

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดขายสินค้าที่ระลึก ประเภทเครื่องประดับที่ตลาดนัดสวนจตุจักร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุรางคณา ฉิมเล็ก
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ประหยัด ปานดี กรรมการ อาจารย์วิชา ญาณภีร์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร (2) แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดขายสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร

การศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องประดับ ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง และผู้ประกอบการขายสินค้าเครื่องประดับในตลาดนัดสวนจตุจักร โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 33 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยการเก็บข้อมูลในเขตตลาดนัดสวนจตุจักร และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC + และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยวิธีทางสถิติโดยการนำเสนอในรูปตารางการแจกแจงความถี่ การหาอัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่สำคัญได้แก่ความละเอียดประณีต คุณภาพของสินค้า และรูป

แบบการออกแบบที่สวยงาม

ปัจจัยด้านราคา ที่สำคัญได้แก่ ราคาตามคุณภาพสินค้า ราคาที่ต่อรองกันได้ และมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านจัดจำหน่าย ที่มีความสำคัญได้แก่ ความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า ป้ายบอกที่ตั้งร้านค้าอย่างชัดเจนชัดเจน และการจัดแต่งร้านที่ดึงดูดใจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญได้แก่ การจัดรายการพิเศษ ส่วนลดสินค้า และการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดขายสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีรูปแบบการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ ละเอียดประณีต นอกจากนี้ควรมีความหลากหลายของสินค้า

ด้านราคา ควรมีราคาที่หลากหลายและเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า

ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการตกแต่งร้านค้าให้เป็นที่ดึงดูดใจลูกค้า นอกจากนี้ควรมีการจัดอาณาเขตการขายสินค้าประเภทเครื่องประดับอยู่เขตเดียวกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีใบรับประกันสินค้า รายการลดพิเศษตามช่วงเวลา เทศกาล การให้เครดิตจ่ายเงิน เมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก และมีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต นอกจากนี้พนักงานที่มีความรู้เรื่องสินค้าเครื่องประดับและมีมารยาทที่สุภาพกับลูกค้า

Independent Study Title	Guidelines for Marketing Development of Jewelry Souvenir Products at Chatuchak Market		
Author	Miss Surangkana Chimlek		
M.A.	Tourism Industry Management		
Examining Committee	Assoc.Prof. Boonlert	Jittangwatana	Chairman
	Assoc.Prof. Prayad	Pandee	Member
	Lecturer Vicha	Yanapirut	Member

ABSTRACT

The purposes of this research are (1) to study to factors affecting decisions regarding purchasing jewelry at Chatuchak Market and (2) to develop guidelines for market development of souvenir jewelry products at Chatuchak Market.

The study was conducted using questionnaires collected from a simple random sample of 200 foreign tourists buying jewelry at the Chatuchak Market plus a sample of 33 souvenir jewelry dealers. The SPSS/PC + software package was used to analyze the survey results including frequency, percentage, mean and standard deviation.

The finding from this study showed that :

Analysis showed that the factors affecting decisions regarding purchasing jewelry at Chatuchak Market .

Product Factors: Factors reported by foreign tourists, in order of significance, elaborate designs, quality and the beauty of the design.

Price Factors: Factors reported by foreign tourists, in order of significance, reasonable price, clear price labels and negotiate prices .

Place Factors: Factors reported by foreign tourists, in order of importance, clearly marked maps and/or guideboards, public transportation to Chactuchak Market from central

Bangkok locations, locating jewelry shops together in one location, and attractive store decoration.

Promotion Factors: Factors that foreign tourists considered significant were, in order of importance, guarantees of the jewelry products, special promotion programs and installment payment credit options for large purchases, and payment credit card.

Guidelines for market development of souvenir jewelry products at Chatuchak Market showed that :

Product : Souvenir jewelry shop should have elaborate designs and variety jewelry products.

Price : The jewelry dealer should have set different price levels to give tourists an opportunity to find products within their budget.

Place : Place-related factors that the jewelry dealer were, in order of importance, clearly marked maps and/or guideboards, public transportation to Chactuchak Market from central Bangkok locations, locating jewelry shops together in one location, and attractive store decoration.

Promotion : Factors that the jewelry dealer considered significant were, in order of importance, guarantees of the jewelry products, special promotion programs such as Thai festivals, quantity discounts, installment payment credit options for large purchases, payment credit card being, and service-minded, and being knowledge about jewelry products and able to recommend appropriate products.