

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การรวมกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้าเซรามิกของจังหวัดลำปาง(Clustering of Relating Business for Competitiveness Development in Ceramic Export of Lampang Province) เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Surver Research) และเชิงเอกสาร (Documentary Research) ศึกษาลักษณะการรวมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตเซรามิกของจังหวัดลำปาง (Lampang Ceramic Cluster) การสร้างขีดความสามารถในการส่งออกสินค้าเซรามิกสู่ตลาดโลกของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเซรามิกลำปาง (The Lampang Cluster for Ceramic Export Competitiveness) และศึกษาแนวทางการบูรณาการในการจัดทำแผนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดลำปางที่นำไปสู่การพัฒนาการส่งออกสินค้าเซรามิกของจังหวัดลำปางต่อไปในอนาคต โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปาง กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเซรามิก และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับเซรามิกลำปาง และแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการเซรามิกในจังหวัดลำปางจำนวน 145 โรงงาน หลังจากนั้น ผู้ศึกษาวิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย โดยนำเสนอผลการศึกษา 4 ส่วน ดังนี้

4.1 ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามผู้ประกอบการโรงงานเซรามิกจังหวัดลำปาง

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.2 ข้อมูลในสถานประกอบการ

4.1.3 ข้อมูลการรวมกลุ่มธุรกิจ

4.1.4 ข้อมูลขีดความสามารถในการส่งออก

4.1.5 แนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง

4.1.6 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

4.2 ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจลำปาง

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจลำปาง

4.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรวมกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปาง

4.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า

4.2.4 แนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง

- 4.2.5 ปัญหาและอุปสรรคในการรวมกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อพัฒนาความสามารถ
แข่งขันในการส่งออกสินค้าเซรามิก

4.3 ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับเซรามิก

- 4.3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับเซรามิก
- 4.3.2 ข้อมูลการรวมกลุ่มวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับเซรามิกลำปาง
- 4.3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า
- 4.3.4 แนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง
- 4.3.5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการให้การสนับสนุนกลุ่ม
วิสาหกิจลำปาง

4.4 ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับเซรามิกลำปาง

- 4.4.1 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเซรามิกลำปาง
- 4.4.2 ข้อมูลการให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปาง
- 4.4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า
- 4.4.4 แนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง
- 4.4.5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจ
ลำปาง

4.1 ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากผู้ประกอบการโรงงานเซรามิกจังหวัดลำปาง

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ โรงงานเซรามิกประกอบด้วย เพศ อายุงาน (ในสายงาน
ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเซรามิก) ตำแหน่งงาน สถานะของผู้ประกอบการ ขอบข่ายของโรงงาน
(ขนาดของโรงงานตามพ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535) ปีที่ก่อตั้ง ทุนการจัดทะเบียน การลงทุนใน
สถานประกอบการ โรงงาน แหล่งเงินทุน จำนวนแรงงาน และเหตุผลการลงทุนธุรกิจ ข้อมูล
เชิงปริมาณวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ นำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน ร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	96	66.21
หญิง	49	33.79
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ประกอบการ โรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 66.21 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 33.79

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามอายุงาน (ในสายงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเซรามิก)

อายุงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	23	15.8
6 - 15 ปี	14	9.7
16- 25 ปี	51	35.1
26 – 35 ปี	43	29.7
มากกว่า 36 ปีขึ้นไป	14	9.7
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ประกอบการ โรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่มีอายุในสายงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเซรามิกอยู่ในช่วงระหว่าง 16 – 25 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ 26 – 35 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ต่ำกว่า 5 ปี 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ 6 – 15 ปี กับ มากกว่า 36 ปีขึ้นไป มีจำนวนคนเท่ากับคือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	113	77.9
ผู้จัดการ	22	15.2
ผู้จัดการฝ่าย	7	4.8
อื่นๆ	3	2.1
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งเจ้าของกิจการ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 77.9 รองลงมาคือ ตำแหน่งผู้จัดการ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และตำแหน่งอื่นๆ อีกจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการ โรงงานเซรามิก จำแนกตามสถานะของผู้ประกอบกิจการ

สถานะของผู้ประกอบกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	74	51.0
จดทะเบียนธุรกิจ	33	22.8
เข้าข่ายโรงงานตามพ.ร.บ.	36	24.8
ได้รับการส่งเสริมการลงทุน	2	1.4
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่มีสถานะบุคคลธรรมดา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือเข้าข่ายโรงงานตาม พ.ร.บ. จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 จดทะเบียนธุรกิจจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และได้รับการส่งเสริมการลงทุนจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามขนาดของโรงงาน ตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535

ขนาดของโรงงานตามพ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535	จำนวน	ร้อยละ
จำพวกที่ 1	13	9.0
จำพวกที่ 2	6	4.1
จำพวกที่ 3	17	11.7
โรงงานไม่ระบุ	109	75.2
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่ไม่ระบุขนาดของโรงงาน ตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 จำนวน 109 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 75.2 ในส่วนของ โรงงานที่เข้าข่ายขนาดของโรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ จำพวกที่ 3 จำนวน 17 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 11.7 รองลงมา คือ จำพวกที่ 1 จำนวน 13 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และจำพวกที่ 2 จำนวน 6 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามปีที่ก่อตั้งกิจการ

ปีที่ก่อตั้งกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ปี 2510	7	4.8
ตั้งแต่ปี 2510 -2520	34	23.4
ตั้งแต่ปี 2521 -2530	46	31.7
ตั้งแต่ปี 2531 -2540	35	24.2
ตั้งแต่ปี 2540 ขึ้นไป	23	15.9
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่ก่อตั้งกิจการอยู่ในช่วง ปีพ.ศ. 2521 – 2530 จำนวน 46 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาคือ ก่อตั้งกิจการในช่วงปี พ.ศ. 2531 – 2540 จำนวน 35 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ปี พ.ศ. 2510 – 2520 จำนวน 34 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 23.4 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ขึ้นไป จำนวน 23 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 15.9 และต่ำกว่าปี พ.ศ. 2510 จำนวน 7 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามทุนจดทะเบียนเริ่มแรก

ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	47	32.4
1,000,001 – 5,000,000 บาท	52	35.9
5,000,001 – 10,000,000 บาท	23	15.9
10,000,001 – 15,000,000 บาท	13	9.0
15,000,001 – 20,000,000 บาท	5	3.4
มากกว่า 20,000,001 บาทขึ้นไป	5	3.4
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกอยู่ในช่วง 1,000,001 – 5,000,000 บาท จำนวน 52 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก ต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 47 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 32.4 5,000,001 – 10,000,000 บาท จำนวน 23 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 15.9 10,000,001 – 15,000,000 บาท จำนวน 13 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 15,000,001 – 20,000,000 บาท กับมากกว่า 20,000,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนเท่ากันคือ 5 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน

ทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	7	4.8
1,000,0001 – 10,000,000 บาท	23	15.9
10,000,0001 – 20,000,000 บาท	27	18.6
20,000,001 – 30,000,000 บาท	15	10.3
30,000,001 – 40,000,000 บาท	4	2.8
มากกว่า 50,000,001 บาทขึ้นไป	6	4.1
ไม่แสดงความคิดเห็น	63	43.4
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน จำนวน 63 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 43.4 แต่สำหรับผู้ประกอบการเซรามิกที่แสดงความคิดเห็น พบว่า ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนในปัจจุบันอยู่ในช่วง 10,000,0001 – 20,000,000 บาท จำนวน 27 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 18.6 รองลงมาคือมีทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน 1,000,0001 – 10,000,000 บาท จำนวน 23 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 15.9 และ 20,000,001 – 30,000,000 บาท จำนวน 15 โรงงาน ต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 7 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.8 มากกว่า 50,000,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และ 30,000,001 – 40,000,000 บาท จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามมูลค่าการลงทุนของธุรกิจในปัจจุบัน

มูลค่าการลงทุนของธุรกิจในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	19	13.1
1,000,0001 – 30,000,000 บาท	31	21.3
30,000,0001 – 60,000,000 บาท	5	3.4
60,000,001 – 90,000,000 บาท	11	7.6
90,000,001 – 100,000,000 บาท	3	2.1
มากกว่า 100,000,001 บาทขึ้นไป	4	2.6
ไม่แสดงความคิดเห็น	72	49.7
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อทุนจดทะเบียนในปัจจุบัน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 แต่สำหรับผู้ประกอบการเซรามิกที่แสดงความคิดเห็น พบว่า ส่วนใหญ่มีมูลค่าการลงทุนของธุรกิจในปัจจุบัน 1,000,0001 – 30,000,000 บาท จำนวน 31 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 19 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 13.1 และ 60,000,001 – 90,000,000 บาท จำนวน 11 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 7.6 มากกว่า 100,000,001 บาทขึ้นไป จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และ 90,000,001 – 100,000,000 บาท จำนวน 3 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามการลงทุนในการประกอบกิจการโรงงาน

การลงทุนในการประกอบกิจการโรงงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	47	32.4
1,000,0001 – 5,000,000 บาท	22	15.2
5,000,0001 – 10,000,000 บาท	10	6.9
10,000,001 – 15,000,000 บาท	15	10.3
15,000,001 – 20,000,000 บาท	8	5.5
มากกว่า 20,000,001 บาทขึ้นไป	10	6.9
ไม่แสดงความคิดเห็น	33	22.8
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก ส่วนใหญ่ลงทุนในการประกอบกิจการโรงงาน ต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 47 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ 1,000,0001 – 5,000,000 บาท จำนวน 22 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และ 10,000,001 – 15,000,000 บาท จำนวน 15 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 10.3 5,000,0001 – 10,000,000 บาท กับ มากกว่า 20,000,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนเท่ากันคือ 10 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 6.9 และ 15,000,001 – 20,000,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ และมีผู้ประกอบการเซรามิกที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อการลงทุนในการประกอบกิจการจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามแหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
ของเจ้าของกิจการ	56	38.5
ร่วมทุนกับหุ้นส่วน	4	2.8
กู้เงินจากสถาบันการเงิน	63	43.6
กู้เงินจากกองทุนหมู่บ้าน	2	1.4
กู้เงินจากแหล่งเงินทุนอื่น	20	13.7
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิกส่วนใหญ่ มีแหล่งเงินทุนจากกู้จากสถาบันการเงิน จำนวน 63 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมาคือของเจ้าของกิจการ จำนวน 56 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และกู้เงินจากแหล่งเงินทุนอื่น จำนวน 20 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ร่วมทุนกับหุ้นส่วน จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และกู้เงินจากกองทุนหมู่บ้าน จำนวน 2 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิก จำแนกตามจำนวนแรงงาน

จำนวนแรงงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 คน	74	51.0
100 - 200 คน	32	22.1
201 – 300 คน	29	20.0
301 – 400 คน	4	2.8
มากกว่า 401 คน	6	4.1
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิกส่วนใหญ่มีจำนวนแรงงานในโรงงานจำนวน ต่ำกว่า 100 คน จำนวน 74 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ มีแรงงานจำนวน 100 – 200 คน จำนวน 32 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และ 201 – 300 คน จำนวน 29 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 20.0 มากกว่า 401 คน จำนวน 6 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และ 301 – 400 คน จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ลำดับที่ จำนวนและร้อยละของเหตุผลการลงทุนธุรกิจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับที่	เหตุผลการลงทุนธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1	มีใจรัก	67	45.3
2	สืบทอดกิจการจากครอบครัว	40	27.0
3	เคยทำงานในธุรกิจประเภทนี้มาก่อน	22	14.9
4	ศึกษาในสาขานี้มาโดยตรงหรือมีความชำนาญในด้านนี้	15	10.1
5	เป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนสูง	4	2.7
รวม		148	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิกส่วนใหญ่ มีเหตุผลการลงทุนในธุรกิจเซรามิกตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 มีใจรัก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3

ลำดับที่ 2 สืบทอดกิจการจากครอบครัว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0

ลำดับที่ 3 เคยทำงานในธุรกิจประเภทนี้มาก่อน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9

ลำดับที่ 4 ศึกษาในสาขานี้มาโดยตรงหรือมีความชำนาญในด้านนี้ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ลำดับที่ 5 เป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนสูง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

4.1.2 ข้อมูลในสถานประกอบการ

ข้อมูลในสถานประกอบการประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ตลาดสินค้าส่งออกต่างประเทศ ตลาดสินค้าในประเทศ สัดส่วนธุรกิจทั้งภายในและส่งออกต่างประเทศ วิธีการผลิตสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย การเผยแพร่สินค้า การพัฒนาสินค้า การจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า กำลัการผลิต การกระจายการผลิต ผลประกอบการธุรกิจในครั้งแรกของปี 2548 เทียบกับ ปี 2547 และผลประกอบการรวมใน 5 ปี ที่ผ่านมาโดยเทียบเป็น% ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ นำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 4.14 ลำดับที่ จำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเรียงจากมากไปหาน้อย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับที่	ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
1	เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	82	36.7
2	ของชำร่วย เครื่องประดับ	57	25.6
3	กระเบื้อง	28	12.6
4	กระถางต้นไม้	17	7.6
5	อิฐทนไฟ	14	6.3
6	ลูกถ้วยไฟฟ้า	10	4.5
7	เครื่องสุขภัณฑ์	8	3.6
8	อิฐ	5	2.2
9	ลูกกรงเซรามิค	2	0.9
รวม		223	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผลิต เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จำนวน 82 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ ของชำร่วย เครื่องประดับ จำนวน 57 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และกระเบื้อง จำนวน 28 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 12.6 กระถางต้นไม้ จำนวน 17 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 7.6 อิฐทนไฟ จำนวน 14 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ลูกถ้วยไฟฟ้า จำนวน 10 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.5 เครื่องสุขภัณฑ์ จำนวน 8 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 3.6 อิฐ จำนวน 5 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และลูกกรงเซรามิคจำนวน 2 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 4.15 ลำดับที่ จำนวนและร้อยละของตลาดส่งออกเซรามิกไปต่างประเทศเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	ตลาดส่งออกต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
1	เอเชียตะวันออก	13	9.0
2	เอเชียใต้	10	6.9
3	ญี่ปุ่น	8	5.5
4	อเมริกา	4	2.7
5	ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์	2	1.4
	ไม่แสดงความคิดเห็น	108	74.5
	รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ประกอบกิจการเซรามิกที่ส่งผลิตภัณฑ์ไปต่างประเทศมีจำนวน 37 โรงงาน โดยส่วนใหญ่ มีตลาดส่งออกในเอเชียตะวันออกเป็นอันดับแรก จำนวน 13 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 9.0 รองลงมาคือตลาดแถบเอเชียใต้ จำนวน 10 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ญี่ปุ่น จำนวน 8 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 5.5 อเมริกา จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ จำนวน 2 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ และมีผู้ประกอบการเซรามิกที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อตลาดส่งออกเซรามิกไปต่างประเทศ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5

ตารางที่ 4.16 ลำดับที่ จำนวนและร้อยละของตลาดส่งออกเซรามิกภายในประเทศเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	ตลาดส่งออกภายในประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
1	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	32	22.1
2	ภาคเหนือตอนบน	24	16.5
3	เฉพาะจังหวัดลำปาง	20	13.8
4	ภาคเหนือตอนล่าง	10	6.9
5	อีสานใต้	3	2.1
	ไม่แสดงความคิดเห็น	56	38.6
	รวม	89	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ประกอบกิจการเซรามิกส่งผลิตภัณฑ์ขายภายในประเทศ จำนวน 89 โรงงาน โดยส่วนใหญ่มีตลาดสินค้าในประเทศในกรุงเทพฯ เป็นอันดับแรก จำนวน 32 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมาคือ ภาคเหนือตอนบน จำนวน 24 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 16.5 เฉพาะจังหวัดลำปาง จำนวน 20 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ภาคเหนือตอนล่าง จำนวน 10 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 6.9 และ อีสานใต้ จำนวน 3 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ และมีผู้ประกอบการเซรามิกที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อตลาดส่งออกเซรามิกภายในประเทศ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6

ตารางที่ 4.17 สัดส่วน จำนวน และร้อยละของการทำธุรกิจทั้งภายในและส่งออกต่างประเทศ

การส่งออกสินค้า	สัดส่วนร้อยละ	จำนวนสถานประกอบการ	ร้อยละ
ภายในประเทศ	26% - 50%	3	2.1
	51% - 75%	7	4.8
	76% - 100%	79	54.5
	ไม่ส่งออกสินค้าภายในประเทศ /ไม่แสดงความคิดเห็น	56	38.6
รวม		145	100
ต่างประเทศ	26% - 50%	16	11.0
	51% - 75%	13	9.0
	76% - 100%	8	5.5
	ไม่ส่งออกสินค้าในต่างประเทศ /ไม่แสดงความคิดเห็น	108	74.5
รวม		145	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิคส่วนใหญ่ทำธุรกิจภายในประเทศ อยู่ช่วงสัดส่วนระหว่าง 76% – 100% จำนวน 79 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ สัดส่วน 51% - 75% จำนวน 7 โรงงาน คิดเป็น ร้อยละ 4.8 และ 26% - 50% จำนวน 3 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ และมีผู้ประกอบการไม่ได้ส่งออกสินค้าเซรามิค/ไม่แสดงความคิดเห็นภายในประเทศ จำนวน 56 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ

ในส่วนของการทำธุรกิจในต่างประเทศส่วนใหญ่มีสัดส่วน 26% - 50% จำนวน 16 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 11.0 รองลงมาคือ 51% - 75% จำนวน 13 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ 76% - 100% จำนวน 8 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ และมีผู้ประกอบการไม่ส่งออกสินค้าเซรามิคในต่างประเทศ/ไม่แสดงความคิดเห็น จำนวน 108 โรงงาน คิดเป็น 74.5

ตารางที่ 4.18 จำนวน และร้อยละการผลิตสินค้าโดยวิธีการต่างๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วิธีการ	จำนวน	ร้อยละ
แบบดั้งเดิมที่ผลิตกันทุกๆ ไป	46	31.1
ออกแบบเอง	51	34.5
ผลิตตามแบบลูกค้า	32	21.6
เลียนแบบสินค้าที่เป็นที่นิยม	19	12.8
รวม	148	100.0

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ประกอบกิจการเซรามิคส่วนใหญ่ ผลิตสินค้าโดยวิธีการออกแบบเอง จำนวน 51 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ ผลิตสินค้าโดยวิธีการดั้งเดิมที่ผลิตกันทุกๆ ไป จำนวน 46 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 31.1 ผลิตตามแบบลูกค้า จำนวน 32 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และเลียนแบบสินค้ายอดนิยม จำนวน 19 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
จำหน่ายโดยเจ้าของกิจการ	66	45.5
มีหน้าร้านโชว์รูมเอง	37	25.5
มีตัวแทนจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ	20	13.8
มีผู้แทนจำหน่ายเฉพาะต่างประเทศ	2	1.4
มีแผนกขาย/การตลาดของตนเอง	18	12.4
ไม่แสดงความคิดเห็น	2	1.4
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ประกอบกิจการส่วนใหญ่มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยจำหน่ายโดยเจ้าของกิจการ จำนวน 66 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ มีหน้าร้านโชว์รูมเอง จำนวน 37 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีตัวแทนจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ จำนวน 20 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 13.8 มีแผนกขาย/การตลาดของตนเอง จำนวน 18 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 12.4 และ ผู้แทนจำหน่ายเฉพาะต่างประเทศ จำนวน 2 โรงงาน คิดเป็น

ร้อยละ 1.4 ตามลำดับ และมีผู้ประกอบการไม่แสดงความคิดเห็นต่อทางการจัดจำหน่าย จำนวน 2 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 4.20 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามการเผยแพร่สินค้า

การเผยแพร่สินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ออกงานแสดง	39	26.8
โชว์รูม	14	9.7
ใช้เว็บไซต์	5	3.4
ใช้เอกสารเผยแพร่	26	18.0
ไม่แสดงความคิดเห็น	61	42.1
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิคส่วนใหญ่เผยแพร่สินค้าโดยการออกงานแสดง จำนวน 39 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ เผยแพร่สินค้าโดยใช้เอกสารเผยแพร่ จำนวน 26 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 18.0 โชว์รูม จำนวน 14 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และใช้เว็บไซต์ จำนวน 5 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ ในส่วนของผู้ประกอบการเซรามิคที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อการเผยแพร่สินค้า มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1

ตารางที่ 4.21 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามการพัฒนาสินค้า

การพัฒนาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบ	89	61.4
เทคนิค	56	38.6
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิคส่วนใหญ่พัฒนาสินค้าเซรามิคเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในตลาด โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิคในด้านรูปแบบ จำนวน 89 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 61.4 ซึ่งส่วนใหญ่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับวิถีชีวิตในปัจจุบันมากขึ้น และดีไซน์สินค้าเซรามิคให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร รองลงมาคือ ด้านเทคนิค จำนวน 56 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 38.6 ซึ่งในปัจจุบันสถานประกอบการได้นำ

เอาเครื่องจักรนำมาใช้ในโรงงานแทนการใช้แรงงานคนเพื่อให้ได้ผลผลิตภัณฑ์เซรามิกมากขึ้น นอกจากนี้แล้วยังนำเอาเทคนิคการผลิตเซรามิกแบบใหม่มาใช้ เช่น เทคนิคการผสมสี เทคนิคการปั้นเซรามิก เป็นต้น

