

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ทองนั้นถือได้ว่าเป็นของที่มีค่ายิ่งและถือว่าเป็นโลหะที่แสดงถึงอำนาจของผู้ที่เป็นเจ้าของ และนับเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันทองจึงมีความสำคัญที่สามารถจําแนกความสำคัญได้ 4 ประการ (นิตยสารนาฬิกาอัญมณี : 2541) คือ ประการแรก เป็นเครื่องราชบรรณาการที่ประเทศราชต้องส่งมาถวายพระเจ้าแผ่นดินที่ครอบครองเมืองของตน ประการที่สองเป็นเครื่องแบ่งชนชั้น บรรดาศักดิ์ และบําเหน็จความชอบดังจะเห็นได้จาก กฎมณเฑียรบาล กฎหมายตราสามดวง และประกาศในรัชกาลที่ 5 ที่กำหนดว่าบุคคลใดสามารถที่จะใช้ทองคำสวมใส่ประดับได้ ประการที่สามเป็นเครื่องแสดงสถานะทางสังคม ดังคำกล่าวที่ว่า “มีเงินนับเป็นน้องมีทองนับเป็นพี่” และประการสุดท้าย เป็นเครื่องแสดงฐานะทางเศรษฐกิจเพราะทองสามารถนำไปแลกเปลี่ยนซื้อขายกันได้

การค้าทองคำในประเทศไทย ในยุคแรกตั้งอยู่ละแวกเขาวราชและจัดเป็นแหล่งค้าทองคำที่ใหญ่และสำคัญที่สุดของประเทศ โดยสองฝั่งถนนเขาวราชจะเต็มไปด้วยร้านทองขนาดใหญ่ของชาวจีน อันเป็นเอกลักษณ์ของถนนสายนี้มาเป็นเวลานานนับศตวรรษ และเมื่อศึกษาถลกลงไปถึงประวัติความเป็นมาของการเกิดร้านค้าทองในแถบเขาวราช พบว่า ตั้งแต่ในสมัยรัชกาลที่ 4 มีการตัดถนนเขาวราช โดยที่ถนนสายนี้มีบ่อนการพนันตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก (ในปัจจุบันเรียกบริเวณนั้นว่าบ้านหม้อ) การค้าทองเริ่มโดยการรับซื้อขายจากเซียนพนัน ซึ่งตั้งโต๊ะและดำเนินการโดยชาวจีน โดยจะทำหน้าที่ตั้งแต่เป็นโรงรับจําของนักการพนันที่เอาทองคำมาค้าประกันเงินกู้และต่อมาได้กลายเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนทองคำ แหล่งขาย และแหล่งกู้ สำหรับผู้ต้องการเงินไปลงทุนทำการค้า การค้าทองคำในอดีตส่วนใหญ่จะตกอยู่ในกลุ่มของชาวจีน สาเหตุหนึ่งเป็นเพราะเนื่องจากว่าช่างทองที่มีฝีมือและเป็นที่ยอมรับกันในสมัยนั้นเป็นช่างทองที่มาจากเมืองจีน จากเพียงการตั้งโต๊ะรับซื้อขายทองคำริมถนนในอดีตได้วิวัฒนาการเป็นผู้ทองขนาดเล็ก และเปลี่ยนไปเป็นร้านทองระดับที่ชาวจีนเรียกว่า “ห้าง” เต็มสองฝากถนนเขาวราชในปัจจุบัน(สุรินทร์ ดันนวิจิตร, 2539 : 29)

จากร้านทองที่เห็นกันคานดินทั่วประเทศไทยในปัจจุบัน สามารถจําแนกรูปแบบการค้าได้ 2 ลักษณะ (ธิดา ประสิทธิ์บุรีรักษ์, 2538 : 25) กล่าวคือ ลักษณะแรก เป็นร้านค้าทองขนาดใหญ่ มักจะผลิตทองแท่งและทองรูปพรรณภายใต้ยี่ห้อของร้านตน ทั้งนี้เพื่อรับประกันการขายและแลกเปลี่ยนในราคาที่ไม่ถดถอยมากนัก โดยร้านค้าทองขนาดใหญ่จะตั้งอยู่ในแหล่งค้าทองคำดั้งเดิมของไทย

ในแถบเขาวราช และร้านค้าทองประเภทดังกล่าวนี้จะมีช่างทองฝีมือดีประจำร้านเป็นจำนวนมาก ลักษณะที่สอง ร้านทองขนาดกลางและขนาดเล็กมักจะตั้งอยู่ในย่านชุมชนและตลาดสด ร้านค้าประเภทนี้มักจะมีช่างทองอยู่ประจำร้านเพียงหนึ่งถึงสองคน เพื่อผลิตทองคำรูปพรรณบางส่วน และมีการสั่งซื้อแบบสำเร็จรูปจากร้านค้าขนาดใหญ่เพื่อมาจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้ยังรวมถึงแหล่งค้าทองแหล่งใหม่ที่จะอยู่ตามห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตบางแห่ง ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

จากความนิยมนี้นำมาทำให้ปริมาณการบริโภคทองคำของไทย ทั้งทองคำแท่ง และเหรียญทองคำ รวมทั้งทองรูปพรรณ อันได้แก่ เครื่องประดับทองรูปพรรณ และเครื่องประดับอัญมณีที่มีทองเป็นตัวเรือน มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยตลอด โดยในช่วงระยะเวลาทศวรรษที่ผ่านมา (2528 - 2538) พบว่า ความต้องการบริโภคทองคำของไทย จะมีความต้องการในรูปของจิวเวลรี่ (Jewelry) มากกว่าที่จะเป็นเหรียญทองคำและทองคำแท่ง จากการประมาณการบริโภคทองคำในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2528 - 2538 พบว่า อัตราการขยายตัวของความต้องการบริโภคทองคำในรูปจิวเวลรี่เพิ่มขึ้น โดยในปี 2536 มีอัตราการขยายตัวจากปี 2535 ถึง 11 เมตริกตัน และแนวโน้มในช่วงปี 2537 และ 2538 พบว่า มีอัตราการขยายตัวปีละ 26 เมตริกตัน ตามลำดับ(ผู้จัดการรายสัปดาห์ นสพ., 2539 : 36)

ประมาณการบริโภคทองคำในประเทศไทย ปี 2528 – 2538

(หน่วย : ตัน)			
ปี	เหรียญทองคำและทองคำแท่ง	จิวเวลรี่	รวม
2528	12.5	14	26.5
2529	6	11	17.0
2530	6	20	26.0
2531	12	45	57.0
2532	46	75	121.0
2533	30	85	115.0
2534	6	81	87.0
2535	4	81	85.0
2536	6	92	98.0
2537	6	118	124.0
2538	6	134	140.0

ที่มา : ผู้จัดการรายสัปดาห์ นสพ. ปีที่ 9 ฉบับที่ 446 , มิถุนายน 2538, หน้า 36.

สำหรับการค้าทองคำในจังหวัดเชียงใหม่ ได้เริ่มขึ้นมากกว่า 60 ปี โดยย่านที่ว่าเป็นแหล่งที่มีการซื้อขายและแลกเปลี่ยนกันอย่างหนาแน่น ได้แก่ ย่านตลาดวโรรส ย่านถนนช้างม้อย และย่านถนนวิหขานนท์ เป็นต้น ซึ่งทองคำที่ขายในละแวกดังกล่าว นิยมเรียกว่าทองคำแดง ซึ่งเป็นการเรียกตามการตกแต่งร้านค้าทองคำที่มักจะใช้เฟอร์นิเจอร์ภายในร้านเป็นสีแดง ต่อมาในช่วงตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา ได้เกิดมีการพัฒนาการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของการค้าทองคำในจังหวัดเชียงใหม่ขึ้น โดยได้มีผู้ประกอบการร้านค้าทองรูปพรรณรายใหม่ได้เข้าไปเปิดให้บริการบนพื้นที่ในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ซึ่งร้านค้าดังกล่าวได้ถูกเรียกขานว่า “ทองห้าง” ซึ่งหมายถึงร้านค้าทองรูปพรรณที่เปิดตามห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า หากแต่ร้านค้าทองรูปพรรณในจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับความนิยมนั้นจะอยู่บริเวณตลาดสดเป็นหลัก จากการสำรวจในปัจจุบันโดยการสำรวจจากบัญชีรายชื่อร้านค้าทองคำ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2541 พบว่าจำนวนร้านค้าทองรูปพรรณที่เปิดดำเนินการในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีทั้งสิ้น 63 แห่ง (ดูรายชื่อร้านค้าทองรูปพรรณจำแนกตามแหล่งที่ตั้งจากภาคผนวก)

จากสภาวะเศรษฐกิจถดถอยในปัจจุบันทำให้ร้านค้าทองรูปพรรณต้องแข่งขันกันทั้งในการให้บริการ และด้านการตลาดที่รุนแรงขึ้น ตลอดจนพฤติกรรมการใช้บริการทองรูปพรรณที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งการซื้อ-ขาย การแลกเปลี่ยน การซ่อมแซม และการจำหน่ายทองรูปพรรณ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ รวมถึงศึกษาปัญหาที่ผู้ใช้บริการมีต่อร้านค้าทองรูปพรรณในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านค้าทองรูปพรรณที่มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่วางไว้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
2. ศึกษาปัญหาที่ผู้บริโภคมีต่อการใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการร้านค้าของรูปพรรณของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อีกทั้งปัญหาที่ผู้บริโภคมองการให้บริการร้านค้าของรูปพรรณ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง วางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมของร้านค้าของรูปพรรณ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University