

บทความวิจัย (ม.ค. – มิ.ย. 2563)

กลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก

อำพล ฉัตรไชยาภรณ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

รศ.ดร.ปจรรย์ ผลประเสริฐ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

รศ.ดร.เพชร บุตสีทา, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก 2) ศึกษาความต้องการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก 3) พัฒนากลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก 4) ทดลองและประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขั้นตอนที่ 1 แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ขั้นตอนที่ 2 แบบสอบถาม ขั้นตอนที่ 3 การประชุมเชิงปฏิบัติการและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ขั้นตอนที่ 4 คู่มือการทดลองใช้กลยุทธ์และแบบประเมินกลยุทธ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก (1.1) สภาพ การประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก พบว่า ด้านการตลาด ดำเนินการพัฒนารูปแบบสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้มีความทันสมัยและตรงต่อความต้องการของลูกค้าด้านการผลิตมีการพัฒนารูปแบบการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับด้านการเงิน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มีการวางแผนด้านการเงิน ด้านการจัดการองค์กรธุรกิจ มีการวางแผนการจัดการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (1.2) ปัญหาการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก พบว่า ในภาพรวมเป็นปัญหาในระดับ มาก เรียงปัญหารายด้านจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1. ด้านช่องทางการจำหน่าย 2. ด้านผลิตภัณฑ์ 3. ด้านการเงิน 4. ด้านการจัดการองค์กรธุรกิจ 5. ด้านการส่งเสริมการตลาด 6. ด้านราคา (1.3) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก พบว่าปัจจัยภายใน 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านความสามารถในการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการจัดการองค์กร ปัจจัยภายนอก 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสังคมและวัฒนธรรมด้านเศรษฐกิจด้านกฎหมายและการเมืองและด้านเทคโนโลยี

2. ความต้องการของผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตากเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า เหตุผลในการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ มีดังนี้ ซื้อเพื่อใช้เอง สินค้ามีคุณภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการกำหนดราคาและกระบวนการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านการจัดจำหน่าย

3. กลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก ประกอบด้วย 1 วิสัยทัศน์ 4 พันธกิจ 4 เป้าประสงค์ 4 ประเด็นกลยุทธ์ 6 กลยุทธ์ 18 ตัวชี้วัดและ 18 มาตรการ

4. ผลการทดลองใช้และผลการประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก ผลการทดลองใช้กลยุทธ์ พบว่ากลยุทธ์ที่นำไปทดลองใช้ จำนวน 3 กลยุทธ์ คือกลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับกลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาเทคนิคการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับกลยุทธ์ที่ 6 พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับผลการทดลองใช้ สามารถนำไปใช้ดำเนินงานได้จริง โดย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลคู่มือที่สร้างขึ้น ตามตัวชี้วัดกลยุทธ์และผ่านเกณฑ์ตามตัวชี้วัดกลยุทธ์ ได้กำหนดไว้ทุกตัวชี้วัด ผลการประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก พบว่า วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ประเด็นกลยุทธ์ กลยุทธ์ ตัวชี้วัดและ มาตรการ มีความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: กลยุทธ์, การประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

Received: November 10, 2019, Revised November 13, 2019, Accepted November 26, 2019



Strategy for Improving GEM and Jewelry Business in TAK Province

Amphon Chatchaiyalerk ,

Faculty Of Management Science , Kamphaeng Phet Rajabhat University

Assoc.Prof.Dr.Pacharee Phonprasert , Kamphaeng Phet Rajabhat University

Assoc.Prof.Dr.Phetchara Budsritha, Kamphaeng Phet Rajabhat University

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the conditions, the problems and the factors related to gem and jewelry business in Tak Province, 2) to study the customer's need in Tak Province for gem and jewelry marketing mix 3) to develop the strategy for improving gem and jewelry business in Tak Province, 4) to try out and assess the strategy for improving gem and jewelry business in Tak Province. Data collection was classified by the research method. The first step research instrument were a questionnaire and an interview. The second step, the research instrument was a questionnaire. The their step, the research instrument were workshop technique and connoisseurship. The fourth step, the research instruments were strategic implementation manual and assessment form. The data were analyzed using frequency, percentage, means, standard deviation and content analysis.

The research findings were as follows:

1. The conditions, the problems and the factors related to gem and jewelry business in Tak Province were found that

1.1 The condition, to gem and jewelry business in Tak Province was found that the models of gem and jewelry were developed to be modern and meet the customers' needs. Customers' were checked.

1.2 In general, the problem of gem and jewelry business in Tak Province was at the high level. When considering each aspect the highest level were 1) distribution lane 2) product 3) finance 4) business management 5) marketing promotion 6) price.

1.3 The factor related to gem and jewelry business in Tak Province was found that there were 6 internal factors which consisted of organizational structure, service ability, personnels, finance, materials and organizational management. There were 4 external factors which consisted of society and culture, economy, laws and politics and technology.

2.The customers' needs in Tak Province for gem and jewelry marketing mix was found that the reasons for fem and jewelry purchase were one customers' use, good products, co-decision of spouse for selection gem and jewelry, gem and jewelry location in Tak Province. The factors related to making decision of customers' in Tak Province were personnels, pricing and service process, product, physical presentation and distribution.

3.The strategy for improving gem and jewelry business in Tak Province consisted of a vision, 4 missions, 4 goals, 4 strategic items, 6 strategies, 18 standards and 18 indicators.

4. The experiment and the strategic assessment for improving gem and jewelry business in Tak province were as follows: There were 3 strategies for improving gem and jewelry business as follows: The first strategy was increasing entrepreneur's abilities for marketing management consisted of 3 indicators. The third strategy was improving gem and jewelry production technique consisted of 3 indicators. The sixth strategy was improving entrepreneur network consisted of 3 indicators. The strategy could be operated for the performances. The researcher set the manual by considering the strategic indicators and the indicators also passed the set criteria. The strategic assessment for improving gem and jewelry business in Tak Province was found that the vision the missions, the goals, the strategic items, the strategies, the standards and the indicators had the consistency, the appropriateness, the possibility and the utility at the high levels.

Keywords: Strategy , Gem and Jewelry business

คำขอบคุณ: งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร



บทนำ

สินค้าในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับนับเป็นสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย มาเป็นเวลายาวนาน ในฐานะที่เป็นแหล่งอัญมณีที่มีคุณภาพรวมทั้งภูมิปัญญาและมีฝีมือในการเจียระไนพลอย ตลอดจนการรังสรรค์เครื่องประดับได้อย่างประณีตสวยงามทรงคุณค่าเป็นที่ยอมรับของตลาดโลกอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทย มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2550 - 2554 มูลค่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับสัดส่วนเฉลี่ยต่อ GDP ร้อยละ 3.45 ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยสูง อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยในอันดับที่ 4 รองจากอุปกรณ์และส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบรถยนต์ และยางพาราในปี 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกรวม 12,301 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 393,000 ล้านบาท มีแรงงานในอุตสาหกรรมนี้กว่า 1.3 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.31 ของแรงงานทั้งหมดในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557)

การส่งออกเครื่องประดับของไทยในปี 2557 มีแนวโน้มขยายตัวได้เพิ่มขึ้นในแนวกว โดยมีการจับจ่ายหมุนจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลักของไทยที่กำลังฟื้นตัวขึ้นเป็นลำดับตั้งแต่ช่วงปลายปี 2556 ที่ผ่านมามีแนวโน้มจะกลับมาขยายตัวได้ดีผู้ส่งออกไทยจึงควรปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านการผลิตและการตลาดเพื่อหาช่องทางในการรักษาฐานการส่งออกในตลาดเดิมและแสวงหาโอกาสเพิ่มมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดใหม่ที่มีศักยภาพมากขึ้น โดยเน้นการออกแบบสินค้าดีไซน์ใหม่ ๆ ในเชิงสร้างสรรค์ด้วยคุณภาพการผลิตที่มีมาตรฐาน ให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า รวมถึงการสร้างคุณค่าและการรับรู้ผ่านแบรนด์สินค้าของตน ตลอดจนสร้างโอกาสทางธุรกิจผ่านช่องทางต่าง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางอินเตอร์เน็ตหรือสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ได้ง่ายขึ้นซึ่งจะช่วยให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในวงกว้าง แนวทางเหล่านี้ น่าจะเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับแท้ของไทยในปีนี้ได้ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2557)

ภาพรวมการผลิตและการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดอาเซียน มีโอกาสที่ดีรออยู่ข้างหน้าและด้วยขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยที่เหนือกว่าประเทศสมาชิกอื่นๆ หากแต่ในความเป็นจริงแล้ว ตลาดอาเซียนยังมีความท้าทายนานัปการที่ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องเรียนรู้และเตรียมตัวให้พร้อมเผชิญหน้าและฝ่าฟัน การเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ถือเป็นอุปสรรคทางการค้าที่บั่นทอนขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของสินค้าไทยความสำเร็จนั้นจะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงไรก็ขึ้นอยู่กับระดับความพร้อมของผู้ประกอบการแต่ละรายเป็นสำคัญอุตสาหกรรมพลอยสีนั้น พม่าเป็นประเทศที่ควรได้รับการจับตามองมากเป็นพิเศษ เพราะนอกจากจะเป็นแหล่งวัตถุดิบทับทิมคุณภาพดีสำหรับป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมของไทยแล้ว ผู้ประกอบการไทยยังมีโอกาสในการสร้างความร่วมมือด้านการเจียระไนอัญมณีกับผู้ประกอบการท้องถิ่นพม่า หรืออาจเลือกที่จะเข้าไปลงทุนตั้งฐาน การเจียระไนพลอยในพม่าได้ด้วย นอกเหนือจากในปัจจุบันที่แรงงานพม่ามักเดินทางข้ามแดนมารับจ้างเจียระไนพลอยสีให้กับผู้ประกอบการไทยที่เปิดกิจการอยู่ตามแนวตะเข็บชายแดน เช่น ที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย และที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นต้น

จังหวัดตากเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือตอนล่างที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศพม่าและอยู่ในแนวทางเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East - West Economic Corridor) สามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศพม่าและกลุ่มประเทศเอเชียใต้ หรือเชื่อมโยงไปยังลาวและเวียดนามใต้ได้ โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอแม่สอดมีจุดผ่านแดนถาวรที่สะพานมิตรภาพไทยพม่ารัฐบาลไทยมีนโยบายจัดตั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอแม่สอดยังเป็นตลาดนำเข้าพลอย ที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีการค้าและการนำเข้าอัญมณีจากต่างประเทศลำดับต้น ๆ เพราะมีการค้า การเจียระไน การเผาพลอย การทำตัวเรือน อยู่ครบวงจร ส่วนในตัวอำเภอเมืองตาก มีผู้จำหน่ายเครื่องประดับและผลิตทำตัวเรือนอยู่ประมาณ 10 แห่งสถานการณ์ตลาดพลอยในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีการนำเข้าอัญมณีน้อยลง (เรขา ธงวัช, 2550) และผู้ประกอบการยังอยู่ในธุรกิจระดับขนาดกลางและขนาดย่อม อีกทั้ง การสนับสนุนของทางราชการยังไม่สอดคล้องและไม่

ต่อเนื่อง ไม่เพียงพอที่จะทำให้ยอดขายจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มขึ้น (จักรกฤษณ์ ดวงพิสดรา, 2554) โดยเฉพาะความเชื่อถือจากผู้ซื้อ ผู้วิจัยเห็นว่าการสร้างกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก จะสามารถทำให้กิจการของผู้ประกอบการมีความมั่นคง ได้รับความไว้วางใจ จากผู้ซื้อ สามารถขยายการผลิตและจำหน่ายในระดับสากลมากยิ่งขึ้นอีกทั้งแผน กลยุทธ์จะสามารถทำให้ภาครัฐมองเห็นปัญหาชัดเจนมากขึ้น สามารถให้การสนับสนุนกลุ่มธุรกิจประเภทนี้ได้อย่างตรงประเด็น สามารถสร้างงานและรายได้ให้กับประชาชนในจังหวัดตาก ที่ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับรวมถึงเป็นพื้นฐานในการสร้าง ความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

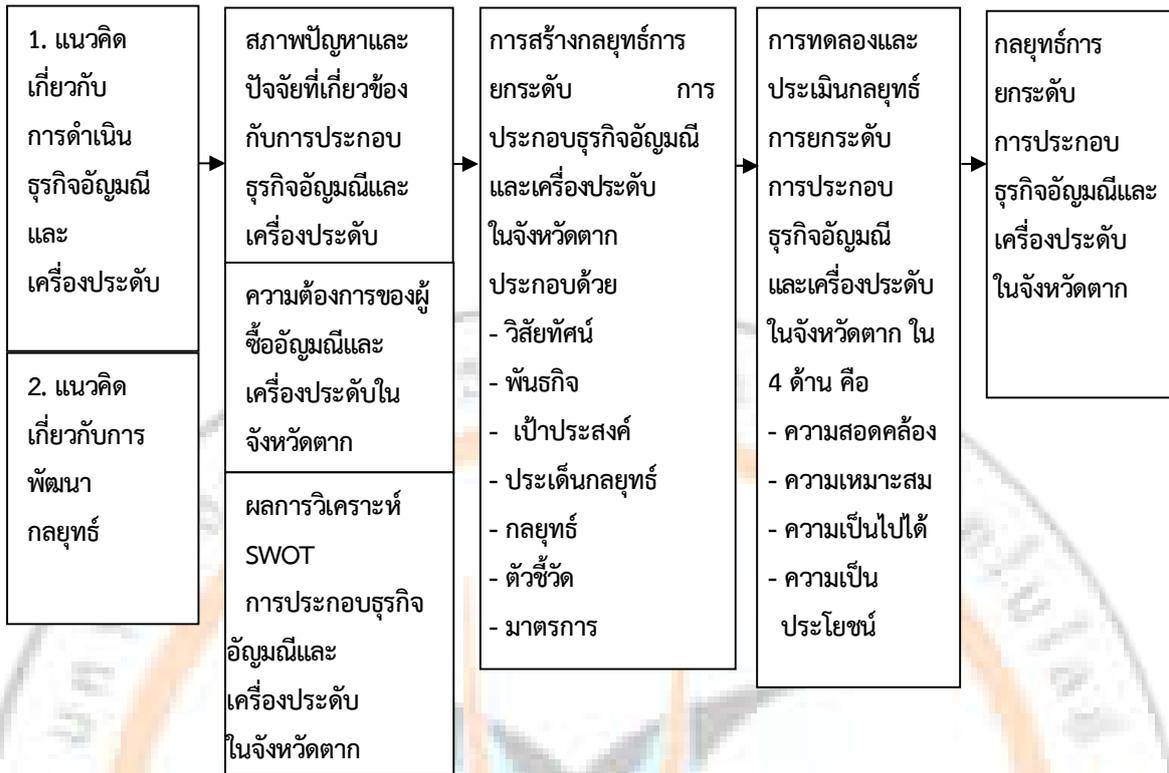
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาความต้องการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก
3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก
4. เพื่อทดลองและประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก

ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาสภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก 1.1 โดยแบบสอบถาม 1.2 โดยการสัมภาษณ์
2. การศึกษาความต้องการเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก โดยแบบสอบถาม
3. การพัฒนากลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก
 - 3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของการทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ
 - 3.2 การจัดทำร่างกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ
 - 3.3 การตรวจสอบร่างกลยุทธ์ยกระดับมาตรฐานการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ
4. การทดลองใช้และประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก
 - 4.1 การทดลองใช้กลยุทธ์
 - 4.2 การประเมินกลยุทธ์โดยใช้แบบประเมินกลยุทธ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัจฉริยะ และเครื่องประดับในจังหวัดตาก

ตอนที่ 1.1 การศึกษาสภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัจฉริยะและเครื่องประดับใน จังหวัดตาก โดยแบบสอบถามการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจอัจฉริยะและเครื่องประดับในจังหวัดตาก จำนวน 173 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 1.2 การศึกษาสภาพ ปัญหาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ อัจฉริยะและ เครื่องประดับในจังหวัดตาก โดยการสัมภาษณ์การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบธุรกิจอัจฉริยะและเครื่องประดับในจังหวัด ตาก จำนวน 15 คน วิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ และวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาความต้องการของผู้ซื้ออัจฉริยะและเครื่องประดับในจังหวัดตากเกี่ยวกับส่วนประสมทาง การตลาดอัจฉริยะและเครื่องประดับโดยใช้แบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้ออัจฉริยะและเครื่องประดับในจังหวัด ตากจำนวน 400 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 3 กลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัจฉริยะและเครื่องประดับในจังหวัดตาก

ตอนที่ 3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของ การประกอบธุรกิจอัจฉริยะและเครื่องประดับในจังหวัดตากในด้านจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค โดยการประชุมเชิง ปฏิบัติการมีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 16 คน

ตอนที่ 3.2 การจัดทำร่างกลยุทธ์ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ประเด็นกลยุทธ์ กลยุทธ์ ตัวชี้วัดและมาตรการโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 13 คน

ตอนที่ 3.3 การตรวจสอบร่างกลยุทธ์โดยการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมสัมมนา ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน

9 คน

ขั้นตอนที่ 4 การทดลองใช้และประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก

ตอนที่ 4.1 การทดลองใช้กลยุทธ์ผู้วิจัยเลือกผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก จำนวน 5 รายสำหรับทดลองใช้กลยุทธ์ โดยมีคู่มือการทดลองใช้กลยุทธ์

ตอนที่ 4.2 การประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 24คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. สภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก
 - 1.1 สภาพการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก
 - 1.1.1 ด้านการตลาด พบว่า มีการพัฒนารูปแบบสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ให้มีความทันสมัยและตรงต่อความต้องการของลูกค้ามีการสอบถามความต้องการของ
 - 1.1.2 ด้านการผลิตพบว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้มีการพัฒนาอุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีการพัฒนารูปแบบการผลิตให้มีคุณภาพ
 - 1.1.3 ด้านการเงิน พบว่า ส่วนใหญ่การวางแผนด้านการเงิน โดยสำรองเงินทุน
 - 1.1.4 ด้านการจัดการองค์กรธุรกิจพบว่า มีการวางแผนการจัดการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีการตั้งเป้าหมายการจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ
 - 1.2 ปัญหาการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก
 - 1.2.1 ด้านการตลาด ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก
 - 1.2.2 ด้านการผลิต ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง
 - 1.2.3 ด้านการเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก
 - 1.2.4 การองค์กรธุรกิจพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง
 - 1.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก
 - 1.3.1 ปัจจัยภายในด้านโครงสร้างองค์กร ด้านความสามารถในการให้บริการด้านบุคลากรด้านการเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ด้านการจัดองค์กร
 - 1.3.2 ปัจจัยภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจด้านกฎหมายและการเมือง ด้านเทคโนโลยี
- ตอนที่ 1.4 ผลการศึกษาสภาพ ปัญหา ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากโดยใช้แบบสัมภาษณ์
 - 1.4.1 ผลการศึกษาสภาพ ด้านการตลาดด้านราคาช่องทางการจำหน่าย ด้านส่งเสริมการค้าด้านการผลิตด้านการจัดการธุรกิจ
 - 1.4.2 ผลการศึกษาปัญหา การประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากโดยใช้แบบสัมภาษณ์ด้านผลิตภัณฑ์ช่องทางการจำหน่ายด้านส่งเสริมการค้าด้านการผลิตด้านการเงิน ด้านการจัดการองค์กรธุรกิจ
 - 1.4.3 ผลการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ปัจจัยภายในด้านโครงสร้างองค์กร ด้านความสามารถในการให้บริการด้านบุคลากรด้านการเงินด้านวัสดุอุปกรณ์ด้านการจัดองค์กร ปัจจัยภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจด้านกฎหมายและการเมือง ด้านเทคโนโลยี

ขั้นตอนที่ 2 ผลการศึกษาความต้องการของผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก

การศึกษา จากผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก จำนวน 400 คนพบว่า เหตุผลในการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนใหญ่ ซื้อเพื่อใช้เอง รองลงมา ซื้อเป็นของขวัญให้คนอื่นเหตุผลในการเลือกร้านค้าที่จำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากส่วนใหญ่สินค้ามีคุณภาพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากใน

ภาพรวม พบว่า ภาพรวมในระดับมาก

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนากลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก สรุปได้ดังนี้
วิสัยทัศน์

ยกระดับความสามารถของผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากสู่ตลาดอาเซียน
พันธกิจ

1. พัฒนาระบบจัดการการตลาดให้มีประสิทธิภาพ
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับให้มีมาตรฐาน
3. ส่งเสริมความสามารถในการจัดการการเงิน ของผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
4. จัดการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้มีคุณภาพ

เป้าประสงค์

1. จัดการ การตลาดธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้มีประสิทธิภาพ
2. กระบวนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับมีมาตรฐาน
3. ระบบการจัดการเงินที่เหมาะสมและคุ้มค่า
4. ระบบการจัดการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีมาตรฐาน

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับเข้าสู่ตลาดอาเซียน

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการการตลาดการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ตัวชี้วัด 1. มีผู้นำที่ด้านการตลาดโดยตรงอย่างน้อย ธุรกิจละ 1 คน

2. การส่งสินค้าเข้าสู่ตลาดของประเทศสมาชิกอาเซียน

มาตรการ 1. ส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าโดยภาครัฐ 2. กระตุ้นการส่งออกโดยร่วมมือกันระหว่าง

ภาครัฐกับเอกชน 3. สนับสนุนการอบรมเพิ่มทักษะการจัดการตลาดโดยภาครัฐ

กลยุทธ์ที่ 2 สร้างภาพลักษณ์ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ตัวชี้วัด 1. ร้อยละ 80 ของผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ สามารถออกไปรับรองสินค้าได้ 2.

ร้อยละ 80 ของผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีภาพลักษณ์ที่ดีในการประกอบธุรกิจ

มาตรการ 1. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการออกไปรับรองสินค้าให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 2. อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

3. การสร้างตราสินค้าคุณภาพ 4. สร้างจรรยาบรรณของประเด็นกลยุทธ์ที่ 2 ควบคุมกระบวนการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้ได้มาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาเทคนิคการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

ตัวชี้วัด 1. ร้อยละ 90 ของช่างฝีมือในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ได้รับการรับรองจากกรมฝีมือ

แรงงาน 2. ร้อยละ 80 ของกระบวนการผลิตสินค้าในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ได้รับการรับรองจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

มาตรการ1. ภาครัฐให้การสนับสนุนในการพัฒนาช่างฝีมือ2. ภาครัฐให้การสนับสนุนการรับรองรับกระบวนการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐาน3. ภาครัฐสนับสนุนการนำเข้าอัญมณีจากประเทศพม่า

ประเด็นกลยุทธ์ที่3จัดหาแหล่งทุนและใช้เงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 4 จัดหาแหล่งทุนที่มีความมั่นคงสำหรับผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ตัวชี้วัด1. ร้อยละ80 ของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้2. จำนวนเงินลงทุนที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

มาตรการ 1. จัดหาแหล่งทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำ 2. จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับ การจัดการด้านการเงิน แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ3. สร้างเสริมวินัยทางการเงินให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ประเด็นกลยุทธ์ที่4พัฒนาระบบการจัดการองค์กรธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ให้มีคุณภาพ

กลยุทธ์ที่5 ส่งเสริมการจัดการองค์กรธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้มีคุณภาพ

ตัวชี้วัด 1. ร้อยละ90 ของบุคลากรในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการธุรกิจ2. ร้อยละ 80 ของบุคลากรในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับสามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ3. ร้อยละ 60 ของบุคลากรในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

มาตรการ1. พัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจให้กับบุคลากรในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 2. พัฒนาทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ให้กับบุคลากรในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ3. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านของธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ4. สร้างระบบการจัดการองค์กรธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ตามมาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ 6พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ตัวชี้วัด1. จำนวนเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในระดับชาติอย่างน้อย 3 เครือข่าย2. มีสมาคมผู้ประกอบการ อัญมณีและเครื่องประดับ อย่างน้อย 2 สมาคม3.มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับอย่างน้อยปีละ2ครั้ง

มาตรการ1. สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในระดับชาติ2. จัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ3. จัดกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ขั้นตอนที่ 4 การทดลองใช้และประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก

ตอนที่ 4.1ผู้วิจัยได้ทำการทดลองใช้กลยุทธ์ จำนวน 3กลยุทธ์โดยดำเนินการดังนี้ สร้างคู่มือการทดลองใช้ กำหนดร้านผู้ประกอบการที่เป็นแหล่งข้อมูลในการทดลองใช้กลยุทธ์ จำนวน 5 ร้าน กำหนดจำนวนกลยุทธ์ที่ใช้ทำการทดลอง จำนวน 3 กลยุทธ์

ตอนที่ 4.2 ผลการประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก ในด้านความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ประเด็นกลยุทธ์ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของกลยุทธ์ทั้ง 6 กลยุทธ์ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของตัวชี้วัด ทั้ง 14 ตัวชี้วัด และมาตรการ 20 มาตรการ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ใน ระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก ที่นำเสนอข้างต้น ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลใน4 ประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์ ของการวิจัยดังนี้

1. สภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก อภิปรายผลตามประเด็นได้ดังนี้

1.1 สภาพการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าด้านการเงิน มีสภาพการดำเนินงานสูงสุดทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการวางแผนด้านการเงินการสำรองเงินทุนและการจัดสรรเงินทุนเพื่อใช้ในกิจการ

1.2 ปัญหาการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าด้านการตลาด เป็นปัญหาสูงสุดทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าอัญมณีและเครื่องประดับมีน้อยประเภทให้เลือกซื้อ เช่น แหวน สร้อยคอ สร้อยข้อมือการกระจายเครือข่ายจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีน้อยเกินไป รูปแบบของสินค้ายังขาดความสวยงาม ไม่ค่อยทันสมัย ไม่สะดวกต่อการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ น้อยเกินไปอัญมณีและเครื่องประดับมีน้อยชนิดให้เลือกซื้อ เช่น ทับทิม หยกลูกแก้วไม่ค่อยเชื่อมั่นในตัวสินค้า

1.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก

1.3.1 ปัจจัยภายในพบว่า ด้านการเงิน เป็นปัจจัยสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าจำนวนทุนสำรองขององค์กรสภาพคล่องทางการเงินขององค์กรความน่าเชื่อถือทางการเงินขององค์กร

1.3.2 ปัจจัยภายนอกพบว่า ด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเศรษฐกิจเป็นตัวขับเคลื่อนในการค้าขายสินค้าอัญมณีซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มฟุ่มเฟือย

1.4.3 ผลการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากโดยใช้แบบสัมภาษณ์

1.4.3.1 ปัจจัยภายใน การจัดการทางการตลาดและการจัดการร้านค้ามีผลต่อการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก มีความสามารถในการจัดการส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่อง โดยมีกำไรจากการประกอบธุรกิจ

1.4.3.2 ปัจจัยภายนอก การเพิ่มของจำนวนประชากร มีความเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ พฤติกรรมการซื้อมีความเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ บางรายมีความเห็นว่าลูกค้าชอบซื้อของราคาถูก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากมีความสามารถในการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจสังคมการเมือง ได้เป็นอย่างดี

2. ผลการศึกษาความต้องการของผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากการศึกษาความต้องการของผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก จากผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก พบว่า เหตุผลในการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนใหญ่ ซื้อเพื่อใช้เอง รองลงมา ซื้อเป็นของขวัญให้คนอื่นทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดตาก มีการจัดเตรียมสินค้าและพัฒนาบุคลากรทั้งช่างฝีมือ

3. ผลการพัฒนากลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก มี วิสัยทัศน์ 4 พันธกิจ 4 เป้าประสงค์ 4 ประเด็นกลยุทธ์ 6 กลยุทธ์ สรุปได้ดังนี้

3.1 ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมการตลาดอัญมณีและเครื่องประดับเข้าสู่ตลาดอาเซียนประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการตลาดการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับกลยุทธ์นี้มีความสำคัญเพราะว่า การจัดการการตลาดส่งผลให้การประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ สามารถทำกำไรได้และมีการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

3.2 ประเด็นกลยุทธ์ที่ 2 ควบคุมกระบวนการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้ได้มาตรฐานประกอบด้วย 1 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาเทคนิคการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับกลยุทธ์นี้มีความสำคัญเพราะว่า

กระบวนการผลิตที่มีการตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลผลิตหรือสินค้าที่มีคุณภาพ จะส่งผลให้การประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ประสบความสำเร็จ

3.3 ประเด็นกลยุทธ์ที่ 3 จัดหาแหล่งทุนและใช้เงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพประกอบด้วย 1 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 4 จัดหาแหล่งทุนที่มีความมั่นคงสำหรับผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับกลยุทธ์นี้มีความสำคัญเพราะว่า แหล่งทุน เป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ การมีแหล่งทุนที่มั่นคงย่อมส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ

3.4 ประเด็นกลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาระบบการจัดการองค์ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ให้มีคุณภาพประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ได้แก่กลยุทธ์ที่ 5 ส่งเสริมการจัดการองค์ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้มีคุณภาพกลยุทธ์นี้มีความสำคัญเพราะว่า การจัดการองค์ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้มีคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

4. ทดลองใช้และประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากแบ่งออกเป็น 2 ตอนย่อย ดังนี้

4.1 การทดลองใช้กลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากผู้วิจัยได้ทำการทดลองใช้กลยุทธ์จำนวน 3 กลยุทธ์ดำเนินการดังนี้ สร้างคู่มือการทดลองใช้ กำหนดร้านผู้ประกอบการที่เป็นแหล่งข้อมูลในการทดลองใช้กลยุทธ์ จำนวน 5 ร้าน กำหนดจำนวนกลยุทธ์ที่ใช้ทำการทดลอง จำนวน 3 กลยุทธ์ทำการประชุมชี้แจงก่อนดำเนินการทดลองใช้กลยุทธ์ ซึ่งจากการสรุปผลการทดลองใช้กลยุทธ์ปรากฏว่า กลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตากที่นำไปทดลองใช้ จำนวน 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับมี 3 ตัวชี้วัดกลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาเทคนิคการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมี 3 ตัวชี้วัด กลยุทธ์ที่ 6 พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับมี 3 ตัวชี้วัด ผลการทดลองใช้ สามารถนำไปใช้ดำเนินงานได้จริง โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามเครื่องมือ ที่สร้างขึ้นตามตัวชี้วัดกลยุทธ์และผ่านเกณฑ์ตามที่ตัวชี้วัดกลยุทธ์ได้กำหนดไว้ทุกตัวชี้วัดทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้วิจัยและผู้ประกอบการได้มีการสื่อสารถึงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และแบบเก็บรวบรวมข้อมูลค่อนข้างสะดวกต่อการใช้งาน

4.2 ผลการประเมินกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

4.2.1 ผลการประเมินความสอดคล้องของกลยุทธ์การยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก โดยภาพรวมพบว่า องค์ประกอบต่างๆ ของกลยุทธ์ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ประเด็นกลยุทธ์ กลยุทธ์ ตัวชี้วัด และมาตรการมีความสอดคล้องในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การดำเนินการพัฒนาการยกระดับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตาก เป็นไปตามหลักทางวิชาการเริ่มตั้งแต่การศึกษาสภาพ ปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์การสอบถามความต้องการของผู้ซื้อ การวิเคราะห์ SWOT ตลอดจนถึงการยกร่างกลยุทธ์ และการตรวจสอบร่างกลยุทธ์ จึงส่งผลให้ องค์ประกอบของกลยุทธ์มีความสอดคล้องกันในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ควรศึกษาองค์ประกอบของ

กลยุทธ์และให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการตลาดการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อเป็นการพัฒนากลยุทธ์ในการขายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

1.2 ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของธุรกิจควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์สร้างภาพลักษณ์ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ตรงความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 คว้าศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลการดำเนินงานของธุรกิจอัญมณี

และเครื่องประดับในประเทศไทยในแต่ละด้านเพื่อให้บริษัทสามารถนำปัญหาและอุปสรรคไปปรับปรุงแก้ไขได้ตรงประเด็นเพื่อพัฒนาบริษัทต่อไป

2.2 คว้าศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่มีใช้ผลการดำเนินงานเช่นความได้เปรียบทางการแข่งขันคุณภาพในการบริหารงานและประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นต้นเพื่อเป็นการวัดผลงานในด้านต่างของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. (2554). การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย.

กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรขา ธงรัช (2550). กลยุทธ์การบริหารปัจจัยการผลิตอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก.

กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ.(องค์การมหาชน) (สวอ.). ทิศทางเครื่องประดับและอัญมณี ปี2557.

ออนไลน์. [2557, มิถุนายน 14]

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. ออนไลน์. สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต, <http://www.sme.go.th> [2557, มกราคม 14].

