



Received: 20 March 2023

Revised: 16 June 2023

Accepted: 16 June 2023

MANAGEMENT APPROACHES TO INCREASE BUSINESS EFFECTIVENESS IN THE MANUFACTURING SECTOR OF THE GEM AND JEWELRY INDUSTRY IN THAILAND

Tanyanan KOTSOPA¹, Kietchai VEERAYANNON¹ and Anan THAMCHALAI¹

¹ Faculty of Political Science, North Bangkok University, Thailand; tanyanan.kots@northbkk.ac.th (T. K.)

Handling Editor:

Professor Dr.Chanathat BOONRATTANAKITTIBHUMI European International University, France

(This article belongs to the Theme 1: Humanities & Social Sciences for Sustainable Development)

Reviewers:

- | | |
|--|--|
| 1) Assistant Professor Dr.Laddawan SOMERAN | RUS, Thailand |
| 2) Dr.Catthaleeya RERKPICHA | Bansomdejchaopraya Rajabhat University, Thailand |
| 3) Dr.Nuanluk SANGPERM | Kasetsart University, Thailand |

Abstract

The objectives of this research are 1) to investigate the current state of business operations, competition, the external environment, various management problems, and business effectiveness in the manufacturing sector of the gem and jewelry industry in Thailand; 2) to investigate the business attributes and business management factors that influence business effectiveness; and 3) to analyze and propose management approaches to increase the effectiveness of the businesses. The results of the research found that the external and internal business environment encountered problems with shortages of domestic raw materials, high-priced machinery and equipment, production processes, and skilled labor and production expertise. The results of the comparison of business effectiveness when classified according to business characteristics were found to be statistically significantly different when classified according to registered capital, number of employees, duration of business operations, and location. The results of the multiple regression analysis found that business management factors such as structure, system, personnel, management style, and shared values have a statistically significant effect on business effectiveness. From SWOT analysis and synthesis into guidelines using TOWS Matrix, a total of 8 approaches were obtained.

Keywords: Management, Manufacturing Sector, Gems and Jewelry

Citation Information: Kotsopa, T., Veerayannon, K., & Thamchalai, A. (2023). Management Approaches to Increase Business Effectiveness in the Manufacturing Sector of the Gem and Jewelry Industry in Thailand. *Thai Interdisciplinary and Sustainability Review*, 12(2), 25-36. <https://doi.org/10.14456/tisr.2023.3>

แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

ธัญนันท์ โคตรโสกา¹, เกียรติชัย วีระญาณนนท์¹ และ อนันต์ ธรรมชาลัย¹

1 คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ; tanyanan.kots@northbkk.ac.th (ธัญนันท์)

บรรณาธิการผู้รับผิดชอบบทความ:

ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ มหาวิทยาลัยยุโรป อินเทอร์เน็ต ประเทศฝรั่งเศส
(บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของหัวเรื่องที่ 1: มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน)

ผู้ทรงคุณวุฒิผู้พิจารณาบทความ:

- | | |
|---|---------------------------------------|
| 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ สำราญ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ |
| 2) อาจารย์ ดร.คัทลียา ฤกษ์พิไชย | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| 3) อาจารย์ ดร.นวลลักษณ์ แสงเพิ่ม | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การแข่งขัน สภาพแวดล้อมภายนอก ปัญหาเชิงการจัดการด้านต่างๆ และประสิทธิผลของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจและปัจจัยการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของธุรกิจ และ 3) เพื่อวิเคราะห์และเสนอแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจดังกล่าว ผลของการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมธุรกิจภายนอกและภายในประเทศพบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบภายในประเทศ เครื่องจักรและอุปกรณ์ราคาสูง กระบวนการผลิต และแรงงานที่มีฝีมือและความชำนาญในการผลิต ผลการเปรียบเทียบประสิทธิผลของธุรกิจ เมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อจำแนกตามทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และสถานที่ตั้ง ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจ ด้านโครงสร้าง ด้านระบบ ด้านบุคลากร ด้านรูปแบบการบริหาร และด้านค่านิยมร่วม ส่งผลต่อประสิทธิผลของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการวิเคราะห์ SWOT และสังเคราะห์เป็นแนวทางด้วยหลักการของ TOWS Matrix ได้แนวทางทั้งหมด 8 แนวทาง

คำสำคัญ: การจัดการ, ภาคการผลิต, อัญมณีและเครื่องประดับ

ข้อมูลการอ้างอิง: ธัญนันท์ โคตรโสกา, เกียรติชัย วีระญาณนนท์ และ อนันต์ ธรรมชาลัย. (2566). แนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย. สหวิทยาการและความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย, 12(2), 25-36. <https://doi.org/10.14456/tisr.2023.3>

บทนำ

สถานการณ์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของโลกในธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับล้วนต้องพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงาน ซึ่งในปี พ.ศ.2563 ถึง พ.ศ.2564 มีมูลค่าการส่งออกลดลงเมื่อเทียบกับ พ.ศ.2562 สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้รับผลกระทบทางบวกจากปัจจัยเสี่ยงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างหนักทำให้การลงทุนมีความเสี่ยงเพิ่มสูงมากขึ้น โดยเฉพาะยอดคำสั่งซื้อที่ลดลงจากในอดีต ส่งผลให้ธุรกิจขาดสภาพคล่อง และสูญเสียการจ้างแรงงานที่มีฝีมือไปบางส่วน และเกิดความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนปะทุขึ้นและบานปลายกลายเป็นสงครามราคาทองคำผันผวนสูงมาก ทั้งนี้ ทองคำถือเป็นหนึ่งในวัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะการนำไปเป็นตัวเรือนเครื่องประดับ จนทำให้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นแต่ยังเป็นแนวทางเพื่อพร้อมรับมือกับความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่มีความก้าวหน้าอย่างมั่นคงเพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการและบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อุตสาหกรรมต้นน้ำขาดแคลนวัตถุดิบและพึ่งพิงการนำเข้าเป็นหลัก อุตสาหกรรมกลางน้ำขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรม และขาดการพัฒนาเทคโนโลยีในประเทศ ส่วนอุตสาหกรรมปลายน้ำขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย รวมถึงขาดการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับโลก รวมถึงความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ด้านการออกแบบ แรงงานและช่างฝีมือที่มีความชำนาญ ฝีมือประณีต และบริการที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับยังทำหน้าที่สนับสนุนภาคอุตสาหกรรม ด้านการผลิตให้มีประสิทธิผลและขยายฐานการส่งออกได้มากขึ้น นอกจากนี้ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับโดยตรง คือ การค้าและการลงทุนได้ปรับเปลี่ยนไปจากเดิม อาทิ ต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น การสั่งสมภูมิปัญญาการเผา ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมการผลิตและการออกแบบ การเปิดตลาดการค้าเสรีและการรวมกลุ่มตลาดในภูมิภาค การขาดการบูรณาการแผนงาน

ปัจจุบัน ภาพรวมสภาพเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นตลอดปี พ.ศ.2565 ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าภายในและระหว่างประเทศเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศจำนวนมากในแต่ละปี และมีมูลค่าการส่งออกเติบโตก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2565 สร้างมูลค่าการค้าในแต่ละปีเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศมาเป็นเวลานานมีมูลค่าสูงทำให้เกิดรายได้จำนวน มีมูลค่า 15,057.70 ล้านเหรียญสหรัฐ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565) ถือเป็นปีแห่งการฟื้นฟูเนื่องจากเศรษฐกิจในหลายประเทศที่หยุดชะงักเริ่มกลับมาดำเนินการได้อีกครั้ง โดยปี พ.ศ.2566 จะเป็นจุดเริ่มต้นของการฟื้นตัวและมองไปข้างหน้า การถอดบทเรียนที่เกิดขึ้นในช่วงวิกฤติ

ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาหาเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย จึงเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ควรศึกษาเพื่อนำผลของการศึกษาไปใช้เป็นข้อเสนอในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการรวมถึงเพื่อการวางแผนการดำเนินงานและหาแนวทางป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันจะส่งผลดีต่อธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในประเทศ ให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลดีต่อการดำเนินงานขององค์กรต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การแข่งขัน สภาพแวดล้อมภายนอก ปัญหาเชิงการจัดการด้านต่างๆ และประสิทธิผลของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจและปัจจัยการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของธุรกิจ 3) เพื่อวิเคราะห์และเสนอแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจดังกล่าว

การทบทวนวรรณกรรม

ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในประเทศไทย

ปัจจุบันธุรกิจการค้าอัญมณีและเครื่องประดับทำรายได้ให้ประเทศไทยสูงสุดประเภทหนึ่ง อีกทั้งยังช่วยสร้างอาชีพให้กับประชากรชาวไทยได้อีกด้วย ประเทศไทยของเราจัดได้ว่ามีลักษณะภูมิประเทศที่เอื้อต่อการเกิดขึ้นของอัญมณีและเครื่องประดับประเภทต่างๆ ด้านธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเป็นรายได้หลักเข้าสู่ประเทศ อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่รัฐบาลให้การสนับสนุนเพราะธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเป็นตัวสร้างงานที่มีคุณภาพ มีวิชาความรู้และความสามารถ เพื่อนำทรัพยากรเหล่านี้มาใช้ประโยชน์และทำให้เกิดคุณค่ารวมไปถึงมูลค่าให้มากที่สุด เช่น ทองคำ เพชรเจียรไน เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง พลอยเนื้อแข็งเจียรไน พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน การนำเข้าและส่งออก จะเห็นได้ว่าธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเข้าไปเกี่ยวข้องกับธุรกิจจำนวนมาก และก่อให้เกิดรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศที่สามารถนำไปชำระหนี้ดุลการค้าต่างประเทศ โดยสร้างดุลภาพการชำระเงินให้เกิดการกระจายรายได้ทำให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องเกิดรายได้ไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจากการเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้การประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเติบโตและขยายตัวได้อย่างกว้างขวาง โดยมีโรงงานที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการผลิตเครื่องประดับ โดยใช้เพชร พลอย ไข่มุก และทองคำเป็นส่วนวัตถุดิบในการผลิต จำนวน 605 ราย มีแรงงาน จำนวน 89,486 คน (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2561)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

การดำเนินงานโดยใช้กระบวนการที่เป็นระบบระเบียบในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การจัดการซึ่งรวมกิจกรรมทั้ง 7 ตัว โดยใช้กรอบแนวคิดการบริหาร (McKinsey, 1982) ในปัจจุบันของบริษัทระดับโลกที่มีผลปฏิบัติงานที่เป็นเลิศจะใช้หลักการ 8 ประการ ของ (Peters & Waterman Jr., 2006) ได้แก่ โครงสร้าง กลยุทธ์ ระบบรูปแบบการบริหาร บุคลากร ทักษะ และค่านิยมร่วม โดยให้เกิดผลลัพธ์ทั้งด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งการจัดการจะเป็นการรูปแบบการวางระบบการจัดการเพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งรูปแบบกระบวนการต่างๆ จะเป็นเครื่องมือสำหรับการจัดการเพื่อให้ธุรกิจได้ประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นกรอบในการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการส่งเสริมการจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณี ทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลจำเป็นต้องใช้การจัดการเพื่อการดำเนินงานเพื่อการประกอบธุรกิจอัญมณี เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เช่น การดำเนินงานเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด การดำเนินงานเพื่อการให้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า จนไปสู่มาตรฐานในการให้บริการในระดับสากล ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทฤษฎีในการจัดการเป็นเครื่องมือในการดำเนินการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพมีความสำคัญต่อธุรกิจหรือหน่วยงานมากเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจในการที่จะตัดสินใจว่าธุรกิจจะอยู่รอดต่อไปหรือไม่ ประกอบกับประสิทธิภาพก็มีความสำคัญต่อธุรกิจมากเช่นกัน หากการดำเนินงานธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพ ก็จะไม่มีความสำเร็จแต่ความขาดทุนก็ยากที่ธุรกิจจะตั้งอยู่ได้ ดังนั้น ประสิทธิภาพ (Effectiveness) เป็นการทำให้บรรลุสำเร็จตามเป้าหมายธุรกิจ (Goals) และประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นการทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจและร่วมมือกันปฏิบัติงานให้ได้ผลผลิต (Output) จึงมีความสัมพันธ์กันทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายภายในเงื่อนไขที่มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การบรรลุถึงประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพเป็นเครื่องมือวัดเชิงคุณภาพมากกว่าการวัดเชิงปริมาณแบบประสิทธิภาพ เพราะการผลิที่มีประสิทธิภาพมีจำนวนผลผลิตมาจำนวนมาแต่คุณภาพอาจจะไม่ดีตามจำนวนที่ผลิตออกมาได้ ดังนั้นในการวัดคุณภาพจึงควรใช้ประสิทธิภาพในการวัดชัดเจน ประกอบด้วย 1) ด้านการเงิน (Financial) 2) ด้านลูกค้า (Financial) 3) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process) และ 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth) ตามหลักทฤษฎีของ (Kaplan & Norton, 1996) ลักษณะขององค์กรที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีลักษณะมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในองค์กรสามารถผสมผสานความต้องการสมาชิกได้ การ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2566)

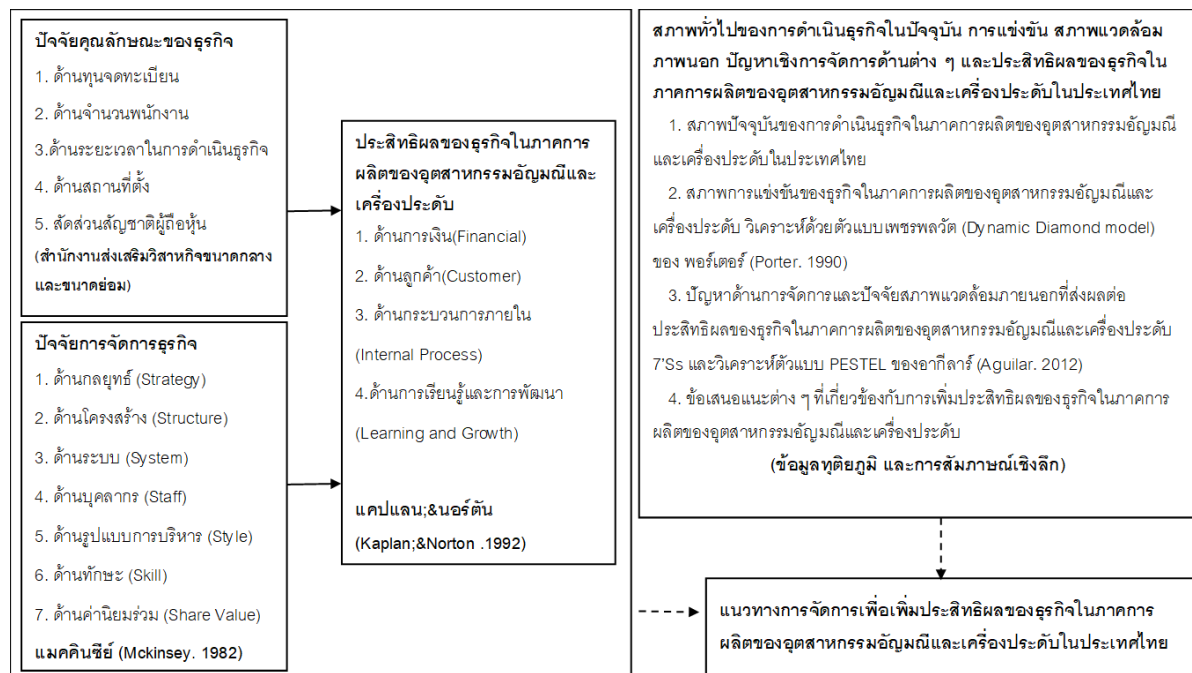
ปรับตัวขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่ยืดหยุ่น การปรับตัวขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพทางสังคมและผลผลิตที่สูงขององค์กร

สมมติฐานในการวิจัย

1) ประสิทธิภาพของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจ

2) ปัจจัยการจัดการธุรกิจส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ แบบผสมผสาน โดยการใช้ข้อมูลเชิงปริมาณ ที่ได้จากแบบสอบถาม ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ที่จัดบันทึกข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยใช้เพชร พลอย ไข่มุก เงิน และทองคำเป็นส่วนวัตถุดิบในการผลิต จำนวน 605 แห่ง (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2561) โดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จของ (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 314 แห่ง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐและสมาคม ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 19 ท่าน โดยวิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง

การเก็บรวบรวม

การเก็บรวบรวมการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม โดยใช้ช่องทางส่ง E-mail จำนวน 250 ฉบับ และทางไปรษณีย์ จำนวน 325 ฉบับ ถึงผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2566)

โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการโรงงานละ 1 คน ในขณะนั้นผู้วิจัยได้มีการติดต่อขอความอนุเคราะห์ให้ทำแบบสอบถามผ่าน Google Form ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเริ่มจัดส่งแบบสอบถามใน เดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง มกราคม พ.ศ.2566 ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถเก็บแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้ทั้งหมด 314 แห่ง

โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจ ตอนที่ 3 ปัจจัยการจัดการธุรกิจ ตอนที่ 4 ปัจจัยประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นรูปแบบ มาตราวัด 5 ระดับแบบลิเคิร์ต (Likert, 1967) เครื่องมือขั้นที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในประเทศไทย จึงทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามโดยการหาค่า IOC ซึ่งผลที่ได้ 0.89 จึงถือว่าแบบสอบถามชุดนี้มีคุณภาพ ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเชิงปริมาณ ปัจจัยการจัดการธุรกิจ และปัจจัยประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

แบบสอบถาม	ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย IOC	แปลผล
ส่วนที่ 4 ปัจจัยการจัดการธุรกิจ	0.98	ใช้ได้
ส่วนที่ 5 ประสิทธิภาพของธุรกิจในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	0.89	ใช้ได้
เฉลี่ยรวมทุกข้อ	0.95	ใช้ได้

การตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ Cronbach's alpha การวิเคราะห์ จำนวน 30 ชุดที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเครื่องมือขั้นนี้ปัจจัยการจัดการธุรกิจ ผลที่ได้ 0.989 และปัจจัยประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ผลที่ได้ 0.935 และผลการประเมินทั้งฉบับเท่ากับ 0.986 แบบสอบถามมีค่าความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงต่อไป ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ Cronbach's alpha เครื่องมือเชิงปริมาณ ปัจจัยการจัดการธุรกิจ และปัจจัยประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

	Reliability Statistics	
	Cronbach's alpha	N of Items
ข้อคำถามปัจจัยการจัดการ	.989	38
ข้อคำถามปัจจัยประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	.935	20
รวมข้อคำถามทั้งหมด	.986	58

การเก็บรวบรวมการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยแจ้งหัวข้อการสัมภาษณ์ไปยังผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งได้นัดหมายดำเนินการสัมภาษณ์ครั้งละ 1 คน ใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์คนละประมาณ 1 ชั่วโมง และในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ขออนุญาตบันทึกเสียง เพื่อให้ข้อมูลครบทุกประเด็นและสามารถสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนตามประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยเริ่มการสัมภาษณ์ในเดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง มกราคม พ.ศ.2566 โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย 19 ท่าน ได้แก่ 1) สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ จำนวน 2 ท่าน 2) นายกหรือตัวแทนสมาคมช่างทองไทย จำนวน 3 ท่าน 3) นายกหรือตัวแทนสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี จำนวน 1 ท่าน 4) ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ จำนวน 5 ท่าน 5) ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 8 ท่าน โดยการวิจัยแบบการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2566)

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การแข่งขัน สภาพแวดล้อมภายนอก ปัญหาเชิงการจัดการและประสิทธิผลของธุรกิจในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบสัมภาษณ์ ตอนที่ 2 สภาพทั่วไปของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การแข่งขัน สภาพแวดล้อมภายนอก ปัญหาเชิงการจัดการด้านต่างๆ และประสิทธิผลของธุรกิจในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย การเก็บรวบรวมการวิจัยแบบจุดบันทึกข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสาร รายงาน และข้อมูลที่รวบรวมได้มาจากหน่วยงานราชการและเอกชน และข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ โดยสถิติที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว โดยใช้สถิติ F-test และวิธีการวิเคราะห์ทำการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ด้วยค่าสถิติ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ แบบ All Enter โดยใช้สถิติ Adjusted R^2 ได้แก่ ค่า F และ t

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและจากแหล่งทุติยภูมิ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อหาองค์ประกอบที่สำคัญตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สรุปประเด็นที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และแหล่งทุติยภูมิ เพื่อนำผลที่ได้มาประกอบองค์ประกอบการสังเคราะห์เพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

โดยการนำข้อมูลจากผลการวิเคราะห์ทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์สังเคราะห์เพื่อให้ได้ประเด็นต่างๆ ทำการสรุปประเด็นสำคัญ โดยใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของ Humphrey (2005) และสังเคราะห์แนวทางด้วย TOWS Matrix ของ Weihrich (1993) เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอแนะแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในประเทศไทย

ผลการวิจัย

สภาพทั่วไปของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การแข่งขัน ปัญหาเชิงการจัดการด้านต่างๆ และประสิทธิผลของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย พบว่า หน่วยงานภาครัฐยังมีกรอบนโยบายที่มีต่อการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ส่งเสริมสภาพคล่องและสร้างความมั่นใจในการส่งออกให้แก่ผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้ประกอบการภาคเอกชนนำเขีนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และยังขาดการจัดการหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาจากไทยและต่างประเทศ ขยายและหาความร่วมมือกับประเทศที่เป็นแหล่งวัตถุดิบในพื้นที่ ซึ่งในพ.ศ.2565 ถึงต้นปี พ.ศ.2566 ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น สถานการณ์โควิด 19 และสงครามรัสเซีย-ยูเครน (Russo-Ukrainian War) ซึ่งส่งผลกระทบในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอย่างมาก เนื่องจากธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับส่วนมากจะเป็นธุรกิจที่ผลิตส่งออกไปทั่วโลก ซึ่งเกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในขนาดที่วัตถุดิบภายในประเทศขาดแคลนพอค้าพลอยที่เดินทางจากต่างประเทศแต่ไม่มีความรู้ไม่มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้คำแนะนำว่าจะไปปฏิบัติอย่างไรเมื่อเกิดเหตุการณ์คนไทยโดนปล้นในต่างแดนจะสามารถติดต่อกับทางรัฐบาลและสถานทูตมาเจรจาในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นช่วยหาทางออกในการช่วยเหลือคนไทยที่เข้าไปติดต่อนำวัตถุดิบให้เกิดความปลอดภัยมีเสถียรภาพมากขึ้น

ปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจและปัจจัยการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 52.90 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีตำแหน่งผู้จัดการ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 63.10 และมีประสบการณ์ทำงานอยู่ระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 กลุ่มตัวอย่างส่วน

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2566)

ใหญ่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 170 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 54.10 มีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 50 คน จำนวน 159 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 50.70 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 144 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 45.90 มีสถานที่ตั้งอยู่ในภาคกลาง จำนวน 190 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 60.50 และมีสัดส่วนสัญชาติของผู้ถือหุ้นในกิจการกิจการของคนไทยร้อยละ 100 จำนวน 123 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 39.10

ผลการทดสอบความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พบว่า 1) ประสิทธิภาพของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจ ด้านทุนจดทะเบียน ด้านจำนวนพนักงาน ด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ด้านสถานที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 2) ประสิทธิภาพของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจด้านสัดส่วนสัญชาติผู้ถือหุ้น แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบปัจจัยการจัดการธุรกิจที่ส่งผลประสิทธิภาพของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับดำเนินการ โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการจัดการธุรกิจทั้ง 7 ด้านสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยประสิทธิภาพของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยภาพรวม ได้ร้อยละ 77.3 (Adjusted $R^2 = .773$) โดยมีปัจจัยการจัดการธุรกิจ ด้านโครงสร้าง ด้านระบบ ด้านบุคลากร ด้านรูปแบบการบริหาร และด้านค่านิยมร่วม ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ด้านรูปแบบการบริหาร มีน้ำหนักมากที่สุด (Beta = .477) รองลงมา ได้แก่ ด้านบุคลากร (Beta = .200) รองลงมา ได้แก่ ด้านค่านิยมร่วม (Beta = .158) รองลงมา ได้แก่ ด้านโครงสร้าง (Beta = .120) และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านระบบ (Beta = .113) ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ส่งผลอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลในการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพของธุรกิจ จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจ

ปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจ	ประสิทธิภาพของธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ		
	Statistic F	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ
Statistic ^a			
1) ด้านทุนจดทะเบียน	8.902** (Oneway ANOVA)	.000	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
2) ด้านจำนวนพนักงาน	117.856** (Welch Test)	.000	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
3) ด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	8.449** (Oneway ANOVA)	.000	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
4) ด้านสถานที่ตั้ง	114.843** (Welch Test)	.008	ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
5) ด้านสัดส่วนสัญชาติผู้ถือหุ้น	113.587 (Welch Test)	.099	ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2566)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยการจัดการธุรกิจกับประสิทธิผลของธุรกิจในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยภาพรวม

ปัจจัยการจัดการธุรกิจ	Unstandardized		Standardized	t	p-value
	Coefficients		Coefficients		
	B	SE	Beta		
(Constant)	-.010	.202		-.052	.959
1) ด้านกลยุทธ์	.067	.035	.052	1.900	.058
2) ด้านโครงสร้าง	.120	.034	.120	3.547**	.000
3) ด้านระบบ	.091	.037	.113	2.422*	.016
4) ด้านบุคลากร	.192	.043	.200	4.469**	.000
5) ด้านรูปแบบการบริหาร	.342	.037	.477	9.227**	.000
6) ด้านทักษะ	.029	.032	.029	.908	.365
7) ด้านค่านิยมร่วม	.164	.030	.158	5.476**	.000

R = .882, R² = .778, Adjusted R² = .773, SEE = .20547, F = 152.989, p-value = .000

เสนอแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย พบว่า ผลการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญของผลการวิจัยที่ครอบคลุมทุกวัตถุประสงค์การวิจัยและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบสอบถาม และแหล่งทุติยภูมิ จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ (SWOT Analysis) และสังเคราะห์โดย (TOWS Matrix) นำมาสรุปเป็นแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในประเทศไทย โดยประกอบด้วย 8 แนวทาง ได้แก่ 1) พัฒนาระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพสู่การสร้างแบรนด์ไทยตามมาตรฐานระดับสากลในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสู่ตลาดโลก 2) สร้างอัตลักษณ์และสร้างสรรค์การออกแบบผ่านชิ้นงานศิลปะวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยในรูปแบบการผลิตที่ทันสมัย 3) ยกระดับการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาระบบการผลิตในการถ่ายทอดให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการมีส่วนร่วมทุกระดับชั้นภายในองค์กร 4) แก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่ยังไม่เอื้อต่อการพัฒนาการนำเข้าวัตถุดิบมาใช้ในการผลิต 5) ส่งเสริมให้มีการรีไซเคิล (Recycle) และลดการเกิดของเสียของวัตถุดิบสร้างนวัตกรรมการลดมลภาวะของโลกเป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่ความยั่งยืน 6) สนับสนุนช่างฝีมือและช่างชำนาญเฉพาะด้านให้มีการ Upskill & Reskill เพื่อพัฒนาแรงงานเข้าสู่ตลาดอย่างจริงจัง 7) สร้างนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัยคุณภาพสูงในการผลิตเพื่อลดต้นทุนในการผลิต 8) บูรณาการการทำงานในทุกฝ่ายในสายการผลิตให้ได้ผลผลิตที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับต้องเผชิญกับความท้าทายจากสภาพแวดล้อมธุรกิจภายนอกและภายในประเทศ หน่วยงานภาครัฐยังมีการออกนโยบายที่มีต่อการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ส่งเสริมสภาพคล่องและสร้างความมั่นใจในการส่งออกให้แก่ผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้ประกอบการภาคเอกชนนำเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ และยังขาดการจัดการหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกจากไทยและต่างประเทศ ขยายและหาความร่วมมือกับประเทศที่เป็นแหล่งวัตถุดิบในพื้นที่สอดคล้องกับ Dreyer & Gronhaug (2004) การพัฒนาสินค้าใหม่ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าก็สามารถที่จะคงความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ย่อมส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยอย่างมากในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2566)

เครื่องประดับไทย ส่งผลให้เกิดอุปสรรคด้านการผลิตและข้อจำกัดในการเดินทางต้องนำเข้าจากต่างประเทศและในบางประเทศมีการสงวนไว้ทำให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และผู้ประกอบการไทยขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ถูกต้องและต่อเนื่อง รวมทั้งขาดการสร้างเรื่องราวตำนานของผลิตภัณฑ์เพื่อสะท้อนความเป็นมาและความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการไทยไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรของตนเองส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างจำกัดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น ผู้บริหารสามารถออกแบบสินค้าตามความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับ ชูลีวรรณ โชติวงษ์ และ จุฑารัตน์ ปิณฑะแพทย์ (2563) ได้ศึกษาการพัฒนาแบบศักยภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลอยในยุคดิจิทัล พบว่า ภาพรวม รูปแบบศักยภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลอยนั้นมีความเหมาะสม พฤติกรรมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลอย และการประเมินรูปแบบศักยภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลอยจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ปัจจัยการจัดการธุรกิจของสถานประกอบการธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับประกอบด้วย ด้านกลยุทธ์ ด้านโครงสร้าง ด้านระบบ ด้านบุคลากร ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วมอยู่ในระดับมากถึง 7 ด้าน ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สนับสนุนการจัดทำแผนกลยุทธ์ การวางแผนกิจกรรมภายในธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มรายได้และกำไร เนื่องจากใช้วิธีการจัดการควบคุมต้นทุนต่ำและด้านคุณภาพเพื่อการดำเนินการตามแผนการผลิตทุกขั้นตอน สอดคล้องกับ ศิดา จิตรลดาพันธ์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร เช่น พัฒนาและฝึกอบรมด้านการขายให้กับพนักงานขายสินค้าโดยมีการแบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่มๆ เพื่ออำนวยความสะดวกกิจกรรมและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กรและมีการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและให้เหมาะสมกับสภาพตลาดในปัจจุบัน เช่น การออกแบบ โครงสร้างการบริหารงานของแต่ละสาขา ให้สอดคล้องกับรูปแบบความต้องการของลูกค้าในแต่ละภาคส่วนเป็นผลทำให้การปฏิบัติงานและผลประกอบการขององค์กรที่ดีขึ้น เป็นต้น นำมาซึ่งผลการดำเนินงานและผลประกอบการที่ดีขององค์กรตลอดจน การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายซึ่งจะส่งผลถึงศักยภาพและผลการดำเนินงานเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ด้านรูปแบบการบริหาร คือ ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงาน เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นสามารถแก้ไขปัญหาและข้อขัดแย้ง รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน อย่างมีจริยธรรม และในขณะที่ ด้านค่านิยมร่วม เช่น ส่วนร่วมรับผิดชอบต่อความสำเร็จทางธุรกิจขององค์กร มีส่วนร่วมในการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพและการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงานอย่างสร้างสรรค์ เพราะการดำเนินงานธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทำให้เกิดผลบรรลุเป้าหมายความสำเร็จขององค์กรทางการเงินให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับ ฐิณันท์ บุญอยู่ (2561) ศึกษาอิทธิพลค่านิยมของทุนโครงสร้างและการเป็นผู้ประกอบการในการถ่ายทอดทุนเชิงความสัมพันธ์สู่ผลิตภาพสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ผลวิจัยพบว่า การเป็นผู้ประกอบการ และผลิตภาพขององค์กรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และทุนโครงสร้างและการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงทุนเชิงความสัมพันธ์สู่ผลิตภาพเข้าด้วยกัน แต่การเป็นผู้ประกอบการไม่เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างทุนโครงสร้างกับผลิตภาพขององค์กร

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ (สำหรับผู้ประกอบการ)

1) ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้จัดการ จัดให้มีการดำเนินการพัฒนาระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพสู่การสร้างแบรนด์ไทยตามมาตรฐานระดับสากลในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสู่ตลาดโลก

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2566)

- 2) ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้จัดการ จัดให้มีการดำเนินการต้องจัดสรรงบประมาณในการสร้างอัตลักษณ์และสร้างสรรค์การออกแบบผ่านชิ้นงานศิลปะวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยในรูปแบบการผลิตที่ทันสมัย
- 3) ควรให้มีกิจกรรมดำเนินการฝึกอบรมด้านทักษะความสามารถการผลิตให้แก่แรงงานในการจัดการความรู้เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตในการถ่ายทอดให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการมีส่วนร่วมทุกระดับชั้นภายในองค์กร
- 4) ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้จัดการ ควรกำหนดผู้รับผิดชอบโดยจัดตั้งทีมงานส่งเสริมการรีไซเคิล (Recycle) ให้องค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 5) จัดหาและนำเอาเทคโนโลยีนวัตกรรมที่ทันสมัยและมีคุณภาพสูงเพื่อลดต้นทุนในการผลิต
- 6) ควรสร้างความเข้าใจกับพนักงานในโรงงานให้เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ที่ได้กำหนดในแผนงานให้มีบูรณาการการทำงานของทุกฝ่ายในสายการผลิตให้ได้ผลผลิตที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (หน่วยงานภาครัฐ)

- 1) กำหนดให้มีนโยบายในแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่ยังไม่เอื้อต่อการพัฒนาการนำเข้าวัตถุดิบมาใช้ในการผลิต
- 2) ควรศึกษาและส่งเสริมให้มีนโยบายการลดมลภาวะของโลกเป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสู่ความยั่งยืน
- 3) กำหนดให้มีนโยบายในการสนับสนุนส่งเสริมการสนับสนุนช่างฝีมือและช่างชำนาญเฉพาะด้านให้มีการ Upskill & Reskill เพื่อพัฒนาแรงงานเข้าสู่ตลาดอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาวัตถุดิบที่นำมาผลิตอัญมณีและเครื่องประดับที่ขาดแคลนตลอดเวลา เช่น พลอย เพื่อแก้ไขปัญหาของตลาดแรงงาน เพราะหลุดจากงานผลิตที่ทำ จึงทำให้แรงงานที่มีฝีมือต้องเปลี่ยนงานในช่วงไม่มีวัตถุดิบในการผลิตอย่างต่อเนื่อง
- 2) ควรมีการวิจัยแรงจูงใจของช่างฝีมือที่อยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อแก้ปัญหาช่างขาดแคลนแรงงาน

เอกสารอ้างอิง

- ชวลีวรรณ โชติวงษ์ และ จุฑารัตน์ ปิ่นทะแพทย์. (2563). การพัฒนารูปแบบศักยภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลอยในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 30(4), 707-716.
- ธัญนันท์ บุญอยู่. (2561). อิทธิพลคั่นกลางของทุนโครงสร้างและการเป็นผู้ประกอบการในการถ่ายทอดทุนเชิงความสัมพันธ์สู่ผลิตภาพสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 10(1), 41-53.
- ศิตา จิตรลดานนท์, อาริรัตน์ ปานสุวัชร และ สันติภาพ สุขเอนกนันท์. (2560). ผลกระทบของกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(2), 64-75.
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2561). โรงงานอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (สะสม) ณ เดือนมกราคม-มีนาคม 2561. สืบค้นจาก thaitextile.org/th/insign/detail.253.1.0.html.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2565). *ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนเมษายน 2565*. สืบค้นจาก www.tpso.moc.go.th/th/node/11727.
- Dreyer, B., & Gronhaug, K. (2004). Uncertainty, Flexibility, and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Business Research*, 57(5), 484-494.
- Humphrey, A. (2005). *SWOT Analysis for Management Consulting*. California: SRI International Alumni Association.

- Kaplan, R., & Norton, D. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Krejcie, R., & Morgan, D. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Likert, R. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale*. New York: Wiley & Son.
- McKinsey, L. (1982). Déatente in Canada's Energy War. *American Review of Canadian Studies*, 12(1), 98-119.
- Peters, T., & Waterman Jr., R. (2006). *In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies*. New York: HarperCollins Publishers.
- Weihrich, H. (1993). Daimler-Benz's Move towards the Next Century with the TOWS Matrix. *European Business Review*, 93(1), 1-9.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).