

บทที่ 1 บทนำ



1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมเครื่องประดับในประเทศไทย นับว่าเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก โดยตลาดเครื่องประดับเงินที่สำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมัน แคนาดา และฝรั่งเศส แต่เนื่องจากโรงงานผู้ผลิตเครื่องประดับเงินส่วนใหญ่ของประเทศเป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ลักษณะการดำเนินงานส่วนใหญ่ใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive) กระบวนการผลิตต่างๆ ยังอาศัยเทคนิคทางด้านความชำนาญของผู้ปฏิบัติงานมากกว่าเทคโนโลยี เทคนิคทางการผลิตยังขาดการปรับปรุง ทำให้กระบวนการผลิตต่างๆ ขาดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การบริหารงานต่างๆ ยังขาดประสิทธิภาพ พนักงานในแผนกผลิตที่มีความชำนาญในระดับสูงยังมีไม่เพียงพอ ประกอบกับตลาดโลกได้มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างจีน เวียดนาม และอินเดีย ซึ่งมีค่าแรงต่ำ จึงทำให้ความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศลดลง

จากการแข่งขันที่สูงขึ้นนี้ จึงทำให้เกิดแนวความคิดที่จะต้องพยายามพัฒนาศักยภาพทางการผลิตของผู้ประกอบการให้สูงขึ้น ซึ่งคุณภาพเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญเพื่อความอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจ โดยปัจจุบันโรงงานเครื่องประดับเงินยังขาดการจัดการทางด้านคุณภาพที่ดี ทำให้เกิดของเสียมาก ไม่สามารถควบคุมของเสียได้ ขาดการปรับปรุงการผลิต ดังนั้นจึงเป็นที่มาของงานวิจัยเรื่องการศึกษาแผนการบริหารคุณภาพในการผลิตเครื่องประดับเงิน

1.2 โครงสร้างหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออกนำเข้าเงินตราต่างประเทศประมาณปีละ 50,000-60,000 ล้านบาทต่อปี มีการจ้างแรงงานประมาณ 1.3 ล้านคน เป็นอุตสาหกรรมที่สะอาดไม่ก่อมลภาวะ ลักษณะสินค้ามีความละเอียดอ่อนซื้อขายเหมาะกับนิสัยคนไทย ทำให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือแรงงานที่เข้ามาสู่อุตสาหกรรมนี้จะถูกฝึกฝนให้เป็นแรงงานฝีมือ ซึ่งในปัจจุบัน ช่างฝีมือในสาขาอัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 54,272 ล้านบาท (ปี 2539) เป็นอุตสาหกรรมที่แยกสาขาการผลิตออกเป็นส่วนๆ คือ

1.2.1. อุตสาหกรรมเจียรไนพลอย (Gemstone Cutting Industry)

เป็นอุตสาหกรรมที่เก่าแก่ที่สุดของวงการ ใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบพื้นบ้านตั้งแต่ออดีตถึงปัจจุบัน มีการส่งออกประมาณปีละ 1 หมื่นล้านบาท หรือประมาณ 30% ของมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมนี้ของประเทศไทย และได้สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทยเป็นอย่างมาก จนได้รับการยกย่องจากทั่วโลกว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งเจียรไนพลอยที่ดีที่สุดโดยในปี 2539 มีตัวเลขส่งออก 10,497 ล้านบาท

1.2.2. อุตสาหกรรมเจียรไนเพชร (Diamond Cutting Industry)

เป็นอุตสาหกรรมเกิดใหม่ของประเทศ เพิ่งเริ่มดำเนินการมาเมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา เป็นอุตสาหกรรมสมัยใหม่ เครื่องจักรเครื่องมือส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ ปัจจุบันเริ่มสร้างชื่อเสียงให้ประเทศด้วยการเจียรไนแบบ Bangkok Cut โดยในปี 2539 มีตัวเลขส่งออก 20,230 ล้านบาท

1.2.3. อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Gems and Jewelry Industry)

เป็นอุตสาหกรรมขั้นสุดท้ายของอุตสาหกรรมนี้ เป็นการผลิตตัวเรือนเครื่องประดับขึ้นจากโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน ทองคำขาวและอัญมณีชนิดต่างๆที่ได้จากการเจียรไนมา ประกอบเป็นเครื่องประดับสำเร็จรูปส่งออกจำหน่ายซึ่งอุตสาหกรรมนี้จะมีรูปแบบมากมาย เช่น เครื่องประดับทองคำ เครื่องประดับเงินที่มีหลากหลายชนิด หลายรูปแบบ โดยในปี 2539 มีตัวเลขส่งออก 21,277 ล้านบาท

1.2.4. อุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม (Costume Jewelry Industry)

เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 1,000 -1,500 ล้านบาทต่อปี มีโครงสร้างการผลิตคล้ายคลึงกับการผลิตเครื่องประดับแท้ เพียงแต่ใช้วัตถุดิบที่ไม่มีค่ามากเท่านั้น เช่น ใช้ทองเหลือง ดีบุก เป็นตัวเรือนเครื่องประดับ จากนั้นนำไปชุบเคลือบผิวเป็นทองคำ เงิน หรือทองคำขาวแล้วแต่ความต้องการของตลาดอัญมณีที่จะใช้เป็นเพชร พลอยสังเคราะห์ ลักษณะพิเศษของอุตสาหกรรมนี้คือ รูปแบบสินค้าที่มีความหลากหลายมาก โดยในปี 2539 มีตัวเลขส่งออก 1,816 ล้านบาท

1.2.5. อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำ (Gold Jewelry Industry)

มีลักษณะการผลิตคล้ายกับการทำเครื่องประดับโดยทั่วไป แต่ไม่มีการนำเพชร พลอย มาประดับ จะมีแต่โลหะทองคำเป็นส่วนประกอบของเครื่องประดับเท่านั้น เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเป็นระยะเวลานานแล้ว มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 1 แสนล้านบาท ประเทศไทยทำการ

ผลิตสินค้าเครื่องประดับทองคำมานานแล้ว แต่ยังไม่ได้มีการพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรมส่งออก เพื่อนำเข้าเงินตราต่างประเทศอย่างชัดเจน ซึ่งการผลิตอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทยมีรูปแบบที่แตกต่างกันถึง 3 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องประดับของคนจีน

เป็นอุตสาหกรรมที่มีมานานแล้ว รูปแบบสินค้ามีเอกลักษณ์ของตนเอง เป็นแบบที่ชาวจีนนำเข้ามาในประเทศไทย ปัจจุบันการจำหน่ายอยู่ในรูปร้านขายทองที่กระจายกันอยู่ทั่วประเทศ มีมูลค่าการผลิต การจำหน่ายสูงที่สุดในอุตสาหกรรมประเภทนี้ ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในประเทศ ไม่มีการส่งออกที่ชัดเจน มีบางส่วนที่ติดตัวนักท่องเที่ยวไป

- อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำโบราณ

เป็นอุตสาหกรรมที่เพิ่งมาเริ่มทำกันอย่างจริงจังประมาณ 5-7 ปี ที่ผ่านมา แหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ที่จังหวัดสุโขทัยและเพชรบุรี เป็นการนำเอารูปแบบของเครื่องประดับทองคำสมัยโบราณมาพัฒนาให้เหมาะสมกับตลาดปัจจุบัน เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยชัดเจน แต่ค่อนข้างมีราคาแพงเพราะใช้ทองคำจำนวนมากในการผลิตชิ้นงานแต่ละชิ้น เนื่องจากยังไม่มีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาช่วยในการผลิต การจำหน่ายอยู่ในประเทศเป็นหลักและอยู่ในวงแคบๆ เท่านั้น

- อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำตามแฟชั่นสมัยใหม่

เป็นอุตสาหกรรมที่เพิ่งเกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อไม่นานมานี้ ปัจจุบันมีอยู่ประมาณ 3-5 บริษัทเท่านั้นที่ทำการผลิต แต่ยังไม่มีการส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศอย่างจริงจังนัก อีกทั้งยังต้องการการพัฒนาในรูปแบบและเทคโนโลยีการผลิตที่ก้าวหน้า เพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆข้างต้น จะเห็นว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย มีความหลากหลายในสินค้าที่ผลิตครอบคลุมกลุ่มสินค้าต่างๆของอุตสาหกรรมนี้เกือบทั้งหมด เพียงแต่สินค้าบางประเภทยังไม่มีศักยภาพที่จะแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้เท่านั้น ดังนั้นแนวทางที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้ให้เติบโตจนประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตแห่งหนึ่งของโลก จึงยังมีช่องทางที่จะดำเนินการได้ เพราะมูลค่าการส่งออกของไทย ปีละประมาณ 50,000 - 55,000 ล้านบาทนั้นมีมูลค่าเพียงร้อยละ 5 ของมูลค่าการส่งออก สินค้าเครื่องประดับของตลาดโลกที่มีมูลค่ามากกว่า 13,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือเกือบ 4 แสนล้านบาท โดยมีประเทศอิตาลีเป็นผู้นำทางด้านตลาดของอุตสาหกรรมนี้ คือ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 30% ของตลาดโลก ดังนั้นจึงยังมีช่องทางตลาดอีกมากที่ไทยจะขยายมูลค่าการส่งออกของ

อุตสาหกรรมนี้ให้เพิ่มสูงขึ้นและเมื่อพิจารณาถึงแนวทางที่จะพัฒนาคุณภาพสินค้าของไทย พบว่าเงื่อนไขที่จะเพิ่มคุณภาพสินค้าคือการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น ลดความสูญเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต คุณภาพสินค้าดีขึ้น ซึ่งจะทำให้มูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้นจากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่าเทคโนโลยีการผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยส่วนใหญ่เป็นเทคนิคพื้นฐานที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก ยกเว้นบริษัทขนาดใหญ่บางแห่งเท่านั้นที่มีการนำเครื่องจักรเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาใช้ในการผลิต แต่ก็ประสบปัญหาด้านการใช้งาน การบำรุงรักษา ทำให้เครื่องจักรที่นำเข้ามาไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้การพัฒนารูปแบบของสินค้าให้มีความเป็นสากลตรงกับความต้องการของตลาด ก็นับว่าเป็นปัจจัยที่จะทำให้การขยายตลาดสินค้าของไทยมีความเป็นไปได้มากขึ้น

1.3 ทำไมต้องปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต

1.3.1. การที่ประเทศไทยเป็นสมาชิกขององค์การการค้าต่างๆของโลก เช่น WTO APEC หรือ AFTA ซึ่งสมาคมการค้าเหล่านี้ มีเป้าหมายชัดเจนที่จะให้สมาชิกดำเนินนโยบายการค้าเสรี ซึ่งหมายถึงว่า จะเกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในอุตสาหกรรม แต่ละประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิก และมีแนวโน้มที่ชัดเจนว่าอุตสาหกรรมที่อ่อนแอของบางประเทศ จะประสบปัญหาในการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้นและในที่สุดมีความเป็นไปได้ที่อุตสาหกรรมที่อ่อนแอของประเทศหนึ่ง จะต้องย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศที่มีการได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทยให้มีศักยภาพที่จะแข่งขันในตลาดโลก ซึ่งอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีการนำเข้าเงินตราต่างประเทศ เป็นหนึ่งใน 10 อันดับแรกของสินค้าส่งออกของไทย และได้พัฒนาปัจจัยต่างๆจนนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศอุตสาหกรรมหนึ่ง

1.3.2. ภาคการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้ตั้งเป้าหมายที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเมื่อประเมินถึงสัดส่วนในการผลิตแล้ว พบว่าประเทศไทยต้องส่งสินค้าออกไปจำหน่ายในต่างประเทศอย่างน้อย 1 แสนล้านบาท ปัจจุบันการส่งออกของประเทศมีมูลค่าประมาณ 50,000 - 55,000 ล้านบาท หรือครึ่งหนึ่งของเป้าหมายและจะเพิ่มมูลค่าการส่งออกอีกหนึ่งเท่าตัว ด้วยการเพิ่มกำลังการผลิตโดยตรงจะไม่สามารถกระทำได้ เนื่องจากต้องใช้ทุนและเวลาจำนวนมากในการเพิ่มเครื่องจักร แรงงาน วัตถุดิบ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวัตถุดิบค่าที่ต้องใช้ทุนจำนวนมาก วิธีการหนึ่งให้ผลตอบแทนอย่างมาก คือ การปรับปรุงเทคโนโลยีให้สูงขึ้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มปริมาณและคุณภาพ

ของสินค้าให้มีมาตรฐานสากลยิ่งขึ้น และส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับปริมาณและมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้น

1.3.3. อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทย ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีมูลค่าการส่งออก แต่เมื่อพิจารณาจากมูลค่าตลาดโลกของอุตสาหกรรมนี้แล้ว พบว่ามีมูลค่าถึง 6.6 แสนล้านบาทต่อปี โดยที่อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำที่ประเทศอิตาลี เป็นผู้นำทางด้านตลาด มีมูลค่าตลาดประมาณ 200,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งจากข้อมูลเบื้องต้นเหล่านี้ ทิศทางของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จึงควรจะผลักดันให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทยให้เป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก นอกเหนือจากการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศเพียงอย่างเดียว ซึ่งคาดว่าจะสามารถนำเข้าเงินตราต่างประเทศได้ไม่น้อยกว่าปีละ 10,000 ล้านบาท และในการผลิตเครื่องประดับทองคำให้มีมาตรฐาน และมีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดโลก จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับปรุงรูปแบบและเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.3.4. ปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่ามีสาเหตุหลักๆ 2 ประการ คือ โครงการตลาดของอุตสาหกรรมนี้ ส่วนใหญ่มีตลาดระดับล่างถึงระดับกลาง ส่งผลให้ประเทศที่กำลังพัฒนาอุตสาหกรรมประเภทนี้ซึ่งมีประมาณ 20 ประเทศ เช่น จีน อินเดีย เวียดนาม เป็นต้น สามารถผลิตสินค้าเข้ามาแข่งขันกับประเทศไทยได้ง่าย โดยใช้เงื่อนไขค่าแรงที่ต่ำกว่าเป็นจุดแข็งของการพัฒนาทำให้เกิดแนวโน้มที่อุตสาหกรรมที่มีตลาดระดับล่างและระดับกลางของประเทศไทยถูกดึงดูดให้ย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศเหล่านี้ อีกปัญหาหนึ่งมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมนี้ของไทย คือ ระดับเทคโนโลยีการผลิตที่ยังอยู่ในระดับต่ำเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ผลผลิตของไทยมีคุณภาพไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับสินค้าในตลาดโลก และขีดจำกัดนี้ยังส่งผลให้รูปแบบสินค้าของไทยไม่สามารถพัฒนาได้เต็มที่ ซึ่งปัญหาโดยตรงกับการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดของอุตสาหกรรมนี้

1.4 กลยุทธ์การปรับโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณี

1.4.1 การรักษาสถิตสินค้าเดิม ปัจจุบันโครงสร้างสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีกลุ่มสินค้าที่ส่งไปจำหน่ายในต่างประเทศ 4 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้าเพชรเจียรไนประมาณ 38% พลอยเจียรไนประมาณ 21% และกลุ่มสินค้าเครื่องประดับประมาณ 41% หรือประมาณร้อยละ 5 ของกลุ่มสินค้านี้ในตลาดโลกเท่านั้นขณะที่ประเทศต่างๆประมาณ 20 ประเทศ กำลังเร่งพัฒนาศักยภาพการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของตนให้มีความเข้มแข็ง เนื่องจากเล็งเห็นว่าเป็นอุตสาหกรรมประเภทอุตสาหกรรมขนาดเล็กใช้แรงงานฝีมือเป็น

หลักในการผลิตไม่ต้องลงทุนด้านเครื่องจักรที่ใช้เทคโนโลยีมากนัก แต่มีตลาดการค้าขนาดใหญ่ทำให้คาดการณ์ได้ว่าการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้จะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น แนวทางหนึ่งที่ต้องรักษาตลาดสินค้าเดิมไว้ให้ได้ คือ การพัฒนาคุณภาพและลดต้นทุนการผลิตสินค้าของไทยให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ดีขึ้น

1.4.2 การขยายฐานการผลิตด้วยการเปิดตลาดสินค้าใหม่ๆ เช่น สินค้าเครื่องประดับประเภทเครื่องประดับทองคำของไทยที่ได้ทำการผลิตกันมานานพอสมควร แต่รูปแบบสินค้ายังไม่เป็นสากล เทคโนโลยีการผลิตยังเป็นแบบดั้งเดิม ตลาดการค้าอยู่ในประเทศเป็นหลัก ซึ่งเมื่อพิจารณาจากตลาดโลกแล้วพบว่าสินค้ากลุ่มนี้มีมูลค่าการตลาดประมาณ 40,000 ล้านบาทต่อปี โดยมีประเทศอิตาลีเป็นผู้นำด้านตลาดโดยใช้ทองคำผลิตสินค้าถึงปีละประมาณ 400 - 500 ตันต่อปี สำหรับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้จะต้องดำเนินไปพร้อมๆกัน ทั้งทางด้านการพัฒนารูปแบบและเทคโนโลยีการผลิตให้ทันสมัย ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดขีดจำกัดต่างๆในการผลิต เช่น รูปแบบสินค้า คุณภาพสินค้า ตลอดจนการรักษาระดับต้นทุนการผลิตให้อยู่ในจุดที่ต่ำสุดรวมทั้งลดการสูญเสียในขบวนการผลิตให้น้อยลงด้วย

1.5 อุปสรรคและข้อจำกัด

ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ แต่อุตสาหกรรมนี้ก็ยังไม่สามารถที่จะพัฒนาได้อย่างเต็มที่ โดยยังมีข้อจำกัดต่างๆทั้งในด้านของวัตถุดิบ แรงงาน ตลาด รวมถึงเทคโนโลยีต่างๆที่ยังเป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรมนี้ ได้แก่

1.5.1 การขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากในปัจจุบันต้องอาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะเพชรและโลหะมีค่าที่ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด

1.5.2 การขาดแคลนตัวกลางในการรับเหมาช่วงต่อ(Subcontract)จากผู้ผลิตรายใหญ่ไปยังผู้ผลิตรายย่อยหรือกลุ่มชุมชน เพราะอุตสาหกรรมนี้ยังต้องอาศัยความไว้วางใจภายในกลุ่มผู้ผลิตหลัก

1.5.3 การขาดแคลนเทคนิคและวิธีการที่แม่นยำและเชื่อถือได้ในการเพิ่มคุณภาพอัญมณี รวมถึงการขาดแคลนด้านการออกแบบตัวเรือน และเครื่องประดับที่มีคุณภาพสูง

1.5.4 การขาดมาตรฐานและระบบควบคุมคุณภาพอัญมณีที่จะสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

1.5.5 การขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะช่างเจียรระไน ช่างทำเครื่องประดับ

1.5.6 การสนับสนุนของรัฐมุ่งเน้นแต่เฉพาะผู้ประกอบการขนาดใหญ่ โดยยัง
ละเลยต่อผู้ประกอบการขนาดเล็กอยู่มากในอุตสาหกรรมนี้

1.5.7 ระบบข้อมูลข่าวสารทั้งในด้านการตลาด และเทคโนโลยีการผลิตที่
ทันสมัยไม่ได้รับการเผยแพร่เท่าที่ควร

1.5.8 ขาดการพัฒนาตลาดทั้งที่มีอยู่แล้ว และที่มีศักยภาพจะเปิดใหม่

ตารางที่ 1.1 ตลาดส่งออกเครื่องประดับเงินไทย

มูลค่า : ล้านบาท

ตลาด	2538	2539	2540	2541	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
					39/38	40/39	41/40
1. สหรัฐอเมริกา	1,619.26	1,718.33	2,566.90	3,905.34	6.12	49.38	52.14
2. เยอรมนี	463.20	502.55	730.94	1,053.32	8.50	45.45	44.10
3. สหราชอาณาจักร	407.81	497.42	738.21	1,049.36	21.97	48.41	42.15
4. ญี่ปุ่น	293.82	269.54	347.05	454.50	-8.26	28.76	30.96
5. ฝรั่งเศส	218.40	235.65	275.04	379.00	7.90	16.72	37.80
6. ออสเตรเลีย	23.61	52.65	149.26	164.07	123.00	183.49	9.92
7. ออสเตรเลีย	43.24	55.20	100.65	141.70	27.66	82.34	40.78
8. กรีซ	69.50	76.55	97.17	125.00	10.14	26.94	28.64
9. แคนาดา	91.84	86.53	98.16	120.20	-5.78	13.44	22.45
10. นอร์เวย์	22.02	40.55	73.33	116.51	84.15	80.84	58.88
11. เนเธอร์แลนด์	43.56	46.39	69.40	109.45	6.50	49.60	57.71
12. อิตาลี	91.72	83.43	92.43	108.97	-9.04	10.79	17.89
13. เดนมาร์ก	31.78	44.36	65.00	102.00	39.58	46.53	56.92
14. สเปน	50.47	64.00	61.20	78.35	26.81	-4.38	28.02
15. สวิตเซอร์แลนด์	50.32	50.29	64.90	67.77	-0.06	29.05	4.42
16. สวีเดน	57.86	55.23	48.52	50.00	-4.55	-12.15	3.05
17. ฮ็องกง	12.14	20.19	21.10	37.37	66.31	4.51	77.11
18. ตุรกี	9.36	15.84	25.28	30.50	69.23	59.60	20.65
19. ไต้หวัน	7.03	6.23	15.25	28.25	-11.38	144.78	85.25
20. ไอร์แลนด์	4.66	8.57	20.90	27.27	83.91	143.87	30.48
21. ออสเตรีย	14.02	15.90	24.90	24.00	13.41	56.60	-3.61
อื่นๆ	121.77	112.31	137.99	198.71	-7.77	22.87	44.00
รวม	3,747.39	4,057.71	5,823.58	8,371.64	8.28	43.52	43.75

1.6 ปัญหาที่เกิดจากการวางแผนการบริหารคุณภาพในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ

โรงงานอุตสาหกรรมเครื่องประดับส่วนใหญ่ในประเทศเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) เติบโตมาจากอุตสาหกรรมแบบครอบครัว ซึ่งมักประสบปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพ เช่น การเกิดของเสีย การส่งมอบไม่ทันกำหนด เป็นต้น ซึ่งเป็นผลมาจากการวางแผนการบริหารคุณภาพของโรงงานเหล่านี้ขาดประสิทธิภาพ ซึ่งปัญหาของแผนการบริหารคุณภาพส่วนใหญ่ที่พบ มีดังนี้

1.6.1 เนื่องจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) เติบโตมาจากอุตสาหกรรมแบบครอบครัว รูปแบบโครงสร้างการบริหารจัดการภายในองค์กรจึงเป็นแบบเก่า ไม่รูปแบบผังโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบในตำแหน่งต่างๆไม่ได้รับการระบุอย่างชัดเจน อำนาจส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับเจ้าของโรงงานเพียงผู้เดียว ขาดระบบสายการบังคับบัญชาที่ดี การสื่อสารระหว่างหน่วยงานขาดประสิทธิภาพ การทำงานไม่เป็นระบบเท่าที่ควร มีความซ้ำซ้อนในงานต่างๆเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้การดำเนินการล่าช้าและขาดประสิทธิภาพ

1.6.2 แผนการในการแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพมักจะแก้ไขแบบเฉพาะหน้า (Immediate remedy) ขาดการแก้ไขปัญหาที่สาเหตุ(Prevention action) เช่น เมื่อพบของเสียเกิดขึ้นก็จะถูกนำไปซ่อมหรือผลิตใหม่ แต่ไม่มีการค้นหาสาเหตุว่าของเสียนั้นเกิดขึ้นจากสาเหตุใด ทำให้ต้นตอที่ทำให้เกิดปัญหาไม่ได้รับการแก้ไข ทำให้เกิดปัญหาซ้ำซ้อนเรื่อยๆ ปัญหาที่เกิดจากสาเหตุเดิมๆเกิดขึ้นซ้ำอีก

1.6.3 มักใช้ประสบการณ์การในการบริหารคุณภาพ โดยขาดการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แท้จริง ขาดสารสนเทศเกี่ยวกับคุณภาพในด้านต่างๆ เช่น ข้อมูลการคืนสินค้าจากลูกค้า ข้อมูลการเกิดของเสียในการผลิต ข้อมูลจำนวนออเดอร์ที่ส่งมอบไม่ทันกำหนด เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถประเมินสภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่ได้ ไม่ทราบปัญหาที่แท้จริง ไม่สามารถกำหนดทิศทางและตั้งเป้าหมายในอนาคตได้

1.6.4 ในการดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆของโรงงาน พนักงานมักใช้ความเคยชินในการปฏิบัติงาน ไม่มีการจัดทำมาตรฐานวิธีการทำงานที่ชัดเจนให้อยู่ในรูปเอกสาร ทำให้พนักงานทำงานตามความถนัดของแต่ละคน คุณภาพของงานจึงไม่สม่ำเสมอ และขาดการใช้มาตรฐานในการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

1.6.5 ขาดการสร้างจิตสำนึกในด้านคุณภาพให้แก่พนักงาน โดยผู้ประกอบการมักให้ความสนใจเพียงยอดการผลิตเท่านั้น ทำให้มองข้ามความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพไป พนักงานมักเร่งทำงานเพื่อให้ได้ยอดการผลิตสูง โดยพนักงานมีแนวคิดที่ว่าของเสียจะถูกตรวจพบโดยการตรวจสอบคุณภาพ ทำให้พนักงานที่ทำงานละเอียดต่อการให้ความสนใจด้านคุณภาพ

1.6.6 ขาดการจัดเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ในด้านต่างๆ เนื่องจากโรงงานส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมาเป็นเวลานาน โดยพัฒนามาจากอุตสาหกรรมเล็กๆแบบครอบครัว พนักงานส่วนใหญ่มักเป็นคนเก่าคนแก่ของโรงงาน ซึ่งมีพื้นฐานความรู้น้อยแต่อาศัยประสบการณ์ในการบริหารงาน ทำให้ไม่มีความรู้พื้นฐานในการบริหารงานด้านต่างๆ เช่น เทคนิคทางด้านวิศวกรรมอุตสาหกรรม เป็นต้น

1.7 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาและเสนอแผนการบริหารคุณภาพ เพื่อให้สามารถวัด วิเคราะห์ ปรับปรุง และควบคุมคุณภาพในการผลิตเครื่องประดับเงิน

1.8 ขอบเขตของการวิจัย

ทำการศึกษาข้อมูลการผลิตของโรงงานผลิตเครื่องประดับเงินตัวอย่างเพียงแห่งเดียวเท่านั้น

1.9 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

- 1.9.1 ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 1.9.2 ศึกษาสภาพปัจจุบัน และแผนการบริหารคุณภาพของโรงงานตัวอย่าง
- 1.9.3 วิเคราะห์ข้อบกพร่องของแผนการบริหารคุณภาพของโรงงานตัวอย่าง และเสนอแนวทางปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง
- 1.9.4 ดำเนินการปรับปรุงข้อบกพร่องของแผนการบริหารคุณภาพ
- 1.9.5 ประเมินผลการปรับปรุงข้อบกพร่องของแผนการบริหารคุณภาพ
- 1.9.6 สรุปผลการวิจัย อุปสรรคและข้อเสนอแนะ
- 1.9.7 จัดทำรูปเล่มวิทยานิพนธ์

1.10 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

- 1.10.1 สามารถปรับปรุงข้อบกพร่องของแผนการบริหารคุณภาพของโรงงานตัวอย่าง
- 1.10.2 โครงสร้างการบริหารองค์กรของโรงงานตัวอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 1.10.3 ได้รับระบบการเก็บข้อมูลของเสียเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ ปรับปรุงและควบคุมคุณภาพ เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาที่สาเหตุและเกิดกระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- 1.10.4 มีการจัดทำเอกสารด้านคุณภาพ เช่น คู่มือวิธีการทำงาน เพื่อใช้ในการบริหารคุณภาพโดยอาศัยมาตรฐาน
- 1.10.5 เป็นแนวทางในการปรับปรุงแผนการบริหารด้านคุณภาพในอุตสาหกรรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้