

บทที่ 5
บทสรุปการวิจัย , อภิปรายผลการวิจัย
และข้อเสนอแนะ

บทสรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัญหา, อุปสรรค และแนวโน้มของอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับของภาคเหนือตอนบน ในบทสรุปผลการวิจัยครอบคลุมสาระดังนี้ วัตถุประสงค์ ระเบียบวิธีการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ
3. เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดทั้งในและตลาดต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบอัญมณีและเครื่องประดับ

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากรตัวอย่าง โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่ส่งออกโดยตรงทั้งจำนวน 6 ราย และ ผู้ประกอบการที่ไม่ได้ส่งออกโดยตรงอีกจำนวน 14 ราย รวมเป็นทั้งสิ้น 20 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น

5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหา ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อการส่งออก
- ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับอุปสรรค ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก
- ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับหาแนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก
- ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับหารูปแบบอัญมณี และเครื่องประดับ ตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
- ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ โดยการหาค่าอัตราร้อยละ การทดสอบ Friedman Test for Two way analysis of variance by Rank การทดสอบ The Fisher Exact Probability Test การทดสอบหาค่า Chi-Square การวิเคราะห์หาค่ากำลังสองน้อยที่สุด (Least Square Method) และได้ทำการทดสอบข้อสมมติฐาน 4 ข้อดังนี้

- Ho : ปัญหาที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกไม่ใช่ปัญหา ด้านเงินทุน และด้านการผลิต
- H1 : ปัญหาที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกได้แก่ปัญหา ด้านเงินทุน และด้านการผลิต

- Ho : อุปสรรคที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกไม่แตกต่างกัน
- H1 : อุปสรรคที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกแตกต่างกัน
- Ho : อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกของภาคเหนือมีแนวโน้มการขยายตัวลดลงในปี 2535
- H1 : อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกของภาคเหนือมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ในปี 2535
- Ho : ตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศมีความต้องการรูปแบบอัญมณี และเครื่องประดับไม่แตกต่างกัน
- H1 : ตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศมีความต้องการรูปแบบอัญมณี และเครื่องประดับแตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัญหาของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกในภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก ที่สำคัญที่สุด ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต และด้านเงินทุน

ปัญหาที่สำคัญทางด้านการตลาด ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา

ปัญหาทางด้านราคาของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออก ได้แก่ การขายตัดราคาตัวเอง ปัญหาที่สำคัญรองลงมา ได้แก่ ราคาแพง

สำหรับปัญหาผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำ ไม่ได้มาตรฐาน และรูปแบบไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ปัญหาช่องทางการจัดจำหน่ายของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกได้แก่ การตลาดที่แน่นอนไม่ได้ และขาดข้อมูลของประเทศที่สั่งซื้อสินค้ามีไม่เพียงพอ

ปัญหาการส่งเสริมการขาย ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกได้แก่ไม่ทราบแหล่งที่จะนำสินค้าไปแสดงในต่างประเทศ และ ไม่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐบาล

ปัญหาด้านเงินทุนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อการส่งออกได้แก่การขาดแคลนแหล่งเงินทุนทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และอัตราดอกเบี้ยสูง อีกทั้งมีหลักทรัพย์ค้ำประกันไม่เพียงพอ

ปัญหาด้านการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกส่วนใหญ่ได้แก่ ขาดแคลนช่างฝีมือแรงงาน ขาดแคลนนักออกแบบ และขาดแคลนวัตถุดิบประเภทอัญมณี

2. อุปสรรคในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ

อุปสรรคส่วนใหญ่ของสินค้าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อการส่งออก ได้แก่ระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการส่งออกของไทย

อุปสรรคด้านระเบียบวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการส่งออกของไทยได้แก่ขั้นตอนการส่งออกยุ่งยากทำให้เสียเวลา

อุปสรรคด้านกฎหมายกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่กฎหมายสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP)

3. แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออก
แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมอัญมณี เพื่อการส่งออก ในปี พ.ศ.
2535 มีแนวโน้มลดลง อัตราร้อยละ 1.1
แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมเครื่องประดับ เพื่อการส่งออก ในปี
พ.ศ.2535 มีแนวโน้มลดลง อัตราร้อยละ 0.45

4. รูปแบบอัญมณี และเครื่องประดับตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศ และ
ตลาดต่างประเทศ

พบว่ากลุ่มตลาดในประเทศ และ ตลาดต่างประเทศ ต้องการสั่งซื้ออัญมณีและ
เครื่องประดับแตกต่างกันดังนี้ ประเทศอเมริกาส่วนใหญ่สั่งซื้อเครื่องประดับรูปแบบขนาดใหญ่ และ กลุ่มประเทศยุโรป , เอเชีย และกลุ่มประเทศไทยส่วนใหญ่สั่งซื้อเครื่องประดับ โดยไม่เจาะจงขนาดของเครื่องประดับ

5. การสั่งซื้ออัญมณีของกลุ่มประเทศต่างๆ จากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
เพื่อการส่งออก

พบว่ากลุ่มประเทศอเมริกา , ยุโรป , เอเชีย และกลุ่มประเทศไทย
สั่งซื้ออัญมณีทับทิม

6. การเลือกซื้อเครื่องประดับของประเทศในกลุ่มต่างๆ จากอุตสาหกรรม
อัญมณี และเครื่องประดับ เพื่อการส่งออก

พบว่าทุกกลุ่มประเทศที่สั่งซื้อเครื่องประดับ จากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่อง
ประดับเหมือนกัน ได้แก่ เครื่องประดับที่เป็นแหวน

7. การสั่งซื้อตัวเรือนของเครื่องประดับของกลุ่มประเทศต่างๆ จากอุตสาหกรรม
อัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก

พบว่ากลุ่มประเทศอเมริกา และยุโรปส่วนใหญ่สั่งซื้อตัวเรือนของเครื่อง
ประดับชนิด ทองเค 18K และ 14K ส่วนกลุ่มประเทศเอเชีย และไทยส่วนใหญ่สั่งซื้อตัว
เรือนของเครื่องประดับชนิด ทองเค 24K

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัญหา , อุปสรรค และแนวโน้มของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกในภาคเหนือตอนบน อภิปรายผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ปัญหาของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก

ปัญหาของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกได้แก่ปัญหาทางด้านการตลาด ซึ่งการอภิปรายผลในที่นี้จะขออภิปรายตามหลักชั้นพื้นฐานของส่วนผสมทางการตลาด โดยศาสตราจารย์ E.Jerome Mc Carthy ได้แบ่งองค์ประกอบปัจจัยพื้นฐานทางการตลาดไว้เป็น 4 ประการ เนื่องจากสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ จัดเป็นสินค้าเลือกซื้อ(Shopping Goods) โดยผู้ซื้อมักจะทำการเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ได้แก่ ความเหมาะสม, คุณภาพ, ราคา และรูปแบบ และปัจจัยที่ประสบปัญหามากที่สุดได้แก่ปัญหาด้านราคา โดยมีการขายตัดราคากันเอง กลยุทธ์ด้านราคา(Pricing Strategy) สำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ราคาจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับคุณภาพ, รูปแบบของสินค้า และลักษณะเป้าหมายเป็นหลัก ปัญหาสำคัญรองลงมาได้แก่ปัญหาผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำไม่ได้มาตรฐาน และกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์(Product Strategy) คือควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างกันทางด้านรูปแบบ คุณภาพ และราคา เพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อได้ตามต้องการ สำหรับปัญหาการส่งเสริมการขายซึ่งปัจจัยที่ประสบปัญหามากที่สุดได้แก่ ปัญหาด้านไม่ทราบแหล่งที่จะไปแสดงสินค้าในต่างประเทศ และไม่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานราชการ ส่วนกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion Strategy) จะใช้เครื่องมือโฆษณาประเภทนิตยสาร ที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การส่งเสริมการขายเน้นการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย โดยพนักงานขาย ต้องสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า และมีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจลูกค้า กลยุทธ์ด้านจัดจำหน่าย(Distribution Strategy) จำนวนผู้ค้าปลีก ใช้วิธีการจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร(Selective Distribution) กล่าวคือ เลือกผู้ค้าปลีกจำนวนหนึ่งที่มีคุณสมบัติทางด้านต่างๆเหมาะสม เช่นทำเลที่ตั้ง ความสามารถในการขาย เป็นต้น

ส่วนปัญหาทางการผลิต ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้นับว่าปัญหาด้านการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกประสบปัญหาคนงาน โดยขาดแคลนช่างฝีมือแรงงาน อีกทั้งมีการแย่งตัวคนงาน ซึ่งปัญหาดังกล่าวนั้นนอกจากทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นแล้ว ยังทำให้คุณภาพของสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ส่วนปัญหาทางด้านวัตถุดิบของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกประสบปัญหาด้านขาดแคลนวัตถุดิบประเภทอัญมณีและนับวันปัญหานี้ก็จะยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากวัตถุดิบนี้เป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และมีจำนวนจำกัดในขณะที่ความต้องการมีเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรแสวงหาแหล่งวัตถุดิบสำรองเอาไว้ เช่น แหล่งวัตถุดิบในประเทศเขมร เวียดนาม และพม่า

อุปสรรคในการส่งออกของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกของไทย ได้แก่ กระบวนการปฏิบัติเกี่ยวกับการส่งออก ซึ่งขั้นตอนการส่งออกยุ่งยากทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย โดยต้องนำสินค้าไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจ และทำรูปพรรณสำเนาของสินค้า ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวนี้ต้องใช้เวลานาน นอกจากนี้ก็ยังไม่มีการรับประกันสินค้าในกรณีที่สินค้าที่อยู่ในความดูแล ของเจ้าหน้าที่ศุลกากร เกิดการสูญหาย หรือ ชำรุดซึ่งก่อให้เกิดความกังวลหรืออาจเกิดความเสียหายต่อผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกได้ เนื่องจากสินค้านี้มีมูลค่าสูง อุปสรรคที่สำคัญอีกด้านคือการที่ประเทศไทยไม่มีระบบที่เรียกว่า Carnair System ซึ่งเป็นการส่งออกโดยรัฐบาลเป็นผู้ค้าประกัน เช่นการนำสินค้าไปขายในต่างประเทศประเทศที่เราำสินค้าไปจำหน่ายจะเรียกเก็บภาษีทันที แต่ถ้าเรามีระบบดังกล่าวนี้ ผู้ส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ก็ไม่ต้องชำระภาษีให้กับประเทศที่ส่งออกนั้น จนกว่าประเทศที่สั่งซื้อสินค้านั้นได้ชำระเงินให้กับผู้ส่งออกแล้ว

ส่วนอุปสรรคด้านกฎหมายกีดกันทางการค้าระหว่าง ประเทศ นั้น พบว่าประเทศ สวิสเซอร์แลนด์ ไม่ยินยอมให้ประเทศไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับ สาเหตุเนื่องด้วยเพราะประเทศไทยได้ตั้งกำแพงภาษีขาเข้านาฬิกาสูง

แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมอัญมณี เพื่อการส่งออก ปีพ.ศ. 2535 มีแนวโน้มลดลงอัตราร้อยละ 1.1 ขณะเดียวกัน แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเพื่อการส่งออกมีแนวโน้มลดลง อัตราร้อยละ 0.45 สาเหตุดังกล่าวนี้เกิด

จากผลกระทบของสงครามอ่าวเปอร์เซียใน พ.ศ. 2533 แต่ผลกระทบในระยะแรกอาจเห็นผลไม่ชัดเจนเนื่องจาก การสั่งซื้อจากต่างประเทศนั้นเป็นการทำสัญญาล่วงหน้า และสินค้าบางส่วนก็ยังไม่ได้จัดส่งไป ขณะเดียวกันในประเทศไทยก็เกิดปัญหาทางการเมืองมีการปฏิวัติทำให้นักท่องเที่ยวลดน้อยลงไป ซึ่งจากสาเหตุดังกล่าวนี้ส่งผลให้แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับเพื่อการส่งออกลดน้อยลง ในปีพ.ศ. 2535

พฤติกรรมในการซื้ออัญมณีของกลุ่มประเทศอเมริกา โดยทั่วไปชอบอัญมณีที่เป็นของเทียม (Semiprecious stones) ในขณะที่กลุ่มประเทศยุโรป และประเทศญี่ปุ่นถือว่าการซื้ออัญมณีเป็นการลงทุนอย่างหนึ่ง จึงนิยมอัญมณีที่เป็นของแท้

นอกจากนี้ การพิจารณาในการเลือกซื้ออัญมณีของชาวต่างประเทศขึ้นอยู่กับ GEMS ' S QUALITY ดังนี้ :

ก. สีของอัญมณี โดยกลุ่มชาวอเมริกาชอบทับทิมสีแดงเข้ม (มีสีดำปนก็ได้) ในขณะที่ชาวญี่ปุ่นชอบทับทิมสีแดงเลือดนกนิราป (ไม่มีสีดำ หรือสีม่วงปน) ส่วนไพลินชาวอเมริกันชอบสีเข้มมาก แต่ชาวญี่ปุ่นชอบไพลินสีน้ำเงินกำมะหยี่

ข. แสง ชาวอเมริกันให้ความสำคัญเรื่องแสงเป็นเรื่องรอง ในขณะที่ชาวญี่ปุ่นชอบอัญมณีที่มีแสงโปร่งใส

ค. ขนาด ทั้งอเมริกันและญี่ปุ่นต่างก็ชอบอัญมณีที่มีขนาดใหญ่ โดยสมัยก่อนชอบอัญมณีที่มีขนาดใหญ่มากกว่า 5 กะรัต แต่ปัจจุบันอัญมณีขนาดดังกล่าวมีน้อยมาก จึงนิยมขนาดใหญ่เกิน 1 กะรัตขึ้นไป และเนื่องจากการผลิตอัญมณี และเครื่องประดับของต่างประเทศทำเป็นแบบ MASS PRODUCTION ซึ่งอัญมณีที่ต่างประเทศต้องการจึงนิยมอัญมณีที่มีขนาดเท่ากัน (calibrate) โดยมีความยืดหยุ่นได้ 5 - 10 เปอร์เซ็นต์

พบว่า การส่งออกบุษราคัมไปยังประเทศอเมริกา มีจำนวนน้อยมาก หรือแทบไม่มีเลยเนื่องจากประเทศอเมริกามี Quartz ชนิดหนึ่งที่เรียกว่า "Citrine" โดยมีสีเหลืองคล้ายกับบุษราคัมของไทยเรานั้นเอง