

การวิจัยเรื่องการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าเครื่องประดับ  
อัญมณีของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ในกรุงเทพมหานคร มีจุดมุ่งหมายการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการ  
ซื้อสินค้าเครื่องประดับอัญมณี ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัจจัยที่มี  
อิทธิพล ในการซื้อสินค้าเครื่องประดับอัญมณีของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ในกรุงเทพมหานคร 3)  
รวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงมาตรฐานการผลิตสินค้าและ  
การประกอบธุรกิจสินค้าเครื่องประดับอัญมณี ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยว  
ชาวยุโรป จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ  
ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า One-Way ANOVA หรือ F – test ทดสอบความสัมพันธ์โดยค่าไคสแควร์  
สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า  
25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพลูกจ้าง มีรายได้ต่อปีก่อนหักภาษีเฉลี่ย  
20,001-39,999 ยูโร

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อเครื่องประดับอัญมณีเพื่อใช้  
เอง ซื้อเครื่องประดับอัญมณีมีมูลค่าเฉลี่ย 51-100 ยูโร นักท่องเที่ยวซื้อเครื่องประดับอัญมณีประเภท  
ต่างหู ที่ประกอบด้วยอัญมณีทับทิมและโลหะตัวเรือนประเภทเงินมากที่สุด และเลือกซื้อเครื่องประดับ  
อัญมณีจากร้านขายเครื่องประดับอัญมณีทั่วไปมากที่สุด บุคคลที่มีส่วนในการให้คำแนะนำปรึกษาใน  
การตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีคือเพื่อนและการได้รับข้อมูลจากการโฆษณาที่สวยงามในร้านมี  
ผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องประดับอัญมณีของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พบว่า ปัจจัย  
ด้านราคา เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้  
ความสำคัญในระดับมาก

4. ข้อเสนอแนะ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวยุโรปได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรเป็นการขายสินค้าที่  
มีมาตรฐานเป็นอัญมณีแท้และมีมาตรฐานด้านราคาที่เหมาะสม ควรมีรายชื่อร้านค้าเครื่องประดับ  
อัญมณีที่ได้รับมาตรฐานแสดงไว้ในหนังสือแนะนำเที่ยว (Guide book)

There are three purposes of this research, 1) the behavior of European tourists in purchasing jewelry in Bangkok, 2) the factors that influenced decision making of European tourists in purchasing jewelry in Bangkok, 3) comments and suggestions from tourists that can improve jewelry industry in Thailand. The study was conducted by analyzing questionnaires collected from sample of European tourists who bought jewelry in Bangkok total 400 cases. The SPSS was used to analyze these questionnaires. Descriptive Statistic were applied and presented in form of frequency, percentage, mean, and mode tabulation tables. The research showed that

1. The respondents were most single females, their age are under 20 years, of bachelor degree of education level. They worked as labor/employee and earned average annual income before tax between 20,000-39,999 Euros.

2. The respondent purchased jewelry for their own use and spent between 51-100 Euros for each purchased. Earrings were the most popular and the items were made of silver and decorated with ruby. They purchased jewelry from general jewelry shop. Before they made decisions, they took advice from their friends and the most helpful information that was in relation to decision from the display at the shop

3. Factors affecting the purchasing decision the most were price factors, product factors, people factors and physical evidence factors.

4. The respondent's suggestions were product should have good quality and reasonable price, the reliable shop name list should show in Guide book.