

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษารั้ครั้งนี้ ได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบ่งเนื้อหา ดังนี้

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1) แนวความคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ แนวความคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อการลงทุนโดยทั่วไป มีกิจกรรมหลักหรือหน้าที่หลัก 3 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านเทคนิค ด้านการตลาด และด้านการเงิน ผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสะท้อนออกมาในรูปของงบการเงินล่วงหน้า กิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรมล้วนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังนี้ (ชัยศ สันติวงษ์ , 2533)

1.1) ด้านเทคนิค (technical aspects) เป็นขั้นตอนในการที่สำคัญการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ บางลำดับการศึกษาเทคนิคอาจจะทำก่อนการศึกษาทางด้านการตลาดก็ได้ ขึ้นอยู่กับเสาะหาโครงการว่าถึตลาดเป็นเกณฑ์ หรือถึผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคมีจุดมุ่งหมายเพื่อคาดคะเนต้นทุนและเงินลงทุนต่างเช่น เงินลงทุนถาวร ค่าใช้จ่ายในการผลิต ค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินงาน

1.2) ด้านการตลาด (marketing and commercial aspects) เป็นการวิเคราะห์ถึงอุปสงค์ ลักษณะของตลาด ซึ่งอาจจะต้องมีการสำรวจตลาด อาศัยเทคนิคการพยากรณ์มาประกอบเพื่อกำหนดขอบเขตของตลาด เป้าหมายลูกค้า และลักษณะของตลาดได้ นอกจากนี้ยังช่วยให้ทราบถึงอุปสงค์ แนวทางการเจาะตลาด ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด จุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์การตลาดเพื่ต้องการคาดคะเนรายรับจากยอดขาย ต้นทุนระบบการจัดจำหน่าย และต้นทุนขาย ผลการคาดคะเนที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งในการทำงานกำไร-ขาดทุนล่วงหน้า เพื่อใช้ในการประเมินผลการตัดสินใจลงทุน

1.3) ด้านการเงิน (financial aspects) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจเลือกโครงการ ซึ่งจะต้องนำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์การตลาด คือ แผนการขาย แผนการผลิต เพื่อให้การประเมินโครงการเป็นอย่างถูกต้อง รอบคอบและแนใจ อาจจะต้องมีการวิเคราะห์ความไว และวิเคราะห์ความเสี่ยง ประกอบกระบวนการวิเคราะห์งบการเงินมีขอบเขตและขั้นตอน

2) ทฤษฎีส่วนสมทางการตลาด เป็นวิธีการเครื่องมือการตลาด หรือส่วนสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย และต้องสร้างส่วนสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด มีดังนี้( เสรี วงษ์มณฑา 2542)

2.1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน บริการ หรือความคิดที่ไปตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น จะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จซึ่งหมายถึงตัวสินค้า บวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคและสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคเป็นสำคัญ สำหรับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในเรื่องผลิตภัณฑ์จะให้ความสำคัญอย่างมาก

2.2) ราคา (Price) คือการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขาย ก่อนที่จะกำหนดราคาธุรกิจต้องกำหนดเป้าหมายจะต้องตั้งราคาเท่าใดเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนครองตลาดหรือเพื่อเป้าหมายอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาด สำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ จัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก ( elastic demand )

2.3) การจัดจำหน่าย ( Distribution) คือการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลาง เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และตัวแทนจำหน่าย อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมคือ การแจกจ่ายสินค้า การกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค การเลือกวิธีการขนส่งที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า

2.4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบถึงผลิตภัณฑ์ ที่เสนอขาย วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่า มีผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในท้องตลาด พยายามชักชวนเพื่อให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค สำหรับธุรกิจที่ศึกษานี้ การส่งเสริมทางการตลาดไม่มีความจำเป็นเพราะ ส่งออกให้กับลูกค้าโดยตรงมีลูกค้าที่รองรับที่แน่นอน

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศักดา ศิริพันธ์ (2546) การพัฒนาระบบการสื่อสารเรื่องสี เพื่อการประเมินคุณภาพของอัญมณี งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการสื่อสาร เรื่องสีของอัญมณีโดยการแทนชื่อสีสามัญของอัญมณี ซึ่งไม่สามารถบ่งบอกลักษณะสีที่แท้จริงด้วยชื่อสีมาตรฐานที่เป็นสากลและใช้ในอุตสาหกรรมชนิดอื่น เช่นอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และสิ่งทอ อัญมณีในโครงการนี้มี 7 ชนิดคือ มรกต บุษราคัม แซปไฟร์สีชมพู โกเมน แทนซาไนต์ โทแพซ และแอมethyst ผู้วิจัยได้สรรหาชุดอัญมณีต้นแบบจำนวน 17 ชุด โดยแต่ละชุดประกอบด้วยอัญมณีจากแหล่งต่างๆกัน จำนวน 5 เม็ด มีน้ำหนัก 0.75-1 กะรัต มีสีต้นสวยงาม เรียงตามความอึมทึบและน้ำหนักสีจากมากไปหาน้อย มีความสะอาด มีประกายแวววาวและมีความโปร่งแสง อัญมณีแต่ละเม็ดผ่านการตรวจสอบด้วยเครื่องวัดค่าดัชนีหักเหแสง, กล้องจุลทรรศน์อัญมณี, สเปกโตรโฟโตมิเตอร์ และเครื่องวิเคราะห์ธาตุ ได้ผลว่าเป็นอัญมณีธรรมชาติทุกเม็ด ผู้วิจัยนำอัญมณีต้นแบบมาเทียบสีกับแถบสีมันเซลล์ในตู้แสงมาตรฐานเกรดแทคแมคเบ็ธ รุ่นเคอะจัดจ์ II ใช้อุณหภูมิแสง 5,000 เคลวิน และความส่องสว่างของพื้นหลังเป็น 1200 ลักซ์ รหัสสีมันเซลล์ของอัญมณีต้นแบบถูกเปลี่ยนเป็นชื่อสีระบบ ISSC-NBS และดัดแปลงจนกระทั่งได้ชื่อสี ซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้ค้า ผู้วิจัยนำชุดอัญมณีต้นแบบ ทั้งหมดมาประกอบการสำรวจความชื่นชอบสี ของประชาชนเชื้อชาติต่างๆ ได้แก่ ไทย ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย แอฟริกา และเอเชีย ผลการสำรวจแสดงว่าประชาชนต่างเชื้อชาติมีความชื่นชอบสีต่างกัน ในทางปฏิบัติจริงในห้องปฏิบัติการตรวจสอบอัญมณี หรือในบริษัทที่จำหน่ายอัญมณีที่มีชุดอัญมณีมาตรฐาน ก็จะใช้ชุดอัญมณีมาตรฐานนี้เป็นต้นแบบที่ใช้เทียบสีกับอัญมณีตัวอย่างของลูกค้าเพื่อการประเมินคุณภาพสีของอัญมณี และใช้รหัสสีของมันเซลล์และชื่อสีของระบบสี ISSC-NBS ซึ่งเป็นรหัสและชื่อสีสากลเพื่อเป็นสื่อในการสื่อสารเรื่องสีของอัญมณี และการสร้างความเข้าใจในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจด้วยกัน และยังใช้ระบบสื่อสาร เรื่องสีของอัญมณีนี้ บอกคุณลักษณะสีของอัญมณี ในใบรับรองคุณภาพอัญมณี ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ

นอกจากนี้ ผู้ค้าอัญมณีสามารถใช้ระบบสื่อสารเรื่องสี เพื่อการประเมินคุณภาพอัญมณีเป็นมาตรฐานในการประเมินราคามาตรฐานอัญมณีต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยสามารถเทียบสีของอัญมณีกับแถบสีของมันเซลล์ภายใต้แสงมาตรฐานและแปลงข้อมูลรหัสสีที่ได้จากระบบมันเซลล์เป็นชื่อสีในระบบ ISSC-NBS และแปลงรหัสสีเป็นค่าพิกัดสีในระบบที่ได้จากการวัดสีอัญมณีด้วยเครื่องสเปกโตรโฟโตมิเตอร์ ข้อมูลจากระบบการสื่อสารเรื่องสีของอัญมณีที่พัฒนาขึ้นใหม่นี้มีความแม่นยำเป็นที่พอใจของนักวิทยาศาสตร์และสามารถตอบสนองการใช้งานจริงสำหรับผู้ผลิตและผู้ค้า ผลงานวิจัยในโครงการนี้ช่วยยกระดับมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็น

ประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาดและการส่งออก ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับใน  
ป ร ร ะ เ ื ทั ษ ใ ทั ษ ใ

**จันทร์เพ็ญ อนุรักษ์นนท์ (2545)** ศึกษาการจัดทำระบบต้นทุนฐานกิจกรรม เพื่อการบริหารในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม เพื่อการบริหารในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาและจัดทำต้นทุนฐานกิจกรรมที่สอดคล้องกับกิจกรรมการผลิต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารและจัดการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการลดต้นทุนการผลิต ให้กับผู้ประกอบการและจัดทำกรประชุมที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในการคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรม ในการศึกษาครั้งนี้ ได้เลือกโรงงานตัวอย่างในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน 1 แห่ง ทำการศึกษาวิธีการดำเนินงานด้านต่างๆ รวมทั้งกระบวนการผลิตอย่างละเอียด จากนั้นทำการระบุกิจกรรมและระดับชั้นของกิจกรรมต่างๆ ภายในฝ่ายการผลิตและฝ่ายสนับสนุนการผลิต กำหนดตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนที่เหมาะสมของแต่ละกิจกรรม กำหนดอัตราตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุน กำหนดต้นทุนกิจกรรม และต้นทุนผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ได้จัดทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำหรับคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรม

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ซึ่งสามารถลดคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรม ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ โดยผลการศึกษาวิจัยพบว่า ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าวัสดุดิบทางตรง ได้แก่ เนื้อเงินและพลอย ส่วนค่าแรงงานทางตรงและค่าวัสดุการผลิตมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันมากนัก ในการควบคุมต้นทุน สามารถควบคุมต้นทุนค่าแรงงานทางตรงและค่าวัสดุการผลิตได้ง่ายกว่าค่าวัสดุดิบทางตรง โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ลดเวลาสูญเสียเปล่า และลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน โดยระบบต้นทุนฐานกิจกรรมที่ได้นี้สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการบริหารและวางแผนการผลิตของผู้บริหารระดับสูงได้

**พงดา บุญญสมภพ (2544)** ศึกษาการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการลงทุน ธุรกิจสินค้าเครื่องประดับเงินส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติ ได้มีการทำไว้แล้วจากผู้ประกอบการรายหนึ่ง ที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับเครื่องประดับเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลในการลงทุน นำมาวิเคราะห์ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจของโครงการเครื่องประดับเงิน ผลการวิเคราะห์พบว่า ณ อัตราคิดลด 8.50% พบว่าธุรกิจนี้ความเหมาะสมต่อการลงทุน เนื่องจากอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มีค่าเท่ากับ 97.13% , มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 60,740,070 บาท และระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 4 เดือน จากนั้นทำการวิเคราะห์ความไหวตัวของธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้แม้ว่าอัตราคิดลดจะเพิ่มขึ้นถึง 15% หรืออัตราคิดลดจะเพิ่มขึ้นถึง 15% เนื่องจากผลการวิเคราะห์ความไหวตัวพบว่า NPV มีค่า

มากกว่าศูนย์ , IRR มีค่ามากกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ ส่วนในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้านการเงิน ความสามารถหากำไรของธุรกิจเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 236.30% ซึ่งมีค่าเท่ากับเมื่ออัตราคิดลดเพิ่มถึง 15% และมีค่าเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น , อัตราส่วนการทำกำไรจากการดำเนินงานต่อยอดขายเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 12.90% ซึ่งมีค่าเท่ากับเมื่ออัตราคิดลดเปลี่ยนแปลง และมีค่าเปลี่ยนแปลงเมื่อต้นทุนเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้นและความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยของธุรกิจมีค่าเท่ากับ 29.27 เท่า ซึ่งจะ มีค่าเปลี่ยนแปลงเมื่อต้นทุนเปลี่ยนแปลง และอัตราส่วนคิดลดเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตามผลการ ศึกษาพบว่า ธุรกิจดังกล่าวได้กู้เงิน จากสถาบันการเงินเพื่อลงทุนใน กิจการ ดังนั้นปัญหาสภาพ คล่องทางการเงินจึงเป็นสาเหตุทำให้ธุรกิจเครื่องประดับเงินไม่สามารถที่จะลงทุนขยายกิจการมาก ขึ้น เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพให้มีการแข่งขันได้ดีมากยิ่งขึ้นได้

**นายวันชัย ลีลากรวิงศ์ (2544)** การศึกษาปัญหา/สถานการณ์และประเมินขีดความสามารถ ของ SMEs ในภาคอุตสาหกรรม เครื่องประดับเงิน-ได้ทำการศึกษาสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรม การผลิตเครื่องประดับเงิน-ทองจำนวน 50 โรงงาน เพื่อศึกษาถึงปัญหาและขีดความสามารถ ของอุตสาหกรรม ในการที่จะเสนอแนะแนวทางแก้ปัญหาดังกล่าวผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นประเด็น หลัก ดังนี้คือ ด้านความสามารถทางเทคโนโลยี ด้านการถ่ายทอดทางเทคโนโลยี ด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านทัศนคติต่อภาครัฐ ซึ่งพบว่า

ในด้านความสามารถทางเทคโนโลยีการผลิต อุตสาหกรรมประเภทนี้ยังขาดบุคลากรที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวข้างต้น คิดเป็นร้อยละ 80 นอกจากนี้ยังพบว่าในอุตสาหกรรมนี้ยังขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เป็นส่วนสำคัญกับการพัฒนา การพัฒนาที่ดีที่สุด ในปัจจุบันคือการเป็นที่ปรึกษาให้กัน คิดเป็นร้อยละ 32 ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยรวมพบว่ายัง ไม่มีหน่วยงานรับที่ผิดชอบโดยตรง แต่มักทำควบคู่กับงานหน้าที่หลักด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้คอมพิวเตอร์คิดเป็นร้อยละ 65 แต่ใช้เพื่องานบัญชีเป็นส่วนใหญ่ แต่นำไป ใช้การควบคุมกระบวนการผลิตมีน้อยมากคิดเป็นร้อยละ 12 จากผู้ที่มีการใช้คอมพิวเตอร์ทั้งหมด ความสามารถทางการตลาดของอุตสาหกรรมประเภทนี้อยู่ในเกณฑ์พอใช้ คิดเป็นร้อยละ 45.6 สืบเนื่องมาจากเจ้าของกิจการเป็นผู้ดำเนินการเอง บางรายยังต้องมีหน้าที่ในการแก้ปัญหาต่างๆ ของโรงงานอีกด้วย จึงไม่สามารถใช้เวลาในการทำการตลาดได้เพียงร้อยละ 55 ยิ่งไปกว่านั้นยังไม่มี การเขียนเป้าหมายไว้อย่างชัดเจนและเป็นระบบ (มีการดำเนินการเพียง 15%)

ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์ แนวโน้มทางการตลาดคิดเป็นร้อยละ 48 ในด้านทัศนคติต่อโครงการสนับสนุน ในด้านต่างๆ ดัง กล่าวมาแล้วทั้งภาครัฐและเอกชน พบว่าโครงการต่างๆ ยังได้รับความสนใจน้อยมาก มีเพียงบางราย ที่รู้จักโครงการคิดเป็นร้อยละ 40 และในจำนวนนี้ได้เข้าร่วมโครงการน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 31.4

ของผู้รู้จักโครงการประเมินขีดความสามารถโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 2.25 คะแนน จากคะแนนเต็ม 40 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบพบว่า โรงงานขนาดใหญ่ และขนาดกลางความสามารถไม่แตกต่างกัน (2.60 และ 2.50 คะแนนตามลำดับ) แต่เมื่อเปรียบเทียบกันระหว่าง โรงงานขนาดใหญ่และโรงงานขนาดเล็ก พบว่ามีความแตกต่างกันมาก (2.60 และ 1.93 คะแนนตามลำดับ)จากข้อสรุปในด้านการผลิตเสนอแนะให้มีการวางแผนงานล่วงหน้าและการประชุม เพื่อติดตามผลงานตามเวลาที่กำหนด การปรับปรุงหรือกำหนดผังโรงงาน การใช้เทคนิค 5 ส. ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการไหลของการผลิต จัดให้มีการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตอย่างเป็นระบบ เพื่อควบคุมและแก้ปัญหาที่มีผลให้เกิดการลดลงของต้นทุน ในด้านการพัฒนาคุณภาพของบุคลากร ควรจัดให้ได้รับการฝึกอบรมทั้งจากหน่วยงานภายนอกและภายใน ในด้านการพัฒนาคุณภาพของบุคลากร ควรจัดให้ได้รับการฝึกอบรมทั้งจากหน่วยงานภายนอกและภายใน เป็นต้นว่า นักการตลาด วิศวกรการจัดการ แลช่างฝีมือ ในด้านการสร้างนวัตกรรม การทำวิจัยพัฒนาและเทคโนโลยี องค์กรจำเป็นต้องเพิ่มการแสวงหาความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ทั้งจากสื่อต่างๆ และการซื้อเทคโนโลยี ซึ่งทำได้โดยความร่วมมือกับภาครัฐ ซึ่งภาครัฐต้องแสดงให้เห็นความจริงใจ ความตั้งใจจริง ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ในภาคการศึกษาควรเป็นฝ่ายสนับสนุนด้านองค์ความรู้ เพื่อนำมาใช้ได้จริงและมีประสิทธิภาพ

**พิมพ์ใจ ฐิตะปุระ (2543)** ศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดพะเยาและเชียงราย อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพต่อการสร้างงานในชนบท ผลการศึกษาพบว่า อาชีพเจียรไนพลอยในอำเภอเมืองพะเยาได้รับการสนับสนุนและฝึกอบรมจากภาครัฐ ผ่านกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมระยะแรก โดยดำเนินการในลักษณะหน่วยการผลิตในครอบครัวค่อยๆ ขยายกลุ่มจากญาติพี่น้องที่ใกล้ชิด ไปสู่ผู้ที่สนใจในชุมชน โดยรับพลอยอ่อนจาก ผู้ประกอบการรายใหญ่ในกรุงเทพฯในรูปแบบพลอยบล็อกมาเจียรไนและขนกลับคืนไปทั้งหมด เมื่อเจียรไนเสร็จ ส่วนการเจียรไนพลอยในอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงรายนั้น นอกจากจะรับพลอยจากกรุงเทพฯแล้ว ยังรับเจียรไนพลอยที่เป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติ จากผู้ว่าจ้างรายอื่น ลักษณะหน่วยผลิตอำเภอเชียงแสนคล้ายกับโรงงานขนาดเล็ก ในหมู่บ้านที่มีการจัดการเจียรไนอย่างมีระเบียบมากกว่าจังหวัดพะเยา นอกจากนี้ ยังมีการฝึกอบรมอาชีพเจียรไนแบบตัวต่อตัวของผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่นด้วยตนเอง ให้กับผู้ที่สนใจเข้ารับการศึกษา

ความเป็นไปได้ของอุตสาหกรรมมีต่อการจ้างงานในชนบทค่อนข้างสูง เนื่องจากความต้องการของตลาดในประเทศและต่างประเทศที่ยังขยายได้อีกมาก ผู้ประกอบการมีความสนใจที่จะลงทุน และมีความเป็นไปได้ที่จะฝึกหัดแรงงานให้เป็นช่างเจียรไนเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ค่าเจียรไนพลอยเพิ่มกำไรให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น และยังเพิ่มรายได้แก่ลูกจ้างได้เป็นอย่างดี

กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบกับอาชีพเดิมพบว่า ร้อยละ 82 ของลูกจ้าง มีรายได้จากอาชีพเดิมไม่เกิน 2,000 บาทต่อเดือน หลังจากประกอบอาชีพเจียรระไนพลอยแล้ว ร้อยละ 18.6 ของลูกจ้าง มีรายได้ น้อยกว่า 2,000 บาทต่อเดือน เมื่อเพิ่มปริมาณการผลิตและมีรายได้เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดแรงจูงใจและเกิดศักยภาพในการเข้ามาประกอบอาชีพเจียรระไนพลอยในชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอเมืองจังหวัดพะเยาและที่อำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย อย่างไรก็ตาม งานเจียรระไนพลอยส่วนใหญ่จำอยู่เฉพาะผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ดังนั้นการขยายอุตสาหกรรมนี้ จำเป็นต้องมีมาตรการอื่นรองรับผู้เกษียณจากอาชีพนี้ด้วย

**ศุภชัย ศุภขลาคัย และ ศุภมาศ พัยคมพันธ์ (2539)** ได้ศึกษาลู่ทางและโอกาสการส่งออก และผลกระทบจากการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน (สำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ) เพื่อเป็นรายงานเสนอต่อ สภาอุตสาหกรรมอัญมณีแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการพัฒนาประเทศ โดยการศึกษาจาก โครงสร้างอุตสาหกรรมเจียรระไนพลอย อุตสาหกรรมเจียรระไนเพชรอุตสาหกรรมเครื่องประดับ เพชรพลอย พบว่า อุตสาหกรรมเจียรระไนพลอยเกิดการที่ไทยเป็นศูนย์กลางค้าพลอย เนื่องจากเป็นแหล่งพลอยที่สำคัญ 1 ใน 5 ของโลก และอาศัยความได้เปรียบจากฝีมือการเจียรระไนที่ ประณีตอุตสาหกรรมเจียรระไนพลอยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก โดยใช้เครื่องมือและอุปกรณ์เจียรระไนที่ไม่ซับซ้อนและมีราคาถูก การลงทุนลักษณะ โรงงานที่มีการลงทุนสูงจึงมีน้อย การส่งออกของอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ จะส่งผ่าน บริษัทส่งออกและบริษัทผู้ผลิต แต่มีบางบริษัทเท่านั้นที่เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออก

อุตสาหกรรมเจียรระไนเพชรในไทย เกิดจากการย้ายถิ่นฐานมาจากประเทศ ที่ชื่อเสียงทางด้านเจียรระไนเพชรมาเป็นเวลานาน เช่น เบลเยียม อิสราเอล และอังกฤษ เนื่องจากความต้องการ ความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า ในการเจียรระไนเพชรขนาดเล็กกว่าประเทศของตน ส่วนใหญ่ไทยมีฝีมือการเจียรระไนเพชรที่พัฒนามาจากการเจียรระไนพลอย ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการเจียรระไนเพชรจึงมีไม่กี่ราย หากเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมเจียรระไนพลอย ส่วนใหญ่เป็นบริษัทต่างชาติ มีลักษณะเป็นโรงงานที่มีการลงทุนสูง เนื่องจากต้องใช้เครื่องจักร เครื่องมือที่ทันสมัย ซับซ้อน และต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนี้จึงต้องมีฐานะการเงินที่ดี และต้องมีชื่อเสียงและประสบการณ์ในวงการค้าพลอยมาก่อน

อุตสาหกรรมเครื่องประดับเพชรพลอย ผู้ผลิตเพื่อส่งออกส่วนหนึ่งพัฒนามาจากผู้ผลิตเพื่อขายในประเทศ หรือพัฒนามาจากผู้ส่งออกเพชร หรือ ผู้ประกอบการในท้องถิ่น และผู้ผลิตที่ร่วมทุนกับต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีผู้ส่งออกที่อาศัยการผลิตจากการเชื่อมโยงการผลิต โดยผู้ส่งออกประเภทนี้ต้องมีประสบการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมนี้มาก่อน และต้องมีฐานะการเงินที่ดี

นอกจากนั้น ยังพบว่าไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุดได้อาเซียน ในด้านวัตถุดิบ ฝีมือการเจียรไน ด้านเทคนิคการผลิต ส่วนอุตสาหกรรมเพชร มีความได้เปรียบด้านฝีมือเจียรไน และสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องประดับเพชรพลอยไทยมีความได้เปรียบทั้งในด้านวัตถุดิบ ฝีมือการเจียรไนเพชรและพลอย การทำตัวเรือน (setting) และความชำนาญด้านการส่งออก

### 2.3 นิยามศัพท์

**เครื่องประดับ** หมายถึง การทำเครื่องประดับโดยใช้เพชร พลอย ไข่มุก ทองคำ ทองขาว เงิน นาก โลหะอื่นๆ หินสี อัญมณีแท้ เทียม สังกะสี

**เครื่องประดับแท้** หมายถึง เครื่องประดับที่ทำจากพวกโลหะมีค่าจำพวก ทองคำ เงิน หรือ แพลทินัม อาจมีลักษณะเป็นเครื่องหมายที่ทำจากโลหะมีค่าล้วน หรือเครื่องประดับอัญมณี

**เครื่องประดับเทียม** หมายถึง เครื่องประดับที่มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบและเทคนิคการผลิตจนสามารถผลิตสินค้าได้ใกล้เคียงกับเครื่องประดับแท้