

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้ชื่อว่าเป็นแหล่งแร่ที่มีค่า โดยเฉพาะแร่พลอยซึ่งมีค่ามาก ทางภาคตะวันออกของประเทศ เมื่อนำมาทำเป็นเครื่องประดับและยังคงความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์ของไทยที่ทรงคุณค่าแห่งความสง่างามแล้ว ยังบ่งบอกถึงฐานะของผู้สวมใส่ สำหรับ ปริมาณการบริโภคเครื่องประดับอัญมณีของไทย นับว่ามีปริมาณที่สูงมากทีเดียว ทางด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงติดอันดับ 1 ใน 10 ของสินค้าส่งออกที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศมากที่สุดมานานกว่า 10 ปี อีกทั้งยังก่อให้เกิด อุตสาหกรรมต่อเนื่องไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกมากมาย การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับใน 6 เดือนแรกของปี 2548 (มกราคม - มิถุนายน) มีมูลค่าคิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 19.40 เมื่อเทียบกับช่วงเดือนเดียวกันของปี 2547 สินค้าประเภทเครื่องประดับแท้ที่ทำด้วยทอง เป็นสินค้าหลักที่นำรายได้ส่งออกมาสู่ประเทศ (สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก, 2548)

ในสถานการณ์ปัจจุบันเศรษฐกิจในประเทศมีแนวโน้มจะต้องฟื้นฟ้อุปสรรคหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาน้ำมันแพง และภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค รวมถึงความวิตกกังวลเกี่ยวกับการลอบวางระเบิดในสถานที่ต่างๆ ที่ทำให้ประชาชนส่วนหนึ่ง รู้สึกไม่มีความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีคนหนาแน่น เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล และอาคารสำนักงานต่างๆ แต่ทั้งนี้ถ้าปัญหาการลอบวางระเบิดสามารถยุติลงได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็วด้วยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนและประชาชนย่อมเป็นไปได้ว่าผลกระทบต่อผู้ประกอบการค้าคงจะมีไม่มากนัก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2548) อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจต่างๆ จะต้องมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการตลาดในยุคปัจจุบัน ตลาดเป็นของผู้ซื้อ ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ตนมีความพึงพอใจมากที่สุด (คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2544)

จากนโยบายของรัฐบาลปัจจุบันก็ได้เน้นการส่งเสริมการประกอบธุรกิจ SME ประกอบกับเศรษฐกิจที่กำลังพัฒนาไปอย่างรวดเร็วมีการร่วมทุนกับชาวต่างชาติด้านการซื้อขายแลกเปลี่ยน จะสังเกตได้จากการสั่งซื้อสินค้าของไทยไปขายยัง ต่างประเทศ เช่น ข้าวและผลผลิตทางการเกษตร ทั้งนี้เป็นผลจากการตกลงสัญญา FTA. และมีการยกเว้นภาษีในการส่งออกและนำเข้า เช่น สินค้าพืชเกษตร บางตัวที่มีปริมาณและมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

จังหวัดลำพูนหรือเดิมเรียกว่า "นครหริภุญไชย" เป็นจังหวัดที่มี ประวัติความเป็นมาอันยาวนานที่สุดในภาคเหนือ มีอายุการก่อสร้างเมืองเป็นเวลา **1300**ปีเศษ ลำพูนเป็นแหล่งรวม ประเพณีวัฒนธรรม ล้านนา โบราณสถานอันเก่าแก่ และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอันสวยงาม มี ทรัพยากร ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม มีลำไย และ กระจ่างเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ จังหวัดลำพูนยังมีสินค้า **1** ตำบล **1** ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นสินค้าออก นิยมจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก เช่น ผ้าไหมยกดอก ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากลำไย งาน ไม้แกะสลักที่ ขึ้นชื่อและมีความสามารถในการผลิตหัตถกรรมที่ต้องใช้ ศิลปะและฝีมือที่ปราณีต ละเอียดอ่อน จังหวัดลำพูนยังได้ชื่อว่าเป็นเมืองอุตสาหกรรมที่สำคัญของภาคเหนือ อันส่งผลให้ประชาชนชาว จังหวัดลำพูนมีรายได้เฉลี่ย ปี **2542** ต่อคนต่อปีถึง **62,316**บาท สูงสุดเป็นอันดับ **1** ของภาคเหนือ เป็นจังหวัด ที่มีความพร้อมทางด้านการค้า เกษตรกรรม และอุตสาหกรรม ด้านการเกษตรกรรมร้อยละ **22.79**และในด้านอุตสาหกรรม มีโรงงานอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัดลำพูน มีจำนวน โรงงาน อุตสาหกรรมทั้งหมด **833** โรงงาน เงินลงทุน **33,242** ล้านบาท การจ้างงานรวม **51,863**คน ภาวะการ ลงทุนในภาคอุตสาหกรรมจังหวัดลำพูน มีจำนวน โรงงาน อุตสาหกรรมกระจายอยู่ทุกพื้นที่ แต่ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองลำพูนมากที่สุด (สำนักงานสารสนเทศ จังหวัดลำพูน, **2548**)

ปัจจุบันได้มีการขยายตัวเมือง จังหวัดลำพูน โดยได้นำส่วนราชการ เช่น อบต. อบจ. ที่ว่าการอำเภอ และศาลากลาง ได้ย้ายไปอยู่ในเขตตัวเมืองใหม่ที่มีพื้นที่กว้างขวาง เพื่อรองรับการ ขยายตัวของเมืองลำพูนในอนาคต มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เข้ามา เยี่ยมชมสถานที่สำคัญ เช่น วัดพระธาตุหริภุญชัยวรมหาวิหาร วัดจามเทวี บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ดอยขะม้อ ในขณะที่เดียวกัน กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวยกระดับเมืองลำพูนให้เป็นเมืองโบราณ **1,300**ปี เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์คททอดมายาวนาน กว่า **1300**ปี

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าจังหวัดลำพูนมีศักยภาพและมีโอกาสในการพัฒนา ในด้านต่างๆ เหมาะสมสำหรับการลงทุน รวมทั้งประชากรอาจมีแนวโน้มในการซื้อ เครื่องประดับอัญมณีมากขึ้นด้วย ในส่วนของร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ในอำเภอเมือง จังหวัด ลำพูนมีจำนวนร้านที่ประกอบธุรกิจทองรูปพรรณจำนวน **22**ร้าน และร้านเครื่องประดับอัญ มณี จำนวน **9** ร้าน ในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ทำให้ร้านค้าอัญมณีจะต้องปรับตัวในการจัดการหา วิธีจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และเข้ามาใช้บริการ เลือกซื้อสินค้าในร้านมากขึ้น รวมทั้งโอกาสในการนำข้อมูลที่ได้นำไปเป็นข้อมูลสำหรับการขยายกิจการร้านค้า เครื่องประดับอัญ มณีต่อไปสู่ศึกษาซึ่งเป็นเจ้าของกิจการธุรกิจอัญมณีแห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน จึงมีความสนใจที่จะ

ศึกษาแนวทางการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อจูงใจผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน ทั้งนี้เพื่อจะได้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อจูงใจผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อจูงใจผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะได้ศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา มี 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มร้านค้าปลีก คือ ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ที่มีการสั่งซื้อสินค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป

2. กลุ่มตัวอย่างลูกค้า

ลูกค้าประจำ คือ ลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้า เครื่องประดับอัญมณี และเข้าใช้บริการในร้านมีปริมาณที่บ่อย

ลูกค้าทั่วไป คือ ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้า เครื่องประดับอัญมณี และเข้ามาใช้บริการ

ขอบเขตด้านการศึกษา

ศึกษาแนวทางการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อจูงใจผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผู้ศึกษาจะศึกษาในด้านต่อไปนี้ 1) ด้านการจัดการร้านค้าอัญมณี 2) ด้านแนวทางการจัดการร้านค้า

สมมุติฐาน

ไม่มี

ข้อตกลงเบื้องต้น

ไม่มี

นิยามศัพท์เฉพาะ

การจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี หมายถึง การดำเนินธุรกิจร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยมีสินค้าประเภทเครื่องประดับอัญมณีที่มีแร่ เพชร พลอย อาทิ เช่น สร้อยคอ กำไล ต่างหู แหวน เป็นต้น

เครื่องประดับอัญมณี หมายถึง เครื่องประดับทุกชนิดทุกประเภทที่มีแร่ เพชร พลอย ทุกประเภท และมีรูปแบบ ขนาดต่างๆ ซึ่งตัวเรือนทำจากโลหะมีค่า เช่น ทองคำ ทองขาว และเงิน เป็นต้น

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่เข้ามาใช้บริการในการซื้อเครื่องประดับอัญมณี ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

การจูงใจผู้บริโภค หมายถึง สิ่งที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น การให้บริการก่อน และหลังการขายที่ดี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ได้ทราบพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้บริโภค
2. ได้ทราบรูปแบบสินค้าเครื่องประดับอัญมณี ที่ผู้บริโภคต้องการในตลาด
3. ได้แนวทางการจัดการร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อจูงใจผู้บริโภค