

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุน ในธุรกิจเครื่องประดับเงินโดยกำหนดให้โครงการตั้งอยู่ใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และให้ระยะเวลาการดำเนินการโครงการโดยกำหนดไว้ 10 ปี ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ ผลการศึกษาด้านผลตอบแทนของธุรกิจ ศึกษาต้นทุนของธุรกิจโดยผลการวิเคราะห์ต้นทุนพบว่า ธุรกิจเครื่องประดับเงินใช้เงินลงทุน 9.6 ล้านบาท โดยมียอดขายปีแรกของการลงทุนประมาณ 70 ล้านบาท ต่อปี

เมื่อนำยอดขายมาหักค่าใช้จ่ายแล้วจัดทำเป็นประมาณการ กำไร - ขาดทุน จะเห็นว่าสามารถทำกำไรได้ตั้งแต่ปีแรก เมื่อจัดทำประมาณการกระแสเงินสดของธุรกิจ(ภาคผนวก) จะเห็นว่าเงินสดรับสุทธิมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นถึงความคล่องตัวในการบริหารด้านการเงิน การวิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุน มีมูลค่าปัจจุบันที่อัตราส่วนลดร้อยละ 8.5 เท่ากับ 60,740,070 บาท ระยะเวลาเท่ากับ 10 ปี ซึ่งเป็นค่าที่สูงกว่า 0 แสดงถึงความคุ้มค่าของการลงทุน เมื่อพิจารณาถึงผลตอบแทนภายใน มีค่าเท่ากับ 97.13 % ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 8.5 ที่กำหนดไว้ในโครงการ และยังมีค่ามากกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ในปัจจุบันซึ่งมีค่าเพียงร้อยละ 8.50(ข้อมูลจากธนาคารไทยพาณิชย์ กันยายน 2543) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจุดระยะเวลาคืนทุนจะเห็นว่า สามารถดำเนินการถึงจุดคุ้มทุนได้ในระยะเวลา 1 ปี 4 เดือน เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความไหวตัวเพื่อดูความทนของธุรกิจจะเห็นว่าแม้ว่าต้นทุนการดำเนินการเพิ่มถึง 15 % หรือ อัตราคิดลดเปลี่ยนไปเป็น 15 % ธุรกิจนี้จะสามารถดำเนินอยู่ได้ เนื่องจากค่า NPV มีค่ามากกว่า ศูนย์ และ IRR มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ทุกกรณี ซึ่งผลการศึกษาจะเห็นว่าธุรกิจนี้ให้ผลตอบแทนในอัตราที่สูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาจากค่า NPV และ IRR

จากการพิจารณาทางการเงิน จะเห็นว่าอัตราส่วนความสามารถในการหากำไรโดยเฉลี่ยเท่ากับ 236.30 % ซึ่งเท่ากับเมื่ออัตราคิดลดเปลี่ยนเป็น 15 % ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่ชี้ให้เห็นว่าอัตราผลตอบแทนอันเกิดจากการใช้สินทรัพย์ เพื่อการดำเนินงานของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปีซึ่งเป็นที่น่าพอใจถึงแม้ว่าต้นทุนเพิ่มถึง 15 % ธุรกิจก็มีอัตราส่วนความสามารถในการหากำไรเฉลี่ยถึง 70.52 % สำหรับอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานต่อยอดขายโดยเฉลี่ยเท่ากับ 12.90 % ซึ่งเท่ากับเมื่ออัตรา

คิดลดเปลี่ยนเป็น 15 % เป็นค่าที่เพิ่มขึ้นทุกปีเช่นกัน และเมื่อต้นทุนเพิ่มถึง 15 % อัตราส่วนนี้มีค่าเท่ากับ 3.65 %

ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยโดยเฉลี่ยเท่ากับ 29.27 เท่า ซึ่งชี้ให้เห็นว่ากำไรจากการดำเนินงานสามารถนำมาจ่ายดอกเบี้ยได้มาก และอัตราส่วนนี้ใช้วัดความปลอดภัยในการจ่ายดอกเบี้ยเมื่อต้นทุนเพิ่ม 15 % มีค่าเท่ากับ 8.78 เท่า และเมื่ออัตราคิดลดเป็น 15 % มีค่าเท่ากับ 16.59 เท่า

5.2 ข้อเสนอแนะ จากการศึกษาพบว่าการลงทุนทางการเงินในธุรกิจเครื่องประดับเงิน ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ต้องได้ผลตอบแทนด้านการขายสูงจึงจะคุ้มค่าต่อการลงทุน และสามารถลดความเสี่ยงในการลงทุนได้ แต่อย่างไรก็ดีในการพิจารณาตัดสินใจในการลงทุนนั้นจะต้องพิจารณาในหลาย ๆ ด้านประกอบกัน เพื่อให้โครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนมากที่สุด เช่น ในด้านเทคนิคการผลิต การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการตลาด กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่จะตัดสินใจลงทุน จะต้องมีความรู้และประสบการณ์ และเข้าใจในธุรกิจนี้ดีพอ มีทีมงานที่มีความชำนาญด้านการผลิตและมีช่องทางการตลาดที่ดี

ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับเงิน

การที่ประเทศไทยจะก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางการค้าและการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สมบูรณ์ จำเป็นต้องเร่งดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไปสู่ระดับสูงอย่างเร่งด่วน เช่น

1. เทคโนโลยีการผลิต

- การพัฒนาเทคโนโลยีการเพิ่มมูลค่าอัญมณีระดับสูงนอกเหนือจากการเผาพลอยยังมีน้อย
- การพัฒนาเทคโนโลยีไปสู่ระดับสูงทั้งขบวนการในการผลิตเครื่องประดับคุณภาพสูงยังมีน้อยมาก

2. บุคลากร

- ปริมาณช่างฝีมือ ที่มีความชำนาญในระดับสูงเฉพาะด้าน เช่น ช่างเจียรระโน ช่างออกแบบ ช่างทำแม่แบบ ช่างหล่อโลหะ ช่างทำตัวเรือน เป็นต้น ยังไม่เพียงพอกับอุตสาหกรรม
- ผู้บริหารกิจการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดย่อมบางรายยังขาดความชำนาญในการบริหารทั้งด้านการผลิตและการตลาดมีผลให้ต้นทุนสูง

3. วัตถุดิบ

- อัญมณีชนิดต่าง ๆ ที่ทำได้จากภายในประเทศมีไม่ทุกชนิด และ วัตถุดิบที่ทำได้ภายใน

ในประเทศปัจจุบันมีปริมาณไม่เพียงพอ จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และ มักจะประสบภาวะกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้เป็นเจ้าของต้องการสงวนไว้เพื่ออุตสาหกรรมของตนเอง

- โลหะมีค่า คือ ทอง เงิน ทองคำขาวและอื่น ๆ ไม่มีแหล่งผลิตภายในประเทศจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

- อัญมณีสังเคราะห์ยังไม่มีการผลิตในประเทศไทยจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศและแหล่งผลิตมีปริมาณการผลิตค่อนข้างจำกัด

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะรูปแบบที่เป็นของตนเอง ภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ยังมีน้อยจึงยังไม่สามารถเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ได้แม้ภาครัฐบาลจะพยายามดำเนินการอยู่ในขณะนี้

5. การตลาด การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังกระจุกอยู่เฉพาะตลาดหลัก คือ สหภาพยุโรป ประเทศสหรัฐฯ ประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มอาเซียน มีสัดส่วนรวมกันกว่าร้อยละ 60 การกระจายไปตลาดอื่น ๆ ยังมีค่อนข้างน้อยเพราะขาดข้อมูลการศึกษาและการชี้แนะ

6. การอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบทางพิธีการศุลกากร และระบบการขนส่งยังขาดความคล่องตัว เนื่องจากยังมีขั้นตอนการปฏิบัติหลายขั้นตอน

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

จากปัญหาอุปสรรคที่กล่าวมาข้างต้น อาจจะกล่าวได้ว่าปัญหานี้สะสมมาเป็นระยะเวลาหลายปีแล้ว จนกว่าจะมีผู้ใดผู้หนึ่งสามารถดำเนินการให้ถูกลงไปได้ เพื่อให้ประเทศไทยสามารถบรรลุเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับอย่างสมบูรณ์แบบภาครัฐและภาคเอกชน จึงจำเป็นต้องพัฒนาทั้งด้านการผลิตและการตลาดต่อไป โดยมีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ดังนี้

1. ด้านการผลิต จำเป็นต้องดำเนินการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.1 พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทั้งขบวนการผลิต

- การนำผู้เชี่ยวชาญมาฝึกสอนหรือการจัดส่งบุคลากรไปศึกษาในต่างประเทศแล้วนำความรู้มาถ่ายทอด
- การปรับเปลี่ยนเครื่องจักรให้มีความทันสมัยมากขึ้น
- การซื้อเทคโนโลยีจากต่างประเทศ
- ศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีให้ก้าวไปข้างหน้าอยู่ตลอดเวลาด้วยตนเอง
- การชักนำผู้ผลิตต่างประเทศที่มีเทคโนโลยีอยู่แล้วเข้ามาร่วมลงทุน

1.2 ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนเครื่องประดับ และอุตสาหกรรมอื่น ที่มีความต่อเนื่อง

1.3 การพัฒนาบุคลากร

- พัฒนาหลักสูตรการศึกษาในอุตสาหกรรมอัญมณีที่สอนอยู่แล้วและขยายหลักสูตรการเรียนให้ครบทุกสาขา ทั้งขบวนการผลิตการออกแบบในเชิงพาณิชย์ การจัดการ ในสถาบันการศึกษาไปสู่ระดับสูงยิ่งขึ้น
 - สนับสนุนให้ครู - อาจารย์มีโอกาสพัฒนาตนเองให้เป็นผู้เชี่ยวชาญระดับสูงยิ่งขึ้น อาจ จะโดยการศึกษาวิจัยและการไปศึกษาในต่างประเทศและนำความรู้มาถ่ายทอด
 - ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการศึกษาในอุตสาหกรรมอัญมณีมากขึ้น
- 1.4 จัดหาแหล่งเงินทุนให้เพียงพอเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับทั้งระยะสั้น และในระยะยาว
- 1.5 วัตถุประสงค์ ศึกษาสำรวจแหล่งวัตถุดิบทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศแล้วประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้และให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ได้ทราบในรายละเอียด
- 1.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ผลิตผู้ส่งออกไทยสามารถพัฒนารูปแบบสินค้าได้ด้วยตนเอง ในการเป็นผู้นำแฟชั่นต่อไปในอนาคต
- ให้ความรู้ด้านการเรียนการสอนเกี่ยวกับการออกแบบ ซึ่งสามารถดำเนินการโดยสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มแฟชั่นในแต่ละภูมิภาคให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถดำเนินการโดย ศูนย์ออกแบบ
 - สร้างสิ่งจูงใจต่อการพัฒนารูปแบบสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น การประกวดแบบและการให้รางวัล เป็นต้น

2. การตลาด

- 2.1 ศึกษาวิเคราะห์ อุปสงค์และโอกาสการเจาะขยายตลาดทั้งในตลาดหลัก และตลาดที่มีศักยภาพ
- 2.2 วางแผนและดำเนินการ ขุดเจาะขยายตลาดโดยการใช้กิจกรรมด้านการตลาดรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดงานแสดงสินค้า การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในตลาดต่างประเทศ การจัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปต่างประเทศและมาที่ประเทศไทยเพื่อเจรจาการค้าและอื่น ๆ เป็นต้น
- 2.3 ดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับศิลปะภาพลักษณ์และความเจริญก้าวหน้าและความชำนาญในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย
- 2.4 พัฒนาคูณการ ที่ยังขาดทักษะด้านการตลาดให้มีความรู้ความชำนาญยิ่งขึ้น
- 2.5 สนับสนุนให้มีการใช้เครื่องหมายการค้า (Brand Name) ของตนเองให้มากยิ่งขึ้นและเป็นที่ยอมรับในตลาดเป้าหมาย