจะเลือกใช้กับเรื่องอะไร ? ความสำเร็จในชีวิต ? การงาน ? การเงิน ? และความรัก ?

“กลุ่มเลขเสน่ห์ 263 มันจะเด่นเรื่องการเงิน ความรัก มันจะดึงดูดเด่นของเราออกมา และตอนนี้ก็ใช้ 89 เพราะมันเกี่ยวกับงานของเรา เราต้องการอำนาจในงานของเรา”

คุณ C คิดว่าความเชื่อเลขศาสตร์ เลขมงคล ที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทยอะไรบ้าง ? ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

“ทุกวันนี้คิดว่าคนไทยเชื่อเรื่องเลขนะ มีอาจารย์ท่านหนึ่งปล่อยเลขชุดออกมา จนพ่อค้าแม่ค้าเอามาใช้”

คุณ C คิดเห็นอย่างไรกับธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์ เลขมงคลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ? มาเป็นจุดขายของธุรกิจ ?

“เหมือนพวกเวปไซด์พนัน ชอบใช้ 888 มันตรงกับอาชีพของเขา เลยมองว่ามันเป็นการเอาความโดดเด่นของตัวเลขมาใช้กับอาชีพ หรือตามร้านค้า มีการตั้งชื่อแล้วตามด้วยตัวเลข 26 24 หรือเริ่มมีการเปลี่ยนบ้านเลขที่ เปลี่ยนทะเบียนรถ”

คุณ C คิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อ วัตถุมงคล เครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

“ใช่ อย่างเช่นร้านทองบางร้าน เขาก็ผลิตแหวนที่มีตัวเลขมงคล ต่างหูก็มี”

และคิดว่าแนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร ?

“ก็คิดว่ายังอยู่นะ เพราะมันเป็นชีวิตประจำวัน กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต คนที่เชื่อไปแล้วก็จะใช้มันอยู่อย่างนั้น จะไม่เปลี่ยน”

ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล

คุณ C มีเครื่องประดับมงคลเป็นประเภทไหน ? (แหวน จี้ สร้อย กำไล ต่างหู เข็มกลัด ตลับพก) จำนวนกี่ชิ้น ?

“อย่างแรกมีแหวนที่สลักตัวเลข และคิดว่าอยากจะซื้อต่างหูที่เป็นคู่เลข”

และสวมใส่บ่อยครั้งแค่ไหน ?

“แหวนใส่ทุกวัน”

เครื่องประดับมงคลที่คุณสวมใส่ทำมาจากวัสดุอะไร ? มีสีสันทของเพชรพลอยเพิ่มความ เป็นมงคลต่อเครื่องประดับหรือไม่ ?

“ส่วนตัวชอบทองคำขาว และมองว่าทุกวันนี้เหมือนมีการเอามาผสมผสานกันนะ”

คุณ C คิดว่ามีรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่คุณเชื่อมีอะไรบ้างที่สื่อถึงความเป็นมงคล ? เกี่ยวกับความสำเร็จ ? การงาน ? การเงิน ? ความรัก ? ดีไซน์ควรเป็นอย่างไร ?

“ได้ ส่วนตัวก็มีแหวนรูปมังกรพันนิ้วมองเป็นเรื่องของอำนาจบารมี แหวนพญานาคมอง เป็นเรื่องของสุขภาพ แหวนรูปโคมหรือแหวนพระพิฆเนศมองเป็นเรื่องของความสำเร็จ ส่วนใหญ่ก็ เป็นความเชื่อส่วนตัวมากกว่า”

คุณ C คิดว่าเลขศาสตร์ เลขมงคล สามารถเพิ่มความเป็นสิริมงคลของเครื่องประดับได้ อย่างไร ?

“คิดว่าจะเป็นตัวเลขฝั่งเพชร เรียบง่ายใส่ได้ทุกสถานการณ์ ถ้ามีการสลักตัวเลขมงคล ที่เราชอบก็จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้อีก สำหรับบางคนที่มีความเชื่อในด้านตัวเลขมาก ถ้าในเครื่องประดับมีนัยยะของตัวเลข ก็เหมือนเพิ่มความเป็นพิเศษมากขึ้นไปอีก มี story มากกว่า”

คุณ C คิดว่าราคาของเครื่องประดับมงคล ควรอยู่ที่เท่าไร ?

“ถ้าราคาที่คุณทั่วไปสามารถซื้อได้ น่าจะ 1,000-2,000 บาท เพราะงานบางอย่างมันราคาสูงไป แต่เราก็หางานมาแทนได้เพื่อให้ราคามันลดลง แต่ความเป็นมงคลก็ยังเหมือนเดิม”

และเหตุผลอะไรที่ทำให้คุณ C เลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?

“ก็เรื่องของความเชื่อที่เราเชื่ออยู่ ให้มันเป็นเครื่องราง เครื่องยึดเหนี่ยวมากกว่า”

คุณคิดว่าเครื่องประดับมงคลสามารถหาซื้อได้ที่ไหนถึงจะเหมาะสม ?

“ส่วนใหญ่ในอินเทอร์เน็ต พวก Shopee Lazada แต่เฟสบุ๊คก็จะเป็นกระแสได้เร็ว”

จำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน หรือจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ ช่องทางไหนส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?

“ส่วนตัวต้องคนใกล้ชิดแนะนำมากกว่า มีความห่วงใยกัน เพราะถ้าเป็นตามร้านมักจะเน้นขาย บอกแต่ข้อดี”

รูปแบบการจำหน่ายแบบออนไลน์ที่เลือกซื้อคือ ?

“Shopee Lazada จริงๆ มันก็ควรมีหน้าร้านด้วยนะ มันก็จะเสริมความน่าเชื่อถือได้ มีตัวตนจริง มีของให้จริงๆ เนื่องจากมันเป็นของที่มีมูลค่าหลักพัน มันก็ควรมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น”

และเหตุผลที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลจากช่องทางข้างต้น (หน้าร้าน/ออนไลน์) เพราะอะไร ?

“คิดว่าโปรโมชันสำคัญสุด ทำให้เราตัดสินใจซื้อของได้ง่ายขึ้น”

ใครบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมงคล ? และพนักงานขายมีอิทธิพลกับสินค้าไหม ?

“ตัวเองเป็นหลัก และถ้าต้องมีพนักงานขาย คิดว่ามีอิทธิพล และควรจะมีความรู้ทางด้านตัวเลขด้วย”

บรรจุภัณฑ์มีผลต่อเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?

“ส่งผลนะ จำเป็นนะ ถ้าแพคเกจมันสอดคล้องกับตัวสินค้า มันจะทำให้สินค้ามีคุณค่ามูลค่ามากกว่าเดิม”

คุณคิดว่าควรมีช่องทางในการในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?

“ควรมี และเขียนรายละเอียดให้ชัด เพราะบางคนไม่เชื่อเรื่องตัวเลข แต่เมื่อเห็นอาจจะเกิดการลองใช้ดู มันสามารถช่วยขยายวงกว้างสำหรับคนที่ไม่มีความรู้ทางด้านเลขศาสตร์ได้”

ถ้ามีเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

“มองว่าทำเป็นสร้อย เป็นจี้น่าจะดูดี”

ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ออกสู่ท้องตลาด คุณคิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

“สนใจ เพราะมันเป็นของแปลกใหม่ ที่นี้ก็มาดูเหตุผลที่เราจะซื้อ เช่น ราคา ความถูกใจ ถ้ายังมี Story ก็จะเป็นความอยากได้เข้าไปอีก”

และคุณ C มีข้อเสนอแนะอะไรอีกไหมครับ ?

“ถ้ามองถึงเครื่องประดับอยากให้นันดูเรียบง่าย ไม่ต้องอลังการ หรือหวามาก เหมาะแก่การสวมใส่สามารถใส่ได้ทุกวัน การใช้สอย”

ทั้งหมดนี้ก็เป็นประเด็นคำถามที่ถามคุณ C (นามสมมุติ) ณ วันที่ 9 มีนาคม 2564

ผลการเก็บข้อมูลจากอาสาสมัครผ่านแบบสอบถามออนไลน์

ข้อมูลที่ได้จากอาสาสมัครหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ตามประเด็นคำถามมีดังนี้

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ข้อที่ 1 เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ?

อาสาสมัคร-1	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 41-45 ปี	หย่าร้าง	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-2	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 41-45 ปี	สมรส	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-3	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 29-34 ปี	โสด	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-4	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 35-40 ปี	โสด	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-5	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 29-34 ปี	หย่าร้าง	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-6	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 41-45 ปี	โสด	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-7	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 46-50 ปี	หย่าร้าง	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-8	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 23-28 ปี	โสด	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-9	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 35-40 ปี	สมรส	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-10	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 35-40 ปี	สมรส	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-11	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 46-50 ปี	หย่าร้าง	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-12	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 46-50 ปี	โสด	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-13	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 51-55 ปี	สมรส	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-14	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 29-34 ปี	สมรส	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-15	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 29-34 ปี	โสด	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-16	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 46-50 ปี	หย่าร้าง	ศาสนาพุทธ
อาสาสมัคร-17	เพศหญิง	อายุอยู่ในช่วง 35-40 ปี	สมรส	ศาสนาพุทธ

อาสาสมัคร-18 เพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 29-34 ปี สมรส ศาสนาพุทธ

ข้อที่ 2 อาชีพ หรือส่วนที่ท่านบริหารจัดการ ?

- อาสาสมัคร-1 ธุรกิจส่วนตัว
- อาสาสมัคร-2 ข้าราชการ
- อาสาสมัคร-3 พนักงานบริษัทเอกชน
- อาสาสมัคร-4 ธุรกิจส่วนตัว
- อาสาสมัคร-5 ว่างาน
- อาสาสมัคร-6 พนักงานบริษัทเอกชน
- อาสาสมัคร-7 ข้าราชการ
- อาสาสมัคร-8 พนักงานบริษัทเอกชน
- อาสาสมัคร-9 อิสระ
- อาสาสมัคร-10 ธุรกิจส่วนตัว
- อาสาสมัคร-11 ธุรกิจส่วนตัว
- อาสาสมัคร-12 พนักงานบริษัทเอกชน
- อาสาสมัคร-13 ธุรกิจส่วนตัว
- อาสาสมัคร-14 ข้าราชการ
- อาสาสมัคร-15 พนักงานบริษัทเอกชน
- อาสาสมัคร-16 ธุรกิจส่วนตัว
- อาสาสมัคร-17 ข้าราชการ
- อาสาสมัคร-18 พนักงานบริษัทเอกชน

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการตลาดความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์

ข้อที่ 1 คุณมีความเชื่อในเรื่องใดบ้าง ? และคุณรู้จักความเชื่อทางเลขศาสตร์ เลขมงคลได้อย่างไร ? จากที่ไหน ?

- อาสาสมัคร-1 จากทางอินเทอร์เน็ต
- อาสาสมัคร-2 จากทาง youtube ช่องต่างๆ และอ่านหนังสือ
- อาสาสมัคร-3 เชื่อเรื่องชื่อมงคล เลขศาสตร์ และเครื่องประดับมงคล มาจากความชอบและศึกษาด้วยตัวเอง
- อาสาสมัคร-4 เชื่อเรื่องโหราศาสตร์ เลขศาสตร์ ไพ่ยิปซี จากอาจารย์ท่านหนึ่ง
- อาสาสมัคร-5 เชื่อเกี่ยวกับจิตใต้สำนึก เลขศาสตร์ กฎแห่งแรงดึงดูด เรียนรู้จากตำราพรหมชาติ

- อาสาสมัคร-6 เชื่อเรื่องเลขศาสตร์ จากทางเฟสบุ๊คส์
- อาสาสมัคร-7 อ่านจากตำรา ศึกษาผ่านผู้รู้
- อาสาสมัคร-8 เชื่อเรื่องตัวเลข จากแม่ที่ดูใน youtube
- อาสาสมัคร-9 เชื่อเรื่องดวงชะตา เลขมงคล ของมงคล จากหนังสือ อินเตอร์เน็ต เฟสบุ๊คส์
- อาสาสมัคร-10 เชื่อเรื่องกรรม ดวงชะตาชาตีกำเนิด ลายมือ ฮวงจุ้ย โหราศาสตร์ เลขศาสตร์จากเบอร์โทรศัพท์ ชื่อ เลขที่บ้าน
- อาสาสมัคร-11 เชื่อปานกลาง ชอบลองของ ถ้าใช้แล้วไม่ดีก็หยุด จากอาจารย์ท่านหนึ่ง
- อาสาสมัคร-12 มีเพื่อนแนะนำ และศึกษาเพิ่ม
- อาสาสมัคร-13 จากเฟสบุ๊คส์
- อาสาสมัคร-14 จากหนังสือ ทวี และเฟสบุ๊คส์
- อาสาสมัคร-15 จากเว็บไซต์
- อาสาสมัคร-16 เชื่อเรื่องตัวเลขเปลี่ยนชีวิต จากสื่อโซเชียลทุกช่องทาง
- อาสาสมัคร-17 เชื่อเรื่องการมูเตลู เลขศาสตร์ เลขมงคล จากสื่ออินเตอร์เน็ต
- อาสาสมัคร-18 จากเพื่อน

ข้อที่ 2 คุณคิดเห็นอย่างไรกับเลขศาสตร์ ? ทำไมถึงเชื่อเรื่องเลขศาสตร์ ?

- อาสาสมัคร-1 มีผล ใช้ได้จริง
- อาสาสมัคร-2 ตัวเลขบ่งบอกบุคลิก นิยได้มากกว่า 90%
- อาสาสมัคร-3 หลังจากศึกษา ทดลองใช้เอง และให้คนรอบข้างใช้ เห็นผลตามความหมายของพลังตัวเลขนั้นๆ
- อาสาสมัคร-4 จากตัวอย่างของอาจารย์ท่านหนึ่ง
- อาสาสมัคร-5 คิดว่าทุกอย่างมีดีมีเสีย มองแบบกลางๆ เหมือนหยินหยาง แคร่รู้ลึกลองดูไม่มีอะไรเสียหาย หาเลขมงคลถูกๆ มาใช้ก็ดีกว่าใช้เลขไม่ดี
- อาสาสมัคร-6 เชื่อ เพราะประสบการณ์ตรงของตัวเอง และคนอื่น
- อาสาสมัคร-7 มีผลต่อการดำเนินชีวิต
- อาสาสมัคร-8 คิดว่ามีผลจริง เพราะแม่เคยเขียนหน้าร้าน ขายของดีขึ้น
- อาสาสมัคร-9 เคยใช้เลขอื่นมาเปลี่ยนเป็นเลขดี แล้วชีวิตดีขึ้น
- อาสาสมัคร-10 เชื่อว่าเลขศาสตร์มีผลต่อชีวิต แต่ก็จะสัมพันธ์กับดวงชะตาคำเนิดด้วย
- อาสาสมัคร-11 ใช้แล้วเป็นตามเลขที่ทำนาย
- อาสาสมัคร-12 ความเชื่อส่วนบุคคล ตัวเลขอยู่กับตัวเราตั้งแต่เกิด

อาสาสมัคร-13 ไม่ได้เชื่อมด

อาสาสมัคร-14 ประสบการณ์ในอดีตเกี่ยวกับเลขศาสตร์

อาสาสมัคร-15 ที่พึงพอใจ

อาสาสมัคร-16 เบอร์เก่าที่ใช้พอรู้ความหมายแล้วตกใจ และชีวิตก็เจอแบบตามเบอร์ไม่เคยคิดว่าพลังตัวเลขมีผลกับชีวิต และหลังจากรู้ ก็ได้เปลี่ยนเบอร์ทันที

อาสาสมัคร-17 ก็จากการสังเกตเบอร์โทรเวลาเปลี่ยนใช้

อาสาสมัคร-18 มีความเป็นไปได้ เชื่อแล้วสบายใจ

ข้อที่ 3 คุณใช้เลขศาสตร์ เลขมงคลกับอะไรบ้าง ? ทำไมถึงใช้กับสิ่งนั้น ?

วิธีการใช้คือ ?

อาสาสมัคร-1 เลขกับการเงิน ใช้เรียกทรัพย์ เขียนไว้ในกล่องเก็บเงิน

อาสาสมัคร-2 เบอร์โทรศัพท์

อาสาสมัคร-3 1). ใช้กับเบอร์โทรศัพท์ โดยยึด 7 ตัวท้ายเป็นคู่มงคล ที่เสริมอาชีพและสิ่งที่ต้องการ 2). ใช้กับชื่อ-นามสกุล โดยให้มีผลรวมที่เป็นเลขศาสตร์ที่ดี 3). ใช้กับเลขที่บ้าน ทะเบียนรถ โดยดูคู่เลขมงคลเป็นหลัก

อาสาสมัคร-4 เบอร์มือถือ และเลขยันต์ไม่ให้ฝันร้าย ติดไว้ที่หัวเตียง

อาสาสมัคร-5 เบอร์มือถือ ชื่อ-สกุล บ้านเลขที่

อาสาสมัคร-6 เบอร์โทรศัพท์

อาสาสมัคร-7 เบอร์มือถือ

อาสาสมัคร-8 เขียนใส่กรอบวางหน้าร้านขายของ

อาสาสมัคร-9 เบอร์มือถือ

อาสาสมัคร-10 เบอร์โทร รหัสผ่านต่างๆ

อาสาสมัคร-11 เบอร์โทรศัพท์ ใช้จ่ายของลูกๆ เขียนไว้ที่บ้านด้วย

อาสาสมัคร-12 การงาน การเงิน น่าจะช่วยให้ ใช้กับเบอร์โทร

อาสาสมัคร-13 เบอร์โทรศัพท์

อาสาสมัคร-14 งาน เบอร์โทรมงคล

อาสาสมัคร-15 เงินทอง โชคลาภ ความรัก สุขภาพ

อาสาสมัคร-16 ใช้เลขมงคลกับเบอร์โทรศัพท์ บัตร ATM ทะเบียนรถ โดยให้ผู้รู้ทางด้านศาสตร์ตัวเลขร้อยเรียงเบอร์โทรให้

อาสาสมัคร-17 เบอร์โทรศัพท์

อาสาสมัคร-18 เบอร์มือถือ

**ข้อที่ 4 คุณคิดว่าคนส่วนใหญ่ต้องการนำเลขศาสตร์ เลขมงคลไปใช้กับเรื่องใด ?
ด้านใด ? ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?**

อาสาสมัคร-1 ทำให้ชีวิตดีขึ้นทุกๆด้าน

อาสาสมัคร-2 การเงิน และอาชีพ คิดว่าช่วยสนับสนุนได้

อาสาสมัคร-3 เท่าที่สังเกตได้แก่ เบอร์มือถือ ทะเบียนรถ เลขที่บ้าน และชื่อ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ใกล้ตัว และเห็นถึงพลังตัวเลขชัดเจนที่สุด

อาสาสมัคร-4 เบอร์มือถือ เป็นการติดต่อสื่อสารทุกวัน

อาสาสมัคร-5 การเงิน การงาน ความรัก สุขภาพ คำถามพื้นฐานส่วนใหญ่ที่คนมักดูดวง

อาสาสมัคร-6 งาน เงิน ความรัก เพราะเป็นสิ่งที่ทุกคนคาดหวังให้ดี

อาสาสมัคร-7 การสื่อสาร ส่งผลการค้าขาย งาน ความรัก ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศกับคนอื่น การเงินรวมถึงครอบครัว

อาสาสมัคร-8 ค้าขายเจรจา หรือเบอร์โทรศัพท์ เพราะใช้ติดต่อกับคนหมู่มาก

อาสาสมัคร-9 ให้ชีวิตดีขึ้น

อาสาสมัคร-10 การเงิน การงาน ความรัก บุคลิกภาพ

อาสาสมัคร-11 การค้าขาย อยากขายดี ๆ มีกำไร

อาสาสมัคร-12 สนับสนุนการงาน เมตตา ค้าขาย ช่วยให้ง่ายใจ

อาสาสมัคร-13 การตั้งชื่อ การดูดวง เบอร์โทร ทะเบียนรถ

อาสาสมัคร-14 เงิน งาน เพื่อประสบความสำเร็จ

อาสาสมัคร-15 งาน เงิน

อาสาสมัคร-16 ทุกคนอยากได้เลขมงคลใช้แล้วเปลี่ยนชีวิตในทางที่ดีขึ้น ร่ำรวย สมหวัง โชคดี แต่ความจริงเลขมงคลที่อยากได้ต้องสัมพันธ์กับอาชีพที่ทำจะเหมาะสมที่สุด เช่น บางคนแม่ค้าตลาดนัดอยากรวย อยากใช้เลขมงคลจะได้รวยมากขึ้น เช่นเลขมังกร เลขหงส์ ก็คงไม่เหมาะ ต้องดูฐานบุญเดิมว่าใช้ได้ไหม ทางที่ดีควรให้ผู้รู้เป็นผู้ร้อยเรียงเลขที่เหมาะสม

อาสาสมัคร-17 คนส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจ แต่ส่วนตัวใช้เพื่อปรับข้อเสียของเรา ปิดจุดอ่อนของเรา เอามาเสริมจุดแข็งที่ดี

อาสาสมัคร-18 ความสำเร็จในด้านต่างๆ เช่น การงาน

ข้อที่ 5 ถ้าคุณจะเลือกใช้เลขมงคล คุณจะเลือกใช้กับเรื่องอะไร ? ความสำเร็จในชีวิต ? การงาน ? กางเงิน ? และความรัก ?

อาสาสมัคร-1 เงิน

อาสาสมัคร-2 การเงิน

อาสาสมัคร-3 อันดับแรกเรื่องอาชีพการงาน ตามมาด้วยการเงิน และความรัก

อาสาสมัคร-4 ความรัก งานเงิน สุขภาพ

อาสาสมัคร-5 การงาน

อาสาสมัคร-6 งาน และเงิน

อาสาสมัคร-7 ทุกเรื่อง

อาสาสมัคร-8 การเงิน

อาสาสมัคร-9 การเงิน การงาน ความรัก

อาสาสมัคร-10 อยากให้ครอบคลุมทุกเรื่อง

อาสาสมัคร-11 การงาน การเงิน ความรัก เจอคนดีๆ เข้ามาช่วยเหลือ

อาสาสมัคร-12 การงาน การเงิน

อาสาสมัคร-13 ทุกเรื่อง

อาสาสมัคร-14 งาน เงิน

อาสาสมัคร-15 เงิน

อาสาสมัคร-16 สำคัญทุกเรื่อง การเงิน ร่ำรวย มั่นคง

อาสาสมัคร-17 การงาน การเงิน ความรัก

อาสาสมัคร-18 การเงิน การงาน

ข้อที่ 6 คุณคิดว่าความเชื่อเลขศาสตร์ เลขมงคล ที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย อะไรบ้าง ? ทำไมถึงคิดเช่นนั้น ?

อาสาสมัคร-1 มีผล เพราะสังคมไทยอิงความเชื่อมาก

อาสาสมัคร-2 กระแสนิยมในบางกลุ่มเท่านั้น

อาสาสมัคร-3 มีอิทธิพลเป็นอย่างมาก เนื่องจากความเชื่อด้านเลขศาสตร์ได้เข้ามามีอิทธิพลจากการเก็บสถิติ การใช้จริงจากผู้ประสบความสำเร็จจากเลขมงคล และผู้ล้มเหลวจากเลขเสีย จึงมีการบอกต่อกัน ทำให้แพร่หลายในปัจจุบัน

อาสาสมัคร-4 มีอิทธิพลมาก จากราคาเบอร์ที่สูงขึ้น

อาสาสมัคร-5 มี ใช้ความเชื่อเป็นการตลาดอย่างหนึ่ง ทำให้มีตลาดซื้อขายสิ่งของวัตถุมงคล รวมถึงเลขมงคลด้วย

อาสาสมัคร-6 มีอิทธิพล เพราะถ้าเลือกได้คนเราจะเลือกเลขที่บ้านดี ทะเบียนรถดี

อาสาสมัคร-7 มีผล เพราะคือความเชื่อ และพลังงานมีอยู่จริง

อาสาสมัคร-8 มีอิทธิพลมาก เพราะคนไทยมีค่านิยมเกี่ยวกับการดูดวง ศาสตร์ต่างๆ มากมาย

อาสาสมัคร-9 น่าจะมี มีคนขายเบอร์มงคลเยอะ ราคาแพง คนน่าจะสนใจมาก

- อาสาสมัคร-10 ที่ชัดเจนน่าจะเป็นเรื่องธุรกิจ เพราะมีการขายเบอร์มงคลกันมาก
- อาสาสมัคร-11 ทำให้คิดวิเคราะห์หาทางแก้ไข เมื่อเจอปัญหา เจอสิ่งไม่ดี
- อาสาสมัคร-12 มีผลสำหรับคนที่เชื่อเท่านั้น
- อาสาสมัคร-13 มี เพราะคนรู้จักเห็นมีความสนใจ
- อาสาสมัคร-14 มี เพราะคิดว่ามีเลขติดตัวมาตั้งแต่เกิด
- อาสาสมัคร-15 พลังดึงดูด
- อาสาสมัคร-16 ปัจจุบันมีความเชื่อเลขศาสตร์มากขึ้น เพราะพิสูจน์ได้จากความที่เปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์แล้วชีวิตดีขึ้น ไปในทิศทางที่อยากจะให้เป็น
- อาสาสมัคร-17 ไม่แน่ใจ

อาสาสมัคร-18 คลายทุกข้อใจ เป็นที่ยึดเหนี่ยว ทำให้กล้าเผชิญมากขึ้น

ข้อที่ 7 คุณคิดเห็นอย่างไรกับธุรกิจ ณ ปัจจุบันที่นำความเชื่อเกี่ยวกับเลขศาสตร์เลขมงคลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ? มาเป็นจุดขายของธุรกิจ ?

- อาสาสมัคร-1 ฉลาดทำธุรกิจ
- อาสาสมัคร-2 คนขายก็ขายตามปกติอาชีพของเขา คนที่ต้องคิดพิจารณาคือคนซื้อ
- อาสาสมัคร-3 เห็นด้วย เพราะถ้าเป็นการช่วยเหลือคนให้มีชีวิตดีขึ้น และไม่เห็นด้วยถ้าคนเหล่านั้นหวังผลประโยชน์จากความไม่รู้ของคน และแนะนำผิดๆ
- อาสาสมัคร-4 บ้างๆ ขายดีขึ้น
- อาสาสมัคร-5 การตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า
- อาสาสมัคร-6 เป็นเรื่องความเชื่อส่วนบุคคลต่อยอดทำธุรกิจได้ เฉพาะกลุ่มคนที่เชื่อ และซื้อชอบ
- อาสาสมัคร-7 อย่างน้อยก็เสริมพลังทางบวก
- อาสาสมัคร-8 บางคนก็ขายแพงเกินไป ค่านิยมสูงขึ้น บ่นราคา
- อาสาสมัคร-9 ถ้าเขาลองแล้วเห็นผลก็น่าจะต่อยอดได้
- อาสาสมัคร-10 ดี เพราะได้ผลจริงแต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นด้วย
- อาสาสมัคร-11 ดีขึ้นระดับหนึ่ง ที่พึงพอใจ
- อาสาสมัคร-12 มาช่วยเป็นแรงดึงดูดตามพลังตัวเลข
- อาสาสมัคร-13 ถ้าดีก็ควรทำ
- อาสาสมัคร-14 ยังไม่ประสบความสำเร็จต่องานเท่าที่ควร แต่น่าจะมีปัจจัยหลายอย่างต่อตนเอง แต่ของแพนด้วยความที่เจอเลขโดยบังเอิญ งาน เงิน สำเร็จแบบอัศจรรย์
- อาสาสมัคร-15 ดี

อาสาสมัคร-16 มันขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจอะไร เหมาะสมไหม อย่างเลขทะเบียนรถ ศาสตร์เปลี่ยนเลข ATM ก็เป็นจุดขายเหมือนกัน

อาสาสมัคร-17 เราควรมีความรู้จะได้ไม่โดนหลอก

อาสาสมัคร-18 เนี่ยๆ

ข้อที่ 8 คุณคิดอย่างไรกับกระแสธุรกิจความเชื่อวัตถุมงคลเครื่องราง ณ ปัจจุบัน ?

อาสาสมัคร-1 เข้ากับกระแสสังคมดี

อาสาสมัคร-2 เพิ่มขึ้น

อาสาสมัคร-3 มีความแพร่หลายเป็นอย่างมาก เพราะในปัจจุบันโหราศาสตร์ มีหลายศาสตร์หลายแขนง

อาสาสมัคร-4 จะเพิ่มมากขึ้น

อาสาสมัคร-5 ก็เป็นความเชื่อของแต่ละบุคคล ไม่ได้หมายความว่าของแพงจะดี เหมือนตลาดพระเครื่อง

อาสาสมัคร-6 ตอนนี้อย่างแรง โดยเฉพาะวัตถุมงคล วัยรุ่นสนใจมาก

อาสาสมัคร-7 เป็นการเสริมพลังทางหนึ่ง

อาสาสมัคร-8 มีมากเกินไป เราต้องเชื่อบนพื้นฐานความจริงเสมอ

อาสาสมัคร-9 มาไกลกว่าที่คิด

อาสาสมัคร-10 ราคาแพงเกินไป

อาสาสมัคร-11 ยอดนิยม

อาสาสมัคร-12 ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ

อาสาสมัคร-13 เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ

อาสาสมัคร-14 เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ

อาสาสมัคร-15 ดี ที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ

อาสาสมัคร-16 มาแรง เพราะคนไทยอยู่กับความเชื่อมายาวนาน

อาสาสมัคร-17 ความเชื่อส่วนบุคคล วิจารณญาณส่วนบุคคล

อาสาสมัคร-18 สนใจเป็นบางอย่าง

ข้อที่ 9 แนวโน้มของตลาดความเชื่อหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 คิดว่า จะเป็นอย่างไร ?

อาสาสมัคร-1 คนน่าจะปรับพฤติกรรมการใช้มากขึ้น

อาสาสมัคร-2 เพิ่มขึ้น

อาสาสมัคร-3 ก็ยังคงมีกระแสที่ดียิ่งๆ ขึ้นไป

อาสาสมัคร-4 มากขึ้น

อาสาสมัคร-5 อาจจะมีมากขึ้น เพราะคนเรามีความหวังให้สิ่งต่างๆ ของตนเองดีขึ้น อาจจะมีสรรหาสิ่งของ วัตถุมงคลมาเพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้ตนเอง

อาสาสมัคร-6 ไม่เกี่ยวกับโควิด ความเชื่อมีได้ตลอด ยังมีความไม่สบาย ยังอยากได้ที่พึ่ง ตลาดความเชื่อก็คงโตตามนั้น

อาสาสมัคร-7 ก็ยังคงเป็นที่นิยม เพราะสถานการณ์โควิด ทำให้ผู้คนทำมาหากินยาก

อาสาสมัคร-8 ปรับตัวยาก เศรษฐกิจยังไม่ดีขึ้น

อาสาสมัคร-9 น่าจะมากขึ้น

อาสาสมัคร-10 ก็น่าจะดีขึ้น

อาสาสมัคร-11 เรื่อยๆ ไม่ดีเท่าไร

อาสาสมัคร-12 ยังไปได้เรื่อยๆ คนต้องการพลังงานเสริม

อาสาสมัคร-13 น่าจะดีมาก เพราะช่วงนี้มีแต่ความทุกข์

อาสาสมัคร-14 เป็นเรื่องที่น่ากลัว

อาสาสมัคร-15 ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

อาสาสมัคร-16 ความเชื่อก็ยังคงมีอยู่ และอาจจะมากขึ้น

อาสาสมัคร-17 เพิ่มขึ้น

อาสาสมัคร-18 เติบโต เพราะคนต้องการที่พึ่งทางใจเพื่อก้าวเดินต่อไปข้างหน้า

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตลาดธุรกิจเครื่องประดับมงคล

ข้อที่ 1 คุณมีเครื่องประดับมงคลเป็นประเภทไหน ? (แหวน จี้ สร้อย กำไล ต่างหู เข็มกลัด ตลับพก) จำนวนกี่ชิ้น?

อาสาสมัคร-1	สร้อยข้อมือ	5-6 ชิ้น
อาสาสมัคร-2	สร้อยข้อมือ	1-2 ชิ้น
อาสาสมัคร-3	แหวน จี้ สร้อยข้อมือ	5-6 ชิ้น
อาสาสมัคร-4	แหวน สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ต่างหู ที่มัดผม	มากกว่า 10 ชิ้น
อาสาสมัคร-5	จี้ สร้อยข้อมือ ต่างหู	5-6 ชิ้น
อาสาสมัคร-6	แหวน สร้อยข้อมือ	5-6 ชิ้น
อาสาสมัคร-7	สติ๊กเกอร์ตัวเลขมงคล	3-4 ชิ้น
อาสาสมัคร-8	จี้ สายสิญจน์	1-2 ชิ้น
อาสาสมัคร-9	แหวน จี้ สร้อยข้อมือ	3-4 ชิ้น

อาสาศัมคร-10	สร้อยข้อมือ กำไล	3-4 ชิ้น
อาสาศัมคร-11	แหวน จี้ สร้อยข้อมือ พระเครื่อง สติ๊กเกอร์	มากกว่า 10 ชิ้น
อาสาศัมคร-12	แหวน สร้อยคอ	5-6 ชิ้น
อาสาศัมคร-13	แหวน กำไล	3-4 ชิ้น
อาสาศัมคร-14	แหวน	1-2 ชิ้น
อาสาศัมคร-15	จี้	1-2 ชิ้น
อาสาศัมคร-16	แหวน จี้ กำไล ต่างหู	9-10 ชิ้น
อาสาศัมคร-17	แหวน สร้อยคอ กำไล ตลับพก	มากกว่า 10 ชิ้น
อาสาศัมคร-18	แหวน สร้อยข้อมือ	3-4 ชิ้น

ข้อที่ 2 สวมใส่บ่อยครั้งแค่ไหน ?

อาสาศัมคร-1	สวมใส่ทุกวัน
อาสาศัมคร-2	ไม่ได้สวมใส่
อาสาศัมคร-3	สวมใส่ทุกวัน
อาสาศัมคร-4	สวมใส่ 2-3 วัน/สัปดาห์
อาสาศัมคร-5	สวมใส่ 4-5 วัน/สัปดาห์
อาสาศัมคร-6	สวมใส่ทุกวัน
อาสาศัมคร-7	สวมใส่ทุกวัน
อาสาศัมคร-8	สวมใส่ทุกวัน
อาสาศัมคร-9	ไม่ได้สวมใส่
อาสาศัมคร-10	สวมใส่ 4-5 วัน/สัปดาห์
อาสาศัมคร-11	สวมใส่ทุกวัน
อาสาศัมคร-12	สวมใส่ทุกวัน
อาสาศัมคร-13	สวมใส่ทุกวัน
อาสาศัมคร-14	สวมใส่ทุกวัน
อาสาศัมคร-15	ไม่ได้สวมใส่
อาสาศัมคร-16	สวมใส่ 2-3 วัน/สัปดาห์
อาสาศัมคร-17	ใส่เฉพาะโอกาสสำคัญเท่านั้น
อาสาศัมคร-18	ใส่เฉพาะโอกาสสำคัญเท่านั้น

ข้อที่ 3 เครื่องประดับมงคลที่คุณสวมใส่ทำมาจากวัสดุอะไร ? มีสีสັນของเพชรพลอยเพิ่มความเป็นมงคลต่อเครื่องประดับหรือไม่ ?

อาสาสมัคร-1	หินร้อยสร้อย	ใช้พลอยตามเดือนเกิด/ราศีเกิด
อาสาสมัคร-2	หินร้อยสร้อย	ใช้พลอยตามเดือนเกิด/ราศีเกิด
อาสาสมัคร-3	งานทองเครื่องประดับ	ตามความชอบ
อาสาสมัคร-4	งานทองเครื่องประดับ	ตามความชอบ
อาสาสมัคร-5	งานทอง งานเงิน หินร้อยสร้อย	ตามความชอบ
อาสาสมัคร-6	หินร้อยสร้อย	ใช้พลอยตามเดือนเกิด/ราศีเกิด
อาสาสมัคร-7	งานพลาสติก งานคริสตัล	ใช้สีสันตามวันที่เกิด
อาสาสมัคร-8	งานพลาสติก งานคริสตัล	ใช้พลอยตามเดือนเกิด/ราศีเกิด
อาสาสมัคร-9	งานทองเครื่องประดับ	ใช้พลอยตามเดือนเกิด/ราศีเกิด
อาสาสมัคร-10	หินร้อยสร้อย	ตามความชอบ
อาสาสมัคร-11	สวมใส่ได้ทุกประเภท	ต้องปลุกเสก ลงอักขระ มวลสาร
อาสาสมัคร-12	งานทองรูปพรรณ	ตามความชอบ
อาสาสมัคร-13	งานทองรูปพรรณ	ตามความชอบ
อาสาสมัคร-14	งานทองเครื่องประดับ	ใช้สีสันตามวันที่เกิด
อาสาสมัคร-15	หินร้อยสร้อย	ตามความชอบ
อาสาสมัคร-16	งานทองเครื่องประดับ	ใช้พลอยตามเดือนเกิด/ราศีเกิด
อาสาสมัคร-17	สวมใส่ได้ทุกประเภท	ต้องปลุกเสก ลงอักขระ มวลสาร
อาสาสมัคร-18	หินร้อยสร้อย	ใช้พลอยตามเดือนเกิด/ราศีเกิด

ข้อที่ 4 คุณคิดว่ามีรูปแบบ หรือสัญลักษณ์ที่คุณเชื่อมีอะไรบ้างที่สื่อถึงความเป็นมงคล ? เกี่ยวกับความสำเร็จ ? การงาน ? การเงิน ? ความรัก ? ดีไซน์ควรเป็นอย่างไร ?

อาสาสมัคร-1	ไม่ทราบ
อาสาสมัคร-2	ไม่ทราบ
อาสาสมัคร-3	ใช้ตัวเลขบอกความหมายในเรื่องนั้นๆ โดยออกแบบตามความชอบส่วนบุคคล
อาสาสมัคร-4	รูปแบบ Infinity ได้กับทุกเรื่อง มีหินเสริมโชคประดับ แว่ววาว
อาสาสมัคร-5	เรือสำเภาทอง/ความสำเร็จ การเงิน, ม้าวิ่ง/การงาน, ความรัก/ปลาคู่ นกคู่ ออกแบบโดยใช้สัญลักษณ์มงคลต่างๆ เช่น น้ำเต้า เลข 8
อาสาสมัคร-6	ใช้สีต่างๆ บ่งบอกถึงสัญลักษณ์ เช่น สีแดง/ความรัก สีทอง/การเงิน ออกแบบแบบเรียบง่ายใส่ได้ทุกสถานการณ์
อาสาสมัคร-7	แบบแหวนมังกร

อาสาสมัคร-8 สัญลักษณ์ไม่ทราบ แต่อยากได้แบบที่สวมใส่ติดตัวได้กะทัดรัด สะดวกไม่สะดุดตา เรียบง่ายแต่ไม่เชยไม่เก่า คมโชนให้เข้ากับยุคสมัย

อาสาสมัคร-9 ไม่ทราบ

อาสาสมัคร-10 การเงิน/ปลา หยดน้ำ, การงาน/ม้า เรือสำเภา ช้าง, ความรัก/หัวใจ หงส์คู่

อาสาสมัคร-11 ไม่ทราบ แต่ต้องไม่แพง สมราคา

อาสาสมัคร-12 ไม่ทราบ

อาสาสมัคร-13 ไม่ทราบ

อาสาสมัคร-14 ไม่ทราบ

อาสาสมัคร-15 รูปแบบ Infinity ออกแบบเป็นจี้ แคลปซูล

อาสาสมัคร-16 การเงิน/ลายน้ำ เงินไหลมาเทมา, ความรักและความร่ำรวย/รูปแบบ Infinity

อาสาสมัคร-17 ไม่ทราบ

อาสาสมัคร-18 สัญลักษณ์ไม่ทราบ แต่อยากได้แบบที่เรียบง่าย แต่ดูแพง

**ข้อที่ 5 คุณคิดว่าเลขศาสตร์ เลขมงคล สามารถเพิ่มความเป็นสิริมงคลของ
เครื่องประดับได้อย่างไร ?**

อาสาสมัคร-1 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-2 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-3 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-4 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-5 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-6 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-7 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-8 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-9 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-10 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-11 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-12 แล้วแต่ดีไซน์

อาสาสมัคร-13 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-14 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-15 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-16 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-17 มีตัวเลข/คู่เลข/ชุดเลขมงคล แฝงอยู่บนตัวเรือน

อาสาสมัคร-18 มีจำนวนเพชร/พลอย หรือน้ำหนัก ที่มีนัยยะตรงกับความหมายของเลขมงคล

ข้อที่ 6 คุณคิดว่าราคาของเครื่องประดับมงคล ควรอยู่ที่เท่าไร ?

อาสาสมัคร-1 300 บาทขึ้นไป

อาสาสมัคร-2 ไม่เกิน 1,000 บาท

อาสาสมัคร-3 100-10,000 บาท ขึ้นอยู่กับวัสดุที่นำมาผลิต

อาสาสมัคร-4 160-2,600 บาท

อาสาสมัคร-5 ไม่เกิน 2,500 บาท

อาสาสมัคร-6 หลักร้อยขึ้นไป ขึ้นอยู่กับวัสดุ

อาสาสมัคร-7 แล้วแต่การออกแบบ

อาสาสมัคร-8 ไม่เกิน 500-1,000 บาท

อาสาสมัคร-9 2,000 บาท

อาสาสมัคร-10 แล้วแต่วัสดุของเครื่องประดับ

อาสาสมัคร-11 แล้วแต่ว่าทองแท้ ทองชุบ เงิน ขึ้นอยู่ว่าใช้แล้วไม่ดีก็วางไว้เฉยๆ

อาสาสมัคร-12 ไม่เกิน 1,000 บาท

อาสาสมัคร-13 ไม่เกิน 10,000 บาท

อาสาสมัคร-14 5,000 บาท

อาสาสมัคร-15 1,000 บาท

อาสาสมัคร-16 ขึ้นอยู่กับดีไซน์ และวัสดุที่ใช้

อาสาสมัคร-17 แล้วแต่วัสดุ

อาสาสมัคร-18 ราคาจับต้องได้ ไม่แพงจนเกินไป

ข้อที่ 7 เหตุผลอะไรที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?

อาสาสมัคร-1 ตามกระแส ตามแฟชั่น

อาสาสมัคร-2 ตามกระแส ตามแฟชั่น

อาสาสมัคร-3 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม, เพื่อสะสมเก็บเป็นมรดก

อาสาสมัคร-4 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม

อาสาสมัคร-5 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม

อาสาสมัคร-6 เพื่อเพิ่มความมั่นใจ

อาสาสมัคร-7 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม, เพื่อการลงทุนเกรงกำไร, เพื่อเป็นของขวัญใน

โอกาสพิเศษ

อาสาสมัคร-8 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม, เพื่อการลงทุนเกรงกำไร, เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ

อาสาสมัคร-9 เพื่อการลงทุนเกรงกำไร, เพื่อสะสมเก็บเป็นมรดก, เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ

อาสาสมัคร-10 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม

อาสาสมัคร-11 เพื่อการลงทุนเกรงกำไร, เพื่อตอบโจทย์ที่เราต้องการ คำขายดี เงินเข้ามาก ๆ กว่าเดิม

อาสาสมัคร-12 เพื่อสะสมเก็บเป็นมรดก

อาสาสมัคร-13 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม

อาสาสมัคร-14 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม

อาสาสมัคร-15 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม, เพื่อการลงทุนเกรงกำไร, เพื่อสะสมเก็บเป็นมรดก, เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ, เพื่อบูชา

อาสาสมัคร-16 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม, เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ

อาสาสมัคร-17 เพื่อสวมใส่ตามความสวยงาม

อาสาสมัคร-18 ขึ้นอยู่กับความเชื่อ และความชอบ

ข้อที่ 8 คุณคิดว่าเครื่องประดับมงคลสามารถหาซื้อได้ที่ไหนถึงจะเหมาะสม ?

อาสาสมัคร-1 ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ตามตลาดนัด ถนนคนเดิน

อาสาสมัคร-2 ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล

อาสาสมัคร-3 ร้านทองรูปพรรณ, ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล, ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล

อาสาสมัคร-4 ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล, ตามตลาดนัด ถนนคนเดิน, จากการออกบูธ งานแฟร์ต่างๆ

อาสาสมัคร-5 ร้านทองรูปพรรณ, ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล, ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล, ตามตลาดนัด ถนนคนเดิน

อาสาสมัคร-6 ร้านทองรูปพรรณ, ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล, ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล, ตามตลาดนัด ถนนคนเดิน

อาสาสมัคร-7 ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล

อาสาสมัคร-8 ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล, ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล, ผ่านบุคคลที่ไว้ใจได้

อาสาสมัคร-9 ร้านทองรูปพรรณ, ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล, ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล

อาสาสมัคร-10 ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล, ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล

อาสาสมัคร-11 ผ่านบุคคลที่ไว้ใจได้

อาสาสมัคร-12 ร้านทองรูปพรรณ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล

อาสาสมัคร-13 ร้านทองรูปพรรณ, ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ

อาสาสมัคร-14 ร้านทองรูปพรรณ, ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล, ตามตลาดนัด ถนนคนเดิน

อาสาสมัคร-15 ร้านทองรูปพรรณ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล

อาสาสมัคร-16 ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล

อาสาสมัคร-17 ร้านค้าเครื่องประดับต่างๆ, ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล, ร้านค้าออนไลน์ตามสื่อโซเชียล, ตามตลาดนัด ถนนคนเดิน

อาสาสมัคร-18 ร้านค้า/สถานที่จำหน่ายวัตถุมงคล

ข้อที่ 9 จำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน หรือจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ ช่องทางไหน

ส่งผลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับมงคล ?

อาสาสมัคร-1 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-2 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-3 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-4 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-5 จำหน่ายทางหน้าร้าน

อาสาสมัคร-6 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-7 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-8 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-9 จำหน่ายทางหน้าร้าน

อาสาสมัคร-10 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-11 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-12 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-13 จำหน่ายทางหน้าร้าน

อาสาสมัคร-14 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาสมัคร-15 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาศัมคร-16 ทั้ง 2 ช่องทาง

อาสาศัมคร-17 จำหน่ายทางหน้าร้าน

อาสาศัมคร-18 จำหน่ายทางหน้าร้าน

ข้อที่ 10 รูปแบบการจำหน่ายแบบออนไลน์ที่เลือกซื้อคือ ?

อาสาศัมคร-1 ผ่านโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว ในโซเชียล

อาสาศัมคร-2 ผ่านโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว และการ Live สด ในโซเชียล

อาสาศัมคร-3 ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล และผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาศัมคร-4 ผ่านโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว ในโซเชียล

อาสาศัมคร-5 ผ่านโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว, ผ่านมาเก็ตเพลสในโซเชียล และผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาศัมคร-6 ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล และผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาศัมคร-7 ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล และผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาศัมคร-8 ผ่านโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว, การ Live สด และผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล

อาสาศัมคร-9 ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล

อาสาศัมคร-10 ผ่านโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว, การ Live สด, ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล, ผ่านมาเก็ตเพลสในโซเชียล และผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาศัมคร-11 ผ่านการ Live สด, ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล และผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาศัมคร-12 ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล และผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาศัมคร-13 ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล และผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาศัมคร-14 ผ่านโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว, การ Live สด, ผ่านผู้ที่นำเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล, ผ่านมาเก็ตเพลสในโซเชียล และผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาศัมคร-15 ผ่านแอปพลิเคชันผ่านทางร้านค้าโดยตรง

อาสาสมัคร-16 ผ่านโพสต์รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว และการ Live สด ในโซเชียล

อาสาสมัคร-17 ไม่เลือกซื้อผ่านออนไลน์

อาสาสมัคร-18 ผ่านผู้ที่น่าเชื่อถือ/ผู้ที่มีอิทธิพล ในโซเชียล

ข้อที่ 11 เหตุผลที่คุณเลือกซื้อเครื่องประดับมงคลจากช่องทางข้างต้น (หน้าร้าน/ออนไลน์) เพราะอะไร ?

อาสาสมัคร-1 พนักงานขายแนะนำสินค้าได้ดี และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-2 ราคาสินค้า และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-3 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า, ราคาสินค้า และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-4 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า และราคาสินค้า

อาสาสมัคร-5 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า, ราคาสินค้า, ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า, สินค้ามีโปรโมชั่น และแพ็คเกจสวยงาม

อาสาสมัคร-6 ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า

อาสาสมัคร-7 พนักงานขายแนะนำสินค้าได้ดี และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-8 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า, ราคาสินค้า, ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า, สินค้ามีโปรโมชั่น, แพ็คเกจสวยงาม, พนักงานขายแนะนำสินค้าได้ดี, มีโฆษณาข่าวสารให้ติดตาม และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-9 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า, ราคาสินค้า, แพ็คเกจสวยงาม และพนักงานขายแนะนำสินค้าได้ดี

อาสาสมัคร-10 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า, ราคาสินค้า, ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า และสินค้ามีโปรโมชั่น

อาสาสมัคร-11 ราคาสินค้า, ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า, มีโฆษณาข่าวสารให้ติดตาม และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-12 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า, ราคาสินค้า, ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า, สินค้ามีโปรโมชั่น, แพ็คเกจสวยงาม, พนักงานขายแนะนำสินค้าได้ดี, มีโฆษณาข่าวสารให้ติดตาม และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-13 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า, ราคาสินค้า และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-14 ราคาสินค้า, สินค้ามีโปรโมชั่น และแพ็คเกจสวยงาม

อาสาสมัคร-15 มีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-16 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า, ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า, พนักงานขายแนะนำสินค้าได้ดี และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-17 คุณภาพ/ความหลากหลายของสินค้า, พนักงานขายแนะนำสินค้าได้ดี และมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

อาสาสมัคร-18 ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า

ข้อที่ 12 ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับมงคล ?

อาสาสมัคร-1 ตัวเอง, เพื่อน, ฟรีเซ็นเตอร์/ดารา/ผู้ที่เชื่อถือได้ และพนักงานขาย/ผู้ที่ตอบข้อสงสัย

อาสาสมัคร-2 ตัวเอง

อาสาสมัคร-3 ตัวเอง และคู่รัก/แฟน

อาสาสมัคร-4 ตัวเอง

อาสาสมัคร-5 ตัวเอง

อาสาสมัคร-6 ตัวเอง, คู่รัก/แฟน และฟรีเซ็นเตอร์/ดารา/ผู้ที่เชื่อถือได้

อาสาสมัคร-7 ตัวเอง

อาสาสมัคร-8 ตัวเอง, คู่รัก/แฟน, พ่อแม่ญาติพี่น้อง บุคคลในครอบครัว, เพื่อน และพนักงานขาย/ผู้ที่ตอบข้อสงสัย

อาสาสมัคร-9 ตัวเอง

อาสาสมัคร-10 ตัวเอง

อาสาสมัคร-11 ตัวเอง และฟรีเซ็นเตอร์/ดารา/ผู้ที่เชื่อถือได้

อาสาสมัคร-12 ตัวเอง

อาสาสมัคร-13 ตัวเอง

อาสาสมัคร-14 ตัวเอง

อาสาสมัคร-15 ตัวเอง

อาสาสมัคร-16 ตัวเอง

อาสาสมัคร-17 ตัวเอง และพนักงานขาย/ผู้ที่ตอบข้อสงสัย

อาสาสมัคร-18 ตัวเอง

ข้อที่ 13 บรรจุภัณฑ์มีผลต่อเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?

อาสาสมัคร-1 มี

อาสาสมัคร-2 มี

อาสาศัมคร-3	มี
อาสาศัมคร-4	มี
อาสาศัมคร-5	ไม่มี
อาสาศัมคร-6	ไม่มี
อาสาศัมคร-7	มี
อาสาศัมคร-8	มี
อาสาศัมคร-9	มี
อาสาศัมคร-10	มี
อาสาศัมคร-11	ไม่มี
อาสาศัมคร-12	ไม่มี
อาสาศัมคร-13	ไม่มี
อาสาศัมคร-14	มี
อาสาศัมคร-15	มี
อาสาศัมคร-16	มี
อาสาศัมคร-17	มี
อาสาศัมคร-18	ไม่มี

ข้อที่ 14 คุณคิดว่าควรมีช่องทางในการรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับมงคลหรือไม่ ?

อาสาศัมคร-1	ควรมี
อาสาศัมคร-2	ไม่ควรมี ไม่จำเป็น
อาสาศัมคร-3	ควรมี
อาสาศัมคร-4	ควรมี
อาสาศัมคร-5	ไม่ควรมี ไม่จำเป็น
อาสาศัมคร-6	ควรมี
อาสาศัมคร-7	ควรมี
อาสาศัมคร-8	ควรมี
อาสาศัมคร-9	ควรมี
อาสาศัมคร-10	ควรมี
อาสาศัมคร-11	ควรมี
อาสาศัมคร-12	ควรมี

อาสาสมัคร-13 ควรมี

อาสาสมัคร-14 ควรมี

อาสาสมัคร-15 ควรมี

อาสาสมัคร-16 ควรมี

อาสาสมัคร-17 ไม่ควรมี ไม่จำเป็น

อาสาสมัคร-18 ควรมี

ข้อที่ 15 ถ้ามีเครื่องประดับมงคลที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ? รูปแบบควรจะเป็นอย่างไร ?

อาสาสมัคร-1 ออกแบบให้ใส่ง่าย

อาสาสมัคร-2 สวย พกพาง่าย

อาสาสมัคร-3 สลักตัวเลขคู่อันดับมงคลไว้บนเครื่องประดับ

อาสาสมัคร-4 ทันสมัย แบบไม่เคยเห็น เป็นรุ่นใหม่

อาสาสมัคร-5 แหวนมงคลใน Lazada หรือ ต่างหูตัวเลข ส่วนตัวชอบเครื่องประดับสี แต่ไม่
อยากให้ใครเห็น เช่น แหวนเงินฝังพลอย 9 ชนิดด้านใน

อาสาสมัคร-6 มีตัวเลขมงคลแฝงในเครื่องประดับ

อาสาสมัคร-7 ไม่มีคำตอบ

อาสาสมัคร-8 เรียบหรู ดูแพง ไม่สะดุดตา

อาสาสมัคร-9 เลขหลังกำไล

อาสาสมัคร-10 สวยงาม เรียบหรู ดูดี ไม่แะกะ

อาสาสมัคร-11 ใส่สบาย สวยงาม มีราคาไม่แพง

อาสาสมัคร-12 ไม่มีคำตอบ

อาสาสมัคร-13 ไม่มีคำตอบ

อาสาสมัคร-14 ไม่มีคำตอบ

อาสาสมัคร-15 ดี

อาสาสมัคร-16 สวย กะทัดรัด ใส่ได้ทุกวัน

อาสาสมัคร-17 ไม่มีคำตอบ

อาสาสมัคร-18 มีตัวเลขแฝง

ข้อที่ 16 ถ้ามีแหวนมงคลที่ออกแบบตามหลักเลขศาสตร์ ออกสู่ท้องตลาด คุณ
คิดเห็นอย่างไร ? ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ?

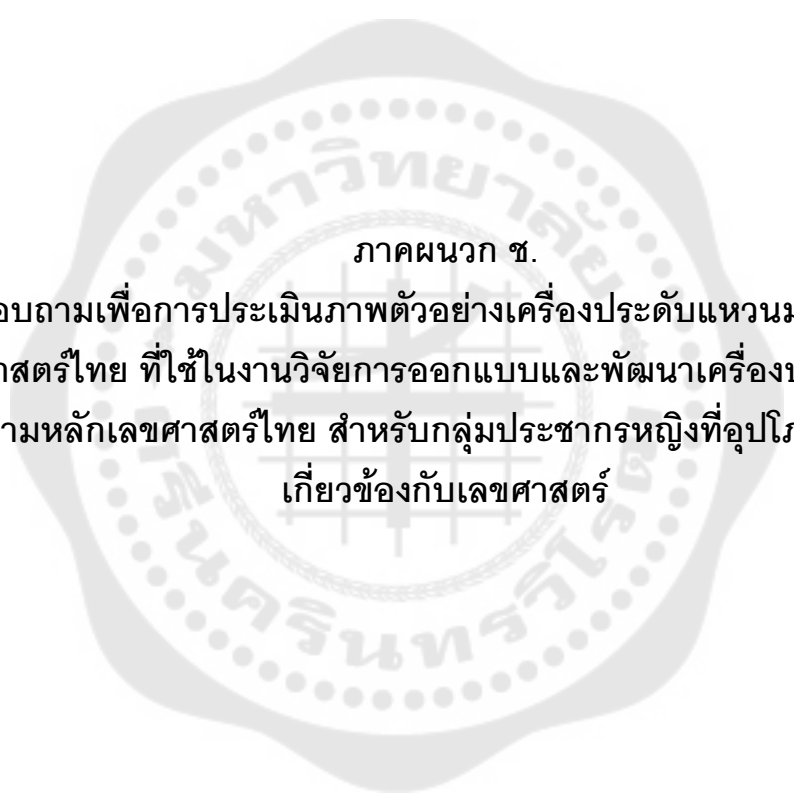
อาสาสมัคร-1 ดี เสริมดวง

- อาสาสมัคร-2 ดี
 อาสาสมัคร-3 เห็นจำหน่ายในท้องตลาดบ้างแล้ว
 อาสาสมัคร-4 กำลังเป็นที่นิยม
 อาสาสมัคร-5 ก็มีคนซื้อแหละ
 อาสาสมัคร-6 น่าสนใจ เพราะชอบทางนี้
 อาสาสมัคร-7 น่าสนใจ
 อาสาสมัคร-8 ดี มีไว้ยืดเหนียว ติดตัวได้สะดวก
 อาสาสมัคร-9 น่าจะขายได้
 อาสาสมัคร-10 ดี เป็นการตลาดอย่างหนึ่ง แต่ไม่ได้มีผลมากมาย
 อาสาสมัคร-11 ดี มีให้เลือกหลายๆ ร้าน
 อาสาสมัคร-12 ไม่สนใจ
 อาสาสมัคร-13 แหวนเป็นอะไรที่ใส่ง่าย ราคาพอซื้อได้ ดีไซท์ได้หลากหลาย
 อาสาสมัคร-14 ดี พกติดตัวง่าย
 อาสาสมัคร-15 ดี
 อาสาสมัคร-16 น่าประหลาดใจ เพราะยังไม่เห็นมีใครเขาทำกัน
 อาสาสมัคร-17 ไม่มีคำตอบ
 อาสาสมัคร-18 สนใจอยากเห็น

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

- อาสาสมัคร-1 -3 ไม่มี
 อาสาสมัคร-4 ควรมีหลายวัสดุ หลายราคา
 อาสาสมัคร-5 ชอบคำถาม
 อาสาสมัคร-6 ยินดีที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย
 อาสาสมัคร-7 เป็นงานวิจัยที่น่าสนใจ ควรมีแบบแหวนออกมาโดยที่ลูกค้าสามารถสั่งทำตามแบบที่มี โดยใช้วัสดุที่แตกต่างกัน เช่นทำจากทอง
 อาสาสมัคร-8 -18 ไม่มี

ทั้งหมดนี้ก็เป็นประเด็นคำถามที่ถามผ่าน Google form โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 15
 กุมภาพันธ์ 2564 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2564 รวมระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล 45 วัน โดยมี
 อาสาสมัครที่ตอบรับการเข้าร่วมโครงการวิจัย ทั้งหมด 18 ท่าน



ภาคผนวก ซ.

แบบสอบถามเพื่อการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลัก
เลขศาสตร์ไทย ที่ใช้ในงานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวน
มงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่
เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

แบบสอบถามเพื่อการประเมิน

เรื่อง การประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ที่ใช้ใน
งานวิจัยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์

คำชี้แจง

แบบสอบถามเพื่อการประเมินนี้ จัดทำเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำปฏิญานินพนธ์
ของนิสิต ระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสาร
สังคม หลักสูตรออกแบบเพื่อธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย
2. เพื่อการออกแบบแผนธุรกิจเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย

จึงขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จะเป็น
ประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย คำตอบและความคิดเห็นของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดย
ใช้ข้อมูลนำเสนอเป็นภาพรวมเท่านั้น จะไม่มีการเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น หรือองค์กรอื่นใด และจะไม่
มีผลกระทบต่อผู้ถูกสัมภาษณ์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามไว้ ณ
โอกาสนี้

แบบสอบถามเพื่อการประเมินครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ดังนี้

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์
ไทย พร้อมรายละเอียด และแบบการประเมินภาพแบบตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

นราบดีนทร์ ศิริวารินทร์

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เบอร์ติดต่อ 0657478956

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

รหัสอาสาสมัคร.....

ส่วนที่ 2 ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนตามหลักเลขศาสตร์ไทย พร้อมรายละเอียด และแบบการประเมินภาพแบบตัวอย่าง

โดยแบ่งออกเป็น

1. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ
2. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน
3. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน
4. ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก

คำชี้แจง

ให้ผู้ประเมิน โปรดใส่เครื่องหมาย (o) ให้คะแนนที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ตามรายละเอียดคำถามของส่วนผสมทางการตลาด

โดยกำหนดให้มาตรประเมินสเกลเชิงเส้น (Linear Scale) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยให้เกณฑ์ระดับ 10 คะแนน คือ

ค่าน้ำหนัก

1---2---3---4---5---6---7---8---9---10

ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านความสำเร็จแบบที่ 1 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก ไบร้งเรือสำเภา ที่กำลังปลิวไหว แล่นอยู่กลางทะเล ตัวเรือนสีทองขาว ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 15 เม็ด รวม 15 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 15 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ ไบร้งเรือสำเภา แทนความสำเร็จ กิจการราบรื่น คำขายร่ำรวย เหมือนเรือที่นำ ความสำเร็จแล่นเข้ามาหาผู้สวมใส่ เลขมงคลหลัก 15 คือ พลังแห่งความสมบูรณ์ รุ่งโรจน์สดใส สำเร็จในทุกด้าน มีชื่อเสียง เกียรติยศ อำนาจ ผู้ใหญ่เมตตาช่วยเหลือ เลขมงคลรอง 6 (1+5) คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้ หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งาน ชุบสองสี

คำแนะนำ

1---2---3---4---5---6---7---8---9---10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านความสำเร็จแบบที่ 2 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก ไบร้งเรือสำเภา 9 ใบ ที่กำลังแล่นอยู่กลางทะเล จำนวน 9 ลำ ตัวเรือนสีทองขาว ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 9 เม็ด รวม 9 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 9 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ ไบร้งเรือสำเภา แทนความสำเร็จ กิจการราบรื่น ค้าขายร่ำรวย เหมือนเรือที่นำความสำเร็จแล่นเข้ามาหาผู้สวมใส่ เลขมงคลหลัก 9 คือ พลังของพระเกตุ หรือพลังแห่งความลึกซึ้ง มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง รุ่งเรืองเจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ เลขมงคลรอง 99 คือ พลังแห่งปาฏิหาริย์ พระคุ้มครอง สุขความเจริญก้าวหน้า สิ่งเร้นลับ	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสลับตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี งานสามสี (งานสามกษัตริย์)

ค่านำหนัก

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านความสำเร็จแบบที่ 3 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เลข 9 โดยการนำเลข 9 ไขว้กัน ตัวเรือนสองสี (ทองขาว/เหลืองทอง) ประดับเพชร ประกอบด้วยเพชรขนาด 9 ตังค์ 1 เม็ด และเพชรขนาด 1.5 ตังค์ 4 เม็ด รวมทั้งหมด 5 เม็ด 15 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 9 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ เลข 9 แทนความก้าวหน้า เลขมงคลของไทย เลขมงคลหลัก 9 คือ พลังของพระเกตุ หรือพลังแห่งความลึกกลับ มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง รุ่งเรือง เจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ เลขมงคลรอง 5 คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม 6 (1+5) คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง 15 คือ พลังแห่งความสมบูรณ์ รุ่งโรจน์สดใส สำเร็จในทุกด้าน อำนาจ ผู้ใหญ่คอยช่วยเหลือ 95 คือ พลังแห่งความสมบูรณ์พูนสุข เจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า มีชื่อเสียงเกียรติยศ มีทรัพย์ลาภยศ 99 คือ พลังแห่งปาฏิหาริย์ พระคุ้มครอง สุขความเจริญก้าวหน้า สิ่งเร้นลับ	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสับนตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ

ค่าน้ำหนัก

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

แบบการประเมินเกี่ยวกับเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ กับ
ส่วนผสมทางการตลาด

ภาพตัวอย่างแหวนมงคลตามหลัก เลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ	รายละเอียดทางการตลาด
	แบบที่ 1 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 11,000 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,490 บาท
	แบบที่ 2 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 9,500 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,390 บาท
	แบบที่ 3 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 11,500 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,490 บาท

ถ้ามีเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จข้างต้น ท่านจะเลือกซื้อ

แบบไหน ? โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ลงใน [] แบบแหวนที่ท่านจะเลือกซื้อมากที่สุด

[] แบบที่ 1

[] แบบที่ 2

[] แบบที่ 3

[] งานทอง 9K [] S.925

[] งานทอง 9K [] S.925

[] งานทอง 9K [] S.925

จากแหวนวงที่ท่านเลือกซื้อ โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ให้คะแนนที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ตามรายละเอียดคำถามของส่วนสมทางการตลาด โดยกำหนดให้มาตรประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้เกณฑ์ระดับ 5 คะแนน คือ

ค่าน้ำหนัก 1 2 3 4 5
ระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด น้อย มาก ปานกลาง มากที่สุด

แหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความสำเร็จ	ระดับความพึงพอใจ				
ส่วนสมทางการตลาด	1	2	3	4	5
1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา					
2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด					
3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน					
4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม					
5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด					
6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน					
7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน					
8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน					
9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดูดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้					
10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ					
11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน					
12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์หรือมาร์เก็ตเพลสได้					
13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด					
14.แหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้					
15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี					

ข้อเสนอแนะ

.....

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านการงานแบบที่ 1 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เกล็ดมังกรที่ซ้อนทับกัน แล้วพันรอบนิ้วเหมือนกำลังเคลื่อนไหวไปมา ตัวเรือนสองสี (ทองขาว/เหลืองทอง) แหวนประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 14 เม็ด รวม 14 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 14 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ มังกร แทนความรุ่งเรือง การส่งเสริมธุรกิจการค้า ช่วยเรียกโชคลาภ เลขมงคลหลัก 14 คือ พลังมหากจักรวาล รุ่งโรจน์ สุขสบายก้าวหน้า มั่นคง แก้ปัญหาเก่ง ผู้ใหญ่เมตตาช่วยเหลือ เลขมงคลรอง 5 (1+4) คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้ หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งาน ชุบสองสี
ค่านำหนัก ระดับความพึงพอใจ	1----2----3----4----5----6----7----8----9----10 ชอบน้อยที่สุด ชอบมากที่สุด

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านการงานแบบที่ 2 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เกล็ดมังกรที่ซ้อนทับกัน แล้วพันรอบนิ้วเหมือนกำลังเคลื่อนไหวไปมา และรูปทรง Infinity ที่เกิดจากการไขว้กันของตัวมังกร ตัวเรือนสองสี (ทองขาว/เหลืองทอง) แหวนประดับเพชรขนาด 0.5 ตังค์ 28 เม็ด รวม 14 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 14 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ มังกร แทนความรุ่งเรือง การส่งเสริมธุรกิจการค้า ช่วยเรียกโชคลาภ Infinity แทนความไม่สิ้นสุด ความรุ่งเรืองแบบไม่สิ้นสุด เลขมงคลหลัก 14 คือ พลังมหาจักรวาล รุ่งโรจน์ สุขสบายก้าวหน้า มั่นคง แก้ปัญหาเก่ง ผู้ใหญ่เมตตาคอยช่วยเหลือ เลขมงคลรอง 1 ($2+8=10, 1+0=1$) คือ พลังแห่งดวงอาทิตย์ ราชาแห่งดวงดาว มีชื่อเสียงเกียรติยศ มีวาสนา ทะเยอทะยาน รักความก้าวหน้า เป็นผู้ผู้นำ 5 ($1+4$) คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสลับในตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

ค่าน้ำหนัก

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านการงานแบบที่ 3 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เกดัดมังกรที่ซ้อนทับกัน เหมือนมังกรคู่พันรอบนิ้วเคลื่อนไหวไปมา ไปทางซ้าย-ขวา วนเวียนไม่มีที่สิ้นสุด เพชรเม็ดกลางเหมือนลูกแก้วมังกร ที่มังกรคู่เฝ้าสมบัติสิ่งมีค่าไว้ ตัวเรือนสองสี (ทองขาว/เหลืองทอง) ประดับเพชรขนาด 14 ตังค์ 1 เม็ด และเพชร 1 ตังค์ 14 เม็ด รวมทั้งหมด 15 เม็ด 28 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 14 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ มังกร แทนความรุ่งเรือง การส่งเสริมธุรกิจการค้า ช่วยเรียกโชคลาภ เลขมงคลหลัก 14 คือ พลังมหากักรวาล รุ่งโรจน์ สุขสบายก้าวหน้า มั่นคง ผู้ใหญ่เมตตาช่วยเหลือ เลขมงคลรอง 1 ($2+8=10, 1+0=1$) คือ พลังแห่งดวงอาทิตย์ ราชาแห่งดวงดาว มีชื่อเสียงเกียรติยศ มีวาสนาทะเยอทะยาน รักความก้าวหน้า เป็นผู้นำ 4 ($1+4$) คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม 15 คือ พลังแห่งความสมบูรณ์ รุ่งโรจน์สดใส สำเร็จในทุกด้าน อำนวย ผู้ใหญ่คอยช่วยเหลือ	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

คำแนะนำ

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

แบบการประเมินเกี่ยวกับเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน กับ
ส่วนผสมทางการตลาด

ภาพตัวอย่างแหวนมงคลตามหลัก เลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน	รายละเอียดทางการตลาด
	แบบที่ 1 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 9,800 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,390 บาท
	แบบที่ 2 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 13,400 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,790 บาท
	แบบที่ 3 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 11,100 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,790 บาท

ถ้ามีเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงานข้างต้น ท่านจะเลือกซื้อแบบ

ไหน ? โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ลงใน [] แบบแหวนที่ท่านจะเลือกซื้อมากที่สุด

[] แบบที่ 1

[] แบบที่ 2

[] แบบที่ 3

[] งานทอง 9K [] S.925

[] งานทอง 9K [] S.925

[] งานทอง 9K [] S.925

จากแหวนวงที่ท่านเลือกซื้อ โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ให้คะแนนที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ตามรายละเอียดคำถามของส่วนสมทางการตลาด โดยกำหนดให้มาตรประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้เกณฑ์ระดับ 5 คะแนน คือ

ค่าน้ำหนัก 1 2 3 4 5
ระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด น้อย มาก ปานกลาง มากที่สุด

แหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการงาน	ระดับความพึงพอใจ				
ส่วนสมทางการตลาด	1	2	3	4	5
1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา					
2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด					
3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน					
4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม					
5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด					
6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน					
7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน					
8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน					
9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดูดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้					
10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ					
11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน					
12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์หรือมาร์เก็ตเพลสได้					
13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด					
14.แหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้					
15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี					

ข้อเสนอแนะ

.....

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านการเงินแบบที่ 1 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก หยดน้ำที่ไหลไขว่กัน คล้ายกับปลาว่ายทวนกัน มีทั้งหมด 6 คู่ ตัวเรือนสีเหลืองทอง เป็นแหวนรอบนิ้ว ประดับเพชรขนาด 2 ดั้งค์ 12 เม็ด รวม 24 ดั้งค์ สลักตัวเลขมงคล 24 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ หยดน้ำที่ไหลไขว่กัน แสดงถึง โชคลาภเงินทองที่ไหลหมุนเวียนตลอดเวลา ปลาว่าย แสดงถึง โชคลาภ ผลกำไร ความอุดมสมบูรณ์ สีตัวเรือนหลัก คือ สีทอง แสดงถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวยเงินทอง เลขมงคลหลัก 24 คือ พลังแห่งความมงคลสำเร็จ ชีวิตสุขสบาย มีโชคด้านเงินทองมากมาย มีเสน่ห์ด้านคำพูด เพื่อนฝูงให้การอุปถัมภ์ เลขมงคลรอง 6 (2+4) คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสลับในตัวเรือนได้ หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี งานสามสี (งานสามกษัตริย์)

คำแนะนำ

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านการเงินแบบที่ 2 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก หยดน้ำที่หล่อหลอมรวมกัน เมื่อมารวมกันแล้ว ด้านบนของแหวนคล้ายดอกโบตั๋น หรือดอกพีโอนี ด้านข้างของแหวนคล้ายสัญลักษณ์ Infinity ตัวเรือนสีเหลืองทอง ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 46 เม็ด รวม 46 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 46 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ หยดน้ำที่หล่อหลอมรวมกัน แสดงถึง โชคลาภเงินทอง เมื่อมารวมกันแล้ว ดอกโบตั๋น หรือดอกพีโอนี แสดงถึง ความมั่งคั่ง ร่ำรวย เกียรติยศ รูปแบบ Infinity ความไม่สิ้นสุด ความรวยไม่สิ้นสุด สีตัวเรือนหลัก คือ สีทอง แสดงถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวยเงินทอง เลขมงคลหลัก 46 คือ พลังแห่งความสุข ชีวิตสบาย การเงินคล่องตัว ร่ำรวย สำเร็จ ก้าวหน้า เลขมงคลรอง 1 ($4+6=10, 1+0=1$) คือ พลังแห่งดวงอาทิตย์ ราชาแห่งดวงดาว มีชื่อเสียง เกียรติยศ มีวาสนา ทะเยอทะยาน รักความก้าวหน้า เป็นผู้ผู้นำ	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

คำแนะนำนัก

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านการเงินแบบที่ 3 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก หยดน้ำทั้ง 8 มุม 8 ทิศ สายน้ำที่เคลื่อนไหวทุกทิศทาง คล้ายกับ อักษรวน 卩 โบราณ ตัวเรือนสีเหลืองทอง เป็นแหวนรอบนิ้ว ประดับเพชรขนาด 3 ตังค์ 8 เม็ด และเพชร 1 ตังค์ 32 เม็ด รวมทั้งหมด 40 เม็ด 56 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 56 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ หยดน้ำ สายน้ำ แสดงถึง โชคลาภเงินทอง หยดน้ำที่มี 8 ทิศ 8 ตำแหน่ง แสดงถึง โชคลาภ ลาภลอยที่เข้ามาทั้ง 8 ทิศทาง เลขนำโชคของชาวจีน รูปแบบอักษรวนโบราณ 卩 (เพ็ญ) แสดงถึง ความมั่งคั่งร่ำรวย สีตัวเรือนหลัก คือ สีทอง แสดงถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวยเงินทอง เลขมงคลหลัก 56 คือ พลังแห่งคู่ทรัพย์คู่โชค ชีวิตโดดเด่น มีรายได้หลายทาง หาเงินเก่ง มีโชค ลาภวาสนา เจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า เลขมงคลรอง 2 ($5+6=11, 1+1=2$) คือ พลังแห่งดวงจันทร์ ราชีนีแห่งดวงดาว มีจินตนาการ คิดฝัน มีเสน่ห์ 4 ($4+0$) คือ พลังแห่งดาวพุธ เทพการเจรจา พลังแห่งสติปัญญาฉลาดมีไหวพริบ ติดต่อสื่อสาร 40 คือ พลังอำนาจ ความสำเร็จงดงาม ชีวิตสุขสบาย ฐานะมั่นคงร่ำรวย มีชื่อเสียงลาภยศ	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้ หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี งานสามสี (งานสามกษัตริย์)

คำนำหน้า

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

แบบการประเมินเกี่ยวกับเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน กับ
ส่วนผสมทางการตลาด

ภาพตัวอย่างแหวนมงคลตามหลัก เลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	รายละเอียดทางการตลาด
	แบบที่ 1 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 11,700 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,590 บาท
	แบบที่ 2 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 16,000 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 2,190 บาท
	แบบที่ 3 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 18,000 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,890 บาท

ถ้ามีเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงินข้างต้น ท่านจะเลือกซื้อแบบ

ไหน ? โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ลงใน [] แบบแหวนที่ท่านจะเลือกซื้อมากที่สุด

[] แบบที่ 1

[] แบบที่ 2

[] แบบที่ 3

[] งานทอง 9K [] S.925

[] งานทอง 9K [] S.925

[] งานทอง 9K [] S.925

จากแหวนวงที่ท่านเลือกซื้อ โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ให้คะแนนที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ตามรายละเอียดคำถามของส่วนสมทการทดลอง โดยกำหนดให้มาตรประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้เกณฑ์ระดับ 5 คะแนน คือ

ค่าน้ำหนัก 1 2 3 4 5
ระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด น้อย มาก ปานกลาง มากที่สุด

แหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านการเงิน	ระดับความพึงพอใจ				
ส่วนสมทการทดลอง	1	2	3	4	5
1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา					
2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด					
3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน					
4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม					
5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด					
6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน					
7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน					
8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน					
9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดูดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้					
10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ					
11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน					
12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์หรือมาร์เก็ตเพลสได้					
13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด					
14.แหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้					
15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี					

ข้อเสนอแนะ

.....

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านความรักแบบที่ 1 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เครื่องหมาย Infinity ความรักที่ชั่วนิรันดร์ รักไม่มีที่สิ้นสุด ออกแบบให้มีลักษณะคล้ายเลข 8 เพื่อเพิ่มความเป็นสิริมงคล โชคลาภตามความเชื่อของจีน ตัวเรือนสีเหลืองทองชมพู ประดับเพชรขนาด 23 ตังค์ 1 เม็ด และเพชร 1 ตังค์ 23 เม็ด รวมทั้งหมด 24 เม็ด 46 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 23 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ รูปแบบ Infinity แสดงถึง ความไม่มีที่สิ้นสุด ความรักชั่วนิรันดร์ สีตัวเรือนหลัก คือ สีทองชมพู หรือ Rose gold แสดงถึงสีของความรัก ความสวยงาม เลขมงคลหลัก 23 คือ พลังแห่งความรัก มีเสน่ห์ ดึงดูดเพศตรงข้าม ทำงานเก่งหาเงินเก่ง เลขมงคลรอง 1 ($4+6=10, 1+0=1$) คือ พลังแห่งดวงอาทิตย์ ชื่อเสียง ทะเยอทะยาน เป็นผู้ผู้นำ 5 ($2+3$) คือ พลังแห่งดาวพฤหัสบดี แสดงความมีปัญญา รอบรู้ ยุติธรรม 6 ($2+4$) คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง 24 คือ พลังแห่งความมงคลสำเร็จ ชีวิตสุขสบาย มีโชคด้านเงินทองมากมาย มีเสน่ห์ด้านคำพูด 46 คือ พลังแห่งความสุข ชีวิตสุขสบาย การเงินคล่องตัว ร่ำรวย ประสบความสำเร็จ ก้าวหน้า	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสีบนตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

คำแนะนำ

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านความรักแบบที่ 2 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก เครื่องหมายตามค่านิยม Infinity ความรักที่ชั่วนิรันดร์ รักไม่มีที่สิ้นสุด เคลื่อนไหวแบบมังกร ออกแบบให้มีลักษณะคล้ายการเขียนยันต์ อักขระตามความเชื่อของไทย ตัวเรือนสีเหลืองทองชมพู ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 36 เม็ด รวม 36 ตังค์	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ รูปแบบ Infinity แสดงถึง ความไม่มีที่สิ้นสุด ความรักชั่วนิรันดร์ การเคลื่อนไหวของมังกร แสดงถึง ส่งเสริมการค้าขายให้หมุนเวียน เส้นกระดุกยันต์พระพุทธรูปเจ้า แสดงถึง ลักษณะการเดินเส้นยันต์ตามความเชื่อของชาวขอมโบราณ เป็นจุดศูนย์รวมพลังของพระพุทธรูปเจ้า สีตัวเรือนหลัก คือ สีทองชมพู หรือ Rose gold แสดงถึงสีของความรัก ความสวยงาม เลขมงคลหลัก 36 พลังแห่งความรักเจ้าเสน่ห์ มีเสน่ห์ดึงดูดเพศตรงข้ามอย่างมาก เป็นที่รักของเพื่อนฝูงมิตรสหาย ฉลาดหารายได้ โชคดีมีลาภลอย เลขมงคลรอง 9 (3+6) คือ พลังของพระเกตุ หรือพลังแห่งความลึกซึ้ง มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง รุ่งเรือง เจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสืบทอดตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี

คำแนะนำ

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

ภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก	
	
รายละเอียดของแหวน ด้านความรักแบบที่ 3 แหวนได้รับแรงบันดาลใจจาก หัวใจแห่งความรักนิรันดร์ ที่เกิดจากการนำรูปหัวใจ รวมกับ Infinity ในตัวเรือน มีทั้งหมด 6 คู่ ตัวเรือนสีเหลืองทองชมพู ประดับเพชรขนาด 1 ตังค์ 24 เม็ด เพชร 0.5 ตังค์ 12 เม็ด รวมทั้งหมด 36 เม็ด 30 ตังค์ สลักตัวเลขมงคล 36 ไว้ที่ตัวแหวน	
ความหมายนัยยะมีในตัวเรือนแหวน สัญลักษณ์ รูปแบบหัวใจ แสดงถึง ความรัก ความหวังใจได้อย่างชัดเจนที่สุด รูปแบบ Infinity แสดงถึง ความไม่มีที่สิ้นสุด ความรักชั่วนิรันดร์ สีตัวเรือนหลัก คือ สีทองชมพู หรือ Rose gold แสดงถึงสีของความรัก ความสวยงาม เลขมงคลหลัก 36 พลังแห่งความรักเจ้าเสน่ห์ มีเสน่ห์ดึงดูดเพศตรงข้ามอย่างมาก เป็นที่รักของเพื่อนฝูงมิตรสหาย ฉลาดหารายได้ โชคดีมีลาภลอย เลขมงคลรอง 6 (2+4) หรือ 6 คู่ คือ พลังแห่งดาวศุกร์ แสดงความมีสง่าราศี ร่ำรวยเงินทอง 9 (3+6) คือ พลังของพระเกตุ มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง เจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ 24 คือ พลังแห่งความมงคลสำเร็จ ชีวิตสุขสบาย มีโชคด้านเงินทองมากมาย มีเสน่ห์ด้านคำพูด 30 คือ ตามความเชื่อของชาวอินเดียตรงกับอักษรโอม (ॐ) ตัวแทนแห่งความศักดิ์สิทธิ์	
	ตัวอย่างแหวนเพิ่มเติม แหวนสามารถออกแบบสืบนตัวเรือนได้หลากหลายตามความชอบ งานชุบหนึ่งสี งานชุบสองสี

คำแนะนำ

1-----2-----3-----4-----5-----6-----7-----8-----9-----10

ระดับความพึงพอใจ

ชอบน้อยที่สุด

ชอบมากที่สุด

แบบการประเมินเกี่ยวกับเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก กับ
ส่วนผสมทางการตลาด

ภาพตัวอย่างแหวนมงคลตามหลัก เลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก	รายละเอียดทางการตลาด
	แบบที่ 1 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 16,900 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,890 บาท
	แบบที่ 2 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 13,600 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,890 บาท
	แบบที่ 3 ถ้าทำด้วยทองคำ 9K ประดับเพชร ราคาประเมิน 13,900 บาท ถ้าผลิตด้วย Silver 925 ประดับพลอยขาวแท้ ราคาประเมิน 1,890 บาท

ถ้ามีเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรักข้างต้น ท่านจะเลือกซื้อแบบ

ไหน ? โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ลงใน [] แบบแหวนที่ท่านจะเลือกซื้อมากที่สุด

[] แบบที่ 1

[] แบบที่ 2

[] แบบที่ 3

[] งานทอง 9K [] S.925

[] งานทอง 9K [] S.925

[] งานทอง 9K [] S.925

จากแหวนวงที่ท่านเลือกซื้อ โปรดใส่เครื่องหมาย (✓) ให้คะแนนที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ตามรายละเอียดคำถามของส่วนสมทางการตลาด โดยกำหนดให้มาตรประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้เกณฑ์ระดับ 5 คะแนน คือ

ค่าน้ำหนัก 1 2 3 4 5
ระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด น้อย มาก ปานกลาง มากที่สุด

แหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย ด้านความรัก	ระดับความพึงพอใจ				
ส่วนสมทางการตลาด	1	2	3	4	5
1.แหวนมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เป็นที่สะดุดตา					
2.สัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นมงคลเฉพาะด้านชัดเจนที่สุด					
3.ขนาดของแหวนสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน					
4.แหวนเลือกใช้วัสดุได้อย่างเหมาะสม					
5.แหวนมีจำนวนอัญมณีที่เหมาะสมกับขนาด					
6.จำนวนอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน					
7.น้ำหนักของอัญมณีแสดงถึงความมงคลของเลขศาสตร์ได้ชัดเจน					
8.คุณค่าที่แหวนมอบให้บอกรายละเอียดชัดเจน					
9.แหวนสามารถเสริมสร้างบุคลิกให้ดูดีขึ้น สร้างความมั่นใจขึ้นได้					
10.แหวนเหมาะแก่การมอบให้เป็นของขวัญ					
11.ราคาที่ประเมินเหมาะสมกับแบบแหวน					
12.แหวนสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าออนไลน์หรือมาร์เก็ตเพลสได้					
13.แหวนต้องการพนักงานเพื่ออธิบายรายละเอียด					
14.แหวนสามารถทำเป็นสื่อโฆษณา โปรโมท สร้างการรับรู้ได้					
15.แหวนต้องการใบรับประกัน การันตี					

ข้อเสนอแนะ

.....



ภาคผนวก ซ.
ผลการประเมินภาพแบบตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์
ไทย สำหรับกลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์
ทางออนไลน์

ผลการประเมินภาพตัวอย่างเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ไทย สำหรับ กลุ่มประชากรหญิงที่อุปโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเลขศาสตร์ ทางออนไลน์

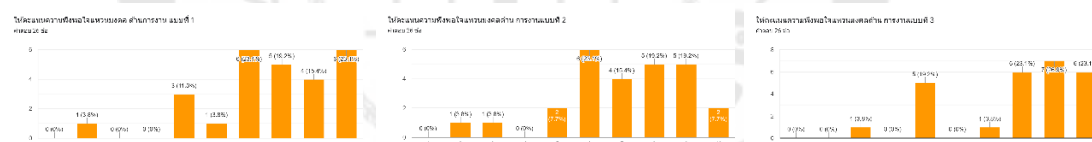
ในการประเมินภาพแบบตัวอย่างในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบการประเมินผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านทาง google form ให้กับกลุ่มประชากรหญิงที่ทำการศึกษ 21 ท่าน และได้เปิดให้ประชากรหญิงทั่วไปที่มีความสนใจในเครื่องประดับ หรือที่มีความเชื่อทางด้านเลขศาสตร์ได้มีส่วนรวมในการตอบแบบสอบถาม อีก 5 ท่าน ผลการประเมินมีดังนี้

ส่วนที่ 1 ประเมินความพึงพอใจต่อเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์

ด้านความสำเร็จ แบบที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ



ด้านการงาน แบบที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ



ด้านการเงิน แบบที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ



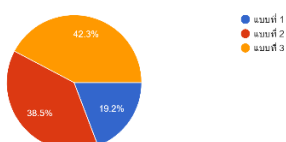
ด้านความรัก แบบที่ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ



ส่วนที่ 2 ประเมินความชื่นชอบต่อเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์

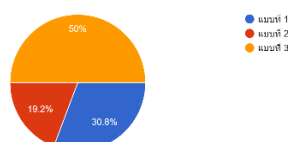
ด้านความสำเร็จ

แหวนมงคลด้านความสำเร็จที่ผู้คนชอบมากที่สุด
คำตอบ 26 ข้อ



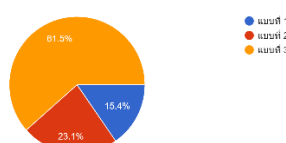
ด้านการงาน

แหวนมงคลด้านการงานที่ผู้คนชอบมากที่สุด
คำตอบ 26 ข้อ



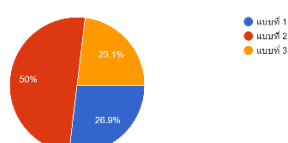
ด้านการเงิน

แหวนมงคลด้านการเงินที่ผู้คนชอบมากที่สุด
คำตอบ 26 ข้อ



ด้านความรัก

แหวนมงคลด้านความรักที่ผู้คนชอบมากที่สุด
คำตอบ 26 ข้อ



ส่วนที่ 3 ประเมินราคาต่อเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ (ราคาประเมินเครื่องประดับทอง 9k และราคาประเมินเครื่องประดับเงินแท้)

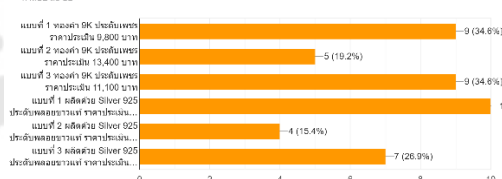
ด้านความสำเร็จ

ราคาประเมินของแหวนมงคลด้านความสำเร็จที่ผู้คนคิดว่าเหมาะสม (ตอบได้หลายคำตอบ)
คำตอบ 26 ข้อ



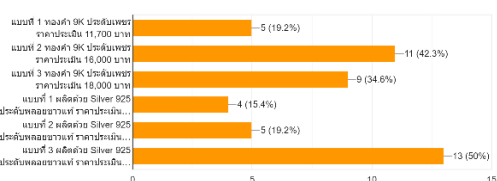
ด้านการงาน

ราคาประเมินของแหวนมงคลด้านการงานที่ผู้คนคิดว่าเหมาะสม (ตอบได้หลายคำตอบ)
คำตอบ 26 ข้อ



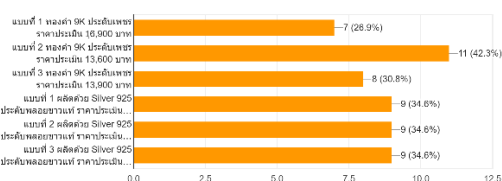
ด้านการเงิน

ราคาประเมินของแหวนมงคลด้านการเงินที่ผู้คนคิดว่าเหมาะสม (ตอบได้หลายคำตอบ)
คำตอบ 26 ข้อ



ด้านความรัก

ราคาประเมินของแหวนมงคลด้านความรักที่ผู้คนคิดว่าเหมาะสม (ตอบได้หลายคำตอบ)
คำตอบ 26 ข้อ



ส่วนที่ 4 ประเมินเครื่องประดับแหวนมงคลตามหลักเลขศาสตร์ที่ได้รับความนิยมขึ้นชอ
บสูงสุด

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นาย นราบดีนทร์ ศิริวารินทร์
วัน เดือน ปี เกิด	27 เมษายน 2525
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ คณะวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวัสดุศาสตร์ (อัญมณีและ เครื่องประดับ) คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	666/2 หมู่6 หมู่บ้านนครทองแกรนด์วิลล์ ซอยแพรक्षा11 ถนนแพรक्षा ตำบลแพรक्षा อำเภอเมืองฯ จังหวัดสมุทรปราการ 10280

