

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามนี้ ใช้การสัมภาษณ์ การสังเกต และแบบสอบถาม โดยการสอบถามจากกิจการที่สุ่มตัวอย่างมา 13 กิจการ แต่มีกิจการ 2 กิจการซึ่งปฏิเสธที่จะให้ข้อมูลอย่างสิ้นเชิง ดังนั้นจึงมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์นำมาใช้วิเคราะห์ได้ 11 ชุด คิดเป็นร้อยละ 84.62 โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิเคราะห์แบ่งข้อความออกเป็น 6 หมวด คือ

- หมวด ก ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ
- หมวด ข การดำเนินงานด้านการผลิต
- หมวด ค การดำเนินงานด้านการตลาด
- หมวด ง การดำเนินงานด้านการเงิน
- หมวด จ การดำเนินงานด้านบุคลากร
- หมวด ฉ บทบาทของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรม
- หมวด ก ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ตารางที่ 4-1 ลักษณะการดำเนินงานของกิจการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ-

เทียม

ลักษณะกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทจำกัด	6	54.55
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2	18.18
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	-	-
กิจการบุคคลคนเดียว	3	27.27
รวม	11	100.00

ในการสำรวจถึงลักษณะกิจการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม ซึ่งตกเป็น
 อย่างจำนวน 11 กิจการ ปรากฏว่า กิจการส่วนใหญ่อยู่ในรูปบริษัทจำกัด คือ มี จำนวน 6
 กิจการ กิจการที่เหลือดำเนินการในรูปห้างหุ้นส่วนจำกัด 2 กิจการ และดำเนินการ
 ในรูปกิจการบุคคลคนเดียว 3 กิจการ

ตารางที่ 4-2 ทุนจดทะเบียนแรกเริ่มของกิจการ

ทุนจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ล้านบาท	5	45.46
ตั้งแต่ 1-5 ล้านบาท	3	27.27
ตั้งแต่ 5.1-10 ล้านบาท	-	-
มากกว่า 10 ล้านบาท	-	-
ไม่มี (กิจการบุคคลคนเดียว)	3	27.27
รวม	11	100.00

ทุนจดทะเบียนแรกเริ่มของกิจการส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 45.46 อยู่ในระดับต่ำ
 คือน้อยกว่า 1 ล้านบาท รองลงมาคือ ร้อยละ 27.27 มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1-5 ล้านบาท
 แสดงให้เห็นว่ากิจการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมเริ่มดำเนินการในลักษณะ
 กิจการขนาดเล็ก ในขณะที่กิจการ 3 กิจการไม่มีทุนจดทะเบียน เนื่องจากเป็นกิจการของ
 บุคคลคนเดียว

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-3 ลักษณะการถือหุ้นโดยชาวไทยหรือต่างประเทศในกิจการ

ลักษณะการถือหุ้น	จำนวน	ร้อยละ
คนไทยถือหุ้น 100%	7	87.5
ชาวต่างชาติถือหุ้น 100%	-	-
คนไทยถือหุ้นมากกว่า 50%	1	12.5
ชาวต่างชาติถือหุ้นมากกว่า 50%	-	-
รวม	8	100.00

ในจำนวนกิจการที่มีผู้ถือหุ้นหรือมีผู้เป็นหุ้นส่วน 8 กิจการ มีกิจการจำนวน 7 กิจการ หรือร้อยละ 87.5 มีผู้ถือหุ้นเป็นคนไทย 100% ส่วนที่เหลือมีเพียงกิจการเดียวที่มีคนไทยถือหุ้นมากกว่า 50% นอกจากนี้จากการสอบถามพบว่ากิจการบุคคลคนเดียวทั้ง 3 กิจการ มีเจ้าของเป็นคนไทย ที่มีเชื้อชาติจีน แสดงให้เห็นว่ากิจการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมส่วนใหญ่เป็นของคนไทย

ตารางที่ 4-4 ระยะเวลาของการเปิดดำเนินการ

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	5	45.46
ตั้งแต่ 5-10 ปี	4	36.36
ตั้งแต่ 11-15 ปี	1	9.09
ตั้งแต่ 16-20 ปี	1	9.09
21 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	11	100.00

กิจการส่วนใหญ่ที่เปิดดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี มีจำนวน 5 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 45.46 รองลงมาคือ 5-10 ปี มี 4 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 36.36 ส่วนที่เหลือมีกิจการที่เปิดดำเนินการระหว่าง 11-15 ปี และ 16-20 ปี อย่างละ 1 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 4-5 จำนวนพนักงานของกิจการ

จำนวนพนักงาน	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	จำนวนพนักงานรวม	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 คน	7	63.64	4	36.37	2	18.18
20 - 40 คน	3	27.27	3	27.27	3	27.27
41 - 60 คน	1	9.09	1	9.09	2	18.18
มากกว่า 60 คน	-	-	3	27.27	4	36.37
รวม	11	100.00	11	100.00	11	100.00

จำนวนพนักงานรวมของกิจการส่วนใหญ่จะมากกว่า 60 คน ซึ่งมีจำนวน 4 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 36.37 รองลงมาคือ กิจการที่มีพนักงานรวมอยู่ระหว่าง 21-40 คน 3 กิจการ หรือร้อยละ 27.27 กิจการ 7 กิจการหรือร้อยละ 63.64 มีพนักงานชายน้อยกว่า 20 คน ในขณะที่กิจการเพียง 4 กิจการ หรือร้อยละ 36.37 มีจำนวนพนักงานหญิงน้อยกว่า 20 คน

จากการสรุปข้อมูลโดยการสัมภาษณ์โดยไม่ได้ใช้แบบสอบถาม ทำให้ทราบถึงโครงสร้างของการจัดการของกิจการ ดังนี้

โครงสร้างการจัดการกิจการ

โครงสร้างการจัดการกิจการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม ปรากฏว่า กิจการที่ดำเนินงานในรูปแบบบริษัท 5 บริษัท จะมีการจัดโครงสร้างการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกัน โดยจะมีกรรมการผู้จัดการ ซึ่งได้รับการคัดเลือกจากผู้ที่ถือหุ้นทำหน้าที่บริหารงานในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์ของบริษัท

รูปแบบโครงสร้างองค์การจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. ด้านสำนักงาน ซึ่งมีหน้าที่ด้านการตลาด การบัญชี การเงิน บุคคล
2. ด้านโรงงาน ซึ่งมีหน้าที่ดำเนินการผลิตสินค้าจนเป็นสินค้าสำเร็จรูปพร้อมที่จะจำหน่าย

กิจการที่ดำเนินงานในรูปบริษัท ซึ่งมีสำนักงานและโรงงานอยู่บริเวณเดียวกัน

3 กิจการ คือ

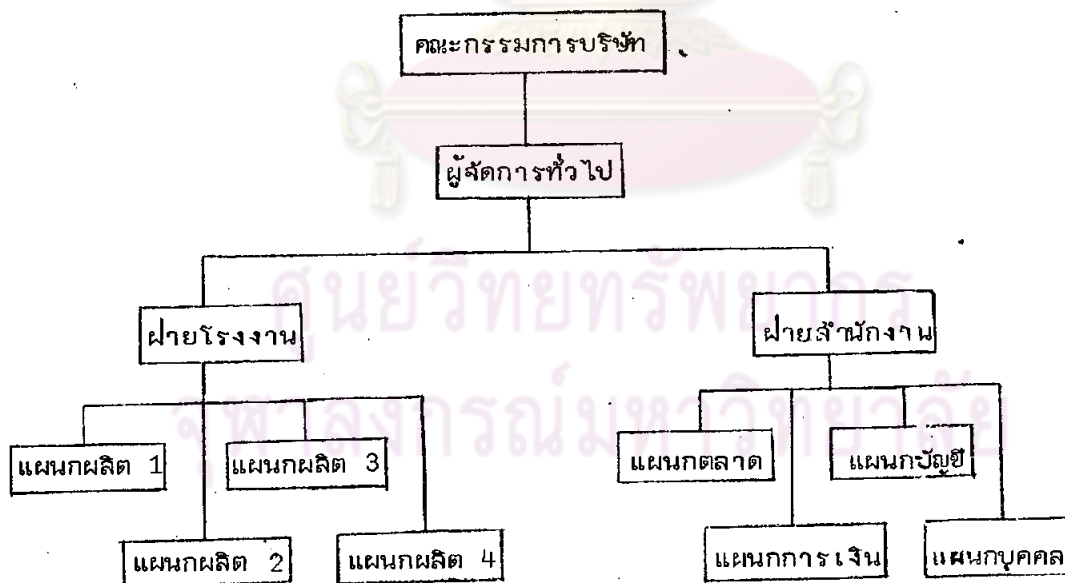
1. บริษัท ซีพีฟลาวเวอร์ จำกัด
2. บริษัท ไทยนิฮิวาอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
3. บริษัท สยามรอยัลออกคิด จำกัด ซึ่งมีสำนักงานและโรงงานที่จังหวัดเชียงใหม่ และมีสำนักงานสาขาที่ซอยหลังสวน กรุงเทพมหานคร

กิจการที่ดำเนินงานในรูปบริษัท ซึ่งมีสำนักงานและโรงงานอยู่คนละแห่ง มี

3 กิจการ คือ

1. บริษัท โลตัสอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
2. บริษัท แองเจิลเฮล จำกัด
3. บริษัท โมเดิร์นคอสตูมจีเวลรี่ จำกัด

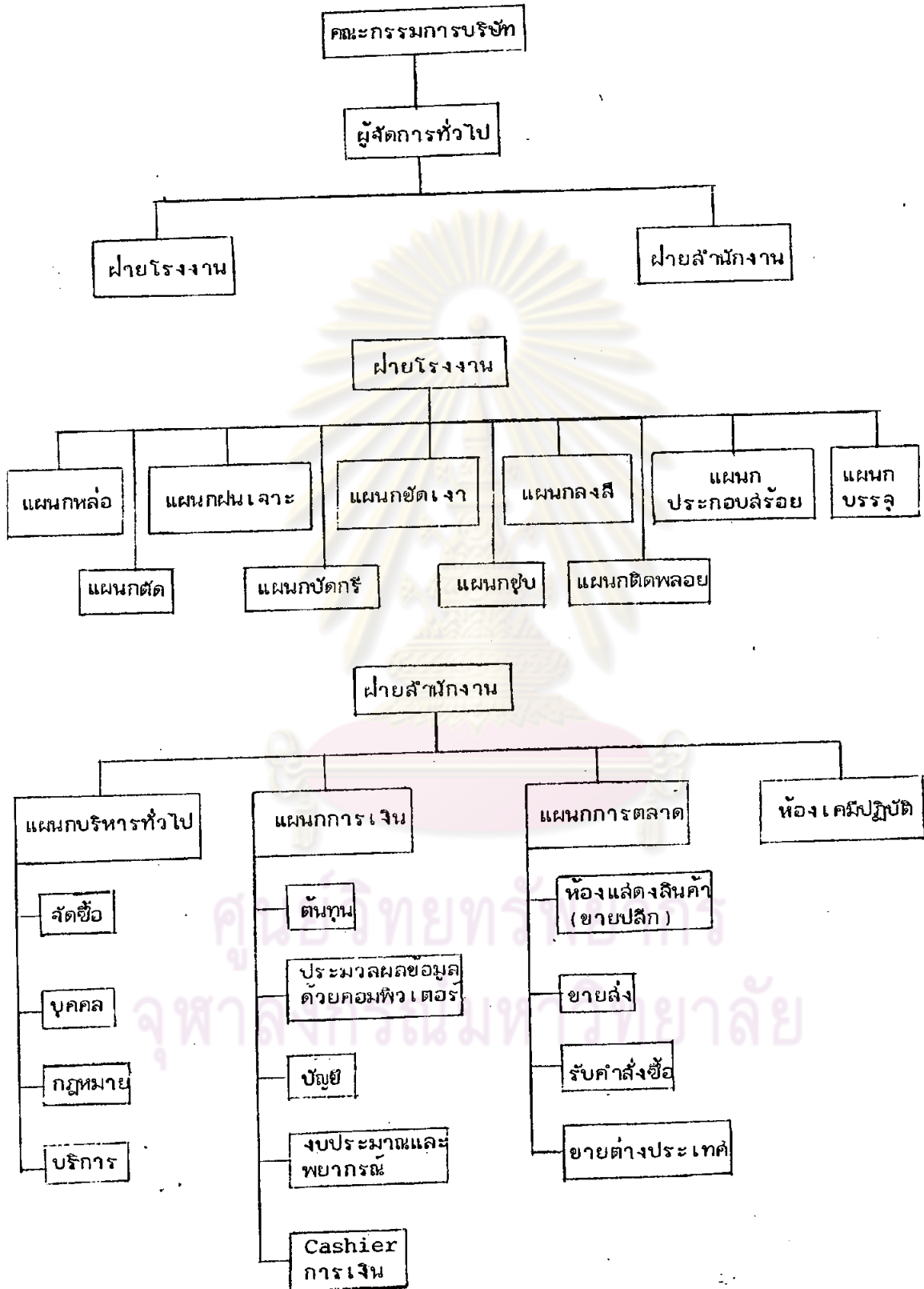
โครงสร้างการติดต่อกิจการที่คล้ายคลึงกันของบริษัททั้ง 6 แสดงได้ดังรูปที่ 4.1



รูปที่ 4-1 แสดงโครงสร้างการติดต่อกิจการที่คล้ายคลึงกันของบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารทั้ง 6 บริษัท

โครงสร้างการ้องค์การของบริษัท ซีพลาฟเวอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำ
มีระยะเวลาดำเนินการมานานที่สุด มีจำนวนพนักงานและยอดขายมากที่สุด การ้องค์การ
องค์การึ่งเป็นระบบมากที่สุด อาจแสดงได้ดังรูปที่ 4 -2



รูปที่ 4-2 แสดงโครงสร้างการ้องค์การของบริษัท ซีพลาฟเวอร์ จำกัด
ที่มา : จากการสัมภาษณ์นายทนง ศิริสังข์ลู่ปล ผู้จัดการฝ่ายบริหารและการเงิน
บริษัท ซีพลาฟเวอร์ จำกัด

1. ฝ่ายสำนักงาน ประกอบด้วย

ก. แผนกบริหารทั่วไป มีหน้าที่ในการดำเนินงานและควบคุมการปฏิบัติงาน โดยทั่วไปของบริษัท แบ่งเป็นส่วนย่อย 4 ส่วน คือ

- 1) สัตว์ซื้อ มีหน้าที่ดำเนินการสั่งซื้อวัตถุดิบ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ
- 2) บุคคล มีหน้าที่ด้านการบริหารงานบุคคล
- 3) กฎหมาย เป็นที่ปรึกษาในเรื่องการปฏิบัติตามกฎหมายและฟ้องร้องคดีต่าง ๆ
- 4) บริการ ได้แก่งานด้านสวัสดิการและห้องพยาบาล

ข. แผนกการเงิน มีหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารการเงินแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

- 1) ต้นทุน มีหน้าที่คำนวณต้นทุนการผลิตและสินค้าสำเร็จรูป
- 2) แผนกประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์
- 3) บัญชี มีหน้าที่ด้านการทำบัญชีรายได้ รายจ่าย และอื่น ๆ
- 4) งบประมาณและพยากรณ์ มีหน้าที่จัดสรรงบประมาณ ควบคุมการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งคาดคะเนปริมาณการผลิตและความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 5) พนักงานรับ-จ่ายเงิน ดูแลการรับจ่ายเงิน ให้เป็นไปอย่างถูกต้อง

ค. แผนกการตลาด ทำหน้าที่วิจัยตลาด ตัดสินใจด้านการตลาด จัดการเกี่ยวกับการผลิต การใช้พนักงานขาย การกระจายสินค้าและการตั้งราคา แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

- 1) ห้องแสดงสินค้า ซึ่งตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้าราชดำริอาเขต ดำเนินการ

เกี่ยวกับการจัดสถานที่ รูปแบบของห้องแสดงสินค้าและการจัด
แสดงสินค้า การขายในลักษณะที่จะเป็นการขายปลีก

- 2) ขายส่ง ทำหน้าที่ดำเนินการติดต่อลูกค้าที่เป็นพ่อค้าขายส่ง
 - 3) รับคำสั่งซื้อ ทำหน้าที่ติดต่อหาลูกค้าและรับคำสั่งซื้อ
 - 4) ขายต่างประเทศ ทำหน้าที่ดำเนินการขายสินค้าในต่างประเทศ
- ง. ห้องเคมีปฏิบัติ ทำหน้าที่วิเคราะห์หาลำเคมิในการหล่อและชุบ เนื่องจาก
บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องการหล่อและชุบในกระบวนการผลิต
บริษัทจึงตั้งหน่วยงานนี้ขึ้นมา เพื่อให้สินค้าของบริษัทมีคุณภาพที่ดีที่สุด

2. ฝ่ายโรงงาน ทำหน้าที่ดำเนินการผลิต ตามคำสั่งผลิตจาก แผนกการตลาด
โดยแบ่งแยกเป็นแผนกตามกระบวนการผลิตดังต่อไปนี้

- ก. แผนกหล่อ
- ข. แผนกตัด
- ค. แผนกฝน เจาะ
- ง. แผนกขัดกรี
- จ. แผนกขัดเงา
- ฉ. แผนกชุบ
- ช. แผนกลงสี
- ซ. แผนกติดพลอย
- ณ. แผนกประกอบสร้อย
- ด. แผนกบรรจุ



สำหรับกิจการที่ดำเนินงานในรูปห้างหุ้นส่วนจำกัด 3 กิจการ และกิจการบุคคล-
คนเดียว 3 กิจการ ไม่มีโครงสร้างการดำเนินงานที่ชัดเจน จะเป็นเพียงแยกเป็นโรงงาน
และสำนักงาน ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่สถานที่เดียวกัน ผู้จัดการจะมีเพียงคนเดียวและทำหน้าที่
บริหารงานทั้งหมดเอง

หมวด ข การดำเนินงานด้านการผลิต

ตารางที่ 4-6 ประเภทสินค้าที่กิจการผลิต

ประเภทของสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ต่างหู	11	25.58
แหวน	11	25.58
สร้อยคอและสร้อยข้อมือ	10	23.26
ของชำร่วย	8	18.61
อื่น ๆ	3	6.97
รวม	43	100.00

เนื่องจากกิจการแต่ละกิจการสามารถทำการผลิตสินค้าเครื่องประดับเทียมได้หลายชนิด ดังนั้น จึงตอบคำถามข้อนี้ได้มากกว่า 1 ข้อ จากการสำรวจพบว่า กิจการทั้งหมด 11 ราย ทำการผลิตต่างหูและแหวน คิดเป็นร้อยละ 25.58 รองลงมาคือสร้อยคอและสร้อยข้อมือจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.26 และของชำร่วย 8 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 18.61 สินค้าอื่น ๆ ที่กิจการ 3 กิจการทำการผลิตนอกเหนือจาก ต่างหู แหวน สร้อย และของชำร่วย คือ กำไล และเข็มกลัด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-7 ยอดขายของกิจการใน พ.ศ. 2526

ยอดขาย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500,000 บาท	1	9.09
ตั้งแต่ 500,000 - 1 ล้านบาท	4	36.36
ตั้งแต่ 1.1 ล้านบาท - 3 ล้านบาท	1	9.09
ตั้งแต่ 3.1 ล้านบาท - 5 ล้านบาท	1	9.09
ตั้งแต่ 5.1 ล้านบาท - 10 ล้านบาท	1	9.09
10.1 ล้านบาทขึ้นไป	2	18.18
ไม่ตอบ	1	9.09
รวม	11	100.00

จะเห็นได้ว่ากิจการ 4 กิจการ มียอดขายระหว่าง 500,000 - 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ กิจการ 2 กิจการ หรือคิดเป็นร้อยละ 18.18 มียอดขายมากกว่า 10 ล้านบาท นอกนั้นมียอดขายที่แตกต่างกันในแต่ละช่วง ๆ ละ 1 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 9.09 ของกิจการทั้งหมด และมีกิจการ 1 กิจการคิดเป็นร้อยละ 9.09 ที่ไม่ตอบคำถาม เพราะไม่ต้องการเปิดเผยผลการดำเนินงาน

ตารางที่ 4-8 ประเภทวัตถุดิบที่สั่งซื้อจากต่างประเทศ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
ชิ้นส่วนต่าง ๆ	7	33.34
พลอยกระจก	6	28.57
น้ำยาเคมี	6	28.57
อื่น ๆ	2	9.52
รวม	21	100.00

เนื่องจากกิจการบางกิจการจำเป็นต้องสั่งวัตถุดิบจากต่างประเทศหลายประเภท ดังนั้นจึงสามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 คำตอบ จากการสำรวจพบว่ามีการ 7 ราย หรือร้อยละ 33.34 จำเป็นต้องสั่งวัตถุดิบประเภทอื่นส่วนต่าง ๆ จากต่างประเทศ รองลงมาคือพลอยกระจกและน้ำยาเคมี จำนวน 6 ราย หรือร้อยละ 28.57 สำหรับกิจการ 2 ราย ที่มีคำตอบอื่น ๆ คือกิจการ 1 ราย ที่ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทสีและหมึกจากต่างประเทศและกิจการที่เหลืออีก 1 ราย ตอบว่าไม่ได้สั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศเลย

ตารางที่ 4-9 ปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจำนวนร้อยละของวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต

ปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20%	5	50.00
ตั้งแต่ 21 - 40%	4	40.00
ตั้งแต่ 41 - 60%	1	10.00
ตั้งแต่ 61 - 80%	-	-
มากกว่า 80%	-	-
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4-8 มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ 10 ราย จากจำนวนกิจการที่ได้คำตอบจากการสำรวจทั้งสิ้น 11 ราย ซึ่งจากการสำรวจปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจำนวนร้อยละของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมดของแต่ละกิจการ ปรากฏว่ากิจการ 5 ราย หรือร้อยละ 50 มีปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศน้อยกว่า 20% รองลงมาคือกิจการจำนวน 4 รายหรือร้อยละ 40 สั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจำนวน 21 - 40% และมีเพียงกิจการเดียวหรือร้อยละ 10 ที่สั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศมีปริมาณสูงถึง 41 - 60% สรุปได้ว่ากิจการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมนมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ ในอัตราส่วนน้อยกว่าร้อยละ 20 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด

ตารางที่ 4-10 ลำดับความสำคัญของลำ เหตุที่สั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ

ลำ เหตุที่สั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ	ลำดับที่			
	1	2	3	4
ไม่มีวัตถุดิบในประเทศ	8			
วัตถุดิบจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่า		7		
วัตถุดิบจากต่างประเทศราคาถูกกว่า			4	
ขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศ				3

จากการสำรวจลำดับความสำคัญของลำ เหตุที่กิจการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ กิจการที่ให้คำตอบว่า ลำ เหตุที่ลำดับที่ลุดที่กิจการต้องสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ คือ ไม่มี วัตถุดิบชนิดนั้นในประเทศมีจำนวน 8 ราย ลำ เหตุลำดับที่รองลงมาคือ แม้ว่าจะมีวัตถุดิบชนิดนั้น ในประเทศ แต่วัตถุดิบจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่า ซึ่งมีกิจการ 7 รายที่ให้คำตอบดังกล่าว และมีกิจการ 4 รายที่ตอบว่า เนื่องจากวัตถุดิบจากต่างประเทศราคาถูกกว่าการที่จะผลิตเอง นอกจากนี้มีกิจการ 3 ราย ที่สั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ เนื่องจากมีการขาดแคลนวัตถุดิบ ในประเทศ เป็นบางช่วง เช่น ช่วงที่ลูกค้าต้องการสั่งสินค้าเป็นจำนวนมาก บางครั้งอาจขาด วัตถุดิบ เช่น พลอยกระจกและชิ้นส่วนต่าง ๆ เป็นต้น

ตารางที่ 4-11 การกำหนดปริมาณการผลิต

การกำหนดปริมาณการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
คาดคะเนจากยอดขายที่ขายได้ในปีที่ผ่านมา	1	9.09
ผลิตตามคำสั่งซื้อ	6	54.55
คาดคะเนจากยอดขายในปีที่ผ่านมาและผลิตตามคำสั่งซื้อ	4	36.36
รวม	11	100.00

จากการสำรวจพบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ คือ กิจกรรม 6 ราย หรือร้อยละ 54.55 กำหนดปริมาณการผลิตตามคำสั่งซื้อเพียงอย่างเดียว ในขณะที่กิจกรรม 4 กิจกรรมหรือร้อยละ 36.36 กำหนดปริมาณการผลิตโดยการคาดคะเนจากยอดขายในปีที่ผ่านมา และผลิตตามคำสั่งซื้อและมีกิจกรรม 1 ราย หรือร้อยละ 9.09 กำหนดปริมาณการผลิตโดยการคาดคะเนจากยอดขายที่ขายได้ในปีที่ผ่านมาเพียงอย่างเดียว

ตารางที่ 4-12 การควบคุมคุณภาพสินค้า

การควบคุมคุณภาพสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มี	11	100.00
ไม่มี	-	-
รวม	11	100.00

จากการสำรวจกิจกรรม 11 กิจกรรม ปรากฏว่าสินค้าของทุกกิจการได้มีการควบคุมคุณภาพ เพื่อให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพเป็นที่นิยมและเชื่อถือของผู้ใช้

จากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมพบว่า การควบคุมคุณภาพของกิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นไปในทุกขั้นตอนการผลิต โดยใช้การตรวจสอบด้วยมือและการสังเกตภายหลังกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอน การตรวจสอบจะต้องอาศัยประสบการณ์ ความชำนาญ และความละเอียดของผู้ตรวจสอบเป็นสำคัญ แต่มีบางกิจการมีการควบคุมคุณภาพไม่ครบทุกขั้นตอนการผลิต เช่น บริษัท ไทยนิฮิวาว่า จำกัด มีการตรวจสอบคุณภาพภายหลังการชุบและตอนที่เป็นสินค้าสำเร็จรูปแล้ว

ตารางที่ 4-13 ปัญหาสำคัญในการผลิต

ปัญหาสำคัญในการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ขาดแคลนวัตถุดิบ	3	25.00
วัตถุดิบในประเทศมีราคาสูง	2	16.67
วัตถุดิบที่สั่งจากต่างประเทศมีราคาสูง		
เนื่องจากอัตราภาษีสูง	3	25.00
การวางแผนการผลิตให้ทันกับความต้องการ ของลูกค้า	3	25.00
อื่น ๆ	1	8.33
รวม	12	100.00

ปัญหาที่สำคัญในการผลิตในบางกิจการมีมากกว่า 1 ข้อ คำตอบที่ได้จึงมีจำนวนรวมมากกว่า 11 คำตอบ ซึ่งจากการสำรวจถึงปัญหาสำคัญในการผลิต พบว่า ปัญหาในด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ ปัญหาวัตถุดิบที่สั่งจากต่างประเทศมีราคาสูง เนื่องจากอัตราภาษีสูง และปัญหาการวางแผนการผลิตให้ทันกับความต้องการของลูกค้า เป็นปัญหาที่ประสบโดยกิจการจำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 25 นอกจากนี้ก็มีปัญหาเรื่องวัตถุดิบในประเทศมีราคาสูง พบในกิจการ 1 รายหรือร้อยละ 16.67 สำหรับปัญหาอื่น ๆ ที่กิจการ 1 รายประสบปัญหาคือ ปัญหาเรื่องค่าแรงงานขึ้นต่ำ ซึ่งเป็นปัญหาหนึ่งในเรื่องต้นทุนการผลิตของกิจการ

ตารางที่ 4-14 ปัญหาในเรื่องการควบคุมวัสดุดิบ

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
การตัดซื้อวัสดุดิบ	1	7.69
การตัดเก็บวัสดุดิบ	3	23.08
การเบิกใช้วัสดุดิบ	4	30.77
อื่น ๆ (ไม่มีปัญหา)	5	38.46
รวม	13	100.00









ในการสำรวจถึงปัญหาในเรื่องการควบคุมวัสดุดิบ พบว่ากิจการบางรายมีปัญหา มากกว่า 1 ปัญหา ซึ่งสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผลการสำรวจทำให้ทราบว่ามิกิจการ 5 ราย หรือร้อยละ 38.46 ไม่มีปัญหาในเรื่องการควบคุมวัสดุดิบ ในขณะที่มิกิจการ 8 ราย ที่มีปัญหา ปัญหาในการควบคุมวัสดุดิบอาจแบ่งได้เป็น 3 ปัญหาคือ ปัญหาการตัดซื้อ ซึ่งกิจการ 1 รายหรือร้อยละ 7.69 ประสบปัญหา ปัญหาการตัดเก็บวัสดุดิบ ซึ่งกิจการ 3 ราย หรือร้อยละ 23.08 ประสบปัญหา และปัญหาการเบิกใช้วัสดุดิบ ซึ่งมีกิจการถึง 4 ราย หรือร้อยละ 30.77 ประสบปัญหา ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัญหาการควบคุมวัสดุดิบในเรื่องการเบิกใช้เป็นปัญหาที่กิจการ ประสบมากที่สุด

ปัญหาการควบคุมวัสดุดิบที่กิจการประสบนั้น จากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมปรากฏว่ามี สาเหตุเนื่องจากการผลิตเครื่องประดับเทียมจำเป็นต้องใช้วัสดุดิบหลายชนิด บางกิจการ เช่น บริษัท ชันฟลาวเวอร์ จำกัด มีวัสดุดิบเป็นพันชนิด ดังนั้นกิจการจึงต้องมีการควบคุมวัสดุดิบใน ด้านการตัดซื้อ สดเก็บ และการเบิกใช้วัสดุดิบ วิธีการควบคุมวัสดุดิบของบริษัทคือ การกำหนด รหัสประจำชนิดของวัสดุดิบ ป้อนข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เก็บไว้ เมื่อมีการตัดซื้อ สดเก็บ เบิกใช้ และคืนคลัง จะต้องทำการบันทึกทุกครั้งเพื่อแสดงถึงความเคลื่อนไหวของวัสดุดิบชนิด นั้น ๆ และในตอนปลายเดือนจะมีการตรวจนับวัสดุดิบเพื่อตรวจดูให้ตรงกับรายงานจากเครื่อง ไมโครคอมพิวเตอร์

หมวด ค การดำเนินงานด้านการตลาด

การดำเนินงานด้านการตลาดของสินค้าเครื่องประดับเทียมเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากผู้ผลิตเมื่อผลิตสินค้าแล้ว ต่างมุ่งหวังที่จะขายสินค้าของตนให้ได้มากที่สุด ดังนั้นชื่อเสียงในด้านคุณภาพและความสวยงามของสินค้าของแต่ละบริษัทจึงเป็นสิ่งสำคัญด้วยในการทำให้ลูกค้าจดจำหรือระลึกถึง ความพอใจในการใช้สินค้าของแต่ละกิจการที่ผ่านมา กิจการบางกิจการจึงกำหนดเครื่องหมายการค้าประจำสินค้าของตน ดังแสดงไว้ดังตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 แสดงเครื่องหมายการค้าของสินค้าของกิจการ 8 กิจการ

กิจการ	เครื่องหมายการค้า
บริษัท ซันฟลาวเวอร์ จำกัด	
บริษัท โลตัสอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	
บริษัท แองเจิลเอช จำกัด	
บริษัท ไทยนิชิกาวาอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	
บริษัท สยามรอยัลออคิด จำกัด	
บริษัท โมเดิร์นคอสตูมจีเวลรี่ จำกัด	
ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรสแฟชั่น	
ร้าน เอ็งฮวด	

ตารางที่ 4-16 ระดับการแข่งขันในประเทศ

ระดับการแข่งขัน	จำนวน	ร้อยละ
แข่งขันมาก	5	45.455
แข่งขันปานกลาง	5	45.455
แข่งขันน้อย	1	9.09
ไม่ต้องแข่งขัน	-	-
รวม	11	100.00

จากการสำรวจภาวะการแข่งขันภายในประเทศจะเห็นได้ว่า กิจกรรมที่ให้ความเห็นว่ามีการแข่งขันมากและแข่งขันปานกลางมีจำนวนเท่ากัน คือ 5 ราย หรือร้อยละ 45.55 กิจกรรมที่ให้ความเห็นว่ามีการแข่งขันน้อยในตลาดเครื่องประดับเทียมในประเทศมีเพียง 1 ราย หรือร้อยละ 9.09 เท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมผลิตสินค้าที่มีรูปแบบต่างจากผู้ผลิตรายอื่น

ตารางที่ 4-17 ระดับการแข่งขันในต่างประเทศ

ระดับการแข่งขัน	จำนวน	ร้อยละ
แข่งขันมาก	2	18.18
แข่งขันปานกลาง	8	72.73
แข่งขันน้อย	1	9.09
ไม่ต้องแข่งขัน	-	-
รวม	11	100.00

สำหรับการแข่งขันในต่างประเทศ กิจกรรมส่วนใหญ่คือร้อยละ 72.73 หรือกิจกรรมจำนวน 8 ราย ให้ความเห็นว่ามีการแข่งขันปานกลาง มีกิจกรรม 2 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 18.18 ให้ความเห็นว่ามีการแข่งขันกันมาก และมีกิจกรรมเพียง 1 ราย ที่ให้ความเห็นว่ามีการแข่งขันน้อย ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมที่ทำกาจัดส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศเป็นจำนวนไม่มากนัก



ตารางที่ 4-18 การแข่งขันด้านต่าง ๆ

การแข่งขันด้านต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	7	53.85
คุณภาพ	2	15.38
การส่งเสริมการขาย	-	-
รูปแบบสินค้า	4	30.77
รวม	13	100.00

การแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม อาจเป็นการแข่งขันในด้านราคา คุณภาพ การส่งเสริมการขาย และรูปแบบสินค้า ดังนั้นแต่ละกิจการอาจตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากตารางจะเห็นได้ว่า กิจการจำนวน 7 ราย (ร้อยละ 53.85) เห็นว่ามีการแข่งขันในด้านราคา รองลงมาคือการแข่งขันในด้านรูปแบบสินค้า จำนวน 4 ราย (ร้อยละ 30.77) ส่วนที่เหลือคือการแข่งขันในด้านคุณภาพ ซึ่งมีกิจการให้ความเห็น 2 ราย (ร้อยละ 15.38) สรุปได้ว่า กิจการส่วนใหญ่เห็นว่า มีการแข่งขันในด้านราคาของสินค้าเครื่องประดับเทียมมากที่สุด

ตารางที่ 4-19 การส่งสินค้าจำหน่ายต่างประเทศ

การส่งสินค้าจำหน่ายต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยส่ง	-	-
เคยส่งแต่ปัจจุบัน เลิกแล้ว	-	-
ส่งออกในปัจจุบัน	11	100.00
รวม	11	100.00

จากตารางที่ 4-19 จะเห็นว่า กิจกรรมทั้งหมด 11 กิจกรรมทำการส่งเครื่องประดับ
 เทียมไปจำหน่ายต่างประเทศทั้งสิ้น ปริมาณการส่งออกคิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิต
 ทั้งหมดอาจแสดงได้ดังตารางที่ 4-20

ตารางที่ 4-20 ปริมาณการส่งออกเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตทั้งหมด

ปริมาณการส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20%	3	27.27
20 - 40%	4	36.37
41 - 60%	1	9.09
61 - 80%	3	27.27
มากกว่า 80%	-	-
รวม	11	100.00

จากตารางที่ 4-20 จะเห็นว่ากิจกรรม 4 กิจกรรม (ร้อยละ 36.37) มีปริมาณ
 การส่งออกเครื่องประดับเทียมระหว่างร้อยละ 20 - 40 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด รอง
 ลงมาคือส่งออกน้อยกว่าร้อยละ 20 จำนวน 3 ราย ส่งออกระหว่างร้อยละ 61 - 80
 จำนวน 3 ราย และส่งออก 1 ราย ในปริมาณร้อยละ 41 - 60 ของปริมาณผลิตทั้งหมด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-21 ตลาดต่างประเทศของเครื่องประดับเทียม

ตลาดต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
อเมริกา	5	19.23
ยุโรป	7	26.92
เอเชีย	9	34.62
ออสเตรเลีย	5	19.23
อื่น ๆ	-	-
รวม	26	100.00

ผู้ผลิตสินค้าเครื่องประดับเทียม ได้ส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศในทวีปต่าง ๆ ได้แก่ อเมริกา ยุโรป เอเชีย และออสเตรเลีย จากการสำรวจพบว่ามีการ 9 กิจการ (ร้อยละ 34.62) ส่งสินค้าไปจำหน่ายในประเทศในทวีปเอเชีย รองลงมาคือ ทวีปยุโรป 7 กิจการ (ร้อยละ 26.92) อเมริกาและออสเตรเลีย 5 กิจการ (ร้อยละ 19.23) สรุปได้ว่าตลาดต่างประเทศที่สำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม คือ เอเชีย

ตารางที่ 4-22 การมีสำนักงานขายในต่างประเทศ

การมีสำนักงานขายในต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	11	100.00
มี	-	-
รวม	11	100.00

จากตารางที่ 4-22 แสดงให้เห็นว่ากิจการทั้งหมดที่ตกเป็นตัวอย่างจำนวน 11 กิจการ (ร้อยละ 100) ไม่มีสำนักงานขายในต่างประเทศเลย

ตารางที่ 4-23 ช่องทางการจำหน่ายในประเทศ

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิต → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → ผู้ใช้	6	50.00
ผู้ผลิต → ผู้ค้าส่ง → ผู้ใช้	2	16.67
ผู้ผลิต → ผู้ค้าปลีก → ผู้ใช้	2	16.67
ผู้ผลิต → ตัวแทนจำหน่าย → ผู้ใช้	1	8.33
ผู้ผลิต → ตัวแทนจำหน่าย → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → ผู้ใช้	-	-
อื่น ๆ (ผู้ผลิต → ตัวแทนจำหน่าย → ผู้ค้าปลีก → ผู้ใช้)	1	8.33
รวม	12	100.00

จากตารางที่ 4-23 แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมส่วนใหญ่ คือ จำนวน 6 ราย (ร้อยละ 50) ใช้ช่องทางการจำหน่าย โดยจากผู้ผลิตขายให้กับผู้ค้าส่ง ๆ ขายให้ ผู้ค้าปลีก นำไปจำหน่ายให้กับผู้ใช้ กิจกรรมจำนวน 2 ราย (ร้อยละ 16.67) ใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยผ่านทางผู้ค้าส่ง และกิจกรรมจำนวน 2 ราย (ร้อยละ 16.67) ใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยผ่านทางผู้ค้าปลีก เพียงอย่างเดียว สำหรับกิจกรรม 1 รายที่ให้คำตอบอื่น ๆ คือ กิจกรรมที่ใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านทางตัวแทนจำหน่ายและผู้ค้าปลีก

ตารางที่ 4-24 ช่องทางการจำหน่ายในต่างประเทศ

ช่องทางการจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิต → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → ผู้ใช้	3	21.43
ผู้ผลิต → ผู้ค้าส่ง → ผู้ใช้	1	7.14
ผู้ผลิต → ผู้ค้าปลีก → ผู้ใช้	3	21.43
ผู้ผลิต → ตัวแทนจำหน่าย → ผู้ใช้	6	42.86
ผู้ผลิต → ตัวแทนจำหน่าย → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → ผู้ใช้	1	7.14
อื่น ๆ	-	-
รวม	14	100.00

สำหรับช่องทางการจำหน่ายต่างประเทศ กิจกรรมส่วนใหญ่คือจำนวน 6 ราย หรือ ร้อยละ 42.86 ใช้ช่องทางการจำหน่ายโดยใช้ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ รองลงมา คือ ใช้ทั้งผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำนวน 3 ราย (ร้อยละ 21.43) ใช้ผู้ค้าปลีกเพียงอย่างเดียว 3 ราย (ร้อยละ 21.43) ใช้ผู้ค้าส่งเพียงอย่างเดียว 1 ราย (ร้อยละ 7.14) และใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านทางตัวแทนจำหน่าย, ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำนวน 1 ราย หรือร้อยละ 7.14

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-25 ปัญหาด้านการตลาดในอุตสาหกรรม

ปัญหาด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ภาวะการแข่งขันสูง	1	8.33
มีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมในการใช้เครื่อง ประดับเทียมอยู่เสมอ ทำให้เกิดปัญหาใน การออกแบบเพื่อสนองความต้องการผู้ใช้ อื่น ๆ (อำนาจซื้อของประชาชนลดลง)	10	83.34
	1	8.33
รวม	12	100.00

จากตารางที่ 4-25 อาจสรุปได้ว่าปัญหาทางด้านการตลาดที่สำคัญที่สุด คือ ปัญหาในเรื่องการเปลี่ยนแปลงรสนิยมในการใช้เครื่องประดับเทียมอยู่เสมอ ทำให้เกิดปัญหาในเรื่องการออกแบบเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งมีกิจการที่มีปัญหาด้านนี้อยู่ถึง 10 กิจการ หรือร้อยละ 83.34

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



หมวด ๑ การดำเนินงานด้านการเงิน

ตารางที่ 4-26 แหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
กู้ยืมสถาบันการเงินในประเทศ	8	66.67
กู้ยืมสถาบันการเงินต่างประเทศ	-	-
บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม	-	-
คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	-	-
ดำเนินงานด้วยทุนของตนเอง	4	33.33
รวม	12	100.00

กิจการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมส่วนใหญ่ คือ มีจำนวนถึง 8 กิจการ หรือร้อยละ 66.67 ที่ใช้แหล่งเงินทุนโดยการกู้ยืมจากสถาบันการเงินในประเทศ ซึ่งได้แก่ ธนาคาร บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ต่าง ๆ นอกจากนี้มีกิจการ 4 ราย หรือร้อยละ 33.33 ซึ่งดำเนินงานด้วยทุนของตนเอง

ตารางที่ 4-27 สินทรัพย์ของกิจการ

สินทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100,000 บาท	-	-
ตั้งแต่ 100,001 - 500,000 บาท	4	36.36
ตั้งแต่ 500,001 - 1,000,000 บาท	2	18.18
มากกว่า 1,000,000 บาท	5	45.46
รวม	11	100.00

จากตารางที่ 4-27 จะเห็นได้ว่ากิจการ 5 กิจการ หรือร้อยละ 45.46 มีสินทรัพย์มากกว่า 1 ล้านบาท รองลงมาคือกิจการ 4 กิจการ หรือร้อยละ 36.36 มีสินทรัพย์ระหว่าง 100,001 - 500,000 บาท และกิจการ 2 กิจการมีสินทรัพย์ระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาท สรุปได้ว่า กิจการส่วนใหญ่มีสินทรัพย์มากกว่า 1 ล้านบาท ในการดำเนินกิจการ เครื่องประดับเทียม

ตารางที่ 4-28 ระยะเวลาการให้สินเชื่อ

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งแต่ 1 - 3 เดือน	9	81.82
มากกว่า 3 เดือน - 6 เดือน	-	-
มากกว่า 6 เดือน	-	-
ไม่มีการให้เครดิตเพราะขายเงินสด	2	18.18
รวม	11	100.00

เงื่อนไขในการจำหน่ายเครื่องประดับเทียม อาจมีทั้งการขายเชื่อและการขายเงินสด จากการสำรวจพบว่ามิจกการที่ขายเงินเชื่อ 9 กิจการ ซึ่งมีระยะเวลาการให้สินเชื่อ ตั้งแต่ 1-3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 81.82 และมีกิจการจำนวน 2 กิจการ หรือร้อยละ 18.18 ที่ขายสินค้าเงินสดโดยไม่มีการขายเชื่อ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-29 ลำดับความสำคัญของสาเหตุการประสบปัญหาด้านการเงิน

สาเหตุ	ลำดับที่			
	1	2	3	4
นโยบายการให้เครดิตของธนาคารพาณิชย์และ สถาบันการเงิน	8			
เก็บเงินจากลูกค้าไม่ได้ตามกำหนดเวลา	8			
เงินทุนไม่พอเพียง		7		
ปัญหาเงินทุนหมุนเวียนไม่พอ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ ต้องการเครดิตนาน			2	
อื่น ๆ (ความล้มเหลวของรัฐบาลในการดำเนิน นโยบายควบคุมสถาบันการเงินต่าง ๆ)				1

จากตารางที่ 4-29 จะเห็นว่า นโยบายการให้เครดิตของธนาคารพาณิชย์และ
สถาบันการเงิน เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้กิจการ 8 ราย ประสบปัญหาด้านการเงิน ซึ่งสาเหตุ
ดังกล่าวมีความสำคัญมาก เท่ากับสาเหตุจากการเก็บเงินจากลูกค้าไม่ได้ตามกำหนดเวลา
สาเหตุสำคัญรองลงมาคือ ปัญหาเงินทุนไม่พอเพียง ซึ่งกิจการ 7 ราย ประสบอยู่ ปัญหาเงินทุน
หมุนเวียนไม่พอ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการเครดิตนาน ซึ่งมีกิจการที่ประสบปัญหา 2 ราย
นอกจากนี้ยังมีกิจการ 1 กิจการที่แสดงความคิดเห็นถึงสาเหตุอื่น ๆ ที่ทำให้กิจการประสบปัญหาด้าน
การเงิน คือ ความล้มเหลวของรัฐบาลในการดำเนินนโยบายควบคุมสถาบันการเงินต่าง ๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หมวด ๑ การดำเนินงานด้านบุคลากร

ตารางที่ 4-30 จำนวนพนักงานแยกตามประเภท

ประเภท	กิจการที่ 1		กิจการที่ 2		กิจการที่ 3		กิจการที่ 4		กิจการที่ 5		กิจการที่ 6		กิจการที่ 7		กิจการที่ 8		กิจการที่ 9		กิจการที่ 10		กิจการที่ 11	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คนงาน	11	28.21	101	90.18	17	77.27	272	71.02	8	12.50	200	77.22	36	83.72	63	90.00	35	27.5	5	50.00	17	94.44
ช่างฝีมือ	22	56.41	4	3.57	1	4.55	15	3.92	2	3.13	50	19.30	5	11.67	5	7.14	2	5.0	3	30.00	-	-
นักออกแบบ	1	2.56	3	2.56	1	4.55	6	1.57	3	4.69	3	1.16	1	2.33	1	1.43	1	2.5	2	20.00	-	-
ผู้บริหาร	5	12.82	4	3.57	3	13.63	10	2.61	5	7.51	6	2.32	1	2.33	1	1.43	2	5.0	-	-	1	5.56
ผู้เชี่ยวชาญ - จากต่างประเทศ	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่น ๆ (พนักงานขาย)	-	-	-	-	-	-	80	20.88	45	70.31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	39	100.00	112	100.00	22	100.00	383	100.00	64	100.00	259	100.00	43	100.00	70	100.00	40	100.00	10	100.00	18	100.00

จากตารางที่ 4-30 แสดงให้เห็นจำนวนพนักงานของแต่ละกิจการ โดยแยกประเภทเป็น คนงาน ช่างฝีมือ นักออกแบบ ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ และอื่น ๆ จะเห็นว่าพนักงานประเภทคนงานในแต่ละกิจการมีอัตราส่วนสูงกว่าพนักงานประเภทอื่น คือ อยู่ระหว่างร้อยละ 34.49 - 94.44 (ยกเว้นกิจการที่ 1 ซึ่งมีพนักงานซึ่ง เป็นช่างฝีมือมากกว่าคนงาน และกิจการที่ 5 ซึ่งมีพนักงานขายมากกว่าคนงาน) จะเห็นว่าแรงงานประเภท ช่างฝีมือ และนักออกแบบเป็นแรงงานที่มีความสำคัญต่อการผลิตสินค้าจำพวกเครื่องประดับเทียม ดังจะเห็นได้จากการที่กิจการมีแรงงานทั้งสองประเภทดังกล่าวอยู่ทุกกิจการ ยกเว้นกิจการที่ 11 ซึ่งผู้บริหารเจ้าของกิจการจะเป็นผู้ทำหน้าที่ทั้งบริหารและออกแบบ และให้คนงานทั้ง 17 คน ซึ่งได้รับการฝึกงานจนเกิดความชำนาญในด้านช่างฝีมือ ทำหน้าที่เป็นทั้งคนงานและช่างฝีมือไปพร้อมกัน

กิจการที่ 5 มีพนักงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ 1 คน จากญี่ปุ่น เพื่อแนะนำด้านการผลิตและการตลาด

กิจการที่ 4 และ 5 จะมีพนักงานขายของกิจการเอง ซึ่งในกิจการที่ 4 มีจำนวนร้อยละ 20.88 ในขณะที่กิจการที่ 5 มีจำนวนร้อยละ 70.31 ของจำนวนพนักงานทั้งหมด

ตารางที่ 4-31 ปัญหาการขาดแคลนบุคลากร

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
คนงาน	-	-
ช่างฝีมือ	2	18.18
นักออกแบบ	3	27.27
ผู้บริหารที่มีความสามารถ	1	9.09
ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ	-	-
อื่น ๆ (ไม่มีปัญหา)	5	45.46
รวม	11	100.00

จากการสำรวจถึงปัญหาการขาดแคลนบุคลากรของกิจการ ปรากฏว่ามีกิจการ 6 กิจการ (ร้อยละ 54.54) ที่ประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากร ในขณะที่กิจการ 5 กิจการ (ร้อยละ 45.46) -ไม่ประสบปัญหาขาดแคลนบุคลากรแต่อย่างใด

กิจการที่ประสบปัญหาขาดแคลนบุคลากรนักออกแบบมีจำนวน 3 ราย (ร้อยละ 27.27) รองลงมาคือ การขาดแคลนช่างฝีมือ 2 ราย (ร้อยละ 18.18) มีกิจการ 1 ราย หรือร้อยละ 9.09 ที่ประสบปัญหาขาดแคลนผู้บริหารที่มีความสามารถ และไม่มีกิจการใดที่ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน ประเภทคนงาน ซึ่งอาจเป็นเพราะแรงงานคนในประเทศไทยมีพอเพียงและหาได้ง่าย

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4-32 การพัฒนาบุคลากรประเภทช่างฝีมือ

การพัฒนา	จำนวน	ร้อยละ
การฝึกอบรมโดยลงมือทำงาน	6	42.86
การเลื่อนในห้องเรียน	2	14.28
การสำเร็จวิธีปฏิบัติงาน	6	42.86
ส่งไปปฏิบัติงานต่างประเทศ	-	-
รวม	14	100.00

ในการผลิตสินค้าเครื่องประดับเทียม แรงงานช่างฝีมือเป็นส่วนสำคัญในการทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีความละเอียด ปราณีต และสวยงาม ดังนั้น กิจการจึงต้องมีการพัฒนาบุคลากรประเภทนี้ โดยจากการสำรวจปรากฏว่า กิจการ 6 กิจการ มีการพัฒนาบุคลากร โดยการฝึกอบรม โดยการลงมือทำงาน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ซึ่งเท่ากับจำนวนกิจการที่ให้คำตอบว่ามีการพัฒนาบุคลากรโดยการสำเร็จวิธีปฏิบัติงาน นอกจากนี้มีกิจการ 2 กิจการหรือร้อยละ 14.28 ซึ่งตอบว่ามีการพัฒนาบุคลากรโดยการเลื่อนในห้องเรียน

ตารางที่ 4-33 การให้สวัสดิการและผลประโยชน์แก่พนักงาน

สิ่งที่กิจการให้	จำนวน	ร้อยละ
โบนัส	4	23.53
ค่าเล่าเรียนบุตร	-	-
ค่ารักษาพยาบาล	5	29.41
อาหารกลางวัน	3	17.65
อื่น ๆ (รถรับส่ง, เงินของขวัญเทศกาลตรุษจีน)	5	29.41
รวม	17	100.00

จากการสำรวจถึงสวัสดิการและผลประโยชน์ที่กิจการต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม เครื่องประดับเทียมให้กับพนักงาน ปรากฏว่า

กิจการ 5 กิจการ (ร้อยละ 29.41) ให้ค่ารักษาพยาบาลโดย ..

- บางกิจการให้ค่ารักษาพยาบาลในรูปตัวเงิน จำนวน 2,000 บาท ต่อปี และมี พยาบาลประจำโรงงาน
- บางกิจการให้ค่ารักษาพยาบาลตามจำนวนปีที่ทำงาน โดย
ทำงานตั้งแต่ 1 - 2 ปี ให้เงิน 80 บาท ต่อปี
ทำงานตั้งแต่ 2 - 3 ปี ให้เงิน 150 บาท ต่อปี
ทำงานตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไปจะจ่ายให้เท่าที่เจ็บป่วยจริง

กิจการ 4 กิจการ (ร้อยละ 23.53) มีการให้โบนัส ซึ่งแต่ละกิจการให้แตกต่างกัน ไป ดังนี้

- กิจการที่ 1 ให้โบนัสประมาณ 1 - 2 เดือน แล้วแต่ผลงาน
- กิจการที่ 2 ให้โบนัสประมาณ 1 - 2 เดือน แล้วแต่ผลงาน
- กิจการที่ 3 ให้โบนัส จำนวนไม่แน่นอนแล้วแต่ผลงานของแต่ละบุคคล
- กิจการที่ 4 ให้โบนัสจำนวนไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับผลกำไรของกิจการ

กิจการ 3 กิจการ (ร้อยละ 17.65) จัดอาหารกลางวันให้พนักงาน นอกจากนี้ ยังมีกิจการ 5 กิจการซึ่งให้สวัสดิการและผลประโยชน์ที่ก่อคุณอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ รถรับส่ง และ เงินของขวัญเนื่องในเทศกาลตรุษจีน

ตารางที่ 4-34 การมีสภาพแรงงานของกิจการ

การมีสภาพ	จำนวน	ร้อยละ
มี	-	-
ไม่มี	11	100.00
รวม	11	100.00

จากการสำรวจปรากฏว่า ไม่มีกิจการใดในอุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียมที่มีสภาพแรงงานเลย แสดงให้เห็นว่าพนักงานของกิจการยังไม่มีการรวมตัวกัน เพื่อก่อตั้งเป็นองค์กร เพื่อคุ้มครองและแสวงหาประโยชน์ให้แก่ลูกจ้างหรือสมาชิก

ตารางที่ 4-35 อัตราการเพิ่มเงินเดือนต่อปีของพนักงาน

อัตราการเพิ่มเงินเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งแต่ 0 - 5%	1	9.09
ตั้งแต่ 5.1 - 10%	2	18.18
ตั้งแต่ 10.1 - 20%	3	27.27
ตั้งแต่ 20.1 - 25%	1	9.09
มากกว่า 25%	-	-
อื่น ๆ	4	36.37
รวม	11	100.00

จากตารางที่ 4-35 จะเห็นได้ว่า มีกิจการ 3 กิจการ (ร้อยละ 27.27) มีการเพิ่มเงินเดือนให้พนักงานในอัตราปีละ 10.1 - 20% กิจการ 2 กิจการ (ร้อยละ 18.18) เพิ่มเงินเดือนในอัตรา 5.1 - 10% ต่อปี ในขณะที่มีกิจการที่ตอบว่าให้เงินเดือนเพิ่มในอัตราน้อยกว่า 5% ต่อปี และตั้งแต่ 20.1 - 25% ต่อปี มีเพียงคำตอบละ 1 ราย นอกจากนี้ยังมีกิจการ 4 กิจการ (ร้อยละ 36.37) ที่ให้คำตอบอื่น คือ

1. บางกิจการให้เงินเพิ่มไม่มีอัตราที่แน่นอน เช่น อาจให้เพิ่มอีก 50 บาท ทุก 2 - 3 เดือน
2. บางกิจการพิจารณาการขึ้นเงินเดือนทุก 6 เดือน ตามความสามารถและระยะเวลาที่ทำงานให้กับกิจการ และจำนวนเงินที่เพิ่มก็ไม่แน่นอน อาจเพิ่มไปได้ตั้งแต่ 100 - 1,000 บาท ต่อปี

ตารางที่ 4-36 ปัญหาด้านแรงงาน

ปัญหาด้านแรงงาน	จำนวน	ร้อยละ
อัตราการหมุนเวียนของพนักงานสูง	1	7.69
ค่าแรงมีอัตราสูงกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	2	15.39
การเรียกร้องของพนักงาน	-	-
การสรรหาพนักงานที่มีคุณภาพ	3	23.08
พนักงานยังขาดความทุ่มเทกำลังกายและกำลังใจ ให้กับงาน	6	46.15
อื่น ๆ (ไม่มีปัญหา)	1	7.69
รวม	13	100.00

จากตารางที่ 4-36 จะเห็นได้ว่ากิจการส่วนใหญ่ประสบปัญหาแรงงานในด้านพนักงาน
ยังขาดความทุ่มเทกำลังกายและกำลังใจให้กับงาน ซึ่งมีกิจการถึง 6 ราย (ร้อยละ 46.15)
ประสบปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้มีกิจการ 3 ราย (ร้อยละ 23.08) ประสบปัญหาในเรื่อง
การสรรหาพนักงานที่มีคุณภาพ กิจการ 2 ราย (ร้อยละ 15.39) ประสบปัญหาเรื่องค่าแรง
มีอัตราสูงกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ และมีกิจการ 1 ราย (ร้อยละ 7.69) ซึ่งมีปัญหาในเรื่อง
อัตราการหมุนเวียนของพนักงานสูง นอกจากนี้มีกิจการ 1 ราย (ร้อยละ 7.69) ตอบว่า ไม่มี
ปัญหาด้านแรงงาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หมวด ๘ บทบาทของรัฐบาลและทัศนคติของผู้ประกอบการ

การสำรวจในหมวดนี้จะเป็นการสำรวจถึงความคิดเห็นของแต่ละกิจการ ในเรื่อง บทบาทของรัฐบาลในการสนับสนุนการดำเนินงานของอุตสาหกรรม และเป็นการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่ออุตสาหกรรม โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่

1. บทบาทของรัฐบาล กิจการต่าง ๆ ได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องบทบาทของ รัฐบาลในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ก. ด้านภาษีอากร

1) ภาษีการค้าที่เก็บจากผู้ผลิต ซึ่งทุกกิจการที่ดำเนินการผลิตเครื่อง ประดับเทียมจะต้องเสียให้แก่กระทรวงการคลังในอัตราร้อยละ 9 ซึ่งอัตรานี้เพิ่งจะเปลี่ยนแปลงในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2526 ตามนโยบายการคลังในการหารายได้เข้ารัฐมากขึ้น ซึ่งมีกิจการ 3-4 ราย แสดงความคิดเห็นว่า รัฐบาลไม่ควรใช้มาตรการขึ้นภาษีการค้าดังกล่าว เนื่องจากเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิต ซึ่งแต่เดิมต้นทุนก็สูงมากอยู่แล้ว เพราะวัตถุดิบ ชิ้นส่วน ตลอดจนอุปกรณ์ในการผลิตมีราคาสูงขึ้นและบางชนิดต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ ซึ่งต้องเสียภาษี ในอัตราสูง คือโดยเฉลี่ย 60 - 70%

2) ภาษีการค้าที่เก็บจากผู้ส่งออก กิจการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ- เทียม ที่ผลิตสินค้าเพื่อส่งออกได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยไม่ต้องเสียภาษีการค้าสำหรับการส่งออกเป็นการยกเว้นตามประกาศกระทรวงการคลังเพื่อส่งเสริมสินค้าขาออก ฉบับที่ 14 ลงวันที่ 20 ตุลาคม 2521 และฉบับที่ 21 ลงวันที่ 13 ตุลาคม 2524 จากการสำรวจพบว่า มาตรการดังกล่าวทำความพอใจให้แก่ผู้ประกอบการประเภทนี้เป็นอย่างมาก

3) มาตรการสินค้าขาออกตามพระราชบัญญัติกีดกันการค้าภาคีสหประชาชาติ ซึ่ง กำหนดการยกเว้นอากรแก่การส่งออกสินค้าเครื่องประดับเทียม เป็นมาตรการส่งเสริมการส่งออกที่สำคัญ ซึ่งจากการสำรวจความคิดเห็นของกิจการ พบว่า มาตรการดังกล่าวเป็นผลดีในแง่ ไม่ทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น ซึ่งจะมีผลทำให้ราคาสินค้าไม่สูงเกินไป ในตลาดต่างประเทศ

4) การคืนอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบที่นำเข้ามาเพื่อประกอบอุตสาหกรรม ในประเทศแล้วส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ มาตรา 19 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติศุลกากร

พ.ศ. 2482 เป็นมาตรการเพื่อช่วยเหลือกิจการในการลดต้นทุนสินค้า เนื่องจากในขณะที่กิจการ นำเข้าวัตถุดิบและชิ้นส่วนต่าง ๆ จากต่างประเทศ จำเป็นต้องเสียอากรขาเข้า แต่เมื่อนำมา ผลิตหรือประกอบเป็นสินค้าสำเร็จรูปส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ ก็สามารถขอคืนอากรขาเข้า ที่เสียไปได้ แต่จากการสำรวจพบว่าแม้ว่ามาตรการดังกล่าวจะเป็นสิ่งแสดงถึงความช่วยเหลือ ของรัฐบาลต่ออุตสาหกรรมแต่มีอุปสรรคในเรื่องความล่าช้าของการดำเนินการขอคืนอากร ซึ่ง ต้องเสียเวลามาก ประมาณ 6-7 เดือน

ข. ด้านการส่งออก กิจการส่วนใหญ่เห็นว่าสิ่งที่รัฐบาลให้การส่งเสริมใน ด้านนี้ คือ การจัดตั้งศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ ในการจัดแสดงสินค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีกิจการ 1 รายที่บอกว่าขั้นตอนต่าง ๆ ทางศุลกากรมีปัญหาเป็นบางครั้ง

ค. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ กิจการทั้งหมดตอบว่าขณะนี้รัฐบาลยังไม่มีข้อกำหนด มาตรฐานของสินค้าเครื่องประดับเทียม

ง. วัตถุดิบนำเข้า, ชิ้นส่วนต่าง ๆ ในเรื่องนี้มีกิจการให้ความเห็นดังนี้

- ควรได้รับการยกเว้นภาษีหรือเสียภาษีน้อยลง เพราะวัตถุดิบที่นำเข้า มาจะต้องผลิตและส่งออกอีกครั้ง
- ภาษีค่อนข้างแพง เช่น ชิ้นส่วนทองเหลืองเสียประมาณ 60% และ กรมศุลกากรค่อนข้างล่าช้าในการตีความ บางครั้งก็ตีความเป็นชิ้นส่วน นำเข้า บางครั้งตีความเป็นสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งต้องเสียภาษีสูงถึง 80%

2. ทศนคติของผู้ประกอบการ

ก. ปัญหาที่สำคัญที่สุดในการดำเนินกิจการ

มีกิจการ 6 กิจการ หรือร้อยละ 54.55 ตอบว่า ปัญหาด้านการตลาด

มีกิจการ 3 กิจการ หรือร้อยละ 27.27 ตอบว่า ปัญหาด้านการผลิต

มีกิจการ 1 กิจการ หรือร้อยละ 9.09 ตอบว่า ปัญหาด้านการเงิน

มีกิจการ 1 กิจการ หรือร้อยละ 9.09 ตอบว่า ปัญหาด้านบุคลากร

แสดงว่าปัญหาที่สำคัญที่สุดในการดำเนินกิจการคือ ปัญหาด้านการตลาด

ข. ปัญหาอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อภาระดำเนินงาน มีกิจการเพียงกิจการเดียวที่ตอบว่ามีปัญหาในเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งออก สินค้าของบริษัท นอกนั้นตอบว่าไม่มีปัญหา

ค. ความคิดเห็นว่ารัฐบาลควรจะให้ช่วยเหลือในเรื่องใดบ้าง มีกิจการแสดงความคิดเห็นดังนี้

- ทางภาครัฐบาลโดยเฉพาะกระทรวงพาณิชย์หรือศูนย์บริการส่งออก ควรหาตลาดให้แก่ผู้ประกอบการให้ได้มากที่สุด
- สนับสนุนให้ผู้ส่งออกขึ้นส่วนเข้าประเทศโดยลดภาษีขาเข้า
- ส่งเสริมอุตสาหกรรมส่งออก และคืนเงินชดเชยภาษีอากรให้เร็วกว่าเดิม
- ควรลดภาษีขาเข้าวัตถุดิบและขึ้นส่วน และให้ลดขั้นตอนและวิธีการในการขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ เพราะปัจจุบันได้รับคืนช้ามาก
- รัฐบาลควรจะช่วยหาตลาดต่างประเทศให้

จากข้อคิดเห็นดังกล่าวอาจสรุปได้ว่าผู้ประกอบการต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้าน การหาตลาดต่างประเทศให้ การลดภาษี วัตถุดิบขึ้นส่วน และลดขั้นตอนพิธีการคืนเงินอากร ให้รวดเร็วกว่าเดิม

ง. ความคิดเห็นในเรื่องความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันในอุตสาหกรรม มีกิจการให้ความเห็นดังนี้

- ไม่มีทางที่จะทำได้ เพราะในการทำธุรกิจต้องแข่งขันกัน
- มีการร่วมปรึกษาหารือกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการผลิตและการนำเข้า ขึ้นส่วนบางอย่าง ที่ทุกกิจการต้องไป
- ควรเข้าร่วมมือในกลุ่มอุตสาหกรรมไทย
- อุตสาหกรรมนี้เล็กเกินไป
- ไม่จำเป็นต้องร่วมมือกัน

จะเห็นได้ว่าคำตอบที่ได้เป็นไปในแนวที่ว่าไม่จำเป็นต้องร่วมมือกัน และแม้ว่ากิจการต่าง ๆ คิดจะร่วมมือกัน ก็น่าจะเป็นไปได้ยาก เนื่องจากอุตสาหกรรมเล็กเกินไป และแต่ละกิจการมุ่งที่จะแข่งขันกันตลอดเวลา