

บทคัดย่อ

ประเทศไทยผลิตยางธรรมชาติได้เป็นจำนวนมากแต่ทำกำไรจากผลผลิตได้น้อยเพราะส่วนใหญ่ขายเป็นวัตถุดิบ จึงสมควรจะส่งเสริมการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับยาง เครื่องประดับที่ทำจากยางธรรมชาติเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมมากในต่างประเทศ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางได้หลายเท่าตัว ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความเป็นไปได้ที่จะบุกเบิกตลาดเครื่องประดับจากยางธรรมชาติในประเทศไทย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจเครื่องประดับจากยางธรรมชาติทั้งในและต่างประเทศในแง่ของรูปแบบการผลิต ปัญหาที่พบ และเพื่อสำรวจความต้องการและทัศนคติของผู้บริโภคในประเทศไทยที่มีต่อเครื่องประดับจากยางธรรมชาติ

จากการศึกษาทัศนคติและความต้องการเครื่องประดับยางของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ 93.4% มีความพึงพอใจในรูปแบบของเครื่องประดับยาง โดยชอบที่รูปแบบสวยงาม หูหรรดุมีราคา มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และทันสมัย ระดับราคาที่รับได้คือไม่เกินชิ้นละ 500 บาท ควรจัดจำหน่ายที่แผงขายนอกอาคาร และเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า และชอบการส่งเสริมการตลาดด้วยการลดราคา มีของแถม และการโฆษณา กลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มว่าจะซื้อเครื่องประดับยางมากที่สุดคือหญิงวัยทำงานตอนต้น อายุ 20-34 ปี

ทั้งนี้ยังมีผู้บริโภคจำนวนหนึ่ง 37.4% มีทัศนคติในแง่ลบต่อเครื่องประดับยางธรรมชาติ เพราะคิดว่ายางเป็นวัสดุราคาถูกไม่เหมาะที่จะนำมาทำเป็นเครื่องประดับ กลัวจะทำให้เกิดการแพ้ และมีกลิ่นเหม็น

ดังนั้น เพื่อพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับยางให้มีศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการจะต้องการพัฒนาเครื่องประดับยางให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ตามปัจจัยชี้ขาดแห่งความสำเร็จ (The critical success factors) 3 ประการ คือ 1) รูปแบบ ที่สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส มีความทันสมัยตามแฟชั่น และต้องหรรดุมี โดยเน้นเพิ่มมูลค่าให้กับ 2) ราคา ที่สามารถแข่งขันได้ 3) คุณภาพ ทั้งในแง่วัสดุและมีมือแรงงาน

และควรมีประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับยางทั้งแก่ผู้บริโภค ผู้ผลิตและนักออกแบบเครื่องประดับให้มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับยางมากขึ้น ส่งเสริมให้เกิดการวิจัยและพัฒนาคุณสมบัติของยางให้สอดคล้องกับการทำเครื่องประดับ เช่น ลดกลิ่นเหม็น ให้มีผิวสัมผัสนุ่มลื่น ไม่เป็นขุย และผสมสีสดใสได้ ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายธุรกิจเครื่องประดับยาง ให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการยาง เครื่องประดับ สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษาและรัฐบาล และศึกษาช่องทางการส่งออกเครื่องประดับยาง ให้สอดคล้องกับขนาดของอุปสงค์ในต่างประเทศที่ใหญ่กว่าในประเทศไทย

ทั้งนี้ หากแนวทางการพัฒนาดังกล่าวสามารถทำได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะก่อให้เกิดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปรูปแบบใหม่ของไทยที่มีมูลค่าเพิ่มสูงที่สุดเท่าที่เคยปรากฏมา

Abstract

Despite its ability to produce high quantity of natural rubber, Thailand could only earn a small profit margin from the product as it is being sold as raw material. Thus, the country needed to promote transformation process in order to add value to the raw material. In this regard, rubber-made jewelry was one of rubber-made products that received much attention from overseas consumers. In addition, this process also add high value to raw rubber. Therefore, the researcher conducted this study to determine possibility of tapping the rubber-made jewelry market in Thailand.

The objectives of this study were to survey both domestic and international rubber-made jewelry markets in design and manufacturing aspects; determine problems; demand and Thai consumers' perception on the rubber-made jewelry.

From the study of Thai consumers' demand and perception on rubber-made jewelry, it was found that 93.4% of the consumers were satisfied with the design in respect of its attractiveness, luxurious, distinctive, and contemporary appearance. The reasonable price for the jewelry would be not more than 500 baht per piece. Most suitable place for putting the jewelry on sales is in the vending stores outside office buildings and retail counters in department stores. Sellers should use discount, offer free gifts and use advertisement as marketing strategy. The consumer group which would likely purchase rubber-made jewelry was early-period working woman aged between 20-34 years old.

Nevertheless, 37.4% of consumers had negative attitude toward rubber-made jewelry because they felt that rubber was a cheap material and should not be used as jewelry products. In addition, rubber can cause allergy and give stinky smell.

To enhance the potential and competitive ability of rubber-made jewelry business, entrepreneurs must develop the rubber-made jewelry according to the demand of consumer. The three critical success factors were 1) design that allow consumer to wear the jewelry in many occasions. The jewelry must have contemporary and luxurious appearance, 2) price that is competitive, and 3) quality of materials and skilled labor.

Moreover, there should be public relations to provide accurate knowledge about rubber to consumers, manufacturers and designers. Thailand should promote research and development on characteristics of rubber so as to be suitable for jewelry making. The developments should include elimination of stinky smell and rough surface; enable the rubber to be mixed with colorful color; promote sales network and cooperation between entrepreneurs, financial institutes, educational institutes and government sector; determine approach to make and export rubber-made jewelry that meet the demand of overseas consumers.

Thus, if Thailand was able to make concrete strategy for such development, it would create a new processed rubber product that can generate highest value addition as ever.