บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาจำแนกออกเป็น 5 ตอนได้แก่ 1) การสังเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย 2) การศึกษาการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ 3) การศึกษาแนวทางการบริหารนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย 4) การประเมินความเป็นไปได้และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับ การนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ และ 5) การศึกษาระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ ดังนี้

4.1 การสังเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย

อัญมณีและเครื่องประดับไทยเป็นสินค้าส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศได้มากเป็นอันดับต้นๆของประเทศ โดยมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 261,548 ล้านบาท ในปี ๒๕๕๘ ตลาดส่งออกที่สำคัญของส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เยอรมัน เบลเยี่ยม อินเดีย ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และสหราชอาณาจักร อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีแรงงานในระบบประมาณ 5-6 แสนคน ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาด กลางและขนาดเล็ก (SMEs) ผลิตเพื่อส่งให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ คิด เป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 90 ส่วนผู้ประกอบการขนาด ใหญ่มีเพียงร้อยละ 10 ขนาดการจ้างงานของผู้ประกอบการร้อยละ 70 มีจำนวนคนงานไม่เกิน 50 คน ร้อยละ 25 จ้างคนงาน 51–200 คน ผู้ประกอบการที่จ้างคนงานมากกว่า 200 คน มีเพียงร้อยละ 5 อัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 80 ส่งออกไปต่างประเทศ

การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่งผลต่อการตลาดและฐานการผลิต รวมทั้งการเปิดเสรีย่อมนำไปสู่ผลกระทบทั้งในด้านดีและด้านเสียต่อ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย เนื่องจากการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ การลงทุน แรงงาน และเงินทุนได้อย่างเสรี กำลังซื้อมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเอื้อประโยชน์ให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในด้านการนาเข้าวัตถุดิบจากอาเซียนและประเทศในกลุ่มความร่วมมือ และหากผู้ประกอบการไทยสามารถส่งเสริมการตลาดได้มากขึ้น ตลาดอาเซียนจะสามารถเพิ่มมูลค่าได้ในอนาคตและก็จะเป็นตลาดแหล่งใหม่ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้วย ในทางกลับกันอาจเกิดการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า เช่น เวียดนาม หรือ สหภาพเมียนมาร์ ประเทศที่มีแหล่งวัตถุดิบ

จะทำให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มสมาชิกสูงขึ้น ผู้ประกอบการในแต่ละประเทศจึงต้องบริหารต้นทุนการผลิตและความเสี่ยงอย่างใกล้ชิด ความช่วยเหลือจากภาครัฐจึงเป็นสิ่งสำคัญในเรื่องอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทย สามารถใช้ความได้เปรียบด้านเทคนิคการหุงพลอย การเจียระไน และช่างฝีมือสามารถขยายตลาดในอาเซียนได้มากขึ้น แม้ไทยมีศักยภาพส่งออกมาก แต่ปัจจัยการค้าและการลงทุนได้ปรับเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น ต้นทุน ค่าจ้างแรงงาน ที่สูงขึ้น การถ่ายทอดภูมิปัญญาการเผาพลอยที่ขาดการสานต่อความผันผวนของราคาวัตถุดิบการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมการผลิตและการออกแบบ การขาดการบูรณาการแผนงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในอดีตที่ผ่านมาจึงเกิดยุทธศาสตร์และแผนงาน พัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ทั้งในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้แก่ การขยายตลาดต่างประเทศ การพัฒนามาตรฐานรองรับสินค้า การสร้างตราสินค้า การพัฒนาการผลิตและการออกแบบ การยกระดับงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ และการพัฒนาบุคลากรในองค์กรหรือสถานประกอบการ ยุทธศาสตร์และแผนงานพัฒนาอุตสาหกรรมฯ ที่หน่วยงานรัฐและเอกชนควรให้ความสนใจเพิ่มขึ้น ได้แก่ การขยายตลาดในประเทศ และการพัฒนาสินค้าวิสาหกิจชุมชน(OTOP) โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การยกระดับผู้ประกอบการจากการผลิตรับจ้างผลิต(Original Equipment Manufacturer : OEM) เป็นการผลิตด้วยแบบของตนเอง (Original Design Manufacturer : ODM) และ การสร้างตราสินค้าเอง (Organizational Behavior Management : OBM) การตั้งศูนย์กลางผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ การเร่งใช้ประโยชน์จาก AEC/FTA และการส่งเสริมการนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้ประโยชน์จากการค้าออนไลน์มากขึ้น การปรับตัว รัฐจึงได้มอบหมายให้หน่วยงาน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคจำนวนมาก มีการจัดทายุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยหน่วยงานที่สำคัญ ได้แก่ สานักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กระทรวงพาณิชย์ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (สวอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน สานักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กระทรวงมหาดไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย (คณะกรรมการอัญมณีและเครื่องประดับ) สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ และ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)มีการจัดทำยุทธศาสตร์อัญมณีและเครื่องประดับ จากยุทธศาสตร์เหล่านี้เป็นนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย องค์กรธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย ผลจากการศึกษา เอกสาร หนังสือ ตำรา คู่มือการปฏิบัติงาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การส่งเสริมอุตสาหกรรม การส่งออก การส่งเสริมธุรกิจขนาดย่อม ยุทธศาสตร์ชาติ ที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับสังเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย จำแนกเป็น 6 ด้าน (1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (2) ด้านการพัฒนาการตลาด (3) ด้านการพัฒนาการผลิต (4) ด้านการเงิน (5) ด้านการปรับกฎระเบียบ และ(6) ด้านการวิจัยและพัฒนา มีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่รัฐบาลให้ความสำคัญเป็นนโยบายในการส่งเสริมมณีและเครื่องประดับไทย โดยพิจารณาส่งเสริมใน 5 กลุ่มได้แก่ 1) การพัฒนาช่างฝีมือ (Smart Craftsman) 2) การพัฒนานักออกแบบ (Smart Designer) 3) การพัฒนานักอัญมณีศาสตร์ (Gemologist) 4) การพัฒนาผู้ประกอบการและนักการตลาด (Smart Entrepreneur and Marketer) และ 5) การหาแนวทางสร้างแรงจูงใจให้แรงงานเข้ามาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1) การพัฒนาช่างฝีมือ (Smart Craftsman)

การพัฒนามาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ/ มาตรฐานอาชีพอัญมณีและเครื่องประดับให้มีความหลากหลายมากขึ้น การเพิ่มการลงทุนด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีในการฝึกอบรม และสนับสนุนการรับรองสมรรถนะบุคลากร การส่งเสริมการสร้างและพัฒนาช่างศิลป์ช่างฝีมือ ทั้งในระดับอุตสาหกรรมและวิสาหกิจชุมชน ด้วยการจัดตั้งเป็นโรงเรียนเฉพาะทางการส่งเสริม การสร้างความภูมิใจช่างศิลป์และช่างฝีมือไทยด้วยการมอบรางวัลระดับชาติและระดับนานาชาติ การยกระดับคุณภาพชีวิต และความปลอดภัยในการทำงานของช่างศิลป์ ช่างฝีมือด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ช่างเผาพลอย ช่างเจียระไน ช่างทอง ช่างเงิน ช่างหล่อ พัฒนาทายาทช่างฝีมือ ช่างทอง และช่างเงิน เพื่อสืบสานการออกแบบและการผลิตตามภูมิปัญญาไทย ตลอดจนการจดบันทึกวิธีการผลิตเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นหลังการศึกษา ความเป็นไปได้ในการพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางของช่างฝีมืออัญมณีและเครื่องประดับของโลกและเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้อัญมณีและเครื่องประดับของภูมิภาคอาเซียน ได้แก่

- ทักษะฝีมือแรงงาน ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกิจกรรมแปรรูปวัตถุดิบขั้นต้น เช่น ทักษะการเจียระไน การขึ้นรูปตัวเรือน และการหุงพลอย
- ความเชี่ยวชาญในการผลิตเครื่องประดับที่มีความวิจิตร และมีเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งและเป็นที่ยอมรับในระดับโลก
- เทคโนโลยีการผลิต มีศักยภาพสูงในการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเพิ่มมูลค่าพลอยเนื้อแข็งป้อนสู่ตลาดโลก เนื่องจากไทยมีความสามารถเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีในการ หุงพลอย
- ประเทศไทยถือเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสีของโลก ส่งผลให้มีสินค้าพลอยสีจากทั่วโลกทั้งสหรัฐอเมริกา แอฟริกา และในภูมิภาคเอเชียมาทาการซื้อขายที่ประเทศไทย
- งานแสดงสินค้าด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีความยิ่งใหญ่ในระดับโลก ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการจำหน่ายสินค้า

- มีการรวมตัวกันของผู้ผลิต และผู้ค้าอัญมณี และเครื่องประดับในรูปแบบสมาคมมากขึ้น ก่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายการค้า และเริ่มมีการรวมตัวเพื่อเพิ่มอำนาจด้านการต่อรองในการสั่งซื้อวัตถุดิบ

- ประเทศไทยมีความยืดหยุ่นในการผลิต สามารถปรับรูปแบบตามแฟชั่นต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว เสนอราคาที่สมเหตุสมผล และเริ่มมีการออกแบบเครื่องประดับของไทยเริ่มเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อต่างชาติมากขึ้น

2) การพัฒนานักออกแบบ (Smart Designer)

การส่งเสริมให้นักออกแบบไทยฝึกอบรมในต่างประเทศเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ แนวโน้มผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศ การสร้างตราสินค้า และเทคนิคกระบวนการผลิตให้สามารถนำการออกแบบไปต่อยอดใช้ในโรงงานผลิตได้ การจัดทำหลักสูตรออกแบบเครื่องประดับประเภทต่างๆ ในระดับอุตสาหกรรมและระดับวิสาหกิจชุมชน และมีการให้บริการทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคการจัดทำโครงการประกวดออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับประเภทต่างๆ ในส่วนกลางและเพื่อส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่สะท้อนความเป็นไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น และใช้ประโยชน์จากผู้ชนะการประกวดในการส่งเสริมให้ผู้ผลิตผลงานไปต่อยอดสู่กิจกรรมเชิงพาณิชย์ยกระดับโครงการประกวดออกแบบเครื่องประดับให้เป็นเวทีการประกวดในระดับโลก (World Jewelry Contest Award)

3) การพัฒนานักอัญมณีศาสตร์ (Gemologist)

การส่งเสริมให้ผู้ผลิตและร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับว่าจ้างนักอัญมณีศาสตร์เพื่อเข้าทำงานในสถานประกอบการเพื่อช่วยวิเคราะห์และประเมินคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ผลิต ร้านจำหน่าย ฯ และลูกค้า ด้านการวิเคราะห์และประเมินคุณภาพแก่ผู้ผลิต ร้านจำหน่ายและลูกค้า การจัดอบรมเพื่อยกระดับการปรับคุณภาพและการสังเคราะห์อัญมณีใหม่รวมทั้งวิธีการตรวจสอบการส่งเสริมให้นักอัญมณีศาสตร์ไปฝึกอบรมดูงานห้องปฏิบัติการทดสอบ (Lab) และเครื่องมือการตรวจสอบที่ทันสมัยในต่างประเทศ และไปประชุมวิชาการด้านอัญมณีในระดับนานาชาติ และนำมาฝึกอบรมให้แก่หน่วยงาน

4) การพัฒนาผู้ประกอบการและนักการตลาด (Smart Entrepreneur and Marketer)

การพัฒนาทายาทผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพตลอดจนการจัดตั้งโรงเรียนทายาทผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ การส่งเสริมการฝึกอบรมพัฒนาผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ และ OTOP ในการทำธุรกิจกับต่างประเทศอัญมณีและเครื่องประดับแบบครบวงจรตั้งแต่เทคนิคการตลาด การต่อรอง คุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และการทำสัญญาการค้าในตลาดต่างประเทศเป้าหมายการศึกษาการจัดตั้งหน่วยงานกลาง / บริษัทกลางเพื่อทำตลาด OTOP อัญมณีและเครื่องประดับแก่สมาชิก OTOP ที่เข้าร่วมโครงการการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากผู้ประกอบการไทยเชื้อสายต่างชาติ เช่น อินเดีย จีน และ

ตะวันออกกลาง ในการรุกตลาดต่างประเทศเนื่องจากมีความได้เปรียบด้านความรู้และความเข้าใจตลาด

5) การหาแนวทางสร้างแรงจูงใจให้แรงงานเข้ามาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับนโยบายสร้างแรงจูงใจโดยสร้างรายได้ให้แก่บุคลากร ยกระดับความสามารถในการแข่งขันและขยายช่องทางการตลาดชองธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจบริการในประเทศ และธุรกิจวิสาหกิจชุมชนให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณค่าและคุณภาพสูง ซึ่งจะต้องสร้างคนที่มีฐานความรู้ ความชำนาญ และความคิดสร้างสรรค์ ต่อยอดความรู้สู่การสร้างนวัตกรรมจากงานวิจัยพัฒนา สร้างตราสินค้าใหม่จากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะงานศิลปหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน อัญมณี และอื่นๆ เพิ่มความหลากหลาย มูลค่าความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น

4.1.2 ด้านการพัฒนาการตลาด

การพัฒนาการตลาดก่อนอื่นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Management) การสร้างพัฒนาและประชาสัมพันธ์ตราสินค้าระดับชาติ (National Brand) ของอัญมณี (พลอยไทย) และเครื่องประดับที่สะท้อนถึงคุณภาพ คุณค่า และความเป็นเอกลักษณ์ของอัญมณีและเครื่องประดับไทยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับพัฒนาตราสินค้าของตนเอง (Private Brand) และขอรับตราสินค้าระดับชาติ (National Brand) เพื่อสร้างมูลค่าด้านการตลาดและการสร้างตำนานของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Development) ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศและตลาดภายในประเทศและการสร้างเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ มีการจัดการด้านราคา (Pricing Management) โดยมีจัดทำคุณภาพและมาตรฐานราคาแนะนำสำหรับโลหะมีค่าอัญมณี จัดทำมาตรฐาน Hall Mark สำหรับโลหะมีค่า และ สำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก เพื่อสร้างความมั่นใจสำหรับการบริโภคในประเทศ การพัฒนาช่องทางการตลาด (Distribution Channel Management) เพื่อยกระดับการจัดการและภาพลักษณ์การจัดงานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair สู่การเป็นงานแสดงอัญมณีและเครื่องประดับชั้นนำของโลกด้วยการพัฒนาเป็น Duty Free Zone การยกระดับการประชาสัมพันธ์ การบริหารพื้นที่ในงาน การจัดการ โลจิสติกส์ของงาน การเชิญลูกค้าเป้าหมายและผู้ร่วมแสดงสินค้า และการเพิ่มพื้นที่แสดงสินค้าเครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน และสินค้า OTOP เพิ่มการจัดแสดงสินค้าเฉพาะสำหรับเครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน (Gold Jewelry and Silver Jewelry Fair) ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มภายในประเทศมากและมีมูลค่าทางการเติบโตสูงทั้งตลาดต่างประเทศและภายในประเทศ และเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย สนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าใน

ต่างประเทศและพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรระยะยาวกับผู้นำเข้าและตัวแทนจำหน่ายในตลาดต่างประเทศทั้งตลาดเดิม (สหรัฐฯ ยุโรป สหรัฐ ฮ่องกง) และตลาดใหม่ (อินเดีย รัสเซีย ตะวันออกกลาง) ส่งเสริมให้จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดกาญจนบุรีเป็นตลาดกลางซื้อขายวัตถุดิบอัญมณี อัญมณีเจียระไน และเครื่องประดับในภาคตะวันออกแล ส่งเสริมให้จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดกาญจนบุรีเป็นตลาดกลางซื้อขายวัตถุดิบอัญมณี อัญมณีเจียระไน และเครื่องประดับในภาคตะวันออกและภาคตะวันตกของไทย รวมทั้งตั้งศูนย์กลางรองรับสินค้าวัตถุดิบจากชายแดนแม่สอดจังหวัดตาก เพิ่มงานแสดง OTOP ด้านอัญมณีและเครื่องประดับในส่วนกลางและภูมิภาคตลอดจนร่วมกับศูนย์การค้าชั้นนำในส่วนกลางและภูมิภาคจัดงาน OTOP ที่มีผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับเข้าร่วม ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ OTOP และผู้ประกอบการรายย่อยสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ประกอบการส่งออกเพื่อใช้ประโยชน์ในการป้อนผลิตภัณฑ์เข้าสู่ผู้ประกอบการส่งออกเพื่อขยายตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยการพัฒนาระบบการชำระเงินและขอการรับรองความน่าเชื่อถือของ Website ด้วยตรา DBD Verified มีการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion Management) โดย พัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงเข้ากับการดูงานและการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในส่วนกลางและภูมิภาค และประชาสัมพันธ์แก่ธุรกิจนำเที่ยวและลูกค้าเป้าหมาย ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าอัญมณีในลักษณะ Cash & Carry เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกโดยการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์อัญมณี และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ความตกลงการค้าเสรีในการส่งออกอัญมณีเจียระไนและเครื่องประดับและนำเข้าพลอยก้อนและวัตถุดิบที่ใช้ทำเครื่องประดับ

4.1.3 ด้านการพัฒนาการผลิต

การพัฒนาการผลิตโดยการยกระดับกระบวนการผลิต (Production Process Improvement Management) ส่งเสริมให้ผู้ผลิตพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตด้วยวัสดุและโลหะมีค่าสมัยใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ต้องการวัสดุและโลหะที่แปลกใหม่จากเดิมส่งเสริมการพัฒนาการผลิตโดยใช้การทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายการออกแบบฝ่ายการตลาด และฝ่ายการผลิต (Concurrent Gem & Jewelry Engineering) เพื่อให้สามารถพัฒนาชิ้นงานได้ตรงตามความต้องการ และลดความผิดพลาดในการผลิตและการออกแบบ ส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนและ OTOP ที่ผลิตและค้าอัญมณีและเครื่องประดับใช้ ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นผนวกกับองค์ความรู้สมัยใหม่เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการผลิต

4.1.4 ด้านการเงิน

มาตรการด้านการเงินมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมากเพราะส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดย่อมมากกว่าขนาดใหญ่ วัตถุดิบในการผลิตมีราคาค่อนข้างสูงต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ราคาค่อนข้างมีความผันผวนไปตามอัตราการแลกเปลี่ยน

ของเงินตราต่างประเทศ การให้ความช่วยเหลือทางด้านการเงินจึงมีความสำคัญต่อธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย นโยบายทางด้านการเงินจึงเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายของรัฐ โดยส่งเสริมให้มีการจัดทำความร่วมมือระหว่างเอกชนกับรัฐในการนำอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้รับการตรวจรับรองให้สามารถนำมาจำนำได้ และจัดตั้งกองทุนวัตถุดิบเพื่อป้องกันการขาดแคลนและลดภาระการจัดเก็บวัตถุดิบ

4.1.5 ด้านการปรับกฎระเบียบ

การปรับกฎระเบียบของรัฐเพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย เช่น ขยายเวลายกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีหัก ณ ที่จ่ายไปจนถึงปี 2560 หรือเป็นการถาวร การประชาสัมพันธ์เผยแพร่กฎระเบียบศุลกากร การประเมินราคา และวิธีปฏิบัติด้าน ATA Carnet เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้แสดงสินค้าในไทยและต่างประเทศเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการนำสินค้าแสดงและจำหน่ายในงานแสดงสินค้าอัญมณี การพิจารณาส่งเสริมการอำนวยความสะดวกในการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับของจังหวัดจันทบุรีเพิ่มขึ้นด้วยการจัดตั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ตลอดจนการเจรจาให้ประเทศคู่ค้าหลักปรับลดภาษีและมาตรการที่มิใช่ภาษีและขยาย GSP เพื่อประโยชน์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ

4.1.6 ด้านการวิจัยและพัฒนา

การวิจัยและพัฒนาเป็นนโยบายที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่รัฐให้ความสำคัญเพื่อเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย การส่งเสริมจึงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อการตรวจรับรองอัญมณีและโลหะมีค่า การศึกษาวิจัยคุณภาพแหล่งวัตถุดิบและศักยภาพแหล่งวัตถุดิบ การวิจัยและพัฒนามาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับการศึกษาการต่อยอดนวัตกรรมการออกแบบสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล การศึกษาวิจัยการปรับปรุงคุณภาพวัตถุดิบ โดยเฉพาะพลอยสี รวมถึงการพัฒนาวัสดุทดแทนอัญมณีเพื่อป้อนตลาดกลุ่ม Costume Jewelry การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีการผลิตและการปรับปรุงคุณภาพโลหะมีค่าที่ใช้ในธุรกิจเครื่องประดับ การส่งเสริมการจัดทำซอฟแวร์เพื่อใช้ในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ การส่งเสริมการวิจัยตลาดเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับในเชิงลึกทั้งในตลาดใหม่และตลาดเดิม และส่งเสริมการวิจัยและจัดทำฐานข้อมูลศิลปะงานอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นภูมิปัญญาไทยและการอนุรักษ์งานศิลปะไทย เป็นต้น

4.2 การศึกษาการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ

จากการสังเคราะห์นโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ของรัฐจำแนกได้เป็น 6 ด้านได้แก่ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการพัฒนาการตลาด

ด้านการพัฒนาการผลิต ด้านการเงิน ด้านการปรับกฎระเบียบ และ ด้านการวิจัยและพัฒนา การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จนั้นส่วนหนึ่งมาจากการนำเอา นโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ทั้ง 6 ด้านไปปฏิบัติ การศึกษาระดับการนำนโยบายการสนับสนุนของรัฐไปปฏิบัตินั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอัญมณี 5 กลุ่ม ได้แก่ (1) สมาคมอัญมณีและผู้ส่งออกอัญมณี (2) กลุ่มกำหนดและผู้ปฏิบัตินโยบาย (กระทรวงพาณิชย์) (3) กลุ่มผู้บริหารอุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณี (4) กลุ่มผู้บริหารบริษัทส่งออกอัญมณีและ (5) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านอุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณีโดยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติทั้ง 6 ด้านโดยพิจารณาในเรื่องของนโยบายใน 4 ประเด็น ได้แก่ สมรรถนะขององค์กร ภาวะผู้นำและความร่วมมือ การเมืองและสภาพแวดล้อมภายนอก และการวางแผนการควบคุมขององค์การของผู้ประกอบการสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

1) ด้านสมรรถนะขององค์กร

สมรรถนะขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในโครงสร้างในองค์กรได้นำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มาปฏิบัติในเรื่องการแบ่งสายการบริหารงานขององค์การเป็นแบบร่วมมือไม่มีความซับซ้อนมีสมรรถนะในระดับมาก มีการจัดโครงสร้างองค์กรมีรูปแบบที่ชัดเจนเอื้อต่อการบริหารจัดการและโครงสร้างมีระบบการควบคุมและตรวจสอบชัดเจนมีสมรรถนะในระดับปานกลางส่วนในเรื่องการวางระบบการปฏิบัติงานมีความยืดหยุ่นง่ายต่อการปรับเปลี่ยนมีการปฏิบัติในระดับน้อย

สมรรถนะขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในเรื่องงบประมาณ มีการปฏิบัติในเรื่อง การสร้างองค์กรให้มีความน่าเชื่อถือที่สถาบันการเงินพร้อมจะปล่อยสินเชื่อให้องค์กรมีความพร้อมทางด้านเงินลงทุนขององค์การ และ มีความพร้อมในการขยายขนาดธุรกิจทั้งแนวนอนและแนวดิ่ง มีสมรรถนะในระดับมาก และองค์กรธุรกิจฯ มีสมรรถนะในระดับกลางๆ ในเรื่องความพร้อมในการรับความเสี่ยงจากอัตราการแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลง และมีแหล่งวัตถุดิบสำรองที่พร้อมจะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเพียงพอ

สมรรถนะขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในเรื่องบุคลากรมีการปฏิบัติในเรื่อง มีการส่งเสริมพัฒนาบุคลากรในทุกๆ ด้าน มีการวางแนวทางในการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน องค์กรมีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ส่วนสมรรถนะขององค์กรการบุคลากรมีความรู้ความสามารถในงานอยู่ในระดับปานมาก สำหรับสมรรถนะขององค์กรธุรกิจฯ องค์กร มีระบบการสรรค์หาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและ มีระบบการประเมินความดีความชอบและสวัสดิการมีสมรรถนะในระดับปานกลาง

สมรรถนะขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในเรื่องวัสดุอุปกรณ์และสถานที่มีการปฏิบัติในเรื่องมีสถานที่ตั้งแน่นอนชัดเจนตามที่จดทะเบียน และสถานที่

ทำงานมีความปลอดภัย มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด องค์กรธุรกิจฯ มีระบบการดูแลสิ่งแวดล้อมและมีวัสดุอุปกรณ์ในการทำงานอย่างเพียงพอ มีการปฏิบัติในระดับมาก ส่วนสมรรถนะขององค์กรธุรกิจฯ ในเรื่อง มีความพร้อมในเครื่องจักรเพื่อการผลิตสินค้าและบริการมีสมรรถนะในระดับปานกลาง

2) ด้านภาวะผู้นำและความร่วมมือของบุคคลากร

ภาวะผู้นำและความร่วมมือของบุคคลากรขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีการปฏิบัติในเรื่อง ผู้นำองค์การมีวิสัยทัศน์ สามารถวางแผนงานในอนาคตได้และมีบริหารมียุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด องค์กรธุรกิจฯ มีการปฏิบัติในเรื่อง ผู้บริหารมีความริเริ่มสร้างสรรค์ในการบริหารจัดการและการดำเนินงานมีความสามารถในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ มีการบรรจุคนให้เหมะสมกับงานทั้งการสรรหา คัดเลือกความรู้และทัศนคติต่องาน มีการพัฒนาคนให้เหมาะสมกับงานที่ต้องทำ และพนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนและการแก้ปัญหาในการทำงนมีการปฏิบัติในระดับมากส่วนภาวะผู้นำและความร่วมมือของบุคคลากรขององค์กรธุรกิจฯ ในเรื่องผู้บริหารมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือกันในการทำงาน มีการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร ผู้บริหารและพนักงานมีความผูกพันกับพนักงานทุกระดับ และ มีการจ่ายผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงานมีการนำมาปฏิบัติในระดับปานกลาง

3) ด้านการเมืองและสภาพแวดล้อมภายนอก

การเมืองและสภาพแวดล้อมภายนอกของบุคลากรขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีการปฏิบัติในเรื่อง การมีแผนการการทำงานหรือดำเนินการทางธุรกิจเมื่อเกิดผล กระทบจาก ภาวะเศรษฐกิจมีการประเมินการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองมีผลต่อธุรกิจ มีการประเมินนโยบายของรัฐส่งผลต่อธุรกิจ มีการประเมินสถานการณ์ทางการเมืองในต่างประเทศมีผลต่อธุรกิจ มีการนำมาปฏิบัติในระดับมาก ส่วนในเรื่องการหาเสนอความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ต่อองค์กร มีการเจรจาต่อรองลดการต่อต้านเพื่อประโยชน์ขององค์กรและมีการเจรจาต่อรองต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและเงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมืองมีการนำมาปฏิบัติในระดับปานกลาง นอกจากนั้นยังมีการปฏิบัติในเรื่อง องค์กรมีแผนงานการทำงานหรือดำเนินการทางธุรกิจเมื่อเกิดผลกระทบจากการเมืองทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีการประเมินระดับความพึ่งพาที่ต้องมีระหว่างหน่วยงาน มีการประเมิน สภาวะเศรษฐกิจในต่างประเทศมีผลต่อธุรกิจ และมีการประเมินความเสี่ยงต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีการนำมาปฏิบัติในระดับน้อย

4) ด้านประสิทธิภาพในการวางแผนการควบคุม

ประสิทธิภาพในการวางแผนการควบคุมขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีการปฏิบัติในเรื่อง มีการกำหนดสายการบริการอย่างชัดเจน มีการกำหนด

หน้าที่และความรับผิดชอบในงานอย่างชัดเจน มีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานอย่างชัดเจน มีการตรวจสอบผลการดำเนินงานตามแผน และ มีการปรับปรุงแผนงาน มีการนำมาปฏิบัติในระดับมาก องค์กรธุรกิจมีประสิทธิภาพในการวางแผนการควบคุม ในเรื่ององค์กรมีการวางแผนการบริหารจัดการอย่างชัดเจนและมีระบบความเป็นธรรมของมาตรการในการให้คุณให้โทษมีการนำมาปฏิบัติในระดับมากค่อนข้างไปทางระดับปานกลาง ส่วนเรื่อง มีการวางแผนการทางด้านการผลิตหรือการขาย และมีการดำเนินการติดตามควบคุมและประเมินผลที่วางไว้ การนำมาปฏิบัติในระดับน้อย

4.3 การศึกษาแนวทางการบริหารนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

จากการสังเคราะห์นโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย จำแนกออกได้เป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการพัฒนาการตลาด ด้านการพัฒนาการผลิต ด้านการเงิน ด้านการปรับกฎระเบียบ และ ด้านการวิจัยและพัฒนา การศึกษาระดับการนำนโยบายการสนับสนุนของรัฐไปปฏิบัตินั้น ในมุมมองของ (1) สมาคมอัญมณีและผู้ส่งออกอัญมณี (2) กลุ่มกำหนดและผู้ปฏิบัตินโยบาย (กระทรวงพาณิชย์) (3) กลุ่มผู้บริหารอุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณี (4) กลุ่มผู้บริหารบริษัทส่งออกอัญมณีและ (5) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านอุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณี ใน 4 ประเด็นได้แก่ สมรรถนะขององค์กร ภาวะผู้นำและความร่วมมือ การเมืองและสภาพแวดล้อมภายนอก และการวางแผนการควบคุมขององค์การ ในส่วนนี้จะเป็นการศึกษาแนวการการบริหารนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในกรอบแนวคิดพื้นฐานของ TQM (Total Quality Management) ใน 6 ด้านได้แก่ การฝึกอบรมทางด้านคุณภาพ การบริหารงานประจำวัน (Daily Management) การนำหลักการ การบริหารข้ามสายงาน (Cross Functional Management) การบริหารนโยบาย (Policy Management) องค์กรมีกิจกรรมกลุ่มย่อย (Small Group Activity) และการด้านตรวจวินิจฉัย (Diagnosis) โดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ สมาคมอัญมณีและผู้ส่งออกอัญมณี กลุ่มกำหนดและผู้ปฏิบัตินโยบาย (กระทรวงพาณิชย์) กลุ่มผู้บริหารอุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณี และ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านอุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณี ได้ผลการสัมภาษณ์ดังนี้

1) การฝึกอบรมทางด้านคุณภาพ ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM

ในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีการฝึกอบรมทางด้านคุณภาพ ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM มาใช้ในค่อนข้างจำกัดเพราะส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กระดับการนำมาใช้บริหารนโยบายจึงอยู่ในระดับปานกลางจนถึงน้อยหมายถึงมีการดำเนินการบ้างในบางองค์กรเท่านั้น แนวคิดพื้นฐานของ TQM เนื้อหาและกิจกรรมที่มีการดำเนินการก็ ได้แก่

มีการนำหลักการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร(TQM) มาใช้ และมีการอบรมให้ความรู้เรื่องคุณภาพในองค์การอยู่ในระดับมีการปฏิบัติมาก เรื่อง ผู้บริหารองค์กรให้คามสำคัญกับ TQM และมีการนำระบบ TQM มาใช้ ในการบิหารจัดการในองค์กร มีการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลางจนถึงระดับน้อย ส่วนเรื่องผู้บริหารองค์กรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ TQM เป็นเรื่องที่ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าควรมีการพิจารณาให้การอบรมเพิ่มความรู้ให้แก่ผู้บริหารในองค์กร

2) การบริหารงานประจำวัน (Daily Management) ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM

ในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ส่วนใหญ่เป็นองค์กรขนาดเล็กพนักงานมีจำนวนน้อย การแบ่งสายงานไม่ชัดเจนเจ้าของธุรกิจเป็นผู้บริหารเองเป็นส่วนใหญ่ การบริหารงานแบบการบริหารงานประจำวัน (Daily Management) ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM จึงมีใช้ในองค์กรขนาดใหญ่บางองค์กรเท่านั้น กิจกรรมที่ดำเนินการ ได้แก่ มีการกำหนดขั้นตอนในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน ได้แก่ การกำหนดหน้าที่และวัตถุประสงค์ กำหนดมาตรฐาน กำหนดขั้นตอนหลัก กำหนดจุดควบคุมและการติดตามผล มีการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก กรมีการนำการบริหารงานประจำวันตามหลักแนวคิดของ TQM มาใช้กับ การพัฒนาการตลาดการพัฒนาการผลิต การวิจัยและพัฒนา อย่างต่อเนื่อง องค์กรนำการบริหารงานประจำวันตามหลักแนวคิดของ TQM มาใช้กับกิจกรรมเพื่อการปรับปรุง ระบบการบริการและระบบการผลิต และองค์กรนำการบริหารงานประจำวันตามหลักแนวคิดของ TQM มาใช้กับกิจกรรมเพื่อการปรับปรุงระบบการบริการและระบบการผลิต เป็นกิจกรรมที่มีการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลางจนถึงระดับน้อยหมายถึงมีการดำเนินการในบางองค์กรแต่ก็ไม่ได้ทำอย่างเต็มที่และเต็มรูปแบบ

3) การนำหลักการ การบริหารข้ามสายงาน (Cross Functional Management) ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM มาใช้

ในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ส่วนใหญ่เป็นองค์กรขนาดเล็กผู้บริหารคือเจ้าของหรือทายาท การบริหารงานส่วนมากอำนาจการบริหารเป็นแบบรวมศูนย์ การแบ่งสายงานไม่ค่อยชัดเจน บางองค์กรแบ่งเป็นหน้าร้านกับโรงงานผลิตเท่านั้น ส่วนในองค์กรขนาดใหญ่จะมีการแบ่งสายงานชัดเจน แต่การบริหารงานข้ามสายงานยังเป็นความกังวลใจของผู้บริหารระดับสูงในเรื่องของความรู้ความชำนาญในศาสตร์ที่ต้องใช้ทักษะเฉพาะตัวในเรื่องของการผลิตอัญมณีการออกแบบการควบคุมและการสั่งการในสายงานนั้นๆ ดังนั้น แนวคิดในการนำหลักการ การบริหารข้ามสายงานมาใช้ ถึงแม้จะมีความเชื่อว่าอาจจะช่วยการพัฒนาองค์กร แต่ยังเป็นสิ่งที่ไม่ค่อยกล้าตัดสินใจดำเนินการ แต่ยังมีความคิดเห็นหรือความเชื่อว่า การบริหารงานแบบข้ามสายงานช่วยให้องค์กรมีความคล่องตัวเพราะทุกคนมองเห็นองค์กรทั้งองค์กร การบริหารงานข้ามสายงานช่วยให้องค์สามารถนำนโยบายการสนับสนุนจากรัฐมาบริหารจัดการได้ง่ายขึ้นการบริหารงานแบบข้ามสายงานช่วยให้องค์กรมีการทำงานเป็นทีมมากขึ้น และ การบริหารงานข้ามสายงานทำให้ผู้บริหารเข้าใจภาพรวมทั้งองค์กรทำให้งานทำงานมีความยืดหยุ่นประสานงานกันเพื่อร่วม

แก้ปัญหามากขึ้น การนำมาใช้ปฏิบัติจริงในองค์กรมีการใช้ค่อนข้างจำกัด

4) การบริหารนโยบาย (Policy Management)ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM

ในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย องค์กรขนาดเล็กมีการดำเนินการบริหารนโยบายสอดคล้องกับการบริหารนโยบาย (Policy Management) ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM แต่ไม่ชัดเจนมากนัก ประมาณ 4 ส่วนใน 5 ส่วน แต่สำหรับองค์กรขนาดเล็กการบริหารงานค่อนข้างเป็นไปตามสภาพแวดล้อมความสอดคล้องกับ แนวคิดพื้นฐานของ TQM ค่อนข้างน้อย เมื่อสรุปในภาพรวม องค์กร มีการกำหนดนโยบาย ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนา การตลาด การพัฒนาการผลิต การเงินการปรับกฎระเบียบการวิจัยและพัฒนา และ ความต่อเนื่องของนโยบายมีการกำหนดหน้าที่อย่างชัดเจนทั้ง 7 ด้าน มีการกำหนดขั้นตอนการทำงานทั้ง 7 ด้าน มีการกำหนดการการตรวจสอบและประเมินชัดเจนทุกขั้นตอน องค์กรมีการนำผลมาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ มีการดำเนินการจริงค่อนข้างน้อยถึงน้อยมาก

5) องค์กรมีกิจกรรมกลุ่มย่อย (Small Group Activity) ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM

ในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย เป็นองค์กรขนาดเล็กพนักงานมีจำนวนจำกัด ภารหน้าที่ในการรับผิดชอบมีหลายด้านกิจกรรมในเรื่อง การรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาถ่ายทอดความรู้ทางด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น ความรู้ทางด้านวัตถุดิบ กลุ่มขาย ออนไลน์ กลุ่มเทคนิคการผลิต กลุ่มบริการแบบมืออาชีพ ฯลฯ การรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาการตลาดได้แก่การส่งเสริมการขายและการบริการในรูปแบบใหม่ๆ เช่น กลุ่มพัฒนาการขายแบบออนไลน์การสร้างสื่อโฆษณาผ่านระบบออนไลน์ ฯลฯ การรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาการผลิตในหลายๆ รูปแบบ เช่น กลุ่ม ลดของเสียกลุ่มลดเวลาการผลิตกลุ่มลดพลังงาน ฯลฯ การรวมกลุ่มเพื่อวิจัยพัฒนาได้แก่ กลุ่มวัสดุทดแทน กลุ่มพัฒนา กรรมวิธีการผลิต กลุ่มออกแบบสิ้นค้า ฯลฯ และการรวมกลุ่มกันเพื่อเผยแพร่ความรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขององค์กร ได้แก่ สภาวการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน สังคม การเมือง ทั้งในและต่างประเทศ มีการดำเนินการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยมาก มีเฉพาะในองค์กรขนาดใหญ่บางแห่งเท่านั้น ส่วนองค์กรเล็กๆ ส่วนใหญ่จะไม่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมนี้

6) การด้านตรวจวินิจฉัย (Diagnosis) การนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยปฏิบัติ ตามแนวคิดพื้นฐานของ TQM

ในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ทั้งองค์กรขนาดเล็กและขนาดใหญ่กิจกรรมในด้านนี้ ผู้บริหารระดับสูงได้ให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องการปรับเปลี่ยนของนโยบายผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงานมีการพิจารณาถึงความต่อเนื่องของนโยบาย และผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงานเข้าไปพิจารณาเรื่องการพัฒนาการผลิต เช่น การปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตการนำเทคโนโลยีการผลิตแบบใหม่ๆ มาใช้ การปรับเปลี่ยนวัสดุ ฯลฯ ส่วนเรื่องผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงานเข้าไปพิจารณาด้านการเงิน การพิจารณาแหล่งเงินทุน เงินเดือนและสวัสดิการ ฯลฯ บริหาร

สูงสุดของหน่วยงานเข้าไปพิจารณาผลกระทบที่เกิดจากการ ปรับกฎระเบียบของรัฐอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทางสังคม และทางเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศ และผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงานเข้าไปตรวจติดตามผลการวิจัยพัฒนาของหน่วยทุกงานวิจัย เสมอมี การดำเนินการมากในองค์กรขนาดใหญ่ส่วนในองค์กรขนาดเล็กมีการดำเนินการค่อนข้างน้อยแต่ในภาพรวมๆ อยู่ในระดับมีการดำเนินการและให้ความสนใจในระดับมาก สำหรับ เรื่อง ผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงานเข้าไปพิจารณาเรื่องการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนจำนวนพนักงาน ระบบ เงินเดือนสวัสดิการความดีความชอบ การให้รางวัลการลงโทษ การอบรมและศึกษาดูงาน ผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงานเข้าไปพิจารณาเรื่องการวางแผนและพัฒนาการตลาด การส่งเสริมการขาย การเปิดตลาดใหม่ๆ การดูแลการให้บริการลูปค้า ฯลฯ มีการดำเนินการอยู่ในระดับปกติหรือกลางๆ

4.4 การประเมินความเป็นไปได้และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ

ผลการสัมภาษณ์ ความคิดเห็นของ(1) กลุ่มผู้บริหารอุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณี (2) กลุ่มผู้บริหารบริษัทการส่งออกอัญมณี (3) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านอุตสาหกรรมการส่งออกอัญมณี ต่อการประเมินความเป็นไปได้ในการนำนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ด้วยการนำหลักของ PDCA มาใช้ประเมินกับการนำนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีดังนี้

1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในองค์กรของผู้ให้สัมภาษณ์หรือองค์กรที่ผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวข้องมีการดำเนินการในด้านนี้ตามหลักของ PDCA ในเรื่องของมีการสำรวจสภาพปัจจุบัน ได้แก่ การตรวจสอบสภาพจริงว่าปัญหาใดสำคัญและเร่งด่วนที่สุด และส่งผลกระทบต่อองค์กรมากที่สุด มีการวิเคราะห์ผลความสำเร็จของกิจกรรม มีการนำเสนอผลต่อผู้บริหาร และมีการปรับปรุงขยายผลการดำเนินการหรือต่อยอดปรับปรุง อยู่ในระดับมากกว่าเรื่องอื่นๆ กิจกรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามหลักของ PDCA รองลงมาเป็นเรื่องของ การมีการตั้งเป้าหมาย ในการแก้ปัญหาอย่างชัดเจน มีการกำหนดแนวทางแก้ไข และ มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีการดำเนินการอยู่ในระดับมากรองจากกิจกรรมกลุ่มแรก ส่วนกิจกรรมที่มีการดำเนินการอยู่ตามปกติ ได้แก่ มีการดำเนินการตามแผนการพัฒนาบุคลากร เช่น แผนการปรับปรุงพัฒนาศักยภาพ ฯลฯ และมีการตรวจติดตามผลการดำเนินการอย่างมีระบบส่วนกิจกรรมที่มีการทำบ้างบางแห่งได้แก่ การรวมกลุ่มกันกำหนดหัวข้อปัญญาด้านทรัพยากรมนุษย์ เช่น การขาดแคลนแรงงาน แรงงานขาดทักษะที่จำเป็น แรงงานขาด ความรู้ทางด้าน IT เป็นต้น และกิจกรรมการวิเคราะห์หาสาเหตุ

ของปัญหาอย่างมีระบบด้วยเครื่องมือวิเคราะห์สาเหตุต่างๆ เช่น ผังก้างปลา เป็นต้น

2) องค์กรมีการพัฒนาการตลาดเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ตามหลักของ PDCAใน ผู้ให้สัมภาษณ์หรือองค์กรที่ผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวข้อง มีการดำเนินการในด้านการพัฒนาการตลาดตามหลักของ PDCA ในเรื่อง มีการรวมกลุ่มกันกำหนดหัวข้อปัญญาด้านการพัฒนาการตลาด เช่น การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การให้บริการที่รวดเร็วการขายออนไลน์ การจัดโปรโมชัน เป็นต้น มีการสำรวจสภาพปัจจุบัน ได้แก่ การตรวจสอบสภาพจริงว่ากิจกรรมใดสำคัญและควรทำเป็นกิจกรรมแรกและส่งผลกระทบต่อองค์การตลาดมากที่สุดมีการตรวจติดตามผลการดำเนินการอย่างมีระบบ มีการวิเคราะห์ผลความสำเร็จของกิจกรรม มีการนำเสนอผลต่อผู้บริหารและมีการปรับปรุงขยายผลการดำเนินการหรือต่อยอดปรับปรุงอยู่ในระดับมากกิจกรรมการพัฒนาการตลาดที่มีการดำเนินการรองลงมาเป็นเรื่อง มีการตั้งเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมอย่างชัดเจน มีการกำหนดแนวทางการทำกิจกรรม มีการดำเนินการตามแผนการพัฒนา การตลาดอย่างชัดเจน เช่น แผนการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ฯลฯ และมีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ ส่วนกิจกรรมการตลาดที่มีการดำเนินการในบางแห่ง คือ มีการวิเคราะห์หาสาเหตุ ของปัญหาอย่างมีระบบด้วยเครื่องมือวิเคราะห์สาเหตุต่างๆ เช่น ผังก้างปลา เป็นต้น

3) การพัฒนาการผลิต ในองค์กรมีการดำเนินการตามหลักของ PDCA อย่างไรและอยู่ในระดับใดผู้ให้สัมภาษณ์หรือองค์กรที่ผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวข้องจากการสัมภาษณ์พบว่าการพัฒนาการผลิต มีการดำเนินการตามหลักของ PDCA ในเรื่อง มีการรวมกลุ่มกันกำหนดหัวข้อปัญญาด้านการพัฒนาการผลิต เช่น การทำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาทดแทน การพัฒนาวัสดุทดแทนการลดต้นทุน เป็นต้น มีการสำรวจสภาพปัจจุบัน ได้แก่ การตรวจสอบสภาพจริงว่าปัญหาใดสำคัญและควรทำเป็นกิจกรรมแรก และส่งผลกระทบมากที่สุด มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีการวิเคราะห์ผลความสำเร็จของกิจกรรม และ มีการนำเสนอผลต่อผู้บริหาร อยู่ในระดับมากที่สุด กิจกรรมการพัฒนาการผลิตตามหลักการของ รองลงมาเป็นเรื่อง มีการตั้งเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมอย่างชัดเจน มีการกำหนดแนวทางการทำกิจกรรม มีการดำเนินการตามแผนการพัฒนาการตลาดอย่างชัดเจน เช่น แผนการพัฒนาวัสดุทดแทน ฯลฯ มีการตรวจติดตามผลการดำเนินการอย่างมีระบบ มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีการวิเคราะห์ผลความสำเร็จของกิจกรรมมีการนำเสนอผลต่อผู้บริหาร และ มีการปรับปรุงขยายผลการดำเนินการหรือต่อยอดปรับปรุง มีการดำเนินการในระดับมาก ส่วนกิจกรรมเรื่องที่มีการดำเนินการบางแห่งเท่านั้น คือ มีการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาอย่างมีระบบด้วยเครื่องมือวิเคราะห์สาเหตุต่างๆ เช่น ผังก้างปลา เป็นต้น

4) นโยบายด้านการเงินในองค์กรมีการดำเนินการตามหลักของ PDCA ผู้ให้สัมภาษณ์หรือองค์กรที่ผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวข้องจากการสัมภาษณ์พบว่ามีการดำเนินการในเรื่อง มีการสำรวจ

สภาพปัจจุบัน ได้แก่ การตรวจสอบสภาพจริงว่าปัญหาใดสำคัญและควรทำเป็นกิจกรรมแรก มีการวิเคราะห์หาสาเหตุ ของปัญหา และ มีการนำเสนอผลต่อผู้บริหาร มีการดำเนินการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นกิจกรรมเรื่อง มีการกำหนดหัวข้อปัญญาด้านการเงิน มีการตั้งเป้าหมาย ในการดำเนินกิจกรรมอย่างชัดเจน มีการวิเคราะห์ผลความสำเร็จของกิจกรรม และ มีการปรับปรุงขยายผลการดำเนินการมีการดำเนินการอยู่ในระดับมาก ส่วนกิจกรรมนโยบายด้านการเงินในองค์กร ในเรื่องมีการกำหนดแนวทางการทำกิจกรรม มีการดำเนินการตามแผนการพัฒนาการตลาดอย่างชัดเจน มีการตรวจติดตามผลการดำเนินการอย่างมีระบบและ มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีการดำเนินการอยู่ในระดับมาก

5) การปรับกฎระเบียบของรัฐ ในองค์กรนำมาเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีการดำเนินการในด้านนี้ตามหลักของ PDCA ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีการดำเนินกิจกรรมในเรื่อง มีการรวมกลุ่มกันกำหนดหัวข้อปัญญาด้านการปรับกฎระเบียบของรัฐ ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร มีการสำรวจสภาพปัจจุบัน ได้แก่ การตรวจสอบการปรับกฎระเบียบของรัฐประการใดส่งผลกระทบต่อองค์กรมากที่สุดมีการตั้งเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมแก้ปัญหาอย่างชัดเจน มีการกำหนดแนวทางการทำกิจกรรมแก้ปัญหา มีการดำเนินการตามอย่างชัดเจน มีการตรวจติดตามผลการดำเนินการอย่างมีระบบและ มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีการดำเนินการอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นเรื่อง มีการปรับปรุงขยายผลการดำเนินการหรือต่อยอดปรับปรุง มีการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาอย่างมีระบบด้วยเครื่องมือวิเคราะห์สาเหตุต่างๆ เช่น ผังก้างปลา เป็นต้น มีการวิเคราะห์ผลความสำเร็จของกิจกรรม และ มีการนำเสนอผลต่อผู้บริหาร มีการดำเนินการอยู่ในระดับมาก เช่นกัน

6) การวิจัยและพัฒนา ในองค์กรมีการดำเนินการในด้านนี้ตามหลักของ PDCA ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามีการดำเนินกิจกรรมในเรื่อง มีการรวมกลุ่มกันกำหนดหัวข้อด้านการวิจัยและพัฒนาในงานขององค์กรเช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การวิจัย ความต้องการของตลาด การพัฒนาระบบการผลิต ฯลฯ มีการสำรวจสภาพปัจจุบัน ได้แก่ การตรวจสอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการวิจัยพัฒนา ตรวจสอบกระบวนการ ตรวจสอบ เทคโนโลยีการผลิต ฯลฯ มีการตั้งเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมอย่างชัดเจน และ มีการนำเสนอผลต่อผู้บริหารมีการดำเนินการอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นการวิจัยและพัฒนาตามหลักของ PDCA ในกิจกรรมเรื่องมีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีการวิเคราะห์ผลความสำเร็จของกิจกรรม และ มีการปรับปรุงขยายผลการดำเนินการหรือต่อยอดปรับปรุงมีการดำเนินการอยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนกิจกรรมเรื่อง มีการกำหนดแนวทางการทำกิจกรรมแก้ปัญหา มีการดำเนินการตามอย่างชัดเจน และมีการตรวจติดตามผลการดำเนินการอย่างมีระบบ และกิจกรรม ที่มีการวิเคราะห์หาสาเหตุ ของปัญหาอย่างมีระบบด้วยเครื่องมือ วิเคราะห์สาเหตุต่างๆ เช่น ผังก้างปลา เป็นต้น มีการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลาง

4.5 การศึกษาการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ

ผลการศึกษา เรื่องการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไปปฏิบัติจำแนกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท 2) นโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย และ 3) การนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ

4.5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละลักษณะทั่วไปของกลุ่มบริษัทที่ใช้ในการศึกษา

รายละเอียด	จำนวน(250)	ร้อยละ(100.00)
ประเภทของบริษัท		
ผู้ผลิต	25	10.0
ผู้จำหน่าย	88	35.2
ผู้ผลิตและจำหน่าย	137	54.8
อายุของบริษัท		
ต่ำกว่า 1 ปี	8	3.2
1 – 5 ปี	16	6.4
6 – 10 ปี	32	12.8
11 – 15 ปี	25	10.0
มากกว่า 15 ปี	169	67.6
ที่ตั้งของบริษัท		
ภาคกลาง	34	13.6
ภาคตะวันออก	42	16.8
ภาคใต้	4	1.6
กรุงเพทฯ	170	68.0
ทุนจดทะเบียน		
ไม่เกิน 500,000 บาท	15	6.0
500,001 – 1,000,000 บาท	72	28.8
1,000,001 – 5,00,000 บาท	87	34.8
5,000,001 – 20,000,000 บาท	62	24.8
มากกว่า 20,000,000 บาท	14	5.6

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายละเอียด	จำนวน (250)	ร้อยละ (100.00)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 500,000 บาท	98	39.2
500,001 – 1,000,000 บาท	75	30.0
1,000,001 – 5,00,000 บาท	40	16.0
5,000,001 – 20,000,000 บาท	26	10.4
มากกว่า 20,000,000 บาท	11	4.4
จำนวนบุคลากร		
ไม่เกิน 50 คน	178	71.2
51 – 100 คน	42	16.8
101 – 200 คน	17	6.8
201 – 500 คน	9	3.6
มากกว่า 500 คน	4	1.6
คุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	116	46.4
ปริญญาตรี	122	48.8
ปริญญาโท	12	4.8

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ตัวอย่างบริษัทที่ใช้ในการศึกษาเป็นบริษัทผู้ผลิตร้อยละ 10.0 เป็นบริษัทผู้จำหน่ายร้อยละ 35.2 เป็นบริษัททั้งผู้ผลิตและจำหน่ายร้อยละ 54.8 ส่วนใหญ่เปิดกิจการมานานมากกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.6 รองลงมาเป็นบริษัทที่มีอายุ 6–10 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.8 บริษัทที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 68.0 ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน1,000,001- 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.8 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.2 บาท รองลงมาเป็น มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 500,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.2 ส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรจำนวนไม่เกิน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 48.8 และ ร้อยละ 46.4

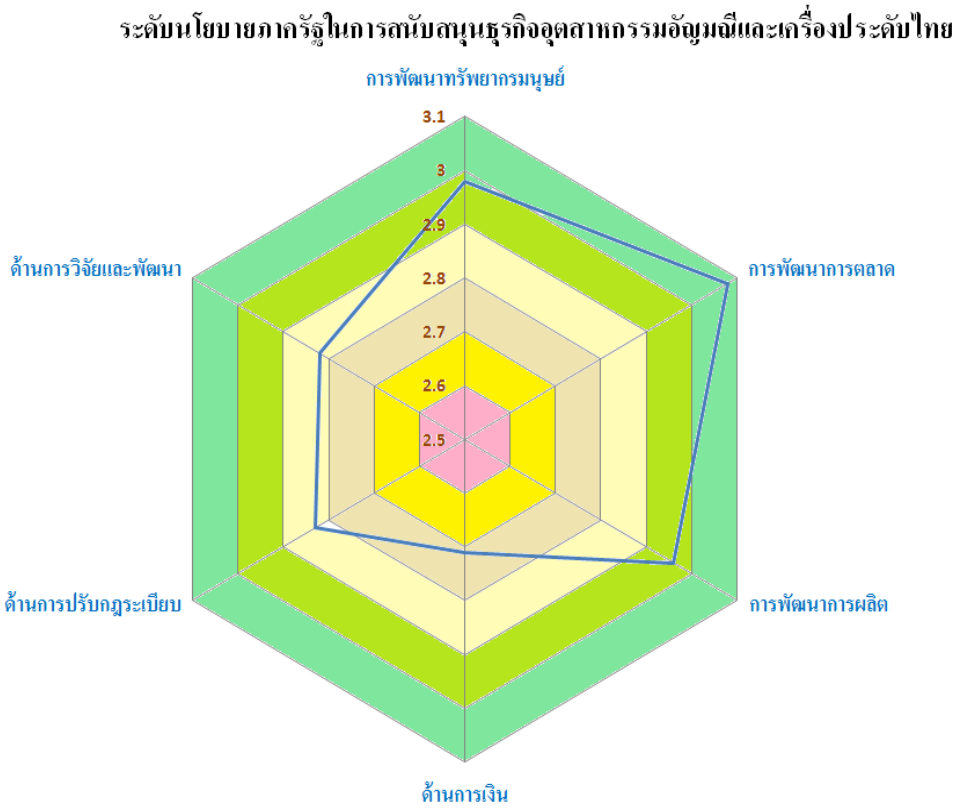
4.5.2 ระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

การศึกษาการรับรู้ถึงระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยของผู้ประกอบการจำแนกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาการตลาด การพัฒนาการผลิต ด้านการเงิน ด้านการปรับกฎระเบียบ และ ด้านการวิจัยและพัฒนา นำเสนอทั้งรายด้าน และภาพรวม ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยจำแนกตามด้าน

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	2.98	1.01	ปานกลาง
การพัฒนาการตลาด	3.08	1.05	ปานกลาง
การพัฒนาการผลิต	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**

จากตารางที่ 4.2 พบว่าระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อภาพรวมนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 โดยทั้ง 6 ด้านได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาการตลาดการพัฒนาการผลิต ด้านการเงิน ด้านการปรับกฎระเบียบ และ ด้านการวิจัยและพัฒนา มีค่าเฉลี่ยระดับนโยบายอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การพัฒนาการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 รองลงมาเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุดคือ ด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71



ภาพประกอบที่ 4.1 แสดงระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. รัฐมีการวางแผนในการผลิตแรงงาน หรือบุคลากรเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรม อัญมณีของภาครัฐ	3.16	1.19	ปานกลาง
2. รัฐมีการผลิตแรงงาน หรือบุคลากรเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมอัญมณี	2.93	1.08	ปานกลาง
3. รัฐส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และแรงงานฝีมือแรงงานทางด้านอุตสาหกรรมอัญมณี	3.06	1.15	ปานกลาง
4. เปิดให้มีการฝึกอบรมเสริมสร้างและพัฒนาทักษะเฉพาะ ทางอย่างต่อเนื่อง	3.00	1.24	ปานกลาง
5. มีการส่งเสริมสวัสดิการแรงงานกลุ่มสู่อุตสาหกรรมอัญมณี	2.95	1.25	ปานกลาง
6. มีการส่งเสริมการรวมกลุ่มแรงงานและกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณี	3.02	1.12	ปานกลาง
7. มีหน่วยงานเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณี	2.97	1.14	ปานกลาง
8. มีการนำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขแผนการดำเนินงาน	2.87	1.16	ปานกลาง
9. มีการนำผลการปรับปรุงแก้ไขไปปรับแผนฯ	2.86	1.13	ปานกลาง
รวม	**2.98**	**1.01**	

จากตารางที่ 4.3 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือรัฐมีการวางแผนในการผลิตแรงงาน หรือบุคลากรเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมอัญมณีของภาครัฐมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นเรื่องรัฐส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และแรงงานฝีมือแรงงานทางด้านอุตสาหกรรมอัญมณี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีการนำผลการปรับปรุงแก้ไขไปปรับแผนฯมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการพัฒนาการตลาด

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีการสงเสริมพัฒนาการสร้างแบรนด์ของสินค้าของตนเอง	3.04	1.07	ปานกลาง
2. มีการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับโอกาสในตลาดที่มีศักยภาพและกฎระเบียบการค้ากับต่างประเทศการเข้าสู่ตลาดสากลของธุรกิจ	3.11	1.13	ปานกลาง
3. มีการให้ความรู้ในเรื่องช่องทางการขายใหม่ๆ และรูปแบบธุรกิจโดยการพัฒนาการตลาดออนไลน์ เพื่อลดต้นทุนการกระจายสินค้า	3.19	1.18	ปานกลาง
4. มีการเปิดตลาดในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่เริ่มมีกำลัง ซื้อและกลุ่มตลาดเฉพาะ	3.04	1.16	ปานกลาง
5. มีการเพิ่มการจัดแสดงสินค้าเครื่องประดับและอัญมณี	3.01	1.07	ปานกลาง
รวม	**3.08**	**1.05**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.4 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการพัฒนาการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือ มีการให้ความรู้ในเรื่องช่องทางการขายใหม่ๆ และรูปแบบธุรกิจโดยการพัฒนาการตลาดออนไลน์ เพื่อลดต้นทุนการกระจายสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา เป็นเรื่อง มีการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับโอกาสในตลาดที่มีศักยภาพและกฎระเบียบการค้ากับต่างประเทศการเข้าสู่ตลาดสากลของธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีการเพิ่มการจัดแสดงสินค้าเครื่องประดับและอัญมณี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการพัฒนาการผลิต

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีการให้ความรู้ใหม่ๆ ในการผลิตสินค้าอัญมณี	2.95	1.14	ปานกลาง
2. ส่งเสริมให้มีการนำเครื่องมือเครื่องจักรและ/หรือเทคโนโลยีขั้นสูงทั้งในกระบวนการผลิตและกระบวนการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานมาใช้	2.90	1.00	ปานกลาง
3. ส่งเสริมให้มีการนำเทคนิคและภูมิปัญญาชาวบ้านประกอบกับเทคโนโลยีขั้นต้นของไทยในการพัฒนาผลิตและผลิตภัณฑ์	3.06	1.06	ปานกลาง
4. ส่งเสริมการพัฒนาทักษะการออกแบบที่ทันสมัยและสามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่มีกาลังซื้อมากขึ้นในปัจจุบัน	2.99	1.09	ปานกลาง
5. มีการเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์ของตลาดมาให้ผู้ประกอบการใช้ประกอบการออกแบบและการผลิต	3.01	1.12	ปานกลาง
6. มีการส่งเสริมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการลดต้นทุนการผลิต	2.85	1.16	ปานกลาง
รวม	**2.96**	**1.04**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.5 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ด้านการพัฒนาการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือส่งเสริมให้มีการนำเทคนิคและภูมิปัญญาชาวบ้านประกอบกับเทคโนโลยีขั้นต้นของไทยในการพัฒนาผลิตและผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 อยู่ในระดับปานกลางรองลงมา เป็นเรื่องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์ของตลาดมาให้ผู้ประกอบการใช้ประกอบการออกแบบและการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 อยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือมีการส่งเสริมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการลดต้นทุนการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการเงิน

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีแผนการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนทางด้านเงินทุน	2.76	1.24	ปานกลาง
2. มีการค้ำประกันเงินกู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณี	2.70	1.19	ปานกลาง
3. มีมาตรการอัตราดอกเบี้ยพิเศษสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณี	2.64	1.29	ปานกลาง
4. มีมาตรการทางภาษีพิเศษสำหรับสินค้าเครื่องประดับและอัญมณีไทย	2.65	1.21	ปานกลาง
5. มีการทำข้อตกลงด้านภาษีกับต่างประเทศ	2.81	1.19	ปานกลาง
รวม	**2.71**	**1.16**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.6 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือมีการทำข้อตกลงด้านภาษีกับต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 อยู่ในระดับปานกลางรองลงมา เป็นเรื่องมีแผนการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนทางด้านเงินทุนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 อยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือมีมาตรการอัตราดอกเบี้ยพิเศษสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการปรับกฎระเบียบ

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีการวางแผนการบริหารจัดการรองรับการปรับกฎระเบียบหรือยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมอัญมณี	2.80	1.10	ปานกลาง
2. มีการปรับกลยุทธ์เพื่อการผลิตและการตลาด	2.88	1.07	ปานกลาง
3. มีการการเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐด้านภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี	2.76	1.10	ปานกลาง
4. มีการใช้ประโยชน์จากมาตรการการส่งเสริมเขตเศรษฐกิจพิเศษจากรัฐ	2.86	1.11	ปานกลาง
5. มีการปรับกฎระเบียบการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อการผลิตอัญมณีที่เอื้อต่อการแข่งขันในต่างประเทศ	2.82	1.23	ปานกลาง
รวม	**2.83**	**1.05**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.7 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการปรับกฎระเบียบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือมีการปรับกลยุทธ์เพื่อการผลิตและการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 อยู่ในระดับปานกลางรองลงมา เป็นเรื่องมีการใช้ประโยชน์จากมาตรการการส่งเสริมเขตเศรษฐกิจพิเศษจากรัฐ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 อยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือมีการการเจรจาระหว่างรัฐต่อรัฐด้านภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้านการวิจัยและพัฒนา

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีแผนงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์ การตลาด	2.78	1.08	ปานกลาง
2. มีการได้ประโยชน์จากการวิจัยออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	2.76	1.12	ปานกลาง
3. มีการได้ประโยชน์จากการวิจัยการปรับปรุงคุณภาพวัตถุดิบ	2.75	1.14	ปานกลาง
4. มีการได้ประโยชน์จากการพัฒนาวัสดุทดแทนอัญมณี	2.64	1.15	ปานกลาง
5. มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการตรวจรับรองอัญมณี	2.90	1.06	ปานกลาง
6. มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับประบวนการผลิต	2.97	1.14	ปานกลาง
7. มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับรูปแบบการขายและการตลาด	2.90	1.08	ปานกลาง
รวม	**2.82**	**1.02**	**ปานกลาง**

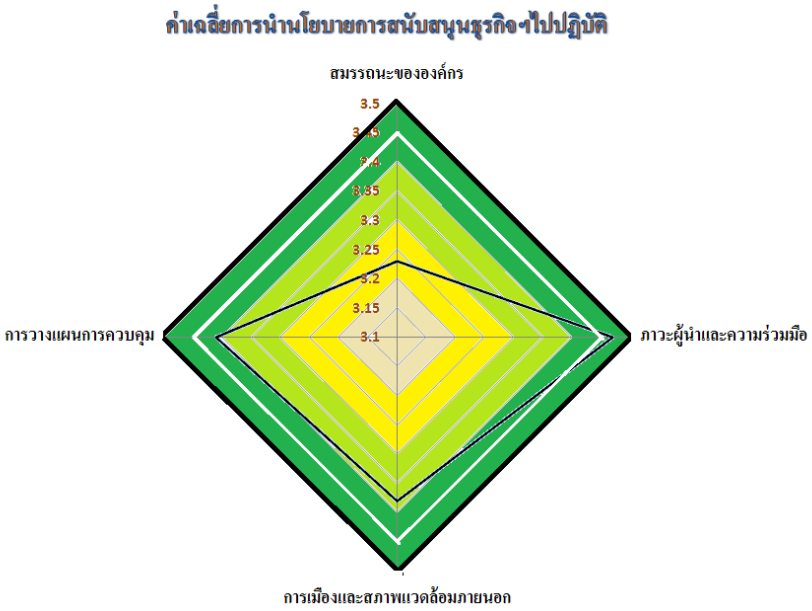
จากตารางที่ 4.8 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ด้านการวิจัยและพัฒนามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 อยู่ในระดับปานกลางโดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับประบวนการผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็น เรื่องมีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการตรวจรับรองอัญมณี และ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับรูปแบบการขายและการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือมีการได้ประโยชน์จากการพัฒนาวัสดุทดแทนอัญมณี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 อยู่ในระดับปานกลาง

4.4.3 การศึกษาการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติในองค์กร

ตารางที่ 4.9 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**

จากตารางที่ 4.9 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้ในองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ภาวะผู้นำและความร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 อยู่ในระดับมากรองลงมาเป็นด้านการวางแผนการควบคุม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือด้านสมรรถนะขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 อยู่ในระดับปานกลาง



ภาพประกอบที่ 4.2 แสดงระดับการนำนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้ด้านสมรรถนะขององค์กร

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. โครงสร้างองค์กรมีรูปแบบที่ชัดเจนเอื้อต่อการบริหารจัดการ	3.18	1.09	ปานกลาง
2. สายการบริหารงานขององค์การเป็นแบบร่วมมือไม่มีความซับซ้อน	3.17	1.01	ปานกลาง
3. ระบบการปฏิบัติงานมีความยืดหยุ่น	3.30	1.03	ปานกลาง
4. มีความพร้อมทางด้านเงินลงทุนขององค์การ	3.21	1.06	ปานกลาง
5. มีความน่าเชื่อถือที่สถาบันการเงินพร้อมจะปล่อยสินเชื่อให้	3.28	1.10	ปานกลาง
6. มีแหล่งวัตถุดิบที่พร้อมจะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเพียงพอ	3.23	1.05	ปานกลาง
7. มีความพร้อมในการรับความเสี่ยงจากอัตราการแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลง	3.06	1.06	ปานกลาง
8. มีความพร้อมในการขยายขนาดธุรกิจทั้งแนวนอนและแนวดิ่ง	3.05	1.07	ปานกลาง
9. มีตลาดเพียงพอที่จะรองรับสินค้าของบริษัทได้	3.15	1.04	ปานกลาง
10. มีลูกค้าที่มีความผูกพันและเชื่อมั่นในสินค้าของบริษัทและมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ	3.54	1.02	มาก
11. มีกลยุทธ์ที่สามารถขยายส่วนแบ่งทางการตลาดได้เรื่อยๆ	3.27	1.06	ปานกลาง
12. มีการเปิดตัวสินค้าและเจาะในตลาดใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง	3.28	1.07	ปานกลาง
รวม	**3.23**	**0.92**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.10 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้ในองค์กรด้านสมรรถนะขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือมีลูกค้าที่มีความผูกพันและเชื่อมั่นในสินค้าของบริษัทและมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมากรองลงมาเป็นเรื่องระบบการปฏิบัติงานมีความยืดหยุ่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับปานกลางเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือมีความพร้อมในการขยายขนาดธุรกิจทั้งแนวนอนและแนวดิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้ด้านภาวะผู้นำและความร่วมมือ

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ผู้นำองค์การมีวิสัยทัศน์ สามารถวางแผนงานในอนาคตได้	3.38	0.99	ปานกลาง
2. มีการบรรจุคนให้เหมะสมกับงาน ทั้งการสรรหา คัดเลือก ความรู้และทัศนคติต่องาน	3.39	1.03	ปานกลาง
3. มีการพัฒนาคนให้เหมาะสมกับงานที่ต้องทำ	3.44	1.04	มาก
4. ผู้บริหารมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือกันในการทำงาน	3.50	1.07	มาก
5. มีการสร้างความผูกพันระหว่างพนักงานและองค์กร	3.46	1.03	มาก
6. ผู้บริหารและพนักงานมีความผูกพันกับพนักงานทุกระดับ	3.54	0.97	มาก
7. พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนและการแก้ปัญหาในการทำงาน	3.51	0.94	มาก
8. มีการจ่ายผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน	3.51	1.00	มาก
รวม	**3.47**	**0.93**	**มาก**

จากตารางที่ 4.11 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้ในองค์กรด้านภาวะผู้นำและความร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 อยู่ในระดับมากโดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือ ผู้บริหารและพนักงานมีความผูกพันกับพนักงานทุกระดับมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นเรื่องพนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนและการแก้ปัญหาในการทำงน และมีการจ่ายผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน มีความยืดหยุ่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 อยู่ในระดับมากเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือผู้นำองค์การมีวิสัยทัศน์สามารถวางแผนงานในอนาคตได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้ด้านการเมืองและสภาพแวดล้อมภายนอก

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองมีผลต่อธุรกิจขององค์กร	3.64	1.04	มาก
2. นโยบายของรัฐส่งผลต่อธุรกิจขององค์กร	3.44	0.99	มาก
3. สภาวะเศรษฐกิจในต่างประเทศมีผลต่อธุรกิจขององค์กร	3.50	0.99	มาก
4. องค์กรท่านมีความเสี่ยงต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.34	0.92	ปานกลาง
5. สถานการณ์ทางการเมืองในต่างประเทศมีผลต่อธุรกิจขององค์กร	3.29	0.99	ปานกลาง
6. องค์กรท่านมีแผนงานการทำงานหรือดำเนินการทางธุรกิจเมื่อเกิดผลกระทบจากการเมืองทั้งภายในและภายนอกประเทศ	3.25	1.05	ปานกลาง
7. มีแผนการการทำงานหรือดำเนินการทางธุรกิจเมื่อเกิดผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ	3.20	0.95	ปานกลาง
รวม	**3.38**	**0.84**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.12 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้ในองค์กรด้านการเมืองและสภาพแวดล้อมภายนอกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 อยู่ในระดับปานกลางโดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองมีผลต่อธุรกิจขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมากรองลงมาเป็นเรื่องสภาวะเศรษฐกิจในต่างประเทศมีผลต่อธุรกิจขององค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับมากเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือมีแผนการการทำงานหรือดำเนินการทางธุรกิจเมื่อเกิดผลกระทบจาก ภาวะเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้ด้านการวางแผนการควบคุม

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. องค์กรมีการวางแผนการบริหารจัดการอย่างชัดเจน	3.33	1.04	ปานกลาง
2. มีการกำหนดสายการบริการอย่างชัดเจน	3.45	0.99	มาก
3. มีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบในงานอย่างชัดเจน	3.48	1.04	มาก
4. มีการวางแผนการทางด้านการผลิตหรือการขาย	3.46	1.00	มาก
5. มีการดำเนินการตามแผนที่วางไว้	3.40	0.95	มาก
6. มีการตรวจสอบผลการดำเนินงานตามแผน	3.31	0.99	ปานกลาง
7. มีการปรับปรุงแผนงาน	3.44	0.93	มาก
รวม	**3.41**	**0.91**	**มาก**

จากตารางที่ 4.13 พบว่าค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปใช้ในองค์กรด้านการวางแผนการควบคุมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 อยู่ในระดับมากโดยเรื่องที่มีการดำเนินการมากที่สุดคือ มีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบในงานอย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 อยู่ในระดับมากรองลงมาเป็นเรื่องมีการวางแผนการทางด้านการผลิตหรือการขายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 อยู่ในระดับมาก เรื่องที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือมีการตรวจสอบผลการดำเนินงานตามแผนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง

4.4.4 การเปรียบเทียบระดับนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างลักษณะข้อมูลทั่วไปของบริษัท

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการเปรียบเทียบระดับการรับรู้นโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามลักษณะข้อมูลของบริษัทได้แก่ ประเภทของบริษัทอายุของบริษัท ที่ตั้งของบริษัท ทุนจดทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุคลากร และคุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างระดับการรับรู้นโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามลักษณะข้อมูลของบริษัท

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	สถิติทดสอบ F	P- value (Sig.)
ประเภทของบริษัท			**17.395**	**.000**
ผู้ผลิต	2.90	1.46		
ผู้จำหน่าย	3.18	0.73		
ผู้ผลิตและจำหน่าย	3.76	0.82		
อายุของบริษัท			**5.212**	**.000**
ต่ำกว่า 1 ปี	2.94	0.07		
1 – 5 ปี	4.09	0.80		
6 – 10 ปี	2.97	1.35		
11 – 15 ปี	3.52	0.71		
มากกว่า 15 ปี	3.52	0.85		
ที่ตั้งของบริษัท			**1.739**	**.178**
ภาคกลาง	3.68	0.70		
ภาคตะวันออก	3.28	0.44		
กรุงเพทฯ	3.49	1.05		
ทุนจดทะเบียน			**13.365**	**.000**
ไม่เกิน 500,000 บาท	3.35	.41		
500,001 – 1,000,000 บาท	2.95	.90		
1,000,001 – 5,00,000 บาท	2.39	.79		
5,000,001 – 20,000,000 บาท	3.29	1.13		
มากกว่า 20,000,000 บาท	3.68	.85		
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			**7.105**	**.000**
ไม่เกิน 500,000 บาท	2.84	.76		
500,001 – 1,000,000 บาท	2.56	1.01		
1,000,001 – 5,00,000 บาท	3.23	1.15		
5,000,001 – 20,000,000 บาท	3.22	1.11		
มากกว่า 20,000,000 บาท	3.81	.72		

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	สถิติทดสอบ F	P- value (Sig.)
คุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร			**19.322**	**.000**
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.10	1.01		
ปริญญาตรี	3.78	.72		
ปริญญาโท	3.88	.87		

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามลักษณะข้อมูลของบริษัทแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระหว่าง ประเภทของบริษัท อายุของบริษัท ทุนจดทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุคลากร และ คุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร มีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทของบริษัทอายุของบริษัท จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในกาสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.76 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 อยู่ในระดับปานกลาง และต่ำที่สุดคือบริษัทผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างประเภทของบริษัทโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 17.395 มีค่า P – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยแตกต่างกันทางสถิติระหว่างประเภทของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อายุของบริษัท จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่มีอายุ 1–5 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทที่มีอายุ 11–15 ปี และมากกว่า 15 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุดคือบริษัทที่มีอายุ ต่ำกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างอายุของบริษัทโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 5.212 มีค่า P – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยแตกต่างกันทางสถิติระหว่างอายุของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ทุนจดทะเบียน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน มากกว่า 20,000,000 บาท

และมีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.68 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 1,000,001–5,00,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุดคือบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 1,000,001–5,00,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างทุนจดทะเบียนของบริษัทโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบเอฟ ได้ค่า F = 13.365 มีค่า P – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยแตกต่างกันทางสถิติระหว่างทุนจดทะเบียนของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20 ล้านบาทมี มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติสูงที่สุด มีค่าเท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทที่มีรายได้ 1,000,001 – 5,00,000 บาทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 อยู่ในระดับปานกลางและต่ำที่สุดคือบริษัทที่มีรายได้ต่อเดือน 500,001–1,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของบริษัทโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 7.105 มีค่า P – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยแตกต่างกันทางสถิติระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่พนักงานส่วนใหญ่มีคุณวุฒิปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติสูงที่สุด มีค่าเท่ากับ 3.88 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทที่มีคุณวุฒิ ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 อยู่ในระดับมากและต่ำที่สุดคือบริษัทที่มีคุณวุฒิต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างระดับคุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากรโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 19.322 มีค่า P–value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อนโยบายภาครัฐในการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยแตกต่างกันทางสถิติระหว่างระดับคุณวุฒิส่วนใหญ่ของพนักงานของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติระหว่างลักษณะข้อมูลทั่วไปของบริษัท

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	สถิติทดสอบ F	P- value (Sig.)
ประเภทของบริษัท			**15.993**	**.000**
ผู้ผลิต	2.76	1.29		
ผู้จำหน่าย	3.16	0.69		
ผู้ผลิตและจำหน่าย	3.58	0.71		
อายุของบริษัท			**3.622**	**.007**
ต่ำกว่า 1 ปี	2.90	0.11		
1 – 5 ปี	3.80	0.65		
6 – 10 ปี	2.99	1.19		
11 – 15 ปี	3.42	0.70		
มากกว่า 15 ปี	3.39	0.76		
ที่ตั้งของบริษัท			**2.344**	**.098**
ภาคกลาง	3.60	0.59		
ภาคตะวันออก	3.19	0.42		
กรุงเพทฯ	3.36	0.92		
ทุนจดทะเบียน			**10.480**	**.000**
ไม่เกิน 500,000 บาท	3.39	.42		
500,001 – 1,000,000 บาท	3.41	.69		
1,000,001 – 5,00,000 บาท	2.96	.96		
5,000,001 – 20,000,000 บาท	3.72	.62		
มากกว่า 20,000,000 บาท	3.81	.77		
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			**6.170**	**.000**
ไม่เกิน 500,000 บาท	3.20	.65		
500,001 – 1,000,000 บาท	3.18	.98		
1,000,001 – 5,00,000 บาท	3.63	.76		
5,000,001 – 20,000,000 บาท	3.81	.72		
มากกว่า 20,000,000 บาท	3.80	.72		

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	สถิติทดสอบ F	P- value (Sig.)
คุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร			**19.895**	**.000**
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.02	.90		
ปริญญาโท	3.56	.53		
ปริญญาตรี	3.64	.63		

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติตามลักษณะข้อมูลของบริษัทแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระหว่าง ประเภทของบริษัท อายุของบริษัท ทุนจดทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุคลากร และ คุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร มีรายละเอียดดังนี้

ประเภทของบริษัทอายุของบริษัท จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.58 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง และต่ำที่สุดคือบริษัทผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติระหว่างประเภทของบริษัทโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 15.993 มีค่า P – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติแตกต่างกันทางสถิติระหว่างประเภทของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อายุของบริษัท จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่มีอายุ 1 – 5 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ สูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทที่มีอายุ 11 – 15 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุดคือบริษัทที่มีอายุ ต่ำกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ ระหว่างอายุของบริษัทโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 3.622 มีค่า P – value เท่ากับ 0.007 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ แตกต่างกันทางสถิติระหว่างอายุของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ทุนจดทะเบียน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน มากกว่า 20,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ไปปฏิบัติสูงที่สุดมีค่าเท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 500,001 – 1,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก และต่ำที่สุดคือบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 1,000,001 – 5,00,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติตามระหว่างทุนจดทะเบียนของบริษัทโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 10.480 มีค่า P – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติตามแตกต่างกันทางสถิติระหว่างทุนจดทะเบียนของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000,001–20,00,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติสูงที่สุดใกล้เคียงกัน มีค่าเท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทที่มีรายได้ มากกว่า 20,000,000 บาทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับปานกลางและต่ำที่สุดคือบริษัทที่มีรายได้ต่อเดือน 500,001 – 1,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของบริษัทโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 6.170 มีค่า P–value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติแตกต่างกันทางสถิติระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากร จากการศึกษาพบว่า กลุ่มบริษัทที่พนักงานส่วนใหญ่มีคุณวุฒิปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติสูงที่สุด มีค่าเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นกลุ่มบริษัทที่มีคุณวุฒิ ปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 อยู่ในระดับมากและต่ำที่สุดคือบริษัทที่มีคุณวุฒิต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบความแตกต่างระดับค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติระหว่างระดับคุณวุฒิส่วนใหญ่ของบุคลากรโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวสถิติทดสอบ เอฟ ได้ค่า F = 19.895 มีค่า P – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมากกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยระดับการนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทยไปปฏิบัติแตกต่างกันทางสถิติระหว่างระดับคุณวุฒิส่วนใหญ่ของพนักงานของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.05