

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำตลาดการค้าพลอยสีที่ใหญ่ที่สุดในโลก ความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในช่วงปีที่ผ่านมาอยู่ที่ฐานการค้าพลอยเนื้อแข็งโดยเฉพาะพลอยไพฑูริคและพลอยทับทิม เพราะคนไทยสามารถอ่านพลอยได้ว่าจะต้องเจียรไนพลอยหน้าไหนเพื่อให้พลอยสีดี ไฟดี สวย และขายราคาดี ซึ่งเป็นศาสตร์ที่เกิดจากความรู้ความชำนาญการของคนไทย แต่แหล่งวัตถุดิบพลอยภายในประเทศไทยเหลือน้อยลงทุกที จึงต้องพึ่งพาวัตถุดิบพลอยก๊อจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2546ก: ออนไลน์) อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้มาสู่ประเทศอย่างมาก โดยสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าส่งออกลำดับที่ 9 ของสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทย นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในลำดับต้น และมีบทบาทสำคัญต่อประเทศอย่างมาก (กระทรวงพาณิชย์, 2548: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีประชากรหนาแน่นเป็นอันดับสองของประเทศไทย ในปี 2546 มีประชากรทั้งสิ้น 1,603,220 คน ในเขตอำเภอเมืองมีประชากรทั้งสิ้น 248,340 คน และมีความหนาแน่นของประชากรเท่ากับ 1492.53 คนต่อตารางกิโลเมตร (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2547) และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ มีความพร้อมด้านบุคลากรแรงงานที่มีฝีมือดี ราคาถูก มีการเรียนการสอนสาขาอัญมณีวิทยา ในระดับปริญญาตรี ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทำให้มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านอัญมณี ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่ยังอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ซึ่งหาซื้อได้จากชายแดนไทย-พม่า และชายแดนไทย-ลาว ส่งผลให้อุตสาหกรรมอัญมณีของจังหวัดเชียงใหม่เกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากเดิมร้านอัญมณีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีไม่กี่แห่งและมักตั้งอยู่ตามตลาดสด ได้มีการขยายตัวเพิ่มตามที่ต่างๆ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ ตามห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า ซึ่งมีจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับ ประกอบกับร้านค้าทองรูปพรรณเองได้มีการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ของตนจากเดิมที่จำหน่ายทองแท่งรูปพรรณมาทำการจำหน่ายสินค้าประเภทอัญมณีด้วย ส่งผลให้การค้าสินค้าประเภทอัญมณีมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น (ฤทธิชัย กอศิริวรรษ, 2544: 1)

ศูนย์การค้าได้รับความนิยมนในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นเนื่องจาก พฤติกรรมการซื้อ และการบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยซื้อจากตลาดหรือร้านค้า มาเป็นการซื้อหาในศูนย์การค้าแทน ศูนย์การค้าในปัจจุบันจะมีธุรกิจขนาดย่อมหลากหลายประเภทและรูปแบบอยู่ร่วมกันในลักษณะครบวงจร ซึ่งสามารถสร้างความสะดวกในการหาซื้อของได้ครบ มีของให้เลือกเปรียบเทียบกันมากมาย บรรยากาศในศูนย์การค้าเย็นสบาย สะอาด และสวยงาม มีที่จอดรถเหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ ข้อดี ของการตั้งร้านอยู่ในศูนย์การค้า คือสร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย ได้อยู่ในแหล่งที่มีโอกาสพบปะลูกค้าใหม่ ๆ สูง ได้ระดับภาพพจน์ของร้านค้า ให้ดูดีกว่าอยู่ตามชุมชนธรรมดา ได้ประโยชน์จากการโฆษณาส่งเสริมการขายของศูนย์การค้า นั้น โดยไม่ต้องลงทุนเองการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลาง เช่น ค่าทำความสะอาด ค่าบำรุงรักษาความปลอดภัย ถูกแบ่งเฉลี่ยกันจ่ายกับร้านค้าอื่น ๆ ทำให้ไม่เป็นภาระหนักแก่ธุรกิจผู้เดียว (ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์, 2546) ผู้ประกอบการเล็งเห็นโอกาสดังกล่าว จึงมีการตั้งร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้าขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่มีร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีแท้ประดับบนทองอยู่ทั้งสิ้นถึง 16 ร้าน ประกอบด้วย ห้างเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า จำนวน 7 ร้าน ห้างเซ็นทรัล กาดสวนแก้ว จำนวน 4 ร้าน เทสโก้ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขา คำเที่ยง จำนวน 1 ร้าน บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำนวน 1 ร้าน คาร์ฟูร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 2 ร้าน ริมปีง ซูเปอร์สโตร์ สาขานวรัฐ จำนวน 1 ร้าน (อ้างอิงจากการสำรวจเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2548)

สินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีราคาค่อนข้างสูงและขึ้นกับความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ลูกค้าภายในประเทศจะเป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ปานกลางขึ้นไป กลุ่มลูกค้าที่ทำงานแล้ว และกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพราะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อสูง สำหรับรูปแบบของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย และเป็นร้านค้าปลีกที่จัดตั้งในห้างสรรพสินค้า หรือแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวผ่าน นอกจากนี้ยังอยู่ในรูปแบบของการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หรือเป็นลักษณะของการเชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ เช่น บริษัททัวร์ หรือไกด์ เพื่อให้บริษัททัวร์หรือไกด์นำนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติไปเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี โดยมีการให้ค่าตอบแทนการขายแก่ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวไปซื้อ (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545: 127)

อย่างไรก็ตามปัจจุบันประเทศไทยได้เผชิญกับภาวะเศรษฐกิจถดถอย วัตถุดิบอันได้แก่เพชร และทองคำมีราคาแพงขึ้น ผลจากการขึ้นราคาน้ำมันของภาครัฐ เชื่อว่าจะส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อในแง่ของจิตวิทยาของผู้บริโภคคนไทย อาจมีการชะลอการจับจ่าย หรือมีการซื้อเพชร

น้อยลง ซึ่งอาจทำให้ตลาดเครื่องประดับเพชรมีการเติบโตลดลง 5 % ในช่วงครึ่งปีแรก (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ, 2546ข: ออนไลน์) และภาวะตลาดทองคำมีความผันผวนมากกว่าการปรับเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ, 2546ค: ออนไลน์) ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทางด้านต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ยอดขายลดต่ำลง การดำเนินธุรกิจประสบกับปัญหาต่างๆมากมาย

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจดังกล่าวด้านต่างๆ ได้แก่ ปัญหาด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน ผลของการศึกษานี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีในการพัฒนาปรับปรุงตนเองและจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี ในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึง ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทราบถึง ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในศูนย์การค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในการปรับปรุงร้านและเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยเหลือร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

ปัจจัยความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลทำให้การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี บรรลุตามเป้าหมายของแต่ละองค์กร เช่น สามารถดำรงอยู่ได้ในภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน มีความสามารถในการทำกำไร และมีการเติบโตของธุรกิจเป็นต้น

โดยปัจจัยความสำเร็จจะวิเคราะห์ตามสาขางาน (Function Analysis) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยความสำเร็จทางด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และ ด้านการเงิน

ร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณี หมายถึง การประกอบธุรกิจที่ทำการซื้อขายเครื่องประดับอัญมณีตลอดจนรับสั่งทำเครื่องประดับในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่นับรวมร้านค้าทองรูปพรรณในศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีแต่ไม่ใช่สินค้าหลัก

ศูนย์การค้า หมายถึง ศูนย์รวมของร้านค้าปลีกที่ตั้งขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้นๆ โดยจัดอยู่ในรูปอาคารขนาดใหญ่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าและบริการประเภทต่างๆ ได้อย่างครบวงจร

เครื่องประดับอัญมณี หมายถึง เครื่องประดับทุกประเภท ที่มี แร่ เพชร พลอย ทุกประเภท ซึ่งมีรูปแบบและขนาดต่างๆ ประดับบนแร่โลหะมีค่าอันได้แก่ทองคำและทองคำขาว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved