บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมา

ประเทศไทยมีชื่อเสียงเป็นแหล่งผลิตอัญมณีที่สำคัญของโลก รวมทั้งเป็นผู้ผลิตส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญระดับแนวหน้าของโลก เนื่องจากฝีมือเป็นเลิศในการเจียระไน ทั้งพลอยและเพชรได้สวยงามเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจึงมีผลทำให้สามารถส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับได้เป็นมูลค่าสูงและผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับทุกมุมโลกให้ความไว้วางใจส่งอัญมณีเข้ามาเจียระไนที่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก อีกทั้งไทยยังมีฝีมือในการประดิษฐ์เครื่องประดับ ได้ทัดเทียมกับผู้ผลิตชั้นนำของโลกอีกด้วย (สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2554 : 2) นอกจากนี้ไทยยังมีความสามารถพิเศษซึ่งมีเพียงประเทศเดียวในโลก และถือเป็นภูมิปัญญาที่สำคัญของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และยังไม่มีประเทศใดที่มีความสามารถเทียบเคียงประเทศไทยได้เลย นั่นคือการหุงพลอย หรือการเผาพลอยที่มีสีไม่สวยงามให้เป็นพลอยที่มีความสวยงามและราคาสูงขึ้นได้ (จิตติมา วิบูลย์วงศรี. 2548 : 2) อัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่สะอาดไม่ก่อมลภาวะ ลักษณะสินค้ามีความละเอียด อ่อนช้อยเหมาะกับนิสัยคนไทย ทำให้ผลผลิตที่ได้คุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ แรงงานที่เข้ามาสู่อุตสาหกรรมนี้ จะได้รับการฝึกฝนให้มีทักษะ ปัจจุบันช่างฝีมือในสาขาอัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล (สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2554 : 2)

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกชั้นแนวหน้าอยู่ในอันดับ 5 ของไทย ในปี 2530 สัดส่วนประมาณร้อยละ 6.6 ของมูลค่าการส่งออก แต่ในระยะต่อมา สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับ 3 ในปี 2535 มีสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 4.4 ของมูลค่าการส่งออก และตกลงมาอันดับ 4 ในปี 2537 และเป็นอันดับ 5 และอันดับ 6 ในปี 2539 และ 2540 ตามลำดับ (สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2554 : 2) นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ประเทศไทยก็ประสบปัญหาความผันผวนทางเศรษฐกิจจากการปล่อยให้ค่าเงินบาทลอยตัว ค่าเงินบาทของไทยทรุดต่ำลงอย่างรวดเร็ว ทำให้กิจการอุตสาหกรรมที่อาศัยเงินกู้จากต่างประเทศ ประสบกับปัญหาหนี้สินสูงขึ้นโดยฉับพลัน สำหรับกิจการที่มีรายได้สิทธิจากการนำเข้า การเปลี่ยนแปลงนี้ดูจะเป็นผลดีต่อรายได้ระยะสั้น แต่ก็มีผลต่อการสะสมทุนเพื่อยกมาตรฐาน เทคโนโลยี เครื่องจักร อุปกรณ์ ในระยะยาว วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ทำให้เกิดความชะงักงันในระบบเศรษฐกิจที่แท้จริงทั้งระบบและทำให้กิจการทั้งใหญ่น้อยล้มละลายไปเป็นอันมาก การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีผลต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมและศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศในระยะยาว อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจำเป็นต้องมีการทบทวนถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และผลกระทบต่อโครงสร้างการผลิตและอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยง เพื่อให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องสามารถปรับกลยุทธ์ได้ (มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ. 2545 : 1) ปัจจุบันมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ในปี 2554 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.49 ถือเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับที่ 3 ของไทย (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ. ออนไลน์. 2552)

ปัจจุบันรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม และการริเริ่มมาตรการที่จะอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ กับผู้ประกอบการ โดยเล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรม ในฐานะที่เป็นแหล่งจ้างงานมากกว่า 1 ล้านคน และนำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาลในแต่ละปี ด้วยนโยบายของรัฐบาลในปี 2552 เรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นนโยบายที่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่สำคัญของประเทศไทย และอัญมณีและเครื่องประดับก็เป็นหนึ่งในแผนงาน เนื่องจากมีลักษณะเป็นงานที่ต้องใช้ความคิดและจินตนาการในการสร้างสรรค์งานเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ และเป็นแหล่งทรัพยากรอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (กลุ่มวิเคราะห์ข่าวและฐานข้อมูล สำนักโฆษก. ออนไลน์. 2552)

จันทบุรีก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีชื่อเสียงในด้านการเจียระไนพลอย ทั้งยังเป็นผู้นำการเผาพลอยเพื่อเพิ่มมูลค่ามาช้านาน และยังมั่งคั่งด้วยทรัพยากรธรรมชาติ สินค้าพื้นเมืองและเครื่องเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พลอย ซึ่งเป็นอัญมณีที่มีมูลค่าสูงและส่งออกได้มากในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาโดยมีผู้เข้ามาทำเหมืองพลอยจำนวนมากมายจนกลายเป็นธุรกิจใหญ่ สร้างความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจให้แก่จันทบุรีเป็นอย่างมาก จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ทำให้มีการใช้วัตถุดิบพลอยดิบภายในประเทศไทยเป็นจำนวนมากจนทำให้ทรัพยากรแหล่งแร่อัญมณีเริ่มมีปริมาณลดลงและเริ่มหมดไป ดังนั้นในปัจจุบันพ่อค้าพลอยจันทบุรีจึงรวมตัวกันลงทุนทำเหมืองแสวงหาวัตถุดิบพลอยก้อนจากต่างประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 โดยมีจำนวนเงินลุงทุนเฉลี่ย 1,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งประเทศที่ไปลงทุนได้แก่ ออสเตรเลีย ศรีลังกาพม่า เวียดนาม เขมร ลาว จีน อินเดีย บราซิล เคนย่า ไนจีเรีย แทนซาเนีย โมแซมบิด มาลาวี และมาดากัสการ์ โดยจะส่งออกพลอยดิบกลับมาพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าที่จันทบุรี เฉพาะจังหวัดจันทบุรีได้สร้างรายได้จากการค้าพลอยต่อปีเป็นจำนวนนับหมื่นล้านบาท แต่ถึงแม้ว่าจันทบุรีจะมีชื่อเสียงในด้านการเจียระไนพลอยและการเป็นผู้นำในการเผาพลอยเพื่อเพิ่มมูลค่านั้น แต่มูลค่าการค้าและการส่งออกเกือบทั้งหมดยังคงอยู่ที่กรุงเทพฯ ประกอบกับธุรกิจอัญมณีของจังหวัดจันทบุรี

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มีการพัฒนาค่อนข้างช้าเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งของไทย เช่น ศรีลังกา และจีน ซึ่งมีความได้เปรียบไทยในด้านแหล่งวัตถุดิบ ต้นทุนแรงงานและประสบการณ์ การค้าระหว่างประเทศ ซึ่งหากปล่อยให้สภาวการณ์เป็นเช่นนี้ จังหวัดจันทบุรี คงต้องสูญเสียตลาดอัญมณีซึ่งมีมูลค่าส่งออกปีละหลายหมื่นล้านบาทให้กับประเทศคู่แข่งในไม่ช้า และจันทบุรีได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้เริ่มพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ เพื่อที่จะเพิ่มผลผลิตและมูลค่าให้กับผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ รวมไปถึงการเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับจังหวัดจันทบุรี โดยเน้นยุทธศาสตร์การสร้างตราสินค้าและการทำการตลาดเพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะได้พัฒนาทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานอัญมณีและเครื่องประดับ ของจังหวัดจันทบุรี (สถาบันคีนันแห่งเอเชีย. 2549 : 1) จากสภาวการณ์ต่าง ๆ ข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในทัศนะของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ในทัศนะของสมาชิกชมรมผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี

2. เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับและความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการ

ประโยชน์ของการวิจัย

ผลของการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึง การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ในทัศนะของสมาชิกชมรมผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดจันทบุรี ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการศึกษา เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของจังหวัดจันทบุรีต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

การศึกษาวิจัยถึงเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในทัศนะของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตและข้อกำหนดในการศึกษาวิจัย ไว้ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี จำนวน 371 คน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี. CD-ROM. 2552)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970 : 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 คน

ตัวแปรที่จะศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.4 สถานภาพสมรส

1.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.6 ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ

1.2 ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

2.1 การปรับตัวด้านสินค้า

2.2 การปรับตัวด้านราคา

2.3 การปรับตัวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2.4 การปรับตัวด้านการส่งเสริมการขาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การปรับตัว หมายถึง ความสามารถระดับบุคคลและองค์กรในการที่จะปรับสภาพเพื่อเผชิญปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเอง ทั้งทางด้านปัญหาความต้องการ และปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อรักษาดุลยภาพของความต้องการของบุคคลและสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ที่จดทะเบียนกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันบุรี (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี. CD-ROM. 2552)

อัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง เพชร พลอย ประเภทต่าง ๆ และเครื่องประดับที่ทำมาจาก นาก เงิน ทอง ทองคำขาว หรือโลหะอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ระดับการศึกษา หมายถึง การศึกษาขั้นสูงสุดของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี จำแนกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

ประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง ช่วงระยะเวลาที่เริ่มทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ

ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ และด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน

การปรับตัวด้านสินค้า หมายถึง การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง หรือมีการออกแบบทันสมัยแปลกใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

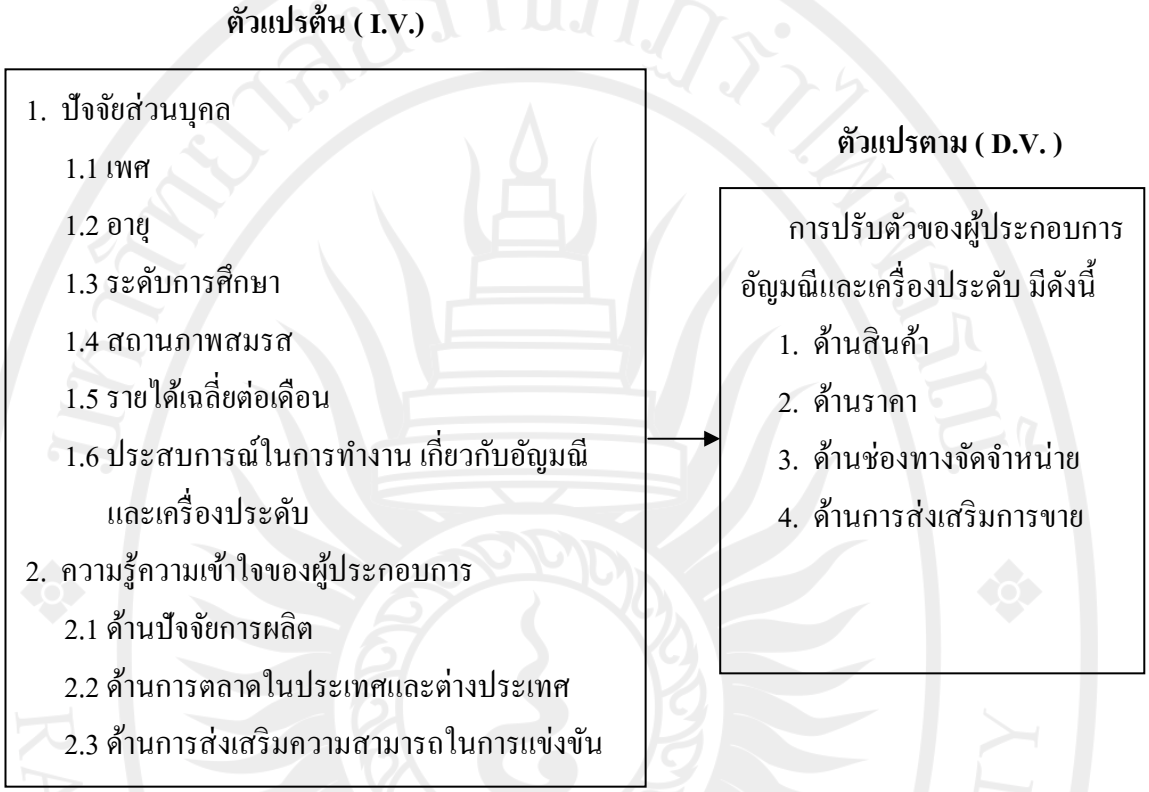
การปรับตัวด้านราคา หมายถึง ผู้บริโภคมีการปรับตัวทางด้านราคา เนื่องมาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ต้นทุนการผลิต มูลค่าของสินค้า หรือกลุ่มของผู้บริโภค

การปรับตัวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การศึกษาถึงการขยายตัวของตลาดต่าง ๆ และศึกษาความต้องการของตลาด และช่องทางในการจำหน่ายสินค้า แล้วนำมาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ได้คุณภาพทางด้านต่าง ๆ ของอุตสาหกรรม

การปรับตัวด้านการส่งเสริมการขาย หมายถึง การสื่อสารต่างๆ เพื่อทำให้คนรู้จักกับสินค้า เช่น การจัดงานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ การให้ความรู้ความเข้าใจกับลูกค้า การบริการหลังการขาย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีเพศต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน
2. ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีอายุต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน
3. ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน
4. ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน
5. ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน
6. ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน
7. ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความรู้ความเข้าใจต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี