

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการยกระดับสมรรถนะทักษะแรงงาน การซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ ผลกระทบด้านแรงงานอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับใน ภาวะโควิด 19 และแนวทางการฝึกอบรมยกระดับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี โดยสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการยกระดับสมรรถนะทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ: กรณีศึกษาจังหวัดจันทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดใหญ่ในจังหวัด จันทบุรี ซึ่งผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกและจดทะเบียนกับพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ 1. สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและของดีเมืองจันท 3. กลุ่มสมาคมผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ 4. กลุ่มชมรมคัลสเตอร์อัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี และสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และกลุ่มผู้มีประสบการณ์และผู้เกี่ยวข้องในการขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับหน้าร้าน อาทิ กลุ่มสมาคมฯ, กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า สมรรถนะทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้ 1) สมรรถนะขั้นพื้นฐาน คือ สมรรถนะขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งต้องเริ่มจากการสร้างให้เกิดความรัก ศรัทธาในอาชีพ กำหนดเป้าหมายการพัฒนาในสายอาชีพที่ชัดเจนเป็นลำดับแรก โดยการปลูกฝัง ส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์ตรง จึงมักพบว่า การสร้างพนักงานซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับจะพัฒนาจากระบบความสัมพันธ์ในกลุ่มเครือญาติเป็นสำคัญ และ 2) สมรรถนะในงาน (Job Competency) เป็นความสามารถที่ถูกกำหนดขึ้นให้เหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะงานที่ปฏิบัติ สำหรับข้อค้นพบสมรรถนะในงานสำหรับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับมีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ ในธุรกิจและศาสตร์ของอัญมณีและเครื่องประดับและทักษะการขาย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์

ทั้งนี้ภาพลักษณ์หรือไลฟ์สไตล์ (Life Style) ผู้ขายจะเป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนทัศนคติ ค่านิยม และอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งใช้ในการสร้างสัญลักษณ์หรือตัวตนของผลิตภัณฑ์นับเป็นกลยุทธ์สื่อสารทางการตลาดให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และเกิดการยอมรับจนกลับมาซื้อซ้ำหรือบอกต่อได้เป็นอย่างดี

ทางด้านผลกระทบแรงงานอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภาวะโควิด 19 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับผลกระทบทางธุรกิจไม่แตกต่างจากก่อนเกิดสถานการณ์โควิด 19 มากนัก ด้วยลักษณะการประกอบการที่เน้นซื้อ-ขายกับลูกค้าประจำยังคงมีความต่อเนื่อง และได้เพิ่มการรับซื้อวัตถุดิบจากผู้ค้ารายย่อยมาเก็บไว้ผลิตเพื่อเก็งกำไรหลังสถานการณ์

คลี่คลาย จากการจัดการดังกล่าวจึงทำให้สถานประกอบการยังคงความสามารถในการดำเนินกิจการ และรักษาบุคลากรไว้ได้คงเดิม แต่ก็พยายามปรับตัวโดยส่งเสริมให้แรงงานพัฒนาทักษะ (Upskill) ในด้านเทคโนโลยีมากขึ้น

สำหรับแนวทางการฝึกอบรมยกระดับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นที่ 1) ทักษะคติเชิงบวก คือ การตั้งเป้าหมาย ทบทวนความคาดหวัง วางแผนการพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Development) ขั้นที่ 2) ความรู้ ความเข้าใจศาสตร์อัญมณีและเครื่องประดับ คือ ความเข้าใจในด้านวิทยาศาสตร์ที่นำมาใช้ผลิตตัวเรือน การแยกประเภทของอัญมณี รวมถึงความเข้าใจแหล่งที่มาและกระบวนการได้มาของวัตถุดิบ ขั้นที่ 3) การประเมินลูกค้า คือ การพิจารณาความต้องการและความสนใจของลูกค้า เพื่อให้เข้าใจพื้นฐานและประสบการณ์ของลูกค้า และขั้นที่ 4) ทักษะการขาย คือ การพัฒนาให้มีทักษะการเป็นผู้ฟังที่ดี (Active Listening) และใช้ทักษะการโน้มน้าว (Persuasion) เพื่อเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ลูกค้าต้องการกับอัญมณีและเครื่องประดับ พร้อมสะท้อนทัศนคติ บุคลิกลักษณะ (Lifestyle) ของผู้ขายเพื่อสื่อสารเชิงสัญลักษณ์สร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และการยอมรับจนกลับมาซื้อซ้ำหรือบอกต่อได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการขายผ่านช่องทางออนไลน์

5.2 การอภิปรายผล

จากการสรุปการวิจัยเรื่องแนวทางการยกระดับสมรรถนะทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับ: กรณีศึกษาจังหวัดจันทบุรี พบว่า สมรรถนะทักษะแรงงานสอดคล้องกับแนวคิดของ David C. McClelland ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับการประภทสมรรถนะ (Competency) ได้อธิบายไว้ว่า สมรรถนะเป็นสิ่งที่ประกอบขึ้นมาจากความรู้ ความสามารถ ทักษะและคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ทำให้บุคคลทำงานในความรับผิดชอบได้ดีกว่าคนอื่นและได้แบ่งสมรรถนะออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ สมรรถนะขั้นพื้นฐานและสมรรถนะที่ทำให้บุคคลแตกต่างจากคนอื่น (กฤตินิ กุลเพ็ง, 2563) ซึ่งจากข้อค้นพบในงานวิจัยผู้วิจัยได้กำหนดแบ่งเพื่ออธิบายสมรรถนะของแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับไว้ 2 ประเภทดังนี้ ประเภทแรกสมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Core Competency) แบ่งออกได้อีก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความรักในอาชีพ (Passion) คือ การเห็นโอกาส การมีเป้าหมายในอาชีพ 2) จิตสำนึกการให้บริการ (Service Mind) ความซื่อสัตย์ (Honest) และมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus) และ 3) ทักษะการเป็นผู้ฟังที่ดี (Active Listening) และทักษะการโน้มน้าว (Persuasion) ประเภทที่สองสมรรถนะในงาน (Job Competency) เป็นความสามารถที่ถูกกำหนดขึ้นให้เหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะงานที่ปฏิบัติ พนักงานไม่จำเป็นต้องมีความสามารถในงานที่เหมือนกัน ทั้งนี้ความสามารถในงานของตำแหน่งงานนั้นจะกำหนดขึ้นมาจากขอบเขตหน้าที่งานของตำแหน่งงาน (Job Description)

จากการศึกษาผู้วิจัย พบว่า สมรรถนะในงานสำหรับทักษะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับแบ่งออกเป็นจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ 1) ความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจและศาสตร์ของอัญมณีและเครื่องประดับ และ 2) ทักษะการขาย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ซึ่งการสะท้อนทัศนคติ บุคลิกลักษณะ (Lifestyle) ของผู้ขายเพื่อสื่อสารเชิงสัญลักษณ์สร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และการยอมรับจนกลับมาซื้อซ้ำหรือบอกต่อได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการขายผ่าน

ช่องทางออนไลน์นั้น นับได้ว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ให้ข้อมูลยืนยันถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางธุรกิจให้กับผู้สืบสายเลือดในตระกูลเป็นสำคัญ ทั้ง 2 ข้อสอดคล้องกับงานวิจัยการบริหารกิจการอัญมณีและเครื่องประดับไทย (พิรพงศ์และวรเดช, 2560) ซึ่งได้ศึกษาถึงระดับความสำเร็จและปัจจัยทางการบริหารที่มีผลต่อความสำเร็จการบริหารกิจการอัญมณีและเครื่องประดับไทย กล่าวคือธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยเริ่มต้นจากการเป็นธุรกิจภายในครอบครัวซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวคือมีคุณภาพและความสวยงามเป็นผลทำให้ไม่มีคู่แข่งทางธุรกิจ และการประชาสัมพันธ์ถ่ายทอดความรู้ ความเป็นมาของอัญมณีจะเป็นการสร้างให้คนได้ตระหนักถึงมูลค่าของเก็บหรือสะสมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งแม้ว่าธุรกิจจะเคยประสบวิกฤตแต่จากวิกฤตได้นำไปสู่โอกาสได้เสมอ

นอกจากนี้ข้อค้นพบแนวทางการฝึกอบรมในขั้นที่ 1 ด้านทัศนคติเชิงบวก หมายถึง ผู้ที่จะเข้ามาขายสินค้าในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจำเป็นต้องตั้งเป้าหมาย ทบทวนความคาดหวังของตนเองให้ชัดเจนว่าต้องการอะไร วางแผนการพัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพไว้อย่างไร (Career Development) เพื่อสร้างให้มีความรัก (Passion) และขั้นที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจศาสตร์อัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง ผู้ที่จะเข้ามาขายสินค้าในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในด้านวัสดุศาสตร์ที่นำมาใช้ผลิตตัวเรือน เช่น โลหะเงิน ทอง เป็นต้น และการแยกประเภทของอัญมณี ได้สอดคล้องกับงานวิจัยการสืบทอดธุรกิจครอบครัวให้ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (ฐานะมาศ, 2559) กล่าวคือ คุณสมบัติของผู้สืบทอดจะต้องมีความรู้ในระดับขั้นพื้นฐานก่อนเข้ามารับช่วงต่อธุรกิจ การให้ประสบการณ์ตรงในการดำเนินธุรกิจแก่ผู้สืบทอดธุรกิจนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก เพราะจะช่วยเพิ่มความมั่นใจในการทำงานด้วย รวมถึงผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการเข้ารับช่วงต่อธุรกิจครอบครัวแก่ผู้สืบทอดพร้อมสร้างแนวคิดในการดำเนินธุรกิจครอบครัวให้ผู้สืบทอดตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจที่ได้ดำเนินการมา และ Suwannakan (2009) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองที่ประสบความสำเร็จ พบว่าความเชื่อใจในครอบครัวถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการส่งผ่านธุรกิจ Baur (2014) ความเชื่อใจยังส่งผลในแง่บวกต่อการจัดการความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในธุรกิจ และการส่งผ่านธุรกิจจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง จากความสอดคล้องดังกล่าวจึงพบว่าผู้ให้ข้อมูลโดยส่วนใหญ่มุ่งพัฒนาสมรรถนะแรงงานการซื้อ-ขายอัญมณีและเครื่องประดับจากผู้สืบสายเลือดและกลุ่มเครือญาติเป็นสำคัญ

ขณะที่แนวทางการฝึกอบรมขั้นที่ 3 การประเมินลูกค้าและขั้นที่ 4 ทักษะการขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongkiatikjorn (2015) ได้กล่าวถึง การใช้พนักงานขาย นิติยสาร สื่อบุคคล (ผู้ค้าหรือผู้ประกอบการด้วยกันเอง) จะเป็นการมุ่งเน้นการแข่งขันในธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยสร้างความเชื่อมั่นและการสร้างคุณค่าในระดับธุรกิจและอุตสาหกรรม และ (ภารดีและสุทธินันท์, 2021) การใช้ชื่อร้านหรือตัวตนผู้ประกอบการเป็นเอกลักษณ์ เพื่อส่งต่อการจดจำต่อภาพลักษณ์ของพฤติกรรมซื้อขายที่มุ่งเน้นความซื่อสัตย์สุจริต สิ่งเหล่านี้จะนำมาซึ่งชื่อเสียงของธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนเพราะเกิดความรู้สึกรักประทับใจและพึงพอใจนับเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะและข้อค้นพบที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. สถาบันการศึกษา จากข้อค้นพบงานวิจัย สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Core Competency) ประกอบด้วย ความรักในอาชีพ (Passion) จิตสำนึกการให้บริการ (Service Mind) ความซื่อสัตย์ (Honest) มุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus) ทักษะการเป็นผู้ฟังที่ดี (Active Listening) และทักษะการโน้มน้าว (Persuasion) นั้น องค์ประกอบส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นทักษะด้านอารมณ์ (Soft Skill) ด้วยเป็นสมรรถนะที่สร้างความแตกต่างเฉพาะตัวและเป็นตัวชี้วัดสำคัญของธุรกิจ แต่การผลิตแรงงานให้มีสมรรถนะตรงกับความต้องการของตลาดมีข้อจำกัดยังเป็นไปอย่างล่าช้า เกิดความไม่สอดคล้องระหว่างความต้องการของตลาดแรงงานและคุณภาพของแรงงาน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการขาดความเชื่อมโยงระหว่างระบบการศึกษาในการออกแบบหลักสูตรเพื่อผลิตผู้ที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงาน ให้มีทักษะฝีมือตรงกับความต้องการของตลาด (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13, 2564) สอดคล้องกับงานวิจัย Ramida, 2018 พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการส่งเสริมให้แรงงานในกลุ่มที่ไม่มีการศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาไม่เกินระดับมัธยมศึกษา โดยเข้าสู่ภาคการผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตั้งแต่อายุน้อย ให้ได้รับการศึกษาในหลักสูตรระยะสั้นหรือการเทียบโอนประสบการณ์ทำงานเพื่อรับวุฒิบัตรหรือเอกสารรับรองการทำงานจะเป็นการจรรักษ์รักษาคน (Retention) ให้คงอยู่ในอุตสาหกรรมและส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพเกิดการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสถาบันการศึกษาจึงควรเข้ามามีบทบาทหลักในการสนับสนุนกลุ่มประชากรที่มีข้อจำกัดทางเศรษฐกิจและเวลาในระบบการศึกษาปกติให้เข้าถึงการเรียนรู้ได้อย่างหลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวางเส้นทางการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อจุดมุ่งหมายในอนาคตของตนเอง รวมถึงการพัฒนาระบบธนาคารหน่วยกิตในสถาบันการศึกษาให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ที่สามารถเชื่อมโยงการเรียนรู้ได้ในทุกระดับและประเภททั้งในระบบสามัญและอาชีพ การศึกษานอกระบบและตามอัธยาศัย เป็นการสร้างความคล่องตัวและเปิดทางเลือกในการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนได้ทุกระดับ

2. หน่วยงานภาครัฐ จากข้อค้นพบงานวิจัย ภาครัฐควรวางแผนการพัฒนามิติทรัพยากรมนุษย์ให้ชัดเจน อาทิ การสร้างชุมชนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งแบ่งปันการเรียนรู้และแรงบันดาลใจเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง การสร้างพื้นที่ให้ผู้ประกอบการได้แข่งขันทดลองความคิด ส่งเสริมการลงทุนสำหรับสร้างนวัตกรรม การจับคู่ทางธุรกิจและสนับสนุนด้านเงินทุน อาทิ แหล่งเงินทุนเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต การพัฒนาเครดิตการฝึกอบรมสำหรับคนทุกกลุ่ม การจัดสรรสิทธิพิเศษในการเข้ารับการอบรม ทั้งนี้เพื่อเป็นมาตรการจูงใจให้แรงงานอยากพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเป็นการสร้างภาพลักษณ์การรับรู้ (Perception) ของธุรกิจที่เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่โดยทั่วไปไม่เฉพาะทายาททางธุรกิจอยากเข้ามาในธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น เพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมมีความเข้มแข็งเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ และคงความเป็นอัตลักษณ์และมรดกทางภูมิปัญญาที่สำคัญสืบเนื่องต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะการศึกษาวิจัย

จากข้อเสนอแนะข้างต้นผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยต่อไปดังนี้

1. การศึกษาออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้นหรือการเทียบโอนประสบการณ์การทำงานให้กับแรงงานทั้งด้านการผลิตและการขายสินค้า ทั้งนี้สามารถเก็บเครดิตเป็นหน่วยกิตโดย

สถาบันการศึกษาและขอรับใบวุฒิบัตรหรือเอกสารรับรองสมรรถนะวิชาชีพในแต่ละด้าน เมื่อเก็บสะสม
ได้ครบตามเกณฑ์จึงขอสำเร็จการศึกษาในการศึกษาระบบปกติได้

2. การศึกษาแนวทางสร้างแรงจูงใจให้แรงงานเข้ามาในอุตสาหกรรมอัญมณีและ
เครื่องประดับ ควรได้รับการศึกษาเกี่ยวกับ



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี