



ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับในประเทศไทย

Factors Affected of Competitive Advantage of Gems and Jewelry Export Industries in Thailand

สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์¹ และ ดร.เมธา สุธีโรจน์²

Sunthararak Sutthichan¹ and Dr. Meta Suteeraroj²

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานนครราชสีมา

² Ph.D. (Management) อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานนครราชสีมา

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย คัดเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยวิธีการจับฉลาก จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.79 เครื่องมือที่ใช้เป็นสอบถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.86 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.88 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้บริหารเห็นว่าปัจจัยที่มีผลกระทบของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผู้บริหารเห็นว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ด้านความสามารถในการจัดการ อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านความสามารถทางการตลาด และด้านความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนา อยู่ในระดับปานกลาง 2) ผู้บริหารเห็นว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 3) ปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 62.0 คือ ด้านความสามารถของบุคลากร ด้านความสามารถทางการตลาด และด้านความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนา ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านความสามารถในการจัดการ

คำสำคัญ : ความได้เปรียบทางการแข่งขัน / อุตสาหกรรมส่งออก / อัญมณีและเครื่องประดับ

ABSTRACT

The purpose of this survey research was to study the effected factors of competitive advantage of gems and jewelry export industries in Thailand. The samples were selected by simple random sampling consisted of 149 executives of gems and jewelry export business (53.79% response rate). The research instrument was questionnaire with 5 rating scales consisted of factors of competitive advantage of gems and jewelry export industries with the reliability at 0.86 and competitive advantage with the reliability at 0.88. The statistics employed the data analyzed were mean, frequency, percentage, standard deviation and multiple regression analysis. The results were as follows: 1) The executives' opinions about the effected factors of gems and jewelry was medium. Considering in overall, the personnel capability factor and the management capability was high level. The factor of organization learning on the marketing capability and the R&D intensity was medium level. 2) The executives' opinions with the competitive advantage of gems and jewelry was medium level. 3) The predictive power with competitive advantage factors significance at .01 level and the predictive power at 62.0 percent in the aspects personnel capability, marketing capability, and R&D intensity and management capability factors significance at .05 level.

Keywords : Competitive Advantage / Export Industries / Gems and Jewelry



บทนำ

ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีเครื่องประดับเป็นอันดับที่ 14 ของโลก เนื่องจากไทยเป็นแหล่งทรัพยากรอัญมณีที่มีคุณภาพ และเป็นแหล่งรวมช่างฝีมือที่มีความสามารถ ทั้งในด้านความงามของลวดลาย ความประณีตในการผลิตเครื่องประดับและการเจียระไนพลอยสี ทำให้อัญมณีไทยเป็นที่แพร่หลายในต่างประเทศเป็นอย่างมาก ปัจจุบันอุตสาหกรรมนี้ติด 1 ใน 10 รายการแรกของการส่งออกไทยและได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากรัฐบาลซึ่งมีแผนการที่จะผลักดันให้ไทยเป็น “ศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก” สภาพปัญหาปัจจุบันของอุตสาหกรรมนี้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีอัตราการขยายตัวลดลงต่อเนื่องจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 11.82 (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2553) เสร็จจากนี้รายงานศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้กล่าวว่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยได้รับผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงสำคัญอย่างน้อยด้วยกัน 3 ประการคือ 1) สถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่อยู่ในช่วงขาลง 2) ปัญหาการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น และ 3) ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ นอกจากนี้ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับสถาบันวิจัยอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ได้กล่าวถึงสภาพปัญหาเพิ่มเติมจากนี้ว่า ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ค้าขายพลอยและเครื่องประดับเป็นอันดับต้นๆ ของโลก แต่ไทยกลับต้องอาศัยวัตถุดิบจากต่างประเทศแทบทั้งสิ้นด้วยการนำเข้าพลอยเป็นมูลค่ารวมหลายพันล้านบาทและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น จากประเทศจีนและประเทศอินเดียที่ยังมีแหล่งแร่อัญมณีและโลหะมีค่าหลายชนิดอยู่เป็นจำนวนมากแล้ว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการไทยต้องเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพปัญหาดังกล่าว

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมนี้สามารถพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้องค์กรมีความอยู่รอดและเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้ทราบ และร่วมหาทางป้องกันแก้ไขและช่วยเหลืออุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย
3. เพื่อหาอำนาจพยากรณ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

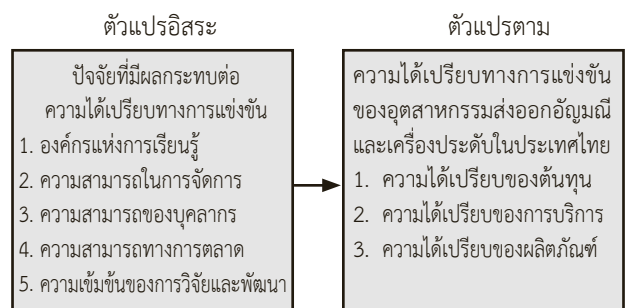
สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยองค์กรแห่งการเรียนรู้มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย
2. ปัจจัยความสามารถในการจัดการมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย
3. ปัจจัยความสามารถของบุคลากรมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย
4. ปัจจัยความสามารถทางการตลาดมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย
5. ปัจจัยความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนาผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ผู้วิจัยประยุกต์จากแนวคิดและงานวิจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Anna Kaleka (2002 : 274 ; Li ling yee and Gabrio ogunokun. 2001 : 262) สรุปเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้





วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยที่ลงทะเบียนกับกรมส่งเสริมการส่งออก ข้อมูล ณ วันที่ 13 มีนาคม 2554 จำนวน 996 ราย

2. กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย จำนวน 277 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเทียบสัดส่วนจากตารางสำเร็จรูปของเคร็จซี่และมอร์แกน (ยุทธ ไกยวรรณ. 2545 : 104) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยวิธีการจับฉลาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามวิธีการของลิเคิร์ท การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามของปัจจัยที่มีผลกระทบ มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.49 ถึง 0.80 มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.86 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.40 - 0.80 มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามลิเคิร์ท สเกล ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามลิเคิร์ท สเกล ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยขอหนังสือจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา เพื่อขอความร่วมมือมายังผู้บริหารธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 277 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้แนบซองเปล่าพร้อมติดแสตมป์จำหน่ายซองถึงผู้วิจัย เมื่อครบกำหนดได้ตรวจสอบและคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ได้จำนวนทั้งสิ้น 149 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 53.79

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลทั่วไปของธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามโดยนำมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

2.1 วิเคราะห์หาระดับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 วิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันตามความคิดเห็นของผู้บริหาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน และระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ คือ ด้านความสามารถของบุคลากร ด้านความสามารถในการจัดการ และด้านความสามารถทางการตลาด ส่วนด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้

2. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 4 ด้าน และอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 7 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้คือ มีสินค้าที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือสำหรับตลาดต่างประเทศ รองลงมาให้บริการหลังการขายที่ดี และสามารถออกแบบสินค้าเพื่อการส่งออกได้โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากคู่แข่ง ส่วนด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ตราสินค้าเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในต่างประเทศ

3. ปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีจำนวน 3 ด้านเรียงน้ำหนักในการพยากรณ์ คือ ด้านความสามารถทางการตลาด ด้านความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนาและด้านความสามารถของบุคลากร ส่วนปัจจัยด้านความสามารถในการจัดการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์ในเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ได้ร้อยละ 62.0 ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ตัวแปรพยากรณ์โดยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยเป็นตัวแปรตาม

Model		Unstandardized	Standardized		t	Sig.
		Coefficients	Coefficients			
		B	Std.Error	β		
	(Constant)	0.414	3.244		0.128	0.899
1	ด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้	0.145	0.188	0.045	0.774	0.440
2	ด้านความสามารถในการจัดการ	0.332	0.149	0.166	2.225	0.028*
3	ด้านความสามารถของบุคลากร	0.528	0.136	0.217	3.874	0.000**
4	ด้านความสามารถทางการตลาด	0.634	0.153	0.321	4.146	0.000**
5	ด้านความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนา	0.553	0.148	0.287	3.741	0.000**

หมายเหตุ : *P < .05, **P < .01, R² = 0.620, F = 46.715

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้ไม่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยที่พบว่า ผลกระทบลักษณะขององค์กรแห่งการเรียนรู้มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อประสิทธิภาพงานให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ถึงแม้ผู้บริหารมีความเห็นด้วยในระดับมากและให้ความสำคัญกับการคิดอย่างเป็นระบบ สนับสนุนการทำงานร่วมกันเป็นทีม แต่ยังไม่สามารถส่งเสริมหรือปลูกฝังให้พนักงานมีความกล้าแสดงออกหรือให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ได้ตรงกับความต้องการ อาจเนื่องมาจากลักษณะส่วนใหญ่ของธุรกิจนี้เป็นสถานประกอบการขนาดเล็ก มีจำนวนพนักงานน้อยไม่เกิน 50 คน เพราะฉะนั้นในการบริหารงานในองค์กรขนาดเล็กในการที่จะผลักดันให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีทักษะในการสร้างสรรค์พัฒนาศักยภาพรวมถึงการจัดการนวัตกรรมหรือการเรียนรู้ทั้งระดับบุคคลและองค์การให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนอาจจะทำได้ แต่อาจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร จากสภาวะการณ์ในปัจจุบัน การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นเรื่องที่จำเป็น เพราะว่าการอนาคตไม่ใช่การแข่งขันระดับโลกเท่านั้นแต่เป็นการเรียนรู้ระดับ

โลกด้วย ดังนั้นในการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้ประสบความสำเร็จ ตัวองค์กรต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ต้องสามารถพัฒนาโครงสร้างและวิธีการให้เหมาะสมกับคนในองค์กร เทคโนโลยี เป้าหมาย ภารกิจรูปแบบงานระบบ และวัฒนธรรมองค์กรให้มากที่สุด จากการศึกษาของ มาร์ควาสและเรย์โนลด์ (บุบผา พวงมาลี. 2542 : 44) ได้ให้แนวทางที่เป็นไปได้ในการสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ทั้งหมด 8 ประการคือ 1) เปลี่ยนแปลงรูปลักษณะการเรียนรู้รูปแบบทางความคิดและกลยุทธ์ที่ชัดเจน 2) พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ของทีมเข้าสู่วิธีการร่วมคิดอย่างแท้จริง 3) ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้บริหารอย่างมีจุดประสงค์ให้เกิดโครงการสนับสนุนการเรียนรู้ในระยะยาว 4) กระตุ้นให้บุคลากรทดลองสิ่งใหม่ๆ และยอมรับกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น 5) สร้างกลไกในการเผยแพร่การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับองค์กร 6) เสริมสร้างพลังอำนาจกับคนที่ทำงาน 7) พัฒนางค์ประกอบของการคิดอย่างเป็นระบบ 8) สร้างวัฒนธรรมของการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพราะฉะนั้นสิ่งสำคัญที่จะพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ได้นั้น ประเด็นสำคัญขององค์กรนั้นต้องกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงลักษณะการเรียนรู้ และตัวผู้บริหารเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

2. สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความสามารถในการจัดการมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการจัดการมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม



ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากองค์ความรู้ความสามารถในการจัดการในการนำเอาทรัพยากรมาใช้ในกระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด การพัฒนาเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับกระบวนการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการบริหารจัดการการเงิน การลงทุนในการดำเนินงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์สูงสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของทิพสุคนธ์ มุสิกพันธ์ (2548) พบว่า ผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับความสามารถในการจัดการเทคโนโลยีและการบริหารการเงินและต้นทุน จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับมาก รวมถึงงานวิจัยของรุ่งนภา จันทราเทพ (2550) พบว่า ผู้บริหารให้ความสำคัญกับความสามารถในการจัดการด้านประสิทธิภาพการบริหาร การผลิตโดยรวม ด้านการวางแผนและควบคุมการผลิต ด้านการควบคุมคุณภาพ รวมถึงด้านการบริหารคงคลัง ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะธุรกิจอุตสาหกรรมควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการจัดการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อสะท้อนถึงศักยภาพในการแข่งขัน อันจะก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าต่อผู้ประกอบการและส่งผลสำเร็จต่อองค์กรในที่สุด

3. สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถของบุคลากรมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก งานที่เกี่ยวกับการผลิต ประกอบอัญมณีและเครื่องต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ และความชำนาญเฉพาะตัวเพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์ออกมามีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และเลียนแบบได้ยาก เสริมจากนี้องค์กรได้เปิดโอกาสให้บุคลากรได้ใช้ศักยภาพของเขาในการทำงานที่มีความเป็นลักษณะพิเศษและท้าทาย รวมทั้งการกำหนดโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพการงานด้วย สอดคล้องกับ Campbell, Dannet, Roller และ Vicks (ทวีศักดิ์ สุททาทิน. 2551 : 30-31) ได้กล่าวว่า โดยทั่วไปพนักงานที่มีความสามารถ ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ มีทักษะและมีความถนัดที่จะสามารถทำงานได้สำเร็จ และมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน แต่การมีความสามารถเพียงอย่างเดียวถ้าหากขาดโอกาสที่จะได้แสดงความรู้และความสามารถในการทำงาน ก็ยากที่จะประสบความสำเร็จและองค์กรก็จะไม่ประสบความสำเร็จ โอกาสที่องค์กรสามารถใช้ผลักดัน

ศักยภาพบุคลากรให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ คือ 1) มีข้อมูลข่าวสารที่พอเพียงในการทำงาน 2) มีเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการทำงาน 3) สนับสนุนให้บุคลากรได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี 4) ให้เวลาเพียงในการทำงาน และ 5) มีปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพที่ดีในการทำงาน นอกจากนี้ยังได้สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทิมา อัครโชคชัย (2548) พบว่า ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในเรื่องความสามารถของบุคลากรอยู่ในระดับมาก กล่าวคือประเทศไทยมีแรงงานที่มีฝีมือเป็นที่ยอมรับในสหภาพยุโรปมากกว่าคู่แข่ง เพราะฉะนั้นธุรกิจที่จะมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต้องอาศัยบุคลากรในองค์กรที่มีความรู้และความสามารถอีกทั้งองค์กรนั้นต้องสามารถส่งเสริมศักยภาพบุคลากรได้เป็นอย่างดี

4. สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านความสามารถทางการตลาดมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางการตลาดมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 อาจเนื่องมาจากสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันองค์กรจำเป็นต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาให้ตลาดและผู้บริโภคมีอุปสงค์มากขึ้น โดยมีความต้องการสินค้าทั้งในคุณภาพและรูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้นในการวิเคราะห์ การวางแผนการปฏิบัติงานทางการตลาดและควบคุมตลาด ต้องเน้นหนักในด้านการตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายและต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด เพราะฉะนั้นองค์กรที่มีความสามารถทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุดจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งสองฝ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของภริณี เจริญสมบูรณ์ (2550) พบว่า ธุรกิจที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต้องอาศัยความสามารถทางการตลาดในระดับสูง จึงจะสามารถผลักดันองค์กรให้ประสบความสำเร็จและตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ได้เป็นอย่างดี และสามารถต่อสู้คู่แข่งธุรกิจประเภทเดียวกันได้ เสริมจากนี้ Weeraeardena J, Cass O.A. (2004) พบว่าความสามารถของการเรียนรู้ตลาดเฉพาะกลุ่ม ความสามารถทางการตลาด รวมถึงความเข้มข้นของนวัตกรรมองค์กร จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน กล่าวคือ การหาจุดยืนในตำแหน่งทางการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่ง เป็นกุญแจสำคัญแห่งความสำเร็จของการเป็นผู้นำ



ขับเคลื่อนตลาดให้ไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

5. สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนาที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนาที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 อาจเนื่องมาจากการวิจัยและพัฒนาเป็นอีกบทบาทที่สำคัญและจำเป็นต้องพัฒนาเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารต้องให้ความสำคัญว่าการวิจัยแบบไหนที่องค์กรควรจะดำเนินการและเทคโนโลยีไหนที่ควรจะเน้นย้ำในการพัฒนา สิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยในรายการวิจัย การวิจัยในทางอุตสาหกรรมแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ 1) การวิจัยพื้นฐาน 2) การวิจัยเพื่อสำรวจ 3) การพัฒนากิจกรรมใหม่ๆทางการค้า 4) การพัฒนากิจกรรมทางการค้าที่มีอยู่แล้ว และ 5) การบริการทางเทคนิค ซึ่งรูปแบบความต้องการวิจัยและพัฒนาที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในองค์กร สรุปได้ 3 ระดับ คือหนึ่ง ความต้องการยกระดับพื้นฐาน มุ่งทำตามความต้องการผู้ใช้เป็นกลุ่มแรกหรือกลุ่มรองลงมาที่ได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ สองความต้องการเปรียบเทียบ ได้รับแรงขับเคลื่อนจากรักษาสภาพในการแข่งขันที่มีคู่แข่งติดตามอยู่ และสามความต้องการในระดับการพยากรณ์ ได้รับแรงขับเคลื่อนจากการพยากรณ์และความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมผู้บริโภค หรือเกณฑ์ใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนาในระดับอุตสาหกรรมขององค์กรควรจะมีขึ้นเพื่อรองรับนวัตกรรมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องและไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานของชานนารถ ศรีเบญจพลางกูร (2548) พบว่า การที่องค์กรได้รับการสนับสนุนให้มีการวิจัยและพัฒนาจะเป็นการผลักดันให้สินค้ามีคุณภาพแตกต่างจากคู่แข่งจนเกิดการพัฒนาค่าให้แก่ผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถต่อสู้กับคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกันได้ แนวทางในการพัฒนาและโอกาสในการขยายตัวทางการตลาด คือประเทศไทยควรจะมีการพัฒนาศักยภาพที่มีความได้เปรียบ 2 ด้านคือ ศักยภาพของช่างฝีมือแรงงานและเทคโนโลยี เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยจากปัจจุบันที่อยู่ในระดับปานกลาง ให้อยู่ในระดับสูงขึ้นได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านสามารถในการจัดการ ความสามารถของบุคลากร ความสามารถทางการตลาด และความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนา อย่างต่อเนื่อง เพราะจากการศึกษาครั้งนี้ ปัจจัยดังกล่าวสามารถส่งผลกระทบต่อห้องค์กรของท่านเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยได้

2. แนวทางที่จะสามารถพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ได้นั้น สิ่งสำคัญขององค์กรนั้นต้องกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง ภาวลักษณะการเรียนรู้ รวมถึงผู้บริหารต้องมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ให้อำนาจกับคนที่ทำงาน และที่สำคัญต้องสร้างวัฒนธรรมและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพราะองค์กรแห่งการเรียนรู้จะเป็นการขยายความสามารถในการสร้างอนาคตให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเรียนรู้ที่จะปรับปรุงเพื่อความอยู่รอดในธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในธุรกิจอื่นมากขึ้น เช่น ธุรกิจส่งออกเครื่องประดับทอง เพราะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกโดยรวมสูงเป็นอันดับหนึ่ง แต่มีอัตราการขยายตัวลดลง ส่วนหนึ่งมาจากราคาทองค้าในตลาดโลกผันผวนตลอดเวลา เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยแทรกจากการสนับสนุนจากรัฐบาล ปัจจัยแทรกการสนับสนุนจากผู้บริหาร ซึ่งปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. ผู้ให้ข้อมูลตอบกลับมีจำนวนน้อย ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มประเภทผู้ให้ข้อมูลอื่นๆ เช่น ผู้ซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อทำให้เกิดการศึกษาเปรียบเทียบให้เห็นอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4. การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามโดยส่งทางไปรษณีย์เพียงอย่างเดียว อาจทำให้ได้ตัวแทนที่ตอบแบบสอบถามไม่ตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้บริหารในเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด และเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาในอนาคตรวมถึงธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการส่งออก. (2553). **ภาวะการณ์ส่งออกสินค้า
อัญมณีและเครื่องประดับ**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก :
[http://www.dephtai.go.th/E0%B8%81/tabid/
417/Default.aspx](http://www.dephtai.go.th/E0%B8%81/tabid/417/Default.aspx). [4 พฤศจิกายน 2553].

จันทิมา อัครโชคชัย. (2548). **การศึกษาสภาพและปัญหาใน
การดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
ไทยเพื่อการส่งออก**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหา
บัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชนานารถ ศรีเบญจกลางกูร. (2548). **ความสามารถในการแข่ง
ขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของ
ไทย**. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ทวีศักดิ์ สุททกวาทิน. (2551). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์
เชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : ทีพีเอ็น เพรส.

ทิพสุคนธ์ มุสิกพันธ์. (2548). **ความสามารถในการแข่งขันด้าน
ต่างๆ ของธุรกิจเหล็กและเหล็กกล้า**. วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

บุบผา พวงมาลี. (2542). **การรับรู้ความเป็นองค์กรแห่ง
การเรียนรู้ฝ่ายการพยาบาลโรงพยาบาลของรัฐเขต
กรุงเทพฯ**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุทธ ไกยวรรณ. (2545). **สถิติเพื่อการวิจัยพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ :
เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

รุ่งนภา จันทราเทพ. (2550). **ผลกระทบของประสิทธิภาพ
การบริหารการผลิตที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของ
ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.

อภิรดี เจียรศิริสมบูรณ์. (2550). **ผลกระทบของความสามารถ
ทางการเจรจาต่อรองของผู้บริหารที่มีต่อความได้
เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจส่งออกอัญมณีและ
เครื่องประดับในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ การจัดการ
มหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Kaleka, A. (2002). "Resources and capabilities driving
competitive advantage in export markets :
guideline for industrial exporters," **Journal of
Industrial Marketing Management**. 31(3) :
273-283.

Ling yee, L., Ogunokun. (2001). "The influence of
interfirm relational capabilities on export
advantage and performance : an empirical
analysis," **Journal of World Business**. 36(3) :
260-279.

Weeraeardena, J., Cass, O. A. (2004). "Exploring the
characteristics of the market-driven firm and
antecedents to sustained competitive
advantage," **Journal of Industrial Marketing
Management**. 33 : 419-428.