

การจัดการ การส่งเสริมและบทบาทการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี
Management, Promotion, and Role in the Operation of the Jewelry and Gems
Industry

เงิน เตชะวรบท¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล², อัครมณี สมใจ³ และ วรณนัญญา ขนิษฐบุตร⁴
Ngern Techavorabot¹, Chandej Charoenwiryakul², Akramanee Somjai³
and Wannattha khanitthabud⁴

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3,4}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: s63563827013@ssru.ac.th¹, chandej.ch@ssru.ac.th², akramanee.so@ssru.ac.th³

Received: October 15, 2022

Revised: December 10, 2022

Accepted: December 13, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การจัดการการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี 2) การส่งเสริมการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี และ 3) บทบาทการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณีในกรุงเทพมหานครจำนวน 385 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด 2) การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด และ (3) บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณีอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: เครื่องประดับและอัญมณี, การจัดการ, การส่งเสริม

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the management of jewelry and gemstone industries. 2) the promotion of the jewelry and gems industry; and 3) the role of the jewelry and gems industry. This research is quantitative. The sample group used in this study was 385 jewelry and gemstone entrepreneurs in Bangkok. The instrument used for the research was a questionnaire, descriptive statistics, meaningful analysis, and standard deviation. The results showed that 1) Management of the jewelry and jewelry industry, 2) The promotion of the jewelry

and gems industry at the highest level, and (3) the role in the jewelry and gemstone industry at the highest level.

Keywords: Jewelry and Gem, Management, Promotion

บทนำ

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม 2561 มีมูลค่าเติบโตร้อยละ 1.21 (ลดลงร้อยละ 7.74 ในหน่วยของเงินบาท) หรือมีมูลค่า 7,019.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (221,886.91 ล้านบาท) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2560 ที่มีมูลค่า 6,935.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (240,498.91 ล้านบาท) นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในอันดับที่ 3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.80 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย โดยมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการได้สูงขึ้น ทั้งนี้ หากพิจารณามูลค่าการส่งออกไม่รวมทองคำพบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 4,320.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (136,599.49 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 6.92 (ลดลงร้อยละ 2.31 ในหน่วยของเงินบาท)

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยในปี พ.ศ. 2559 – 2560 มียอดการส่งออกสูงถึงมากกว่า 220 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ อัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศได้มาก ติดอันดับ 1 ใน 5 ของสินค้าจากประเทศไทย และในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ 1 ใน 10 ของโลกเป็นครั้งแรก (อันดับหนึ่งในทวีปเอเชีย) สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องประดับเงิน (อันดับที่ 2 ของโลก) เครื่องประดับทอง (อันดับที่ 13 ของโลก) รวมถึงอัญมณีเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนที่ผ่านการเจียรไน (อันดับที่ 4 และอันดับที่ 2 ของโลก ตามลำดับ) [ข้อมูลจาก สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ได้รับการยอมรับในระดับแนวหน้า ปัจจัยหลักมาจาก คุณภาพการผลิตของช่างฝีมือไทยในการขึ้นรูปเครื่องประดับและการเจียรไน รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพของอัญมณี จึงทำให้อัญมณีจากทั่วโลกถูกนำผ่านเข้าสู่ประเทศไทยเพื่อผ่านกระบวนการพัฒนาและปรับปรุงจนได้เป็นอัญมณีที่สวยงาม จำหน่ายสู่ตลาดโลก ประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านของความสามารถในการผลิตที่หลากหลายของช่างฝีมือที่มีทักษะ มีความปราณีต รวมถึงความสามารถในด้านการออกแบบ (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ, 2561)

จากความสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้รับการกำหนดเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็น โดยสภาวิจัยแห่งชาติ ในปี 2560 โดยมีเป้าประสงค์ 3 ประเด็น ได้แก่ การสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมอัญมณีเครื่องประดับของประเทศให้มี 1) ชิดความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศ 2) ให้มีความพร้อมในการรับรองคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล และ 3) การสร้างแนวทางในการประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ชาวต่างชาติ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี
2. การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี
3. บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

การทบทวนวรรณกรรม

ความรู้ความเข้าใจเครื่องประดับและอัญมณี

เครื่องประดับในความหมายของไทยนั้น แต่เดิมมีคำศัพท์ที่อธิบายความหมายอยู่ 2 คำ คือ คำว่า ศิราภรณ์ หมายถึง เครื่องประดับศีรษะ และ ถนิมพิมพาภรณ์ หมายถึง เครื่องประดับกาย แต่ปัจจุบันมักเรียกรวมๆ ว่า "เครื่องประดับ" อันหมายถึง เครื่องหรือวัตถุที่ผลิตจากวัสดุมีค่า เช่น ทองคำ อัญมณี มีความงดงาม ใช้ในการประดับตกแต่งบนร่างกายมนุษย์ เครื่องประดับของไทยที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันนั้น มีต้นกำเนิดและพัฒนาการที่ยาวนาน ตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงรัตนโกสินทร์ และได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นมา มิใช่เพียงเพื่อเป็นเครื่องหรือวัตถุที่ใช้ตกแต่งร่างกาย หรือเพื่อแสดงทักษะทางฝีมืออันประณีตเท่านั้น แต่ใช้ในการแสดงออกทางด้านจิตใจ ความเชื่อ และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ตนอยู่อาศัยอีกด้วย

ความหมายของเครื่องประดับ ความหมายของเครื่องประดับ มีคำอธิบายได้หลายอย่างขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำเครื่องประดับนั้น ๆ ไปใช้ หรือจุดประสงค์ ที่มีการสร้างสรรค์เครื่องประดับนั้น โดยอาจแบ่งความหมายได้ 3 ประการ ดังนี้

1. ความหมายโดยทั่วไป หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของที่ใช้ประดับตกแต่งร่างกายเพื่อความสวยงาม หรือเพื่อแสดงถึงสถานภาพทางสังคม ทั้งนี้ เครื่องประดับที่ใช้ในแต่ละพื้นที่ย่อมแตกต่างกัน ทั้งในด้านรูปร่างลักษณะ และวัสดุที่ใช้ผลิต โดยมีปัจจัยพื้นฐานมาจากความเชื่อ ศิลปวัฒนธรรม รสนิยม ตลอดจนลักษณะทางภูมิศาสตร์ และการเมืองการปกครองของประเทศหรือดินแดนนั้น ๆ

2. ความหมายในเชิงพาณิชย์ หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของที่ผู้หนึ่งผู้ใดผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้อื่น สำหรับใช้ตกแต่งร่างกาย เครื่องประดับในกลุ่มนี้ จึงมักสร้างขึ้นจากวัสดุที่มีมูลค่า หรือมีรูปลักษณะที่เป็นที่นิยมในสมัยนั้น ๆ และมักมีการผลิตเป็นจำนวนมาก ในระบบอุตสาหกรรม ที่ทำการการค้า เพื่อให้สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น ทั้งนี้ รายละเอียดของการสร้างสรรค์จะแตกต่างไปจากเครื่องประดับในกลุ่มอื่น ๆ เช่น ต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ความสนใจต่อรูปแบบ ณ เวลานั้น ๆ หรือแนวโน้มของสมัยนิยมที่มีผลต่อรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละฤดูกาล ตลอดจนความสะดวกสบายในการสวมใส่ใช้งาน

3. ความหมายในเชิงสร้างสรรค์ และศิลปะ หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อสวมใส่บนร่างกาย โดยมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ต่อจิตใจ สามารถสร้างให้เกิดความรู้สึก และอารมณ์ต่าง ๆ ต่อผู้สวมใส่ หรือผู้ชม ผู้สร้างสรรค์งานเครื่องประดับในกลุ่มนี้ อาจเรียกว่า เป็น "ศิลปิน" มิใช่ "ช่าง" เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อแนวความคิดของผู้สร้างสรรค์ผ่านชิ้นงานเครื่องประดับไปสู่ผู้ชม

ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2550-2554 หากเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกต่อ GDP จะพบว่า มูลค่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีสัดส่วนเฉลี่ยต่อ GDP อยู่ราวร้อยละ 3.45 ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยสูง

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยใน อันดับที่ 4 รองจากอุปกรณ์และส่วนประกอบเครื่อง คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบรถยนต์ และ ยางพารา ในปี 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าการค้าอัญมณี และเครื่องประดับรวมทั้งสิ้น 32,951 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.45 ของมูลค่าการนำเข้ารวม 20,650 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.31 ของมูลค่าการส่งออกรวม 12,301 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.31 ของมูลค่าการนำเข้ารวม และมีจำนวน แรงงานในอุตสาหกรรมกว่า 1.3 ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ 3.31 ของแรงงานทั้งหมดในประเทศ

บทบาทของ SME ในอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ จำนวนสถานประกอบการและการจ้างงาน จากการสำรวจสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ พบว่ามีจำนวนสถานประกอบการ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยทั้งหมด 15,777 แห่ง ร้อยละ 2.41 หรือผู้ประกอบการจำนวน 380 ราย เป็นกิจการขนาดใหญ่ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 97.59 หรือ เป็นจำนวน 15,397 ราย คือ ผู้ประกอบการ SME ปี 2554 GDP ของทั้งประเทศเท่ากับ 10,540 พันล้านบาท โดยเป็น GDP ของภาคการผลิต 4,965 พันล้านบาท และมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด (รวม ทองคำ) คิดเป็นมูลค่าประมาณ 369 พันล้านบาท ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ทิศทางและประมาณการความต้องการแรงงานฝีมือ, กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน, กระทรวงแรงงาน โครงการจัดทำสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณีในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณีในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้ความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการจัดการดำเนิน อุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี และบทบาท ดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณี ในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี และบทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี ซึ่งมีเกณฑ์ค่าเฉลี่ยการแปลผล (Best & Kahn, 1993) ดังนี้

4.50-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
2.50-3.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย
1.00-1.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

ตารางที่ 1 การจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

รายการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. จัดการดำเนิน SME ไทย ให้มีกำลังของอุตสาหกรรมการผลิตส่งผลให้เกิดการความหลากหลายของเครื่องประดับและอัญมณี	4.56	0.42	มากที่สุด
2. จัดการดำเนินวัตถุดิบในเหมืองต่าง ๆ อนุรักษ์เครื่องประดับและอัญมณีใช้เท่าที่จำเป็น	4.80	0.37	มากที่สุด
3. จัดการดำเนินเพิ่มการสั่งซื้อวัตถุดิบเครื่องประดับและอัญมณีจากพ่อค้าเร่และควบคุมการผันผวนของราคาคุณภาพ และปริมาณที่ต่อเนื่อง	4.78	0.48	มากที่สุด
4. จัดการดำเนินด้านเงินลงทุน และทักษะในการถ่ายทอดเทคโนโลยีเครื่องประดับและอัญมณี	4.68	0.32	มากที่สุด
5. จัดการดำเนินพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณีจากภูมิปัญญาชาวบ้านประกอบ	4.60	0.24	มากที่สุด
6. จัดการดำเนินจัดการดำเนินพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณีจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีขั้นต้น	4.57	0.54	มากที่สุด
7. จัดการดำเนินการทำการตลาดเครื่องประดับและอัญมณีออนไลน์ ให้รับการพัฒนาเต็มที่	4.61	0.61	มากที่สุด
8. จัดการดำเนินความรู้เกี่ยวกับเครื่องประดับและอัญมณีโอกาสในตลาดที่มีศักยภาพและกฎระเบียบการค้ากับ ต่างประเทศเข้าสู่ตลาดสากลของธุรกิจ	4.83	0.24	มากที่สุด

รายการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
9. จัดการดำเนินทักษะการออกแบบเครื่องประดับและอัญมณีทันสมัยตอบสนองกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อมากขึ้น	4.74	0.37	มากที่สุด
10. จัดการดำเนินระบบข้อมูลรสนิยมการบริโภคเครื่องประดับและอัญมณีภายในประเทศและนอกประเทศ	4.67	0.51	มากที่สุด
11. จัดการดำเนินระบบข้อมูลให้ผู้ประกอบการตัดสินใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณี	4.82	0.22	มากที่สุด
12. จัดการดำเนินระบบข้อมูลให้ผู้ประกอบการวางกลยุทธ์การค้าเครื่องประดับและอัญมณี	4.64	0.42	มากที่สุด
13. จัดการดำเนินประสานรัฐบาลมีมาตรการด้านภาษี ช่วยเหลืออุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี	4.73	0.43	มากที่สุด
14. จัดการดำเนินระบบเครือข่ายธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกในต่างประเทศได้	4.91	0.37	มากที่สุด
15. จัดการดำเนินเครื่องประดับและอัญมณีทางเครื่องมือเครื่องจักร และเทคโนโลยีขั้นสูงทั้งในกระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานภาพรวมการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี	4.57	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณี มีการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) โดยเรียงลำดับการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณีจากมากไปหาน้อย ดังนี้ จัดการดำเนินระบบเครือข่ายธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกในต่างประเทศได้ ($\bar{X} = 4.91$) จัดการดำเนินความรู้เกี่ยวกับเครื่องประดับและอัญมณีโอกาสในตลาดที่มีศักยภาพและกฎระเบียบการค้ากับ ต่างประเทศเข้าสู่ตลาดสากลของธุรกิจ ($\bar{X} = 4.83$) จัดการดำเนินระบบข้อมูลให้ผู้ประกอบการตัดสินใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.82$) จัดการดำเนินวัตถุดิบในเมืองต่าง ๆ อนุรักษ์เครื่องประดับและอัญมณีใช้เท่าที่จำเป็น ($\bar{X} = 4.80$) จัดการดำเนินเพิ่มการสั่งซื้อวัตถุดิบเครื่องประดับและอัญมณีจากพ่อค้าเร่ และควบคุมการผันผวนของราคาคุณภาพ และปริมาณที่ต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.78$) จัดการดำเนินทักษะการออกแบบเครื่องประดับและอัญมณีทันสมัยตอบสนองกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อมากขึ้น ($\bar{X} = 4.74$) จัดการดำเนินประสานรัฐบาลมีมาตรการด้านภาษี ช่วยเหลืออุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.73$) จัดการดำเนินด้านเงินลงทุน และทักษะในการถ่ายทอดเทคโนโลยีเครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.68$) จัดการดำเนินระบบข้อมูลรสนิยมการบริโภคเครื่องประดับและอัญมณีภายในประเทศและนอกประเทศ ($\bar{X} = 4.67$) จัดการดำเนินเครื่องประดับและอัญมณีทางเครื่องมือเครื่องจักร และเทคโนโลยีขั้นสูงทั้งในกระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.66$) จัดการดำเนินระบบข้อมูลให้ผู้ประกอบการวางกลยุทธ์การค้าเครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.64$) จัดการดำเนินการทำการตลาดเครื่องประดับและอัญมณีออนไลน์ ให้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ ($\bar{X} = 4.61$) จัดการดำเนินพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณีจากภูมิปัญญาชาวบ้านประกอบ ($\bar{X} = 4.60$) จัดการดำเนินจัดการดำเนินพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณีจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีขั้นต้น ($\bar{X} = 4.57$)

และจัดการดำเนิน SME ไทย ให้มีกำลังของอุตสาหกรรมการผลิตส่งผลให้เกิดการความหลากหลายของเครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.56$) ตามลำดับ

การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

ตารางที่ 2 การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

รายการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ส่งเสริมแหล่งแปรรูปสร้างมูลค่าสินค้าเป็นตลาดซื้อขายอัญมณีระดับอุตสาหกรรม	4.53	0.62	มากที่สุด
2. ส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งแปรรูปสร้างมูลค่าสินค้าผู้บริโภค	4.64	0.64	มากที่สุด
3. ส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งวัตถุดิบอัญมณีสำหรับผู้ผลิตในภูมิภาค	4.60	0.40	มากที่สุด
4. ส่งเสริมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงการวางแผนธุรกิจทุกระดับ	4.78	0.62	มากที่สุด
5. ส่งเสริมธุรกิจอย่างพอประมาณหรือสัดส่วนกำไร และยั่งยืนระยะยาว	4.81	0.24	มากที่สุด
6. ส่งเสริมกระจายอุตสาหกรรมเชิงเศรษฐกิจด้วยการผลิตใช้ทรัพยากรอย่างเต็มที่ให้เกิดความมั่งคั่งในเศรษฐกิจ	4.74	0.82	มากที่สุด
7. ส่งเสริมศักยภาพภายในให้สามารถต่อยอดองค์ความรู้ห่วงโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับ	4.82	0.69	มากที่สุด
8. ส่งเสริมความร่วมมือกันด้วยนวัตกรรม องค์ความรู้และเทคโนโลยี	4.52	0.41	มากที่สุด
9. ส่งเสริมการแข่งขันที่ใช้แรงงานไร้ฝีมืออัญมณีและเครื่องประดับ ค่าแรงต่ำให้ก้าวสู่ระดับภูมิภาคต่างประเทศ	4.62	0.53	มากที่สุด
10. ส่งเสริมการสร้างคุณค่านวัตกรรม องค์ความรู้และเทคโนโลยี	4.77	0.82	มากที่สุด
11. ส่งเสริมการปรับตัวอัญมณีและเครื่องประดับให้สอดคล้องกับความท้าทายความเสี่ยงโอกาสอุปสรรคเศรษฐกิจ	4.56	0.69	มากที่สุด
12. ส่งเสริมการยกระดับอัญมณีนำในการการสร้างความสามารถของประเทศไทยในการแข่งขันระดับโลก	4.75	0.70	มากที่สุด
13. ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับต่อยอดไปสู่แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมสาขาอื่นที่มีความสำคัญสำหรับประเทศไทย	4.61	0.78	มากที่สุด
14. ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับการตอบสนองการทำงานจากกลุ่มคนที่ทำงานด้วยกันร่วมกันทำจึงประสบความสำเร็จ	4.84	0.75	มากที่สุด
15. ส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยต้องดำเนินการจัดการความรู้ในองค์กร โดยการสร้างและนำกระบวนการ จัดการความรู้	4.71	0.74	มากที่สุด
ภาพรวมการส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี	4.62	0.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณี มีการส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) โดยเรียงลำดับการส่งเสริมจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับการตอบสนองการทำงานจากกลุ่มคนที่ทำงานด้วยกันร่วมกันทำจึงประสบความสำเร็จ ($\bar{X} = 4.84$) ส่งเสริมศักยภาพภายในให้สามารถต่อยอดองค์ความรู้ห่วงโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 4.82$) ส่งเสริมธุรกิจอย่างพอประมาณหรือสัดส่วนกำไร และยั่งยืนระยะยาว ($\bar{X} = 4.81$) ส่งเสริมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงการวางแผนธุรกิจทุกระดับ ($\bar{X} = 4.78$) ส่งเสริมการสร้างคุณค่านวัตกรรม

องค์ความรู้และเทคโนโลยีอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 4.77$) ส่งเสริมการยกระดับอัญมณีนำในการก่อสร้างความสามารถของประเทศไทยในการแข่งขันระดับโลก ($\bar{X} = 4.75$) ส่งเสริมกระจายอุตสาหกรรมเชิงเศรษฐกิจด้วยการผลิตใช้ทรัพยากรอย่างเต็มที่ให้เกิดความมั่งคั่งในเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.74$) ส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยต้องดำเนินการจัดการความรู้ในองค์กร โดยการสร้างและนำกระบวนการจัดการความรู้ ($\bar{X} = 4.71$) ส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งแปรรูปสร้างมูลค่าสินค้าผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.64$) ส่งเสริมการแข่งขันที่ใช้แรงงานไร้ฝีมืออัญมณีและเครื่องประดับ ค่าแรงต่ำให้ก้าวสู่ระดับภูมิภาคต่างประเทศ ($\bar{X} = 4.62$) ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับต่อยอดไปสู่แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมสาขาอื่นที่มีความสำคัญสำหรับประเทศไทย ($\bar{X} = 4.61$) ส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งวัตถุดิบอัญมณีสำหรับผู้ผลิตในภูมิภาค ($\bar{X} = 4.60$) ส่งเสริมการปรับตัวอัญมณีและเครื่องประดับให้สอดคล้องกับความท้าทายความเสี่ยงโอกาสอุปสรรคเศรษฐกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 4.56$) ส่งเสริมแหล่งแปรรูปสร้างมูลค่าสินค้าเป็นตลาดซื้อขายอัญมณีระดับอุตสาหกรรม ($\bar{X} = 4.53$) และส่งเสริมความร่วมมือกันด้วยนวัตกรรม องค์ความรู้และเทคโนโลยีอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 4.52$) ตามลำดับ

บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

ตารางที่ 3 บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

รายการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ต้องทำหน้าที่เป็นองค์กรในกับรัฐ	4.82	0.24	มากที่สุด
2. ตัวแทนประกอบการทางอุตสาหกรรมภายใน ต่างประเทศ	4.76	0.64	มากที่สุด
3. ทำหน้าที่ในด้านการตลาด การส่งเสริมการลงทุน	4.60	0.52	มากที่สุด
4. ทำหน้าที่เทคโนโลยีการผลิต	4.66	0.64	มากที่สุด
5. ทำหน้าที่การพัฒนาแรงงาน	4.71	0.36	มากที่สุด
6. ทำหน้าที่ส่งเสริม SMEs อย่างจริงจัง	4.51	0.74	มากที่สุด
7. เป็นแกนกลางของภาคเอกชน ภาคการผลิต กับภาครัฐราชการ	4.62	0.52	มากที่สุด
8. เป็นผู้ชี้แนะการดำเนินงานส่งเสริมสนับสนุนพัฒนา SMEs	4.74	0.41	มากที่สุด
9. การแก้ไขปัญหาและการให้บริการประกอบการ SMEs	4.58	0.08	มากที่สุด
10. เร่งรัดการจัดทำฐานข้อมูลประกอบการ SMEs	4.54	0.24	มากที่สุด
11. เป็นประเภทอุตสาหกรรมและรายพื้นที่	4.72	0.62	มากที่สุด
12. เป็นกลไกหลักฟื้นฟูเสริมเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ	4.88	0.72	มากที่สุด
13. กลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนประเทศ	4.78	0.42	มากที่สุด
14. การเป็นฐานรากการพัฒนา SMEs ที่ยั่งยืน	4.68	0.41	มากที่สุด
15. สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม SMEs	4.67	0.46	มากที่สุด
ภาพรวมบทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี	4.70	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณี มีบทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) โดยเรียงลำดับบทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณีจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เป็นกลไกหลักฟื้นฟูเสริมเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

($\bar{X} = 4.88$) ต้องทำหน้าที่เป็นองค์การในกับรัฐ ($\bar{X} = 4.82$) กลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนประเทศ ($\bar{X} = 4.78$) ตัวแทนประกอบการทางอุตสาหกรรมภายใน ต่างประเทศ ($\bar{X} = 4.76$) เป็นผู้ชี้้นำการดำเนินงาน ส่งเสริมสนับสนุนพัฒนา SMEs ($\bar{X} = 4.74$) เป็นประเภทอุตสาหกรรมและรายพื้นที่ ($\bar{X} = 4.72$) ทำหน้าที่การพัฒนาแรงงาน ($\bar{X} = 4.71$) การเป็นฐานรากการพัฒนา SMEs ที่ยั่งยืน ($\bar{X} = 4.68$) สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม SMEs ($\bar{X} = 4.67$) ทำหน้าที่เทคโนโลยีการผลิต ($\bar{X} = 4.66$) เป็นแกนกลางของภาคเอกชน ภาคการผลิต กับภาคราชการ ($\bar{X} = 4.62$) ทำหน้าที่ในด้านการตลาด การส่งเสริมการลงทุน ($\bar{X} = 4.60$) การแก้ไขปัญหา และการให้บริการประกอบการ SMEs ($\bar{X} = 4.58$) เร่งรัดการจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการ SMEs ($\bar{X} = 4.54$) และทำหน้าที่ส่งเสริม SMEs อย่างจริงจัง ($\bar{X} = 4.51$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อันดับที่ 1 จัดการดำเนินระบบเครือข่ายธุรกิจ เครื่องประดับและอัญมณีการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกในต่างประเทศได้ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวรรณ สิริอร่ามสกุล, วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2558) การบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิจัย (1) ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณี สะท้อนสภาพเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่มีข้อจำกัดหลายประการ ปัจจัยที่สนับสนุนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย หลักการบริหารแบบ 4 M และ POSDCORB แนวทางการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยและ แนวทางการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง (2) ปัจจัยที่สนับสนุนการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณี ประกอบด้วย: แนวคิดปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง; หลักการบริหารงาน; การบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย; การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยและ; ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทย (3) แนวทางการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ แนวคิดการบริหารจัดการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียง; แนวคิดพัฒนาอุตสาหกรรม; แนวคิดกระบวนการบริหารPOSDCORB MODEL และ แนวคิดการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์

การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อันดับที่ 1 ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับ การตอบสนองการทำงานจากกลุ่มคนที่ทำงานด้วยกันร่วมกันทำจึงประสบผลสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติศา ศรีโสวรรณ (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อ เครื่องประดับทองและจิวเวลรี่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับทอง และจิวเวลรี่ ของผู้บริโภคที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผล ต่อความพึงพอใจ จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และ ความสะดวกในการ เข้าถึงบริการ ขณะที่ปัจจัยทางลักษณะกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด การติดต่อสื่อสาร และวิธีชำระเงิน ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และหน้าร้าน และปัจจัย ด้านตราयीที่ห่อ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการซื้อ เครื่องประดับทอง และจิวเวลรี่ สำหรับปัจจัยด้าน ลักษณะประชากรศาสตร์ผลการวิจัยพบว่า เพศ ระดับการศึกษา

และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อเครื่องประดับทอง และจิวเวลรี่ที่ไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยคาดว่าประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้ประกอบการจะได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อเครื่องประดับทอง และจิวเวลรี่ของผู้บริโภค เพื่อจะได้ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจ สูงสุดแก่ผู้บริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยของลดา เมฆราตรี และคณะ (2561) การนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ ผลการวิจัย พบว่า นโยบายของภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย อยู่ในระดับปานกลางองค์กรมีการบริหารนโยบายภาครัฐในกรอบแนวคิดพื้นฐานของ TQM อยู่ในระดับปานกลาง การประเมินความเป็นไปได้และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายไปปฏิบัติด้วยการนำหลักของ PDCA มีระดับนโยบายอยู่ในระดับมาก ระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และระดับการนำนโยบายไปปฏิบัติ ในองค์กรพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับการรับรู้ นโยบายภาครัฐ แตกต่างกัน ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระหว่างประเภทของบริษัท อายุของบริษัท ทุนจด ทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวนบุคลากร และคุณสมบัติส่วนใหญ่ของบุคลากร และผลเปรียบเทียบระดับการนำนโยบายไปปฏิบัติตามลักษณะ ข้อมูลของบริษัท พบว่า แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อันดับที่ 1 เป็นกลไกหลักฟื้นฟูเสริมเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศมาพร สัตยสัมพันธ์สกุล (2560) แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านการผลิต ข้อได้เปรียบของไทยที่สำคัญประการหนึ่งคือ ประเทศไทยเป็นแหล่งความรู้ ด้านการพัฒนาคุณภาพอัญมณี มีแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญและมีทักษะที่ดีเยี่ยม อาทิ การเผาพลอย การเจียรไนเพชรและพลอย เป็นต้น ซึ่งทักษะเหล่านี้ได้รับการยอมรับในตลาดโลก อย่างไรก็ดี ประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือ เนื่องจากไม่ใช่อุตสาหกรรมที่คนรุ่นใหม่นิยม รวมถึงมีจำนวนสถาบันการศึกษาระดับอาชีวศึกษาเพียงไม่กี่แห่งที่เปิดสอนในสาขานี้ ทำให้มีกำลังการผลิตบุคลากร ไม่สอดคล้องกับความต้องการด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านอุปสงค์ของตลาด อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยต้องพึ่งพิงตลาดต่างประเทศเป็นหลักโดยเฉพาะคู่ค้าสำคัญอย่าง ฮองกง และสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ดี จากข้อมูลพบว่า กำลังซื้อภายในประเทศมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเครื่องประดับทองและเพชรสะท้อนได้ จากการขยายกิจการของร้านเครื่องประดับต่าง ๆ ภายในห้างสรรพสินค้าทั้งในกรุงเทพมหานคร และเมืองหลักในภูมิภาคต่าง ๆ 3) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนที่เข้มแข็ง อาทิ การผลิตไข่มุก ซึ่งสามารถผลิตได้สวยงาม ทำราคาได้ดี ไม่แพ้ประเทศผู้นำอย่าง จีน และ ญี่ปุ่น อีกทั้ง ธุรกิจสนับสนุน อาทิ ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจแฟชั่น ธุรกิจจัดงานวิวาห์ มีแนวโน้มเติบโตสูงต่อเนื่อง 4) ปัจจัยในด้านกลยุทธ์และการแข่งขัน ปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก โดยเฉพาะกับจีนและอินเดีย ซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตและ การใช้เทคโนโลยีที่มากกว่า ประกอบกับผู้ประกอบการของไทยไม่เน้นการทำตลาดใหม่ มักรอผลิตตามคำสั่งซื้ออีกทั้งขาดการพัฒนา รูปแบบของสินค้าและสร้างตราสินค้าของตนเอง ทำให้ไม่สามารถมูลค่าเพิ่มได้มาก อย่างไรก็ดีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมมีความเข้มแข็งสามารถสร้างความร่วมมือในรูปแบบองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ สมาพันธ์อัญมณี

เครื่องประดับ และโลหะมีค่าแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับดีสามารถผลักดันนโยบาย และมาตรการในระดับประเทศได้ 5) ปัจจัยในด้านนโยบายภาครัฐ รัฐบาลไทยได้เล็งเห็นความสำคัญและมีการพัฒนาอุตสาหกรรมมาอย่างต่อเนื่อง โดยหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีมาตรการเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับหลายหน่วยงาน แต่ยังมีขาดการบูรณาการในการกำหนดนโยบาย ทำให้การสนับสนุนจากทาง ภาครัฐยังไม่ชัดเจน ขาดความต่อเนื่องและไม่ทั่วถึง จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางทางด้าน อัญมณีและเครื่องประดับด้วยปัจจัยสนับสนุนในหลายประการ แต่ต้องมีการกำหนดจุดยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างชัดเจนเพื่อให้อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทยเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง สามารถแข่งขันในตลาดโลก

ข้อเสนอแนะ

1. ภาครัฐควรผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางในการประมวลผลอย เพื่อให้เกิดการหลังไหลของ วัตถุดิบ และมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบ
2. ภาครัฐควรส่งเสริมการลงทุนร่วม ระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public - Private Partnership: PPP) ในการสร้างสถานศึกษาสายอาชีพ ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อส่งเสริมการเรียนการสอนและฝึกอาชีพอย่างครบวงจร
3. ควรมีระบบการรับรองมาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นมาตรฐานสากล รวมทั้งมีการกำหนดตราสินค้าที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อรวมทั้งส่งเสริมในเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนแก่ผู้ประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่ที่เป็น SME อาทิ การเปิดธนาคารเพื่อธุรกิจนี้โดยเฉพาะ รวมถึง ยกเลิกระบบภาษีเงินได้ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยหันมาจัดเก็บภาษีจากยอดขายแทน

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติสรา ศรีโสวรรณ. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อ เครื่องประดับทองและจิวเวลรี่* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลดา เมฆราตรี และคณะ. (2561). การนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 13(1), 57-64.
- ศมาพร สัตยสัมพันธ์สกุล. (2560). *แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย*. โครงการพัฒนานักบริหารการเปลี่ยนแปลงรุ่นใหม่ รุ่นที่ 9 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ผลงานงวดที่ 2 รายงานส่วนบุคคล. 1-96.
- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2561). *อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมุ่งสู่กระแสความยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2564, จาก <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.290.1.0.html>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). *แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ*. ค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2564, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/

สุวรรณ สิริอร่ามสกุล, วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2558). การบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับไทย ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 5(3),128-38.

Best, J. W., & Kahn, J. V. (1993). *Research in education*. Boston: Allyn and Bacon.