

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 ที่ผ่านมามีได้สร้างความเสียหายให้กับอุตสาหกรรมหรือกิจการมากมาย จึงมีหลายหน่วยงานที่ระดมความคิดเห็นและแนวทางแก้ไข โดยมาตรการสำคัญคือ การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) บทบาทของ SMEs เป็นที่ยอมรับว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ คือ ช่วยการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือ รวมไปถึงเป็นหน่วยผลิตสินค้าและวัตถุดิบที่สนับสนุนกิจการขนาดใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2548) ดังนั้น รัฐบาลจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของ SMEs โดยในปี 2541 มีปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการ ผลักดันให้เกิดการเพิ่มผลผลิตของประเทศ และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและอุตสาหกรรม SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมไทยให้เกิดผลเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยมุ่งสนับสนุน SMEs ในภูมิภาคที่ใช้วัตถุดิบและแรงงานในท้องถิ่น และอุตสาหกรรมเซรามิกเป็น 1 ใน 13 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลและเอกชน โดยได้รับเลือกเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเหมาะสมในการพัฒนา เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีคู่ทางในการส่งออกสูง (กระทรวงอุตสาหกรรม, มิถุนายน 2549)

อุตสาหกรรมเซรามิกเป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนามาจากภูมิปัญญาในท้องถิ่น มีแหล่งวัตถุดิบหลักอยู่ในประเทศ ประกอบกับแรงงานไทยมีฝีมือประณีต มีประสบการณ์ และความชำนาญในการผลิตสูง ทำให้สามารถพัฒนาต่อ ยอดการผลิตในเชิงพาณิชย์ที่เป็นสากลได้ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2546) อีกทั้ง ในปี 2546 จากกรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันภาคอุตสาหกรรมของประเทศในแนวทาง Cluster เพื่อการส่งเสริมการส่งออก ภาครัฐบาลได้ให้การสนับสนุนให้กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs และผู้ประกอบการรายใหญ่ของอุตสาหกรรมเซรามิก จำนวน 200 โรงงาน พัฒนาเป็น Clusters กลุ่มเซรามิก จังหวัดลำปาง กำหนดวิสัยทัศน์ร่วม “ลำปางเป็นศูนย์กลางเซรามิกแห่งเอเชีย ภายในปี 2555” พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมาย และกลยุทธ์ร่วมกัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548)

นอกจากอุตสาหกรรมเซรามิกจะผลิตที่จังหวัดลำปางแล้ว ยังมีกลุ่มผลิตเซรามิกที่สำคัญอีกหลายกลุ่ม อาทิ กลุ่มเซรามิกเชียงใหม่ กลุ่มเซรามิกราชบุรี กลุ่มเซรามิกอ้อมน้อย ฯลฯ ในส่วนของกลุ่มเซรามิกจังหวัดเชียงใหม่ ผลิตภัณฑ์เซรามิกของจังหวัดส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร แจกัน ของชำร่วยและของประดับบ้านที่เน้นการสร้างสรรค์งานที่มีส่วนผสมของการออกแบบทางศิลปะมากกว่าที่จะผลิตแบบขนาดใหญ่ (Mass Production) โดยมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น การผลิตของผู้ผลิตแต่ละรายมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของเชียงใหม่ คือ เซรามิกประเภทศิลาดล¹ (สถาบันวิจัยสังคม, 2545) ซึ่งเชียงใหม่เป็นแหล่งผลิตศิลาดลที่ใหญ่ที่สุดและมีชื่อเสียงที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นแหล่งดินดำ ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญของการทำเซรามิกประเภทศิลาดล

ปัจจุบันการทำเซรามิกในเชียงใหม่มีบทบาทที่สำคัญต่อรายได้ของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากได้รับประโยชน์จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้เปลี่ยนจากผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือนเป็นผลิตเชิงพาณิชย์มากขึ้น เพื่อเป็นสินค้าประเภทของฝากและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว และมีการพัฒนาจนสามารถส่งออกได้ อีกทั้งยังมีผู้เชี่ยวชาญมาให้คำปรึกษาและแนะนำจนผลิตภัณฑ์เซรามิกในท้องถิ่นบางแห่งพัฒนาเป็นกิจการหรืออุตสาหกรรมเซรามิก (วัลลพ, 2535) โดยในปี 2549 มีโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 15 โรงงาน² โดยเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) กระจุกตัวอยู่อำเภอสันกำแพง อำเภอหางดง อำเภอสารภี และอำเภอเมือง

โรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ถึงแม้มีจำนวน 15 โรงงาน แต่การผลิตส่วนใหญ่ผลิตเพื่อตอบสนองของความต้องการที่เปลี่ยนจากในท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวและส่วนภูมิภาค แม้กระทั่งผลิตเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ ดังนั้นในการศึกษารั้งนี้ จึงได้มุ่งเน้นไปที่พัฒนาการของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมเซรามิกจนสามารถพัฒนาไปถึงขั้นส่งออกได้ รวมไปถึงปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญในการพัฒนา

¹ ศิลาดล คือ เครื่องเคลือบดินเผาสีเขียวแตกลายงา โดยอาศัยน้ำเคลือบที่ทำมาจากขี้เถ้าไม้ และผ่านการเผาด้วยความร้อนสูง ถึง 1260-1300 องศาเซลเซียส

² โรงงานเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่มีประมาณ 20 โรงงาน แต่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 15 โรงงาน

อุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ จนกลายเป็นอุตสาหกรรมประเภท SMEs ที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ได้

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

งานศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาถึงพัฒนาการอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการผลิต ตลาดและผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาเชิงพื้นที่
2. ศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาและเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

งานศึกษานี้จะศึกษาปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตของการศึกษาในด้านต่างๆ ดังนี้

1. พื้นที่ศึกษา เลือกศึกษาโรงงานเซรามิกที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอยู่ในการส่งเสริมของกองบริการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเหนือและได้รับการอนุญาตประกอบกิจการอุตสาหกรรมจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ และจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์โดยไม่นับรวมอุตสาหกรรมในครัวเรือน และอุตสาหกรรมที่ทำการผลิตอิสระ โดยในปี 2549 มีจำนวนทั้งสิ้น 15 โรงงาน
2. พัฒนาการอุตสาหกรรม โดยวิเคราะห์ถึงพัฒนาการภาพรวมของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ ได้วิเคราะห์ถึงพัฒนาการด้านการผลิต การตลาดและผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการเชิงพื้นที่ โดยศึกษาตั้งแต่ยุคเริ่มต้นของการตั้งโรงงานเซรามิกจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2505 – 2549)
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม โดยใช้การเจริญเติบโตของยอดขาย (sales growth) ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
4. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ ส่วนปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาจะแบ่งเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านทรัพยากรมนุษย์ ลักษณะของโรงงาน และลักษณะการดำเนินงาน เป็น

ต้น ส่วนปัจจัยภายนอกโรงงาน ได้แก่ ความเชื่อมโยงกันภายในกลุ่มผู้ผลิตอุตสาหกรรมเซรามิก นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาล เป็นต้น

1.4 วิธีการศึกษา

ในการศึกษาใช้วิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive) โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรม และจากแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา เพื่อวิเคราะห์ควบคู่กับข้อมูลปฐมภูมิ เกี่ยวกับพัฒนาการอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่เจริญเติบโต

1.5 นิยามศัพท์

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้มีศัพท์ที่มีความหมายเฉพาะ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันและเป็นการจำกัดขอบเขตของความหมายของคำศัพท์ตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาจึงได้ให้นิยามศัพท์ไว้ดังนี้

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง อุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing) กิจการค้าส่งและค้าปลีก (Wholesale and Retail) และกิจการบริการ (Service) โดยเกณฑ์ของกระทรวงอุตสาหกรรมดังนี้

สถานประกอบการ	จำนวนคนงาน	สินทรัพย์ถาวร	จำนวนเงินทุน
ขนาดเล็ก	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร
ขนาดกลาง	ระหว่าง 50 - 200 คน	ระหว่าง 50 – 200 ล้านบาท	ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

2. อุตสาหกรรมเซรามิก หมายถึง อุตสาหกรรมที่ทำการแปรรูปวัตถุดิบที่มีอยู่ตามธรรมชาติบนเปลือกโลก โดยการเผาที่อุณหภูมิสูงเพื่อให้เกิดความแกร่งอาจจะเคลือบหรือไม่

เคลื่อนก็ได้ ให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอย อุตสาหกรรมเซรามิกประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด โดยมีการจำแนกตามประเภทเป็น เซรามิกชนิดไม่ทนไฟซึ่งไม่ได้ใช้ในงานก่อสร้าง เซรามิกชนิดไม่ทนไฟซึ่งใช้กับงานก่อสร้าง และเซรามิกทนไฟ

3. โรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกเชียงใหม่ หมายถึง โรงงานเซรามิกที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยอยู่ในการส่งเสริมของกองบริการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเหนือและได้รับการอนุญาตประกอบกิจการอุตสาหกรรมจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ และได้จดทะเบียนนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยไม่นับรวมอุตสาหกรรมในครัวเรือน และอุตสาหกรรมที่ทำการผลิตอิฐ ข้อมูลล่าสุดในเดือนมิถุนายน 2549 มีจำนวน 15 โรงงาน

4. เครือข่ายวิสาหกิจ หรือ cluster หมายถึง กลุ่มของธุรกิจหรือหน่วยผลิตและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวกันดำเนินกิจกรรมอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographical proximity) มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยง และเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร ทั้งในแนวตั้ง (Vertical linkages) และแนวนอน (Horizontal linkages) เป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันคือการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของ Cluster โดยรวม