

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงโครงสร้างตลอดจนประเมินศักยภาพของธุรกิจเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาด้านการผลิต การจัดองค์กรและบุคลากร การเงิน การตลาด โดยในการศึกษานี้เลือกศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการเซรามิกขนาดกลางและขนาดย่อมเท่านั้น โดยการออกแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างละ 25 ราย แต่ปรากฏว่า สามารถสอบถามผู้ประกอบการขนาดกลางได้เพียง 10 ราย และผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกขนาดย่อมได้ 25 ราย รวมทั้งสิ้น 35 ราย ซึ่งจะทำให้การศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทกระเบื้องปูพื้น บุผนัง เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และของชำร่วย

#### 5.1 สรุป

ในการศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์ถึงโครงสร้างตลอดจนประเมินศักยภาพของธุรกิจเซรามิกขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดเชียงใหม่ในด้านการเงิน การตลาด การผลิต และการจัดองค์กรและบุคลากร โดยผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

โครงสร้างธุรกิจเซรามิก ด้านการผลิต ลักษณะการดำเนินงานผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ทุนจดทะเบียนของกิจการผู้ประกอบการเซรามิกขนาดกลางส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาทและตั้งแต่ 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท ส่วนผู้ประกอบการเซรามิกขนาดย่อมส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท ประเภทธุรกิจผู้ประกอบการเซรามิกทั้งขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นธุรกิจการผลิต ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้แก่ กระเบื้องปูพื้น บุผนัง โมเสค สุขภัณฑ์ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และของชำร่วย ระยะเวลาในการดำเนินงานผู้ประกอบการเซรามิกขนาดกลางส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ประกอบการเซรามิกขนาดย่อมส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 1 ปี วัตถุดิบธุรกิจเซรามิกทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิต คือ ดินดำ ดินเหนียว ทราย สีเคลือบ และถ่านไม้

จำนวนแรงงานในกิจการผู้ประกอบการเซรามิกขนาดกลางส่วนใหญ่มีจำนวนแรงงาน 51 – 75 คน ส่วนผู้ประกอบการเซรามิกขนาดย่อมส่วนใหญ่มีจำนวนแรงงาน 1 – 25 คน

ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกผู้ประกอบการเซรามิกขนาดกลาง (1) ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเบื้องปูพื้น บุนนังและโมเสค ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าวัตถุดิบ (2) ผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์ ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงาน (3) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าดอกเบี๋ยและค่าเช่า (4) ผลิตภัณฑ์ประเภทของชำร่วย ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าวัตถุดิบ ส่วนผู้ประกอบการเซรามิกขนาดย่อมส่วนใหญ่ (1) ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเบื้องปูพื้น บุนนังและโมเสค ต้นทุนส่วนใหญ่ เป็นค่าวัตถุดิบ (2) ผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์ ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าวัตถุดิบ (3) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าดอกเบี๋ยและค่าเช่า (4) ผลิตภัณฑ์ประเภทของชำร่วย ต้นทุนส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงาน รายได้จากการขายผู้ประกอบการเซรามิกขนาดกลางส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย ตั้งแต่ 1 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท ส่วนผู้ประกอบการเซรามิกขนาดย่อมส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 1 ล้านบาท

ด้านการจัดองค์กรธุรกิจเซรามิกขนาดกลางกิจการจะมีการกระจายงานให้กับพนักงานในกิจการโดยมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามตำแหน่งงาน ส่วนในด้านธุรกิจเซรามิกขนาดย่อมเจ้าของกิจการจะเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบงานเองทั้งหมด ด้านบุคลากร ธุรกิจเซรามิกขนาดกลางบุคลากรในกิจการจะเป็นบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านบัญชี/การเงิน การตลาด และการผลิต ซึ่งกิจการจะจ่ายค่าตอบแทนตามตำแหน่งงาน โดยจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือน โดยที่พนักงานบัญชี/การเงินกิจการจะจ่ายค่าตอบแทนเฉลี่ยเดือนละ 7,000 – 7,500 บาท/เดือน พนักงานการตลาดกิจการจะจ่ายค่าตอบแทนเฉลี่ยเดือนละ 6,000 – 6,000 บาท/เดือน และด้านการผลิตกิจการจะจ่ายค่าตอบแทนเฉลี่ยเดือนละ 4,000 – 4,500 บาท/เดือน อีกทั้งกิจการยัง มีการจ่ายค่าล่วงเวลาให้กับพนักงานทุกคนที่ทำงานเกินเวลาที่กำหนดโดยจะคิดค่าล่วงเวลาให้กับพนักงานทุกคนชั่วโมงละ 20 บาท และที่สำคัญกิจการยังมีสวัสดิการในด้านการจัดทำประกันสังคมให้กับพนักงานทุกคนในกิจการด้วย ทางด้านธุรกิจเซรามิกขนาดย่อมกิจการจะจ้างงานแต่ฝ่ายผลิตเท่านั้น โดยที่กิจการจะจ่ายค่าแรงให้กับพนักงานเป็นรายวันเฉลี่ยวันละ 100 – 120 บาท/คน ทั้งนี้กิจการขนาดย่อมจะไม่มีการจ่ายค่าล่วงเวลาให้กับพนักงาน และไม่มีการจัดทำประกันสังคมให้กับพนักงานเพราะกิจการยังเป็นธุรกิจขนาดเล็กจึงไม่มีสวัสดิการในทุกๆด้านให้กับพนักงาน

การพิจารณาศักยภาพของกิจการทางการตลาดของอุตสาหกรรมเซรามิกขนาดกลางจากกลุ่มตัวอย่าง 10 กลุ่ม จะพบว่าในส่วนของกำรโฆษณา นั้น มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (ทุกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง) มีอยู่ร้อยละ 60 รองลงมาคือมีการประชาสัมพันธ์น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือนมีอยู่ร้อยละ 40 ในเรื่องการตลาดนั้น มีตลาดที่แน่นอนสำหรับส่งสินค้าอยู่ร้อยละ 90 ที่เหลืออีกร้อยละ 10 คือมีตลาดในการส่งสินค้าที่ไม่แน่นอน สำหรับการขนส่งสินค้าจะพบว่ามีการขนส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็วถึงมือผู้รับตามกำหนดเวลา และมีการขนส่งสินค้าล่าช้า สินค้าถึงมือลูกค้าไม่ตรงตามเวลาอยู่ร้อยละ 30 ส่วนเรื่องการประกันสินค้านั้นจะพบว่ามีการประกันความเสียหายระหว่างขนส่งสินค้าจนถึงมือผู้รับอยู่ร้อยละ 30 และอีกร้อยละ 70 มีการประกันความเสียหายเฉพาะระหว่างการเดินทางเท่านั้น และในการศึกษาถึงการติดตามลูกค้าหลังการขายจะพบว่ามีการติดตามลูกค้าหลังการขายเฉพาะลูกค้ารายใหญ่และลูกค้าประจำเท่านั้นและไม่มีการติดตามลูกค้าหลังการขายในสัดส่วนอย่างละเท่าๆกันคือร้อยละ 50 และสุดท้ายของสภาพทางการตลาดคือการศึกษาเครือข่ายการกระจายสินค้า มีการกระจายสินค้าจาก ชุมชน ไปสู่ ผู้ค้าส่ง ไปสู่ ผู้ค้าปลีก จนไปถึงมือผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

เมื่อพิจารณาศักยภาพทางการตลาดของอุตสาหกรรมขนาดเล็กนั้นจะพบว่า มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (ทุกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง) อยู่ร้อยละ 12 มีการประชาสัมพันธ์น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือนอยู่ร้อยละ 76 และไม่มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อยู่ร้อยละ 12 ส่วนเรื่องการตลาดนั้นจะพบว่า มีตลาดที่แน่นอนสำหรับการส่งสินค้ามีอยู่ร้อยละ 36 ตลาดในการส่งสินค้าที่ไม่แน่นอนอยู่ร้อยละ 60 และไม่มิตลาดสำหรับส่งสินค้ามีอยู่ร้อยละ 4 สำหรับการขนส่งสินค้านั้นจะพบว่ามีการขนส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็วถึงมือผู้รับตามกำหนดเวลาอยู่ร้อยละ 36 มีการขนส่งสินค้าล่าช้า สินค้าถึงมือลูกค้าไม่ตรงตามกำหนดเวลาอยู่ร้อยละ 24 และไม่มีการขนส่งสินค้าอยู่ร้อยละ 40 ในส่วนของกำรรับประกันสินค้านั้นจะพบว่ามีการประกันความเสียหายระหว่างขนส่งสินค้าจนถึงมือผู้รับอยู่ร้อยละ 8 มีการประกันความเสียหายเฉพาะระหว่างการเดินทางเท่านั้นอยู่ร้อยละ 32 และไม่มีการประกันความเสียหายระหว่างขนส่งสินค้าอยู่ร้อยละ 60 ในส่วนของกำรติดตามลูกค้าหลังการขายจะพบว่ามีการติดตามลูกค้าหลังการขายทุกรายอย่างสม่ำเสมออยู่ร้อยละ 12 มีการติดตามลูกค้าหลังการขายเฉพาะลูกค้ารายใหญ่และลูกค้าประจำเท่านั้นอยู่ร้อยละ 12 และไม่มีการติดตามลูกค้าหลังการขายอยู่ร้อยละ 76 และสุดท้ายของเครือข่ายการกระจายสินค้าจะพบว่ามีการกระจายสินค้าจากชุมชน ไปสู่ ผู้ค้าส่ง ไปสู่ ผู้ค้าปลีก และไปสู่มือผู้ซื้อหรือผู้บริโภคอยู่ร้อยละ 40 และการกระจายสินค้าจากชุมชน ไปสู่ ผู้ค้าปลีก ไปสู่ ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค มีอยู่ร้อยละ 44 สุดท้ายคือการกระจายสินค้าจากชุมชน ไปสู่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีอยู่ร้อยละ 16

จากผลการศึกษาศักยภาพของกิจการทางด้านการผลิตของธุรกิจเซรามิกขนาดกลางจำนวน 10 กลุ่มตัวอย่าง พบว่าลักษณะการผลิตของกิจการจะผลิตตามความถนัดและรูปแบบใหม่ๆตามทีทลูกค้าต้องการอยู่ร้อยละ 20 ผลิตตามต้องการของลูกค้าอยู่ร้อยละ 70 และผลิตตามความถนัดอยู่ร้อยละ 10 ในส่วนของวัตถุดิบจะพบว่ามีวัตถุดิบเพียงพอกับคำสั่งซื้ออยู่ร้อยละ 100 ส่วนของปริมาณการผลิตนั้นสามารถผลิตสินค้าได้ตลอดทั้งปีอยู่ร้อยละ 100 เช่นเดียวกัน ในด้านของทักษะและความชำนาญของผู้ผลิตจะพบว่ามีคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีและต้นทุนต่ำอยู่ร้อยละ 30 มีคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีแต่มีต้นทุนสูงอยู่ร้อยละ 50 และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และต้นทุนคงเดิมอยู่ร้อยละ 20 และสุดท้ายด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้มีการขึ้นทะเบียน/รับรองจากหน่วยงานจากภาครัฐอยู่ร้อยละ 80 และกำลังดำเนินการอยู่อีกร้อยละ 20

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาศักยภาพของกิจการทางด้านการผลิตของธุรกิจเซรามิกขนาดเล็กจำนวน 25 กลุ่มตัวอย่าง พบว่าลักษณะการผลิตของกิจการจะผลิตตามความถนัดและรูปแบบใหม่ๆตามทีทลูกค้าต้องการอยู่ร้อยละ 8 ผลิตตามต้องการของลูกค้าอยู่ร้อยละ 32 และผลิตตามความถนัดอยู่ร้อยละ 60 ในส่วนของวัตถุดิบจะพบว่ามีวัตถุดิบเพียงพอกับคำสั่งซื้ออยู่ร้อยละ 100 ส่วนของปริมาณการผลิตนั้นสามารถผลิตสินค้าได้ตลอดทั้งปีอยู่ร้อยละ 36 ปริมาณการผลิตไม่ต่อเนื่อง (ขอดั้งซื้อไม่ตลอดทั้งปี) ร้อยละ 52 และปริมาณการผลิตไม่ต่อเนื่อง (ไม่มีคำสั่งซื้อและตลาดที่แน่นอน) ในด้านของทักษะและความชำนาญของผู้ผลิตจะพบว่ามีคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีและต้นทุนต่ำอยู่ร้อยละ 24 มีคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีแต่มีต้นทุนสูงอยู่ร้อยละ 28 และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และต้นทุนคงเดิมอยู่ร้อยละ 48 และสุดท้ายด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้มีการขึ้นทะเบียน/รับรองจากหน่วยงานจากภาครัฐอยู่ร้อยละ 16 กำลังดำเนินการอยู่อีกร้อยละ 28 และไม่ได้ขึ้นทะเบียน/รับรองมีอยู่ร้อยละ 56

จากผลการศึกษาศักยภาพของกิจการทางด้านบุคลากรของธุรกิจเซรามิกขนาดกลางจำนวน 10 กลุ่มตัวอย่าง พบว่ากิจการมีการกำหนดค่าตอบแทนบุคคลตามลักษณะของงานที่รับผิดชอบและตามความสามารถที่เหมาะสมกับงานนั้นๆอยู่ร้อยละ 20 กำหนดค่าตอบแทนตามเกณฑ์ที่กิจการกำหนดเท่าๆกันตามตำแหน่งหน้าที่อยู่ร้อยละ 60 และตามอายุการทำงานอยู่ร้อยละ 20 ในส่วนของการจ่ายค่าล่วงเวลาให้กับพนักงานนั้นจะพบว่าหลังชั่วโมงการทำงาน กิจการจะเพิ่มราคาและให้มากกว่าชั่วโมงการทำงานปกติอยู่ร้อยละ 80 การจ่ายค่าล่วงเวลาให้เท่ากับค่าแรงในช่วงเวลางานปกติอยู่ร้อยละ 20 และการจ่ายโบนัสให้กับพนักงานนั้นจะพบว่ามีกรให้โบนัสกับพนักงานแตกต่างกันตามการประเมินผลงานของพนักงานแต่ละคนอยู่ร้อยละ 30 มีการให้โบนัสกับพนักงานทุกคนเท่ากันอยู่ร้อยละ 70 ส่วนเรื่องสวัสดิการของพนักงานนั้นจะพบว่ามีประกันสังคมให้ร้อยละ 80 และกำลังดำเนินการอยู่ร้อยละ 20 และในด้านการพิจารณาเลื่อนขั้นของพนักงานจะพบว่ามีกร

เลื่อนขึ้นตามความสามารถโดยประเมินจากผลงานอยู่ร้อยละ 20 พิจารณาเลื่อนขึ้นตามอายุการทำงานเป็นหลักอยู่ร้อยละ 80 และสุดท้ายคือการศึกษาในด้านการถ่ายทอดความรู้และวิธีการทำงานพบว่า มีการจัดอบรมก่อนการทำงาน และมีการถ่ายทอดความรู้ระหว่างการทำงานอย่างสม่ำเสมออยู่ร้อยละ 10 มีการจัดอบรมก่อนการทำงาน และจัดอบรมนานๆครั้งอยู่ร้อยละ 70 และมีการจัดอบรมก่อนการทำงานเท่านั้นอยู่ร้อยละ 20

เมื่อพิจารณาในส่วนของอุตสาหกรรมเซรามิกขนาดเล็กรายงาน 25 กลุ่มตัวอย่างจะพบว่า กิจการมีการกำหนดค่าตอบแทนบุคคลตามลักษณะของงานที่รับผิดชอบและตามความสามารถที่เหมาะสมกับงานนั้นๆอยู่ร้อยละ 12 กำหนดค่าตอบแทนตามเกณฑ์ที่กิจการกำหนดเท่าๆกันตามตำแหน่งหน้าที่อยู่ร้อยละ 20 และตามอายุการทำงานอยู่ร้อยละ 68 ในส่วนของการจ่ายค่าล่วงเวลาให้กับพนักงานนั้นจะพบว่าหลังชั่วโมงการทำงาน กิจการจะเพิ่มราคาและให้มากกว่าชั่วโมงการทำงานปกติอยู่ร้อยละ 24 การจ่ายค่าล่วงเวลาให้เท่ากับค่าแรงในช่วงเวลางานปกติอยู่ร้อยละ 40 ไม่มีการจ่ายค่าล่วงเวลาอยู่ร้อยละ 36 และการจ่ายโบนัสให้กับพนักงานนั้นจะพบว่ามีการให้โบนัสกับพนักงานแตกต่างกันตามการประเมินผลงานของพนักงานแต่ละคนอยู่ร้อยละ 12 มีการให้โบนัสกับพนักงานทุกคนเท่ากันอยู่ร้อยละ 28 และไม่มีการให้โบนัสกับพนักงานร้อยละ 60 ส่วนเรื่องสวัสดิการของพนักงานนั้นจะพบว่ามีประกันสังคมให้ร้อยละ 32 และกำลังดำเนินการอยู่ร้อยละ 32 และไม่มีประกันสังคมอยู่ร้อยละ 36 และในด้านการพิจารณาเลื่อนขึ้นของพนักงานจะพบว่ามีพิจารณาเลื่อนขึ้นตามอายุการทำงานเป็นหลักอยู่ร้อยละ 96 พิจารณาตามความอาวุโสอยู่ร้อยละ 4 และสุดท้ายคือการศึกษาในด้านการถ่ายทอดความรู้และวิธีการทำงานพบว่า มีการจัดอบรมก่อนการทำงาน และมีการถ่ายทอดความรู้ระหว่างการทำงานอย่างสม่ำเสมออยู่ร้อยละ 8 มีการจัดอบรมก่อนการทำงาน และจัดอบรมนานๆครั้งอยู่ร้อยละ 48 และมีการจัดอบรมก่อนการทำงานเท่านั้นอยู่ร้อยละ 44

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์โครงสร้างตลอดจนการประเมินศักยภาพของธุรกิจเซรามิกทั้งขนาดกลางและขนาดเล็กของจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังนี้ คือ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมควรมีการจ่ายค่าโบนัสให้กับพนักงานตามกฎหมายเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน
2. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมควรมีการปรับตัวทางด้านการผลิตนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่อพัฒนาสู่การส่งออกในอนาคต

3. ผู้ประกอบการทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทางหน่วยงานของภาครัฐจึงควรจัดให้มีกิจกรรมฝึกอบรมในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ประกอบการและลูกจ้างมากขึ้น

4. ผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกขนาดย่อมควรมีการบริหารตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ แนะนำผลิตภัณฑ์ของกิจการซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการมีตลาดในการส่งสินค้าที่แน่นอน และมีเครือข่ายการกระจายสินค้าเพิ่มมากขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved