

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มและก่อให้เกิดการจ้างงาน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐตั้งแต่ปีพ.ศ.2520 เนื่องจากภาครัฐได้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมนี้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มในการผลิตสูง รวมทั้งประเทศไทยยังเป็นแหล่งวัตถุดิบพลอยที่มีค่ามหาศาล มีแรงงานที่มีฝีมือประณีตและมีความละเอียดในการเจียรไนย ประกอบกับประเทศไทยเป็นประเทศเดียวในโลกที่มีเทคนิคในการหุงพลอยให้มีสีที่สวยงามขึ้น (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545) จากการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลและข้อได้เปรียบดังกล่าวทำให้อุตสาหกรรมนี้จึงเป็นหนึ่งในสิบอุตสาหกรรมที่นารายได้เข้าสู่ประเทศมากที่สุด (กระทรวงพาณิชย์, 2547)

ตลาดรองรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมี 2 ตลาด คือ ตลาดต่างประเทศและตลาดภายในประเทศ ลูกค้าภายในประเทศแบ่งเป็นสองกลุ่มหลัก คือ กลุ่มลูกค้าที่ทำงานแล้ว และกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สำหรับช่องทางจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศอยู่ในรูปของผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้า ซึ่งผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับเหล่านี้มักมีห้างร้านตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ซึ่งแหล่งที่สำคัญจะอยู่ตามห้างสรรพสินค้าและย่านที่มีนักท่องเที่ยวเดินผ่าน รูปแบบของเครื่องประดับขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ จึงทำให้รูปแบบของเครื่องประดับภายในประเทศมีความหลากหลาย (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545) เดิมธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไม่ได้อยู่ภายใต้อิทธิพลของแฟชั่นเท่าปัจจุบันที่อัญมณีและเครื่องประดับรวมเข้าสู่ธุรกิจแฟชั่นมากขึ้น นักออกแบบและผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับแต่ละรายพยายามผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองผู้บริโภคหลากหลายระดับ ในขณะที่การซื้อเพชรหรือพลอยเนื้อแข็งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคที่มีฐานะเท่านั้นที่สามารถซื้อหาได้ แต่ตลาดพลอยเนื้ออ่อนที่มีความสวยงาม ง่ายกว่า และราคาถูกกว่า สามารถตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคในกลุ่มใหญ่ได้มากกว่า (ศูนย์ข้อมูล สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2550) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ที่ทำให้ความนิยมพลอยเนื้ออ่อนเพิ่มขึ้น ได้แก่ อุตสาหกรรมแฟชั่น และสื่อต่างๆทางด้านแฟชั่น ที่เน้นการให้ความสำคัญกับการใช้สีสันทันเพิ่มมากขึ้น และอีกสิ่งหนึ่งที่กระตุ้นความต้องการพลอยเนื้ออ่อน คือปัญหาของการปรับปรุงคุณภาพพลอยเนื้อแข็ง (การหุงพลอย) ที่ยังไม่สามารถหาข้อสรุปได้ทำให้ผู้บริโภคชะลอการ

ตัดสินใจซื้อ ส่งผลให้ตลาดพลอยเนื้อแข็งซบเซาลงไป และตลาดพลอยเนื้ออ่อนได้เข้ามาทดแทน ช่องว่างนี้ (ศูนย์ข้อมูล สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2549)

ชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับมาตรฐาน โดยการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และความร่วมมือจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ต้องการกระตุ้นการบริโภคทั้งภาคการท่องเที่ยวและการค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับ ใน 3 พื้นที่หลัก ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นเมืองต่างๆ มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากเข้ามาใช้จ่าย ซึ่งส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจภายในแต่ละจังหวัด (ชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับมาตรฐาน, 2548) จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางใน 17 จังหวัดภาคเหนือ เป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางการค้า ประเพณี และวัฒนธรรม อีกทั้งเป็นแหล่งรวมอัญมณีจากประเทศพม่า ทั้งทางด้านอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผู้ซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และประชากรในท้องถิ่น ซึ่งประชากรภายในท้องถิ่นเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงานมากที่สุด ช่องทางการจำหน่ายสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดเชียงใหม่จะอยู่ในลักษณะของร้านจำหน่ายสินค้า ตัวแทนจำหน่าย และโรงงานผลิต นอกจากร้านจำหน่ายแล้วยังมีการขายตรงจากตัวแทนจำหน่ายรายย่อย ซึ่งไปรับสินค้าจากร้านค้าหรือโรงงานผลิตเพื่อนำไปเสนอขายให้กับผู้บริโภคตามบ้านเรือนของผู้มีฐานะดี หรือขายตามสถานที่ทำงาน เช่น โรงงาน ร้านค้า หรือหน่วยงานราชการ ซึ่งการค้าในลักษณะนี้มีค่อนข้างแพร่หลายแต่ไม่เห็นมูลค่ารวมที่ชัดเจน จากการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดเชียงใหม่ของภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ พบว่า ระดับราคาของผู้บริโภคทำการซื้อต้องเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ซึ่งการซื้อในแต่ละครั้งราคาต่ำกว่า 10,000 บาท รูปแบบของสินค้าที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจเลือกซื้อต้องมีคุณภาพที่ดี มีการออกแบบที่ทันสมัย ทั้งนี้แร่อัญมณีที่มีค่าของเครื่องประดับที่ผู้บริโภคสนใจซื้อมากที่สุดได้แก่ เพชร พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อน พลอยเนื้อแข็งอย่างเดียว เพชรและพลอยเนื้อแข็ง พลอยเนื้ออ่อนอย่างเดียว เพชรและพลอยเนื้ออ่อน ตามลำดับ (ภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ, 2546) ในส่วนของโรงงานผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะการค้าเป็นการ เช่น การเข้าตัวเรือน การเจียรระไน และการฝัง เป็นต้น ส่วนมากเป็นผู้ผลิตขนาดเล็กซึ่งมีกำลังคนประมาณ 5-10 คน มีจำนวนประมาณ 50 - 100 ราย (อุษา แก้ววิชัย, 2547)

จากความร่วมมือต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่มุ่งเน้นกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ การลงทุนของรัฐบาลในโครงการต่างๆ อาทิเช่น งานพืชสวนโลกในปีพ.ศ.2550 ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง ประชาชนมีรายได้ดีขึ้น ส่งผลให้ความต้องการ

บริโภคด้านต่างๆของประชาชนสูงขึ้นตามไปด้วย รวมไปถึงความต้องการบริโภคสินค้าประเภท อัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นต่อสภาพเศรษฐกิจ เมื่อเศรษฐกิจดี ประชาชนจะหันมาให้ความสนใจต่อสินค้ากลุ่มนี้มากขึ้น จากข้อมูลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงต้องการ ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการตัดสินใจในการลงทุน และข้อมูลจากการศึกษาบางส่วนสามารถใช้เป็น แนวทางในการทำแผนกลยุทธ์สำหรับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับต่อไปในอนาคต โดยรูปแบบ ของโครงการลงทุนร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับในการศึกษานี้ เป็นร้านค้าปลีกขนาด ย่อมขนาดการลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท ทำการจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูปที่ทำการเข้าตัวเรือนแล้ว สินค้าเหล่านี้ทางร้านจะออกแบบเองและสั่งผลิตจากโรงงาน ใช้วัตถุดิบหลักคือพลอยเนื้ออ่อน เนื่องจากราคาไม่สูงมากนัก มีสีสันทันหลายหลาก เมื่อนำมาออกแบบด้วยรูปแบบที่ทันสมัยจะเป็น การสร้างมูลค่าเพิ่ม และความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นจุดขายที่แข่งขันในตลาดได้

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายอัญมณีและ เครื่องประดับในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายอัญมณีและ เครื่องประดับในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เชียงใหม่
2. ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางระบุโอกาส หรืออุปสรรคที่มีต่อธุรกิจ อัญมณีและเครื่องประดับเพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์ และเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้สนใจในการพิจารณา ตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ

1.4 นิยามศัพท์

การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่คาดว่าจะ เกิดขึ้นจากการดำเนินงานในการลงทุนจัดตั้งร้านค้าอัญมณีและเครื่องประดับ โดยพิจารณาจาก การศึกษาวิเคราะห์โครงการใน 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้าน การเงิน เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน

ร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง การประกอบธุรกิจที่ทำการซื้อ
และขายอัญมณีและเครื่องประดับ โดยอัญมณีที่นำมาจำหน่ายเป็นประเภทพลอยเนื้ออ่อน ได้แก่
โกเมน ทวีร์มาลินี เบริล ควออร์ตซ เป็นต้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved