

ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่



นางสาวรัชนิกร วุฒิเศรษฐไพบูลย์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-53-1387-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMPETITIVENESS OF HANDMADE SILVER JEWELRY INDUSTRY IN CHIANG MAI



Miss Ruchaneeekorn Wootisadpaibul

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics in Economics

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974-53-1387-4

| | |
|----------------------|--|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรม เครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ |
| โดย | นางสาวรัชนิกร วุฒิเศรษฐไพบุลย์ |
| สาขาวิชา | เศรษฐศาสตร์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | อาจารย์ ดร. ชโยดม สรรพศรี |
| อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม | รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย รัตน์ โกมุต |

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. โสภิตธร มัลลิกะมาส)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชลัษฏ์พร อมรวัฒนา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ ดร. ชโยดม สรรพศรี)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย รัตน์ โกมุต)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จูน เจริญเสียง)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมชนก ภาสกรจรัส)

นางสาวรัชนิกร วุฒิสเรษฐไพบูลย์ : ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่. (COMPETITIVENESS OF HANDMADE SILVER JEWELRY INDUSTRY IN CHIANG MAI) อ. ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร. ชโยดม สรรพศรี, อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม: รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตนโกมุท จำนวนหน้า 180 หน้า. ISBN 974-53-1387-4.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการผลิต การตลาดและการส่งออกโดยใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม และทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แนวคิด Diamond Model ของ Michael E. Porter รวมทั้งใช้แนวคิด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) นอกจากนี้ทำการวิเคราะห์โอกาสในการส่งออกและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันโดยแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) รวมทั้งพัฒนาแผนกลยุทธ์สำหรับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

จากการสำรวจข้อมูลพบว่ามีโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 19 แห่ง ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 17 แห่งเป็นโรงงานขนาดเล็กทั้งหมด โดยมีโรงงานที่ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินอย่างเดียว 3 ราย ที่เหลือ 14 ราย ผลิตเครื่องประดับเงินร่วมกับเครื่องเงินประเภทอื่น

ผลของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ Diamond Model พบว่าด้านปัจจัยการผลิตมีข้อได้เปรียบ คือ แรงงานมีฝีมือ มีรากฐานทางวัฒนธรรม ข้อด้อยคือพึ่งพิงวัตถุดิบจากต่างชาติ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย แรงงานมีระดับการศึกษาต่ำ ขาดนักออกแบบที่มีคุณภาพ ด้านปัจจัยสนับสนุนมีข้อได้เปรียบ คือ มีธุรกิจปลายน้ำอยู่ในพื้นที่ มีสถาบันส่งเสริมสนับสนุนพร้อม มีข้อด้อยคือ ความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและสถาบันส่งเสริมสนับสนุนมีค่อนข้างน้อย ด้านปัจจัยอุปสงค์มีข้อด้อยคือ ลูกค้ามีความรู้เรื่องหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินน้อย ส่วนด้านกลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสภาวะการแข่งขัน มีข้อได้เปรียบคือ มีกลยุทธ์การผลิต มีกลยุทธ์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีการแข่งขันสูงด้านรูปแบบและคุณภาพ แต่มีข้อด้อยคือขาดความรู้ทางด้านการตลาดและการส่งเสริมการตลาดรวมทั้งขาดทัศนคติในการพัฒนาตนเองและธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้เป็นเครือข่ายวิสาหกิจเป็นเพียงแหล่งธุรกิจที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน แต่ลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเบื้องต้นของการเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ยังไม่พัฒนา ซึ่งขาดความเชื่อมโยงและความร่วมมือกัน อย่างไรก็ตามสามารถพัฒนาเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่พัฒนาและยั่งยืนได้ถ้าหากได้รับการแก้ไขและสนับสนุน เช่น การสร้างกิจกรรมระหว่างผู้ประกอบการมีผู้ประสานงาน การให้รู้จักประเมินตนเองในด้านต่างๆ รวมทั้งจัดทำระบบติดตามและประเมินผล เป็นต้น

สาขาวิชา.....เศรษฐศาสตร์..... ลายมือชื่อนิสิต.....
ปีการศึกษา.....2547..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4685587829 : MAJOR ECONOMICS

KEY WORD: COMPETITIVENESS / HANDMADE / SILVER / DIAMOND MODEL

RUCHANEKORN WOOTISADPAIBUL: COMPETITIVENESS OF HANDMADE SILVER JEWELRY INDUSTRY IN CHIANG MAI. THESIS ADVISOR: CHAYODOM SABHASRI, Ph.D., THESIS COADVISOR: ASSOC. PROF. SOMCHAI RATANAKOMUT, Ph.D., 180 pp. ISBN 974-53-1387-4.

This thesis is about the competitiveness of handmade silver jewelry industry in Chiang Mai. The purpose of this thesis is to study the production, marketing and exporting structures by using industrial economic theory, to analyze the industry’s competition based on the Diamond Model of Michael E. Porter and SWOT analysis, to use the Cluster concept to increase an export opportunity and competitiveness and to develop strategy for handmade silver jewelry industry in Chiang Mai.

The survey indicates that there are about 19 handmade silver jewelry factories in Chiang Mai. This study collected information from 17 factories, all of which are small factories. There are only three factories that produce handmade silver jewelry whereas the other 14 factories produce handmade silver jewelry and handmade silverware.

According to the competitiveness analysis of handmade silver jewelry industry in Chiang Mai by the Diamond Model, the advantages of factor conditions are skilled labor and cultural foundation, while the disadvantages are dependency on importing raw materials, low educated labor, lack of designers and technologies. The other advantages of related and supporting industries are the sufficient downstream industries and the supporting institutions, while the disadvantage is the unpleasant of cooperation between the producers and the supporting institutions. The disadvantage of demand condition is the insufficient knowledge of consumers about the handmade silver jewelry industry. The advantages of firm strategy, structure and rivalry are the production strategy, e-commerce strategy and high competition in style and quality, while the disadvantages are the lack of knowledge in marketing, promotion strategy, and attitude in self-development and entrepreneurship.

The empirical results indicate that the producers in the handmade silver jewelry industry in Chiang Mai are not gathering together as the Cluster. They are in the same area but the Cluster is underachieved. The producers within this industry do not have close relationship and cooperation among themselves. However, they could develop an effective and sustainable Cluster, if they were to improve and support the activities among the producers. Also the other supporting industries should be together by starting joint activities, they should be a coordinating unit to organize joint activities, to assess self performance, to monitor the progress and to evaluate the Cluster project.

| | |
|-----------------------------------|-----------------------------|
| Field of study.....Economics..... | Student’s signature..... |
| Academic year.....2004..... | Advisor’s signature..... |
| | Co-advisor’s signature..... |

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ชโยดม สรรพศรี อาจารย์ที่ปรึกษาและรองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตนโกมุท อาจารย์ที่ปรึกษา ร่วมวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ความเอาใจใส่ และให้คำแนะนำที่มีค่าอย่างยิ่งในการเขียนวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด นอกจากนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณประธานกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชลัษฏ์พร อมรวัฒนา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.จูน เจริญเสียง และผู้ช่วยศาสตราจารย์สมชนก กุ่มพันธ์ ซึ่งได้กรุณาสละเวลา ถ่ายทอดความรู้ ให้คำปรึกษา และให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้

นอกจากนี้ ผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญ อย่างมากในการทำวิทยานิพนธ์ ได้แก่ ผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจังหวัด เชียงใหม่ทั้งหมดทุกคนที่เกี่ยวข้องซึ่งไม่สามารถเอ่ยนามไว้ ณ.ที่นี้ได้หมด ที่ได้สละเวลาอันมีค่า ให้ความช่วยเหลือทางด้านข้อมูลและให้สัมภาษณ์เพื่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และที่สำคัญยิ่ง ผู้เขียนขอขอบคุณธนาคารกสิกรไทยที่ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ฉบับ นี้

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณผู้มีพระคุณที่สำคัญ ได้แก่ บิดา มารดา คุณป้า คุณอา พี่ๆและน้องๆ ในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนในทุกๆด้าน และขอบคุณเพื่อนๆที่คอยเป็นกำลังใจและให้ความ ช่วยเหลือและคำปรึกษาต่างๆแก่ผู้เขียน จนทำให้ผู้เขียนสามารถเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จ หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีข้อบกพร่องใดๆ ผู้เขียนขออ้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ..... | ช |
| สารบัญตาราง..... | ญ |
| สารบัญภาพ..... | ฎ |
| สารบัญแผนภูมิ..... | ฏ |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา..... | 9 |
| 1.3 สมมติฐาน..... | 9 |
| 1.4 ขอบเขตการศึกษา..... | 9 |
| 1.5 นิยามศัพท์..... | 10 |
| 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 11 |
| 1.7 แหล่งข้อมูล..... | 11 |
| บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 12 |
| 2.1.1 งานศึกษาที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมและหัตถอุตสาหกรรม เครื่องประดับเงิน..... | 12 |
| 2.1.2 งานศึกษาที่เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน..... | 16 |
| 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง..... | 22 |
| 2.2.1 ทฤษฎีบริสุทธิทางการค้าระหว่างประเทศ..... | 22 |
| 2.2.2 Diamond Model ของ Michael E. Porter..... | 25 |
| 2.2.3 แนวคิดเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)..... | 30 |
| 2.2.4 แนวคิดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค(SWOT Analysis)..... | 35 |
| 2.3 วิธีการศึกษา..... | 39 |
| 2.4 โครงสร้างงานวิจัย..... | 41 |

| | | |
|---------|--|----|
| บทที่ 3 | โครงสร้างหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ | |
| 3.1 | สภาพทั่วไปของจังหวัดเชียงใหม่..... | 43 |
| 3.2 | ความเป็นมาของเครื่องประดับเงิน..... | 44 |
| 3.3 | โครงสร้างการผลิต..... | 46 |
| 3.3.1 | แหล่งผลิตและจำนวนโรงงาน..... | 46 |
| 3.3.2 | ปัจจัยการผลิตที่สำคัญ..... | 50 |
| 3.3.2.1 | วัตถุดิบในการผลิต..... | 50 |
| 3.3.2.2 | เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต..... | 52 |
| 3.3.2.3 | แรงงานในการผลิต..... | 58 |
| 3.3.3 | กระบวนการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน..... | 60 |
| 3.3.4 | สรุปสถานการณ์การผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน..... | 68 |
| 3.4 | โครงสร้างการตลาดและการค้าระหว่างประเทศ..... | 68 |
| 3.4.1 | สถานการณ์ด้านการตลาด..... | 68 |
| 3.4.2 | สรุปสถานการณ์ด้านการตลาดและการค้าระหว่างประเทศ..... | 69 |
| บทที่ 4 | ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินใน จังหวัดเชียงใหม่ | |
| 4.1 | โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน..... | 72 |
| 4.2 | สมรรถนะของเครือข่ายวิสาหกิจ..... | 80 |
| 4.2.1 | การจ้างงาน..... | 80 |
| 4.2.2 | พัฒนาการและการลงทุนของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน..... | 80 |
| 4.2.3 | มูลค่าการผลิต..... | 82 |
| 4.2.4 | ผลิตภาพและนวัตกรรม..... | 82 |
| 4.3 | การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรม เครื่องประดับเงิน..... | 83 |
| 4.3.1 | ปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยด้านอุปทาน..... | 84 |
| 4.3.2 | ปัจจัยสนับสนุนหรือความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและ ธุรกิจต่อเนื่อง..... | 87 |
| 4.3.3 | ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภค..... | 90 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 4.3.4 | กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสถานะการแข่งขัน..... | 92 |
| 4.3.5 | บทบาทของรัฐบาล..... | 97 |
| 4.4 | การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์..... | 98 |
| 5.4.1 | สถานการณ์ภายใน..... | 98 |
| 5.4.2 | สถานการณ์ภายนอก..... | 100 |
| 4.5 | วิธีการเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน..... | 103 |
| 4.6 | ประเด็นสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและหัตถอุตสาหกรรม เครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่..... | 106 |
| 4.7 | ปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต้องมีเพื่อความสำเร็จ..... | 108 |
| บทที่ 6 | สรุปและข้อเสนอแนะ | |
| 6.1 | บทสรุป..... | 109 |
| 6.2 | ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย..... | 114 |
| 6.3 | ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ..... | 121 |
| | รายการอ้างอิง..... | 122 |
| | ภาคผนวก | |
| | ภาคผนวก ก..... | 128 |
| | ภาคผนวก ข..... | 170 |
| | ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... | 180 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 1.1 โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย..... | 2 |
| 1.2 สินค้าส่งออกที่สำคัญ 10 รายการแรกของไทย..... | 3 |
| 1.3 สัดส่วนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ..... | 4 |
| 1.4 มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับแท้..... | 4 |
| 1.5 สถิติการส่งออกสินค้าหัตถกรรม..... | 7 |
| 3.1 จำนวนโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจังหวัดเชียงใหม่ปี 2546..... | 47 |
| 3.2 ขนาดโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจังหวัดเชียงใหม่ตาม กระทรวงอุตสาหกรรม..... | 49 |
| 3.3 จำนวนแรงงานในระดับการศึกษาต่างๆ..... | 59 |
| 3.4 จำนวนโรงงานที่มีการส่งออกเครื่องประดับเงินในอัตราส่วนร้อยละต่างๆ..... | 70 |
| 4.1 ความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง..... | 79 |
| 5.1 บทสรุปของปัญหา ข้อเสนอแนะและแนวทางที่สำคัญ..... | 117 |

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

| ภาพประกอบ | หน้า |
|--|------|
| 3.1 โลหะเงิน..... | 50 |
| 3.2 อัญมณีที่ประกอบในเครื่องประดับเงิน..... | 52 |
| 3.3 เบ้าหลอม..... | 53 |
| 3.4 เตาเผา..... | 53 |
| 3.5 เครื่องรีดเงิน..... | 54 |
| 3.6 เครื่องดัดเงิน..... | 55 |
| 3.7 เครื่องมือที่ใช้ในการตกแต่งผลิตภัณฑ์..... | 55 |
| 3.8 เครื่องเป่าไฟ..... | 56 |
| 3.9 หม้อต้มกรด..... | 56 |
| 3.10 อุปกรณ์ในการขัดเงิน..... | 57 |
| 3.11 ตาชั่ง..... | 58 |
| 3.12 ขั้นตอนการนำเงินใส่เบ้าหลอม..... | 61 |
| 3.13 การหลอมเงินโดยใช้เตา..... | 61 |
| 3.14 การหลอมเงินโดยใช้แก๊ส..... | 62 |
| 3.15 การขึ้นรูปเงิน..... | 62 |
| 3.16 เงินที่ผ่านการชักลวดแล้ว..... | 63 |
| 3.17 การทำโครงสร้างเครื่องประดับ..... | 63 |
| 3.18 การทำโครงสร้างกำไลและแหวน..... | 63 |
| 3.19 การขุดเงิน..... | 64 |
| 3.20 การตกแต่งและประกอบตัวเรือนเข็มขัด..... | 64 |
| 3.21 การล้างขัดเครื่องประดับโดยใช้แปรงทองเหลือง..... | 65 |
| 3.22 เครื่องประดับบรรจุในบรรจุภัณฑ์..... | 66 |
| 3.23 เครื่องประดับเงินชนิดต่างๆ..... | 66 |

สารบัญแผนภูมิ

| แผนภูมิที่ | หน้า |
|---|------|
| 2.1 Diamond Model ของ Michael E. Porter..... | 26 |
| 2.2 องค์ประกอบของพันธมิตรอุตสาหกรรม..... | 32 |
| 3.1 การผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน..... | 67 |
| 3.2 สินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจากโรงงานผู้บริโภค..... | 71 |
| 4.1 เครื่องขายวิสาหกิจหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่..... | 73 |
| 4.2 พัฒนาการและการลงทุนของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ในจังหวัดเชียงใหม่..... | 81 |
| 4.3 มูลค่าเพิ่ม(Value Added) ใน Value Chain | 82 |
| 4.4 ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัด เชียงใหม่โดยใช้ Diamond Model..... | 84 |

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การค้าระหว่างประเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทย เนื่องจากเป็นปัจจัยในพัฒนาและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ในช่วงที่ผ่านมาโครงสร้างการส่งออกของไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่สินค้าภาคการเกษตรเป็นสินค้าหลักในการส่งออก เปลี่ยนมาเป็นสินค้าภาคอุตสาหกรรมแทน โดยในปี พ.ศ. 2521 สินค้าภาคอุตสาหกรรมส่งออกได้ประมาณร้อยละ 30 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ในขณะที่สินค้าภาคเกษตรกรรมส่งออกได้ประมาณร้อยละ 50 แต่ในปี พ.ศ. 2546 การส่งออกสินค้าภาคอุตสาหกรรมได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 77 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ส่วนสินค้าภาคเกษตรกรรมได้ลดลงเหลือร้อยละ 11 อีกทั้งสินค้าอุตสาหกรรมยังเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนของการส่งออกแต่ละปีสูงที่สุดคือประมาณร้อยละ 70 ของการส่งออกทั้งหมด (ตารางที่ 1.1) จึงถือได้ว่าสินค้าอุตสาหกรรมเป็นสินค้าที่นำรายได้มาให้แก่ประเทศมากที่สุด ซึ่งอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับก็เป็นส่วนหนึ่งของสินค้าอุตสาหกรรมนี้ด้วย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นอุตสาหกรรมที่มีการสร้างงานเป็นจำนวนมากและมีมูลค่าการส่งออกรวมอยู่ในอันดับต้นๆของภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด โดยในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออกถึง 104,539.39 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 12.3 ซึ่งทำรายได้จากการส่งออกเป็นอันดับที่ 6 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด (ตารางที่ 1.2) นอกจากนี้ยังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมแฟชั่นที่รัฐบาลส่งเสริมและเร่งพัฒนาขีดความสามารถให้แข่งขันได้ในตลาดโลก เพื่อยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางแห่งแฟชั่นโลกในอนาคต

ตารางที่ 1.1 โครงสร้างสินค้าออกของไทยปี 2535-2546

มูลค่า : ล้านบาท

สัดส่วน : ร้อยละ

| ปี | รวม | สินค้า เกษตรกรรม | สินค้า อุตสาหกรรม การเกษตร | สินค้า อุตสาหกรรม | สินค้าแร่ และ เชื้อเพลิง | สินค้า อื่นๆ | | รวม | สินค้า เกษตรกรรม | สินค้า อุตสาหกรรม การเกษตร | สินค้า อุตสาหกรรม | สินค้าแร่ และ เชื้อเพลิง | สินค้า อื่นๆ |
|------|-------------|---------------------|----------------------------------|----------------------|--------------------------------|-----------------|--|-------|---------------------|----------------------------------|----------------------|--------------------------------|-----------------|
| 2535 | 824,643.3 | 169,795.5 | 82,121.2 | 552,250.3 | 11,895.3 | 8,581.0 | | 100.0 | 20.6 | 10.0 | 67.0 | 1.4 | 1.0 |
| 2536 | 940,862.6 | 163,322.4 | 78,172.1 | 671,879.7 | 13,483.4 | 14,005.0 | | 100.0 | 17.4 | 8.3 | 71.4 | 1.4 | 1.5 |
| 2537 | 1,137,601.6 | 193,790.4 | 95,612.6 | 827,899.1 | 12,477.7 | 7,821.8 | | 100.0 | 17.0 | 8.4 | 72.8 | 1.1 | 0.7 |
| 2538 | 1,406,310.1 | 227,846.1 | 114,334.9 | 1,037,861.1 | 14,287.6 | 11,980.5 | | 100.0 | 16.2 | 8.1 | 73.8 | 1.0 | 0.9 |
| 2539 | 1,411,039.3 | 226,913.3 | 126,260.1 | 1,013,492.8 | 28,248.7 | 16,124.5 | | 100.0 | 16.1 | 8.9 | 71.8 | 2.0 | 1.1 |
| 2540 | 1,806,685.4 | 251,658.7 | 150,939.3 | 1,305,604.0 | 50,449.5 | 48,034.0 | | 100.0 | 13.9 | 8.4 | 72.3 | 2.8 | 2.7 |
| 2541 | 2,248,089.4 | 294,779.7 | 176,189.2 | 1,660,795.3 | 44,273.5 | 72,051.8 | | 100.0 | 13.1 | 7.8 | 73.9 | 2.0 | 3.2 |
| 2542 | 2,214,248.7 | 265,423.9 | 172,437.6 | 1,665,075.9 | 47,947.9 | 63,363.4 | | 100.0 | 12.0 | 7.8 | 75.2 | 2.2 | 2.9 |
| 2543 | 2,768,064.8 | 291,956.1 | 187,698.6 | 2,115,414.0 | 97,399.0 | 75,597.1 | | 100.0 | 10.5 | 6.8 | 76.4 | 3.5 | 2.7 |
| 2544 | 2,884,703.9 | 312,527.8 | 213,492.5 | 2,171,481.9 | 90,699.8 | 96,501.9 | | 100.0 | 10.8 | 7.4 | 75.3 | 3.1 | 3.3 |
| 2545 | 2,923,941.4 | 305,417.5 | 218,941.6 | 2,226,390.1 | 85,905.4 | 87,286.8 | | 100.0 | 10.4 | 7.5 | 76.1 | 2.9 | 3.0 |
| 2546 | 3,326,014.5 | 366,225.5 | 247,586.4 | 2,543,180.5 | 95,631.4 | 73,390.7 | | 100.0 | 11.0 | 7.4 | 76.5 | 2.9 | 2.2 |

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางที่ 1.2 สินค้าส่งออกสำคัญ 10 รายการแรกของไทยปี 2542-2546

| | รายการ | มูลค่า : ล้านบาท | | | | | สัดส่วน : ร้อยละ | | | | |
|----|---|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|-------|-------|-------|-------|
| | | 2542 | 2543 | 2544 | 2545 | 2546 | 2542 | 2543 | 2544 | 2545 | 2546 |
| 1 | เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 307,328.30 | 348,118.10 | 351,797.80 | 319,127.20 | 339,939.40 | 13.88 | 12.58 | 12.2 | 10.91 | 10.22 |
| 2 | แผงวงจรไฟฟ้า | 111,767.40 | 179,302.10 | 154,879.50 | 141,912.40 | 191,540.40 | 5.05 | 6.48 | 5.37 | 4.85 | 5.76 |
| 3 | รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 71,998.00 | 96,520.00 | 117,613.90 | 125,244.30 | 164,866.40 | 3.25 | 3.49 | 4.08 | 4.28 | 4.96 |
| 4 | ยางพารา | 43,941.70 | 60,712.00 | 58,708.00 | 74,603.60 | 115,796.90 | 1.98 | 2.19 | 2.04 | 2.55 | 3.48 |
| 5 | เสื้อผ้าสำเร็จรูป | 110,268.20 | 124,212.40 | 129,128.90 | 116,589.30 | 114,811.10 | 4.98 | 4.49 | 4.48 | 3.99 | 3.45 |
| 6 | อัญมณีและเครื่องประดับ | 67,479.30 | 69,396.90 | 81,312.30 | 93,082.20 | 104,539.90 | 3.05 | 2.51 | 2.82 | 3.18 | 3.14 |
| 7 | เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ | 51,203.80 | 77,968.80 | 74,910.20 | 89,751.60 | 103,764.70 | 2.31 | 2.82 | 2.6 | 3.07 | 3.12 |
| 8 | เม็ดพลาสติก | 46,025.80 | 73,973.20 | 71,428.70 | 76,110.90 | 89,204.80 | 2.08 | 2.67 | 2.48 | 2.6 | 2.68 |
| 9 | อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป | 76,438.70 | 82,840.10 | 89,376.60 | 86,501.90 | 88,793.00 | 3.45 | 2.99 | 3.1 | 2.96 | 2.67 |
| 10 | ข้าว | 73,812.10 | 65,556.60 | 70,095.20 | 70,004.20 | 75,776.20 | 3.33 | 2.37 | 2.43 | 2.39 | 2.28 |
| | รวม 10 รายการ | 960,263.20 | 1,178,600.00 | 1,199,251.10 | 1,192,927.60 | 1,389,032.80 | 43.37 | 42.58 | 41.57 | 40.8 | 41.76 |
| | อื่นๆ | 1,253,985.50 | 1,589,464.70 | 1,685,452.80 | 1,731,013.80 | 1,936,981.70 | 56.63 | 57.42 | 58.43 | 59.2 | 58.24 |
| | มูลค่ารวม | 2,214,248.70 | 2,768,064.80 | 2,884,703.90 | 2,923,941.40 | 3,326,014.50 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับสามารถแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มหลัก คือ เพชร พลอยและไข่มุก อัญมณีสังเคราะห์ เครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียม ทั้งนี้ เครื่องประดับแท้มีส่วนในการส่งออกเป็นส่วนใหญ่คือประมาณร้อยละ 45 (ตารางที่ 1.3) โดยมี เครื่องประดับเงินที่เป็นหนึ่งในเครื่องประดับแท้ที่มีมูลค่าในการส่งออกอยู่ในระดับสูง อีกทั้งมี มูลค่าในการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งในปี 2546 มีมูลค่าส่งออกถึง 16,040 ล้านบาท(ตารางที่ 1.4) ซึ่ง ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสัดส่วนการส่งออกเครื่องประดับเงินในตลาดโลกเป็นอันดับ 2 รองจาก ประเทศอิตาลี ตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยในปี 2546 คือสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และเยอรมนี ซึ่งมีคู่แข่งที่สำคัญคือ จีนและอินเดีย โดยรูปแบบเครื่องประดับเงินที่มีการส่งออกจะมี 2 รูปแบบคือ แบบที่พัฒนาโดยงานช่างและภูมิปัญญาพื้นบ้านอย่างต่อเนื่องกับแบบที่ไม่ได้พัฒนา รูปแบบมาจากรากฐานทางวัฒนธรรม แต่มาจากการลอกเลียนแบบรสนิยมยุโรปและอเมริกา โดย แหล่งที่มีการผลิตเครื่องประดับเงินที่สำคัญคือกรุงเทพฯ และเชียงใหม่

ตารางที่ 1.3 สัดส่วนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับปี 2542 - 2546

หน่วย:ร้อยละ

| รายการ | 2542 | 2543 | 2544 | 2545 | 2546 |
|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| อัญมณีและเครื่องประดับ(ล้านบาท) | 67,479.3 | 69,396.9 | 81,312.2 | 93,081.3 | 104,539.3 |
| เพชร | 24.2 | 30.3 | 27.3 | 27.2 | 25.4 |
| พลอยและไข่มุก | 13.4 | 13.6 | 11.1 | 9.8 | 8.0 |
| เครื่องประดับแท้ | 47.0 | 47.6 | 53.9 | 45.5 | 43.8 |
| เครื่องประดับเทียม | 3.1 | 3.6 | 3.7 | 3.5 | 3.5 |
| อัญมณีสังเคราะห์ | 0.8 | 0.8 | 0.7 | 0.6 | 0.5 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 1.4 มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับแท้ปี 2542 - 2546

หน่วย:ล้านบาท

| รายการ | 2542 | 2543 | 2544 | 2545 | 2546 |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| เครื่องประดับแท้ | 31,653.3 | 33,048.1 | 43,814.7 | 42,349.9 | 45,804.6 |
| (1) ทำด้วยเงิน | 8,485.0 | 10,075.9 | 12,053.9 | 13,305.7 | 16,040.5 |
| (2) ทำด้วยทอง(พันกรัม) | 21,750.9 | 22,322.9 | 30,216.7 | 28,492.4 | 29,133.9 |
| (3) ทำด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ | 1,417.3 | 649.3 | 1,544.1 | 551.7 | 630.2 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์

นอกจากนี้บางส่วนของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินยังมีการส่งออกในรูปแบบของสินค้าหัตถกรรม โดยอยู่ในส่วนของเครื่องเงินและเครื่องถมไทย ซึ่งเครื่องเงินและเครื่องถมไทยที่ทำการส่งออกส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 จะเป็นเครื่องประดับเงินหรือหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ส่วนที่เหลือเป็นเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัวและเครื่องใช้ในบ้านที่ทำด้วยเงิน เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกของเครื่องเงินในแต่ละปีจัดว่าอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับสินค้าหัตถกรรมส่งออกทั้งหมด(ตารางที่ 1.5) โดยในปี 2545 มีมูลค่าส่งออก 13,518.87 ล้านบาท และในปี 2546 มีมูลค่าส่งออกถึง 16,177.68 ล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปีและมีโอกาสในการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต นอกจากนี้รัฐบาลยังมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาเครื่องเงิน เช่น สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมถาวร โดยสนับสนุนให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ทางด้านหัตถกรรมของเอเชีย เพื่อช่วยในการพัฒนาศักยภาพในการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศให้มากขึ้น

หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในประเทศไทยนั้นมีรูปแบบหลากหลาย โดยยังมีการสืบทอดการสร้างสรรค์กันในกลุ่มช่างฝีมือพื้นบ้านในกลุ่มต่างๆ เช่น เครื่องถมของนครศรีธรรมราช ลูกประคำของชาวบ้านเขวาสีรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ เครื่องประดับเงินชาวบ้านถนนวัวลาย จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องเงินชาวกระเหรี่ยงและชาวไทยภูเขาเผ่าต่างๆ เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่ามีความสำคัญต่อประเทศไทย เนื่องจากเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างการจ้างงานและเป็นการสร้างรายได้ให้กับประเทศในกรณีที่มีการส่งออกต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมไทยด้วย

อย่างไรก็ดี แม้ว่าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจะมีมูลค่าการส่งออกไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าในการส่งออกในแต่ละปีจะพบว่ามูลค่าในการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปีและมีโอกาสในการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต จึงส่งผลให้เครื่องประดับเงินจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาและสนับสนุน เพื่อให้สามารถเติบโตและมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นในตลาดโลก

ทางออกสำหรับประเด็นนี้คือ การพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โดยการหาช่องทางและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงสนใจที่จะศึกษาในเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ซึ่งจะทำการศึกษาหัตถอุตสาหกรรม

เครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งที่มีการผลิตและส่งออกสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่มีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศ โดยในการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์กับหน่วยงานต่างๆรวมทั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้จำหน่ายในการพัฒนาและกำหนดแนวทางนโยบายต่างๆ เพื่อหาช่องทางเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในการส่งออกมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในปัจจุบันที่มุ่งเน้นด้านความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ และเป็นประโยชน์ของประเทศต่อไปในอนาคต



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1.5 สถิติส่งออกสินค้าหัตถกรรม

หน่วย: ล้านบาท

| ประเภทสินค้าหัตถกรรม | 2536 | 2537 | 2538 | 2539 | 2540 | 2541 | 2542 | 2543 | 2544 | 2545 | 2546 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1.ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม | 723.78 | 748.80 | 649.30 | 649.38 | 885.23 | 780.12 | 742.81 | 961.75 | 906.70 | 804.27 | 781.31 |
| 2.ผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย | 2,743.47 | 3,091.61 | 2,904.94 | 2,338.68 | 2,742.43 | 2,570.42 | 3,158.67 | 3,429.21 | 3,436.70 | 3,223.94 | 3,077.10 |
| 3.เครื่องจักรสาน | 79.77 | 74.77 | 59.42 | 62.01 | 53.85 | 58.12 | 83.79 | 161.61 | 221.74 | 274.73 | 283.54 |
| 4.เครื่องปั้นดินเผา | 4,105.64 | 4,722.26 | 4,703.50 | 4,611.72 | 5,974.32 | 6,487.13 | 7,400.57 | 8,917.82 | 8,814.05 | 9,196.66 | 10,102.54 |
| 5.เครื่องทองลงหิน | 42.73 | 26.91 | 27.93 | 32.30 | 34.59 | 24.64 | 15.09 | 8.52 | 6.64 | 5.20 | 8.17 |
| 6.เครื่องเงินและเครื่องถม | 3,810.17 | 3,899.56 | 3,915.60 | 4,163.33 | 5,918.88 | 8,474.13 | 8,659.16 | 10,237.85 | 12,254.65 | 13,518.87 | 16,177.68 |
| 7.ผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ | 3.97 | 46.57 | 4.16 | 1.10 | 0.72 | 0.10 | 55.75 | 22.18 | 24.54 | 1.08 | 0.84 |
| 8.ผลิตภัณฑ์โลหะหล่อ | 331.59 | 322.11 | 300.85 | 302.41 | 391.79 | 347.67 | 424.24 | 513.50 | 548.30 | 507.54 | 606.40 |
| 9.เครื่องรูปพรรณและเครื่องประดับ | 15,787.01 | 16,544.57 | 18,749.51 | 19,046.73 | 24,663.08 | 25,581.57 | 25,332.29 | 25,538.26 | 34,878.58 | 32,476.89 | 33,568.42 |
| 10.เพชรพลอยเจียรระไน | 11,749.34 | 11,690.48 | 10,633.96 | 10,150.13 | 9,168.68 | 7,824.23 | 8,588.90 | 9,352.34 | 9,003.19 | 8,964.01 | 7,451.99 |
| 11.ผลิตภัณฑ์ไม้และไม้แกะสลัก | 4,286.62 | 4,910.87 | 5,610.85 | 5,635.40 | 6,512.92 | 7,977.39 | 8,492.04 | 9,906.40 | 10,487.12 | 11,161.17 | 10,522.63 |
| 12.เครื่องเรือนไม้และเครื่องเรือนไม้แกะสลัก | 4,936.27 | 5,835.00 | 6,630.78 | 6,984.41 | 8,373.84 | 9,059.15 | 14,060.95 | 18,350.47 | 18,087.05 | 19,716.40 | 19,903.22 |
| 13.เครื่องเรือนหวาย | 149.90 | 311.59 | 283.18 | 221.65 | 219.01 | 292.33 | 410.17 | 670.66 | 879.87 | 1,081.62 | 1,377.87 |
| 14.เครื่องหนัง | 7,296.06 | 7,613.12 | 8,004.52 | 8,265.21 | 8,472.78 | 9,010.63 | 9,832.47 | 10,822.44 | 9,534.52 | 8,197.67 | 7,305.37 |

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1.5(ต่อ) สถิติส่งออกสินค้าหัตถกรรม

หน่วย:ล้านบาท

| ประเภทสินค้าหัตถกรรม | 2536 | 2537 | 2538 | 2539 | 2540 | 2541 | 2542 | 2543 | 2544 | 2545 | 2546 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 15.ดอกไม้และผลไม้ประดิษฐ์ | 2,596.00 | 2,516.55 | 2,199.29 | 1,667.52 | 1,705.27 | 2,153.85 | 1,808.53 | 1,839.92 | 1,703.08 | 1,455.50 | 1,237.49 |
| 16.เครื่องเงิน | 9.48 | 6.50 | 4.02 | 2.99 | 6.71 | 4.65 | 7.36 | 11.12 | 9.58 | 14.99 | 14.76 |
| 17.ตุ๊กตา | 1,036.14 | 996.25 | 777.10 | 396.39 | 527.00 | 240.06 | 249.69 | 298.32 | 313.83 | 253.74 | 250.65 |
| 18.กระดาษสาและผลิตภัณฑ์กระดาษสา | - | - | 1,266.28 | 604.97 | 660.74 | 916.41 | 887.14 | 1,021.27 | 1,228.14 | 612.86 | 1,594.90 |
| 19.ร่มกระดาษ | 4.51 | 4.47 | 3.89 | 4.81 | 4.50 | 2.78 | 8.24 | 4.43 | 3.02 | 4.13 | 5.42 |
| 20.ผลิตภัณฑ์จากหอยมุก งาและกระดูกสัตว์ | 53.17 | 57.80 | 188.85 | 457.68 | 224.56 | 104.27 | 829.45 | 116.58 | 196.91 | 185.49 | 551.20 |
| 21.ภาพเขียนรูปแกะสลักและรูปปั้น | 39.65 | 38.32 | 681.75 | 64.30 | 56.55 | 61.71 | 37.22 | 32.54 | 50.70 | 22.46 | 163.22 |
| 22.ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า | 3.15 | 9.03 | 7.70 | 5.04 | 20.38 | 15.65 | 21.71 | 26.39 | 30.86 | 37.40 | 31.49 |
| 23.พรมทอมือ | 0.28 | 0.43 | 0.02 | 3.32 | 20.32 | 20.64 | 32.87 | 83.53 | 122.32 | 96.94 | 82.63 |
| 24.สิ่งประดิษฐ์จากหิน | 0.52 | 0.43 | 1.82 | 0.69 | 13.08 | 13.06 | 17.24 | 12.82 | 28.78 | 22.02 | 12.13 |
| 25.เทียน | 40.09 | 111.08 | 136.07 | 44.59 | 56.70 | 386.41 | 651.85 | 812.01 | 656.29 | 766.42 | 900.75 |
| รวม | 59,829.31 | 63,579.48 | 67,281.70 | 65,278.35 | 76,293.48 | 81,881.34 | 90,797.05 | 102,528.10 | 112,694.99 | 112,602.21 | 116,011.72 |

ที่มา : หนังสือสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย กรมศุลกากร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ผู้จัดทำ : สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1 ศึกษาโครงสร้างการผลิต การตลาดและการส่งออกของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่
- 2 วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่
- 3 วิเคราะห์โอกาสในการส่งออกของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่
- 4 เพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์สำหรับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 สมมุติฐาน

- 1 หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก
- 2 หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่มีปัจจัยที่ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน และปัจจัยกลยุทธ์โครงสร้างองค์กรและสถานะการแข่งขัน
- 3 หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดตั้งเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ได้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในการส่งออกมากขึ้น

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์และมีความชัดเจนมากขึ้นจึงกำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

ศึกษาในรายสินค้าที่เป็นหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน คือมีการผสมผสานระหว่าง หัตถกรรมและอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน ได้แก่เครื่องประดับเงินที่มีกระบวนการหรือวิธีการบาง ขั้นตอนใช้มือทำขึ้น ใช้มือเป็นส่วนร่วมในการใช้เครื่องจักรต่างๆที่มีวิธีการบางขั้นตอนหรือ ทั้งหมดที่ใช้มือในการผลิตขึ้น นอกจากนี้จะทำการศึกษาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินใน จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งที่มีการผลิตและส่งออกหัตถอุตสาหกรรม เครื่องประดับเงินที่มีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในประเทศ

1.5 นิยามศัพท์

หัตถอุตสาหกรรม หมายถึง สินค้าที่ผลิตด้วยมือทั้งหมด สินค้าที่ผลิตด้วยมือและเครื่องจักรหรือ เครื่องทุ่นแรงร่วมกัน มีการผลิตตั้งแต่อุตสาหกรรมในครัวเรือนตามหมู่บ้านจนถึงลักษณะตาม โรงงานอุตสาหกรรมที่มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้หรือช่วยในการผลิต เพื่อให้ผลิตสินค้า ได้รวดเร็วและมีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ สินค้าหัตถอุตสาหกรรมที่กรมเจรจาการค้าทำการจัดหมวดหมู่ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เซรามิก สิ่งทอ อัญมณีและเครื่องประดับ เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์ไม้ รองเท้าและชิ้นส่วน เทียนไข เครื่องทอง เครื่องเงิน สิ่งพิมพ์และบรรจุพรรณกระดาษ เครื่องใช้สำหรับเดินทาง ร่มและของเล่น

เครื่องเงิน หมายถึง สิ่งของเครื่องใช้หรือเครื่องประดับที่ทำด้วยเงิน ทั้งนี้เครื่องเงินไทยที่กำหนด ตามมาตรฐานแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. เครื่องรูปพรรณ หมายถึง วัตถุที่ทำหรือประกอบขึ้นด้วยโลหะเงิน
2. เครื่องถม หมายถึง วัตถุที่ทำหรือประกอบขึ้นด้วยโลหะเงินและลงยาสี
3. เครื่องลงยาสี หมายถึง วัตถุที่ทำหรือประกอบขึ้นด้วยโลหะเงินและลงยาถม สำหรับประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องเงินไทยปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องเงินไทยมีด้วยกัน

หลายชนิด แต่อาจจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. เครื่องประดับ ได้แก่ สร้อยคอ สร้อยข้อมือ แหวน ต่างหู จี้ เข็มกลัด เป็นต้น
2. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัวและเครื่องใช้ในบ้าน ได้แก่ ขันน้ำ พานรอง เชงเทียน ถาด ช้อนน้ำชา ที่เขี่ยบุหรี่ เป็นต้น

เครื่องประดับเงิน หมายถึง เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณและส่วนประกอบของของดังกล่าวทำ ด้วยเงินจะชุบหรือหุ้มติดด้วยโลหะมีค่าอื่นๆหรือไม่ก็ตาม

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นแนวทางให้รัฐบาล ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ได้ผลิต พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์รวมทั้งทราบถึงแนวโน้มการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและมีโอกาสในการส่งออกสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นแนวทางหรือหลักฐานอ้างอิงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเพื่อทำการศึกษาต่อไปในอนาคต

1.7 แหล่งข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษานั้นประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ(Primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ดังมีรายละเอียด ดังนี้

1.ข้อมูลปฐมภูมิ(Primary data) ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หรือข้าราชการของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์ธุรกิจผู้ประกอบการผลิตและการจำหน่ายสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ โดยในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเครื่องประดับเงินนั้น เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการผลิต เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตที่ใช้ กรรมวิธีการผลิต ปัญหาด้านวัตถุดิบ, การตลาด เช่น มูลค่าการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ ความต้องการของผู้ซื้อ, ปัจจัยสนับสนุน เช่น ความเห็นเกี่ยวกับความร่วมมือกันของบริษัทร่วมกับหน่วยงานต่างๆ, กลยุทธ์ โครงสร้างขององค์กรและสถานะการแข่งขัน เช่น วิสัยทัศน์ จุดมุ่งหมาย จำนวนคู่แข่งในและต่างประเทศ รูปแบบการแข่งขัน เป็นต้น

2.ข้อมูลทุติยภูมิ(Secondary data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานรัฐบาลและเอกชน ได้แก่ หน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์ คือ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, กรมการค้าต่างประเทศ และจากหน่วยงานอื่น ได้แก่ กรมศุลกากร, ธนาคารแห่งประเทศไทย, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งประเทศไทย, สมาคมอัญมณีไทยและเครื่องประดับ, อินเทอร์เน็ตและห้องสมุดมหาวิทยาลัยต่างๆ ฯลฯ

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเด็น คือ งานศึกษาที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมและหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน และงานศึกษาที่เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 งานศึกษาที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมและหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานที่เกี่ยวข้องต่างๆเกี่ยวกับเครื่องประดับเงินสามารถที่จะเชื่อมโยงไปในการศึกษาและแยกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกเป็นการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและส่วนที่สองเป็นการศึกษาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

งานศึกษาในอดีตที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษารวมอยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและส่วนมากจะกล่าวถึงความเป็นมาของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โครงสร้างการผลิต การค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนนโยบายของรัฐและเอกชน โดยมีงานการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย(สุพินดา วะสินรัตน์, 2538) งานศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ(สุลักษณ์ เลาจเวชกุล, 2541)และรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเศรษฐกิจสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของไทย 5 รายการกรณีศึกษาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ(ชโยดม สรรพศรีและคณะ, 2542) พบว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีขนาดการผลิตตั้งแต่ระดับครัวเรือน โรงงานขนาดเล็ก โรงงานขนาดกลางและขนาดใหญ่ การผลิตกระจัดกระจายทั่วประเทศ เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานจำนวนมากเนื่องจากเป็นงานฝีมือที่ต้องอาศัยความชำนาญ ส่วนใหญ่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศประมาณร้อยละ 80 ตลาดส่งออกหลักคือสหรัฐอเมริกาและยุโรป ในด้านนโยบายมาตรการของรัฐ รัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม

อัญมณีและเครื่องประดับค่อนข้างมาก เช่น มีการยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบต่างๆ มีการจัดให้มีการอบรมหลักสูตรอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น

นอกจากนี้ทั้ง 3 งานได้ทำการศึกษาศักยภาพในการส่งออกโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(RCA) แต่แตกต่างกันในประเภทสินค้าและประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา โดยสุพินดาทำการศึกษาสินค้า 4 ประเภท คือ พลอยและไข่มุก เพชร เครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียม เปรียบเทียบกับประเทศเบลเยียม ฝรั่งเศส เยอรมัน ฮังการี อิสราเอล ญี่ปุ่น สิงคโปร์ สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ในขณะที่สุลักษณ์ศึกษาสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับแท้ เครื่องประดับอัญมณีเทียม อัญมณีสังเคราะห์และเปรียบเทียบกับประเทศอินเดียประเทศเดียว ส่วนชโยดมและคณะศึกษ้อัญมณีและเครื่องประดับโดยรวม เปรียบเทียบกับอินเดีย ฮังการี จีน อิสราเอล เบลเยียม อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์และสหรัฐอเมริกา จากการศึกษาทั้ง 3 งานพบว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในโลกได้

นอกจากนี้สุพินดาได้ทำการศึกษาศักยภาพความสำเร็จในการส่งออกสินค้าโดยพิจารณาระดับผลการส่งออกด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณตามแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่(CMS) จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ประเทศไทยสามารถส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มขึ้นในทุกรายการและในแทบทุกตลาดที่ทำการศึกษา ยกเว้นสหราชอาณาจักร โดยเหตุปัจจัยที่ทำให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นในตลาดเหล่านี้ได้มาจากการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากส่วนประกอบของสินค้าและผลจากความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้แล้วผลจากการศึกษาวิเคราะห์อื่นๆ อีกพบว่าปัจจัยสำคัญอื่นที่กำหนดศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน เทคโนโลยี และการออกแบบ ปัจจัยทั้งสี่ล้วนมีส่วนส่งเสริมการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้มีศักยภาพและขีดความสามารถมากขึ้น

ส่วนสุลักษณ์ยังได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันภายในประเทศโดยใช้กรอบความคิดของไมเคิล.อี.พอร์เตอร์ พบว่าประเทศไทยเริ่มสูญเสียความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เพราะค่าแรงงานที่สูงกว่าแต่ในด้านคุณภาพสินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพสูงกว่าอินเดีย นอกจากนี้ประเทศไทยเสียเปรียบประเทศอื่นๆ ในด้านของอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ดังนั้นจึงควรพัฒนาเทคโนโลยีและแรงงานเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและเพื่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมสนับสนุนภายในประเทศ

ชโยดมและคณะได้ทำการสร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติ โดยแยกการพิจารณาการส่งออกของสินค้าในกลุ่มต่างๆคือเพชร พลอยและไข่มุก เครื่องประดับแท้ เครื่องประดับอัญมณีเทียมและเครื่องประดับสังเคราะห์ ในแต่ละตลาดคู่ค้าที่สำคัญของไทย เพื่อศึกษาบทบาทของตัวแปรปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดการส่งออกในแต่ละกลุ่มสินค้า ซึ่งปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วยราคาสินค้าต่อหน่วย อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของไทยโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดต่างๆ รายได้ของประเทศนำเข้า ปัจจัยทางด้านฤดูกาล แนวโน้มของเวลา นอกจากนี้ได้นำแบบจำลองมาใช้ในการพยากรณ์การส่งออกในอนาคต โดยผลการศึกษาในส่วนเครื่องประดับแท้ซึ่งมีเครื่องประดับเงินประกอบอยู่นั้นพบว่า ตลาดคู่ค้าที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ฮองกง และญี่ปุ่น ระดับราคาสินค้าต่อหน่วยมีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดปริมาณการส่งออก ในขณะที่ตลาดสหภาพยุโรปและตลาดสหรัฐอเมริกา มีตัวแปรปัจจัยฤดูกาลกำหนดเนื่องจากคาดว่าตลาดทั้งสองเป็นตลาดผู้บริโภค ระดับราคาโดยเปรียบเทียบ ระดับรายได้และแนวโน้มเวลาไม่มีผลต่อปริมาณการส่งออกทุกตลาด

จากงานศึกษาข้างต้นของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาในเชิงภาพกว้างของประเทศคู่แข่งต่างๆของไทยโดยอาศัยข้อมูลทฤษฎีที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติของการส่งออกเป็นหลัก แต่งานศึกษาเชิงลึกที่มีการสัมภาษณ์และหาข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิยังมีน้อยซึ่งหนึ่งในงานศึกษาแบบนี้คือโครงการการศึกษาศักยภาพและแนวโน้มทางการตลาดของประเทศคู่แข่ง(ชโยดม สรรพศรีและคณะ, 2546) ได้ทำการศึกษาศถานการณ์การแข่งขันสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในแต่ละประเภทของไทยได้แก่เพชร พลอย อัญมณีสังเคราะห์ เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเทียม โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบกับคู่แข่ง 4 ประเทศ คือ จีน ฮองกง อินเดียและอิตาลี ในด้านการจัดการปัจจัยการผลิตที่ประกอบด้วยวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่างๆ ความสามารถในการผลิต ความสามารถทางการค้าและการตลาด บทบาทของภาครัฐและเอกชนพร้อมทั้งเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ โดยผลการศึกษาในส่วนเครื่องประดับเงินพบว่าไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินที่สำคัญของโลก ซึ่งมีอิตาลีเป็นคู่แข่งที่สำคัญในตลาดนำเข้าทุกตลาดและจีนเป็นคู่แข่งที่ต้องจับตามองอย่างใกล้ชิดและจากการพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบพบว่า ไทยมีศักยภาพการแข่งขันเหนือกว่าประเทศอื่นมาก แต่ความได้เปรียบดังกล่าวมีแนวโน้มลดลง ในการจัดการด้านวัตถุดิบพบว่าไทยมีการกระจายตัวการพึ่งพาวัตถุดิบจากหลายแหล่งยกเว้นการนำเข้าพลัดินัม อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการไทยมีการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับแหล่งวัตถุดิบ ในส่วนบทบาทภาครัฐและเอกชน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้รับความร่วมมือสนับสนุนเป็นอย่างมากแต่ขาดแบบแผน

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ชัดเจน นอกจากนี้ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าประเทศหนึ่งๆจะมีสินค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่แข็งแกร่งและมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกในบางรายการเท่านั้น อีกทั้งการเข้าสู่ตลาดอาจยังไม่ทั่วถึงในทุกตลาดหลักทั่วโลก

ในส่วนการศึกษาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินนั้นมีงานของกรมหัตถกรรมที่ทำการศึกษานโยบายส่งเสริมและดำเนินธุรกิจการส่งออกสินค้าหัตถอุตสาหกรรม โดยศึกษาสินค้าหัตถอุตสาหกรรมที่ส่งออก ทำให้ทราบว่า การส่งออกสินค้าหัตถกรรมมีส่วนช่วยในการขยายการลงทุน สร้างความต้องการแรงงาน ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตลง ช่วยสร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและช่วยในการนำเข้าเงินตราจากต่างประเทศ

นอกจากนี้งานศึกษาในอดีตที่เกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่จะศึกษารวมอยู่กับเครื่องเงินและส่วนมากจะกล่าวถึงความเป็นมาของเครื่องเงิน โครงสร้างการผลิต การตลาด โดยรายงานผลการศึกษาวิจัยเครื่องเงินไทย(กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2523)และงานศึกษาเรื่องเครื่องเงินในประเทศไทย(แน่งน้อย ปัญุพรค์, 2534)พบว่าผู้ประกอบการเครื่องเงินส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก การผลิตเครื่องเงินส่วนใหญ่มักจะจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและส่งออก โดยมีแหล่งผลิตที่สำคัญคือกรุงเทพฯ เชียงใหม่และนครศรีธรรมราช

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมอีกว่าตลาดส่งออกหลักของเครื่องเงินส่วนใหญ่คือ สหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ อิตาลี ฮองกง และอินเดีย ส่วนปัญหาของสินค้าเครื่องเงินไทยคือวัตถุดิบเครื่องเงินส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศและขาดแรงงานที่มีฝีมือ

นอกจากนี้งานของแน่งน้อยได้ทำการศึกษาในเรื่องการใช้เครื่องเงินในประเทศไทยโดยแบ่งเป็น 3 ประเภทคือใช้เป็นเงินตรา เครื่องใช้และเครื่องประดับ โดยกล่าวถึงประวัติของเครื่องเงินแต่ละชนิดและแหล่งที่ใช้เครื่องเงินดังกล่าว

งานศึกษาอีกชิ้นที่ทำการศึกษาค้นคว้ากันแต่มีการพัฒนาขึ้นตามยุคสมัยคืองานศึกษาเครื่องเงินไทย:หัตถกรรมล้ำค่าสร้างรายได้เข้าประเทศ(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2544)ได้ทำการศึกษาเครื่องเงินในช่วงปี 2541 - 2544 ศึกษาถึงความเป็นมา การผลิต การตลาดภายในและต่างประเทศ เช่นเดียวกับงานของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ พบว่าผู้ประกอบการเครื่องเงินมี 3 ขนาดคือ

ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครอบครัว โดยมีแหล่งผลิตที่สำคัญคือกรุงเทพฯ เชียงใหม่และนครศรีธรรมราช การผลิตเครื่องเงินส่วนใหญ่ มักจะจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและส่งออก โดยสินค้าที่ทำการส่งออกคือ เครื่องประดับเงินและเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัวและเครื่องใช้ภายในบ้าน ตลาดส่งออกหลักคือสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักรและเยอรมนี ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญคืออิตาลี ฮังการี และอินโดนีเซีย

ในระยะหลังมีงานศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในด้านการส่งออกมากขึ้น และมีงานที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ซึ่งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในตลาดโลก แต่ในงานศึกษา หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่ทำการศึกษาโดยเฉพาะมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะรวมอยู่ใน หัตถกรรมเครื่องเงินและเป็นรูปแบบของเอกสารเผยแพร่และบทความทางวิชาการ ซึ่งจะเป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ประวัติความเป็นมา การผลิต การค้าดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งงานเหล่านี้เป็นประโยชน์ในการเรียนรู้เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของ หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินได้เป็นอย่างดี แต่งานที่ทำการวิเคราะห์และวิจัยโดยตรงอย่างละเอียดยังมีปรากฏไม่มากนัก

2.1.2 งานศึกษาที่เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานที่เกี่ยวข้องต่างๆเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน สามารถที่จะเชื่อมโยงไปในการศึกษาและแยกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกเป็นวิธีการต่างๆในการ วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและส่วนที่สองเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออก

ส่วนแรกเป็นการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีดัชนีทาง เศรษฐศาสตร์ที่นิยมใช้วิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยมีงาน การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน(ณัฐพงษ์ ทองภักดี, 2542)ที่มีการรวบรวมเกี่ยวกับดัชนี ที่ใช้ในการวิเคราะห์ต่างๆที่เกี่ยวข้องไว้ คือ

1. **ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ(Revealed Comparative Advantage :RCA)** เป็นดัชนีที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างของประเทศใดๆในสินค้าใดๆ เพื่อดูศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกของประเทศผู้ส่งออกเมื่อเปรียบเทียบกับศักยภาพของโลกในสินค้าแต่ละชนิด งานที่ทำการศึกษาโดยใช้ RCA เช่น งานการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (สุพินดา วัฒนรัตน์, 2538) งานศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ(สุลักษณ์ เลาจเวทกุล, 2541) ซึ่งทั้ง 2 งานพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างไทยกับจีน(ชัยยันต์ กิตติวิศิษฎ์, 2546)พบว่าสินค้าไอทีของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกตลาดได้แก่สหรัฐฯ สหภาพยุโรปและญี่ปุ่นแต่ค่า RCA มีแนวโน้มลดลง ขณะที่จีนมีความได้เปรียบในตลาดสหรัฐฯและสหภาพยุโรป แต่มีแนวโน้มค่าRCA เพิ่มขึ้นทั้ง 3 ตลาด ส่วนงานศึกษาสินค้าหัตถกรรมเกี่ยวกับ RCA นั้นกล่าวว่า ในการหาค่า RCA สินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องหาเนื่องจากสินค้าหัตถกรรมเป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ในตัวเอง ไม่เหมือนสินค้าประเภทอุตสาหกรรม

จากการศึกษาเห็นได้ว่า RCA เป็นเครื่องมืออย่างง่ายที่ใช้พิจารณาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบแต่มีข้อจำกัดคือข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณเป็นเพียงข้อมูลการส่งออกหรือนำเข้า ซึ่งไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการผลิตของสินค้านั้นๆและไม่สามารถแสดงถึงผลของการคิดกันทางการค้าได้

2. **แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่(Constant Market Share Model : CMS)** เป็นดัชนีที่ใช้วัดระดับปัจจัยต่างๆที่มีส่วนกำหนดขนาดการขยายตัวหรืออัตราการขยายตัวของการส่งออก ทำให้ทราบว่าคุณสมบัติของประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัยใดบ้าง งานที่ศึกษา CMS มีงาน การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย(สุพินดา วัฒนรัตน์,2538)พบว่าปัจจัยที่ทำให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับขยายตัวเพิ่มขึ้นในตลาดสำคัญคือการขยายตัวมาจากตลาดโลก ผลจากส่วนประกอบของสินค้าและผลจากความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไทย(นิติเวท เพิ่มพูนโชคคณา,

2543) และงานความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างไทยกับจีน(ชัยยันต์ กิตติวิศิษฎ์, 2546) เป็นต้น

ในการวิเคราะห์โดยใช้ CMS มีจำกัดคือไม่สามารถบอกได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก ที่เกิดจากปัจจัยทางด้านขนาดตลาดและปัจจัยทางด้านความสามารถในการแข่งขันนั้นมาจากสาเหตุใดกันแน่ นอกจากนี้ยังมีข้อสมมติที่ว่าส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกของประเทศต่างๆ ที่พิจารณาจะต้องไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่ในสภาพความเป็นจริงโครงสร้างการค้าของโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

3. การวิเคราะห์อัตราการคุ้มครองที่แท้จริง(Effective Rate of Protection : ERP)เป็นการวิเคราะห์ให้เห็นถึงผลการคุ้มครองอุตสาหกรรมที่มีผลต่อมูลค่าเพิ่ม เป็นการเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มต่อหน่วยในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ มีการวิเคราะห์ 2 แนวคิด คือ แนวคิดของ Balassa และ Corden ซึ่งในการวิเคราะห์นี้อาจสามารถวิเคราะห์โดยใช้อัตราการคุ้มครองทางราคา(Nominal Rate of Protection : NRP)ได้ งานศึกษาที่เกี่ยวข้องได้แก่ งานศึกษาเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในเศรษฐกิจโลก(ไพฑูรย์ วิบูลชุตติกุล, 2540)และงานของณัฐพงษ์ ทองภักดี พบว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีค่า ERP ตีลบ แสดงว่าแม้อุตสาหกรรมจะไม่ได้ได้รับความคุ้มครองจากรัฐบาลก็ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับนี้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ นอกจากนี้ยังมีงานการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทย(นักปราชญ์ ไชยานนท์, 2540) เป็นต้น

ในการวิเคราะห์ ERP มีข้อจำกัดคือ ลักษณะตลาดเป็นตลาดแข่งขันโดยสมบูรณ์ มีการจ้างงานเต็มที่ ดุลการชำระเงินระหว่างประเทศอยู่ในภาวะสมดุล ราคาถูกกำหนดจากอุปสงค์และอุปทานของต่างประเทศในกรณีประเทศเล็กและความสัมพันธ์ในการผลิตสินค้าและปัจจัยการผลิตชั้นกลางมีลักษณะคงที่ จากข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้การวิเคราะห์ ERP ไม่ตรงกับความเป็นจริงเสมอไป เนื่องจากในปัจจุบันตลาดและเศรษฐกิจยากที่จะอยู่ในข้อจำกัดเหล่านี้

4. ต้นทุนในการใช้ทรัพยากรในประเทศ(Domestic Resource: DRC) เป็นการวัดต้นทุนของการใช้ทรัพยากรการผลิตในประเทศ ณ ราคาตลาดโลก งานที่ทำการศึกษานี้ได้แก่งานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมเซรามิก(นักปราชญ์ ไชยานนท์, 2540) และงาน

เรื่องการศึกษาโครงสร้างและความสำเร็จโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมคอมเพลสเซอร์ในประเทศไทย(กาญจนา แสงลิมสุวรรณ, 2543) เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีดัชนีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอีก คือ **ดัชนีมูลค่าการส่งออกต่อหน่วย(Export Unit Value Index : XUVD)**เป็นดัชนีที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันทางด้านราคา(Price Competitiveness Index :PCI)และยังมีการประมาณค่าแบบจำลองมูลค่าการส่งออกโดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง ซึ่งทำให้ทราบถึงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆกับมูลค่าการส่งออกซึ่งเป็นงานที่นิติเวท เพิ่มพูนโชคคณาได้ทำการศึกษาไว้ นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาแบบจำลองอุปสงค์การนำเข้าสินค้าและอุปทานการส่งออกสินค้า โดยเป็นการประมาณค่าโดยใช้วิธีสมการถดถอยเชิงเส้นด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด เพื่อดูความสามารถในการแข่งขันของสินค้านั้น

การศึกษาและวิเคราะห์ข้างต้นส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ มีวิธีการศึกษาเป็นการหาค่าดัชนีชี้วัดและการใช้แบบจำลองต่างๆซึ่งมักมีข้อจำกัดในการวิเคราะห์ นอกจากนี้การวิเคราะห์เชิงปริมาณแล้วยังมีการวิเคราะห์อีกแบบคือการวิเคราะห์เชิงคุณภาพซึ่งเป็นการวิเคราะห์ในลักษณะเชิงพรรณนา ซึ่งงานวิจัยและงานศึกษาต่างๆในระยะหลังนี้เน้นการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพมากกว่า เนื่องจากสามารถปรับให้ทันกับสถานการณ์โลกที่เกิดขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยหาแนวคิดต่างๆมารองรับในการวิเคราะห์ ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม แนวคิดของ Krugman และ Porter เป็นต้น โดยเฉพาะงานของ Porter ที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดย Diamond Model เป็นการศึกษาที่ได้รับความนิยมโดยมีงานวิจัยที่นำมาประยุกต์ใช้ ได้แก่งานศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างไทยกับจีน(ชัยยันต์ กิตติวิศิษฐ์, 2546)เป็นการนำ Diamond Model มาใช้เปรียบเทียบความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนและงานศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเซรามิก:กรณีศึกษาเซรามิกศิลาดล(พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546)เป็นการนำ Diamond Model มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในหัตถอุตสาหกรรมเซรามิก งานศึกษาเรื่อง Assessing Porter's framework for national advantage: the case of Turkey(Özlem Öz, 2002)เป็นการนำ Diamond Model มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรม 5 ชนิด คืออุตสาหกรรมกระดาษ ก่อสร้าง เสื้อผ้าหนัง รถยนต์และแผ่นเหล็กในประเทศตุรกี นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาเรื่อง

The Roots of Unsustainable Competitive Advantage :The Case of Thailand (Thongchai Srivardhana,2004)ซึ่งมีการใช้ Diamond Model มาช่วยในการวิเคราะห์ให้เข้าใจว่าทำไมความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยถึงไม่ยั่งยืน เป็นต้น

ในการศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันโดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นข้อมูลในเชิงคุณภาพมากกว่า การทำการศึกษาและวิเคราะห์ทางด้านคุณภาพจึงมีความเหมาะสมกว่า เนื่องจากถ้าทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ มีการใช้ดัชนีและแบบจำลอง นอกจากจะมีข้อจำกัดต่างๆแล้วข้อมูลด้านปริมาณของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินอาจมีไม่เพียงพอและไม่มีประสิทธิภาพต่อการศึกษวิเคราะห์ ซึ่งก็เป็นข้อจำกัดหนึ่งที่มีผลต่อการศึกษาได้

ในส่วนที่สอง เป็นการทบทวนเอกสารเพื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยมีงานที่ทำการศึกษาคือ การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน(ณัฐพงศ์ ทองภักดี ,2542) กล่าวไว้ว่ามีปัจจัย 2 ประเภทที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน คือปัจจัยที่มีโดยธรรมชาติและปัจจัยที่ถูกกำหนดจากมาตรการของรัฐหรือเอกชน โดยปัจจัยที่มีโดยธรรมชาติจะก่อให้เกิดต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบ ประเทศที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติและจำนวนแรงงานมีแนวโน้มที่จะได้ประโยชน์และได้เปรียบ ส่วนปัจจัยที่ถูกกำหนดจากมาตรการของรัฐหรือเอกชน เช่น โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ นโยบายระดับประเทศ มาตรการที่มีผลต่อต้นทุนและประสิทธิภาพในการผลิตซึ่งในเรื่องประสิทธิภาพการผลิตนี้(Johns, 1985)ได้กล่าวว่าความสามารถในการแข่งขันด้านราคาเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้นที่จะกำหนดความสามารถในการแข่งขันทางการค้า นอกจากปัจจัยด้านราคาแล้วยังมีปัจจัยที่ไม่สามารถวัดได้ เช่น การออกแบบ คุณภาพ เวลาที่ใช้ในการจัดส่งสินค้า การตลาดและนวัตกรรม นับว่ามีความสำคัญอย่างมากที่จะกำหนดอุปสงค์ของต่างประเทศในสินค้าส่งออกและอุปสงค์ภายในประเทศของสินค้านำเข้าและมีส่วนช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตด้วย โดยมี (Alavi, 1990) สนับสนุนแนวคิดนี้ด้วยว่า การพัฒนาทักษะและคุณภาพของแรงงาน การวิจัยและพัฒนา และการควบคุมคุณภาพเป็นตัวแปรหนึ่งในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ

นอกจากนี้ยังมีงานการศึกษานโยบายเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ (ไพฑูรย์ วิบูลชุตติกุล, 2540) สนับสนุนในแนวคิดข้างต้น โดยเสนอว่า การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยต้องอาศัยปัจจัยอื่นที่นอกเหนือไปจากนโยบายการค้าที่เหมาะสม ปัจจัยอื่นที่สำคัญคือการเพิ่มขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีตลอดจนการเพิ่มทักษะบุคลากรทุกระดับเพื่อปรับโครงสร้างการผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมากไปเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงเป็นไปอย่างรวดเร็วและการส่งเสริมการลงทุนในสิ่งสาธารณูปโภคพื้นฐานจะช่วยเสริมสร้างผลิตภาพของอุตสาหกรรมไทยให้เพิ่มสูงขึ้นได้มาก

ในระยะแรกการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันมุ่งเน้นแต่การเพิ่มการส่งออกและลดการนำเข้าเท่านั้น ประเทศอาจประสบปัญหาอันเกิดจากผลกระทบของนโยบายขัดแย้งกันที่เรียกว่า Paradox คือ ประเทศนำเข้าสินค้าและบริการจากต่างประเทศลดลง ประเทศคู่ค้ามีรายได้ลดลงก็จะนำเข้าจากประเทศเราลดลงไปด้วย ส่งผลต่อการส่งออกจะขยายตัวช้าหรือลดลง ทำให้ได้รับผลกระทบกับรายได้และมาตรฐานการครองชีพลดลงในที่สุด (Krugman, 1994) ได้เสนอเพิ่มเติมว่า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดมาตรฐานการครองชีพและขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกที่สำคัญคือการเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพการผลิตและผลิตภาพที่เรียกรวมๆว่า Productivity Growth ผลสุดท้ายจะทำให้ประชากรมีสภาพทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น

ระยะต่อมามีการให้ความสำคัญในผลิตภาพรวม (Productivity) มากขึ้น โดยมีนักเศรษฐศาสตร์ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น เพื่อเป็นโอกาสในการส่งออกไปยังตลาดโลก ซึ่งหนึ่งในนักเศรษฐศาสตร์เหล่านั้นคือ (Porter, 1998) ได้ทำการศึกษาใน Competitive Advantage Of Nations ซึ่งกล่าวว่าหัวใจของการแข่งขันคือความสามารถที่จะผลิตผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ดีขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ซึ่งก็คือผลผลิตที่มีผลิตภาพ (Productivity) เป็นกุญแจสำคัญในการแข่งขันของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับวิธีในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยเกิดแนวคิดใหม่ที่เรียกว่าเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ขึ้น ซึ่งเป็นแนวคิดในการก่อตั้งกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ เพื่อให้เกิดการรวมตัวกันและนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น การเชื่อมโยงกันระหว่างอุตสาหกรรมต่างๆ มีการร่วมมือกันโดยการร่วมมือกันนี้อยู่บนพื้นฐานของการแข่งขัน ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ ซึ่งในปัจจุบันมีนักวิจัยจำนวนมากได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ของอุตสาหกรรมต่างๆและยัง

เป็นที่สนใจของหน่วยงานต่างๆ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นๆ ในประเทศ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่นำมาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในการส่งออกของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินนี้ ประกอบด้วยทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ซึ่งทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศเป็นทฤษฎีเชิงมหภาค อธิบายถึงการค้าระหว่างประเทศโดยมองภาพรวมของประเทศต่างๆ ส่วนทฤษฎีเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เป็นมุมมองด้านจุลภาคที่อธิบายภาพของหน่วยเศรษฐกิจรายอุตสาหกรรมรวมถึงรายบริษัท ซึ่งทำให้การวิเคราะห์มีความครอบคลุมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

โดยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศเป็นแนวคิดที่มีมานาน ส่วนใหญ่ อธิบายถึงการค้าและการติดต่อธุรกิจระหว่างประเทศในรูปแบบต่างๆ ประโยชน์ทางการค้าและแบบแผนการค้า ซึ่งมีแนวคิด ดังนี้

2.2.1 ทฤษฎีบริสุทธิ์ทางการค้าระหว่างประเทศ (Pure Theory of International Trade)

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศเริ่มจากนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก อדם สมิท (Adam Smith) ได้นำหลักการเกี่ยวกับการแบ่งแยกแรงงาน(Division of Labor)มาใช้ในการวิเคราะห์การค้าระหว่างประเทศ โดยมีหลักการว่าในการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งๆสามารถแบ่งการผลิตได้หลายขั้นตอน ฉะนั้นจึงควรกำหนดให้แต่ละคนทำการผลิตเฉพาะขั้นตอนหนึ่งตามความถนัด การแบ่งงานกันทำนี้จะก่อให้เกิดความชำนาญงานทำให้สามารถผลิตสินค้าได้มากและรวดเร็วขึ้น ดังนั้นถ้าสมมติให้ประเทศที่ทำการค้ามีเพียงสองประเทศและมีสินค้าที่ทำการค้าเพียงสองชนิด การค้าระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นจาก “การได้เปรียบอย่างสมบูรณ์(Absolute Advantage)” นั่นคือการค้าระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นเมื่อแต่ละประเทศมีความสามารถในการผลิตด้านใดด้านหนึ่งมากกว่าต่างประเทศเสมอไป ซึ่งเรียกว่าความถนัดในการผลิตคนละด้านหรือกฎการได้เปรียบสมบูรณ์(Law of Absolute Advantage) โดยแต่ละประเทศจะผลิตและส่งออกเฉพาะสินค้าที่มี

ประสิทธิภาพ หรือได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ และนำเข้าสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำกว่าหรือเสียเปรียบอย่างสมบูรณ์ ในที่สุดทำให้การใช้ทรัพยากรของโลกเป็นอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ได้ผลผลิตสูงสุด อย่างไรก็ตามทฤษฎีนี้อยู่ภายใต้สมมติฐานที่ว่า ปัจจัยการผลิตที่สำคัญมีเพียงชนิดเดียวคือแรงงาน โดยแรงงานที่ใช้มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าเท่ากันทุกหน่วย (Homogeneous) และการวัดมูลค่าสินค้าจะเป็นไปตามทฤษฎีมูลค่าแรงงาน (The Labor theory of Value) เป็นหลัก ซึ่งมูลค่าสินค้าที่เกิดขึ้นจะถูกกำหนดโดยจำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้านั้นๆ ดังนั้นการวัดการได้เปรียบสมบูรณ์จึงเป็นการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของลักษณะในการผลิตของประเทศคู่ค้านั้นเอง ในความเป็นจริงอาจเป็นไปได้ที่ประเทศหนึ่งไม่มีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าใดๆเลย ในขณะที่อีกประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าทุกชนิด ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนของทฤษฎีนี้

ต่อมาเดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) ได้เสนอแนวคิดในเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมทฤษฎีการค้าของอดัม สมิท (Adam Smith) ว่าการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้ถึงแม้ประเทศผู้ส่งออกจะไม่มีมีความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าที่ส่งออกนั้น โดยเชื่อว่าต้นทุนของการค้าระหว่างประเทศมิได้ขึ้นอยู่กับความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ที่ประเทศผู้ส่งออกมีเหนือประเทศคู่ค้า แต่ขึ้นอยู่กับความแตกต่างเชิงเปรียบเทียบในต้นทุนผลิต (The comparative cost) ของประเทศทั้งสอง ซึ่งหมายความว่าประเทศใดที่ผลิตสินค้าชนิดหนึ่งด้วยต้นทุนเชิงเปรียบเทียบที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ประเทศนั้นควรส่งออกสินค้านี้ดังกล่าวเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ตนผลิตด้วยต้นทุนเชิงเปรียบเทียบที่สูงกว่าประเทศอื่น จึงเกิดเป็นทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (The principle of Comparative Advantage) โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขว่า มีปัจจัยการผลิตชนิดเดียวตามแนวคิดสำนักคลาสสิก

จากแนวคิดของ อดัม สมิท และเดวิด ริคาร์โด การเปิดการค้าระหว่างประเทศเป็นผลมาจากความแตกต่างของต้นทุน โดยยึดถือในทฤษฎีมูลค่าแรงงานและกำหนดให้มีปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียวคือแรงงานและมีประสิทธิภาพของแรงงานหน่วยสุดท้ายคงที่ ซึ่งนับเป็นข้อบกพร่องในการนำไปใช้จริง จึงมีการพัฒนาให้ครอบคลุมสอดคล้องและเป็นไปได้มากขึ้น ดังนี้

ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเซอร์-โอห์ลิน (Factor Endowment and Heckscher-Ohlin Theory)

ทฤษฎีของเฮคเซอร์-โอห์ลิน นักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก ได้อธิบายการค้าของประเทศหนึ่งๆว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในราคาเปรียบเทียบก่อนการค้าคือ ความแตกต่างในปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ (Factor endowment) ในประเทศต่างๆอันได้แก่ ปัจจัยการผลิตประเภททุนและแรงงาน ดังนั้นประเทศจะได้รับประโยชน์จากการผลิตและค้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศในการผลิต โดยมีข้อสมมติว่าปัจจัยการผลิตดังกล่าวนี้สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้โดยไม่มีต้นทุน ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกัน จากแนวคิดนี้ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากกว่าทุนจะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมาก หรือใช้แรงงานเข้มข้นในการผลิต (Labor Intensive goods) ในทางตรงข้ามประเทศที่มีปัจจัยทุนมากก็จะส่งออกสินค้าที่ใช้ทุนมากหรือใช้ปัจจัยทุนเข้มข้น (Capital Intensive goods)

ในความเป็นจริงประเทศแต่ละประเทศจะมีความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตไม่เท่ากัน และนับเป็นความได้เปรียบอันเนื่องมาจากทำเลที่ตั้ง (Location specific advantage) ต่อมามีการปรับปรุงทฤษฎีของเฮคเซอร์-โอห์ลินใน 2 ทิศทางด้วยกัน คือ

1. ทฤษฎีปัจจัยการผลิต-นีโอ (Neo-factor theories of trade) เป็นการขยายขอบเขตทฤษฎีของเฮคเซอร์-โอห์ลินให้ครอบคลุมถึงปัจจัยการผลิตอื่น ๆ ที่มีลักษณะของความได้เปรียบ อันเนื่องมาจากทำเลที่ตั้งของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยจำพวกทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งก็มีความสำคัญในการกำหนดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเช่นเดียวกัน โดยเห็นว่าการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ซึ่งได้แก่แรงงานที่มีทักษะสูงเป็นมืออาชีพและมีความสามารถในการจัดการหรือการบริหารย่อมสามารถสร้างความสำเร็จในผลผลิตที่เป็นสินค้าที่ใช้ทักษะหนาแน่นให้แก่ประเทศนั้นได้

2. ทฤษฎีเทคโนโลยี-นีโอ (Neo-technology theories of trade) เป็นการขยายขอบเขตทฤษฎีของเฮคเซอร์-โอห์ลินจากสภาพการแข่งขันทางการค้าอย่างสมบูรณ์เป็นการแข่งขันแบบไม่สมบูรณ์ โดยสมมติว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตถูกกำหนดมาจากความแตกต่างในด้านเทคโนโลยีระหว่างประเทศในเรื่องประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยการผลิตและการพัฒนาสินค้าทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ดังนั้นการลงทุนทางด้านการศึกษาและพัฒนาช่วยส่งผลต่อการพัฒนา

ทางด้านเทคโนโลยีจึงเสมือนเป็นการสร้างความได้เปรียบระหว่างประเทศ(ณัฐชไม มหารัตนวงศ์, 2539)

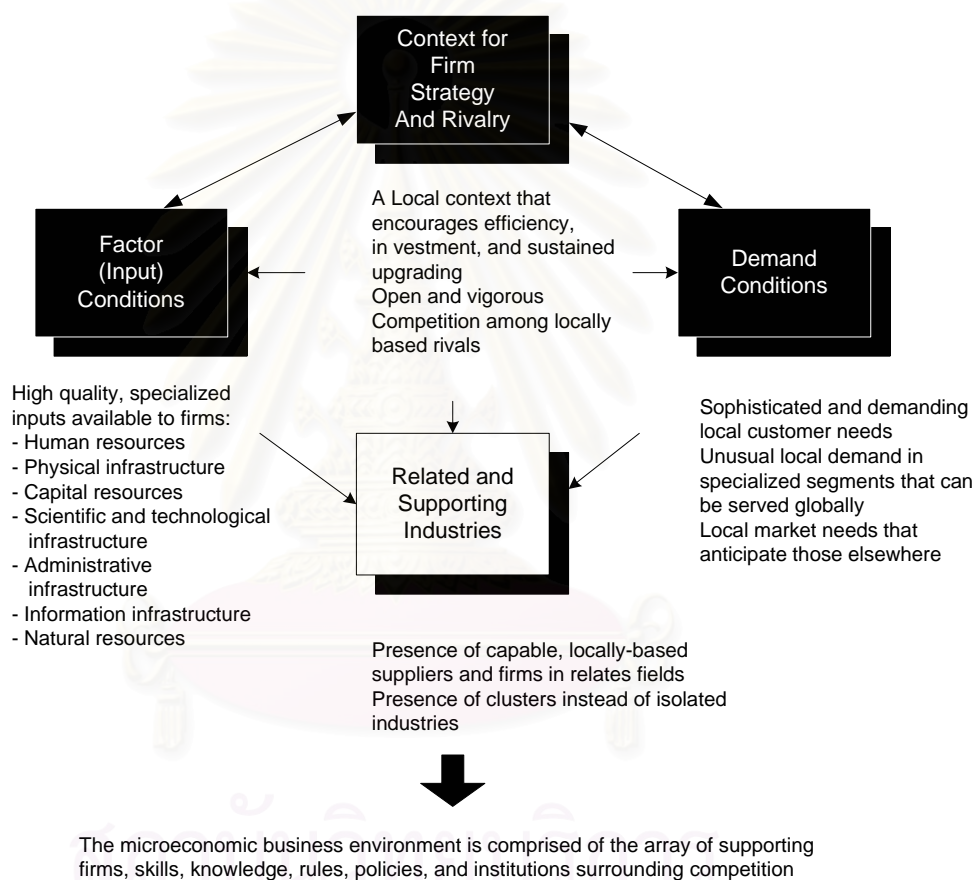
ต่อมา Paul A. Samuelson ได้ปรับปรุงแนวคิด Heckscher-Ohlin จนเป็นแนวคิดที่เรียกว่า Heckscher-Ohlin-Samuelson Model ซึ่งอธิบายว่าประเทศต่างๆมีปัจจัยผลิตแต่ละชนิดอยู่มากน้อยต่างกันและประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและส่งออกสินค้าที่มีเทคโนโลยีการผลิตเหมาะสมกับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศนั้น(พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข , 2546)

จากทฤษฎีและแนวคิดข้างต้นต่างเป็นทฤษฎีพื้นฐานของเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศที่สามารถนำมาวิเคราะห์เบื้องต้นเกี่ยวกับความถนัดและความชำนาญของประเทศซึ่งยังเป็นเพียงการพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจากเงื่อนไขทรัพยากรพื้นฐานของประเทศเป็นสำคัญ ลักษณะการวิเคราะห์ยังเป็นเชิงสถิตย์(Static) ดังนั้นปัญหาที่เกิดขึ้นในระยะหลังคือทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศแบบเดิมๆใช้อธิบายความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการค้าระหว่างประเทศได้ยากขึ้น เนื่องจากประเทศต่างๆมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา คือ มีลักษณะเชิงพลวัต(Dynamic) อีกทั้งทฤษฎีมีข้อจำกัดต่างๆที่ไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันจึงเกิดแนวคิดใหม่ขึ้นเรื่อยๆรวมทั้งทฤษฎี Porter's Diamond ของ Michael .E. Porter ที่จะสามารถอธิบายเรื่องต่างๆได้ดีขึ้น

2.2.2 Diamond Model ของ Michael E. Porter

Porter(1998) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศขึ้นในหนังสือ "The Competitive Advantage of Nations" ว่าสิ่งสำคัญในการแข่งขันคือ ความสามารถที่จะผลิตสินค้าและบริการใหม่ที่ดีขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ผลผลิตที่มีผลิตภาพ(Productivity)เป็นกุญแจสำคัญในการแข่งขันของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน ซึ่งPorter ได้นำเสนอสิ่งที่เรียกว่า Diamond ที่เกี่ยวข้องในการสร้างความแข่งขันของประเทศ รวมทั้งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งสี่กับบทบาทของรัฐหรือนโยบายที่มีผลต่อธุรกิจและโอกาสหรือสิ่งที่ไม่คาดฝันที่อาจเกิดขึ้น โดยองค์ประกอบทั้งสี่ มีดังนี้ และสามารถแสดงได้ดังแผนภูมิที่ 2.1

- 1 ปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยด้านอุปทาน(Factor Conditions)
- 2 ปัจจัยสนับสนุนหรือความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Relation and Supporting Industries)
- 3 ปัจจัยด้านอุปสงค์(Demand Conditions)
- 4 กลยุทธ์ โครงสร้างขององค์กรและสถานะการแข่งขันกัน(Firm Strategy, Structure and Rivalry)



แผนภาพที่ 2.1 Diamond Model ของ Michael E. Porter

นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบอีก 2 ประการที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันคือ บทบาทของรัฐบาล(Role of Government) และ โอกาสและสถานะที่เปลี่ยนแปลงไป(Chance) โดย บทบาทของรัฐบาล(Role of Government)จะเป็นกรอบที่จะสร้างเสริมหรือบั่นทอนความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อองค์ประกอบทั้งสี่ข้างต้น ทั้งนี้Porter เสนอว่าบทบาทที่เหมาะสมของรัฐบาลควรจะเป็นเพียงการกำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจและ

การเมืองที่ชัดเจนมีเสถียรภาพ ปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการอุปทานพื้นฐานและองค์กรสาธารณะ กำหนด กฎ กติกา ที่เอื้อต่อการแข่งขันมากกว่าการปกป้องหรือผูกขาดและสร้างหรืออำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาการของเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)

ส่วน โอกาสและสถานะที่เปลี่ยนแปลงไป(Chance) เป็นกรณีที่เกิดเหตุการณ์ นอกเหนือไปจากการคาดการณ์ปกติ เช่น การค้นพบเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ยิ่งใหญ่ (breakthroughs) การเกิดสงครามหรือภัยพิบัติตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านราคาในตลาดโลกอย่างฉับพลัน สิ่งเหล่านี้ย่อมเป็นไปได้ทั้งวิกฤตและโอกาสสำหรับแต่ละองค์กรและมีผลต่อการเพิ่มขึ้นและลดลงของความสามารถในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศด้วย

โดยองค์ประกอบหลักทั้ง 4 ใน Diamond Model ที่เกี่ยวพันกันในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน สามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยด้านอุปทาน(Factor Conditions)คือองค์ประกอบที่มีอยู่ในแต่ละประเทศ แต่มีระดับแตกต่างกันไป ได้แก่

- อุปทานขั้นพื้นฐาน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทุนต่างๆ ภูมิอากาศและภูมิประเทศ แรงงานที่ไม่ชำนาญ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้รับการพัฒนาไม่มากนักมักเป็นความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ไม่ยั่งยืน
- อุปทานขั้นซับซ้อน เช่น ทรัพยากรมนุษย์ ระดับความรู้ของประชาชน ทักษะฝีมือ แรงงาน ระบบสาธารณูปโภค(การขนส่ง โทรคมนาคม เทคโนโลยีระบบสาธารณสุข ระบบการบริหารจัดการ และระบบข้อมูลข่าวสาร) เป็นปัจจัยที่มีการพัฒนา มีความสำคัญมากในการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันขั้นสูง

ทั้งนี้ Porter ได้ตั้งข้อสังเกตว่า การขาดแคลนปัจจัยด้านอุปทานตามธรรมชาตินี้แทนที่จะบั่นทอนความสามารถในการแข่งขันอาจช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในบางอุตสาหกรรมด้วยซ้ำ เนื่องจากข้อจำกัดเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ได้

นอกจากนี้องค์ประกอบข้อนี้ได้รับผลกระทบจากนโยบายต่างๆของรัฐบาล เช่น นโยบายด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐ เป็นต้น เพื่อเพิ่มทักษะความรู้และสนับสนุนอุตสาหกรรมต่างๆ

2. ปัจจัยสนับสนุนหรือความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Relation and Supporting Industries) เป็นที่มาของปรากฏการณ์ Cluster โดยคุณภาพ ความพร้อม ความสามารถของผู้ผลิตและบริการสนับสนุนตลอดจนธุรกิจต่อเนื่องที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน เป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญในการทำให้อุตสาหกรรมแต่ละชนิดที่กระจุกตัวกันในแต่ละพื้นที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่ากันได้ ทั้งนี้รวมถึงความได้เปรียบจากขนาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีต้นน้ำ(upstream)จนถึงปลายน้ำ(downstream)ในบริเวณใกล้เคียงกัน

ในการทำให้ปัจจัยสนับสนุนได้เปรียบและมีความสามารถในการแข่งขันต้องทำให้ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนร่วมมือประสานงานซึ่งกันและกัน โดยมีปัจจัย 3 ข้อ ได้แก่ ช่องทางที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพและบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่น, ความร่วมมือกันตลอดเวลา ระหว่างผู้ใช้กับผู้ผลิตวัตถุดิบ และปัจจัยข้อสุดท้ายคือความร่วมมือกันตลอดเวลาในกระบวนการ นวัตกรรม โดยที่ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันแก้ไขปัญหาหรือแลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาซึ่งกัน และกัน ซึ่งมีปัจจัยมาจากการที่อุตสาหกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกันอยู่ใกล้กันและมีวัฒนธรรม เดียวกันทำให้เป็นไปได้ว่าจะเกิดความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาอย่างลึกซึ้งตลอดกระบวนการ นวัตกรรม

นอกจากนี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศจะได้รับผลกระทบจาก นโยบายของรัฐบาลทางการค้า โฆษณา ด้านการอำนวยความสะดวกอื่นๆ

3. ปัจจัยด้านอุปสงค์(Demand Conditions) โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการที่ซับซ้อนขึ้น ของผู้บริโภคซึ่งเริ่มจากในประเทศก่อนเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการพยายาม แข่งขันกันปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นตลอดเวลา ตลอดจนได้ทดลองกับตลาด ใกล้เคียงก่อนจึงนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดโลก นอกจากนี้หากค่านิยมที่ โดดเด่นบางประการในสังคมหนึ่งๆได้แพร่หลายไปยังสังคมอื่นๆก็อาจชักนำให้อุตสาหกรรมที่ สอดคล้องกันจากประเทศนั้นมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าประเทศอื่นๆ

ดังนั้นอุปสงค์ในประเทศจึงมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบของประเทศมากกว่าอุปสงค์ ในต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทจะมีความเข้าใจในความต้องการของผู้ซื้อในประเทศได้ชัดเจนกว่า ความต้องการของผู้ซื้อในต่างประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการอยู่ใกล้กับผู้ซื้อ รายสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

ลักษณะอุปสงค์ในประเทศที่สำคัญต่อการเสริมสร้างและรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ คือ(พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546)

- ขนาดของอุปสงค์ในประเทศ การที่อุปสงค์ในประเทศมีขนาดใหญ่ขึ้นนั้นแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรองรับการผลิตจำนวนมากได้ ซึ่งทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตคราวละมากๆ(Economies of Scale) อีกทั้งยังมีการลดต้นทุนจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายครั้ง
- ส่วนผสมของอุปสงค์ในประเทศ ในอุตสาหกรรมเดียวกันตลาดบางส่วนมีอุปสงค์ในประเทศคล้ายกับตลาดโลก ในขณะที่บางส่วนแตกต่างจากตลาดโลกมาก ผู้ประกอบการมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในตลาดที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก
- ผู้ซื้อที่รู้จริง ผู้ซื้อที่รู้จริงจะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกสินค้า เท่ากับเป็นแรงกดดันให้ต้องมีการพัฒนา ซึ่งจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในส่วนที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จริงมากกว่า
- อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ถ้าอุปสงค์ต่อสินค้านั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนประเทศอื่น

ทั้งนี้อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านมาตรฐานสินค้า ด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อ รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการ

4. กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสภาวะการแข่งขันกัน(Firm Strategy, Structure and Rivalry) โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศเกิดจากความสำเร็จของธุรกิจในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์และการบริหารการจัดการภายในธุรกิจ จนส่งผลให้อุตสาหกรรมนั้นมีความสามารถในการแข่งขันเหนืออุตสาหกรรมอื่น นอกจากนี้การแข่งขันที่รุนแรงภายในประเทศจะนำไปสู่องค์กรธุรกิจที่เข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขันสูงในระดับนานาชาติ เพราะผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงจะเกิดแรงกดดันไปสู่การปรับปรุงกระบวนการและพัฒนานวัตกรรมในที่สุด อีกทั้งยังต้องปรับกลยุทธ์ในการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ด้วยต้นทุนต่ำจะทำให้สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ในที่สุดและจะก่อให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลในด้านภาษี ด้านการป้องกันการผูกขาด เป็นต้น(พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546)

จากการที่ปัจจุบันมีการแข่งขันมากขึ้น ทั้งภายในประเทศ ระดับภูมิภาคและระดับโลก รวมทั้งการแข่งขันด้านราคา บริการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้แต่ละประเทศต่างมุ่งที่จะสร้างความสามารถในการแข่งขันทั้งระดับมหภาคและจุลภาค หนึ่งในวิธีการสร้างความสามารถในการแข่งขันคือการรวมกลุ่มที่เรียกว่าเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ซึ่งมีที่มาจากบทตั้งเคราะห์ที่ Porter ได้สรุปว่า กฎเกณฑ์ความเก่งในการแข่งขันนั้นต้องมองเป็นรายสินค้าหรือบริการเป็นรายๆ ไป ซึ่งเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) เป็นวิธีหนึ่งที่สร้างให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยมีแนวคิด ดังนี้

2.2.3 แนวคิดเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)

แนวคิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Clustering) เริ่มปรากฏตั้งแต่ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 โดยอัลเฟรด มาร์แชล(Alfred Marshall) ศาสตราจารย์เศรษฐศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ พบว่าอุตสาหกรรมใดๆก็ตามที่ประกอบกิจการอยู่ ณ.ที่ใดที่หนึ่งจะมีประสิทธิภาพที่ดีกว่าอุตสาหกรรมที่กระจายกันอยู่ โดยรูปแบบหนึ่งที่สะท้อนแนวคิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) คือ เขตอุตสาหกรรม(Industrial District)ในประเทศอิตาลี ซึ่งมีวิวัฒนาการมากกว่าร้อยปี โดยมีกลุ่มบริษัทผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่เดียวกัน มีความร่วมมือและแข่งขันในเวลาเดียวกัน

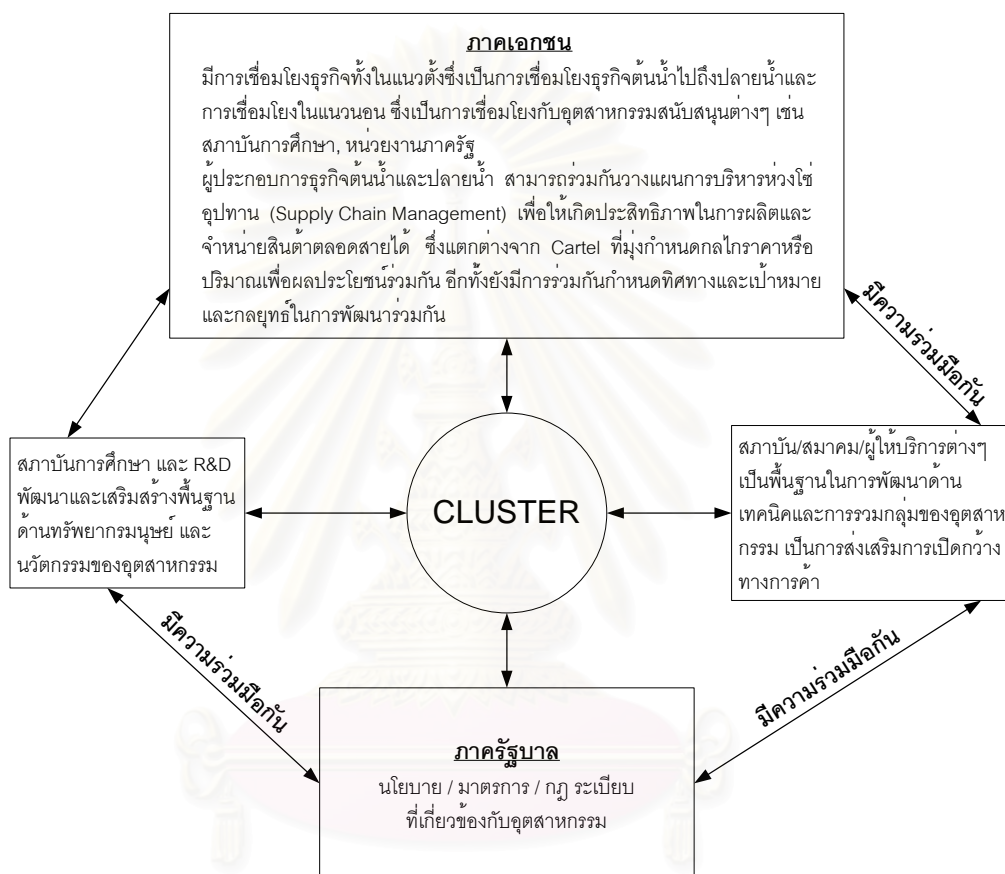
ต่อมาแนวคิดนี้ได้ถูกพัฒนาและนำมาเชื่อมโยงกับทฤษฎีว่าด้วยความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดย Michael E. Porter ซึ่งได้เสนอแนวคิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ไว้ในหนังสือชื่อ The Competitive Advantage of Nation เมื่อปี ค.ศ.1990 โดย Porter พบว่าความเก่งเฉพาะสินค้าหรือบริการต่างๆจะเกิดขึ้นเฉพาะในถิ่นฐานต่างๆ เป็นเพราะมีการตั้งถิ่นฐานของเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ในรายสินค้า อยู่ในประเทศนั้นด้วยเสมอ ดังนั้นการพัฒนาภาคการผลิตที่แท้จริงจะต้องคิดและพิจารณาแยกแยะเป็นกลุ่มการผลิตตามถิ่นฐานต่างๆจะคิดในลักษณะเดียวกัน(เหมือนกัน)หมดทั้งประเทศไม่ได้

โดยนิยามแล้วคลัสเตอร์ (Porter, 1998) เป็นกลุ่มบริษัท บริษัทผู้จัดสินค้าให้เฉพาะด้าน (specialized suppliers) ผู้ให้บริการและโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะด้าน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ช่องทางการจำหน่าย ลูกค้าและสถาบันที่เกี่ยวข้องที่เชื่อมโยงกันในสาขาเฉพาะสาขาใดสาขาหนึ่งในพื้นที่หรือภูมิภาคหนึ่งซึ่งแข่งขันกันแต่ก็ร่วมมือกัน อีกนิยามหนึ่งของคลัสเตอร์ (OECD, 1999) คือมีคุณลักษณะเฉพาะที่เป็นเครือข่ายของการผลิตของผู้ประกอบการ (รวมถึงผู้จัดสินค้าให้เฉพาะด้าน) องค์กรผู้ผลิตความรู้ (มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย บริษัทวิศวกรรม) สถาบันเชื่อมโยง (โบรกเกอร์ที่ปรึกษา) และลูกค้าที่เชื่อมโยงเข้าซึ่งกันและกันในสายการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ UNIDO ยังให้ความหมายว่าคลัสเตอร์ คือ การกระจุกตัวหรือการรวมกลุ่มของวิสาหกิจที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน โดยที่ผลิตสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเหมือนกัน เกี่ยวข้องกัน หรือส่งเสริมกัน จึงเผชิญกับปัญหา อุปสรรค โอกาส และการท้าทายทางธุรกิจที่คล้ายคลึงกันและยังรวมถึงผู้ให้บริการ สถาบันการเงิน สถาบันสนับสนุนต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาของคลัสเตอร์ด้วย (พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546)

การที่จะให้คลัสเตอร์ในแต่ละกลุ่มสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง คลัสเตอร์ควรมีองค์ประกอบ (จักรพร อุ๋นจิตต์และอดิทัต วะสินนท์, 2546) คือ

- ภาคเอกชน ประกอบไปด้วยสมาชิกซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นแกนหลัก
- ความร่วมมือจากธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- สถาบันการเงิน เพื่อเป็นพื้นฐานด้านทรัพยากรทุน
- สถาบันการศึกษา องค์กรผู้ให้บริการและสถาบันวิจัยและพัฒนา เพื่อการพัฒนาและเสริมสร้างพื้นฐานด้านทรัพยากรมนุษย์และนวัตกรรมของอุตสาหกรรม
- ภาครัฐบาล ให้การสนับสนุนและร่วมมือผ่านทางนโยบาย มาตรการ กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้สามารถแสดงรายละเอียดขององค์ประกอบหลักของคลัสเตอร์ได้ดังแผนภาพที่ 2.2 (สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์, 2547)



แผนภาพที่ 2.2 องค์ประกอบหลักของเครือข่ายวิสาหกิจ

คลัสเตอร์จะมีอุปสงค์เป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญ มียุทธศาสตร์ที่แน่ชัด มีการเชื่อมโยงทั้งในแนวตั้งและแนวนอนและต้องส่งเสริมการเปิดกว้างทางการค้า โดยมีหัวใจอยู่ที่ “ความร่วมมือ” ของทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประเด็นสำคัญในการร่วมมือของคลัสเตอร์คือ ตรงไหนที่ร่วมมือกันได้ (เพื่อไปแข่งกับผู้อื่น)ก็ร่วมมือกัน เช่น ด้านความรู้ เทคโนโลยี ตรงไหนที่ยังต้องแข่งขันก็ยังแข่งขันต่อไป เพียงแต่จะต้องแข่งขันอย่างสร้างสรรค์ เช่น แข่งขันกันพัฒนารูปแบบสินค้าหรือแข่งขันกันปรับปรุงกระบวนการผลิต มิใช่การแข่งขันกันด้วยการตัดราคาคู่แข่ง โดยที่ไม่ได้ลดต้นทุน (จักรพร อุณจิตต์ และอดิทัต วัฒนินท์, 2546)

ลักษณะเฉพาะของคลัสเตอร์ คลัสเตอร์ไม่ได้เป็นเพียงการดำเนินการธุรกิจภายในพื้นที่หรือบริเวณเดียวกันแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น การรวมกลุ่มกันอย่างง่าย ๆ โดยเป็นเพียงแหล่งธุรกิจของอุตสาหกรรมนั้นๆไม่ถือว่าเป็นคลัสเตอร์ ทั้งนี้คุณลักษณะเฉพาะที่สำคัญ 4 ประการ (สุธรรม วาณิชเสณี, 2544) คือ

1. การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน(Connectivity) การเชื่อมโยงดังกล่าวถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะเฉพาะหลักที่สำคัญของคลัสเตอร์ จากการเชื่อมโยงดังกล่าวนี้เองที่ทำให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งที่เป็นความรู้ที่บันทึกได้(Codified knowledge)และความรู้ที่บันทึกและสื่อโดยตรงได้ยาก(tacit knowledge) กิจกรรมที่เกิดขึ้นก็คือการเรียนรู้แบบที่มีปฏิริยาต่อกัน(interactive learning) ผลที่ตามมา นอกเหนือจากการถ่ายทอดข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ในระหว่างกันแล้ว ความคิดใหม่ก็อาจเกิดขึ้นอันนำไปสู่ความรู้ใหม่ การเชื่อมโยงนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะภายในกลุ่มบริษัท ผู้จัดสินค้าให้(supplier) ลูกค้าตลอดจนสถาบันวิจัยและองค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง การเชื่อมโยงจะเป็นไปทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน

2. ความร่วมมือ(collaboration) สมาชิกในคลัสเตอร์จะมีความร่วมมือกันในหลายๆด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน การอยู่รวมกันในกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีความร่วมมือและพึ่งพากันและกันจะนำไปสู่ความไว้วางใจ(trust) ซึ่งจะเป็ทุนทางสังคม(social capital)ที่สำคัญประการหนึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างหมู่บ้านสมาชิกทั้งที่เป็นบริษัทผู้ประกอบการและสถาบันที่เกี่ยวข้องเป็นส่วนสำคัญของการเชื่อมโยง ลักษณะของความสัมพันธ์จะบ่งบอกถึงกลไกของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์

3. การแข่งขัน(Competition) คลัสเตอร์ไม่ใช่ cartel ที่มุ่งกำหนดกติกาหรือปริมาณเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในบรรดาหมู่สมาชิก แต่คลัสเตอร์เป็นความร่วมมือที่อยู่บนพื้นฐานของการแข่งขัน

4. ประสิทธิภาพโดยรวม(Collective Efficiency) ในภาพรวมความร่วมมือท่ามกลางการแข่งขันพร้อมกับการเชื่อมโยงที่เป็นระบบการถ่ายทอดข้อมูลความรู้ ตลอดจนทรัพยากรมนุษย์ จะทำให้คลัสเตอร์มีประสิทธิภาพโดยรวม(Collective Efficiency) ที่ดีกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีการรวมตัวหรือมีการรวมตัวเฉพาะในด้านธุรกิจทางการค้าแต่เพียงอย่างเดียว

รูปแบบของคลัสเตอร์ คลัสเตอร์ที่ดำเนินการอยู่ในภูมิภาคต่างๆทั่วโลกมีความแตกต่างกันในรูปแบบโครงสร้างองค์กรของคลัสเตอร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในลักษณะของการจัดแบ่งแรงงาน ขนาดของหน่วยผลิต ระดับการเชื่อมโยง ขอบเขตของคลัสเตอร์และโครงสร้างของความสัมพันธ์ ด้านอำนาจ ในแง่มุมของลักษณะความสัมพันธ์ อาจจัดประเภทรูปแบบของคลัสเตอร์ไว้ (สุธรรม วาณิชเสณี, 2544) ดังนี้

1. คลัสเตอร์ที่มีการเชื่อมโยงในแนวดิ่ง รูปแบบนี้เป็นไปตามสายการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่ม
2. คลัสเตอร์แบบศูนย์กลาง-วงแหวน(core-ring)ที่มีผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทผู้นำที่ยังต้องพึ่งพาวิสาหกิจขนาดกลางและเล็ก
3. คลัสเตอร์แบบศูนย์กลาง-วงแหวนที่มีบริษัทผู้นำค่อนข้างอิสระ บริษัทผู้นำมักเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่รายล้อมบริษัทผู้จัดคว้สคู่/ชิ้นส่วนให้ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กบริษัทขนาดใหญ่ มักจะมีบทบาทหรือมีอิทธิพลต่อพลวัตของการเชื่อมโยง
4. คลัสเตอร์ที่มีการเชื่อมโยงในแนวนอน เป็นคลัสเตอร์ในส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรม

คลัสเตอร์กับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งคลัสเตอร์เป็นแนวทางใหม่แนวทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของอุตสาหกรรมในคลัสเตอร์นั้นๆ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าคลัสเตอร์จัดเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมสาขาต่างๆและถ้ามองภาพกว้าง คลัสเตอร์ยังเป็นกลไกในการเชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจระดับจุลภาค(หรือในระดับกิจการและกลุ่มอุตสาหกรรม)กับการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับมหภาค(หรือในระดับภาคการผลิตและระดับประเทศ)อีกด้วย (สุธรรม วาณิชเสณี, 2544)

การที่มีการรวมกันเป็นคลัสเตอร์ จะมีข้อได้เปรียบมากกว่าการดำเนินการอยู่เพียงลำพังหลายประการที่เห็นได้อย่างชัดเจนมี ดังนี้(พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546)

1. สามารถจัดห่วงโซ่ประกอบพิเศษสำหรับการผลิตได้ง่าย
2. เข้าถึงแหล่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญเฉพาะด้านได้ง่าย
3. เป็นกิจกรรมการผลิตที่เสริมซึ่งกันและกัน
4. สามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ง่าย
5. ทำให้เกิดการพัฒนาด้านนวัตกรรม

6. การแข่งขันภายในคลัสเตอร์ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
7. ส่งเสริมให้เกิดการเริ่มและขยายตัวของธุรกิจใหม่ๆในคลัสเตอร์

โดยสรุป แนวคิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินการทางธุรกิจที่มีการเชื่อมโยงตลอดสายการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการและการร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการเพื่อประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ในที่สุด

โดยภาพรวมแม้ว่าPorter จะไม่ได้ค้นพบทฤษฎีใหม่ถอดด้าม(New Paradigm) ใดๆก็ตาม Porter ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันและปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นระบบ ตลอดจนได้สร้างทฤษฎีหรือแนวความคิดใหม่ที่เสนอมาเป็นการผสมผสานความคิดด้านเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่ออธิบายความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศอย่างลงตัว ทำให้สามารถวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันได้อย่างเป็นระบบทั้งในเชิงสถิตย์(Static) และพลวัต(Dynamic)(บันลือศักดิ์และคณะ, 2545) ซึ่งในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและระดับอุตสาหกรรมว่ามีความสามารถในระดับใดนั้น ควรที่จะนำปัจจัยต่างๆที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทั้งหมดมาใช้ในการพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นทั้งจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน รวมทั้งกลยุทธ์ต่างๆที่องค์กรนำไปใช้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระดับอุตสาหกรรมและประเทศ โดยแนวคิดและวิธีการศึกษาที่นิยมนำมาใช้ได้แก่ แนวคิดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค(SWOT Analysis)

2.2.4 แนวคิดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมของสถานการณ์ต่างๆทั้งภายในและภายนอกขององค์กร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อผลประกอบการหรือผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งมีความสำคัญต่อการประเมินตำแหน่งทางการแข่งขัน การเปรียบเทียบการทำงานของธุรกิจในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบกับคู่แข่งและการระบุความสำคัญของการเปลี่ยนจุดแข็งเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเน้นว่ากลยุทธ์

จะต้องก่อให้เกิดความเหมาะสมระหว่างสถานการณ์ภายในและสถานการณ์ภายนอก ในการวิเคราะห์สถานการณ์ แบ่งเป็น

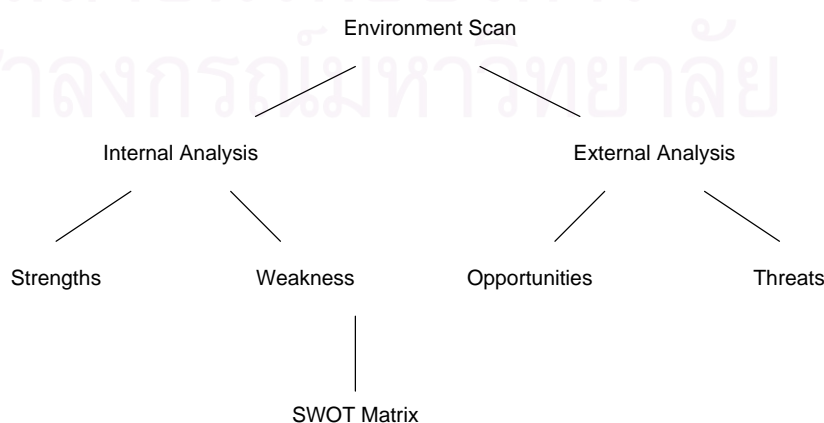
1. การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในหรือปัจจัยภายใน หมายถึง การตรวจสอบความสามารถและความพร้อมของกิจการในด้านต่างๆ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ในส่วนที่เป็นจุดแข็ง(Strengths)และจุดอ่อน(Weaknesses)ของกิจการ

2. การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอกหรือปัจจัยภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องพยายามเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าว โดยมีลักษณะที่เป็นโอกาส(Opportunities)หรืออุปสรรค(Threats)ในการดำเนินธุรกิจ

การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในจะทำให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อน ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสและหลบหลีกจากข้อจำกัดซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ องค์กรธุรกิจจะต้องสามารถระบุปัจจัยภายในขององค์กรได้ เนื่องจากจุดแข็งจะนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT เป็นการนำเอาข้อมูลซึ่งจะช่วยในการจัดการทรัพยากรภายใต้ความสามารถที่มีอยู่เพื่อทำการแข่งขัน ซึ่งเครื่องมือในการสร้างกลยุทธ์ (วราภรณ์ ศีระเกียรติพิศาล, 2545) เป็นดังนี้

กรอบการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis Framework)

(Bradford and The Others: Simplified Strategic Planning)



การวิเคราะห์ SWOT เป็นการทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน(S กับW) และปัจจัยภายนอก (O กับ T) สามารถอธิบายได้ (นันทิยาและณรงค์ หุตานุกวัตร, 2545) คือ

ปัจจัยภายใน

กรอบการศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ภายในองค์กรประกอบด้วย การศึกษาภารกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กร การประเมินประสิทธิภาพและกลยุทธ์การบริหารจัดการ(ด้านบุคคล ด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการตลาด) ซึ่งการพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อนสามารถเปรียบเทียบได้กับปัจจัย 3 ประการ คือ 1.ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรในอดีต 2. คู่แข่งที่สำคัญทั้งในประเทศคู่ค้าและในระดับโลก 3.อุตสาหกรรมทั้งหมด พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมทั้งหมด

- S (Strength) จุดได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ในการแข่งขันหรือจุดแข็ง เป็นสิ่งที่มีอยู่ ทำหรือสามารถทำได้ดีกว่าคู่แข่ง เป็นการใช้ทรัพยากรและความสามารถในการผลิตขององค์กร ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น การได้รับความคุ้มครองจากสิทธิบัตร การมีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก การมีความได้เปรียบจากเทคโนโลยีต่างๆ คุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีกว่าคู่แข่ง เป็นต้น

- W (Weak) จุดเสียเปรียบของผลิตภัณฑ์ในการแข่งขันหรือจุดอ่อน เป็นปัจจัยที่องค์กรขาดหรือทำได้แย่กว่าคู่แข่ง การขาดหายไปของส่วนที่ควรจะเป็นจุดแข็ง ก็เป็นการแสดงจุดอ่อนที่เกิดขึ้นในองค์กร เช่นการไม่ได้รับความคุ้มครองจากสิทธิบัตร การมีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงไม่ดี ไม่เป็นที่ติดตลาด การเสียเปรียบจากเทคโนโลยีและมีปัญหาการวิจัยและพัฒนาต่างๆ คุณภาพของสินค้าที่บกพร่อง ต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าคู่แข่ง เป็นต้น

ปัจจัยภายนอก

การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลต่อองค์กรแต่ละแห่งแตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดโอกาสสำหรับองค์กรบางแห่งอาจจะกลายเป็นข้อจำกัดขององค์กรอื่นก็เป็นได้ ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก Edwards (1994) เสนอปัจจัยภายนอก 9 ประการ คือ การเมือง เศรษฐกิจ นิเวศวิทยา การแข่งขัน กฎหมาย โครงสร้างพื้นฐาน สังคม เทคโนโลยีและประชากร

- O (Opportunity) โอกาสทางการตลาดและความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ เป็นการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอกที่สามารถแสดงให้เห็นถึงโอกาสใหม่ๆสำหรับการเติบโตและการทำกำไรขององค์กรได้ เช่น ความต้องการของลูกค้าที่เกิดขึ้นใหม่และยังไม่สามารถเป็นจริง การเกิดขึ้นและเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ๆ การผ่อนคลายการค้าต่างๆที่เกี่ยวข้อง สามารถให้บริการกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น หรือขยายเข้าสู่ตลาดทางภูมิศาสตร์ใหม่ เป็นต้น

- T (Threat) อุปสรรคที่ทำให้สูญเสียโอกาสทางการแข่งขัน เป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมภายนอกที่จะก่อให้เกิดการคุกคาม เป็นอุปสรรคขึ้นได้ภายในองค์กร เช่น การเปลี่ยนรสนิยมของผู้บริโภคในสินค้าขององค์กร การปรากฏตัวของสินค้าทดแทน การมีกฎเกณฑ์ข้อบังคับใหม่ๆเกิดขึ้น การลดลงของความเจริญเติบโตทางการตลาดและการเข้ามาของกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพ เป็นต้น

ในการวิเคราะห์จาก SWOT ผลลัพธ์ที่จะมีศักยภาพและสามารถพัฒนาความสามารถในการแข่งขันได้นั้น ต้องมี S (Strength) จุดแข็ง และ O (Opportunity) โอกาส ควบคู่กันจึงจะมีศักยภาพความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้และมีโอกาสในการส่งออกสินค้าได้นั้นได้มากขึ้น ซึ่งในการวิเคราะห์ SWOT นี้ จะมีโอกาสเกิดขึ้นใน 4 กรณีและสามารถแปลความหมายได้จาก SWOT Matrix หรือ เมทริกซ์ TOWS สำหรับการกำหนดกลยุทธ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2539) ดังนี้

| Strategy | การวิเคราะห์ |
|------------|---|
| 1. S และ O | การมีจุดแข็งได้เปรียบภายในและปัจจัยภายนอกมีโอกาสนเป็นกลยุทธ์ที่มีศักยภาพสูงสุด การใช้จุดแข็งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส เป็นสถานการณ์ที่ต้องการสูงสุด โดยทั่วไปเป้าหมายขององค์กรจะเปลี่ยนจากตำแหน่งอื่นให้เป็นตำแหน่งนี้ |
| 2. S และ T | การมีจุดแข็งได้เปรียบภายใน แต่ปัจจัยภายนอกสูญเสียโอกาสเป็นการใช้จุดแข็งเพื่อเอาชนะหรือหลีกเลี่ยงอุปสรรค |
| 3. W และ O | การมีจุดอ่อนเสียเปรียบภายใน แต่ปัจจัยภายนอกมีโอกาสนเป็นกลยุทธ์พัฒนาเพื่อเอาชนะจุดอ่อน เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาสที่ต้องการพัฒนาองค์กรหรือความสามารถเฉพาะจากภายนอกเช่นเทคโนโลยี และควรปรับจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง |
| 4. W และ T | การมีจุดอ่อนเสียเปรียบภายในและปัจจัยภายนอกสูญเสียโอกาสควรมีเป้าหมายที่สร้างให้เกิดจุดแข็งและอุปสรรคต่ำสุด |

ในการวิเคราะห์ SWOT นั้น เราไม่พิจารณาปัจจัยทั้งหมดแต่เราจะพิจารณาเฉพาะปัจจัยสำคัญหรือปัจจัยที่วิกฤตที่มีผลกระทบต่อกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์เท่านั้น York Frund (1998) เสนอแนะว่าปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor or critical success factors) ควรมีลักษณะ(ซาโรจน์ โอปัทภย์ชีวิน, 2546) ดังนี้

1. มีความสำคัญต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ทั้งระยะสั้นและในระยะยาว
2. สามารถวัดได้
3. มีจำนวนมาก
4. สามารถประยุกต์ใช้ได้กับบริษัทคู่แข่ง
5. ปัจจัยบางตัวควรมีลักษณะกว้างเกี่ยวข้องโดยตรงกับบริษัทในส่วนทั้งหมด และปัจจัยบางตัวควรมีลักษณะแคบมุ่งเน้นไปที่ฝ่ายหรือแผนกต่างๆ

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์ที่ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์และนโยบายขององค์กร และสามารถช่วยในการตัดสินใจภายในองค์กรได้ด้วย ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT นี้เป็นการมองความเป็นไปได้ในอนาคตทั้งด้านบวกและด้านลบ การวิเคราะห์ SWOT ที่สามารถช่วยเพิ่มความแข่งขันให้กับองค์กรได้ต้องมีเป้าหมายในการสร้างจุดแข็งให้กับองค์กร ลดความเป็นจุดอ่อนขององค์กร เข้ายึดครองโอกาสที่เข้ามาหรือฉวยโอกาสให้เป็นและพยายามต่อต้านอุปสรรค ภัยคุกคามที่เข้ามาสู่องค์กรให้ได้ อย่างไรก็ตามการที่จะวิเคราะห์ SWOT ให้ได้ประสิทธิภาพ ต้องมีการยืดหยุ่นในการวิเคราะห์และควรทำการวิเคราะห์อยู่เสมอ เนื่องจากสถานการณ์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา(พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข, 2546)

2.3 วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น มีวิธีการศึกษาเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา(Descriptive Method) เป็นการศึกษาถึง โครงสร้างการผลิต การตลาดและการส่งออกของสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน วิเคราะห์เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันและวิเคราะห์โอกาสในการส่งออกของสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน รวมทั้งเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการส่งออกและโอกาสในการส่งออกของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

ในการศึกษานั้นได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนทั่วไปของสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ส่วนที่วิเคราะห์ถึงความสามารถในการแข่งขันและส่วนวิเคราะห์โอกาสในการส่งออกหรือการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งแต่ละส่วนที่ทำการศึกษาามีวิธีการศึกษา ดังนี้

2.3.1 ส่วนทั่วไปของสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

จะทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปหรือข้อมูลเบื้องต้นของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่เกี่ยวกับโครงสร้างการผลิต การตลาดและการส่งออกของสินค้าเครื่องประดับเงิน เพื่อสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน โดยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลต่างๆ

2.3.2 ส่วนที่วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน(Competitiveness)

ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันจะใช้ทฤษฎีของ Michael E. Porter คือ Diamond Model มาประยุกต์เป็นหลัก ซึ่งจะมีวิธีการศึกษาตามองค์ประกอบทั้ง 4 ประการคือสภาพปัจจัยการผลิต, สภาพความต้องการ, ความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน และกลยุทธ์ โครงสร้างขององค์กรและคู่แข่ง โดยในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ จะศึกษาข้อมูลทั้งจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิซึ่งมาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน รวมทั้งหน่วยงานทางราชการที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่

2.3.3 ส่วนที่วิเคราะห์โอกาส หรือการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

โอกาส หมายถึง ช่องทางที่ธุรกิจจะสามารถเข้าไปในตลาดต่างประเทศได้ในการวิเคราะห์โอกาสหรือการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันจะใช้แนวคิด SWOT Analysis และแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) มาประยุกต์ โดยแนวคิด SWOT Analysis จะเน้นในตัวของ S (Strength) จุดแข็ง และ O (Opportunity) โอกาส ที่จะทำให้มีศักยภาพและโอกาสทางการแข่งขันที่ดีขึ้น

ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)นั้น เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขันซึ่งแสดงถึงโอกาสในการส่งออกที่มากขึ้น โดยเป็นการวิเคราะห์ตามแนวคิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมในระดับเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) เพื่อศึกษาว่าอุตสาหกรรมนี้สามารถได้รับประโยชน์ต่อการทำเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่มีการเชื่อมโยงกันและกันอย่างไร มีการรวมกลุ่มและร่วมมือกันได้(เพื่อไปแข่งกับผู้อื่น)หรือไม่ ส่วนที่ต้องแข่งขันก็ยิ่งแข่งกันต่อไปและเป็นการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์หรือไม่ แล้วก่อให้เกิดประสิทธิภาพโดยรวมหรือไม่ มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำหรือไม่ รัฐบาลมีส่วนช่วยในการสนับสนุนมากน้อยอย่างไร สถานภาพของเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งเป็นอย่างไร

เนื่องจากถ้าสามารถเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ได้ จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพโดยรวมเพิ่มมากขึ้นและสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ดีในการส่งออกไปแข่งขันในตลาดโลกได้มากกว่าการดำเนินอุตสาหกรรมนั้นอยู่เพียงลำพัง

2.4 โครงสร้างงานวิจัย

ในการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการแยกเนื้อหาเป็น 5 บทได้แก่

- บทที่ 1** บทนำ เป็นการกล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ในการศึกษา สมมติฐานขอบเขตของการศึกษา นิยามศัพท์ แหล่งข้อมูล และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
- บทที่ 2** แนวคิดทางทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกล่าวถึงกรอบแนวคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ประกอบด้วยทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ตลอดจนการสำรวจงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องที่ได้มีผู้ทำการศึกษาไว้แล้ว รวมทั้งยังกล่าวถึงวิธีที่ใช้ในการศึกษา
- บทที่ 3** ความเป็นมาและโครงสร้างหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการกล่าวถึงสภาพทั่วไปของจังหวัดเชียงใหม่ ความเป็นมาของอุตสาหกรรม โครงสร้างการผลิต โครงสร้างการตลาดและการค้าระหว่างประเทศ

- บทที่ 4** การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกล่าวถึงโครงสร้างเครือข่ายเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในการส่งออกของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่
- บทที่ 6** บทสรุปและข้อเสนอแนะ ในส่วนสุดท้ายนี้จะเป็นการสรุปผลที่ได้จากการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่างๆ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

โครงสร้างหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่

ในบทนี้จะทำการศึกษาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งที่มีการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นแหล่งผลิตที่มีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศไทย โดยจะทำการศึกษาโครงสร้างต่างๆ ซึ่งได้แก่ สภาพทั่วไปของจังหวัดเชียงใหม่ ความเป็นมาของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โครงสร้างการผลิต โครงสร้างการตลาดและการค้าระหว่างประเทศของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลความรู้และเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมนี้ต่อไป

3.1 สภาพทั่วไปของจังหวัดเชียงใหม่

เมืองเชียงใหม่ มีชื่อที่ปรากฏในตำนานว่า นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่ เป็นราชธานีของอาณาจักรล้านนาไทยมาตั้งแต่พระยามังรายได้ทรงสร้างขึ้นเมื่อพ.ศ.1839 ซึ่งมีอายุครบ 700 ปี ในปีพ.ศ. 2539 จังหวัดเชียงใหม่มีเนื้อที่ทั้งหมด 20,107,057 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 12,566,911 ไร่ ซึ่งมีพื้นที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 1 ของภาคเหนือ และเป็นลำดับที่ 2 ของประเทศ (ลำดับที่ 1 จังหวัดนครราชสีมา) ประชากรในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2545 จังหวัดเชียงใหม่มีประชากรทั้งสิ้น 1,596,078 คน เป็นชาย 787,690 คน คิดเป็นร้อยละ 49.35 เป็นหญิง 808,388 คน คิดเป็นร้อยละ 50.65 ของประชากรทั้งหมด จังหวัดเชียงใหม่แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 22 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งของภาคเหนือตอนบน โดยมีอาณาเขตทิศเหนือติดประเทศพม่า ทิศใต้ติดจังหวัดลำพูนและจังหวัดตาก ทิศตะวันออกติดจังหวัดเชียงราย ลำปาง ลำพูน และทิศตะวันตกติดจังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 750 กิโลเมตรโดยทางรถไฟ และประมาณ 720 กิโลเมตรโดยทางรถยนต์ (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2546)

3.2 ความเป็นมาของเครื่องประดับเงิน

เครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนมากมักจะรวมอยู่กับเครื่องเงิน ซึ่งรูปแบบของเครื่องเงินในอดีตนิยมทำเป็นชั้น(สลุง)ขนาดต่างๆ พานเล็กเรียกว่า โตะ พานชั้นดอก พานแว่นฟ้า เขียนหมาก ระยะเวลาก็ได้พัฒนารูปแบบเป็น กล่องใส่บุหรี แจกัน และเครื่องประดับมากขึ้น ดังนั้นประวัติความเป็นมาของเครื่องประดับเงินในเชียงใหม่จึงศึกษาได้จากประวัติความเป็นมาของเครื่องเงิน ดังมีรายละเอียด ดังนี้

การทำเครื่องเงินของเชียงใหม่ นั้น ปรากฏหลักฐานตั้งแต่ครั้งพญามังรายสร้างเมืองเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 1839 และได้สร้างความสัมพันธ์กับพุกามและเจรจาของช่างฝีมือ ซึ่งได้แก่ช่างทอง ช่างฆ้อง ช่างด้อง ช่างแต้ม ช่างเหล็ก ช่างเงิน ช่างเงิน ฯลฯ มายังเมืองเชียงใหม่ เพื่อฝึกเป็นอาชีพเสริมให้กับประชาชน ดังปรากฏหลักฐานจากตำนานราชวงศ์เมืองเชียงใหม่ ... ดังเจ้าอังวะพุกามนั้นก็ส่งป้อม (ปริกษาหรือ) โฟจา (เจรจา) กันแล ... ดันแสงป้อมกันแล้ว ยังช่างหล่อ ช่างตีช่างฆ้อง ผู้ทรงสราด (ฉลาด) ทั้งหลายนา ก็เลือกเอง ผู้อันช่างหล่อ ช่างตีดังกลาย ช่างตีฆ้อง 2 หัว ทั้งลูกสิกลูกน้องทั้งมวล 500 ทั้งเครื่องพร้อม จักยื่นถวายท้าวล้านนา ... ซึ่งทำให้เชียงใหม่มีช่างหัตถกรรมพื้นบ้านที่ได้รับการฝึกฝนและมีการทำสืบเนื่องตลอดมา แม้ว่าไม่ปรากฏหลักฐานว่าช่างเหล่านั้นมาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ใดก็ตาม แต่อย่างไรก็ตามในระยะต่อมานโยบายเก็บผักใส่ซ้า(ตะกร้า) เก็บซ้าใส่เมืองของพระเจ้ากาวิละ หลังจากที่ขับไล่พม่าออกจากเมืองเชียงใหม่ในช่วงปี พ.ศ. 2310 โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชและพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชเป็นผู้ทรงช่วยเหลือในการทำสงครามขับไล่พม่าออกจากเมืองเชียงใหม่แล้วนั้น เมืองเชียงใหม่เป็นเมืองร้างร่วม 20 ปี (พ.ศ. 2319 - 2339) เนื่องจากผู้คนหนีภัยสงครามไปอาศัยอยู่ตามป่าตามเขา พระเจ้ากาวิละต้องส่งทหารไปประกาศให้ประชาชนกลับเข้ามาอยู่ในเมืองแต่ก็เข้ามาน้อย ดังนั้นจึงได้มีคำสั่งให้เจ้านายราชสกุลลื้อ เมืองเงิน เมืองเชียงตุง เมืองยอง ให้มาตั้งรกรากในเมืองเชียงใหม่ ซึ่งปรากฏหลักฐาน คือ ชื่อเมืองในปัจจุบันตามท้องที่ในเขตอำเภอสันทราย อำเภอคอยสะเก็ด อำเภอสันกำแพง อำเภอสารภี อำเภอเมือง อำเภอหางดง ได้แก่ เมืองเถิน เมืองวะ เมืองพอน เมืองพยาก เมืองโก เมืองหลวง เมืองดอน เมืองหลาย เชียงแสน เชียงขาง เมืองสาด เมืองกาย เมืองล้ง บ้านวัวลาย บ้านสะต๋อย ทุ่งฮ่อมตองกาย เป็นต้น

ในการกวาดต้อนผู้คนเข้ามาอยู่ในเชียงใหม่ นั้น ได้ทำเป็นระยะๆ อย่างมีเป้าหมาย กล่าวคือ ผู้ที่ถูกกวาดต้อนมานั้นจะมีทั้งหมด โหรา สล่า (ช่างฝีมือ) ไม่ว่าจะเป็ช่างทอง ช่างดอง ช่างแต้ม ช่างเหล็ก ช่างเงิน ช่างฆ้อง ช่างกลอง ฯลฯ เข้ามาตั้งบ้านเรือนอยู่ในเมืองเชียงใหม่ เพื่อฝึกเป็นอาชีพ ให้กับประชาชนและจัดทำส่งคุ้มหลวง บริเวณที่จัดให้ช่างฝีมืออยู่นั้นคือ บริเวณระหว่างกำแพงชั้นนอกกับกำแพงชั้นใน

สำหรับกลุ่มช่างเงินนั้น ได้มาตั้งรกรากอยู่ใกล้กับไทเงิน และตั้งชื่อหมู่บ้านของตนว่า "วัวลาย" หรือ "จัวลาย" ตามรัฐฉานที่ตนจากมา และการทำเครื่องเงินในระยะแรกทำขึ้นเพื่อเป็น ส่วยตามความต้องการของเจ้านาย ภายหลังที่เศรษฐกิจขยายตัวขึ้นและมีการติดต่อค้าขายกับชาติอื่น เช่น พม่า และชาวเขาเผ่าต่าง ๆ เครื่องเงินจึงกลายเป็นสินค้าแลกเปลี่ยน หรือซื้อขายกับสินค้าจำเป็น อื่น ๆ และสามัญชนเริ่มใช้เครื่องเงินได้ ด้วยเหตุที่เจ้านายเริ่มเปลี่ยนไปใช้เครื่องทองแทนการค้าขาย ระหว่างคนต่างกลุ่ม จึงทำให้ความรู้ ภูมิปัญญาต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบของเครื่องเงินเริ่มหลากหลาย ขึ้น ส่วนวัตถุดิบที่ใช้ทำนั้น เป็นรูปจากพม่า เงินหมัน เงินราง จากสิบสองปันนา

เครื่องเงินวัวลายนี้โบราณนิยมทำกันเพียงบางชนิด เช่น สลุง(ภาชนะอย่างขัน) พาน ถาด เขียนหมาก เป็นต้น แต่ภายหลังที่รัฐบาลได้รณรงค์ให้ข้าราชการ ประชาชน แต่งชุดไทย จึงได้มีการ ทำเป็นเครื่องประดับของสตรี เพิ่มขึ้นจากรูปแบบเดิม และเมื่อเครื่องเงินเริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจึงมีคนเริ่มเปิดร้านจำหน่ายมากขึ้น ร้านค้าที่เปิดจำหน่ายเครื่องเงินเป็นร้านแรกชื่อ ร้านบัวจันทร์ ปัจจุบันร้านดังกล่าวได้เลิกผลิตแล้ว ส่วนร้านเก่าแก่ที่ยังผลิตเครื่องเงินอยู่จนถึงทุกวันนี้คือร้านวัวลายศิลป์เปิดมาประมาณ 50 ปีแล้ว จนปัจจุบันมีร้านที่เปิดจำหน่ายเครื่องเงิน บนถนนวัวลายเพิ่มมากขึ้นกว่า 20 ร้านและได้ขยายแหล่งที่ผลิตเครื่องเงินไปยังหมู่บ้านอื่น เช่น บ้านหารแก้ว อำเภอหางดง บ้านแม่ฮ้อย อำเภอสันทราย เป็นต้น ซึ่งได้พัฒนารูปแบบลวดลายไป มากมาย เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่หลากหลายมากขึ้นเช่นกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.3 โครงสร้างการผลิต

3.3.1 แหล่งผลิตและจำนวนโรงงาน

จากการศึกษาและจากการสำรวจโครงสร้างการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่เมื่อปีพ.ศ. 2546 ได้ทำการศึกษารายชื่อโรงงานที่ทำการผลิตเครื่องประดับโดยใช้เพชรพลอย ไข่มุก ทองคำ ทองขาว เงิน นากหรืออัญมณี ซึ่งใช้ข้อมูลของชมรมเครื่องเงินบ้านวัวลายจังหวัดเชียงใหม่ อุตสาหกรรมจังหวัด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์สารสนเทศโรงงานอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม รวมทั้งจากการสำรวจและสอบถามเพิ่มเติม พบว่ามีโรงงานที่ทำการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจำนวน 20 โรงงาน โดยโรงงานที่ทำการจดทะเบียนทำหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีเพียง 2 โรงงานและอีกประมาณ 18 โรงงานไม่ได้จดทะเบียน ซึ่งมีรายละเอียดดังในตารางที่ 3.1



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.1 จำนวนโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่เมื่อปี 2546

| | ชื่อโรงงาน | ที่ตั้ง | เบอร์โทร |
|----|---------------------------|---|----------------------------|
| 1 | เครื่องเงินเกลียว | 148 บ้านวัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100 | (053)202058 |
| 2 | สยามซูวีเนียร์ | 16/1 ถ.วัวลาย ซ.3 อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000 | (053)279013,276033 |
| 3 | สยามซิลเวอร์แวร์ | 5 ถ.วัวลาย ซ.3 อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000 | (053)274736 |
| 4 | ร้านเงินทองยนต์ | 122/1-2 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)202796 |
| 5 | เงินเชียงใหม่ | 37-39 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)275105 |
| 6 | ซิลเวอร์แวร์ | 41 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)200004 |
| 7 | ดำรงศิลป์ | 31,33,35 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)275374 |
| 8 | เงินทอง | 45-47 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)276018 |
| 9 | ชมชื่น | 53 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)272746 |
| 10 | พรสวรรค์ซูวีเนียร์ | 71-73 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)202346 |
| 11 | ร้านวัวลายศิลป์ | 106 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000 | (053)275171 |
| 12 | บ้านไชยวุฒิ | 16 ซ.2 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)282987 |
| 13 | บ้านเทพมงคล | 3/1 ซ.2 ถ.ทิพเนตร ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)279089 |
| 14 | บ้านลุงเอื้อน | 10/3 ซ.3 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)201142 |
| 15 | ลานนาไทย | 79 ม.3 ถ.เชียงใหม่-สันกำแพง ต.สันกำแพง อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ | (053)338015-7 |
| 16 | กลุ่มเชียงใหม่ศิลป์ | 35 ม.3 ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ | (053)275876 |
| 17 | หุ่ยส์ซิลเวอร์แวร์ | 99/1 ม.1 ถ.เชียงใหม่-สันกำแพง ต.ตันเปา อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ 50130 | (053)338494 |
| 18 | เครื่องเงินล้านนา | ไนท์พลาซ่าอาเขต 51-53 ซ.2 ถ.ช้างคสาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100 | (053)818978 |
| 19 | ลายไทเครื่องเงิน | 16 ซ.3 ถ.วัวลาย ต.หายยา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100 | (053)282588, 01-9935130 |
| | หัตถกรรมเครื่องเงินล้านนา | 36/1 ม.5 ต.บ้านถาด อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่ 50360 | (053)489208 07-1758249 |

ที่มา : หมายเลข 1-14 มาจาก ชมรมเครื่องเงินบ้านวัวลายเชียงใหม่

หมายเลข 15 มาจาก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

หมายเลข 16 มาจาก สำนักงานอุตสาหกรรม จ.เชียงใหม่

หมายเลข 17 มาจาก ศูนย์สารสนเทศโรงงานอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม

หมายเลข 18-20 มาจาก การสำรวจและสอบถามเพิ่มเติม พ.ศ.2546

จากรายชื่อในตารางที่ 3.1 มีจำนวนโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินทั้งสิ้น 20 โรงงาน ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 18 โรงงาน ถือเป็นร้อยละ 90 ของโรงงานทั้งหมด โดยในการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ทำการเก็บข้อมูล 2 แห่งซึ่งได้แก่ บ้านไชยวุฒิและบ้านเทพมงคล (ลำดับที่ 12 และ 13 ในตารางที่ 3.1)

นอกจากนี้สามารถจำแนกขนาดโรงงานต่างๆตามกระทรวงอุตสาหกรรมโดยใช้เงินลงทุนและจำนวนคนงานเป็นเกณฑ์ได้ ดังนี้

1. โรงงานขนาดเล็ก เป็นโรงงานสำหรับการผลิต ที่มีจำนวนคนงานไม่เกิน 50 คน เงินลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท
2. โรงงานขนาดกลาง เป็นโรงงานทำการผลิตที่มีจำนวนคนงานมากกว่า 50 คนแต่น้อยกว่า 200 คน เงินลงทุนมากกว่า 50 ล้านบาทแต่น้อยกว่า 200 ล้านบาท
3. โรงงานขนาดใหญ่ เป็นโรงงานทำการผลิต จำนวนคนงานตั้งแต่ 200 คนขึ้นไปเงินลงทุนตั้งแต่ 200 ล้านบาทขึ้นไป

ในการจำแนกโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้จำนวนคนงานเป็นเกณฑ์ในการจำแนกโรงงาน เนื่องจากโรงงานผลิตเครื่องประดับเงินดังกล่าวทำการผลิตซึ่งเน้นในด้านหัตถกรรมมากกว่า ทำให้เงินลงทุนที่ใช้จะน้อยกว่าโรงงานที่มีการผลิตแบบอุตสาหกรรม ดังนั้นการใช้จำนวนคนงานเป็นเกณฑ์จึงมีความเหมาะสมมากกว่า ซึ่งขนาดโรงงานต่างๆนี้ได้แสดงในตารางที่ 3.2

โรงงานผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่สำคัญของประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานขนาดเล็กกระจายอยู่ในที่ต่างๆได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอสันกำแพง อำเภอแม่แตง เป็นต้น จากตารางที่ 3.2 พบว่าโรงงานที่ทำการผลิตเครื่องประดับเงินเป็นโรงงานขนาดเล็กทั้งหมดคือ 17 โรงงาน ในจำนวนนี้โรงงานขนาดเล็กที่มีจำนวนคนน้อยกว่า 7 คน เป็นโรงงานขนาดเล็กที่ทำกันในบ้านถือเป็นโรงงานขนาดเล็กระดับครอบครัวมีอยู่จำนวน 1 โรงงาน

นอกจากนี้สามารถจำแนกโรงงานผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โดยแบ่งตามลักษณะการผลิต ได้แก่ ผู้ผลิตที่ทำการผลิตประเภทเครื่องประดับเงินเพียงอย่างเดียวและผู้ผลิตที่ทำการผลิตเครื่องประดับเงินร่วมกับเครื่องเงินประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว เครื่องใช้ในบ้าน โดยผู้ที่ผลิตประเภทเครื่องประดับเงินเพียงอย่างเดียวจากตารางที่ 3.2 มี 3 โรงงาน ส่วนที่เหลือเป็นผู้ผลิตเครื่องประดับเงินร่วมกับเครื่องเงินประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว เครื่องใช้ในบ้าน มีจำนวน 14 โรงงาน

ตารางที่ 3.2 แสดงขนาดโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจังหวัดเชียงใหม่ตามกระทรวงอุตสาหกรรม

| | ชื่อโรงงาน | จำนวนคนงาน (คน) | ขนาดโรงงาน |
|----|------------------------------------|-----------------|--------------|
| 1 | ร้านเครื่องเงินเฉลี่ย | 9 | ขนาดเล็ก |
| 2 | ร้านสยามซูวีเนียร์ | 8 | ขนาดเล็ก |
| 3 | ร้านสยามซิลเวอร์แวร์ | 11 | ขนาดเล็ก |
| 4 | ร้านเงินทองยนต์ | 11 | ขนาดเล็ก |
| 5 | ร้านเงินเชียงใหม่/ร้านซิลเวอร์แวร์ | 8 | ขนาดเล็ก |
| 6 | ร้านดำรงศิลป์ | 10 | ขนาดเล็ก |
| 7 | ร้านเงินทอง | 8 | ขนาดเล็ก |
| 8 | ร้านชมชื่น | 9 | ขนาดเล็ก |
| 9 | ร้านพรสวรรค์ซูวีเนียร์ | 9 | ขนาดเล็ก |
| 10 | ร้านวัลลยศิลป์ | 20 | ขนาดเล็ก |
| 11 | บ้านไชยวุฒิ | NA | NA |
| 12 | บ้านเทพมงคล | NA | NA |
| 13 | บ้านลุงเฮือน | 2 | ขนาดครอบครัว |
| 14 | ลานนาไทย | 15 | ขนาดเล็ก |
| 15 | กลุ่มเชียงใหม่ศิลป์ | 41 | ขนาดเล็ก |
| 16 | บริษัทหลุยส์ซิลเวอร์แวร์จำกัด | 41 | ขนาดเล็ก |
| 17 | บริษัทเครื่องเงินล้านนาจำกัด | 20 | ขนาดเล็ก |
| 18 | ร้านลายไทเครื่องเงิน | 9 | ขนาดเล็ก |
| 19 | ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินล้านนา | 9 | ขนาดเล็ก |

ที่มา : จากการสำรวจเมื่อปีพ.ศ.2546

หมายเหตุ : ร้านเงินเชียงใหม่และร้านซิลเวอร์แวร์มีเจ้าของและหุ้นส่วนเป็นบุคคลเดียวกันจึงได้ทำการรวม

ข้อมูลทั้งสองไว้ด้วยกันตามการสัมภาษณ์

NA หมายถึง ไม่มีข้อมูล

3.3.2 ปัจจัยการผลิตที่สำคัญ

3.3.2.1 วัตถุดิบในการผลิต

ในการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่ โรงงานจะใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศถึงร้อยละ 96 (จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้งหมด 17 โรงงาน โรงงานที่ใช้วัตถุดิบต่างประเทศร้อยละ 97 มีจำนวน 10 โรงงาน โรงงานที่ใช้วัตถุดิบต่างประเทศ ร้อยละ 95 มี 3 โรงงาน โรงงานที่ใช้วัตถุดิบต่างประเทศร้อยละ 93 มี 4 โรงงาน) ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีดังนี้

วัตถุดิบที่ใช้ทำเนื้อผลิตภัณฑ์

- โลหะเงิน(รูปที่3.1) เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเครื่องประดับเงินคือใช้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 92.5 ของส่วนผสม มีที่มาทั้งจากที่เป็นสินแร่เงินโดยตรง เช่น เป็นเกล็ดเล็กๆหรือเป็นเส้นปนใน หินดินทราย เป็นก้อนเงินบริสุทธิ์ และทั้งที่เป็นสารประกอบปนอยู่ในแร่อื่น ในอดีตเราอาจทำ โลหะเงินจากแร่เงิน โดยตรง แต่ปัจจุบันแร่ที่ใช้โลหะเงินโดยตรงไม่มีแล้ว ต้องใช้วิธีแยกโลหะเงิน ออกจากการถลุงโลหะอื่นๆ เช่น ตะกั่ว สังกะสี ทองแดง เป็นต้น โดยโรงงานที่ทำการผลิต เครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะหาซื้อเม็ดเงินบริสุทธิ์ได้จากร้านทองที่อยู่ใน ตลาดวโรรส จังหวัดเชียงใหม่ หรือซื้อจากกรุงเทพฯ โดยทางร้านทองจะซื้อมาจากกรุงเทพฯ ส่วน กรุงเทพฯก็จะนำเข้าเงินมาจากต่างประเทศอีกที มีเพียง 1 โรงงานที่ทำการสั่งซื้อเงินจากต่างประเทศ โดยตรง



รูปที่ 3.1 โลหะเงิน

- **ทองแดง** เป็นโลหะที่ผสมร่วมกับเงินที่เป็นวัตถุดิบหลักเพื่อให้เครื่องประดับที่ทำมีความแข็งแรง ซึ่งทองแดงนี้สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าในจังหวัดเชียงใหม่หรือซื้อจากกรุงเทพฯ นอกจากนี้บางแห่งก็จะซื้อเงินพร้อมกับทองแดง ส่วนอัตราส่วนในการผสมเงินและทองแดงนั้นขึ้นอยู่กับสูตรการผสมของแต่ละโรงงาน บางโรงงานอาจจะไม่ใช่ทองแดงผสมเลยก็ได้ โดยเงินที่มีส่วนผสมนั้นจะผสมได้ไม่เกิน 7.5% ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลของเครื่องเงินที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับได้โดยทั่วไป

วัตถุดิบที่ใช้ในการเชื่อมเครื่องประดับ

- **น้ำประสาน** เป็นการผสมระหว่างน้ำและทองเหลือง เพื่อเป็นตัวเชื่อมเครื่องประดับแต่ละชิ้นให้ติดกัน โดยทองเหลืองนี้หาซื้อได้ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากการสัมภาษณ์จะมี 16 โรงงานที่ซื้อจากร้านค้า ส่วนอีก 1 โรงงานซื้อจากวัดเนื่องจากที่วัดมีการทำช่อฟ้าก็จะมีเศษทองเหลืองเหลือก็จะซื้อได้ในราคาถูกกว่าซื้อที่ร้านค้า ส่วนการทำน้ำประสานแต่ละโรงงานก็นำมาผสมน้ำกันเอง โดยมีอัตราส่วนในการผสมของแต่ละโรงงาน

อัญมณีหรือรัตนชาติอัญมณีที่ประดับบนตัวเรือน

- **อัญมณีหรือรัตนชาติ**(รูปที่ 3.2) อัญมณีสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภทคือ อัญมณีที่ถือกำเนิดจากสิ่งมีชีวิต เช่น ไข่มุก ปะการังและอำพัน เป็นต้น และอัญมณีที่เกิดจากสิ่งไม่มีชีวิต เช่น เพชร ทับทิม ไพลิน และมรกต เป็นต้น อัญมณีเหล่านี้ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศ โดยโรงงานที่ทำการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในเชียงใหม่ส่วนใหญ่นิยมทำเครื่องประดับเงินแบบเงินล้วนไม่ประดับด้วยอัญมณี ส่วนโรงงานที่มีอัญมณีประกอบในเครื่องประดับเงินนั้นส่วนใหญ่จะนำอัญมณีมาจากลูกค้าที่สั่งทำ หรือมีตัวแทนจำหน่ายอัญมณีมาขายให้



รูปที่ 3.2 อัญมณีที่ประกอบในเครื่องประดับเงิน

3.3.2.2 เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

เครื่องมือที่ใช้ในการหลอม

- **เบ้าหลอม**(รูปที่3.3) มีลักษณะก้นกลมลึก รูปร่างคล้ายจอกก้นกลมทั่วไป ทนไฟ ซึ่งเบ้าที่ใช้หลอมเงินมี 2 แบบ คือ เบ้าเมืองและเบ้าใต้ โดยเบ้าเมืองทำจากดินเหนียวเป็นภูมิปัญญาของชาวเหนือ อายุการใช้งานใช้ได้ประมาณครั้งเดียวหรือสองครั้ง ขึ้นอยู่กับความชำนาญของช่าง ส่วนเบ้าใต้ทำจากกากเพชรและดินดำ เหตุที่เรียกเบ้าใต้เพราะทางภาคเหนือผลิตไม่ได้ต้องนำมาจากภาคกลางซึ่งภาคกลางอยู่ทางใต้ ภาคเหนือจึงเรียกเบ้าใต้ เบ้าใต้มีราคาแพงกว่าเบ้าเมืองประมาณ 10 เท่า นำความร้อนได้ดี ทนความร้อนและอายุการใช้งานดีกว่าเบ้าเมือง ซึ่งเบ้าทั้งสองแบบสามารถหาซื้อได้ที่ร้านค้าในเชียงใหม่ โดยทางร้านค้าจะมีขายเครื่องมือต่างๆที่ใช้ในการทำเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินโดยเฉพาะ

- **คีมยาว ครกเล็กและแม่พิมพ์** โดยคีมยาวใช้สำหรับคีบเบ้าหลอมที่หลอมเงินออกจากเตาหลอม ส่วนครกเล็กใช้สำหรับตำผงถ่านผสมเนื้อเงินเพื่อไม่ให้เงินติดเบ้าหลอม ส่วนแม่พิมพ์นั้นใช้เมื่อหลอมเงินจนละลายแล้วก็นำมาใส่แม่พิมพ์ โดยมีทั้งแบบแท่งสี่เหลี่ยมหรือแท่งยาวขึ้นอยู่กับเครื่องประดับที่จะทำ ถ้าทำเป็นที่ติดผมจะใช้แท่งสี่เหลี่ยม แต่ถ้าทำเป็นสร้อยหรือแหวนก็จะใช้แท่งยาว โดยอุปกรณ์ดังกล่าวสามารถหาซื้อได้จากร้านค้าในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งจะมีการขายอุปกรณ์การทำเครื่องเงินเครื่องประดับเงินโดยเฉพาะ



รูปที่ 3.3 เบ้าหลอมโดยรูปทางซ้ายเป็นเบ้าเมืองรูปทางขวาเป็นเบ้าใต้

- เตาเผาหรือเตาเผา (รูปที่ 3.4) ในการผลิตเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินโรงงานส่วนใหญ่จะใช้เตาเผาในการหลอมเงิน โดยเตาเผาจะมีลักษณะเป็นเตาก่ออิฐใช้ถ่านไม้ธรรมชาติ มีท่อลมพัดเพื่อเพิ่มความร้อน เป่าลมเข้าด้านล่างของถ่าน นอกจากนี้โรงงานบางแห่งยังใช้แก๊สในการหลอม เนื่องจากถ่านมีราคาแพงแต่การใช้แก๊สจะทำให้สูญเสียโลหะเงินมาก เนื่องจากโลหะเงินจะกระเด็นออกมาและมีความร้อนจะสูงเกินไป แต่สะดวกกว่าการใช้ถ่านเป็นเชื้อเพลิง ซึ่งจากการสัมภาษณ์โรงงานส่วนใหญ่จะใช้เชื้อเพลิงถ่านมากกว่าแก๊ส



รูปที่ 3.4 เตาเผาที่เป็นเตาก่ออิฐใช้ถ่านไม้ธรรมชาติ

เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการขึ้นรูป

- **แท่นไม้หรือเหล็ก และค้อน** โดยแท่นไม้หรือเหล็กจะมีขนาดสูงต่ำ เล็กใหญ่ต่างๆกัน ตามขนาดของสิ่งที่จะทำ ส่วนค้อนนั้นจะมีขนาดเล็กใหญ่ สันยาวตามความเหมาะสมของงานที่จะทำ ซึ่งอุปกรณ์ดังกล่าวสามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าทั่วไปในเชียงใหม่ นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางแห่งมีการทำอุปกรณ์เองเพื่อให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ ส่วนอายุการใช้งานใช้ได้นานเป็นหลายสิบปีบางที่ใช้จนถึงลูกหลาน

- **เครื่องรีดเงิน(รูปที่ 3.5)** ใช้สำหรับการรีดแผ่นโลหะเพื่อความเหมาะสมในการนำไปใช้ โดยเครื่องรีดมีหลายประเภทด้วยกัน คือเครื่องรีดแบบใช้มือหมุน เครื่องรีดแบบใช้มอเตอร์และเครื่องรีดแบบที่ควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ โดยโรงงานที่เชียงใหม่ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องรีดแบบใช้มือหมุนหรือไม้ก็แบบมอเตอร์ ซึ่งเครื่องรีดแบบมอเตอร์เป็นเครื่องรีดที่ทำจากเครื่องยนต์โดยไม่ต้องออกแรงเพียงแต่นำแท่งที่ได้จากการหลอมใส่เข้าเครื่องก็จะทำงานทันที จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อเครื่องรีดจากกรุงเทพฯ มีบางส่วนที่สั่งซื้อจากต่างประเทศ



รูปที่ 3.5 เครื่องรีดเงิน

- **เครื่องดึงเงิน(รูปที่ 3.6)** เป็นอุปกรณ์สำหรับดึงแผ่นเงินที่รีดแล้วเพื่อทำให้ตรง เพราะเมื่อรีดแล้วเงินที่ได้จะมีลักษณะม้วนและคดงอ ทำให้ไม่สะดวกที่จะนำไปตัดแปลงเป็นเงินแบบอื่นๆ เครื่องดึงเงินนี้มีทั้งแบบใช้มือหมุนและแบบใช้มอเตอร์ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องดึงเงินจากกรุงเทพฯ



รูปที่ 3.6 เครื่องดึงเงิน

เครื่องมือในการตกแต่งผลิตภัณฑ์

- สิว ตะปู เหล็กแหลม และกรรไกรตัดเงิน(รูปที่ 3.7) โดยสิ่ว ตะปู เหล็กแหลมจะมีขนาดต่างๆเพื่อความเหมาะสมในการตอกกลาย แกะกลาย ส่วนกรรไกรใช้สำหรับตัดเงินที่เป็นแผ่นให้ได้ขนาดตามต้องการ ซึ่งอุปกรณ์ดังกล่าวมีขายทั่วไปในเชียงใหม่



รูปที่ 3.7 เครื่องมือที่ใช้ในการตกแต่งผลิตภัณฑ์

- เครื่องเป่าไฟ(รูปที่ 3.8) เป็นเครื่องที่ช่วยในการเชื่อมเครื่องประดับ โดยเมื่อใช้น้ำประสานทาบริเวณที่จะให้โลหะเชื่อมกันแล้ว ก็จะต้องใช้ความร้อนในการช่วยให้น้ำประสานกับเงินรวมกัน โดยใช้เครื่องเป่าไฟช่วยซึ่งใช้น้ำมันเบนซินเป็นเชื้อเพลิง โดยเครื่องเป่าไฟสามารถหาซื้อได้ที่ร้านค้าในเชียงใหม่



รูปที่ 3.8 เครื่องเป่าไฟ

เครื่องมือในการตัด

- หม้อต้มกรด และเตาไฟ(รูปที่ 3.9) เพื่อใช้สำหรับต้มเครื่องประดับเงิน ซึ่งน้ำกรดที่ใช้จะผสมกับน้ำตามสัดส่วนของแต่ละโรงงาน โดยสามารถหาซื้ออุปกรณ์ดังกล่าวได้ตามร้านค้าในจังหวัดเชียงใหม่



รูปที่ 3.9 หม้อต้มกรดและเตาไฟ

- แปรงทองเหลืองหรือเครื่องขัดเงิน และสร้อยประคำหรือสร้อยลูกปัด(รูปที่ 3.10) โดยแปรงทองเหลืองหรือเครื่องขัดเงินใช้ในการขัดคราบกรดบนผิวเครื่องประดับเงิน ถ้าเป็นเครื่องขัดเงิน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะใช้เป็นแบบมอเตอร์ซึ่งช่วยให้การขัดเครื่องประดับเงินมี

ความสะดวกขึ้น ซึ่งหาซื้อได้จากกรุงเทพฯและบริเวณบ้านหม้อ ส่วนสร้อยประจำหรือสร้อยลูกปัดใช้เพื่อขจัดเงาเครื่องประดับเงิน โดยหาซื้อได้จากร้านค้าในเชียงใหม่



รูปที่ 3.10 รูปบนซ้ายคือ ลูกประจำกับแปรงทองเหลือง รูปบนขวาคือ สร้อยลูกปัดกับแปรงทองเหลือง ส่วนรูปข้างล่างคือ เครื่องขัดเงินโดยมีเม็ดที่ใช้ในการขัดเงินอยู่ข้างใน

เครื่องมืออื่นๆ

- ตาชั่ง(รูปที่ 3.11) ใช้สำหรับชั่งเงินหรือวัตถุดิบต่างๆก่อนหลอม เพื่อให้ได้สัดส่วนตามต้องการ นอกจากนี้ยังเอาไว้ชั่งเครื่องประดับเงินที่ทำเสร็จแล้ว เนื่องจากการคิดราคาขายเครื่องประดับเงินนอกจากจะคิดตามความยากง่ายของลวดลายแล้วยังคิดตามน้ำหนักของเงินด้วย



รูปที่ 3.11 ตาชั่ง

3.3.2.3 แรงงานในการผลิต

แรงงานที่ใช้ในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งแรงงานที่มีฝีมือและแรงงานที่ไม่มีฝีมือ โดยโรงงานที่ผลิตเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานที่มีฝีมือ ดังคำกล่าวที่ว่าคนเชียงใหม่มีความเป็นสล่าอยู่ในสายเลือด ซึ่งสล่าภาษาภาคกลางแปลว่าช่าง แต่ความหมายแท้จริงคือความสามารถในการประดิษฐ์ประดอยสิ่งต่างๆ โดยฝีมือของมนุษย์ งานหัตถกรรมของเชียงใหม่ตั้งแต่อดีต จึงมีความเป็นเอกลักษณ์ เปรียบเสมือนการแสดงออกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยผ่านการประดิษฐ์ประดอยของคนเชียงใหม่

แรงงานที่มีฝีมือนั้นมีความชำนาญเฉพาะตัว ความรู้และความสามารถของแรงงานเหล่านี้มาจากประสบการณ์ การฝึกฝน การเรียนรู้ด้วยตนเองและจากการถ่ายทอดความรู้จากพ่อแม่เป็นส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาของแรงงานส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาค่อนข้างต่ำ จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้งสิ้นจำนวน 17 โรงงานนั้น โรงงานเกือบทั้งหมดมีแรงงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษาถึงร้อยละ 45.65 (ตารางที่ 3.3) ถ้าระดับการศึกษาสูงส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานในฝ่ายบริหาร ฝ่ายการตลาด ฝ่ายสำนักงาน ในด้านความรู้ความสามารถของแรงงานในโรงงานจะได้รับการถ่ายทอดทักษะต่างๆโดยส่วนใหญ่จะเป็นการสอนกันเองในหมู่แรงงานในลักษณะคนที่มีความสามารถ มีประสบการณ์ทำการสอนผู้ที่ยังไม่มี ความชำนาญมากนักแบบพี่สอนน้อง มากกว่าการที่ได้รับการอบรมการศึกษาทางด้านเครื่องเงิน เครื่องประดับเงินโดยตรง นอกจากนี้บางส่วนยังได้รับการถ่ายทอดทักษะต่างๆจากพ่อแม่ด้วย

ตารางที่ 3.3 จำนวนแรงงานในระดับการศึกษาต่างๆ

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 63 | 45.65 |
| มัธยมศึกษา | 61 | 44.20 |
| ปวช. | 6 | 4.35 |
| ปวส. | 5 | 3.62 |
| ปริญญาตรีและสูงกว่า | 3 | 2.17 |
| รวม | 138 | 100 |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2457

ทั้งนี้ทางจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงมีสถาบันต่างๆที่ให้ความรู้เกี่ยวกับด้านเครื่องประดับเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถแก่แรงงานได้ดียิ่งขึ้น โดยมีหลักสูตรการเรียนการสอน ดังนี้

การจัดการเรียนการสอนและฝึกอบรมโดยหน่วยงานของภาครัฐ

1 กระทรวงศึกษาธิการ

- สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ เชียงใหม่ ซึ่งมีการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการผลิตช่างเทคนิคที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี กล่าวคือ มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี สามารถค้นคว้าและพัฒนาปรับปรุงเครื่องจักรและเครื่องมืออุปกรณ์ต่างในการผลิตให้ก้าวล้ำหน้า โดยในปัจจุบันสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้มีการจัดการเรียนการสอนในวิทยาเขตต่างๆของทางสถาบันฯ ซึ่งมีหลักสูตรต่างๆ คือ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) มี 1 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาช่างแม่พิมพ์อัญมณี, หลักสูตรระดับปริญญาตรี ซึ่งมี 3 สาขาวิชา ประกอบด้วย ศิลปบัณฑิต วิชาเอกออกแบบเครื่องประดับ อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต วิชาเอกเทคโนโลยีแม่พิมพ์เครื่องประดับ และอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีเครื่องประดับและอัญมณี)

2 ทบวงมหาวิทยาลัย

ทบวงมหาวิทยาลัยได้จัดการสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรี โดยมีการเปิดสอนในมหาวิทยาลัยต่างๆ คือ

- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เน้นทางด้านทรัพยากรอัญมณี การตรวจสอบ การวิเคราะห์ และการเพิ่มคุณภาพด้วยวิธีการวิทยาศาสตร์ โดยเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาอัญมณีวิทยา

การจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมโดยหน่วยงานของภาคเอกชน

สำหรับการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมโดยหน่วยงานของภาคเอกชนในเชียงใหม่ นั้น ส่วนใหญ่ทางสถานประกอบการเครื่องประดับจะมีการฝึกอบรมให้เป็นการฝึกตามความจำเป็นของสถานประกอบการและบางแห่งก็เปิดสอนให้บุคคลภายนอกฟรี นอกจากนี้ตามวัดต่างๆ ที่อยู่บนถนนวัวลาย เช่น วัดหมื่นสาร วัดศรีสุพรรณ เป็นต้น มีการสอนการทำเครื่องเงิน เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาหาความรู้โดยไม่คิดค่าสอน เพื่อเป็นการอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมนี้ไว้

3.3.3 กระบวนการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

ในการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีกระบวนการในการทำดังนี้ และสามารถแสดงได้ดังแผนภูมิที่ 3.1

1. การออกแบบเครื่องประดับ

ก่อนจะทำหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเริ่มต้นต้องมีการออกแบบก่อน ซึ่งในการออกแบบส่วนใหญ่เจ้าของจะเป็นผู้ออกแบบเอง มีบางส่วนที่ลูกค้าจะมีแบบมาให้แล้วผลิตตามแบบของลูกค้า นั้น

2. การเตรียมเงินและวัตถุดิบอื่นๆ

โดยเริ่มจากนำเงินมาซึ่งน้ำหนักตามต้องการ ถ้ามีผสมทองแดงก็นำทองแดงมาซึ่งในสัดส่วนที่ต้องการด้วย นอกจากนี้ถ้าเป็นแผ่นเงินก็จะนำมาตัดเป็นชิ้นเล็กๆเพื่อความสะดวกในการหลอม

3. การหลอมเนื้อเงิน

โดยการนำโลหะเงินหรือแร่เงิน ซึ่งอาจจะเป็นเม็ดเล็กๆหรือเหรียญเงินหรือเงินในรูปแบบต่างๆที่ตัดเป็นชิ้นเล็กๆแล้วใส่ลงในเบ้าหลอม(รูปที่ 3.12) แล้วนำไปวางบนเตาที่มีความร้อนสูง(รูปที่ 3.13)หรือใช้ไฟฟ้าเข้าไปในเบ้าหลอม(รูปที่ 3.14) ขณะหลอมให้เติมดินประสิวกับสารข้าวตอกเพื่อทำให้เนื้อเงินเนียนและอ่อน เมื่อเงินหลอมละลายดีแล้วก่อนที่จะเทลงในแม่พิมพ์ให้เติมผงถ่านเพื่อไม่ให้เงินติดเบ้า โดยแม่พิมพ์จะมีรูปร่างแตกต่างกันไปเช่นแท่งสี่เหลี่ยมและแท่งยาว ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ว่าจะนำไปทำเครื่องประดับแบบไหน เช่น ถ้าเป็นที่ติดผมก็เทใส่ในแม่พิมพ์สี่เหลี่ยม ถ้าทำเป็นกำไลก็เทใส่แม่พิมพ์ที่เป็นแบบแท่งยาว



รูปที่ 3.12 เป็นการนำเงินที่ตัดเป็นชิ้นเล็กๆแล้วใส่ในเบ้าหลอม



รูปที่ 3.13 เป็นการหลอมเงินโดยใช้เตา โดยรูปซ้ายเป็นการนำเบ้าไปไว้บนเตาที่มีความร้อนสูง หลังจากนั้นรูปข้างขวา เป็นการนำฟืนไปสูมไว้บนเบ้าหลอมเพื่อเพิ่ม ความร้อน



รูปที่ 3.14 เป็นการหลอมเงินโดยใช้แก๊ส

4 การขึ้นรูปและการทำโครงสร้างเครื่องประดับเงิน

ในการขึ้นรูปนั้นมีหลายวิธีเช่น การทุบ การสานและการชักลวด เป็นต้น ขึ้นอยู่กับสิ่งของที่จะทำว่าเป็นอะไร สำหรับการทำเครื่องประดับเงินนั้นส่วนใหญ่จะทำเงินให้เป็นเส้นยาวๆหรือเส้นลวด โดยรีดให้เป็นเส้น หนา บาง กลม เหลี่ยม ตามแบบและขนาดที่ต้องการ ซึ่งเรียกว่าการชักลวด(รูปที่ 3.15) หลังจากนั้นนำเงินที่ได้ไปทำเป็นโครงสร้างเครื่องประดับ เช่น ถ้าทำเป็นเข็มกลัดก็นำเงินที่ผ่านการชักลวดแล้วซึ่งมีขนาดเล็กเหมือนเส้นลวด(รูปที่ 3.16) มาทำเป็นโครงสร้างตามรูปร่างที่ต้องการเช่นรูปดอกไม้(รูปที่ 3.17) ถ้าเป็นกำไลหรือแหวนก็จะนำเงินที่ได้มาโค้งทำเป็นกำไลหรือแหวน(รูปที่ 3.18) เป็นต้น



รูปที่ 3.15 เป็นการขึ้นรูปเงินที่เรียกว่าการชักลวด โดยรูปซ้ายเป็นการรีดเงินให้มีลักษณะแบน ส่วนรูปขวาเป็นการดึงเงินให้มีลักษณะกลม



รูปที่ 3.16 เป็นเงินที่ผ่านการชักลวดแล้ว



รูปที่ 3.17 เป็นการทำโครงสร้างเครื่องประดับโดยเป็นรูปดอกไม้



รูปที่ 3.18 เป็นการทำโครงสร้างกำไลและแหวน

5 การตกแต่งและการประกอบตัวเรือน

หลังจากขึ้นรูปเสร็จแล้วช่างก็จะนำเงินที่ได้มาตกแต่งทำเป็นเครื่องประดับ โดยช่างแต่ละคนก็จะมีเทคนิคการทำแตกต่างกันไป เช่นถ้าเป็นกำไลอาจจะนำไปตอกลายหรือเอาค้อนขนาดเล็กทุบเป็นลายค้อน ถ้าเป็นสร้อยข้อมือหรือเข็มขัดอาจจะนำเงินมาร้อยกันหรือนำเงินที่เป็นเส้นลวดมาขดเป็นลวดลาย ทำแต่ละชิ้นแล้วค่อยเอามาเชื่อมกันด้วยน้ำประสาน (รูปที่ 3.19 และรูปที่ 3.20)



รูปที่ 3.19 ภาพซ้ายเป็นการนำเงินที่มีลักษณะเหมือนเส้นลวดมาขดเป็นวงกลมเพื่อใส่ลงไปในโครงสร้างรูปผีเสื้อและดอกไม้ที่ได้ทำไว้ก่อนแล้ว ซึ่งจะได้ในภาพขวา



รูปที่ 3.20 ภาพซ้ายเป็นการติดลูกกระพวนกับเข็มขัดโดยการทาด้วยน้ำประสาน หลังจากนั้นในภาพขวาใช้ความร้อนเป่าเพื่อให้ลูกกระพวนติดกับเข็มขัด

6 การทำความสะอาดผิวเครื่องประดับเงิน

- การต้มกรด เป็นการนำเครื่องประดับเงินไปต้มกับกรดกำมะถัน เพื่อขจัดหรือทำความสะอาดพื้นผิวของเครื่องประดับเงิน

- การล้างขัด (รูปที่ 3.21) เมื่อต้มเครื่องประดับเงินกับกรดกำมะถันแล้ว เครื่องประดับเงินที่ได้จะมีสีขาวขุ่นด้วยคราบกรด ต้องนำมาล้างกับน้ำส้มมะขามผสมผงซักฟอก เพื่อขจัดคราบกรดออก แล้วขัดออกด้วยแปรงทองเหลือง เพื่อให้เห็นเนื้อเงินใสแวววาวแล้วจึงไปขัดเงาอีกครั้ง

- การขัดเงา จะเป็นการขัดพื้นผิวของเครื่องประดับเงินให้มีความเงาแวววาว และเรียบเนียน มักจะขัดด้วยเม็ดลูกปัดหรือสร้อยลูกประคำเม็ดเล็กๆ หรือสร้อยประคำดีควายของภาคใต้ และในปัจจุบันนี้นิยมใช้เม็ดลูกปัดพลาสติก



รูปที่ 3.21 การล้างขัดเครื่องประดับเงินโดยใช้แปรงทองเหลือง

นอกจากนี้ผู้ผลิตบางแห่งมีการประดับอัญมณี ซึ่งอัญมณีส่วนใหญ่จะมาจากลูกค้าที่สั่งทำ หรือมีตัวแทนจำหน่ายอัญมณีมาขาย โดยถ้ามีการประดับอัญมณีจะประดับหลังช่วงการล้างขัดแล้วค่อยมาขัดเงาอีกครั้ง

6. การตรวจสอบคุณภาพ

ผู้ผลิตทั้งหมดจะมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าชิ้นงานที่ผลิตได้มีคุณภาพ ซึ่งโดยปกติจะมีการตรวจสอบระหว่างการผลิต เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องในขั้นต้น ช่วยลดทั้งต้นทุนและเวลาในการผลิต และการตรวจสอบขั้นสุดท้าย โดยเป็นการตรวจสอบ

ผลิตภัณฑ์ก่อนส่งถึงมือลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ยิ่งขึ้นว่า ลูกค้าจะได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยการตรวจสอบคุณภาพส่วนใหญ่เจ้าของจะเป็นคนตรวจสอบเอง

7. การบรรจุหีบห่อ

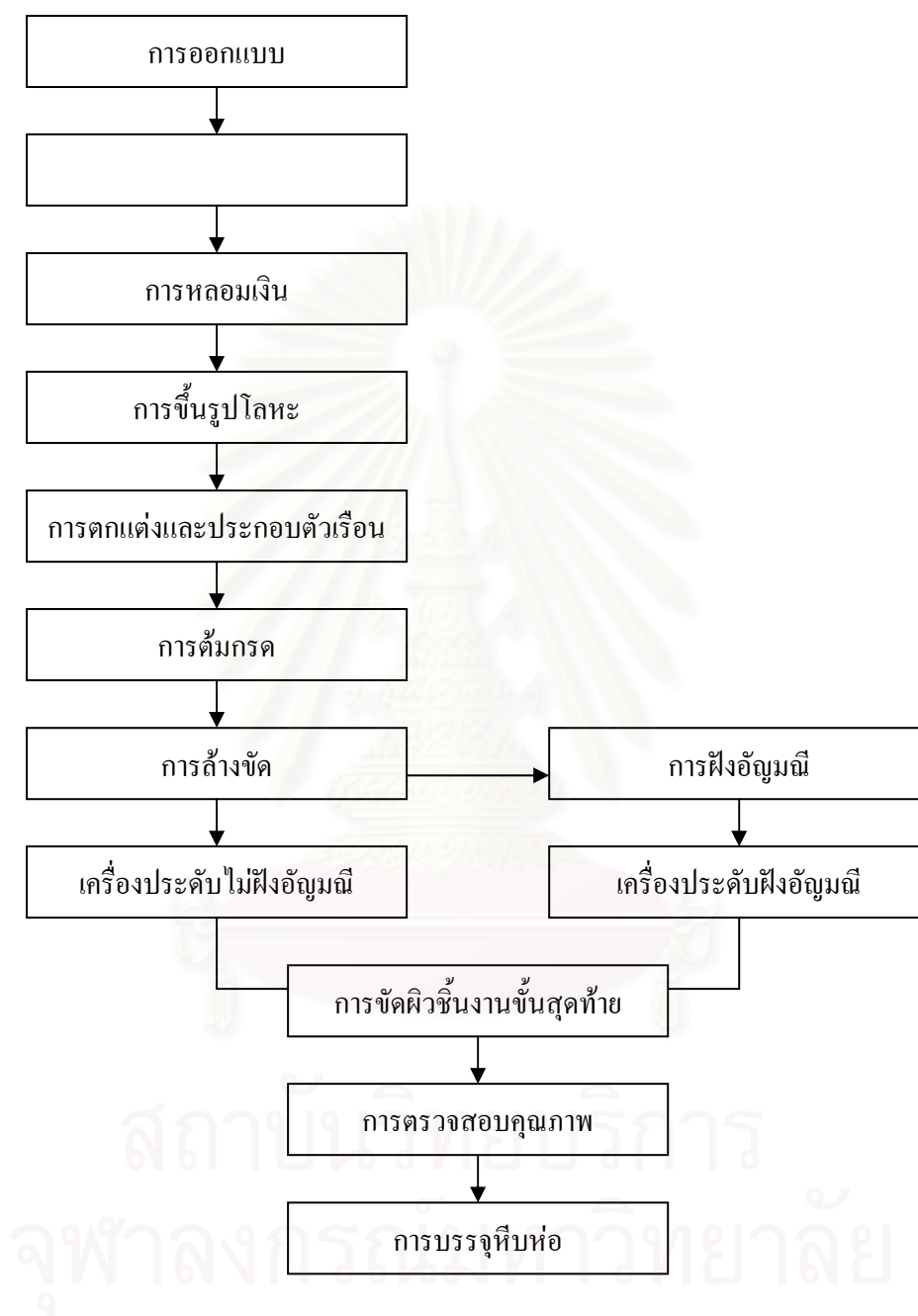
กระบวนการสุดท้ายของการผลิตคือการบรรจุหีบห่อ(รูปที่ 3.22) เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าได้อีกทางหนึ่ง แต่วัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สินค้าไม่ได้รับความเสียหายระหว่างส่งไปถึงลูกค้า



รูปที่ 3.22 เครื่องประดับเงินบรรจุอยู่ในกล่องกำมะหยี่



รูปที่ 3.23 เครื่องประดับเงินชนิดต่างๆ



แผนภูมิที่ 3.1 ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับเงิน

3.3.4 สรุปสถานการณ์การผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

จากการสัมภาษณ์โรงงานผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ทราบว่า ส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์จัดอยู่ในประเภทเดียวกันแต่ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตแต่ละรายยังคงมีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นของตนเอง ปริมาณการผลิตของแต่ละโรงงานไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่ามีจำนวนเท่าใด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของคำสั่งซื้อและขนาดของผลิตภัณฑ์ โดยโรงงานทั้งหมดเป็นโรงงานขนาดเล็กจำนวน 17 โรงงานมีพนักงานไม่เกิน 50 คน ส่วนใหญ่ทำการผลิตเครื่องเงินซึ่งได้แก่เครื่องประดับ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว และเครื่องใช้ในบ้าน โดยมีเจ้าของหรือหุ้นส่วนใหญ่เป็นคนดูแลและบริหารกิจการเองทั้งหมด ทั้งในด้านการผลิตและการตลาด ในด้านวัตถุดิบส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศถึงร้อยละ 96(จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้งหมด 17 โรงงาน โรงงานที่ใช้วัตถุดิบต่างประเทศร้อยละ 97 มีจำนวน 10 โรงงาน โรงงานที่ใช้วัตถุดิบต่างประเทศร้อยละ 95 มี 3 โรงงาน โรงงานที่ใช้วัตถุดิบต่างประเทศร้อยละ 93 มี 4 โรงงาน) โดยส่วนใหญ่จะซื้อจากร้านทองที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนน้ำประสานเงินโรงงานทั้งหมดจะเป็นคนผสมเอง กรรมวิธีการผลิตไม่เน้นเทคโนโลยีขั้นสูง เน้นความสามารถของแรงงานที่มีฝีมือและการออกแบบ โดยโรงงานส่วนใหญ่เจ้าของจะเป็นคนออกแบบเอง บางส่วนช่างจะเป็นผู้ออกแบบ นอกจากนี้ยังมีพ่อค้าคนกลางเอาแบบมาให้ผลิตตามด้วย

3.4 โครงสร้างการตลาดและการค้าระหว่างประเทศ

3.4.1 สถานการณ์ด้านการตลาด

ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินสามารถแบ่งประเภทสินค้าตามแนวทางของการตลาดได้แก่สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่(High Technology) และสินค้าประณีต(High Touch) ซึ่งตลาดของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าประณีต(High Touch) เนื่องจากหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงประวัติศาสตร์รวมทั้งศิลปวัฒนธรรม เป็นกลุ่มสินค้าที่ไม่ได้มุ่งเน้นนำเสนอจุดเด่นทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ตามความต้องการของลูกค้าในระดับสูงประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่มีประวัติที่ยาวนาน มีสิ่งที่น่าสนใจมากมาย ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติของชาวเมือง โบราณวัตถุและสิ่งมีค่าต่างๆ สามารถนำเสนอ

คุณค่าทางประวัติศาสตร์ผ่านทางผลิตภัณฑ์ได้ นอกจากนี้ทางผู้ผลิตสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้โดยเฉพาะสินค้าที่มีความเป็นหัตถกรรมดังเช่นเครื่องประดับเงิน

การจำหน่ายหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ โดยโรงงานที่ทำการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่จำหน่ายในประเทศประมาณร้อยละ 77.6(จากการสัมภาษณ์โรงงานขนาดเล็กจำนวน 17 โรงงานมี 1 โรงงานจำหน่ายในประเทศอย่างเดียว ส่วนอีก 14 โรงงานมีการส่งออกโดยโรงงานที่ทำการส่งออกร้อยละ 70, 50, 30, 20, 5 และร้อยละ 3 จำนวน 1 โรงงาน 2 โรงงาน 1 โรงงาน 6 โรงงาน 2 โรงงานและ 2 โรงงานตามลำดับ ส่วนอีก 2 โรงงานไม่ได้ให้ข้อมูล) โดยการจำหน่ายในประเทศมีตลาดหลักอยู่ที่เชียงใหม่ กรุงเทพฯและภูเก็ต

ช่องทางการจำหน่ายในประเทศส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะทำการผลิตและจำหน่ายเอง โดยเปิดขายเป็นร้านค้าซึ่งใช้เป็นที่ติดต่อลูกค้าโดยตรงทั้งลูกค้าปลีกและลูกค้าส่ง อีกทั้งยังมีการเน้นตลาดนักท่องเที่ยว โดยบางแห่งมีการผลิตให้เห็นซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี รวมทั้งแรงดึงดูดจากตัวผลิตภัณฑ์เองประกอบกับทำเลที่ตั้งของสถานที่ ที่ส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณถนนวัวลายและสันกำแพงซึ่งเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวผ่านเป็นจำนวนมาก เนื่องจากบริเวณถนนสันกำแพงเป็นเส้นทางงานหัตถกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ส่วนถนนวัวลายมีการจัดงานถนนคนเดิน ซึ่งจะปิดถนนทุกวันเสาร์ มีการออกร้านแสดงสินค้าเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินต่างๆ ซึ่งได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีการขายทางงานแสดงสินค้าในประเทศ เช่น งาน OTOP ที่จัดที่เมืองทองธานี กรุงเทพฯ ซึ่งทำให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าเป็นจำนวนมาก

3.4.2 สรุปสถานการณ์ด้านการตลาดและการค้าระหว่างประเทศ

หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในเชียงใหม่ นับว่ามีความสำคัญค่อนข้างมากทั้งในเชิงพาณิชย์และเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมเพราะชื่นชอบในความเป็นศิลปะของชิ้นงาน ประกอบกับขนาดของสินค้ามีขนาดไม่ใหญ่ สะดวกต่อการพกพา โดยการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่เป็นแบบครัวเรือนที่ยังคงผลิตแบบดั้งเดิมเน้นการผลิตแบบหัตถกรรม(Handmade) เกือบทุกขั้นตอนของการผลิต

จากการสัมภาษณ์โรงงานส่วนใหญ่ที่เป็นโรงงานขนาดเล็กจำนวน 17 โรงงาน ค่าเฉลี่ยของการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 22.4 และการจำหน่ายในประเทศเป็นร้อยละ 77.6 โดยมีรายละเอียดการส่งออก ดังตารางที่ 3.4

| โรงงานที่ทำการส่งออกร้อยละ | จำนวนโรงงาน |
|----------------------------|-------------|
| 70 | 1 |
| 50 | 2 |
| 30 | 1 |
| 20 | 6 |
| 5 | 2 |
| 3 | 2 |
| 0 | 1 |
| ไม่ให้ข้อมูล | 2 |

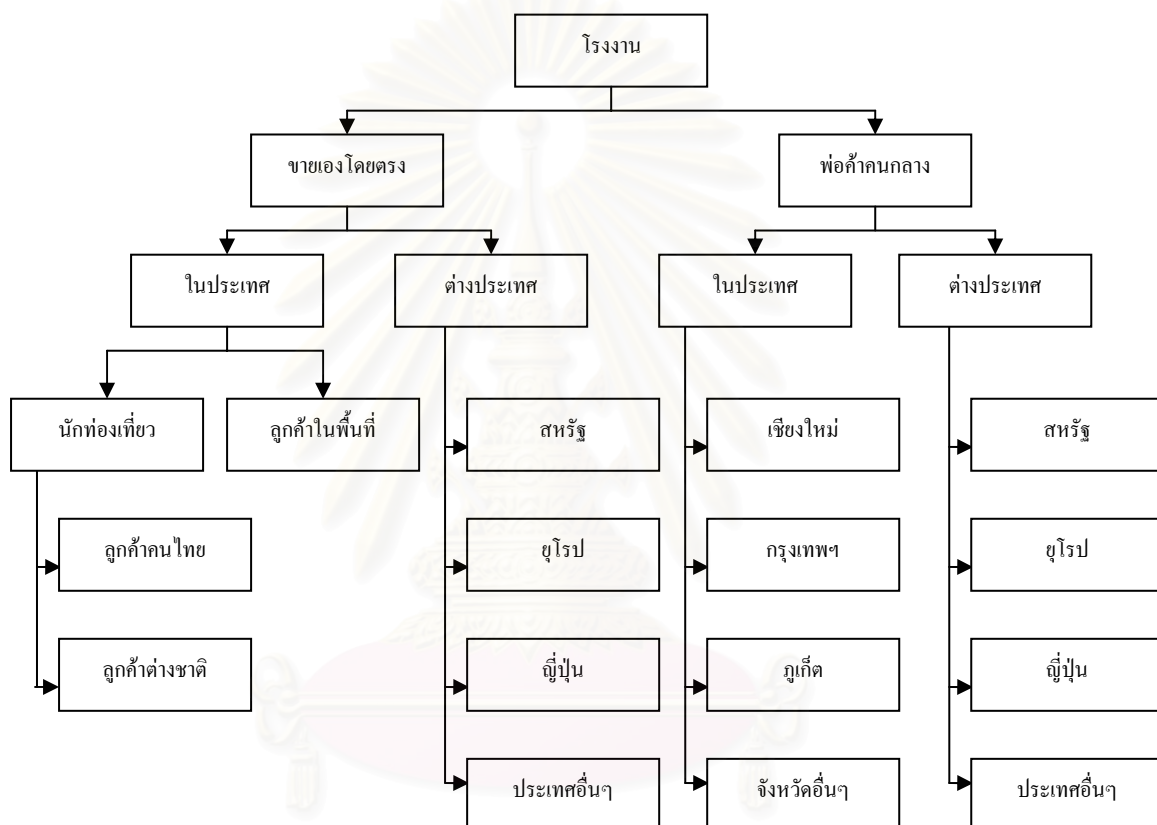
ตารางที่ 3.4 จำนวน โรงงานที่มีการส่งออกเครื่องประดับเงินในอัตราส่วนร้อยละต่างๆ

จะเห็นได้ว่าการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในเชียงใหม่เป็นการผลิตที่เน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก การจำหน่ายมีทั้งขายเองโดยตรงและขายให้กับพ่อค้าคนกลางซึ่งมีความสำคัญมากต่อตลาดในประเทศรวมทั้งการท่องเที่ยวก็มีความสำคัญต่อรายได้ในประเทศเช่นกัน ส่วนตลาดต่างประเทศนั้นตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลางจะมีความสำคัญต่อรายได้ในการจำหน่ายต่างประเทศ

จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการส่งออกโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง คือพ่อค้าคนกลางจะมาสั่งซื้อสินค้าที่โรงงานแล้วทำการส่งออกเอง เนื่องจากทางร้านค้าไม่ต้องการติดต่อกับชาวต่างชาติ สาเหตุจากปัญหาทางด้านภาษาและความยุ่งยากในการส่งออก แต่ก็มีโรงงานบางแห่งมีการนำสินค้าออกแสดงในงานต่างประเทศแล้วให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นทั้งแบบที่ลูกค้าสั่งทำหรือทางผู้ประกอบการมีแบบให้เลือกตลาดที่ทำการส่งออกเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่ คือตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ส่วนตลาดต่างประเทศอื่นๆ ที่มีการส่งออกขึ้นอยู่กับ การติดต่อกับพ่อค้าขายของแต่ละโรงงานได้แก่ ตลาดยุโรป เช่น

อิตาลี เบลเยียม ฝรั่งเศส เยอรมัน อังกฤษ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีตลาดเกาหลี ตลาดออสเตรเลีย ที่มีการส่งออกหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินด้วย

จากข้างต้นสามารถเขียนขั้นตอนของสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจากโรงงานสู่ผู้บริโภค ได้ดังแผนภูมิที่ 3.2



แผนภูมิที่ 3.2 สินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจากโรงงานสู่ผู้บริโภค

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

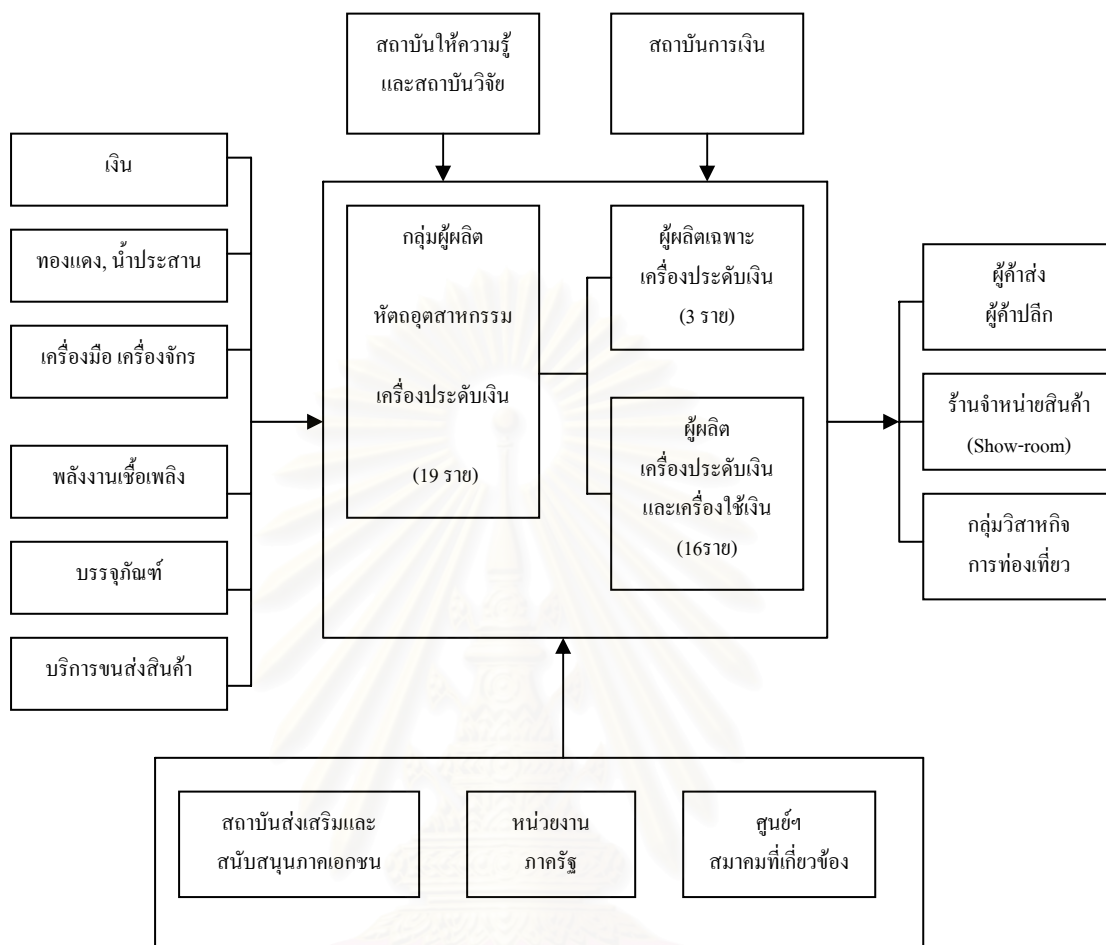
ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่

ในบทนี้จะทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ข้อมูลจากการศึกษาในบทที่ผ่านมา โดยทำการศึกษาโครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) และสมรรถนะของเครือข่ายวิสาหกิจ จากนั้นเป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ Diamond Model เป็นกรอบในการวิเคราะห์ รวมทั้งทำการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน เพื่อประเด็นสำคัญในการหาวิธีพัฒนาความสามารถในการแข่งขันและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

4.1 โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

ในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก (Core Activities) ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตและกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสถาบันส่งเสริมสนับสนุนและสถาบันให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในพื้นที่เดียวกัน ที่เป็นพื้นฐานของการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) สามารถแสดงกลุ่มและความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินได้ดังแผนภูมิที่ 4.1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภูมิที่ 4.1 เครือข่ายวิสาหกิจหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์โรงงานผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่มีผู้ที่เกี่ยวข้องและความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในเครื่องประดับเงิน ดังนี้

1. ผู้ประกอบการผลิต

ผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีประมาณ 19 ราย โดยเป็นผู้ผลิตที่ทำการผลิตเฉพาะเครื่องประดับเงินจำนวน 3 ราย นอกนั้นคือ 14 ราย เป็นผู้ผลิตที่ผลิตทั้งเครื่องประดับเงินเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัวและเครื่องใช้ในบ้าน ผู้ผลิตทั้งหมดเป็นโรงงานขนาดเล็ก การผลิตส่วนมากเป็นการผลิตแบบมีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์หรือ ODM และการผลิตแบบรับจ้างการผลิตตามสั่งหรือ OEM นอกจากนี้มี 2 ราย ที่มีตราสินค้าเป็นของตนเองหรือ OBM การผลิตเน้นการขายในประเทศเป็นหลักประมาณร้อยละ 77.6 (จากการสัมภาษณ์มีผู้ผลิตขายเครื่องประดับใน

ประเทศร้อยละ 100 จำนวน 1 ราย ร้อยละ 97 จำนวน 2 ราย ร้อยละ 95 จำนวน 2 ราย ร้อยละ 80 จำนวน 6 ราย ร้อยละ 70 จำนวน 1 ราย ร้อยละ 50 จำนวน 2 ราย ร้อยละ 30 จำนวน 1 ราย ส่วนอีก 2 รายไม่ได้ให้ข้อมูล) มีผู้ผลิตบางรายที่เน้นตลาดการท่องเที่ยวและตลาดต่างประเทศ ลักษณะของสินค้าเครื่องประดับเงินแต่ละรายจะมีความเป็นเอกลักษณ์มีการแตกต่างกันในรูปแบบและลวดลาย

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการมีน้อย เป็นแบบต่างคนต่างผลิต มีความสัมพันธ์กันบ้างระหว่างโรงงาน มีการรวมกลุ่มเป็นสมาคม(จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้งหมด 17 โรงงานมีการรวมกลุ่มเป็นสมาคม 11 รายและไม่มีการรวมกลุ่ม 6 ราย) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันบ้าง(จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้งหมด 17 ราย มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน 11 โรงงาน ไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน 5 โรงงานและไม่ได้ให้ข้อมูล 1 โรงงาน) โดยโรงงานที่ไม่มีการรวมกลุ่มเป็นสมาคมหรือไม่มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการรวมกลุ่มกัน

จากการสัมภาษณ์โรงงานที่ผลิตเครื่องประดับเงินทั้งหมดจำนวน 17 โรงงาน พบว่าโรงงานที่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างโรงงานหรือผู้ประกอบการรายอื่นๆมี 4 โรงงาน และโรงงานที่มีความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการรายอื่นมี 13 โรงงาน โดยโรงงานที่มีความสัมพันธ์กันนั้นบางส่วนมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เช่น มีการช่วยกันผลิตเมื่อผลิตสินค้าไม่ทัน มีการติดต่อขอความช่วยเหลือจากทางภาครัฐ และมีการจัดกิจกรรมร่วมกันเช่นงานถนนคนเดินที่ถนนวิบูลย์ โดยผู้ผลิตจะนำสินค้าเครื่องประดับเงินมาแสดงและขาย รวมทั้งผู้ผลิตทุกรายยังมีการแต่งตัวแบบชาวพื้นเมืองด้วย นอกจากนี้บางโรงงานมีความไม่พอใจโรงงานอื่นเนื่องจากเป็นคู่แข่งในการขายสินค้าเครื่องประดับเงินเหมือนกัน

2. ผู้ป้อนวัตถุดิบเงิน

ผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินสามารถหาซื้อวัตถุดิบเม็ดเงินเพื่อทำการผลิตโดยส่วนใหญ่หาซื้อได้จากร้านทองในตลาดวโรรส จังหวัดเชียงใหม่หรือซื้อจากกรุงเทพฯ นอกจากนี้ผู้ผลิตบางรายนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศฮ่องกง เป็นต้น ซึ่งเงินที่ใช้จะเป็นเงิน 100%

จากการสัมภาษณ์โรงงานเครื่องประดับเงินทั้งหมด 17 โรงงาน ถึงความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ผลิตกับผู้ป้อนวัตถุดิบเงินพบว่ามี 1 โรงงานที่ไม่มีข้อมูล ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเครื่องประดับเงินและผู้ป้อนวัตถุดิบเงินที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันแบบผู้ซื้อผู้ขายโดยตรง เป็นความสัมพันธ์ทางการค้าไม่เน้นความสัมพันธ์ส่วนตัว มีบางโรงงานที่มีความสัมพันธ์

กันแบบเพื่อนหรือมีการติดต่อกันเป็นเวลานาน นอกจากนี้ปัญหาของผู้ผลิตส่วนใหญ่คือ วัตถุดิบเงินมีราคาแพงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ต้องขายสินค้าในราคาที่สูงขึ้น

3. ทองแดงและน้ำประสาน

ทองแดงเป็นส่วนผสมเงินเพื่อช่วยให้เครื่องประดับมีความแข็งแรง ส่วนน้ำประสานเป็นตัวเชื่อมเครื่องประดับให้ติดกันโดยมีส่วนผสมคือน้ำและทองเหลือง ซึ่งสัดส่วนการผสมขึ้นอยู่กับแต่ละโรงงาน โดยทองแดงหาซื้อได้ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งจะมีร้านขายของเหล่านี้อยู่หรือบางโรงงานจะสั่งซื้อเงินพร้อมกับทองแดงเลย ส่วนทองเหลืองนั้นโรงงานส่วนใหญ่ คือ 16 โรงงานจะซื้อจากร้านในเชียงใหม่ ส่วนอีก 1 โรงงานจะซื้อจากวัดเนื่องจากที่วัดมีการทำช่อฟ้าก็จะมีเศษทองเหลืองเหลือ ซึ่งจะซื้อได้ในราคาถูกกว่าซื้อที่ร้านค้า

จากการสัมภาษณ์โรงงานเครื่องประดับเงินทั้งหมดจำนวน 17 โรงงานพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้ขายส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันแบบผู้ซื้อผู้ขายโดยตรง ไม่มีอำนาจต่อรองเป็นพิเศษ เนื่องจากวัตถุดิบดังกล่าวใช้ในจำนวนน้อยไม่เหมือนกับวัตถุดิบเงิน

4. ผู้ผลิตเครื่องมือเครื่องจักร

ผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไม่เน้นการผลิตแบบใช้เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัย เนื่องจากการผลิตเครื่องประดับเงินเป็นการผลิตแบบงานหัตถกรรมที่เน้นใช้ฝีมือแรงงานจะมีการใช้เครื่องมือเครื่องจักรบางประเภทที่มีความจำเป็นเท่านั้น เช่นเครื่องรีดเงิน เครื่องดึงเงิน เครื่องขัดเงิน เป็นต้น เครื่องมือเครื่องจักรสามารถหาซื้อได้ที่เชียงใหม่และกรุงเทพฯ บางโรงงานมีการใช้เครื่องรีดแผ่นเงินจากต่างประเทศโดยซื้อผ่านตัวแทนนำเข้า จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้งหมด 17 โรงงาน มีโรงงานที่ใช้เครื่องรีดเงินจากต่างประเทศ 2 โรงงาน โดยซื้อจากอิตาลีและสหรัฐอเมริกา และจากการสอบถามความคิดเห็นของโรงงาน ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่าปัจจุบันคุณภาพของเครื่องรีดที่ผลิตจากต่างประเทศและในประเทศนั้นมีความใกล้เคียงกัน แตกต่างกันในระยะเวลาในการรับประกันสินค้า โดยเครื่องรีดเงินที่ผลิตในประเทศเป็นที่ยอมรับของผู้ผลิตเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินในระดับหนึ่ง

จากการสัมภาษณ์โรงงานเครื่องประดับเงินทั้งหมด 17 โรงงานถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเครื่องประดับเงินและผู้ผลิตเครื่องมือเครื่องจักร พบว่ามี 1 โรงงานที่ไม่มีข้อมูล ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเครื่องประดับเงินและผู้ผลิตเครื่องมือเครื่องจักรที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นความสัมพันธ์เชิงการค้าที่ยังขาดการบริการหลังการขาย ขาดการช่วยเหลือและการแนะนำเมื่อผู้ผลิตประสบปัญหาในการผลิต

6. พลังงานเชื้อเพลิง

ผู้ผลิตส่วนมากจะใช้เชื้อเพลิง คือ ถ่านในการหลอมเงิน แต่ถ้าหลอมเงินจำนวนไม่มาก อาจจะใช้เครื่องเป่าไฟ ซึ่งมีน้ำมันเบนซินเป็นเชื้อเพลิง นอกจากนี้ยังมีบางรายใช้แก๊สในการหลอมเงินเนื่องจากถ่านมีราคาแพง แต่การใช้แก๊สจะทำให้สูญเสียโลหะเงินมากเนื่องจากเงินจะกระเด็นออกมาและมีความร้อนจะสูงเกินไป แต่สะดวกกว่าการใช้ถ่านเป็นเชื้อเพลิง ซึ่งจากการสัมภาษณ์โรงงานส่วนใหญ่จะใช้เชื้อเพลิงถ่านมากกว่าแก๊ส โดยผู้ผลิตสามารถหาซื้อถ่าน น้ำมันและแก๊สในพื้นที่ได้อย่างเพียงพอ โดยถ้าซื้อถ่านสามารถโทรไปสั่งแล้วจะมีคนมาส่งให้ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้ขายพลังงานเชื้อเพลิงมีความสัมพันธ์กันแบบผู้ซื้อผู้ขายโดยตรง นอกจากนี้ปัญหาของผู้ผลิตส่วนใหญ่คือเชื้อเพลิงมีราคาแพงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งมีผลต่อดัชนีในการผลิตเครื่องประดับเงิน

7. บรรจุภัณฑ์และขนส่ง

บรรจุภัณฑ์ของเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่จะเป็นบรรจุภัณฑ์แบบธรรมดา เช่น ถุงพลาสติก ที่กันอากาศเข้าและถุงกระดาษ บางส่วนจะเป็นกล่องกำมะหยี่ นอกจากนี้มีผู้ประกอบการเพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่บรรจุภัณฑ์มีการติดตราสินค้า โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะซื้อบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวในเชียงใหม่และบางส่วนจะทำบรรจุภัณฑ์เองโดยหาวัสดุดิบได้จากในพื้นที่ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินกับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นในเชิงธุรกิจ มีผู้ประกอบการบางส่วนที่มีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แบบเพื่อนจึงสามารถซื้อบรรจุภัณฑ์ได้ในราคาไม่แพง

ส่วนการขนส่งนั้นส่วนใหญ่ผู้ผลิตเครื่องประดับเงินจะขนส่งผลิตภัณฑ์โดยใช้บริการของบริษัทขนส่งของเอกชนมากกว่าบริการขนส่งของรัฐบาล เนื่องจากบริษัทเอกชนมีบริการที่ดี สะดวกและตรงต่อเวลามากกว่า ซึ่งนิยมใช้บริการขนส่งภายในประเทศและระหว่างประเทศโดยทางเครื่องบินเนื่องจากใช้เวลาไม่มากและจากการสัมภาษณ์พบว่าลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเครื่องประดับเงินและผู้ให้บริการขนส่งสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะเชิงธุรกิจ โดยทางโรงงานจะนิยมใช้บริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้ารายเดิมเป็นประจำ มีบางส่วนเป็นผู้ให้บริการขนส่งของตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง

8. ตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลางของสินค้าเครื่องประดับเงิน

การจำหน่ายเครื่องประดับเงินมีทั้งการขายส่งและขายปลีก โดยผู้ผลิตแต่ละรายจะมีร้านจำหน่ายสินค้าของตนเอง เพื่อใช้สำหรับติดต่อกับลูกค้าโดยตรงและยังมีพ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าเข้าทำการติดต่อกับโรงงาน เพื่อเป็นตัวแทนนำสินค้าไปจำหน่ายต่อทั้งใน

และต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีธุรกิจนำเที่ยวจะเกี่ยวข้องในการนำนักท่องเที่ยวมาชมและซื้อสินค้าในโรงงาน โดยจะได้รับค่าตอบแทนจากผู้ผลิต ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างมากในการเผยแพร่เครื่องเงินเครื่องประดับเงินให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้ง 17 แห่ง พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเครื่องประดับเงินและพ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นความสัมพันธ์เชิงการค้าคือ มีความสัมพันธ์กันแบบผู้ซื้อผู้ขายโดยตรงและพ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายไม่ได้ติดต่อเป็นประจำกับโรงงาน มีบางโรงงานที่มีการติดต่อกันเป็นประจำและเป็นเวลานาน บางรายอาจให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดแก่ผู้ผลิตเครื่องประดับเงิน นอกจากนี้พ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายบางรายที่มีการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากอาจมีส่วนลดให้ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินกับวิสาหกิจการท่องเที่ยวยังมีอยู่ค่อนข้างน้อย มีเพียงผู้ผลิตเครื่องประดับเงินบางรายเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ดี เนื่องจากพึ่งพาลาดนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

9. สถาบันต่างๆที่เกี่ยวข้อง

- สถาบันการเงิน ในจังหวัดเชียงใหม่มีหลายแห่งที่สามารถให้บริการสินเชื่อทางการเงินแก่ผู้ผลิตเครื่องเงิน เครื่องประดับเงิน ทั้งธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินอุดสาหกรรมแห่งประเทศไทย

- สถาบันให้ความรู้ มีสถาบันการศึกษาถึง 2-3 แห่งที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องเงินและเครื่องประดับเงิน ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงใหม่ ซึ่งให้ความช่วยเหลือและวิจัยทางด้านเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินรวมถึงการผลิตบุคลากร แต่สถาบันดังกล่าวมีบทบาทค่อนข้างน้อย

- สถาบันส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชน ได้แก่สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือตอนบน(NOHMEX) ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมส่งออกภาคเหนือตอนบน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่

- หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ผลิตในด้านการส่งออกสินค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 สำนักอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ สถาบันแรงงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและสถาบันต่างๆที่เกี่ยวข้อง ยังมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย เนื่องจากผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไม่เห็นความสำคัญและประโยชน์ในการให้ความร่วมมือและเข้าร่วมกิจกรรม ส่วนทางด้านสถาบัน

ต่างๆยังขาดบุคลากรในการประสานงาน อีกทั้งไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและทัศนคติที่ดีระหว่างกัน

จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้ง 17 แห่งถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อสถาบันให้ความรู้ สถาบันส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชน หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ

ในด้านความสัมพันธ์ต่อสถาบันให้ความรู้ มีโรงงาน 3 แห่งที่ไม่มีข้อมูล และมี 5 แห่งที่ไม่มีความสัมพันธ์กับสถาบันให้ความรู้ ส่วนที่เหลืออีก 9 แห่ง มีความสัมพันธ์กับสถาบันให้ความรู้ โดยความสัมพันธ์ส่วนใหญ่ระหว่างโรงงานกับสถาบันให้ความรู้จะมีการติดต่อกันบ้าง เช่นการมีนักศึกษา มาฝึกงานและการให้ข้อมูลความรู้ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมีบางส่วนที่ผู้ประกอบการกับทางสถาบันให้ความรู้มีการติดต่อกันเป็นประจำ โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ระหว่างผู้ผลิตกับทางมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีการทำวิจัยร่วมกันเช่นการวิจัยเพื่อพิสูจน์น้ำยาทดสอบเครื่องเงินว่ามีส่วนผสมเงินกี่เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ทางมหาวิทยาลัยยังช่วยหาทุนในการสนับสนุนการวิจัยด้วย นอกจากนี้ผู้ผลิตที่บอกว่าไม่มีความสัมพันธ์กับสถาบันให้ความรู้ได้กล่าวว่าทางมหาวิทยาลัยไม่เคยมาให้ข้อมูลข่าวสารอะไรเลย

ในด้านความสัมพันธ์ต่อสถาบันส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชน พบว่ามีโรงงานที่มีความสัมพันธ์กับสถาบันส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชน 14 โรงงาน ส่วนอีก 3 โรงงานไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยโรงงานที่มีความสัมพันธ์กันส่วนใหญ่ทางโรงงานและหน่วยงานภาคเอกชนจะมีการติดต่อกันบ้าง และมีบางส่วนที่ทางโรงงานและหน่วยงานภาคเอกชนมีการติดต่อกันเป็นประจำ เช่น มีการให้ข้อมูลข่าวสารกันและมีการลงโฆษณาในแผ่นพับของสมาคม นอกจากนี้ผู้ผลิตยังเป็นสมาชิกของสมาคมการท่องเที่ยวอีกด้วย ส่วนโรงงานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับภาคเอกชนเนื่องจากทางภาคเอกชนไม่เคยมาช่วยเหลือหรือติดต่อกับโรงงานเลย

ในด้านความสัมพันธ์ต่อหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ มีโรงงานที่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานและองค์กรภาครัฐจำนวน 15 โรงงาน ส่วนอีก 2 โรงงานไม่มีความสัมพันธ์ โดยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่จะเป็นความสัมพันธ์กันในเชิงหน้าที่ ภาครัฐไม่ค่อยช่วยเหลืออะไรนอกจากช่วยจัดงานถนนคนเดิน มีโรงงานเพียงบางส่วนที่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานทางภาครัฐมากโดยได้กล่าวว่า หน่วยงานราชการมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลดีมาก มีการพาไปดูงานที่ต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการช่วยจัดงานถนนคนเดินที่ถนนวัวลายซึ่งช่วยให้มีนักท่องเที่ยวมาที่ถนนวัวลายมากขึ้น ส่วนโรงงานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐได้กล่าวว่าหน่วยงานราชการไม่ค่อยช่วยเหลืออะไรเลย ในทุกๆด้าน เช่น ด้านการตลาด ด้านการอบรม ด้านการให้กู้ยืมเงินลงทุน นอกจากนี้ยังให้การสนับสนุนแต่ละร้านไม่

เหมือนกัน เช่นการออกงานหรือการเชิญไปอบรมก็เชิญเป็นบางร้านเท่านั้น ไม่ให้การสนับสนุนเท่าเทียมกัน มีการเล่นพรรคเล่นพวก

จากข้างต้นสามารถสรุปผู้ที่เกี่ยวข้องและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินด้วยกันและระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการทั้ง 17 โรงงานต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

| ผู้ที่เกี่ยวข้อง | จำนวนโรงงานที่ได้สัมภาษณ์ | | |
|-----------------------------------|---------------------------|----------------|-------------|
| | ไม่มีความสัมพันธ์ | มีความสัมพันธ์ | ไม่มีข้อมูล |
| ผู้ประกอบการผลิต | 4 | 9 | 4 |
| ผู้ป้อนวัตถุดิบเงิน | - | 16 | 1 |
| ผู้ขายเครื่องมือเครื่องจักร | - | 16 | 1 |
| บรรจุกู้เงินและขนส่ง | - | 17 | - |
| ตัวแทนจำหน่าย | - | 17 | - |
| สถาบันให้ความรู้ | 5 | 9 | 3 |
| สถาบันส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชน | 3 | 14 | - |
| หน่วยงานรัฐ | 2 | 15 | - |

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ในปีพ.ศ. 2547

4.2 สมรรถนะของเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Performance)

หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ นับว่ามีความสำคัญค่อนข้างมาก ทั้งในเชิงพาณิชย์และในเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยม การผลิตส่วนใหญ่เป็นแบบครัวเรือนที่ยังคงผลิตตามแบบดั้งเดิมเน้นการผลิตแบบทำมือ (Handmade) มากกว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักร

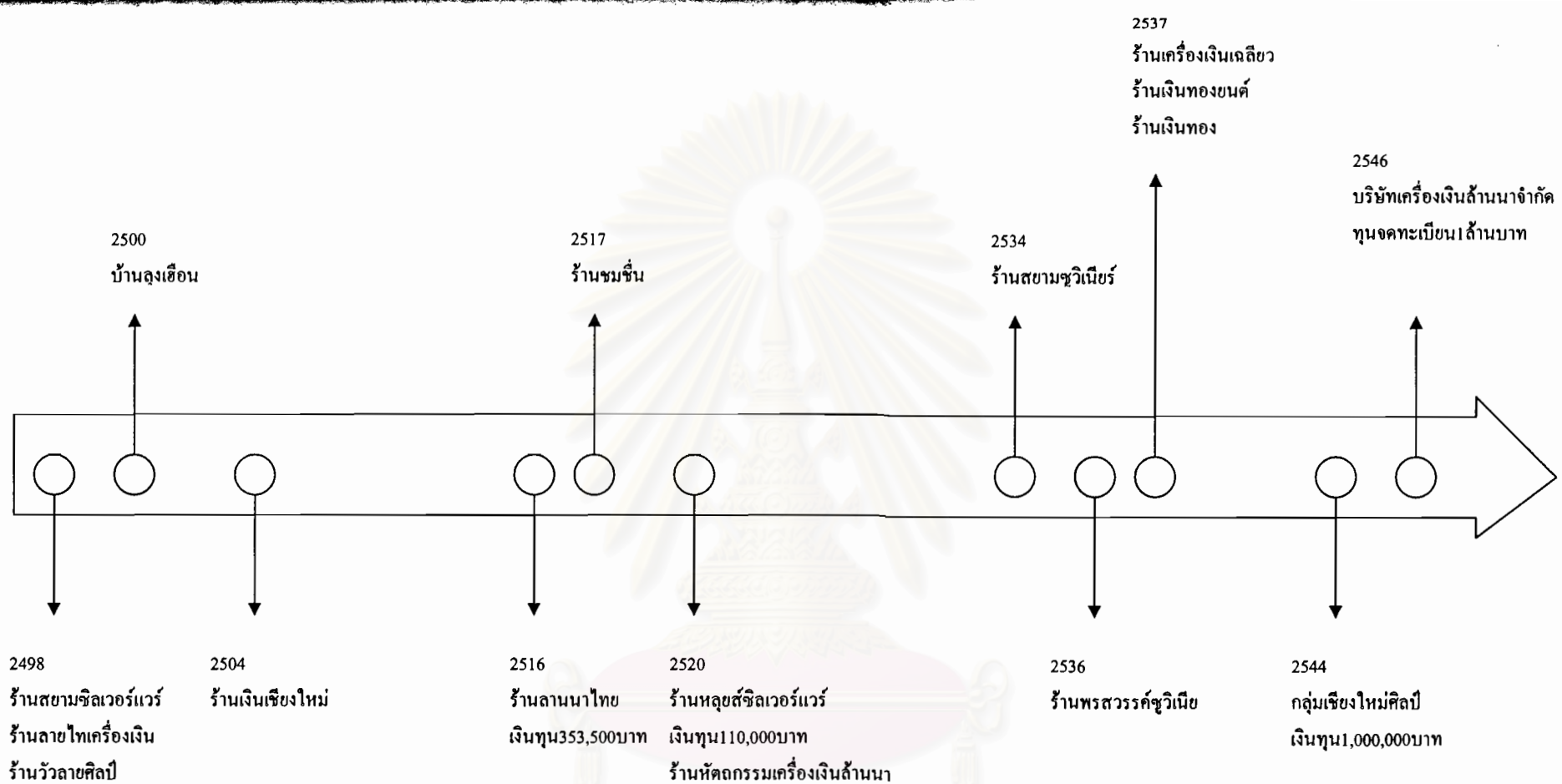
4.2.1 การจ้างงาน

หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 300 คน ซึ่งแรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานในท้องถิ่น การจ้างงานมีทั้งแบบเป็นรายวันและรายเดือน แรงงานส่วนใหญ่จะทำงานกับโรงงานมานานอยู่กับแบบครอบครัว นอกจากนี้โรงงานบางแห่งยังมีการทำอาหารให้แรงงานที่มาทำงานทานด้วย แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่มีฝีมือโดยเฉพาะในด้านหัตถกรรมที่มีมาโดยสายเลือดของตนเองรวมทั้งได้รับการถ่ายทอดความรู้มาจากครอบครัว และโรงงานที่แรงงานนั้นทำงานอยู่ก็ช่วยในการฝึกสอนให้แก่แรงงานด้วย

4.2.2 พัฒนาการและการลงทุนของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

การผลิตเครื่องเงินเครื่องประดับเงินในเชียงใหม่ที่เป็นในเชิงพาณิชย์นั้นได้กำเนิดขึ้นมาประมาณกว่า 50 ปีแล้ว ต่อจากนั้นก็เริ่มมีการผลิตและการก่อตั้งโรงงานขึ้น โดยมีการพัฒนาการและการลงทุนของโรงงานต่างๆ ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อทำการผลิตและจำหน่ายเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งหลายสามารถแสดงพัฒนาการได้ ดังแผนภูมิที่ 4.2

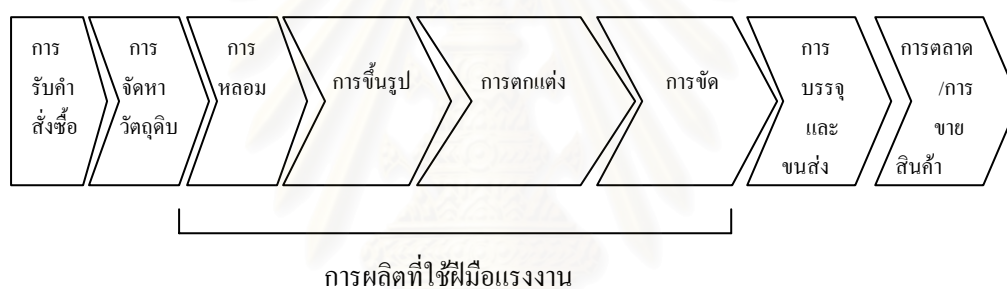
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภูมิที่ 4.2 พัฒนาการและการลงทุนของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่

4.2.3 มูลค่าการผลิต (Value Chain and Value Added)

ในการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินนั้น มีขั้นตอนในกระบวนการผลิตหลายขั้นตอนตั้งแต่แรกเริ่มซึ่งเป็นเพียงวัตถุดิบเงิน เมื่อมีการผลิตเกิดขึ้นย่อมมีมูลค่าเกิดขึ้นตามไปด้วยจนถึงขั้นการจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภค ซึ่งแต่ละขั้นตอนการผลิตจนถึงขั้นการจำหน่ายสินค้านี้ล้วนแต่มีต้นทุนและมูลค่าเพิ่มเกิดขึ้น โดยขั้นที่มีมูลค่ามากที่สุดคือขั้นที่มีการใช้ฝีมือแรงงานในการสร้างงานเครื่องประดับเงินที่ประณีตและผสมผสานเอกลักษณ์ทางศิลปะเข้าไปในตัวงาน ช่วงนี้เป็นช่วงที่มีมูลค่าสูงที่สุดในแต่ละขั้นตอนการผลิต ส่วนในด้านการตลาดมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของเครื่องประดับเงินมีน้อย เนื่องจากไม่เน้นการบริหารจัดการการตลาด ซึ่งแต่ละขั้นตอนที่มีความเชื่อมโยงและต่อเนื่องกันสามารถแสดงได้ดังแผนภูมิที่ 4.3



แผนภูมิที่ 4.3 มูลค่าเพิ่ม (Value Added) ใน Value Chain

4.2.4 ผลิตภาพ (Productivity) และนวัตกรรม

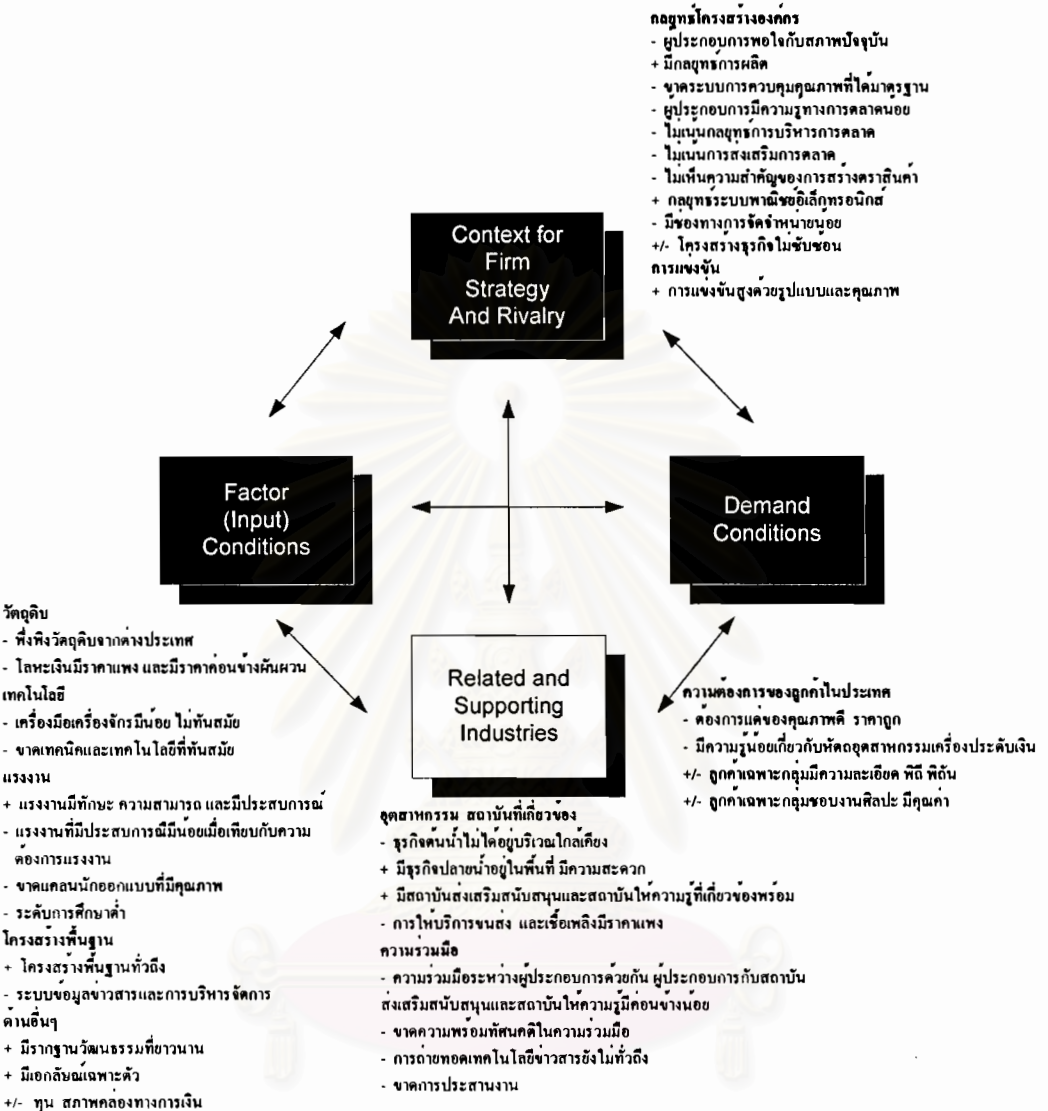
ผลิตภาพของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องจากเป็นการผลิตโดยเน้นแรงงานที่มีฝีมือเป็นหลัก ซึ่งจะมีประสิทธิภาพต่ำกว่าระบบการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยีต่างๆเข้ามาช่วยให้การผลิตมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดผลิตภาพที่ดี อีกทั้งในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินนี้ยังมีข้อจำกัดในการผลิตและการรับผลิตสินค้าที่มีจำนวนมาก เนื่องจากเป็นโรงงานขนาดเล็ก ไม่มีศักยภาพและเทคโนโลยีที่จะช่วยให้การผลิตเป็นไปอย่างรวดเร็วมีคุณภาพ แรงงานที่มีอยู่ก็มีความจำกัดในการผลิตที่สามารถทำงานได้ในชั่วโมงทำงานที่กำหนดในหนึ่งวัน โดยเฉพาะงานที่มีศิลปะ แรงงานต้องใช้เวลาในการผลิตงานแต่ละชิ้น ข้อจำกัดต่างๆนี้ก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผลิตภาพค่อนข้างต่ำ

ส่วนในด้านนวัตกรรมที่เป็นประเด็นสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีนวัตกรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ คือการนำสิ่งใหม่ๆ วิธีการใหม่ๆ เข้ามาเพื่อทำการปรับปรุงและพัฒนาโรงงานยังมีน้อยอยู่ โรงงานที่มีตราสินค้าเป็นของตนเองก็มีจำนวนน้อย และทางผู้ประกอบการยังขาดความสนใจในการทำการวิจัยและพัฒนาในด้านต่างๆ ทั้งการผลิตและการตลาด

4.3 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินโดยใช้แนวคิดของ Michael E. Porter คือ Diamond Model ซึ่งสามารถอธิบายและชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาข้อมูลและทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและผู้ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาทำการวิเคราะห์ตามองค์ประกอบทั้งสี่ในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ดังนี้ และสามารถแสดงได้ดังแผนภูมิที่ 4.4

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภูมิที่ 4.4 ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ Diamond Model

4.3.1 ปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยด้านอุปทาน (Factor Conditions)

ด้านทรัพยากรธรรมชาติ (Natural resources)

หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไม่มีความได้เปรียบในด้านทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเครื่องประดับเงินคือโลหะเงิน เนื่องจากในประเทศไทยมีโลหะเงินไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ในประเทศ จึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อผลิตเครื่องประดับโดย

โรงงานทั้งหมดมีการใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 96 (จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้งหมด 17 โรงงาน โรงงานที่ใช้วัตถุดิบต่างประเทศร้อยละ 97 มีจำนวน 10 โรงงาน โรงงานที่ใช้วัตถุดิบต่างประเทศร้อยละ 95 มี 3 โรงงาน โรงงานที่ใช้วัตถุดิบต่างประเทศร้อยละ 93 มี 4 โรงงาน) โดยวัตถุดิบนั้นผู้ผลิตส่วนใหญ่จะซื้อที่เชียงใหม่หรือกรุงเทพฯ ส่วนด้านทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการและสถานที่จำหน่ายสินค้ามีข้อได้เปรียบคือ โรงงานส่วนใหญ่จะมีทำเลที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง อำเภอสันกำแพงและอำเภอใกล้ตัวเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเป็นเส้นทางแห่งงานหัตถกรรมอื่นๆ ทำให้เครื่องเงินและเครื่องประดับเงินได้รับความสนใจและเป็นการกระตุ้นความต้องการของลูกค้าได้ทางหนึ่ง

เทคโนโลยี(Technological)

ในการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นการผลิตที่เน้นใช้แรงงานในการผลิต มีขั้นตอนการผลิตหลายขั้นตอนและใช้เวลานานในการผลิต ไม่เน้นเทคโนโลยีทันสมัย เครื่องมือเครื่องจักรมีน้อยและไม่ทันสมัย โดยเฉพาะในโรงงานขนาดเล็กที่มีรูปแบบการผลิตแบบง่ายๆ ไม่เน้นการใช้เครื่องมือเครื่องจักรมากนัก แต่จะทำการผลิตตามความชำนาญของตนเองเท่านั้น เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้เทคโนโลยีอย่างง่ายๆ ทำให้สามารถผลิตเครื่องประดับเงินได้ในจำนวนไม่มาก เนื่องจากเป็นการผลิตแบบดั้งเดิม เมื่อเกิดปัญหาในการผลิตขึ้นมีการแก้ไขค่อนข้างช้า เพราะส่วนใหญ่แรงงานจะไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ ต้องให้เจ้าของหรือผู้ประกอบการเป็นคนตัดสินใจแก้ไขปัญหา ทำให้ในบางกรณีการตัดสินใจล่าช้าอาจนำไปสู่การสูญเสียและความเสียหายต่อการผลิตได้

นอกจากนี้ยังขาดการสร้างนวัตกรรมและการวิจัยพัฒนากระบวนการผลิตตั้งแต่วัตถุดิบไปจนถึงสินค้าที่ผลิตออกมา ขาดเทคโนโลยีและความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่สามารถนำมาใช้ในกระบวนการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินอย่างเป็นระบบ

ทรัพยากรมนุษย์(Human resources)

ในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ การผลิตของโรงงานส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่เน้นการใช้แรงงานมากกว่าทุน(Labor Intensive) แรงงานส่วนใหญ่ที่ทำการผลิตเครื่องประดับเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ มีฝีมือในด้านหัตถกรรมและมีประสบการณ์มานานหลายปี แต่เมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษาของแรงงานที่มีคุณภาพเหล่านี้ ส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับการศึกษาที่ค่อนข้างต่ำ(จากการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่แรงงานจะมีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา) ประกอบกับการพัฒนาบุคลากรแรงงานของอุตสาหกรรมยังมีน้อย ทำให้การเพิ่มขึ้น

ของแรงงานที่มีฝีมือและประสบการณ์นั้นยังคงมีอยู่อย่างจำกัด แต่ในด้านความต้องการของแรงงานที่มีคุณภาพของอุตสาหกรรมนี้นั้นกลับมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดการแข่งขันในเรื่องค่าจ้างทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาการแย่งแรงงานกัน

จากการสัมภาษณ์ความเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของแรงงานด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านความสามารถและทักษะฝีมือของแรงงาน ด้านความรับผิดชอบของแรงงาน ด้านความตั้งใจของแรงงาน ด้านคุณภาพการทำงานของแรงงาน และด้านความคิดริเริ่มของแรงงาน จากโรงงานเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินทั้ง 17 โรงงาน พบว่าผู้ประกอบการต่างมีความพอใจดีต่อคุณสมบัติของแรงงาน มีเพียงบางส่วนที่ไม่พอใจเนื่องมาจากแรงงานชอบดื่มเหล้า แล้วไม่รับผิดชอบงาน มาทำงานบ้างไม่มาบ้าง รวมทั้งมีผลต่อคุณภาพงานด้วย

นักออกแบบ(Designer)

ในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินประสบปัญหาการขาดแรงงานที่เป็นนักออกแบบ โดยเฉพาะ ซึ่งในการผลิตเครื่องประดับเงินผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าได้ในเรื่องของรูปแบบและลวดลายโดยการมีนักออกแบบ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีนักออกแบบของแต่ละโรงงานเอง(จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้งหมด 17 แห่ง โรงงานที่มีนักออกแบบมีจำนวน 13 โรงงาน และอีก 3 โรงงานไม่มีนักออกแบบ ส่วนอีก 1 โรงงานไม่มีข้อมูล)

โรงงานส่วนใหญ่ที่มีนักออกแบบ ผู้ประกอบการจะเป็นคนออกแบบเองโดยศึกษาจากในหนังสือนิตยสาร จากงานแสดงสินค้า บางส่วนมีการจ้างนักออกแบบช่วยออกแบบให้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังทำหน้าที่อื่นควบคู่ไปด้วย ซึ่งในอุตสาหกรรมนี้ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินเป็นอย่างมาก และแต่ละโรงงานก็มีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง มีการรักษามาตรฐานในการผลิต การควบคุมคุณภาพทั้งรูปร่างของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะเปอร์เซ็นต์ของเงินต้องไม่ให้ต่ำกว่าร้อยละ 92.5 ซึ่งการที่เครื่องเงินและเครื่องประดับเงินของจังหวัดเชียงใหม่มีเอกลักษณ์หาที่ใดเปรียบเทียบได้ยากจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ อีกทั้งจังหวัดเชียงใหม่มีรากฐานทางวัฒนธรรมมายาวนาน ในการผลิตเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินสามารถนำเอกลักษณ์วัฒนธรรมของเชียงใหม่มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินได้

โครงสร้างพื้นฐาน(Infrastructure)

โครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดเชียงใหม่ในด้านระบบสาธารณูปโภค(ไฟฟ้า ประปา) ด้านการขนส่ง ด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม และด้านพลังงาน สามารถเข้าถึงโรงงานผู้ประกอบการ หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและมีคุณภาพในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามทางด้านพลังงานมี ปัญหาทางด้านราคาพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้นซึ่งมีผลต่อต้นทุนของสินค้า ส่วนในด้านระบบข้อมูล ข่าวสาร ระบบการบริหารจัดการยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการแก้ไข โดยเฉพาะความรู้ของ บุคลากร ผู้ประกอบการที่มีต่อการบริหารจัดการและข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการประกอบ กิจการเครื่องประดับเงินในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคโลกาภิวัตน์นี้ยังไม่เพียงพอ

ด้านอื่น

ด้านอื่นๆของปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยด้านอุปทานของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันคือสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันหรือสามารถ บั่นทอนความสามารถในการแข่งขันก็เป็นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละโรงงานว่าจะนำไปทิศทางใด เช่น ทรัพยากรทุนซึ่งโรงงานส่วนใหญ่ของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจะเป็นโรงงาน ขนาดเล็กมักจะมีปัญหาทางด้านนี้ เนื่องจากกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ยาก ถ้ากู้ได้ก็จะเสียอัตรา ดอกเบี้ยในอัตราที่สูง ซึ่งบางโรงงานก็ทำการกู้ยืมนอกระบบเช่นการเล่นแชร์ แต่ก็มีโรงงาน บางแห่งที่ทำการกู้ยืมเงินกองทุนหมู่บ้าน หรือใช้เงินตนเองโดยเมื่อมีลูกค้ามาสั่งซื้อก็จะให้ลูกค้า มัดจำเงินไว้จำนวนหนึ่ง ซึ่งจะไม่มีปัญหาทางด้านเงินทุน นอกจากนี้ยังมีปัญหาสภาพคล่องทาง การเงิน ปัญหาระบบคงคลัง และปัญหาค่าลังการผลิตของแต่ละโรงงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญสามารถส่งผลในการสร้างหรือลดความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรม เครื่องประดับเงินได้

4.3.2 ปัจจัยสนับสนุนหรือความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและธุรกิจต่อเนื่อง (Related and Supporting Industry)

อุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำ

อุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงไปข้างหน้าหรืออุตสาหกรรมต้นน้ำ(Backward Linkage Industries)ของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ได้แก่ผู้ผลิตวัตถุดิบ เครื่องมือ เครื่องจักร เชื้อเพลิง พบว่ามีบางส่วนอยู่ในบริเวณเดียวกันกับโรงงาน ได้แก่ เครื่องมือและเชื้อเพลิง ซึ่งเป็น ธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพที่น่าไว้วางใจและผู้ประกอบการเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินให้

การยอมรับระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามในด้านของธุรกิจเชื้อเพลิงมีข้อที่เป็นปัญหากับผู้ประกอบการเครื่องประดับเงินในเรื่องของราคาเชื้อเพลิง เช่น ถ่านที่มีราคาแพงขึ้นเรื่อยๆ ส่วนผู้ผลิตวัตถุดิบเงินและเครื่องจักรนั้นไม่ได้อยู่ในบริเวณเดียวกับโรงงาน โดยวัตถุดิบเงินนั้นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการอาจจะสั่งซื้อจากต่างประเทศเลยหรือซื้อจากร้านทองที่อยู่ในเชียงใหม่หรือไปซื้อที่กรุงเทพฯ ซึ่งในด้านของวัตถุดิบเงินมีข้อที่เป็นปัญหากับผู้ประกอบการเครื่องประดับเงินในเรื่องของราคาเงินที่มีราคาแพงขึ้นเรื่อยๆ และมีราคาที่ยืดหยุ่นผันผวน ซึ่งมีผลต่อราคาขายเครื่องประดับเงิน ส่วนเครื่องจักรนั้นเช่นเครื่องดัด เครื่องรีด หรือเครื่องขัดเงินนั้นไม่มีขายที่เชียงใหม่ ผู้ประกอบการต้องซื้อที่กรุงเทพฯ บริเวณบ้านหม้อ หรือไม่ก็สั่งซื้อเครื่องจักรจากต่างประเทศ

ส่วนอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงไปข้างหลังหรืออุตสาหกรรมปลายน้ำ (Forward Linkage Industries) ได้แก่ ผู้จำหน่ายบรรจุภัณฑ์ ผู้ให้บริการขนส่ง ร้านจำหน่ายสินค้า เป็นต้น ซึ่งธุรกิจเกี่ยวเนื่องเหล่านี้อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่เกื้อหนุนให้หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นได้ เนื่องจากสามารถติดต่อได้สะดวกและมีช่องทางที่รวดเร็ว มีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตอื่นที่อยู่นอกพื้นที่ นอกท้องถิ่น ทั้งยังเป็นการสะดวกและลดต้นทุนในการขนส่งของผู้ประกอบการผลิตเครื่องประดับเงิน อย่างไรก็ตามในด้านธุรกิจบรรจุภัณฑ์เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการผลิตเครื่องประดับเงินไม่ได้ให้ความสำคัญ เนื่องจากผู้ผลิตเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่จะเห็นว่าเป็นสิ่งสิ้นเปลืองที่จะทำบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม อาจเพราะยังมีความรู้ทางการตลาดไม่มาก นอกจากนี้ธุรกิจการขนส่งสินค้ายังมีข้อที่เป็นปัญหากับผู้ประกอบการเครื่องประดับเงินในเรื่องของราคาค่าขนส่งและการขนส่งของภาครัฐมีปัญหาเกี่ยวกับเวลาในการจัดส่ง

สถาบันส่งเสริมสนับสนุนรวมทั้งสถาบันการศึกษา

ในจังหวัดเชียงใหม่ยังมีสถาบันที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนเกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินอยู่เป็นจำนวนหนึ่งในพื้นที่ใกล้เคียง ไม่ว่าจะเป็นกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ กรมส่งเสริมการส่งออก เป็นต้น และมีสถาบันที่ให้ความรู้เกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสถาบันที่ทำการเปิดสอนเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับและทำการวิจัยต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ (NOHMEX) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ เชียงใหม่ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าในพื้นที่ประกอบการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งที่ค่อนข้างมีความได้เปรียบในการแข่งขันเกี่ยวกับการเชื่อมโยงของธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และสถาบันส่งเสริมและสนับสนุน สถาบันให้ความรู้ต่างๆที่เกี่ยวข้อง แต่ทั้งนี้จะมีความสามารถในการแข่งขันมากหรือน้อยนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องสนับสนุนที่มีอยู่ในพื้นที่ว่ามีจำนวนมากหรือน้อย แต่ขึ้นอยู่กับความร่วมมือกันของธุรกิจอุตสาหกรรมเหล่านี้กับผู้ประกอบการเครื่องประดับเงิน ซึ่งเป็นประเด็นปัจจัยที่สำคัญในการก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น นอกเหนือไปจากการมีอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำในบริเวณเดียวกัน

ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและฝ่ายต่างๆ

ความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ รวมทั้งความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเองค่อนข้างน้อย ทำให้บั่นทอนความสามารถในการแข่งขันลงไป โดยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันนั้น มีการร่วมมือกันบ้าง มีการช่วยเหลือกันบ้าง และมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันบ้าง แต่ค่อนข้างน้อย นอกจากนี้มีการรวมกลุ่มกันเช่น ชมรมเครื่องเงินบ้านวัวลายเชียงใหม่ แต่ไม่ค่อยได้ร่วมมือกันทำอะไรเป็นเพียงการตั้งขึ้นแค่นั้นเท่านั้น อย่างไรก็ตามถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกันในกลุ่มหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินให้เป็นไปได้ง่ายขึ้น

จากการสัมภาษณ์โรงงานที่ผลิตเครื่องประดับทั้งหมดจำนวน 17 โรงงาน พบว่าโรงงานที่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างโรงงานหรือผู้ประกอบการรายอื่นๆมี 4 โรงงาน โดยโรงงานที่ไม่มีการรวมกลุ่มเป็นสมาคมหรือไม่มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการรวมกลุ่มกัน

ส่วนความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับสถาบันส่งเสริมหรือสนับสนุนต่างๆมีค่อนข้างน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการไม่เห็นความสำคัญในการร่วมมือ ร่วมกิจกรรมไปกว่าการเอาเวลาที่มีไปประกอบธุรกิจของตนเอง ผู้ประกอบการไม่มีความพร้อมในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆและทางสถาบันยังขาดความต่อเนื่องในการส่งเสริม การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารรวมทั้งเทคโนโลยีต่างๆระหว่างสถาบันส่งเสริม สถาบันให้ความรู้และโรงงานของผู้ประกอบการยังไม่ทั่วถึง ทั้งขาดการประสานงานของบุคลากร เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่างๆกับโรงงานผู้ประกอบการ และที่สำคัญคือทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีความเชื่อในประสบการณ์ของตนเองมากกว่าทัศนคติในการร่วมมือร่วมปรับปรุงกระบวนการผลิตต่างๆให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากจะต้องมีการเสนอความคิดเห็น

มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันในการระดมความคิด แต่ผู้ประกอบการแต่ละรายยังคงถือว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นความลับที่ผู้ผลิตแต่ละรายใช้เวลาในการวิจัยและพัฒนาขึ้นมาได้เอง ไม่ต้องการให้มีการเปิดเผยเนื่องจากเกรงจะกระทบต่อธุรกิจของตนเอง ซึ่งในแง่นี้เป็นปัญหาที่จะต้องแก้ไขให้ได้เพราะความร่วมมือกันทางด้านข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ ภายในกลุ่มผู้ประกอบการกับสถาบันต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุน เป็นประเด็นสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมากกว่าการที่จะมีธุรกิจและสถาบันต่างๆ ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน

จากการสัมภาษณ์โรงงานทั้ง 17 แห่ง ถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อสถาบันให้ความรู้ สถาบันส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชน พบว่าในด้านความสัมพันธ์ต่อสถาบันให้ความรู้ มีโรงงานที่มีความเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของหน่วยงานให้ความรู้ว่ามีความสัมพันธ์กันจำนวน 9 โรงงาน เช่น การมีนักศึกษาเข้ามาฝึกงาน การให้ข้อมูลความรู้ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การทำวิจัยร่วมกันระหว่างผู้ผลิตกับทางมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นต้น และโรงงานที่บอกว่าไม่มีความสัมพันธ์กันมีจำนวน 5 โรงงาน ส่วนอีก 3 โรงงานไม่ได้ให้ข้อมูล ในด้านความสัมพันธ์ต่อสถาบันส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชน มีโรงงานที่มีความเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ว่ามีความสัมพันธ์กันจำนวน 14 โรงงาน ซึ่งทางโรงงานและหน่วยงานภาคเอกชนมีการติดต่อเป็นประจำ เช่น มีการให้ข้อมูลข่าวสารกันและมีการลงโฆษณาในแผ่นพับของสมาคมส่วน โรงงานที่บอกว่าไม่มีความสัมพันธ์กันมีจำนวน 3 โรงงาน

4.3.3 ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภค(Demand Conditions)

ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ(Sophisticated and demanding local customer needs)

ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเกี่ยวกับเครื่องประดับเงินมีมากขึ้น เนื่องจากทองมีราคาแพง แต่ผู้บริโภคยังนิยมใช้เครื่องประดับอยู่เมื่อทองราคาแพงผู้บริโภคจึงเปลี่ยนมาใช้เป็นเครื่องประดับเงินมากขึ้น นอกจากนี้สินค้าหัตถกรรมเครื่องประดับเงินเป็นสินค้าประณีต ลูกค้าหรือผู้บริโภคที่อยู่ในตลาดเฉพาะกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่เห็นความสำคัญและเห็นคุณค่าของงานเครื่องประดับเงินที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดังเช่นเครื่องประดับเงินเชียงใหม่ ลูกค้ามีทั้งประเภทที่มีความต้องการเพราะมีรสนิยมชื่นชอบในงานประเภทนี้ จะไม่มีความต้องการที่ซับซ้อนเท่าไรนัก แต่มีลูกค้าอีกกลุ่มประเภทหนึ่งเป็นลูกค้าประเภทที่มีความต้องการซับซ้อน พิถีพิถันในการเลือก มีความละเอียดรอบคอบซึ่งมีความต้องการที่หลากหลายและแปลกใหม่มากขึ้น ลูกค้าประเภทที่มีความต้องการที่ซับซ้อนมากจะส่งผลต่อผู้ประกอบการในการผลิตเครื่องประดับเงิน

เสมือนเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้ผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินนี้พยายามปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้นและพัฒนาเพื่อสามารถสนองต่อความต้องการของลูกค้าต่างๆที่เปลี่ยนแปลงไปและมีความคิดก้าวหน้าได้เป็นอย่างดี เป็นการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินได้อีกระดับหนึ่ง อาจก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นทั้งตลาดในและต่างประเทศ อย่างกรณีผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าต่างประเทศที่นำเข้าเครื่องประดับเงินของไทยได้มีความเข้มงวดในเรื่องมาตรฐานสินค้า ทำให้ผู้ส่งออกไทยและผู้ประกอบการเครื่องประดับเงินต้องมีการพัฒนาทั้งด้านคุณภาพสินค้า มาตรฐานสุขอนามัย การบริการลูกค้า ระบบการผลิต เพื่อรองรับการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้นและเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้ตนเองด้วย

จุดมุ่งหมายและวัฒนธรรม

เนื่องมาจากวัฒนธรรมของชาวเชียงใหม่ที่มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย จึงส่งผลต่อทัศนคติของผู้ประกอบการและวัฒนธรรมในด้านรูปแบบประเพณี วิถีสังคมล้วนมีส่วนในการสร้างให้เครื่องเงินและเครื่องประดับเงินเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของชาวเชียงใหม่ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค โดยเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินได้มีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเชียงใหม่ วัฒนธรรมองค์กรของธุรกิจ รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีต่างๆของชาวล้านนาที่กลมกลืนกันซึ่งเป็นจุดแข็งที่ทำให้เครื่องเงินและเครื่องประดับเงินมีความเป็นเอกลักษณ์สามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆได้

ความรู้ของผู้บริโภคในประเทศ

ลูกค้ามีความรู้เกี่ยวกับเครื่องประดับเงินไม่มากเท่าที่ควร จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นในเรื่องระดับความรู้ของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ 16 โรงงานจากทั้งหมด 17 โรงงานให้ความเห็นว่าผู้บริโภคในประเทศมีระดับความรู้ในด้านต่างๆของเครื่องประดับเงินค่อนข้างน้อย ลูกค้าในประเทศรู้จักหัตถกรรมเครื่องประดับเงินเฉพาะบางกลุ่มและไม่ทราบว่าเครื่องประดับเงินแท้จะดำ แต่เมื่อทำความสะอาดก็จะขาวเหมือนเดิม ลูกค้าเครื่องประดับเงินมีความชื่นชอบในความสวยงาม ศิลปหัตถกรรมมากกว่าที่จะมีความรู้ชัดเจน ทำให้ตลาดเครื่องประดับเงินแคบ การที่ผู้ซื้อไม่มีความรู้จริงเกี่ยวกับหัตถกรรมเครื่องประดับเงินจะทำให้ไม่มีแรงกดดันให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนา ไม่เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ลูกค้าในประเทศล้วนแต่มีความต้องการสินค้าราคาถูกแต่มีคุณภาพดี การที่ลูกค้าคิดคำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญ ทำให้ปัจจัยด้านราคายังคงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นอกเหนือไปจากด้านรสนิยมทางศิลปวัฒนธรรม

คุณค่าของงานหัตถกรรมเครื่องประดับเงิน ประกอบกับลูกค้าไม่มีความเข้าใจในกระบวนการผลิต และคุณลักษณะพิเศษของหัตถกรรมเครื่องประดับเงิน จึงทำให้ไม่เข้าใจถึงราคาของหัตถกรรมเครื่องประดับเงินที่มีราคาสูงกว่าเครื่องประดับเงินทั่วไป ซึ่งการที่ลูกค้าคำนึงถึงราคามากขึ้นอาจส่งผลเสียต่อความสามารถในการแข่งขันของเครื่องประดับเงิน เนื่องจากทำให้ผู้ประกอบการไม่มีการพัฒนาทางด้านรูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์แต่ไปเน้นในการลดต้นทุนให้ต่ำ เพื่อสามารถตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ให้มีราคาต่ำ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ แต่เป็นความสามารถในการแข่งขันในแบบที่ไม่ยั่งยืน

นอกจากนี้หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ โดยจากการสัมภาษณ์โรงงานมีการจำหน่ายส่งออกไปตลาดต่างประเทศประมาณ ร้อยละ 22.4 และจำหน่ายในประเทศประมาณร้อยละ 77.6 (จากการสัมภาษณ์มีผู้ผลิตขายเครื่องประดับในประเทศร้อยละ 100 จำนวน 1 ราย ร้อยละ 97 จำนวน 2 ราย ร้อยละ 95 จำนวน 2 ราย ร้อยละ 80 จำนวน 6 ราย ร้อยละ 70 จำนวน 1 ราย ร้อยละ 50 จำนวน 2 ราย ร้อยละ 30 จำนวน 1 ราย ส่วนอีก 2 รายไม่ได้ให้ข้อมูล) หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจะมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขันในประเทศเป็นสำคัญ และจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความแตกต่างของความต้องการของผู้บริโภคในประเทศกับต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศไม่แตกต่างจากความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทย มีข้อแตกต่างกันบ้างโดยตลาดต่างประเทศต้องการคุณภาพและและรูปแบบที่แปลกใหม่กว่า และถ้าสินค้าเครื่องประดับเงินมีคุณภาพและรูปแบบที่ดีจริง ผู้บริโภคต่างประเทศจะคำนึงถึงประเด็นในเรื่องของราคาสินค้าน้อยกว่าผู้บริโภคในประเทศ

4.3.4 กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสถานะการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

จุดมุ่งหมายและวิสัยทัศน์

ผู้ประกอบการของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ต้องการสร้างและสานต่องานเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินเพื่อความพึงพอใจของตนเองเป็นพื้นฐาน และต้องการสืบสานศิลปวัฒนธรรมของล้านนาที่มีการปฏิบัติยาวนานในการทำเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินสืบต่อมา ดังเห็นได้จากผู้ประกอบการมีการฝึกสอนการทำเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินแก่ผู้ที่สนใจโดยไม่คิดค่าสอนเนื่องจากเกรงว่าจะไม่มีใครสืบทอดการผลิตหัตถกรรมเครื่องเงินและ

เครื่องประดับเงิน แม้ว่าผู้ประกอบการแต่ละแห่งจะขาดทัศนคติในการที่จะสร้างธุรกิจให้เติบโต ผู้ประกอบการเครื่องเงินและเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ล้วนแต่มีความพึงพอใจกับสถานภาพในปัจจุบันของตนเองทั้งสิ้น อาจเนื่องมาจากวัฒนธรรมของชาวเชียงใหม่ที่มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย จึงส่งผลต่อทัศนคติของผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

กลยุทธ์ด้านการผลิต

กลยุทธ์การบริหารจัดการของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน มีกลยุทธ์หลายด้านที่สำคัญต่อธุรกิจและความสามารถในการแข่งขัน หนึ่งในนั้นคือกลยุทธ์การบริหารระบบการผลิต ส่วนใหญ่โรงงานจะมีการแบ่งงานกันทำ ใครมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญทางด้านไหนก็จะให้ทำงานทางด้านนั้น ซึ่งจะทำให้การผลิตมีความรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้บางโรงงานยังมีการคิดขั้นตอนการผลิตว่าแต่ละขั้นวิธีการผลิตแบบไหนที่ทำให้ผลิตได้เร็วและเกิดความสูญเสียน้อยที่สุดก็จะใช้วิธีนั้น อีกทั้งโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินทั้งหลายยังมีวิธีการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ แต่ในการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นระบบที่แน่นอน ยังใช้ประสบการณ์ในการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในแต่ละกระบวนการผลิต ยังขาดกลยุทธ์การผลิตอย่างเป็นระบบที่มีมาตรฐาน เช่น ในการตรวจสอบว่าเครื่องประดับเงินมีโลหะเงินผสมอยู่มากไหม ผู้ประกอบการก็จะนำกรดมาหยดใส่ ถ้ากรดหยดใส่แล้วมีฟองออกมาเป็นสีที่ขาวมากก็แสดงให้เห็นว่าเครื่องประดับชิ้นนั้นมีโลหะเงินผสมอยู่มาก แต่ถ้าเป็นฟองที่สีไม่ขาวแสดงว่ามีส่วนผสมอย่างอื่นมาก ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งหมด 17 ราย มีโรงงานที่มีระบบควบคุมคุณภาพที่มีมาตรฐานเพียง 2 โรงงาน ส่วน 14 โรงงานมีการตรวจสอบคุณภาพโดยใช้ประสบการณ์ในการผลิตของตนเองทั้งสิ้น ที่เหลืออีก 1 โรงงานไม่ให้ข้อมูล ส่วนในเรื่องการรับรองคุณภาพสินค้าจากหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มีโรงงานที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานดังกล่าว 4 โรงงาน นอกนั้น 12 โรงงานมีการรับรองคุณภาพสินค้าโดยใช้ความเชื่อถือนระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ หรือการที่ผู้ซื้อนำสินค้าไปตรวจสอบคุณภาพสินค้าด้วยตัวเอง ส่วนอีก 1 โรงงานไม่ให้ข้อมูล

ความสามารถของผู้ประกอบการด้านตลาด

ผู้ประกอบการมีความเข้าใจสภาพตลาด ความต้องการของลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งความต้องการของตลาดทั้งสองไม่แตกต่างกัน จะมีเพียงบางกลุ่มของลูกค้าโดยเฉพาะในด้านราคาสินค้าที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มมีทัศนคติที่แตกต่างกัน การที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจตลาดและลูกค้าได้เป็นข้อได้เปรียบหนึ่งเพราะผู้ประกอบการสามารถสร้างความ

แตกต่างของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างด้านราคา คือ สามารถกำหนดราคาโดยพิจารณาจากฝีมือ การออกแบบ ความยากง่ายของงาน รสนิยมของผู้บริโภค การที่โรงงานแต่ละแห่งทำการผลิตสินค้า รูปแบบคล้ายกันแต่มีความแตกต่างกันในเรื่องกระบวนการผลิต รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้ารูปแบบเดียวกันได้ในราคาที่แตกต่างกัน และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการหลากหลายทั้งในเรื่องของรูปแบบและราคาได้ ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับ ความต้องการของตลาดแต่ขาดความรู้ความสามารถในการบริหารสิ่งที่รู้ให้เป็นประโยชน์ทางด้านการตลาด

กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด

ด้านการตลาด ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะคอยรับคำสั่งซื้อจากลูกค้ามากกว่าที่จะให้พนักงานขาย ออกหาตลาดเอง ประกอบกับการขาดข้อมูลข่าวสารและการชี้แนะที่เป็นประโยชน์ต่อการตลาด เช่น การเปิดตลาดใหม่ ทำให้ตลาดหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่เป็น ตลาดแคบ ไม่กว้างเท่าที่ควร เพราะแต่ละโรงงานยังต้องพึ่งตนเองในการจัดจำหน่ายและหาตลาด นอกจากนี้ก็ประสบปัญหาหนึ่งที่มีผลต่อการบั่นทอนความสามารถในการแข่งขันคือ การที่ผู้ผลิต ส่วนใหญ่ไม่มีความสนใจที่จะหาตลาดใหม่เพิ่มเติม เนื่องจากไม่สามารถรับคำสั่งซื้อขนาดใหญ่ได้ และไม่สามารถผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการจำนวนมากของลูกค้าได้ทั้งหมด เนื่องจาก หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นการผลิตแบบใช้แรงงานที่มีฝีมือเป็นหลัก ไม่เน้นการผลิตระบบอุตสาหกรรม ไม่มีเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัย ไม่มีเทคโนโลยีที่สามารถ ช่วยให้การผลิตผลิตได้มากเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ไม่สามารถรับอุปสงค์จำนวนมาก ได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่คิดที่จะหาตลาดใหม่และไม่คิดเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของ ตนเอง

กลยุทธ์การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์ด้านการตลาดยังเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการต่างๆ ใช้กลยุทธ์ต่างๆ ไป ไม่เน้น กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดมากนัก ทำให้สูญเสียโอกาสที่ดีทางการตลาดไป โดยเฉพาะในเรื่อง ของการสร้างตราสินค้า (Branding) เป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการยังขาดการให้ความสำคัญและความ สนใจ เนื่องจากโรงงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่ทำการผลิตโดยไม่มี ตราสินค้าเป็นของตนเอง ไม่เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการมีตราสินค้า ถ้าสินค้า หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินต้องการที่ก้าวสู่ความเป็นสากล การที่มีไม่มีตราสินค้าจะเป็น อุปสรรคและปัญหาหนึ่งในการแข่งขันและการยอมรับของผู้บริโภค

ในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน การส่งเสริมการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ยังมีอยู่น้อยมาก ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินน้อย ความต้องการผลิตภัณฑ์จึงน้อยไปด้วย นอกจากนี้การตลาดส่วนใหญ่จะไม่เน้นการทำตลาดเชิงรุก ซึ่งการตลาดของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นการตลาดแบบเชิงรับมากกว่าคือ รอให้มีลูกค้าสนใจมาติดต่อเองและนิยมติดต่อลูกค้าประจำเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องมาจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้นยังเป็นไปอย่างไม่ทั่วถึง ทำให้ผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศอย่างกว้างขวางเท่าที่ควร ประกอบกับข้อจำกัดในการผลิตที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการซื้ออย่างมากได้ แต่ยังมีบางกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เป็นผลดี เช่น การโฆษณาแบบปากต่อปาก การที่ผู้ประกอบการทำการผลิตมาเป็นระยะเวลายาวนาน มีประสบการณ์ในการผลิต การทำงานเกี่ยวกับเครื่องเงินเครื่องประดับเงินมาก ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจ เป็นต้น

ในปัจจุบันนี้โรงงานต่างๆเริ่มสนใจในกลยุทธ์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์(E-mail) เว็บไซต์ (Website) เป็นต้น (จากการสัมภาษณ์พบว่ามีโรงงานถึง 7 แห่งจาก 19 แห่งที่มีการโฆษณาสินค้าผ่านทางเว็บไซต์) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลางมากในการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคในพื้นที่ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศโดยมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบหนึ่งและเป็นผลดีต่อหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมากขึ้นเพราะในยุคนี้เป็นยุคไร้พรมแดน เน้นการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นซึ่งผู้ผลิตจะต้องก้าวตามให้ทันโลก และทันกลยุทธ์ของกลุ่มต่างๆ

กลยุทธ์ทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางไม่มาก โดยส่วนใหญ่จะทำการจำหน่ายผ่านการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงและการติดต่อผ่านทางพ่อคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย มีเพียงส่วนน้อยที่มีช่องทางการจำหน่ายผ่านทางศูนย์จำหน่ายสินค้า และการขายทางงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ การที่โรงงานแต่ละแห่งมีช่องทางในการจัดจำหน่ายน้อยจะไม่เป็นผลดีต่อการจำหน่ายและการตลาด การที่เป็นเช่นนี้มีสาเหตุมาจากการที่บุคลากรและผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับทางการตลาดน้อย ไม่รู้จักช่องทางการจัดจำหน่ายประเภทอื่น ซึ่งไม่เพียงพอต่อธุรกิจและอุตสาหกรรมนี้ อีกทั้งการให้ความสำคัญในด้านการตลาดยังมีไม่มาก ซึ่งทุกปีจัยล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินทั้งสิ้น โดยเฉพาะปีจัยใน

ด้านอุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญประเด็นหนึ่งที่เป็นตัวช่วยผลักดันหรือบั่นทอนที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านนี้นอกจากด้านการผลิตด้วย

โครงสร้างธุรกิจไม่ซับซ้อน

โครงสร้างขององค์กรหรือธุรกิจผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นโครงสร้างองค์กรอย่างง่าย ๆ ไม่มีความซับซ้อนมากนัก เนื่องจากโรงงานส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก มีจำนวนคนงานไม่มาก มีลักษณะการทำงานแบบเป็นกันเอง เน้นความสัมพันธ์แบบครอบครัวมากกว่าเป็นแบบโรงงานอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง อีกทั้งลักษณะงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นงานที่ไม่เน้นความรวดเร็วและจำนวนมาก (Mass Production) แต่เป็นงานที่เน้นฝีมือ ความละเอียด ประณีต ทำให้การบริหารงานและโครงสร้างขององค์กรเป็นแบบง่าย ๆ แต่มีการแบ่งเป็นแผนกหรือฝ่ายต่างๆ เพื่อให้มีความเป็นระเบียบ โดยมีเจ้าของหรือผู้ประกอบการเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ในการที่มีโครงสร้างองค์กรแบบง่าย ๆ ทำให้สามารถสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมมือกันระดมความคิดช่วยกันแก้ปัญหาหาทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ทำให้เกิดความสามารถในการพัฒนากระบวนการต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตามการมีโครงสร้างธุรกิจไม่ซับซ้อนก็อาจจะมีข้อเสียได้ เช่นเวลาที่เกิดปัญหาแล้วผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจไม่อยู่ แล้วไม่มีใครกล้าตัดสินใจ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความล่าช้าต่อการทำงานได้

การแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน มีระดับการแข่งขันในท้องถิ่นในประเทศค่อนข้างสูงระดับหนึ่ง ทั้งการแข่งขันในรูปแบบราคาและมิใช่ราคา ส่วนมากเป็นการแข่งขันในด้านที่มีใช้ราคา คือ การแข่งขันที่รูปแบบ (Design) และคุณภาพสินค้า ซึ่งย่อมนำไปสู่ธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เข้มแข็งขึ้นและเกิดแรงผลักดันให้มีการพัฒนาทุ่มเทความพยายามที่จะปรับปรุงกระบวนการผลิตรวมทั้งการพัฒนารูปแบบและนวัตกรรม ปรับปรุงกลยุทธการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าหัตถกรรมเครื่องประดับเงินที่มีคุณภาพและต้นทุนต่ำตามความต้องการของลูกค้า ทำให้ธุรกิจและอุตสาหกรรมมีความพร้อมที่จะทำการแข่งขันกับตลาดทั้งในและต่างประเทศ เมื่อทำการจำหน่ายสินค้าในตลาดต่างประเทศจะก่อให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาด เนื่องจากในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีการแข่งขันกับต่างประเทศสูงขึ้น ทั้งประเทศที่มีการผลิตเครื่องประดับเงินอยู่ก่อนแล้วได้มีการพัฒนาตนเองมากขึ้นและประเทศที่มีแนวโน้มที่จะทำการ

ผลิตเครื่องประดับเงิน โดยเข้าร่วมการแข่งขันกับประเทศไทยมากขึ้น แต่มีความได้เปรียบมากกว่าไทยทั้งทางด้านเทคโนโลยีและต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศไทยมาก เช่น จีน อินเดีย เป็นต้น

ฉะนั้นหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินย่อมมีแรงกดดันมากขึ้น ทำให้มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเองในทุกๆด้านและพยายามสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้เครื่องประดับเงินจะต้องแข่งขันกับผู้ผลิตเครื่องประดับเงินด้วยกันเองแล้ว ยังต้องทำการแข่งขันกับผู้ผลิตเครื่องประดับประเภทอื่นๆอีก ดังนั้นทั้งจากสถานการณ์การแข่งขันที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเองและกลุ่มผู้ผลิตเครื่องประดับต่างๆ อีกทั้งจากแรงกดดันทางเทคโนโลยีและความก้าวหน้าการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ที่ช่วยกันผลักดันหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินนี้

4.3.5 บทบาทของรัฐบาล

หน่วยงานและองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ผลิตในด้านการส่งออกสินค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 สำนักอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ สถาบันแรงงาน

ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการต่างๆกับหน่วยงานของรัฐมีค่อนข้างน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการไม่เห็นความสำคัญในการร่วมมือและเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลความต่อเนื่องในการส่งเสริม การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ทั้งขาดการประสานงานกับโรงงานผู้ประกอบการ ทำให้บทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมนี้ยังมีน้อย

จากการสัมภาษณ์ถึงความสัมพันธ์ต่อหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ พบว่ามีโรงงานที่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานและองค์กรภาครัฐจำนวน 15 โรงงาน ส่วนอีก 2 โรงงานไม่มีความสัมพันธ์ โดยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่จะเป็นความสัมพันธ์กันในเชิงหน้าที่ ภาครัฐไม่ค่อยช่วยเหลืออะไรนอกจากช่วยจัดงานถนนคนเดิน มีโรงงานเพียงบางส่วนที่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานทางภาครัฐมาก โดยได้กล่าวว่า หน่วยงานราชการมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลดีมาก มีการพาไปดูงานที่ต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการช่วยจัดงานถนนคนเดินที่ถนนวัวลายซึ่งช่วยให้มีนักท่องเที่ยวมาที่ถนนวัวลายมากขึ้น ส่วนโรงงานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐได้กล่าวว่าหน่วยงานราชการไม่ค่อยช่วยเหลืออะไรเลย

ในทุกๆด้านเช่นด้านการตลาด ด้านการอบรม ด้านการให้กู้ยืมเงินลงทุน นอกจากนี้ยังให้การสนับสนุนแต่ละร้านไม่เหมือนกัน เช่นการออกงานหรือการเชิญไปอบรมก็เชิญเป็นบางร้านเท่านั้น ไม่ให้การสนับสนุนเท่าเทียมกัน มีการเล่นพรรคเล่นพวก

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์

จากการศึกษาและวิเคราะห์หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ข้างต้น ทั้งในด้านโครงสร้างการผลิต โครงสร้างการตลาด อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กลยุทธ์โครงสร้างองค์กรและการแข่งขัน เป็นการวิเคราะห์เพียงภายในของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน สามารถนำมาสรุปและวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ซึ่งมีผลกระทบต่อหัตถอุตสาหกรรมนี้ได้เช่นกัน โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ทั้งจากสถานการณ์ภายในและสถานการณ์ภายนอกได้ ดังนี้

4.4.1 สถานการณ์ภายใน ทำการวิเคราะห์ความสามารถและความพร้อมของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ในส่วนที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน พิจารณาเปรียบเทียบจากการดำเนินงานของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่ผ่านมา และคู่แข่งที่สำคัญทั้งในและต่างประเทศ

จุดแข็ง(Strengths)

- แรงงานมีฝีมือ มีทักษะ ความสามารถและประสบการณ์โดยเฉพาะในด้านหัตถกรรม
- มีรากฐานทางวัฒนธรรมที่ยาวนาน สามารถนำไปสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มคุณค่าแก่หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินได้
- อุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพ มีแนวโน้มในการพัฒนาสูง
- มีผู้ผลิตเครื่องมือและพลังงานเชื้อเพลิง รวมทั้งธุรกิจปลายน้ำอยู่ในพื้นที่และกระจุกตัวอยู่ในบริเวณจังหวัดเชียงใหม่
- มีสถานส่งเสริมและสนับสนุนและสถาบันให้ความรู้พร้อมในการพัฒนาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

จุดอ่อน(Weaknesses)

ด้านการผลิต

- เครื่องมือเครื่องจักรในการผลิตมีน้อย ไม่มีความทันสมัย
- แรงงานที่มีฝีมือและประสบการณ์มีน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการ
- ระดับการศึกษาของแรงงานต่ำ
- ขาดนักออกแบบที่มีความรู้ ความสามารถ ในการออกแบบงานให้มีรูปแบบที่หลากหลาย
- ขาดเทคนิคและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการผลิต
- มีต้นทุนด้านพลังงานสูงและมีแนวโน้มสูงขึ้นอีก
- ไม่มีระบบควบคุมคุณภาพที่เป็นมาตรฐาน

ด้านการตลาด

- ลูกคามีความรู้จักและมีความรู้เกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินน้อย
- ผู้ประกอบการขาดข้อมูลข่าวสารทางการตลาด
- ไม่ทำตลาดเชิงรุก
- ไม่สามารถรับอุปสงค์จำนวนมากหรือคำสั่งซื้อขนาดใหญ่ได้
- ไม่สนใจจะเปิดตลาดใหม่
- ขาดการบริหารทางการตลาด การส่งเสริมทางการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์
- ไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง

ด้านอื่นๆ

- ผู้ประกอบการมีความร่วมมือซึ่งกันและกันค่อนข้างน้อย ขาดความไว้วางใจและไม่ค่อยมีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง
- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความพร้อม ความร่วมมือในกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง
- การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี นวัตกรรมระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องไม่ทั่วถึง
- ขาดการประสานงานของบุคลากร หน่วยงานต่างๆ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างสถาบันส่งเสริม สนับสนุนและสถาบันให้ความรู้กับผู้ประกอบการ

- ผู้ประกอบการขาดทัศนคติในการพัฒนาตนเองและธุรกิจตนเอง ต่างมีความพึงพอใจในสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจตนเอง
- ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ผู้ประกอบการไทย และกลุ่มพนักงานที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพมีจำนวนน้อยหากเทียบกับประเทศคู่แข่ง

4.4.2 สถานการณ์ภายนอก โดยทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สามารถเป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคข้อจำกัดของหัตถอุตสาหกรรมนี้

โอกาส (Opportunities)

- ปัจจุบันมีความต้องการบริโภคเครื่องประดับเงินมากขึ้น การที่มีความต้องการบริโภคเครื่องประดับเงินมากขึ้นเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของโลกที่ตกต่ำ ดังนั้นเครื่องประดับเงินจึงเป็นตัวเลือกที่มีประสิทธิภาพและคุ้มค่าสำหรับเศรษฐกิจยุคปัจจุบันนี้
- ตลาดสินค้ากลุ่มประณีตยังเปิดกว้าง ความต้องการสินค้ากลุ่มประณีต(High Touch) ที่เน้นการทำมือ ซึ่งตลาดของสินค้าในกลุ่มนี้ที่เน้นคุณค่าของงานหัตถกรรมซึ่งเป็นงานที่มีมูลค่าสูงยังเปิดกว้างอยู่ ลักษณะงานหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีคุณสมบัติตรงความต้องการของตลาดกลุ่มนี้ อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์ของเชียงใหม่และของประเทศไทย
- หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นเป้าหมายย่อยหนึ่งของรัฐบาลในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่รัฐบาลให้การส่งเสริม โดยมีแผนแม่บทอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีโครงการต่างๆเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ ในขณะที่หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินก็เป็นเป้าหมายหนึ่งของรัฐบาลในการพัฒนา ซึ่งมีเป้าหมายให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางในการพัฒนางานหัตถกรรมโดยมีโครงการที่จะจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้าหัตถกรรมถาวรขึ้น มีการให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

- รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว

รัฐบาลมีนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีการรณรงค์ให้เที่ยวในเมืองไทยมากขึ้น โดยจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการคาดหมายและดำเนินการในการพัฒนาและรณรงค์ให้มีการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะงานหัตถกรรมที่น่าสนใจ

- รัฐบาลสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)

รัฐบาลสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในทุกๆด้านเป็นจำนวนมาก เพื่อให้สามารถเติบโตขึ้นและยกระดับเป็นธุรกิจที่มีความแข็งแกร่งขึ้น อีกทั้งเป็นช่วงที่รัฐบาลให้การสนับสนุนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) เพื่อช่วยเหลือประชาชนในท้องถิ่นให้สามารถประกอบธุรกิจขนาดเล็ก และเป็นการสร้างรายได้ให้กับตนเองและชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินอยู่ในกลุ่มเป้าหมายทั้งสองโครงการของรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลืออยู่ ทำให้มีโอกาสในด้านธุรกิจมากขึ้น

- การพยายามจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ

การพยายามจัดงานแสดงสินค้าในประเทศให้ยิ่งใหญ่เป็นงานระดับชาติ เช่นงาน BANGKOK GEMS&JEWELRY FAIR งานOTOP(One Tumbon One Product)และงาน BIG(Bangkok International Gift & Houseware fair) เป็นต้น ซึ่งรัฐบาลให้การสนับสนุนสินค้าในชุมชนท้องถิ่นไทยที่มีคุณภาพดีให้ก้าวสู่ระดับประเทศและระดับสากล

- การพยายามผลักดันในเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ของรัฐบาล

การพยายามสร้างความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมที่ครบวงจรตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำไปจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ และการผลักดันในเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ของอุตสาหกรรมต่างๆของรัฐบาล รวมทั้งอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีวิสัยทัศน์ การเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลกภายในปี พ.ศ. 2557

- เทคโนโลยีเกี่ยวกับการสื่อสารเครือข่ายคอมพิวเตอร์พัฒนาและก้าวหน้า

การที่โลกปัจจุบันเป็นโลกไร้พรมแดน เนื่องจากมีเทคโนโลยีเกี่ยวกับการสื่อสารเครือข่ายคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต(Internet) และมีแนวโน้มในการพัฒนาให้มีการก้าวหน้ามากขึ้น จะสามารถช่วยในเรื่องการตลาดของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินได้ดีขึ้น โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยลง ช่วยติดต่อกู้ค้าได้มากขึ้นและสะดวกขึ้น

อุปสรรค(Threats)

- วัตถุดิบโลหะเงินมีราคาแพง
ราคาวัตถุดิบโลหะเงินมีราคาแพงจะมีผลกระทบต่อหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินให้เพิ่มสูงขึ้น
- การเติบโตทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศจีน
การเติบโตทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศจีน รวมทั้งการที่จีนเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก(WTO) ทำให้จีนสามารถตีตลาดส่งออกของไทยได้มากขึ้น แม้เครื่องประดับเงินของจีนจะมีคุณภาพและรูปแบบที่ดียิ่งกว่า แต่มีข้อได้เปรียบในด้านราคาของผลิตภัณฑ์
- การเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ในประเทศอื่นๆ
ประเทศอื่นๆมีการให้ความสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ในประเทศอื่นๆที่เป็นคู่แข่งของประเทศไทยอยู่ เช่น ประเทศเวียดนาม
- ราคาพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้น
ราคาพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้นจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรม โดยเฉพาะราคาถ่านและราคาก๊าซที่มีราคาสูง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเพิ่มสูงขึ้น หรือราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อค่าขนส่งสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย
- ตลาดส่งออกมีมาตรการเข้มงวดมากขึ้น
กลุ่มประเทศอเมริกาและยุโรป ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีความเข้มงวดเกี่ยวกับความปลอดภัย สุขอนามัยของผู้บริโภค รวมทั้งเรื่องสิ่งแวดล้อมและมาตรฐานของสินค้า ทำให้ต้องมีการตรวจสอบสารเคมีและสารปนเปื้อนต่างๆในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายและเวลาเพิ่มขึ้นในการตรวจสอบและสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าต่างประเทศยอมรับในคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
- การพัฒนาตนเองอย่างรวดเร็วของคู่แข่ง
คู่แข่งมีการพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพในการผลิตและการตลาดอย่างรวดเร็วและมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่าในประเทศไทยมาก โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงาน ต้นทุนพลังงานและค่าขนส่ง ซึ่งเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวในอนาคต เช่น ประเทศจีนและเวียดนาม

- ข้อจำกัดเกี่ยวกับการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

สินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นแรงงานในการผลิต เป็นงานหัตถกรรม จะมีข้อจำกัดมากเกี่ยวกับการผลิตแบบเร่งด่วนและงานที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก เนื่องจากหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินทำการผลิตได้ช้า มีปริมาณน้อยและต้องการแรงงานมีฝีมือจำนวนมาก และตลาดมีความต้องการสูงโดยเฉพาะในช่วงเทศกาล

จากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทั้งจาก Diamond Model ซึ่งศึกษาองค์ประกอบหลักทั้ง 4 ประการดังกล่าว และการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ SWOT analysis สามารถสรุปได้ว่าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบในการแข่งขัน การที่จะพัฒนาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น จะต้องทำการส่งเสริมและหาวิธีการในการปรับปรุงในข้อที่มิมีความได้เปรียบให้คงอยู่และพัฒนาให้มีความได้เปรียบมากขึ้นต่อไป ส่วนข้อเสียเปรียบต้องมีการแก้ไขให้มีความได้เปรียบเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้

4.5 วิธีการเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน

วิธีในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันนั้นมีอยู่หลายวิธี เช่น แนวทางการพัฒนาและยกระดับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แนวทางการกระจายอำนาจในการกำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาค แนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) และแนวทางในการส่งเสริมให้ภาคเอกชนส่งเสริมกลยุทธ์ในการแข่งขัน เป็นต้น แต่แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) เป็นแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ได้ครบทุกด้านทั้งสี่องค์ประกอบตามวิธีการวิเคราะห์ข้างต้น เนื่องจากสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ครอบคลุมและเกิดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน นอกจากนี้แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ยังเป็นแนวทางการได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาล ซึ่งสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วย

เครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) คือความร่วมมือกันและการเชื่อมต่อกันตลอดเวลาของผู้ที่เกี่ยวข้องในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ที่รวมตัวกันอยู่ในพื้นที่เดียวกันซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ผู้ประกอบการ ผู้ป้อนวัตถุดิบและอุตสาหกรรมอื่นๆต่อเนื่องทั้งหมด สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัยพัฒนาองค์กรและสมาคมในภาคเอกชน ตลอดจนหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

ทั้งหมด โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมของทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมร่วมกัน ซึ่งความร่วมมือและเชื่อมต่อกันดังกล่าวจะก่อให้เกิดการกระจายด้านความรู้รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการผลิตร่วมกัน และสามารถสร้างนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ที่ช่วยยกระดับการดำเนินธุรกิจให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ดังนั้นในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจึงควรใช้แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจากในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ผู้ประกอบการทั้ง 19 รายมีการกระจุกตัวอยู่ในบริเวณพื้นที่เดียวกันและค่อนข้างมีความพร้อมของอุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ สถาบันส่งเสริมและสนับสนุนต่างๆ รวมทั้งสถาบันให้ความรู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นความจำเป็นข้างต้นของการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) โดยธรรมชาติได้

ถ้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสในการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) จะสามารถช่วยแก้ไขข้อเสียเปรียบและประเด็นปัญหาที่ประสบอยู่ได้ในทุกด้านทั้งด้านปัจจัยการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กรและสถานะการแข่งขัน โดยเฉพาะในด้านปัจจัยสนับสนุนและความร่วมมือกันในอุตสาหกรรมสามารถนำพาอุตสาหกรรมนี้ให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ในที่สุด

จากการวิเคราะห์ผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อศึกษาว่าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่จะสามารถเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ได้หรือไม่ เนื่องจากถ้าสามารถเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ได้จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและช่วยแก้ไข ปรับปรุงข้อเสียเปรียบได้ เช่น ช่วยลดต้นทุนดำเนินการโดยการร่วมมือกันซื้อเครื่องจักรและวัตถุดิบ มีการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารระหว่างกันซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ ก่อให้เกิดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีรุ่นใหม่ๆ ที่ผู้ผลิตเพียงคนเดียวไม่สามารถทำได้ สามารถส่งเสริมให้เกิดการเริ่มและขยายตัวของธุรกิจและกิจกรรมการผลิตที่เสริมซึ่งกันและกัน

จะเห็นได้ว่าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่มีปัจจัยพื้นฐานที่สามารถก่อให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ได้ เนื่องจากเมื่อพิจารณาเบื้องต้นแล้ว หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีโรงงานการผลิตตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน มีแรงงานที่มีทักษะฝีมือเป็นจำนวนมาก มีสภาพแวดล้อมที่ดีและสาธารณูปโภคพิเศษที่เหมาะสม และอยู่ใกล้กับสถาบันการศึกษารวมทั้งสถาบันส่งเสริมและสนับสนุนที่เหมาะสมตามที่กล่าวมาข้างต้น แต่ทั้งนี้เครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ไม่ได้เป็นเพียงการดำเนินธุรกิจภายในพื้นที่หรือบริเวณเดียวกันเท่านั้น การรวมกลุ่มกันง่ายๆ โดยเป็นเพียงแหล่งธุรกิจของอุตสาหกรรมนั้นไม่ถือว่าเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่สมบูรณ์ โดยเมื่อพิจารณาจากคุณลักษณะเฉพาะที่สำคัญที่เครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)จำเป็นต้องมีทั้ง 4 ประการ คือ

1.การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน(Connectivity) หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่มีการเชื่อมโยงทั้งในแนวดิ่งและแนวนอนแต่ยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง ผู้ประกอบการกับธุรกิจต้นน้ำไปถึงปลายน้ำ รวมทั้งสถาบันที่ทำการส่งเสริมและให้การสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ยังเป็นความสัมพันธ์แบบธรรมดาตามหน้าที่ ไม่ค่อยมีการเรียนรู้ร่วมกัน ไม่ค่อยมีการแลกเปลี่ยนการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ทั้งข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ทำให้ไม่เกิดความรู้ใหม่ๆขึ้น

2.ความร่วมมือ(Collaboration) ผู้ประกอบการในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในเชียงใหม่ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีการร่วมมือกัน ทั้งที่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันหรือไม่ก็ตาม โดยส่วนที่มีการร่วมมือกันบ้างได้แก่ การรวมกลุ่มกันก่อตั้งชมรมเครื่องเงินบ้านวัวลายเชียงใหม่แต่เป็นการตั้งเพียงในนามเท่านั้น ยังไม่ได้ร่วมมือกันทำอะไร นอกจากมีเพียงการร่วมกันจัดงานแสดงสินค้าถนนคนเดินที่ถนนวัวลายในวันเสาร์เพียงอย่างเดียว ไม่มีการรวมตัวกันซื้อวัตถุดิบเครื่องมือเครื่องจักร เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละรายไม่มีความไว้วางใจซึ่งกันและกันและมีทัศนคติแบบต่างคนต่างอยู่ ไม่เห็นประโยชน์และความสำคัญของการรวมกลุ่มกัน

3.การแข่งขัน(Competition) ในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่มีระดับการแข่งขันสูง โดยเฉพาะการแข่งขันในด้านรูปแบบและคุณภาพ ในปัจจัยการแข่งขันนี้ถือได้ว่าเป็นผลดีต่อหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน เนื่องจากการแข่งขันจะส่งผลต่อการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต

4.ประสิทธิภาพโดยรวม(Collective Efficiency) แม้ว่าการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่จะก่อให้เกิดการพัฒนาการผลิตที่มีประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากการที่ผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไม่มีการร่วมมือกันในการถ่ายทอดความรู้ ประกอบกับการเชื่อมโยงซึ่งกันและกันยังมีน้อย ทำให้ประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นเกิดขึ้นในแต่ละผู้ผลิต แต่ไม่ได้ก่อให้เกิดประสิทธิภาพโดยรวม

เมื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่มีทั้ง 4 ประการ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้เป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) เป็นเพียงแหล่งธุรกิจของแหล่งอุตสาหกรรมที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน แต่ลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่ก่อให้เกิดโอกาสเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หรือเป็นลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจที่ยังไม่พัฒนา(Underachieving clusters) คือ การร่วมมือกันยังมีค่อนข้างน้อย ขาดการประสานงานกันระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งขาดมุมมองใหม่หรือการคิดนอกกรอบอันเป็นประเด็นสำคัญในการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์

จากการศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ทำให้ทราบถึงโครงสร้างการผลิต การตลาด การส่งออก รวมทั้งความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงความแตกต่างที่สำคัญระหว่างของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่

4.6 ประเด็นสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่

จากการที่อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีมูลค่าในการส่งออกอยู่ในระดับสูงและประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสัดส่วนการส่งออกเครื่องประดับเงินในตลาดโลกเป็นอันดับ 2 ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการประสบความสำเร็จของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โดยความสำเร็จนั้นมาจากผู้ประกอบการเห็นความสำคัญทางด้านการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการใช้กลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น การให้ความสำคัญแก่บรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าได้ การให้บริการซึ่งเป็นที่ประทับใจต่อชาวต่างชาติ, การตั้งราคาของสินค้า, การเลือกและการบริหารช่องทางการจำหน่ายสินค้า เช่น การมีสำนักงานขายในต่างประเทศ การที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

ให้ความสำคัญต่อการร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศและงานแสดงสินค้าต่างประเทศรวมทั้งการขยายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินยังเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ การโฆษณาในสื่อต่างๆของเครื่องประดับ การเปิดโสมเพจของบริษัทเพื่อโฆษณาตัวสินค้าและบริษัท และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เครื่องประดับเงินสามารถส่งออกได้จำนวนมากและประสบความสำเร็จในปัจจุบัน

ในขณะที่หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่ประสบความสำเร็จดังที่อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน เนื่องจากผู้ประกอบการยังไม่ให้ความสำคัญทางด้านการตลาดเท่าที่ควร การส่งเสริมการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ยังมีอยู่น้อยมากและยังเป็นไปอย่างไม่ทั่วถึง ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินน้อย และไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศอย่างกว้างขวางเท่าที่ควร ความต้องการผลิตภัณฑ์จึงน้อยไปด้วย จึงเป็นการสูญเสียโอกาสในการขายและการเพิ่มมูลค่าของสินค้า

ในการวิเคราะห์ที่กล่าวมา ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ Diamond Model การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค(SWOT Analysis) และการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญที่แตกต่างกันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ในการที่จะทำให้หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินประสบความสำเร็จนั้น เราจะไม่พิจารณาปัจจัยทั้งหมดแต่เราจะพิจารณาเฉพาะปัจจัยสำคัญหรือปัจจัยที่วิกฤตที่มีผลกระทบต่อกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์เท่านั้น ซึ่งก็คือปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จ(Key Success Factor or critical success factors)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.7 ปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต้องมีเพื่อความสำเร็จ(Key Success Factor)

ปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต้องมีเพื่อความสำเร็จ(Key Success Factor) คือองค์ประกอบสำคัญที่มีส่วนช่วยให้การประกอบการเชิงธุรกิจสำเร็จได้ โดยหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ มีปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต้องมีเพื่อความสำเร็จ(Key Success Factor) ดังนี้

1 ด้านทรัพยากรบุคคล การขาดแคลนทรัพยากรบุคคลทางการออกแบบ ซึ่งจะทำให้โอกาสที่จะสร้างกลยุทธ์เชิงรุกของไทยเป็นไปได้ต่ำ เพราะความสามารถในการออกแบบให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคในตลาดโลกยังมีน้อย สาเหตุที่สำคัญคือ ระบบการศึกษาและการฝึกอบรมทางการออกแบบยังไม่ได้จัดทำแบบบูรณาการ อีกทั้งความเข้าใจของนักออกแบบไทยต่อรสนิยมตะวันตกยังมีน้อย นอกจากนี้แรงงานที่มีฝีมือมีน้อยลงด้วย

2 การลงทุนในการวิจัยและพัฒนา ในปัจจุบันการลงทุนทางการวิจัยและพัฒนาเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต เช่น มีการจัดตั้งสถาบันเฉพาะทางของอุตสาหกรรม มีการจัดตั้งกองทุนต่างๆ เพื่อสนับสนุนการวิจัย อย่างไรก็ตามเงินทุนส่วนใหญ่ซึ่งมาจากภาครัฐยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนา อีกทั้งการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนยังมีค่อนข้างจำกัด การพัฒนาองค์ความรู้ของไทยจึงยังช้ากว่าคู่แข่งอีกหลายประเทศ การเพิ่มการลงทุนทางการวิจัยและพัฒนาเป็นสิ่งจำเป็นเพราะการสร้างองค์ความรู้ที่ใช้เวลานานกว่าจะได้ผลตอบแทน จึงเป็นเรื่องที่ต้องทำทันที

3 ด้านการตลาด โดยผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ยังไม่เห็นความสำคัญทางการบริหารการตลาด การส่งเสริมการตลาด จึงเป็นการสูญเสียโอกาสในการขายและการเพิ่มมูลค่าของสินค้า ดังนั้นการให้ความสำคัญทางการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุปของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมากขึ้นในปัจจุบัน โดยเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยให้คนมีงานทำ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมไทยด้วย ซึ่งแม้ว่าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจะมีมูลค่าในการส่งออกไม่สูงนักเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน แต่หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีมูลค่าในการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปีและมีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต ดังนั้นหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาและสนับสนุน เพื่อให้สามารถเติบโตและมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นในตลาดโลก ทางออก คือ การพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออก โดยหาช่องทางและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีการผลิตและการส่งออกหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่สำคัญและมีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของประเทศ โดยทำการศึกษาโครงสร้างการผลิต การตลาดและการส่งออกของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โดยใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับด้านการผลิต การตลาดรวมถึงโครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขัน และวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แนวคิดของ Michael E. Porter คือ Diamond Model ซึ่งมีการวิเคราะห์องค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน คือปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยด้านอุปทาน(Factor Conditions) ปัจจัยสนับสนุนหรือความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง(Relation and Supporting Industries) ปัจจัยด้านอุปสงค์(Demand Conditions) และกลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสภาวะการแข่งขันกัน(Firm Strategy, Structure and Rivalry) รวมทั้งใช้แนวคิดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค(SWOT Analysis) นอกจากนี้ยังวิเคราะห์โอกาสในการส่งออกและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)รวมทั้งพัฒนาแผนกลยุทธ์สำหรับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษานี้จะรวบรวม

ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่

การผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า มีโรงงานที่ทำการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจำนวน 20 โรงงาน กระจายอยู่ในที่ต่างๆได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอสันกำแพง อำเภอแม่แตง เป็นต้น โดยโรงงานที่ทำการจดทะเบียนผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีเพียง 2 โรงงานและอีกประมาณ 18 โรงงานไม่ได้จดทะเบียน ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 18 โรงงาน ถือเป็นร้อยละ 90 ของโรงงานทั้งหมด โดยโรงงานที่ทำการผลิตเครื่องประดับเงินเป็นโรงงานขนาดเล็กทั้งหมด และถ้าแบ่งตามลักษณะการผลิต ได้แก่ ผู้ผลิตที่ทำการผลิตประเภทเครื่องประดับเงินอย่างเดียวมีประมาณ 3 ราย ส่วนที่เหลือ คือ 14 ราย เป็นผู้ผลิตที่ทำการผลิตเครื่องประดับเงินร่วมกับเครื่องเงินประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว เครื่องใช้ในบ้าน

ในการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่โรงงานจะใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 96 วัตถุดิบได้แก่ เงิน ทองแดง อัญมณี น้ำประสาน เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ เบ้าหลอม คีมยาว ครกเล็กและแม่พิมพ์ เต้าเผา เครื่องรีดเงิน เครื่องดึงเงิน เครื่องมือในการตกแต่งผลิตภัณฑ์ เครื่องมือในการขัด แรงงานที่ใช้ในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่มีฝีมือ ความรู้ความสามารถของแรงงานจากการถ่ายทอดจากพ่อแม่ จากประสบการณ์ การฝึกฝนของตนเองและจากการสอนของโรงงาน ส่วนทางด้านการศึกษาที่แรงงานส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ค่อนข้างต่ำ

การผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีวิธีการผลิต เริ่มตั้งแต่การออกแบบซึ่งโดยส่วนใหญ่เจ้าของจะเป็นคนออกแบบเอง การเตรียมวัตถุดิบ การหลอม การขึ้นรูป การตกแต่งและประกอบตัวเรือน การทำความสะอาดผิวเครื่องประดับเงิน จนถึงการตรวจสอบคุณภาพและการบรรจุหีบห่อ

สินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าที่ประณีต การจำหน่ายมีทั้งจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนใหญ่จำหน่ายในประเทศประมาณร้อยละ 77.6 มีตลาดหลักอยู่ที่เชียงใหม่ กรุงเทพฯและภูเก็ต ส่วนการจำหน่ายในต่างประเทศผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการส่งออกโดยผ่านพ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย เหตุที่ไม่ทำการ

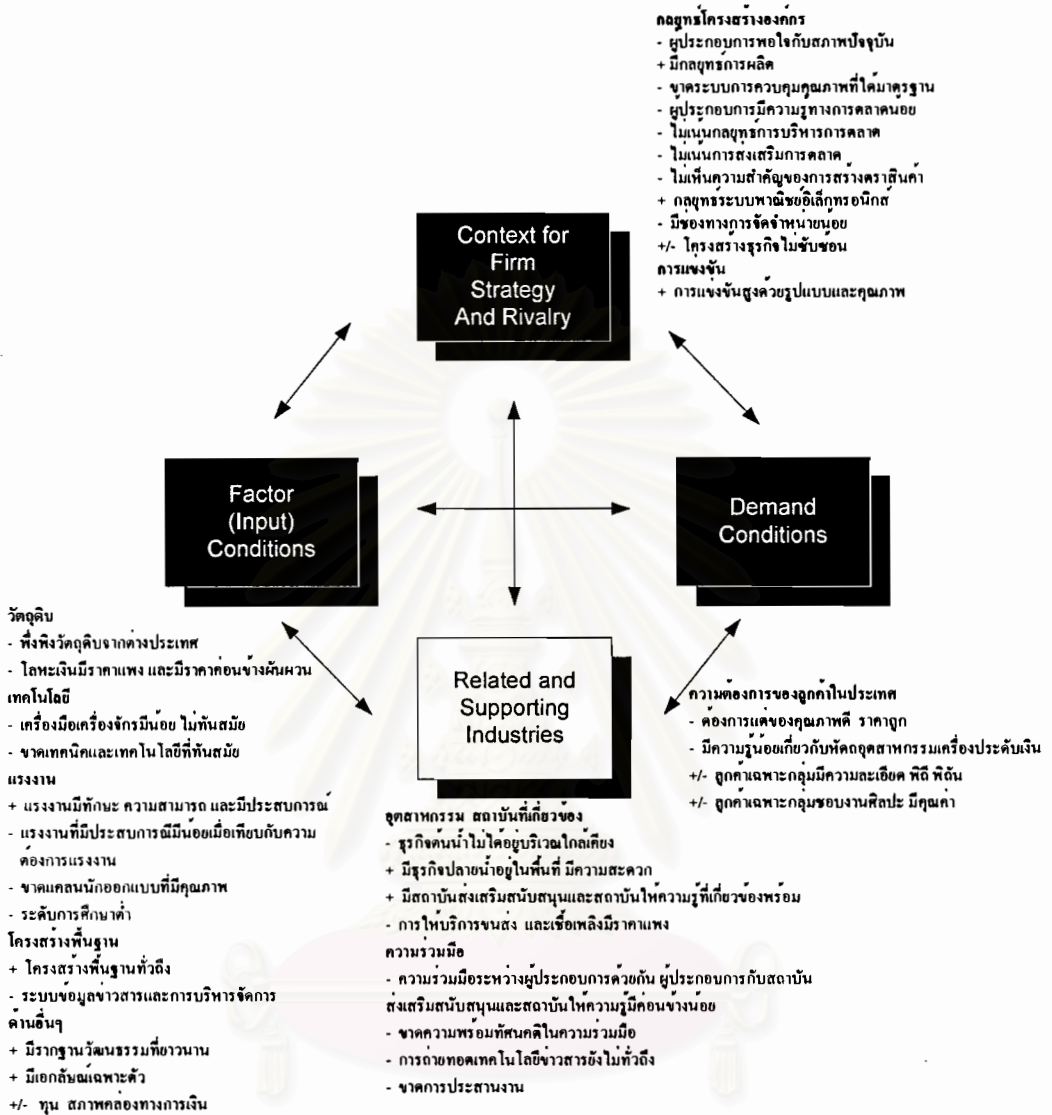
ส่งออกเองเนื่องจากปัญหาทางด้านภาษาและความยุ่งยากในการส่งออก ตลาดที่ทำการส่งออกส่วนใหญ่คือตลาดสหรัฐอเมริกา ยุโรปและญี่ปุ่น

ในหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยกิจกรรมหลักได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตและกิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น ผู้ป้อนวัตถุดิบเงิน ทองแดงและน้ำประสาน ผู้ผลิตเครื่องมือเครื่องจักรและพลังงานเชื้อเพลิง ส่วนอุตสาหกรรมปลายน้ำที่เกี่ยวข้อง เช่น บรรจุกัมภ์และขนส่ง ตัวแทนจำหน่ายสินค้า รวมทั้งสถาบันส่งเสริม สนับสนุน และสถาบันให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในพื้นที่เดียวกันที่เป็น พื้นฐานของการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ Diamond Model และ SWOT Analysis โดยในการวิเคราะห์โดยใช้ Diamond Model สามารถสรุปได้ ดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



นอกจากนี้สามารถสรุปข้อได้เปรียบและข้อด้อยหรือปัญหาของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินได้ โดยข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ได้แก่ แรงงานมีฝีมือ มีทักษะ ความสามารถและประสบการณ์โดยเฉพาะในด้านหัตถกรรม มีรากฐานทางวัฒนธรรมที่ยาวนาน สามารถนำไปสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มคุณค่าแก่หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินได้ อุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพ มีแนวโน้มในการพัฒนาสูง มีผู้ผลิตเครื่องมือและพลังงานเชื้อเพลิง รวมทั้งธุรกิจปลายน้ำอยู่ในพื้นที่และกระจุกตัวอยู่ในบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งมีสถานส่งเสริมและสนับสนุนและสถาบันให้ความรู้พร้อมในการพัฒนาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ส่วนข้อด้อยหรือปัญหาของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ได้แก่ ด้านการผลิต เช่น เครื่องมือเครื่องจักรในการผลิตมีน้อย ไม่มีความ

ทันสมัย แรงงานที่มีฝีมือและประสบการณ์มีน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการ ระดับการศึกษาของแรงงานต่ำ ขาดนักออกแบบที่มีความรู้ ความสามารถในการออกแบบงานให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ขาดเทคนิคและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการผลิต มีต้นทุนด้านพลังงานสูงและมีแนวโน้มสูงขึ้นอีก และไม่มีระบบควบคุมคุณภาพที่เป็นมาตรฐาน ในด้านการตลาด เช่น ลูกคามีความรู้เกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินน้อย ผู้ประกอบการขาดข้อมูลข่าวสารทางการตลาด ขาดการทำตลาดเชิงรุก ไม่สามารถรับอุปสงค์จำนวนมากหรือคำสั่งซื้อขนาดใหญ่ได้ ไม่สนใจจะเปิดตลาดใหม่ ขาดการบริหารทางการตลาด การส่งเสริมทางการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ด้านอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความพร้อม ความร่วมมือในกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ขาดการประสานงานของบุคลากร หน่วยงานต่างๆขาดการเชื่อมโยงระหว่างสถาบันส่งเสริม สนับสนุนและสถาบันให้ความรู้กับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการขาดทัศนคติในการพัฒนาตนเองและธุรกิจตนเอง และความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งประเด็นเหล่านี้ควรจะมีการแก้ไข ปรับปรุงให้มีความได้เปรียบขึ้น

นอกจากนี้ยังมีโอกาสของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ได้แก่ ความต้องการบริโภคเครื่องประดับเงินมีมากขึ้น ตลาดสินค้ากลุ่มประณีตยังเปิดกว้าง อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นเป้าหมายย่อยหนึ่งของรัฐบาลในการพัฒนา รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวและสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) รวมทั้งการพยายามจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ และการพยายามผลักดันในเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีเกี่ยวกับการสื่อสารเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาและก้าวหน้า เป็นต้น ส่วนอุปสรรคของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ได้แก่ วัตถุดิบโลหะเงินมีราคาแพง การเติบโตทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศจีน การเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ในประเทศอื่นๆ ราคาพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้น ตลาดส่งออกมีมาตรการเข้มงวดมากขึ้น การพัฒนาตนเองอย่างรวดเร็วของกลุ่มคู่แข่ง และข้อจำกัดเกี่ยวกับการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

ทั้งนี้ยังใช้วิธีในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้แนวทางพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ซึ่งแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) นี้เป็นแนวทางที่ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาล ซึ่งสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

จากการวิเคราะห์ผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆเพื่อศึกษาว่า หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจะสามารถเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ได้หรือไม่ เมื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่มีทั้ง 4 ประการ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไม่ได้เป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) เป็นเพียงแหล่งธุรกิจของแหล่งอุตสาหกรรมที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน แต่ลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่ก่อให้เกิดโอกาสเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หรือเป็นลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจที่ยังไม่พัฒนา(Underachieving clusters) คือการร่วมมือกันยังมีค่อนข้างน้อย ขาดการประสานงานกันระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งขาดมุมมองใหม่หรือการคิดนอกกรอบ อันเป็นประเด็นสำคัญในการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

แนวทางในการพัฒนาหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถกระทำได้โดยการต่อยอดการรวมกลุ่มที่มีอยู่แล้วให้มีลักษณะเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ที่สมบูรณ์ ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน รวมทั้งแก้ไขปรับปรุงข้อด้อยหรือปัญหาของหัตถอุตสาหกรรมนี้ เพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น ดังมีรายละเอียด ดังนี้

1 การรวมกลุ่มหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่มีอยู่แล้วให้มีลักษณะเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)

หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะสามารถพัฒนาไปเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นแนวทางที่ดี ควรจะพัฒนาโดยการต่อยอดการรวมกลุ่มที่มีอยู่แล้วให้มีลักษณะเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่สมบูรณ์ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยแนวทางที่สำคัญมีดังนี้

- สร้างกิจกรรมระหว่างผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินหรือทำกิจกรรมร่วมกันในสมาคมเครื่องเงินบ้านวิบูลย์เชียงใหม่

ในการสร้างกิจกรรมระหว่างผู้ประกอบการนั้น เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ให้เห็นถึงความสำคัญของประโยชน์ในการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) เพื่อให้ผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินยอมให้ความร่วมมือระหว่างกัน มีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ที่จะช่วยในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินร่วมกัน และเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ผลิตหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่เห็นว่าข้อมูลในการผลิตเป็นความลับของธุรกิจเท่านั้น

- จัดหาผู้ประสานงานเพื่อทำหน้าที่เป็นคนกลาง

ในการที่จะพัฒนาไปเป็นเครือข่ายวิสาหกิจนั้นจะต้องจัดหาผู้ประสานงานเพื่อทำหน้าที่เป็นคนกลาง ที่สามารถพูดคุยและชักจูงผู้ประกอบการผลิตให้มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการด้วยกันเอง และความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสถาบันต่างๆที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุน ซึ่งผู้ประสานงานจะต้องมีความรับผิดชอบและมีความตั้งใจอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งต้องมีความเป็นกลางไม่มีส่วนได้เสียกับฝ่ายใด มิฉะนั้นจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดี การมีผู้ประสานงานก็จะไม่ประสบผล

- การให้ผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินรู้จักประเมินตนเองอย่างเป็นระบบในด้านต่างๆ

เริ่มแรกควรจัดให้ผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในแต่ละรายรู้จักประเมินตนเองอย่างเป็นระบบในด้านต่างๆ เช่น ด้านต้นทุน ด้านการผลิต ด้านการตลาด เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพที่แท้จริงในการดำเนินธุรกิจของตนเอง เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายมีความเข้าใจว่าตนเองมีความสามารถและประสิทธิภาพในการผลิต โดยไม่ต้องพึ่งพากลุ่มผู้ประกอบการรายอื่นๆและความช่วยเหลือของสถาบันต่างๆที่เกี่ยวข้อง

- จัดทำระบบติดตามและประเมินผลเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) เครื่องประดับเงิน

ในการพัฒนาควรจัดรูปแบบและกิจกรรมให้ตรงตามความต้องการของทั้งผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่โครงการพัฒนาระบบเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) รวมทั้งจัดทำระบบติดตามและประเมินผลเครือข่ายวิสาหกิจเครื่องประดับเงิน

2 แก้ไขปรับปรุงข้อด้อยหรือปัญหาของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินให้มีความได้เปรียบขึ้นแทน

จากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันได้มีข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหหรือข้อด้อยของหัตถอุตสาหกรรมนี้ เพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นและแก้ไข ปรับปรุงข้อด้อยให้มีความได้เปรียบขึ้นแทน ดังตารางที่ 5.1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5.1 บทสรุปของปัญหา ข้อเสนอแนะและแนวทางที่สำคัญ

| ปัญหา | ข้อเสนอแนะและแนวทางที่สำคัญ | ผู้รับผิดชอบ |
|--|--|--|
| <p>ปัจจัยการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - พึ่งพิงวัตถุดิบจากต่างชาติ โลหะเงินมีราคาแพง | <ul style="list-style-type: none"> - ภาครัฐควรสนับสนุนในเรื่องการให้ข้อมูลของประเทศที่เป็นแหล่งวัตถุดิบเงิน เช่น ข้อมูลทางด้านกฎหมาย กฎระเบียบให้แก่ภาคเอกชน รวมถึงเปิดเจรจาการค้า เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้าในการจัดซื้อหรือนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ - ภาครัฐให้การสนับสนุนในด้านการจัดตั้งศูนย์กลางการค้าในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายวัตถุดิบระหว่างผู้ประกอบการต่างประเทศที่จำหน่ายวัตถุดิบเงินกับผู้ประกอบการผลิตเครื่องประดับเงิน | <p>กรมศุลกากร, กรมส่งเสริมการค้า ส่งออก</p> <p>ตั้งองค์กรอิสระมา ร อ ง รั บ คี อ ศูนย์กลางการค้า เชียงใหม่</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - เทคโนโลยีไม่ทันสมัย | <ul style="list-style-type: none"> - ผลักดันให้สถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์วิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านเครื่องประดับ รวมทั้ง สนับสนุน ให้ผู้ประกอบการและสถาบันการศึกษาทำการวิจัยร่วมกัน เพื่อจะได้ช่วยกันคิดและช่วยกันแก้ไขปัญหา - กระตุ้นให้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(BOI)มีนโยบายจูงใจนักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนในด้านเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ | <p>มหาวิทยาลัย เชียงใหม่</p> <p>คณะกรรมการ ส่งเสริมการลงทุน (BOI)</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - ขาดนักออกแบบแรงงานที่มีฝีมือมีน้อย ระดับการศึกษาของแรงงานต่ำ | <ul style="list-style-type: none"> - จัดการประชุมระดมความคิดระหว่างผู้ผลิต หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและสถาบันการศึกษาในด้านเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อกำหนดและจัดหลักสูตรการเรียนการสอนให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ผลิต โดยเฉพาะหลักสูตรด้านการออกแบบ | <p>สถาบันการศึกษา ต่าง ๆ และ หน่วยงานด้าน พัฒนาฝีมือ แรงงานใน เชียงใหม่ เช่น</p> |

| ปัญหา | ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข | ผู้รับผิดชอบ |
|---|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - กระตุ้นให้หน่วยงานด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน เช่น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่1 และกรมฝีมือแรงงานในพื้นที่ จัดโปรแกรมการอบรมพัฒนาเพิ่มทักษะฝีมือของแรงงานด้านเครื่องประดับเงินที่จังหวัดเชียงใหม่ - สนับสนุนให้สถาบันการศึกษามีส่วนสำคัญในการถ่ายทอดความรู้จากบุคลากรที่มีประสบการณ์สูงทางด้านหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ให้มีโอกาสได้ถ่ายทอดประสบการณ์เหล่านั้นอย่างใกล้ชิดกับบุคลากรรุ่นใหม่ที่จะเป็นกำลังสำคัญของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินต่อไป - ให้เงินสนับสนุนหรือให้ทุนการศึกษาแก่ทายาทหรือผู้ประกอบการหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ให้สามารถเรียนในสถาบันการศึกษาที่มีการสอนด้านเครื่องประดับในลักษณะโควตาพิเศษ | มหาวิทยาลัย เชียงใหม่, ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่1และกรมฝีมือแรงงาน เป็นต้น |
| <p>ปัจจัยสนับสนุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการและระหว่างสถาบันส่งเสริมสนับสนุนและให้ความรู้มีค่อนข้างน้อย | <ul style="list-style-type: none"> - กระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการจัดกิจกรรมร่วมกันรวมทั้งจัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์ระหว่างผู้ผลิตกับหน่วยงานให้มากขึ้นและสม่ำเสมอ - ภาครัฐควรแนะนำตัว เพื่อเผยแพร่กิจกรรมเสริมและชี้แจงความเข้าใจ รวมถึงการเข้าถึงผู้ประกอบการและแสดงให้เห็นถึงความจริงใจ เพื่อที่ผู้ประกอบการจะได้มีทัศนคติที่ดีต่อภาครัฐ - สถาบันการศึกษาอาจจะพบปะผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ โดยอาจอยู่ในรูปงานวิจัยพัฒนาหรือการศึกษา คูงาน หรือที่ปรึกษางานเทคนิคต่างๆ เป็นต้น | อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่, พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่, สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคพายัพ เชียงใหม่ |

| ปัญหา | ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข | ผู้รับผิดชอบ |
|---|--|---|
| <p>- เทคโนโลยี โอลิมปิก ข่าวสารยังไม่ทั่วถึง</p> | <p>- จัดให้มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินทั้งทางอินเทอร์เน็ต จดหมาย และแผ่นพับให้มากขึ้นและสม่ำเสมอทุกเดือน</p> | <p>อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่, พาณิชยจังหวัดเชียงใหม่, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย</p> |
| <p>- ขาดการประสานงาน</p> | <p>- จัดหาผู้ประสานงานเพื่อทำหน้าที่เป็นคนกลางในการชักจูง ทุกฝ่ายทั้งผู้ประกอบการและหน่วยงานต่างๆให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี จนกลายเป็นความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมได้</p> | <p>อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่</p> |
| <p>ปัจจัยด้านอุปสงค์</p> <p>- ผู้บริโภคมีความรู้ น้อยเกี่ยวกับ หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน</p> | <p>- กระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์สินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นและรู้จักถึงความงามและคุณค่าผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น</p> <p>- กระตุ้นผู้ประกอบการให้สร้างภาพลักษณ์ของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในด้านคุณภาพงานศิลปะเชิงวัฒนธรรมของชาวล้านนามากขึ้น เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่เป็นสินค้ากลุ่มประณีตและมีเอกลักษณ์</p> <p>- สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้า การประกวดสินค้านี้มีการประชาสัมพันธ์ร่วมทั้งผลักดันให้ผู้ประกอบการเข้าสู่โครงการ OTOP(One Tambon One Product) และประสานความร่วมมือกับการท่องเที่ยวทางจังหวัดเชียงใหม่ในการสนับสนุนหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินให้เป็นที่รู้จักและน่าสนใจมากขึ้น</p> | <p>อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่, พาณิชยจังหวัดเชียงใหม่, การท่องเที่ยวทางจังหวัดเชียงใหม่</p> |

| ปัญหา | ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข | ผู้รับผิดชอบ |
|---|--|---|
| <p>กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสถานะการแข่งขัน</p> <p>- ผู้ประกอบการขาดทัศนคติ การพัฒนาธุรกิจ และพอใจกับสภาพปัจจุบัน</p> | <p>- กระตุ้นผู้ประกอบการให้ต้องการประสบความสำเร็จรวมทั้งเสนอแนะแนวทางหรือยกตัวอย่างให้ผู้ประกอบการเกิดแรงจูงใจในการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าต่อไปมากยิ่งขึ้น โดยการจัดโครงการเพื่อนำผู้ประกอบการไปเรียนรู้ตลาดต่างประเทศเพื่อเปิดโลกทัศน์ของผู้ประกอบการ หรือกระตุ้นให้ผู้ประกอบการออกงานแสดงสินค้ามากขึ้น</p> | <p>พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่</p> |
| <p>- ผู้ประกอบการขาดระบบการควบคุมคุณภาพที่ได้มาตรฐาน</p> | <p>- ให้ความรู้และเร่งทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการให้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานสินค้าแก่ผู้บริโภค เช่น การออกไปรับรองคุณภาพสินค้ารวมถึงการสักรเครื่องหมายรับประกันคุณภาพสินค้า</p> <p>- สนับสนุนนักโลหวิทยาในการวิจัยเกี่ยวกับการผสมโลหะเงิน เพื่อจะได้ผลิตสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่ได้มาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพและรับประกันค่าบริสุทธิ์ของเครื่องประดับเงิน</p> | <p>อุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่</p> <p>มหาวิทยาลัยเชียงใหม่</p> |
| <p>- ผู้ประกอบการมีความรู้การตลาดไม่เพียงพอ</p> | <p>- จัดให้มีการเรียนการสอนหรือจัดอบรมของสถาบันส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหาร การตลาดแก่ผู้ประกอบการ หรือ ไปให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการถึงสถานที่ผลิต</p> <p>- จัดตัวแทนจำหน่ายของประเทศซึ่งมีหน้าที่วิจัยข้อมูลตลาดและสร้างเครือข่ายของการค้าที่มีความเข้มแข็ง</p> | <p>มหาวิทยาลัยเชียงใหม่</p> <p>พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่</p> |

| ปัญหา | ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข | ผู้รับผิดชอบ |
|--|--|-----------------------------|
| - ผู้ประกอบการไม่ เห็นความสำคัญ ของการสร้างตรา สินค้า | - ส่งเสริมให้มีการสร้างตราสินค้าสำหรับสินค้าที่มี คุณภาพหรือสนับสนุนสินค้ามีคุณภาพที่มีตราสินค้า อยู่แล้วให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อให้เกิดการยอมรับ จากผู้บริโภค | พาณิชย์จังหวัด เชียงใหม่ |

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ

ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินใน
จังหวัดเชียงใหม่ นั้น เป็นการศึกษาเพียงส่วนหนึ่งของการศึกษาของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับ
เงินเท่านั้น ซึ่งผลที่ได้จึงไม่สามารถอธิบายภาพรวมที่ถูกต้องของทั้งหัตถอุตสาหกรรม
เครื่องประดับเงินได้ ดังนั้นผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาต่อควรทำการศึกษาในรายจังหวัดอื่นๆ เช่น
จังหวัดกรุงเทพฯ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน เป็นต้น เพื่อให้ได้ภาพรวมที่
ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. กองวิจัยสินค้าและการตลาด. รายงานผลการศึกษาวิจัยเครื่องเงินไทย.

กรุงเทพมหานคร: กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2523.

กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณ. การศึกษาโครงสร้างและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของ

อุตสาหกรรม คอมพิวเตอร์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะ

เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

กฤษ กลั่นตรานนท์และวีรวัฒน์ วงศ์สถาน. เครื่องเงินวัวลาย งานหัตถศิลป์ขึ้นชื่อเชียงใหม่. ไทย

นิวส์ (พฤษภาคม 2543): 3.

ขนิษฐา สุวรรณชาติและดวงดาว สุวรรณรังษี. เครื่องเงินวัวลาย. อนุสาร อ.ส.ท. 29, 7(กุมภาพันธ์

2532): 17.

จักรพงษ์ คำบุญเรือง. เครื่องเงินวัวลายเอกลักษณ์เครื่องเงินเชียงใหม่. เชียงใหม่นิวส์ (พฤศจิกายน

2545): 12.

จักรพร อุ่นจิตต์ และ อติทัต วะสินนท์. คลัสเตอร์(Cluster) เครื่องมือรูปแบบใหม่ในการแข่งขัน.

อุตสาหกรรมสาร 46, 1(มกราคม-กุมภาพันธ์ 2546).

จุลทรรศน์ พยายามนท์. การประดิษฐ์เครื่องเงินในเมืองไทย. ศิลปกรรมศึกษา 7, 10

(สิงหาคม 2529): 31-33.

ชมรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย เชียงใหม่. เครื่องเงิน “วัวลาย”. เชียงใหม่รัฐ(เมษายน 2543): 12.

ชวนชัย อัจฉรินทร์. เอกสารประกอบการสัมมนาหัวข้อ Jewelry Cluster. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญ

มณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2544.

ชโยดม สรรพศรีและคณะ. โครงการศึกษาเศรษฐกิจสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญของไทย5รายการ

กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ชโยดม สรรพศรีและคณะ. โครงการการศึกษาศักยภาพและแนวโน้มทางการตลาดของ

ประเทศคู่แข่ง. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2546.

ชัชวาล ชัยเจริญ. เข้มขันเงินร่วมสมัยในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์

ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาศิลปะไทย คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539.

- ชัยยันต์ กิตติวิศิษฎ์. ความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างไทยกับจีน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ณัฐพงษ์ ทองภักดีและคณะ. การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน(รายงานทิศทางการวิจัยและการค้าไทย). ฝ่ายการวิจัยเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2542.
- ณัฐชไม มหารัตนวงษ์. ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมแผงวงจรไฟฟ้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ดินเหนียว, นามแฝง. เงิน งานจินตนาการแห่งเครื่องเงินจาก เอช ชาญ ซ็อฟ. ลานคำ 2 (พฤศจิกายน 2536) : 42-44.
- นักปราชญ์ ไชยานนท์. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมเซรามิก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2540.
- นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร. SWOT การวางแผนกลยุทธ์ ธุรกิจชุมชน. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, 2545.
- นิติเวท เพิ่มพูนโชคคณา. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลไทย: กรณีศึกษาเนื้อปลาแช่แข็งและปูกระป๋อง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- แน่นน้อย ปัญจพรรค์. เครื่องเงินในประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เริงรัมย์, 2534.
- บรรลือศักดิ์ ปุสสะรังษี และคณะ. ความสามารถในการแข่งขันของไทย : ปัญหาและทางออก. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงเทพ, 2545.
- ปฎิมากร คุ่มเดช. ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สุรวุฒินันท์, 2544.
- พงลดา บุญญสมภพ. การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการลงทุนของธุรกิจสินค้าเครื่องประดับเงินส่งออกในเขตจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข. ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเซรามิก: กรณีศึกษาเซรามิกศิลาดล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- พรพิมล สันติมนิรัตน์. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เอเชียแปซิฟิกพริ้นติ้ง จำกัด, 2539.

- ไพฑูรย์ วิบูลชุกกุล. นโยบายเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในเศรษฐกิจโลก. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย, 2540.
- ภูวนาท รัตนรังสิกุลและนพ ทิปประสาน. การพัฒนารูปแบบและเทคโนโลยีเครื่องประดับเงินเพื่อการส่งออก. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2545.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา(อัญมณีและเครื่องประดับ). สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- มีพร ปริญญาพล. อาชีพการทำเครื่องประดับเงินของชนเผ่ากะเหรี่ยง หมู่บ้านวัดพระบาทห้วยต้ม อำเภอเถิน จังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- ลือชัย จุลาสัยและคณะ. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจภาคเหนือตอนบน อุตสาหกรรมการลงทุนและการค้าชายแดน. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- วราภรณ์ ตีระเกียรติพิศาล. ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- วันชัย ลีลากวิวงศ์และคณะ. โครงการ การศึกษาปัญหา/สถานการณ์และประเมินขีดความสามารถของ SMEs ในภาคอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน-ทอง. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2544.
- วิชัย กุศล. เครื่องเงินล้านนา. สตรีสาร 42(ตุลาคม 2532): 118-119, 134-135.
- วิภาต, นามแฝง. ช่างทำเครื่องเงิน. สตรีสาร 34(มีนาคม 2525): 48-49.
- ศรีวงศ์ สุมิตรและสาธิตี วรบัณฑิต. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารเชิงกลยุทธ์(ฉบับมาตรฐาน). กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธ์พัฒนา จำกัด, 2539.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. เครื่องเงินไทย: ภัยธรรมชาติค่า สร้างรายได้เข้าประเทศ. อุตสาหกรรมสาร 5, 28(กรกฎาคม-กันยายน 2544).
- สมโชติ อ๋องสกุล. ชุมชนวัดหมื่นสาร บ้านวัวลาย ยุคทอง..และการปรับตัวของเครื่องเงิน. พลเมืองเหนือ 2, 28(พฤษภาคม 2545): 24-25.

- สมโชค อ่องสกุลและคณะ. รายงานการวิจัยโครงการสืบค้นหลักฐานทางการศึกษาในล้านนา เรื่อง การสืบค้นหลักฐานการศึกษาในล้านนา : กรณีชุมชนช่างในเวียงเชียงใหม่. ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โครงการศึกษา การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรม. รายงานฉบับสมบูรณ์เล่มที่ 2. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาอัญมณีและเครื่องประดับ). สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545.
- ลาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. แผนธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จ. กรุงเทพฯ: โนเบิลบุ๊ก, 2546.
- สุธรรม วานิชเสนี. แนวคิดเบื้องต้นคลัสเตอร์กับความสามารถในการแข่งขัน. Cluster for Competitiveness (C4C) Group, 2544.
- สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์. ยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบกลุ่มจังหวัดของไทย: การพัฒนาประเทศภายใต้การบูรณาการแนวคิดขั้นการพัฒนาและแนวคิดคลัสเตอร์. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ 26, 100 (เมษายน-มิถุนายน 2547): 27-48.
- สุพิชฌาย์ จันตะปา. ตำนานแห่งเครื่องเงินบนถนนวัวลาย. เชียงใหม่นิวส์. (กุมภาพันธ์ 2545): 5.
- สุพินดา วัฒนรัตน์. การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- สุลักษณ์ เลาจเวทกุล. ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.
- สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา. การพัฒนาภูมิภาค: สถานการณ์และทิศทางการพัฒนา. เศรษฐกิจและสังคม 41, 3(พฤษภาคม-มิถุนายน 2547): 40-44.
- สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม. ข้อมูลสถิติ. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, (ม.ป.ป.)
- อรพินท์ พานทองและคณะ. รายงานผลการวิจัยเรื่องการศึกษาความเป็นไทย เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย, 2544.
- อัจฉรา วรศิริสุนทร. อัญมณีไทยในตลาดสหรัฐฯ : โอกาสทางการตลาดยังเปิดกว้าง. ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงเทพฯ จำกัด(มหาชน), 2546.

ภาษาอังกฤษ

Michael E. Porter. The Competitive Advantage of Nations (With a New Introduction). (n.p.):
Macmillan Press, 1998.

Michael E. Porter. On Competition. (n.p.): A Harvard Business Review Book, 1998.

Özlem Öz. Assessing Porter's framework for national advantage: the case of Turkey. Journal of Business Research (2002): 509-515.

Robert W. Bradford, Peter J. Duncan, Brain. Tarcy. Simplified Strategic Planning :A Nononsense Guide for Busy People Who want Results Fast. (n.p., n.d.)

Srivardhana Thongchai. The Roots of Unsustainable Competitive Advantage :The Case of Thailand. Chulalongkorn Review 16, 63(2004): 100-121.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในประเทศไทย

1 ความเป็นมาของอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

1.1 ความเป็นมาของอุตสาหกรรมเครื่องประดับ

ในอดีตมนุษย์รู้จักนำวัสดุจากธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ ใบไม้ ขนนก เปลือกหอย กระจก ฯลฯ มาตกแต่งร่างกายเพื่อให้เกิดความสวยงาม รวมทั้งแสดงถึงพลังอำนาจซึ่งเป็นพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเครื่องประดับมาจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้เครื่องประดับจะไม่ใช่อุปกรณ์ในการดำรงชีวิต แต่เป็นสิ่งที่สร้างความสุขและกลายเป็นสิ่งสำคัญด้านจิตใจ ซึ่งมีผลต่อการดำรงชีวิต รูปแบบและวัสดุที่นำมาตกแต่งร่างกายหรือที่ทำเป็นเครื่องประดับมีพัฒนาการตามยุคสมัยและวัสดุที่มนุษย์ค้นพบ เช่น เมื่อพบแร่โลหะและรู้จักการหลอมโลหะก็มีการนำเอาแร่และโลหะต่างๆมาใช้ เมื่อพบหินสีและอัญมณีต่างๆ ก็นำมาผสมผสานกับเครื่องประดับโลหะ ทำให้ได้รูปแบบของเครื่องประดับต่างๆ เปลี่ยนแปลงเรื่อยมาควบคู่กับพัฒนาการของมนุษยชาติและเทคโนโลยี

การค้นพบวัสดุมีค่า เช่น ทองคำ เงินและอัญมณีต่างๆ ทำให้มีการนำมาใช้ทำเป็นเครื่องประดับลักษณะต่างๆ มีลักษณะและความมุ่งหมายพิเศษ จากการเป็นเครื่องตกแต่งกลายเป็นสิ่งซึ่งใช้แทนฐานะหรือแสดงฐานะอันดรศักดิ์ในสังคม สิ่งซึ่งมีค่าหายากจะใช้เฉพาะผู้นำและชนชั้นสูง เช่น พระมหากษัตริย์ และพระบรมวงศานุวงศ์ รวมถึงใช้กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นที่เคารพของสังคม เกี่ยวกับลัทธิศาสนา เช่น พระพุทธรูป เทวรูป สถานที่ทางศาสนาต่างๆ เป็นต้น ในประเทศไทยเองหลักฐานที่จะศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบเครื่องประดับส่วนหนึ่งได้จากรูปแบบของเครื่องทรงของพระพุทธรูป หรือเครื่องอภิวชิษของพระมหากษัตริย์ และพระบรมวงศานุวงศ์ เพราะเครื่องประดับในอดีตใช้แสดงฐานะอันดรศักดิ์ในสังคม มีกฎระเบียบชัดเจนว่าชนชั้นใดใช้เครื่องประดับหรือวัสดุชนิดไหน เช่น ในกฎหมายตราสามดวง ซึ่งเขียนไว้ในสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 หรือพระเจ้าอู่ทอง(อรพินท์ พานทองและคณะ, 2544) ซึ่งจากเอกสารในอดีตจะไม่พบคำว่าเครื่องประดับ แต่จะมีศัพท์ที่แยกประเภทเครื่องประดับ คือ ศิราภรณ์ หมายถึง

เครื่องประดับศิระษะ และถนิมพิมพาภรณ์ หมายถึง เครื่องประดับกายและเครื่องประดับศิระษะ (ศิราภรณ์) จะเป็นตัวกำหนดตำแหน่งและศักดิ์หน้าที่ชัดเจนที่สุด

จากการพัฒนาการด้านต่างๆทำให้ประเทศไทยเจริญรุ่งเรืองจนถึงทุกวันนี้ ซึ่งเครื่องประดับนับเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการแต่งกายซึ่งได้รับผลของการพัฒนาเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีความเป็นอยู่ รูปแบบถูกพัฒนาให้สอดคล้องกับหน้าที่การใช้สอยและสภาวะของสังคม โดยในการศึกษาเครื่องประดับสมัยรัตนโกสินทร์สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระยะ คือ

เครื่องประดับสมัยรัชกาลที่ 1 - 4 พ.ศ. 2325 - 2411

เครื่องประดับในสมัยนี้มีลักษณะแบบอย่างมาจากสมัยอยุธยาและมีความละเอียดประณีตด้านลวดลายมากขึ้นเพราะช่างได้พัฒนาฝีมือและวิธีการทำ รวมทั้งมีช่างชาวต่างชาติ เช่นจีน แยกเข้ามารับทำด้วย นอกจากการใช้เครื่องใช้และเครื่องประดับในประเทศแล้ว ยังมีเครื่องราชบรรณาการที่เป็นเครื่องทอง เพื่อเจริญพระราชไมตรีกับประเทศอังกฤษในสมัยรัชกาลที่ 4 รวมถึงเครื่องทองที่นำไปจัดนิทรรศการในต่างประเทศด้วย

เครื่องประดับสมัยรัชกาลที่ 5 - 7 พ.ศ. 2411 - 2478

สมัยนี้เป็นระยะที่ไทยมีการติดต่อกับต่างประเทศทั้งยุโรปและอเมริกา อีกทั้งมีชาวต่างประเทศมาประกอบธุรกิจในไทย ขณะเดียวกันคนไทยก็ไปดูงานและศึกษายังต่างประเทศ จึงมีการแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมและได้รับเอาวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวต่างประเทศมาใช้ เครื่องประดับและเสื้อผ้าในสมัยนี้เป็นไปตามอิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตก มีการสั่งเครื่องประดับจากต่างประเทศเข้ามา รวมถึงมีร้านของชาวต่างประเทศเกิดขึ้นมากมาย ทั้งจำหน่ายและรับทำเครื่องประดับโดยมีช่างชาวจีน แยกและไทย แล้วก็มีการขยายกิจการและมีการพัฒนารูปแบบเครื่องประดับลักษณะใหม่ๆเป็นที่นิยมในหมู่ชนชั้นสูงและผู้มีฐานะ สำหรับเครื่องประดับลักษณะไทยดั้งเดิมยังเป็นที่นิยมในหมู่ชนสามัญ โดยเฉพาะชาวชนบท

เครื่องประดับสมัยรัชกาลที่ 8 - ปัจจุบัน พ.ศ. 2478 - 2546

ในยุคนี้เครื่องประดับได้พัฒนาเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องประดับกลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ จึงเป็นอุตสาหกรรมที่นักลงทุนสนใจและได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลมาโดยตลอด ด้วยลักษณะวิถีชีวิตในปัจจุบันทำให้รูปแบบเครื่องประดับส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นสากลเพื่อให้สอดคล้องกับการแต่งกายที่เป็นสากล สำหรับเครื่องประดับลักษณะไทยเดิมไม่เป็นที่นิยมเพราะราคาสูงและช่างที่มีฝีมือมีน้อยในด้านเทคโนโลยีในการผลิตและวัสดุสำหรับเครื่องประดับในยุคนี้มีความก้าวหน้าและหลากหลาย ทำให้เกิดลักษณะรูปแบบเครื่องประดับมากมาย สนองต่อความต้องการของผู้ใช้หลายกลุ่มและมีผลต่อราคาและการใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า เช่น เทคนิคการผลิตเครื่องประดับให้มีขนาดใหญ่แต่ใช้เนื้อโลหะน้อยด้วยการหล่อ หรือขึ้นรูประบบประจุไฟฟ้า ทำให้ลดราคาโลหะลงได้และสวมใส่สบายเนื่องจากน้ำหนักเบาลงเมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตวิธีอื่นในขนาดเท่ากัน นอกจากนี้ยังมีการสร้างวัสดุทดแทนเพื่อตอบสนองความพอใจทางด้านความงามแต่มีราคาถูกลง เช่น เพชรเทียมแทนเพชรแท้ รวมถึงการนำวัสดุจากการสร้างทางวิทยาศาสตร์มาใช้ เช่น พลาสติก แก้ว เป็นต้น ซึ่งทำให้เครื่องประดับในปัจจุบันมีความหลากหลายทั้งรูปแบบ ราคา ความทนทานเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ทุกเพศและวัย

1.2 ความเป็นมาของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

ตั้งแต่โบราณเครื่องประดับในประเทศไทยมีลักษณะการผลิตแบบงานหัตถกรรมช่างฝีมือ (Craft) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของชนชั้นสูง ดังปรากฏตรากฎหมายและกฎหมายเกียรติยศในสมัยอยุธยา กำหนดรูปแบบ วัสดุเฉพาะและลวดลายของเครื่องประดับที่สงวนสำหรับพระมหากษัตริย์และพระราชวงศ์ โดยห้ามมิให้ไพร่หรือสามัญชนครอบครอง เช่น กำหนดการใส่แหวนทองคำประดับเพชร สามารถใช้ได้เฉพาะพระมหากษัตริย์หรือผู้แทนพระองค์ ดังปรากฏหลักฐานในรูปถ่ายหม่อมราโชทัย ขณะเป็นผู้แทนพระองค์ไปเจริญสัมพันธไมตรีกับประเทศอังกฤษในสมัยรัชกาลที่ 4 เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การกำหนดดังกล่าวมักสงวนไว้ในกลุ่มเครื่องประดับทองคำเป็นส่วนมาก ดังนั้นจึงพบเครื่องประดับเงินในรูปแบบหลากหลายที่ยังคงสืบทอดกันในกลุ่มช่างฝีมือพื้นบ้านตระกูลต่างๆ เช่น เครื่องถมของนครศรีธรรมราช ลูกประคำของชาวบ้านเขวาสินรินทร์

เครื่องประดับเงินชาวบ้านถนนวัวลาย จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องเงินชาวกะเหรี่ยงและชาวไทยภูเขาเผ่าต่างๆ เป็นต้น

สำหรับเครื่องประดับเงินที่พบเห็นในประเทศไทยตอนกลาง คือ บริเวณลุ่มน้ำเจ้าพระยานั้น ไม่ปรากฏรูปแบบที่เฉพาะเจาะจง หากแต่มีรูปแบบหลากหลายไปตามวัฒนธรรมของกลุ่มชนที่อาศัยและทำมาค้าขาย เช่น กลุ่มชนมอญ กะเหรี่ยง ชาวจีน ยุโรป(ฝรั่ง) แขกชาวไทยภูเขาเผ่าต่างๆ ชาวลาว เขมร เชียงแสน-ล้านนา เป็นต้น

ในส่วนเครื่องประดับเงินที่ปรากฏมีการส่งออกเป็นอุตสาหกรรมนั้น ปรากฏเริ่มต้นเป็นธุรกิจระหว่างประเทศในช่วงยุคสงครามเวียดนาม(ราวทศวรรษที่1960) โดยสันนิษฐานว่าเริ่มจากการซื้อเครื่องประดับของบรรดาทหารอเมริกาไปฝากญาติมิตรและเนื่องจากช่างฝีมือผลิตเครื่องประดับด้วยความประณีต ราคาถูกมากเมื่อเปรียบเทียบกับค่าครองชีพของทหารอเมริกา ทำให้มีการนำตัวอย่างรูปแบบมาจ้างช่างฝีมือแรงงานผลิตเป็นอุตสาหกรรมในระยะเวลาอันรวดเร็ว (ภูวนาท รัตนรังสิตกุลและคณะ,2546)

ปัจจุบันเครื่องประดับเงินมีมูลค่าในการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญโดยอยู่ในกลุ่มของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งมีมูลค่าในการส่งออกติดอันดับ 1-10 ของอุตสาหกรรมที่ส่งออกต่างประเทศของประเทศไทย รวมทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมากเนื่องจากอุตสาหกรรมนี้เน้นใช้แรงงานเป็นหลัก นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมเพียงเล็กน้อยเท่านั้นเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตอื่นในระบบเศรษฐกิจ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2 โครงสร้างการผลิต

2.1 แหล่งผลิตที่สำคัญ

การผลิตเครื่องประดับเงินในประเทศไทย กลุ่มผู้ประกอบการมีสถานที่ตั้งกระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยมีการกระจุกตัวกันมากในแหล่งผลิตที่สำคัญ ดังนี้

- กลุ่มเครื่องประดับเงินกรุงเทพฯ เป็นแหล่งผลิตและส่งออกเครื่องประดับเงินที่สำคัญของประเทศ มีจำนวนผู้ผลิตประมาณ 95 รายที่เป็นสมาชิกสมาคมอัญมณีและเครื่องประดับ นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคม ผู้ผลิตมีตั้งแต่โรงงานขนาดเล็กจนถึงโรงงานขนาดใหญ่กระจายอยู่ในกรุงเทพฯ เช่น ที่บ้านหม้อ เขาวราช เป็นต้น

- กลุ่มเครื่องประดับเงินเชียงใหม่ เน้นการผลิตแนวศิลปะมากกว่าที่จะผลิตแบบขนาดใหญ่(Mass Production) ผู้ประกอบการเน้นการสร้างสรรค์งานที่มีส่วนผสมของการออกแบบทางศิลปะโดยมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น การผลิตของผู้ผลิตแต่ละรายมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองแหล่งผลิตสำคัญอยู่บริเวณถนนวัวลายและสันกำแพง

- กลุ่มเครื่องประดับเงินสุรินทร์ เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทลูกปัด ชาวสุรินทร์เรียกว่ามะเกลือซึ่งเป็นภาษาเขมร เทคนิคเป็นการชุบขี้ดลายโดยทำเนื้อเงินบางๆแล้วมาฉ้วนเป็นลูกปัดแล้วยัดชั้น

- กลุ่มเครื่องประดับเงินชาวเขา ในจังหวัดน่าน แพร่ ลำพูน โดยลายที่พบส่วนมากจะเป็นลายเมล็ดข้าวสาร สร้อยสำหรับห้อยคอลายเมล็ดข้าวสารจะมีลักษณะคล้ายเมล็ดข้าวสาร โดยจะทำทีละเมล็ดแล้วนำมาร้อยเป็นสร้อยสำหรับห้อยคอ บางทีก็มีการดอกลายลงในลายเมล็ดข้าวสารด้วย

- กลุ่มเครื่องประดับเงินเพชรบุรี เป็นงานเอกลักษณ์โบราณ โดยมีชื่อเรียกโบราณ เช่น ลายดอกพิกุล ลายตะขาบทรงเครื่อง เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นงานประดับพลอย

- กลุ่มเครื่องประดับเงินสุโขทัย เป็นเครื่องประดับเงินที่ปรับประยุกต์งานเพชรบุรีและชาวเขาไม่ใช่เอกลักษณ์ของชาวสุโขทัยแท้ แต่ทำมานานประมาณ 20-30 ปี จึงเป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัด โดยเน้นลงยาสี ฉลุลาย ตอกลาย

- กลุ่มเครื่องประดับเงินนครศรีธรรมราช เป็นเครื่องประดับลักษณะตอกลายลงในเนื้อเงินแล้วถมให้เกิดสี เกิดลวดลายซึ่งเป็นเทคนิคที่ได้จากต่างประเทศแต่ลวดลายยังเป็นลายไทย

2.2 ปัจจัยการผลิตที่สำคัญ

2.2.1 วัตถุดิบในการผลิต

สัดส่วนการใช้วัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินจะมีสัดส่วนการใช้วัตถุดิบต่างประเทศมากกว่าในประเทศ ซึ่งวัตถุดิบหลักของการผลิตได้แก่

โลหะเงิน

เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเครื่องประดับเงิน โดยพบมากที่พม่า เยอรมนี เปรู เม็กซิโก สหรัฐฯ ออสเตรเลีย สำหรับไทยพบที่กาญจนบุรีโดยเกิดร่วมกับแร่ตะกั่ว ทอง ทองแดง ทองคำขาว เงินที่นิยมผลิตเครื่องประดับตามมาตรฐานสากลคือเงินที่เรียกว่า Sterling Silver ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลก โดยมีส่วนประกอบของเงินอยู่ร้อยละ 92.5 เงินที่พบในประเทศไทยไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในประเทศ จึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อผลิตเครื่องประดับ โดยประเทศไทยนำเข้าจากประเทศจีนและเม็กซิโก ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลางซึ่งสามารถนำเข้ามาในปริมาณมากและมีราคาถูกกว่าที่ผู้ผลิตจะสั่งเข้ามาเอง

ทองแดง

เป็นโลหะที่ผสมร่วมกับเงินเพื่อช่วยให้เครื่องประดับมีความแข็งแรง ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา บราซิล ญี่ปุ่น และฟิลิปปินส์ ซึ่งนำเข้ามาในรูปเศษโลหะ นอกจากนี้ผู้ผลิตยังสามารถหาซื้อได้ในประเทศตามร้านค้าของเก่าทั่วไปและร้านรับซื้อชิ้นส่วนและอุปกรณ์ที่จำหน่ายโลหะเก่า

อัญมณีหรือรัตนชาติที่ระดับบนตัวเรือน

เป็นวัสดุที่ส่วนใหญ่เป็นแร่โดยทั่วไปเมื่อได้รับการเจียรไนแล้วจะมีความสวยงาม คงทน และเป็นสิ่งที่หายาก นอกจากนี้ยังเป็นที่ยนิยมอีกด้วย อัญมณีหรือรัตนชาติสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภทคือ อัญมณีที่ถือกำเนิดจากสิ่งมีชีวิต เช่น ไช้มุก ปะการังและอำพัน เป็นต้น และอัญมณีที่เกิดจากสิ่งไม่มีชีวิต เช่น เพชร ทับทิม ไข่มุก และมรกต เป็นต้น อัญมณีเหล่านี้ผลิตได้ในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรมจึงต้องมีการนำเข้าโดยมีการนำเข้าเพชรกว่าร้อยละ 86 ของมูลค่านำเข้าอัญมณีทั้งหมดของไทย รองมาเป็นการนำเข้าพลอย โดยแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศเบลเยียม อิสราเอล และอินเดีย

2.2.2 แรงงานในการผลิต

แรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเป็นแรงงานที่มีฝีมือมีทักษะความชำนาญและความประณีต โดยมีพื้นฐานมาจาก 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือจากการเรียนรู้ในแบบครอบครัวที่มีการถ่ายทอดกันมารุ่นสู่อีกรุ่นหนึ่ง และจากการได้รับการถ่ายทอดจากโรงงานโดยการฝึกปฏิบัติ พื้นฐานความรู้ของคนงานทั่วไปของโรงงานส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับม.3 บางส่วนมีความรู้ในระดับ ป.4-ป.7 โดยงานที่ทำมักเป็นงานง่ายๆ เช่น เป็นช่างขัด สำหรับงานที่ต้องอาศัยทักษะฝีมือและความคิดในระดับที่สูงขึ้นจะรับบุคลากรที่มีความรู้ตั้งแต่ระดับม.3 ขึ้นไป ซึ่งปัญหาสำคัญของการรับแรงงานเข้าทำงานเป็นเรื่องของการเปลี่ยนงานเมื่อได้มีการฝึกงานไประยะหนึ่งแล้ว

ในปัจจุบันเมื่อมีแนวโน้มในการนำเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาช่วยในการผลิต การพัฒนาบุคลากรจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งแก่องค์กร ซึ่งเป็นการบริหารงานในเชิงรุก เพื่อชิงความได้เปรียบเชิงแข่งขันกับคู่ค้า ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้นักวิชาการที่มีความรู้ทั้งด้านทฤษฎีและปฏิบัติในการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีระดับสูง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการผลิตอย่างสมบูรณ์

แรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องประดับสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ (วันชัย ลีลาทวิวงศ์และคณะ, 2545)

1 ช่างประกอบตัวเรือน

ซึ่งประกอบด้วยการหล่อและขึ้นรูป การขัด ขูด และการฝัง ซึ่งแรงงานส่วนนี้ จะต้องใช้ความสามารถและความชำนาญมากกว่าช่างเจียรไน โดยเฉพาะในด้านการฝังอัญมณี ซึ่งคณะทำงานปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมได้รายงานว่าช่างงานในอุตสาหกรรมเครื่องประดับมีประมาณ 200,000 คน

2 นักออกแบบเครื่องประดับ

ปัจจุบันนักออกแบบเครื่องประดับมีความสำคัญมาก เพราะอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศมาก จึงต้องมีการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ และอัญมณีและเครื่องประดับก็เป็นสินค้าแฟชั่น ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบตลอดเวลา แต่ปัจจุบันแรงงานในส่วนนี้ยังมีน้อยมาก

จากปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้ และจากการที่แรงงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมนี้มีคุณสมบัติเฉพาะอย่างที่ไม่เหมือนแรงงานโดยทั่วไป ดังนั้นการพัฒนาแรงงานในอุตสาหกรรมนี้จึงจำเป็นต้องมีการจัดการเรียนการสอนและฝึกอบรมให้แรงงานในด้านอัญมณีและเครื่องประดับโดยเฉพาะ ซึ่งในปัจจุบันการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมมีหลายหลักสูตร ดังนี้

การจัดการเรียนการสอนและฝึกอบรมโดยหน่วยงานของภาครัฐ

1 กระทรวงศึกษาธิการ

กระทรวงศึกษาธิการได้อนุมัติให้กรมอาชีวศึกษาและสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล จัดการเรียนการสอนและฝึกอบรมในสาขาวิชาชีพด้านอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีการเปิดสอนในหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) และหลักสูตรระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาต่างๆ ดังมีรายละเอียด ดังนี้

- กรมอาชีวศึกษา กรมอาชีวศึกษาได้มีการดำเนินงานจัดการเรียนการสอนและฝึกอบรมวิชาชีพด้านอัญมณีและเครื่องประดับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 จนถึงปัจจุบัน โดยมีการเรียนการสอนและฝึกอบรมหลายหลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรระยะสั้น สาขาวิชาเครื่องประดับอัญมณีประกอบด้วยกลุ่มงานการออกแบบและการทำต้นแบบ กลุ่มงานรูปพรรณ กลุ่มงานเครื่องประดับอัญมณี กลุ่มงานเจียรไนอัญมณีและ กลุ่มงานการวิเคราะห์อัญมณี, หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มี 3 สาขาวิชาชีพ ประกอบด้วย สาขาเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาวิทยาการการเจียรไนอัญมณี และสาขาช่างทองหลวง, หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ซึ่งมี 6 สาขา ประกอบด้วย สาขาวิชาเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาการออกแบบเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาเทคนิคการทำต้นแบบและการหล่อเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาเทคนิคเครื่องจักและเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาการวิเคราะห์และการควบคุมคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และสาขาวิชาช่างทองหลวง

ในปัจจุบันกรมอาชีวศึกษาได้จัดให้มีการเรียนการสอนและฝึกอบรมวิชาชีพด้านเครื่องประดับอัญมณีในสถานศึกษาที่สังกัดกรมอาชีวศึกษาจำนวน 5 แห่ง คือ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมกรุงเทพ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช วิทยาลัยเทคนิคกาญจนาบุรี วิทยาลัยสารพัดช่างจันทบุรี และกาญจนาภิเษกวิทยาลัยช่างทองหลวง

- สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล มีการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการผลิตช่างเทคนิคที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี กล่าวคือ มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี สามารถค้นคว้าและพัฒนาปรับปรุงเครื่องจักรและเครื่องมืออุปกรณ์ต่างในการผลิตให้ก้าวล้ำหน้า โดยในปัจจุบันสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้มีการจัดการเรียนการสอนในวิทยาเขตต่างๆของทางสถาบันฯ ซึ่งมีหลักสูตรต่างๆ คือ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) มี 1 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาช่างแม่พิมพ์ อัญมณี, หลักสูตรระดับปริญญาตรี ซึ่งมี 3 สาขาวิชา ประกอบด้วย ศิลปบัณฑิต วิชาเอกออกแบบเครื่องประดับ อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต วิชาเอกเทคโนโลยีแม่พิมพ์เครื่องประดับ และอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต(เทคโนโลยีเครื่องประดับและอัญมณี)

ในปัจจุบันสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้จัดให้มีการเรียนการสอนในด้านเครื่องประดับอัญมณีตามวิทยาเขตต่างๆจำนวน 3 แห่ง คือ ศูนย์กลางเทคโนโลยีราชมงคล คลอง 6 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครเหนือ และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ เชียงใหม่

- กรมการศึกษานอกโรงเรียน กรมการศึกษานอกโรงเรียนได้มีการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาอาชีพ โดยมีการเปิดฝึกอบรมและจัดการศึกษาในหลักสูตรระยะสั้นที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณี

และเครื่องประดับตามศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนในจังหวัดบางจังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลาง สำหรับหลักสูตรระยะสั้นที่เปิดสอนได้แก่ หลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นการเย็บระโนเพชรพลอย หลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นช่างทำตัวเรือนเครื่องประดับ และหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นการทำเครื่องประดับจากอัญมณี : การทำตัวเรือนเครื่องประดับ

2 กระทรวงอุตสาหกรรม

หน่วยงานของกระทรวงอุตสาหกรรมที่จัดการฝึกอบรมได้แก่ส่วนอุตสาหกรรมอัญมณี สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งมีหลักสูตรฝึกอบรมเป็นหลักสูตรระยะสั้น โดยมีการจัดทำตารางเป็นรายปี หลักสูตรที่ทำการเปิดฝึกอบรมจะถูกกำหนดโดยความต้องการของอุตสาหกรรม สำหรับสาขาที่ฝึกอบรมในปัจจุบัน ได้แก่ การฝึกอบรมการออกแบบเครื่องประดับด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การฝึกอบรมการทำต้นแบบเครื่องประดับชั้นสูง และการฝึกอบรมการฝังอัญมณีบนเครื่องประดับชั้นสูง หลังจากการฝึกอบรมแล้ว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะมอบวุฒิบัตรให้โดยเป็นใบรับรองการผ่านการฝึกอบรม

3 ทบวงมหาวิทยาลัย

ทบวงมหาวิทยาลัยได้จัดการสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรี โดยมีการเปิดสอนในมหาวิทยาลัยต่างๆ คือ

- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เน้นด้านการบริหารจัดการ โดยเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมศาสตร์(อัญมณีและเครื่องประดับ)
- มหาวิทยาลัยบูรพา เน้นด้านกรรมวิธีการผลิตเครื่องประดับ ตัวเรือน การเคลือบ โดยเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมศาสตร์(เทคโนโลยีอัญมณี)
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เน้นทางด้านทรัพยากรอัญมณี การตรวจสอบ การวิเคราะห์และการเพิ่มคุณภาพด้วยวิธีการวิทยาศาสตร์ โดยเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาอัญมณีวิทยา
- มหาวิทยาลัยศิลปากร เน้นทางด้าน การออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเปิดหลักสูตรศิลปะบัณฑิต สาขาการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ

นอกจากมหาวิทยาลัยทั้ง 4 แล้ว ในปัจจุบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาควิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ได้มีโครงการฝึกอบรมการออกแบบเครื่องประดับที่เป็นโครงการหนึ่งของโครงการฝึกอบรมการออกแบบ i-Design ซึ่งพัฒนามาจากผลการวิจัยโครงการ การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นการออกแบบเครื่องประดับ โดยมีการจัดการ

อบรมที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบเครื่องประดับในระยะสั้นที่ใช้เวลาในการฝึกอบรมเฉพาะเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งประกอบด้วยบรรยาย การฝึกปฏิบัติและการเยี่ยมชมโรงงานเครื่องประดับ

4 กระทรวงพาณิชย์

มีศูนย์บริการการออกแบบในกรมส่งเสริมการส่งออก โดยมีการจัดอบรมหลักสูตรการออกแบบเครื่องประดับระยะสั้น เน้นทางด้านการศึกษา เพื่อพัฒนารูปแบบสินค้าเครื่องประดับของไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของโลก โดยหลักสูตรที่เปิดจะเป็นหลักสูตรแบบต่อเนื่อง

การจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมโดยหน่วยงานของภาคเอกชน

ปัจจุบันมีหน่วยงานเอกชนหลายหน่วยงานที่ได้เปิดหลักสูตรการเรียนการสอนและหลักสูตรการฝึกอบรมให้ผู้ที่สนใจที่จะเรียนรู้และฝึกทักษะในสาขาอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1 สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย

มีการสอน 3 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรประกาศนียบัตรนักอัญมณีศาสตร์ หลักสูตรอิสระเป็นการเสริมพื้นฐานความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และหลักสูตรสัมมนาพิเศษเป็นหลักสูตรระยะสั้นมีทั้งปี โดยเปลี่ยนหัวข้อเรื่อยๆ

2 สถาบันอัญมณีวิทย(ประเทศไทย)

เป็นสถาบันที่จัดอบรมให้ความรู้ด้านอัญมณีและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอัญมณี โดยหลักสูตรที่ทำการเปิดสอน ได้แก่ หลักสูตรความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมุก หลักสูตรการออกแบบเครื่องประดับอัญมณี หลักสูตรการทำเครื่องประดับอัญมณี 1 และ 2 หลักสูตรความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอัญมณี หลักสูตรการวิเคราะห์อัญมณี 1 และ 2 หลักสูตรการประเมินคุณภาพเพชร หลักสูตรการประเมินและตีราคาอัญมณี หลักสูตรการวิเคราะห์พลอยสังเคราะห์และพลอยแท้

3 สถาบันกรุงเทพอัญมณีศิลป์

เน้นการออกแบบเครื่องประดับอัญมณี โดยจัดหลักสูตรอบรม 6 เดือน

4 สถาบันพัฒนาธุรกิจอัญมณีนานาชาติ

จัดอบรมหลักสูตรระยะสั้นและสัมมนาโดยเน้นกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มคือ คนทั่วไปและกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวงการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ต้องการเปรียบเทียบข้อมูลขยายฐานลูกค้า โดยสถาบันจะแบ่งการฝึกอบรมเป็น 4 หลักสูตร คือหลักสูตรประกาศนียบัตรธุรกิจอัญมณี หลักสูตรประกาศนียบัตรนักอัญมณีศาสตร์ หลักสูตรการจัดระดับคุณภาพเพชร และหลักสูตรการฝึกอบรมในเนื้อหาพิเศษ(ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบริษัท)สำหรับบริษัท

5 สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติได้ให้บริการด้านฝึกอบรมโดยการถ่ายทอดความรู้อัญมณีและเครื่องประดับทั้งด้านอัญมณีศาสตร์ การออกแบบและการตลาดให้แก่ผู้ที่สนใจและผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพบุคลากร โดยหลักสูตรที่เปิดสอน ได้แก่ หลักสูตรประกาศนียบัตรนักอัญมณีศาสตร์ หลักสูตรประกาศนียบัตรธุรกิจอัญมณี หลักสูตรการจัดระดับคุณภาพเพชรและหลักสูตรการฝึกอบรมในเนื้อหาพิเศษ สำหรับบริษัท

6 สถานประกอบการเครื่องประดับ

เป็นการฝึกตามความจำเป็นของสถานประกอบการเพื่อให้แรงงานมีทักษะความสามารถตามที่คุณประกอบการต้องการ

2.3 กระบวนการผลิต

เราสามารถจำแนกประเภทของกระบวนการผลิตเครื่องประดับตามกรรมวิธีการผลิตเป็น 3 ประเภทใหญ่ ได้แก่

1 เครื่องประดับที่ขึ้นรูปด้วยมือ หมายถึง เครื่องประดับที่ได้จากการขึ้นรูปในทุกๆชิ้นส่วนด้วยมือ โดยอาศัยเครื่องมือบางอย่างช่วย แล้วนำชิ้นส่วนมาประกอบเข้ากันเป็นตัวเรือนของเครื่องประดับโดยวิธีการเชื่อมน้ำประสาน เครื่องประดับประเภทนี้มักจะทำเมื่อต้องการผลิตจำนวนน้อยชิ้นหรือทำเพื่อเป็นต้นแบบในการทำแบบหล่อของเครื่องประดับหล่อต่อไป

2 เครื่องประดับปั๊มขึ้นรูป หมายถึง เครื่องประดับที่ได้จากกรรมวิธีการปั๊มขึ้นรูปตัวเรือนให้มีรูปร่างตามแบบ โดยช่างต้องมีความสามารถในการทำพิมพ์ปั๊ม

3 เครื่องประดับหล่อ หมายถึง เครื่องประดับที่ได้จากกรรมวิธีการหล่อตัวเรือนแบบต่างๆ ร่วมกัน กล่าวคือเป็นการหล่อแบบขี้ผึ้งหาย การหล่อแบบปูนปลาสเตอร์ และการหล่อแบบเหวี่ยง

2.3.1 กระบวนการทำเครื่องประดับ

กระบวนการทำเครื่องประดับเงิน มีดังนี้และสามารถแสดงได้ดังแผนภูมิที่ 3.1 (วันชัย ลีลาทวิวงศ์และคณะ, 2545)

1 การออกแบบเครื่องประดับ

การออกแบบเครื่องประดับถือเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างมาก นักออกแบบต้องมีความเข้าใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงอุตสาหกรรม โดยต้องสามารถเชื่อมโยงระหว่างการออกแบบผลิตภัณฑ์ ข้อมูลด้านการตลาดและกระบวนการผลิต ซึ่งเมื่อออกแบบมาแล้วต้องสามารถผลิตได้จริงและเป็นที่ต้องการของตลาด

2 การผลิตต้นแบบและแม่พิมพ์

การผลิตต้นแบบในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 แบบหลักได้แก่

การผลิตต้นแบบด้วย WAX ชนิดแข็ง แล้วนำไปอัดด้วยยางแผ่นเป็นแม่พิมพ์ซึ่งนำไปหล่อด้วยโลหะเงินอีกต่อหนึ่งเพื่อทำเป็นต้นแบบเงิน สำหรับการผลิตเครื่องประดับเงิน

การขึ้นรูปแม่พิมพ์ต้นแบบด้วยมือ โดยเป็นต้นแบบโลหะเงิน ในการผลิตแม่พิมพ์นั้นเริ่มต้นด้วยการผลิตแม่พิมพ์ยาง ในปัจจุบันใช้วัสดุ 2 ประเภทได้แก่ ยางแผ่นประเภท Thermal Elastic (ยางยืด) และเรซินเหลว โดยในแบบแรกนั้นนำยางมาตัดเป็นชิ้นสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดประมาณ 3x4 นิ้ว และเรียงซ้อนกันประมาณ 5-6 แผ่น ให้ได้ความหนาประมาณ 1 นิ้ว โดยวางต้นแบบไว้ตรงกลาง จากนั้นจึงนำไปอัดความร้อน โดยใช้เครื่องอัดความร้อน เมื่อแม่พิมพ์ยางเย็นตัวแล้วจึงนำไปผ่ายาง โดยการผ่าแบบฟันปลาเพื่อไม่ให้แม่พิมพ์ยางลื่นไหลเมื่อนำมาประกบกัน ส่วนแบบเรซินนั้นใช้โดยการผสมกับน้ำยาที่ทำให้เรซินแข็งตัว แล้วหล่อลงไปในพิมพ์ต้นแบบโดยสามารถใช้ได้ทั้งต้นแบบโลหะและต้นแบบที่ทำจาก WAX จากนั้นนำไปคลุมฟองอากาศออกแล้วปล่อยให้แข็งตัว แล้วจึงนำแม่พิมพ์เรซินไปผ่าเช่นเดียวกับแม่พิมพ์ยาง แต่เรซินมีความเหนียวน้อยกว่ายางแผ่นจึงปริแตกได้ง่ายกว่าและยังมีราคาแพงกว่าอีกด้วย

เมื่อได้แม่พิมพ์ยางแล้วจึงนำไปทำต้นแบบเทียน โดยใช้น้ำเทียนที่มีความแข็งกว่าเทียนที่บูชาพระ การขึ้นช่อต้นแบบเทียนมีการพัฒนาเทคนิคต่างๆ เช่น ขึ้นจากปลายช่อด้านบนลงล่างเพื่อกำจัดน้ำตาเทียนที่เกิดจากการละลายเทียนติดช่อ เพื่อไม่ให้ น้ำตาเทียนปรากฏในแม่พิมพ์ปูน จากนั้นเป็นขั้นตอนของการทำแม่พิมพ์ปูน โดยการหล่อด้วยปูนปลาสเตอร์ขาวชนิดละลายน้ำ น้ำปูนที่ผสมนี้จะต้องไม่มีอากาศอยู่ภายใน จากนั้นนำไปเทลงเข้าโลหะที่บรรจุช่อเทียน

3 การขึ้นรูปโลหะ

การขึ้นรูปโลหะนั้นนอกจากจะตีด้วยมือซึ่งใช้ในการผลิตแบบคร่าวเรือนแล้วยังมีการหล่อ การปั๊ม การทอสร้อย การชุบขึ้นรูป ซึ่งใช้ในการผลิตอุตสาหกรรม สำหรับการหล่อนั้นเป็นเทคนิคหล่อเหวี่ยงแบบสูญญากาศ โดยชนิดของธาตุโลหะผสม อัตราหรือสูตรการผสม สภาวะการหลอม เทคนิคการหล่อตลอดจนสภาวะการแข็งตัวของโลหะเหลว เป็นตัวที่ส่งผลต่อคุณสมบัติของเครื่องประดับที่ผลิตทั้งสิ้น

4 การหล่อ(Casting)

การหล่อเป็นกรรมวิธีการผลิตเครื่องประดับที่ละจำนวนมากอีกวิธีหนึ่งที่ได้รับ ความนิยมมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการหล่อด้วยเทียน (Lost-Wax Casting หรือ Investment Casting) นั้น นับได้ว่าเป็นที่นิยมมากที่สุด การหล่อด้วยเทียนนี้ค่อนข้างจะสลับซับซ้อนและมีอยู่หลายขั้นตอน ดังนี้

- การเตรียมแม่พิมพ์โลหะ(Master Pattern หรือ Mold) ซึ่งได้มาจากโลหะหลายชนิด แต่ที่นิยมใช้มากที่สุดจะเป็น เงิน เพราะว่าเป็นวัสดุที่มีคุณภาพดีสามารถตกแต่งรายละเอียด มากน้อยได้ตามต้องการ

- นำแม่พิมพ์โลหะที่ได้มาติดก้านกลาง(Sprue) ซึ่งต้องเป็น โลหะชนิดเดียวกับแม่พิมพ์ โดยก้านกลางจะทำหน้าที่เป็นท่อส่งผ่านเทียนเหลวในขั้นตอนการฉีดเทียน (Wax Injection) ในตอนหลัง และยังมีหน้าที่เป็นก้านเกาะติดกับต้นเทียนในขั้นตอนหลังอีกด้วย จากนั้นจึงนำแม่พิมพ์โลหะไปชุบโรเดียม นิกเกิลหรือโครม

- นำแม่พิมพ์โลหะมาทำเป็นแม่พิมพ์ยาง (Rubber Frame) โดยนำแม่พิมพ์โลหะมาอัดไว้ในแผ่นยางจำนวนหนึ่ง ที่บรรจุอยู่ในกรอบอลูมิเนียม (Rubber Frame หรือ Molding Frame) แล้วจึงนำไปเข้าเครื่องอัด (Vulcanizer) ด้วยความร้อนที่อุณหภูมิ 307-310 องศาฟาเรนไฮด์ เป็น

เวลา 45-90 นาที ภายใต้อุณหภูมิที่ จากนั้นจึงแกะแม่พิมพ์ยางออกจากเครื่องอัดและในขณะที่แม่พิมพ์ยังอุ่นอยู่ให้ใช้มีดกรีดแม่พิมพ์ยางออกเป็น 2 ส่วนเพื่อแกะเอาแม่พิมพ์โลหะออกมาแม่พิมพ์ยางที่ได้จะมีลักษณะเป็นหลุมหรือรอยกดที่กรีดจากแม่พิมพ์โลหะและก้านกลาง

- การทำแม่พิมพ์เทียน โดยการฉีดเทียนเหลว(Wax Injection) เข้าไปในแม่พิมพ์ยาง เทียนเหลวจะไหลแทรกเข้าไปในหลุมหรือรอยกดอัดอันเกิดจากแม่พิมพ์โลหะและก้านกลางเมื่อเทียนแข็งตัวก็สามารถแกะเอาแม่พิมพ์เทียนออกมาได้ จากนั้นก็สามารถฉีดเทียนเหลวเข้าไปในแม่พิมพ์ยางอีก หมุนเวียนไปเช่นนี้จนกระทั่งได้แม่พิมพ์เทียนตามจำนวนที่ต้องการ แม่พิมพ์เทียนนี้จะมีลักษณะเหมือนกับแม่พิมพ์โลหะทุกประการ

- เอาแม่พิมพ์เทียนทั้งหมดที่ได้มารวมติดเป็นต้นเทียน(Cluster Mounting) และการติดแบบเกลียว(Spiral Mounting) การติดแบบกลุ่มจะหมายถึงการติดแม่พิมพ์เทียนหลายๆแบบต้นเทียนเดียวกัน โดยที่แบบเดียวกันจะติดรวมกันเป็นกลุ่มหนึ่งที่แตกต่างกันก็จะติดเป็นอีกกลุ่มหนึ่งต่างหาก แล้วจึงนำแต่ละกลุ่มไปติดบนต้นเทียนเดียวกัน

- การเตรียมส่วนผสมของปูนพลาสติกอร์ไปโประอบต้นเทียน โดยต้องไม่ให้มีช่องว่างเหลืออยู่เลย

- เมื่อปูนพลาสติกอร์แห้งแล้วจึงเป็นการหลอมเทียน(Wax Deformation) โดยให้เทียนไหลออกมาจากปูนพลาสติกอร์ ทำให้เหลือช่องว่างที่มีลักษณะเป็นต้นเทียนอยู่ด้านในแล้วจึงทำความสะอาด

- การหล่อโดยการฉีดโลหะเหลวเข้าไปในช่องว่างที่มีลักษณะเป็นต้นเทียนนั้น โดยจะต้องพยายามไม่ให้อากาศหลงเหลืออยู่เลยเมื่อโลหะแข็งตัวแล้ว จึงแกะเอาปูนพลาสติกอร์ออกและจะได้ต้นไม้อัดเป็นโลหะแทนต้นเทียน

- การปลดชิ้นงานหล่อทั้งหมดออกจากต้นไม้อัดและตัดก้านกลางทิ้ง ผลที่ได้จึงเป็นชิ้นงานหล่อจำนวนหนึ่งที่มีลักษณะเหมือนกันหมด(ต้นเทียนแบบเกลียว) หรือที่มีลักษณะต่างกัน(ต้นเทียนแบบกลุ่ม) ทำที่สุดจึงนำชิ้นงานหล่อทั้งหมดมาขัดและชุบ

5 การประกอบตัวเรือน

การประกอบตัวเรือนซึ่งได้แก่ การประกอบอัญมณีในตัวเรือนเครื่องประดับตลอดจนการฝังอัญมณีนั้น ปัจจุบันยังใช้แรงงานฝีมือเนื่องจากเป็นงานที่ต้องอาศัยทักษะฝีมือ แต่ได้มีการพัฒนานำเครื่องมือหลายประเภทมาใช้ประโยชน์ได้อย่างพอเหมาะพอดีและส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานรวมทั้งลดความลำบากในการใช้กำลังแรงมนุษย์ด้วย

6 การฝังอัญมณี(Stone Setting)

การฝังอัญมณีจุดประสงค์หลักเพื่อยึดอัญมณีให้ติดแน่นอยู่กับตัวเรือนไม่ให้หลุดหายไปไหน วิธีการฝังอัญมณีมีอยู่มากมายหลายแบบเช่นฝังหุ้ม ฝังแบบท่อ ฝังด้วยไขปลา แบบหนามเตยและแบบไร้หนาม เป็นต้น ซึ่งอาจนำผสมผสานกันเพื่อให้เครื่องประดับนั้นดูแปลกตามากยิ่งขึ้นก็ได้

7 การขัดผิวชิ้นงานขั้นสุดท้าย

การขัดผิวชิ้นงานขั้นสุดท้าย เป็นเทคนิคเพื่อเพิ่มความสวยงามและความน่าจับต้องมาใช้ โดยมีเทคนิคต่างๆมากมาย เช่น

- การเคลือบด้วยไฟฟ้า(Electrolysis) ซึ่งจะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความประณีตในเนื้อผิวมากๆ
- การขัดแต่งด้วยเส้นใยต่างๆ เช่น ขนหมูป่า แปรงล้างจาน ผ้าขนแมว ผ้าขนสัตว์ต่างๆ เพื่อให้ลายบนผิวในลักษณะที่แตกต่างกันไป เช่นเนื้อซาติน เนื้อวาวมัน เนื้อเส้นลาย เป็นต้น
- การเป่าขัดด้วยทรายเพื่อทำผิวด้วยแบบทราย โดยใช้เครื่องเป่าทรายละเอียดเป็นฝอยๆพ่นลงบนชิ้นงาน
- การขัดด้วยกระดาษทรายในลักษณะต่างๆกันเพื่อสร้างลวดลายบนเนื้องาน
- การขัดด้วยวัสดุขัดสีเพื่อให้เกิดความเรียบวาว

8 การตรวจสอบคุณภาพ

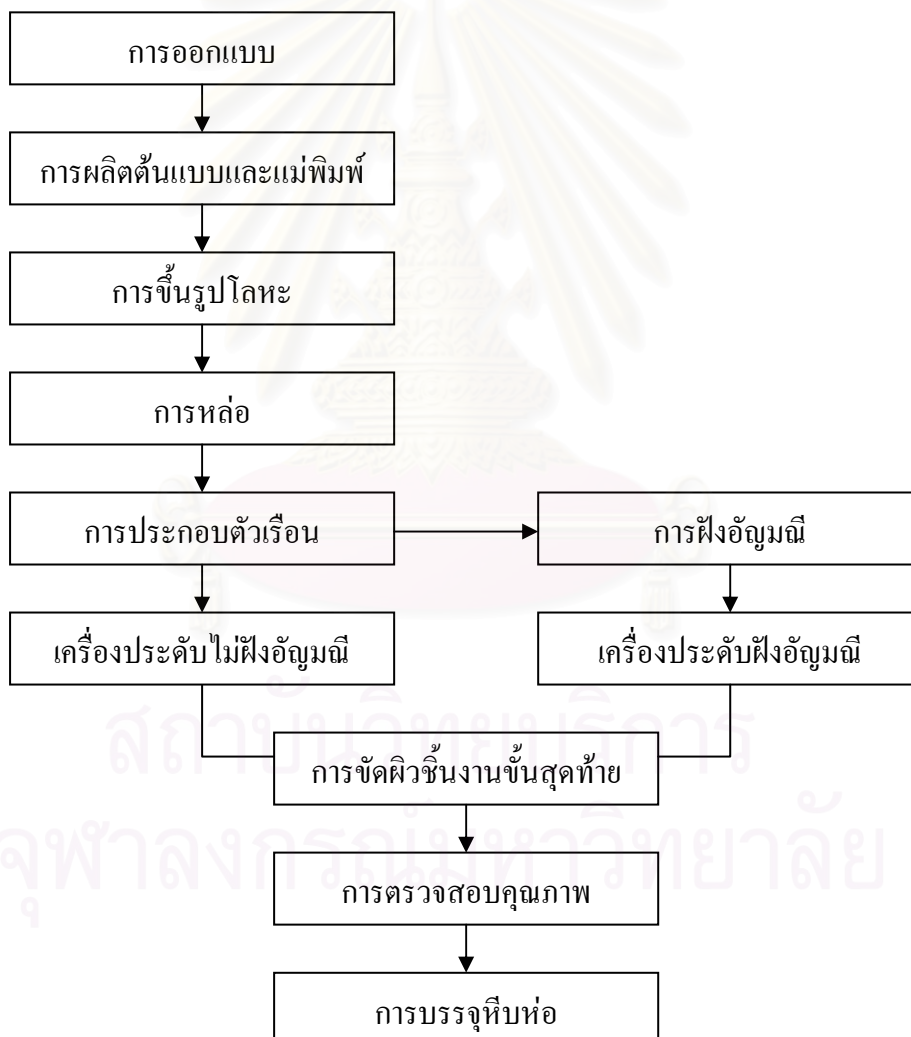
ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญยิ่ง เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าชิ้นงานที่ผลิตได้มีคุณภาพ ซึ่งโดยปกติจะแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

- การตรวจสอบก่อนการรับเข้า ขั้นตอนนี้เป็นการตรวจสอบวัตถุดิบหรือของตั้งทำ เช่น งานหล่อตัวเรือนอัญมณี เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่ได้มีคุณภาพตามที่ต้องการ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่อไป
- การตรวจสอบระหว่างการผลิต เป็นการตรวจสอบภายหลังผ่านกระบวนการผลิตหนึ่งๆไปแล้ว เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องในขั้นต้น ช่วยลดทั้งต้นทุนและเวลาในการผลิต

- การตรวจสอบขั้นสุดท้าย เป็นการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ก่อนส่งถึงมือลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ยิ่งขึ้นว่า ลูกค้าจะได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

9 การบรรจุหีบห่อ

กระบวนการสุดท้ายของการผลิตคือการหีบห่อ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าได้อีกทางหนึ่ง แต่วัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สินค้าไม่ได้รับความเสียหายระหว่างส่งไปถึงลูกค้า



แผนภูมิที่ 1 ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับเงิน(ชโยดม สรรพศรีและคณะ, 2546)

2.4 สถานการณ์การผลิตเครื่องประดับเงิน

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับเงิน เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นแรงงานเป็นอย่างมาก เริ่มต้นมาจากอุตสาหกรรมในครัวเรือนและเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศเท่านั้น ต่อมาได้พัฒนาเป็นอุตสาหกรรมเครื่องประดับเพชรพลอยทั้งแท้และเทียม และเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก การผลิตในอุตสาหกรรมนี้ต้องมีความรู้ที่ดีในด้านศิลปะและความชำนาญในกระบวนการผลิต ตั้งแต่การออกแบบ การทำแม่แบบ การหลอมโลหะ การผสมโลหะ การหล่อ การขึ้นรูปตัวเรือน รูปพรรณ การฝังอัญมณีเข้ากับตัวเรือน ไปจนถึงการตกแต่งขั้นสุดท้าย วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับนี้ไม่ว่าจะเป็นโลหะเงิน อัญมณี นำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันผู้ประกอบการเครื่องประดับเงินมีตั้งแต่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครอบครัว ผู้ประกอบการขนาดเล็กจนถึงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ซึ่งส่วนใหญ่จะกระจุกกันอยู่หลายร้อยรายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เช่น เชียงใหม่ สุรินทร์ เป็นต้น

3 โครงสร้างการตลาดและการค้าระหว่างประเทศ

3.1 สถานการณ์ด้านการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงิน

ตลาดเครื่องประดับเงิน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1 ตลาดภายในประเทศและตลาดนักท่องเที่ยว

สินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีราคาค่อนข้างสูงและขึ้นกับความพอใจของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ลูกค้าภายในประเทศจะเป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ปานกลางขึ้นไป กลุ่มลูกค้าที่ทำงานแล้ว และกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพราะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อสูง รูปแบบของเครื่องประดับขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ จึงทำให้รูปแบบของเครื่องประดับที่ขายในประเทศมีความหลากหลาย สำหรับรูปแบบของผู้จำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้า ซึ่งมักจะอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน เช่น บริเวณบ้านหม้อ พาหุรัด เขาวราช เป็นต้น เนื่องจากบริเวณดังกล่าวมีการจำหน่ายสินค้านี้ราคาสูงหรือใกล้บริเวณโรงแรมที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศพัก ส่วนผู้ผลิตรายใหญ่ส่วนมากจะมีร้านค้าปลีกเป็นของตนเองและตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้าทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งแหล่งการค้าที่สำคัญจะอยู่ตามห้างสรรพสินค้า โรงแรมและย่านที่มีนักท่องเที่ยวเดินผ่าน เช่น สีลม สุรวงศ์ บางรัก

นอกจากนี้ยังมีแหล่งซื้อเครื่องประดับประเภทขายส่งหรือที่เรียกว่าซังกิโโล อยู่ในบริเวณสี่พระยา และตรอกข้าวสาร ซึ่งส่วนใหญ่มีนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมไปซื้อ(สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545)

2. ตลาดต่างประเทศ

จากการสำรวจข้อมูลในต่างประเทศ สามารถสรุปได้ว่าเครื่องประดับเงินในตลาดโลก สามารถแบ่งเป็น 3 ระดับใหญ่ๆตามระดับคุณภาพของสินค้าและราคาขาย(ราคาขายส่งออก)

- ตลาดระดับล่าง เป็นกลุ่มสินค้าราคาถูก สินค้ามีคุณภาพค่อนข้างต่ำ ชิ้นงานส่วนใหญ่จะเป็นงานปั๊มขึ้นรูป คุณภาพของเงินอาจจะไม่ถึง 92.5% ผู้ผลิตส่วนใหญ่ คือ จีน อินเดียและเม็กซิโก ซึ่งมุ่งเน้นที่การเป็นแหล่งผลิตที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทยและประเทศที่พัฒนาแล้วมาก

- ตลาดระดับกลาง เป็นกลุ่มสินค้าที่มีคุณภาพพอสมควรและมีราคาปานกลาง ผู้ผลิตส่วนใหญ่ คือ ไทย จีน ฮองกงและอินเดีย

- ตลาดระดับบน เป็นกลุ่มสินค้าระดับสูงที่สินค้ามีคุณภาพดีและมีราคาแพง ผู้ผลิตคือประเทศทางภาคพื้นยุโรป อิตาลี เยอรมนีและสวิสเซอร์แลนด์ ซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านการออกแบบที่มีความแปลกใหม่และมีรูปแบบหลากหลาย และมีเทคโนโลยีการผลิตที่ก้าวหน้า

การส่งออกเครื่องประดับเงินมีมูลค่าสูงขึ้นทุกปี ทั้งนี้เนื่องจากเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคต่างประเทศในหลายๆประเทศด้วยกัน โดยตลาดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินรายใหญ่ คือสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือประเทศในยุโรป ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามรสนิยม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประเทศนั้นๆ ดังนั้นผู้ผลิตต้องศึกษาข้อมูลเพื่อผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของแต่ละกลุ่มโดยคำนึงถึงความสามารถในการผลิตและคุณภาพให้ได้มาตรฐาน

- ตลาดสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกเครื่องประดับเงินที่ใหญ่ที่สุดของไทย เนื่องจากมีจำนวนประชากรมากและส่วนใหญ่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ซึ่งแต่ละปีจะมีมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเงินไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเครื่องประดับเงินที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ต่างหู สร้อยคอ แหวน และกำไลมือ ทั้งนี้ผู้บริโภคชาวอเมริกันมักตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินโดยพิจารณาจากการออกแบบทั้งลวดลายและรูปแบบ คุณภาพ และราคาเป็นสำคัญ

- ตลาดสหราชอาณาจักร เป็นตลาดส่งออกเครื่องประดับเงินไทยที่มากที่สุดในสหภาพยุโรป ผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรมักมีอุปนิสัยค่อนข้างเคร่งเครียดและประณีตในการแต่งกายซึ่งมีทั้งกลุ่มที่ต้องการซื้อสินค้าชั้นนำที่มีการออกแบบอย่างดีและมีคุณภาพสูงที่ต้องแฝงไป

ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครด้วย กลุ่มที่ต้องการเครื่องประดับเงินที่ดูแปลกใหม่ และกลุ่มอนุรักษ์นิยมที่ต้องการความเรียบง่ายของเครื่องประดับเงินแต่ต้องคุ้มกับเงินที่จ่ายไปแต่กลุ่มนี้จะไม่สนใจกับสินค้าที่มียี่ห้อ

- ตลาดเยอรมนี เป็นตลาดนำเข้าและส่งออกเครื่องประดับเงินมากเป็นอันดับสองในสหภาพยุโรปรองจากสหราชอาณาจักร ในส่วนของรสนิยมของผู้บริโภคในเยอรมนีมักเปลี่ยนไปตามอิทธิพลสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร และโทรทัศน์ ผู้บริโภคชาวเยอรมันนิยมสินค้าที่สามารถแสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง มีความทันสมัย สวยงามและประณีต

- ตลาดญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกสินค้าเครื่องประดับเงินไทยที่ใหญ่เป็นอันดับสี่ และนับเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในแถบเอเชียที่มีมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเงินไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับเครื่องประดับเงินที่นิยมมาก คือแหวนและต่างหู

เครื่องประดับเงินไทยเป็นสินค้าที่รู้จักและนิยมกันอย่างแพร่หลายในกลุ่มชาวต่างประเทศ เพราะนอกจากจะเป็นงานหัตถกรรมที่ประณีตแล้ว ยังเป็นสินค้าที่มีการควบคุมมาตรฐานในการผลิตด้วย จึงทำให้สินค้าเครื่องประดับเงินไทยได้รับความเชื่อถือในคุณภาพค่อนข้างสูง อันได้แก่แหวน สร้อยข้อมือ สร้อยคอ และจี้ ปัจจุบันผู้ผลิตพยายามปรับปรุงรูปแบบและลวดลายเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

3.2 สถานการณ์ด้านการตลาดและการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

เครื่องประดับเงินจัดอยู่ในรายการสินค้าที่จำแนกตามรหัสฮาร์โมนิไนซ์(Harmonize) ของกรมศุลกากร คือเครื่องประดับเงิน(เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ และส่วนประกอบของของดังกล่าวทำด้วยเงิน จะชุบหรือหุ้มติดด้วยโลหะมีค่าอื่นๆหรือไม่ก็ตาม)ประเภท 7113.11

จากตารางที่ 1 การส่งออกเครื่องประดับเงินในปี 2547 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 18,550,076,579 บาท และเมื่อพิจารณาในปี 2544 ถึงปี 2546 แล้วจะเห็นได้ว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี คือ 12,048,709,204 บาท 13,302,751,367 บาท และ 16,040,224,159 บาทตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาถึงอัตราการขยายตัวของการส่งออกแล้วพบว่าในปี 2547 มีอัตราการขยายตัวในการส่งออกลดลงเมื่อเทียบกับปี 2546 โดยในปี 2547 และปี 2546 มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกเท่ากับร้อยละ 15.65 และ 20.58 ตามลำดับ

ตลาดส่งออกเครื่องประดับเงินโดยส่วนใหญ่เป็นประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนีและญี่ปุ่น เมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกจากรายที่ 1 จะเห็นได้ว่าในปี 2547 ตลาดสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.45 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย รองลงมาคือ สหราชอาณาจักร เยอรมนีและญี่ปุ่น มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 14.33, 8.69 และ 5.55 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ตามลำดับ เมื่อพิจารณาการขยายตัวของตลาดในปี 2547 จะเห็นได้ว่าประเทศอินโดนีเซียเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุดคือ ร้อยละ 1,048.93 รองลงมาคือตลาดนอร์เวย์ มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 92.23 และมีอีกหลายประเทศที่มีการขยายตัวสูง เช่น สเปน เนเธอร์แลนด์ ตุรกี ส่วนประเทศที่มีอัตราการขยายตัวลดลง ได้แก่ ฮองกง โดยมีอัตราการขยายตัวติดลบร้อยละ 1.68



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกของเครื่องประดับเงินประเภท 7113110002

| ประเทศ | มูลค่า(บาท) | | | | อัตราการขยายตัว : ร้อยละ | | | สัดส่วน : ร้อยละ | | | |
|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|--------------|--------------|------------------|---------------|---------------|---------------|
| | ปี2544 | ปี2545 | ปี2546 | ปี2547 | ปี2545 | ปี2546 | ปี2547 | ปี2544 | ปี2545 | ปี2546 | ปี2547 |
| สหรัฐอเมริกา | 4,979,546,421 | 5,692,498,471 | 6,803,723,963 | 7,502,579,489 | 14.32 | 19.52 | 10.27 | 41.33 | 42.79 | 42.42 | 40.45 |
| สหราชอาณาจักร | 1,535,318,275 | 1,894,843,123 | 2,264,437,907 | 2,658,476,637 | 23.42 | 19.51 | 17.40 | 12.74 | 14.24 | 14.12 | 14.33 |
| เยอรมนี | 1,376,360,063 | 1,459,092,543 | 1,552,500,119 | 1,612,333,396 | 6.01 | 6.40 | 3.85 | 11.42 | 10.97 | 9.68 | 8.69 |
| ญี่ปุ่น | 803,178,209 | 935,167,092 | 977,020,051 | 1,029,236,294 | 16.43 | 4.48 | 5.34 | 6.67 | 7.03 | 6.09 | 5.55 |
| ฝรั่งเศส | 701,958,037 | 643,820,991 | 796,053,821 | 925,307,472 | -8.28 | 23.65 | 16.24 | 5.83 | 4.84 | 4.96 | 4.99 |
| สเปน | 103,916,528 | 133,799,275 | 283,984,047 | 476,072,997 | 28.76 | 112.25 | 67.64 | 0.86 | 1.01 | 1.77 | 2.57 |
| แคนาดา | 163,954,163 | 261,827,455 | 292,355,530 | 423,146,601 | 59.70 | 11.66 | 44.74 | 1.36 | 1.97 | 1.82 | 2.28 |
| ออสเตรเลีย | 188,507,730 | 268,507,622 | 300,771,878 | 393,699,551 | 42.44 | 12.02 | 30.90 | 1.56 | 2.02 | 1.88 | 2.12 |
| อิตาลี | 615,456,940 | 285,133,526 | 388,983,495 | 392,921,504 | -53.67 | 36.42 | 1.01 | 5.11 | 2.14 | 2.43 | 2.12 |
| เนเธอร์แลนด์ | 130,938,046 | 169,458,806 | 232,991,410 | 363,270,974 | 29.42 | 37.49 | 55.92 | 1.09 | 1.27 | 1.45 | 1.96 |
| เดนมาร์ก | 195,639,072 | 183,681,868 | 263,649,128 | 341,263,172 | -6.11 | 43.54 | 29.44 | 1.62 | 1.38 | 1.64 | 1.84 |
| ฮ่องกง | 105,559,856 | 174,586,583 | 286,082,964 | 281,283,768 | 65.39 | 63.86 | -1.68 | 0.88 | 1.31 | 1.78 | 1.52 |
| สวีเดน | 91,583,799 | 120,052,270 | 188,331,080 | 235,914,475 | 31.08 | 56.87 | 25.27 | 0.76 | 0.90 | 1.17 | 1.27 |
| นอร์เวย์ | 90,242,282 | 75,238,186 | 122,529,065 | 235,532,606 | -16.63 | 62.85 | 92.23 | 0.75 | 0.57 | 0.76 | 1.27 |
| ตุรกี | 89,955,804 | 121,660,322 | 145,834,680 | 218,689,451 | 35.24 | 19.87 | 49.96 | 0.75 | 0.91 | 0.91 | 1.18 |
| กรีซ | 241,605,063 | 165,951,635 | 177,942,803 | 198,342,815 | -31.31 | 7.23 | 11.46 | 2.01 | 1.25 | 1.11 | 1.07 |
| อินโดนีเซีย | 2,795,945 | 5,835,746 | 10,227,208 | 117,503,460 | 108.72 | 75.25 | 1,048.93 | 0.02 | 0.04 | 0.06 | 0.63 |
| สวิสเซอร์แลนด์ | 77,055,106 | 82,150,565 | 93,172,725 | 100,190,448 | 6.61 | 13.42 | 7.53 | 0.64 | 0.62 | 0.58 | 0.54 |
| ออสเตรเลีย | 26,069,079 | 63,688,276 | 90,749,514 | 95,739,468 | 144.31 | 42.49 | 5.50 | 0.22 | 0.48 | 0.57 | 0.52 |
| ไอร์แลนด์ | 75,248,804 | 64,820,065 | 70,704,591 | 83,654,250 | -13.86 | 9.08 | 18.32 | 0.62 | 0.49 | 0.44 | 0.45 |
| โลก | 12,048,709,204 | 13,302,751,367 | 16,040,224,159 | 18,550,076,579 | 10.41 | 20.58 | 15.65 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

4 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของประเทศไทย

การผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก โดยมีบริษัทที่ส่งออกเครื่องประดับเงินถึง 716 แห่ง(จากข้อมูลสถิติการส่งออกสินค้าปี 2546 ของกรมศุลกากร) นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่ส่งออกเครื่องประดับเงินที่สำคัญของโลก ซึ่งมีประเทศอิตาลีเป็นคู่แข่งที่สำคัญในตลาดนำเข้าหลักทุกตลาด โดยสัดส่วนการค้าระหว่างไทยกับประเทศอิตาลีไม่แตกต่างกันมากนัก

สำหรับสถานการณ์การแข่งขันของเครื่องประดับเงินไทยในตลาดโลกนั้นพบว่าผู้ผลิตเครื่องประดับเงินไทยต้องพยายามยกระดับสินค้าให้สูงขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีน แต่ทั้งนี้ในตลาดระดับบนผู้ประกอบการเครื่องประดับเงินไทยจึงต้องแข่งขันกับผู้ผลิตจากสหภาพยุโรปที่มีรูปแบบหลากหลายและนำเสนออยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้คู่แข่งที่สำคัญของไทย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2544) ได้แก่

- ประเทศอิตาลี ที่นับเป็นทั้งตลาดส่งออกและประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในส่วนของเครื่องประดับเงินสำหรับตลาดระดับบนที่มีคุณภาพและราคาสูง โดยเครื่องประดับเงินของอิตาลีมีจุดเด่นที่รูปแบบและลวดลายที่ทันสมัย และเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงในระดับสากล ปัจจัยที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องประดับของอิตาลีให้สามารถครองความเป็นผู้นำในตลาดเครื่องประดับโลกได้คือ อิตาลีสามารถผลิตโลหะผสมและเครื่องจักรพร้อมทั้งอุปกรณ์ในการผลิตเครื่องประดับได้เอง อีกทั้งยังเป็นประเทศผู้นำด้านการออกแบบเครื่องประดับและมีกลยุทธ์การส่งเสริมการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพโดยมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดงานแสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลนำไปสู่การถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำให้เครื่องประดับของอิตาลีทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

- ประเทศฮ่องกง เป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านเทคโนโลยีและการผลิตที่สามารถสร้างสรรค์ชิ้นงานเครื่องประดับเงินด้วยการออกแบบที่มีให้เลือกอย่างหลากหลาย อีกทั้งยังมีการจัดงานแสดงเครื่องประดับนานาชาติอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งภายในงานจะมีทั้งนักออกแบบ และผู้ผลิตเครื่องประดับจากทั่วเอเชียและทั่วโลก ทำให้ฮ่องกงมีโอกาสในการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศผ่านกลุ่มดังกล่าวได้ง่ายเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการผลิตเครื่องประดับเงิน โดยเฉพาะเครื่องประดับเงินเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมในที่สุด

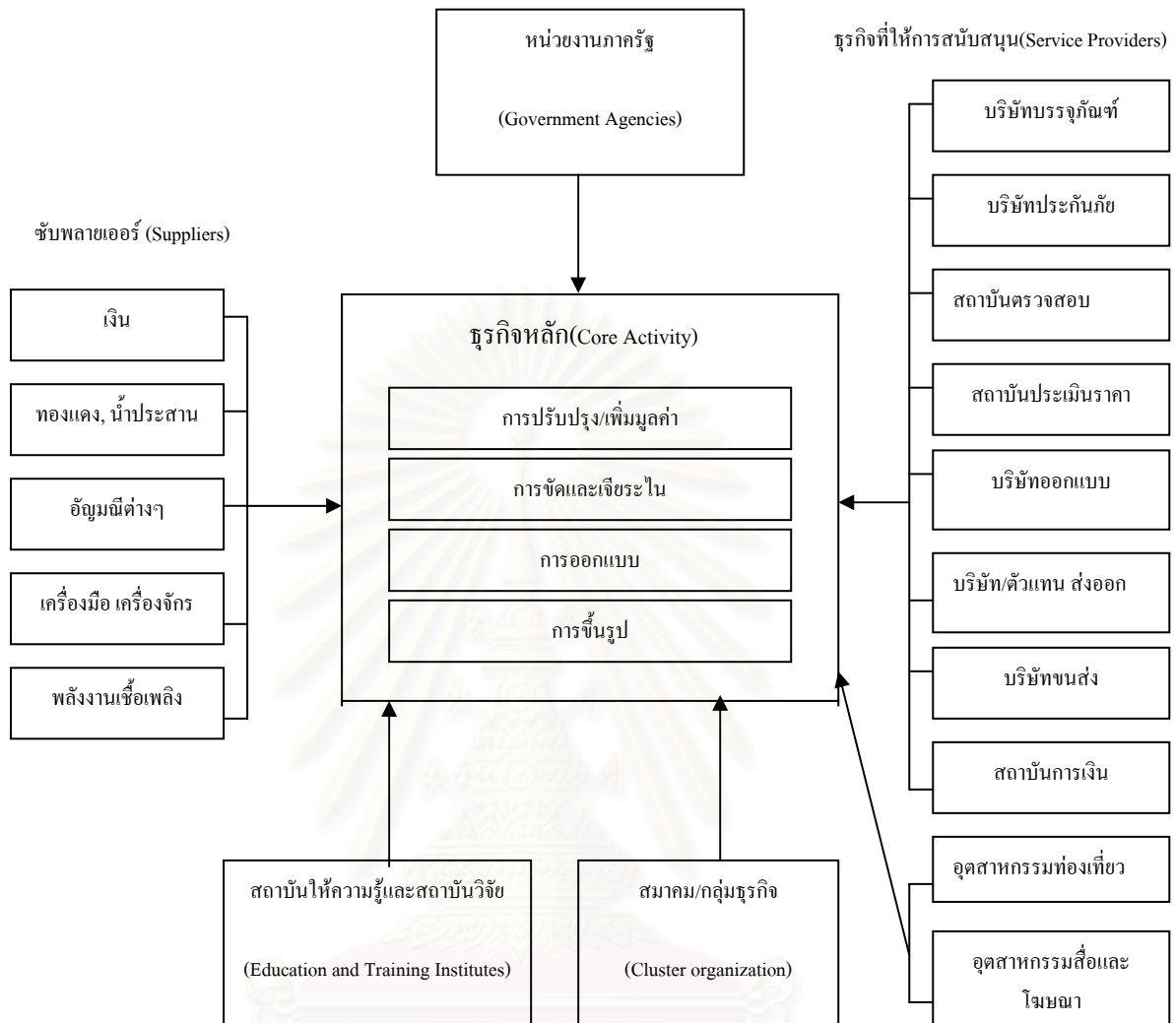
- ประเทศอินโดนีเซีย เป็นประเทศที่มีความพร้อมด้านแรงงานที่มีฝีมือและความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบโลหะเงินภายในประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตของอินโดนีเซียโดยเปรียบเทียบกับไทยแล้วต่ำกว่าไทย นอกจากนี้ช่างเงินของอินโดนีเซียส่วนใหญ่มีความชำนาญในการแกะสลักลวดลายค่อนข้างสูงโดยมีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้รัฐบาลอินโดนีเซียยังมีนโยบายให้ต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศเพื่อผลิตเครื่องประดับเงินอีกด้วย แต่เนื่องจากสถานการณ์การเมืองภายในประเทศอินโดนีเซียที่ยังไม่สงบเท่าที่ควรและมีแนวโน้มยืดยาวอีกหลายปี จึงเป็นโอกาสให้เครื่องประดับเงินไทยสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดได้

นอกจากนี้คู่แข่งเครื่องประดับเงินไทยโดยเฉพาะในตลาดระดับกลางถึงล่างนั้นยังประกอบด้วยอินเดีย จีน และเวียดนาม เนื่องจากประเทศทั้งสามมีการพัฒนาระดับการผลิตอย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงกฎเกณฑ์ต่างๆ รวมทั้งโครงสร้างภาษีให้เอื้อต่อการขยายตลาดส่งออก ในขณะที่ไทยต้องแบกรับภาระค่าจ้างแรงงานที่ปรับตัวสูงขึ้น ยิ่งทำให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของไทยจำเป็นต้องได้รับการปรับตัวเพื่อแข่งขันกับตลาดมากขึ้น โดยลดต้นทุนทางการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านรูปแบบและคุณภาพตามมาตรฐานสากล จึงเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกระยะยาวได้

จากข้อมูลการศึกษาข้างต้น สามารถนำมาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โดยทำการศึกษาโครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) และสมรรถนะของเครือข่ายวิสาหกิจ จากนั้นเป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ Diamond Model เป็นกรอบในการวิเคราะห์ รวมทั้งทำการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน เพื่อประเด็นสำคัญในการหาวิธีพัฒนาความสามารถในการแข่งขันและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

4.1 โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก(Core Activities) ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตและกิจกรรมสนับสนุน(Supporting Activities) ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำที่เกี่ยวข้อง สถาบันส่งเสริมสนับสนุนและสถาบันให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่เป็นพื้นฐานของการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) สามารถแสดงกลุ่มและความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินได้ดังแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 เครื่องขายวิสาหกิจเครื่องระดับเงิน

กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องระดับเงินประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนี้

1 ธุรกิจหลัก (Core Activity) ประกอบด้วย การปรับปรุงเพิ่มมูลค่า การจัดและเจรจา การออกแบบและการขึ้นรูปเครื่องระดับเงิน

2 ซัพพลายเออร์ (Suppliers) ได้แก่ บริษัท/ตัวแทนนำเข้าวัตถุดิบ ผู้ป้อนปัจจัยการผลิต ได้แก่ เงิน ทองแดง น้ำประสาน อัญมณีต่างๆ เครื่องมือเครื่องจักร พลังงานเชื้อเพลิง เป็นต้น

3 สถาบันให้ความรู้และสถาบันวิจัย (Education and Training Institutes) มีทั้งสถาบันสอนทั่วไป เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มหาวิทยาลัยต่างๆ เป็นต้น และสถาบันด้านอัญมณีและ

เครื่องประดับโดยเฉพาะเช่นสถาบันอบรมในทางอาชีพ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย สถาบันอัญมณีวิทย เป็นต้น

4 สมาคมและกลุ่มธุรกิจ(Cluster Organization) ได้แก่ สมาคมเพชร พลอย เงิน ทอง สมาคมผู้ประกอบการเจียรไนเพชร สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ชมรมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย(กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ) หอการค้าไทย เป็นต้น

5 ธุรกิจที่ให้บริการสนับสนุน(Service Providers) ได้แก่ บริษัทบรรจุภัณฑ์ บริษัทประกันภัย สถาบันตรวจสอบ สถาบันประเมินราคา บริษัทออกแบบ บริษัทและตัวแทนส่งออกบริษัทขนส่ง สถาบันการเงิน เป็นต้น

6 หน่วยงานภาครัฐ (Government Agencies) มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น

7 อุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง อุตสาหกรรมที่มีส่วนช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ได้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมสื่อและโฆษณา เป็นต้น

4.2 สมรรถนะของเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster Performance)

อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน มีความสำคัญค่อนข้างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเป็นสินค้าในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับที่มีการส่งออกอยู่ในระดับสูง ก่อให้เกิดการจ้างงานอย่างทั่วถึงทั้งในเมืองและชนบท การผลิตมีตั้งแต่ระดับครัวเรือนจนถึงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

4.2.1 การจ้างงาน

อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินก่อให้เกิดการจ้างงานในประเทศกว่า 70,000 คน และเป็นอุตสาหกรรมที่ให้ค่าตอบแทนค่อนข้างสูง โดยสูงกว่าอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ กล่าวคือจะมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 100,000 บาทต่อปี การจ้างงานมีทั้งแบบเป็นรายวันและรายเดือน แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะความชำนาญและความประณีต โดยมีพื้นฐานมาจาก 2 ลักษณะคือจากการเรียนรู้ในแบบครอบครัวที่มีการถ่ายทอดกันมาจากรุ่นหนึ่งมาสู่อีกรุ่นหนึ่ง และจากการได้รับการถ่ายทอดมาจากโรงงาน จากการฝึกปฏิบัติ

4.2.2 มูลค่าการผลิต (Value Chain and Value Added)

ในการผลิตเครื่องประดับเงิน มีขั้นตอนในการผลิตหลายขั้นตอน แต่ละขั้นตอนของการผลิตล้วนแต่มีต้นทุนและมูลค่าเพิ่มเกิดขึ้น โดยขั้นที่มีมูลค่ามากที่สุดคือขั้นที่มีการใช้ฝีมือแรงงานในการสร้างงานเครื่องประดับเงินที่ประณีต ได้แก่ขั้นการประกอบตัวเรือนและการฝังอัญมณี ซึ่งแต่ละขั้นตอนที่มีความเชื่อมโยงและต่อเนื่องกันสามารถแสดงได้ดังแผนภูมิที่ 3 มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของเครื่องประดับเงินตั้งแต่เม็ดเงินจนเป็นผลิตภัณฑ์อยู่ที่ช่วงการผลิต โดยเฉพาะช่วงที่ใช้แรงงานที่มีฝีมือ



แผนภูมิที่ 3 มูลค่าเพิ่ม (Value Added) ใน Value Chain

4.2.3 ผลผลิตภาพ (Productivity) และนวัตกรรม

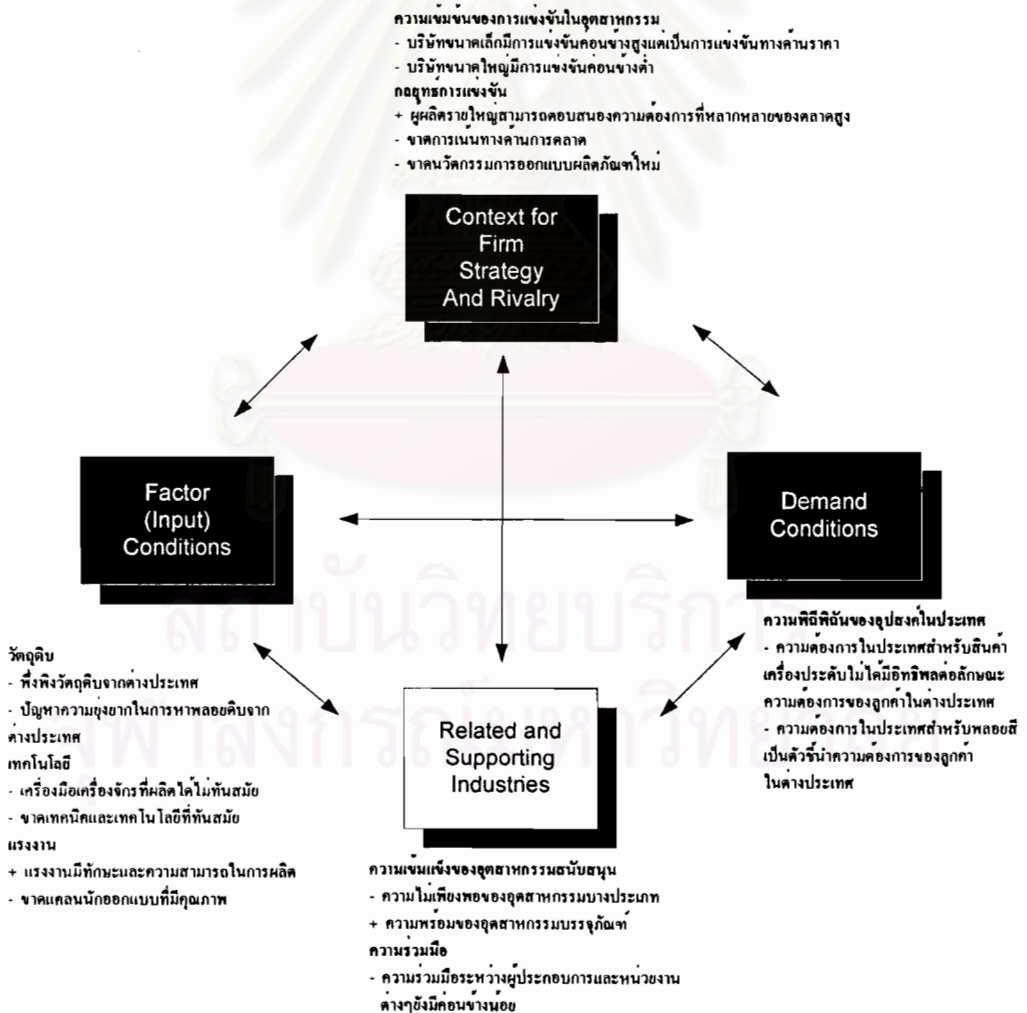
ผลผลิตภาพของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องจากการผลิตที่เน้นแรงงานเป็นหลักและมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ค่อนข้างน้อย มีเพียงผู้ผลิตไม่กี่รายเท่านั้นที่มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูง ซึ่งการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีส่งผลให้บริษัทขนาดใหญ่เพียงไม่กี่แห่งมีอัตราการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์สูงกว่าบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กอย่างเห็นได้ชัด แต่ทั้งนี้เทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆ ตลอดจน know-how นั้นนำเข้ามาจากประเทศผู้นำเทคโนโลยีทั้งสิ้น

ส่วนทางด้านนวัตกรรมนั้น อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีนวัตกรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ คือการนำสิ่งใหม่ๆ วิธีการใหม่เข้ามาเพื่อทำการปรับปรุงและพัฒนาโรงงานยังมีน้อย โรงงานที่มีตราสินค้าเป็นของตนเองมีจำนวนน้อย ผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่มีเครื่องหมายการค้าเป็นของตนเองจึงทำให้ขาดการพัฒนาการออกแบบสินค้าอย่างจริงจัง นอกจากนี้การวิจัยพัฒนาเครื่องมือเครื่องจักรสมัยใหม่ยังไม่ได้รับการสนใจจากวงการวิจัยมากนัก เนื่องจากต้องใช้

งบประมาณและบุคลากรในการวิจัยสูง ทั้งนี้มีผู้ผลิตไม่กี่รายที่สนใจสนับสนุนการวิจัยด้านนี้แต่ก็ไม่ได้ร่วมให้การสนับสนุนในระดับปฏิบัติการอย่างชัดเจนนัก

4.3 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินโดยใช้แนวคิดของ Michael E. Porter คือ Diamond Model ซึ่งสามารถอธิบายและชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โดยการศึกษานี้ทำการวิเคราะห์ตามองค์ประกอบทั้งสี่ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ดังนี้ และสามารถแสดงได้ดังแผนภูมิที่ 4



แผนภูมิที่ 4 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โดยใช้ Diamond Model

4.3.1 ปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยด้านอุปทาน(Factor Conditions)

ด้านทรัพยากรธรรมชาติ(Natural resources)

วัตถุดิบที่สำคัญในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินคือ โลหะเงินและอัญมณีซึ่งประเทศไทยต้องมีการนำเข้าแทบทั้งหมด โดยโลหะเงินนั้นปริมาณการผลิตในประเทศไม่เพียงพอในเชิงพาณิชย์ ทำให้มีการนำเข้าจากจีนและเม็กซิโก ซึ่งส่วนใหญ่จะพึ่งพาจากจีนเป็นหลัก ส่วนเพชรประเทศไทยไม่มีแหล่งแร่เพชรจึงต้องนำเข้าทั้งหมด ส่วนพลอยสีนั้นประเทศไทยมีความชำนาญในการปรับปรุงคุณภาพทับทิมและไพลิน แต่ปัจจุบันแหล่งทับทิมและไพลินในประเทศเริ่มจะหมดไปจึงต้องนำเข้าจากประเทศอื่น เช่น มาดากัสการ์ พม่าและกัมพูชาโดยพึ่งพาจากมาดากัสการ์เป็นหลักซึ่งก็ประสบปัญหาหลายประการ เช่น การอำนวยความสะดวกจากภาครัฐยังมีค่อนข้างจำกัด กฎหมายของมาดากัสการ์ขาดโครงสร้างอัตราภาษีที่แน่นอนและปัญหาทางด้านภาษา เป็นต้น

เทคโนโลยี(Technology)

ประเทศไทยผลิตเครื่องมือเครื่องจักรได้เอง แต่เครื่องมือเครื่องจักรที่ผลิตได้ยังมีเทคโนโลยีไม่สูงมากนัก เช่น เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบ เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการขึ้นรูปและประกอบตัวเรือน ขณะที่การออกแบบที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการขึ้นรูปและประกอบตัวเรือนที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงจะต้องนำเข้าทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาต้องใช้เงินจำนวนมากทำให้บริษัทขนาดใหญ่ของไทยยังนิยมจะนำเข้าเครื่องมือเครื่องจักรมากกว่าที่จะพัฒนาเครื่องมือเครื่องจักรขึ้นมาเอง หากเปรียบเทียบศักยภาพทางด้านนี้กับคู่แข่ง พบว่าเครื่องจักรที่ทันสมัยส่วนใหญ่ผลิตที่อิตาลี การที่อิตาลีเป็นผู้ผลิตเครื่องจักรเหล่านี้ ทำให้นักออกแบบชาวอิตาลีเข้าใจถึงความสามารถในการผลิตของเครื่องจักรดังกล่าว ทำให้การออกแบบเครื่องประดับที่ออกมาจึงอยู่ในรูปแบบที่สวยงามและผลิตได้จริง ในขณะที่จีนก็มีความสามารถในการผลิตเครื่องจักรที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับอิตาลีและมีราคาต่ำกว่ามาก ทำให้ปัจจุบันจีนใช้เครื่องจักรที่ผลิตได้ในประเทศถึงร้อยละ 80 ส่วนอินเดียก็สามารถพัฒนาเครื่องจักรของตนเองขึ้นมาได้ อีกทั้งอินเดียมีความก้าวหน้าในด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ช่วยในการออกแบบและบริหารจัดการ ซึ่งประเด็นดังกล่าวทำให้โอกาสในการพัฒนาของไทยลำบากมากขึ้น เนื่องจากประเทศที่สามารถผลิตเครื่องจักรได้ต่างก็เป็นคู่แข่งที่สำคัญในการผลิตเครื่องประดับเงินของไทยด้วย

ทรัพยากรมนุษย์(Human resources)

ด้านทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมนี้ยังมีความได้เปรียบอยู่มาก เนื่องจากในปัจจุบันแรงงานส่วนใหญ่ที่ทำการผลิตเครื่องประดับเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ มีฝีมือเป็นที่ยอมรับของต่างชาติ โดยประเทศไทยมีเทคนิคในการปรับปรุงคุณภาพพลอยด้วยการเผาและหุงพลอยซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่พลอยดิบได้สูงมากจนมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก แม้ความรู้ในการเผาและหุงพลอยจะมีการถ่ายทอดแบบภูมิปัญญาชาวบ้านจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง แต่เป็นการถ่ายทอดความรู้ภายในครอบครัวเดียวกันเท่านั้น ขาดการถ่ายทอดอย่างเป็นระบบทำให้เกิดปัญหาในการนำไปพัฒนาต่อยอด

สำหรับการเจาะระไบนั้น แรงงานไทยมีความประณีตและมีความชำนาญสูงซึ่งเกิดจากประสบการณ์ที่สะสมมานาน ทำให้ไทยได้รับการยอมรับจากลูกค้าในการเจาะระไบนเพชรที่มีขนาดใหญ่ขึ้น อย่างไรก็ตามประเทศคู่แข่ง เช่นจีนและอินเดียซึ่งมีความได้เปรียบทางด้านค่าแรงที่ต่ำกว่า เริ่มเข้าสู่อุตสาหกรรมเจาะระไบนเพชรขนาดใหญ่ขึ้นเช่นกัน

สำหรับช่างขึ้นรูปและประกอบตัวเรือนนั้นพบว่าช่างไทยยังมีฝีมือเป็นรองอิตาลีมาก ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากไทยไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรเป็นของตนเอง นอกจากนี้อินเดียมีการพัฒนาช่างขึ้นรูปตัวเรือนที่มีฝีมือเป็นจำนวนมากแต่มีค่าจ้างที่ต่ำกว่าไทยมาก ส่วนในกรณีของจีนนั้นช่างไทยยังมีความสามารถเหนือกว่าจีน

นักออกแบบ(Designer)

ประเทศไทยประสบปัญหาการขาดแรงงานที่เป็นนักออกแบบที่มีฝีมือในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ภาพรวมส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของไทยคือการลอกแบบ นักออกแบบส่วนใหญ่ไม่ได้รับโอกาสให้สร้างสรรค์งานของตนเอง รูปแบบส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยตลาดหรือลอกแบบจากหนังสือแนะนำสินค้าที่ผู้ซื้อกำหนดมา ทำให้รูปแบบงานของผู้ประกอบการไม่ค่อยแตกต่างกันและผลที่ตามมาคือการขาดเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ประเทศไทยขาดแคลนนักออกแบบที่เข้าใจความต้องการของตลาดและมีความสามารถสื่อสารตลาดได้ นักออกแบบที่ไม่ลอกแบบและเคารพในสิทธิของผู้อื่นยังมีอยู่น้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณสินค้าในตลาดและจำนวนผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังถูกกำหนดด้วยค่าแรงที่ค่อนข้างต่ำและแนวคิดทางการค้าแบบเน้นยอดขาย ไม่เห็นความสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าของผู้ประกอบการจำนวนหนึ่ง

4.3.2 ปัจจัยสนับสนุนหรือความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและธุรกิจ ต่อเนื่อง(Related and Supporting Industry)

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เช่น อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องมือเครื่องจักร อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ อุตสาหกรรมการผลิตและสกัดโลหะมีค่า อุตสาหกรรมการชุบตัวเรือนและชิ้นส่วนเครื่องประดับ อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนและตัวเรือน อุตสาหกรรมแม่พิมพ์ต้นแบบ อุตสาหกรรมการผลิตยาง จี๊ซึ่และปูนพลาสติกทำแม่พิมพ์ อุตสาหกรรมการบริการการขนส่งและ อุตสาหกรรมประกันภัย เป็นต้น พบว่าผู้ประกอบการในประเทศของอุตสาหกรรมดังกล่าวมีจำนวนน้อย ในบางอุตสาหกรรมมีบริษัทขนาดใหญ่เพียง 4-5 รายเท่านั้นซึ่งเป็นข้อจำกัดที่สำคัญของไทย มีเพียงอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการในประเทศและยังมีปริมาณเพียงพอและคุณภาพที่ดีในการส่งออกไปต่างประเทศอีกด้วย

ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและฝ่ายต่างๆ

โดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินขนาดเล็กมีความร่วมมือกันค่อนข้างน้อย ส่วนผู้ประกอบการเครื่องประดับเงินรายใหญ่มีการร่วมมือกันบ้าง โดยมีการรวมกลุ่ม เช่น ชมรมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย ซึ่งมีการจัดงานแสดงสินค้าร่วมกัน เช่นงาน Bangkok Gems & Jewelry Fair มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน แต่ไม่มีการรวมตัวกันซื้อวัตถุดิบ เครื่องมือเครื่องจักร ในส่วนความร่วมมือของธุรกิจกับสถาบันที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนที่เกี่ยวข้องยังมีค่อนข้างน้อย

4.3.3 ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภค(Demand Conditions)

ความพึงพอใจของอุปสงค์ในประเทศ

อุปสงค์ภายในประเทศของไทยยังไม่มีแรงผลักดันที่เพียงพอในการกระตุ้นให้เกิดการออกแบบและการสร้างตราสินค้าของเครื่องประดับเป็นของตนเอง โดยบริษัทส่วนใหญ่รับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าจากต่างประเทศ ทำให้บริษัทของไทยขาดการพัฒนาการออกแบบที่เป็นของตนเอง นอกจากนี้ความนิยมในสินค้าเครื่องประดับแบบดั้งเดิมของไทย เช่นเครื่องประดับเงิน เชียงใหม่ ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่คนไทยก็ไม่ได้ได้รับความนิยมในระดับสากล นั่นคือลักษณะความต้องการของลูกค้าคนไทยไม่ได้มีส่วนช่วยในการกำหนดความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ

นอกจากนี้สินค้าเครื่องประดับประเภทอื่นๆที่นอกเหนือจากรูปแบบดั้งเดิมของไทยที่ได้รับความนิยมในหมู่คนไทย ก็มักจะได้อิทธิพลมาจากต่างประเทศมากกว่าในประเทศ

อย่างไรก็ตามความต้องการของประเทศสำหรับพลอยสีมีความพิถีพิถันค่อนข้างสูง และมีอิทธิพลต่อความต้องการของต่างประเทศ เนื่องจากคนไทยนิยมใช้พลอยสีมานาน สาเหตุเพราะในอดีตไทยเป็นแหล่งพลอยสีที่สำคัญของโลกประกอบกับความชำนาญในการ เเผา หุง ตั้งน้ำ และเจียรในพลอย ทำให้ความต้องการในประเทศของคนไทยมีความพิถีพิถันและเป็นไปต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งในปัจจุบันได้มีการจัดมาตรฐานของพลอยสีขึ้นอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากความต้องการของผู้บริโภค เช่น มาตรฐานสีของทับทิม(Ruby grading) ที่จัดทำโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

4.3.4 กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสถานะการแข่งขัน(Firm Strategy, Structure and Rivalry)

ระดับความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม

บริษัทขนาดเล็กมีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากไม่มีกฎระเบียบพิเศษในการจำกัดการเพิ่มหรือการตั้งบริษัทใหม่ อุปสรรคของการจัดตั้งบริษัทใหม่มีเพียงเรื่องการเงินทุน ซึ่งส่วนใหญ่ก็มาจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินและความสัมพันธ์ทางการค้ากับผู้อนุญาต โดยการแข่งขันส่วนใหญ่จะเป็นการแข่งขันทางด้านราคา ในขณะที่บริษัทขนาดใหญ่มีการแบ่งแยกความชำนาญทางการผลิตและตลาดส่งออกที่ชัดเจน จึงไม่เป็นคู่แข่งทางการค้ากันเอง อีกทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่มีความสามารถในการผลิตสินค้าได้หลากหลายตามความต้องการของตลาดได้สูง ไม่ว่าจะสินค้านั้นจะซับซ้อนเพียงใด เนื่องจากมีประสบการณ์ยาวนานทำให้เข้าใจกระบวนการผลิตอย่างดี ส่วนปริมาณการผลิตนั้นบริษัทขนาดใหญ่สามารถผลิตได้ตั้งแต่หลักพันชิ้นต่อหนึ่งคำสั่งซื้อ ไปจนถึงมากกว่าห้าหมื่นชิ้นต่อหนึ่งคำสั่งซื้อ

กลยุทธ์การแข่งขัน

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นผู้รับจ้างผลิต ไม่มีเครื่องหมายการค้าเป็นของตนเอง จึงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดแรงจูงใจในการใช้กลยุทธ์เชิงรุกและขาดการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นตัวนำ เพื่อเข้าสู่การหาลูกค้าเอง เพื่อการออกแบบและมีเครื่องหมายการค้าเป็นของตนเอง อย่างไรก็ตามการที่เครื่องประดับเงินได้รับการนำเข้าสู่ตลาดสำคัญคือยุโรปและ

อเมริกาเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าธุรกิจเครื่องประดับเงินมีรูปแบบ ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งระบบการผลิตและการตั้งราคาที่เหมาะสม

4.3.5 บทบาทของรัฐบาล

ด้านการลงทุนและการผลิต

ในด้านการลงทุนและการผลิตรัฐบาลได้มีการส่งเสริมและสนับสนุน เช่น มีการส่งเสริมการลงทุนโดยผ่านทางสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(BOI) ซึ่งจะให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ลงทุนในเรื่องของการยกเว้นภาษีสำหรับการนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องตั้งอยู่ในเขตที่กำหนดและมีเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท, มีการส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าเครื่องประดับทองคำและเงิน โดยอยู่ภายใต้ความรับชอบของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, ให้การสนับสนุนการสร้างโครงการอัญธานีเพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ และจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติซึ่งปัจจุบันทำหน้าที่สนับสนุนอุตสาหกรรมครบวงจร

ด้านการส่งเสริมการส่งออก

ในด้านการส่งเสริมการส่งออก รัฐบาลมีการส่งเสริมสนับสนุนเช่นอนุญาตให้นักท่องเที่ยวสามารถนำเอาอัญมณีและเครื่องประดับติดตัวออกไปได้โดยไม่จำกัดมูลค่า ยกเว้นภาษีการค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับที่ส่งออก และกรมการส่งเสริมการส่งออกและสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับได้ร่วมมือกันจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับปีละ 2 ครั้ง โดยมีชื่อว่า Bangkok Gems & Jewelry Fair

ด้านการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ

รัฐบาลขาดการสนับสนุนและส่งเสริมการตลาดต่างประเทศอย่างจริงจัง แม้ว่ารัฐบาลจะให้เงินสนับสนุนสำหรับผู้ส่งออกไทยในการไปร่วมงานแสดงสินค้าต่างประเทศ แต่วิธีการของรัฐบาลยังไม่มีประสิทธิภาพเท่ากับคู่แข่ง เช่น อินเดียและฮ่องกงซึ่งมักจะมีการจัดแฟชั่นโชว์ในงานแสดงสินค้าต่างประเทศที่สำคัญ เช่น Vicenza Oro Fair และ Basel World เป็นต้น นอกจากนี้งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังขาดการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เพื่อให้

ชาวต่างประเทศได้รับทราบ ทำให้งานแสดงสินค้าที่จัดในประเทศไทยจึงเป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อลูกค้าในประเทศมากกว่าผู้ซื้อจากต่างประเทศ จึงทำให้ผู้ประกอบการไทยขาดความเข้าใจในลูกค้าต่างประเทศมากขึ้นอีก

ทั้งนี้รัฐบาลยังให้การสนับสนุน โครงการเพื่อพัฒนาและส่งเสริมขีดความสามารถการแข่งขันด้านการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งมีงบประมาณผ่านกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในปี 2544-2546 เป็นมูลค่าประมาณ 37, 37 และ 22 ล้านบาทตามลำดับ เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกโดยรวมคิดเป็นประมาณร้อยละ 0.03 เท่านั้น ซึ่งน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ เช่นอินเดียมีการลงทุนโดยภาครัฐ ประชาสัมพันธ์ที่งานแสดงสินค้า เช่นที่ Basel เพียงงานเดียวใช้งบประมาณมากกว่า 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ด้านการค้าและภาษี

รัฐบาลได้ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในด้านการค้าและภาษี เช่น ได้มีการส่งออกและนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับได้อย่างเสรีเพื่อความคล่องตัวในด้านการผลิตและส่งออก ยกเว้นภาษีต่างๆ รวมทั้งให้การชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออก เป็นต้น

ด้านการศึกษา

รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนทางด้านการศึกษาที่เกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับโดยผ่านทางหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

1 กระทรวงศึกษาธิการ

กระทรวงศึกษาธิการได้อนุมัติให้กรมอาชีวศึกษาและสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล จัดการเรียนการสอนและฝึกอบรมในสาขาวิชาชีพด้านอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีการเปิดสอนในหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) และหลักสูตรระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาต่างๆ ดังมีรายละเอียด ดังนี้

- กรมอาชีวศึกษา กรมอาชีวศึกษามีการเรียนการสอนและฝึกอบรมหลายหลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรระยะสั้น สาขาวิชาเครื่องประดับอัญมณีประกอบด้วยกลุ่มงานการออกแบบและการทำต้นแบบ กลุ่มงานรูปพรรณ กลุ่มงานเครื่องประดับอัญมณี กลุ่มงานเจียรไนอัญมณีและกลุ่มงานการวิเคราะห์อัญมณี, หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มี 3 สาขาวิชาชีพประกอบด้วย สาขาเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาวิทยาการการเจียรไนอัญมณี และสาขาช่างทองหลวง, หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ซึ่งมี 6 สาขา ประกอบด้วยสาขาวิชาเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาออกแบบเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาเทคนิคการทำต้นแบบ

และการหล่อเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาเทคนิคเครื่องจักรและเครื่องประดับอัญมณี สาขาวิชาการวิเคราะห์และการควบคุมคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และสาขาวิชาช่างทองหลวง

ในปัจจุบันกรมอาชีวศึกษาได้จัดให้มีการเรียนการสอนและฝึกอบรบวิชาชีพด้านเครื่องประดับอัญมณีในสถานศึกษาที่สังกัดกรมอาชีวศึกษาจำนวน 5 แห่ง คือวิทยาลัยศิลปะหัตถกรรมกรุงเทพ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช วิทยาลัยเทคนิคกาญจนาบุรี วิทยาลัยสารพัดช่างจันทบุรี และกาญจนภิเษกวิทยาลัยช่างทองหลวง

- สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล มีการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการผลิตช่างเทคนิคที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี โดยมีหลักสูตรต่างๆ คือ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) มี 1 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาช่างแม่พิมพ์อัญมณี, หลักสูตรระดับปริญญาตรี ซึ่งมี 3 สาขาวิชาประกอบด้วย ศิลปบัณฑิต วิชาเอกออกแบบเครื่องประดับ อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิตวิชาเอกเทคโนโลยีแม่พิมพ์เครื่องประดับ และ อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต(เทคโนโลยีเครื่องประดับและอัญมณี)

ในปัจจุบันสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้จัดให้มีการเรียนการสอนในด้านเครื่องประดับอัญมณีตามวิทยาเขตต่างๆจำนวน 3 แห่ง คือศูนย์กลางเทคโนโลยีราชมงคล คลอง 6 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครเหนือ และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ เชียงใหม่

- กรมการศึกษานอกโรงเรียน กรมการศึกษานอกโรงเรียนได้มีการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาอาชีพ โดยมีการเปิดฝึกอบรบและจัดการศึกษาในหลักสูตรระยะสั้นที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตามศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนในจังหวัดบางจังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลาง สำหรับหลักสูตรระยะสั้นที่เปิดสอน ได้แก่ หลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นการเจียรไนเพชรพลอย หลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นช่างทำตัวเรือนเครื่องประดับ และหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นการทำเครื่องประดับจากอัญมณี : การทำตัวเรือนเครื่องประดับ

2 กระทรวงอุตสาหกรรม

หน่วยงานของกระทรวงอุตสาหกรรมที่จัดการฝึกอบรบได้แก่ส่วนอุตสาหกรรมอัญมณี สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งมีหลักสูตรฝึกอบรบเป็นหลักสูตรระยะสั้น โดยมีการจัดทำตารางเป็นรายปี หลักสูตรที่ทำการเปิดฝึกอบรบจะถูกกำหนดโดยความต้องการของอุตสาหกรรม สำหรับสาขาที่ฝึกอบรบในปัจจุบัน ได้แก่ การฝึกอบรบการออกแบบเครื่องประดับด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การฝึกอบรบการทำต้นแบบเครื่องประดับชั้นสูง และการฝึกอบรบการฝังอัญมณีบนเครื่องประดับชั้นสูง หลังจากการฝึกอบรบแล้วกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะมอบวุฒิบัตรให้โดยเป็นใบรับรองการผ่านการฝึกอบรบ

3 ทบวงมหาวิทยาลัย

ทบวงมหาวิทยาลัยได้จัดการสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรี โดยมีการเปิดสอนในมหาวิทยาลัยต่างๆ คือ

- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เน้นด้านการบริหารจัดการ โดยเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิศวกรรมศาสตร์(อัญมณีและเครื่องประดับ)
- มหาวิทยาลัยบูรพา เน้นด้านกรรมวิธีการผลิตเครื่องประดับ ตัวเรือน การเคลือบ โดยเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิศวกรรมศาสตร์(เทคโนโลยีอัญมณี)
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เน้นทางด้านทรัพยากรอัญมณี การตรวจสอบ การวิเคราะห์ และการเพิ่มคุณภาพด้วยวิธีการวิทยาศาสตร์ โดยเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขา อัญมณีวิทยา
- มหาวิทยาลัยศิลปากร เน้นทางด้าน การออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเปิดหลักสูตรศิลปะบัณฑิต สาขาการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ

นอกจากมหาวิทยาลัยทั้ง 4 แล้ว ในปัจจุบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาควิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ได้มีโครงการฝึกอบรมการออกแบบเครื่องประดับที่เป็นโครงการหนึ่งของโครงการฝึกอบรมการออกแบบ i-Design ซึ่งพัฒนามาจากผลการวิจัยโครงการ การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นการออกแบบเครื่องประดับ โดยมีการจัดการอบรมที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบเครื่องประดับในระยะสั้นที่ใช้เวลาในการฝึกอบรมเฉพาะเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งประกอบด้วย การบรรยาย การฝึกปฏิบัติและการเยี่ยมชมโรงงานเครื่องประดับ

4 กระบวนพหุวิชาชีพ

มีศูนย์บริการการออกแบบในกรมส่งเสริมการส่งออก โดยมีการจัดอบรมหลักสูตรการออกแบบเครื่องประดับระยะสั้น เน้นทางการปฏิบัติ เพื่อพัฒนารูปแบบสินค้าเครื่องประดับของไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของโลก โดยหลักสูตรที่เปิดจะเป็นหลักสูตรแบบต่อเนื่อง

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์

จากการศึกษาและวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินข้างต้นนั้น สามารถวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค(SWOT Analysis) ทั้งจากสถานการณ์ภายในและสถานการณ์ภายนอกได้ เพื่อนำไปพัฒนาและวางนโยบายสร้างกลยุทธ์ต่างๆที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยมีการวิเคราะห์ ดังนี้

4.4.1 สถานการณ์ภายใน จะทำการวิเคราะห์ความสามารถและความพร้อมของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ในส่วนที่เป็นจุดแข็ง และจุดอ่อน พิจารณาเปรียบเทียบจากการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่ผ่านมา และคู่แข่งที่สำคัญทั้งในและต่างประเทศ

จุดแข็ง(Strengths)

- การเป็นตลาดการค้าพลอยสีโลก
ประเทศไทยเป็นแหล่งพลอยแหล่งใหญ่ของโลกและยังได้ชื่อว่าเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีแห่งใหญ่ของโลกแห่งหนึ่งด้วย ซึ่งวัตถุดิบจากทุกทวีปถูกนำมาซื้อขายกันที่ประเทศไทย โดยเฉพาะที่ตลาดพลอยจันทบุรี
- การมีเทคโนโลยีของตนเอง ได้แก่การเผาพลอยและ Bangkok Cut
ประเทศไทยมีเทคโนโลยีในการปรับปรุงคุณภาพพลอย โดยการเผาพลอยซึ่งเป็นการไล่ตำหนิให้พลอยใสสะอาด มีสีสวยงามยิ่งขึ้นเป็นการเพิ่มมูลค่าและคุณภาพสีเป็นการถาวร นอกจากนี้ยังสามารถสร้างรูปแบบการเจียรไนที่เป็นของตนเองซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งเจียรไนเพชรขนาดเล็กที่สวยงามที่สุดซึ่งมีชื่อเรียกเฉพาะว่าเหลี่ยมแบบ Bangkok Cut ด้วย
- แรงงานฝีมือและประสบการณ์
ทักษะและความสามารถในการผลิตเครื่องประดับของแรงงานไทยได้รับการยอมรับจากตลาดโลกว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพที่สุดในราคาระดับกลางถึงต่ำ นอกจากนี้ไทยยังมีความชำนาญด้านการขึ้นรูปด้วยมือซึ่งจัดได้ว่าเป็นศูนย์กลางการผลิตเครื่องประดับที่หล่อด้วยมือขนาดใหญ่ที่สุดในโลกแห่งหนึ่ง มีความสามารถที่จะออกแบบและถอดแบบเป็นตัวอย่างในเวลาอันสั้นและมีแรงงานฝีมือที่ประณีตกว่าคู่แข่งที่เป็นประเทศกำลังพัฒนา
- วัฒนธรรมการให้บริการแบบไทยเป็นที่ประทับใจต่อกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ
คนไทยส่วนใหญ่มีอุปนิสัยชอบบริการสูงกว่าลูกค้าชาติอื่นๆ วัฒนธรรมการบริการแบบไทยก่อให้เกิดการออมชอมในการเจรจาทางการค้า การยอมทำภาระบางอย่างเพิ่มโดยไม่คิดราคา การลดราคา การรับคืนของ การแถมสินค้า ล้วนเป็นวิธีที่สร้างความประทับใจ เป็นจุดสร้างความประทับใจแก่กลุ่มผู้ซื้อและนำไปสู่การตกลงทางธุรกิจในระยะยาวได้

จุดอ่อน(Weaknesses)

- การวิจัยและการพัฒนาด้านรูปแบบสินค้ามีน้อย

การวิจัยในรูปแบบสินค้า(Design) ซึ่งจำเป็นต่อการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดมีน้อย นอกจากนี้ทั้งทางภาครัฐและเอกชนมีการให้บริการเรื่องข้อมูลที่มีประสิทธิภาพทางการออกแบบน้อยมาก รวมทั้งประเทศไทยยังขาดพิพิธภัณฑสถานด้านการพัฒนาทางศิลปะและการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรสนิยมทางสังคม ซึ่งทั้งหมดจำเป็นต่อการพัฒนาความเข้าใจด้านรสนิยมและพัฒนาการทางด้านแฟชั่น

- นักออกแบบมีน้อย

ภาพรวมส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไทยคือการลอกแบบ รูปแบบส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยตลาดหรือลอกแบบจากหนังสือแนะนำสินค้าที่ผู้ซื้อกำหนดมา ทำให้รูปแบบงานของผู้ประกอบการไม่ค่อยแตกต่างกันและขาดเอกลักษณ์เป็นของตนเอง รวมทั้งยังขาดนักออกแบบที่มีฝีมือในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและมีความเข้าใจความต้องการของตลาด

- ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

ผู้ประกอบการไทยและกลุ่มพนักงานที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศเช่น ภาษาอังกฤษและภาษาจีนอย่างมีประสิทธิภาพมีจำนวนน้อยหากเทียบกับประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้ความสามารถในการใช้ภาษาที่จำกัดนำมาซึ่งโลกทัศน์ที่จำกัดอีกทางหนึ่งด้วย

- การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตมีลักษณะตามหลังประเทศผู้นำ

การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตมีลักษณะตามหลังประเทศผู้นำ ทำให้มีข้อเสียเปรียบเสมอคือ มีลักษณะซื้อเทคโนโลยี เช่น เครื่องดัดสร้อย เครื่องเชื่อมเลเซอร์ รวมถึงอุปกรณ์ย่อย เช่น กิมตะไบ สารเคมีที่ใช้ชุบเคลือบผิว เป็นต้น การใช้เครื่องจักรซึ่งผลิตเพื่อตอบสนองในประเทศผู้นำดังกล่าวจึงไม่สอดคล้องกับการผลิตของไทยอย่างแท้จริง

4.4.2 สถานการณ์ภายนอก โดยทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินที่สามารถเป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคข้อจำกัดของอุตสาหกรรมนี้

โอกาส (Opportunities)

- ความต้องการบริโภคเครื่องประดับที่มากขึ้น
จากการนำเข้าเครื่องประดับที่เพิ่มขึ้นทุกๆปีของหลายๆประเทศ อาจสรุปได้ว่าการบริโภคเครื่องประดับมีเพิ่มขึ้นทุกๆปี ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจของโลกที่ตกต่ำ ดังนั้นเครื่องประดับเงินจึงเป็นตัวเลือกที่มีประสิทธิภาพและคุ้มค่าสำหรับเศรษฐกิจยุคปัจจุบันนี้
- การพัฒนาของ E-Commerce มีประสิทธิภาพมากขึ้น
ปัจจุบันการพัฒนาของ E-Commerce มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้การประชาสัมพันธ์หรือการส่งเสริมการขายรูปแบบอื่นๆรวมถึงการเข้าหาผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น เป็นช่องทางหนึ่งซึ่งสามารถนำผู้ผลิตไปพบผู้บริโภคโดยตรงได้ เป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายและสามารถตัดตอนหรือลดบทบาทของพ่อค้าคนกลางได้
- การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน
จากการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน อาจนำไปถึงการพัฒนาแหล่งอัญมณีและวัตถุดิบใหม่ๆในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งรวมถึงการประสานงานทางศิลปวัฒนธรรมและเทคโนโลยีและการร่วมมือทางการค้า
- การเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิก
ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ ทำให้ประเทศไทยได้พัฒนาตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเอเชียแปซิฟิก ดังนั้นจึงมีการพัฒนาสาธารณูปโภคที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดตลาดอัญมณีและเครื่องประดับขนาดใหญ่สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับรูปแบบหนึ่งและเป็นปัจจัยส่งเสริมให้นักลงทุนชาวต่างชาติมีความต้องการเข้ามาค้าขายและลงทุนในไทยมากกว่าประเทศคู่แข่งที่ยังล้าหลังด้านสาธารณูปโภค

- อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินเป็นเป้าหมายย่อยหนึ่งของรัฐบาลในการพัฒนา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่รัฐบาลให้การส่งเสริมโดยมีแผนแม่บทอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีโครงการต่างๆเพื่อทำการพัฒนา อุตสาหกรรมนี้
- การพยายามผลักดันในเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ของรัฐบาล การพยายามสร้างความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมที่ครบวงจรตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำไปจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ และการผลักดันในเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ของอุตสาหกรรมต่างๆของรัฐบาล รวมทั้งอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีวิสัยทัศน์การเป็น ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลกภายในปี พ.ศ. 2557

อุปสรรค(Threats)

- การพัฒนาความสามารถในการประกอบการเครื่องประดับของจีนและเวียดนาม จีนเป็นประเทศที่มีประชากรมากจึงเป็นแหล่งรวมแรงงานที่มีฝีมือและทักษะค่อนข้างสูง อีกทั้งต้นทุนค่าแรงที่ถูก ทำให้เป็นฐานการผลิตที่มีประสิทธิภาพและทำให้เกิดการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่อง ส่วนเวียดนามแม้มีประชกรน้อยแต่เป็นแรงงานที่มีฝีมือและมีคุณภาพ
- ทศกศิตต่อสินค้าไทยในต่างประเทศไม่ค่อยดี ภาพพจน์ของสินค้าไทยในทัศนคติของต่างชาติไม่ค่อยดีนัก สินค้าไทยจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าระดับกลางและเป็นรองสินค้าที่มาจากตะวันตก รวมถึงการหลอกลวงขายเครื่องประดับให้นักท่องเที่ยว นำมาซึ่งภาพพจน์ที่ไม่ดีและทัศนคติในด้านลบ นอกจากนี้สินค้านี้สินค้าเครื่องประดับของไทยจัดอยู่ในกลุ่มสินค้านี้อาจได้รับการยกย่องที่ได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับให้อยู่ในกลุ่มสินค้านี้ระดับสูงได้
- ตลาดส่งออกมีมาตรการเข้มงวดมากขึ้น กลุ่มประเทศอเมริกาและยุโรปซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีความเข้มงวดเกี่ยวกับความปลอดภัย สุขอนามัยของผู้บริโภค รวมทั้งเรื่องสิ่งแวดล้อมและมาตรฐานของสินค้าทำให้ต้องมีการตรวจสอบสารเคมีและสารปนเปื้อนต่างๆในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายและเวลาเพิ่มขึ้นในการตรวจสอบและสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าต่างประเทศยอมรับในคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

- จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก

การที่จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก ทำให้จีนมีโอกาสมากขึ้นในการขยายตลาด อีกทั้งเปิดโอกาสให้เพิ่มฐานการผลิตในประเทศมากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน และการออกแบบเครื่องประดับเพื่อที่จะยกระดับกลุ่มสินค้าให้ขึ้นมาอยู่ในกลุ่มที่สูงขึ้นได้

- การเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ในประเทศอื่นๆ

ประเทศอื่นๆมีการให้ความสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) ในประเทศอื่นๆที่เป็นคู่แข่งของประเทศไทยอยู่ เช่น ประเทศเวียดนาม

4.5 วิธีการเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน

จากการวิเคราะห์ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อศึกษาว่าอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินนี้จะสามารถเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ได้หรือไม่ เนื่องจากถ้าสามารถเกิดเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ได้จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ทางหนึ่งและทำให้เกิดการกระจายด้านความรู้รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการผลิตร่วมกัน และสามารถสร้างนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่ช่วยยกระดับการดำเนินธุรกิจให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

เครือข่ายวิสาหกิจไม่ได้เป็นเพียงการดำเนินธุรกิจภายในพื้นที่หรือบริเวณเดียวกันเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ยังต้องมีคุณลักษณะเฉพาะที่สำคัญที่จะเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยเมื่อพิจารณาจากคุณลักษณะเฉพาะที่สำคัญที่เครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) จำเป็นต้องมีทั้ง 4 ประการ คือ

1. การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน(Connectivity) ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินมีการเชื่อมโยงกันทั้งในแนวดิ่งและแนวนอน โดยการเชื่อมโยงในแนวดิ่งมีค่อนข้างมาก เนื่องจากขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่การเจียรระไนเพชร พลอย ไปจนถึงการทำเครื่องประดับนั้นสามารถกระทำได้ภายในกิจการหนึ่งๆ ส่วนการเชื่อมโยงในแนวนอนนั้นมีการรวมกลุ่มกันไม่ว่าจะจะเป็นสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ชมรมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย เป็นต้น อย่างไรก็ตามถึงแม้มีการรวมกลุ่มเป็นสมาคมและชมรมเป็นจำนวนมาก แต่ในทางปฏิบัติบางครั้งยังมีการทำงานซ้ำซ้อนหรือทำงานเพื่อปกป้องผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม ส่งผลให้ขาดความเชื่อมโยงภายใน

อุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับสถาบันที่ให้การส่งเสริมและให้การสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ยังเป็นความสัมพันธ์แบบธรรมดาตามหน้าที่ ไม่ค่อยมีการเรียนรู้ร่วมกัน ไม่ค่อยมีการแลกเปลี่ยน การถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ทั้งข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ทำให้ไม่เกิดความรู้ใหม่ๆขึ้น

2.ความร่วมมือ(Collaboration) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่ ไม่ค่อยมีการร่วมมือกัน แต่ก็มีผู้ประกอบการบางส่วนซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่มีการร่วมมือกัน โดยมีการรวมกลุ่มกัน เช่น ชมรมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย ซึ่งมีการจัดงานแสดงสินค้าร่วมกัน เช่นงาน Bangkok Gems & Jewelry Fair มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน แต่ไม่มีการรวมตัวกันซื้อวัตถุดิบ เครื่องมือเครื่องจักร ในส่วนความร่วมมือของธุรกิจกับสถาบันที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนที่เกี่ยวข้องยังมีค่อนข้างน้อย

3.การแข่งขัน(Competition) ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กมีระดับการแข่งขันค่อนข้างสูง แต่ส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันทางด้านราคา ส่วนระดับการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่มีค่อนข้างต่ำ มีการแบ่งแยกความชำนาญทางการผลิตและตลาดส่งออกที่ชัดเจน

4.ประสิทธิภาพโดยรวม(Collective Efficiency) แม้ว่าการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินจะก่อให้เกิดการพัฒนาการผลิตที่มีประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากการที่ผู้ผลิตอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไม่มีการร่วมมือกันในการถ่ายทอดความรู้ ประกอบกับการเชื่อมโยงซึ่งกันและกันยังมีน้อย ทำให้ประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นเกิดขึ้นในแต่ละผู้ผลิต แต่ไม่ได้ก่อให้เกิดประสิทธิภาพโดยรวม

เมื่อศึกษาลักษณะเฉพาะของเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่มีทั้ง 4 ประการ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไม่ได้เป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster) แต่ลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่ก่อให้เกิดโอกาสเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ(Cluster)ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หรือเป็นลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจที่ยังไม่พัฒนา(Underachieving clusters) คือการร่วมมือกัน และการประสานงานกันระหว่างภาครัฐและเอกชนยังมีค่อนข้างน้อย รวมทั้งขาดมุมมองใหม่หรือการคิดนอกกรอบอันเป็นประเด็นสำคัญในการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์ประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของ
หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ในจังหวัดเชียงใหม่

1. ข้อมูลทั่วไป

- 1.1 ชื่อสถานประกอบการ.....
วัน/เดือน/ปี.....
ชื่อผู้ให้ข้อมูล.....ตำแหน่ง.....
- 1.2 ที่ตั้งโรงงาน.....
โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-Mail.....
ที่ตั้งสำนักงาน.....
โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-Mail.....
- 1.3 ผลิตภัณฑ์หลัก(เครื่องประดับเงิน/เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว เครื่องใช้ในบ้าน)
.....

2. ประเภทกิจการ

- 2.1 ลักษณะสถานประกอบการ เจ้าของคนเดียว/ห้างหุ้นส่วน/ครอบครัว/บริษัทจำกัด/อื่นๆ
(ระบุ).....
- 2.2 ทุนจดทะเบียน.....ล้านบาท ณ.วันที่.....
- 2.3 ความเป็นมาของธุรกิจและปีที่ก่อตั้ง.....
.....
.....
- 2.4 ธุรกิจอื่นๆของผู้ผลิต.....
.....

3. ด้านการผลิต

3.1 ประเภทการผลิต.....

OBM(มีตราของตนเอง) /ODM(มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์) /OEM(ผลิตตามสั่ง) / ครั้วเรือน

3.2 ทรัพยากรด้านวัตถุดิบ

3.2.1 วัตถุดิบที่ใช้ในประเทศ

- ประเภทวัตถุดิบ.....
- แหล่งวัตถุดิบ.....
- วิธีการจัดซื้อ.....

3.2.2 วัตถุดิบที่ใช้ในต่างประเทศ

- ประเภทวัตถุดิบ.....
- แหล่งวัตถุดิบ.....
- วิธีการจัดซื้อ.....

3.2.3 ปัญหาด้านวัตถุดิบ.....

3.2.4 เครื่องมือ / เครื่องจักร(มีอะไรบ้าง)

- แหล่งที่มา.....
- อายุการใช้งานโดยเฉลี่ย (ปี).....
- การซ่อมแซม.....
- ปัญหาด้านเครื่องมือเครื่องจักร.....

3.3 ทรัพยากรมนุษย์

3.3.1 แรงงานรวมทั้งสิ้น..... คน

- เจ้าของหุ้นส่วน..... คน

- คนงานในโรงงาน(เกี่ยวกับการผลิต)..... คน

คนงานที่มีฝีมือ(เช่น ช่างแกะลาย).....คน

ช่างออกแบบ.....คน

- คนงานในสำนักงาน(บริหาร การตลาด บริการ).....คน

3.3.2 การพัฒนา/การฝึกอบรม.....

.....

.....

3.3.3 สถานที่ที่พนักงานไปฝึกอบรม.....

.....

3.3.4 ระดับการศึกษา (ความรู้ความสามารถ)

| ประเภท คนงาน | ต่ำกว่าม. ต้น(คน) | มัธยมศึกษา (คน) | ปวช. (คน) | ปวส. (คน) | ปริญญาตรีและ สูงกว่า(คน) | อบรมต่างๆ (คน) |
|-----------------|----------------------|--------------------|--------------|--------------|-----------------------------|-------------------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

3.3.5 ความเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติ คุณภาพ และทัศนคติต่อคนงาน

| | พอใจมาก | พอใจปานกลาง | พอใจ | ไม่พอใจ |
|--|---------|-------------|------|---------|
| ระดับความรู้ความสามารถ | | | | |
| ระดับทักษะฝีมือ | | | | |
| ความรับผิดชอบ | | | | |
| ความตั้งใจ | | | | |
| คุณภาพการทำงาน | | | | |
| ความคิดริเริ่ม | | | | |
| ศักยภาพเมื่อเทียบกับคุณภาพ กับแรงงานต่างชาติระดับ เดียวกัน | | | | |
| อื่นๆ..... | | | | |

3.4 ทรัพยากรความรู้ เทคโนโลยี

3.4.1 เทคโนโลยีการผลิต(เครื่องมือเครื่องจักรเน้นเทคโนโลยีสมัยใหม่'ใหม่ หรือเน้น
ใช้ แรงงาน,เครื่องมือเครื่องจักรมีมากใหม่).....

.....

- 3.4.2 การเรียนรู้หรือรับเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆเข้ามา (ถ้ามี จากแหล่งใด).....

 3.4.3 ในช่วงที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีด้าน.....

 3.4.4 การวิจัยและพัฒนา (ที่ผ่านมาและใน 2-3 ปีข้างหน้า).....
 วัสดุคิป.....
 กระบวนการผลิต.....
 เครื่องมือ เครื่องจักร.....
 3.4.5 ปัจจัยด้านทรัพยากร ความรู้และเทคโนโลยี ทักษะฝีมือ.....

3.5 ทรัพยากรทุน

- 3.5.1 การลงทุน และสินเชื่อ(กู้ยืม)
 - วิธี.....
 - แหล่ง.....
 - จำนวน.....
 3.5.2 วิธีการระดมทุน.....

 3.5.3 ระบบบัญชี รายงานประจำปี มี ไม่มี
 3.5.4 ผลการดำเนินงาน กำไร ขาดทุน
 3.5.5 ปัญหาด้านทรัพยากรทุน.....

3.6 โครงสร้างพื้นฐาน(ขนส่ง สื่อสาร สาธารณูปโภค)

3.6.1 ความเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึง และคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐาน

| | พอใจมาก | พอใจปานกลาง | พอใจ | ไม่พอใจ |
|------------------------------|---------|-------------|------|---------|
| ระบบการขนส่ง | | | | |
| ระบบการสื่อสาร | | | | |
| สาธารณูปโภค (ไฟฟ้า ประปา) | | | | |
| ด้านพลังงาน | | | | |
| อื่นๆ(ระบุ) | | | | |

- 3.6.2 หน่วยงานที่ได้รับโครงสร้างพื้นฐาน.....
.....
- 3.6.3 ปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน.....
.....
- 3.7 การควบคุมคุณภาพ**
- 3.7.1 มาตรการที่ใช้.....
- 3.7.2 หน่วยงานรับรอง.....
- 3.7.3 แรงจูงใจในการควบคุม.....
- 3.8 ความหลากหลายของสินค้า.....**
- 3.9 ปัญหาเกี่ยวกับด้านการผลิต.....**
.....
- 4. ด้านการตลาด**
- 4.1 ตลาดหลักในประเทศ.....**
มูลค่าการจำหน่าย(สัดส่วนต่อปี).....
ตลาดต่างประเทศ.....
มูลค่าการจำหน่าย(สัดส่วนต่อปี).....
สัดส่วนระหว่างในประเทศกับต่างประเทศ.....
- 4.2 ส่วนแบ่งตลาด แบ่งตามคู่แข่ง.....**
ส่วนแบ่งตลาด แบ่งตามประเภทเครื่องประดับ.....
- 4.3 ความต้องการของผู้ซื้อ ในประเทศ(เช่น ต้องการเครื่องประดับแบบไหน).....**
.....
ความต้องการของผู้ซื้อ ต่างประเทศ.....
.....
ความต้องการของผู้ซื้อ นักท่องเที่ยว.....
.....
- 4.4 ปัญหาความต้องการของผู้ซื้อ.....**
.....

4.5 ความรู้ของผู้ซื้อ

- 4.5.1 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์.....
- 4.5.2 เอกลักษณะเฉพาะ.....
- 4.5.3 ตราสินค้า.....
- 4.5.4 ข่าวสาร.....

4.6 ราคา

- 4.6.1 การตั้งราคา(เช่น ขายราคาประมาณเท่าไร).....
- 4.6.2 ราคาตลาด(ราคาของคนอื่นๆขายราคาประมาณเท่าไร).....
- 4.6.3 ราคาในทัศนคติของผู้ซื้อ.....
- 4.6.4 ราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....

4.7 การจัดจำหน่าย

- 4.7.1 ช่องทางการจำหน่าย(ขายเองโดยตรง,ผ่านพ่อค้าคนกลาง,ขายทางศูนย์จำหน่าย
สินค้า,ขายทางงานแสดงสินค้าในประเทศ,ขายทางงานแสดงสินค้าที่
ต่างประเทศ).....
- 4.7.2 ความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ.....
- 4.7.3 ความครอบคลุมของสินค้า.....
- 4.7.4 วิธีการขนส่งสินค้า.....

4.8 การส่งเสริมการตลาด

- 4.8.1 การโฆษณา.....
- 4.8.2 การประชาสัมพันธ์.....
- 4.8.3 การขายโดยอินเทอร์เน็ต.....
- 4.8.4 การขายโดยแคตตาล็อกสินค้า.....
- 4.8.5 แหล่งดูงาน.....

4.9 ปัญหาการตลาด.....

.....

.....

5. ปัจจัยสนับสนุน

5.1 ความเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ ความร่วมมือ ประสานงานกันของบริษัทต่างๆต่อ

| แหล่ง | พอใจมาก | พอใจปานกลาง | พอใจ | ไม่พอใจ |
|--|---------|-------------|------|---------|
| หน่วยงานราชการ - อุตสาหกรรมจังหวัด - พาณิชย์จังหวัด | | | | |
| หน่วยงานเอกชน - สภาอุตสาหกรรม - สมาคมท่องเที่ยว | | | | |
| สถาบันให้ความรู้ (เช่น มหาวิทยาลัย) | | | | |
| ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - เงิน - เคมีภัณฑ์ - เครื่องมือ - เครื่องจักร | | | | |
| ผู้จำหน่ายสินค้า - ผู้ค้า - บรรจุกภัณฑ์(หีบห่อ) - การขนส่ง | | | | |
| แหล่งเงินทุน - สถาบันการเงิน (เช่น ธนาคาร) | | | | |
| บริษัทอื่นๆที่เป็นคู่แข่ง | | | | |

5.2 ความสัมพันธ์ ความช่วยเหลือ การประสานงานของหน่วยงานและเอกชน.....

.....

.....

.....

5.3 ปัญหาด้านการสนับสนุน(หน่วยงานของภาครัฐและเอกชน).....

.....

.....

6. กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสถานะการแข่งขัน

6.1 กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กร

- 6.1.1 วิสัยทัศน์ จุดมุ่งหมาย.....

- 6.1.2 โครงสร้างองค์กร การแบ่งงาน อำนาจในการตัดสินใจ การวางแผน.....

- 6.1.3 จุดประสงค์ของแต่ละคน(ผลประโยชน์ สิ่งจูงใจ): รางวัล ค่าตอบแทน โบนัส
 โพรโมชัน.....

- 6.1.4 ความสัมพันธ์ การประสานงาน การสื่อสาร การกระจายข้อมูลข่าวสาร และการ
 แลกเปลี่ยนความคิดเห็น.....

- 6.1.5 วัฒนธรรม : สิ่งที่เป็นอุดมคติ สิ่งปฏิบัติสืบต่อกันมา.....

6.2 การแข่งขัน

6.2.1 คู่แข่งภายในประเทศ

- จำนวนคู่แข่ง.....
- คู่แข่งที่สำคัญ.....

- ความเข้มข้นของการแข่งขัน(แข่งขันกันสูงไหม).....
- ข้อมูลของผู้แข่งขัน(เช่น จุดแข็ง จุดอ่อน).....
- คุณภาพ.....
- กลยุทธ์การตลาด.....

- อื่นๆ.....

6.2.2 คู่แข่งต่างประเทศ

- จำนวนคู่แข่ง.....
- คู่แข่งที่สำคัญ.....

- ความเข้มข้นของการแข่งขัน.....
- ข้อมูลของผู้แข่งขัน(เช่น จุดแข็ง จุดอ่อน).....
- คุณภาพ.....
- กลยุทธ์การตลาด.....
-
- อื่นๆ.....

6.2.3 รูปแบบการแข่งขัน

- การแข่งขันทางราคา(มีการขายตัดราคากันใหม่).....
-
- การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา(คุณภาพ ชื่อเสียง ความหลากหลายและลักษณะพิเศษของ สินค้า รูปแบบของสินค้า).....
-
-

6.2.4 การกีดกันการแข่งขัน (ความยากง่ายในการเข้า-ออกตลาด/ใช้เงินลงทุนในการผลิตสูงใหม่ ขั้นตอนแต่ละขั้นทำยากใหม่ ต้องใช้ทักษะในการทำสูงใหม่).....

.....

.....

.....

7. ความคิดเห็นเกี่ยวกับพันธมิตรอุตสาหกรรม

7.1 มีการรวมกลุ่ม สมาคมบ้างไหม.....

.....

7.2 การติดต่อ การร่วมมือกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ(เช่น ผู้ขายวัตถุดิบ ร้านจำหน่ายสินค้า พ่อค้าคนกลาง กลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยว)เป็นอย่างไร มีการร่วมมือกันมากไหม

.....

.....

7.3 การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร.....

.....

7.4 การช่วยเหลือกัน เกื้อกูลกัน

| | | | |
|--------------------------------------|---------|--------------|-------------|
| - แบ่งปันวัตถุดิบ |มี | มีบ้าง | ไม่มี |
| - ช่วยกันเมื่อผลิตสินค้าไม่ทัน |มี | มีบ้าง | ไม่มี |
| - รวมตัวกันซื้อวัตถุดิบ เครื่องจักร |มี | มีบ้าง | ไม่มี |
| - การผลิตแบบรับช่วง(Subcontact) |มี | มีบ้าง | ไม่มี |
| - ช่วยจัดกิจกรรมร่วมกันเช่นการออกงาน |มี | มีบ้าง | ไม่มี |
| - ติดต่อขอความช่วยเหลือจากภาครัฐ |มี | มีบ้าง | ไม่มี |
| - อื่นๆ..... |มี | มีบ้าง | ไม่มี |

7.5 รู้จักพันธมิตรอุตสาหกรรมหรือไม่ รู้จักมากน้อยแค่ไหน เคยได้ยื่นหรือไม่.....

.....

7.6 คิดเห็นว่าจะสามารถพัฒนาเป็นพันธมิตรอุตสาหกรรม

.....ได้ เพราะ.....

.....ไม่แน่ เพราะ.....

.....ไม่ได้ เพราะ.....

ถ้าไม่ได้ วิธีอื่น.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวรัชนิกร วุฒิเศรษฐไพบุลย์ เกิดวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2522 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร เป็นบุตรของนายจิตติทัศน์ และนางปราณี วุฒิเศรษฐไพบุลย์ สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี สาขาวิชาการเงิน(เกียรตินิยมอันดับ 2) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ.2545 และทำงานที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่สีลม ตำแหน่งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อรายใหญ่ ประมาณ 1ปี แล้วได้เข้าศึกษาต่อ ปริญญาโท หลักสูตร เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2546



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย