

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา ภาครัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมให้เกิดรายได้ เพิ่มช่องทางในการประกอบธุรกิจต่อนักลงทุนรายย่อย ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีเทียมซึ่งมีหินสีอัญมณีสังเคราะห์ อัญมณีเทียม โลหะ เปลือกหอย ฯลฯ เป็นส่วนประกอบ สามารถใช้ทดแทนอัญมณีแท้ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีรูปลักษณะเลียนแบบเครื่องประดับแท้ มีความสวยงามและมีราคาที่ไม่สูงมาก มีการพัฒนารูปแบบให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นเสื้อผ้า กระเป๋าและรองเท้า ราคาและคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมมีอัตราการเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2544) นอกจากนี้ยังมีความร่วมมือระหว่างกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และภาคเอกชน ร่วมกันจัดงานกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น หรือ Bangkok Fashion City เพื่อผลักดันให้กรุงเทพฯ เป็นผู้นำแฟชั่นอีกแห่งหนึ่งของภูมิภาคเอเชีย ในปี 2548 และจะก้าวไปสู่การเป็นเมืองแฟชั่นชั้นนำของโลกภายในปี 2555 โดยการยกระดับผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องประดับซึ่งเป็นสาขาหนึ่งในสามของผู้ประกอบการ ในธุรกิจแฟชั่นหลัก รวมทั้งนักออกแบบให้มีความสามารถในการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศ (กรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นร่วมผลักดันวงการแฟชั่นไทยก้าวสู่ระดับโลก, 2547: ออนไลน์)

ประเทศไทยเคยมีแหล่งทรัพยากรที่มีค่า ในภาคตะวันออกของประเทศไทยเป็นแหล่งแร่พลอยและหินมีค่าที่สำคัญ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักธุรกิจชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้ประกอบการเน้นทำการตลาดเชิงรุกมากขึ้น ทำให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดโลก มีการสนับสนุนจากภาครัฐบาลในการยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และสร้างกลยุทธ์ในการผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายการส่งออก ส่งผลให้ในปี 2546 การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่ารวม 2,514.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 15.93 เมื่อเทียบกับปี 2545 โครงสร้างหลักของการส่งออกแบ่งเป็น อัญมณีร้อยละ 33.34 เครื่องประดับแท้อยู่ละ 43.67 เครื่องประดับ

อัญมณีเทียม ซึ่งมีหินสีเป็นส่วนประกอบร้อยละ 3.47 ทองคำยังไม่ขึ้นรูปร้อยละ 16.74 และชนิดอื่น ๆ ร้อยละ 2.78 (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2546: ออนไลน์)

สมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีอัตราการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีสูงเป็นอันดับ 4 ของประเทศ (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร, 2546) ทำให้มีกำลังซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้น ประกอบกับสินค้าเครื่องประดับหินสีมีแนวโน้มเป็นสินค้าทดแทนที่ได้รับความนิยม จากการสังเกตพบว่าร้านจำหน่ายสินค้าเครื่องประดับหินสีในจังหวัดสมุทรสาครมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น รูปแบบของสินค้าและร้านจำหน่ายมีลักษณะแตกต่างกัน เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ ทำให้ผู้ศึกษามีความตั้งใจที่จะศึกษาทัศนคติต่อเครื่องประดับหินสีของลูกค้า ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อนักธุรกิจ ผู้ที่สนใจ และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดการสร้างรายได้ ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนเพิ่ม และเกิดการพัฒนารูปแบบสินค้า รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายในกลุ่มธุรกิจเครื่องประดับที่ทำจากหินสีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาทัศนคติต่อเครื่องประดับหินสีของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบทัศนคติต่อเครื่องประดับหินสีของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องประดับหินสี
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ และผู้สนใจในธุรกิจเครื่องประดับหินสี