

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาแนวทางยกระดับสมรรถนะทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ : กรณีศึกษาจังหวัดจันทบุรี ได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยทบทวนวรรณกรรม และศึกษางานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง และเก็บข้อมูลโดยใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) โดยผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลในการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 4.1 เพื่อศึกษาความต้องการยกระดับสมรรถนะทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี
- 4.2 เพื่อศึกษาผลกระทบด้านแรงงานอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภาวะโควิด 19
- 4.3 เพื่อศึกษาแนวทางการฝึกอบรมยกระดับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ

4.1 เพื่อศึกษาความต้องการยกระดับสมรรถนะทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดใหญ่ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 8 คน โดยสุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 2 คน จากผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกและจดทะเบียนกับพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ 1. สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 2.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและของดีเมืองจันท 3.กลุ่มสมาคมผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ 4. กลุ่มชมรมคัลเลอร์อัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี และสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และกลุ่มผู้มีประสบการณ์และผู้เกี่ยวข้องในการขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับหน้าร้าน อาทิ กลุ่มสมาคมฯ , กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 5 ท่าน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลโดยแสดงในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูล

ลำดับ	ชื่อ	อายุ (ปี)	เพศ	ประสบการณ์ ทำงาน (ปี)	ตำแหน่ง	ประเภทธุรกิจ
1.	ผู้ให้ข้อมูล 1 (ผ.1)	57	ชาย	45	เจ้าของกิจการ	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
2.	ผู้ให้ข้อมูล 2 (ผ.2)	67	ชาย	40	เจ้าของกิจการ	จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
3.	ผู้ให้ข้อมูล 3 (ผ.3)	47	ชาย	10	เจ้าของกิจการ	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
4.	ผู้ให้ข้อมูล 4 (ผ.4)	31	ชาย	7	เจ้าของกิจการ	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
5.	ผู้ให้ข้อมูล 5 (ผ.5)	50	ชาย	15	เจ้าของกิจการ	จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
6.	ผู้ให้ข้อมูล 6 (ผ.6)	44	หญิง	23	เจ้าของกิจการ	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
ลำดับ	ชื่อ	อายุ (ปี)	เพศ	ประสบการณ์ ทำงาน (ปี)	ตำแหน่ง	ประเภทธุรกิจ
7.	ผู้ให้ข้อมูล 7 (ผ.7)	53	หญิง	20	เจ้าของกิจการ	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี (ส่งออก)

8.	ผู้ให้ข้อมูล 8 (ผ.8)	42	ชาย	20	เจ้าของกิจการ	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี (ส่งออก)
9.	ผู้ให้ข้อมูล 9 (ผ.9)	65	ชาย	42	ที่ปรึกษา	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
10.	ผู้ให้ข้อมูล 10 (ผ.10)	63	ชาย	40	ที่ปรึกษา	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
11.	ผู้ให้ข้อมูล 11 (ผ.11)	59	ชาย	35	เจ้าของกิจการ	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
12.	ผู้ให้ข้อมูล 12 (ผ.12)	71	หญิง	40	ที่ปรึกษา	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ
13.	ผู้ให้ข้อมูล 13 (ผ.13)	55	ชาย	30	ที่ปรึกษา	ผลิตและ จำหน่ายอัญมณี และ เครื่องประดับ

จากตาราง 4.1 ผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศชาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 76.92 และเพศหญิง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 23.07 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดหมายเลขของผู้ให้ข้อมูล โดยกำหนดตัวย่อ ผ. เพื่อประกอบการอธิบายข้อมูลในบทที่ 4 ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มข้อมูลที่ค้นพบในการอธิบายความต้องการยกระดับสมรรถนะทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มเพื่อแยกอธิบายสอดคล้องกับแนวคิดของ David C. McClelland ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับการประเภทสมรรถนะ (Competency) ได้อธิบายไว้ว่า สมรรถนะเป็นสิ่งที่ประกอบขึ้นมา จากความรู้ ความสามารถ ทักษะและคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ทำให้บุคคลทำงานในความรับผิดชอบได้ดีกว่าคนอื่นและได้แบ่งสมรรถนะออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ สมรรถนะขั้นพื้นฐานและสมรรถนะที่ทำให้บุคคล

แตกต่างจากคนอื่น (กฤติน กุลเพ็ง, 2563) ทั้งนี้จากการศึกษาผู้วิจัยได้อธิบายข้อค้นพบตามการแบ่งประเภทสมรรถนะดังนี้

4.1.1.สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Core Competency) หมายถึง ความรู้หรือทักษะพื้นฐานที่บุคคลจำเป็นต้องมีในการทำงาน เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผลงานของแต่ละคนและผลประกอบการโดยรวมขององค์กร ซึ่งจะทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน จากการศึกษานี้ผู้วิจัยได้พบว่า สมรรถนะขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับมีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อแรกความรักในอาชีพ (Passion) คือ การเห็นโอกาส การมีเป้าหมายในอาชีพ

ผ.1...//หลายคนมักบอกว่างานน่าเบื่อ จำเจ ทำมากแต่ได้น้อย ผมอยากให้เขาไปทบทวนกับตนเองก่อนว่าทำไมอยากเข้ามาทำอาชีพนี้ ไปค้นหาเป้าหมายให้เจอ หากเห็นความต้องการขนาดของตนเองจะทำให้อยู่ได้นาน..... “สร้างคนให้รักอาชีพ”//

ผ.2...//ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจมาจากพนักงานขายเลย 60 % หากมีความรัก ความใส่ใจ ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า พวกรูปแบบ การดีไซน์ผลิตภัณฑ์จะรองลงมา//

ผ.3...//เดิมเป็นธุรกิจครอบครัวอยู่แล้ว อยู่ในธุรกิจที่ทำเองมา 10 ปี แต่ครอบครัวทำมาตั้งแต่อายุ 9 ขวบ ประมาณ 30 ปี ช่วงที่ยังเด็กก็เรียนตามสายวิชาการแล้วไปทำงานประจำ แต่ก็กลับมาทำธุรกิจครอบครัวด้วยพี่สาวชวนกลับมาประกอบกับความรัก ผูกพันอยู่ในสายเลือด //

ผ.6...//การคัดเลือกพนักงานเราจะคัดจาก นักศึกษาฝึกงานจะถามคุณสมบัติ ว่าพร้อมไหม มีความชอบไหม อยากจะมาฝึกงานไหม สิ่งที่ยากได้จากองค์กรคืออะไร ก่อนการเริ่มงานจะมีการบอกรายละเอียด หน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ สิ่งที่จะได้จากการทำงาน เพื่อจะได้รู้ว่าสิ่งที่เขาคาดหวังคืออะไร มีความรับผิดชอบไหม //

ผ.4...//บุคลากรที่ต้องการส่วนใหญ่จะมาจากเครือญาติเป็นหลัก ด้วยเรื่องความรัก ความผูกพัน แต่ก็ต้องการคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี//

ผ.7...//พลอยมันเป็นอะไรที่เดินได้ตลอด มันต้องมีประสบการณ์จริง ๆ ขนาดที่อยู่ขนาดนี้ บอกตรง ๆ เลยว่าไม่ใช่รู้เรื่องพลอยหมด ไม่ได้รู้หมดว่าอะไรเป็นอะไร อย่างน้องเขาอยู่มา 5 ปี จะถามว่าประสบการณ์เค้าเนี่ย อาจพอดูพลอยแล้วตอบได้ว่าออร์จินมาจากไหน แหล่งไหน แต่ต้องอาศัยความใส่ใจอยู่กับมันจริง ๆ //

ผ.8...//อาชีพนี้มีความพิเศษแตกต่างจากอาชีพอื่นตรงที่ต้องอาศัยใจรัก มีความภาคภูมิใจในฝีมือแรงงาน ต้องอาศัยการปลุกฝังให้ลูกหลานจากรุ่นสู่รุ่น//

ข้อที่สอง ได้แก่ จิตสำนึกการให้บริการ (Service Mind) ความซื่อสัตย์ (Honest) และ มุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus)

ผ.1...//มีความรู้ ความเข้าใจ ความชัดเจน ตอบคำถามลูกค้าได้และสร้างแรงบันดาลใจให้กับลูกค้า กว่าจะได้ออัญมณีมาต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ และอัญมณีจะมีเฉพาะในบางประเทศเท่านั้น//

ผ.1...//มีจิตวิญญาณของนักขาย มีการทักทายแนะนำลูกค้า พุดเก่ง แต่ต้องมีความน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์//

ผ.2...//สิ่งที่สำคัญที่สุดในอาชีพนี้คือ ความเชื่อมั่นของลูกค้า การรับประกันสินค้า ถ้ามีปัญหาสามารถเคลมได้ใน 6 เดือน และจะไม่มีภาระคิดเงิน แต่หลังจากนั้นจะคิดตามราคาช่าง นี่หลักประกันที่ทำให้ลูกค้ามั่นใจ//

ผ.2...//ประสบการณ์สามารถฝึกได้ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์มาก่อน ขอแค่มีความใส่ใจลูกค้า รักในการบริการ.....พนักงานจะต้องดูแลทักทายลูกค้า มีความเป็นกันเองทำให้ลูกค้ามั่นใจในการขายและต้องมีความ “ซื่อสัตย์” เป็นสำคัญ//

ผ.3...//พนักงานต้องรับฟังลูกค้าอย่างพอใจ ห้ามมีความขัดแย้งกับลูกค้า ต้องเป็นผู้ฟังที่ดี แต่สามารถแนะนำลูกค้าได้ ช่วยเลือกพลอยว่าแบบไหนเหมาะกับลูกค้า....ลูกค้าซื้อซ้ำ เพราะเกิดความมั่นใจ//

ผ.4...//ในปัจจุบันหลักสำคัญจะอยู่ในเรื่องของการขาย การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี บุคลิกภาพ ภาพลักษณ์ที่ดี แต่ในอนาคตจะเน้นพนักงานที่เป็นระบบเครือข่ายส่วนใหญ่//

ผ.6...//ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อสินค้าไปจะพอใจทุกคน เพราะร้านจะบอกข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าขึ้นนั้นอย่างละเอียด.....จะต้องสร้างฐานลูกค้า จนลูกค้าติด สร้างประโยชน์ให้กับสังคม.....ก็เท่ากับว่าได้สร้างความเชื่อให้กับลูกค้าแล้ว//

ผ.8...//เทคนิคการขายที่จำเป็นเลย ก็คือการหาข้อมูลคาดการณ์เกี่ยวกับลูกค้าว่าลูกค้าชอบแบบไหน ดีไซน์แบบไหน มีทักษะการพูดคุย มีความรู้เกี่ยวกับอัญมณี แนะนำลูกค้าได้//

ผ.9...//ให้ลูกค้ารับรู้สิ่งที่เราจะขายให้ได้ก่อน พิจารณาลูกค้า ความนิยมของลูกค้า เช่น พลอยจันท์ พลอยอาฟ “หาอะไรเป็นพิเศษไหม” สิที่ใช่ เนื้อที่ชอบ เน้นความมงคล สายมู หรือราคา//

ข้อที่สาม ได้แก่ ทักษะการเป็นผู้ฟังที่ดี (Active Listening) และทักษะการโน้มน้าว (Persuasion)

ผ.1...//เราให้พนักงานเรียนรู้ในหลักการขาย พนักงานไม่ควรบอกปิดลูกค้า โดยตอบว่า “ไม่รู้” “ไม่ได้” พนักงานควรต้องตอบได้ เน้นฟังและเราจะช่วยหาทางออกให้เขาอย่างไร เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม.....เราพยายามสร้างให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร//

ผ.2...//การเจาะกลุ่มเป้าหมายลูกค้า การจูงใจโน้มน้าวใจลูกค้าทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์คุณภาพของพลอย//

ผ.3...//พนักงานต้องรับฟังลูกค้าอย่างพอใจ อธิบายคดี ห้ามมีความขัดแย้งกับลูกค้า ต้องเป็นผู้ฟังที่ดี แต่สามารถแนะนำลูกค้าได้ ช่วยเลือกพลอยว่าแบบไหนเหมาะกับลูกค้า//

ผ.4...//พนักงานขายต่อไปควรจะต้องมีความรู้ในการสเก็ต (Sketch) แบบถอดภาพความคิดในหัวลูกค้าออกมาเป็นภาพวาดได้ ทักษะการหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง ความรู้พื้นฐานการออกแบบและทักษะการโน้มน้าวจิตใจ//

ผ.5...//การฟังจะช่วยส่งเสริมจิตของลูกค้า ความคิด ความเชื่อ อย่าไปค้าน แต่ช่วยค้นหาทางออกให้เขา//

ผ.7...//เน้นฟังเป็นหลัก หัดประเมินสถานการณ์ ไม่เกียง โต้แย้ง ค้นหาจุดเหมาะที่อธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ//

ผ.8...//พยายามฟังเพื่อประเมินความต้องการของลูกค้า.....พิจารณาลูกค้า ความนิยมของลูกค้า เช่น พลอยจันทน์ พลอยอาฟ “หาอะไรเป็นพิเศษไหม” ลีที่ใช้ เนื้อที่ชอบ เน้นความมงคล สายมูหรือราคา//

จากการศึกษาสมรรถนะขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ปัจจัยในความสำเร็จของธุรกิจมาจากพนักงานขายหน้าร้านเป็นสำคัญ ซึ่งต้องเริ่มจากการสร้างให้เกิดความรักในอาชีพ กำหนดเป้าหมายการพัฒนาในสายอาชีพที่ชัดเจนเป็นลำดับแรก โดยการปลูกฝัง ส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์ตรง จากข้อมูลข้างต้นจึงพบได้ว่า ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมุ่งเน้นการสร้างพนักงานซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับจากระบบความสัมพันธ์ในกลุ่มเครือข่าย เพื่อเป็นการวางรากฐานให้เกิดความรัก ความผูกพันตั้งแต่เริ่มต้นและจึงพัฒนาจิตสำนึกการให้บริการ (Service Mind) ความซื่อสัตย์ (Honest) และมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus) เป็นลำดับต่อมาและในลำดับสุดท้าย คือ การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ฟังที่ดี (Active Listening) และทักษะการโน้มน้าว (Persuasion)

4.1.2 สมรรถนะในงาน (Job Competency) เป็นความสามารถที่ถูกกำหนดขึ้นให้เหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะงานที่ปฏิบัติ พนักงานไม่จำเป็นต้องมีความสามารถในงานที่เหมือนกัน ทั้งนี้ความสามารถในงานของตำแหน่งงานนั้นจะกำหนดขึ้นมาจากขอบเขตหน้าที่งานของตำแหน่งงาน (Job Description) จากการศึกษาคู่มือวิจัยได้พบว่า สมรรถนะในงานสำหรับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับมีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจและศาสตร์ของอัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงทักษะการขาย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์สามารถอธิบายได้ดังนี้

ข้อที่หนึ่ง ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจและศาสตร์ของอัญมณีและเครื่องประดับ
ผ.1...//ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องความเชื่อ งานทอง งานจิวเวลรี่.....พลอยเผา ไม่เผา
อย่างคนจีนจะชอบแบบไม่เผา//

ผ.2...//การรู้จักหาข้อมูล การคาดการณ์เกี่ยวกับลูกค้าว่าลูกค้าชอบแบบไหน มีทักษะการพูดคุย มีความรู้เกี่ยวกับอัญมณีแนะนำลูกค้าได้//

ผ.3...//การแนะนำ การให้ความรู้ในเรื่องพลอยกับลูกค้า บอกลูกค้าอธิบายได้ว่าแบบไหนแท้.....ส่วนราคาขึ้นอยู่กับประเมินลูกค้า //

ผ.3...//10-20 ปี ข้างหน้าตลาดจะแตกต่างออกไป ช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เรามีรูปแบบออนไลน์เกิดขึ้น.....สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความรู้เกี่ยวกับพลอย ถ้าไม่มีความรู้จะไม่สามารถขยายธุรกิจต่อไปได้//

ผ.4...//เราต้องให้ความรู้ชนิดพลอยกับลูกค้าก่อน เพื่อให้เขาตัดสินใจเอง เช่น ให้ความรู้ความแตกต่างของ มรกต อิมเมอร์ลด์ สตาร์ธรรมชาติ”//

ผ.4...//พนักงานขายต่อไปควรจะต้องมีความรู้ในการสเก็ต (Sketch) แบบถอดภาพความคิดในหัวลูกค้าออกมาเป็นภาพวาดได้ ทักษะการหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง ความรู้พื้นฐานการออกแบบ....//

ผ.5...//ถามความต้องการของลูกค้าแล้ว ก็ให้ความรู้เกี่ยวกับพลอย เช่น พลอยเนื้ออ่อนเป็นอย่างไร ต่างกับพลอยเนื้อแข็งยังไง แสดงตารางความแข็ง.....ราคาก็ขึ้นอยู่กับความหายาก เช่น โอปอลล์มาจากอาฟกัฮอนอเมริกา ต้องระบุแหล่งผลิตได้//

ผ.7...//ธุรกิจนี้สำคัญตรงที่ต้องสร้างความมั่นใจให้ความรู้กับลูกค้าเป็นหลัก เนื่องจากให้ลูกค้าได้เข้าใจในเรื่องของกระบวนการทำงาน ซึ่งเป็นเรื่องละเอียดอ่อน.....ทางร้านสร้างความมั่นใจ มีเครื่องมือที่ได้รับมาตรฐาน จนทำให้ลูกค้าเข้าใจ มีความมั่นใจให้กับทางร้าน//

ผ.8...//ใน 3 ปีแรกจะต้องรู้ัญมณีทุกสี ทุกแบบ ทุกตระกูล ชนิดพลอย เนื้ออ่อน เนื้อแข็ง การคิดต้นทุน ต้องรู้ทุกกระบวนการ ราคาเมื่อถึงมือลูกค้า.....การตรวจสอบคุณภาพสินค้า ต้องดูให้ออกว่าอันไหนของแท้ของปลอม//

ผ.9...//เรื่องสำคัญที่พนักงานขายควรมีคือ ความรู้เกี่ยวกับวัสดุเป็นหลัก เช่น ชนิดของพลอย ชนิดของทอง ชนิดของเหล็ก เป็นต้น ต้องมีความรู้เพื่อไปประกอบการตัดสินใจของลูกค้า.....ที่สำคัญต้องมีความรู้ในเรื่องของัญมณีพอสมควร.....บุคลากรที่ต้องการส่วนใหญ่จึงมาจากเครือญาติเป็นหลัก//

ข้อที่สอง ได้แก่ ทักษะการขาย (ออนไลน์)

ผ.3...//พนักงานขายควรมีทักษะดูแลลูกค้าที่ครบวงจร เช่น ลูกค้าที่ซื้อออนไลน์ หากเจอปัญหาการตรวจสอบ การส่งของในช่องทาง eBay ก็สามารถตรวจสอบได้.....มีเอกสาร Certificate รับรอง คนจะเช็คและหันกลับมาซื้อซ้ำที่ร้าน//

ผ.3...//หลักการขาย ทำอย่างไรให้เขาอยากซื้อ ต้องใช้เทคนิคและประสบการณ์ในการขายไปใช้ในเชิงสร้างสรรค์.....สร้างภาพลักษณ์ผ่านพนักงานขาย//

ผ.4...//ปัจจุบันหลักสำคัญจะอยู่ในเรื่องของการขาย การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี บุคลิกภาพ ภาพลักษณ์ที่ดี แต่ในอนาคตจะเน้นในส่วนของพนักงานที่เป็นระบบเครือญาติส่วนใหญ่.....ความยากระหว่างการขายสินค้าน่าจะเป็นที่ลูกค้าเกิดความสับสนในชนิดของัญมณีและไม่กล้าสอบถามกับทางร้าน//

ผ.5...//คนรุ่นใหม่มักสร้างภาพลักษณ์หรือหา โชว์ความสำเร็จของตัวเอง ขายความ
เชื่อมั่นให้กับลูกค้าจากการดูไลฟ์สไตล์การขาย เขาพยายามหาคาแรคเตอร์ตัวเองในการนำเสนอ แต่เป็น
การขายภาพลักษณ์ผ่านพนักงานขาย//

ผ.6...// ทางร้านจะมีทั้งหน้าร้านและออนไลน์ (มีการขายออนไลน์ตั้งแต่ก่อนมีโควิดอยู่
แล้ว) เพราะเศรษฐกิจฝั่งยุโรปดาวน์ลง จึงมีการหันมาศึกษาเกี่ยวกับออนไลน์ มีการสร้างแพลตฟอร์ม
สร้างเว็บไซต์ เพจ เพื่อให้คนรับรู้ว่ามีอยู่จริง มีความน่าเชื่อถือ คือการปรับตัว ในการขายสินค้า
หน้าร้าน เป็นอัญมณีลูกค้าจะชอบจับต้อง แต่ลูกค้าต่างชาติจะให้ความสนใจและซื้อด้วยอารมณ์ การขาย
ออนไลน์ลูกค้าจะใช้อารมณ์เป็นหลัก//

ผ.7...// ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อสินค้าไปจะพอใจทุกคน เพราะร้านจะมีบอกข้อมูลเกี่ยวกับ
สินค้าขึ้นนั้นอย่างละเอียด เช่น น้ำหนัก พลอย เพชร ตัวเรือน แล้วถ่ายรูปสินค้าจริงให้กับลูกค้า โดยไม่
ผ่านแอปใด ๆ ลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อในไลฟ์จะน้อย จะต้องสร้างฐานลูกค้า จนลูกค้าติด มีคนติดตามในเพจ
ประมาณนี้ จึงจะมีการไลฟ์สด อาจจะต้องมีการทำคลิปให้ความรู้ เกี่ยวกับอัญมณี หรือคลิปที่ทำ
ประโยชน์ให้กับสังคมหรือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสังคม เปรียบเสมือนเป็นการสร้างภาพลักษณ์
ที่ดีให้กับตนเองกับองค์กร//

ผ.9...// ในการขายออนไลน์ต้องตื่นตัวตลอด เพราะต้องทำทุกวัน ทำจนเกิดความชิน
เมื่อคนมาติดตามเพิ่มขึ้น โอกาสในการขายจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เราต้องผ่านช่วงตัน กลาง จนถึงช่วงที่ติด
ลมบน//

ผ.11...//เมื่อเปลี่ยนมาเป็นรูปแบบออนไลน์ สามารถทำได้ด้วยตนเองหรือยังจำเป็นต้อง
มีพนักงานอยู่? ทำด้วยตนเองในบางส่วน และยังจำเป็นต้องมีพนักงานอยู่ (แอดมิน) เพราะช่วยในการขาย
ตอบแชทลูกค้า เมื่อมีแขกเข้ามาเยอะ ๆ แต่ถ้าเป็นจำนวนที่น้อยที่จะตอบเอง ก็จะมีความเข้าใจลูกค้า
มากกว่าแอดมินที่จ้างมา//

จากการศึกษาพบว่า สมรรถนะในงาน (Job Competency) ที่จำเป็นสำหรับทักษะ
แรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ ข้อที่หนึ่งในด้านความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจและศาสตร์
ของอัญมณีและเครื่องประดับควรเริ่มจากการเข้าใจภาพรวมของธุรกิจตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น
การบอกเล่าประวัติความเป็นมา แหล่งของวัตถุดิบ วิธีการค้นหา ความยากง่าย เป็นต้น เพื่อสร้างจินต
ภาพและการตระหนักได้ถึงคุณค่าของอัญมณีชนิดนั้นและจึงอธิบายกระบวนการผลิต (Process) ซึ่งผู้ขาย
ควรมีความรู้ในศาสตร์ของอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น ชนิดของพลอยเนื้ออ่อน เนื้อแข็ง วัสดุ ตัวเรือน
เงินหรือทองที่นำมาผลิต เป็นต้น เพื่อลดความสับสนเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและขั้นตอน
สุดท้ายคือ การปิดการขาย (Output) จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าภาพลักษณ์หรือไลฟ์สไตล์ (Life
Style) ของแรงงานซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยขอใช้คำว่า “ผู้ขาย” โดยผู้ขายจะเป็น

สิ่งสะท้อนทัศนคติ ค่านิยมและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งใช้ในการสร้างสัญลักษณ์หรือตัวตนของผลิตภัณฑ์นับเป็นกลยุทธ์สื่อสารทางการตลาดให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และการยอมรับจนกลับมาซื้อซ้ำหรือบอกต่อได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการขายผ่านช่องทางออนไลน์

4.2 เพื่อศึกษาผลกระทบด้านแรงงานอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภาวะโควิด 19

จากการศึกษาเอกสาร (Documentary) และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด 19 ทั้งก่อนและหลังของสถานการณ์ในแนวทางการวางแผนและพัฒนาธุรกิจ รวมถึงมุมมองในการจัดการธุรกิจแสดงให้เห็นข้อมูลดังนี้

ผ.1...//ก่อนโควิด เดิมจะขายได้เดือนละ 10 กว่าล้าน แต่หลังจากโควิดมาเราก็ปรับตัวลดการเช่าหน้าร้านขายของ มาเน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะมากขึ้น หยุดซื้อของ รับแต่ออเดอร์เท่านั้น กลายเป็นว่าขายได้เดือนละ 2-3 ล้าน แล้วเงินเหลือ.....สำหรับพนักงานเราไม่ลดคน เราถือว่าพนักงานเป็น Asset สำคัญ ยังจ้าง 100 กว่าคนเหมือนเดิมไปปรับลดค่าใช้จ่ายส่วนอื่นแทน//

ผ.2...//โควิด 19 ไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจพลอย เพราะปัจจุบันมีเทคโนโลยีช่วยทำให้ลูกค้าสะดวกต่อการซื้อ.....อยากให้มีกรมรงค์จัดงานอัญมณีเพื่อเป็นที่รู้จักมากขึ้น เพราะปัจจุบันเด็กรุ่นใหม่ไม่ค่อยให้ความสนใจเกี่ยวกับพลอย อยากให้พลอยอยู่กับคนจันทลอดไปและอยากให้รัฐบาลหาช่องทางในการขายพลอย//

ผ.3...//ก่อนโควิดพลอยทุกอย่างราคายังไม่สูงมาก พอช่วงโควิดพลอยไปอยู่กับคนที่มีเงินกับบริษัทที่มีเงินเป็นอินเดียนะส่วนใหญ่ ทางยุโรปยังมีบ้าง แต่พลอยส่วนใหญ่อยู่ที่อินเดีย.....หลังโควิดคนที่เคยเก็บพลอยก็นำพลอยมาขาย จาก 100 กระรัตขายสัก 20 กระรัต อย่างตัวเกรตรองลงมาก็ไม่เคยขายขาดทุน มีแต่ร้านต้องการของ//

ผ.4...//ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด เรามีการคิดเรื่องคอร์สการสอนเกี่ยวกับอัญมณีและการทำโมเดลให้กับผู้ที่สนใจ.....หลังสถานการณ์เราก็เปิดคอร์สสอนเกี่ยวกับการทำอัญมณีและโมเดลขึ้นมา.....เนื่องจากไม่มีงานสังสรรค์ในช่วงโควิด ยอดขายสินค้าเราลดลง 70 % และลูกค้ามีความกังวลในการใช้เงิน.....วิธีการรับมือของเรามีการปรับโปรดัคส์ใหม่ ก็จะมีลูกค้าเก่าแวะเวียนมาใช้บริการ เนื่องจากยังมีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของร้าน ดังนั้นจึงทำให้ร้านไม่ต้องเน้นเรื่องการรับมือเท่าไร//

ผ.5...//จากสถานการณ์ลูกค้าต่างชาติลดลงจะเป็นคนไทยหลักส่วนใหญ่ โควิดทำให้ลูกค้าระมัดระวังการใช้จ่ายเงินมากขึ้น แต่ยังมีโชคดีที่เมืองจันทมีผลไม่ทำให้เศรษฐกิจไม่ซบเซา //

ผ.6...//พฤติกรรมลูกค้าภายในประเทศมีความกลัวการใช้จ่ายเงิน เนื่องจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์โควิด เช่นเดียวกับลูกค้าต่างประเทศเนื่องจากเดินทางไปกลับระหว่างประเทศไม่ได้ ลูกค้าจึงชะลอการซื้อขายออกไป //

ผ.7...//ช่วงโควิดถ้าเป็นรายย่อยเงินไม่พอแต่ต้องขายไปก่อน พลิกวิกฤตเป็นโอกาส ช่วงหลังโควิดพลอยก็ยั้งราคาแพงกว่าก่อนโควิดแพงขึ้น 30 % พลอยที่ร้านขายได้ปกติ พลอยบางเบอร์ บางล็อตก็หาไม่ได้หาเข้ายาก ต้องดูว่าในตลาดมีขายยังง....ช่วงโควิดมีคนซื้อเก็บเอาไว้ล็อตหนึ่ง 500-600 กระรัต แล้วก็ไปอ้อพราคากับลูกค้าอีกทีว่าราคาขึ้น เราไม่มีแรงขนาดนั้น //

ผ.9...//ยอดขายก่อนโควิดออฟไลน์ 70 ออนไลน์ 30 ปัจจุบันออฟไลน์ 50 ออนไลน์ 50//

ผ.10...//รายได้ลดลงไปบ้าง แต่รายจ่ายก็ลดลงไปด้วย เพราะไม่ได้ออกไปไหน ไม่มีการลดคน ขายได้อยู่ เวลาลูกค้าสั่งก็สั่งทางออนไลน์ ผลกระทบก็อาจจะช็อน้อยลงแต่ไม่ได้ฝืดขนาดนั้น//

จากการศึกษาผลกระทบด้านแรงงานอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภาวะโควิด 19 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการไม่เกิน 50-300 ล้านบาทต่อปี และการจ้างงานไม่เกิน 30-100 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2544) ได้รับผลกระทบทางธุรกิจไม่แตกต่างจากก่อนเกิดสถานการณ์โควิด 19 มากนัก ด้วยลักษณะการประกอบการที่เน้นซื้อ-ขายกับลูกค้าประจำยังคงมีความต่อเนื่อง และได้เพิ่มการรับซื้อวัตถุดิบจากผู้ค้ารายย่อย คือ ผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปีและการจ้างงานไม่เกิน 5 คน มาเก็บไว้ผลิตเพื่อเก็บกำไรหลังสถานการณ์คลี่คลาย จากการจัดการดังกล่าวจึงทำให้สถานประกอบการยังคงความสามารถในการดำเนินกิจการและรักษาบุคลากรไว้ได้คงเดิม แต่ก็พยายามปรับตัวโดยส่งเสริมให้แรงงานพัฒนาทักษะ (Upskill) ในด้านอื่นมากขึ้น เช่น การศึกษาและฝึกหัดทำชิ้นงานในรูปแบบ 3 มิติ เป็นต้น

4.3 เพื่อศึกษาแนวทางการฝึกอบรมยกระดับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการฝึกอบรมยกระดับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับแสดงให้เห็นข้อมูลดังนี้

ผ.1...//ควรจะต้องให้มีใจรักก่อน กล้าปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง ศรัทธาในธุรกิจและเข้าใจความต้องการของลูกค้า.....หากคุณสร้างตัวเอง คุณจะต้องมีพลังบวกเข้ามา//

ผ.2...//มาตรฐานแรงงานการเจริญระในพลอยของจันทบุรี ประเทศไทยและต่างชาติ โดยเฉพาะทางโมร็อกโค แรงงานจะต้องมีใบ Certificate หรือใบรับรองมาตรฐานการทำงานร่วมกับสมาคมค้าทองของไทย//

ผ.3...//ถ้าฝึกคนจันทบุรียาก ถ้าร้านค้าส่งคนไปเรียนพอได้คน พวกเขารู้ว่าสิ่งที่เรียนรู้สามารถทำเงินให้เขาได้ เขาก็จะไม่มาเป็นลูกน้องอีกเป็นปัญหาที่ไม่ว่าจะให้ใครเข้ามาทำงาน เขามีความรู้บ้างก็จะออกไปทำเอง.....เราจึงมีทัศนคติปลูกฝังให้ลูกหลานต่อยอดในธุรกิจ.....อย่างน้อยก็คนในครอบครัวหนึ่งก็จะมีสัก 1 คน อาจจะไม่ใช้ลูกหลานโดยตรงแต่ว่าเป็นญาติกัน ว่ามีวิแววมหาสานต่อที่ร้าน//

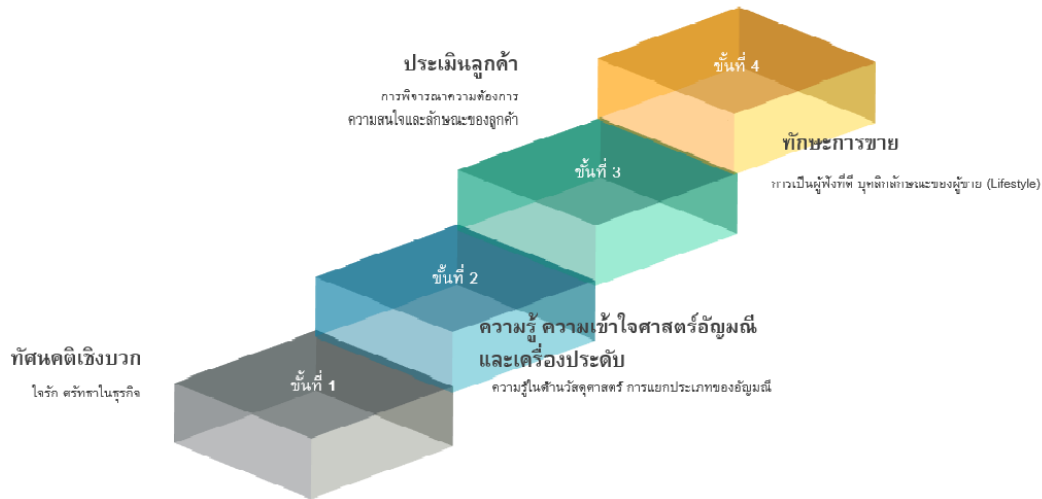
ผ.4...//ควรส่งเสริมให้มีการศึกษาค้นคว้าและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาผสมผสานในการออกแบบสร้างชิ้นงานให้กับลูกค้าเป็น เช่น สามารถปรีงาน 3 มิติ....ควรเปิดให้มีงานแสดงหรือนิทรรศการต่าง ๆ เกี่ยวกับอัญมณีกับบุคคลภายนอกได้รู้จักและเข้าถึงได้ง่าย//

ผ.6...//การให้อำนาจความรู้สำคัญมากและการได้รับเงินสนับสนุนจากภาครัฐ จะได้นำเงินมาหมุนเวียนจ้างแรงงานทำพลอยโกน แต่ง จี้ เมฆทำเป็นกะรัต ออกแบบและขายหน้าร้านได้//

ผ.9...//ผมอยากบอกว่ามันจำเป็นกับเด็กที่จะมาฝึกจริง ๆ ควรเป็นลักษณะแทรกซึมเข้าไปเรื่อย ๆ จริง ๆ มันเป็นกิจกรรมที่สอนเขาได้นะ ไม่จำเป็นต้องเข้ามาในกิจการแต่คือ Skill พื้นฐานเกี่ยวกับอัญมณีต้องมี คุณก็สอนกันไป แต่กิจกรรมที่เกี่ยวกับทัศนคติเนี่ย คุณต้องรับผิดชอบ เขาต้องพร้อมที่จะเรียนรู้...เน้น! เรื่องการปลูกฝังทัศนคติ//

จากการศึกษาแนวทางการฝึกอบรมยกระดับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ควรเริ่มจากการปลูกฝังทัศนคติให้มีใจรักในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เล็งเห็นโอกาสและความก้าวหน้าในอาชีพในการพัฒนาเข้าสู่การเป็นเจ้าของกิจการ ทักษะความใฝ่รู้และพัฒนาตนเองให้รองรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจากประสบการณ์การพัฒนาพนักงานขายหน้าร้านที่ไม่ประสบความสำเร็จอย่างที่คาดหวังส่งผลให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการส่งต่อองค์ความรู้และทักษะในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้กับเครือญาติเป็นหลัก และจากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้สรุปแนวทางการฝึกอบรมในภาพที่ 4 ดังนี้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาพที่ 4 แนวทางการฝึกอบรมยกระดับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ
ที่มา: ผู้วิจัย

จากแผนภาพข้างต้นแสดงให้เห็นถึงแนวทางการฝึกอบรมเพื่อยกระดับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอนประกอบด้วย

ขั้นที่ 1 ทัศนคติเชิงบวก หมายถึง ผู้ที่จะเข้ามาขายสินค้าในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จำเป็นต้องตั้งเป้าหมาย ทบทวนความคาดหวังของตนเองให้ชัดเจนว่าต้องการอะไร วางแผนการพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพไว้อย่างไร (Career Development) เพื่อสร้างให้มีใจรัก (Passion) ทัศนคติเชิงบวก ความใฝ่รู้ ความศรัทธาในธุรกิจและพร้อมที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

ขั้นที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจศาสตร์อัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง ผู้ที่จะเข้ามาขายสินค้าในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในด้านวัสดุศาสตร์ที่นำมาใช้ผลิตตัวเรือน เช่น โลหะเงิน ทอง เป็นต้น และการแยกประเภทของอัญมณี เช่น พลอยเนื้อแข็ง พลอยเนื้ออ่อน เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงความเข้าใจแหล่งที่มาและกระบวนการได้มาของวัตถุดิบ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ขายสามารถถ่ายทอดความรู้ ให้ความเข้าใจกับลูกค้าประกอบการตัดสินใจได้อย่างชัดเจน

ขั้นที่ 3 การประเมินลูกค้า หมายถึง การพิจารณาความต้องการและความสนใจของลูกค้า เพื่อให้เข้าใจพื้นฐานและประสบการณ์ของลูกค้า เช่น ลูกค้าที่มีความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องโชคละชะตา วัตถุมงคล ส่งเสริมบารมี การค้าขาย หรือการเดินทาง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ผู้ขายสามารถประเมินความต้องการและนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้อย่างตรงจุด

ขั้นที่ 4 ทักษะการขาย หมายถึง การพัฒนาให้มีทักษะการเป็นผู้ฟังที่ดี (Active Listening) สืบเนื่องจากขั้นที่ 3 ที่จำเป็นต้องฟังเพื่อให้ทราบถึงความต้องการและสิ่งที่ลูกค้าสนใจหรือกำลังค้นหา และใช้ทักษะการโน้มน้าว (Persuasion) เพื่อเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ลูกค้าต้องการกับอัญมณีและเครื่องประดับที่ตรงใจ ทั้งนี้ยังหมายรวมถึงการสะท้อนทัศนคติ บุคลิกลักษณะ (Lifestyle) ของผู้ชายเพื่อสื่อสารเชิงสัญลักษณ์สร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า เกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และการยอมรับจนกลับมาซื้อซ้ำหรือบอกต่อได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการขายผ่านช่องทางออนไลน์

จากแนวทางการฝึกอบรมใน 4 ขั้นตอนข้างต้น พบว่าแนวทางดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ชายและผู้ซื้อมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ด้วยการแสดงความจริงใจ ความซื่อสัตย์ของผู้ชายที่มีต่อผู้บริโภค (ผู้ซื้อ) และนำมาซึ่งการซื้อซ้ำ บอกต่อสามารถพัฒนาเป็นลูกค้าประจำที่ส่งผลให้ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไม่ได้รับผลกระทบมากแม้ในภาวะวิกฤติจากโรคระบาดโควิด 19

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี