

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในปัจจุบัน ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อัตราการขยายตัวของปริมาณการท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นมากในปี 2556 สาเหตุมาจากการเมืองที่มีเสถียรภาพมากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงหลายๆ ด้าน ทั้งจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว (ทัวร์, สายการบิน, ที่พัก, โรงแรม, สถานบริการ, อัญมณีและเครื่องประดับ ฯลฯ) มีการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคา ด้านความสะดวกสบาย ด้านคุณภาพ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้นเช่นกัน โดยประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวมาตั้งแต่อดีต มีศักยภาพ และความมั่นคงทางด้านนี้สูง นักท่องเที่ยวต่างหลั่งไหลเข้ามาสู่ประเทศไทยในแต่ละปีเป็นจำนวนมากทำให้ประเทศไทยมีรายรับจากการท่องเที่ยวในปี 2556 ที่ผ่านมามากกว่า 900,000 ล้านบาท และมีอัตราที่สูงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในทุกปี (มติชนออนไลน์, 2556: ออนไลน์) ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน สำหรับแนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2557 คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ คาดว่าประเทศจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และในปี 2558 คาดว่าจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 2,000,000 ล้านบาท ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่มีผลกระทบทางการเมือง และภัยพิบัติต่างๆ ซึ่งประเทศไทย ยังคงอาศัยความเป็นมิตร ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และความคุ้มค่าเงิน เป็นจุดแข็งของประเทศไทยในการแข่งขันในตลาดโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีประชากรหนาแน่นเป็นอันดับสองของประเทศไทย และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ มีความพร้อมด้านบุคลากรแรงงานที่มีฝีมือดีราคาถูก มีการเรียนการสอนสาขาอัญมณีวิทยา ในระดับปริญญาตรี ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทำให้มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านอัญมณี ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่ยังอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ซึ่งหาซื้อได้จากชายแดนไทย-พม่า และชายแดนไทย-ลาว ส่งผลให้อุตสาหกรรมอัญมณีของจังหวัดเชียงใหม่เกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากเดิมร้านอัญมณีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีไม่กี่แห่งและมักตั้งอยู่ตามตลาดสด ได้มีการขยายตัวเพิ่มตามที่ตั้งต่างๆ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ ตามห้างสรรพสินค้า และ

ศูนย์การค้า ซึ่งมีจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับ ประกอบกับร้านค้าทรงรูปพรรณเองได้มีการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ของตนจากเดิมที่จำหน่ายทองแท่งรูปพรรณมาทำการจำหน่ายสินค้าประเภทอัญมณีด้วย ส่งผลให้การค้าสินค้าประเภทอัญมณีมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (ฤทธิชัย กอศิริราชย์, 2550)

การจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ แก่นักท่องเที่ยวจัดเป็นธุรกิจต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าในปี พ.ศ. 2555 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก อัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยประมาณร้อยละ 28 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าประมาณ 110,000 ล้านบาท จึงกล่าวได้ว่าธุรกิจค้าของที่ระลึก อัญมณีและเครื่องประดับ ถือเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศไทย แต่เมื่อพิจารณาด้านการแข่งขัน กลับพบว่า ผู้ผลิตสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับ กำลังเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรง จากคู่แข่งผู้ผลิตเครื่องประดับแนวร่วมสมัย เช่น เครื่องประดับที่ทำจากวัสดุไม้ กระจก หรือ หินสี เป็นต้น ที่มีทั้งต้นทุนด้านการผลิตและต้นทุนด้านงานฝีมือน้อยกว่า และจากคู่แข่งที่มีความสามารถด้านการตลาดสูง ซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาและนำเสนอสินค้าที่มีภาพลักษณ์อันโดดเด่นเหนือกว่า อย่างไรก็ตาม อัญมณีและเครื่องประดับของไทยก็ยังมีข้อได้เปรียบในแง่ของการเป็นสินค้าที่ลูกค้านิยมเข้ามาซื้อหาด้วยตนเองถึงแหล่งผลิต เนื่องจากผู้ซื้อมักสนใจที่จะเข้าชมขั้นตอนการผลิตงานหัตถศิลป์ และยังสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มองหาสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของฝีมือแรงงานไทย เพื่อระลึกถึงประสบการณ์จากการเข้ามาเยี่ยมชมเยือนประเทศไทย แม้ว่าโอกาสของการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะผันแปรไปตามสภาพการขยายตัวของการท่องเที่ยวในแต่ละปีก็ตาม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556: ออนไลน์)

ร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ 22-26 ชั้นใต้ดินศูนย์การค้าเชียงใหม่ไนท์บาร์ซาร์ ตำบลช้างคลาน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ.2538 เป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในย่านไนท์บาร์ซาร์ และมีสินค้าประเภทของอัญมณีและเครื่องประดับต่างๆ รวมถึงเครื่องเงิน หลากหลายรูปแบบ ทางร้านได้มีการขยายโครงการ จากร้านที่จัดระบบการบริหารจัดการแบบง่ายๆ ภายในครัวเรือน มาเป็นระบบการบริหารจัดการแบบกิจการขนาดใหญ่ เพื่อรองรับการผลิตที่มากขึ้น หรือเป็นลักษณะหัตถอุตสาหกรรม โดยมีการแยกแผนกต่างๆ อย่างชัดเจน มีการปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามความต้องการของลูกค้า โดยเน้นเรื่องของดีไซน์ของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด นอกจากนี้ทางร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่ ยังมีการจัดรูปแบบการค้าให้ทันสมัยตามลำดับ ปรับปรุงองค์กร แยกระบบโรงงานผลิตกับหน้าร้านอย่างเป็นระบบ เพื่อรองรับการขยาย

การผลิตที่เพิ่มมากขึ้น โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ (ศุภชัย พรหมเทพ, 2556: สัมภาษณ์)

ในช่วงเริ่มต้นกิจการทางร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่ มีสัดส่วนจากการค้าปลีกให้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติประมาณร้อยละ 40 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และประมาณ ร้อยละ 60 สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยทางผู้บริหารของร้านหยก มั่งมี ศรีสุข พบว่า ผลตอบแทนจากการค้าปลีกกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีอัตราที่สูงกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่นิยมต่อรองราคาจากราคาตั้งต้นมากนัก แต่จะเน้นเรื่องความพึงพอใจ ต่อรูปแบบของสินค้ามากกว่าด้านราคา ดังนั้นทางผู้บริหารของร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จึงมีการปรับกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าปลีก ที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ มากยิ่งขึ้น ในปี 2548 พบว่า สัดส่วน ลูกค้าชาวต่างชาติ อยู่ที่ประมาณร้อยละ 80 และเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยมา จนในปี 2555 สัดส่วนลูกค้า ชาวต่างชาติ อยู่ที่ประมาณร้อยละ 90 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ในทวีปอเมริกา และ ยุโรปที่เท่ากัน และยังเป็นกลุ่มที่สร้างกำไรให้กับกิจการมากที่สุดอีกด้วย (ร้านหยก มั่งมี ศรีสุข, 2555) อย่างไรก็ตามทางร้านหยก มั่งมี ศรีสุข ได้ประสบกับปัญหาจากสภาวะการณ์ด้านเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ และการเมืองภายในประเทศที่ผันผวน ในช่วงที่ผ่านมา ประกอบกับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นระหว่าง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับอื่นในตลาด เช่น ร้าน Gems Gallery ร้านกล้วยไม้ หยก ร้าน Princess Jewelry เป็นต้น โดยในช่วงเริ่มต้นกิจการ มีร้านที่สามารถผลิตและจำหน่ายอัญมณี และเครื่องประดับ แบบครบวงจร ในย่านไนท์บาร์ซาร์ เพียง 1 - 2 ร้านเท่านั้น แต่ในปัจจุบันพบว่า มี ปริมาณเพิ่มขึ้นเป็น 4 - 5 ร้าน ยังไม่นับรวมร้านค้ารายย่อยอีกประมาณ 8 - 10 ร้าน ตามทางเดินใน ศูนย์การค้าเชียงใหม่ไนท์บาร์ซาร์ ส่งผลให้ยอดขายของกิจการลดลง ผู้บริหารจึงต้องปรับ กลยุทธ์ ภายในองค์กรเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ เช่น การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การมุ่งเน้นการ ขายผลิตภัณฑ์ในลักษณะชิ้นงานสำเร็จ (Finding) มีราคาของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากขึ้น การจัดพื้นที่ ภายในร้านใหม่ มีการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการของพนักงานมากยิ่งขึ้น มีการออกไปรับประกัน ของสินค้า มีการเพิ่มหรือลดขนาดแหวนให้ลูกค้าฟรี และมีการรับซื้อสินค้าจากทางร้านหยก มั่งมี ศรี สุข คืนด้วย เป็นต้น และในช่วง 4 ปีที่ผ่านมาลูกค้าชาวต่างชาติกลับมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง (ศุภชัย พรหมเทพ, 2556: สัมภาษณ์)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วน ประสมการตลาดบริการของ ร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำมาปรับปรุง พัฒนาและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ทางธุรกิจให้กิจการ

สามารถแข่งขันได้ต่อไป เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่ อย่างสูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ของร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ลูกค้าชาวต่างชาติ แสดงออกถึงความยินดี ความพอใจ และประทับใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่

ลูกค้าชาวต่างชาติ หมายถึง ผู้ซื้อรายย่อยชาวอเมริกันและยุโรป ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ร้านหยก มั่งมี ศรีสุข จังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง ธุรกิจผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์อัญมณีเครื่องประดับ และเครื่องเงิน ตั้งอยู่เลขที่ 22-26 ชั้นใต้ดินศูนย์การค้าเชียงใหม่ไนท์บาร์ซาร์ ตำบลช้างกลาง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ.2538