

แนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิก
ในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อการส่งออก
Guidelines for Potential Development of Ceramic Business
Entrepreneurs of Upper Northern Thailand for Export

เบญญาภา กันทะวงศ์วาร^{1*} และ รุจิรา สุขมณี²

Benyapa Kantawongwan^{1*} and Rujira Sookmanee²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

^{1,2}Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna.

* Corresponding Author. E-mail: benemeaw@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อการส่งออก ประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิก SMEs ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ราย ซึ่งใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98, S.D. เท่ากับ 0.87) โดยรายด้านพบว่า ด้านการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21, S.D. เท่ากับ 0.23) ด้านการจัดซื้ออยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82, S.D. เท่ากับ 0.29) ด้านการบัญชีและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75, S.D. เท่ากับ 0.87, ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98, S.D. เท่ากับ 0.24) ตามลำดับ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อการส่งออก ควรมุ่งเน้นดังนี้ 1.) ทักษะด้านการตลาด ได้แก่ การพัฒนาทักษะด้านขายสินค้า การควบคุมมาตรฐานสินค้า ทักษะทางด้านการจัดซื้อ การวิเคราะห์ยอดขาย 2.) ทักษะด้านการบัญชี ได้แก่ การคิดต้นทุน การกำหนดปริมาณ ต้นทุน กำไร และ 3.) ทักษะทางด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ด้านการสร้างแรงจูงใจ การพัฒนาทักษะความรู้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการฝึกอบรมให้เกิดความเชี่ยวชาญ

คำสำคัญ : ศักยภาพ, ผู้ประกอบการ, ภาคเหนือตอนบน, เซรามิก

Abstract

This research aims to study the potential of the ceramic business entrepreneurs in upper northern Thailand for export. The population and sample are the SMEs ceramic business entrepreneurs in the area of Chiang Mai, Lamphun, Lampang, total 400 samples, which using a questionnaire to collect data. The result of the research showed that the overall potential of the ceramic business entrepreneurs is at a high level (mean = 3.98, S.D. = 0.87) By each aspect, it was found out that marketing aspect was at the highest level (mean = 4.21, S.D. = 0.23), purchasing aspect was at a high level (mean = 3.82, S.D. = 0.29), Accounting and human resource management were at a high level (mean = 3.75, S.D. = 0.87, mean = 3.98, S.D. = 0.24) respectively.

The guidelines for potential development of ceramic business entrepreneurs of upper northern Thailand for export should focus as follows: 1. Marketing skills, include develop sales skill, product standardized control, purchasing skill, sales analysis. 2. Accounting skills, include costing calculation, determining the amount of cost and profit. And 3. Human resource management skills, include motivation develop skills, develop the skill in knowing innovation product, and training to gain the expertise.

Key words: Potential, Entrepreneur, Upper Northern, Ceramic

บทนำ

โดยแนวโน้มทางเศรษฐกิจโลกในปี 2558 นั้น เศรษฐกิจโลกในปี 2558 IMF คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.1 ภาพรวมเศรษฐกิจของโลกฟื้นตัวดีขึ้น จากการที่เศรษฐกิจของหลายๆ ประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้น จากปี 2557 เศรษฐกิจสหรัฐฯ ขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัญหาการว่างงานลดลงอย่างต่อเนื่อง เศรษฐกิจสหภาพยุโรปขยายตัวแต่ยังคงมีปัญหาอัตราการว่างงานที่อยู่ในระดับสูง เศรษฐกิจญี่ปุ่นขยายตัวเล็กน้อยอันเป็นผลมาจากการปรับเพิ่มขึ้นของอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม สำหรับเศรษฐกิจประเทศจีนยังคงชะลอตัวต่อเนื่อง ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2558 จะขยายตัวร้อยละ 2.9 ซึ่งขยายตัวจากปี 2557 ที่หดตัวร้อยละ 0.4 และเศรษฐกิจไทยในปี 2559 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0-4.0 ดังนั้น การค้าต่างประเทศในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของทั้งมูลค่าการนำเข้าและมูลค่าการส่งออก ซึ่งเป็นไปตามสถานการณ์เศรษฐกิจโลกและการบริโภคภายในประเทศที่ยังคงชะลอตัว โดยการนำเข้าตลอดทั้ง 10 เดือน มีมูลค่าลดลงในระดับที่มากกว่ามูลค่าการส่งออกเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการคาดการณ์แนวโน้มภาคอุตสาหกรรมไทยปี 2559 คาดว่าดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมจะขยายตัวจากช่วงเดียวกันของปี 2558 เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะเริ่มส่งสัญญาณที่ดีขึ้นอย่างช้าๆ ส่งผลต่อการส่งออกที่คาดว่าจะดีขึ้น การเร่งขึ้นของการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐจะสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้มากขึ้น อุตสาหกรรมเซรามิกเป็นอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายของผู้ประกอบการในกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และความหลากหลายของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ตั้งแต่เทคโนโลยีระดับชาวบ้านไปจนถึงเทคโนโลยีระดับสูง อุตสาหกรรมเซรามิกมีส่วนช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการนำวัตถุดิบในประเทศมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ และเกิดการจ้างงานในประเทศสูงถึง 75,000 คนต่อปี นอกจากนี้อุตสาหกรรมเซรามิกยังสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศด้วยการส่งออกที่มีมูลค่ามากถึง 30,000

ล้านบาท อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมเซรามิกมีตลาดภายในประเทศที่ค่อนข้างจำกัด ดังนั้น การเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ จำเป็นต้องพึ่งพาการส่งออกเป็นสำคัญ (สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2558) จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับเซรามิกในเขตภาคเหนือที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าส่งออก เพื่อให้ผู้ประกอบการมีผลการดำเนินการที่ดีขึ้นในอนาคตและได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ จึงต้องเพิ่มการช่วยเพิ่มความคล่องตัวให้กับผู้ประกอบการในการขยายฐานการผลิตและจัดจำหน่ายระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับระบบการบริหารการผลิต และประเมินความพร้อมทางธุรกิจก่อนที่จะออกไปสู่การแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งในส่วนของเงินทุน บุคลากร รวมถึงผลิตภัณฑ์ ว่ามีความพร้อมที่จะแข่งขันกับคู่แข่งมากน้อยเพียงใด เงินทุนมีเพียงพอหรือไม่ ความพร้อมของบุคลากรทางด้านภาษา เป็นต้น โดยผู้ประกอบการต้องลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกจะประสบความสำเร็จในการแข่งขันได้ สิ่งสำคัญที่สุดคือ กระบวนการจัดการการทำงานและความสามารถในการจัดการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเซรามิก เพื่อให้ศักยภาพการแข่งขันเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก็เป็นประเด็นที่สำคัญในการประกอบธุรกิจเซรามิก ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกในเขตภาคเหนือตอนบน เพื่อการส่งออกว่ากลุ่มผู้ประกอบการมีความพร้อมทางธุรกิจ ด้านการบริหารการดำเนินงาน ด้านบุคลากร ด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับใด ธุรกิจมีความพร้อมที่จะพัฒนาเพื่อการส่งออกมากน้อยเพียงใด โดยข้อมูลจากการวิเคราะห์จะถูกนำมาใช้พัฒนาธุรกิจเซรามิก เพื่อการส่งออกในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อการส่งออก

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยมุ่งศึกษาแนวคิดศักยภาพ แนวคิดการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ แนวคิดการบริหารจัดการ แนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยสามารถสรุปแนวคิดและทฤษฎีได้ดังนี้

1. แนวคิดศักยภาพ

Robbins (1993) ให้ความหมายว่า พลังศักยภาพของบุคคล คือ พลังความสามารถในการลงมือกระทำสิ่งต่างๆ จนกระทั่งได้พบกับความสำเร็จตามที่ตนต้องการ ทั้งนี้ เขามีความเชื่อว่าการเป็นผู้ที่มีความรู้และการมีความคิดในทางบวกนั้น ยังไม่เพียงพอที่จะสร้างความสำเร็จที่แท้จริงให้กับชีวิตได้ แต่ผู้ที่จะสามารถประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ในชีวิตได้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีพลังศักยภาพในการลงมือกระทำสิ่งต่างๆ โดยการเริ่มต้นจากการตัดสินใจอย่างเด็ดเดี่ยว (Decision) ในสิ่งที่ตนต้องการเปลี่ยนแปลงในชีวิตและใช้พลังศักยภาพที่มีอยู่ทั้งหมดภายในตนเองลงมือทำทันทีด้วยความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องจนกว่าจะพบกับความสำเร็จตามที่ตนต้องการ ดังนั้นจะสรุปได้ว่า ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือพลังที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวบุคคล หากได้รับการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ต่างๆ ก็จะแสดงหรือนำเอาพลังความสามารถที่มีอยู่ในตัวมาใช้ ตัวอย่างเช่น 1. ทักษะด้านการตั้งราคาสินค้าให้ดึงดูดใจ 2. ทักษะด้านการขายสินค้าโดยวิธีการขายตรง 3. ทักษะด้านการขายสินค้าโดยวิธีการขายปลีก 4. ทักษะด้านการเลือกใช้สื่อโฆษณาที่เหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าสนใจในสินค้า 5. ทักษะด้านการกระตุ้นการขายเพื่อให้ลูกค้าสนใจในสินค้า 6. ทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ธุรกิจเพื่อให้ลูกค้าสนใจในสินค้า 7. ทักษะด้านการขายสินค้าโดยใช้พนักงานขาย 8. ทักษะด้านการควบคุมมาตรฐานสินค้า 9. ทักษะด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ 10. ทักษะด้านการหาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ 11. ทักษะด้านการจัดบูธแสดงสินค้า 12. ทักษะด้านการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า 13. ทักษะด้านการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและ 14. ทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการหีบห่อผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ

2. แนวคิดผู้ประกอบการ

สุคนธา ปริญญานทร (2545) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการหมายถึงบุคคลที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจในการผลิตสินค้าหรือบริการโดยมองโอกาสทางธุรกิจเพื่อแสวงหากำไรและมีความสามารถในการบริหารจัดการในการผลิตหรือการตลาด ตลอดจนต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ และ ผุสดี รุมาคม (2540) กล่าวว่าผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจเป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจจัดระเบียบภายในธุรกิจและบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดหาสินค้า และบริหารให้แก่สาธารณชน ดังนั้นอาจจะสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ โดยนำทุน ที่ดิน แรงงานและวัตถุดิบที่มีอยู่อย่างจำกัดมาบริหารจัดการ เพื่อให้ต้นทุนต่ำที่สุดแต่ให้ได้กำไรหรือประโยชน์สูงสุดและต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคต

3. แนวคิดการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ

Becker, T.E. (1998) กล่าวถึง เป็นการบริหารต้นแบบของการบริหารจัดการที่สามารถนำมาใช้จนถึงปัจจุบัน ประกอบด้วย การวางแผน (To Plan) การจัดองค์การ (To Organize) การบังคับบัญชา (To Command) การประสานงาน (To Coordinate) และการควบคุม (To Control) และการบริหารจัดการแบบ POSCORB ตามที่ Baird, C. (2010) กล่าวถึงโดยการรูปแบบการบริหารดังกล่าว สามารถทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบได้ โดยได้สรุปการบริหารจัดการในแนวทางการบริหารจัดการมาใช้ในการดำเนินการทางธุรกิจความสามารถหลักขององค์กร แบ่งออกได้เป็นประเภทหลัก ดังนี้ 1. ความสามารถหลักด้านการดำเนินงาน (Operation Competence) 2. ความสามารถหลักด้านนวัตกรรม (Innovation Competence) 3. ความสามารถหลักด้านการตลาด (Market-Access Competence)

4. แนวคิดด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถและมีสมรรถนะในการแข่งขันซึ่งเป็นปัจจัย

ส่งเสริมให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์ที่วางไว้ เป็นปัจจัยในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมทั้งเป็นปัจจัยต่อการพัฒนาองค์กร การพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีสมรรถนะความสามารถในการแข่งขัน ต้องมีการวางแผนอย่างมีกลยุทธ์ โดยสร้างกลยุทธ์ในการ พัฒนาทุนมนุษย์ให้มีสมรรถนะในการแข่งขัน ประกอบด้วย (1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดี อย่างมีระบบ (2) การสร้างคุณค่าให้แก่ทรัพยากรมนุษย์ (3) การทำให้ทรัพยากรมนุษย์หายาก และ (4) การทำให้ทรัพยากรมนุษย์เลียนแบบได้ยาก องค์ประกอบสี่ประการนี้จะช่วยในการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กรเพื่อให้มีสมรรถนะในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีสมรรถนะในการแข่งขันเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ทรัพยากรมนุษย์ได้รับการพัฒนาความรู้ทักษะและสร้างศักยภาพให้แก่ตนเองซึ่งส่งผลให้องค์กรอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืนตลอดไป (ประไพทิพย์ ลือพงษ์. 2555)

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งโครงสร้างเนื้อหาแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทางธุรกิจของผู้ประกอบการ มีทั้งหมด 5 ข้อคือ เพศ อายุ สถานภาพทางธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินกิจการ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และให้ตอบคำถามในช่องว่างที่กำหนดไว้เท่านั้น ส่วนที่ 2 ทักษะในการประกอบธุรกิจ แบ่งเป็นทักษะด้านต่างๆ จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการตลาด ด้านการจัดซื้อ ด้านการดำเนินงานและด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) ซึ่งใช้แบบประมาณโดยมาตรวัด 5 ระดับ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคือ 1 หมายถึงระดับมีความชำนาญในระดับน้อยที่สุดเป็นลำดับไปจนถึงระดับ 5 หมายถึง ระดับมีความชำนาญในระดับมากที่สุด

และใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย 5 ระดับ โดยใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่าโดยค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึงมีระดับความชำนาญในระดับน้อยที่สุดและค่าเฉลี่ย 4.21- 5.00 หมายถึงมีระดับความชำนาญในระดับมากที่สุด ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดย่อม โดยแบ่งรูปแบบการพัฒนาศักยภาพโดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งใช้แบบประมาณโดยมาตรวัด 5 ระดับ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคือ 1 หมายถึง ระดับความต้องการในระดับน้อยที่สุดเป็นลำดับไปจนถึง ระดับ 5 หมายถึงระดับความต้องการในระดับมากที่สุด และใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย 5 ระดับ โดยใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่าโดยค่าเฉลี่ย 1.00- 1.80 หมายถึงระดับความต้องการในระดับน้อยที่สุดและค่าเฉลี่ย 4.21- 5.00 หมายถึงมีระดับความชำนาญในระดับมากที่สุด

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเชรามีค SMEs ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างซึ่งทำการคัดเลือกโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยวิธีกำหนดโควตา เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว โดยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 ราย โดยเก็บข้อมูลในเดือน พฤษภาคมและมิถุนายน 2560

3. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยผู้วิจัยใช้การรวบรวมข้อมูลจากการถามตอบผู้ประกอบการ SMEs ที่มาเข้าร่วมโครงการ “แผนกลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชรามีค กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน : จังหวัดลำปาง เชียงใหม่ และลำพูน” โดยการประเด็นข้อคำถามทีละข้อเพื่อให้ได้รายละเอียดที่ครอบคลุมความมุ่งหมาย โดยได้นำประยุกต์จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามกรอบงานวิจัย

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 205 คน คิดเป็น ร้อยละ 51.25 มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี มีจำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 235 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.75 ส่วนใหญ่เจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 291 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.75 ประกอบธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ มีจำนวน 285 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.25 ลักษณะการผลิต ส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิตสินค้าโดยการออกแบบผลิตภัณฑ์เอง มีจำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.50 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการส่วนใหญ่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีจำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.75 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าการดำเนินการธุรกิจในปีนี้นับกับปีที่แล้ว มีผลการดำเนินงานในอยู่ในระดับดีขึ้น จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 46

ข้อมูลทักษะในการประกอบธุรกิจ ผลวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็น เกี่ยวกับศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในรายด้านพบว่า ด้านการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.21, S.D. เท่ากับ 0.23) ในเรื่องทักษะด้านการจัดหาสินค้า/บริการที่ลูกค้าต้องการ ส่วนประเด็นอื่นๆ มีความชำนาญอยู่ระดับมากทุกประเด็น ทางด้านการจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82, S.D. เท่ากับ 0.39) ส่วนใหญ่มีความชำนาญทักษะในการประกอบธุรกิจทางด้านการจัดซื้ออยู่ในระดับมากทุกประเด็น ทางด้านการทำบัญชี (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75, S.D. เท่ากับ 0.87) คนส่วนใหญ่มีทักษะในการประกอบธุรกิจทางด้านการทำบัญชีอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ทางด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (ค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.98, S.D. เท่ากับ 0.24) ส่วนใหญ่มีทักษะในการประกอบธุรกิจในการจัดการทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมาก ทุกประเด็น

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีความต้องการรูปแบบการพัฒนาศักยภาพอยู่ในระดับมาก 9 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่เกี่ยวกับ 1. ทักษะด้านการตั้งราคาสินค้าให้ดึงดูดใจ 2. ทักษะด้านการขายสินค้าโดยวิธีการขายตรง 3. ทักษะด้านการขายสินค้าโดยวิธีการขายปลีก 4. ทักษะด้านการเลือกใช้สื่อโฆษณาที่เหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าสนใจในสินค้า 5. ทักษะด้านการกระตุ้นการขายเพื่อให้ลูกค้าสนใจสินค้า 6. ทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ธุรกิจเพื่อให้ลูกค้าสนใจสินค้า 7. ทักษะด้านการขายสินค้าโดยใช้พนักงานขาย 8. ทักษะด้านการควบคุมมาตรฐานสินค้า 9. ทักษะด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และมีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง 5 ประเด็น ได้แก่ 1. ทักษะด้านการหาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ 2. ทักษะด้านการจัดบูธแสดงสินค้า 3. ทักษะ ด้านการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า 4. ทักษะด้านการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและ 5. ทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการหีบห่อผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ ซึ่งในภาพรวมก็มีความต้องการในระดับมาก

สรุปและอภิปรายผล

ศักยภาพของผู้ประกอบการประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการตลาด 2. ด้านการจัดการ 3. ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และ 4. ด้านบัญชี ซึ่งด้านการจัดการประกอบด้วย 1) ทักษะด้านการจัดหาสินค้า/บริการที่ลูกค้าต้องการ 2) ทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการหีบห่อผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ 3) ทักษะด้านการตั้งราคาสินค้าให้ดึงดูดใจ 4) ทักษะด้านการขายสินค้าโดยวิธีการขายตรง 5) ทักษะด้านการขายสินค้าโดยวิธีการขายปลีก 6) ทักษะด้านการเลือกใช้สื่อ

โฆษณาที่เหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าสนใจในสินค้า 7). ทักษะด้านการกระตุ้นการขายเพื่อให้ลูกค้าสนใจสินค้า 8). ทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ธุรกิจเพื่อให้ลูกค้าสนใจสินค้า 9) ทักษะด้านการขายสินค้าโดยใช้พนักงานขาย 10.) ทักษะด้านการควบคุมมาตรฐานสินค้า 11.) ทักษะด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ 12). ทักษะด้านการหาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ 13). ทักษะด้านการจัดบูธแสดงสินค้า 14). ทักษะด้านการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า 15). ทักษะด้านการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งในภาพรวม ผู้ประกอบการมีทักษะในการประกอบธุรกิจอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57 ซึ่งสอดคล้องกับพินิตา สัตโยภาส,บุญชนิด วิงวอนและบุญทวรรณ วิงวอน (2555) ได้ศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน ด้านนวัตกรรมองค์การระดับปานกลางและด้านความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับมณฑลผลการโครงสร้างพบว่า ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน รองลงมา ศักยภาพผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันลำดับสุดท้ายนวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลทั้งทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งทักษะที่ให้ความสำคัญในการประกอบการดำเนินงานได้แก่ 1. ด้านการตลาด 2. ด้านการจัดการ 3. ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และ 4. ด้านบัญชี และยังสอดคล้องกับงานวิจัย วัชร กิจจัดไธสง และ ศรีณยา เลิศพุทธิรักษ์. (2557) ที่ศึกษาถึงการใช้อุปกรณ์ที่สำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ พบว่า ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ในขณะเดียวกัน

ผู้ประกอบการเป็นกลไกสำคัญในการสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการเช่นกัน

แนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิกในเขตภาคเหนือตอนบนเพื่อการส่งออก ควรมุ่งเน้นดังนี้

1. ทักษะด้านการตลาด ได้แก่ การพัฒนาทักษะด้านขายสินค้า การควบคุมมาตรฐานสินค้า ทักษะทางการจัดซื้อ การวิเคราะห์ยอดขาย
2. ทักษะด้านการบัญชี ได้แก่ การคิดต้นทุน การกำหนดปริมาณ ต้นทุน กำไร
3. ทักษะทางด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ด้านการสร้างแรงจูงใจ การพัฒนาทักษะความรู้ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการฝึกอบรมให้เกิดความเชี่ยวชาญ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณโครงการวิจัย HANDS-ON เรียนรู้ชุมชนครูได้คิด เด็กได้ทำ ประจำปี พ.ศ. 2559 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ที่ช่วยสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยให้สำเร็จสืบเสร็จและทำให้บทความนี้ผ่านการแก้ไขจนเสร็จสมบูรณ์ และคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับบทความวิชาการฉบับนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอขอบคุณกำลังใจจากครอบครัวที่มีส่วนช่วยให้การทำงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- ประไพพิทย์ ลือพงษ์. (2556). การพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีสมรรถนะความสามารถในการแข่งขัน. สืบค้นจาก www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_jouran/oct.../aw014.pdf. เมื่อ 10 กรกฎาคม 2559.
- มุสตี รุมาคม. (2540). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์พิสิทธ์ เซ็นเตอร์.

พนิดา สัตโยภาส,บุญชนิด วิงวอน และ บุญทวรรณ วิงวอน. (2555). ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อ ความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน. รายงานการวิจัย. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่.

วัชร กิจจัดไธรงค์, ศรีณยา เลิศพุทธิรักษ์. (2557). ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออก สินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ บัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา. ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2557.

สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

(2555). โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก. (The Study of Ceramics Industry's Strategy สืบค้นจาก <http://www.oie.go.th/academic>.

เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2560

สุคนธา ปริญญาดรี. (2545). ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: ศึกษากรณีกลุ่มแม่บ้านทองเหลืองสานจังหวัด ฉะเชิงเทรา. ภาคนิพนธ์, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

Baird, C. (2010). Leadership behaviors that build or destroy trust: A narrative case study. Ph.D. Dissertation, School of Education, University of North Carolina, Greensboro, U.S.A.

Becker, T.E. (1998). Integrity in organizations: Beyond honesty and conscientiousness. *Academy of Management Review*, 23(1), pp. 154-161.

Stephen P. Robbins. (1993). *Organizational Behavior: Concepts Controversies and Applications*. York: Prentice-Hall Inc.