ตารางที่ 4.22 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

การจัดส่งสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทธุรกิจจัดการขนส่ง	42	24.8
จัดการขนส่งด้วยตนเอง	56	33.1
จัดการขนส่งโดยอาศัยการขนส่งของรัฐ	4	2.4
บริษัทขนส่งเอกชน	37	21.9
ลูกค้ามารับเอง	30	17.8
รวม	169	100.0

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ประกอบการกิจการเซรามิกส่วนใหญ่จัดส่งสินค้าให้ลูกค้าโดยจัดการขนส่งด้วยตนเอง จำนวน 56 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ จัดส่งโดยบริษัทธุรกิจจัดการขนส่ง จำนวน 42 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 24.8 บริษัทขนส่งเอกชน จำนวน 37 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 21.9 ลูกค้ามารับเองจำนวน 30 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และจัดการขนส่งโดยอาศัยการขนส่งของรัฐ จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามกำลังการผลิตเมื่อเทียบกับความต้องการของตลาด

กำลังการผลิตเมื่อเทียบกับความต้องการของตลาด	จำนวน	ร้อยละ
เกินความต้องการ	45	31.1
เพียงพอกับความต้องการ	83	57.2
ไม่เพียงพอกับความต้องการ	17	11.7
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิคส่วนใหญ่ มีกำลังผลิตเมื่อเทียบกับความต้องการของตลาดเพียงพอกับความต้องการ จำนวน 83 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมา คือ เกินความต้องการจำนวน 45 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ ไม่เพียงพอกับความต้องการ 17 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามการกระจายการผลิต

การกระจายการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีผู้รับช่วงการผลิต	57	39.3
มีผู้รับช่วงการผลิต	88	60.7
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิคส่วนใหญ่กระจายการผลิต โดยมีผู้รับช่วงการผลิต จำนวน 88 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ ไม่มีผู้รับช่วงการผลิต จำนวน 57 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 39.3

ตารางที่ 4.25 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกผลประกอบการธุรกิจของท่านในครั้งแรกของปี 2548 เทียบกับปี 2547

ผลประกอบการธุรกิจของท่านในครั้งแรกของปี 2548 เทียบกับปี 2547	จำนวน	ร้อยละ
ดีขึ้น	43	29.7
แย่ลง	40	27.6
ไม่เปลี่ยนแปลง	62	42.7
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิคส่วนใหญ่ มีผลประกอบการธุรกิจในครั้งแรกปีแรกปี 2548 เทียบกับปี 2547 ไม่เปลี่ยนแปลง จำนวน 62 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมา คือ ผลประกอบการดีขึ้น จำนวน 43 คิดเป็นร้อยละ 29.7 และแย่ลง จำนวน 40 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 27.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามผลประกอบการในปี 2545 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544

ผลประกอบการในปี 2545 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 0% หรือ ติดลบ	10	6.9
0% - 25%	45	31.1
26% - 50%	34	23.4
51% - 75%	7	4.8
ไม่แสดงความคิดเห็น	49	33.8
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ประกอบกิจการเซรามิกส่วนใหญ่ มีผลประกอบการในปี 2545 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544 0% - 25% จำนวน 45 โรงงาน คิดเป็น ร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ 26% - 50% จำนวน 34 โรงงานคิดเป็นร้อยละ 23.4 ต่ำกว่า 0% หรือ ติดลบ จำนวน 10 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 6.9 51% - 75% จำนวน 7 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ในส่วนของผู้ประกอบกิจการเซรามิกที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อ ผลประกอบการในปี 2545 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544 จำนวน 49 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 33.8

ตารางที่ 4.27 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามผลประกอบการในปี 2546 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544

ผลประกอบการในปี 2546 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 0% หรือ ติดลบ	7	4.8
0% – 25%	52	35.9
26% - 50%	23	15.9
51% - 75%	6	4.1
76% - 100%	4	2.8
ไม่แสดงความคิดเห็น	53	36.5
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ประกอบกิจการเซรามิคส่วนใหญ่ มีผลประกอบการในปี 2546 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544 0% – 25% จำนวน 52 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ มีผลประกอบการในปี 2546 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544 26% - 50% จำนวน 23 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 15.9 ต่ำกว่า 0% หรือ ติดลบ จำนวน 7 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.8 51% - 75% จำนวน 6 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และ 76% - 100% จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ในส่วนของกลุ่มผู้ประกอบกิจการเซรามิคที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อผลประกอบการในปี 2546 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544 จำนวน 53 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 36.5

ตารางที่ 4.28 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามผลประกอบการในปี 2547 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544

ผลประกอบการในปี 2547 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 0% หรือ ติดลบ	2	1.4
0% - 25%	57	39.3
26% - 50%	22	15.2
51% - 75%	3	2.1
76% - 100%	7	4.8
ไม่แสดงความคิดเห็น	54	37.2
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิคส่วนใหญ่ มีผลประกอบการในปี 2547 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544 0% - 25% จำนวน 57 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ 26% - 50% จำนวน 22 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 15.2 76% - 100% จำนวน 7 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.8 51% - 75% จำนวน 3 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.1 และ ต่ำกว่า 0% หรือ ติดลบ จำนวน 2 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามผลประกอบการในปี 2548 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544

ผลประกอบการในปี 2548 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 0% หรือ ติดลบ	5	3.4
0% - 25%	47	32.4
26% - 50%	31	21.4
51% - 75%	10	6.9
76% - 100%	12	8.3
ไม่แสดงความคิดเห็น	40	27.6
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิกส่วนใหญ่ มีผลประกอบการในปี 2548 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544 0% - 25% จำนวน 47 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ 26% - 50% จำนวน 31 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 21.4 76% - 100% จำนวน 12 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ต่ำกว่า 0% หรือ ติดลบ จำนวน 5 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ ในส่วนของผู้ประกอบการเซรามิกที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อผลประกอบการในปี 2548 ที่ผ่านมา โดยเทียบเป็น % ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2544 มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6

4.1.3 ข้อมูลการรวมกลุ่มธุรกิจ

ข้อมูลการรวมกลุ่มธุรกิจประกอบด้วย การเข้าเป็นกลุ่มคลัสเตอร์เซรามิก ประเภทของกลุ่มคลัสเตอร์ ผลประโยชน์และผลกระทบของการรวมกลุ่ม ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และการพรรณนาบรรยายสรุปเป็นประเด็นในส่วนของการถามปลายเปิด

นำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 4.30 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามการได้เข้าเป็นกลุ่มสมาชิก คลัสเตอร์เซรามิก

การเข้าเป็นกลุ่มสมาชิกคลัสเตอร์เซรามิก	จำนวน	ร้อยละ
เข้า	86	59.3
ไม่เข้า	59	40.7
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิกส่วนใหญ่เข้ากลุ่มสมาชิกคลัสเตอร์เซรามิก จำนวน 86 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 59.3 และไม่เข้ากลุ่มสมาชิกคลัสเตอร์เซรามิก จำนวน 59 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 40.7

ข้อมูลคำถามปลายเปิด

1. ประเภทของกลุ่มที่เป็นสมาชิก มี 2 กลุ่ม คือ

จากการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ประกอบการเซรามิกจังหวัดลำปางจำนวน 145 ชุด พบว่า มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกลุ่มเป็นสมาชิกคลัสเตอร์เซรามิก จำนวน 86 โรงงาน โดยโรงงาน ทั้ง 86 โรงงานเข้ากลุ่มสมาชิกคลัสเตอร์เซรามิก 2 กลุ่ม ดังนี้

- สมาคมเครื่องปั้นดินเผาจังหวัดลำปาง จำนวน 69 โรงงาน
- ชมรมเซรามิกเกาะคา จำนวน 17 โรงงาน

2. ผลประโยชน์และผลกระทบจากการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์

1) ผลประโยชน์

1. มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มสมาชิกที่ประกอบกิจการเซรามิกด้วยกัน เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจเซรามิก
2. มีแนวร่วมในการดำเนินงานในการผลักดันนโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจเซรามิกในจังหวัดลำปางให้เป็นที่ยอมรับในตลาด

2) ผลกระทบ

- จากการเข้าร่วมกลุ่มยังไม่ได้รับผลกระทบแต่ประการใด

4.1.4 ข้อมูลชี้วัดความสามารถในการส่งออกสินค้า

ข้อมูลชี้วัดความสามารถในการส่งออกสินค้าประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการประกอบเซรามิก ความคิดเห็นของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และการพรรณนาบรรยายสรุปเป็นประเด็นในส่วนของการถามปลายเปิด นำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 4.31 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามจุดแข็งการประกอบการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จุดแข็งการประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
แรงงานมีฝีมือ	47	28.6
หัตถาถของตนเองได้	22	13.3
มีการบริหารจัดการที่ดี	4	2.4
ใช้สื่อในการเข้าถึงลูกค้าได้ถูกต้อง	3	1.8
มีการออกแบบที่ดี	2	1.2
สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง	35	21.2
ไม่แสดงความคิดเห็น	52	31.5
รวม	165	100.0

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิกส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสถานประกอบการเซรามิกมีจุดแข็งในด้าน แรงงานมีฝีมือ จำนวน 47 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ ด้านสินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง จำนวน 35 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 21.2 หัตถาถของตนเองได้ จำนวน 22 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 13.3 มีการบริหารจัดการที่ดี จำนวน 4 โรงงานคิดเป็นร้อยละ 2.4 ใช้สื่อในการเข้าถึงลูกค้าได้ถูกต้อง จำนวน 3 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และมีการออกแบบที่ดี จำนวน 2 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ และมีผู้ประกอบการไม่แสดงความคิดเห็นต่อจุดแข็งการประกอบการ จำนวน 52 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ตารางที่ 4.32 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามจุดอ่อนการประกอบการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จุดอ่อนการประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
ขาดแคลนแรงงานฝีมือ	19	12.9
ต้นทุนการผลิตสูง	32	21.7
ขาดแคลนเงินทุน	7	4.7
ไม่สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานของสินค้า	3	2.0
ขาดความรู้ทางเทคโนโลยีไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้	15	10.1
ไม่แสดงความคิดเห็น	72	48.7
รวม	148	100.0

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ประกอบการเซรามิกส่วนใหญ่มีความเห็นต่อ จุดอ่อนในการประกอบกิจการเซรามิกในด้านต้นทุนการผลิตสูง จำนวน 32 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมาคือ ขาดแคลนแรงงานฝีมือ จำนวน 19 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ขาดความรู้ทางเทคโนโลยีไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ จำนวน 15 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ขาดแคลนเงินทุน จำนวน 7 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และ ไม่สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานของสินค้า จำนวน 3 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ และมีผู้ประกอบการไม่แสดงความคิดเห็นต่อจุดอ่อนในการประกอบการเซรามิก จำนวน 72 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 48.7

ตารางที่ 4.33 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามโอกาสการประกอบการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

โอกาสการประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
แรงงานมีฝีมือมาก	38	25.3
ได้มีการสนับสนุนของหน่วยงานราชการและหน่วยงานอื่น	10	6.7
มีการบริหารจัดการที่ดี	16	10.7
สินค้าเป็นที่ยอมรับของลูกค้า	27	18.0
มีความร่วมมือกันในระดับผู้ประกอบการ	12	8.0
ไม่แสดงความคิดเห็น	47	31.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ประกอบกิจการเซรามิกส่วนใหญ่มีความเห็นต่อโอกาสในการประกอบกิจการเซรามิกในด้านแรงงานมีฝีมือมาก จำนวน 38 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือ สินค้าเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จำนวน 27 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 18.0 มีการบริหารจัดการที่ดี จำนวน 16 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 10.7 มีความร่วมมือกันในระดับผู้ประกอบการ มีจำนวน 12 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และได้มีการสนับสนุนของหน่วยงานราชการและหน่วยงานอื่น จำนวน 10 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ และมีผู้ประกอบการไม่แสดงความคิดเห็นต่อโอกาสในการประกอบกิจการเซรามิก จำนวน 47 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 31.3

ตารางที่ 4.34 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามอุปสรรคการประกอบการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อุปสรรคการประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิตตัดราคากันเอง	37	23.4
การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์	14	8.9
ไม่มีการควบคุมคุณภาพของสินค้า	7	4.4
ขาดการกำหนดมาตรฐานของสินค้า	16	10.1
ขาดความรู้ทางเทคโนโลยีไม่สามารถหาลาดได้	4	2.6
การช่วยจากทางการและหน่วยงานอื่นไม่เพียงพอ	25	15.8
ไม่แสดงความคิดเห็น	55	34.8
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ประกอบกิจการเซรามิคส่วนใหญ่มีความเห็นต่ออุปสรรคในการประกอบกิจการเซรามิคในด้านผู้ผลิตตัดราคากันเอง จำนวน 37 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 23.4 รองลงมาคือการช่วยจากทางการและหน่วยงานอื่นไม่เพียงพอ จำนวน 25 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ขาดการกำหนดมาตรฐานของสินค้า จำนวน 16 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 10.1 การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 14 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ไม่มีการควบคุมคุณภาพของสินค้า จำนวน 7 คิดเป็นร้อยละ 4.4 และขาดความรู้ทางเทคโนโลยีไม่สามารถหาลาดได้ จำนวน 4 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

โดยสรุปผู้ประกอบการ โรงงานเซรามิคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการส่งออกสินค้าเซรามิค โดยจุดแข็งการประกอบการคือ แรงงานมีฝีมือ ทั้งนี้เนื่องจากในแต่ละปีทางโรงงานจะมีการอบรมให้ความรู้แก่ลูกจ้างในสถานประกอบการในด้านขั้นตอนการผลิต เทคนิคการผลิตเซรามิค นอกจากนี้แล้วบางโรงงานที่มีขนาดกิจการขนาดใหญ่ก็ได้ส่งพนักงานและคนงานในโรงงานไปศึกษาดูงานต่างประเทศ เพื่อให้ได้ความรู้เพิ่มเติมในการผลิตสินค้าเซรามิค และรองลงมาคือจุดแข็งในด้านสินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งโรงงานส่วนใหญ่จะมีเคล็ดลับและกลวิธีในการผลิตเซรามิคที่แตกต่างกัน และบางโรงงานก็จะมีเครื่องจักรผลิตที่ เป็นเอกลักษณ์ของตนเองไม่ซ้ำแบบใคร

จุดอ่อนการประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การประกอบการธุรกิจเซรามิกในจังหวัดลำปางมีจุดอ่อนในด้านต้นทุนการผลิตมีสูง ทั้งนี้เนื่องจากโรงงานเซรามิกส่วนใหญ่ยังมีความจำเป็นในการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างจังหวัด เช่น ดินขาว นอกจากนี้แล้วจากปัจจัยราคาน้ำมันที่มีราคาสูงขึ้นทุกวัน ได้ส่งผลกระทบต่อวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเซรามิกสูงขึ้น นอกจากนี้แล้วยังมีจุดอ่อนในด้านขาดแคลนแรงงานฝีมือ ทั้งนี้เนื่องจากแรงงานในจังหวัดลำปางส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปทำงานในภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น และไม่นิยมที่จะทำงานในโรงงานเซรามิก ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบค่าแรงระหว่างการทำงานในโรงงานเซรามิก และภาคอุตสาหกรรมแล้ว การทำงานในภาคอุตสาหกรรมจะดีกว่าเพราะมีค่าล่วงเวลา และโบนัส จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นก็เป็นเหตุผลหนึ่งแรงงานในจังหวัดลำปาง และจังหวัดข้างเคียง นิยมที่จะไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม

โอกาสการประกอบการธุรกิจเซรามิก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่า โอกาสในการพัฒนาธุรกิจเซรามิกในจังหวัดลำปางให้เป็นที่ยอมรับในตลาดได้นั้น คือ แรงงานมีฝีมือมาก ทั้งนี้เนื่องแรงงานในโรงงานเซรามิกส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานที่ทำงานผลิตเซรามิกมายาวนาน ทำให้มีความชำนาญ และประสบการณ์ในผลิตเซรามิก นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาธุรกิจเซรามิกยังมีโอกาส คือ สินค้าเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีการผลิตสินค้าเซรามิกมากที่สุดในภาคเหนือ และลูกค้าส่วนใหญ่ต่างก็ยอมรับในสินค้าเซรามิกของลำปาง ทั้งนี้เนื่องจาก มีราคาไม่แพงไม่มากนัก สินค้ามีหลากหลายรูปแบบ เช่น ของตกแต่งบ้าน ของชำร่วย ของใช้ในบ้าน เป็นต้น

อุปสรรคในการประกอบการธุรกิจเซรามิก และการพัฒนาธุรกิจเซรามิก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การพัฒนาธุรกิจเซรามิกจังหวัดลำปาง มีอุปสรรคในด้านผู้ผลิตตัดราคากันเอง ซึ่งในปัจจุบันสถานประกอบการจำนวนมากประสบปัญหาและอุปสรรคในด้านการแข่งขันของลูกค้า โดยการตัดราคาสินค้าเซรามิกให้มีราคาต่ำกว่าอีกฝ่าย นอกจากนี้แล้วในจังหวัดลำปางมีผู้ประกอบการเซรามิกจำนวนมาก และต่างก็ต้องการให้สินค้าของตนเองขายได้ และไม่ข้างสต็อก การตัดราคาสินค้าก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่จะช่วยให้กิจการเซรามิกของตนเองไม่ล้มเหลว และไม่มีสินค้าข้างสต็อก นอกจากนี้แล้วยังมีอุปสรรคในด้านการพัฒนาธุรกิจเซรามิกในจังหวัดลำปางยังขาดการช่วยเหลือและขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเพียงพอ ทั้งในด้านเงินงบประมาณในการพัฒนาธุรกิจ การให้ความช่วยเหลือในด้านเงินทุน เงินอุดหนุนในการประกอบการธุรกิจ และการจัดหาตลาดรองรับสินค้าเซรามิกที่มีจำนวนมากในจังหวัดลำปาง เป็นต้น

ข้อมูลคำถามปลายเปิด

1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรเข้ามามีส่วนสนับสนุนในด้านใด/อย่างไร

- ควรให้การสนับสนุนในด้านส่งเสริมการประกอบกิจการเซรามิกให้เป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ
- ควรเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเซรามิกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการธุรกิจ การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจด้านธุรกิจเซรามิก ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้อง
- ควรมีการส่งเสริมให้นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่และรูปแบบของการทำเหมืองดินที่เป็นไปตามหลักวิชาการมาใช้ เพื่อแก้ไขปัญหาในด้านวัตถุดิบซึ่งมีคุณภาพที่ไม่สม่ำเสมอ
- เพิ่มศักยภาพในการศึกษาของสถาบันการศึกษาในระดับต่างๆ ของจังหวัดลำปาง ให้มีประสิทธิภาพในการผลิตบุคลากรสำหรับรองรับความต้องการแรงงานใน อุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปาง
- ส่งเสริมให้โรงงานขนาดเล็กมีการรวมกลุ่มกันเพื่อขอรับความช่วยเหลือในด้านเทคโนโลยีและเงินทุนหมุนเวียนจากภาครัฐ

4.1.5 แนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง

ข้อมูลแนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปางประกอบด้วยความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาองค์กร แผนพัฒนาธุรกิจ และการมีส่วนร่วมต่อการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และการพรรณนาบรรยายสรุปเป็นประเด็นในส่วนของคำถามปลายเปิด นำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 4.35 จำนวน และร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามแผนพัฒนาธุรกิจ

แผนพัฒนาธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ปี 2548	12	8.3
ปี 2549	37	25.5
ปี 2550	39	26.9
ไม่แสดงความคิดเห็น	57	39.3
รวม	145	100.0

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ประกอบการกิจการเซรามิก ส่วนใหญ่ คาดว่าจะเริ่มแผนพัฒนาธุรกิจเซรามิก ในปี 2550 จำนวน 39 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาคือ ปี 2549 จำนวน 37 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ ปี 2548 จำนวน 12 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ ในส่วนของผู้ประกอบการเซรามิกที่ไม่แสดงความคิดเห็นต่อการเริ่มแผนพัฒนาธุรกิจเซรามิก มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3

ข้อมูลคำถามปลายเปิด

1. การพัฒนาธุรกิจเซรามิก ควรเน้นการพัฒนาไปทิศทางใดหรือรูปแบบใด

- ควรมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและรูปแบบการทำเหมืองดินที่เป็นไปตามหลักวิชาการมาใช้
- สร้างจิตสำนึกให้ประชาชนในจังหวัดลำปางเห็นความสำคัญของการเป็นเมืองเซรามิก ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่เด็กและเยาวชนให้ในขั้นตอนการทำเซรามิก เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้สืบทอดการทำเซรามิกให้คงอยู่กับจังหวัดลำปางนานเท่านาน

2. ผู้ประกอบการอยากจะทำนอกรังในด้านใด

- พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น
- เปิดโอกาสให้พนักงานในส่วนต่างๆ ได้แสดงความคิดเห็น เพื่อให้เกิดความคิดเห็นใหม่ๆ ในการผลิตเซรามิก

3. ในการจัดทำแผนพัฒนาของจังหวัดลำปาง ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมหรือไม่อย่างไร

ในการจัดทำแผนพัฒนาของจังหวัดลำปาง ผู้ประกอบการเซรามิกไม่มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาในด้านธุรกิจเซรามิก เพราะ การจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดที่ผ่านมาผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ พนักงาน และหัวหน้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น อีกทั้งการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดไม่มีประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน ผู้ประกอบการเซรามิก ได้รับรู้ข่าวสาร และความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง

4.1.6 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย 6 ด้านคือ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านการผลิต ด้านบัญชีการเงิน ด้านการจัดการ ด้านการตลาด และด้านการจัดการ วิเคราะห์ โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ในการวัดระดับของปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบกิจการ เชาวมัคจังหวัดลำปาง ผู้ศึกษาวิจัยใช้มาตราวัดไว้ 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มากและมากที่สุด และได้การกำหนดน้ำหนักคะแนนของการตอบของแต่ละตัวเลือก คือ

ระดับปัญหาและอุปสรรค	คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	1
ระดับน้อย	2
ระดับปานกลาง	3
ระดับมาก	4
ระดับมากที่สุด	5

กำหนดค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	จัดอยู่ในระดับต่ำมาก/น้อยมาก
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	จัดอยู่ในระดับต่ำ/น้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	จัดอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	จัดอยู่ในระดับสูง
ค่าเฉลี่ย	4.41 – 5.00	จัดอยู่ในระดับสูงมาก

สูตรคำนวณการหาค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{N}$$

โดยที่ N = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

f_i = ค่าความถี่ในชั้นนั้นๆ

x_i = คะแนนในชั้นนั้นๆ

ตารางที่ 4.36 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนิน ธุรกิจเซรามิก	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	อภิปรายผล
ด้านปัจจัยการผลิต						
1. แหล่งที่มา $\bar{x} = 2.47$	35 (24.1)	40 (27.6)	49 (33.8)	8 (5.5)	13 (9.0)	น้อย
2. ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบ $\bar{x} = 2.51$	29 (20.0)	40 (27.6)	53 (36.6)	19 (13.1)	4 (2.8)	น้อย
3. คุณภาพของวัตถุดิบ $\bar{x} = 2.53$	34 (23.4)	33 (22.8)	50 (34.5)	22 (15.2)	6 (4.1)	น้อย
ด้านปัจจัยการผลิต						
4. ความผันผวนของราคา $\bar{x} = 2.88$	16 (11.0)	30 (20.7)	55 (37.9)	42 (29.0)	2 (1.4)	ปานกลาง
5. การขาดแคลนในบางฤดูกาล $\bar{x} = 2.35$	40 (27.6)	46 (31.7)	32 (22.1)	22 (15.2)	5 (3.4)	น้อย
6. การเก็บรักษา $\bar{x} = 2.00$	56 (38.6)	43 (29.7)	36 (24.8)	9 (6.2)	1 (0.7)	น้อย
รวมด้านปัจจัยการผลิต ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.46						น้อย
ด้านการผลิต						
1. มาตรฐานในการผลิต $\bar{x} = 3.09$	32 (22.1)	17 (11.7)	46 (31.7)	41 (28.3)	5 (3.4)	ปานกลาง
2. ประสิทธิภาพของอุปกรณ์และเครื่องจักร $\bar{x} = 2.61$	27 (18.6)	36 (24.8)	50 (34.5)	30 (20.7)	2 (1.4)	ปานกลาง
3. การซ่อมแซมอุปกรณ์และเครื่องจักร $\bar{x} = 2.82$	17 (11.7)	31 (21.4)	58 (40.0)	39 (26.9)		ปานกลาง
4. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิต $\bar{x} = 2.61$	35 (24.1)	30 (20.7)	41 (28.3)	34 (23.4)	5 (3.4)	ปานกลาง
5. ต้นทุนการผลิต $\bar{x} = 3.18$	18 (12.4)	16 (11.0)	45 (31.0)	52 (35.9)	14 (9.7)	ปานกลาง

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเซรามิก	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	อภิปรายผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
6. การผลิตสินค้าให้ตรงต้นแบบของลูกค้า $\bar{x} = 2.76$	28 (19.3)	29 (20.0)	43 (29.7)	39 (26.9)	6 (4.1)	ปานกลาง
7. การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	25 (17.2)	29 (20.0)	50 (34.5)	39 (26.9)	2 (1.4)	ปานกลาง
8. การควบคุมคุณภาพของสินค้า $\bar{x} = 2.91$	29 (20.0)	19 (13.1)	48 (33.1)	34 (23.4)	15 (10.3)	ปานกลาง
9. การใช้เทคนิคการผลิตใหม่ๆ เช่น การเคลือบสี ฯลฯ $\bar{x} = 2.81$	29 (20.0)	19 (13.1)	55 (37.9)	34 (23.4)	8 (5.5)	ปานกลาง
10. การตรวจสอบคุณภาพ $\bar{x} = 2.62$	43 (29.7)	12 (8.3)	57 (39.3)	23 (15.9)	10 (6.9)	ปานกลาง
11. การบริหารการผลิต $\bar{x} = 2.75$	34 (23.4)	21 (14.5)	48 (33.1)	31 (21.4)	11 (7.6)	ปานกลาง
12. การลอกเลียนแบบ $\bar{x} = 3.47$	13 (9.0)	14 (9.7)	33 (22.8)	61 (42.1)	24 (16.6)	สูง
13. การส่งมอบสินค้า $\bar{x} = 2.46$	43 (29.7)	28 (19.3)	44 (30.3)	23 (15.9)	7 (4.8)	น้อย
รวมด้านการผลิต ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.84						ปานกลาง
ด้านบัญชีการเงิน						
1. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน $\bar{x} = 2.71$	36 (24.8)	31 (21.4)	35 (24.1)	25 (17.2)	18 (12.4)	ปานกลาง
2. เงินทุนหมุนเวียน $\bar{x} = 3.00$	25 (17.2)	23 (15.9)	47 (32.4)	27 (18.6)	23 (15.9)	ปานกลาง
3. ความสามารถในการทำกำไร $\bar{x} = 2.66$	31 (21.4)	33 (22.8)	44 (30.3)	28 (19.3)	9 (6.2)	ปานกลาง
4. ความสามารถในการชำระหนี้ $\bar{x} = 2.44$	48 (33.1)	20 (13.8)	49 (33.8)	20 (13.8)	8 (5.5)	น้อย
5. ผลตอบแทนต่อการลงทุน $\bar{x} = 2.40$	47 (32.4)	17 (11.7)	59 (40.7)	19 (13.1)	3 (2.1)	น้อย

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนิน ธุรกิจเชรามิค	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	อภิปรายผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
6. ต้นทุนการบริหารจัดการระบบบัญชี $\bar{x} = 2.46$	46 (31.7)	20 (13.8)	49 (33.8)	20 (13.8)	10 (6.9)	น้อย
7. ระบบภาษีอากร $\bar{x} = 2.57$	45 (31.0)	22 (15.2)	39 (26.9)	28 (19.3)	11 (7.6)	น้อย
8. การเก็บเงินจากลูกค้าในประเทศ $\bar{x} = 2.15$	54 (37.2)	29 (20.0)	49 (33.8)	6 (4.1)	7 (4.8)	น้อย
รวมด้านบัญชีการเงิน ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.55						น้อย
ด้านการจัดการ						
1. ความสลับซับซ้อนของรายงาน บังคับบัญชี $\bar{x} = 2.00$	56 (38.6)	46 (31.7)	30 (20.7)	13 (9.0)		น้อย
2. ความทันสมัยของเครื่องมือเครื่องใช้ใน สำนักงาน $\bar{x} = 2.21$	43 (29.7)	46 (31.7)	40 (27.6)	14 (9.7)	2 (1.4)	น้อย
3. ระบบและวิธีการประเมินผลงานที่ เหมาะสม $\bar{x} = 2.33$	45 (31.0)	31 (21.4)	45 (31.0)	24 (16.6)		น้อย
4. การยอมรับผลการประเมิน $\bar{x} = 2.28$	48 (33.1)	36 (24.8)	33 (22.8)	22 (15.2)	6 (4.2)	น้อย
5. ระบบวิธีการควบคุมคุณภาพ $\bar{x} = 2.42$	38 (26.2)	37 (25.5)	44 (30.3)	22 (15.2)	4 (2.8)	น้อย
6. ระบบการบริหารสินค้าคงคลัง $\bar{x} = 2.71$	12 (8.3)	43 (29.7)	66 (45.5)	22 (15.2)	2 (1.4)	ปานกลาง
7. ระบบการจัดสินค้าออกจากคลัง $\bar{x} = 2.62$	20 (13.8)	37 (25.5)	65 (44.8)	23 (15.9)		ปานกลาง
8. การบริหารโชว์รูมและงานแสดงสินค้า $\bar{x} = 2.19$	51 (35.2)	33 (22.8)	43 (29.7)	18 (12.4)		น้อย

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเซรามิก	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	อภิปรายผล
9. ระบบข้อมูลสารสนเทศ $\bar{x} = 2.14$	57 (39.3)	32 (22.1)	36 (24.8)	18 (12.4)	2 (1.4)	น้อย
รวมด้านการจัดการ ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.32						น้อย
ด้านการตลาด						
1. การแข่งขันในเรื่องราคา $\bar{x} = 3.47$	16 (11.0)	12 (8.3)	33 (22.8)	55 (37.9)	29 (20.0)	สูง
2. การแย่งลูกค้า $\bar{x} = 3.42$	11 (7.6)	15 (10.3)	43 (29.7)	53 (36.6)	23 (15.9)	สูง
3. ช่องทางระบายสินค้า $\bar{x} = 2.80$	17 (11.7)	27 (18.6)	76 (52.4)	18 (12.4)	7 (4.8)	ปานกลาง
4. อำนาจในการต่อรอง $\bar{x} = 2.76$	21 (14.5)	37 (25.5)	47 (32.4)	35 (24.1)	5 (3.4)	ปานกลาง
5. การกำหนดราคา $\bar{x} = 2.77$	27 (18.6)	28 (19.3)	50 (34.5)	31 (21.4)	9 (6.2)	ปานกลาง
6. การใช้สื่อด้านการตลาด $\bar{x} = 2.49$	39 (26.9)	28 (19.3)	51 (35.2)	21 (14.5)	6 (4.1)	น้อย
7. การหาตลาดใหม่ $\bar{x} = 2.66$	37 (25.5)	23 (15.9)	47 (32.4)	28 (19.3)	10 (6.9)	ปานกลาง
8. การรักษาลูกค้าเก่า $\bar{x} = 2.55$	41 (28.3)	22 (15.2)	54 (37.2)	16 (11.0)	12 (8.3)	ปานกลาง
9. การแสวงหาลูกค้าใหม่ $\bar{x} = 2.60$	42 (29.0)	20 (13.8)	46 (31.7)	28 (19.3)	9 (6.2)	น้อย
10. การไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ $\bar{x} = 2.62$	49 (33.8)	31 (21.4)	22 (15.2)	11 (7.6)	32 (22.1)	ปานกลาง
11. การไปร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศ $\bar{x} = 2.75$	42 (29.0)	21 (14.5)	41 (28.3)	13 (9.0)	28 (19.3)	ปานกลาง
รวมด้านการตลาด ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.80						ปานกลาง

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนิน ธุรกิจเซรามิก	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	อภิปรายผล
ด้านบุคลากร						
1. ขาดแคลนแรงงานฝีมือ $\bar{x} = 2.74$	31 (21.4)	29 (20.0)	45 (31.0)	26 (17.9)	14 (9.7)	ปานกลาง
2. ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามกฎหมาย $\bar{x} = 2.42$	48 (33.1)	32 (22.1)	30 (20.7)	25 (17.2)	10 (6.9)	น้อย
3. ความซื่อสัตย์ของพนักงาน $\bar{x} = 2.51$	30 (20.7)	43 (29.7)	47 (32.4)	17 (11.7)	8 (5.5)	น้อย
4. อัตราการเข้า-ออกของพนักงาน $\bar{x} = 2.58$	30 (20.7)	38 (26.2)	49 (33.8)	18 (12.4)	10 (6.9)	น้อย
5. วินัยของหน่วยงาน $\bar{x} = 2.43$	43 (29.7)	31 (21.4)	44 (30.3)	19 (13.1)	8 (5.5)	น้อย
6. คุณสมบัติของพนักงาน $\bar{x} = 2.27$	50 (34.5)	29 (20.0)	44 (30.3)	20 (13.8)	2 (1.4)	น้อย
7. คุณสมบัติของผู้บริหาร $\bar{x} = 2.37$	46 (31.7)	27 (18.6)	47 (32.4)	22 (15.2)	3 (2.1)	น้อย
8. การเพิ่มขีดความสามารถของทีมงาน $\bar{x} = 3.23$	29 (20.0)	18 (12.4)	33 (22.8)	20 (13.8)	45 (31.0)	ปานกลาง
รวมด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.57						น้อย

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ประกอบกิจการเซรามิกมีความคิดเห็นต่อ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านปัจจัยการผลิต

ด้านปัจจัยการผลิต พบว่า ผู้ประกอบกิจการมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเซรามิก ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า

- ปัญหาและอุปสรรคความผันผวนของราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

- ปัญหาและอุปสรรคด้านคุณภาพของวัตถุดิบ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53
- ปัญหาและอุปสรรคด้านความตรงต่อเวลาในการส่งมอบอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51
- ปัญหาและอุปสรรคด้านแหล่งที่มาของปัจจัยการผลิต อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47
- ปัญหาและอุปสรรคด้านการขาดแคลนปัจจัยการผลิตในบางฤดูกาล อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.35
- ปัญหาและอุปสรรคด้านการเก็บรักษาปัจจัยการผลิต อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

2. ด้านการผลิต

ด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบกิจการมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเชรามิก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า

- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการลอกเลียนแบบการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านต้นทุนการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านมาตรฐานในการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการควบคุมคุณภาพของสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการซ่อมแซมอุปกรณ์และเครื่องจักร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการใช้เทคนิคการผลิตใหม่ ๆ เช่น การเคลือบสี ฯลฯ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิตสินค้าให้ตรงต้นแบบของลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75

- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการบริหารการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการตรวจสอบคุณภาพ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านประสิทธิภาพของอุปกรณ์และเครื่องจักร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิต อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการส่งมอบสินค้า อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46

3. ด้านบัญชีการเงิน

ด้านบัญชีการเงิน พบว่า ผู้ประกอบกิจการมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเชิงปริมาณ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า

- มีปัญหาและอุปสรรคด้านเงินทุนหมุนเวียน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านความสามารถในการทำกำไร อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านระบบภาษีอากร อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านต้นทุนการบริหารจัดการระบบบัญชี อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านความสามารถในการชำระหนี้ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านผลตอบแทนต่อการลงทุน อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการเก็บเงินจากลูกค้าในประเทศ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.15

4. ด้านการจัดการ

ด้านการจัดการ พบว่า ผู้ประกอบกิจการมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเชรามิก ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.32 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า

- มีปัญหาและอุปสรรคด้านระบบการบริหารสินค้าคงคลัง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการบริหารโซ่วัสดุและงานแสดงสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านระบบการจัดสินค้าออกจากคลัง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านระบบวิธีการควบคุมคุณภาพ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านระบบและวิธีการประเมินผลงานที่เหมาะสม อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการยอมรับผลการประเมิน อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านความทันสมัยของเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงาน อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.21
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านระบบข้อมูลสารสนเทศ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านความสลับซับซ้อนของสายงานบังคับบัญชา อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00

5. ด้านการตลาด

ด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบกิจการมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเชรามิก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า

- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการแข่งขันในเรื่องราคา อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการแย่งลูกค้า อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

- มีปัญหาและอุปสรรคด้านช่องทางระบายสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการกำหนดราคา อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านอำนาจในการต่อรอง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการไปร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการหาตลาดใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการไปร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการแสวงหาลูกค้าใหม่ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการรักษาลูกค้าเก่า อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการใช้สื่อด้านการตลาด อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49

6. ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ประกอบกิจการมีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเซรามิก ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า

- มีปัญหาและอุปสรรคด้านการเพิ่มขีดความสามารถของทีมงาน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านขาดแคลนแรงงานฝีมือ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านอัตราการเข้า-ออกของพนักงาน อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านความซื่อสัตย์ของพนักงาน อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51

- มีปัญหาและอุปสรรคด้านวินัยของหน่วยงาน อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามกฎหมาย อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านคุณสมบัติของผู้บริหาร อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37
- มีปัญหาและอุปสรรคด้านคุณสมบัติของพนักงาน อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27

ตารางที่ 4.37 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจทุกด้าน

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	อภิปรายผล
ด้านปัจจัยการผลิต	2.46	น้อย
ด้านการผลิต	2.84	ปานกลาง
ด้านบัญชีการเงิน	2.55	น้อย
ด้านการจัดการ	2.32	น้อย
ด้านการตลาด	2.80	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	2.57	น้อย
รวมทุกด้าน	2.59	น้อย

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ประกอบการกิจการเซรามิก มีความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59

4.2 ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจลำปาง

การศึกษาเรื่อง การรวมกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้าเซรามิกของจังหวัดลำปาง ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสัมภาษณ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาคมเครื่องปั้นดินเผา จังหวัดลำปาง และชมรมเซรามิกเกาะคา ผลจากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจลำปาง

ผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้าเซรามิก จังหวัดลำปาง คือ ประธานชมรมเซรามิกเกาะคา อายุ 56 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งเป็นเวลา 14 ปี และประกอบอาชีพ เป็นผู้กิจการ โรงงานเซรามิก และกรรมการผู้จัดการสมาคมเครื่องปั้นดินเผา จังหวัดลำปาง อายุ 45 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งเป็นระยะเวลา 13 ปี ตำแหน่ง

4.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรวมกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปาง

ประเภทของชมรมกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปาง คือ สมาคมเครื่องปั้นดินเผาของจังหวัดลำปาง และชมรมเซรามิกเกาะคา โดยสมาคมเครื่องปั้นดินเผาของจังหวัดลำปางมีสมาชิก จำนวน 120 ราย ค่าใช้จ่ายในการเป็นสมาชิก จำนวน 1,500 บาท ส่วนชมรมเซรามิกเกาะคา มีสมาชิก จำนวน 28 ราย ไม่มีค่าใช้จ่ายในการเป็นสมาชิก โดยทั้ง 2 กลุ่มมีหน้าที่ของการรวมกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปาง คือ สร้างความสามัคคีในกลุ่ม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เปิดตัวด้านการตลาด ส่งเสริมการท่องเที่ยวหมู่บ้านเซรามิก และรายรับ-รายจ่ายของกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปางทั้ง สมาคมเครื่องปั้นดินเผาของจังหวัดลำปาง และชมรมเครื่องปั้นดินเผา ไม่มีรายรับ-รายจ่าย

4.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า

การดำเนินการในการพัฒนาธุรกิจเซรามิก กลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปาง ได้มีการประชุมประจำเดือน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และร่วมกันจัดหาตลาดทั้งในและต่างประเทศ และมีกิจกรรมประจำปีที่ดำเนินการ คือ จัดงานเซรามิกแฟร์ จัดอบรมสัมมนาเชิงวิชาการ ออกหนังสือเซรามิก

หลักเกณฑ์การให้ความช่วยเหลือสมาชิกกลุ่มในด้านผลิตคือ การออกแบบดีไซน์ผลิตภัณฑ์ และการให้ความรู้ใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในด้านการตลาด จะแนะนำตลาดในต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนในจังหวัดลำปาง และด้านการส่งออก มีการให้ความรู้ ในขั้นตอนการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศและในประเทศ ความร่วมมือของสมาชิกกลุ่ม ส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และเทคนิคต่างๆ ในการผลิตเซรามิก ร่วมกันเป็นประจำทุกเดือน

จุดแข็งของกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกจังหวัดลำปาง คือ มีจำนวนสมาชิกและเครือข่ายจำนวนมาก และบุคลากรมีความรู้ ความสามารถในด้านเทคนิคการผลิตเซรามิกเป็นอย่างดี สินค้าเซรามิกของกลุ่มเป็นที่ยอมรับของตลาด จุดอ่อนของกลุ่มวิสาหกิจ คือ คณะกรรมการไม่ค่อยมี

เวลาให้กับองค์กร สมาชิกไม่ค่อยให้ความสำคัญ และความสนใจกับการจัดกิจกรรมขององค์กร โอกาสของกลุ่มวิสาหกิจเซรามิคลำปาง คือ มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนเข้ามาให้ความช่วยเหลือในด้านการตลาด และการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศมากยิ่งขึ้น และอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจเซรามิคลำปาง คือ ปัจจัยทางด้านปัญหาราคาน้ำมัน ได้ส่งผลกระทบต่อราคาของสินค้า เซรามิคสูงขึ้น มีผลให้จำนวนคนซื้อสินค้าเซรามิคน้อยลง และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเซรามิคมีจำนวนสูงขึ้นเช่นกัน และมีผลิตภัณฑ์เซรามิคประเทศจีนเข้ามาตีตลาดมากขึ้น และมีราคาถูกกว่า เซรามิคในจังหวัดลำปาง

4.2.4 แนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง

แนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง พบว่าการพัฒนาธุรกิจ เซรามิคกลุ่มวิสาหกิจจังหวัดลำปาง เสนอให้มีรูปแบบ การดีไซน์ผลิตภัณฑ์เซรามิคที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของจังหวัดลำปาง

การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง พบว่า กลุ่มวิสาหกิจ เซรามิค จังหวัดลำปาง ไม่มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาของจังหวัดเพราะ ในการจัดทำแผนทุกครั้งทาง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่เปิดโอกาสให้กลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม และไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ รับทราบ และแผนพัฒนากลุ่มวิสาหกิจเซรามิคจังหวัดลำปางมีความคิดเห็นว่าจะเริ่มดำเนิน ปฏิบัติตามแผนในปี 2546

4.2.5 ปัญหาและอุปสรรคในการรวมกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อพัฒนาความสามารถแข่งขัน ในการส่งออกสินค้าเซรามิค

1) ปัญหา

ปัญหาในการรวมกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อพัฒนาความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า เซรามิค พบว่า มีการตัดราคา มีการลอกเลียนแบบสินค้า และขาดเงินงบประมาณ ในการ สนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจเซรามิคจากภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) อุปสรรค

อุปสรรคการรวมกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อพัฒนาความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า เซรามิค มีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมากขึ้น และมีผลิตภัณฑ์เซรามิคจากประเทศจีนเข้ามา แข่งขันมากขึ้น

3) ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการรวมกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อพัฒนาความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้าเซรามิก คือ อยากรให้มีหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิกเข้ามาสนับสนุนในด้านเงินงบประมาณ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศที่เข้ามาแข่งขันมากขึ้น

4.3 ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับเซรามิก

การศึกษาเรื่อง การรวมกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้าเซรามิกของจังหวัดลำปาง ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหอการค้าจังหวัดลำปาง สภาอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง สมาคมผู้ประกอบการเหมืองแร่จังหวัดลำปาง สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย สาขาจังหวัดลำปาง ชมรมธนาคารจังหวัดลำปาง บริษัท แอคมิ ลานนาอินเตอร์เทรด จำกัด กลุ่มเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ผู้ค้า และกลุ่มขนส่ง ผลจากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

4.3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับเซรามิก

กลุ่มวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับเซรามิกที่ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ประธานหอการค้าจังหวัดลำปาง อายุ 56 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 1 ปี มีอาชีพหลักคือ เป็นนักธุรกิจ และนักลงทุน ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง อายุ 47 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 2 ปี มีอาชีพหลักคือ เป็นเจ้าของ โรงงานเซรามิก นายกสมาคมผู้ประกอบการเหมืองแร่จังหวัดลำปาง อายุ 48 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 4 ปี อาชีพในปัจจุบันคือ ทำธุรกิจเหมืองแร่ดินขาว ประธานสมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาลำปาง อายุ 40 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 3 ปี อาชีพปัจจุบันคือ เจ้าของกิจการบริษัท K.M. Wooden Ware co.ctd. ประธานชมรมธนาคารจังหวัดลำปาง อายุ 51 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 2 ปี และอาชีพปัจจุบันคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว กรรมการผู้จัดการ บริษัทแอคมิ ลานนาอินเตอร์เทรด จำกัด อายุ 43 เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 1 ปี และอาชีพปัจจุบันคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว กรรมการผู้จัดการ อายุ 55 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 14 ปี อาชีพในปัจจุบันคือ เปิดบริษัทให้บริการเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ผู้ค้าสินค้าเซรามิก อายุ 27 ปี เพศหญิง เป็นเจ้าของกิจการผู้ค้าสินค้าเซรามิก ทำธุรกิจค้าเซรามิกมาแล้วเป็นระยะเวลา 5 เดือน อาชีพหลักในปัจจุบันคือ เป็นผู้ค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก และหุ้นส่วน

ผู้จัดการบริษัทขนส่งสินค้า อายุ 41 ปี เพศหญิง ประกอบธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 4 ปี อาชีพหลักในปัจจุบัน คือ ให้บริการขนส่งสินค้าทุกประเภท

4.3.2 ข้อมูลการรวมกลุ่มวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับเซรามิคลำปาง

หอการค้าจังหวัดลำปาง มีจำนวนสมาชิก 52 ราย หน้าที่ของกลุ่มคือ พัฒนามาตรฐานสินค้า ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายผู้ซื้อโดยตรง ไม่ผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย

สมาคมเครื่องปั้นดินเผา มีจำนวนสมาชิก 65 ราย หน้าที่ของกลุ่มคือ รวบรวมสมาชิกให้เข้ากลุ่มมากที่สุด และให้ความช่วยเหลือสมาชิกด้วยกัน โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสานการณ

สมาคมผู้ประกอบการเหมืองแร่จังหวัดลำปาง มีจำนวนสมาชิก 26 ราย หน้าที่ของกลุ่มคือ เป็นศูนย์กลางสำหรับสมาชิกได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพ ส่งเสริมการรวมกลุ่มของสมาชิกและผู้ประกอบการเหมืองแร่และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ปกป้องความเสียหายที่เกิดกับสมาชิกและสมาคม ประนีประนอมข้อพิพาทระหว่างสมาชิกหรือระหว่างสมาชิกกับบุคคลภายนอกในการประกอบธุรกิจ

สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย สาขาจังหวัดลำปาง มีจำนวนสมาชิกจำนวน 120 ราย มีหน้าที่ คือ จัดการฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจัดการทัศนศึกษาดูงาน ให้คำปรึกษาทางการตลาด การส่งออกสินค้า และรวมไปถึง การช่วยจัดหาแหล่งเงินทุน แก้ไขปัญหาหนี้เสีย เป็นต้น

ชมรมหอการค้าจังหวัดลำปาง มีจำนวนสมาชิก 600 ราย และมีหน้าที่คือ ให้การสนับสนุนการให้บริการทางการเงินกับกลุ่มเซรามิคลำปาง และคำปรึกษาเรื่องหนี้สิน โดยมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจจังหวัดลำปาง โดยการเป็นแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มวิสาหกิจเซรามิคลำปาง

กลุ่มบรรจุกัญชา ทำหน้าที่คือ จำหน่ายบรรจุกัญชาแก่ผู้ประกอบการเซรามิคจังหวัดลำปาง ให้คำปรึกษาในเรื่องการจัดทำบรรจุกัญชา โดยมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจจังหวัดลำปาง โดยการให้บริการเกี่ยวกับบรรจุกัญชา

กลุ่มบริการเงินกู้ มีหน้าที่คือ ให้เช่าซื้อ และบริการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ โดยมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจจังหวัดลำปาง โดยการสนับสนุนการค้าและการเงิน

กลุ่มผู้ค้า มีหน้าที่คือ จำหน่ายเซรามิค และเป็นที่ปรึกษาการตลาดแก่ ผู้ประกอบการเซรามิคโดยมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจจังหวัดลำปาง โดยการเป็นพ่อค้าคนกลาง (Buyer)

กลุ่มการขนส่งสินค้า มีหน้าที่บริการขนส่งสินค้าเซรามิก และขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (เอเจนซีของ DHI) โดยมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจจังหวัดลำปาง โดยการให้บริการขนส่งสินค้า

4.3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า

หอการค้าจังหวัดลำปาง มีกิจกรรม คือ มีการรวมกันเพื่อสร้างแรงต่อรองทางการตลาด พัฒนา และลดต้นทุนของการผลิต และพัฒนาออกแบบสินค้าตามความต้องการของตลาด ในส่วนของหลักเกณฑ์การให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปาง ในด้านการผลิต โดยการเป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อจะได้รับทราบข้อมูลในการขับเคลื่อนด้านการผลิต และด้านการส่งออกสินค้าโดยการเจรจาให้เปิดการค้าเสรี

สภาอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง มีกิจกรรม คือ ร่วมกันออกผลิตภัณฑ์ที่สนองความต้องการของตลาด มีความทันสมัย และให้ความช่วยเหลือซึ่งกัน โดยการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ในการทำงาน ในส่วนของหลักเกณฑ์ในการให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปาง ด้านการผลิต โดยการเป็นศูนย์กลางการให้คำปรึกษาเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งออกสินค้า โดยการให้ความรู้ในการขยายตลาดการส่งออกสินค้า

สมาคมผู้ประกอบการเหมืองแร่จังหวัดลำปาง มีกิจกรรมคือ สนับสนุนวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้เป็นตามความต้องการของลูกค้า ปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการเหมืองดินในจังหวัดลำปาง

สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย สาขาลำปาง มีกิจกรรม คือ จัดแสดงสินค้า ร้านค้า ATSMESHOP เพื่อส่งเสริมการขายและการส่งออกสินค้า ในส่วนของให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกลำปาง ในด้านการให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะด้านผลิต การส่งออก แหล่งเงินทุน

ชมรมธนาคารจังหวัดลำปาง มีกิจกรรมคือ ส่งเสริมการรวมกลุ่มสมาชิกสมาคมเซรามิกจังหวัดลำปาง และให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจจังหวัดลำปาง ด้านการผลิต โดยการร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของตลาด และด้านส่งออก โดยการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน

กลุ่มบรรจุกัญท์ มีกิจกรรม คือ บริการเกี่ยวกับบรรจุกัญท์ ให้ความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องของการจัดทำบรรจุกัญท์ และการออกแบบ บรรจุกัญท์ ให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจเซรามิกจังหวัดลำปาง ในด้านการส่งออกสินค้า โดยการ บริการบรรจุกัญท์ภายในประเทศ และส่งออกไปยังต่างประเทศ

กลุ่มบริการเงินทุน มีกิจกรรม คือ ให้บริการเงินทุน ให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปาง ในด้านการผลิต และการส่งออกสินค้า โดยการบริการเงินทุนหมุนเวียนทางการค้า

กลุ่มผู้ค้า มีกิจกรรมคือ ให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการเชรามิกในเรื่องการตลาด การส่งออกสินค้า และรับซื้อสินค้า หลักเกณฑ์ในการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจเชรามิก ลำปาง คือ เป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์เชรามิก เพื่อส่งออกจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

กลุ่มขนส่งสินค้า มีกิจกรรมคือ ให้การบริการด้านการขนส่งสินค้าทั้งต่างประเทศ และในประเทศ หลักเกณฑ์ในการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจเชรามิกลำปาง คือ ให้บริการขนส่งสินค้า ระหว่างประเทศ และในประเทศ

4.3.4 แนวทางการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง

แนวทางการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง กลุ่มวิสาหกิจที่เกี่ยวข้อง กับเชรามิกลำปางมีความคิดเห็นต่อแนวทางการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การพัฒนาการรวมกลุ่มธุรกิจ รูปแบบ และการส่งออกสินค้าเชรามิกจังหวัดลำปาง

- ควรมีการพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด
- ควรเพิ่มความคงทนและความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ในการใช้งาน
- ควรมีการพัฒนา รูปแบบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย
- มีการจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศมากขึ้น
- ภาครัฐควรให้ความสนใจอย่างจริงจังในการให้การสนับสนุนเงินงบประมาณในการพัฒนาธุรกิจเชรามิกในจังหวัดลำปาง

การพัฒนาธุรกิจเชรามิกในจังหวัดลำปาง

- ภาครัฐควรลด ระเบียบ กฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจด้านการออกไปอนุญาตทำเหมืองดิน

2) การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง

- มีส่วนร่วมในการเสนอแนวความคิดด้านแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการรองรับการแข่งขันที่เกิดขึ้นในอนาคต
- เสนอแผนงานและ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชรามิก จังหวัดลำปาง
- ร่วมแสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่จะทำให้อุตสาหกรรมเชรามิก ประสบผลสำเร็จ

4.3.5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปาง

1) ปัญหา

- ขาดเงินงบประมาณในการจัดงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ
- คุณภาพสินค้าต่ำกว่ามาตรฐาน
- การแข่งขันการค้าราคาของสินค้า
- สมาชิกแต่ละกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจเซรามิคจังหวัดลำปางไม่ให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่ม และการเข้าร่วมกิจกรรม
- ไม่ได้รับการสนับสนุนเงินงบประมาณจากภาครัฐมากเท่าที่ควร

2) อุปสรรค

- ขาดความรู้ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น รูปแบบ การบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และสะดวกต่อการขนส่ง
- ไม่มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการขั้นตอนและกระบวนการผลิตเซรามิค

3) ข้อเสนอแนะ

- ควรมีการให้ความรู้กับผู้ประกอบการค้าในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบให้มีความทันสมัย และมีประโยชน์หลากหลายในการใช้งาน
- ควรมีการนำเสนอข้อมูลในการแข่งขันที่จะมีขึ้นในอนาคตหลังจากที่มีการเปิดการค้าอย่างเต็มตัว เพื่อให้ผู้ประกอบการเซรามิคจะได้มีความพร้อมและปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภายในอนาคตได้

4.4 ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับเซรามิคลำปาง

การศึกษาเรื่อง การรวมกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้าเซรามิคของจังหวัดลำปาง ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ศูนย์พัฒนาเครื่องปั้นดินเผาจังหวัดลำปาง สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 10 จังหวัดลำปาง สำนักงานแรงงานจังหวัดลำปาง วิทยาลัยอาชีวศึกษาจังหวัดลำปาง และมหาวิทยาลัยราชภัฏจังหวัดลำปาง ผลจากการสัมภาษณ์สามารถสรุปเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

4.4.1 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเซรามิคลำปาง

หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเซรามิคมีเจ้าหน้าที่ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน จากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง อายุ 42 ปี เพศหญิง ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 7 ปี ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาเครื่องปั้นดินเผาจังหวัดลำปาง อายุ 55 ปี เพศหญิง ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 8 เดือน ผู้ช่วยพาณิชย์จังหวัดลำปาง อายุ 47 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 4 ปี นักวิชาการฝึกอาชีพ จากสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 10 จังหวัดลำปางอายุ 52 ปี เพศหญิง ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 3 ปี แรงงานจังหวัดลำปาง อายุ 56 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 2 ปี หัวหน้าแผนกวิชา วิทยาลัยอาชีวะจังหวัดลำปาง อายุ 49 ปี เพศหญิง ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 3 ปี และรองคณบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง อายุ 46 ปี เพศชาย ดำรงตำแหน่งมาเป็นระยะเวลา 3 ปี

4.4.2 ข้อมูลการให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจเซรามิคลำปาง

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง มีเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานทั้ง 29 คน มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเซรามิคลำปางคือ ส่งเสริมและสนับสนุนประสานเพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมเซรามิคในด้านการผลิต การจัดการ การลงทุน เป็นต้น

ศูนย์พัฒนาเครื่องปั้นดินเผาจังหวัดลำปาง มีเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานทั้ง 52 คน มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเซรามิคลำปางคือ ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์เซรามิค และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการแข่งขันธุรกิจ

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง มีเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานทั้ง 8 คน มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเซรามิคลำปางคือพัฒนาและส่งเสริมการตลาดสินค้าเซรามิคในจังหวัดลำปาง

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 10 จังหวัดลำปาง มีเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานทั้ง 69 คน มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเซรามิคลำปางคือ ดำเนินการพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อเตรียมเข้าทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเซรามิค ดำเนินการพัฒนาบุคลากรของสถานประกอบการและที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้สถานประกอบการดำเนินการพัฒนาฝีมือแรงงานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545

สำนักงานแรงงานจังหวัดลำปาง มีเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานทั้ง 7 คน มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเซรามิคลำปางคือ ศึกษาความต้องการด้านแรงงาน ของกลุ่มวิสาหกิจเซรามิคในจังหวัดลำปาง ศึกษาการเข้า-ออกงานของคนงานด้านเซรามิค และการเพิ่มพูนความรู้ และยกระดับฝีมือของคนงานในธุรกิจเซรามิค

วิทยาลัยอาชีวะจังหวัดลำปาง มีเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานทั้ง 3 คน มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเซรามิคลำปางคือ ผลิตบุคลากรในระดับ ปวช. ที่มีความรู้ ความชำนาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิค

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มีเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานทั้ง 8 คน มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเซรามิคลำปาง คือ สร้างบุคลากรที่มีความรู้ด้านเซรามิค

4.4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง ได้เสนอความคิดเห็นในด้านขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า ในเกณฑ์การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปาง ด้านการผลิต โดยการควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพ และมาตรฐานสินค้า ด้านการส่งออกสินค้าเซรามิค โดยการขยายตลาดส่งออกสินค้าเซรามิคทั้งในและต่างประเทศ

ศูนย์พัฒนาเครื่องปั้นดินเผาจังหวัดลำปาง ได้เสนอความคิดเห็นในด้านขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า ในหลักเกณฑ์การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปางด้านการผลิต โดยการให้คำปรึกษาและแนะนำการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานธุรกิจ ด้านการส่งออกสินค้าเซรามิค โดยการรับรองการวิเคราะห์ทดสอบ ผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง ได้เสนอความคิดเห็นในด้านขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า ในหลักเกณฑ์การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปางด้านการผลิต โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในกระบวนการผลิตเซรามิคที่มีคุณภาพ การส่งออกสินค้าเซรามิค โดยการจัดหาตลาดส่งออก และให้คำปรึกษาในเรื่องการส่งออกสินค้า

สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 10 จังหวัดลำปาง ได้เสนอความคิดเห็นในด้านขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า ในหลักเกณฑ์การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปางด้านการผลิต โดยการส่งเสริมบุคลากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจเซรามิค

สำนักงานแรงงานจังหวัดลำปาง ได้เสนอความคิดเห็นในด้านขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า ในหลักเกณฑ์การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปาง ด้านการผลิต โดยการจัดหาแรงงานให้เข้ามาทำงานในโรงงานเซรามิค

วิทยาลัยอาชีวะจังหวัดลำปาง ได้เสนอความคิดเห็นในด้านขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า ในหลักเกณฑ์การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปางด้านการผลิต โดยการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเข้ามาทำงานในโรงงานเซรามิค

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ได้เสนอความคิดเห็นในด้านขีดความสามารถแข่งขันในการส่งออกสินค้า ในหลักเกณฑ์การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปางด้านการผลิต โดยการควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพ และมาตรฐาน ด้านการส่งออกสินค้าโดยการ ขยายตลาดโดยการเปิดตลาดใหม่ๆ

4.4.4 แนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง

แนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับเซรามิกลำปางมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการบูรณาการในการจัดทำแผนของจังหวัดลำปาง ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การพัฒนาการรวมกลุ่มธุรกิจ รูปแบบ และการส่งออกสินค้าเซรามิกจังหวัดลำปาง

- ควรเน้นการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ และการออกแบบให้มากขึ้น
- ควรมีการศึกษาความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- ควรมีการปรับปรุงมาตรฐานของสินค้าให้มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของตลาด
- ปรับเปลี่ยนสินค้าตามความต้องการของตลาด เช่น สินค้าที่ใช้บนโต๊ะอาหาร

สินค้าที่เป็นของที่ระลึก สินค้าตกแต่งภายใน เป็นต้น

- พัฒนารูปแบบการผลิตในลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด และพัฒนาให้อุตสาหกรรมเซรามิกได้รับ ISO 9000 เพื่อสามารถส่งออกสินค้าได้มากยิ่งขึ้น และสามารถแข่งขันกับตลาดจากต่างประเทศที่เป็นคู่แข่ง โดยเฉพาะประเทศจีน

2) การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง

- จัดการศึกษาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาของจังหวัด
- พัฒนาศูนย์กลางรองรับตลาดแรงงานเซรามิกตามแผนพัฒนาจังหวัด
- เข้าร่วมในการแสดงความคิดเห็น ด้านการกำหนดกิจกรรม โครงการ

4.4.5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจลำปาง

1) ปัญหา

- ผู้ประกอบการเซรามิกมีแนวความคิดที่แตกต่างกัน มีผลให้มีการแข่งขันสูง
- ผู้ประกอบการเซรามิกไม่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ ในการพัฒนา

และการส่งเสริมในรูปแบบต่างๆ ในธุรกิจ

2) อุปสรรค

- ขาดความรู้ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น รูปแบบ การบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และสะดวกต่อการขนส่ง
- ไม่มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยเข้ามาใช้ในการขั้นตอนและกระบวนการผลิต
- หน่วยงานภาครัฐไม่ให้การสนับสนุนเงินงบประมาณในการดำเนินการพัฒนาธุรกิจเซรามิกอย่างเพียงพอ และต่อเนื่อง

3) ข้อเสนอแนะ

- สร้างแนวความคิดการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบกิจการเซรามิก เพื่อให้เกิดการพัฒนาในลักษณะการบูรณาการซึ่งกันและกัน
- ควรมีการพัฒนาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมีคุณภาพสอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการของลูกค้า
- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องมีความสนใจดำเนินการพัฒนาสินค้าเซรามิกให้เป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ
- สร้างเอกลักษณ์สินค้าเซรามิกของลำปางที่มีความโดดเด่น มีคุณภาพ มีความแปลกใหม่ และสามารถแข่งขันกับสินค้าเซรามิกในต่างประเทศได้