

การพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจไม้อุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 16 กรกฎาคม 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 9 สิงหาคม 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 31 สิงหาคม 2565

ไพฑูรย์ อินตะขัน^{1*}

รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชีมหาบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

อนุรักษ์ อาทิตย์กวี²

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และธุรกิจระหว่างประเทศ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

อารยา อริยา³, กรรณิการ์ สายเทพ⁴

อาจารย์ ดร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

จิราภรณ์ พงศ์พันธ์⁵

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

จารุวรรณ ลิ้มปีไพบูลย์⁶

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ณัฏฐ์ดนัย ประเทืองบริบูรณ์⁷

รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกในจังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก นักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการประเมินธุรกิจ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่าข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิก 3 หมวดหลัก ดังต่อไปนี้ หมวดที่ 1 หมวดคุณภาพด้านการตลาด หมวดที่ 2 หมวดคุณภาพด้านการจัดการธุรกิจ และ หมวดที่ 3 หมวดคุณภาพด้านผลประกอบการ โดยมีเกณฑ์ในการประเมินจำนวน 41 ข้อ ผลการประชุมกลุ่มย่อยพบว่าผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะได้รับรองมาตรฐานลำปางแสดงตนต้องได้รับคะแนนในการ

* ผู้ประสานงานหลัก: Intakhan.p@gmail.com

ประเมินตั้งแต่ 651 คะแนนขึ้นไป และเมื่อนำข้อกำหนดเฉพาะไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านประโยชน์จากการใช้ข้อกำหนดเฉพาะ ด้านความเข้าใจในข้อกำหนดเฉพาะ และด้านความตั้งใจในการใช้ข้อกำหนดเพื่อให้ได้รับรองลำปางแสดนคาร์ต ตามลำดับ

คำสำคัญ: ข้อกำหนดเฉพาะ การจัดการธุรกิจ อุตสาหกรรมเซรามิก

วิธีการอ้างอิง

ไพฑูรย์ อินตะขัน, อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน, อารยา อริยา, กรรณิการ์ สายเทพ, จีราภรณ์ พงศ์พันธ์, จารุวรรณ ลิ้มปี่ไพบูลย์ และณัฐดนัย ประเทืองบริบูรณ์. (2565). การพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจในอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 4(2), 107-122.

The Development of Specific Business Management Requirements of the Ceramic Industry in Lampang Province

Received: July 16, 2022

Revised: August 9, 2022

Accepted: August 31, 2022

Phaithun Intakhan^{1*}

Associate Professor, Dr, of Master of Accountancy Program
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

*Anurak Artikawin*²

Assistant Professor, Dr, of Logistic and International Business Management Program
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

*Araya Ariya*³, *Kannika Saithep*⁴

Lecture Dr. Business Administration
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

*Jeeraporn Pongpanpattana*⁵

Assistant Professor, Dr, Master of Accountancy Program
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

*Charuwan Limphaiboon*⁶

Assistant Professor, Dr, Digital Business Management
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

*Nathdanai Pratuangboriboon*⁷

Associate Professor, Dr, of Public Administration Program
Faculty of Humanities and Social Sciences, Lampang Rajabhat University

Abstract

The main purpose of this mixed method research was to develop specific business management requirements for entrepreneurs in the ceramic business in Lampang Province. The main participants include ceramic factory entrepreneurs, scholars, and people who have experience in business assessment selected by purposive sampling. The data were collected by using a questionnaire, interview schedule, and focus group discussion. Content analysis was

* Corresponding Author: Intakhan.p@gmail.com

utilized to analyze the data. The results showed that the requirements consisted of three main categories: marketing quality, business management quality, and performance quality with 41 criteria for evaluation. The results of the focus group discussion indicated that entrepreneurs who wish to obtain Lampang Standard certification must receive a score of at least 651. When the specific requirements were applied to the sample entrepreneurs, it was found that the entrepreneurs were most satisfied with benefits from using specific terms, understanding of specific requirements, and the intention to use the requirements to be certified by Lampang Standards, respectively.

Keywords: Business Management Specification, Business Management, Ceramic Industry

Cite this article as:

Intakhan, P., Artikawin, A., Ariya, A., Saithe, k., Pongpanpattana, J., Limphaiboon, C. & Pratuangboriboon, N. (2022). The Development of Specific Business Management Requirements of the Ceramic Industry in Lampang Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabh at University*, 4(2), 107-122.

บทนำ

สถานการณ์และกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วคาดการณ์ได้ยากและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของภาคครัวเรือน ชุมชน สังคม และท้องถิ่นเป็นวงกว้าง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 จึงได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสมตั้งแต่ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ในข้อ 1.2 ที่ต้องการยกระดับศักยภาพคนให้มีความรู้ และความสามารถในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ข้อ 2.3 ที่เน้นการส่งเสริมศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการสร้างความเข้มแข็งการเงินฐานรากตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีสิทธิ์ในการจัดการทุน ที่ดินและทรัพยากรภายในชุมชน และยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในข้อ 3.2 เรื่องการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ซึ่งแต่ละยุทธศาสตร์ที่กล่าวมา ต่างก็มุ่งเน้นให้ภาคธุรกิจภาคเอกชน ชุมชนได้รับโอกาสทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น เพื่อลดปัญหาความเหลื่อมล้ำจากธุรกิจขนาดใหญ่และการเข้ามาของธุรกิจข้ามชาติ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

นอกจากนี้นโยบายการเร่งรัดการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้แล้วเป็นการสร้างองค์ความรู้ให้กับภาคธุรกิจโดยเฉพาะผู้ได้รับผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบให้สามารถพัฒนาศักยภาพและโอกาสของตนเองในการใช้ประโยชน์จากการเปิดการค้าเสรีโดยเฉพาะภาคธุรกิจขนาดย่อม ธุรกิจชุมชน ที่ควรได้รับการสนับสนุนเยียวยาและดูแลจากรัฐในกรณีที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน เนื่องจากสภาวะการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบันที่มีความรุนแรงมากขึ้นเนื่องมาจากการเปิดเสรีทางการค้าและความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง รวมถึงการเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่ที่มีจำนวนมากและมีผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าใหม่ ๆ รูปแบบใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลาย น่าสนใจ ธุรกิจที่ถูกค้ามาซื้อหรือมาใช้บริการจนเป็นลูกค้าประจำเนื่องจากมีความภักดีของตราสินค้า โดยที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น การนึกคิดหรือตรงใจผู้บริโภคมาโดยตลอด ซึ่งในปัจจุบันหลายองค์กรทางธุรกิจจะมีความหลากหลายในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเปลี่ยนหรือหันไปใช้สินค้าใหม่เสมอ และผลจากแรงผลักดันของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และตลาดต่างประเทศที่จะเกิดขึ้น รวมถึงนโยบายต่างๆ ของภาครัฐที่สนับสนุนให้ภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมของไทย ได้เกิดการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ และสามารถที่จะอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้การนำแนวคิดทางการตลาด การกำหนดมาตรฐานการจัดการธุรกิจ และการศึกษาความเป็นไปได้ของแต่ละธุรกิจเพื่อมาปรับใช้การดำเนินธุรกิจจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสร้างโอกาสทางการแข่งขัน โดยเฉพาะกับผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิกที่มีความจำเป็นต้องทำการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์รูปร่าง ความจำเป็นในการนำเซรามิกไปใช้งานแล้ว การกำหนดมาตรฐานสินค้าเซรามิก การจัดการในส่วนของการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และศึกษาความได้เปรียบเชิงการค้าของการส่งออกเซรามิกไทยมีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมเซรามิกของไทยเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งยังเป็นเพิ่มมูลค่าและการสร้างโอกาสทางการแข่งขันของประเทศได้มากขึ้นอีกช่องทางหนึ่งด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าไทยจะสามารถส่งออก ผลิตภัณฑ์เซรามิกไปยังประเทศต่างๆ ซึ่งสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการผลิต และแรงงานในประเทศตลอดมา แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

เชรามิก ประสบกับปัญหาหลายประการ เช่น ปัญหาต้นทุนเชื้อเพลิง การขึ้นค่าแรงขึ้นต่ำตามนโยบายของรัฐบาล ปัญหาการชะลอตัวของ ภาวะเศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง อีกทั้งยังได้รับผลกระทบจากการแข่งขันกับสินค้าจากประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะคู่แข่งจากประเทศจีน ซึ่งมีข้อได้เปรียบทั้งในด้าน วัตถุดิบ ราคา และมีกำลังการผลิตเชรามิกที่ใหญ่ที่สุดในโลก สามารถผลิตสินค้าได้หลายมาตรฐาน หลายรูปแบบ หลายระดับราคา และการแข่งขันกับประเทศในสหภาพยุโรป เช่น สเปน อิตาลี และเยอรมนี ในตลาดระดับบน ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านเทคโนโลยีการผลิตระดับสูงและการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับแนวหน้าของโลก ปัญหาต่างๆ ที่รุมเร้าอุตสาหกรรมเชรามิกแบบดั้งเดิมเป็นผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันลดน้อยถอยลง และ ยังทำให้เกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตของไทย ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปริมาณการผลิตการจำหน่ายภายในประเทศ ในบางผลิตภัณฑ์เริ่มลดลง ตั้งแต่ ปี 2555 โดยปริมาณการจำหน่ายกระเบื้องปูพื้นบุผนังในปี 2555 มีปริมาณ 195 ล้านตารางเมตร ลดลงเป็น 165 ล้านตารางเมตร ในปี 2559 หรือลดลงร้อยละ 16.37 ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายเครื่องสุขภัณฑ์ คอนข้างทรงตัวโน้มลดลง โดยในปี 2556 มีปริมาณ 4.8 ล้านชิ้น ลดลงเหลือ 4.5 ล้านชิ้นในปี 2559 ด้านการส่งออก พบว่า มูลค่าการส่งออกคอนข้างชะลอ ตัวตั้งแต่ปี 2557 ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก โดยตลาดส่งออกหลักอย่างญี่ปุ่น ไทยมีการ ส่งออกลดลงจากเดิมมีมูลค่า 203 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2557 เป็น 175 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2559 หรือลดลงร้อยละ 13.78 (พชรวรรณ สนิมมูล, 2560)

นอกจากนี้ยังพบว่ากฎหมาย กฎระเบียบต่าง ๆ ยังเป็นหนึ่งในอุปสรรคต่อการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม ทั้งทางด้านการผลิต และการตลาด การบัญชี รวมถึงโลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมเชรามิกที่ต้องการส่งออก เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ โดยเฉพาะรายย่อยขาดองค์ความรู้ความเข้าใจในข้อกำหนดเฉพาะการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก ขาดคู่มือ หรือข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจขั้นต้น ประกอบกับมาตรฐานที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น มาตรฐาน ISO จะเหมาะสมสำหรับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ไม่สามารถนำมาปรับใช้ได้เหมาะสม ทั้งจากกระแสการพัฒนาอุตสาหกรรมของโลกและจากนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมซึ่งจะส่งผลให้อัตราการเติบโตของการใช้เชรามิกสมัยใหม่เป็นขึ้นส่วนเชื่อมโยงกับการผลิต ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอนาคต มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นการวิจัยนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัย ที่ต้องการเน้นบทบาทการบริหารจัดการภาคธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเชรามิก ทั้งในเรื่องจัดวางนโยบายเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน วิธีการจัดสรรเงินทุนและสิทธิประโยชน์ ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านข้อกำหนดเฉพาะการผลิตเพื่อการส่งออกให้กับผู้ประกอบการและแรงงาน รวมถึงการศึกษาความเป็นไปได้ของการส่งออก ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยแก้ไขปัญหาลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้อุตสาหกรรมเชรามิกไทยก้าวผ่านความท้าทายได้อย่างแข็งแกร่ง และยั่งยืน ซึ่งเป็นการยกระดับศักยภาพมาตรฐานของอุตสาหกรรมเชรามิกให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อพัฒนาข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเชรามิกจังหวัดลำปาง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดในการกำหนดมาตรฐาน

พจนานุกรม ราชบัณฑิตยสถาน (พ.ศ. 2554) ให้ความหมายของคำว่า มาตรฐาน หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์ที่รับรองกันทั่วไป เช่นเวลามาตรฐาน มาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐาน ISO 9000 หรือ สิ่งที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์สำหรับเทียบกำหนดทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ในปัจจุบันมาตรฐานมีความสำคัญมากต่อระบบการค้า การลงทุน เป็นปัจจัยที่เอื้อให้เกิดการลงทุนเพิ่มขึ้น หรือมองอีกด้านเป็นการกีดกันทางการค้าก็ได้ ในองค์กรที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน จะเกิดประโยชน์ดังนี้

ประโยชน์ต่อตัวพนักงาน

1. ทำให้พนักงานเกิดการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ
2. พนักงานเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และมีจิตสำนึกรักองค์กรมากขึ้น
3. ลดปัญหาและความยุ่งยากในการทำงาน เนื่องจาก ทุกคนยึดถือมาตรฐานและร่วมใจกันปฏิบัติ

พร้อมกัน

4. พนักงานใหม่เรียนรู้งานได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีมาตรฐานกำหนดไว้

ประโยชน์ต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

1. ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน
2. ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

ประโยชน์ต่อองค์กรหรือบริษัท

1. ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพคงที่ ตามมาตรฐานและลดการสูญเสียให้น้อยลง
2. เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ ประหยัดค่าใช้จ่าย เวลา มีการควบคุมกระบวนการทำงานตั้งแต่

ต้นจนสิ้นสุดกระบวนการ

ระดับของมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ในการกำหนดมาตรฐานควรยึดหลักการออกแบบเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดประสิทธิภาพผลิตในอนาคตกว่ากว่าการดำเนินงานให้เท่ากับข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา และค่าเป้าหมายควรเป็นตัวเลขที่วัดและเปรียบเทียบได้ เช่น ร้อยละ สามารถแบ่งประเภทของการกำหนดมาตรฐาน ได้ 2 ประเภทหลัก ได้แก่ มาตรฐานตามอุดมคติ (Ideal Standards) และมาตรฐานที่พอปฏิบัติได้ (Practical Standards) (Hansen & Mowan, 2006)

มาตรฐานตามอุดมคติ (Ideal Standards) เป็นระดับการปฏิบัติงาน ที่องค์ประกอบทุกอย่างที่เกี่ยวข้องเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เช่น การจ้างแรงงาน ด้วยค่าแรงที่ต่ำที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการให้คนงานทำงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ถือเป็นอุดมคติ เนื่องจากปกติแล้วแรงงานที่ค่าแรงงานต่ำ ประสิทธิภาพในการทำงานอาจจะไม่ดี เป็นต้น

มาตรฐานที่พอปฏิบัติได้ (Practical Standards) เป็นการกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ โดยเผื่อเวลาให้สำหรับกิจกรรมอื่น เช่น เวลาให้พนักงานพักผ่อนในระหว่างการทำงาน เป็นต้น ดังนั้น ผลต่างที่เกิดขึ้นในวิธีนี้ฝ่ายบริหาร ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากการแสดงถึงการปฏิบัติงานที่ผิดปกติ ในทางปฏิบัติ วิธีนี้ใช้กำหนดต้นทุนมาตรฐาน เนื่องจากการกระตุ้นให้พนักงานทำงานเต็มประสิทธิภาพ เพราะค่าเป้าหมายสามารถบรรลุถึงได้ไม่ได้เป็นสิ่งที่ปฏิบัติไม่ได้

จะเห็นได้ว่า เมื่อกิจการได้รับมาตรฐานจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในจังหวัดลำปางซึ่ง เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่าสินค้าเซรามิกเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดลำปาง มีผู้ประกอบการเซรามิ

มากที่สุดในประเทศไทย แต่ยังคงขาดการกำหนดมาตรฐานในการจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ การร่วมกันกำหนดมาตรฐานสินค้าเชรามิกจะเป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยให้สินค้าและการดำเนินงานของธุรกิจมีความมั่นคง แข็งแรง และยั่งยืน

แนวคิดหลักการบริหารจัดการ และการวัดผลการดำเนินงาน

กรไชย ภรลภัสสร (2565) กล่าวถึง การจัดการองค์กร ต้องอาศัยความยืดหยุ่นในการบริหารงานเป็นอย่างมาก เนื่องจากข้อจำกัดในด้านทรัพยากร หลักการจัดการองค์กรขนาดเล็ก มีแนวทางโดยสรุปดังนี้

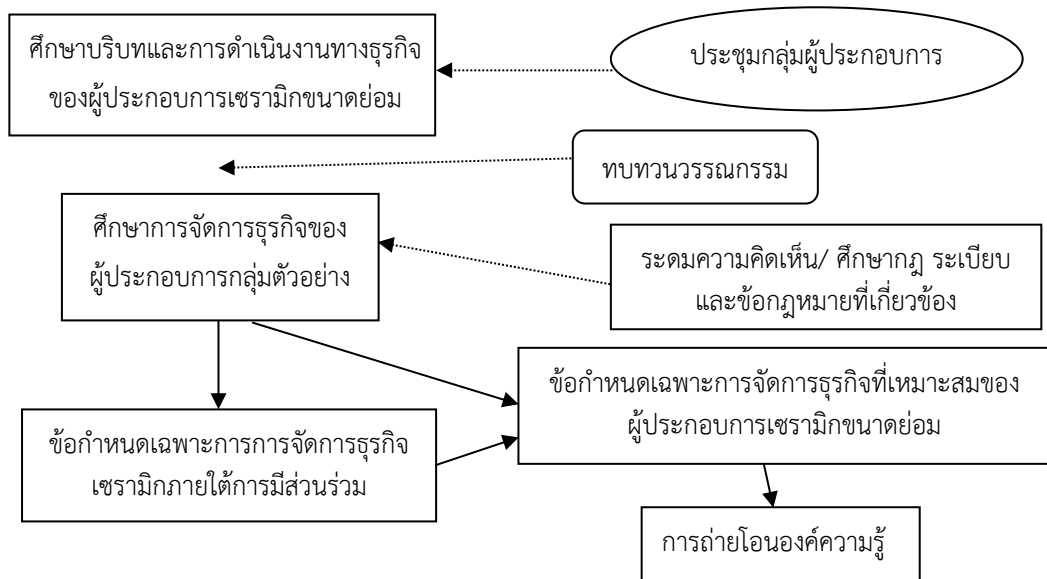
1. การวางแผนที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของกิจการ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค ระดับอุตสาหกรรม และระดับคู่แข่งและตลาดเพื่อให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดี
2. การสั่งการและจูงใจให้มีการใช้ทรัพยากรเพื่อให้ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่
3. การควบคุมและการประเมินผลการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด อาจจำแนกเป็นการควบคุมทางการบริหารที่เน้นตัวเงิน เช่น ระบบงบประมาณ หรือ การควบคุมการบริหารที่เน้นทางการดำเนินงาน เช่น จำนวนลูกค้าร้องเรียน หรือ อัตราการลาออกของพนักงาน
4. การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด โดยบูรณาการข้อมูลเชิงลึกในทุกมิติเพื่อกำหนดเป็นทางเลือก และมีกระบวนการตัดสินใจที่ยึดโยงกับเป้าหมายขององค์กร

นอกจากนั้นแล้ว การวัดผลการดำเนินงานที่เหมาะสมจะเป็นตัวผลักดันให้องค์กรบริหารและจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาจจะประยุกต์ใช้การวัดผลการดำเนินงานเชิงบูรณาการ การวัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพ หรือ การเทียบเคียงการดำเนินงาน หลักการวัดผลการดำเนินงานสมัยใหม่นิยมวัดผลการดำเนินงานในหลากหลายมิติ ทั้งมิติที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทางการตลาด

การจัดการการตลาด หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการและควบคุมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ที่จะประกอบไปด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ การวางแผน การปฏิบัติ และการประเมินผล โดยที่การวางแผน จะนำข้อมูลองค์กรมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ทางการตลาด เมื่อได้ข้อมูลจากการวางแผน จึงนำมาสร้างเป็น พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) และเป้าหมาย (Goal) เพื่อไปกำหนดเป็น กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) ด้วยการแบ่งส่วนตลาด (STP) ประกอบด้วย การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย และตำแหน่งของสินค้า และ ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ซึ่งทั้งหมดข้างต้น รวมกันเรียกว่า แผนงานทางการตลาด (Marketing Planning) ขั้นตอนต่อไป คือ การนำแผนไปปฏิบัติ ต้องมีการออกแบบขององค์กรและระบบ (Design Organization and System) เพื่อให้สอดคล้องและรองรับกับแผนงานด้านการตลาด เช่น กรณีที่กิจการต้องการขายสินค้าแฟชั่น ระบบการขายอาจเป็นการขายออนไลน์ อีกทั้งจะต้องกำหนดวิธีการปฏิบัติหรือยุทธวิธี ให้มีความชัดเจน และจะต้องกำหนดข้อประเมินผลงานที่สามารถเปรียบเทียบได้ จากนั้นจึงนำมากำหนดเป็น กลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน และการปฏิบัติสุดท้ายคือการประเมินผลที่มาจากกาหนดเป้าหมายและนำผลการปฏิบัติงานที่ได้มาเปรียบเทียบเพื่อหาข้อบกพร่อง ข้อข้อจำกัดเพื่อนำผลการประเมินผลมาใช้ในการวางแผนในปัดถัดไป (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2563)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการศึกษา / การวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร : การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีประชากรการวิจัยคือ โรงงานเซรามิกที่ประกอบกิจการขนาดย่อมอยู่ทั้งสิ้นมากกว่า 232 โรงงาน (ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัสดุอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, 2562) ที่ทำการผลิต เพื่อการบริโภคภายในประเทศและเพื่อการส่งออก

กลุ่มตัวอย่าง : เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ต้องการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกของผู้ประกอบการเซรามิกขนาดย่อมที่ยินดีให้ข้อมูลอย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา ทีมวิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การสุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 โรงงาน โดยผู้ประกอบการหรือผู้บริหารเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) โดยมีหลักเกณฑ์ที่สำคัญคือ เป็นโรงงานที่มีระยะเวลาดำเนินงานมาแล้วอย่างน้อย 5 ปี มีสถานที่ตั้งในจังหวัดลำปาง และเป็นธุรกิจ SMEs

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ เช่น ด้านการดำเนินงาน การผลิต การตลาด การเงินการบัญชี

การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เป็นการรวบรวมข้อมูลในทุกมิติที่เกี่ยวข้อง ด้วยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือได้จากการระดมความคิดเห็น มาวิเคราะห์เพิ่มเติม เพื่อให้ข้อมูลที่มีเป็นสารสนเทศที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการสร้างข้อกำหนดเฉพาะ โดยการประชุมกลุ่มย่อยจะมีตัวแทนจากทีมวิจัยจำนวน 3 คน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารธุรกิจ จำนวน 2 คน ตัวแทนจากผู้ประกอบการโรงงานเซรามิกจำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน

แบบสอบถาม ใช้ในการรวบรวมระดับความพึงพอใจในการประยุกต์ใช้ และประเมินการใช้ประโยชน์จากการนำข้อกำหนดเฉพาะไปใช้ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้เทคนิค IOC และข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ยอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ใช้เทคนิค การวิเคราะห์เนื้อหา ให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน และเป้าหมายที่ผู้ประกอบการต้องการใช้การเรียงลำดับความต้องการและเป้าหมายเพื่อให้ได้ข้อสรุปร่วมกัน ส่วนข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

จากการดำเนินโครงการวิจัยโดยมีผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง ที่วิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ โดยจากผลการศึกษาพบว่า ข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเชรามิก มีลักษณะเป็นการประเมินตามข้อกำหนดเฉพาะ 3 หมวดหลักดังต่อไปนี้

หมวดที่ 1 หมวดคุณภาพด้านการตลาด

หมวดที่ 2 หมวดคุณภาพด้านบริหารจัดการธุรกิจ

หมวดที่ 3 หมวดคุณภาพด้านผลประกอบการ

ในแต่ละหมวดจะกำหนดเป็นประเด็นย่อย ๆ ในแต่ละประเด็น เมื่อกิจการนำข้อกำหนดเฉพาะไปปรับใช้จะมีการประเมินและให้คะแนน เพื่อให้เห็นรูปแบบและข้อกำหนดในการประเมินจะขอยกตัวอย่างการประเมินตามข้อกำหนดเฉพาะ 1 ด้าน คือคุณภาพด้านผลประกอบการ หมายถึง “การที่ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองดัชนีชี้วัดต่างๆ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนแก่องค์กร” โดยแบ่ง ออกเป็น 3 หมวดย่อย ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายผลประกอบการและดัชนีชี้วัดในมุมต่างๆ การวัดผลประกอบการ และการวิเคราะห์และปรับปรุงผลประกอบการ โดยจะขอนำเสนอหมวดย่อยที่สอง การวัดผลประกอบการ ดังนี้

หมวดคุณภาพด้านผลประกอบการ - การวัดผลประกอบการ

มีการติดตามผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง โดยการเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้		ระดับคะแนน
0	ไม่มีการดำเนินการ	
1	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบเฉพาะผลการดำเนินงานใน บางด้าน หรือการติดตามและเปรียบเทียบผลไม่เป็นไปตาม ช่วงเวลาที่กำหนด	
2	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดขึ้นใน ทุกด้าน ตามช่วงเวลาที่กำหนด	
4	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบกับดัชนีชี้วัด (KPI) ที่กำหนดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งมีการหาสาเหตุของค่าความ แตกต่างดังกล่าว และ จัดทำแนวทางการแก้ไข	
บันทึกเพิ่มเติม		
มีการตรวจสอบสถานะทางการเงิน และสภาพคล่องของบริษัท อย่างสม่ำเสมอ		ระดับคะแนน

0	ไม่มีการดำเนินการ	
1	มีการติดตามผลและตรวจสอบเป็นระยะ แต่ไม่มีกำหนดเวลา ที่แน่นอน	
2	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดขึ้นใน ทุกด้านตามช่วง เวลาที่กำหนด	
4	มีการติดตามผลและเปรียบเทียบกับดัชนีชี้วัด (KPI) ที่กำหนดขึ้นใน แต่ละช่วงเวลา รวมทั้งมีการหาสาเหตุของค่าความแตกต่างดังกล่าว และจัดทำแนวทางการแก้ไข	
บันทึกเพิ่มเติม		

มีการนำผลที่ได้จากการวัดมาจัดทำเป็นรายงานเพื่อนำเสนอ		ระดับคะแนน
0	ไม่มีการดำเนินการ	
1	มีการรายงานผลที่ได้อย่างคร่าว ๆ ด้วยวาจา	
2	มีการรายงานผลที่ได้รับให้กับผู้บริหารรับทราบในรูปแบบเอกสาร	
4	จัดการประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อรายงานผลจากการวัด ปัญหา สาเหตุ และแนวทางการแก้ไขโดยการนำเสนอ รูปแบบต่างๆ ซึ่งมีการบันทึกการประชุมและจัดเก็บเป็นเอกสาร	
บันทึกเพิ่มเติม		

โดยรายละเอียดในแต่ละหมวดมีดังนี้

หมวดที่ 1 หมวดคุณภาพด้านการตลาด

แบ่งออกเป็น 4 หมวดย่อย ได้แก่ ความเข้าใจตลาดและกลุ่มลูกค้า การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาดเชิงรุก การบริหารความพึงพอใจและความสัมพันธ์ลูกค้า โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ความเข้าใจตลาดและกลุ่มลูกค้า ผู้ประกอบการควรจะมีการทำความเข้าใจและเรียนรู้ลักษณะของตลาดสินค้าเซรามิกที่ดำเนินกิจการอยู่ รวมถึงการศึกษาและวิเคราะห์ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเซรามิก เช่น อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น รวมถึงแนวโน้มเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมเซรามิก นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรติดตามปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อเกี่ยวกับธุรกิจเซรามิกในภาพรวม เช่น การเติบโตของเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะต้องสามารถวิเคราะห์และระบุส่วนของตลาด (Segments) ที่เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งและสร้างภาพลักษณ์ทางการตลาด และระบุถึงคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม

1.2 การกำหนดราคา การกำหนดราคา ซึ่งการแสดงรายละเอียดของราคาสินค้าเพื่อสร้างความชัดเจนและความเข้าใจที่ตรงกันกับลูกค้า

1.3 การส่งเสริมการตลาดเชิงรุก ผู้ประกอบการควรสร้างตราสินค้าบริษัทของตน ให้เป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะผู้ประกอบการในธุรกิจเซรามิก เนื่องจากมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการอาจต้องจัดจำหน่ายทั้งขายปลีกและขายส่ง โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค และเข้าร่วมงานนิทรรศการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น งานแสดงสินค้า งานเซรามิกแฟร์ เป็นต้น การจัด

กิจกรรมอีเว้นต์ต่างๆ ร่วมกับสมาคมเครื่องปั้นดินเผา เพื่อเป็นการกระตุ้นความต้องการและสื่อสารให้ลูกค้ารับทราบ

1.4 การบริหารความพึงพอใจและความสัมพันธ์ลูกค้า การวัดความพึงพอใจของลูกค้า นั้น สามารถจัดทำโดยการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อหาความเชื่อมั่นถึงคำตอบที่ได้รับจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่เป็นไปตามหลักสถิติ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อหาจุดแข็งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสาเหตุของปัญหาอันเป็นจุดอ่อนที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ

หมวดที่ 2 หมวดคุณภาพด้านการจัดการธุรกิจ

แบ่งออกเป็น 5 หมวดย่อย ได้แก่ การวางแผนการจัดการธุรกิจ การจัดการระบบการทำงาน การบริหารประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การบริหารความเสี่ยง การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจเซรามิกโดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 การวางแผนการจัดการธุรกิจ การวางแผนจัดการธุรกิจ จะครอบคลุมรายละเอียดตั้งแต่การวางแผนองค์กร การวางแผนประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องกับการธุรกิจเซรามิก อาทิเช่น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (ดิน) ผู้ขนส่ง และหน่วยงานราชการต่างๆที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น การวางแผนด้านวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือ การวางแผนด้านการบริหารการเงินและบัญชี รวมทั้งการวางแผนด้านความปลอดภัยในงานเซรามิก

2.2 การจัดการระบบการทำงาน ผู้ประกอบการควรนำเทคนิคด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ และใช้ในการวางแผน ด้านการควบคุมระยะเวลา โดยผู้ประกอบการควรส่งทีมงานหรือเข้ามาตรวจสอบตามแผนที่กำหนด และมีการจัดระบบในการตรวจสอบคุณภาพตลอดช่วงการผลิต ผู้ประกอบการควรทำรายการหัวข้อการตรวจสอบ (Checklist) ให้กับผู้ตรวจสอบเพื่อทำการตรวจสอบซ้ำ

2.3 การบริหารประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจเซรามิก หมายถึง การเปรียบเทียบผลอันเกิดจากการผลิต อาทิเช่น จำนวนของเสียที่เกิดขึ้นในงาน และความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น กับปริมาณทรัพยากรที่ใช้ไป อาทิเช่น ระยะเวลา ต้นทุนที่เกิดขึ้น และปริมาณบุคลากรที่ใช้ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการควรที่จะวางแผนระบบการบริหารจัดการ และนำเทคนิคหรือเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้เพื่อลดข้อผิดพลาด

2.4 การบริหารความเสี่ยง ผู้ประกอบการควรดำเนินการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง (Business Continuous Plan, BCP) และมีการประเมินสถานการณ์และทบทวนแผนดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งครอบคลุมหัวข้อหลักๆ ความเสี่ยง จากการเกิดอัคคีภัยและอุบัติเหตุ ความเสี่ยงด้านการเงินจากดอกเบี้ยและต้นทุนวัสดุที่สูงขึ้น เป็นต้น

2.5 การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจเซรามิก ผู้ประกอบการควรนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจเซรามิก ไม่ว่าจะเป็นการผลิตด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เครื่องจักรที่ทันสมัย เพื่อให้เกิดการส่งมอบงานอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการประหยัดต้นทุนการผลิต ทั้งค่าแรงและดอกเบี้ยเงินกู้ลงทุนต่าง ๆ

หมวดที่ 3 : หมวดคุณภาพด้านผลประกอบการ

แบ่งออกเป็น 3 หมวดย่อย ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายผลประกอบการและ ดัชนีชี้วัดในมุมต่าง ๆ การวัดผลประกอบการ และการวิเคราะห์และปรับปรุงผลประกอบการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 การกำหนดเป้าหมายผลประกอบการและดัชนีชี้วัดในมุมต่าง ๆ เป็นการกำหนด เป้าหมายผลประกอบการที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และแผนการดำเนินธุรกิจที่กำหนดไว้ในรูปแบบของดัชนีชี้วัดต่างๆ ไม่ว่า

จะเป็นผลประกอบการด้านการเงิน ผลประกอบการด้านจำนวนลูกค้า ผลประกอบการด้านคุณภาพการให้บริการ ผลประกอบการด้านการบริหารจัดการ และผลประกอบการด้านบุคลากร

3.2 การวัดผลประกอบการ การติดตามและประเมินผลประกอบการควรมีการดำเนินการเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือดัชนีชี้วัดที่กำหนดขึ้น โดยการวัดผลประกอบการ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ประกอบการอาจจะดำเนินการจัดจ้างหน่วยงานกลางจากภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเข้ามาดำเนินการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่เกิดความเอนเอียง

3.3 การวิเคราะห์และปรับปรุงผลประกอบการ ผู้ประกอบการควรนำผลประกอบการที่ได้จากการวัดผลประกอบการ มาวิเคราะห์ด้วยหลักการทางสถิติที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ในการหาสาเหตุของปัญหาอุปสรรคหรือโอกาสที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดการปรับปรุงมาตรฐานขององค์กร ยกกระตือรือร้นการดำเนินงานให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การคำนวณคะแนนและการให้น้ำหนักคะแนนในการประเมินเกณฑ์คุณภาพธุรกิจเซรามิกนั้น มีที่มาจากการศึกษาวิจัยระดับการให้ความสำคัญของเกณฑ์ทั้ง 3 หมวด จากกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเซรามิก ด้วยวิธีการระดมสมองกับ ผู้ประกอบการ และการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งนี้การคิดคะแนนข้อกำหนดเฉพาะการจัดการ ธุรกิจเซรามิก จะมีคะแนนเต็ม 1,000 คะแนน ซึ่งได้มา จากการรวมคะแนนจากเกณฑ์คุณภาพทั้ง 3 หมวด ซึ่งเกิดจากการสรุปร่วมกันในเวทีประชุมกลุ่มย่อยระหว่างนักวิจัย ผู้ประกอบการ นักวิชาการ โดยผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะได้รับรองมาตรฐาน ลำปางแสดนดาร์ตต้องได้รับคะแนนในการประเมินตั้งแต่ 651 คะแนน ขึ้นไป โดยในการประเมินผลในช่วงแรกเป็นการทดลองใช้ซึ่งผลการประเมินยังไม่สามารถสรุปได้ว่าโรงงานเซรามิกที่เป็นกลุ่มนาร่องมีผลประเมินเป็นอย่างไร เนื่องจากบางเรื่องหรือบางหมวดต้องรอผลการดำเนินงานเมื่อครบรอบระยะเวลาดำเนินงาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ได้มีการทดสอบผลการทดลองใช้ข้อกำหนดเฉพาะกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 โรงงาน พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านประโยชน์จากการใช้ข้อกำหนดเฉพาะ ด้านความเข้าใจในข้อกำหนดเฉพาะ และด้านความตั้งใจในการใช้ข้อกำหนดเพื่อให้ได้รับรอง ลำปางแสดนดาร์ต ตามลำดับ ลำปางแสดนดาร์ตเป็นแนวคิดของผู้ประกอบการในจังหวัดลำปางโดยหอการค้าจังหวัดลำปาง และสมาคมเครื่องปั้นดินเผามีความต้องการที่จะให้มีลำปางแบรนด์โดยการสร้างสินค้าที่มีมาตรฐานโดยเริ่มต้นจากสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของลำปางคือ เซรามิกเป็นสินค้านำร่อง มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้ข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจนในอุตสาหกรรมเซรามิก

(N=10)

หัวข้อ	เกณฑ์การประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ประสิทธิภาพของระบบ
ด้านความเข้าใจในข้อกำหนดเฉพาะ				
1	ข้อกำหนดอ่านเข้าใจง่าย	4.28	0.65	ระดับดี
2	อ่านแล้วไม่มีข้อสงสัย เข้าใจได้ถูกต้อง	4.35	0.60	ระดับดี
3	ศัพท์เฉพาะ และการเรียบประโยคเหมาะสม	4.32	0.61	ระดับดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.32	0.62	ระดับดี

หัวข้อ	เกณฑ์การประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ประสิทธิภาพของระบบ
ด้านประโยชน์จากการใช้ข้อกำหนดเฉพาะ				
1	ได้แนวทางในการจัดการธุรกิจ	4.42	0.56	ระดับดี
2	เชื่อว่าเมื่อทำตามข้อกำหนดแล้ว ผลการดำเนินงานจะดีขึ้น	4.34	0.57	ระดับดี
3	เมื่อทำตามข้อกำหนดแล้ว ประสิทธิภาพในการดำเนินงานดีขึ้น	4.45	0.53	ระดับดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.40	0.55	ระดับดี
ด้านความตั้งใจในการใช้ข้อกำหนดเพื่อให้ได้รับรอง ลำปาง แสตนดาร์ด				
1	มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจตามข้อกำหนด	4.21	0.50	ระดับดี
2	ปฏิบัติตามมาตรฐานมีความสะดวก คุ่มค่ากับค่าใช้จ่าย	4.28	0.57	ระดับดี
3	มีความตั้งใจใช้ข้อกำหนดเพื่อให้ได้รับรอง ลำปาง แสตนดาร์ด	4.22	0.54	ระดับดี
4	มีความพึงพอใจในการใช้ข้อกำหนดในภาพรวม	4.26	0.55	ระดับดี
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.24	0.54	ระดับดี

ตารางที่ 2 ผลการประเมินประโยชน์จากการประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ

(N=10)

หัวข้อ	ประโยชน์ที่ได้รับ	ความถี่	ร้อยละ
1	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะในการบริหารงานแล้ว งานเป็นระบบมากขึ้น	7	70
2	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วลูกค้ามีข้อร้องเรียนในสินค้าและบริการลดลง	8	80
3	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วทรัพยากรใช้ได้อย่างคุ้มค่า	8	60
4	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจได้อย่างทันเวลา	6	60
5	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วค่าใช้จ่ายโดยรวมมีแนวโน้มลดลง	8	80
6	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วรายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	7	70
7	เมื่อประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะแล้วข้อผิดพลาดในการทำงานลดลง	7	70

ตารางที่ 2 เป็นผลการประเมินประโยชน์จากการประยุกต์ใช้ข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ โดยเมื่อโรงงานเซรามิกกลุ่มตัวอย่างนำข้อกำหนดเฉพาะไปปรับใช้ในกระบวนการทำงานแล้ว พบว่า ลูกค้ามีข้อร้องเรียนในสินค้าและบริการลดลง ทรัพยากรใช้ได้อย่างคุ้มค่า และค่าใช้จ่ายโดยรวมมีแนวโน้มลดลง จำนวน 8 แห่ง รองลงมาได้แก่ งานเป็นระบบมากขึ้น รายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และข้อผิดพลาดในการทำงานลดลง จำนวน 7 แห่ง และได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจได้อย่างทันเวลา จำนวน 6 แห่ง

สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อสร้างตัวแบบข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิก ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก นักวิชาการ และผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการประเมินธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ข้อกำหนดเฉพาะมีทั้งหมด 41 ตัวชี้วัด ค่าคะแนนรวม 1,000 คะแนน ผู้ประกอบการที่ทดลองใช้ข้อกำหนดเฉพาะส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนผลที่เกิดขึ้นกับตัวกิจการยังไม่สามารถสรุปได้เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาที่ต้องรอข้อมูลซึ่งต้องครบรอบระยะเวลาการดำเนินงาน อย่างไรก็ตามการจะใช้ข้อกำหนดเฉพาะ ฝ่ายบริหารต้องให้ความสำคัญมีการถ่ายโอนวัตถุประสงค์และเป้าหมายให้กับบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และเชื่อมโยงเข้ากับการวัดผลการปฏิบัติงานเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรซึ่งประเด็นความร่วมมือจากบุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะผลักดันให้องค์กรบรรลุข้อกำหนดเฉพาะและได้รับรองมาตรฐานลำปางสแตนดาร์ดต่อไป ในการนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษาควรเป็นพี่เลี้ยงให้กับผู้ประกอบการ และสมาคมเครื่องปั้นดินเผา หรือจังหวัดลำปางควรเป็นผู้กำหนดนโยบายและผลักดัน “ลำปางสแตนดาร์ด” ให้เป็นรูปธรรมต่อไป

อภิปรายผลการศึกษา

การสร้างตัวแบบข้อกำหนดเฉพาะการจัดการธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกในจังหวัดลำปาง มีความประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการเซรามิกในจังหวัดลำปาง มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เป็นมาตรฐาน โดยประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง เช่น เกณฑ์มาตรฐานธุรกิจ เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ISO 9001 เป็นต้น โดยผลการความพึงพอใจต่อการนำข้อกำหนดเฉพาะไปใช้ พบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากมีความเชื่อว่าเมื่อนำข้อกำหนดมาปรับใช้แล้วจะทำให้ผลการประกอบการดีขึ้น ประสิทธิภาพดีขึ้น การใช้ทรัพยากรได้คุ้มค่า ทำให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมมีแนวโน้มลดลง และทำให้ลดข้อร้องเรียนจากลูกค้าลงได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pambreni, Khatibi, Azam, & Tham (2019) พบว่าเมื่อองค์กรนำระบบมาตรฐานมาใช้ในองค์กรแล้วมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลประกอบการทางด้าน การให้ความสำคัญกับลูกค้า ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของบุคลากร และกระบวนการดำเนินงาน

อย่างไรก็ตามในการสัมภาษณ์พนักงานหรือผู้ที่ปฏิบัติงานภายใต้ข้อกำหนดเฉพาะของกลุ่มตัวอย่าง พบประเด็นที่น่าสนใจคือ บุคลากรบางส่วนมีความเห็นว่า การปฏิบัติตามข้อกำหนดเฉพาะเป็นการเพิ่มภาระงานให้กับตนเอง ความสำคัญของการปฏิบัติตามข้อกำหนดเฉพาะ ขาดแรงจูงใจ ในประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัย มาสิน จำเอน วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์ และ ณัฐวุฒิ โรจนนิรุตติกุล (2558) กล่าวว่า การสื่อสารของฝ่ายบริหาร การสร้างแรงจูงใจ การฝึกอบรม ภาวะผู้นำ และการจัดโครงสร้างการปฏิบัติงานให้เหมาะสมมีความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้ระบบมาตรฐานในโรงงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่าเมื่อนำข้อกำหนดเฉพาะไปปรับใช้ในองค์กรทำให้มีผลการประกอบการที่ดีขึ้นในภาพรวม โดยเฉพาะในด้านการลดข้อร้องเรียนจากลูกค้า ค่าใช้จ่ายโดยรวมที่ลดลง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมเครื่องปั้นดินเผา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ

ประยุกต์ใช้ระบบมาตรฐานดังกล่าว โดยเชื่อมโยงเข้ากับการให้รางวัล การมีสิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้าร่วม

2. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางควรเป็นพี่เลี้ยงในการปรับใช้ข้อกำหนดดังกล่าว โดยมีการจัดทำโครงการพัฒนาสถานประกอบการโดยเชื่อมโยงกับสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการจัดทำร่างข้อกำหนดฉบับชุมชน คือ อุตสาหกรรมเซรามิกในครัวเรือน หรือ จัดทำร่างข้อกำหนดเฉพาะในระดับที่มีความแตกต่างกัน

2. ควรมีการทดสอบผลการใช้ร่างข้อกำหนดอย่างแท้จริง เพื่อให้ได้ผลการใช้ที่สามารถนำมาปรับปรุงในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

เอกสารอ้างอิง

- กรไชย ภรลภัทรชกร. (2565). *นวัตกรรมการบัญชีเพื่อการจัดการเชิงกลยุทธ์*. มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.
- พชรวรรณ สนธิมูล. (2560). แนวทางการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมเซรามิกสมัยใหม่ให้ก้าวหน้า
อุตสาหกรรมในอนาคต. *OIE SHARE*, 6 (68): 5 – 7
- มาสิน จำเริญ, วิสุทธิ สุนทรทกพงศ์ และณัฐภูมิ โรจนนิรุตติกุล. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการ
สิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14000 : 2001 ของโรงงานในพื้นที่โอพี 5. *วารสารเศรษฐศาสตร์
อุตสาหกรรม*, 14(2), 519 – 526.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์
พับลิเคชันส์.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2563). *หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 10)*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัสดุอุตสาหกรรมสร้างสรรค์. (2562). *รายชื่อโรงงานเซรามิก*. สืบค้น 25 มกราคม 2562,
จาก <https://cim.dip.go.th/th/category/2017-03-03-02-37-41/2017-03-03-02-47-12>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560 – 2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ.
- Hansen, D. R., & Mowan, M. M. (2006). *Managerial Accounting*. U.S.A: SouthWestern.
- Pambreni, Y., Khatibi, A., Azam, S., & Tham, J. (2019). The influence of total quality
management toward organization performance. *Management Science Letters*, 9(9),
1397–1406.