

การศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและ  
เครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์  
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2565  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Study on the Effectiveness in Enhancing the Capabilities of Thai Gem and Jewelry  
Entrepreneurs by Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization)



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Public Administration in Public Administration

Department of Public Administration

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2022

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์

การศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของ  
ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ  
ไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ  
แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

โดย

น.ส.ศิริณา กาญจนศิริรัตน์

สาขาวิชา

รัฐประศาสนศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อาจารย์ ดร.วิมลมาศ ศรีจำเริญ

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริมา ทองสว่าง)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(อาจารย์ ดร.วิมลมาศ ศรีจำเริญ)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชณี ศรีไย)

..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.พิมพ์สิริ อรุณศรี)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ศิริณา กาญจนศิริรัตน์ : การศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของ  
ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและ  
พัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). ( A Study on the  
Effectiveness in Enhancing the Capabilities of Thai Gem and Jewelry  
Entrepreneurs by Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public  
Organization)) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.วิมลมาศ ศรีจำเริญ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีด  
ความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย และแนวทางและ  
ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนา  
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น โดยงานวิจัยนี้เป็น  
งานวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยคำถามแบบกึ่งมีโครงสร้าง  
ในการเก็บข้อมูล จากผู้บริหารสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การ  
มหาชน) และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ผลการวิจัยพบว่า การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณี  
และเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การ  
มหาชน) ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ โดยผู้ประกอบการได้รับความรู้จากการอบรม  
ไปดำเนินการในธุรกิจทำให้เกิดประสิทธิผลขึ้น ได้แก่ ด้านการผลิตรูปแบบใหม่ การตลาดที่ทันสมัย การ  
สร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า การร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ การย้ายฐานการผลิต และการทำ  
ธุรกิจแบบโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม 2) ด้านทักษะ สถาบันฯ มีการอบรมผู้ประกอบการหรือ  
แรงงานเพื่อฝึกทักษะเฉพาะด้าน เพื่อทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และแรงบันดาลใจในการผลิต  
สินค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ทันสมัยและเป็นความต้องการของตลาดมากขึ้น  
และ 3) ด้านทัศนคติ คือผู้ประกอบการให้ความร่วมมือในการเข้าอบรม มีการปรับเปลี่ยน มี  
การศึกษาความรู้เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จมากขึ้น และมีผลตอบแทน  
ที่ดี โดยการดำเนินงานของสถาบันฯ ทำให้เกิดประสิทธิผลตามพันธกิจในการพัฒนาความสามารถ  
ของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์  
ปีการศึกษา 2565

ลายมือชื่อนิติ .....  
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....



## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. วิมลมาศ ศรีจำเริญ อาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาชี้แนะแนวทางในการศึกษาวิจัยที่สมบูรณ์แบบแก่ผู้วิจัย อีกทั้งขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริมา ทองสว่าง ที่ให้เกียรติเป็นประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรัชณี ศรีไย และอาจารย์ ดร. พิมศิริ อรุณศรี ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่ได้สละเวลาในการให้สัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลที่สำคัญประกอบการวิจัย รวมถึงแนวทางการหาข้อเสนอแนะของงานวิจัยฉบับนี้

ขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกท่าน โดยเฉพาะเพื่อน ๆ ในกลุ่มที่คอยให้คำแนะนำกันและกัน คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษาจนสารนิพนธ์นี้สำเร็จ รวมทั้งพี่ ๆ ที่ทำงาน ณ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่คอยให้กำลังใจ

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ของผู้วิจัยที่คอยให้กำลังใจ คอยสนับสนุนในทุกความคิด ทุกการกระทำ ทั้งสนับสนุนทุนการศึกษา เป็นผู้ซึ่งอยู่เบื้องหลัง ทุกความสำเร็จในทุกช่วงชีวิต และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์เล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานรัฐและผู้ที่สนใจท่านอื่น ๆ หากสารนิพนธ์เล่มนี้ผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขออภัย ณ ที่นี้ด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ศิริมา กาญจนศิริรัตน์

## สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ .....	ช
บทที่ 1.....	9
บทนำ .....	9
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	9
1.2 คำถามการวิจัย .....	20
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	21
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	21
1.5 ขอบเขตของการศึกษา.....	21
1.6 นิยามศัพท์ .....	21
บทที่ 2.....	23
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	23
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์การ.....	23
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถ .....	28
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ.....	32
2.4 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ.....	35

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	41
บทที่ 3.....	42
วิธีดำเนินการวิจัย .....	42
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง .....	42
3.2 เกณฑ์การเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่าง .....	43
3.3 วิธีการเก็บข้อมูล .....	43
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล .....	44
บทที่ 4.....	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	45
4.1 ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทย.....	45
4.2 สรุปการศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญ มณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).....	68
บทที่ 5.....	70
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	70
5.1 ปัจจัยด้านความรู้ (Knowledge).....	70
5.2 ปัจจัยด้านทักษะ (Skill).....	72
5.3 ทักษะ (Attitudes).....	73
5.4 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา .....	77
5.5 ข้อจำกัดในการศึกษา.....	77
5.6 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป .....	78
บรรณานุกรม.....	80
ประวัติผู้เขียน.....	84



## สารบัญรูปร่าง

	หน้า
รูปที่ 1 อันดับสินค้าส่งออกของไทยปี 2562 .....	10
รูปที่ 2 สัดส่วนของสินค้านำเข้าที่สำคัญของไทยปี 2563.....	11
รูปที่ 3 มูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในช่วงปี 2559-2563 .....	12
รูปที่ 4 มูลค่าการส่งออกรายเดือนของปี พ.ศ. 2562-2563.....	18
รูปที่ 5 จำนวนผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี พ.ศ. 2564 .....	19
รูปที่ 6 ภาพแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี พ.ศ. 2564.....	20



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเศรษฐกิจโลกเป็นเศรษฐกิจเปิด โดยมีภาคการค้าระหว่างประเทศเข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลกที่สำคัญ ซึ่งการติดต่อค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศที่มีบทบาทสูงขึ้นนั้น เกิดจากแต่ละประเทศมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดที่แตกต่างกัน เช่น มีความได้เปรียบทางด้านปัจจัยการผลิต ทรัพยากรแรงงาน ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทำให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำ เมื่อนำสินค้าที่แต่ละประเทศมีความถนัดมาแลกเปลี่ยนซื้อขายกันส่งผลให้ต่างได้ประโยชน์จากการทำการค้าระหว่างกันทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค อีกทั้งความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้โลกมีการเชื่อมโยงการผลิตระหว่างกันสูงขึ้น (ณัฐวุฒิ สุขนบารมี, 2558)

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการค้า การจ้างงาน การสร้างมูลค่าเพิ่ม การยกระดับความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจผลิตสินค้าและบริการเกี่ยวเนื่องจำนวนมาก เช่น การค้าเครื่องประดับ ช่างทอง ช่างทำเครื่องประดับ ธุรกิจเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต บรรจุภัณฑ์ สถาบันสอนและฝึกอบรม กิจกรรมการตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับ ธุรกิจออกแบบและแฟชั่น และผู้นำเข้า / ส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ โดยสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดผู้บริโภคอัญมณีและเครื่องประดับขนาดใหญ่ที่สุดในโลก แนวโน้มการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของชาวสหรัฐอเมริกานั้น นอกจากจะให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์และมีเรื่องราวแล้ว ผู้บริโภคสหรัฐอเมริกายังมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงสังคม แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการทำธุรกิจโดยปราศจากคอร์รัปชันมากขึ้นด้วย การดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส และไม่เอาเปรียบแรงงาน ก็จะทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดสหรัฐอเมริกาได้ ในขณะที่จีนนั้นพบว่าตั้งแต่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ผู้ประกอบการคาดหวังว่าการเติบโตในตลาดอัญมณีปรับตัว และจะกลับมาเหมือนเดิมหลังจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) คลี่คลาย ประเทศจีนถือเป็นประเทศที่มีการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับเป็นอันดับต้นๆ ของโลก โดยมีจำนวนผู้บริโภคอัญมณีและเครื่องประดับจากจำนวนผู้บริโภคทั้งหมดบนโลกอยู่ที่ร้อยละ 30 สืบเนื่องจากรัฐบาลลดภาษี VAT จากร้อยละ 17 เป็นร้อยละ 16 ทำให้การเติบโตของผู้บริโภคอัญมณีและเครื่องประดับจึงเป็นไปได้ในทิศทางบวก โดยกำลังซื้อหลักของจีน คือ กลุ่มชนชั้นกลางค่อนข้างสูงที่มีจำนวนกว่า 400 ล้านคน สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับประเภทที่ได้รับความนิยมมาก ได้แก่ เครื่องประดับทองคำแท่งอัญมณี เครื่องประดับพลทินมตงอัญมณี และเครื่องประดับเงิน

ส่วนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแห่งประเทศไทยนั้น เป็นสินค้าที่มีผลต่อการทำให้เศรษฐกิจของไทยมีการดำเนินไป ในการเป็นแหล่งส่วนกลางในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก ในอุตสาหกรรมนี้ ยังมีความเกี่ยวเนื่องอุตสาหกรรมแบบอื่นด้วย ได้แก่ อุตสาหกรรมการทำเหมืองแร่ อุตสาหกรรมการเจียระไน อุตสาหกรรมการออกแบบ เป็นต้น ซึ่งพบว่าทั้งหมดทำให้มีการจ้างแรงงานและทำรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมนั้น ๆ โดยในการประกอบอุตสาหกรรมจำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก และจำเป็นต้องอาศัยแรงงานที่มีความสามารถ มีฝีมือและความชำนาญ จึงก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน อีกทั้งประเทศไทยยังได้เปรียบในด้านของวัตถุดิบและแรงงานมีฝีมือที่ประณีตและสวยงามอีกด้วย อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถนำเงินต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยได้จำนวนมาก รัฐบาลจึงให้การส่งเสริมแก่อุตสาหกรรมนี้มากขึ้นทั้งด้านการส่งออก ด้านการผลิตและการตลาด รวมทั้งการร่วมมือของภาคเอกชนที่ก่อให้เกิดงานแสดงสินค้าเครื่องประดับมากมาย ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกไปประเทศต่าง ๆ ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก โดยพบว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็น 1 ใน 10 อุตสาหกรรมส่งออกสำคัญที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศสูงสุด โดยทำรายได้เป็นอันดับ 3 ในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าการส่งออก 18,207.33 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.87 ต่อมูลค่าการส่งออกรวม ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 อันดับสินค้าส่งออกของไทยปี 2562

ที่มา (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564 #66)

ดังนั้นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ การทำธุรกิจการค้า การจ้างแรงงาน การสร้างสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมด้านความคิดสร้างสรรค์ ทำให้ธุรกิจของการผลิตสินค้าและบริการเกี่ยวเนื่องกันมากขึ้น เช่น ร้านค้า เครื่องประดับ ช่างทอง ช่างทำเครื่องประดับ ธุรกิจเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต บรรจุภัณฑ์ สถาบันสอนและฝึกอบรม กิจกรรมตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับ ธุรกิจออกแบบและแพ็คเกจ และผู้นำเข้า/ส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น ทั้งนี้ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้ส่งออกของไทยได้ทำการตลาดเชิงรุกมากขึ้น ส่งผลให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดโลกมากขึ้น โดยตลาดหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ อิสราเอล เบลเยียม ฮองกง สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น เป็นต้น

สำหรับสถานการณ์การนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับในปี 2563 ประเทศไทยมีการนำเข้าวัตถุดิบด้านอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอันดับที่ 10 เมื่อเทียบกับสินค้านำเข้าของประเทศทั้งหมด ดังแสดงในรูปที่ 2

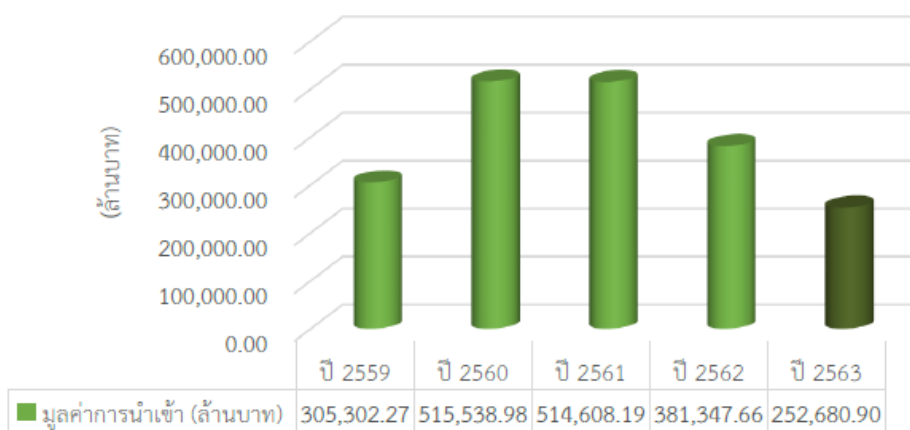


รูปที่ 2 สัดส่วนของสินค้านำเข้าที่สำคัญของไทยปี 2563

ที่มา (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

ทั้งนี้ การนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในช่วงปี 2561 - 2563 มีแนวโน้มลดลง โดยในปี 2562 มีมูลค่าการนำเข้า 381,347.66 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 25.90 ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในปี 2563 พบว่าในปี 2563 มีมูลค่าการนำเข้า

สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 252,680.90 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 33.74 โดยนำเข้าสินค้าสำคัญทุกรายการลดลง ไม่ว่าจะเป็นทองคำ เพชร พลอย หรือโลหะมีค่าต่างๆ เป็นต้น ดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 มูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในช่วงปี 2559-2563  
ที่มา (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

ในส่วนของการส่งออก ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกของอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งได้รับการจัดอันดับให้เป็นลำดับที่ 12 ของโลก โดยประเภทสินค้าที่ส่งออกมา ได้แก่ ทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน เพชร พลอย และเครื่องประดับเทียม (Imitation jewelry) ทั้งนี้ ตลาดหลักที่ไทยส่งออกมาและมีสัดส่วน 3 ใน 4 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ฮองกง สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา อีกทั้งไทยยังเป็นผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินอันดับ 1 และเป็นผู้ส่งออกพลอยสีอันดับ 3 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา และฮองกง โดยในปี พ.ศ. 2563 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศได้สูงนับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญอันดับที่ 3 ในบรรดาสินค้าส่งออกของประเทศทั้งหมด

#### 1.1.1 สินค้าในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมหลัก 2 ประเภท ดังนี้

##### 1) อุตสาหกรรมอัญมณี จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

1.1) อุตสาหกรรมเจียรไนพลอย อุตสาหกรรมการเจียรไนพลอยในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีมานาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและทำกันในระดับครัวเรือน เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ไม่ซับซ้อนมากนักและใช้เงินลงทุนต่ำ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กระจายอยู่ทั่วไปตามจังหวัดที่เป็นแหล่งวัตถุดิบพลอยที่สำคัญ เช่น จันทบุรี ตราด และกาญจนบุรี เป็นต้น โดยมีศูนย์กลางตลาดอยู่ที่กรุงเทพมหานคร การลงทุนในลักษณะโรงงาน หรือการลงทุนจากต่างชาติในอุตสาหกรรมเจียรไนพลอยของไทยมีอยู่ไม่มากนัก ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้อุตสาหกรรมเจียรไนพลอยของไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุน

โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ และด้วยทักษะ ความเชี่ยวชาญ และมีฝีมือในการเจียรระไน ประกอบกับการใช้เทคนิคการหุงพลอย ทำให้อุตสาหกรรมการเจียรระไนพลอยของไทยเป็นที่รู้จัก และยอมรับถึงความประณีตและความสวยงามในตลาดระดับโลก

1.2) อุตสาหกรรมการเจียรระไนเพชร เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยเงินลงทุนสูง เนื่องจากต้องใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความซับซ้อน ใช้เทคโนโลยีสูง และมีราคาแพง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงเป็นนักลงทุนจากต่างประเทศ หรือเป็นการร่วมลงทุนกันระหว่างนักลงทุนไทยกับชาวต่างประเทศ ซึ่งย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีชื่อเสียงด้านการเจียรระไนเพชรมานาน เช่น เบลเยียม อิสราเอล และอังกฤษ เป็นต้น โดยมีการนำเข้าวัตถุดิบเพชร เทคโนโลยีการผลิต เครื่องมือเครื่องจักร สำหรับใช้ในการผลิตเข้ามาในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยยังมีความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ และมีแรงงานฝีมือที่อยู่ในอุตสาหกรรมการเจียรระไนพลอยอยู่แล้ว

## 2) อุตสาหกรรมเครื่องประดับ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

2.1) อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ อาทิ เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน มีการผลิตที่ละเอียดซับซ้อน หรืออาจกล่าวได้ว่าการผลิตเครื่องประดับแท้เป็นการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์มากกว่าการใช้เครื่องจักร ปัจจุบันมีผู้ผลิตเครื่องประดับแท้จำนวนมาก ทั้งผลิตเพื่อขายในประเทศและเพื่อการส่งออก

2.2) อุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีเทียม หรือเครื่องประดับแฟชั่นเครื่องประดับอัญมณีเทียม หรือเครื่องประดับแฟชั่น เริ่มเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากรสนิยมของผู้บริโภคและสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมได้เปลี่ยนแปลงจากการใช้เครื่องประดับแท้ที่มีราคาแพง มาเป็นเครื่องประดับเทียมที่เลียนแบบของแท้ ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว

### 1.1.2 บทบาทของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรของรัฐในรูปแบบองค์การมหาชนตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542 จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2546 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ในกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์การจัดตั้ง เพื่อ 1) ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีขีดความสามารถสูงในตลาดโลก 2) เป็นสถาบันหลักของชาติในการวิจัย ตรวจสอบและรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับรวมทั้งโลหะมีค่า 3) ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และ 4) เป็นศูนย์

ข้อมูลอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถยืนหยัดและแข่งขันได้ทุกสถานการณ์ในตลาดโลก

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยได้จากการรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร แผนชาติระดับต่าง ๆ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับประธานกรรมการสถาบันผู้บริหาร และหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ(องค์การมหาชน) ปี 2565 – 2569 โดยยุทธศาสตร์ที่สามของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กำหนดไว้ว่า การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรและวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยการจัดอบรมผ่านหลักสูตรต่าง ๆ ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย การขยายการให้บริการ e-Learning เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการอย่างครบวงจร ตลอดจนการส่งเสริมการค้าและช่องทางการจำหน่ายผ่าน BWC Digital Platform เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนด้านอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถแข่งขันได้ โดยมีกลยุทธ์การดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1) วิเคราะห์กลุ่มผู้ประกอบการ (ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ) และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขยายหลักสูตรฝึกอบรมให้ครอบคลุม โดยสร้างความร่วมมือกับสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) เพื่อจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมตามมาตรฐานอาชีพในแต่ละระดับ และสร้างความร่วมมือกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อจัดทำหลักสูตรพัฒนาช่างฝีมือ รวมทั้งจัดทำหลักสูตร In-house Training สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่ และร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs เป็นต้น

2) เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนด้านอัญมณีและเครื่องประดับในแต่ละภูมิภาค เช่น การกำหนดมาตรฐานทองคำสุโขทัย และมาตรฐานทองคำเพชรบุรี รวมทั้งการสร้างอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และสร้างเรื่องราว (Story) ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการค้าขายทองคำในพื้นที่ เป็นต้น

3) ขยายการให้บริการ e-Learning เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการอย่างครบวงจร โดยการสร้างองค์ความรู้ทุกมิติในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับและรองรับการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19)

4) ร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรในการพัฒนา BWC Digital Platform เพื่อส่งเสริมช่องทางทางการจัดจำหน่ายสำหรับสมาชิก BWC และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยสร้างความร่วมมือกับ Digital Platform ที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในปัจจุบัน ให้นำตราสัญลักษณ์ BWC มาใช้ในการซื้อขายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค รวมทั้งจัดให้มีช่องทางในการตรวจสอบร้านค้าและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจาก BWC

5) พัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถปฏิบัติตามแนวทางที่เป็นมาตรฐานระหว่างประเทศเช่น พัฒนาผู้ประกอบการให้มีมาตรฐานตาม ISO9001, ISO17025 และ Code of Practices ของ Responsible Jewellery Council (RJC) เป็นต้น

ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580) ในประเด็นเกี่ยวกับผู้ประกอบการและวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ การขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะ 20 ปีข้างหน้า จำเป็นต้องสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้เป็น “ผู้ประกอบการยุคใหม่” ที่ก้าวทันและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อการกระตุ้นให้เศรษฐกิจเจริญเติบโต และความเข้มแข็งของผู้ประกอบการจะช่วยให้ประเทศสามารถแข่งขันในระดับเวทีการค้าโลกได้ โดยผู้ประกอบการยุคใหม่จะต้องมีทักษะแห่งอนาคตที่มีความพร้อมทางด้านทัศนคติ ทักษะความสามารถ และความรู้สำหรับการรับมือกับการแข่งขันที่จะรุนแรงขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีได้ โดยการสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการอัจฉริยะ ซึ่งให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งพัฒนาทักษะพื้นฐานที่จำเป็นและความถนัดที่แตกต่างและหลากหลายของแรงงาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี และพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเพิ่มมูลค่าธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาด ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนสร้างและพัฒนาตลาดในประเทศสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน รวมทั้งตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ และการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่

1.1.3 ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย การขับเคลื่อนการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จะสามารถเกิดขึ้นได้จำเป็น



จะต้องอาศัยความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการบูรณาการเพื่อดำเนินการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ดังนี้

1) กรมศุลกากร เป็นหน่วยงานที่มุ่งส่งเสริมความยั่งยืนของเศรษฐกิจและความปลอดภัยของสังคม ด้วยนวัตกรรมและบริการที่เป็นเลิศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนามาตรการทางศุลกากรและข้อมูลการค้าระหว่างประเทศเพื่อส่งเสริมการค้าชายแดน และเชื่อมโยงการค้าโลก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

2) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาด สินค้าและธุรกิจบริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการส่งออก ให้บริการข้อมูลการค้าและเพิ่มศักยภาพ การแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และสร้างโอกาสทางการค้า โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจในยุควิถีใหม่ เพื่อสร้างและยกระดับผู้ประกอบการของไทยให้มีความพร้อมรับมือกับเศรษฐกิจยุคดิจิทัล ในทุกระดับอย่างเป็นระบบและครบวงจร

3) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม เป็นองค์กรที่ให้บริการทำการวิจัยและการสร้างสิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้ธุรกิจดำรงอยู่เองได้และในขณะเดียวกันยังมีการทำให้ระบบเศรษฐกิจดีขึ้น ทำให้เป็นการเพิ่มขีดความสามารถของแต่ละประเทศ ช่วยประเทศในการส่งเสริมให้นโยบายขอที่ต้องการผลักดันให้เป็นประเทศที่หลุดพ้นจากการเป็นประเทศที่ติดกับดักประเทศรายได้ปานกลางและการเป็นประเทศ ที่พัฒนาแล้วบนฐานของการพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนเชิงวัฒนธรรม รวมถึงส่งเสริมการสร้างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือ OTOP เพื่อให้เกิดผู้ประกอบการในชุมชน/รุ่นใหม่ เพื่อยกระดับการผลิตที่มีมาตรฐาน

4) กรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นหน่วยงานศูนย์กลางของประเทศในด้านข้อมูล องค์กรความรู้ผลงานวิชาการ นวัตกรรม และการให้บริการด้านทรัพย์สินทางปัญญา ทรัพย์สินทางปัญญา สาคักดีคำบรรพทรัพย์สินทางปัญญาสิ่งแวดลอม และทรัพย์สินพิบัติภัย ที่ทันสมัยและครบถ้วน

5) สำนักพัฒนามาตรฐานและทดสอบฝีมือแรงงาน เป็นหน่วยงานที่มุ่งมั่นพัฒนาระบบมาตรฐานและวิธีการทดสอบฝีมือแรงงานให้เป็นที่ยอมรับในตลาดแรงงานและกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย พัฒนาแรงงานในทุกสาขาอาชีพที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ให้ได้มาตรฐานและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

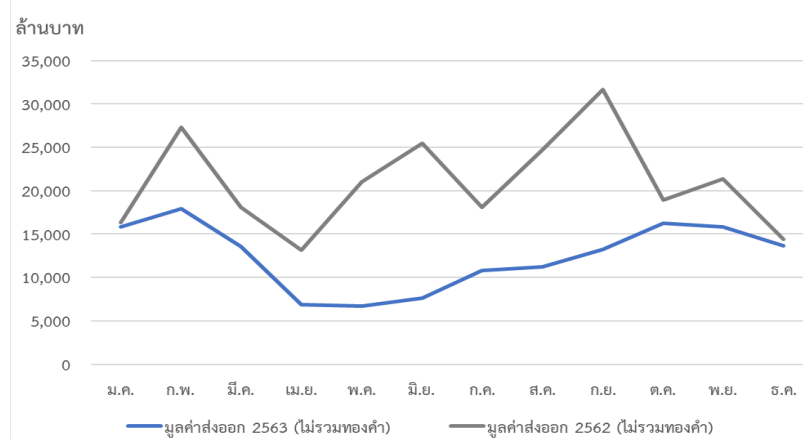
6) สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานอาชีพให้ได้มาตรฐานสากล และรับรองมาตรฐานอาชีพของต่างประเทศและนำมาใช้เป็นมาตรฐานอาชีพ รวมถึงผลักดันการใช้ประโยชน์จากมาตรฐานอาชีพในปรับปรุงหลักสูตรฐานสมรรถนะ หลักสูตรการเรียนการสอน และหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อการพัฒนากำลังคนของประเทศ โดยมีเป้าหมายให้มีมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพใหม่ ๆ ที่พร้อมรองรับการพัฒนาประเทศ สอดคล้องกับความต้องการทางเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี มีมาตรฐานอาชีพเป็นที่ยอมรับในระดับสากลรองรับแรงงานในต่างประเทศ และการเคลื่อนย้ายแรงงาน

ทั้งนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ซึ่งอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกถึงร้อยละ 80 สำหรับแนวโน้มการส่งออก มีแนวโน้มลดลงจากการที่ผู้บริโภคชะลอการบริโภคสินค้าไม่จำเป็น รวมทั้งผู้ประกอบการจะยังต้องเฝ้าระวังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ทั่วโลก ซึ่งมีโอกาสที่จะกลับมาระบาดระลอกใหม่ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง อันเนื่องมาจากการหดตัวของอุปสงค์จากประเทศคู่ค้า ซึ่งกระทบต่อความเชื่อมั่นทางการค้า การลงทุน อีกทั้งการจัดการโลจิสติกส์ในประเทศปลายทางยังคงมีอุปสรรคจากมาตรการการปิดพื้นที่ (Lockdown) ของแต่ละประเทศ ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ทำให้ผู้นำเข้าชะลอคำสั่งซื้อ รวมถึงค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของสินค้า โดยเฉพาะในสถานการณ์ซึ่งผู้บริโภคทั่วโลกเริ่มตระหนักถึงการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น ในขณะที่การส่งออกในภาพรวมคาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัว จากการส่งออกทองคำยังไม่ขึ้นรูปเพื่อเก็งกำไรจากส่วนต่างของราคา เนื่องจากราคาทองคำในตลาดโลกขยับตัวอยู่ในระดับที่สูงขึ้น ดังนั้น แนวทางการรับมือผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับการค้าออนไลน์ และเพิ่มช่องทางการค้าผ่าน Social Media ทุกช่องทาง ทั้ง Facebook Youtube Instagram Twitter และ Pinterest เพื่อสานสัมพันธ์และตอบโต้กับลูกค้า รวมทั้งต้องศึกษาความต้องการของตลาดและผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป เป็นต้น ซึ่งต้องการสินค้าที่มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส ซึ่งหากผู้ประกอบการปรับตัวได้ ก็จะทำให้สินค้าไทยยังคงเป็นที่ต้องการและส่งออกได้เพิ่มขึ้น

1.1.4 ความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในปัจจุบัน

ทั้งนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้นปี 2563 ที่ผ่านมา มีผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกอย่างเห็นได้ชัดตั้งแต่เดือนมกราคม-ตุลาคมเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกเวลาเดียวกันเมื่อปีก่อน โดยมีอัตราการลดลงสูงสุดที่เดือนมิถุนายน ลดลงร้อยละ 71 ซึ่งเป็นผลมาจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) อย่างหนักในหลายประเทศ ทำให้

ผู้ประกอบการหยุดคำสั่งซื้อชั่วคราว ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเดือนก่อนหน้า จะมีเพียงช่วงเดือนมีนาคม – พฤษภาคม ที่มีอัตราลดลง เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ในประเทศ ดังแสดงในรูปที่ 4



รูปที่ 4 มูลค่าการส่งออกรายเดือนของปี พ.ศ. 2562-2563  
ที่มา (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

แม้ว่าจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ยังได้ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยหลายรายต้องปิดกิจการ แต่ในขณะเดียวกันก็มีผู้ประกอบการที่เห็นโอกาสฟื้นตัว จึงมีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.34 รวมมีผู้ประกอบการทั้งสิ้น 12,589 ราย โดยมีผู้ประกอบการในภาคการผลิตจำนวน 1,547 ราย การค้าส่ง จำนวน 2,131 ราย และการค้าปลีก จำนวน 8,911 คน ดังแสดงในรูปที่ 5

## จำนวนผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี 2564

จำนวนผู้ประกอบการปี 2564

รวม **12,589** ราย

เพิ่มขึ้น 0.34% จากปี 2563



รูปที่ 5 จำนวนผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี พ.ศ. 2564

ที่มา (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

นอกจากนี้ในส่วนของแรงงาน ปี พ.ศ. 2564 พบว่า มีแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งสิ้น 664,325 ราย โดย 4 ใน 5 ของแรงงานในอุตสาหกรรมฯ อยู่ในอุตสาหกรรมขายปลีก เครื่องประดับ มีจำนวน 531,056 คน ซึ่งแรงงานส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ สงขลา และนนทบุรี รองลงมาคือ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ มีจำนวน 115,571 คน ส่วนมากอยู่ในกรุงเทพฯ สมุทรปราการ และสมุทรสาคร และอุตสาหกรรมการเจียระไนเพชรพลอย มีจำนวน 17,698 คน ส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ จันทบุรี และฉะเชิงเทรา ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 6



รูปที่ 6 ภาวะแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี พ.ศ. 2564  
ที่มา (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

จากที่กล่าวมาในช่วงต้นจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องส่งผลดีต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ในระดับประเทศเนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวมีจำนวนผู้ประกอบการและแรงงานในอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ส่งผลกระทบกับธุรกิจอัญมณีไม่น้อย เช่นเดียวกับปัญหาอัตราค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่า จึงทำให้ผู้ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ควรปรับปรุงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เกิดประสิทธิผล เพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ สามารถสร้างการเติบโตให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามวิสัยทัศน์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้

## 1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สามารถพัฒนาผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้มีขีดความสามารถ และสร้างการเติบโตให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ตามวิสัยทัศน์ขององค์กรหรือไม่ อย่างไร

1.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการบรรลุประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เกิดประสิทธิผล คืออะไรและส่งผลอย่างไรบ้าง

1.2.3 แนวทางปรับปรุงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ควรเป็นอย่างไร

### 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นฐานข้อมูลแนวทางการดำเนินงานการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เกิดประสิทธิผล

### 1.5 ขอบเขตของการศึกษา

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา  
งานวิจัยนี้ศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่  
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา  
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565

### 1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง 1) อุตสาหกรรมเจียระไนพลอย 2) อุตสาหกรรมการเจียระไนเพชร 3) อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ และ 4) อุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมหรือแฟชั่น (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

1.6.3 ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นกิจการขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งกระจายอยู่ทั่วไปทั้งในกรุงเทพมหานคร และส่วนภูมิภาค (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

1.6.2 การเพิ่มขีดความสามารถ หมายถึง การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรและวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยการ

จัดอบรมผ่านหลักสูตรต่าง ๆ ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย การขยายการให้บริการ e-Learning เพื่อตอบสนอง  
ผู้ใช้บริการอย่างครบวงจร ตลอดจนการส่งเสริมการค้าและช่องทางการจำหน่ายผ่าน BWC Digital Platform  
เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนด้านอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถ  
แข่งขันได้ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ผู้วิจัยได้ค้นคว้าและทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยในประเด็นดังกล่าว ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์การ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
- 2.4 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์การ

##### 2.1.1 ความหมายของประสิทธิผลขององค์การ

Hall (2002) กล่าวถึง การที่องค์การจะมีประสิทธิผลได้นั้น จำเป็นต้องทำการจัดวางองค์การใหม่ โดยพิจารณาถึงประเด็นที่สำคัญ คือ ทิศทางของกลยุทธ์หรือจุดมุ่งเน้นขององค์การวิสัยทัศน์ ค่านิยม ความเป็นผู้นำในการบรรลุถึงสิ่งที้องค์การปรารถนา เช่นเดียวกับ พิทยา บวรวัฒนา (2552) มีความคิดเห็นว่าการประสิทธิผลขององค์การ เป็นเรื่องของพิจารณาว่า องค์การประสบความสำเร็จเพียงใดในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้สำหรับคำว่า เป้าหมายขององค์การนั้น หมายถึง สภาพการณ์ที่องค์การปรารถนาให้บังเกิดขึ้น และได้อธิบายเพิ่มเติมว่า องค์การที่มีประสิทธิผล หมายถึง องค์การที่ดำเนินงานบรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้ประสิทธิผลจึงเป็นเรื่องของความสำเร็จขององค์การในการดำเนินงานต่าง ๆ ตามที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ องค์การที่มีประสิทธิผลสูงจะเป็นองค์การที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการทำงาน สอดคล้องกับธนกร เอกเผ่าพันธุ์, 2553) ให้ความหมายว่า ประสิทธิผล หมายถึง ความสำเร็จของการจัดทำงบประมาณให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้งบประมาณจะช่วยสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานเป็นผลสำเร็จที่เกิดจากการจัดสรรงบประมาณภายในองค์การที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดขององค์การเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์การให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ดังนั้นประสิทธิผลขององค์การ หมายถึง ระดับความสามารถในการดำเนินปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ตามความสัมพันธ์และสอดคล้องกับบริบทขององค์การนั้น ๆ



### 2.1.2 การประเมินประสิทธิผลองค์กร

การวิจัยนี้เป็นการประเมินประสิทธิผลของการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ตามเป้าหมายของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้นำเกณฑ์ประเมินสิทธิผลขององค์กรมาใช้ เพื่อตรวจสอบว่าองค์กรได้ดำเนินการตามนโยบายต่าง ๆ ให้ได้ผลลัพธ์ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ อย่างไร

องค์กรแต่ละแห่งมีเป้าหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละองค์กรมาจากบุคคลที่กำหนดเป้าหมายที่มีค่านิยมต่างกัน ตามแนวคิดของ Robbins (1983) ได้กล่าวถึงการประเมินประสิทธิผลองค์กร จำแนกเป็น 4 แนวทาง ดังนี้

2.1.2.1 ความสามารถขององค์กรในการบรรลุเป้าหมาย (The goal-attainment approach) โดยวัดประสิทธิผลขององค์กรจากความสามารถในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรแนวทางนี้ยึดหลักว่าองค์กรมีความตั้งใจที่จะบรรลุเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงโดยอาจมีเป้าหมายเดียวหรือหลายเป้าหมายก็ได้ แนวทางที่มุ่งการบรรลุเป้าหมายคือ องค์กรจะต้องมีความมั่นคง มีเหตุผลและแสวงหาเป้าหมายที่แท้จริง แนวทางนี้จะใช้ได้ผลดีเมื่อองค์กรมีเป้าหมายที่แท้จริงและชัดเจน ตลอดจนจำนวนเป้าหมายมีไม่มากจนเกินไป ส่วนข้อจำกัดของแนวทางนี้อยู่ที่องค์กรมีเป้าหมายไม่ชัดเจน บุคลากรยังไม่เห็นพ้องต้องกัน และระดับของเป้าหมายสูงหรือต่ำเกินไป ซึ่งคุณลักษณะที่สำคัญของการบริหารตามเป้าหมาย คือ การพยายามประเมินองค์กรและสมาชิกขององค์กรว่าสามารถทำงานสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาได้ร่วมกันกำหนดขึ้นได้มากน้อยเพียงใด จึงเรียกว่าการบริหารโดยมุ่งเป้าหมาย ทั้งนี้การวัดประสิทธิผลองค์กรที่เป็นไปตามเป้าหมายรวมถึงประสิทธิผลทางการเงินด้วย สำหรับวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายได้นั้นจะต้องมีการพัฒนาทางการบริหารและพฤติกรรมของบุคคลในองค์กร

2.1.2.2 วัดจากระบบขององค์กร (The systems approach) คือวัดประสิทธิผลขององค์กรตามแนวคิดเชิงระบบที่มีทรัพยากรนำเข้ากระบวนการแปรสภาพทำให้เกิดผลผลิต ซึ่งระบบจะมีลักษณะเป็นกลุ่มของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นตัวบุคคลและที่เป็นกลุ่ม ทั้งนี้ผู้บริหารขององค์กรจะต้องมีความเข้าใจลักษณะของระบบที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอก โดยจะต้องมีการศึกษาทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่มโครงสร้าง กระบวนการที่เป็นระบบขององค์กร ซึ่งการวัดจากระบบขององค์กรจะต้องมีการให้ข้อมูลย้อนกลับ เนื่องจากองค์กรไม่ได้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยนำเข้า และผลผลิต ดังนั้นองค์กร

จะต้องมีการพัฒนา เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของสภาพแวดล้อมด้วย มีการปรับปรุงช่องทางของการสื่อสารเพื่อให้องค์กรได้รับการยอมรับ สำหรับการให้ข้อมูลย้อนกลับครอบคลุมถึงการติดต่อสื่อสารที่มีผลกระทบต่อผลผลิต พฤติกรรมของบุคคล กลุ่ม และองค์กร การให้ข้อมูลย้อนกลับจะทำให้เกิดการเกิดการเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้น เกิดการพัฒนาในตัวบุคคล พฤติกรรมของกลุ่มและภาวะผู้นำ ทั้งนี้การวัดจากระบบขององค์กรจะให้ความสำคัญและคำนึงถึง 2 ประการ คือการอยู่รอดขององค์กรขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสภาพแวดล้อม และกลไกทั้งหมดของปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิตจะต้องให้ความสำคัญกับผู้บริหารในการที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งปัญหาที่สำคัญของการวัดประสิทธิผลโดยใช้แนวทางเชิงระบบ คือตัวบ่งชี้ประสิทธิผลขององค์กร เช่น ความสามารถขององค์กรในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมเป็นตัวแปรที่วัดยากมากซึ่งต่างจากการวัดที่เป้าหมายที่เป็นผลงานขั้นสุดท้ายจะวัดได้ง่ายกว่า นอกจากนี้ผู้ปฏิบัติงานเองก็จะให้ความสนใจที่วิธีการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายแทนที่จะพิจารณาตัวเป้าหมายที่แท้จริงขององค์กร

2.1.2.3 วัดจากกลยุทธ์ขององค์กร (The strategic-constituencies approach) แนวทางนี้ได้ให้ความสำคัญแก่กลุ่มผู้เกี่ยวข้องซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดขององค์กร ซึ่งนิยามของประสิทธิผลขององค์กรตามแนวทางนี้ คือ ระดับความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในสภาพแวดล้อมขององค์กร โดยมีข้อสมมติฐานของแนวทางนี้ว่าองค์กรนั้นได้รับความกดดันและข้อเรียกร้องจากกลุ่มประโยชน์บุคคลต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมตลอดเวลาหรือองค์กรต้องเผชิญกับความต้องการของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันตลอดเวลา แนวทางนี้ตระหนักถึงความสำคัญของการพึ่งพาอาศัยคล้ายกับการวัดจากระบบ แต่แนวทางนี้จะพิจารณาจากสภาพแวดล้อมเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการอยู่รอดขององค์กร ผู้บริหารองค์กรจะไม่สามารถละเลยกลุ่มอำนาจที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร

2.1.2.4 วัดจากคุณค่าขององค์กร (The competing-values approach) กล่าวถึงเป้าหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละองค์กรมาจากบุคคลที่กำหนดเป้าหมายที่มีค่านิยมต่างกัน ดังนั้นการวัดประสิทธิผลขององค์กรจึงขึ้นกับค่านิยม (Values) ความพึงพอใจ (Preferences) และความสนใจ (Interests) ของผู้ประเมินหรือวัดประสิทธิผลขององค์กร ซึ่งการเห็นคุณค่าและความสำคัญของสิ่งใดขึ้นอยู่กับความต้องการของคนแต่ละคนหรือผลประโยชน์ของกลุ่ม โดยมีวิธีการในการวัดประสิทธิผลองค์กรแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยมของสมาชิกในองค์กรว่ามีค่านิยมแบบใด มี 4 วิธีการได้แก่

1) การวัดประสิทธิผลตามรูปแบบเปิด เป็นการวัดประสิทธิผลขององค์การที่เน้นความยืดหยุ่นและสภาพภายนอกองค์การ ให้ความสำคัญกับกับเป้าหมายขององค์การ การหาทรัพยากร การปรับตัวขององค์การ และการเจรจาต่อรองขององค์การกับผู้ที่เกี่ยวข้อง

2) การวัดประสิทธิผลตามรูปแบบมนุษยสัมพันธ์ เป็นการให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์การ ความพอใจของผู้ปฏิบัติงาน ความยืดหยุ่นของโครงสร้างและสภาพภายในองค์การ มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาขวัญกำลังใจของพนักงานให้มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน

3) การวัดประสิทธิผลตามรูปแบบกระบวนการภายในองค์การ รูปแบบนี้ให้ความสำคัญกับสภาพภายในองค์การและการควบคุม โดยเฉพาะในการปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ การดำเนินงานในองค์การ การกระจายข้อมูลข่าวสาร องค์การลักษณะนี้จะเน้นการรักษาสภาพเดิมขององค์การไว้ ไม่มีความขัดแย้งต่าง ๆ เกิดขึ้น

4) การวัดประสิทธิผลองค์การตามรูปแบบเหตุผล รูปแบบนี้ให้ความสำคัญกับสภาพภายนอกองค์การและการควบคุม มุ่งที่การบรรลุเป้าหมายขององค์การ ผลผลิตและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

### 2.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์การ

Steer (1980) เสนอแบบจำลองกระบวนการเพื่อประเมินความมีประสิทธิภาพขององค์การ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์องค์การได้หลายประเภท โดยเน้นกระบวนการสำคัญที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลขององค์การ และได้เสนอตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่

1. ลักษณะขององค์การ (organization characteristics) ซึ่งมีตัวบ่งชี้ 2 ประการ คือ โครงสร้าง (structure) และเทคโนโลยี (technology) โดยโครงสร้าง หมายถึง ความสัมพันธ์ของทรัพยากรด้านมนุษย์ที่กำหนดไว้ในองค์การ โดยมีสายงานการบังคับบัญชาตามบทบาทหน้าที่ไปจนถึงขนาดขององค์การ โครงสร้างองค์การจึงเป็นรูปแบบหรือแผนที่สร้างขึ้น เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ ในองค์การ เพื่อให้เกิดความชัดเจนแก่ผู้ปฏิบัติงานในองค์การให้สามารถดำเนินการไปสู่เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไปโครงสร้างองค์การจะกำหนดถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ (1) แบบแผนที่เป็นทางการของความสัมพันธ์และหน้าที่ในลักษณะที่เป็นแผนภูมิ และรายละเอียดของงาน (2) การกำหนดเกี่ยวกับกิจกรรมหรือภารกิจที่หน่วยงานหรือบุคคลในหน่วยงานจะต้องกระทำ และ (3) กำหนดวิธีการประสานงานระหว่างกิจกรรมหรือภารกิจต่าง ๆ แสดงถึงอำนาจ สถานภาพ และความสัมพันธ์ตามลำดับชั้นขององค์การ (Kast & French, 1985) ส่วนเทคโนโลยีนั้นเป็นการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารให้ทันกับเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารงานให้มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น ตลอดจนการ

พัฒนาทางเทคโนโลยีและความก้าวหน้าทางศาสตร์ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงในอุปกรณ์ใหม่ ๆ ขั้นตอนการผลิตและการบริหารใหม่ ๆ โดยเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ต้องการนำมาใช้ให้เกิดงานขึ้น ซึ่งไม่เพียงแต่จะเป็นเครื่องมือเท่านั้นแต่ยังรวมถึงทักษะและความรู้ของพนักงาน และคุณลักษณะของวัสดุของงานที่ถูกสร้างขึ้น (Robbins, 1990)

2. ลักษณะของสภาพแวดล้อม (environmental characteristics) โดยสภาพแวดล้อมหมายถึงทุกสิ่งที่อยู่ภายนอกอาณาเขตความสัมพันธ์ แต่เนื่องจากในแต่ละระบบจะประกอบด้วยระบบย่อยลงไปอีก (Smith, 1982) ซึ่งสภาพแวดล้อมนั้นแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ สภาพแวดล้อมทั่วไประดับสังคมและสภาพแวดล้อมระดับภารกิจ ซึ่งสภาพแวดล้อมทั้งสองลักษณะมีผลกระทบต่อระบบภายในองค์กร (Kast & Rosenzweig, 1985) ทั้งนี้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ จะส่งผลต่อการกำหนดเป้าหมายและระบบต่าง ๆ องค์กรอื่นจะส่งผลไปสู่ประสิทธิผลขององค์กร

3. ลักษณะของบุคลากร (employee characteristics) พิจารณาจากความผูกพันต่อองค์กรและการปฏิบัติงาน โดยความผูกพันต่อองค์กรเป็นความสามารถในการดึงดูดคนใหม่เข้ามา สามารถรักษาคนไว้ และการทำให้เกิดความผูกพัน ส่วนผลการปฏิบัติงานเป็นแรงจูงใจ เป้าหมายและความต้องการ ความสามารถต่าง ๆ และบทบาทที่ชัดเจน จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรมีผลกระทบต่อหรือมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานอันจะนำไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลที่เข้ามาร่วมปฏิบัติงานในองค์กรแต่ละคนต่างก็มีความคาดหวังต่อการที่จะได้รับการตอบสนองในการทำงานเพื่อองค์กรนั้น ๆ และบุคคลเองก็มีความสามารถที่จะให้องค์กรอยู่รอดเจริญเติบโต เพื่อการได้มีงานทำ ขณะที่องค์กรเองก็คาดหวังผลงานจากตัวบุคคล จึงก่อให้เกิดความผูกพันขึ้น โดยการตระหนักและการยอมรับธรรมชาติของความแตกต่างระหว่างบุคคลในองค์กรก็เป็นสิ่งจำเป็นในการบริหารองค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีความสามารถในการเลือกใช้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการจัดกลุ่มคน และเลือกวิธีการนำคนเหล่านั้นปฏิบัติงานบูรณาการเป้าหมายส่วนบุคคลให้เข้ากับเป้าหมายขององค์กรโดยการทำให้บุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายของตนได้โดยการปฏิบัติงานที่มุ่งการบรรลุเป้าหมายขององค์กร และจะส่งผลให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในงาน และเกิดความผูกพันกับองค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีการจัดระบบรางวัลตอบแทนให้เหมาะสมกับงาน ตลอดจนการสร้างบรรยากาศในการทำงานเอื้ออำนวย

4. นโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน (managerial policies and practices) เป็นความสามารถในการจัดลำดับเหตุการณ์ต่าง ๆ ของการทำงาน ซึ่งจะทอนให้เห็นนโยบายทั้งหมดขององค์กร ตลอดจนความสามารถในการบริหารงานให้สอดคล้องกับนโยบายนั้น ซึ่งจากสภาพการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อการบริหารองค์กรเป็นอย่างมาก นโยบายการบริหารจะต้องเป็นการบริหารเชิงรุกที่เป็นลักษณะของการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ผู้บริหารต้องใช้กระบวนการตัดสินใจเพื่อการวางแผนพัฒนาองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิผล ซึ่งนโยบายการบริหารที่ดีจะก่อให้เกิดผลดีต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งนโยบายการบริหารนั้นประกอบด้วย 4 กระบวนการ คือ

การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม ซึ่งลักษณะของการบริหารจัดการที่ดีจะต้องมีการประสานงานในการทำงานทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์การ

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถ

ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง แพร่ขยายสู่วงกว้าง และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน ผู้บริหารพยายามหากลยุทธ์อันจะเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่จะสามารถนำพาองค์การให้สามารถดำรงอยู่ และผ่านพ้นสภาวะวิกฤติ ตลอดจนสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน การสร้างและการพัฒนาขีดความสามารถ เป็นกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการ และเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

### 2.2.1 ความหมายของขีดความสามารถ

วันทนา เนาวัฒน์และคณะ (2556) ได้กล่าวถึงขีดความสามารถคือ สิ่งที่บุคคลแสดงออกในการทำงาน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่งผลให้งานมีความโดดเด่น สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือมากกว่าวัตถุประสงค์ที่องค์กรหรือหน่วยงานได้กำหนดเอาไว้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) ขีดความสามารถหลัก (Core Competency) เป็นลักษณะของบุคคลที่แสดงออกถึงความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ที่จะส่งผลให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย

2) ขีดความสามารถในการบริหาร (Managerial Competency) ความสามารถในการจัดการตามบทบาทของบุคลากรทั้งในระดับพนักงานและผู้บริหาร ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

3) ขีดความสามารถระดับตำแหน่งงาน (Functional Competency) ความสามารถที่มีอยู่ในตัวของบุคคลซึ่งสอดคล้องกับตำแหน่งของงานหรือสาขาอาชีพ อาจเป็นความสามารถที่มีเฉพาะในตัวบุคคล

ขณะที่ ณรงค์วิทย์ แสนทอง (2560) ให้ความหมายของขีดความสามารถเอาไว้ว่า เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลที่สอดคล้องกับตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบ ทำให้การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงได้ตามเป้าหมาย โดยแบ่งขีดความสามารถออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ขีดความสามารถที่แสดงออกมาภายนอก ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม และขีดความสามารถที่อยู่ภายใน ได้แก่ ทัศนคติ อารมณ์ และแรงจูงใจ

ดังนั้นขีดความสามารถ หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานและแสดงออกในการทำงาน เช่น ความรู้ ทัศนคติ ทักษะ แต่ละบุคคลมีขีดความสามารถแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความรู้และการสั่งสมประสบการณ์ในการทำงานของบุคคลนั้น ๆ

### 2.2.2 องค์ประกอบของขีดความสามารถ

องค์ประกอบของขีดความสามารถสามารถจำแนกได้ตามลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

2.2.2.1 องค์ประกอบของแต่ละขีดความสามารถ เป็นการอธิบายถึง ทักษะความรู้และทัศนคติที่จำเป็น และต้องการสำหรับการทำงานที่มีประสิทธิภาพด้วย 6 องค์ประกอบสำคัญ คือ

1) บทบาทสำคัญ (Key Role) อธิบายกิจกรรมอย่างกว้างๆ ตามข้อผูกพันที่แต่ละบุคคลมีต่อองค์กรในระหว่างที่ทำงานอยู่ เช่น บทบาทการจัดการทรัพยากรมนุษย์

2) หน่วยของขีดความสามารถ (Unit of Competency) อธิบายถึงหน้าที่หลัก หรือกลุ่มทักษะของงานอย่างกว้าง ๆ

3) ส่วนประกอบของขีดความสามารถ (Element of Competency) อธิบายถึงรายละเอียดเพิ่มเติมมากขึ้น จากหน่วยงานย่อยนั้น ๆ โดยกล่าวถึงการกระทำที่เห็นได้ หรือวัดได้ อาจระบุออกมาในลักษณะของปัจจัยนำเข้า หรือผลลัพธ์ก็ได้

4) เกณฑ์การปฏิบัติงาน (Performance Criteria) เป็นมาตรฐานของผลการปฏิบัติงาน ในแต่ละส่วนประกอบของขีดความสามารถที่ต้องระบุให้เชื่อมโยงระหว่างขีดความสามารถและความชัดเจนของผลสำเร็จ

5) เงื่อนไข (Conditions) เป็นความคาดหวังจากการปฏิบัติงาน

6) คำแนะนำ (Evidence Guide) อธิบายถึงเนื้อหา กลยุทธ์ของการประเมินปัญหาวิกฤติต่างๆ ของแต่ละหน่วยขีดความสามารถ และความสัมพันธ์ไปยังหน่วยอื่น ๆ ต้องให้ความชัดเจนเกี่ยวกับขีดความสามารถ ที่อาจทำเป็นคู่มือหรือเอกสารประกอบ

2.2.2.2 องค์ประกอบของระดับขีดความสามารถ เป็นการนำขีดความสามารถมา กำหนด เป็นระดับขีดความสามารถ เพื่อใช้วัดขีดความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคคลนั้น ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1) กลุ่มของขีดความสามารถ (Competency Cluster) เป็นกลุ่มขีดความสามารถ ที่จะจัดตามความต้องการ เพื่อวิเคราะห์จำแนกระดับพฤติกรรม ระหว่างผู้ที่เข้าทำงานอย่างลึกซึ้งกับผู้ที่เข้าทำงานเพียงผิวเผิน โดยกลุ่มหนึ่งจะประกอบด้วยหนึ่งขีดความสามารถหรือมากกว่าก็ได้

2) มิติของขีดความสามารถ (Competency Dimension) เป็นมิติของ ขีดความสามารถ โดยพิจารณาครอบคลุมถึง ความรู้สึกที่ต้องการอย่างแท้จริง และความสำเร็จที่ต้องการให้เกิดขึ้น ขนาดของผลกระทบต่อคนและโครงการ ความซับซ้อนของพฤติกรรมความพยายาม และความเป็นเอกลักษณ์ของงาน แล้วนำมากำหนดจำนวนมิติในแต่ละขีดความสามารถ ซึ่งส่วนมากขีดความสามารถหนึ่งจะประกอบด้วย 2-3 มิติ

3) ระดับของขีดความสามารถ (Numbering of the Competency Level) เป็นการอธิบายระดับพฤติกรรมของขีดความสามารถโดยทั่วไปมักจะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ พฤติกรรมทางบวก พฤติกรรมเป็นกลาง และพฤติกรรมทางลบ แต่ละพฤติกรรมจะอยู่ในทุกมิติ ซึ่งมิติของขีดความสามารถจะพิจารณา รวมถึง ความต้องการอย่างแท้จริง และความต้องการให้ความสำเร็จเกิดขึ้น

4) องค์ประกอบของแต่ละลำดับขั้นความสามารถ เป็นการอธิบาย ขีดความสามารถเป็นลำดับขั้นที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับแผนกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร

5) มุมมองระดับองค์กร (Organization Level) ได้แก่ ความสามารถหลักขององค์กร

### 2.2.3 การเสริมสร้างขีดความสามารถ

กัลยา ศรีธิ (2553) กล่าวว่า การเสริมสร้างขีดความสามารถนั้น สามารถเสริมสร้างขึ้นได้โดยผ่านการฝึกอบรม และการพัฒนา ได้ดังนี้

1) ความรู้ (Knowledge) คือ ความเข้าใจในบางเรื่อง หรือบางสิ่ง เช่น ความรู้ในเรื่องกฎหมาย ปกครอง และความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาด้านความรู้สามารถกระทำได้โดยผ่านกระบวนการถ่ายทอดความรู้ การทำความเข้าใจ และการจดจำ

2) ทักษะ (Skill) คือ ความเชี่ยวชาญ ชำนาญพิเศษในด้านต่าง ๆ เช่น ทักษะด้าน ICT ทักษะด้านเทคโนโลยีการบริหารสมัยใหม่ และทักษะด้านการใช้งานคอมพิวเตอร์ โดยการพัฒนาทักษะเป็นสิ่งที่ต้องกระทำผ่านการเรียนรู้ และฝึกฝนเป็นประจำจนเกิดเป็นความชำนาญในการทำงาน

3) ทักษะคติ (Attitudes) คือ ความรู้สึก และ ความคิดเห็น ที่บุคคล มีต่อสิ่งของบุคคลสถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกัน เช่น ความใฝ่รู้ ความซื่อสัตย์ ความรักในองค์กร และความมุ่งมั่นให้เกิดความสำเร็จ สิ่งเหล่านี้จะอยู่ลึกลงไปในชีวิตใจ ต้องปลูกฝังสร้างยากกว่าความรู้และทักษะ แต่หากมีอยู่แล้วจะเป็นพลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรมที่องค์กรต้องการ

ในขณะที่ McClelland (1993) ได้กล่าวไว้ว่า ขีดความสามารถของบุคคลเป็นบุคลิกลักษณะที่เป็นพื้นฐานของแต่ละบุคคลซึ่งมีส่วนในการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานที่ดี หรือตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในงาน ขีดความสามารถประกอบด้วยแรงขับ (Motives) ลักษณะ (Traits) แนวคิดหรือความคิดของตนเอง (Self-Concepts) ทักษะคติ (Attitudes) หรือ คุณค่า (Values) ความรู้ในเนื้อหา (Content Knowledge) หรือ ความรู้ ความคิด (Cognitive) หรือทักษะเชิงพฤติกรรม (Behavioral Skills) ที่สามารถวัดได้หรือเชื่อถือได้ ซึ่งประกอบกันทำให้บุคคลแต่ละคนได้รับความสำเร็จในการทำงานแตกต่างกัน และใน McClelland (1997) ยังได้ให้ความหมายของขีดความสามารถไว้ตามลักษณะว่า ขีดความสามารถตามความรู้ ทักษะ และทักษะคติ (Competencies as Knowledge, Skills and Attitudes) คนที่ฉลาดรอบรู้จะมีการแสดงออกทางพฤติกรรม หรือวิธีการต่าง ๆ ที่จะบ่งบอกว่าคนผู้นั้นมีความสามารถในการปฏิบัติงานสูง โดยใช้ขีดความสามารถที่จะแสดงถึงความรู้ ทักษะ ทักษะคติ ที่จะทำให้เกิดสำเร็จ รวมถึงพฤติกรรมที่แสดงออก เช่น การกำหนดเป้าหมาย การหาหนทางที่จะแก้ไขปัญหาเพื่อให้ไปถึงเป้าหมาย และการใช้เป้าหมายเป็นตัวกำหนดความสำคัญในการทำงาน ซึ่งการเสริมสร้างขีดความสามารถนั้นสามารถพัฒนาได้ 9 วิธีดังนี้ (ปิยะชัย จันทรวงศ์ไพศาล, 2549 #83)

1) การเรียนรู้ในงาน / การสอนงาน (Coaching) หมายถึง การสอนงานให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานในหน่วยงาน มีความสามารถในการปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาขีดความสามารถให้เป็นไปตามมาตรฐานของงาน

2) การประชุมแก้ปัญหา (Meeting) หมายถึง การประชุมเฉพาะเรื่องและเฉพาะกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กลุ่มบุคคลดังกล่าวได้มีการพัฒนาและแสดงขีดความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหา พัฒนาเทคนิคการแก้ปัญหา ระบุความสามารถของแต่ละบุคคลพัฒนาการมีส่วนร่วม

3) การหมุนเวียนงาน (Job Rotation) หมายถึง การสับเปลี่ยนหมุนเวียนให้บุคลากรปฏิบัติงานที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลา เพื่อพัฒนาให้มีความรู้กว้างขวางในงานที่หลากหลาย

4) การมอบหมายโครงการพิเศษ (Project Assignment) หมายถึง การมอบหมายโครงการ / งานพิเศษให้บุคลากรเป้าหมาย ได้ปฏิบัติเพื่อให้บุคลากรได้พัฒนาความสามารถของตนเอง เพื่อพัฒนาขีดสมรรถนะทางเทคนิค พัฒนาความเชี่ยวชาญและความชำนาญ

5) การมอบหมายงานเป็นทีม (Team assignment) หมายถึง การมอบหมายงานให้กับกลุ่มบุคลากรไปปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อพัฒนาความสามารถที่จะนำและมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มพัฒนาทักษะการจัดการในเบื้องต้น

6) หลักสูตรการฝึกอบรมภายในองค์กร (In-house training) หมายถึง การจัดหลักสูตรฝึกอบรมให้กับบุคลากรในองค์กรโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญภายนอกมาเป็นวิทยากร หรืออาจจะมีการจัดบทเรียนออนไลน์เพื่อพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน

7) หลักสูตรการฝึกอบรมภายนอกองค์กร (External training) หมายถึง การส่งกลุ่มบุคลากรเป้าหมายไปอบรมภายนอกทั้งการอบรมระยะสั้น และระยะปานกลาง เพื่อพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน

8) การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-access) หมายถึง บุคลากรเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน เพิ่มศักยภาพให้กับตนเอง

9) การศึกษาแบบทางการ (Education) หมายถึง การสนับสนุนให้บุคลากรศึกษาต่อในระดับสูง เช่น การศึกษาในระดับปริญญาโท หรือปริญญาเอก เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการ

จะเห็นได้ว่าการเสริมสร้างขีดความสามารถนี้ขององค์ประกอบสำคัญในการเสริมสร้างก็คือการให้การศึกษาเพื่อพัฒนาโดยการให้ความรู้และปลูกฝังเจตคติที่ดี ซึ่งเน้นที่ตัวบุคคลเพื่อให้มีความรู้ความสามารถทางสติปัญญา มีคุณวุฒิทางการศึกษาที่สูงขึ้น มีทัศนคติในการดำรงชีวิตที่ดี เกิดความหลากหลายในสมรรถนะที่ค่อนข้างถาวรและเกิดผลในระยะยาว และการให้การฝึกฝนเพื่อพัฒนาโดยการฝึกอบรมให้มีทักษะและความสามารถในการนำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษามาใช้ในการดำรงชีวิตให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน



## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรและวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถแข่งขันได้ ซึ่งผู้ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับนั้นคือผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นกิจการขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งกระจายอยู่ทั่วไปทั้งในกรุงเทพมหานคร และส่วนภูมิภาค (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2564)

### 2.3.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา และจะต้องมีความอดทน มุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ของตนเองนั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์ (ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค, 2542) สอดคล้องกับ ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้จัดตั้งธุรกิจด้วยตนเอง สามารถรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจได้ทั้งหมด แสวงหาโอกาสทางธุรกิจและส่งมอบสินค้าหรือบริการไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไรกลับสู่ธุรกิจของตน นอกจากนี้ อัจฉรา จันทร์ฉาย (2550) ยังได้กล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการในบริบทต่าง ๆ ดังนี้ ความหมายทางวิชาการผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการที่แต่ละบุคคลแสวงหาโอกาสโดยไม่คำนึงถึงทรัพยากรที่ตนควบคุมอยู่ ความหมายจากการร่วมลงทุน ผู้ประกอบการ หมายถึง ศิลปะแห่งการเปลี่ยนแนวคิดสู่ธุรกิจ ความหมายจากคำอธิบายของสิ่งที่ผู้ประกอบการทำ ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการรวบรวมทรัพยากรทั้งหมดที่จำเป็น ได้แก่ เงินคนรูปแบบธุรกิจกลยุทธ์เพื่อแปลงสิ่งประดิษฐ์หรือแนวคิดให้เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพนอกจากนี้ ผู้ประกอบการประกอบด้วย 2 ส่วนหลักคือ 1) ในการสร้างสรรค์และใช้แนวคิดใหม่ ๆ ด้วยโซลูชันที่สร้างสรรค์ 2) ส่วนผสมที่จำเป็น ได้แก่ ความเต็มใจที่จะยอมรับความเสี่ยง ความสามารถในการกำหนดทีมร่วมทุนที่มีประสิทธิภาพทักษะพื้นฐานในการสร้างแผนธุรกิจที่มั่นคง วิสัยทัศน์ในการรับรู้โอกาสกระบวนการพลวัตของวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลงและการสร้างซึ่งมีการใช้พลังงานและมีแรงบันดาลใจ

ดังนั้นผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้ที่ก่อตั้งองค์กรธุรกิจ เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสเพื่อนำเอาโอกาสนั้นมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและคอยระมัดระวังประคองให้ธุรกิจดำเนินไปภายใต้ความเสี่ยงทางธุรกิจและปัญหาต่างๆ เพื่อให้เกิดผลตอบแทนกำไรกับองค์กร

### 2.3.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นลักษณะส่วนบุคคลที่ นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ จะส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลนั้นเกิดความสำเร็จในการประกอบการ ประเมินได้จากคุณลักษณะต่าง ๆ โดย วันวิสาข์

โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ (2558) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ดังนี้

- 1) ความเป็นตัวของตัวเอง เป็นความรู้ ความสามารถที่ตนเองมีและสามารถนำตนเองไปปรับโอกาสในการทำงานด้วยตัวเอง โดยถือเป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง
- 2) ความมีนวัตกรรม เป็นคนที่มีการคิดค้น ในสิ่งต่าง ๆ และสิ่งแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา และมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ๆ ขึ้นมา เป็นการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ
- 3) ความกล้าเสี่ยง เป็นการแสดงในการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจ ให้อยู่รอดได้ในขณะที่อาจจะสำเร็จหรือล้มเหลวเท่า ๆ กัน ยอมรับความเสี่ยงได้ และหวังผลกำไรของการดำเนินงาน
- 4) ความกล้าที่จะการแข่งขัน เป็นการมุ่งมั่นในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความก้าวหน้า และมีการบริหารจัดการให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 5) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ เป็นลักษณะของการไม่ท้อแท้ในสิ่งที่ผ่านมาแล้ว สามารถนำข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นมาเป็นบทเรียนเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้ต่อไปได้
- 6) ความใส่ใจในความสำเร็จ เป็นการมุ่งมั่นเพื่อให้ประสบความสำเร็จ หรือระยะเวลาที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ เป็นการท้าทาย และมีสิ่งกระตุ้นในการทำงานนั้น ๆ ให้ได้ขึ้น และทำให้ประสบความสำเร็จ

### 2.3.3 กระบวนการเป็นผู้ประกอบการ

พิบูล ทีปะपाल และ ธนวัฒน์ ทีปะपाल (2552) กล่าวถึง กระบวนการไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่เป็นที่ยอมรับทั่วไป ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้ 1) การรับรู้โอกาส (Recognition of an Opportunity) กระบวนการเป็นผู้ประกอบการโดยทั่วไปแล้วมักจะเริ่มต้นเมื่อบุคคลคนหนึ่ง หรือ หลายคน มองเห็นโอกาสที่เกิดขึ้น และเห็นว่าโอกาสที่เกิดขึ้นนี้มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถสร้างสรรค์ปรับเปลี่ยนให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้น นั่นคือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ตลาดใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ แนวทางการจัดการเทคโนโลยี เป็นต้น การเกิดโอกาสดังกล่าวข้างต้นนี้ อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และสภาวะด้านประชากรศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งโอกาสเหล่านี้สามารถนำมาเปลี่ยนแปลงให้กลายเป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจ นั่นคือ กำไร และทั้งยังเป็นที่ต้องการในสังคมอีกด้วย ดังนั้น การพัฒนาโอกาสใหม่ที่เกิดขึ้นนั้น จะต้องสอดคล้องกับบรรทัดฐานทางด้านกฎหมายและศีลธรรมที่มีอยู่เดิม ทั้งนี้เพื่อมิให้เป็นอุปสรรคขัดขวางในการประกอบการ

2) การตัดสินใจเพื่อลงมือดำเนินการและรวบรวมทรัพยากรที่จำเป็น (Deciding to Proceed and Assembling the Essential Resources) ภายหลังจากมีแนวความคิดใหม่ เพื่อนำมาผลิตเป็น

ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ อันเกิดจากการรับรู้โอกาสที่เกิดขึ้นในขั้นที่ 1 แล้ว ในขั้นนี้จะเป็นการตัดสินใจลงมือดำเนินการ โดยเริ่มจากการรวบรวมทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นมากมายหลายอย่างซึ่งประกอบด้วยข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาด คู่แข่งขัน และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและกฎหมาย ทรัพยากรด้านบุคคล เช่น ผู้ร่วมงาน และลูกจ้างเริ่มต้น รวมทั้งทรัพยากรด้านการเงิน การรวบรวมทรัพยากรเหล่านี้ นับเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากของกระบวนการเป็นผู้ประกอบการ เพราะหากการรวบรวมทรัพยากรดังกล่าว ไม่ประสบผลสำเร็จ ไม่ว่า โอกาสที่เกิดขึ้นเพื่อการผลิตสินค้าและบริการใหม่ จะดีเพียงใดก็ตาม ก็จะไม่ประสบผลสำเร็จเป็นความจริง ดังนั้นในขั้นนี้จะเกี่ยวข้องกับการจัดหาเงินมาเพื่อดำเนินงาน ผู้ประกอบการปกติจะจัดทำเป็นแผนธุรกิจนำเสนออย่างเป็นทางการ เพื่อแสดงรายละเอียดว่าจะวางแผนพัฒนาจัดตั้งธุรกิจใหม่อย่างไร เพื่อนำเสนอกับแหล่งเงินทุนหรือนายทุน

3) การเริ่มธุรกิจใหม่ (Launching a New Venture) เมื่อสามารถรวบรวมทรัพยากรที่ต้องการได้ทั้งหมดแล้ว ผู้ประกอบการก็ต้องลงมือเริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้ทันที แต่อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนการปฏิบัติงานจริงนั้น ผู้ประกอบการยังจำเป็นต้องดำเนินงานและตัดสินใจหลายอย่างเช่นการเลือกรูปแบบการประกอบธุรกิจใหม่อย่างถูกต้องตามกฎหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การกำหนดบทบาทของทีมงานผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น

4) การสร้างความสำเร็จและการจัดการเพื่อการเติบโต (Building Success and Managing Growth) ในการดำเนินงานธุรกิจใหม่เพื่อการเจริญเติบโต เป็นธุรกิจที่ทำกำไรดีผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้เงินเพิ่มเติมอีกเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งจะต้องใช้เงินเพื่อส่งเสริมสนับสนุนทางการจัดการโดยเฉพาะด้านบุคลากร

5) การเก็บเกี่ยวผลตอบแทนจากการลงทุน (Harvesting the Rewards) ในขั้นสุดท้ายนี้ ผู้ก่อตั้งกิจการจะเลือกใช้กลยุทธ์เพื่อเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการดำเนินงานหรือผลกำไร เป็นการตอบแทนจากการที่ได้ลงทุนลงแรง ทั้งด้านเวลา การใช้ความพยายามและสติปัญญา ผู้ประกอบการจะต้องเลือกแนวทางเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากแนวทางให้เลือกหลายแนวทางอย่างรอบคอบ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จมากที่สุดจากการประกอบการ

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นกระบวนการที่เริ่มจากการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ การตัดสินใจวางแผนและนำไปสู่การปฏิบัติด้วยการรวบรวมทรัพยากรและสร้างธุรกิจขึ้นมา โดยก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการเป็นผู้ประกอบการจะเริ่มต้นจากการมีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับอิทธิพลจากคุณลักษณะและกระบวนการเรียนรู้

## 2.4 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรหนึ่งในส่วนของภาครัฐที่มีหน้าที่ช่วยเหลือผู้ประกอบการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในด้านการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม รวมทั้งการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ทำให้อุตสาหกรรมขององค์กรได้ขับเคลื่อนจนประสบความสำเร็จได้

### 2.4.1 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

1) หน้าที่ในการจัดสรรการใช้ทรัพยากรของสังคม (allocation function) เนื่องจากทรัพยากรของสังคม (เช่น ที่ดิน, แรงงาน, ทุน, เทคนิค และวิทยาการต่าง ๆ) มีอยู่อย่างจำกัดการใช้ทรัพยากรจะต้องประหยัด เกิดประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลเมื่อดำเนินการผลิตสินค้าและบริการสาธารณะ แต่ทว่าความต้องการในการบริโภคสินค้าและบริการของคนในสังคมมีไม่จำกัด ดังนั้นเพื่อจัดทำ/จัดหา สินค้า และบริการที่ตอบสนองความต้องการ รวมทั้งการแก้ไขปัญหาของประชาชน เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม ในการนี้รัฐบาลจึงต้องเข้ามาจัดสรร วางระบบ และกำหนดวิธีการใช้ทรัพยากรของสังคมให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่าย และต้องตอบสนองความต้องการของประชาชน/สมาชิกในสังคมให้ได้มากที่สุด และต้องมีความยุติธรรมและเท่าเทียมกัน

2) หน้าที่ในการกระจายรายได้และความมั่งคั่งทางสังคม (distribution function) เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวกับการพิจารณาและตัดสินใจว่าสินค้าและบริการที่สังคมผลิตขึ้นมานั้น ควรจะจ่ายแจกอย่างไร ควรกระจายให้แก่คนกลุ่มใด จำนวนเท่าใด ในช่วงเวลาไหนจึงจะทำให้ประชาชนจะได้รับประโยชน์สูงสุด ดังจะเห็นได้จากนโยบายการจัดหารายได้และการใช้จ่ายของรัฐบาล

3) หน้าที่ในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ นอกจากการให้บริการสาธารณะแล้ว รัฐบาลยังมีหน้าที่แก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคม การแก้ไขปัญหาดังกล่าวนี้เป็นเรื่องที่รัฐบาลต้องใช้เวลาและสิ้นเปลืองทรัพยากรมาก รัฐบาลจึงเห็นว่าควรจะต้องมีมาตรการในการป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคม มาตรการหนึ่งในการป้องกันปัญหาเศรษฐกิจและสังคมได้ดีก็คือการใช้มาตรการเชิงรุกโดยการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นภายในประเทศ การที่เศรษฐกิจของประเทศจะเกิดเสถียรภาพขึ้นได้นั้น จะเกิดจากปัจจัยหลัก 2 ประการคือ (1) ระดับการมีงานทำอยู่ในอัตราสูง (full employment) และ (2) ระดับราคาสินค้า / ค่าของเงินตรามีเสถียรภาพปราศจากการผันผวน

4) หน้าที่ในการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รัฐบาลมีหน้าที่ที่จะต้องจูงใจให้ประชาชนมีความต้องการในการออม (saving) โดยรัฐบาลอาจใช้มาตรการทางด้านการเงินโดยการ

เพิ่มอัตราดอกเบี้ยในตลาดการเงิน ทั้งนี้ การออมจะทำให้ระบบเศรษฐกิจมีทรัพยากรในการผลิตเพิ่มมากขึ้น และมีการลงทุนในระดับที่เหมาะสม (จะทำให้รายได้ของประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้น) ซึ่งทั้งการออมและการลงทุนจะก่อให้เกิดรายได้เพิ่มและเกิดการจ้างงานใหม่ ๆ ประชาชนมีงานทำและมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น ผลจากการที่รัฐดำเนินการดังกล่าวทำให้ช่องว่างระหว่างรายได้ของกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคมลดลง ส่งผลให้ความเหลื่อมล้ำทางสังคมลดลงตามไปด้วย ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะมีผลทำให้ปัญหาสังคมบรรเทาเบาบางลงไปด้วย การจะทำหน้าที่ในการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้ครบถ้วนสมบูรณ์นั้น รัฐบาลอาจเลือกใช้นโยบายทางด้านคลังอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างประกอบกันก็ได้ เช่น การใช้มาตรการทางด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) หรือภาษีอื่น ๆ โดยการบังคับเก็บจากประชาชนแล้วนำมาลงทุน (ยกเว้นภาษีเพื่อส่งเสริมการออม การลงทุน และการส่งออก) อย่างไรก็ตามการใช้มาตรการทางด้านกำแพงภาษีเพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศดังเช่นที่เคยปฏิบัติมาในอดีตนั้นอาจมีข้อจำกัดหลาย ๆ ประการและยากในทางปฏิบัติ การส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในทางปฏิบัติที่รัฐบาลอาจเร่งสร้างโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง การสื่อสาร การชลประทาน การโทรคมนาคม และการคมนาคม เป็นต้น การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานนี้จะส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น และเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโต

5) หน้าที่อื่นทางเศรษฐกิจ การทำหน้าที่ทางด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลนั้น นักเศรษฐศาสตร์แต่ละสำนักมักจะมีมุมมองที่ต่างกัน หากเป็นนักเศรษฐศาสตร์สำนักทุนนิยม จะเน้นให้รัฐบาลมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจแบบประนีประนอมภายในกรอบของทุนนิยม (capitalism) อันเป็นระบบเศรษฐกิจซึ่งเจ้าของเอกชนเป็นผู้ควบคุมการค้า อุตสาหกรรม และวิธีการผลิต โดยมีเป้าหมายเพื่อทำกำไรในเศรษฐกิจแบบตลาด คุณลักษณะสำคัญของทุนนิยม ได้แก่ การสะสมทุน ตลาดแข่งขัน และค่าจ้างแรงงาน ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม โดยทั่วไปภาคีในปฏิสัมพันธ์กำหนดราคาที่มีการแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ สินค้าและบริการ ตรงกันข้ามหากเป็นนักเศรษฐศาสตร์สำนักมาร์กซิสต์จะให้ความสำคัญกับการวิพากษ์วิจารณ์บทบาทของรัฐบาลที่ไปประนีประนอมกับเอกชน เพราะรัฐมักจะเข้าข้างฝ่ายนายทุนตลอดเวลา จึงเสนอให้มีการโค่นล้มระบบนายทุน และปฏิวัติชนชั้นไปสู่สังคมใหม่ ซึ่งในโลกของความเป็นจริงนั้นท้ายที่สุดแล้วเศรษฐศาสตร์กระแสหลักอย่างเศรษฐศาสตร์สำนักทุนนิยมจะช่วยให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมที่ดีกว่า ประชาชนมีมาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าและได้รับการยอมรับมากกว่า

เศรษฐกิจศาสตร์สำนักมาร์กซิสต์ ดังจะเห็นได้จากการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

#### 2.4.2 ตัวอย่างการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้จัดทำแผนในการสร้างความพร้อมให้ SME ในการเข้าสู่การแข่งขันในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ SME สามารถปรับตัว พร้อมเข้าสู่การแข่งขันในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคาดว่าผลผลิตภาพแรงงาน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการส่งออก จะเพิ่มขึ้นจนอยู่ในระดับเดียวกับปี 2562 โดยมีแผนงานดังนี้

1) ส่งเสริม SME ให้เข้าถึงข้อมูลด้านเทคโนโลยีและดิจิทัลเพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ ด้วยการจัดทำข้อมูลด้านเทคโนโลยีและดิจิทัลที่เหมาะสมกับ SME แต่ละสาขาธุรกิจหรือแต่ละระดับการเติบโต รวมทั้งเผยแพร่ตัวอย่างความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีและดิจิทัลของ SME เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับ SME ในวงกว้าง

2) สนับสนุนการนำเทคโนโลยีและดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรและกระบวนการผลิต ด้วยการให้ความรู้แก่ SME ถึงประโยชน์และการนำเทคโนโลยีและดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น 5G IoT ระบบคลาวด์ในการจัดเก็บข้อมูล รวมถึงความปลอดภัยด้านไซเบอร์ (cyber security) รวมถึงการให้คำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้การนำเทคโนโลยีและดิจิทัลมาใช้เหมาะสมกับธุรกิจ

3) ส่งเสริม SME ให้เข้าถึงบริการในการพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ไปตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยให้คำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้พัฒนาสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม

4) ส่งเสริม SME ให้สามารถนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างมูลค่าแก่สินค้าและบริการ ด้วยการพัฒนาองค์ความรู้หรือทักษะแก่ผู้ประกอบการ รวมถึงพนักงานหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ในการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ท้องถิ่น ในการออกแบบและการผลิตสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ รวมทั้งความแตกต่างอย่างเหมาะสมตามความต้องการของตลาด

5) เสริมสร้างความรู้และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ SME ในรูปแบบที่เน้นการปฏิบัติจริง หรือการได้รับคำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์หรือนักธุรกิจรายอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ รวมทั้ง สนับสนุนเครือข่าย รวมไปถึงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ในระดับพื้นที่

6) ปลุกฝังแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการให้กับเยาวชน คนรุ่นใหม่ ด้วยการเสริมหลักสูตรการเรียนการสอนให้สามารถสร้างมุมมองด้านการประกอบธุรกิจให้แก่แก่นักเรียนนักศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับต่าง ๆ การพัฒนาทักษะพื้นฐานที่จำเป็นและความถนัดที่แตกต่าง โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลและธุรกิจรูปแบบใหม่ในอนาคต รวมทั้งการมีกิจกรรมที่เป็นการเปิดโอกาสในการทดลองสร้างและพัฒนาธุรกิจ

เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์จริงให้กับนักเรียนนักศึกษา และการเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาจบใหม่ในการเริ่มธุรกิจใหม่

ทั้งนี้จากการดำเนินงานตามแผนงานดังกล่าวพบว่า ในปีพ.ศ. 2563 มีผลการดำเนินงานดังนี้

1) การพัฒนาตลาดกลางเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่ SME ด้วยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า รวมทั้งสร้างกลไกในการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านการตลาด โดยมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น 3 ช่องทางคือ

(1) Platform Star Market ผ่านเว็บไซต์ [www.starmarket.in.th](http://www.starmarket.in.th) สำหรับเป็น ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการ SME ทั่วประเทศ ภายใต้สโลแกน “ของดีทั่วไทย ถูกใจคนไกลบ้าน” โดยมีการนำสินค้าขึ้นขาย จำนวน 1,050 รายการ จากผู้ประกอบการ 280 ราย

(2) ช่องทางการตลาดออฟไลน์โดยการนำสินค้าของผู้ประกอบการไปจำหน่ายสินค้าในงานจัดงานแสดงสินค้าทั่วประเทศ SME FEST ณ จังหวัดขอนแก่น อุตรธานี และอุบลราชธานี โดยมีผู้แทนจำหน่าย (Trader) จังหวัดละ 5 ราย และ

(3) ช่องทางการตลาดออนไลน์ผ่านการขายสินค้าของผู้ประกอบการบน Platform Shopee โดยการใช้ Account ของ Starmarket จากผู้ประกอบการจำนวน 140 ราย ซึ่งจากการดำเนินโครงการส่งผลให้ผู้ประกอบการมียอดขายรวม 1,307,667 บาท (ออนไลน์ 1,019,867บาท และออฟไลน์ 287,800 บาท)

2) พัฒนาระบบการให้ความรู้ในการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร (SME Academy 365) จัดทำหลักสูตร/เนื้อหาบนระบบ SME Academy 356 ในรูปแบบ E-Learning Platform Online ภายใต้ชื่อ [www.smeacademy365.com](http://www.smeacademy365.com) มี SME เข้ารับการบริการพัฒนาผ่านระบบ SME Academy 365 จำนวน 10,148 ราย เข้าอบรมออนไลน์ 7,651 ราย โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการ SME เข้ามาใช้งานระบบฯ อย่างต่อเนื่อง รวม 177,055 ครั้ง

3) การสนับสนุน Voucher เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจรายย่อย/วิสาหกิจชุมชน ด้านการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ ได้แก่ (1) แพ็คเกจการพัฒนาสินค้าสมุนไพร/เครื่องสำอาง (2) แพ็คเกจพัฒนาสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม เกษตรแปรรูป (3) แพ็คเกจการออกแบบผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/สร้างแบรนด์ และ (4) แพ็คเกจพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง (High Value Creation) โดยผู้ประกอบการได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าสูง เพื่อให้ได้มาตรฐานหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง มีอายุการเก็บรักษายาวนานขึ้น เพิ่มโอกาสทางการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในยุค New Normal การระบุดุลากบนบรรจุภัณฑ์ที่

เป็นไปตามข้อกำหนด และบรรจุกฎหมายง่ายต่อการขนส่ง ได้รับการตรวจวิเคราะห์ ความปลอดภัย อาหาร (Food Safety) ที่สอดคล้องกับข้อกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีการตรวจวิเคราะห์ด้านฉลาก โภชนาการ หรือการตรวจวิเคราะห์ความปลอดภัย เพื่อเตรียมยื่นขอขึ้นทะเบียน ออย. หรืออื่นๆ ผู้ประกอบการได้รับ Voucher รวม 435 ราย สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นรวม 814.79 ล้านบาท

1) การพัฒนาระบบการประเมินศักยภาพ MSME (SME Scoring/Big DATA) สสว. ร่วมกับ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ดำเนินการจัดเก็บ ข้อมูลของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะข้อมูลทางเลือก (Alternative Data) เช่น ยอดขาย การทำบัญชี การยื่นชำระภาษี พฤติกรรมทางธุรกิจ เป็นต้น เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับการประเมินระดับศักยภาพของ MSME เป้าหมาย 200 ราย ในมิติการพัฒนาด้านต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง ซึ่งจะช่วยให้ MSME สามารถพัฒนาตนเองได้ และสามารถใช้ระบบดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการคัดเลือกผู้ประกอบการเพื่อเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ หรือเป็นเครื่องมือช่วยสถาบันการเงิน พิจารณาสินเชื่อได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันได้พัฒนา 2 ระบบ ได้แก่ ระบบการประเมินศักยภาพ (SME Scoring) และระบบจัดการสิทธิประโยชน์ (Reward System) โดยมีภารกิจหลักในการดำเนินงานที่สำคัญ 3 ส่วน คือ 1) การวิจัยและพัฒนาเพื่อศึกษาหาปัจจัยหลัก ปัจจัยย่อย กำหนดค่าน้ำหนักของแต่ละปัจจัยและเงื่อนไขหลักเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับประเมินศักยภาพ SME และการออกแบบเงื่อนไขหลักเกณฑ์สำหรับการบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ในระบบ Reward System 2) การออกแบบและพัฒนาโปรแกรมการใช้เงินทั้งสองระบบในรูปแบบ Web-based Application 3) การสร้างแรงจูงใจและการรวบรวมผู้ประกอบการเข้ารับการประเมินความน่าเชื่อถือ

2) การสนับสนุนด้านการเงินผ่านโครงการส่งเสริมความรู้ด้านบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนและสนับสนุน SME ที่ทำการค้าระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการที่ทำการค้าระหว่างประเทศลงทะเบียนเข้าอบรมรูปแบบ E-learning จำนวน 1,286 ราย ได้รับวงเงินค่าธรรมเนียม FX Options รวมถึงได้รับการสนับสนุนค่าธรรมเนียมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 738 ราย มีการซื้อ Options จำนวน 531 ราย จากจำนวนผู้ที่ได้รับวงเงินค่าธรรมเนียม FX Options รวม 2,768 สัญญา คิดเป็นมูลค่า 82.44 ล้านดอลลาร์และคิดเป็นค่า premium รวม 32.57 ล้านบาท และมีการใช้ค่าธรรมเนียมการค้าระหว่างประเทศ (Trade Related Fees) จำนวน 683 ราย จากจำนวนผู้ที่ได้รับสิทธิ คิดเป็นค่าธรรมเนียม Trade Related Fees รวม 10.33 ล้านบาท สามารถรักษามูลค่าการส่งออกและนำเข้าได้ 2,565.97 ล้านบาท



จากการดำเนินการดังกล่าวพบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบ และปัญหาหรืออุปสรรคต่อการดำเนินงาน ดังนี้

1) ด้านเศรษฐกิจ พบว่า ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนตัวลงต่อเนื่อง อีกทั้งสถานการณ์เติบโตทางเศรษฐกิจของไทยลดอันดับลงจากอันดับ 2 ไปอยู่ที่อันดับ 5 ของอาเซียนรวมถึงสถานการณ์และปัจจัยด้านลบทางเศรษฐกิจ การส่งออกและนำเข้าลดลง ผู้ประกอบการไทยได้รับผลกระทบค่อนข้างมากทำให้ผู้ส่งออกมียอดการส่งออกและนำเข้าลดลง

2) ด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ SME พบว่า SME ไม่ตระหนักถึงความสำคัญในการป้องกันความเสี่ยงฯ ไม่ซื้อ Options เนื่องจาก Options ไม่เหมาะกับธุรกิจอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนต่ำ SME บางส่วนรอ Rate ที่ยอมรับได้ก่อนเข้าทำธุรกิจ (Exchange Rate) และบางส่วนยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับบริการ Options

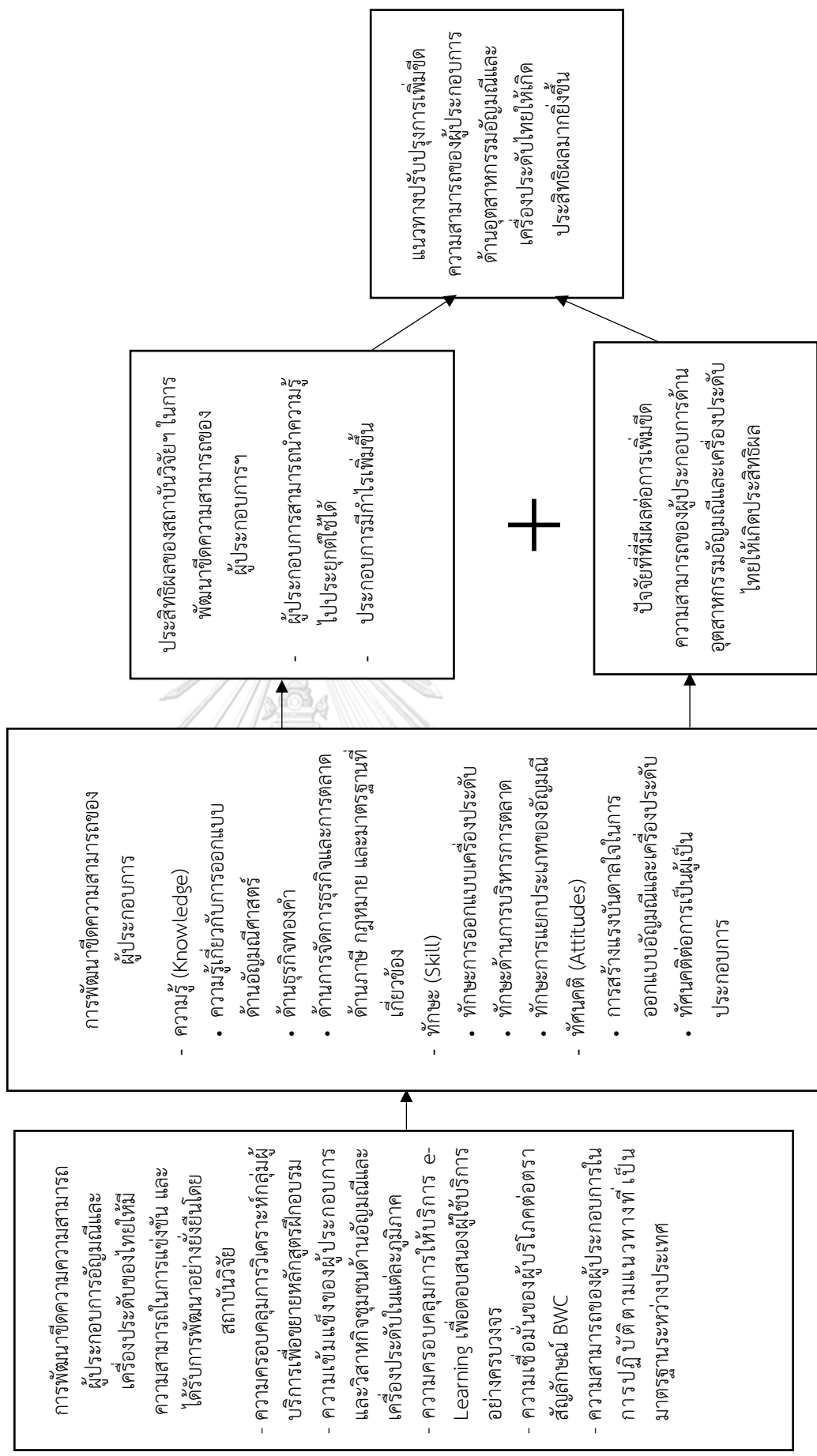
สำหรับปัจจัยที่นำมาสู่ความสำเร็จจากการดำเนินงานพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ มี ดังนี้

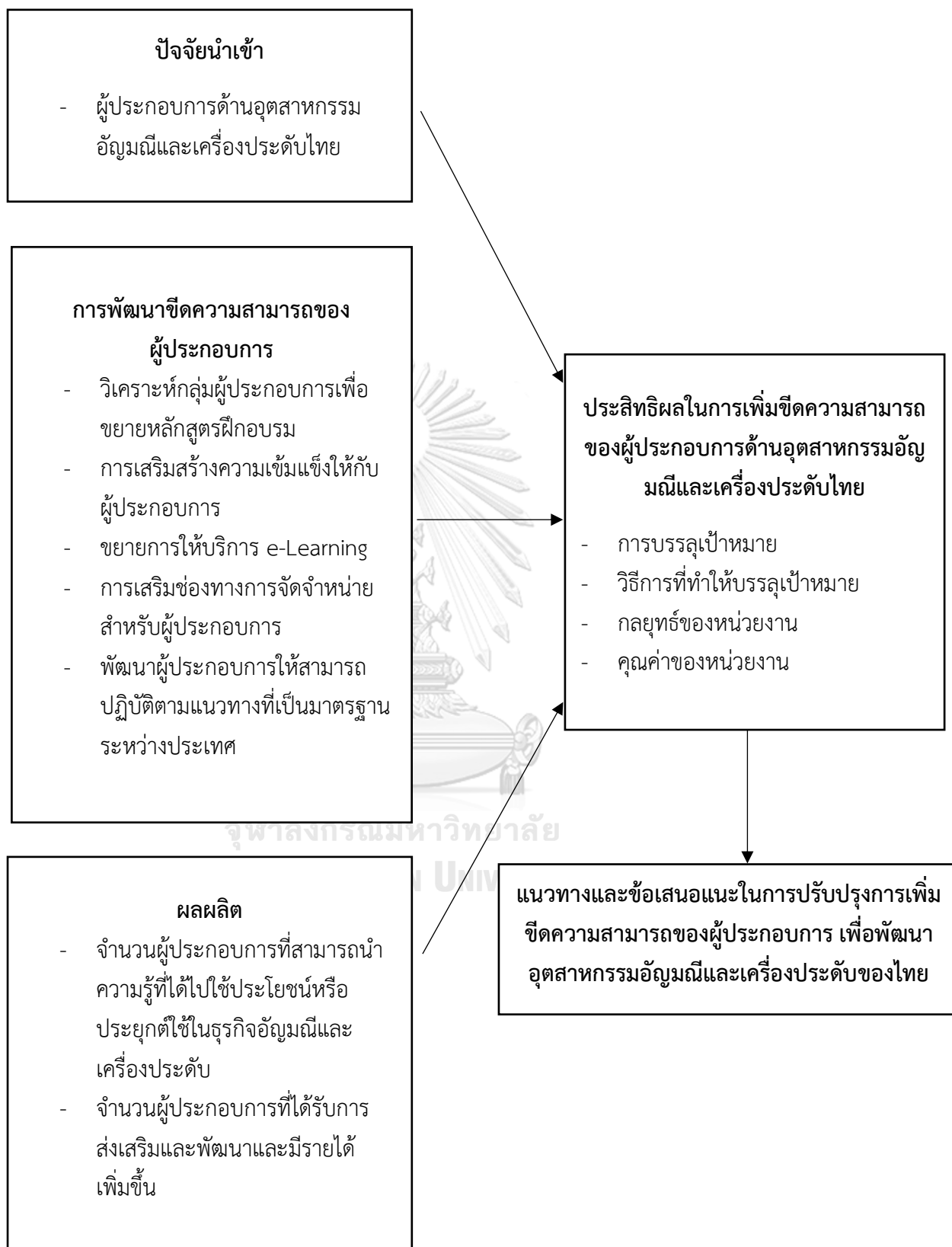
1) การจัดสรรงบประมาณ ส่วนใหญ่เน้นไปที่การพัฒนาผู้ประกอบการในการเสริมสร้างความรู้ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล การเสริมสร้างความรู้ด้านมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และการเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และรองลงมาได้แก่ การส่งเสริมกระบวนการผลิตและบริการ

2) กิจกรรมการพัฒนาและส่งเสริม ส่วนใหญ่เน้นการนำงานวิจัยมาใช้ประโยชน์วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มผลิตภาพ และมูลค่าเพิ่มและเน้นการผลิตที่เป็นมาตรฐานความปลอดภัยตามกฎหมาย สำหรับกิจกรรมการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์พบว่า ให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดเทคโนโลยีมากที่สุด

3) การส่งเสริมด้านการตลาดและการขยายการลงทุน มุ่งเน้นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม สื่อออนไลน์เพื่อขยายตลาด การใช้ E-commerce เป็นสำคัญสำหรับการพัฒนา Ecosystem ให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูลด้านธุรกิจและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ และการใช้ Big data ในการบริหารจัดการเพื่อการส่งเสริมผู้ประกอบการ

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย





### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) นี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยและเพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น การศึกษานี้เป็นการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการดำเนินการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูล ทั้งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดังนี้

3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ การได้มาซึ่งข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยจะดำเนินการโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นเอกสารเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) โดยเริ่มจากการศึกษา สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป้าหมายขององค์กร ไปจนถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ สำหรับข้อมูลปฐมภูมิจะดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย อันได้แก่ (1) ผู้บริหารสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จำนวน 3 คน และ (2) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 4 คน

### 3.2 เกณฑ์การเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มประชากรเป้าหมาย ดังที่ได้กล่าวไปในข้างต้น ผู้วิจัยได้ติดต่อและจัดทำหนังสือขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กล่าวคือพิจารณาเลือกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากความรู้ความเข้าใจ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย รวมถึงผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีรายละเอียดเกณฑ์การเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละบุคคล ดังนี้

- 1) ผู้บริหารสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ในฐานะผู้กำหนดเป้าหมาย วิธีการ ทัศนคติ และผู้นำแผนไปปฏิบัติ
- 2) ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับแผนการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### 3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

3.3.1 ศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) อาทิ สถานการณ์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปี 2565 – 2569 แผนการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

3.3.2 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยแบ่งออกเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้รับผิดชอบด้านการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการกล่าวคือ ผู้แทนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จำนวน 3 คน 2) กลุ่มผู้ประกอบการ คือ ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 4 คน

ในการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยจะใช้ชุดคำถามที่มีการกำหนดประเด็นและโครงสร้างหลักของคำถามไว้ก่อน กล่าวคือ ประเด็นและโครงสร้างคำถามที่อิงกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย อันได้แก่ การกำหนดเป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน ทัศนคติที่เหมาะสม การนำแผนการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการไปปฏิบัติ และการประเมินประสิทธิผลใน

การพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ตลอดจนแนวทางในการปรับปรุงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย แต่เมื่อดำเนินการสัมภาษณ์จริง ผู้วิจัยจะถามคำถามที่มีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน อันจะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความครอบคลุม ยืดหยุ่น รวมถึงเป็นข้อมูลเชิงลึกอย่างแท้จริงในแต่ละส่วน

### 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) พรรณนาบรรยายข้อมูลที่สรุปได้ในแต่ละส่วนคำถามจากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล และสรุปเชื่อมโยงกับการทบทวนวรรณกรรมโดยอิงกับกรอบแนวคิดในการวิจัย ตลอดจนคำนี้บริบทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบโจทย์หัวข้อการวิจัยถึงผลการศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย และแนวทางและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จำนวน 4 ท่าน และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 3 ท่าน โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) เกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์แยกเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ของเจ้าที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ดังนี้

#### 4.1 ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

##### 1. ความรู้ (knowledge)

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรของรัฐในรูปแบบองค์การมหาชน มีหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีความสามารถสูงในตลาดโลก เป็นสถาบันหลักของชาติในการวิจัย ตรวจสอบและรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับรวมทั้งโลหะมีค่า ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และเป็นศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถยืนหยัดและแข่งขันได้ทุกสถานการณ์ในตลาดโลก ทั้งนี้ก็เพื่อการขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้าสู่การเป็นองค์กรธุรกิจชั้นนำของไทย ได้มุ่งมั่นพัฒนาในทุก ๆ ด้านอย่างจริงจัง เพื่อก้าวสู่มาตรฐานชั้นเลิศในระดับสากล สถาบันพร้อม

ทำทุกวิถีทางเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ดีที่สุดให้กับคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ตลอดไป ดังผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

### 1.1 ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบ ด้านอัญมณีศาสตร์

การออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับเป็นการบริหารจัดการของผู้ประกอบการที่ต้องสรรหาแรงงานที่มีฝีมือมางาน เพื่อออกแบบและพัฒนางานอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ ในขณะที่เดียวกันเป็นเครื่องประดับที่มีการยอมรับและสนใจในขณะนั้นด้วย สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นตัวกลางที่คอยช่วยเหลือในการอบรมและช่วยพัฒนาฝีมือแรงงานให้เพิ่มขึ้น การบริหารงานของสถาบันฯ เป็นตัวช่วยให้การดำเนินกิจการของผู้ประกอบการไปในแนวทางเดียวกับแผนของประเทศอีกด้วย โดยได้สะท้อนออกมาจากการให้สัมภาษณ์ เช่น

“ในการออกแบบคนที่มีฝีมือการทำในปัจจุบันหายากมาก แคมช่องทางติดต่อการจำหน่ายสินค้ายิ่งยากไปใหญ่ ทำให้ผู้ประกอบการบางเจ้าบ่นมาก เนื่องจากการทำธุรกิจแบบนี้แล้ว หาแรงงานยาก การขายไม่ทันเจ้าอื่นอีก ไม่รู้กฎหมายต่าง ๆ ที่ต่างประเทศเปลี่ยนแปลง พอมารู้ก็ได้ลงมือทำไปแล้ว สินค้าก็เลยล้นเหลือ ขายออกยากอีก ในประเทศก็เลิกนิยม บางคนบ่นท้อมากตอนนี้ไม่ยากไปต่อแล้วก็มี สถาบันเราจึงต้องเร่งทุกทางในการช่วยเหลือเร่งด่วน ทั้งจัดอบรม ทั้งฝึกฝีมือด้านต่าง ๆ การตลาด พร้อมร่วมกับหน่วยงานอื่น เช่น กระทรวงพาณิชย์ ให้ทำหลักสูตร การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ขึ้นมา แล้วอบรมให้แรงงานและผู้ประกอบการแบบเร่งด่วนเลย”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ ท่านที่ 1)

“จะเห็นได้ว่าหน่วยงานของเรามีส่วนต้องเข้าไปช่วยเหลือ เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการทำงานของผู้ประกอบการที่เน้นการใช้แรงงานฝีมือจากแหล่งต่าง ๆ ตามภูมิภาค



เราจึงช่วยอบรม ต้องประสานงานจัดอบรมให้ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มองเห็น  
แนวทาง และวิธีการทำหรือออกแบบงานแนวใหม่ ๆ ให้มากขึ้น ทั้งปัจจุบันนี้  
ด้านเทคโนโลยี สื่อโซเชียล มีมากมาย จำเป็นต้องให้เค้าได้เข้าถึงกับเรื่องต่าง ๆ  
ทั้งการประชาสัมพันธ์การพูดคุยกับลูกค้า”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ ท่านที่ 3)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่า สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ  
แห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้มีการจัดอบรมการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย เพื่อ  
พัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ไทยเป็น Land of Gems & Jewelry ให้กับ  
ผู้ประกอบการถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป และควรมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรตาม  
ขอบเขตภารกิจที่กำหนดไว้ในกฎหมาย และทำการประชาสัมพันธ์หลักสูตรฝึกอบรมให้ตรง  
กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่เหมาะสม สร้างความร่วมมือด้านการฝึกอบรมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
เช่น สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ(องค์การมหาชน) เป็นต้น ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการมีความสนใจหลักสูตร  
อื่น ๆ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ก็สามารถ  
ประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องได้ เช่น หลักสูตรการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-  
Commerce) ของกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

## 1.2 ด้านการพัฒนาธุรกิจทองคำ

ทองคำจัดว่าเป็นสินค้าหลักในประเทศที่จะทำให้ผู้ประกอบการได้รับผลตอบแทนที่ดีที่สุด ทั้งมี  
การซื้อแบบสวมใส่ ของฝากหรือกระทั่งการลงทุน ทั้งในและต่างประเทศด้วย แต่ด้วยช่วงที่ผ่านมาการ  
ประกอบธุรกิจเริ่มชะลอตัวลงมา ทั้งการซื้อขายในประเทศและต่างประเทศ ทำให้สถาบันวิจัยและ  
พัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ต้องออกมาประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อ  
ช่วยเหลือผู้ประกอบการ ซึ่งจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร เช่น

“การทำธุรกิจด้านทองคำ ต้องบอกว่ามีมานานแล้ว และยังเป็นสิ่งที่ลูกค้ายังต้องการ  
และให้ผลตอบแทนที่ดีอยู่เสมอ แต่จะเห็นได้ว่าการออกแบบงานด้านทองคำมา แม้ว่าจะ

แบบใหม่ ๆ ก็ตาม จะยังทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลไม่ทั่วถึง ทำให้เกิดการตื่นตัวในการซื้อ  
ของน้อยลง แต่ถ้าจะซื้อส่วนใหญ่จะซื้อเพราะเก็บไว้แทนเงินสด หรือซื้อเป็นของขวัญ  
ของฝาก ซึ่งเค้าก็ไม่มาสนใจเลย รูปแบบต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไป ดูแค่ราคาไม่แพงมาก  
เพราะฉะนั้นเราต้องให้ผู้ประกอบการได้เข้าถึงลูกค้ามาก ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้มองเห็น  
หน้าตาของทองที่มีลาย และรูปแบบใหม่ ๆ อยู่เสมอ”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ ท่านที่ 1)

“ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับการค้าออนไลน์ให้มากขึ้น และ  
เพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า โดยการดึงสื่อโซเชียลที่เราเล่นอยู่ทุกวัน  
เป็นตัวนำเสนอบางงาน เช่น Facebook หรือทำเป็น Youtube ขึ้นมา เข้ากับสังคม  
ที่มีผู้คนมาก ๆ ทั้งไทยและต่างประเทศอย่าง Instagram Twitter และ Pinterest เพื่อ  
จะได้พูดคุยกับลูกค้าผ่านทางแพลตฟอร์มต่าง ๆ นี้ โดยตรง”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ ท่านที่ 2)

ทั้งนี้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ต้องหา  
กลยุทธ์ทุก ๆ ด้านเพื่อช่วยผู้ประกอบการทั้งประชาสัมพันธ์การบริหารจัดการแบบออนไลน์ เพื่อเข้าสู่ตลาด  
ภายนอกประเทศทำให้เกิดเป็นยุทธศาสตร์แผนการพัฒนาของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและ  
เครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ของปี 2565-2569 จากข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น

“เราต้องให้ผู้ประกอบการได้เข้าถึงลูกค้าได้มากๆ รวมทั้งการใช้โซเชียลนี้ ใน  
การหาข้อมูลของตลาด และแหล่งวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตสินค้า โดยเข้าสู่ในตลาด  
ของอเมริกา ตลาดยุโรป ในขณะเดียวกันต้องมองถึงความเป็นไปในปัจจุบัน

ที่ทั่วโลกเปลี่ยนแปลงไปที่ผู้ประกอบการต้องทำตามให้ได้ เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม การทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส เพื่อช่วยให้ทั้งการผลิตและการตลาดได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของลูกค้านในยุค Digital Disruption ทั้งเรายังได้มีการนำเสนอสินค้าผ่านสื่อโซเชียลได้อีกด้วย ทำรูปของสินค้าให้น่าสนใจ สวยงาม ทำให้คนอยากเข้ามาดูสินค้าในเพจ หรือเว็บไซต์ของเรา มีการไลฟ์สด การใส่ข้อมูลให้สวยงามเข้ากับชุด และเสื้อผ้า เพื่อนำเสนอสินค้าในแบบใหม่ ๆ ให้ตรงกับลูกค้า และมีการรับออเดอร์ล่วงหน้ากับลูกค้าผ่านทางเพจ หรือแพลตฟอร์มด้วย ทั้งยังทำการยิงโฆษณาเพิ่มเติมเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินพฤติกรรมของลูกค้า ประวัติก่อนและหลังการใช้บริการ ซึ่งถ้าได้ข้อมูลมาจะทำให้ผู้ประกอบการขายสินค้าที่ตรงใจลูกค้ามากขึ้น”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ ท่านที่ 3)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์พบว่า การดำเนินการให้ความรู้ด้านธุรกิจของค่านั้นแนวทางที่สำคัญเป็นคือการรับมือของผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับการค้าออนไลน์ให้มากขึ้น และเพิ่มช่องทางการค้าผ่าน Social Media ทุกช่องทาง ทั้ง Facebook Youtube Instagram Twitter และ Pinterest เพื่อสานสัมพันธ์และตอบโต้กับลูกค้าได้โดยตรง รวมทั้งต้องศึกษาความต้องการของตลาดและผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการ เช่น ตลาดสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป เป็นต้น ซึ่งต้องการสินค้าที่มีแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ผู้ผลิตเองต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ทำธุรกิจด้วยความโปร่งใส ซึ่งหากผู้ประกอบการปรับตัวได้ ก็จะทำให้สินค้าไทยนั้นยังคงเป็นที่ต้องการและส่งออกไปเพิ่มขึ้นทำให้ผู้ประกอบการค้าเพชรพลอยต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด เช่นเดียวกับมองหาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ เพื่อสนับสนุนทั้งด้านการผลิตและการตลาดให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคปัจจุบันในยุค Digital Disruption การนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ จุดขายคือต้องมีรูปสินค้า ที่สวยงามดึงดูด สะดุดตา มีการสาธิตการสวมใส่ว่าเครื่องประดับแบบไหนเหมาะกับเสื้อผ้าการแต่งตัวอย่างไร ทั้งนี้ อาจนำเสนอในรูปแบบวิดีโอ รีวิวสินค้า หรือเสียงตอบรับจากลูกค้าเก่า

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าใหม่ๆ อีกทั้งผู้ประกอบการยังใช้เครื่องมือการทำตลาดจาก Online Platform เช่น Google, Facebook เป็นต้น

### 1.3 ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด ด้านภาษี กฎหมาย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

การจัดการธุรกิจด้านการตลาดในปัจจุบันถือได้ว่าสำคัญมาก เพราะการตลาดในปัจจุบันได้ขึ้นมาอยู่บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ แทนการใช้การสื่อสารแบบเดิม ทำให้ผู้ประกอบการมีความสะดวก และรวดเร็วในการรับส่งข้อมูล ทางด้านภาษี กฎหมายที่รองรับ และมาตรฐานต่าง ๆ ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนตาม ตามการสัมภาษณ์ของผู้บริหารของสถาบันวิจัยฯ เช่น

“...ในยุคนี้การตลาดเราต้องเน้นทางการทำออนไลน์ให้มากขึ้น

เพราะทุกคนมีอุปกรณ์ที่เข้าถึงออนไลน์ได้แบบทันสมัยมาก ๆ แทบทุกคน ทั้งโทรศัพท์ ไอแพด คอมพิวเตอร์ ที่ทำให้การทำงานทุกอย่างง่าย และสะดวกสบายในการให้ข้อมูล และการสื่อสารกัน เพื่อลดต้นทุนการกระจายสินค้าและต้นทุนค่าขนส่ง”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ ท่านที่ 1)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

“ในสถาบันเราได้ดำเนินโครงการ BWC แต่ยังคงเกิดผลตอบรับออกมาค่อนข้างน้อย

ผู้ประกอบการยังไม่ได้ให้ความสนใจมากนัก เพราะผู้ประกอบการยังไม่เห็นความสำคัญ ทางสถาบันเราต้องทำการประชาสัมพันธ์ให้มาก ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เห็นความสำคัญมากขึ้น มั่นใจในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการ ในส่วนของการตลาดยังต้องมีการเปิดตลาดส่งออกใหม่ ที่เป็นทั้งตลาดออนไลน์ และออฟไลน์ ซึ่งทางสถาบันต้องเข้ามาช่วยหาประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่เริ่มมีกำลังซื้อ ประเด็นสำคัญอีกอย่าง คือ ทำอย่างไรให้ผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วไปรู้จัก

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ให้มากขึ้น โดยจุดแข็งของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นการให้บริการด้านการตรวจสอบคุณภาพของอัญมณีและเครื่องประดับ ผ่านห้องทดลองของภาครัฐเพียงแห่งเดียวจะอย่างไรให้คนรู้จักมากขึ้นเรื่อย ๆ”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ ท่านที่ 2)

“อย่างไรก็ตามสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ยังมีข้อจำกัดในส่วนของงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งแต่เดิมยังไม่ให้ความสำคัญเท่าไร ดังนั้นทางสถาบันจำเป็นต้องให้ผู้บริโภคเป็นผู้ที่ร้องขอ (Request) ร้านค้า ซึ่งถ้าร้านค้าโดนร้องขอแล้ว สามารถนำไปรับรอง (Certificate) ที่ได้จากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นการยืนยันได้ว่าสินค้าได้มาตรฐานจากองค์กร และจะทำให้ปัญหาต่าง ๆ ลดน้อยลง และเมื่อสถานการณ์ต่าง ๆ รอบด้าน ทำให้รัฐบาลมีมาตรการช่วยเหลือภาษีกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้การดำเนินกิจการมีเพื่อนหนักเบาบ้าง และก็มีหน่วยงานของรัฐหลาย ๆ หน่วยงานคอยสนับสนุน แต่ยังไม่ความต่อเนื่อง คือทำงานไม่การประสานงานกัน เพราะมีปัจจัยหลาย ๆ อย่างรวมทั้งยังเชื่อมโยงไปกับการเมืองในปัจจุบันด้วย”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ ท่านที่ 3)

จากการวิเคราะห์พบว่า การดำเนินโครงการ BWC ที่ผ่านมา เห็นว่ายังเกิด Impact ค่อนข้างน้อย ผู้ประกอบการยังไม่ได้ให้ความสนใจมากนัก ต้องมีการเปิดตลาดส่งออกใหม่โดยเฉพาะ

กลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่เริ่มมีกำลังซื้อ และกลุ่มตลาดเฉพาะ รวมทั้งพัฒนาช่องทางการขายใหม่ ๆ และรูปแบบธุรกิจโดยการพัฒนาการทำตลาดออนไลน์ เพื่อลดต้นทุนการกระจายสินค้า และต้นทุนค่าขายหน้า ประเด็นสำคัญอีกอย่าง คือทำอย่างไรให้ผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วไปรู้จักสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ให้มากขึ้น โดยจุดแข็งของ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) คือ การให้บริการด้านการตรวจสอบฯ (Lab) ของภาครัฐเพียงแห่งเดียว จะทำอย่างไรให้คนรู้จักมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีข้อจำกัดด้านงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น หากสามารถทำให้ผู้บริโภคเป็นผู้ที่ร้องขอ (Request) ร้านค้า/ผู้ประกอบการให้ใช้ใบรับรอง (Certificate) ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้ จะทำให้ปัญหาต่าง ๆ ลดน้อยลง ทั้งในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ในขณะที่เดียวกันปัจจุบันรัฐบาลมีมาตรการด้านภาษีช่วยเหลืออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดี และมีหน่วยงานสนับสนุนอยู่หลายหน่วยงาน แต่ในภาพรวมยังขาดความต่อเนื่องเพราะนโยบายมีความเชื่อมโยงกับการเมืองสูง ดังนั้น ควรที่จะมีการให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายถึงข้อดีของการพัฒนาธุรกิจร่วมกับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อให้ผู้ประกอบการหันมาใช้บริการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มากขึ้น

## 2. การพัฒนาทักษะ (Skill) ของผู้ประกอบการ

### 2.1 ทักษะการออกแบบเครื่องประดับ

การออกแบบเครื่องประดับที่ต้องใช้ทักษะเฉพาะตัวที่บุคคลนั้น สามารถมีได้จากการฝึกฝน การเรียนรู้ ได้รับความรู้เพิ่มเติม และพัฒนาฝีมือตลอดเวลา การออกแบบในปัจจุบันจำเป็นต้องให้เหมาะกับยุคสมัย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้จะทำให้เครื่องประดับเป็นสิ่งที่สำคัญ และคู่ควรกับทุกคน ดังการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ เช่น

“หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเราโดยตรงก็คือ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและ

เครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีตารางการจัดโปรแกรมอบรม ให้ทุกปีโดย

ส่งเสริมให้มีความรู้ และทักษะด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ด้านการผลิตต่าง ๆ ด้าน การตลาด ส่วนทักษะนั้นเน้นไปที่ฝีมือแรงงานในการทำ หรือผลิต ซึ่งจะทำให้เข้าถึง ตลาดมากขึ้น เพราะบริษัทยุคใหม่ นิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจอัญ มณีและเครื่องประดับก้าวเข้ามาสู่ระบบ E-Commerce มากขึ้น และในปัจจุบันตลาด ลูกค้านั้นใหม่ ๆ ไม่นิยมเพชรแท้เพราะ ราคาแพง รูปลักษณ์ไม่สวยงาม ก็ให้ความรู้ เพิ่มเติมเกี่ยวกับเพชรสังเคราะห์ เพราะจะสามารถนำมาทำเครื่องประดับได้หลากหลาย แบบ ราคาไม่แพงทำให้ทุกคนหยิบต้องได้”

(ผู้ประกอบการคนที่ 1)

“หน่วยงานที่รับผิดชอบเข้ามาดูแลก็ดี ทำให้เราได้พัฒนางานฝีมือได้มากขึ้น ถ้าให้ดีควร ทำการสอบถามรายการอบรม หรือความรู้ที่ต้องการอะไรบ้าง เพื่อจะได้อบรม หรือให้ ความรู้ได้ถูกจุด และการทำงานที่มีการพัฒนาก้าวสู่ยุคใหม่ ๆ มีการขายของ หรือสินค้า ผ่านช่องทางออนไลน์ ถ้าให้ข้อมูล หรือมีบุคคลรับผิดชอบช่วยสอนทำ และช่วยดูแลก็คง จะดี เพราะทางเรายังไม่สามารถหาบุคคลมาทำหน้าที่ตรงนี้ได้”

(ผู้ประกอบการคนที่ 2)

“แน่นอนถ้าเรื่องใกล้ตัวเราก็กกลุ่มแรงงานของเรานั้นละ เป็นปัญหาและอุปสรรคใน การดำเนินธุรกิจ ยิ่งหลังโควิด 19 มาแรงงานที่มีฝีมือดี ๆ กลับบ้านไปหมด ไม่อยาก กลับมาทำแล้วเพราะไปได้งานทำที่บ้าน ช่วยพ่อแม่ทำงาน ทำไร่ ทำนาหมด แรงงาน ใหม่ ๆ ฝีมือก็ยังไม่ดีเท่าไร”

(ผู้ประกอบการคนที่ 3)

จากการสัมภาษณ์พบว่า ทักษะทางด้านการออกแบบเครื่องประดับ ต้องอาศัยฝีมือของกลุ่มแรงงานในการพัฒนาให้เหมาะสมกับปัจจุบันมากขึ้น แรงงานที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะทาง ทั้งด้านการผลิต และการตลาดยังมีไม่เพียงพอในการนำมาช่วยในธุรกิจได้เท่าที่ควร เพราะส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานคน ถ้ากรณีมีคำสั่งซื้อ มาก ๆ จะไม่สามารถดำเนินการได้ทันเวลา ทั้งนี้การอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงานให้จากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อให้ผู้ผลิตหรือแรงงานนำแบบที่ได้มากลือเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการออกแบบงาน หรือนำเครื่องจักรมาใช้แทนแรงงานคนเพื่อบรรลุปเป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

## 2.2 ทักษะด้านการบริหารการตลาด

การบริหารการตลาดในปัจจุบันถือว่าสำคัญที่สุด เพราะจะทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงสินค้าได้มาก การตลาดแบบออนไลน์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้มาก มีทั้งการนำเสนอสินค้า การส่งสินค้าล่วงหน้า การชำระเงิน สามารถทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคที่อยู่ทุกสถานที่สามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย และรวดเร็วมากด้วย จากข้อมูลของการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบัน และผู้ประกอบการ เช่น

“สำหรับผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยนั้น สำคัญที่สุดต้องให้ผู้ประกอบได้รู้ถึง 6 ปัจจัยหลัก ๆ คือ ทิศทางของการตลาดที่มีการปรับเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับปัจจุบันในศตวรรษที่ 21 ผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับเปลี่ยนไปที่มีความเก๋ และสวยงามมาก การตลาดที่ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบออนไลน์มากกว่า ทำให้มีการเข้าถึงสินค้าทำได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น”

(ผู้บริหารสถาบัน/วิจัยฯ คนที่ 2)

“หน่วยงานภาครัฐที่ใส่ใจและช่วยเหลือก็คือ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีการจัดโปรแกรม อบรม ส่งเสริมให้มีความรู้



ทางการตลาดแบบใหม่ ๆ โดยให้นำเทคโนโลยีมาใช้ เพราะบริษัทยุคใหม่ นิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับก้าวเข้ามาสู่ระบบ E-Commerce มากขึ้น และในปัจจุบันตลาดลูกค้ารุ่นใหม่ ๆ ไม่นิยมเพชรแท้เพราะราคาแพง รูปลักษณ์ไม่สวยงาม ก็ให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเพชรสังเคราะห์ เพราะจะสามารถนำมาทำเครื่องประดับได้หลากหลายแบบ ราคาไม่แพงทำให้ทุกคนหยิบถือได้”

(ผู้ประกอบการคนที่ 2)

“ยินดีเลยถ้าจะมีหน่วยงานรัฐเข้ามาช่วยให้ความรู้ โดยเฉพาะเรื่องออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งการขายแบบออนไลน์ การสั่งแบบออนไลน์ การส่งมอบสินค้า การพูดคุยโต้ตอบ ส่งภาพให้ดู ไลฟ์สดนำเสนอผลงาน เป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญมาก ทั้งช่วยอบรมแรงงานให้มีฝีมือเฉพาะทาง ฝึกให้คล่องสวยงาม อ่อนช้อย” (ผู้ประกอบการคนที่ 3)

จากการวิเคราะห์พบว่า สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับตลาดการค้าที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ ๆ ส่งผลให้ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น และช่องทางการค้า การสร้างและรักษามาตรฐานของธุรกิจ รวมถึงปรับตัวให้รองรับกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคยุคใหม่ นิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับก้าวเข้ามาสู่โลกออนไลน์มากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการที่ได้รับความรู้ หรือข้อมูลเพิ่มเติม สามารถปรับรูปแบบของการขายสินค้าออนไลน์ขึ้น ในปัจจุบันผู้ประกอบการได้นำการขายออกไปหลายรูปแบบ เช่น การเปิดร้านค้าออนไลน์ของธุรกิจตนเอง หรือการนำสินค้าของธุรกิจตนวางขายบนแพลตฟอร์ม E-Commerce โดยเป็นแพลตฟอร์มสำหรับขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถต่อยอดนำไปพัฒนาปรับปรุงแผนการตลาดและผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบโจทย์สังคมได้มากขึ้น

### 2.3 ทักษะการแยกประเภทของอัญมณี

การแยกประเภทของอัญมณี สถาบันได้มีการจัดทำข้อมูลตารางแยกประเภทอัญมณีไว้ทั้งเพชร พลอย และทองคำต่าง ๆ ทำให้ทราบที่มาของอัญมณีแต่ละชนิด และแหล่งที่มา ทั้งยังให้บริการในการตรวจสอบคุณภาพ (Lab) ของอัญมณีเพื่อให้เท่าเทียมกับระดับนานาชาติประเทศ ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคในรุ่นใหม่ ๆ มีความสนใจประเภทเพชรสังเคราะห์ มีการนำมาสวมใส่มากขึ้น ซึ่งทางสถาบันจึงได้เข้ามาให้ความรู้และข้อมูลกับผู้ประกอบการจะทำให้เครื่องประดับและอัญมณีของไทยสามารถตอบรับกับตลาดภายในประเทศ และส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างดีและมีคุณภาพ ดังการสัมภาษณ์ของผู้บริหารสถาบันฯ และผู้ประกอบการ เช่น

“ทิศทางของการตลาดที่มีการปรับเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับกลุ่ม gen ต่าง ๆ โดยเฉพาะในปัจจุบันกลุ่มที่สำคัญที่หันมาเป็นผู้สนใจมากขึ้นคือ กลุ่ม gen z ซึ่งจะไม่นั่งใจอัญมณีของแท้ แต่จะใช้อัญมณีแบบปรับเปลี่ยนรูปลักษณะไป แต่มีความเก๋ และสวยงามมากได้แก่ เพชรสังเคราะห์ ซึ่งทางผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องเข้าถึงกลุ่มของผู้บริโภคหรือลูกค้าให้มากขึ้น เข้าใจความต้องการต่าง ๆ”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ คนที่ 1)

“ปัจจัยที่สำคัญในการผลิตสินค้า ซึ่งทิศทางของผลิตภัณฑ์ใหม่และกำลังได้รับความนิยมในตลาดประเทศไทย คือ เพชรสังเคราะห์ และเครื่องประดับตกแต่งเพชรสังเคราะห์ โดยการนำเพชรสังเคราะห์มาออกแบบตามเอกลักษณ์ของคนไทย ยังสามารถคงความสวยงามได้ เหมือนกับเพชรแท้”

(ผู้ประกอบการคนที่ 2)

“การได้รับความรู้ที่ดีและถูกต้องนั้น จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการที่จะได้รับการพัฒนาทางด้านความรู้ และทักษะ ทั้งการร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการได้นำความรู้ไปใช้ในการแยกประเภทของอัญมณีในร้านที่มีการทำสินค้าต่าง ๆ และเป็นสินค้าที่คล้าย ๆ กันในรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันมากนัก เพื่อให้การดำเนินธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับประสบความสำเร็จ ทำให้สินค้าที่ออกมาไม่ซ้ำหรือเหมือนกับคนอื่น ทั้งยังมีเอกลักษณ์ที่บ่งบอกว่ามาจากธุรกิจของตน และยังสามารถตรวจสอบสินค้าของร้านตนจากแหล่งที่มาได้ เช่น เพชรจากทางจันทบุรี และเพชรจากอเมริกา มีลักษณะเด่นแบบไหน ทำให้สามารถแยกได้อย่างชัดเจนในผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นมา และตรวจสอบหาผู้รับผิดชอบได้อย่างรวดเร็ว และเหมือนเป็นคู่ค้าธุรกิจซึ่งกันและกัน สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลต่อกันได้ การดำเนินธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ”

(ผู้ประกอบการคนที่ 4)

จากการสัมภาษณ์พบว่า การแยกประเภทของอัญมณี คือการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งทิศทางทักษะการแยกประเภทของอัญมณีของผลิตภัณฑ์ใหม่และกำลังได้รับความนิยมในตลาดประเทศไทย คือ เพชรสังเคราะห์ และเครื่องประดับตกแต่งเพชรสังเคราะห์ โดยการนำเพชรสังเคราะห์มาออกแบบตามเอกลักษณ์ของคนไทย ยังสามารถคงความสวยงามได้เหมือนกับเพชรแท้ ความรู้ที่ได้รับจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น มีการนำมาใช้ในการแบ่งอัญมณีในประเภทต่าง ๆ ทั้งยังได้รับรู้ทิศทางของผลิตภัณฑ์ใหม่และกำลังได้รับความนิยมในตลาด เช่น เพชรสังเคราะห์ ที่สำหรับผู้มีกำลังทรัพย์เลือกซื้อสินค้าในราคาที่ไม่สูงมากนัก แต่ได้เครื่องประดับที่มีความสวยงามเหมือนกับเพชรแท้ โดยสามารถเจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ เช่น กลุ่มนักศึกษา หรือกลุ่มที่เพิ่งเริ่มทำงาน ส่งผลให้ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น

และทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น และได้ทราบแหล่งที่มาของอัญมณีที่ได้ เช่น เช่น เพชร จากทางจันทบุรี เพชรจากอเมริกาตรวจสอบคุณภาพกลับได้

### 3. ทักษะ (Attitudes)

ทัศนคติถือว่าเป็นความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีต่อสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเป็นการแลกเปลี่ยนกันระหว่างสถาบันวิจัยฯ กับผู้ประกอบการที่จะได้มาซึ่งการผลิต การออกแบบ และการจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ที่สนใจ รวมทั้งกลุ่มแรงงานที่ผลิตอัญมณีออกมาให้มีความละเอียด อ่อนช้อย และสวยงาม ซึ่งทัศนคติเป็นแรงผลักดันให้เกิดความสำเร็จ

#### 3.1 การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ

การบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องการใช้ฝีมือแรงงานต่าง ๆ ที่สำคัญคือการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ผลิตต้องทำด้วยความเต็มใจและอยากทำ จึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ เพราะต้องออกแบบงานให้ละเอียดสวยงาม ประณีต การสร้างแรงบันดาลใจถือว่าสำคัญมากในการออกแบบงาน จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักวิจัยฯ เช่น

“งานออกแบบงานอัญมณีและเครื่องประดับถือว่าเป็นงานที่มีความละเอียด สวยงาม อ่อนช้อยมาก และยังต้องมีแรงบันดาลใจในการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้มีการรับมือกับการแข่งขันที่จะรุนแรงกับต่างประเทศที่มีการทำธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีได้ ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา เพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจ ทั้งส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการกันเอง สถาบันยังส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการออกแบบร่วมด้วย เพราะปัจจุบันการผลิตที่จำนวนมาก แรงงานคนไม่สามารถทำออเดอร์ได้เยอะ ต้องอาศัยเทคโนโลยีช่วย แต่ในการออกแบบจำเป็นต้องใช้คนอยู่ดี แล้วเขียนโปรแกรมเพื่อสั่งให้เครื่องกลทำงานตามเรานั้นเอง เพราะฉะนั้นตัวแรงบันดาลใจเนี่ยสำคัญมาก เพื่อให้งานออกมาสู้หรือแข่งขันกับภายใน

นอกได้”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ คนที่ 2)

“สำคัญเลยครับเรื่องนี้ การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ถือเป็นเอกลักษณ์เด่นของเราเลย ส่วนใหญ่ของไทยเรานะเป็นที่ถูกใจของหลาย ๆ ชาติ มาก ไม่งั้นเราจะได้เป็นอันดับ 3 ในการส่งออกเทร่อ แต่ก็เนะนาน ๆ ไปคนมีฝีมือเริ่มแก่ ตัวลง คนสืบทอดต่อก็น้อย เราเลยต้องหันไปหาเทคโนโลยีมาช่วย เพื่อให้ได้ผลผลิต ตามที่คาดหวังไว้ ตัวการสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ถือว่าสำคัญ และเป็นหัวใจของธุรกิจนี้เลย”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ คนที่ 3)

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้ความสำคัญกับการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นงานที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถทำให้งานออกมาสวยงาม อ่อนช้อย ละเอียดตรงตามที่กลุ่มผู้บริโภคต้องการ ทั้งเป็นแรงบันดาลใจให้มุ่งมั่นในการสร้างผลงานออกมาให้เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ และสถาบันยังนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยผู้ประกอบการให้สามารถสร้างผลงานได้มากมาย และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

### 3.2 ทักษะติดต่อการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ผู้ประกอบการถือว่าเป็นผู้ที่รับผิดชอบทุกอย่างทั้ง กระบวนการผลิต การออกแบบ แรงงาน การส่งมอบ การตรวจสอบ และการสอบกลับ ถือว่าผู้ประกอบการต้องมีทัศนคติต่องานที่ตนเองรับผิดชอบอย่างดี ใส่ใจ ดูแล ควบคุม และบริหารจัดการให้ธุรกิจของตนประสบความสำเร็จ ให้ขณะเดียวกันรู้จักการแก้ไข แก้ปัญหาต่าง ๆ แม้จะเกิดเหตุการณ์ใดก็ตาม จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เช่น

“ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศทั้งนั้น โดยเฉพาะ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย เพราะมีการส่งออกต่างประเทศร่วมด้วย

ความเข้มแข็งของผู้ประกอบการสามารถทำให้ไทยได้แข่งขันในระดับเวทีการค้าโลก ได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยจะมีทั้งความรู้ ทักษะ และทัศนคติ โดยเฉพาะทักษะความสามารถที่ไทยโดดเด่นไม่แพ้ชาติใดเลย”

(ผู้ประกอบการ คนที่ 1)

“คนทำธุรกิจตรงนี้ต้องบอกก่อนเลยนะครับใจครับ ใจต้องมาก่อนเลยมันถึงจะพาเอา ธุรกิจตัวเองเดินไปได้ ถึงแม้จะมีเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ผ่านมาก็ทำให้เกิดผลกระทบอย่าง มาก คือเมื่อปี 2019 ได้เกิดเหตุการณ์ใด ๆ ก็ตามผู้นำจำเป็นต้องพยายามพองค์กรผ่าน ไปให้ได้ และยิ่งถ้าเราใจรักก็สามารถประคองให้มันผ่านพ้นได้ อาจจะมีผลเฉพาะที่มีการ ลังเท่านั้น เท่าจำนวนออเดอร์ และลดแรงงานลงบ้าง หรือปรับเปลี่ยนแรงงานกันบ้าง ก็ ยังได้อยู่”

(ผู้ประกอบการ คนที่ 2)

ในการดำเนินธุรกิจอาจมีสถานการณ์ที่เกิดแบบที่เราไม่คาดคิด ทั้งการเกิดโรคระบาด แต่ทุก หน่วยงานยังให้ความช่วยเหลือ ทั้งภาครัฐออกนโยบายลดการเก็บประกันสังคมให้ ให้จ่ายสูงสุดเพียง 200 คนเท่านั้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถพยุงธุรกิจตนเองผ่านพ้นได้

“ปัญหาอีกอย่างคือค่าเงินที่แข็งตัว เหมือนมีข้าดำมพลอยเลย ทำให้ผู้ประกอบการต้อง ปรับตัวพยายามลดทุกอย่างลง ซะลดตัวเพื่อให้อยู่รอด ต้องบอกว่าต้องเป็นที่ที่ทัศนคติ ที่ดีในการมาบริหารงานเลย แต่ในขณะเดียวกันมีธุรกิจที่เฟื่องฟูขึ้นมา คือออนไลน์ ใครจะไปนึกถึงออนไลน์ที่เราคิดว่าทำเล่น ๆ จะถูกเข้ามาใช้ในยามสถานการณ์แบบนี้ได้ ทางสถาบันก็ต้องปรับกลยุทธ์วิธีการเพื่อช่วยผู้ประกอบการ มองหาผู้มีความรู้เฉพาะ

ทางด้านออนไลน์มาจัด อบรมแบบออนไลน์ให้ผู้ประกอบการเพิ่มอีกแรงหนึ่ง”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ คนที่ 1)

“แน่นอนละ ในยุคปัจจุบันนี้ ยิ่งในตอนที่เราเจอสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส  
โคโรนา หรือ COVID 19 ในปี 2563 ที่ผ่านมา ทุกผู้ประกอบการแทบเซกกันเลยทีเดียว  
ในฐานะองค์กรที่คอยซัพพอร์ต ต้องหาวิธีการเพื่อช่วยเหลือให้เหมาะกับกลุ่มของผู้บริโภค  
ในปัจจุบันเป็นยุค Digital Disruption เน้นการทำทุกอย่างแบบออนไลน์ ทางสถาบันจึงเข้า  
มาช่วยเหลือผู้ประกอบการด้วยการจัดให้ความรู้ เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ประกอบ  
ธุรกิจต่อไป”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ คนที่ 2)

จากการสัมภาษณ์พบว่า ทศนคติดต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่ทำให้การดำเนิน  
ธุรกิจไปต่อ หรือชะงักงัน เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้รู้ล่วงหน้า เช่น การแพร่ระบาดของโรคติด  
เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 ที่ผ่านเป็นอีกหนึ่งสถานการณ์ที่ส่งผล  
กระทบกับธุรกิจ อัญมณีไม่น้อย เช่นเดียวกันคือปัญหาอัตราค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่า จึงทำ  
ให้ผู้ประกอบการค้าเพชรพลอยต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด ในขณะที่เดียวกันแนวทางที่ผู้ประกอบการจะ  
ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้คือการมองหาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ เพื่อนำสนับสนุนทั้งด้านการผลิตและ  
การตลาดให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคปัจจุบันในยุค Digital Disruption

#### 4. ประสิทธิภาพของสถาบันวิจัยฯ ในการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการฯ

การทำให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยสามารถก้าวสู่ระดับโลกได้ ถือว่า  
เป็นประสิทธิผลที่สำคัญ ทำให้ธุรกิจของไทยได้ขึ้นไปแสดงบนเวทีโลกได้ ทางสถาบันวิจัยฯ ต้องให้การ  
ช่วยเหลือ เป็นที่ปรึกษา และเสนอสิ่งที่ดีที่จะทำให้ธุรกิจสามารถพัฒนาไปข้างหน้าพร้อมๆ กันได้ ใน  
ขณะเดียวกันให้ความรู้เพิ่มเติมกับผู้ประกอบการ และบุคลากรของธุรกิจไปพร้อมๆ กัน

##### 4.1 ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้

การอบรมหรือการได้รับความรู้เพิ่มเติม เป็นการบริหารกิจการขององค์กรแบบไม่หยุดนิ่ง มีการพัฒนาความอย่างสม่ำเสมอ เปิดรับข้อมูลแบบใหม่ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานให้เหมาะสมกับองค์กร และในขณะเดียวกันเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย จากการศึกษาสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เช่น

“เมื่อได้รับการอบรมจากสถาบัน เราสามารถได้รูปแบบการบริหารแบบใหม่ในการทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความหลากหลาย และได้มีการพัฒนาในทุกด้านทั้งการปรับการผลิตแบบใหม่ให้สอดคล้องกับลูกค้า นักลงทุน การตลาดแบบใหม่ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในลักษณะผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งชุมชนออนไลน์มากขึ้น”

(ผู้ประกอบการ คนที่ 1)

“การทำให้ลูกค้าประทับใจ และมีการเทคแคร์เอาใจใส่ตลอดเวลา แม้กระทั่งการบริการหลังการขาย เช่น มีการรับประกันสินค้า ให้บริการซ่อมแซมหรือทำความสะอาดสินค้าฟรี และทั้งยังมีความรับผิดชอบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ผู้บริโภคไวใจในการทำงานของเรา จนถึงที่ผลิต และส่วนประกอบที่ผลิตรวมกันชี้แจงให้เห็นชัดเจน”

(ผู้ประกอบการ คนที่ 2)

“เมื่อเราได้รับการอบรมพัฒนาในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านการตลาด และด้านเศรษฐกิจ สังคม จะทำให้เราสามารถเข้าถึงการพัฒนาารูปแบบของธุรกิจได้รวดเร็วมากขึ้น โดยเมื่ออบรมแล้วทางสถาบันจะมีการตั้งทีมไว้สำหรับให้ปรึกษาได้ตลอดเวลา และยังอบรมให้เรารับสินค้าในลักษณะการสั่งแบบออเดอร์ เพื่อป้องกันการผลิตสินค้าล้นตลาด ทำให้ไม่เสีย



เงินลงทุนไปแบบเสียเปล่า ทั้งยังสามารถทำการตลาดได้โดยตรงกับลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้า หรือทางคนที่เราส่งวัตถุดิบได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว”

(ผู้ประกอบการ คนที่ 3)

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการได้นำรูปแบบการทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ทางสถาบันได้อบรมไปประยุกต์ใช้ และพัฒนาให้ครบทุกด้านทั้งการปรับรูปแบบการผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ฝึกทำการการตลาดแบบใหม่ที่ทำแบบออนไลน์ ที่ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้โดยตรง การทำธุรกิจอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม มีการโต้ตอบกับลูกค้าโดยตรงทำให้เกิดการไว้วางใจ การประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้อบรมพัฒนามา โดยเฉพาะด้านการตลาดจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงการพัฒนาในรูปแบบของธุรกิจได้รวดเร็วมากขึ้น ทั้งเมื่อเกิดปัญหาก็มามีที่ปรึกษาแบบทันที และมีการผลิตสินค้าแบบผลิตตามคำสั่งซื้อ เพื่อป้องกันการผลิตสินค้าล้นตลาด ทำให้ไม่เสี่ยงประมาณไปแบบเสียเปล่า ทำให้การประกอบธุรกิจเป็นไปแบบมีประสิทธิภาพมากขึ้น

#### 4.2 ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น

การอบรมและให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านที่เกิดจากผลกระทบ ด้านปัญหา และด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพในปัจจุบัน ที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวในทุก ๆ ด้าน สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีหน้าที่หลัก ๆ ในการช่วยเหลือ เป็นที่ปรึกษา อบรมให้ความรู้ในข้อมูลใหม่ ๆ หรือสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งยังช่วยเหลือเป็นที่ปรึกษาให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อได้ และมีการเกิดผลกำไรเพิ่มขึ้น ตามมาจากการปรับรูปแบบธุรกิจแบบใหม่ ๆ ไป จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เช่น

“ความรู้และทักษะที่ได้รับจากการอบรมที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและ

เครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถทำธุรกิจได้อย่างปลอดภัยและ

รัดกุม สามารถควบคุมรายการต่าง ๆ ได้ ทั้งรายจ่าย รายรับ และข้อมูลที่เป็นรูปธรรม

แบบรวดเร็วทันใจ ตรวจสอบย้อนหลังในข้อมูลต่าง ๆ ได้ทั้งยอดการผลิต และการเงินทำ

ให้สามารถวางแผนและตั้งเป้าหมายของการทำธุรกิจไว้ล่วงหน้า 1-2 ปีได้ และความรู้ทักษะที่ได้รับจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น ทั้งยังได้รับรู้ทิศทางของผลิตภัณฑ์ใหม่และกำลังได้รับความนิยมในตลาด เช่น เพชรสังเคราะห์ ที่สำหรับผู้มีกำลังทรัพย์เลือกซื้อสินค้าในราคาที่ไม่สูงมากนัก แต่ได้เครื่องประดับที่มีความสวยงามเหมือนกับเพชรแท้ โดยสามารถเจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ เช่น กลุ่มนักศึกษา หรือกลุ่มที่เพิ่งเริ่มทำงาน ส่งผลให้ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น และทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น”

(ผู้ประกอบการคนที่ 2)

“ความรู้และทักษะที่ได้รับจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถจัดการตลาดได้มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันจะเป็นการตลาดรูปแบบใหม่ ที่ผู้บริโภคใหม่ นิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับก้าวเข้ามาสู่โลก E-Commerce มากขึ้น ทั้งการขายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ เช่น การเปิดร้านค้าออนไลน์ของตนเอง หรือวางขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม E-Commerce โดยเป็นแพลตฟอร์มสำหรับขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้ผู้ประกอบการทำให้สามารถจัดการธุรกิจและการตลาดได้มากขึ้น”

(ผู้ประกอบการคนที่ 4)

จากการสัมภาษณ์พบว่า ความรู้และทักษะที่ได้รับจากการอบรมที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถทำธุรกิจได้อย่างปลอดภัยและรัดกุม สามารถควบคุมรายการต่าง ๆ ได้ ทั้งรายจ่าย รายรับ และข้อมูลที่เป็นรูปธรรมแบบรวดเร็ว

ทันใจ ตรวจสอบสถิติย้อนหลังในข้อมูลต่าง ๆ ได้ทั้งยอดการผลิต และการเงินทำให้สามารถวางแผนและตั้งเป้าหมายของการทำธุรกิจไว้ล่วงหน้า 1-2 ปีได้ และความรู้ ทักษะที่ได้รับจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น ทั้งยังได้รับรู้ทิศทางของผลิตภัณฑ์ใหม่และกำลังได้รับความนิยมในตลาด เช่น เพชรสังเคราะห์ ที่สำหรับผู้มีกำลังทรัพย์เลือกซื้อสินค้าในราคาที่ไม่สูงมากนัก แต่ได้เครื่องประดับที่มีความสวยงามเหมือนกับเพชรแท้ โดยสามารถเจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ เช่น กลุ่มนักศึกษา หรือกลุ่มที่เพิ่งเริ่มทำงาน ส่งผลให้ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น และทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น ความรู้และทักษะที่ได้รับจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถจัดการตลาดได้มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันจะเป็นการตลาดรูปแบบใหม่ ที่ผู้บริโภคยุคใหม่ นิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับก้าวเข้ามาสู่โลก E-Commerce มากขึ้น ทั้งการขายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ เช่น การเปิดร้านค้าออนไลน์ของตนเอง หรือวางขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม E-Commerce โดยเป็นแพลตฟอร์มสำหรับขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้ผู้ประกอบการทำให้สามารถจัดการธุรกิจและการตลาดได้มากขึ้น

#### 5. ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เกิดประสิทธิผล

ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบจะเป็นการบริหารจัดการในทุกด้าน ทั้งด้าน แรงงาน วัตถุดิบ กระบวนการ เครื่องจักร สภาพแวดล้อม และช่องทางการตลาดที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ ๆ ทำให้ผู้บริหารต้องได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นตลอดเวลาในด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ เช่น

“ในแนวโน้มของการเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ หรือเพิ่มขีดความสามารถให้กับ

ผู้ประกอบการนั้น สำคัญที่สุดต้องให้ผู้ประกอบได้รู้ถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีการ

ปรับเปลี่ยน หรือเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ผู้บริโภคต้องการ โดยหลัก ๆ คือ การปรับ

เป็นลักษณะออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้เข้าถึงลูกค้าโดยตรง มีการสื่อสารแบบ

ทางตรง และมีการส่งสินค้าล่วงหน้าได้

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ คนที่ 1)

“ซึ่งตามแผนยุทธศาสตร์ของ สถาบันฯ หลัก ๆ ที่ทางสถาบันต้องอบรมให้ผู้ประกอบได้  
 รับรู้ถึงขีดความสามารถนั้น ปัจจัยหลัก ๆ คือ การผลิต ที่มีการปรับการใช้วัตถุดิบที่เป็น  
 แบบสังเคราะห์แทน เช่น เพชรสังเคราะห์ เพราะผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่นิยมเพชร  
 สังเคราะห์มากกว่า เพราะสามารถมีลวดลายที่สวยงาม และในขณะเดียวกันราคาไม่แพง  
 มากด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการก็ต้องมีการบริการที่ดี โดยเฉพาะบริการหลังการขาย  
 สินค้ามีปัญหารีบแก้ไข รับเคลมเพื่อให้เกิดความไว้วางใจในการซื้อสินค้า และยังมีการ  
 ส่งเสริมให้แลกเปลี่ยนฐานการผลิตสามารถให้ต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจร่วมด้วย หรือเรา  
 อาจจะย้ายฐานผลิตไปต่างประเทศเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างครบถ้วนและ  
 มั่นคงยั่งยืน” ”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ คนที่ 2)

“ยังมีการหาพันธมิตรคู่ค้า เป็นการหาคู่ค้าที่มีสินค้าลักษณะเดียวกัน เพื่อจับมือทำ  
 ร่วมกัน เพื่อให้สามารถบ่งชี้สินค้าแต่ละแห่งได้ว่าทำมาจากที่ใด ทั้งการประกอบธุรกิจใน  
 ปัจจุบันต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพราะถือว่าสำคัญมาก  
 สำหรับผู้ประกอบการเลย ทำให้ได้รับผลตอบแทนที่ดี นอกจากนี้ยังมีการบริการหลัง  
 การขาย และการมองฐานการผลิตไปต่างประเทศด้วยจะทำให้ผู้ประกอบการของเรา  
 ประสบความสำเร็จได้”

(ผู้บริหารสถาบันวิจัยฯ คนที่ 3)

สถาบันมีการเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 1) มีการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด 2) การตลาดรูปแบบใหม่ โดยรูปแบบการขายสินค้าเป็นออนไลน์ในปัจจุบัน 3) การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับบริการหลังการขาย 4) การย้ายฐานการผลิต สถาบันส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศเพิ่มเติม 5) การร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ ผู้ประกอบการเริ่มทำความร่วมมือกันสำหรับสินค้าแบบเดียวกัน และ 6) การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม รูปแบบการทำธุรกิจอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม ถือเป็นประเด็นที่ผู้บริโภครุ่นใหม่ให้ความสำคัญมากขึ้น เพราะก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้บริโภคเหล่านี้จะถามถึงแหล่งที่มาที่ไปของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

“การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ภาครัฐได้เข้ามาช่วย เพราะผู้ประกอบการเองต้องพึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยหน่วยงานได้มีการจัดอบรมด้านฝีมือแรงงานแบบใหม่ ๆ”

(ผู้ประกอบการคนที่ 1)

“ยังมีเรื่องการตลาดออนไลน์ โดยสอนช่องทางต่างๆ ของออนไลน์เพื่อให้สามารถนำไปต่อยอดได้ อบรมการผลิตสินค้าให้มีตามสินค้าที่สั่งหรือความต้องการของตลาด ผู้สื่อสารข้อมูลทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศให้รวดเร็ว มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารทุกไตรมาส ในกรณีฉุกเฉินควรแจ้งโดยตรงกับผู้ประกอบการ ซึ่งอาจมีทีมหรือหน่วยงานเป็นโซนภาคต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทราบข้อมูลล่วงหน้าที่เกิดขึ้น และสามารถประชุมออนไลน์เพื่อแก้ปัญหาให้ทันท่วงที เพื่อให้เป็นการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย”

(ผู้ประกอบการคนที่ 2)

จากการสัมภาษณ์ พบว่า สถาบันได้ให้ความรู้ อบรม ให้ผู้ประกอบการปรับตัวกับธุรกิจที่มีแนวทางที่สามารถตรวจสอบเส้นทางของอัญมณีและเครื่องประดับได้ รวมทั้งการนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องประดับจากบริษัทที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ต้องเป็นผู้สื่อสารข้อมูลทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศให้รวดเร็ว มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารทุกไตรมาส ในกรณีฉุกเฉินควรแจ้งโดยตรงกับผู้ประกอบการ ซึ่งอาจมีทีมหรือหน่วยงานเป็นโซนภาคต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทราบข้อมูลล่วงหน้าที่เกิดขึ้น และสามารถประชุมออนไลน์เพื่อแก้ปัญหาให้ทันท่วงที เพื่อให้เป็นการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

#### 4.2 สรุปการศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

การศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) พบว่า การดำเนินงานของสถาบันมีประสิทธิผลโดยมีการช่วยพัฒนาให้ผู้ประกอบการได้มีการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่นิยมในตลาด คือ เพชรสังเคราะห์ เข้ามาแทนเพชรแท้ และผู้ประกอบการได้นำเพชรสังเคราะห์มาออกแบบตามเอกลักษณ์ของคนไทย ยังมีการนำการตลาดรูปแบบใหม่เพื่อมาใช้ในธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจได้ก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี และเหมาะสมกับผู้บริโภคยุคใหม่ซึ่งนิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยทำให้ธุรกิจก้าวเข้ามาสู่โลก E-Commerce มากขึ้น เช่น การเปิดร้านค้าออนไลน์ของตนเอง และการวางขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม E-Commerce สำหรับขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งยังการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า โดยให้ความสำคัญกับบริการหลังการขาย เช่น มีการรับประกันสินค้า ให้บริการซ่อมแซมหรือทำความสะอาดฟรี มีการย้ายฐานการผลิตเพิ่มเติม โดยมีการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ และมีการร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจภายใต้ภาวะการแข่งขันสูงการดำเนินธุรกิจต้องทำความร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อนำมาเสริมจุดแข็งซึ่งกันและกัน เช่น Pandora แบรินด์เครื่องประดับเงินชั้นนำของโลก ได้ร่วมมือกับ UNICEF ในโครงการระดมทุนช่วยเหลือเด็กที่ได้รับผลกระทบจากภัยต่างๆ ทั่วโลก และการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม ถือเป็นประเด็นที่ผู้บริโภครุ่น

ใหม่ให้ความสำคัญอย่างมาก จากการปรับเปลี่ยนของผู้ประกอบการทำให้ธุรกิจเข้าสู่ระบบมาตรฐาน  
ที่ทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพและ  
สามารถแข่งขันได้ ทำให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถที่มีประสิทธิผลด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและ  
เครื่องประดับไทยมากขึ้น



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลจากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ผลการวิจัยสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษา โดยศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยอิงกรอบแนวคิดในปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ได้แก่

#### 5.1 ปัจจัยด้านความรู้ (Knowledge)

##### 5.1.1 ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบ ด้านอัญมณีศาสตร์

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้ประสานงานกับทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้ไทยเข้าสู่สากลเพื่อให้ผู้ประกอบการในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีการปรับเปลี่ยน และมุ่งเน้นแรงงานให้ได้ฝึกฝนฝีมือตลอดเวลา และบุคลากรของธุรกิจได้ปฏิบัติงานตามข้อกำหนดในกฎหมาย ซึ่งการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับของไทยถือว่าเป็นแบบที่มีความสวยงามมาก และละเอียดอ่อนในการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับศักดา ศิริพันธ์ (2560) ที่กล่าวว่า งานออกแบบฝีมืออัญมณีและเครื่องประดับของไทย ถือว่ามีความความละเอียดละไมในการออกแบบ แต่ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามยุคสมัย เพื่อให้ต่างชาติสนใจและอยากได้อัญมณีและเครื่องประดับนี้ และผู้ออกแบบต้องรู้และเข้าใจความต้องการของลูกค้าในแต่ละยุคสมัย เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ของลูกค้า ซึ่งปัจจุบันนี้ต้องนำนวัตกรรม



(Innovation) เข้ามาใช้ในการออกแบบหรือสร้างสรรค์ชิ้นงาน สามารถนำวัสดุต่าง ๆ มาดัดแปลง ผสมผสานออกแบบเครื่องประดับยุคใหม่ และสถาบันทำการชี้แจงหลักสูตรฝึกอบรมให้ตรงกลุ่มผู้ที่ต้องการผ่านช่องทางขององค์กร ร่วมมือกับหน่วยงานนี้รับผิดชอบในด้านต่าง ๆ เช่น หน่วยงานทางการศึกษาเพื่อให้ความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และยังประสานงานกับผู้ประกอบการเพื่อจัดหาหลักสูตรอื่น ๆ ที่ต้องการ ซึ่งสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จะเป็นคนกลางในการประสานงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับที่ผู้ประกอบการต้องการ เช่น การจัดหลักสูตรการซื้อ การขายแบบออนไลน์

### 5.1.2 ด้านธุรกิจทองคำ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้จัดความรู้แนวทางให้กับผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจทองคำ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทำธุรกิจในรูปแบบของออนไลน์ได้ และเพิ่มช่องทางการทำธุรกิจที่หลากหลายให้มีทุกแพลตฟอร์ม เพื่อให้ผู้ประกอบการกับผู้บริโภคหรือลูกค้าติดต่อประสานงานการทำธุรกิจกันโดยตรง และให้ข้อมูลของตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจทองคำของผู้ประกอบการ โดยช่วยประสานงานกับตลาดต่างประเทศเพื่อให้สามารถนำวัตถุดิบจากแหล่งต่าง ๆ มาผลิตสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจดี สีลาวรรณกุลศิริ (2549) ที่กล่าวว่าความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนั้นเป็นการลงทุนแบบพอเหมาะถ้าเราขายได้มาก และขายได้เร็วสามารถทำให้เราได้กำไรและสามารถนำเงินหมุนเวียนธุรกิจได้ รวมทั้งต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมด้วย และนำเทคโนโลยีเข้ามาเพื่อช่วยในการผลิตให้ทันต่อตลาดที่ต้องการ โดยเฉพาะผลิตสินค้าให้ดึงดูด และสะดุดตาเมื่อพบสินค้าครั้งแรก ทั้งยังมีการแสดงรูปสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคนได้เห็นโดยตรงต่อสายตา มีการรีวิวสินค้า เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อลูกค้า ผู้ประกอบการนำเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า เพื่อนำเสนอสินค้า ให้ตรงความต้องการกับลูกค้าในยุคปัจจุบัน และใช้ระบบ AI (Artificial Intelligence) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินพฤติกรรมของลูกค้า ประวัติก่อนและหลังการใช้บริการ ซึ่งหากสามารถนำข้อมูลมาใช้ได้อย่างถูกต้อง จะทำให้เราสามารถขายสินค้าที่ตรงใจลูกค้ามากขึ้น

### 5.1.3 ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด ด้านภาษี กฎหมาย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

การเปิดตลาดส่งออกใหม่โดยเฉพาะกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่เริ่มมีกำลังซื้อ และกลุ่มตลาดเฉพาะ รวมทั้งพัฒนาช่องทางการขายใหม่ ๆ และรูปแบบธุรกิจโดยการพัฒนาการทำตลาดออนไลน์ เพื่อลดต้นทุนการกระจายสินค้า สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ยังได้ทำหน้าที่ให้บริการด้านการตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับ

(Lab) ซึ่งเป็นหน่วยงานเดียวในประเทศไทย แต่สถาบันมีข้อจำกัดด้านงบประมาณในการสื่อสารให้คนรับรู้ แต่ถ้าผู้บริโภคต้องการการรับรองสินค้าสามารถทำได้ผ่านสถาบันโดยตรง ทั้งในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ดังนั้น ควรที่จะมีการให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้า ให้ทราบถึงการทำงานของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มากขึ้น แต่การทำงานของสถาบันในปัจจุบันจะขึ้นกับการเมือง

## 5.2 ปัจจัยด้านทักษะ (Skill)

### 5.2.1 ทักษะการออกแบบเครื่องประดับ

ความรู้และทักษะในการออกแบบเครื่องประดับที่ได้รับจากการอบรมที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถทำธุรกิจได้อย่างปลอดภัยและรัดกุม สามารถควบคุมรายการต่าง ๆ ได้ ทั้งรายจ่าย รายรับ และข้อมูลที่เป็นรูปธรรมแบบรวดเร็วทันใจ ตรวจสอบสถิติย้อนหลังในข้อมูลต่าง ๆ ได้ทั้งยอดการผลิต และการเงินทำให้สามารถวางแผนและตั้งเป้าหมายของการทำธุรกิจไว้ล่วงหน้าได้

### 5.2.2 ทักษะด้านการบริหารการตลาด

การอบรมพัฒนาในทุก ๆ ด้านทั้งด้านการตลาด และด้านเศรษฐกิจ สังคม จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงการพัฒนารูปแบบของธุรกิจได้รวดเร็วมากขึ้น มีที่ปรึกษาแบบปรึกษาได้ทันที และมีการสั่งสินค้าแบบสั่งจองล่วงหน้า เพื่อป้องกันการผลิตสินค้าล้นตลาด ทำให้ไม่เสียงบประมาณไปแบบเสียเปล่า ทั้งยังสามารถทำการตลาดออนไลน์ สามารถสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจร่วมกันได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว

### 5.2.3 ทักษะการแยกประเภทของอัญมณี

ความรู้และทักษะที่ได้รับจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น มีการนำมาใช้ในการแบ่งอัญมณีในประเภทต่าง ๆ ทั้งยังได้รับรู้ทิศทางของผลิตภัณฑ์ใหม่และกำลังได้รับความนิยมในตลาด เช่น เพชรสังเคราะห์ ที่สำหรับผู้มีกำลังทรัพย์เลือกซื้อสินค้าในราคาที่ไม่สูงมากนัก แต่ได้เครื่องประดับที่มีความสวยงามเหมือนกับเพชรแท้ โดยสามารถเจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ เช่น กลุ่มนักศึกษา หรือกลุ่มที่เพิ่งเริ่มทำงาน ส่งผลให้ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น และทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

### 5.3 ทักษะ (Attitudes)

#### 5.3.1 การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ

ความรู้และทักษะที่ได้รับจากการอบรม และให้ความรู้ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการนำความรู้ไปต่อยอด สำหรับการผลิตและออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับให้เหมาะสมกับตลาดและความต้องการของสินค้า โดยปัจจุบันเน้นการรับผลิตสินค้าแบบพรีออเดอร์มากขึ้น และยังทำให้สามารถจัดการตลาดได้มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันจะเป็นการตลาดรูปแบบใหม่ ที่ผู้บริโภคยุคใหม่ นิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับก้าวเข้ามาสู่โลก E-Commerce มากขึ้น ทั้งการขายสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ เช่น การเปิดร้านค้าออนไลน์ของตนเอง หรือวางขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม E-Commerce เป็นแพลตฟอร์มสำหรับขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้ผู้ประกอบการทำให้สามารถจัดการธุรกิจและการตลาดได้มากขึ้น

#### 5.3.2 ทักษะต่อการเป็นผู้ประกอบการ

การพัฒนาทางด้านความรู้ และทักษะ ด้านการร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจเพิ่มมากขึ้นเพื่อทำให้การดำเนินธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับประสบความสำเร็จ เพราะจะทำให้สินค้าที่ทำออกมาไม่ซ้ำหรือเหมือนกัน มีเอกลักษณ์ที่บ่งบอกและตรวจสอบจากแหล่งได้ เช่น เพชรจากทางจันทบุรี เพชรจากอเมริกา ทำให้สามารถแยกได้อย่างชัดเจนในผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นมา และตรวจสอบหาผู้รับผิดชอบได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น และเหมือนเป็นคู่ค้าธุรกิจซึ่งกันและกัน สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลต่อกันได้ การดำเนินธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับประสบความสำเร็จ ซึ่งปัจจัยด้านความรู้ (Knowledge) ปัจจัยด้านทักษะ (Skill) และปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitudes) ทั้งความรู้เกี่ยวกับการออกแบบ ด้านอัญมณีศาสตร์ ด้านธุรกิจทองคำ และด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด ด้านภาษีกฎหมาย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง การออกแบบเครื่องประดับ การบริหารการตลาด การแยกประเภทของอัญมณี การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ จากที่กล่าวมาแล้วนั้นจะสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญกิต จิตรงามปลั่ง (2560) กล่าวว่า แนวทางการดำเนินงานของนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านการพัฒนาตามแผนของรัฐ ให้ทำตามแผนที่วางไว้คือ ให้ให้ไทยได้เป็นศูนย์กลางของการผลิตเพื่อเป็นการทำธุรกิจกับทั่วโลก โดยจะรีบทำงานอย่างรวดเร็วที่สุด และในขณะเดียวกันทางภาครัฐมีการนำผู้ประกอบการมาเข้าประชุมและทำงานร่วมกัน มีการแสดงความคิดเห็นร่วมกัน ซึ่งมี

ภาครัฐเป็นผู้นำทีมเพื่อให้เป็นวาระแห่งชาติ โดยเฉพาะทางด้านการเมืองนั้นไม่มีความมั่นคงเท่าไร ให้ภาครัฐได้แก้ไขปัญหาคือต่อเนื่องจนจบให้ถึงที่สุด

2) ด้านการผลิต ภาครัฐและเอกชนร่วมกันในการหาวัตถุดิบจากแหล่งที่มีวัตถุดิบในพื้นที่นั้น ๆ และในขณะเดียวกันผลักดันให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต และรวมทั้งกระบวนการจัดการทั้งหมด เพื่อให้เกิดการพัฒนานวัตกรรม (Innovation) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการวิจัยทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่งเสริมการจัดการเครือข่ายเงินทุนและสนับสนุนเงินทุน การพัฒนาบุคลากรเพื่อให้อาจารย์ในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ภายในสถานประกอบการ รวมถึงให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นศูนย์รวมของการสอบเทียบคุณภาพของอัญมณีและเครื่องประดับ อีกทั้งพัฒนาฝีมือให้ความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญกับแรงงาน เพื่อให้แรงงานได้มีฝีมือมากขึ้นสามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ที่จะเปลี่ยนไปในอนาคตได้

3) ด้านการตลาด ด้านการตลาดภายในและภายนอกประเทศ ให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเป็นหน่วยสนับสนุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ การจับคู่ธุรกิจ การมีช่องทางทางการตลาดที่หลากหลาย และพัฒนาช่องทางแบบออนไลน์มากขึ้น และส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และระบบโลจิสติกส์ พร้อมทั้งมีมาตรการจูงใจต่าง ๆ ในการส่งเสริมการลงทุนโดยการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zones) ส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อทำให้ไทยเป็นหน่วยงานที่เป็นกลางในการผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

4) ด้านกฎหมาย ทางภาครัฐต้องมีการตรวจสอบและแก้ไขกฎระเบียบและกฎหมาย เพื่อให้การทำงานตรงกับยุคสมัย และสามารถรองรับกับธุรกิจและอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในอนาคต เพื่อให้พอใจในการลงทุน เพราะนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับและกฎหมายของไทยไม่สอดคล้องกับการที่จะมาลงทุน ไม่มีความแน่นอน เปิดกว้างผู้รับผิดชอบใช้การตัดสินใจเองได้มาก ทำให้เป็นช่องทางในการคอร์รัปชัน ส่งผลให้บริษัทต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทยไม่เต็มที่

และผลการวิจัยด้านการผลิตของอัญมณีและเครื่องประดับในไทย พบว่ายังต้องสั่งวัตถุดิบจากต่างประเทศเข้ามาทำให้มีการเพิ่มต้นทุนมากขึ้น เพราะค่าเงินบาทที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2563) กล่าวว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งอุตสาหกรรมต้นน้ำ ขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศ ต้อง

นำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศจำนวนมาก ต้องแบกรับความเสี่ยงด้านราคาและความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ภาษีศุลกากร รวมถึงนโยบายการค้าระหว่างประเทศ อุตสาหกรรมกลางน้ำ ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะฝีมือ ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญที่ควรเร่งแก้ไข และขาดแรงงานใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรม นอกจากนี้ ประเทศไทยยังต้องนำเข้าเทคโนโลยีในการผลิตเพราะขาดการพัฒนาเทคโนโลยีในประเทศ ขณะที่อินเดียมีการพัฒนาเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมเจียร์ไนเพอร์ที่มีคุณภาพระดับโลก อุตสาหกรรมปลายน้ำ มีอุปสรรคที่สำคัญคือ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทันสมัย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด และข้อจำกัดในการสร้างแบรนด์และมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับโลก นอกจากนี้ อุตสาหกรรมปลายน้ำในปัจจุบันยังได้รับผลกระทบจากเงินบาทที่โน้มแข็งค่า ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างหนัก โดยเฉพาะยอดการสั่งซื้อที่ลดลงอย่างมาก ทำให้ที่ผ่านมาต้องเน้นการส่งออกมากกว่าจำหน่ายในประเทศ ซึ่งในช่วงเกิดวิกฤตโควิด-19 การค้าขายอัญมณีและเครื่องประดับไปยังต่างประเทศก็ประสบปัญหา และส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ ผลการวิจัยและพัฒนา (R&D) ในยังไม่สามารถนำมาแก้ไขปัญหาได้จริง และยังไม่เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก

ซึ่งจะเห็นว่ารายงานของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (อึ๊งภากรณ์, 2563) มีความคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในการนำอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยออกสู่ต่างประเทศ ที่ภาครัฐและเอกชนร่วมกันรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและพร้อมที่จะดำเนินการตามข้อเสนอแนะอย่างทันเวลา โดยรัฐบาลออกนโยบายผลักดันการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เท่าทันกับระดับโลก การที่ภาครัฐและเอกชนได้เอื้ออำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการผลิตและจัดจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้การดำเนินงานของภาครัฐ และเอกชนมีการบริหารงานในทำนองเดียวกันและร่วมกัน

สรุปได้ว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ ผู้ประกอบการต้องได้รับความรู้ข้อมูลที่ถูกต้องทั้งด้านการผลิตรูปแบบใหม่ การตลาดที่ทันสมัย การสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า การร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ การย้ายฐานการผลิต และการทำธุรกิจแบบโปร่งใสและรับผิดชอบต่อ

สังคม 2) ด้านทักษะ มีการอบรมผู้ประกอบการหรือแรงงานเพื่อฝึกทักษะเฉพาะด้าน เพื่อทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และแรงบันดาลใจในการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ทันสมัยและเป็นความต้องการของตลาดมากขึ้น และ 3) ทักษะคนดี ให้ความร่วมมือในการเข้าอบรม มีการปรับเปลี่ยน มีการศึกษาความรู้เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จมากขึ้น และมีผลตอบแทนที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับ {McClelland, 1993} กล่าวว่า ความสำเร็จในงานที่ดีกว่า สะท้อนให้เห็นว่าผู้ที่ประสบผลสำเร็จในการทำงานต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการประยุกต์ใช้หลักการหรือองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัวเองเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในงานที่ทำ ประกอบด้วย 1) ความรู้ (Knowledge) 2) ทักษะ (Skill) และ 3) คุณลักษณะส่วนบุคคลหรือทัศนคติ (Attitudes)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น

จากผลการศึกษาการปรับปรุงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น พบว่า ใ้ส่วนของการดำเนินงานของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ ปี 2565 -2569 ได้มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรและวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยการจัดอบรมผ่านหลักสูตรต่าง ๆ ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย การขยายการให้บริการ e-Learning เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการอย่างครบวงจร ตลอดจนการส่งเสริมการค้าและช่องทางการจำหน่ายผ่าน BWC Digital Platform เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนด้านอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถแข่งขันได้ (รายงานโครงการจัดทำยุทธศาสตร์ของสถาบันวิจัยฯ (2563) ซึ่งการศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) พบว่า ผู้ประกอบการต้องมีการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่ง เพชรสังเคราะห์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่กำลังต้องการของตลาด โดยส่วนใหญ่คนยุคใหม่จะนิยมมากกว่า เพราะสวยงามเหมือนเพชร แต่ราคาถูกกว่า ทั้งมีการปรับรูปแบบของการตลาดแนวใหม่ ที่เน้นเป็นการซื้อ ขายออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเป็นที่เทียบเท่าานานาประเทศก็ในปัจจุบันมีหลากหลายแพลตฟอร์ม เช่น การเปิดร้านค้าออนไลน์ของตนเอง หรือวางขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม E-Commerce ทั้งในปัจจุบันจำเป็นต้องมีการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เช่น มีการรับประกันสินค้า ให้บริการ

ซ่อมแซมหรือทำความสะอาดฟรี ในขณะเดียวกันเพื่อขยายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นจำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตไปในต่างประเทศร่วมด้วย รัฐควรส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ และการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม ถือเป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้ความสำคัญมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรปรับตัวนำธุรกิจเข้าสู่ระบบมาตรฐานที่มีแนวทางที่สามารถตรวจสอบเส้นทางของอัญมณีและเครื่องประดับได้ เพื่อให้ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้

#### 5.4 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางออนไลน์จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยไม่มีวัตถุดิบ ต้องมีการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศและประเทศที่มีแหล่งวัตถุดิบ ได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม ศรีลังกา ออสเตรเลีย และประเทศในแถบแอฟริกาใต้ ซึ่งเหล่านี้ มีบางประเทศมีนโยบายสงวนวัตถุดิบของตนเองไว้ประสิทธิผลสูงสุด (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2560) ดังนั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนในการหาวัตถุดิบจากประเทศต่าง ๆ เพื่อให้มีการทำธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และแผนงานที่สำคัญ คือ การเตรียมแรงงานให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในทุกๆระดับ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การออกแบบ วิศวกรรมการผลิต ทั้งในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และแรงงานฝีมือในระดับต่าง ๆ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) เนื่องจากเป็นการทำงานที่ต้องใช้เวลาในการทำงาน ดังนั้นควรมีการทบทวนการทำแผนระยะยาวร่วมกันระหว่างภาครัฐ ทั้งกระทรวงศึกษาธิการ สถาบันการศึกษาในระดับต่าง ๆ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

#### 5.5 ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเป็นอุตสาหกรรมเฉพาะกลุ่มที่รู้จักและเพิ่งได้รับ ความสนใจจากกลุ่มคนรุ่นใหม่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจำหน่ายของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงยุคสมัยที่เข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และการแต่งตัวโดยส่วนใหญ่รับวัฒนธรรมมาจากต่างประเทศ จึงส่งผลให้การกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนและแน่นอนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยดังกล่าวไม่สามารถทำได้ กล่าวคือ ไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่าผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจำหน่ายหมายรวมถึง

ผลิตภัณฑ์และช่องทางจำหน่ายใดบ้าง ด้วยเหตุนี้ จึงส่งผลให้ผู้วิจัยต้องเจอกับข้อจำกัดในการศึกษา เรื่องนโยบายส่งเสริมการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยผู้วิจัยไม่สามารถศึกษาการ ส่งเสริมการส่งออกในรายละเอียดในทุก ๆ สินค้า และช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายที่เกี่ยวข้องได้ อย่างครบถ้วน แต่จำเป็นจะต้องเลือกศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่มีการประกอบกิจการแล้ว เท่านั้น ทั้งที่แท้จริงแล้ว ผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจำหน่ายในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ล้วนมี บริบทและเงื่อนไขที่แตกต่างกันออกไป และสมควรได้รับการส่งเสริมที่เหมาะสมโดยเฉพาะเจาะจง

## 5.6 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

5.6.1 ควรสนับสนุนให้มีการศึกษาการวิจัยและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยการนำวัตถุดิบพลอยหรือเพชรสังเคราะห์มาสร้าง เอกลักษณ์ และตราสินค้าให้ผลิตภัณฑ์ไทยสามารถเทียบเท่านานาชาติ

5.6.2 ควรสนับสนุนให้มีการศึกษาเกี่ยวกับตัวชี้วัดความสำเร็จของการบริหารการพัฒนา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย และนำตัวชี้วัดไปทดลองใช้ในการบริหารการพัฒนา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามแผนยุทธศาสตร์เพื่อนำผลการวิจัยมาสร้างเป็น มาตรฐานต่อไป

5.6.3 ควรสนับสนุนให้มีการศึกษานโยบายส่งเสริมการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยแต่ละประเภท อาทิ พลอย เพชร เพชรสังเคราะห์ เป็นต้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิง ลึกในรายละเอียด เนื่องจากแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ล้วนมีบริบทและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการ ส่งเสริมการส่งออกที่แตกต่างกันออกไป





จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## บรรณานุกรม

- (2560), สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. "โครงการพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ Sme." (2560).  
<https://www.sme.go.th/th/cms.php?modulekey=118>.
- (องค์การมหาชน), สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ. โครงการจัดทำยุทธศาสตร์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปี 2565 – 2569. 2564.
- Hall, D.T. . (2002).  
<https://www.scirp.org/%28S%28vtj3fa45qm1ean45vffcz55%29%29/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1824564>.
- McClelland, David C. "Intelligence Is Not the Best Predictor of Job Performance." *Current Directions in Psychological Science* 2, no. 1 (1993): 5-6.  
<https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10770447>.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/1467-8721.ep10770447>.
- Robbins, S. J. . "Mechanisms Underlying Spontaneous Recovery in Autoshaping." *Experimental Psychology: Animal Behavior Processes* 16, no. 3 (1990): 235-49.
- Robbins, Stephen P. "The Theory Z Organization from a Power-Control Perspective." *California Management Review* 25, no. 2 (1983): 67-75.  
<https://doi.org/10.2307/41165006>.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2307/41165006>.
- Smith, Hilda L. "Reason's Disciples: Seventeenth Century English Feminists." *Science and Society* 50, no. 4 (1982): 496-99.
- Steer, BT. "The Bulbing Response to Day Length and Temperature of Some Australasian Cultivars of Onion (<I>Allium Cepa</I> L.)." *Australian Journal of Agricultural Research* 31, no. 3 (1980): 511-18.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1071/AR9800511>.  
<https://www.publish.csiro.au/paper/AR9800511>.
- Valiela, Ivan, James McClelland, Jennifer Hauxwell, Peter J. Behr, Douglas Hersh, and Kenneth Foreman. "Macroalgal Blooms in Shallow Estuaries: Controls and

Ecophysiological and Ecosystem Consequences." *Limnology and Oceanography* 42, no. 5part2 (1997): 1105-18.

[https://doi.org/https://doi.org/10.4319/lo.1997.42.5\\_part\\_2.1105](https://doi.org/https://doi.org/10.4319/lo.1997.42.5_part_2.1105).

[https://aslopubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.4319/lo.1997.42.5\\_part\\_2.1105](https://aslopubs.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.4319/lo.1997.42.5_part_2.1105).

เนาว์วันและคณะ, วันทนา. "โครงการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบางกระสั้น อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา." มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา (2556).

เอกเผ่าพันธุ์, ชนกร. การวางแผนและควบคุมโดยงบประมาณ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธนาเพชร, 2553.

แสนทอง, ณรงค์วิทย์. *Competency* ทำงานกว่าได้ผลดีกว่า. นนทบุรี: ริงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์, 2560. <http://opac.mbu.ac.th/Record/26950>.

จันทร์ฉาย, อัจฉรา. คู่มือการวางแผนกลยุทธ์และการจัดท ำ Bsc: สู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ (*Balanced Scorecard*). 10 vols. Vol. 2550, กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ทีปะपाल, พิบูล ทีปะपाल และ ธนวัฒน์. การเป็นผู้ประกอบการ = *Entrepreneurship*. Vol. 2552, กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์, 2552.

บวรวัฒนา, พิทยา. "ทฤษฎีองค์กรสาธารณะ." กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภากการพิมพ์, 2552.

ลีลาวรรณกุลศิริ, พันธุ์ศักดิ์. "ต่อรอง ตกลง ได้." (2549). <http://thaiextile.org>.

วัฒนาศุโขโชค, ธีรยุทธ. "Entrepreneurship ฤจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายของระบบเศรษฐกิจไทย." *จุฬาลงกรณ์รวิวิ* 12, no. 45 (2542): 65.

ศรีธิ, กัลยา. "การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในการดำเนินงานขององค์กรบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภองาว จังหวัดลำปาง." มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (2553).

ศิริพันธุ์, ศักดา, "กว่าจะมาเป็น Git," 2560, [https://www.git.or.th/git\\_interview01.html](https://www.git.or.th/git_interview01.html).

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. "สรุปผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคล ปีงบประมาณ 2560." (2560).

<https://personnel.ops.moc.go.th/th/content/page/index/id/3991>.

สุคนบารมี, ณัฐวุฒิ. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการส่งออกของไทยในช่วงก่อนและหลังปี 2554. 2558.

อึ้งภากรณ์, สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย. "อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ." (2563).

<https://www.pier.or.th/forums/2020/18/jewelry/>.



แนวทางการสัมภาษณ์เพื่อประกอบการศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของ  
ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณี  
และเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)  
สำหรับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก: เจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ  
(องค์การมหาชน)

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลในการเพิ่มขีดความสามารถของ  
ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและ  
เครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เพื่อใช้ในการวิจัยและงานวิชาการเท่านั้น ข้อมูลที่ได้เป็นถือ  
ความลับ ไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

1. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีการ  
ดำเนินการให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบด้านอัญมณีศาสตร์อย่างไร
2. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีการ  
ดำเนินการให้ความรู้ด้านธุรกิจทองคำอย่างไร
3. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีการ  
ดำเนินการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจและการตลาด ด้านภาษี กฎหมาย และมาตรฐานที่  
เกี่ยวข้องอย่างไร
4. ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานในการเพิ่มขีดความสามารถ  
ผู้ประกอบการของสถาบันวิจัยฯ และส่งผลอย่างไร
5. สถาบันมีแนวทางในการจัดการกับปัจจัยเหล่านี้หรือไม่ เพื่อให้เป้าหมายขององค์กรในการ  
เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการบรรลุผล
6. ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายการเพิ่มขีด  
ความสามารถของผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยได้แก่อะไรบ้าง และ  
ทางสถาบันมีแนวทางในการจัดการกับอุปสรรคและปัญหาอย่างไร
7. จากสภาวะการณ์โลก สภาพแวดล้อมของสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองในปัจจุบัน ท่านคิด  
ว่าผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มขีด  
ความสามารถด้านใดเพิ่มเติมบ้างหรือไม่ อย่างไร
8. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการด้าน  
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยอย่างไรบ้าง

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ศิริณา กาญจนศิริรัตน์
วัน เดือน ปี เกิด	2 เมษายน 2534
สถานที่เกิด	นนทบุรี
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีการศึกษา 2556
ที่อยู่ปัจจุบัน	115/309 หมู่ที่ 3 ตำบลไทรม้า อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY