

การนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ

ลดา เมฆราตรี^{1*} ไชยา ยัมวิไล² สุรัชย์ ศิริไกร³ สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อสังเคราะห์นโยบายของภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย 2. ศึกษาการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ 3. ศึกษาแนวทางการบริหารนโยบายการสนับสนุน 4. ประเมินความเป็นไปได้ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ประชากรในการศึกษา คือองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจำนวน 250 สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ และแบบเจาะจงจำนวน 25 คน สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด และ แบบสัมภาษณ์จำนวน 3 ฉบับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือการสังเคราะห์นโยบายและวิเคราะห์เนื้อหา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณคือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน แบบทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า นโยบายของภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย อยู่ในระดับปานกลางองค์กรมีการบริหารนโยบายภาครัฐในกรอบแนวคิดพื้นฐานของ TQM อยู่ในระดับปานกลาง การประเมินความเป็นไปได้และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายไปปฏิบัติด้วยการนำหลักของ PDCA มีระดับนโยบายอยู่ในระดับมาก ระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และระดับการนำนโยบายไปปฏิบัติในองค์กรพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับการรับรู้นโยบายภาครัฐ แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระหว่างประเภทของบริษัท อายุของบริษัททุนจดทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวนบุคลากร และคุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร และผลเปรียบเทียบระดับการนำนโยบายไปปฏิบัติตามลักษณะข้อมูลของบริษัท พบว่า แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ, นโยบายของภาครัฐ, TQM

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

² อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

³ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

*ผู้นิพนธ์หลัก e-mail: pirapol_gong@hotmail.com

THE IMPLEMENTATION OF POLICY SUPPORTING THAI GEMS AND JEWELRY INDUSTRY

Lada Mekratree^{1*} Chaia Yimwilai² Surachai Sirikrai³
Somjai Phagaphasvivat⁴

Abstract

This research has the following objectives 1) to study to synthesize government policies towards the support of Thai gem and jewelry business. 2) to study on the implementation of policies to support Thai gem and jewelry industry 3) to study guideline for management policies supporting 4) to assess the feasibility and policy implications of adopting industrial business support policies to perform. The study population, a group of gem exporter is total of 25 questionnaires. Three interviews were used as a tool to collect data to study a sample of 250 companies. The statistics used in qualitative data analysis are policy synthesis and content analysis statistics used in quantitative data analysis, with an arithmetic mean, percentage standard deviation, one-way analysis of variance. The results are summarized as followings: the research found that Government policies on supporting gems and jewelry business are at a moderate level. The organization has government policies in support of the Thai gem and jewelry industry. The basic concept of TQM is in the medium level. Feasibility Assessment and Policy Recommendations. The main implementation of the PDCA to evaluate government policies has a very high level. The level of perception of entrepreneurs is moderate in all six aspects. The level of support in the organization is moderate. The results of a comparative study on the level of public policy perception are statistically significant at the 0.05 significant level between the company's category, company's age, registered capital, average monthly income, number of personnel, and most qualifications of personnel and comparative study results. The level of policy implementation to follow the company profile. is found that the difference is statistically significant at 0.05 level

Keywords : Jewelry Industry, Policy Supporting, TQM

¹ Doctor of Philosophy Program in Public Administration, Sripatum University

² Philosophy Program in Public Administration, Sripatum University

³ Philosophy Program in Public Administration, Sripatum University

⁴ Philosophy Program in Public Administration, Sripatum University

* Corresponding author, e-mail: pirapol_gong@hotmail.com

บทนำ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการค้า การจ้างงาน การสร้างมูลค่าเพิ่ม การยกระดับความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจผลิตสินค้าและบริการเกี่ยวเนื่องจำนวนมาก เช่น การค้าเครื่องประดับ ช่างทอง ช่างทำเครื่องประดับ ธุรกิจเครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต บรรจภัณฑ์ สถาบันสอนและฝึกอบรม กิจกรรมการตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับธุรกิจออกแบบและแฟชั่น และผู้นำเข้า/ส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีเกิน ร้อยละ 10 ขณะเดียวกันไทยได้รับการยอมรับจากนานาชาติในฐานะเป็นศูนย์กลางเจียระไนอัญมณีที่สำคัญของโลก โดยอัญมณีและเครื่องประดับประเภทสินค้าที่ส่งออกมากได้แก่ ทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป เครื่องประดับทองคำ เครื่องประดับเงิน เพชร พลอย และเครื่องประดับเทียม (synthetic jewelry) และไทยยังได้รับการจัดอันดับให้เป็นลำดับที่ 12 ของโลกตลาดหลักที่ไทยส่งออกมากและมีสัดส่วน 3 ใน 4 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ฮองกง สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย (สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, 2555)

แนวโน้มธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในปี 2557 ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าจากสัญญาณทางเศรษฐกิจคู่ค้าหลักที่มีพัฒนาการที่ดีขึ้นตามลำดับ น่าจะส่งผลให้ภาพรวมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีโอกาสขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลัก ได้แก่ สัญญาณทางเศรษฐกิจคู่ค้าหลักที่มีพัฒนาการในเชิงบวกมากขึ้น ที่น่าจะรักษาเส้นทางการฟื้นตัวอย่างมีเสถียรภาพมากขึ้น จนนำมาสู่การทยอยทยอยออกจากมาตรการผ่อนคลายนเชิงปริมาณอย่างมาก (QE) ของธนาคารกลางสหรัฐฯ ในลักษณะที่ค่อยเป็นค่อยไป เศรษฐกิจยูโรโซนที่ก้าวผ่านภาวะถดถอยรวมไปถึงเศรษฐกิจจีนและญี่ปุ่นที่โดยรวมเริ่มทยอยฟื้นตัวและน่าจะมีเสถียรภาพมากขึ้นตามลำดับ ปัจจัยเหล่านี้ น่าจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีมุมมองต่อเศรษฐกิจในเชิงลบน้อยลง และกำลังซื้อภาคประชาชนน่าจะฟื้นตัวดีขึ้นในช่วงปี 2557 โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงและหรือไม่อ่อนไหวมากนักต่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกลุ่มผู้บริโภคอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าเพื่อการลงทุน หรือสินค้าที่สร้างบุคลิกภาพ/คุณค่าทางจิตใจมากกว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย การสนับสนุนผลักดันการส่งออกจากภาครัฐในฐานะ Product Champion ในตลาดสำคัญปี 2557 อัญมณีและเครื่องประดับเข้าข่ายเป็นกลุ่มสินค้าที่ทางการให้การสนับสนุนด้วยการตั้งเป้าหมายเป็นหนึ่งใน Product Champion สำหรับการส่งออกไปตลาดสหรัฐฯ และเอเชียใต้โดยสินค้าศักยภาพที่สำคัญได้แก่ เครื่องประดับแท้ที่ประดับด้วยอัญมณี กลยุทธ์การส่งออกจะมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ ส่งเสริมการลงทุนในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น นอกจากนี้การฟื้นตลาดศักยภาพที่มีความต้องการสินค้าในกลุ่มนี้เพิ่มขึ้น อาทิ ตลาดตะวันออกกลาง อินเดีย จีน รวมไปถึงกลุ่มประเทศในอาเซียนก็จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะสามารถต่อยอดให้เกิดการร่วมทุนทางธุรกิจมากขึ้นในระยะต่อไป ขณะเดียวกันหากพิจารณานโยบายรัฐบาลเรื่องเศรษฐกิจ 1) ด้านนโยบายสร้างรายได้ 2) ด้านนโยบายปรับโครงสร้างเศรษฐกิจในการพัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดสู่ระดับภูมิภาครวมทั้งนโยบายของคณะรัฐมนตรีนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ที่ให้ความสำคัญกับการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ

จากความสำคัญและความเป็นมาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยปฏิบัติเพื่อจะได้มีทิศทางและแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมและการค้าอัญมณีให้การค้าเงินธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้อย่างมั่นคง ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงและการเปิดตัวทางการค้าเสรีทั้งในส่วนประชาคมอาเซียนและทั่วโลก รวมถึงพัฒนาอุตสาหกรรมและการค้าอัญมณีให้เป็นตัวขับเคลื่อนสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เกิดความเจริญก้าวหน้าได้อย่างมั่นคงต่อไป

รวมไปถึงการศึกษาถึงระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติในการบริหารจัดการหน่วยงานหรือองค์กรธุรกิจอัญมณี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์นโยบายของภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย
2. เพื่อศึกษาการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ
3. เพื่อศึกษาแนวทางทางการบริหารนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
4. เพื่อประเมินความเป็นไปได้และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบแบบแผนวิธีวิจัยเชิงผสม (Mixed Methods Research) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และใช้การวิจัยเชิงปริมาณ และใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

แหล่งข้อมูล แหล่งข้อมูลการวิจัยในส่วนนี้ คือ ผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจอัญมณี ได้แก่ 1. สมาคมอัญมณีและผู้ส่งออกอัญมณี 2. กลุ่มกำหนดและผู้ปฏิบัตินโยบาย (กระทรวงพาณิชย์) 3. กลุ่มผู้บริหารอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณี 4. กลุ่มผู้บริหารบริษัทการส่งออกอัญมณีและ 5. กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณี กลุ่มละ 5 คน รวมเป็น 25 คน และระดับการนำนโยบายไปปฏิบัติจากกลุ่มตัวอย่างผู้ค้าอัญมณี 200 ราย แบบสัมภาษณ์จำนวน 3 ฉบับ ด้วยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 250 บริษัท

เครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยแบบสอบถามแบบประเมินค่า 5 ระดับในเรื่อง ระดับการรับรู้และการนำนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ จำนวน 1 ชุด แบบบันทึกนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย เครื่องมือที่จะใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ในส่วนนี้เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ตรวจสอบความเที่ยงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อ

2. การทดสอบความเชื่อมั่น ได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.989 ซึ่งมากกว่า 0.70

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการขอความร่วมมือจาก (1) กลุ่มผู้บริหารอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณี (2) กลุ่มผู้บริหารบริษัทการส่งออกอัญมณี ด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้การแจกความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) ในการแจกแจงจำนวนและหาค่าร้อยละอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของลักษณะทั่วไปของหน่วยงาน

2. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายตัวแปรปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยด้านแรงจูงใจ

3. ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance: ANOVA) สถิติทดสอบเอฟ (F-test) ในการทดสอบระดับการรับรู้ และระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติระหว่างข้อมูลของบริษัท

4. การใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบสมมติฐานทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

1. ระดับการรับรู้ นโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ นโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับไทยจำแนกตามด้าน

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	2.98	1.01	ปานกลาง
พัฒนาการตลาด	3.08	1.05	ปานกลาง
พัฒนาการผลิต	2.96	1.04	ปานกลาง
ด้านการเงิน	2.71	1.16	ปานกลาง
ด้านการปรับกฎระเบียบ	2.83	1.05	ปานกลาง
ด้านการวิจัยและพัฒนา	2.82	1.02	ปานกลาง
รวม	2.90	0.99	ปานกลาง

2. การนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติในองค์กร

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้จำแนกตามด้าน

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
สมรรถนะขององค์กร	3.23	0.92	ปานกลาง
ภาวะผู้นำและความร่วมมือ	3.47	0.93	มาก
การเมืองและสภาพแวดล้อมภายนอก	3.38	0.84	ปานกลาง
การวางแผนการควบคุม	3.41	0.91	มาก
รวม	3.35	0.82	ปานกลาง

3. การเปรียบเทียบระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างลักษณะข้อมูลทั่วไปของบริษัท ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับการรับรู้ นโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามลักษณะข้อมูลของบริษัทได้แก่ ประเภทของบริษัทอายุของบริษัท ที่ตั้งของบริษัท ทุนจดทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุคลากร และคุณสมบัติส่วนใหญ่ของบุคลากร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการ

ตอนนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามลักษณะข้อมูลของบริษัท แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระหว่างประเภทของบริษัท อายุของบริษัททุนจดทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุคลากร และ คุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร

4. การเปรียบเทียบระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติระหว่างลักษณะข้อมูลทั่วไปของบริษัท ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติตามลักษณะข้อมูลของบริษัทแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระหว่าง ประเภทของบริษัท อายุของบริษัท ทุนจดทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุคลากร และคุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร

5. การสังเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยผลการสังเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยสามารถจำแนกได้ดังนี้

ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่รัฐบาลให้ความสำคัญเป็นนโยบายในการส่งเสริมและเครื่องประดับไทย โดยพิจารณาส่งเสริมใน 5 กลุ่มได้แก่ 1. การพัฒนาช่างฝีมือ 2. การพัฒนานักออกแบบ 3. การพัฒนานักอัญมณีศาสตร์ 4. การพัฒนาผู้ประกอบการและนักการตลาด และ 5. การหาแนวทางสร้างแรงจูงใจให้แรงงานเข้ามาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ด้านการพัฒนาการตลาด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างพัฒนาและประชาสัมพันธ์ตราสินค้าระดับชาติของอัญมณี (พลอยไทย) และเครื่องประดับที่สะท้อนถึงคุณภาพ คุณค่า และความเป็นเอกลักษณ์ของอัญมณีและเครื่องประดับไทยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับพัฒนาตราสินค้าของตนเองและขอรับตราสินค้าระดับชาติ สร้างมูลค่าด้านการตลาดและการสร้างตำนานของผลิตภัณฑ์

ด้านการพัฒนาการผลิต มีการยกระดับกระบวนการผลิต ส่งเสริมให้ผู้ผลิตพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตด้วยวัสดุและโลหะมีค่าสมัยใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ต้องการวัสดุและโลหะที่แปลกใหม่จากเดิม

ด้านการเงิน การจัดทำความร่วมมือระหว่างเอกชนกับรัฐในการนำอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้รับการตรวจรับรองให้สามารถนำมาจำหน่ายได้ จัดตั้งกองทุนวัตถุดิบเพื่อป้องกันการขาดแคลนและลดภาระการจัดเก็บวัตถุดิบ การให้แหล่งเงินทุนแก่ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ด้านการปรับกฎระเบียบ ขยายเวลายกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีหัก ณ ที่จ่ายเป็นการถาวรประชาสัมพันธ์เผยแพร่กฎระเบียบศุลกากร การประเมินราคา และวิธีปฏิบัติด้าน ATA Carnet เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้แสดงสินค้าในไทยและต่างประเทศ

ด้านการวิจัยและพัฒนา มีการส่งเสริม ศึกษาวิจัยเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อการตรวจรับรองอัญมณีและโลหะมีค่าวิจัยคุณภาพแหล่งวัตถุดิบและศักยภาพแหล่งวัตถุดิบ วิจัยและพัฒนามาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ศึกษาการต่อยอดนวัตกรรมการออกแบบสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล

6. การศึกษาการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ

ด้านสมรรถนะขององค์กร องค์กรนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีสมรรถนะขององค์กรในเรื่องการแบ่งสายการบริหารงานขององค์กรเป็นแบบร่วมมือไม่มีความซับซ้อน

ด้านภาวะผู้นำและความร่วมมือของบุคลากร องค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ผู้นำองค์กรมีการให้ความสำคัญในเรื่อง การมีวิสัยทัศน์ ความสามารถวางแผนงานในอนาคตการบริหารแบบมียุทธศาสตร์ของผู้บริหารในระดับมากที่สุด

ด้านประสิทธิภาพในการวางแผนการควบคุมองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ที่มีขนาดใหญ่ มีการกำหนดสายการบริการ มีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบในงาน มีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานอย่าง มีการตรวจสอบผลการดำเนินงานตามแผน และ มีการปรับปรุงแผนงาน มีการนำมาปฏิบัติในระดับมาก ที่วางไว้ การนำมาปฏิบัติในระดับน้อย

7. การศึกษาแนวทางการบริหารนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

การฝึกอบรมทางด้านคุณภาพ ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM ในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีการฝึกอบรมทางด้านคุณภาพ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กกระตือรือร้นนำมาใช้บริหารนโยบายจึงอยู่ในระดับปานกลางจนถึงน้อย

การบริหารงานประจำวัน (Daily Management) ส่วนใหญ่เป็นองค์กรขนาดเล็กพนักงานมีจำนวนน้อย การบริหารงานประจำวันตามหลักแนวคิดของ TQM มาใช้กับกิจกรรมเพื่อการปรับปรุง ระบบการบริการและระบบการผลิต มีการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลางจนถึงระดับน้อย

การนำหลักการ การบริหารข้ามสายงาน (Cross Functional Management) ส่วนใหญ่เป็นองค์กรขนาดเล็กผู้บริหาร คือเจ้าของหรือทายาท การบริหารงานส่วนมากอำนาจการบริหารเป็นแบบรวมศูนย์ การแบ่งสายงานไม่ค่อยชัดเจน

การบริหารนโยบาย (Policy Management) องค์กรขนาดเล็กมีการดำเนินการบริหารนโยบาย สอดคล้องกับการบริหารนโยบาย (Policy Management) แต่ไม่ชัดเจนมาก

องค์กรมีกิจกรรมกลุ่มย่อย (Small Group Activity) เป็นองค์กรขนาดเล็ก การรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาถ่ายทอดความรู้มีการดำเนินการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยมาก

การด้านตรวจวินิจฉัย (Diagnosis) ทั้งองค์กรขนาดเล็กและขนาดใหญ่กิจกรรมในด้านนี้ ผู้บริหารระดับสูงได้ให้ความสำคัญระดับมาก

สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการสังเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยการสนับสนุนของรัฐเริ่มจากประเด็นที่สำคัญที่สุด คือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในกลุ่มนี้ได้แก่ การพัฒนาช่างฝีมือ การพัฒนานักออกแบบ การพัฒนานักอัญมณีศาสตร์ การพัฒนาผู้ประกอบการ การพัฒนานักการตลาด การพัฒนามาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ/มาตรฐานอาชีพอัญมณีและเครื่องประดับ การส่งเสริมให้นักออกแบบไทยฝึกอบรมในต่างประเทศ การพัฒนาทายาทผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ และการหาแนวทางสร้างแรงจูงใจให้แรงงานเข้ามาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ นโยบายข้อที่สองคือ ด้านการพัฒนาการตลาด หน่วยงานรัฐบาลสนับสนุนให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างพัฒนาและประชาสัมพันธ์ตราสินค้าระดับชาติของอัญมณี (พลอยไทย) นโยบายของรัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีความพร้อมในทุกๆ ด้านในระดับหนึ่ง แต่อาจจะต้องให้ความสำคัญสนับสนุน ในเรื่องการเงินเพราะอุตสาหกรรมด้านนี้ต้นทุนสูง การศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของจักรกฤษณ์ดวงพัศตรา (บทคัดย่อ, 2554) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

แนวทางการบริหารนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นต่อการบริหารนโยบายของผู้ที่เกี่ยวข้องในกรอบแนวคิดพื้นฐานของ TQM

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาในครั้งนี้สังเคราะห์นโยบายในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย เป็น 6 ด้านได้แก่ 1. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 2. ด้านการพัฒนาการตลาด 3. ด้านการพัฒนาการผลิต 4. ด้านการเงิน 5. ด้านการปรับกฎระเบียบ และ 6. ด้านการวิจัย ยังขาดการสังเคราะห์ในเรื่องความต่อเนื่องของนโยบายของรัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เห็นแนวโน้มในการสนับสนุนของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องว่ามีทิศทางเป็นไปในแนวโน้มใด
2. การกำหนดนโยบายของรัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องในครั้งต่อไป ควรยึดหลักการส่งเสริมสนับสนุนใน 6 ด้านนี้เป็นกรอบอย่างชัดเจน และครบทั้ง 6 ด้าน
3. ควรส่งเสริมให้องค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย นำเอาระบบการบริหารแบบ TQM มาใช้เพื่อประโยชน์ขององค์กรขนาดใหญ่ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือด้านการเป็นที่ปรึกษาในการนำหลักการของ TQM มาใช้ในองค์กรขนาดเล็ก เพื่อความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร
4. ควรส่งเสริมให้องค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ทั้งขนาดใหญ่ กลาง และขนาดเล็กนำระบบการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้วย PDCA มากขึ้น
5. รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกระจายนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปสู่บริษัทหรือ องค์กรธุรกิจขนาดเล็กด้วยการส่งเสริมให้สามารถนำนโยบายไปเป็นประโยชน์ต่อองค์กรได้

เอกสารอ้างอิง

- กล้า ทองขาว. (2548). การนำนโยบายและแผนการศึกษาไปปฏิบัติแนวคิดทฤษฎีและแนวทางดำเนินงาน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จักรกฤษณ์ ดวงพิสดรา. (2554). การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จำไพพรรณ ศรีทิพย์ และคณะ. (2554). ปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จในการนำนโยบายเพิ่มจำนวนร้านยาคุณภาพในส่วนภูมิภาคปี 2552 ไปปฏิบัติของหัวหน้ากลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค. คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2551). การนำนโยบายไปปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท บพิธการพิมพ์ จำกัด.
- สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT). แผนการปฏิบัติการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ พ.ศ. 2557-2560. ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- D. Harris. (1987). Justifying State Welfare. Oxford: Blackwell.
- Greenwood, William T. (1965). Management and Organization Behavior: An Interdisciplinary Approach. Ohio : South Western Publishing Co.
- Haimann, Thro. And Scott, William G. (1975). Management in the Modern Organization. 2nd edition. Boston Mass : Houghton Mifflin co.
- Lasswell, Harold., and Abraham Kaplan. (1975). Power and Society. New Haven: Yale University Press.
- L. Doyal, Len and I. Gough. (1991). A Theory of Human Need. London : Macmillan.
- Terry, George R. (1997). Principle of Management. 7th ed. Homewood, Ill : Richard D. Irwin.