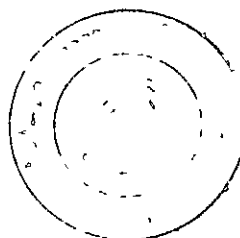


บทที่ 1

บทนำ



## ความเป็นมา และปัญหา

### 1. ความเป็นมา

เครื่องปั้นดินเผาพบได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาแต่โบราณ เริ่มตั้งแต่มนุษย์รู้จักใช้ไฟหุงต้มอาหาร มนุษย์รู้จักเครื่องปั้นดินเผา โดยนำดินมาปั้นเป็นภาชนะสำหรับหุงต้ม หรือนำมาทำอิฐสำหรับก่อเตาหุงอาหาร นอกจากจะนำมาใช้เป็นอุปกรณ์ในการหุงต้มอาหารแล้ว ยังนำมาปั้นเป็นผลิตภัณฑ์พวกเครื่องตกแต่ง เครื่องประดับต่าง ๆ ทำให้เครื่องปั้นดินเผามีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีอีกด้วย เรื่องราวเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาในประเทศไทย สมัยก่อนประวัติศาสตร์นั้นไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ จึงได้แต่อาศัยการขุดค้น หรือพยานหลักฐานวัตถุคือตัวเครื่องปั้นดินเผาเอง ซึ่งพอจะแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมในสมัยดังกล่าวของชนชาติไทยว่ามีคุณค่าทางศิลปกรรมไม่น้อยหน้าชนชาติใด

เครื่องปั้นดินเผาแบ่งตามคุณสมบัติของเนื้อดินปั้น โดยเรียงลำดับคุณภาพจากสูงไปต่ำได้ดังนี้<sup>1</sup>

1.1 โชนไชน่า (Bone China) เป็นเครื่องปั้นขั้นดีที่สุดในบรรดาเครื่องปั้นดินเผาชนิดหนึ่งซึ่งมีราคาแพง มีความขาวและวาวมาก เนื้อบางและเบา เคลือบ โปร่งแสง มีความแข็งแกร่งดีมาก ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ปัจจุบันยังไม่มีการผลิตภายในประเทศ เนื่องจากกระบวนการผลิตยุ่งยากซับซ้อนเพราะผลิตจากกระดูกสัตว์ โดยนำมาผสมกับดินขาว ดินเหนียวขาว ดินควอตซ์ และหินงิปซัมเผาที่อุณหภูมิ 1,200 - 1,250 องศาเซลเซียสก่อนแล้วจึงนำไปเคลือบด้วยเคลือบบอโรซิลิเกต (Borosilicate glaze) ที่อุณหภูมิ 1,150 หรือ 1,180 องศาเซลเซียส.

<sup>1</sup> เกียรติศักดิ์ ฐานานุกูล, รายงานอุตสาหกรรมผลิตภาชนะเครื่องปั้นดินเผา

(กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ส่วนวิจัยธุรกิจอุตสาหกรรม ธนาคารกสิกรไทย, 2521)

1.2 พอร์ซเลน (Porcelain) เป็นเครื่องปั้นขั้นดี มีอุณหภูมิโปรงแสงต่ำกว่ากับแสงจะแลเห็นเงามือ หรือเงาวัตถุกับแสงที่ส่องไว้ด้านหลัง เเผจนเนื้อแกร่งที่อุณหภูมิ 1,250 - 1,400 องศาเซลเซียส มีการดูดซึมน้ำได้ต่ำกว่าร้อยละ 0.5 ส่วนผสมของเนื้อดินใช้ดินขาวที่มีคุณภาพดี มีปริมาณของธาตุเหล็กน้อยที่สุดทั้งนี้เพื่อให้ได้เนื้อดินสีขาว นอกจากนี้ยังใช้ดินหินม้า และดินควอตซ์ผสมด้วย เนื้อดินชนิดนี้ใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด ทั้งที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ จาน ชาม ถ้วย โถ แจกัน รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานแพทย์ งานวิทยาศาสตร์และใช้เป็นเครื่องประดับด้วย

1.3 สโตนแวร์ (Stone ware) เป็นเครื่องปั้นดินเผาชนิดเนื้อแน่นแข็งแกร่งกับแสง ซึ่งอาจเคลือบเป็นหินสีน้ำตาล หรือสีเขียวที่เรียกว่าผลิตภัณฑ์สังคโลก หรือผลิตภัณฑ์เคลาดอน (Celadon) ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เผาที่อุณหภูมิ 1,250 - 1,300 องศาเซลเซียส และมีการดูดซึมน้ำต่ำกว่าร้อยละ 5 ในเนื้อดินที่มีดินผสมมาก ส่วนมากใช้พอกเทอร์รี่สโตน (Pottery Stone) ถ้าไม่มีอาจใช้ดินควอตซ์ หรือดินเชื้อ (Grog) แทนได้ เนื้อดินชนิดนี้ใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ได้แก่ จาน ชาม เครื่องประดับบ้านเรือน ทำกันมากในภาคเหนือ

1.4 เอิธเรนแวร์ (Earthen ware) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อหยาบละเอียดและเคลือบกับแสง มีความพรุนสูงสามารถดูดซึมน้ำได้ดี เเผที่อุณหภูมิต่ำกว่า 1,200 องศาเซลเซียส และมีการดูดซึมน้ำต่ำกว่าร้อยละ 5 เนื้อดินอาจใช้ดินขาวอย่างเดียว หรือผสมกับดินควอตซ์ ดินหินม้า และดินขาวเหนียวด้วย เพื่อช่วยให้ขึ้นรูปได้ง่าย ส่วนมากใช้เนื้อดินปั้นชนิดนี้ผลิตของใช้ประจำวัน เช่น จาน ชามแกง ชามถ้วยเตี๋ย ถ้วยน้ำจิ้ม กาน้ำชา เป็นต้น

เครื่องปั้นดินเผาไทยรุ่งเรืองมากในสมัยกรุงสุโขทัย พ่อขุนรามคำแหงมหาราช ได้ทรงส่งพระทัยและลัญจมนูนอย่างจริงจัง โดยนำช่างจากเมืองจีนเข้ามาฝึกหัดให้คนไทย ช่างเตาที่ตั้งทำเครื่องปั้นดินเผาครั้งนั้นยังปรากฏอยู่เรียกว่า "เตาทุเรียง" ที่เมืองสุโขทัย และที่เมืองลัทธิจักรวรรดิโลก ซึ่งเรียกของที่ทำขึ้นที่เมืองลัทธิจักรวรรดิโลกว่า "เครื่องสังคโลก" ซึ่งเป็นบันทึกที่มิดูร<sup>1</sup>

<sup>1</sup> มัญญ ประชันคดี, อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา (กรุงเทพฯ: หอสมุดแห่งชาติ, 2517) หน้า 6.

ส่วนของที่ฟ้าขึ้นที่เมืองสุโขทัย ส่วนมากเป็นตุ่มใหญ่เรียกว่า ตุ่มสุโขทัย ในสมัยนั้นเครื่องสังคโลก มีชื่อเสียงทั้งในด้านความสวยงาม และคุณภาพจนสามารถส่งไปขายยังประเทศข้างเคียง

สำหรับอาณาจักรลานนาได้ค้นพบซากเครื่องดินเผาและเตาเผาหลายแห่ง ที่หมู่บ้านป่าตึง ต.บลดอนใต้ อ.เกอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวกันว่าช่างทำเครื่องเคลือบดินเผาในหมู่บ้านนั้น เป็นพวกที่ถูกกวาดต้อนมาจากสุโขทัยแต่มีฝีมือดีกว่า ระยะเวลาที่ช่างสันกำแพงทำเครื่องเคลือบดินเผายู่ระหว่าง พ.ศ. 1921 - 2101 เรียกว่าสมัยทองของลานนา ครั้น พ.ศ. 2101 เมื่อพระเจ้าบุเรงนองตีนครเชียงใหม่ได้แล้ว ได้อพยพเอาบรรดาศิลปิน และช่างฝีมือดีในเชียงใหม่ไปไว้ที่กรุงหงสาวดีเสียสิ้น จึงเชื่อว่าช่างทำเคลือบดินเผาที่สันกำแพงจะถูกกวาดต้อนไปหมดในสมัยนั้น<sup>1</sup>

การทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัว เริ่มแพร่หลายอีกครั้งในช่วงต้นรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว<sup>2</sup> ราษฎรส่วนใหญ่ในภาคเหนือและภาคกลางใช้เวลาว่างหลังการเพาะปลูก โดยเฉพาะในหน้าแล้ง มาประกอบอาชีพนี้ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และสำหรับจังหวัดเชียงใหม่ ช่างผู้เริ่มตั้งเตาคนแรกมาจากเมืองกึ่ง รัฐไทยใหญ่ มาตั้งทำที่ประตู่ข้างเผือกประมาณ 60 ปีมาแล้ว บุตรหลานก็ยังทำสืบทอดมาจนทุกวันนี้<sup>3</sup>

ใน พ.ศ. 2489 รัฐบาลได้จัดตั้งแผนกเครื่องปั้นดินเผา สังกัดกรมวิทยาศาสตร์ เพื่อให้ความช่วยเหลือในด้านวิชาการแก่ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา<sup>4</sup> แต่การดำเนินงานด้านการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ก็ยังอยู่ในวงแคบ และมีขอบเขตจำกัดในลักษณะของอุตสาหกรรมในครอบครัวอยู่ดังเดิม ยังมิได้ขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นสำเป็นสน้อย่างแท้จริง จนกระทั่งใน พ.ศ. 2503<sup>5</sup>

<sup>1</sup> กรมแรงงาน, "อุตสาหกรรมผลิตวัตถุเครื่องสังคโลกในจังหวัดเชียงใหม่" วารสารแรงงานสัมพันธ์ 18 (มีนาคม - เมษายน 2519) : 21

<sup>2</sup> เกียรติศักดิ์ ฐานานุวัฒน์, รายงานอุตสาหกรรมผลิตภาชนะเครื่องปั้นดินเผา, หน้า 1.

<sup>3</sup> กรมแรงงาน, "อุตสาหกรรมผลิตวัตถุเครื่องสังคโลกในจังหวัดเชียงใหม่." หน้า 22.

<sup>4</sup> ล้อต หงษ์ยนต์ "อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา" อุตสาหกรรมสาร 7 (ตุลาคม 2507):

5 - 8.

<sup>5</sup> สัมพร บุญยุคลต์. "โรงงานเครื่องปั้นดินเผาที่ได้รับการส่งเสริม." ใน การสัมมนาเครื่องปั้นดินเผา ครั้งที่ 1 (กรุงเทพมหานคร : กรมวิทยาศาสตร์, 2513), หน้า 187-

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายแน่วแน่ชัดเจน โดยตราพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรม และตามพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดประเภทอุตสาหกรรมที่ใช้ดินเป็นวัตถุดิบ ให้อยู่ในข่ายของการได้รับ การส่งเสริมไว้ด้วย ซึ่งอุตสาหกรรมผลิตเครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบก็เป็นประเภทหนึ่งที่ได้รับ การส่งเสริม

ความมุ่งหมายของการส่งเสริมการลงทุนนั้นก็เพื่อจะก่อให้เกิดอุตสาหกรรมที่จำเป็น และส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ หลักเกณฑ์สิ่งมุ่งไปที่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งใช้เครื่องจักร อุปกรณ์และกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย ในปี พ.ศ. 2504 มีสินค้าประเภทเครื่องปั้นดินเผาจาก ต่างประเทศเข้ามาท่วมตลาดภายในประเทศเป็นจำนวนมาก จำเป็นที่รัฐบาลต้องช่วยเหลือผู้ผลิต ภายในประเทศให้อยู่รอด ขณะนั้นบริษัทอุตสาหกรรมเสถียรภาพ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตถึง 8,400 ตันต่อปี<sup>1</sup> ได้ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริม การลงทุน และได้รับการอนุมัติ ซึ่งเป็นกิจการผลิตเครื่องปั้นดินเผาเพียงรายเดียวที่ได้รับการ ส่งเสริมการลงทุน ครั้นต่อมาเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2517 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน<sup>2</sup> ได้ประกาศเงื่อนไขใหม่ในการขอรับการส่งเสริมการลงทุน มีรายละเอียดดังนี้ คือ

1. จะต้องถือหุ้นเป็นคนไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 51
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกำหนด
3. ผู้ที่ได้รับการอนุมัติการลงทุนครั้งนี้ มีเงื่อนไขที่จะต้องส่งออกต่าง

ประเทศคิดเป็นร้อยละของปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ ดังนี้คือ

<sup>1</sup> เกียรติศักดิ์ ฐานานูวัฒน์, รายงานอุตสาหกรรมผลิตภาชนะเครื่องปั้นดินเผา, หน้า 34.

<sup>2</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 33.

ปี	ส่งออกร้อยละ
1	-
2	20
3	30
4	40
5	50

หลังจากที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนประกาศเงื่อนไขใหม่ได้แล้ว ได้มีกิจการอีก 2 แห่งคือ บริษัทอีสเทิร์นโซลาร์ จำกัด และบริษัท บัวหลวงเขราผิม จำกัด ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุน และได้รับการอนุมัติ บริษัททั้งสองนี้มีการส่งออกผลผลิต 3,200 และ 3,700 ตันต่อปี ตามลำดับ รวมแล้วผู้ที่ขอรับการส่งเสริมและได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจนถึง พ.ศ. 2522 มีจำนวนทั้งสิ้น 3 ราย

ด้วยเหตุนี้การประกอบกิจการอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาขนาดย่อม ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในภาคเหนือ จึงไม่อาจได้รับการช่วยเหลือเพื่อให้ได้สิทธิและประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนได้ ทั้ง ๆ ที่ใน พ.ศ. 2522 ในภาคเหนือมีโรงงานเครื่องปั้นดินเผาประมาณ 50 โรงงาน<sup>1</sup> ซึ่งผลิตทั้ง จาน ฝาหม้อ ถ้วย เครื่องประดับบ้านเรือน กระเบื้อง อิฐบล็อก แต่อย่างไรก็ตามรัฐบาลได้คำนึงถึง และส่งเสริมในด้านอื่น เช่น การให้ความช่วยเหลือจากแผนกเครื่องปั้นดินเผาของกองบริการอุตสาหกรรมภาคเหนือ เป็นต้น

## 2. ปัญหา

โรงงานอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาในภาคเหนือ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่จังหวัดลำปาง เชียงใหม่ จังหวัดอินทนนท์ เชียงใหม่ เนื่องจากวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเครื่องเคลือบดินเผา คือดินขาวมีมากที่จังหวัดลำปาง และดินดำมีมากที่จังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ภาชนะ

<sup>2</sup> การส่งเสริมอุตสาหกรรม, กองบริการอุตสาหกรรมภาคเหนือ, "สภาวะโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาในภาคเหนือ" (เชียงใหม่ : กองบริการอุตสาหกรรมภาคเหนือ, 2522), หน้า 2.

เครื่องเคสือบดินเผาที่ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในจังหวัดสาปาง ผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่จะผลิตผลิตภัณฑ์ส่งคโลก หรือตลาดเป็นส่วนใหญ่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจะเป็นพวกเครื่องโต๊ะอาหาร เครื่องใช้ในครัว และเครื่องประดับบ้านเรือนชั้นใหญ่ ๆ เช่น แจกัน โคมไฟ ส่วนผู้ผลิตในจังหวัดสาปาง นิยมผลิตเครื่องเคสือบที่มีสีขาวเขียบลายด้วยสีน้ำเงิน ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้แก่ ขามก้วยเตี๋ยว เครื่องประดับบ้านเรือนและของชำร่วยต่าง ๆ และเคสือบขาวที่ปิดแก้วถ้วยไฟฟ้า

นาย William H. Newman and James P. Logan ได้ระบุไว้ว่าโดยทั่วไปปัญหาใหญ่ที่กิจการแทบทุกแห่งประสบอยู่ก็คือ ปัญหาทางด้านการผลิต ปัญหาทางด้านการตลาด ปัญหาทางการเงิน และปัญหาด้านการบริหารบุคคล<sup>1</sup> โรงงานอุตสาหกรรมเครื่องเคสือบดินเผาในจังหวัดเชียงใหม่ก็ประสบปัญหาเหล่านี้เช่นกัน ปัญหาด้านการผลิตเป็นปัญหาที่สำคัญอันหนึ่ง คือผู้ผลิตส่วนใหญ่ขาดความรู้ทางเทคนิคการผลิต เรียนรู้จากประสบการณ์ ไม่ได้นำความรู้ทางวิชาการมาประกอบยึดมั่นในความรู้เก่าของตน เครื่องมือเครื่องจักรเก่า เต่าเผาส่วนใหญ่จะใช้หินเป็นเชื้อเพลิง ซึ่งขณะนี้หินอยู่ในภาวะขาดแคลนและมีราคาสูงขึ้นเรื่อย ๆ การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังไม่ทั่วถึงทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายในระหว่างกระบวนการผลิตเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเผาเคสือบ สิ่งเหล่านี้เป็นผลทำให้ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง

สำหรับด้านการตลาด ก็มีปัญหาเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่ชนชาวไทยทั่วไป เป็นที่รู้จักกันเฉพาะผู้บริโภคบางกลุ่มที่มีความสนใจอย่างจริงจังเท่านั้น และสำหรับตลาดต่างประเทศแล้วผลิตภัณฑ์จากจังหวัดเชียงใหม่ยังด้อยในด้านความสวยงามและรูปแบบ ส่วนปัญหาทางด้านเงินทุนนั้น ผู้ผลิตบางรายเป็นเจ้าของโรงงานขนาดเล็ก ขาดแคลนเงินทุนจึงไม่สามารถขยายกิจการและซื้อเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยได้ ประการสุดท้ายปัญหาด้านกำลังคน โรงงานส่วนใหญ่จ้างแรงงานฝีมือน้อย อัตราการเข้าออกของคนงานสูง บางครั้งทำให้งานผลิตต้องหยุดยั้งลงได้

---

<sup>1</sup> William H. Newman and James P. Logan, Business Policies Central Management, (Ohio : South-Western Publishing Company, n.d.), p. 113.



## วัตถุประสงค์

การศึกษาในด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบประเภทเครื่องโต๊ะอาหาร เครื่องใช้ในครัว และเครื่องประดับบ้านเรือนชนิดเคลือบไฟลิ่ง มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงแนวทางต่าง ๆ ในด้านตัวผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมจากรัฐบาล
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการในปัจจุบัน ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดทางด้านการตลาดให้เหมาะสมกับภาวะการต่าง ๆ
3. เพื่อให้ผู้สนใจจะลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทนี้ ได้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น สภาพการตลาดทางด้านการผลิตและการตลาด
4. เป็นแนวทางที่รัฐบาลจะให้ความสนับสนุนช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ทางด้านการตลาดได้อย่างถูกต้องเหมาะสม
5. เป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าส่งออก อันจะเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของไทย
6. เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมประเภทนี้ให้เจริญก้าวหน้าต่อไป

## ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่องการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบประเภทเครื่องโต๊ะอาหาร เครื่องใช้ในครัว และเครื่องประดับบ้านเรือนชนิดเคลือบไฟลิ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ได้กำหนดขอบเขตไว้ดังนี้

1. คำว่า "การตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบประเภทเครื่องโต๊ะอาหาร เครื่องใช้ในครัว และเครื่องประดับบ้านเรือนชนิดเคลือบไฟลิ่ง" หมายถึงการตลาดของผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้
  - 1.1 เครื่องโต๊ะอาหาร ได้แก่ จาน ถ้วยชาม ถ้วยน้ำ ถ้วยกาแฟ
  - 1.2 เครื่องใช้ในครัว ได้แก่ หม้อ จานตั้งเตารูปต่าง ๆ เช่น รูปปู ปลา เป็นต้น
  - 1.3 เครื่องประดับบ้านเรือน ได้แก่ แจกัน โคมไฟ

ผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะทำการเผาที่อุณหภูมิระหว่าง 1,150 - 1,350 องศาเซลเซียส และเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทสโตนแวร์ (Stone ware)

2. ขอบเขตพื้นที่ทำการสำรวจ ได้กำหนดทำการสำรวจเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ โรงงานที่สำรวจตั้งอยู่ที่อำเภอเมือง อำเภอสันกำแพง อำเภอแม่ออน และอำเภอลำพูน ระยะเวลาที่ออกสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลใช้เวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือน มีนาคม - มิถุนายน 2523

3. ในการศึกษาผู้มุ่งสำรวจผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภคในเขตพื้นที่ทำการสำรวจเท่านั้น

### วิธีดำเนินงาน

ในการศึกษาได้มีวิธีดำเนินงานดังนี้ คือ

#### 1. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ในการศึกษาได้ออกทำการสำรวจเบื้องต้น เริ่มด้วยการติดต่อสอบถามจากผู้ผลิต บางราย กองบริการอุตสาหกรรมภาคเหนือ ศูนย์บริการส่งเสริมการพาณิชย์ เพื่อสอบถามถึงปัญหาต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมนี้ในจังหวัดเชียงใหม่ ขณะเดียวกันก็เริ่มศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผาในภาคเหนือ ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบถึงความ เป็นมาและสภาวะปัจจุบันของอุตสาหกรรมนี้

#### 2. การทำแบบสอบถาม

แบบสอบถามได้จัดทำขึ้นหลังจากที่ได้มีการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าวแล้ว โดยในการร่างแบบสอบถามได้พยายามร่างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมติฐานที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ต้องการอย่างแท้จริง รวมทั้งอาศัยแนวความคิดที่ได้จากการสำรวจเบื้องต้น เป็นแนวทางในการช่วยกำหนดลักษณะของคำถามด้วย

เมื่อได้ร่างแบบสอบถามแล้วก็เริ่มทดสอบแบบสอบถามที่ร่างขึ้น แบบสอบถามที่ได้ทำการ ทดสอบก่อนสำหรับผู้ผลิตมีจำนวน 3 ชุด ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์จำนวน 20 ชุดและผู้บริโภคทั่วไป จำนวน 20 ชุด ทั้งนี้เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ใช่เป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ได้ดีพอ

#### 3. การสำรวจ

ในการสำรวจจะเลือกเฉพาะผู้ที่ได้ขอจัดตั้งกิจการของตนเป็นโรงงานอุตสาหกรรม และผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไว้ในข้อ 1 ในหัวข้อขอบเขตของการศึกษาเป็นกรณีศึกษาหลัก สำหรับคนกลางจะสำรวจเฉพาะร้านค้าปลีกจากแหล่งที่มีการขายผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบ คือ ศูนย์สินค้าพื้นเมือง



เชียงใหม่ ถนนท่าแพ ถนนช้างม้อย ส่วนสำรวจระบวงหาต รวม 4 แห่งด้วยกัน ส่วนผู้บริโภคนจะสำรวจทั้งผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภคทั่วไปที่อาจจะเคยซื้อหรือไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อจะไต่กราบว่า เหตุใดจึงไม่ซื้อ ในการสำรวจผู้บริโภคที่เคยซื้อได้ลุ่มตัวอย่างจากผู้ซื้อใช้ในธุรกิจ คือ โรงแรมและร้านอาหารรวมทั้งผู้ที่ซื้อใช้ในครัวเรือน ซึ่งซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าปลีกของโรงงานและร้านค้าปลีกต่าง ๆ ที่ทำการสำรวจ สำหรับผู้บริโภคทั่วไปได้ลุ่มตัวอย่างจากผู้มีอาชีพต่าง ๆ เฉพาะในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

สรุปจำนวนตัวอย่างที่ทำการสำรวจดังนี้

3.1	ผู้ผลิตจำนวนรวมทั้งสิ้น	<u>9</u>	ราย
3.2	ร้านค้าปลีกจำนวนรวมทั้งสิ้น	<u>6</u>	ราย
(1)	ร้านค้าปลีกศูนย์สินค้าพื้นเมือง	2	"
(2)	ร้านค้าปลีกถนนท่าแพ	2	"
(3)	ร้านค้าปลีกถนนช้างม้อย	1	"
(4)	ร้านค้าปลีกส่วนสำรวจระบวงหาต	1	"
3.3	ผู้บริโภคนจำนวนรวมทั้งสิ้น	<u>500</u>	"
(1)	ผู้เคยซื้อผลิตภัณฑ์	200	"
	ก. โรงแรมร้านอาหาร	10	"
	ข. ผู้ซื้อจากรองงาน	130	"
	ค. ผู้ซื้อจากร้านค้าปลีกอื่น	60	"
(2)	ผู้บริโภคทั่วไป	300	"

ผู้เขียนได้ออกสำรวจผู้ผลิต ร้านค้าปลีก โดยการสัมภาษณ์และสังเกตการดำเนินงานด้วยตนเอง การเก็บข้อมูลจากผู้ผลิตอาจจะมีการคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงเกิดขึ้นบ้าง โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับตัวเลข เพราะผู้ผลิตบางรายไม่ได้จดบันทึกตัวเลขหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ไว้เป็นรายงานธุรกิจของตนให้เป็นหลักฐาน ตอบคำถามจากความทรงจำและการคาดคะเนของตน ทำให้การสัมภาษณ์ผู้ผลิตต้องใช้เวลาในการสังเกต พบปะสนทนา ถามถึงปัญหาและข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ต้องการ

สำหรับผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เขียนไม่สามารถสำรวจด้วยการสัมภาษณ์ได้ทั้งหมด เนื่องจากเดิมกำหนดช่วงเวลาที่จะทำการสำรวจผู้บริโภคไว้ 3 เดือน คือระหว่างวันที่ 14 - 19 ของเดือน กุมภาพันธ์ - เมษายน 2523 โดยคาดว่าจะเก็บข้อมูลประมาณเดือนละ 100 ชุด ปรากฏในเดือนกุมภาพันธ์ไม่สามารถเก็บข้อมูลจากร้านค้าปลีกและโรงงานบางแห่งตามที่กำหนดไว้ เพราะในช่วงนั้นร้านค้าปลีกของโรงงานบางแห่ง และร้านค้าปลีกถนนท่าแพบางร้านไม่มีผู้มาซื้อผลิตภัณฑ์เลย แต่ในขณะเดียวกันร้านค้าปลีกบริเวณศูนย์สินค้าพื้นเมืองเชียงใหม่ เป็นแหล่งที่ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าในวันหนึ่ง ๆ หลายสิบราย แต่ผลิตภัณฑ์ที่ขายส่วนใหญ่เป็นของโรงงานبنเสียงอุตสาหกรรม มิได้เป็นแหล่งจำหน่ายของโรงงานต่าง ๆ โดยทั่วไป

ดังนั้นผู้เขียนจำเป็นต้องฝากแบบสอบถามไว้กับร้านค้าปลีก ถนนท่าแพ ถนนช่างม่อย ในช่วงระหว่างเดือน มีนาคม - พฤษภาคม 2523 เพื่อให้ผู้บริโภคกรอก ส่วนในการศึกษาของผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าปลีกของโรงงาน ศูนย์สินค้าพื้นเมือง ส่วนสำรวจระบอบภาค รวมทั้งโรงแรม และร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้ในธุรกิจ ได้ให้นักศึกษาคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นพนักงานสัมภาษณ์ช่วงเดือน พฤษภาคม - มิถุนายน 2523

#### 4. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับรวบรวมจากแบบสอบถาม ซึ่งได้จากการสำรวจดังกล่าวข้างต้น ได้ประมวลผลข้อมูลด้วยมือ โดยวิธีการแจกนับ (Tallying) แล้วจึงวิเคราะห์หาความหมายโดยอาศัยการสังเกตที่ได้จากการศึกษาเบื้องต้นและขณะออกทำการสำรวจ รวมทั้งเอกสารและบทความต่าง ๆ มาช่วยในการวิเคราะห์ด้วย

#### สัมมนา

โดยทั่วไปในการศึกษาทางด้านการตลาด จะพิจารณาถึงส่วนผสมทางด้านการตลาด (Marketing Mix) 4 ประการด้วยกันได้แก่ การวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โครงสร้างของราคา ระบบช่องทางการจำหน่าย และโปรแกรมการส่งเสริมการจำหน่าย<sup>1</sup>

<sup>1</sup> William J. Stanton, Fundamentals of Marketing, 5 ed.

สำหรับในด้านตัวผลิตภัณฑ์จะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ถูกต้อง เหมาะสมกับความต้องการของตลาด รวมถึงตราสัญลักษณ์ การหีบห่อ และคุณสมบัติอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์ด้วย ส่วนโครงสร้างของราคาจะต้องพิจารณากำหนดราคาและนโยบายต่าง ๆ ในด้านราคาเป้าหมายของราคา คือ ราคาจะต้องอยู่ในระดับที่คุ้มกับต้นทุนของผู้ผลิต และผู้ซื้อก็สามารถจะซื้อได้เช่นกัน ด้านการจำหน่ายจะต้องเลือกช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายในสถานที่และเวลาซึ่งมีผู้ต้องการ รวมทั้งการส่งเสริมการขายและการขนส่งด้วย ประการสุดท้ายในเรื่องการส่งเสริมการขาย จะต้องให้ข้อมูลข่าวสารและชักจูงให้ตลาดได้รู้จักกับผลิตภัณฑ์ วิธีต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และกิจกรรมด้านการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

ดังนั้นวิทยานิพนธ์ เรื่องการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องเคสือบประเภทเครื่องโต๊ะอาหาร เครื่องใช้ในครัว และเครื่องประดับบ้าน เรือนชนิดเคสือบไฟสูงในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาตามแนวทางของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นส่วนใหญ่ การตั้งสมมติฐานเป็นดังนี้ คือ

1. ตัวผลิตภัณฑ์มีจำนวนเพียงพอที่จะสนองความต้องการของตลาด
2. ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี
3. ความเสียหายในการขนส่งผลิตภัณฑ์มีน้อย เพราะผลิตภัณฑ์มีการบรรจุหีบห่อถูกต้อง
4. ผลิตภัณฑ์มีราคาไม่แพงจนเกินไป
5. ผู้ผลิตสามารถหาช่องทางการจำหน่ายได้เอง โดยไม่ต้องอาศัยคนกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย