

ปัจจัยและลักษณะสำคัญของสมรรถนะที่โดดเด่นของธุรกิจเครื่องเงินในประเทศไทย

Important Factors and Characteristics of the Distinctive Competencies of the Silverware Business in Thailand

ณัฐพันธ์ ปัญญโรจน์,
วิชยานัน รัตนวิบูลย์สม และ มาร์ฎา ชยทัตโต
มหาวิทยาลัยนเรศวร

**Nattapan Panyaroj,
Vichayanon Rattanawiboonsom and Mada Chayathatto**
Naresuan University, Thailand
Correspondent Author, E-mail: Nattapanpanyaroj@gmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะสำคัญของสมรรถนะที่โดดเด่นของธุรกิจเครื่องเงินในประเทศไทย โดยศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องด้วยมุมมองฐานทรัพยากร ในเรื่องสมรรถนะที่โดดเด่น โดยในการศึกษานี้ เป็นการเก็บข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเงิน ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเครื่องเงินที่ใหญ่และมีความดั้งเดิม เชิงวัฒนธรรม มีกระบวนการดำเนินงานทั้งการผลิตและการจำหน่าย โดยอาศัยเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 5 กิจการ จากการศึกษาพบว่าสมรรถนะที่โดดเด่นในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเงิน ได้แก่ การจัดการการผลิต การจัดการด้านการดำเนินงาน และการจัดการตลาดและนวัตกรรม ซึ่งทำให้เกิดการบูรณาการทางด้านการผลิต ทั้งด้านความชำนาญ ทักษะ ทัศนคติของบุคคล ที่มีการสั่งสมมาจากวัฒนธรรม และค่านิยมความเชื่อประจำท้องถิ่นนั้น โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สามารถจะผสมผสานกันเป็นหนึ่งเดียวกัน และส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ จึงทำให้สมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กรเป็นสิ่งที่ช่วยให้องค์กรมีจุดเด่นและดำเนินกิจการได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: ธุรกิจเครื่องเงิน; สมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กร

Abstracts

The objective of this study is to study the key characteristics of the distinctive competencies of the silverware business in Thailand. The study was conducted from a review of relevant literature from a resource-based view about distinctive competencies in this study. It is a collection of data from qualitative research. The data provider in this research is a silverware business operator in the northern region of Thailand which is a large source of silver production and has a traditional culture. There are processes for both production and distribution, by collecting data from 5 businesses. The study found that the distinctive competencies from the perspective of silverware business operators are production management, operations management, and market management and innovation. This resulted in the integration of production in terms of expertise, skills, and attitudes of individuals. That has been accumulated from culture and local beliefs that these things can be combined into one. and affecting strategy formulation to achieve the goals. Therefore, the distinctive competencies of the organization can help the organization to have strengths and operate appropriately.

Keywords: Silverware Business; Distinctive Competencies of the organization

บทนำ

เครื่องเงิน เป็นสินค้าประเภทอัญมณีและโลหะมีค่า เมื่อปี 2562 สินค้าประเภทอัญมณี เช่น เพชร พลอย ไข่มุก กับเครื่องประดับที่ทำจากเงิน ทอง และโลหะมีค่าอื่น ๆ สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกถึง 486,159.16 ล้านบาท เป็นสินค้าสำคัญในอันดับ 3 รองลงมาจากการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วน กับเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ สามารถคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.37 ของภาพรวมสินค้าส่งออกไทย โดยสินค้าหลักในการส่งออกเป็นจำพวกเครื่องประดับเงิน พลอย เพชรเจียรระไนและเครื่องประดับทอง จึงถือว่าได้อัญมณีและเครื่องประดับ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการส่งออก และมีแนวโน้มการเติบโตของการค้าโดยเฉลี่ยสูงกว่าในภูมิภาคของประเทศอื่น ๆ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2562 : ออนไลน์) สอดคล้องกับในภาพรวมของเศรษฐกิจไทย มีความจำเป็นต้องพึ่งพาภาคการส่งออกสินค้าในประเทศถึงร้อยละ 70 - 80 ของอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555 : ออนไลน์)

หากกล่าวถึง สมรรถนะที่โดดเด่น ของธุรกิจเครื่องเงิน พบว่า ความแตกต่างทางด้านความชำนาญของแรงงานที่มีฝีมือและทักษะในการผลิต เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณค่า สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เครื่องเงินได้อย่างมาก ในที่นี้ หมายถึงทั้งความแตกต่างด้านทักษะ ความรู้ และคุณลักษณะของผู้ผลิต และรวมถึงความแตกต่างทางด้านทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตด้วย การใช้วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ซึ่งช่างเครื่องเงินไทย มักนำสิ่งที่มีในธรรมชาติมาประดิษฐ์อุปกรณ์ตามความเหมาะสม เช่น ล้อมหรือส่วที่เป็นอุปกรณ์ในการทำลวดลายซึ่งทำมาจากไม้หรือเขาสัตว์ กับเตาเผาที่ใช้หลอมซึ่งทำด้วยดินเผา เป็นต้น สำหรับความแตกต่างทางด้านทักษะความชำนาญในการผลิต แสดงให้เห็นถึงฝีมือของช่างไทยที่มีความประณีต งดงาม มี

การสร้างสรรค์ลวดลายในการผลิต เกิดการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นตั้งแต่ยุคสมัยของบรรพบุรุษ เกิดการสืบสานวัฒนธรรม โดยส่งมอบในเรื่ององค์ความรู้และเทคนิคในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ เพื่อสร้างคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความพิเศษ สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยประสบการณ์ ทักษะความชำนาญในการผลิต และจากการถ่ายทอดแนววัฒนธรรมที่ต่างกันไปเอง ส่งผลให้ชิ้นงานของแต่ละภูมิภาคมีลักษณะแตกต่างกันตามขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2562 : ออนไลน์ ; สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2562 : ออนไลน์) ทำให้สินค้าของไทยมีความโดดเด่น ควบคู่กับการสร้างความแตกต่าง และภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ประกอบการไทยอีกทั้งยังสามารถพัฒนาและส่งผลให้เกิดการกำหนดกลยุทธ์และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ในที่สุด

อย่างไรก็ตาม การสร้างสมรรถนะที่โดดเด่นข้างต้น ยังคงมีความหลากหลายในบริบทของความเข้าใจด้านความโดดเด่น เนื่องด้วยมุมมองที่ต่างกันของผู้ประกอบการที่มีต่อผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานขององค์กรตนเอง ทำให้เกิดความเข้าใจในสมรรถนะที่โดดเด่นที่แตกต่างกันออกไป ในด้านสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กร ลักษณะวรรณ พิมพ์สวัสดิ์ (2551 : 34-38.) ได้กล่าวถึงแหล่งที่มาของสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กร เป็นการได้รับผลจากกระบวนการของกิจกรรมในหน้าที่หลักทางธุรกิจ กับกลยุทธ์ ขั้นตอนในกระบวนการทำงาน และโครงสร้างขององค์กรที่เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากต่อการลอกเลียนในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่า การศึกษานี้จึงเน้นเกี่ยวกับสมรรถนะที่โดดเด่นของธุรกิจเครื่องเงินเป็นสำคัญ ตามแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและโลหะมีค่า ในปี 2555-2574 (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554 : ออนไลน์)

ด้วยความสำคัญของการสร้างสมรรถนะที่โดดเด่นนี้เอง ผู้ศึกษาจึงสนใจเรื่องการสร้างสมรรถนะที่โดดเด่นของธุรกิจเครื่องเงินของประเทศไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจสมรรถนะที่โดดเด่นของธุรกิจเครื่องเงิน โดยทำการวิเคราะห์และประเมินผลจากการวิจัยแบบผสมผสานที่เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า เพื่อต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะที่โดดเด่น ที่เกิดขึ้นในบริบทของธุรกิจเครื่องเงิน จากการรวบรวมข้อมูลกับผู้บริหารขององค์กรธุรกิจเครื่องเงิน (ผู้ให้ข้อมูลหลัก) ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ที่มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเงินส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม จากรายงานการสำรวจอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินไทย พบว่ามีการใช้พนักงานหรือช่างที่มีฝีมือเฉพาะในการผลิต เนื่องจากมีขั้นตอนการผลิตที่ต้องอาศัยทักษะ ฝีมือ ความประณีตและความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ของช่าง โดยทั่วไปในทางภาคเหนือมีการกระจายตัวของสถานประกอบการภาคอุตสาหกรรม จำนวน 60 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 12.15 (จากทั้งหมด 494 แห่ง) เป็นอันดับ 2 ซึ่งรองลงมาจากกรุงเทพฯ และธุรกิจเครื่องเงินทางภาคเหนือเป็นแหล่งผลิตงานเครื่องเงินที่ใหญ่ ประกอบกับมีความดั้งเดิม

(Original) เจริญวัฒนธรรมค่อนข้างมาก โดยส่วนใหญ่แหล่งการผลิตตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดน่าน (สุตารัตน์ อภิราชกมล และพัชนี ศิริตานนท์, ม.ป.ป. : ออนไลน์) ทำให้ผู้ศึกษาเล็งเห็นประโยชน์ เพื่อต้องการสำรวจตัวชี้วัดที่ก่อให้เกิดการเพิ่มสมรรถนะที่โดดเด่นทางการจัดการการผลิต การจัดการการดำเนินงาน และการจัดการการตลาดและนวัตกรรม เพื่อมุ่งยกระดับสินค้าเครื่องเงินให้ตรงตามความต้องการของตลาดเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศตามนโยบายของภาครัฐบาล จึงเลือกผู้ประกอบการธุรกิจเงินในเขตพื้นที่ภาคเหนือเป็นผู้ให้ข้อมูลด้านสมรรถนะที่โดดเด่นในการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยและลักษณะที่สำคัญของสมรรถนะที่โดดเด่นของธุรกิจเครื่องเงินในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเงินในเขตพื้นที่ของภาคเหนือที่มีผลประกอบการที่ดีและสูงสุด แสดงตามงบการเงินของนิติบุคคล ปีงบการเงิน 2562 ในฐานแหล่งค้นหาข้อมูลนิติบุคคลและประเภทธุรกิจในประเทศไทย ในวันที่ 27 พฤศจิกายน 2563 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563 : ออนไลน์) โดยอาศัยรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างด้วยวิธีสัมภาษณ์เจาะลึก จำนวน 5 สถานประกอบการขึ้นไป หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน เนื่องจากธุรกิจเครื่องเงินทางภาคเหนือเป็นแหล่งผลิตงานเครื่องเงินที่สำคัญ และเอกลักษณ์ดั้งเดิมจากรากฐานเจริญวัฒนธรรม อีกทั้งมีกระบวนการผลิตที่ครบทุกกระบวนการ ตั้งแต่การผลิต จนถึงการจัดจำหน่าย (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2562 : ออนไลน์)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

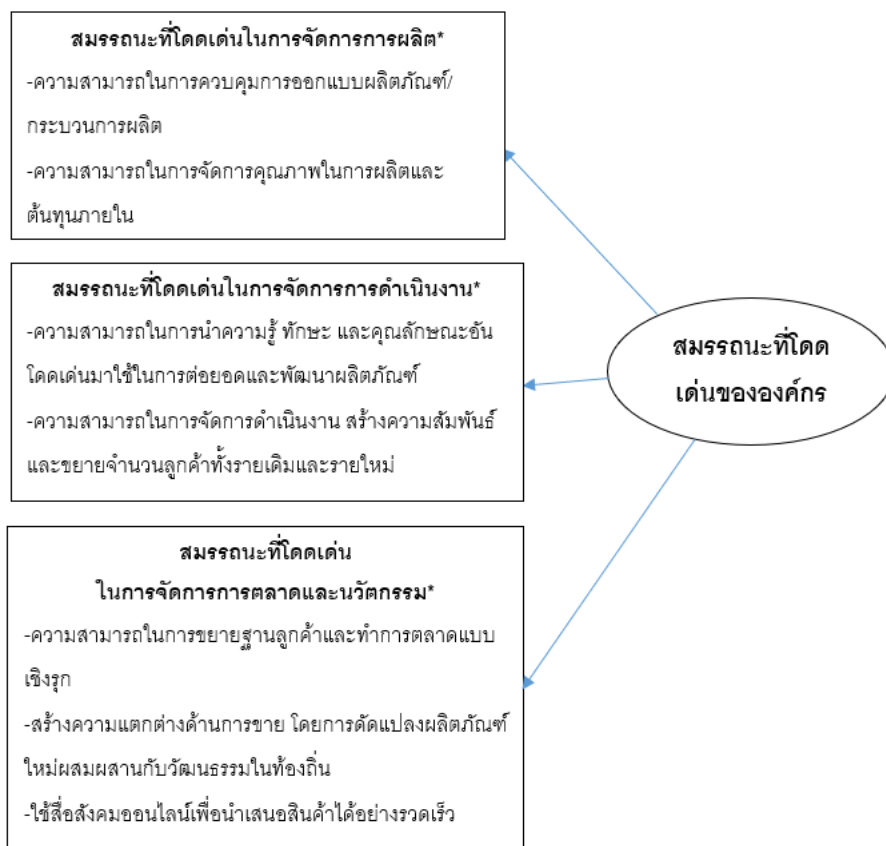
ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง จำนวน 5 สถานประกอบการขึ้นไป หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเงิน ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสมรรถนะที่โดดเด่น นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observe) โดยเข้าไปศึกษาความเป็นมาและกระบวนการผลิต ตลอดจนช่องทางการตลาดไปจนถึงมือลูกค้า

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้แบบสอบถามกึ่งมีโครงสร้าง ซึ่งได้แนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของสมรรถนะที่โดดเด่นในธุรกิจเครื่องเงิน เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ให้สอดคล้องกับประเด็นเนื้อหาของการวิจัย ข้อมูลที่ได้จะนำมาสร้างเป็นตัวแปรในรูปแบบของสมรรถนะที่โดดเด่นในภาพรวมของธุรกิจเครื่องเงิน โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ทำการถอดความที่ได้จากการบันทึกคำสัมภาษณ์ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ทำการลดทอนข้อมูลที่นอกเหนือจากการวิจัย เช่น สภาวะทางอารมณ์หรือความคิดเห็นที่อาจเกิดขึ้นจากสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมระหว่างสัมภาษณ์การวิจัย
2. จำแนกและจัดระบบข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกและจัดหมวดหมู่ข้อมูลความสำคัญ รวมทั้งจัดเรียงรูปประโยคเชิงเนื้อหาตามข้อคำถามของการวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กัน
3. วิเคราะห์ข้อมูล โดยการตีความ ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยเน้นถึงปัจจัยและสภาพแวดล้อมในองค์กร
4. นำเสนอข้อมูลเป็นข้อความแบบเชิงพรรณนาความ
5. สร้างตัวชี้วัดหรือลักษณะสำคัญของสมรรถนะที่โดดเด่นเพื่อใช้เป็นตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์เชิงปริมาณต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาเรื่องสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กร เป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาที่มีการจำแนกและจัดระบบข้อมูลในลักษณะเชิงบรรยาย เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะที่โดดเด่นของธุรกิจเครื่องเงินในประเทศไทย โดยมีการทำความเข้าใจในสมรรถนะที่โดดเด่น/อัตลักษณ์/เอกลักษณ์ขององค์กร ได้ดังนี้

ความเข้าใจในสมรรถนะที่โดดเด่น/อัตลักษณ์/เอกลักษณ์ขององค์กร สอบถามในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กร ในมุมมองของผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญในองค์กร ว่ามีอะไรบ้างที่เรียกว่าเป็นสมรรถนะที่โดดเด่น ตลอดจนการใช้ประโยชน์สมรรถนะที่โดดเด่นดังกล่าว เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงกรรมวิธีการผลิตที่เด่นชัด ตลอดจนเข้าใจหลักบริหารงานทางด้าน “การผลิต” และ “ด้านการตลาด” เพื่อมุ่งยกระดับสินค้าเครื่องเงินให้ตรงตามความต้องการของตลาดเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศตามนโยบายของภาครัฐบาล

1. สมรรถนะที่โดดเด่นทางด้านการผลิต การผลิตในธุรกิจเครื่องเงิน จำเป็นอย่างมากที่ต้องอาศัยฝีมือและทักษะในการผลิต เกิดการสร้างสรรค์และเป็นผลงานที่มีคุณค่า สามารถเพิ่มมูลค่าเพื่อการส่งออกและมีแนวโน้มเติบโตต่อไปได้ ประกอบกับในด้านการผลิตหรือดำเนินงาน มักพบสิ่งสำคัญในการชี้วัด ได้แก่ ความสามารถในการจัดการดำเนินงาน ความแตกต่างทางเทคโนโลยีเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ความสามารถในการผลิตและความยืดหยุ่น ความสามารถด้านต้นทุน โดยพิจารณาแต่ละด้านดังนี้

1.1 ความสามารถในการจัดการดำเนินงาน มุ่งเน้นในทางการดำเนินงานโดยมีโครงสร้างที่เหมาะสม โดยมีการผลิต และการขายอย่างเป็นระบบ

1.2 ความแตกต่างทางเทคโนโลยี กล่าวถึงกระบวนการผลิตที่เน้นการผลิตโดยมนุษย์แบบหัตถกรรม และการใช้เทคโนโลยี อุปกรณ์ เครื่องจักร หรือเครื่องมือ เพื่อช่วยในการผลิต

1.3 ความสามารถในการแนวทางการผลิต/การยืดหยุ่น มีสามารถปรับตัวที่สอดคล้องกับการผลิต เช่น การฝึกฝีมือแรงงาน ฝึกทักษะและการอบรมต่าง ๆ ของพนักงาน เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในองค์กร ภายใต้สถานการณ์ COVID-19 และตอบสนองลูกค้า เป็นต้น

1.4 ความสามารถเชิงคุณภาพและต้นทุนของผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต มีกรรมวิธีการผลิตที่มีจุดเด่น มีอัตลักษณ์ สร้างจุดเด่น อีกทั้งสามารถลดความสูญเสียของวัตถุดิบ และลดต้นทุนการจ้างพนักงานให้เหมาะสม ทำให้สามารถประหยัดต้นทุนได้

2. สมรรถนะที่โดดเด่นทางการตลาด สมรรถนะทางการตลาด เป็นความสอดคล้องของการผลิตเพื่อส่งออกและสามารถสร้างรายได้และมูลค่า โดยมองถึงทักษะการขาย ความแตกต่างในการขาย ความสัมพันธ์กับลูกค้า และชื่อเสียงขององค์กร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนสามารถสร้างคุณลักษณะเฉพาะขององค์กรให้มีความโดดเด่นและสร้างผลการดำเนินงานที่ดีได้ โดยพิจารณาแต่ละด้านดังนี้

2.1 ทักษะการจัดการด้านการขาย มองเรื่องช่องทางการขาย ทั้งทางหน้าร้าน รับการสั่งผลิต และการขายออนไลน์

2.2 ความแตกต่างในด้านการขาย องค์กรมีวิธีที่สร้างความแตกต่างในการขาย หรือปรับตัวเองในการขาย

2.3 ความสัมพันธ์/ความใกล้ชิดกับลูกค้า องค์กรมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดขาย

2.4 ชื่อเสียงองค์กร/ตราสินค้า ชื่อเสียงขององค์กรหรือผลงานขององค์กรมีความโดดเด่น ทำให้เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ

จากการสัมภาษณ์ทั้ง 2 ส่วนข้างต้นนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่มีความสำคัญในเรื่องสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กร ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลสมรรถนะที่โดดเด่นของธุรกิจเครื่องเงิน (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ)

1. สมรรถนะที่โดดเด่นในการจัดการการผลิต/ดำเนินงาน

ประเด็น	คำสำคัญ	รายละเอียด
1.1 ความสามารถในการจัดการดำเนินงาน	- ระบบการบริหารตามหน้าที่	- มีการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ - ทำงานด้วยนโยบายองค์กร
	- กระบวนการผลิต	- มีแรงงานของตัวเอง - มีหน่วยการผลิต หรือโรงงาน
	- กระบวนการขาย	- มีหน้าร้านและการผลิตตามคำสั่งผลิต
1.2 ความแตกต่างทางเทคโนโลยี	- การผลิตด้วยมือ	- ผลิตเครื่องเงินด้วยมือ - ลักษณะงานเป็นหัตถกรรม
	- การผลิตด้วยเทคโนโลยี/เครื่องจักร	- การใช้เทคโนโลยีในการออกแบบ - การใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ช่วยในการผลิต
1.3 ความสามารถในการแนวทางการ	- การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้	- ช่างเงินสะสมความรู้และประสบการณ์การทำงาน - มีความถนัดและเชี่ยวชาญในสายงาน - สามารถแลกเปลี่ยนความรู้และรักษาองค์ความรู้ไว้ได้

ผลิต/การ ยืดหยุ่น	- พัฒนาทักษะ	- มอบหมายงานให้ตรงกับความสามารถตามหน้าที่ - เพิ่มเติมความรู้ความสามารถด้วยการจัดฝึกอบรม - จัดประชุมภายในเพื่อถ่ายทอดการจัดการความรู้
	- การปรับตัว	- องค์กรมีการปรับตัวตามสถานการณ์ COVID-19
1.4 ความสามารถ เชิงคุณภาพและ ต้นทุนของ ผลิตภัณฑ์และ กระบวนการ ผลิต	- สมรรถนะที่โดดเด่น	- ช่างมีฝีมือ และมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ปรับตัวได้ - มีลักษณะผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น ส่วนใหญ่ทำด้วยมือ และมีขึ้น เดียวในโลก
	- อัตลักษณ์และ เอกลักษณ์	- ช่างมีการใช้ฝีมือและเน้นไปที่หัตถกรรม เพราะมีการใช้ เครื่องมือเทคโนโลยีน้อยมาก - เครื่องเงินเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่สืบทอด กันมา

2. สมรรถนะที่โดดเด่นในการจัดการการตลาดและนวัตกรรม

ประเด็น	คำสำคัญ	รายละเอียด
2.1 ทักษะการ จัดการด้านการ ขาย	- ขายหน้าร้าน	- มีการผลิตเพื่อวางขายหน้าร้านเพื่อให้เกิดการเป็นที่รู้จักกับ ลูกค้า
	- ขายตามคำสั่งผลิต	- มีกระบวนการผลิตตามคำสั่งซื้อ เพื่อลดต้นทุนในการทำ สินค้าคงคลัง
	- ขายออนไลน์	- ตอบรับการขายยุคใหม่ และเป็นไปตามสถานการณ์ COVID-19
2.2 ความแตกต่าง ในด้านการขาย	- การติดต่อโดยตรง กับลูกค้า	- การมี Connection กันระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้า จะสามารถช่วยกระตุ้นยอดขาย และรักษฐานลูกค้าในระยะ ยาวได้
	- การ ประชาสัมพันธ์	- กระจายให้ลูกค้ารับทราบและรู้จักเรามากขึ้น - ใช้วิธีแผ่นพับ ใบปลิว เสียงตามสาย โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ
	- การขายออนไลน์	- ต้องพัฒนาให้สูงขึ้นไปให้แตกต่างจากคนอื่น
2.3 ความสัมพันธ์/ ความใกล้ชิดกับ ลูกค้า	- ลูกค้าประจำ	- ให้ความสำคัญแก่ลูกค้า ดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความ ต้องการที่หลากหลาย เช่น ลวดลายที่ลูกใจ การมีส่วนร่วมใน การออกแบบ

2.4 ชื่อเสียง องค์กร/ตราสินค้า	- ชื่อเสียงองค์กร	- มีชื่อเสียงและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในการผลิตสินค้า
	- ตราสินค้า	- เป็นที่รู้จัก มีมาตรฐานการผลิต หรือ มาตรฐานอื่น ๆ
	- ภาพลักษณ์องค์กร	- มีภาพลักษณ์ที่ดีกับสังคม เกิดการรักษาตำแหน่งในสังคม

ที่มา: จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล

จากตารางที่ 1 เป็นการถอดข้อความจากบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเงิน โดยการวิเคราะห์สรุปให้เห็นว่า องค์กรธุรกิจเครื่องเงินมีสมรรถนะที่โดดเด่น นั่นคือด้านการผลิต การดำเนินงาน และด้านการตลาด/นวัตกรรม โดยเริ่มจากคุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน มีคุณภาพที่ดี สืบเนื่องจากการเป็นผลิตภัณฑ์แบบหัตถกรรมเป็นหลัก มีขึ้นเดียวในโลก จึงนำมาสู่ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี มีลักษณะพิเศษสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและนอกประเทศได้

อภิปรายผลการวิจัย

ด้วยกระบวนการผลิตของธุรกิจเครื่องเงิน มีการผลิตที่อาศัยทักษะ ฝีมือแรงงาน ความเชี่ยวชาญของผู้ปฏิบัติงาน ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งมีการผลิตที่อาศัยการทำด้วยมือหรือแนวหัตถกรรมเป็นส่วนใหญ่ มากกว่าการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่ใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ หรือเทคโนโลยีมาเสริมการใช้มือให้โดดเด่นขึ้น เช่น ขึ้นรูป การออกแบบ ฯลฯ การผลิตจึงโดดเด่นไปในทางการจัดการการผลิตด้วยมือ แม้ว่าในยุคหลัง ธุรกิจเครื่องเงินอาจถูกมองเป็นอุตสาหกรรม เพราะมีการใช้เครื่องจักรมาช่วยในการผลิตให้ได้ปริมาณมาก ขึ้น เพื่อรองรับความต้องการที่มากขึ้นของลูกค้า ในความเป็นจริง เครื่องจักรมักถูกนำมาใช้กับการอำนวยความสะดวกแก่การผลิตด้วยมือเป็นหลัก เครื่องจักรจึงเป็นตัวขับเคลื่อนให้การผลิตสำเร็จได้ง่ายขึ้นและรวดเร็ว หรือเป็นอุปกรณ์ช่วยในการผลิตด้วยมือให้มีความแม่นยำมากขึ้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ สามารถกล่าวได้ว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ที่มีความพิเศษและมีมูลค่า ที่มีผลต่อจิตใจของลูกค้าได้ดียังเป็นการผลิตด้วยหัตถกรรมมากกว่าที่จะเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เมื่อเกิดความเป็นหัตถกรรม สิ่งหนึ่งที่มีผลต่อการสร้างมูลค่า คือ การผลิตสินค้าขึ้นเดียวในโลก ซึ่งไม่สามารถที่จะหาที่ไหนได้ หรือ หาได้แต่คนละชิ้นงานการเพิ่มมูลค่าลักษณะนี้ยังคงมีให้เห็น และความต้องการของตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่ผู้บริโภคที่ชอบงานด้านนี้ มักต้องการความดั้งเดิม (Original) และยินดีในการจ่ายเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการ เป็นลักษณะที่โดดเด่นทางด้านการจัดการตลาดและนวัตกรรม โดยพฤติกรรมผู้บริโภคเหล่านี้ เป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่ธุรกิจเครื่องเงินจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักทั้งภายในและต่างประเทศ

จากเหตุผลเรื่องกระบวนการผลิตที่เน้นการผลิตด้วยมือหรือหัตถกรรมเป็นหลัก จึงทำให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นความสำคัญเรื่องของสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กร เพื่อการประกอบการธุรกิจเครื่องเงินในด้านการจัดการการผลิต การจัดการดำเนินงานและการจัดการตลาด เป็นประเด็นที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ มีลักษณะพิเศษและทรงคุณค่า ทั้งการออกแบบที่สืบสานจากศิลปวัฒนธรรม ในแต่ละพื้นที่หรือท้องถิ่น จะมีลักษณะการผลิตและการออกแบบที่แตกต่างกัน สร้างความพิเศษที่โดดเด่นของตัวเอง เช่น เครื่องเงินน่าน มีเอกลักษณ์ที่เป็นลวดลายแนวความคิดของชาวเขา เดิมเน้นประดับชุดประจำถิ่น ต่อมาได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถประยุกต์ใช้ได้กับทุกการแต่งตัว, เครื่องเงินสุโขทัย ลวดลายดั้งเดิมจากประวัติศาสตร์ เช่นเดียวกันกับเครื่องเงินนครศรีธรรมราช ที่ได้รับอิทธิพลจากประวัติศาสตร์ดั้งเดิม เป็นต้น การออกแบบร่วมสมัยก็ยังเป็นสิ่งสำคัญและมีผลต่อการดำเนินงานด้านอื่น ๆ ต่อไป

1) สมรรถนะที่โดดเด่นด้านการจัดการการผลิต

ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเงินมองเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ความสามารถในการผลิตและมีความยืดหยุ่น มีการจัดการความรู้ แลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ในองค์กร จากการศึกษาเงินมีการสะสมความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน เกิดทักษะและความรู้ในงาน สามารถแลกเปลี่ยนความรู้และรักษาองค์ความรู้ไว้ในตัวเองและในองค์กร ที่เกี่ยวข้องกับองค์การแห่งการเรียนรู้ ในด้านการพัฒนาทักษะ มีการมอบหมายงานให้ตรงกับความสามารถตามหน้าที่ ทำการเพิ่มเติมความรู้ความสามารถด้วยการจัดฝึกอบรม หรือจัดประชุมภายในเพื่อถ่ายทอดการจัดการความรู้ ก่อให้เกิดการปรับตัวทั้งในส่วนบุคคลและองค์กร

ในขณะที่อีกหนึ่งประเด็นได้แก่ ความสามารถเชิงคุณภาพและต้นทุนของผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต เช่นเดียวกันกับประเด็นของการจัดการการผลิต เป็นสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับช่างที่มีฝีมือ และมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา มีการใช้ฝีมือและเน้นไปที่ความเป็นหัตถกรรม เพราะมีการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีน้อยมาก ซึ่งส่วนใหญ่ทำด้วยมือ และมีชิ้นเดียวในโลก ทำให้เกิดอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างมาก กระบวนการผลิตเป็นสมรรถนะที่โดดเด่นและสำคัญมาก มองต่างออกไปพบว่าการจัดการด้านการผลิตไม่มีนัยสำคัญ เพราะมีเหตุปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการผลิตมากกว่า

2) การจัดการดำเนินงาน

มองถึงระบบการบริหารตามหน้าที่ โดยให้ความสำคัญกับการแบ่งงานกันทำและยึดตามตามนโยบายองค์กร สอดคล้องกับ ที่กล่าวถึงการจัดการองค์กรที่ดีในภาพรวม ส่งผลให้เกิดสมรรถนะที่โดดเด่นได้ ตลอดจนทางด้านกระบวนการผลิต พนักงานสามารถนำทักษะ ความรู้ และคุณลักษณะ ที่โดดเด่นมาใช้ในการพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายได้ มีการเน้นที่ลักษณะพิเศษในตัวของช่างเงินเครื่องเงิน อย่างไรก็ตามมองการบริหารการผลิต วิจัยและพัฒนา และทรัพยากรมนุษย์ไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรกับ

ประสิทธิภาพทางการตลาด นอกจากนี้ยังมองถึงการมีกำลังการผลิต ทั้งแรงงาน หน่วยการผลิต หรือโรงงานที่สนับสนุนการขายได้

มีการสร้างความสัมพันธ์และขยายฐานลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ โดยพัฒนาและปรับตัวด้านกระบวนการขายในเวลาเดียวกัน ทั้งที่มีหน้าร้านที่ทันสมัย และมีการประหยัดต่อขนาดการผลิต ด้วยการผลิตตามคำสั่งผลิตเพื่อแก้ปัญหาเรื่องสินค้าคงเหลือในคลังสินค้า แต่ยังคงรักษาความต้องการของลูกค้าไว้ และพัฒนาต่อยอดสินค้าในการออกแบบเพื่อตอบสนองตลาดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

ความแตกต่างทางเทคโนโลยี มุ่งเน้นการผลิตเครื่องเงินด้วยมือ ลักษณะงานหลักจึงเป็นหัตถกรรม ทางด้านการผลิตด้วยเทคโนโลยีและเครื่องจักร จะเน้นการใช้เทคโนโลยีในการออกแบบให้ทันสมัย หรือเพิ่มประสิทธิภาพให้รวดเร็วแม่นยำ และได้ปริมาณมาก เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความน่าสนใจแก่ลูกค้าด้วยเช่นกัน เช่นเดียวกับ ที่กล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจลูกค้า

3) สมรรถนะที่โดดเด่นในการจัดการการตลาดและนวัตกรรม

มีทักษะการจัดการด้านการขายเพื่อการตลาดเชิงรุก การมีสินค้าขายหน้าร้าน สามารถสร้างความเป็นที่รู้จักกับลูกค้าได้อย่างมาก เพราะสร้างความน่าจดจำให้แก่ลูกค้า สามารถเห็นและสัมผัสสินค้าได้ ในกรณีขายตามคำสั่งการผลิต จะมีกระบวนการผลิตตามคำสั่งซื้อ นอกจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้วยังเป็นการควบคุมต้นทุนการผลิตในเวลาเดียวกันด้วย เพื่อลดต้นทุนในการทำสินค้าคงคลัง จากการที่ต้องผลิตสินค้าไว้มากและเก็บไว้ในคลังสินค้า ซึ่งไม่สามารถทำนายได้ว่าจะขายหมดชุดการผลิตนั้นเมื่อไร อีกช่องทางที่ถือว่าใหม่และต้องปรับตัวให้มาก ได้แก่ การขายออนไลน์ ซึ่งเป็นการตอบรับการขายยุคใหม่ และเป็นไปตามสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งถือเป็นตัวอย่างและโอกาสที่ดีในการพัฒนาการขายออนไลน์ ซึ่งนอกจากความสะดวกที่เกิดขึ้นแล้ว การขายออนไลน์ ถือเป็นการขยายการบริการแก่ลูกค้าได้โดยปริยาย ให้ความสำคัญเกี่ยวกับทักษะทางการตลาด เพื่อพัฒนาขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศได้

ความแตกต่างในด้านการขายโดยดัดแปลงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการต่อยอดในการบริหารองค์กร การที่มีความแตกต่างทางด้านเทคโนโลยี ด้วยการที่มุ่งเน้นการผลิตเครื่องเงินด้วยมือ ลักษณะงานหลักจึงเป็นหัตถกรรม ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรในการออกแบบให้ทันสมัย รวดเร็วแม่นยำ และได้ปริมาณมาก สามารถตอบสนองลูกค้าได้ตรงประเด็น เช่นเดียวกับ Rojas, Pérez and Sánchez ที่กล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจลูกค้า

การติดต่อโดยตรงกับลูกค้าสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้า อีกทั้งยังสามารถช่วยกระตุ้นยอดขาย ช่วยรักษาฐานลูกค้าในระยะยาวได้ สอดคล้องกับ Smart and Conant ในด้านการประชาสัมพันธ์ จะเน้นกระจายผลิตภัณฑ์และข่าวสารขององค์กรให้ลูกค้ารับทราบและรู้จักมากขึ้น โดยวิธีการหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ใบปลิว เสียงตามสาย โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ ทางด้านการขายออนไลน์ แม้ว่าจะมีความแพร่หลายในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน แต่ละองค์กรก็ยังคงพัฒนาให้สูงขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่าง

จากคู่แข่งรายอื่น ไม่ว่าจะเป็นพื้นฐานของ เว็บไซต์ การสร้างเครือข่ายจากบริษัทขายของออนไลน์ ตลอดจนการขนส่งสินค้าต่าง ๆ ด้วย

การพัฒนาเครือข่ายธุรกิจสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสิ่งที่สอดคล้องความสัมพันธ์และความใกล้ชิดกับลูกค้า ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักได้รวดเร็ว ซึ่งทางองค์กรมักจะมีการสร้างพื้นที่ให้ลูกค้าประจำเสมอ เพราะเป็นฐานที่สำคัญมากทางหนึ่ง เนื่องจากการสร้างฐานลูกค้ารายเดิมให้มั่นคงก่อน แล้วค่อยขยายไปสู่ลูกค้ารายใหม่ต่อไป ซึ่งองค์กรทำในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ โดยเป็นการสร้างภาพลักษณ์และการเข้าถึงลูกค้าที่ลดข้อจำกัดบางอย่างลงอย่างมาก สร้างความรวดเร็วในการเข้าถึงลูกค้า อีกทั้งการใช้สื่อออนไลน์ยังเป็นพื้นที่ที่สามารถใช้แลกเปลี่ยนมุมมอง ความคิดเห็น เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาได้อีกด้วย โดยให้ความสำคัญแก่ลูกค้า มีการดูแลเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย เช่น ลดราคาที่ลูกค้าพอใจ การมีส่วนร่วมในการออกแบบต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเป็นเจ้าของสินค้านั้นเพียงคนเดียวในโลก เช่นเดียวกับ Marqués, et, al. ที่นำเสนอการตลาดให้ลูกค้าได้รับทราบ

ชื่อเสียงองค์กรและตราสินค้า เป็นสิ่งที่เข้าถึงลูกค้าให้รู้จักและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในการผลิตสินค้า ปัจจุบันทุกองค์กรโดยเฉพาะองค์กรธุรกิจ มักจะมีการพยายามนำเสนอ หรือขายแบรนด์และชื่อเสียงขององค์กรมากขึ้น มีมาตรฐานการผลิต หรือ มาตรฐานอื่น ๆ ที่ลูกค้าวางใจในการผลิตและคุณภาพสินค้า ท้ายที่สุด ชื่อเสียงขององค์กรกับตราสินค้า จะนำไปสู่การเข้าถึงภาพลักษณ์องค์กร เพราะการมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม จะเกิดการรักษาดำเนินสถานภาพในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการผลิตและตัวสินค้าเอง เช่นเดียวกันกับ Marqués, et, al ที่มองถึงการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป แบ่งเป็นแต่ละด้านต่อไปนี้

1) ด้านขอบเขตเชิงเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยและลักษณะของสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กรในธุรกิจเครื่องเงิน ทำความเข้าใจและการกำหนดสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กรในธุรกิจเครื่องเงิน เน้นไปที่สมรรถนะที่โดดเด่นทางด้านการจัดการการผลิต การดำเนินงาน และการจัดการตลาดและนวัตกรรม การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ การสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงสมรรถนะที่โดดเด่นด้านอื่น ๆ ที่มีความครอบคลุมมากขึ้น ตามลักษณะสภาพการณ์ในเวลาที่ทำการศึกษา ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้าใจในสมรรถนะที่โดดเด่นอันแตกต่างกันตามช่วงเวลาและสภาพการณ์ที่ต่างกัน

2) ด้านขอบเขตของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ด้วยความที่ด้านขอบเขตเชิงเนื้อหา ได้มุ่งเน้นไปที่ประเด็นตัวแปรสมรรถนะที่โดดเด่น 3 ด้าน ได้แก่ การจัดการการผลิต การจัดการการดำเนินงาน และการจัดการตลาด/นวัตกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับลักษณะกิจการหัตถกรรม ในการกำหนดตัวแปรจึงอาจมีด้าน

อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดสมรรถนะที่โดดเด่นขององค์กรเช่นกัน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มปัจจัยตัวแปรที่คาดการณ์และเกี่ยวกับสมรรถนะที่โดดเด่นด้านอื่น ๆ หรือทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยหรือตัวแปรเพิ่มเติม

3) ด้านขอบเขตในการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาครั้งนี้เน้นกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเงินที่มีกระบวนการผลิตครบวงจร อันได้แก่ เป็นกิจการที่มีการผลิตเอง มีช่างของตัวเอง มีหน้าร้าน และการจัดการตลาดเอง ตลอดจนมีการส่งออกต่างประเทศทั้งแบบติดต่อคู่ค้าต่างชาติเองและการจำหน่ายผ่านคนกลาง ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในกลุ่มอัญมณีและโลหะมีค่า ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว หากศึกษาการดำเนินงานกลุ่มประเภทงานฝีมือหรือหัตถกรรมอื่น ๆ หลายองค์กรที่มีความสำคัญอาจไม่ได้รวมอยู่ในกลุ่มประชากร เช่น องค์กรหรือบุคคลที่เป็นช่างเงินแรงงานรับจ้าง องค์กรประเภทโรงงานเป็นผู้รับผลิตเพียงอย่างเดียวแต่ไม่มีหน้าร้าน หรือแม้กระทั่งร้านที่มีหน้าร้านเพื่อขายเพียงอย่างเดียว ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการขยายกลุ่มประชากร หรือมีการเปรียบเทียบความแตกต่างตามประเภทโครงสร้างของการทำงาน ซึ่งอาจมีมุมมองในการบริหารจัดการด้วยมิติที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การศึกษานในอนาคตอาจมีการวิเคราะห์แต่ละบริบทหรือเปรียบเทียบทัศนคติที่ต่างกันไป เพราะทัศนคติมีผลต่อมุมมองเรื่องสมรรถนะที่โดดเด่น เช่น มุมมองและทัศนคติที่เหมือนหรือแตกต่างกันในการประกอบธุรกิจเครื่องเงิน ระหว่างองค์กรที่มีระบบครบวงจร ช่างเงินอาชีพที่รับจ้าง โรงงานรับจ้างผลิต และหน้าร้านที่จำหน่ายเพียงอย่างเดียว เพื่อเกิดการศึกษาที่ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2563). ข้อมูลนิติบุคคล. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา: <http://datawarehouse.dbd.go.th/juristic/index>
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2554). แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2562, จาก http://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/Industrial%20Master%20Plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.pdf
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). สศช.เผยไทยพึ่งพาการส่งออกถึง 70.50% ของจีดีพี. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2562. แหล่งที่มา: <https://www.posttoday.com/finance-stock/news/174301>
- ลักษณะวรรณ พิมพิสวัสดิ์. (2551). Dynamic Capabilities และ Distinctive Competencies พื้นฐานแนวคิดยุทธศาสตร์ที่จะนำพาองค์กรไปสู่การแข่งขันอย่างยั่งยืนในยุคทศวรรษสังคมแห่งการเรียนรู้ (Knowledge Society). *วารสารนักบริหาร*. 28 (3), 34-38.

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ. (องค์การมหาชน). (2562). สถานการณ์การนำเข้า
ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี 2562. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา:
[http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=4408
&pageid=1&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=4408&pageid=1&read=true&count=true)

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2562). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2563. แหล่งที่มา:
<https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.460.1.0.html>

สุดารัตน์ อภิราชกมล และพัชนี ศิริตานนท์ . (ม.ป.ป.). อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินของไทย. *ออนไลน์*.
สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2564. แหล่งที่มา: [http://utcc2.utcc.ac.th/academicweek_proceeding/
2553/science/patchanee.pdf](http://utcc2.utcc.ac.th/academicweek_proceeding/2553/science/patchanee.pdf)