

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ความทันสมัยของเทคโนโลยี เข้ามามีบทบาทกับชีวิตคนเมืองที่มากขึ้นในทุกๆ ด้าน ทำให้วิถีชีวิตของผู้คนมีความสะดวกสบายที่มากขึ้น การหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การได้รับข่าวสารที่สามารถรับรู้และเข้าถึงในทุกๆ ด้าน ทำให้ความนิยมของผู้บริโภค ของแต่ละบุคคลในปัจจุบัน มีความแตกต่างตามแต่วัสนิยม แฟชั่น ทั้งการแต่งกายและการตกแต่งเสริมบุคลิกด้วยเครื่องประดับ ความนิยมจะมีหลากหลายแตกต่างกันไปตามไลฟ์สไตล์และความชอบของแต่ละบุคคล

โดยหากกล่าวถึงประเภทของเครื่องประดับอัญมณี เป็นสิ่งหนึ่งซึ่งแสดงถึงฐานะทางสังคม วัสนิยม ความสวยงามตลอดจนความพึงพอใจในด้านอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากผู้บริโภคที่นิยมเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ที่มีลักษณะรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ตามความนิยม เหมาะสม และโอกาส ที่จะใช้ในการสวมใส่

เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี ในที่นี้หมายถึงทั้งเครื่องประดับอัญมณีเทียมเลียนแบบ และเครื่องประดับอัญมณีแท้ ได้แก่ ต่างหู แหวน สร้อย กำไลและเข็มกลัด

ในภาคอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเกิดขึ้นในประเทศไทยมานาน โดยได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังจากภาครัฐในปี พ.ศ.2520 จากเหตุการณ์ในคราวเรือการค้าไปสู่อุตสาหกรรมขนาดย่อมและใหญ่ในที่สุด ทั้งในปี 2549 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกติดอันดับหนึ่งในสิบของมูลค่าสินค้าส่งออกของไทย

กล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมหลักประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การจ้างงานมากกว่า 1,200,000 คนและเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกถึงร้อยละ 80 ของ การผลิตทั้งหมด พร้อมทั้งในปัจจุบันภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริมกรุงเทพ ให้เป็นเมืองแฟชั่น สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับถือว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ในโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นโดยเป็นยุทธศาสตร์ที่ใช้ “การตลาดด้านแฟชั่นอัญมณีเชิงรุก” สร้างการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นอัญมณีทั้งระบบให้ขยายตัวและเติบโตไปด้วยกันเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและยกระดับอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลข้างต้นทำให้ทราบว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเทียมของไทย ในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวต่ำกว่าปีก่อน รวมถึงส่วนแบ่งอัญมณี

และเครื่องประดับไทยในตลาดโลกมีแนวโน้มลดลง และอัตราการขยายตัวของการส่งออกมีอัตราการขยายตัวน้อยกว่าคู่แข่ง ซึ่ง เป็นผลมาจากอุตสาหกรรมนี้ต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงจากประเทศคู่แข่งไม่ว่าจะเป็นอินเดีย ฮองกง สาธารณรัฐประชาชนจีน จนทำให้ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเริ่มลดลง รวมถึงการขาดความสามัคคีของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศโดยเป็นผลมาจากการขาดทิศทางที่ชัดเจนของภาคอุตสาหกรรม(กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของช่างฝีมือของไทยโดยการหาแหล่งจัดจำหน่ายลดต้นทุนการเสียโอกาสทางธุรกิจ ในเหลือน้อยที่สุดและเพื่อสอดคล้องกับวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายหลักของโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น และมีการจัดตั้งโครงการเกิดขึ้นแล้วคาดว่าประเทศไทยจะมีภาพลักษณ์ของเมืองแฟชั่นเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะสินค้า อัญมณีและเครื่องประดับการสร้าง “ตราสินค้า” ที่มาจากการรวมกลุ่มของผู้ผลิตไทยที่เป็นที่ยอมรับและสามารถขยายตลาดได้อย่างแพร่หลายในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์มี “บุคลากรด้านแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับ” ทั้งในด้านการออกแบบและภาคการผลิต ตลอดจนนักธุรกิจแฟชั่นอัญมณีที่มีความรู้ ความสามารถ ด้านทักษะสูงในระดับสากลและเพื่อเป็นการต่อยอดทางธุรกิจเพื่อการสร้างพื้นที่การจำหน่ายและการผลิตที่ยั่งยืน และเพื่อเป็นการสนับสนุนโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นจึงเสนอการศึกษาจัดตั้ง “โครงการวางแผนดำเนินธุรกิจการจำหน่ายเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน”

การจัดตั้งโครงการเพื่อบริหารจัดการพื้นที่การจัดจำหน่ายสินค้าของอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีเทียม และเครื่องประดับเงิน ของผู้ผลิตคนไทยเพื่อคนไทย จะเป็นการกำหนดทิศทางที่ชัดเจนให้กับกลุ่มผู้ผลิต การหาแนวทางลดต้นทุนการเสียโอกาสทางธุรกิจให้เหลือน้อยที่สุด พร้อมการเป็นศูนย์กลางเพื่อการช่วยเหลือข้อมูลทางธุรกิจ การสร้างพื้นที่การจำหน่ายและการผลิตที่ยั่งยืน และเพื่อการต่อยอดทางธุรกิจของคนไทยออกสู่การแข่งขันในระดับตลาดสากล เสริมสร้างศักยภาพของผู้ผลิตให้สูงขึ้นต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการจัดทำโครงการ

- 1 เพื่อศึกษาหาแนวทางจัดการด้านพื้นที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินพร้อมลดการเสียโอกาสทางธุรกิจ ของอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้น สนับสนุนการหาแนวทางการพัฒนาเพื่อความเจริญของภาคธุรกิจ
- 2 เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การตลาดเพื่อการจัดตั้งศูนย์กลางการจำหน่ายแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงินให้เจริญก้าวหน้าต่อไป
- 3 เพื่อศึกษาหาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน
- 4 เพื่อศึกษาแนวทางการจัดตั้งศูนย์กลางในการให้ข้อมูลทางธุรกิจและเผยแพร่อุตสาหกรรมแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน

1.3 ขอบเขตของโครงการ

การจัดทำโครงการในครั้งนี้ จะมุ่งศึกษาความเป็นไปได้ในแนวทางการบริหารจัดการ อุตสาหกรรมเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี และเครื่องประดับเงิน เพื่อใช้ในการบริหารจัดการโครงการ จำหน่ายเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี และเครื่องประดับเงิน โดยศึกษาและสำรวจทัศนคติความคิดเห็น และความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการ และผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียง เพื่อดูถึงแนวทางการดำเนินงานเพื่อใช้ในการบริหารงานการจัดตั้งอำเภอแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน ที่สามารถนำไปใช้จริง

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี หมายถึง สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเป็นตัวเรือนประเภท เครื่องประดับที่ทำจากโลหะผสมจำพวกทองเหลืองทองแดง ดีบุก ตะกั่ว สแตนเลส เป็นต้น แล้วชุบเคลือบด้วยทองคำ หรือ เงิน ซึ่งอาจประดับหรือไม่ประดับด้วยอัญมณีสังเคราะห์ก็ได้ โดยผลิตออกแบบ เป็นรูปแบบได้แก่ ต่างหู แหวน สร้อย กำไลและเข็มกลัด
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง สิ่งที่มีผลทำให้ผู้บริโภคซื้อเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้ต่อเดือนและสถานภาพ ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้เครื่องประดับอัญมณี ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด
3. ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ประสมประสานในการตลาด ซึ่งในงานวิจัยนี้ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่ศึกษาประกอบด้วย เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี/บริการ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด
5. พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีโดยทั่วไป หมายถึง รูปแบบการกระทำทั้งที่แสดงออกมาอย่างเปิดเผย และไม่เปิดเผยของผู้บริโภค ในการรับรู้ความต้องการ แสวงหาข้อมูลประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีทั้งนี้รวมไปถึงการประเมินผลภายหลังการตัดสินใจ
6. แหล่ง หมายถึง ศูนย์รวมและช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ที่มาจากโรงงานของผู้ผลิต

1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการทำวิจัยในครั้งนี้มีดังนี้

- 1 เพื่อศึกษาปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้ สถานภาพ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้เครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีโดยทั่วไปที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย เครื่องประดับอัญมณี การบริการ ราคา สถานที่การส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4 เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การตลาดเพื่อการจัดตั้งศูนย์กลางการจำหน่ายแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับ(ประเภทอัญมณีเทียม)
- 5 เพื่อศึกษาหาแนวทางการลดสภาวะปัญหา ในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายของอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้น พร้อมการหาแนวทางการพัฒนาเพื่อการดำเนินของธุรกิจ

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการทำวิจัยในครั้งนี้ กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าคือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี และเครื่องประดับเงิน จำนวน 400 คน ในระหว่าง เดือนกรกฎาคม 2550

ทั้งนี้ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นหรือความต้องการของผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจเข้าสู่ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจะได้นำไปกำหนดและวางกลยุทธ์ต่อไปในการจัดตั้งเอาเลทแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับต่อไป พร้อมทั้งสามารถแข่งขันได้ในธุรกิจที่ดำเนินการประเภทเดียวกันและที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่จะเกิดขึ้น

1.6 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและซื้อสินค้าเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี จำนวน 400 คน โดยพิจารณาจากตารางของ ทาโร ยามาเน่ (เพ็ญแข แสงแก้ว.2540: 59) ความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 บวกเพิ่มอีก ร้อยละ 5 ที่อาจเกิดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วนหรือได้รับการตอบไม่ครบถ้วนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถาม พร้อมการกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการจำนวน 20 ผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือ จากรายชื่อผู้ประกอบการโรงงานอัญมณีเทียมทั้งหมด (กรมโรงงานอุตสาหกรรม)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1.1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

- 1.1.1 เพศ
- 1.1.2 อายุ
- 1.1.3 สถานภาพ
- 1.1.4 ระดับการศึกษา
- 1.1.5 อาชีพ
- 1.1.6 รายได้ต่อเดือน

1.2 พฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภค

1.3 ส่วนประสมทางการตลาด

- 1.3.1 ปัจจัยด้านเครื่องประดับอัญมณี/บริการ
- 1.3.2 ปัจจัยด้านราคา
- 1.3.3 ปัจจัยด้านสถานที่
- 1.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1.4 ความคิดเห็นต่อการจัดตั้ง แหล่งการขายเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณี

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7 การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง (เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ) โดยการออกแบบสอบถามแบบ การสุ่มตัวอย่าง Simple Random Sampling แบบหลายขั้นตอน ตามพฤติกรรมผู้บริโภค และ เก็บข้อมูลจากสถานที่ต่างๆ ที่เป็นแหล่งที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน หลังจากนั้นจะทำการเลือกบริโภคที่ตรงเป้าหมายที่สุดมาทำการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group)

ในส่วนความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงงานผู้ผลิต แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน ได้เดินทางเพื่อทำการขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลตามโรงงานของผู้ผลิต บริเวณไชยภูมิ และ สถานที่จัดงานแฟชั่นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในเขตกรุงเทพมหานคร และการจัดงาน Gems and Jewelry ที่เมืองทองธานี)

1.8 ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการศึกษานี้ไม่ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการสนับสนุนโครงการหรือนโยบายของรัฐบาลแต่ประการใด โดย เป็นการศึกษาผลการสำรวจความต้องการของผู้ผลิตผู้ประกอบการทางธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของผู้ผลิตและลดโอกาสการเสียโอกาสทางธุรกิจ ตลอดจนการเพิ่มอำนาจต่อรองในระดับสากล ต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

2. เพื่อทราบถึงแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์การตลาด การสร้างรายได้ จากการจำหน่ายแฟชั่นอัญมณี และเครื่องประดับเงิน
3. เพื่อทราบถึงแนวทางการลดสภาวะปัญหา พร้อมแนวทางการแก้ปัญหาสินค้าคงคลังที่มีจำนวนมาก ของเครื่องประดับแฟชั่นอัญมณีของประเทศไทย ในเรื่องการ

จัดสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า พร้อมการหาแนวทางการพัฒนาเพื่อการดำเนินของธุรกิจ

4. เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและผู้ประกอบการไทยมีทิศทางที่ชัดเจนในการวางแผนกลยุทธ์ต่อไป
5. สร้างความเจริญเติบโตที่ยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

1.9 ที่มาของการจัดทำโครงการ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทยเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจและมีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 1,200,000คน แนวโน้มการส่งออกอาจทรงตัวเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกและคู่ค้าตึงตัว พร้อมทั้งพบว่ากำลังซื้อสินค้าอัญมณีเทียมในราคาที่ไม่สูงมากมีสภาพคล่องที่มากกว่า อย่างไรก็ตามภาครัฐและภาคเอกชนก็ได้ร่วมมือกันเพื่อดำเนินโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นให้สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ ที่จะเป็นศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียพร้อมทั้งในปัจจุบันภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริมกรุงเทพ ให้เป็นเมืองแฟชั่น ซึ่งอัญมณีและเครื่องประดับถือว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง

ดังนั้นผู้จัดทำจึงมีความสนใจในการจัดทำ "โครงการวางแผนการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับเงิน" เพื่อเป็นศูนย์กลางการจัดการทางด้านการตลาด การสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การสร้างตราสินค้า การสื่อสารทางการตลาด ที่จะส่งผลให้มีการประชาสัมพันธ์ที่มากขึ้น ระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ค้าปลีกกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการบริโภคสินค้า แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีราคาเหมาะสม คุณภาพที่เชื่อถือได้ พร้อมครบทุกแฟชั่น เพราะเป็นการรวมตัวจากผู้ผลิตแฟชั่นอัญมณีจากทั่วประเทศ พร้อมทั้งเป็นการลดภาวะการประสบปัญหาในเรื่องการส่งออก สินค้าค้างสต็อก การผลิตสินค้ามากเกินไปเกินความต้องการ ตลอดจนการไม่มีทำเลหรือตลาดกลางเพื่อใช้ในการจัดจำหน่าย ดังนั้นกลยุทธ์การสร้างมูลค่าของสินค้า พร้อมการวางแผนการประชาสัมพันธ์องค์การให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของประเทศให้ยั่งยืนต่อไป