

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

เครื่องประดับเงินของไทยเป็นงานฝีมือที่มีการผลิตมาตั้งแต่โบราณ การผลิตส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน ผลิตและจำหน่ายในประเทศเท่านั้น ต่อมาได้มีการพัฒนากรรมวิธีการผลิตให้ทันสมัย และมีมาตรฐานสามารถสนองความต้องการของตลาดที่เพิ่มมากขึ้น ขนาดกิจการมีการขยายตัวจนกลายเป็นอุตสาหกรรม ทำให้การผลิตเครื่องประดับเงินเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่สร้างรายได้ให้กับประเทศด้วยการส่งออกถึงร้อยละ 80 ของการผลิตทั้งหมด โครงสร้างของจำนวนผู้ประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม มีการใช้แรงงานจำนวนมากในการผลิต เนื่องจากขั้นตอนต่างๆ ของการผลิตจำเป็นต้องอาศัยทักษะ ฝีมือ ความประณีต และความชำนาญของแรงงาน นอกจากนี้ยังพบว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเงินของไทยยังเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2550 และมีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยในปี 2553 ไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเงินที่ 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2553)

ตลาดเครื่องประดับเงินของไทยนั้น ประกอบด้วย 2 ตลาด คือ ตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยตลาดภายในประเทศมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 20 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด และตลาดต่างประเทศ รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตลาดส่งออกโดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2553) ของผลผลิตทั้งหมดโดยเครื่องประดับเงินได้มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ เวลา และความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการในหมู่นิยมเครื่องเงินของคนไทย และชาวต่างประเทศโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวซึ่งมีส่วนช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงเครื่องประดับเงินของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางออกไป รวมถึงปัจจุบันได้มีการปรับปรุง หรือออกแบบลวดลายให้ทันสมัยและตรงตามรสนิยมของชาวต่างประเทศมากขึ้น และจากการสำรวจการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องเงินและเครื่องประดับเงินในปี 2549 – 2553 (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2553) พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า 20 อันดับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2013 มีปริมาณเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้ากว่าร้อยละ 17.16 โดยเมื่อทำการจำแนกใน 20 ประเทศนั้น ทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวมาจาก 3 กลุ่มประเทศหลักคือ (1) กลุ่มประเทศเอเชีย โดยมีประเทศจีนเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด (2) กลุ่มประเทศอเมริกา โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด และ

(3) กลุ่มประเทศยุโรป โดยมีประเทศอังกฤษ เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยจำนวน 3,176.68 ต่อคนต่อวัน โดยมีสินค้าเครื่องประดับ และของที่ระลึก เป็นกลุ่มสินค้าที่มีลูกค้าชาวต่างประเทศให้ความสนใจอยู่ในอันดับ 2 ของประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2553) และสำหรับจังหวัดเชียงใหม่ นั้นถือได้ว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีกลุ่มชาวต่างประเทศนิยมมาเที่ยวมากที่สุดในภาคเหนือ เนื่องจากเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งการค้าต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงเป็นเมืองแห่งเครื่องประดับเงินที่มีชื่อเสียง โดยมีผู้ผลิตและผู้จำหน่าย กว่า 20 ร้าน อาทิเช่น ร้านลานนาซิลเวอร์ ร้าน P Collection ร้าน Nova ร้านดวงใจซิลเวอร์ แวร์ ร้านวัลลาซิลป์ Chino Lanna (ชิโนลานนา) ร้านเชียงใหม่มีดี และร้านແຮງລອຍອີສະຕາມຄນຄນ เคนต่างๆอีกมากมาย

จากสภาพแวดล้อมทางการตลาด รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสินค้า เครื่องประดับเงิน เป็นที่นิยมกับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว จึงถือได้ว่าเป็นโอกาสทางการตลาด สำหรับธุรกิจผู้จำหน่ายเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการซื้อเครื่องประดับเงินในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งในการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเครื่องประดับเงิน ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการวางแผนการตลาด เพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับกลุ่มลูกค้าต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการซื้อเครื่องประดับเงินในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการซื้อเครื่องประดับเงินในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

2. สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องประดับเงิน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

1.4 นิยามศัพท์

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยสี่กระตุ้นทางการตลาดที่นักการตลาดเป็นผู้ควบคุม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสิ่งกระตุ้นนี้จะมีผลต่อเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่มีถิ่นที่อยู่ในกลุ่มประเทศ กลุ่มประเทศยุโรป กลุ่มประเทศเอเชีย และหรือ กลุ่มประเทศอเมริกา ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ โดยเป็นบุคคลที่ไม่ได้พำนักถาวรในจังหวัดเชียงใหม่ และเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่เพื่อประกอบกิจกรรมหรือภารกิจต่างๆ ทั้งพักผ่อน ท่องเที่ยว หรือมาทำงานและท่องเที่ยวต่อ โดยพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่น้อยกว่า 1 คืนและไม่เกิน 90 วัน

เครื่องประดับเงิน หมายถึง เครื่องประดับที่ทำมาจากโลหะเงินที่มีความบริสุทธิ์ 92.5 เปอร์เซ็นต์ของส่วนผสมทั้งหมด โดยน้ำหนักแล้วแต่แหล่งผลิต โดยมีรูปแบบต่างๆที่หลากหลาย อาทิ เช่น สร้อยคอ สร้อยข้อมือ กำไล แหวน เข็มขัด ปิ่น เป็นต้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved