

## Value Chain Analysis of Garnet Bar Jewelry Chanthaburi

การวิเคราะห์โซ่คุณค่าของเครื่องประดับพลอยโกเมนแท่ง จังหวัดจันทบุรี

Poonsiri Prakongpak<sup>a\*</sup>, Pattarabordee Pimki<sup>b</sup>, Pathra Srisukho<sup>b</sup>, Worachat Angkahiran<sup>b</sup>,  
Narumon Lertcumfu<sup>b</sup>, Surapong Panyata<sup>b</sup>, Phanom Chongkon<sup>b</sup>, Kornkanok Sanitgan<sup>b</sup>

พูลศิริ ประคองภักดิ์<sup>a\*</sup>, พัชรบดี พิมพ์กี<sup>b</sup>, พัชรา ศรีสุข<sup>b</sup>, วรฉัตร อังคะหิรัญ<sup>b</sup>, นฤมล เลิศคำฟู<sup>b</sup>,  
สุรพงษ์ ปัญญาทา<sup>b</sup>, พนม จงกล<sup>b</sup>, กรกนก สนิทการ<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Faculty of Social Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok

<sup>b</sup>Faculty of Industrial Technology, Rambhai Barni Rajabhat University

\*Corresponding author: [poonsiri\\_pr@rmutto.ac.th](mailto:poonsiri_pr@rmutto.ac.th)

Received 17 January 2024; Revised 27 February 2024; Accepted 4 March 2024;  
Published Online 17 June 2024

### Abstract

The objective of this research is to examine the manufacturing and distribution procedures involved in producing garnet bar jewelry, as well as to analyze the value chain associated with garnet jewelry. The research sample consists of entrepreneurs in the gem and jewelry industry in Chanthaburi Province. In-depth interviews are used to conduct the study. The findings indicate that the garnet gemstones frequently used to produce jewelry are typically reddish-brown or dark reddish-orange garnets imported from Africa. Next, the material is divided into cylindrical rods measuring approximately 3-5 mm in diameter and 7-15 mm in length. It is commonly employed to create necklaces, bracelets, and rings. Upon conducting a supply chain analysis, it was determined that the main activities of the entrepreneurs are focused on sourcing high-quality raw materials (specifically garnet) from the designated area. The entrepreneurs possess the expertise and proficiency to facet gemstones and create jewelry designs. A clearly defined product distribution channel exists. Emphasize direct marketing to customers to directly present the product's value to customers and prioritize word-of-mouth marketing. Furthermore, the entrepreneurs also offer post-purchase customer support. Regarding supplementary activities in the supply chain, commence with procuring raw materials that are consistently accessible within the local vicinity. The production process depends on the proficiency or expertise of the entrepreneurs. Nevertheless, modern equipment is widely utilized to achieve a higher level of work quality that is more consistent. When examining the characteristics of entrepreneurs, it is evident that the majority possess a high level of expertise due to their extensive experience in the field over a significant period.

**Keywords:** Value Chain; Jewelry; Gemstone; Garnet Bar

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับพลอยโกเมนแท้ และเพื่อวิเคราะห์คุณค่าของเครื่องประดับพลอยโกเมน โดยประชากร คือ ผู้ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี ใช้เครื่องมือด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า พลอยโกเมนที่นิยมนำมาผลิตเป็นเครื่องประดับ คือ โกเมนสีแดงอมน้ำตาลหรือสีส้มอมแดงมีดซึ่งนำเข้ามาจากทวีปแอฟริกา จากนั้นนำมาเจียระไนเป็นแท่งทรงกระบอก มีเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 3-5 มิลลิเมตร ยาว 7-15 มิลลิเมตร โดยนิยมนำมาผลิตเป็นสร้อยคอ สร้อยข้อมือและแหวน ในการวิเคราะห์กิจกรรมตามหลักการวิเคราะห์โซ่อุปทาน พบว่าจุดแข็งของกิจกรรมหลักของผู้ประกอบการ คือ อยู่ในแหล่งวัตถุดิบ (พลอยโกเมน) ที่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการมีองค์ความรู้และความสามารถในการเจียระไนและออกแบบเป็นเครื่องประดับ มีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน เน้นการทำตลาดไปยังลูกค้าโดยตรงเพื่อเสนอคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าโดยตรง เน้นการทำการตลาดแบบปากต่อปาก นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีบริการหลังการขายให้กับลูกค้าด้วย ส่วนกิจกรรมเสริมในโซ่อุปทานเริ่มจากการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบซึ่งอยู่ในท้องถิ่นสามารถหาได้ตลอดเวลา กระบวนการผลิตอาศัยฝีมือหรือความชำนาญของผู้ประกอบการ แต่ในปัจจุบันมีการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยมากขึ้นทำให้คุณภาพของงานคงที่มากขึ้น ด้านลักษณะของผู้ประกอบการนั้นจะพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ความชำนาญมาก เนื่องจากประสบการณ์ในการทำอาชีพนี้มาเป็นเวลานาน

**คำสำคัญ:** โซ่อุปทาน; เครื่องประดับ; พลอย; โกเมนแท้

## 1. บทนำ

อัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าที่มีค่าสำคัญทางเศรษฐกิจของโลก ด้วยโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จะเกิดการหมุนเวียนเงินระหว่างประเทศผู้ซื้อและผู้ขายจนถึงลูกค้าปลายทางและยังเป็นสินทรัพย์ที่มีคุณค่าในตัวเมื่อเวลาผ่านไปยาวนานขึ้น สามารถนำกลับมาหมุนเวียนขายใหม่ แปลงสภาพ โดยไม่ถูกลดทอนคุณค่าโดยเฉพาะ ถ้าหากเป็นเครื่องประดับที่ใช้พลอยอัญมณีที่มีมูลค่าสูงมากขึ้นตัวเรือนโลหะมีค่า กอปรกับการออกแบบโดยผู้ที่มีชื่อเสียงก็ จะยิ่งทำให้อัญมณีและเครื่องประดับมีค่าสูงขึ้นไปอีก

จังหวัดจันทบุรีมีชื่อเสียงด้านการผลิตและเจียระไนพลอย รวมทั้งเป็นผู้นำเข้าเพื่อเพิ่มมูลค่ามาตั้งแต่อดีต ปัจจุบัน จันทบุรีเป็นศูนย์กลางการซื้อขายอัญมณีแหล่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นับเป็นความ ได้เปรียบในเชิงแข่งขันที่จะทำให้ไทยก้าวไปเป็นศูนย์กลางอัญมณีของโลกได้ จันทบุรีมีตลาดพลอยหรือถนนอัญมณี ซึ่งเป็นตลาดการซื้อขายพลอยในจันทบุรีที่โด่งดังและมีชื่อเสียงในระดับโลก ทั้งยังเป็นตลาดการค้าพลอยที่ใหญ่ที่สุดใน ประเทศไทย เพราะเป็นศูนย์รวมการค้าพลอยแบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ เพราะยังคงมีการขุดหาพลอย ทำเหมือง คัดพลอย ช่างฝีมือในการเจียระไน ไปจนถึงการทำเป็นเครื่องประดับ

ในปัจจุบันธุรกิจอัญมณีในจังหวัดจันทบุรี จะเป็นผู้ประกอบการที่มีความชำนาญเฉพาะในวิชาชีพ ที่มีความเชี่ยวชาญในการเผาพลอย การตรวจพลอย และการเจียระไนพลอย ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่สืบทอดและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอัญมณีและเครื่องประดับมาอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานจังหวัดจันทบุรี, 2564) แต่ด้วยความท้าทายในด้านอุปสงค์ของผู้บริโภครุ่นใหม่ ที่ไม่นิยมเครื่องประดับทอง เพชร พลอย เหมือนคนรุ่นก่อน รวมถึงแนวโน้มการแต่งงานที่น้อยลงในคนรุ่นใหม่อาจทำให้ความต้องการอัญมณีและเครื่องประดับลดน้อยลงด้วย ดังนั้น จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ สร้างคุณค่าและการรับรู้ให้สอดคล้องกับบริบทและพฤติกรรมของผู้บริโภค (สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2563)

การปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ที่จะสามารถทำให้ธุรกิจการผลิตเครื่องประดับอยู่ได้ จึงต้องมาพิจารณาเรื่องคุณค่าที่องค์กรส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อให้สินค้าของเรามีความแตกต่างจากคู่แข่ง ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจทุกระดับและทุกประเภทมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูง ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดเป็นจำนวนมาก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางสังคม ทั้งในระดับชุมชน ประเทศ หรือระดับระหว่างประเทศล้วนมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าของตลาด ผลิตภัณฑ์ที่จะอยู่รอดในตลาดจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความใหม่อย่างแตกต่าง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือผู้บริโภค (อมรรัตน์ อนันต์วราพงษ์, 2560)

ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ได้เสนอแนวคิดการบริหารจัดการที่เรียกว่า ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เพื่อการสร้าง ความได้เปรียบในการแข่งขันของสินค้าจำเป็นต้องหาจุดยืน (Positioning) ที่โดดเด่นในตัวสินค้าที่สามารถสร้างความ ได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านราคาและการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) (Porter, 1985) โดยแนวคิดนี้ได้แบ่ง กิจกรรมการจัดการธุรกิจออกเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ซึ่งกิจกรรมหลักประกอบไปด้วย โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) การดำเนินการ (Production & Operation) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) การตลาดและการขาย (Marketing & Sale) การบริการลูกค้า (Service) กิจกรรมเสริมประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร (Firm infrastructure) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management) และการจัดซื้อ (Procurement)

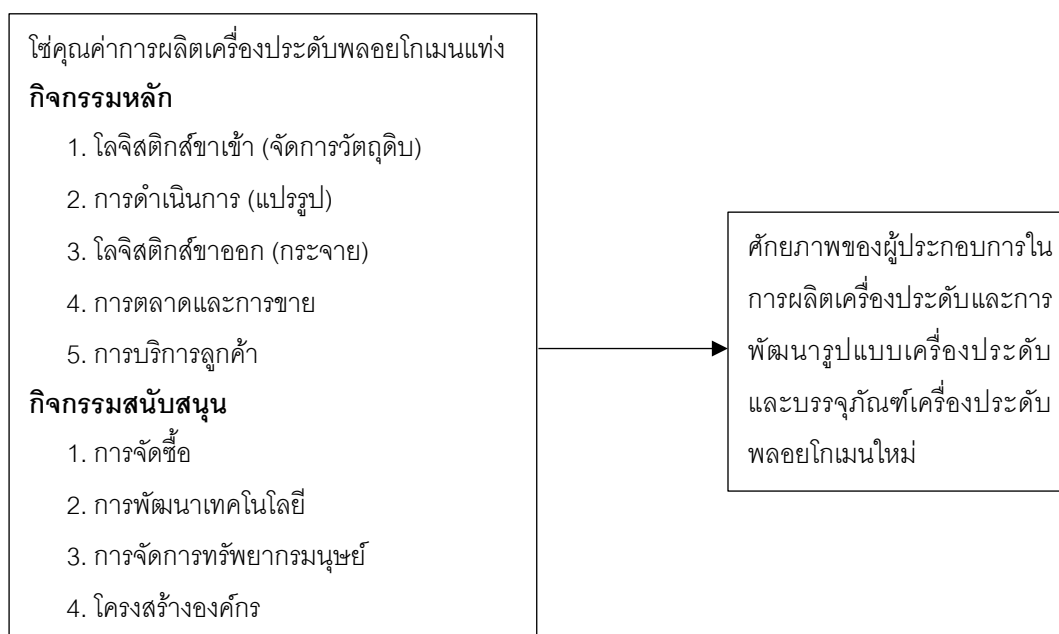
ดังที่กล่าวมา คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นประโยชน์และคุณค่าที่จะนำเครื่องมือการจัดการอย่างการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) เพื่อการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการพลอยโกเมนในจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้ได้แนวทางในการลดต้นทุนให้แก่องค์กร สร้างกลยุทธ์ในการเป็นผู้นำด้านราคา (Cost Leadership) และออกแบบเพื่อสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ (Differentiation) ผลการวิเคราะห์ตามกิจกรรมต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มความสามารถของผู้ประกอบการด้วยสร้างคุณค่าเพิ่มให้เครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษากระบวนการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์โซ่คุณค่า
2. วิเคราะห์โซ่คุณค่าของเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งเพื่อประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการผลิตเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งจังหวัดจันทบุรี

## 3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลการผลิตพลอยโกเมนแห่งโดยใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุกภัณฑ์เครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง ร่วมกับการวิเคราะห์โซ่คุณค่าของเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการผลิตเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งตลอดจนการพัฒนาารูปแบบเครื่องประดับและบรรจุกภัณฑ์เครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งใหม่ ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. การดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรมในอุตสาหกรรมอัญมณี (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ, 2564) รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาสินค้าแฟชั่น ปี 2565 (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2565) งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษารัฐกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (นภัส แดงบุหงา, 2559) งานวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพในการยกระดับจังหวัดจันทบุรีสู่ศูนย์กลางแห่งอัญมณีของโลก (สุรินทร์ อินทะยศ, 2563) งานวิจัยเรื่องการเพิ่มการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับโลก (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2563) งานวิจัยเรื่องการเพิ่มคุณค่าในโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับกรณีศึกษา: วิสาหกิจชุมชนพลอยไพลินนิลเมืองกาญจน์ (วันชัย สีลาแก้ววงศ์, สิริพงษ์ จึงถาวรอน, และเรื่องวิเศษ พักประไพ, 2562) งานวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี (พัชรี ปรีเปรมโมทย์ และคณะ, 2565) งานวิจัยเรื่องการศึกษาระบบโลจิสติกส์สายธารคุณค่าของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี (ศศิณา บุญพิทักษ์, วราภรณ์ จันทร์เวียง, และสำราญ ชำโลม, 2557) งานวิจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานของพลอยอัญมณีในไทย หลังสถานการณ์วิกฤตโรคระบาด โควิด-19 (พิมพ์นารา สมศักดิ์ขจร, 2565) งานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายสินค้าแฟชั่นประเภทอัญมณีและเครื่องประดับ กรณีศึกษา : แบรินด์ แอคทีวิตี้ วัน (ณัฐสินี ตรีพิเชตร, 2559) งานวิจัยเรื่องห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นในจังหวัดกาฬสินธุ์ (เสาวลักษณ์ จิตติมงคล, อรุณี ฮามคำไพ, มัลลิกา จำปาแพง, และวิไลพร พลอยวิเลิศ, 2566)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนการศึกษาระบวนการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง จังหวัดจันทบุรี

ประชากร คือ คือ ผู้ประกอบการท้องถิ่นในจังหวัดจันทบุรีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 5 ราย เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากผู้วิจัย ซึ่งมีการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะ โดยเป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นในจังหวัดจันทบุรีที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับพลอยโกเมนไม่น้อยกว่า 5 ปี และมีความรู้เรื่องกระบวนการผลิตพลอยโกเมนแห่งตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิตตลอดจนกระบวนการขาย

##### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ขั้นตอนการศึกษาระบวนการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง จังหวัดจันทบุรี

ใช้แบบสัมภาษณ์ โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความมาของพลอยโกเมนแห่ง กระบวนการคัดเลือก การซื้อขายและการเจียรไนพลอยโกเมน 2) ประเภทและรูปแบบของเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง 3) ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง รวมถึงราคาต้นทุนและราคาขายโดยประมาณ 4) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับขายเครื่องประดับโกเมนแห่ง รวมถึงราคาต้นทุนและราคาขายโดยประมาณ 5) ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องประดับโกเมนแห่ง และ 6) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ สรุปผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

2. ขั้นตอนวิเคราะห์โซ่คุณค่าของเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง จังหวัดจันทบุรี

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ในขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งโดยอิงทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวน 3 คน มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence, IOC) เท่ากับ 1.00 ซึ่งถือว่ามี ความเที่ยงตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถนำไปวัดผลได้ (อารยา องค์กรเยี่ยม และพงศธราร วิจิตเวชไพศาล, 2561)

### การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ขั้นตอนการศึกษากระบวนการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง จังหวัดจันทบุรี

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เรื่องการศึกษากระบวนการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องประดับโกเมนแห่ง ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่นในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 5 คน บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยวิธีจดบันทึกหรือบันทึกเสียง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

#### 2. ขั้นตอนวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง จังหวัดจันทบุรี

นำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ในขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งโดยอิงทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า

## 5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการศึกษากระบวนการผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีประเด็นคำถามรวม 6 ข้อ ดังนี้

1) ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความมาของพลอยโกเมนแห่ง กระบวนการคัดเลือก การซื้อขายและการเจียรไนพลอยโกเมน ในอดีตพลอยโกเมนสามารถขุดพบได้ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี บริเวณตำบลบางกะจะ อำเภอเมือง ตำบลเขาพลอยแหวนและตำบลเขาหัว อำเภอท่าใหม่ ซึ่งนอกจากโกเมนแล้วยังพบพลอยตระกูลคอรันดัม ได้แก่ ไพฑูริย์บุษราคัม เขียวส่อง และพลอยสตาร์อีกด้วย ในปัจจุบันพลอยโกเมนรวมถึงพลอยชนิดอื่น ๆ มีปริมาณลดน้อยลง ขุดพบได้ยากขึ้น จึงมีการนำเข้าพลอยโกเมนจากต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศในแถบทวีปแอฟริกา ซึ่งนิยมซื้อขายเป็นก้อน เรียกว่าโกเมนก้อนหรือโกเมนดิบ คิดราคาตามน้ำหนัก ก่อนนำมาเจียรไนเป็นพลอยโกเมนแห่งโดยช่างฝีมือในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งสีพลอยโกเมนที่นิยม คือ สีแดงอมน้ำตาลหรือสีส้มอมแดงมืด พลอยโกเมนแห่งจะมีรูปทรงลักษณะทรงกระบอกคล้ายปล้องอ้อย เจียรไนเหลี่ยมคล้ายตาข่ายหรือเหลี่ยมสับปะรด โดยช่างจะทำการบากร่องไว้สองด้านหัวและท้ายเพื่อใช้สำหรับการประกอบเข้ากับตัวเรือนทอง

พลอยโกเมนแห่งนั้นมีหลายขนาด ซึ่งส่วนใหญ่มักพบแห่งโกเมนที่มีเส้นผ่านศูนย์กลางรอบแห่งขนาด 3.5 มิลลิเมตร และมีความยาวตั้งแต่ 6-21 มิลลิเมตร มักขายเป็นเม็ดหรือยกชุด (หลาย ๆ เม็ด) เรียกว่า ยกล็อต มีราคาประมาณ 120-350 บาทต่อแห่ง ขึ้นอยู่กับขนาดและคุณภาพของพลอย ซึ่งการซื้อขายสามารถเลือกซื้อจากคนเดินพลอย ณ ตลาดพลอย ถ.ศรีจันทร์ หรือโรงงานที่เจียรไนพลอยโกเมนสำเร็จมาแล้ว และมักซื้อพลอยตุ๋นเก็บไว้ในปริมาณที่ขึ้นอยู่กับการคาดการณ์ถึงความต้องการของลูกค้าและกำลังทุน โดยการคัดเลือกพลอยโกเมนแห่งนั้นจะพิจารณาจากสี และจะคัดเลือกสีพลอยแต่ละเม็ดให้มีความใกล้เคียงกันเพื่อนำไปทำเป็นสร้อยคอหรือสร้อยข้อมือ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความสะอาดของเนื้อพลอย ซึ่งควรมีตำหนิน้อย ไม่แตกร้าว รวมถึงพิจารณารูปร่างรูปทรงพลอยโดยภาพรวมและความสวยงามของเหลี่ยม

เจียระไน ส่วนการขายเครื่องประดับนั้น ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจในรูปแบบครอบครัว ใช้ MS Office เก็บข้อมูลการค้า โดยทำการขายสินค้าหน้าร้านเนื่องจากเป็นสินค้าที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือ และขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ด้วย ซึ่งนอกจากการขายเครื่องประดับแล้ว ยังมีบริการการล้าง การซ่อม การชุบ และการขายสินค้าอื่นอีกด้วย

2) ประเภทและรูปแบบของเครื่องประดับพลอยโกเมนแท่ง ส่วนใหญ่นิยมนำมาผลิตเป็นสร้อยคอ สร้อยข้อมือ และแหวน อาจพบต่างหูบ้างเล็กน้อย โดยรูปแบบจะมีลักษณะเป็นแท่งเรียงต่อกันโดยการเชื่อมประกอบด้วยโลหะ ซึ่งมีแผ่นทองคำหุ้มที่ด้านปลายของแท่งโกเมนแต่ละแท่ง แต่จะแตกต่างกันที่ลวดลายของโซ่ จังหวะหรือระยะความถี่ของการเรียงแท่งพลอย ทิศทางการเรียงแท่งพลอย เช่น สร้อยข้อมืออาจเรียงเป็นแนวยาวต่อ ๆ กันเป็นเส้นเดียวหรือหลายเส้น หรืออาจเรียงเป็นแนวขวาง เป็นต้น

3) ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับพลอยโกเมนแท่ง รวมถึงราคาต้นทุนและราคาขายโดยประมาณ หลังจากคัดพลอยโกเมนแท่งมาแล้ว ทำการประกอบด้วยตัวเรือนโลหะ ส่วนใหญ่นิยมใช้ทองคำ 90 เปอร์เซ็นต์ โดยนำไปรีดเป็นแผ่นบางเรียบเพื่อใช้ทำกะเปาะสำหรับหุ้มปลายทั้งสองด้านของแท่งพลอย จากนั้นทำการเชื่อมท่วงกับกะเปาะเข้าด้วยกันที่ละกะเปาะ แล้วจึงนำมาหุ้มที่ปลายของแท่งพลอย โดยใช้ตะไบเหล็กกดกะเปาะแผ่นทองให้แนบชิดติดกับร่องที่บากไว้ที่ตัวแท่งพลอย เมื่อหุ้มแท่งพลอยแต่ละเม็ดเรียบร้อยแล้ว จึงนำมาประกอบกันด้วยห่วงโลหะเชื่อมต่อกันเป็นสายสร้อยเส้นยาว แล้วนำไปขัดขัดเงา และชุบ ซึ่งทุกกระบวนการล้วนใช้ฝีมือแรงงานและความชำนาญเฉพาะทาง มีเพียงบางรูปแบบที่มีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการออกแบบบ้างเล็กน้อยโดยผู้ประกอบการจะมีช่างฝีมือส่วนตัวสามารถทำงานตามที่ออกแบบไว้ได้ เป็นความสัมพันธ์ที่ดูแลกันในลักษณะครอบครัว

ต้นทุนของสร้อยข้อมือโกเมนมีราคาประมาณ 4,000 – 10,000 บาท และขายในราคาประมาณ 6,000 - 15,000 บาท ต้นทุนสร้อยคอโกเมนมีราคาประมาณ 12,000 – 40,000 บาท และขายในราคาประมาณ 15,000 - 50,000 บาท ซึ่งการตั้งราคาสินค้าอ้างอิงราคาทองและมูลค่าของพลอยตามตลาด อย่างไรก็ตามปัจจุบันมีผู้ขายบางราย ผลิตเครื่องประดับโกเมนแท่งโดยใช้ตัวเรือนทองที่มีเปอร์เซ็นต์ต่ำมาก และนำมาขายในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด

4) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับขายเครื่องประดับโกเมนแท่ง รวมถึงราคาต้นทุนและราคาขายโดยประมาณ บรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องประดับโกเมนแท่งนั้น ร้านค้านิยมสั่งกล่องเครื่องประดับสำเร็จมาใช้ ซึ่งผลิตจากกล่องกัมมะหยี่บุผ้าด้านใน หรือกล่องหนังพียู ราคาต้นทุนประมาณ 20-500 บาท ซึ่งทางร้านค้าไม่ได้คิดราคาขายแยกสำหรับบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะ แต่ทำการบวกเพิ่มเข้าไปในราคาเครื่องประดับแล้ว

5) ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องประดับโกเมนแท่ง ปัญหาด้านรูปแบบซึ่งมีรูปแบบเครื่องประดับที่เหมือนกัน ส่งผลต่อการแข่งขันทางการตลาด

6) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ อยากรับการสนับสนุน ส่งเสริมจากทางหน่วยงานรัฐบาล สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการจัดโครงการหรือกิจกรรมที่เพิ่มศักยภาพขีดความสามารถด้านธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งผู้ประกอบการพร้อมเปิดรับโอกาสและองค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ

5.2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจเครื่องประดับพลอยโกเมนแท่งโดยอิงทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า สรุปเป็นข้อมูลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งโดยอิงทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า

ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า	รายละเอียด	ผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพ
1. ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความมาของพลอยโกเมนแห่ง กระบวนการคัดเลือก การซื้อขายและการเจียรในพลอยโกเมน	1.1 กิจกรรมการจัดซื้อจัดหา (Procurement) ประกอบด้วยกิจกรรมหรือหน้าที่ในการจัดหา จัดซื้อวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตเพื่อเข้ามาใช้ในกิจกรรมหลัก	ด้านการจัดซื้อจัดหา ผู้ประกอบการจะมีการซื้อวัตถุดิบไว้เสมอถ้าหากมีพลอยสวยเข้ามาในตลาด ไม่ได้รอซื้อเป็นฤดูกาลหรือรอการซื้อเนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่มีราคา ผู้ประกอบการจะมีเงินทุนมาซื้ออยู่แล้ว สามารถหาของสวยได้ตามกำลังทุนของผู้ประกอบการ
	1.2 กิจกรรมการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม (Technology and Development) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจ	เนื่องจากการผลิตเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน ที่อาศัยฝีมือแรงงานที่ใช้ น้ำหนักก็ควบคุมการเจียรใน และการผลิตตัวเรือนที่มีความบางในระดับที่เครื่องจักรยังไม่สามารถมาทดแทนความละเอียดได้จึงมีเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่เป็นกึ่งอัตโนมัติ เช่น เครื่องโกลนพลอย ซึ่งยังต้องอาศัยความสามารถของคนในการตั้งน้ำพลอยก่อนเจียรในแต่ถ้ามีเทคโนโลยีที่สามารถแก้ปัญหาหรือช่วยสร้างสรรค์ผลงานก็ยินดีที่จะนำมาใช้
	1.3 กิจกรรมการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ของธุรกิจ	ในธุรกิจการผลิตเครื่องประดับโกเมนแห่งเป็นธุรกิจที่ถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในครอบครัว ซึ่งสมาชิกในครอบครัวจะช่วยกันผลิตเครื่องประดับได้ และในครอบครัวที่มีทายาทรุ่นใหม่ก็จะมีความคิดในการออกแบบเครื่องประดับใหม่ ๆ แรงงานช่างก็มีศักยภาพ ในฝีมือที่สามารถทำเครื่องประดับตามดีไซน์ที่ลูกค้าต้องการได้ซึ่งผู้ประกอบการจะมีช่างฝีมือที่สามารถทำงานให้เป็นของตัวเองซึ่งเป็นการสัมพันธ์ที่มีการดูแลกันแบบคนในครอบครัว ทำให้ไม่ขาดแคลนแรงงาน และต่อให้มีแรงงานมากกว่าความต้องการสิ่งที่จะต้องพิจารณาคือความซื่อสัตย์และไว้ใจ ดังนั้นก็จะใช้ช่างคนเดิม ๆ



ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจเครื่องประดับพลอยโกเมนแท้โดยอิงทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (ต่อ)

ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า	รายละเอียด	ผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพ
	1.4 กิจกรรมเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน (Firm Infrastructure) ผู้ประกอบการ	ธุรกิจเครื่องประดับโกเมนแท้ เป็นธุรกิจครอบครัว ที่ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องประดับ ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ ในการออกแบบเครื่องประดับ การผลิต ซึ่งก็จะขึ้นกับเงินทุนที่มี
	1.5 กิจกรรมอื่น ๆ ที่สนับสนุนการดำเนินงาน	ผู้ประกอบการมีความพร้อมสำหรับการเรียนรู้ด้านการตลาด การออกแบบ การผลิต และศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเข้าร่วมอบรมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพความรู้ที่จัดโดยเอกชนและภาครัฐบาล
2. กิจกรรมหลักของธุรกิจ	2.1 กิจกรรมการจัดการวัตถุดิบที่ใช้ในกิจกรรมการผลิตของธุรกิจ	การนำเข้าวัตถุดิบก็จะเกิดพร้อมกับการสั่งซื้อที่ได้สินค้าพร้อมกับจ่ายเงิน เป็นไปตามความสวยงามของพลอยโกเมนที่ผู้ขายนำมาขายให้ ผู้ประกอบการโดยมีปัจจัยด้านความสามารถในการซื้อกล่าวคือ ถ้าของสวย มีเงินมาก ก็ซื้อมาก
	2.2 กิจกรรมการดำเนินงานแปรรูปและการบรรจุสินค้า (Operation) ของเครื่องประดับโกเมนแท้	ผู้ประกอบการมีความสามารถในการออกแบบเครื่องประดับตามความต้องการของลูกค้า ส่วนช่างมีความสามารถในการผลิต รูปแบบในการผลิต จะผลิตออกมาสำเร็จรูปและรอลูกค้ามาสั่งแล้วผลิตใหม่ก็ได้ มีความยืดหยุ่นสูงในการผลิต
	2.3 กิจกรรมการกระจายสินค้า (Outbound Logistics) ของธุรกิจผลิตเครื่องประดับโกเมนแท้	ในการส่งมอบมีความยืดหยุ่นเป็นไปตามช่องทางการขาย ซึ่งการส่งมอบทางหลักก็จะเป็นขายผ่านหน้าร้าน เพราะเป็นสินค้าที่ลูกค้าต้องการมาลองสินค้าและอาศัยความน่าเชื่อถือประกอบกัน
	2.4 กิจกรรมการขายและการตลาด (Marketing and Sales) ของธุรกิจเครื่องประดับโกเมนแท้	ผู้ประกอบการจะมีทั้งการขายผ่านหน้าร้าน และมีการขายแบบ Make To Order สำหรับลูกค้าที่นำไปขายต่อ มีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์หรือการบอกต่อแบบปากต่อปากที่ใช้ความน่าเชื่อถือ แต่ก็ยังรู้จักในกลุ่มลูกค้าในระดับภูมิภาคเนื่องจากเป็นสินค้าท้องถิ่น ซึ่งกิจกรรมการขายและการตลาดผู้ประกอบการที่เป็นทายาทธุรกิจรุ่นใหม่มีการปรับตัวในการขายและการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และมีการสื่อสารกับลูกค้ามากขึ้น

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งโดยอิงทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (ต่อ)

ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า	รายละเอียด	ผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพ
	2.5 กิจกรรมการบริการหลังการขาย (Service) ของธุรกิจเครื่องประดับโกเมนแห่ง	มีการบริการและให้คำแนะนำ ตั้งแต่การเข้ามาใช้บริการจนถึงหลังการขาย ได้แก่ การล้างและการซ่อม รวมถึงการแนะนำในการรับซื้อคืน เพราะเป็นธุรกิจที่ต้องสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำและแนะนำลูกค้าใหม่ให้

## 6. การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งมีขั้นตอนการศึกษาและรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 5 คน มีการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะซึ่งเป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นในจังหวัดจันทบุรีที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องประดับพลอยโกเมนแห่ง มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับพลอยโกเมนไม่น้อยกว่า 5 ปี และมีความรู้เรื่องกระบวนการผลิตพลอยโกเมนแห่งตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิตตลอดจนกระบวนการขาย ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เรื่องการศึกษากระบวนการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องประดับโกเมนแห่ง จากนั้นนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อนำไปสู่การสรุปประเด็นเรื่องโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น ๆ มีความสอดคล้องและแตกต่างกันในวิธีการวิจัย ดังนี้

- 1) งานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของพลอยอัญมณีในไทย หลังสถานการณ์วิกฤตโรคระบาด โควิด-19 ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีในจังหวัดจันทบุรีและกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาด้วยวิธีการเจาะจง (พิมพ์นารา สมศักดิ์ขจร, 2565)
- 2) งานวิจัยนี้มีความแตกต่างกับงานวิจัยเรื่องการเพิ่มการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับโลก ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงผสมผสานด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ 1.แบบสอบถามเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ช่วยส่งเสริม SMEs เข้าสู่โซ่คุณค่าโลก โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (SMEs) ที่เคยมีประสบการณ์ทำธุรกิจกับต่างประเทศ 70 รายที่เป็นสมาชิกสมาคมการค้าที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับในสวนกลางและภูมิภาค 2. แบบสัมภาษณ์เรื่องรูปแบบโครงข่ายโซ่คุณค่า แหล่งวัตถุดิบ การตลาดโอกาส อุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ช่วยส่งเสริม SMEs เข้าสู่โซ่คุณค่าโลก โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับของไทย 5 ราย และผู้แทนกิจการข้ามชาติที่เป็นเจ้าของตราผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับชั้นนำของโลกจำนวน 10 ราย 3. การประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนด้านอัญมณีและเครื่องประดับและผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องรวมจำนวน 75 ราย เพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็นด้านแนวทางการมีส่วนร่วมของ SMEs ในโซ่คุณค่าโลก ซึ่งการทำรูปแบบโครงข่ายโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกและไทยนั้นใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากฐานข้อมูลการค้าระหว่างประเทศที่อยู่ภายใต้การสนับสนุนขององค์การ

สหประชาชาติและสหภาพยุโรปควบคู่กับการประมวลผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และต่างประเทศ (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2563)

จากผลการวิเคราะห์ที่ชี้คุณค่าการผลิตเครื่องประดับพลอยโกเมนแห่งในแต่ละกิจกรรม จังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งการค้าพลอยดิบที่สำคัญ เป็นพื้นที่แหล่งผลิตและนำเข้าพลอยคุณภาพดีจากทั่วโลก และปัจจัยเสริมด้านนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการของหน่วยงานภาครัฐ ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ผ่านมา ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง การเพิ่มการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับโลก ซึ่งพบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จและความพร้อมของ SMEs ไทยในการเข้าสู่โซ่คุณค่าอัญมณีของโลกมี 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) คุณภาพของสินค้าและบริการ 2) ต้นทุนการผลิตที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน 3) แรงงานที่มีทักษะความรู้ ความชำนาญ 4) การแข่งขันที่มีความเท่าเทียมกับต่างประเทศ 5) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและลูกค้า 6) มาตรฐานรับรองความเชื่อถือได้ และ 7) อัตราภาษีและอุปสรรคที่กีดกันการค้า (จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, 2563) งานวิจัยเรื่อง การประเมินศักยภาพในการยกระดับจังหวัดจันทบุรีสู่ศูนย์กลางอัญมณีของโลก ซึ่งพบว่า จังหวัดจันทบุรีมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านระบบตลาด ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสถาบันและด้านอื่น ๆ ที่เพียงพอในการสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีของโลกยกเว้นปัจจัยด้านการตลาดและกฎระเบียบบางด้านที่ยังขาดหายไป ปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้จังหวัดจันทบุรีสามารถพัฒนาไปศูนย์กลางอัญมณีของโลกได้ก็คือ มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ และมีกฎระเบียบที่เอื้อต่อการประกอบการ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่สำคัญ คือ วัตถุดิบ แรงงาน การตลาด และรูปแบบสินค้า (สุรินทร์ อินทะยศ, 2563) และงานวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ของธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี ประเมินผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจจากการยกระดับการออกแบบการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากการเก็บข้อมูลชี้ให้เห็นว่า อุตสาหกรรมพลอยน้ำเป็นส่วนที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้มากที่สุด โดยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในส่วนของการยกระดับการออกแบบการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับคือพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยรูปแบบใหม่เป็นชุดเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์ ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรีผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับรายได้ให้กับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของจังหวัดจันทบุรี (พัชรี ปรีเปรมโมทย์ และคณะ, 2565)

ในกิจกรรมด้านพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นจะสอดคล้องกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยี คณะผู้วิจัยพบว่า ถึงแม้ในปัจจุบันจะมีเทคโนโลยี และนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาช่วยในด้านการผลิตก็ตามแต่งานออกแบบและผลิตเครื่องประดับยังคงต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนาฝีมือและศึกษาแนวทางออกแบบให้ทันสมัย รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการผลิตด้วยเทคนิคต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การเพิ่มคุณค่าในโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับกรณีศึกษา : วิสาหกิจชุมชนพลอยไพลินนิลเมืองกาญจน์ ด้วยการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของโซ่คุณค่าแล้วจึงทำการปรับปรุงโซ่คุณค่าด้วยการเพิ่มคุณค่าด้วยแนวคิดเทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหกรรม (Industrial Engineering Techniques) ได้แก่ การวิเคราะห์โซ่คุณค่า การวิเคราะห์กระบวนการผลิต การจัดการโซ่คุณค่าเทคนิค ECRS (Eliminate Combine Rearrange Simplify : ECRS) เป็นต้น พบว่าสามารถเพิ่มคุณค่าได้โดยการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตจากการหล่อ (Casting) แล้วจึงนำนิลมาฝัง (Setting) เป็นกระบวนการหล่อพร้อมฝังนิล (Spinel in Wax Casting) เข้าไปที่เครื่องประดับ โดยทำการรวมกระบวนการเป็นกระบวนการเดียวกัน (Combine : C) และจัดลำดับกระบวนการใหม่ (Rearrange : R) ให้ง่ายขึ้น (Simplify : S) ซึ่งสามารถเพิ่มคุณค่าในกระบวนการหล่อได้ขึ้นถึง 5.67% (วันชัย ลีลากวีวงศ์ และคณะ, 2562)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ 1) คณะผู้วิจัยพบว่าจำนวนของช่างฝีมือด้านการผลิตและออกแบบพลอยโกเมน นั้นมีน้อยและมีแนวโน้มจะลดลงเรื่อย อันเนื่องมาจากเป็นทักษะเฉพาะที่ผู้ประกอบการมักจะถ่ายทอดให้เฉพาะกับคนในครอบครัว จากรุ่นสู่รุ่น ทำให้บุคคลภายนอกวงการที่ผู้สนใจหาแหล่งที่ฝึกปฏิบัติได้ยากมาก หากรัฐบาลและจังหวัดจันทบุรี มีนโยบายส่งเสริมและยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมอัญมณี ควรต้องมีนโยบายส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นด้วย ทั้งนี้อาจจัดให้มีการตั้งศูนย์เรียนรู้ ฝึกทักษะเพื่อแหล่งเรียนรู้ของจังหวัดและภูมิภาค 2) ควรมีการส่งเสริมเพื่อการยกระดับคุณภาพของพลอยโกเมนและพลอยชนิดอื่น ด้วยการสร้างแบรนด์ทางการค้า เพื่อการทำการตลาดให้ลูกค้าจดจำและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวสินค้าได้ง่าย

## 7. บทสรุป

การสร้างรูปแบบใหม่ให้กับเครื่องประดับโดยคงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะของพลอยโกเมนแท้ หรือเครื่องประดับพลอยโกเมนแท้ อาจใส่เรื่องราวเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเจียระไนพลอย หรือนำเสนออัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี เป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้สินค้าดูน่าสนใจมากขึ้น นำไปสู่การขยายช่องทางการตลาดใหม่ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สามารถเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการ บรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องประดับพลอยโกเมนแท้ อาจออกแบบมาเพื่อใช้ในการนำเสนอภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมด้วย เช่น การนำลวดลายอัตลักษณ์ของพลอยโกเมนแท้ หรือเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเจียระไนพลอย รวมถึงหัตถกรรมเสื้อกจันทบูร

## 8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยดำเนินการยื่นขอพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และได้ผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2566 รหัสโครงการวิจัย RBRU-Hu01/2566 ใบรับรองเลขที่ IRB-01/2566 โดยผู้วิจัยขอขอบคุณผู้สนับสนุนทุนวิจัยจากทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ประจำปีงบประมาณ 2566 และขอขอบคุณกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี ที่ให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

## เอกสารอ้างอิง

- จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา. (2563). การเพิ่มการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับโลก. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 37(1), 80-106.
- ณัฐสินี ตริเพ็ชร. (2559). กลยุทธ์การเพิ่มยอดขายสินค้าแฟชั่นประเภทอัญมณีและเครื่องประดับ กรณีศึกษา : *แบรนด์ แอคทีวี่ ดี วัน*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นภัส แดงบุหงา. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษารูทกิจอัญมณีและเครื่องประดับ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์นารา สมศักดิ์จวร. (2565). การจัดการห่วงโซ่อุปทานของพลอยอัญมณีในไทยหลังสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดโควิด-19. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- พัชรี ปรีเปรมโมทย์, พิมพ์ทอง ทองนพคุณ, วรชัย รวบรวมเลิศ, ดาววรรณ หมัดหลี, อลงกรณ์ ประมวญทรัพย์, และปาริฉัตร เต็งสุวรรณณ์. (2565). การสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ของธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจ นิค้ำ*, 30, 123-141.
- วันชัย ลีลากวีวงศ์, สิริพงศ์ จึงถาวรณ, และเรืองวิรัช พักประไพ. (2562). การเพิ่มคุณค่าในโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับกรณีศึกษา : วิสาหกิจชุมชนพลอยไพฑูริย์เมืองกาญจน์. ใน *การประชุมเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการโซ่คุณค่าและโลจิสติกส์ ครั้งที่ 8* (น. 311-319). สืบค้นจาก <https://www.thailog.org/wp-content/uploads/2019/01/6-3.pdf>
- ศศิณา บุญพิทักษ์, วราภรณ์ จันทร์เวียง, และสำราญ ชำโลสม. (2557). งานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่องการศึกษาาระบบโลจิสติกส์สายธารคุณค่าของห่วงโซ่คุณค่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี. จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ. (2564). *การจัดหาวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรมในอุตสาหกรรมอัญมณี*. สืบค้นจาก <https://infocenter.git.or.th/article/article-20211217>
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2563). *อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ*. สืบค้นจาก <https://www.pier.or.th/forums/2020/18/jewelry/>
- สำนักงานจังหวัดจันทบุรี. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี พ.ศ. 2561-2565 (ฉบับทบทวนปี พ.ศ. 2564)*. สืบค้นจาก [https://www.chanthaburi.go.th/news\\_devpro/?limit=20](https://www.chanthaburi.go.th/news_devpro/?limit=20)
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2565). *รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาสินค้าแฟชั่นปี 2565*. สืบค้นจาก [https://article.tcdc.or.th/uploads/media/2022/12/2/media\\_Creative-Industries-Development-Report-Fashion-2022.pdf](https://article.tcdc.or.th/uploads/media/2022/12/2/media_Creative-Industries-Development-Report-Fashion-2022.pdf)
- สุรินทร์ อินทะยศ. (2563). การประเมินศักยภาพในการยกระดับจังหวัดจันทบุรีสู่ศูนย์กลางอัญมณีของโลก. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 28(1), 269-296.
- เสาวลักษณ์ จิตติมงคล, อรุณี ฮามคำไพ, มัลลิกา จำปาแพง, และวิไลพร พลอยวิเลิศ. (2566). ห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ส่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นในจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(3), 97-113.
- อมรรัตน์ อนันต์วราพงษ์. (2560). *หลักการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารยา องค์เอี่ยม, และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล. (2561). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. *วิสัยทัศน์สาร*, 44(1), 36-42.
- Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.