

หัวข้อสารนิพนธ์	การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณี เพื่อส่งเสริมการค้าอัญมณีในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ชื่อผู้เขียน	นางฉัตรทิพย์ มณฑลภาณุจัน
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2551

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการค้าอัญมณีในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ของผู้ประกอบการค้าธุรกิจอัญมณีเพื่อส่งเสริมการค้าอัญมณีไทยในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาแนวทางของภาครัฐที่ได้มีการส่งเสริมและพัฒนา ธุรกิจอัญมณีเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ คือ การสำรวจเอกสาร และการศึกษาแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังคงให้ความสนใจต่อสินค้าอัญมณีของไทย โดยผู้ประกอบการได้เน้นการสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องของ คุณภาพของสินค้า ได้รับการผลิตมาจากช่างฝีมือดี ประณีต และราคาถูก โดยเน้นที่จุดเด่นของพลอยไทยซึ่งมีชื่อเสียงว่าเป็นพลอยที่ดีมีค่ามากที่สุดในโลก ส่วนในเรื่องของแบบจะเป็นไปตามยุคสมัยของแฟชั่นและครอบคลุมกับลูกค้านักทุกกลุ่ม และจะใช้ชื่อเสียงของบริษัทเป็นตัวรับรองคุณภาพของสินค้า

2. ผู้ประกอบการจะเน้นที่ความเหมาะสมของสินค้ากับราคา โดยเน้นที่ราคาที่มีความเป็นจริงตามตลาดมีการเปรียบเทียบราคาของสินค้ากับร้านค้าคู่แข่ง เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้มีการต่อรองราคา

3. การสื่อสารการตลาดในด้านการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการเน้นการไปตั้งร้านค้าอยู่ในแหล่งเดียวกัน เพราะทำให้นักท่องเที่ยวรู้แหล่งที่จะซื้ออัญมณีแน่นอนจะง่ายที่จะมาซื้อสินค้า ส่วนการจัดร้านนั้นจะจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ในสินค้าแต่ละประเภทเพื่อช่วยให้ลูกค้าชมสินค้าได้ง่ายขึ้น และช่วงเวลาที่ดีที่สุดของปีในการขาย ผู้ประกอบการมีความเห็นตรงกันว่าช่วงก่อนเทศกาลและในช่วงเทศกาลสำคัญของปี

4. การสื่อสารการตลาดในด้านการส่งเสริมการขายนั้น สื่อที่ผู้ประกอบการใช้ในการสื่อสารให้กับนักท่องเที่ยวคือ การจัดหน้าร้านให้มีความน่าสนใจ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และนามบัตร และการบอกต่อกันเองของลูกค้า สำหรับการส่งเสริมการขายที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อขายคือ พนักงานขายที่มีอรรถาศัยดี มีความรู้เรื่องอัญมณี และการจัดให้มีส่วนลดให้กับลูกค้า

แนวทางของภาครัฐที่ได้มีการส่งเสริมและพัฒนา ธุรกิจอัญมณีเพื่อการท่องเที่ยวนี้ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ภาครัฐจะมีการปรับแก้ไขกฎระเบียบให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ และเสริมสร้างให้มีศักยภาพทางการแข่งขันในระยะยาว

2. มีการพัฒนาในเรื่องขององค์ความรู้และการสร้างทรัพยากรบุคคลให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นไปอีก

3. รักษาสวนแบ่งการตลาดเดิมเอาไว้ ในขณะที่เดียวกันต้องหาตลาดใหม่ทั้งในภูมิภาคเอเชียและภูมิภาคอื่น ๆ

4. การประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มในการที่จะยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มของการนำเข้าวัตถุดิบอัญมณี

การผลักดันของภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจอัญมณีเพื่อการท่องเที่ยวโดยมีการดำเนินการต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดการเคลื่อนไหวในธุรกิจอัญมณีดังนี้

1. การผลักดันให้เมืองไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
2. แสวงหาความร่วมมือทางการค้าในประเภทสินค้าต่างๆ ในระดับทวิภาคี (Bi-lateral Category Matching)
3. เพิ่มกิจกรรม Business Matching ในกลุ่มตลาดใหม่และประเทศเป้าหมายอย่างเป็นระบบ
4. พัฒนากลยุทธ์และเครื่องมือทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อเสริมศักยภาพในการแข่งขัน
5. มีการพัฒนาทางการวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรม วัสดุศาสตร์ เทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบ โดยร่วมมือกับ สถาบันการศึกษาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยี และหน่วยงานของรัฐ