

บทคัดย่อภาษาไทย

อุตสาหกรรมเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ในจังหวัดจันทบุรีมีการเติบโตขึ้นควบคู่กับการเป็นแหล่งค้าพลอยที่สำคัญในภูมิภาคซึ่งกำลังได้รับการส่งเสริมให้เป็นนครแห่งอัญมณีโลก ด้วยเหตุนี้การจำหน่ายเครื่องประดับโลหะมีค่าในพื้นที่จึงควรมีการปรับตัวสู่การความเป็นสากล มีการแสดงข้อมูลสินค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการจำหน่ายสินค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคอย่างยั่งยืน โครงการวิจัยนี้ จึงเสนอกิจกรรมการสร้างเชื่อมั่นในการซื้อเครื่องประดับโลหะผสมมีค่าในจังหวัดจันทบุรี ด้วยการแสดงข้อมูลสินค้าผ่าน QR Code โดยเริ่มต้นจากการรวบรวมข้อมูลสินค้าเครื่องประดับโลหะผสมมีค่าจากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 17 ร้าน และทำการตรวจวิเคราะห์ภาพถ่าย และออกใบรับรองอัญมณีและโลหะเครื่องประดับ โดยห้องปฏิบัติการอัญมณี คณะอัญมณี มหาวิทยาลัยบูรพา และจัดแสดงข้อมูลสินค้าในฐานะข้อมูลในเว็บไซต์ของโครงการฯ ที่ URL <https://gemschan2019.blogspot.com/> และสร้างการเข้าถึงข้อมูลสินค้าของแต่ละร้านค้าด้วย QR Code จากนั้นทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคจำนวน 427 คน และความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ยินดีแสดงข้อมูลสินค้าผ่าน QR Code จำนวน 9 ร้าน และทำการวิเคราะห์เชิงสถิติด้วยค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไคกำลังสอง ที่ระดับนัยสำคัญเชิงสถิติ 0.05

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่ของเครื่องประดับทองคำคิดเป็นร้อยละ 57.6 มีส่วนผสมของโลหะทองที่ระดับ 18 เค ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารข้อมูลอัญมณีได้ถูกต้องร้อยละ 98 และสื่อสารข้อมูลส่วนผสมเงินในเครื่องประดับเงินได้ถูกต้องร้อยละ 100 และจำนวนร้านที่สื่อสารข้อมูลส่วนผสมทองในเครื่องประดับทองได้ถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 17.6

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค พบว่า **ข้อมูลจาก QR Code แสดงข้อมูลสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ในระดับมาก** การเข้าถึงข้อมูลทำได้สะดวก เชื่อมต่อง่าย มีความครบถ้วน ภาษาที่ใช้เข้าใจง่าย และสวยงาม และผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสถิติด้วยไคกำลังสอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลดังนี้

- ความมั่นใจ/เชื่อมั่นที่มีต่อเครื่องประดับที่จะซื้อ เมื่อได้รับข้อมูลผ่าน QR Code มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจจะซื้อสินค้า และมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นต่อสถานประกอบการที่มีการแสดงข้อมูลสินค้าผ่าน QR Code อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$)
- ความเชื่อมั่นต่อสถานประกอบการ ที่แสดงข้อมูลสินค้าผ่าน QR Code มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจจะซื้อสินค้า และ มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อสินค้าอีกในครั้งต่อไป กับร้านที่แสดงข้อมูลสินค้าผ่าน QR Code อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$)

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ พบว่า การแสดงข้อมูลใบรับรองอัญมณีและโลหะมีค่าผ่าน QR Code ช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อร้านค้า **ในระดับมาก** และมีความเชื่อมั่นต่อสินค้า ในระดับรองลงมา และทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า ยอดขายที่จะเพิ่มขึ้นจากการแสดงข้อมูลสินค้า ผ่าน QR Code ร่วมกับการจำหน่าย อยู่ใน**ระดับปานกลาง** แต่ผู้ประกอบการมีความประสงค์จะแสดงข้อมูลสินค้าเพิ่มเติม ใน

ฐานข้อมูล QR Code ร่วมกับการจำหน่ายเครื่องประดับ อยู่ในระดับมาก โดยมีจำนวนร้านค้าที่มีความต้องการเพิ่มเติมสินค้าในฐานข้อมูล จำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 60 ของร้านค้าทั้งหมดที่แสดงข้อมูลสินค้าผ่าน QR Code

โครงการวิจัยได้นำเสนอกลยุทธ์การขายเครื่องประดับโลหะมีค่าด้วยการแสดงข้อมูลสินค้าเครื่องประดับโลหะมีค่าที่เข้าถึงผ่าน QR Code โดยประกอบด้วยข้อมูลอัญมณีและโลหะมีค่าที่ผ่านการรับรองที่น่าเชื่อถือ ข้อมูลมีความชัดเจน ครบถ้วน และเข้าถึงได้ง่าย สามารถทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการซื้อเครื่องประดับโลหะผสมมีค่าจากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ในจังหวัดจันทบุรี และผู้ประกอบการมีความประสงค์จะเพิ่มเติมสินค้าในฐานข้อมูลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและสถานประกอบการอย่างยั่งยืน

ABSTRACT

Small and medium jewelry enterprises in Chanthaburi have grown alongside with Chanthaburi gems market which has been the main gems import-export hub in Thailand for many decades. The government aims to enhance the market for wider expansion of its global market capability. Accordingly, an explicit and trustworthy information of the precious jewelry merchandises is an important marketing strategy which should be adopted by the local business sectors.

The current research introduced the marketing strategy that will strengthen the consumer's trust in buying precious jewelry in Chanthaburi. The QR Code technique was used to access the product's information. Precious jewelry products from 17 local jewelry shops in Chanthaburi were certified at Burapha Gems laboratory (BGL). The gems and precious metal information were collected at the data base of the project website at URL <https://gemschan2019.blogspot.com/>. The product information was accessed through QR Code. However, only nine local shops among seventeen shops agreed to show their product information through the QR Code. Consumer behavior against the declaration of jewelry information through QR Code was surveyed using questionnaire from 427 consumers. Moreover, the shop owners were interviewed according to the QR Code response of their consumers. Data were statistically analyzed by arithmetic mean, standard deviation and chi-square tests at 0.05 significance level.

The results showed that about 57.6 percent of all precious jewelry products obtained 18 K gold. Shop's sale persons could give correct gemstone information of 98 percent of the jewelry pieces. Every piece of silver jewelry obtained silver contents higher than 92.5 Wt.%. However, only 17.6 percent of gold jewelry pieces was accurately informed.

The consumers' opinion showed that the necessary product information accessed through the QR Code influenced a buying decision at a high level. It was a convenient access with fast internet connection and the information was sufficient for buying decision. The results derived from Chi-square test with 0.05 significance level reported that:

- The consumer's trust and confidence on the jewelry products with its information accessed through the QR Code statistically related with the buying decision and related with the decision making (p-value < 0.05). The trust and

confidence were also passed on to the jewelry shops that presented the product information through the QR Code.

- The consumer's trust and confidence passed on to the jewelry shops showing the QR Code statistically related with the buying decision of the consumers (p -value < 0.05).

The consumers' opinion showed that the product certificates declaring gems and precious metals information accessed through the QR Code raised consumers' trust and confidence on the jewelry shops at high level. It highly raised consumers' trust on the jewelry product and confidence on making a buying decision, at subsequently lesser levels.

The opinion from the shop's sale persons showed that the sales result might be increased due to the explicit product information accessed through the QR Code at a normal level. However, the shop's owners would like to have more products obtaining their information accessibility through the QR Code at a high level. There are six shops out of nine shops (60%) that required further input of more products.

The research provided the marketing strategy of presenting the jewelry product information with a prompt access through the QR Code. The necessary information composed of certified data of gemstone and precious metals. The strategy could gain consumers' confidence on buying precious jewelry from jewelry local shops in Chanthaburi. If there are more jewelry shops that apply this strategy with their jewelry products, the consumers' trust and confidence will be strengthen and spread throughout Chanthaburi jewelry business, sustainably.