

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกยุคปัจจุบันเป็นโลกในระบบทุนนิยม (Capitalism) ที่มีโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นเสมือนโลกใบเดียวที่ไร้พรมแดนมีการแข่งขัน (Competitiveness) กันสูงทุกประเทศต้องมีความรู้ความสามารถที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดการค้าของโลก ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งเข้าสู่ระบบทุนนิยม (Capitalism) ในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) นี้ และในการที่ประเทศไทยจะสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ประเทศไทยจะต้องมีลักษณะพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์และมีจุดสนใจ มีความรู้และความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งลักษณะพิเศษที่น่าสนใจดังกล่าวนี้จะต้องเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคและบริโภคนิยมทั้งหลาย สินค้าที่เข้าลักษณะดังกล่าวของประเทศไทยที่สำคัญอันหนึ่งคือ สินค้าเซรามิกเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญชนิดหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่คงที่ แม้กระทั่งในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทย การส่งออกสินค้าเซรามิกเป็นส่วนที่ช่วยให้ประเทศไทยผ่านพ้นวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2541 มาได้ด้วยดีส่วนหนึ่ง

ในประเทศไทยมีแหล่งผลิตสินค้าเซรามิกหลายแห่งกระจายอยู่ตามแหล่งวัตถุดิบ และความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมที่ดีในการตั้งโรงงาน เช่น ใกล้เคียงแหล่งส่งออกหรือท่าเรือของกรุงเทพมหานคร ใกล้เคียงวัตถุดิบ ใกล้เคียงแหล่งช่างที่มีฝีมือ เป็นต้น แหล่งใหญ่ ๆ ที่สำคัญมีดังนี้คือ

1. จังหวัดลำปาง เป็นแหล่งผลิตที่มีจำนวนโรงงานมากที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากจังหวัดลำปางเป็นแหล่งที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยดินที่ใช้ในการผลิตเซรามิก มีจำนวนผู้ผลิตสินค้าเซรามิกประมาณ 250 ราย ซึ่งยังไม่นับรวมกับอุตสาหกรรมในครอบครัว ส่วนใหญ่เป็นการผลิตสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร (Table Ware) ของชำร่วย และเครื่องประดับ ตลอดจนเซรามิกที่ใช้ในการก่อสร้าง

2. จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนผู้ผลิตประมาณมากกว่า 30 ราย ที่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับตกแต่งบ้าน รวมถึงเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเช่น สีลาดที่มีชื่อ เป็นต้น

3. จังหวัดราชบุรี ที่ผลิตสินค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์เซรามิกขนาดใหญ่ เช่น โอ่ง กระถางต้นไม้ ดอกไม้ และอ่างบัว เป็นต้น

4. จังหวัดสมุทรสาคร (อ้อมน้อย) ที่ผลิตสินค้าเซรามิคประเภทเบญจรงค์รวมถึงเครื่องลายคราม เคลือบมุก และนอกจากนี้ยังมีโรงงานที่ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร (Table Ware) รายใหญ่ที่ผลิตในระบบ Mass Production

5. จังหวัดสระบุรี เป็นแหล่งที่เน้นการผลิตเซรามิคประเภทผลิตภัณฑ์กระเบื้อง และสุขภัณฑ์ ที่มีระบบการผลิตเป็นแบบ Mass Production ด้วยเช่นกัน

จากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง ทำให้ทราบได้ว่าในประเทศไทยมีโรงงานผลิตเซรามิคทั้งหมดประมาณ 450 โรงงาน มีการจ้างงาน 45,000 คน และมีการลงทุน 15,000 ล้านบาท ซึ่งในภาคเหนือเป็นภาคที่มีจำนวนโรงงานเซรามิคมากที่สุด รองลงมาคือภาคกลาง และในภาคเหนือนี้จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีจำนวนโรงงานเซรามิคมากที่สุดในประเทศไทยคือ มีจำนวนประมาณ 250 โรงงาน มีการจ้างงานประมาณ 10,000 คน และมีการลงทุนประมาณ 1,500 ล้านบาท เป็นเพราะจังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีแหล่งดินที่อุดมสมบูรณ์มากที่สุดในประเทศไทยมีเหมืองดินประมาณ 65 แปลง พื้นที่รวม 4,500 ไร่ ปริมาณการผลิตดินมีถึง 500,000 เมตริกตันต่อปี แต่เมื่อเปรียบเทียบกับในรูปของการลงทุน การผลิตของภาคกลางจะลงทุนประมาณ 12,000 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าภาคเหนือที่มีเพียง 1,500 ล้านบาท เนื่องจากส่วนใหญ่ในภาคกลางเป็นการลงทุนโรงงานผลิตเครื่องสุขภัณฑ์และกระเบื้องมีการลงทุนค่อนข้างสูงโดยเฉพาะจังหวัดสระบุรี ซึ่งมีการผลิตเพื่อการส่งออกครั้งละจำนวนมากและมีการใช้วัตถุดิบครั้งละจำนวนมากๆด้วยเช่นกัน เป็นการผลิตตามระบบ Mass Production จะเห็นได้ว่าลักษณะการผลิตของภาคกลางต่างกับการผลิตในกลุ่มล้านนาภาคเหนือที่เป็นการผลิตเพื่อเน้นเอกลักษณ์ของล้านนาและลักษณะดั้งเดิมตามภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบในการผลิต

สำหรับจังหวัดลำปางที่มีจำนวนโรงงานเซรามิคมากที่สุดถึง 250 โรงงาน ส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานที่ผลิตสินค้าประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร (Table Ware) และของชำร่วยเป็นโรงงานค่อนข้างเล็ก มีขนาดการลงทุนต่ำกว่าภาคกลาง ซึ่งในการผลิตสินค้าเซรามิคของประเทศไทยจะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกถึง 80% และในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาการส่งออกสินค้าเซรามิคเพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่องที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ย 18 % ต่อปี และเริ่มมีแนวโน้มที่จะมีการชะลอตัวทำให้อัตราการขยายตัวในการส่งออกลดลง โดยตลาดที่รองรับสินค้าเซรามิคที่สำคัญของประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งตลาดใหญ่ๆ ที่สำคัญของโลก คือ สหรัฐอเมริกา USA ยุโรป ญี่ปุ่น และเอเชีย เป็นต้น ตลาดคู่ค้าที่ประเทศไทยส่งออกสินค้าเซรามิคไปขายแยกตามรายประเภทผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้คือ

1. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร คือ ตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและญี่ปุ่น
2. เครื่องสุขภัณฑ์ คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเอเชีย
3. กระเบื้องปูพื้นและผนัง คือตลาดสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และอาเซียน
4. ของชำร่วยและเครื่องประดับ คือ ตลาดสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น
5. อื่น ๆ คือ ตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเอเชีย

ในปัจจุบันนี้มีผลกระทบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ประเทศจีนที่เป็นประเทศที่มีประชากรมากมีค่าแรงต่ำ กำลังการผลิตสูง ได้เข้าสู่อการเป็นสมาชิก WTO ปี พ.ศ. 2544 และเจรจาเปิดเขตการค้าเสรีกับประเทศไทย (FTA) ซึ่งทำให้ประเทศจีนเป็นประเทศที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย และประเทศไทยต้องมีการเตรียมตัวหาช่องทางในทางการค้าสินค้าเซรามิก เพื่อให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศโดยเฉพาะประเทศจีน ในการเตรียมตัวดังกล่าวนี้ได้มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าและตลาดหลัก ทำให้เราทราบว่าปัจจัยแวดล้อมในการเลือกซื้อสินค้าเซรามิก คือ

1. คุณภาพของสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
3. การส่งมอบสินค้าตรงตามกำหนดเวลา

จากปัจจัยแวดล้อมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปดังกล่าวข้างต้น ยังมีการเปลี่ยนแปลงที่เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาให้ความสนใจในสินค้าเพื่อชีวิตประจำวันมากขึ้น ความต้องการในสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบตลอดเวลา หรือพฤติกรรมของผู้ซื้อ (Buyer) หันไปให้ความสนใจในแหล่งผลิตที่มีความหลากหลาย มีโรงงานกระจุกตัวรวมกันอยู่มาก ทำให้ผู้ซื้อสามารถประหยัดเวลาในการจัดหาของให้ตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็ว ในอนาคตการดึงดูดลูกค้าต้องมีรูปแบบดีไซ์ และคุณภาพ พร้อมกับการพัฒนาแหล่งผลิตให้โดดเด่น ประกอบกับปัจจุบันอุตสาหกรรมเซรามิกของประเทศไทยยังคงอยู่ในสถานะของการถูกบีบจากนานาประเทศเปรียบเสมือนตกอยู่ใน Nut Cracker คือ จากตลาดที่เน้นเรื่องสินค้านำราคาถูก ที่มีประเทศจีนเป็นผู้ที่มีศักยภาพในการผลิตสูงกว่าประเทศไทยเนื่องจากความเป็นประเทศที่มีประชากรมาก ทำให้จีนเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าที่เป็น Labor Intensive สามารถผลิตเซรามิกในราคาที่ถูกลงได้ และ จากตลาดที่เน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าที่ใช้ High Technology ที่มีประเทศเกาหลีใต้หวัน และ ญี่ปุ่น ที่เป็นประเทศที่มี High Technology ทำให้มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าที่เป็น Capital Intensive ตามแนวคิดและทฤษฎีของ Hecksher & Ohlin ในการนี้จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ของดินทำให้ความได้เปรียบในการผลิตสินค้าเซรามิกที่เป็น Clay Intensive Goods และเป็นแหล่งที่ต้องพัฒนาให้โดดเด่น สามารถสร้างขีดความสามารถได้โดยการ

นำแนวคิดและวิธีการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของภาคเอกชนและนำเรื่องการพัฒนาคลัสเตอร์ (Cluster Development) มาเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างขีดความสามารถในการปฏิรูปและฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมเกี่ยวกับเซรามิกลำปาง ให้อยู่ในระดับที่พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้าเซรามิกได้ในตลาดโลก จากเหตุการณ์ผลกระทบต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น และหลักการรวมกลุ่มการผลิตที่เป็นพลวัต (Dynamic Cluster) จึงนำไปสู่ประเด็นในการศึกษาเรื่อง การรวมกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการส่งออกสินค้าเซรามิกของจังหวัดลำปาง (Clustering of Relating Business for Competitiveness Development in Ceramic Export of Lampang Province)

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1.2.1 เพื่อทำการศึกษาลักษณะการรวมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตเซรามิกของจังหวัดลำปาง (Lampang Ceramic Cluster)

1.2.2 เพื่อทำการศึกษาศักยภาพในการส่งออกสินค้าเซรามิกสู่ตลาดโลกของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเซรามิกลำปาง (The Lampang Cluster for Ceramic Export Competitiveness)

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการบูรณาการในการจัดทำแผนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดลำปางที่นำไปสู่การพัฒนาการส่งออกสินค้าเซรามิกของจังหวัดลำปางต่อไปในอนาคต

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 **ขอบเขตในด้านเนื้อหา** ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยมุ่งเน้นศึกษาลักษณะการรวมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตเซรามิกของจังหวัดลำปาง (Lampang Ceramic Cluster) การสร้างขีดความสามารถในการส่งออกสินค้าเซรามิกสู่ตลาดโลกของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเซรามิกลำปาง (The Lampang Cluster for Ceramic Export Competitiveness) และแนวทางการบูรณาการในการจัดทำแผนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดลำปางที่นำไปสู่การพัฒนาการส่งออกสินค้าเซรามิกของจังหวัดลำปางต่อไปในอนาคต

1.3.2 **ขอบเขตด้านพื้นที่** โดยกำหนดขอบเขตในการศึกษาข้อมูลในพื้นที่จังหวัดลำปาง

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เกิดการพัฒนาการรวมกลุ่มผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก และกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับเซรามิกลำปาง อย่างมีพลวัตร (Dynamic Cluster)

1.4.2 เกิดกลุ่มเซรามิกลำปางและกลุ่มที่เกี่ยวข้องอย่างมีพลวัตร(Dynamic Cluster) ที่สร้างขีดความสามารถในการ แข่งขัน (Cluster for Competitiveness) ที่ยั่งยืนได้

1.4.3 ทำให้ทราบแนวทางที่จะใช้ในการบูรณาการและนำไปสู่การจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อใช้พัฒนาเซรามิกจังหวัดลำปางต่อไปในอนาคตได้

1.4.4 ก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจของจังหวัดลำปางที่ขยายตัวและเติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอและยั่งยืน

1.4.5 จังหวัดลำปางเป็นศูนย์กลางเซรามิกของประเทศไทยและในภูมิภาคเอเชีย

1.5 นิยามศัพท์ทั่วไป

เซรามิก (Ceramic) หมายถึง เครื่องปั้นดินเผาทุกชนิดทั้งที่เคลือบและไม่เคลือบ ครอบคลุมถึงโลหะเคลือบ เช่น ช้อน ตังกะสี อิฐ ตลอดจน แก้วทุกชนิด

“วิสาหกิจ” ตามที่ปรากฏในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นกิจการที่อยู่ในจุดมุ่งหมายของกรอบงานให้การส่งเสริม หมายถึง กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศ กิจการผลิตสินค้าหมายความรวมถึง การผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิต ก็คือ การเปลี่ยนรูปวัตถุให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกลหรือเคมีภัณฑ์โดยไม่คำนึงถึงว่างานนั้นทำโดยเครื่องจักรหรือด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้เป็นการรวมถึงการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม การผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือนไว้ด้วย ส่วนการบริการนั้นเนื่องจากมีขอบเขตค่อนข้างกว้าง ดังนั้นในที่นี้จึงกำหนดขอบเขตให้ครอบคลุมเฉพาะกิจการดังต่อไปนี้คือ การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การโรงแรมและห้องพัก การภัตตาคาร การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้แก่ธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด และ การท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ส่วนกิจการค้าส่งและกิจการค้าปลีก หมายถึงการให้บริการเกี่ยวกับการค้าโดยที่การค้าขายส่ง หมายถึง การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ผู้ค้าปลีก ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง ส่วนการค้าปลีกหมายถึง การขายโดยไม่มี การเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วในประชาชนทั่วไปเพื่อการบริโภคหรือการใช้

ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน การค้าในที่นี้มีความหมายรวมถึงการเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถานีบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค ส่วนที่ไม่รวมไว้ในสาขาการค้าคือ การขายอาหาร ขายเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น โดยกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะรวมไว้ในสาขาบริการ

วิสาหกิจ (Enterprise) หมายถึง สถานประกอบการ (Establishment) หรือ กลุ่มสถานประกอบการที่ดำเนินการกรรมทางเศรษฐกิจตั้งแต่หนึ่งประเภทขึ้นไป ในสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่งหรือหลายแห่ง โดยที่การจ้ดรูปองค์การและการทำบันทึกหลักฐานการปฏิบัติงานซึ่งก็คือ การทำบัญชีและงบบคูลของธุรกิจไม่สามารถแยกรายละเอียดแต่ละสถานประกอบการได้ ด้วยเหตุดังนี้ วิสาหกิจจึงกว้างกว่าสถานประกอบการเพราะอาจหมายถึงสถานประกอบการหนึ่งแห่งหรือกลุ่มสถานประกอบการหลายๆ แห่งรวมกันก็ได้

กลุ่มธุรกิจ หมายถึง กลุ่มคนซึ่งรวมกันกระทำกิจกรรมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นกิจการที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการ ธุรกิจเป็นกระบวนการทั้งหมดของการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาเปลี่ยนสภาพตามกรรมวิธีการผลิต ด้วยแรงคนและเครื่องจักรให้เป็นสินค้าเพื่อประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการกิจกรรมของธุรกิจจึงรวมทั้งการผลิต การซื้อขาย การจำแนกแจกจ่ายสินค้า การขนส่ง การธนาคาร การอุตสาหกรรม และอื่นๆ นั่นก็คือธุรกิจหมายถึงรวมถึง การพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการประกอบอาชีพเฉพาะอย่าง