

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทางทฤษฎี งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง และกรอบการศึกษา

2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีของงานศึกษาวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถพิจารณาได้เป็น 2 ส่วนได้แก่ 1) ทฤษฎีเกี่ยวกับพัฒนาการและการเจริญเติบโตของ SMEs (Development and growth of SMEs) 2) ทฤษฎีการรวมกลุ่ม (Agglomeration theory) และ Clustering

2.1.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพัฒนาการและการเจริญเติบโตของ SMEs (Development and growth of SMEs)

ก. รูปแบบพัฒนาการเกี่ยวกับ SMEs

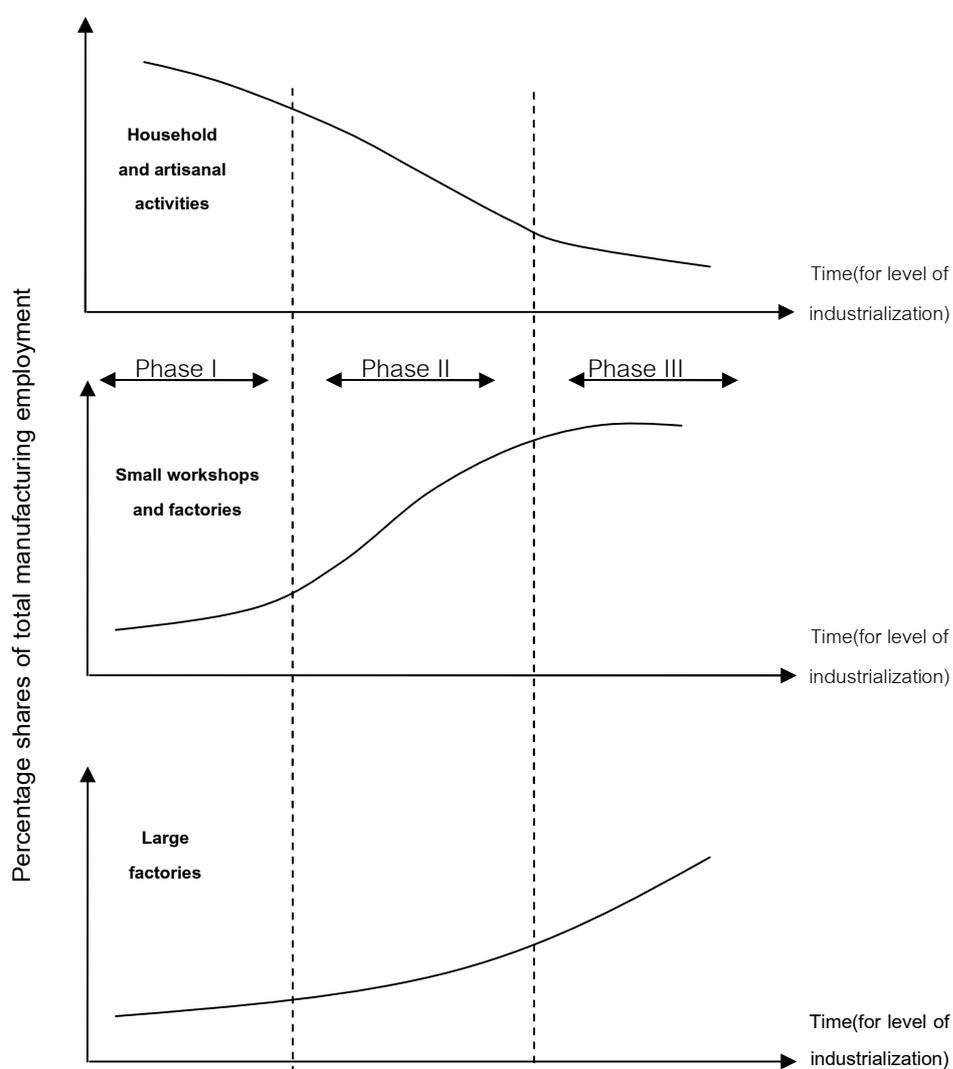
งานศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับ SMEs จะอยู่ในส่วนของเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมเกี่ยวกับบทบาทของ SMEs ภายในระบบและรูปแบบของพัฒนาการ Tambunan (2000) แบ่งรูปแบบของทฤษฎีเกี่ยวกับ SMEs ออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ 1) ทฤษฎีแบบคลาสสิก (The Classical theories) เป็นรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับสัดส่วนการจ้างงาน สัดส่วนผลผลิตและความแตกต่างระหว่างการพัฒนาหน่วยผลิตขนาดเล็กภายในเขตเมืองและเขตชนบท และ 2) ทฤษฎีรูปแบบใหม่ (The Modern theories) เป็นรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับความชำนาญพิเศษของแรงงานที่สามารถยืดหยุ่นได้ (Flexible specialization)

ทฤษฎีรูปแบบคลาสสิกในด้านสัดส่วนการจ้างงานมีงานศึกษาของ Hoselits (1959, อ้างถึงใน Tambunan 2000) ซึ่งให้เห็นว่าระดับของพัฒนาการภาคการผลิตถูกชี้้นำโดยแรงงานที่มีทักษะ โดยแรงงานที่มีทักษะสามารถช่วยให้ SMEs สามารถดำเนินไปสู่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้อีกทั้ง การผลิตที่มีลักษณะที่มีต้นทุนต่ำ ก็มีความสำคัญต่อความสำเร็จของหน่วยผลิตขนาดเล็ก (small firm) หรือ SMEs แต่ Hoselits ไม่ได้ศึกษาถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มขึ้นของระดับการเป็นอุตสาหกรรมและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภายในภาคการผลิต ต่อมางานศึกษา

ของ Parker และ Anderson (1979, อ้างถึงใน Tambunan 2000) ได้นำพื้นฐานจากประสบการณ์ของการเปลี่ยนแปลงขนาดโครงสร้างของอุตสาหกรรมทั้งแบบภูมิภาคและแบบช่วงเวลา que เปลี่ยนไปของประเทศพัฒนาแล้ว มาอธิบายถึงระยะการเจริญเติบโตของประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งวิธีการนี้พิจารณาถึงส่วนประกอบของกิจกรรมการผลิต และขนาดของหน่วยผลิต โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้ (ภาพที่ 2.1)

ภาพที่ 2.1

การเปลี่ยนแปลงขนาดของโครงสร้างอุตสาหกรรมในแต่ละช่วงเวลา



ที่มา : Anderson (1979, อ้างถึงใน Tambunan 2000)

1) ระยะเวลาที่ 1 ระยะเวลาเริ่มต้นของพัฒนาการอุตสาหกรรม มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม การเกษตรและอุตสาหกรรมครัวเรือน โดยดูจากจำนวนของผลผลิตและสัดส่วนในการจ้างงาน โดยรวม ในช่วงระยะนี้การเป็นอุตสาหกรรมเกิดจากจำนวนอุตสาหกรรมครัวเรือน โดยส่วนใหญ่อยู่ในชนบท แต่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีจำนวนจำกัดโดยส่วนใหญ่จะเป็นของต่างชาติและ ภาครัฐบาล ซึ่งตั้งอยู่ในเมืองขนาดใหญ่

2) ระยะเวลาที่ 2 ประเทศหรือภูมิภาคที่อยู่ในระยะนี้ จะมีรายได้ต่อหัวของแรงงานหรือ ประชากรสูงกว่าในระยะที่ 1 มีอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลางเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และมี บทบาททดแทนอุตสาหกรรมครัวเรือนมากขึ้น

3) ระยะเวลาที่ 3 ในระยะนี้อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในบางกิจกรรมจะมีความสำคัญ ขึ้นมาทดแทนอุตสาหกรรมครัวเรือนและอุตสาหกรรมขนาดเล็ก นอกจากนี้มีปัจจัยที่ทำให้เกิดการ ประหยัดต่อขนาดของโรงงาน การจัดการ การตลาด การกระจายสินค้า และเทคโนโลยีที่ดีขึ้น มี ความสามารถในการผลิตที่ดีกว่าสองระยะแรก และสามารถเข้ารับการสนับสนุนของโครงสร้าง พื้นฐานหรือสาธารณูปโภคต่างๆ และการสนับสนุนทางการเงิน และได้รับการสนับสนุนจาก ภาครัฐ ส่งผลให้หน่วยผลิตมีการขยายตัวใหญ่ขึ้น

ด้านสัดส่วนผลผลิตของ SMEs เป็นส่วนหนึ่งที่แสดงถึงพัฒนาการหน่วยผลิตขนาด เล็ก โดยในงานศึกษาของ Biggs และ Oppenheim (1986, อ้างถึงใน Tambunan 2000) ศึกษา พบว่าการได้รับค่าจ้างแรงงานต่อหัวสูง สัดส่วนของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเบาต่ำกว่า อุตสาหกรรมหนัก มีเครื่องจักรและการขนส่งที่ดี ล้วนเป็นผลดีต่อการพัฒนาและการจ้างงาน SMEs นอกจากนี้แล้วอีกสิ่งหนึ่งที่ชี้ให้เห็นว่ามีพัฒนาการ คือ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการย้าย การผลิตจากผลิตภัณฑ์พื้นบ้านไปเป็นผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ ซึ่งจะมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของ อุตสาหกรรม จากอุตสาหกรรมครัวเรือนหรืออุตสาหกรรมขนาดเล็กไปสู่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ต่อไป

นอกจากนี้ Tambunan (2000) พบว่ารูปแบบของการเปลี่ยนจากผู้ผลิตขนาดเล็ก เป็นผู้ผลิตขนาดใหญ่สามารถปรากฏขึ้นระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท สาเหตุหลักของความ แตกต่างของระดับพัฒนาการและลักษณะของผู้ผลิตระหว่างพื้นที่ของชนบทและเมือง เช่น ลักษณะของผลิตภัณฑ์พื้นบ้านจะถูกผลิตจากพื้นที่ชนบท ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญจะ ถูกผลิตจากพื้นที่ในเมือง นอกจากนี้แล้วระดับการจ้างงาน ความหลากหลายของแรงงาน และ แรงงานที่มีคุณภาพส่วนใหญ่จะอยู่ในเมือง ส่วนแรงงานในชนบทจะเป็นแรงงานจากคนภายใน ครอบครัวเป็นหลัก

ส่วนงานศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีรูปแบบใหม่ (The Modern theories) เกิดในปีคริสต์ศักราช 1980 เป็นแนวความคิดใหม่เกี่ยวกับความชำนาญพิเศษของแรงงานที่สามารถยืดหยุ่นได้ (Flexible specialization) โดยประเด็นใหม่นี้เกิดขึ้นจากการอธิบายการผลิตรูปแบบใหม่ โดยมีสาเหตุมาจากแรงผลักดันของโลกาภิวัตน์และการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการเปลี่ยนวิธีการผลิตและการจัดการด้านแรงงานให้เป็นรูปแบบองค์กรมากขึ้น จากงานศึกษาของ Piore และ Sable (1984, อ้างถึงใน Tambunan 2000) เห็นว่า ในการพัฒนาจะมีการเปลี่ยนแปลง ดังนี้ การผลิตส่วนใหญ่จะเปลี่ยนจากการผลิตจำนวนมาก (Mass production) เป็นการผลิตสินค้าที่มีความเฉพาะมากขึ้น นอกจากนี้ Flexible specialization ยังแสดงถึงการผลิตที่มีลักษณะเฉพาะ และเขตที่ตั้งของ SMEs รวมตัวกันจนกลายเป็นนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตอุตสาหกรรมมากขึ้น แรงงานมีทักษะสูงและมีความสามารถที่หลากหลาย เครื่องจักรมีความยืดหยุ่นในการใช้งาน และผลิตภัณฑ์จะผลิตเพื่อส่งออกหรือขายในตลาดโลกมากกว่าผลิตเพื่อขายในประเทศ

จากรูปแบบการพัฒนาทฤษฎีเกี่ยวกับ SMEs จะเห็นว่ามีหลายปัจจัยในการอธิบายการพัฒนาและการเจริญเติบโต ปัจจัยด้านแรงงานจำเป็นต้องมีการพัฒนาฝีมือและทักษะ เนื่องจากเป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาไปสู่หน่วยผลิตขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ต่อไป สัดส่วนผลผลิตของผลิตภัณฑ์พื้นฐานเมื่อมีการพัฒนาแล้วจะเปลี่ยนไปผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยมากขึ้น นอกจากนี้แล้วลักษณะความเป็นเมืองหรือเป็นแหล่งสำคัญทางเศรษฐกิจหน่วยผลิตขนาดเล็กจะได้รับการพัฒนามากกว่าแหล่งชนบท และที่สำคัญความยืดหยุ่นหรือการปรับตัวของหลายๆ ปัจจัยย่อมเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการพัฒนาหน่วยผลิตขนาดเล็กต่อไป

ข. กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการเจริญเติบโตของ SMEs (Conceptual frameworks for SMEs growth)

McMahon (1998) ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับกรอบการเจริญเติบโตของ SMEs โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1) ทฤษฎีดุลยภาพคงที่ (Static equilibrium theories) มาจากสาขาเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม โดยเน้นการได้มาซึ่งการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) และต้นทุนต่ำสุดของหน่วยผลิตระยะยาว แต่ไม่ศึกษาถึงพลวัต (Dynamic) ของการเจริญเติบโต

2) Stochastic models ของการเจริญเติบโตของหน่วยผลิต พัฒนามาจากสาขา เศรษฐศาสตร์ ศึกษาถึงปัจจัยหลายด้านที่กระทบต่อการเจริญเติบโต ในบริบทนี้กล่าวถึงกฎของ Gibrat (1931, อ้างถึงใน McMahon 1998) เกี่ยวกับกฎการก่อให้เกิดการได้สัดส่วน (Law of Proportionate Effect) ซึ่ง Gibrat เสนอว่าอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจเป็นอิสระต่อขนาดของกิจการ แต่ในงานศึกษาของ O'Farrell และ Hitchens (1988, อ้างถึงใน McMahon 1998) ได้นำกฎของ Gibrat มาวิเคราะห์การเจริญเติบโตของ SMEs ภาคการผลิต จากการศึกษาเชิงประจักษ์ พบว่าอัตราการเจริญเติบโตมีความสัมพันธ์ในทางแปรผกผันกับขนาดของกิจการ ดังนั้นในการเพิ่มขนาดของกิจการอาจไม่ได้แสดงถึงว่ากิจการนั้นมีความเจริญเติบโต

3) แนวคิดด้านการจัดการของเจ้าของหรือผู้จัดการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของ SMEs โดยในปี 1988 O'Farrell และ Hitchens ได้สนใจมิติทางกลยุทธ์ที่มีต่อการดำรงอยู่ของการเจริญเติบโต เป็นวิธีการที่เจ้าของหรือผู้จัดการตอบสนองต่อธุรกิจ และตัวชี้วัดสภาพแวดล้อมของบุคคล ดังนั้นจึงได้มุ่งเน้นลักษณะของนโยบายของเจ้าของหรือผู้จัดการเกี่ยวกับยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาธุรกิจ โดยยุทธศาสตร์ทางธุรกิจดังกล่าวจะถูกกำหนดโดยสิ่งที่เจ้าของหรือผู้จัดการมองเห็นและปรารถนาว่าจะสามารถนำมาซึ่งความสำเร็จต่อธุรกิจของพวกเขาได้ โดยสิ่งที่ปรารถนาหรือสิ่งที่มองเห็นนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของบุคคลที่จะมองเห็นได้เนื่องมาจากข้อจำกัดของแต่ละบุคคล

4) มีทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์จำนวนมากเกี่ยวกับการเจริญเติบโตของ SMEs ที่แสดงถึงระดับขั้นของการพัฒนาโดยผ่านวัฏจักรชีวิตของ SMEs โดย Kimberly และ Miles (1980, อ้างถึงใน McMahon 1998) ได้ให้ความสนใจกับวัฏจักรชีวิตขององค์กร ได้แก่ การเกิด การเจริญเติบโต และความเสื่อมถอยขององค์กร ต่อมา Hank (1993) ได้รวบรวมงานศึกษาเกี่ยวกับแบบจำลองวัฏจักรชีวิตของ SMEs ของนักวิจัยหลายคน โดยกำหนดให้วัฏจักรชีวิตหรือขั้นตอนการพัฒนาของ SMEs ว่ามีรูปร่างเฉพาะของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และโครงสร้างขององค์กร และได้อธิบายถึงรูปแบบของแบบจำลองวัฏจักรชีวิต (Life cycle) ของการพัฒนา SMEs ดังนี้

4.1) ระดับเริ่มต้น เป็นช่วงที่ธุรกิจขนาดเล็กมีลักษณะทางองค์กรที่ไม่มีความซับซ้อน องค์กรมีการบริหารแบบรวมศูนย์กลาง และไม่เป็นทางการ ในระยะนี้หน้าที่หลักของหน่วยผลิตคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์

4.2) ระดับการขยายตัว หน่วยผลิตเริ่มมีอายุมากขึ้นและมีขนาดใหญ่ขึ้น และมีความซับซ้อนขององค์กรมากขึ้น องค์กรมีลักษณะบริหารแบบศูนย์กลาง แต่เป็นทางการมากขึ้น

ในระยะนี้หน้าที่หลักเป็นการทำให้เป็นเชิงพาณิชย์มากขึ้น และการขยายตัวของการจ้างงานมากที่สุด

4.3) ระดับการเจริญเติบโตเต็มที่ มีช่วงอายุที่ยาวกว่าระยะที่สอง หน่วยผลิตขยายตัวมากกว่าสองระดับแรก โครงสร้างขององค์กรมีความซับซ้อนมากขึ้น การบริหารแบบศูนย์กลางลดลงและมีความเป็นทางการมากขึ้น เป็นช่วงที่กำไรต่อยอดขายสูงมาก และการขยายตัวของการจ้างงานต่ำกว่าระยะที่สอง

4.4) ระดับของความหลากหลาย ช่วงนี้หน่วยผลิตจะเปลี่ยนจาก SMEs เป็นหน่วยผลิตขนาดใหญ่ และมีแนวโน้มที่จะแบ่งโครงสร้าง สำหรับการรวมอำนาจที่ศูนย์กลางจะต่ำลง และความเป็นทางการจะมากที่สุด

2.1.2 ทฤษฎีการรวมกลุ่ม (Agglomeration theory) และ Clustering

ก. กรอบแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการรวมกลุ่ม (Agglomeration theory) และ Clustering

แนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม เริ่มจาก Marshall (1890, อ้างถึงใน Porter 1990) โดยมีแนวคิดว่าการรวมกลุ่ม (Agglomeration) คือการรวมกลุ่มทางพื้นที่ของบุคคลเพื่อร่วมกันทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยเขียนในประเด็นการประหยัดที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก (External economies) รวมกันในรูปแบบเขตอุตสาหกรรม (Industrial district) ซึ่งทำให้ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกลดลง โดยก่อให้เกิดความประหยัดจากต้นทุนด้านการขนส่ง ลดต้นทุนในการจัดซื้อ และสามารถเข้าถึงแรงงานที่มีทักษะมากขึ้น หรือใช้โครงสร้างพื้นฐานเดียวกัน ต่อมา Porter (1990) ได้พัฒนาแนวความคิดจาก Marshall เป็นการรวมกลุ่มแบบ Clustering โดยเห็นว่ากระบวนการแข่งขันที่เกิดขึ้นระหว่างหน่วยผลิตในกลุ่มเดียวกันเป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มนั้นเจริญเติบโตขึ้น เนื่องจากการแข่งขันจะทำให้สร้างนวัตกรรมขึ้นมา และเกิดการปรับปรุงเทคโนโลยีหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

ทั้งนี้ แนวคิดของ Porter เกี่ยวกับ Cluster เป็นการศึกษาค้นคว้าได้เปรียบจาก 4 ปัจจัย หรือเรียกว่า Diamond model ประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต (Factor conditions) ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand conditions) กลยุทธ์การแข่งขันด้านอุตสาหกรรม (Industry strategy) และอุตสาหกรรมสนับสนุน (Related and supporting industries) วิธีการวิเคราะห์ดังกล่าวใช้

วิเคราะห์ระดับพื้นที่ ภูมิภาค หรือเขตอุตสาหกรรม ทั้งนี้ รูปแบบของ cluster แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การรวมกลุ่มในแนวตั้ง (Vertical clusters) โดยรวมกลุ่มในลักษณะเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward linkage) และเชื่อมโยงย้อนไปข้างหลัง (Backward linkage) ผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย และ 2) การรวมกลุ่มในแนวนอน (Horizontal clusters) เป็นลักษณะของกลุ่มที่มีลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน หรือส่งวัตถุดิบที่เดียวกัน (Rosenfeld 1996)

UNIDO (อ้างถึงใน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2549) ได้ให้ความหมายของ cluster ว่าเป็นการกระจุกตัวหรือการรวมกลุ่มทางพื้นที่ที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน ผลิตสินค้าที่มีลักษณะเดียวกัน เกี่ยวข้องกัน หรือส่งเสริมกัน มีอุปสรรคและการท้าทายทางธุรกิจเหมือนกัน นอกจากนี้ ภายใน cluster ยังรวมถึง สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานในภาครัฐที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จะช่วยกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกันในการพัฒนา cluster ต่อไป

งานศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการรวมกลุ่ม (Agglomeration theory) ส่วนใหญ่ได้เน้นเรื่องการกระจายตัวชนิดของสินค้าให้มีความหลากหลาย (Diversity) และมีความแตกต่างกัน (Heterogeneity) เพื่อนำไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น เริ่มจากงานศึกษาของ Dixit และ Stiglitz (1977) ได้ศึกษาและพัฒนาแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับการแข่งขันและการพัฒนาการกระจายตัวชนิดของสินค้า และต่อมาได้ถูกพัฒนาโดย Fujita (1988, อ้างถึงใน Johansson และ Quigley 2004) ในการพิจารณาถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างผลผลิตและความหลากหลายของสินค้า โดยได้ข้อสรุปว่าการกระจายตัวและความหลากหลายของสินค้าสำหรับบริโภคและปัจจัยการผลิตสามารถทำให้เกิดความประหยัดจากขนาด (External scale economies) โดยมีปัจจัยหลักจากขนาดของเมืองและอิทธิพลของแรงงานในการกำหนดจำนวนของสินค้าและปัจจัยการผลิตที่มีความเฉพาะในพื้นที่ เมืองที่มีขนาดใหญ่จะมีความหลากหลายของสินค้าและปัจจัยการผลิตมากกว่าเมืองเล็ก เมื่อความหลากหลายของสินค้าสำหรับผู้บริโภคมากขึ้นเมืองขนาดใหญ่จะมีผลิตภาพการผลิตที่มากขึ้น และความเป็นอยู่จะดีขึ้นตามขนาดเมือง แม้ว่าหน่วยผลิตของเมืองนี้ได้กำไรปกติก็ตาม

ต่อมา Johansson และ Quigley (2004) กล่าวว่าจากทฤษฎีการรวมกลุ่มประกอบด้วยแบบจำลองเบื้องต้น 2 แบบจำลอง ได้แก่ (1) แบบจำลองแรกนำหลักของเศรษฐกิจที่นำไปสู่ความเป็นเมือง โดยด้านอุปสงค์ได้เน้นไปที่การกระจายตัวและรสนิยมของผู้บริโภคสำหรับความหลากหลายของสินค้า ส่วนด้านอุปทานได้เน้นไปที่ผลิตภาพการผลิต (Productivity) ของปัจจัยการผลิต (2) ในแบบจำลองนี้มีความแตกต่างจากแบบจำลองแรก โดยได้มุ่งเน้นไปที่หน่วย

ผลิตโดยพิจารณาถึงประสิทธิภาพจากการรวมตัว และความเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward linkage) และเชื่อมโยงย้อนไปข้างหลัง (Backward linkage) ภายในในกลุ่ม โดยความเชื่อมโยงอาจเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติหรือจัดการขึ้นก็ได้ ในแบบจำลองนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากแบบจำลองการรวมกลุ่มของ Marshall ที่ความเชื่อมโยงของหน่วยผลิตจากการรวมกลุ่มจะทำให้ภูมิภาคเล็กๆ ดีขึ้น เช่นเดียวกับเมืองขนาดใหญ่

ข. ประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการรวมกลุ่มและ Clustering

การให้ความสนใจในด้านการรวมกลุ่มของโรงงานอุตสาหกรรมได้รับความสนใจมานาน โดยเริ่มจาก Marshall ศึกษาพบว่า ประโยชน์จากการรวมกลุ่มสามารถจำแนก 3 ประเภท ได้แก่ ลดต้นทุนร่วมกันในกลุ่มผู้ผลิต (Sharing input suppliers) ลดความผันผวนของแรงงาน (Sharing a pool of labor) และการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี (Sharing information) ต่อมา Weber (1929, อ้างถึงใน วัลลพ 2535) ได้ให้ความสำคัญของการรวมกลุ่มว่าทำให้เกิดการประหยัดภายนอก (External economies of scale) โดยการรวมกลุ่มจะเกิดจากการที่ผู้ประกอบการค้นพบว่าหน่วยผลิตสามารถรวมตัวในบริเวณเดียวกันจะสามารถประหยัดต้นทุนการผลิตได้

ส่วน Wheeler และ Muller (1986, อ้างถึงใน วัลลพ 2535) ได้จำแนกประโยชน์จากการรวมกลุ่มไว้ 4 ประเภทได้แก่

1) การประหยัดจากการขนส่ง (Transfer economies) เป็นการประหยัดจากการที่โรงงานรวมกลุ่มตามโครงข่ายของการขนส่ง ทำให้เป็นศูนย์กลางและมีอำนาจในการซื้อ

2) การประหยัดภายใน (Internal economies of scale) เป็นการประหยัดที่เกิดจากการเพิ่มอัตราการผลิตและการขยายขนาดการผลิต ซึ่งจะทำให้แรงงานและเครื่องจักรได้ใช้ประสิทธิภาพสูงสุด

3) การประหยัดภายนอก (External economies of scale) เกิดจากการรวมกลุ่มโรงงานที่ใช้เครื่องจักรในการผลิตเหมือนกัน ทำให้ลดต้นทุนในการซื้อเครื่องจักรที่เหมือนกัน การประหยัดภายนอกจะมีความสำคัญมากกับโรงงานก่อตั้งใหม่เนื่องจากจะทำให้ลดต้นทุนได้

4) การประหยัดจากความเป็นเมือง (Urbanization economies) ภายในในเมืองจะมีปัจจัยที่ทำให้สามารถลดต้นทุนได้ เช่น เป็นแหล่งแรงงาน แหล่งการบริการและมีการขนส่งที่ดี ดังนั้นโรงงานอุตสาหกรรมที่อยู่ในเมืองใหญ่จึงมีต้นทุนในการผลิตต่ำ

ประโยชน์ของการรวมกลุ่มนั้นมีหลายประการ ที่เห็นเด่นชัดคือสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรม ช่วยเพิ่มความสะดวกในการประกอบธุรกรรมต่างๆ และส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดเวลา และเมื่อการรวมกลุ่มมีความเข้มแข็งขึ้นก็ส่งผลให้มีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น มีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นต่อไป

2.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งผลงานศึกษาที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน ได้แก่ ส่วนแรก เป็นงานศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทย ส่วนที่สอง เป็นผลงานศึกษาเกี่ยวกับการเจริญเติบโต และปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของ SMEs และส่วนที่สาม เป็นงานศึกษาเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลในประเทศต่างๆ เนื่องจากนโยบายของรัฐเป็นบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนา SMEs ในบางประเทศ แต่ในทางตรงกันข้ามในบางประเทศ นโยบายของรัฐบาลกลับสร้างปัญหาต่อ SMEs หรือมีผลกระทบต่อ SMEs

2.2.1 งานศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทย

อุตสาหกรรมเซรามิกของไทยได้รับการสนับสนุนการและส่งเสริมจากรัฐบาลหลายประการ ในส่วนของนโยบายที่ไม่ใช่ภาษี ซึ่งได้แก่ 1) นโยบายสนับสนุนด้านการลงทุนและสินเชื่อ รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนผ่านหลายหน่วยงาน อาทิเช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2) กำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเซรามิกมีคุณภาพ เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค และ 3) นโยบายในการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและปรับภาวะทางสังคม โดยกระจายการจ้างงานและลดมลภาวะ

ในส่วนของนโยบายด้านภาษีอากร รัฐบาลได้ลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตเซรามิก และผลิตภัณฑ์เซรามิก เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในประเทศได้พัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของตัวเองเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์นำเข้าได้ นอกจากนี้รัฐบาลได้ดำเนินนโยบายใน

การชดเชยค่าภาษีส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิก เพื่อให้มีการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกเพิ่มขึ้น (สถาบันวิจัยสังคม, 2545)

แม้ว่าอุตสาหกรรมเซรามิกจะได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากรัฐบาลหลายประการ แต่พัฒนาการของอุตสาหกรรมเซรามิกยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ส่งเสริมไว้ เนื่องจากประสบปัญหาในกิจกรรมการผลิตและการตลาด ดังนี้ 1) วัตถุดิบมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และภาษีนำเข้าวัตถุดิบ โดยเฉพาะสีเซรามิกมีอัตราสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง 2) พลังงาน ซึ่งได้แก่ ก๊าซ และไฟฟ้ามีราคาสูง เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง 3) ผู้ประกอบการ SMEs ขาดระบบการจัดการที่ดี ใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ล้าสมัย และมีข้อจำกัดในการลงทุนด้านเครื่องจักร 4) ขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิกในเชิงธุรกิจ ขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ และความชำนาญในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์ และ 5) ขาดข้อมูลทางการตลาดของประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่ง และขาดการส่งเสริมจากภาครัฐในการออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ (สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2, 2547)

จากปัญหาในกิจกรรมการผลิตและการตลาดดังกล่าว ทำให้อุตสาหกรรมเซรามิกได้รับการสนใจศึกษาเป็นอย่างมาก โดยการศึกษาในแนวทางเศรษฐศาสตร์ที่ผ่านมาสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) งานศึกษาเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของอุตสาหกรรมเซรามิกไทย และ 2) งานศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของอุตสาหกรรมเซรามิก

งานศึกษาเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอุตสาหกรรมเซรามิกไทย ได้แก่ งานศึกษาของ จริญญา (2535) ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเซรามิกไทย อุไรวรรณ (2540) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และการคุ้มครองอุตสาหกรรมเซรามิกไทย นักปราชญ์ (2541) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมเซรามิกไทย ฯลฯ ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า อุตสาหกรรมเซรามิกไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิต และแม้ว่าจะไม่ได้รับการคุ้มครองจากรัฐบาลก็สามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศเพิ่มขึ้นได้

ส่วนศักยภาพในการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกในแต่ละตลาดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งแล้วพบว่า ในปี 2535 ผลิตภัณฑ์เซรามิกส่วนใหญ่มีความได้เปรียบที่เพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย แคนาดา และกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์กระเบื้องเคลือบและเครื่องสุขภัณฑ์ (จริญญา, 2535) ต่อมาในปี 2543 ได้มีงานศึกษาพบว่า ในแต่ละตลาดส่งออกของไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในผลิตภัณฑ์เซรามิกที่แตกต่างกัน โดยใน

ตลาดสหรัฐฯ ไทยได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องสุขภัณฑ์มากที่สุด ในตลาดสหภาพยุโรปมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมากที่สุด ส่วนในตลาดญี่ปุ่นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องสุขภัณฑ์ ของชำระล้างและเครื่องประดับ เครื่องใช้ในบ้านและห้องน้ำ เครื่องเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร โดยประเทศคู่แข่งสำคัญของไทย ได้แก่ ประเทศจีน เวียดนาม อิตาลีและสเปน และเม็กซิโก (สถาบันวิจัยสังคม, 2545)

ส่วนงานศึกษาด้านขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีงานศึกษาของ พรพรรณ (2546) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แนวทาง cluster ของอุตสาหกรรมเซรามิกประเภทศิลาดลในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อุตสาหกรรมเซรามิกประเภทศิลาดลในเชียงใหม่ไม่ได้รวมตัวเป็น Cluster เป็นเพียงแหล่งธุรกิจของอุตสาหกรรมที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน ขาดความร่วมมือและความเชื่อมโยงระหว่างกัน แต่อย่างไรก็ตามในงานศึกษาของ สถาบันวิจัยสังคม (2547) เห็นว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิกในเชียงใหม่มีความสามารถหลักขององค์กร¹ คือมีความเข้าใจในตลาดสากล และความสามารถ ในการผลิตและขายผลิตภัณฑ์ในเชิงงานศิลปกรรมและหัตถกรรม ดังนั้นหากได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็จะสามารถพัฒนาเป็น Cluster ที่ยั่งยืนได้

ในส่วนของงานศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของอุตสาหกรรมเซรามิกมีงานศึกษาของ สุวานิกา (2545) ศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปาง พบว่า อุตสาหกรรมเซรามิกในลำปางเริ่มต้นจากการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เก่าแก่ที่สุด ในระยะต่อมามีการเปลี่ยนแปลงมาผลิตเซรามิกประเภทอื่นมากขึ้น ทำให้เซรามิกของลำปางมีรูปแบบที่หลากหลายมากกว่าจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือ นอกจากนี้มีการพัฒนาระบบจากเตามังกรแบบเก่าในระยะแรกมาเป็นเตาซีตเตลในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อจำหน่ายตลาดในประเทศมากกว่าตลาดต่างประเทศ

ส่วนพัฒนาการอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ วัลลพ (2535) ศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมเซรามิกในเชียงใหม่มีพัฒนาการมาจากการผลิตเครื่องปั้นดินเผาในท้องถิ่นที่ทำการ

¹ ความสามารถหลัก หมายถึง ความเชี่ยวชาญหลักที่ทำให้องค์กรสามารถขยายตัวเติบโตต่อไปในสาขาต่างๆ และมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

ผลิตเฉพาะเครื่องใช้ในครัวเรือน ต่อมาเข้าสู่การผลิตในระบบอุตสาหกรรม เพื่อทำการผลิตเซรามิกประเภทอื่น เช่น อุปกรณ์ก่อสร้าง เครื่องประดับตกแต่ง และของชำร่วย ซึ่งผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนจากในท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวและส่วนภูมิภาค โดยพัฒนาการดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับบทบาทหน้าที่ของเมืองเชียงใหม่ที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งผลิตสินค้าหัตถกรรม

2.2.2 งานศึกษาเกี่ยวกับการเจริญเติบโต และปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของ SMEs

งานศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ การสะสมทุน (Capital accumulation) ทุนมนุษย์และการเรียนรู้ (Human capital) และการวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม (Research, development and innovation) อย่างไรก็ตาม Stern (1991) เห็นว่าทั้ง 3 ปัจจัย เป็นการขยายทางด้านปัจจัยการผลิตเท่านั้น แต่การเจริญเติบโตควรมีปัจจัยนอกเหนือจากนั้น จึงเพิ่มปัจจัยทางด้านการจัดการและการจัดรูปแบบองค์กร (Management and organization) โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ (Infrastructure) และการจัดสรรทรัพยากรต่อระดับผลผลิตในแต่ละหน่วย เนื่องจากหากไม่จัดสรรจะเกิดการบิดเบือนการใช้ทรัพยากร

ส่วนกรณีงานศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยของการเจริญเติบโตของ SMEs ที่ผ่านมาจะอธิบายผ่านการเจริญเติบโตใน 3 ด้าน ได้แก่ การเจริญเติบโตของการจ้างงาน (Employment growth) การเจริญเติบโตของสินทรัพย์ (Asset growth) และการเจริญเติบโตของยอดขาย (Sales growth) โดยใช้กฎการก่อให้เกิดการได้สัดส่วน (Law of Proportionate Effect) ของ Gibrat เป็นพื้นฐานในการอธิบายเกี่ยวกับการเจริญเติบโตของ SMEs ซึ่งมีขนาดและอายุของหน่วยผลิตเป็นตัวพิจารณาปัจจัยของการเจริญเติบโต (เช่นงานศึกษาของ Reid, 1993 Glancey, 1998) แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะต่างๆ ที่ทำให้หน่วยผลิตเจริญเติบโตมีมากกว่าขนาดและอายุของหน่วยผลิต เช่น ลักษณะของผู้ประกอบการหรือผู้จัดการ กิจกรรมเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาของหน่วยผลิต โครงสร้างทุน ทรัพยากรมนุษย์ และการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปต่างประเทศ (Heshmati, 2001)

นอกจากนี้ในงานศึกษาหลายๆ งาน ได้ศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของ SMEs เช่น ลักษณะของเจ้าของหรือผู้จัดการ (เช่นงานศึกษาของ Heshmati, 2001) ข้อจำกัด

ในการจัดการ (เช่นงานศึกษาของ Harabi, 2007 และ Roper, 1999) และด้านการตลาดต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ และการส่งออก (เช่นงานศึกษาของ Roper, 1999 และ Reuber and Fisher, 2002) ฯลฯ หรือแม้แต่การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก เช่น การสนับสนุนจากรัฐ (เช่นงานศึกษาของ Biggerri, Gambelli and Phillips, 1999 และ Harabi, 2007) รวมไปถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยผลิต (เช่นงานศึกษาของ Robson และ Bennett, 2000)

งานศึกษาของ Reid (1993) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของ SMEs โดยใช้ตัวแปรอิสระคือ การเจริญเติบโตของสินทรัพย์ (Asset growth) และการสร้างกำไรของกิจการ ที่เกิดจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้ 1) ตลาดหลัก เช่น ตลาดในท้องถิ่น ตลาดในภูมิภาค หรือตลาดในต่างประเทศ 2) ส่วนแบ่งของตลาดที่ได้รับจากสินค้าหลัก โดยมีสมมติฐานว่าหากมีส่วนแบ่งตลาดมาก ก็จะมีอำนาจต่อรองในตลาดมาก 3) อิทธิพลทางด้านราคาของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน 4) ระดับของความแตกต่างของสินค้าในกลุ่มสินค้าหลัก โดยแบ่งลักษณะที่เหมือนกันทุกประการ/แตกต่างกัน 5) การได้รับสินเชื่อ 6) อัตราของผลกำไร โดยผลการศึกษาพบว่า ยิ่งหน่วยผลิตขนาดเล็กมีตลาดหลักเป็นตลาดต่างประเทศ และได้รับส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจะมีผลต่อการเจริญเติบโตที่ดี แต่ในกรณีที่คู่แข่งมีอิทธิพลทางด้านราคาหรือสินค้าในโรงงานมีความแตกต่างกันเกินไปจะทำให้การเจริญเติบโตลดลง ผลการสร้างหนี้มีผลทางลบต่อการเจริญเติบโตเนื่องจากผู้ประกอบการคาดการณ์ตลาดของตนเองสูงเกินจริง ส่วนอัตราผลกำไรไม่มีความสัมพันธ์ทางลบต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการอาจจำเป็นต้องแลกเปลี่ยนกันระหว่างอัตราผลกำไรและการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ได้มีงานศึกษาของ Glancey (1998) ทำการศึกษาปัจจัยต่อการเจริญเติบโตของการจ้างงาน (Employment growth) และการสร้างกำไรของ SMEs ภาคการผลิตในเมือง Tayside ประเทศสกอตแลนด์ โดยนำปัจจัยที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของ Reid มาใช้อธิบายงานศึกษาของเขา โดยพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของ SMEs คือ ขนาดของหน่วยผลิต อายุ และตำแหน่งที่ตั้ง เป็นหลัก เช่นเดียวกับงานศึกษาของ Reid นอกจากนี้ มีงานศึกษาของ Robson และ Bennett (2000) เห็นว่าปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนา SMEs นอกเหนือจากปัจจัยภายในของหน่วยผลิตเองแล้ว ยัง รวมไปถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยผลิตขนาดเล็กด้วยกันเอง หรือระหว่างลูกค้าและ supplier เนื่องจากความเชื่อมโยงดังกล่าวจะก่อประโยชน์ โดยการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีซึ่งกันและกัน เกิดความประหยัดจากภายนอก (External economies)

งานศึกษาของ Giggeri และคณะ (1999) วิเคราะห์ SMEs ในประเทศจีน โดยเน้นไปที่การเจริญเติบโต พบว่าการเจริญเติบโตของ SMEs ขึ้นอยู่กับทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยพิจารณาว่าหาก SMEs ไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐหรือเอกชน ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการเจริญเติบโตมาจากความสามารถในการยกระดับของผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อสภาพหรือเงื่อนไขทางตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และการยกระดับทุนกายภาพและทุนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญแม้ว่าจะทำได้จำกัด โดยการยกระดับทุนมนุษย์มีความสำคัญเช่นเดียวกับทุนทางกายภาพในการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาภาค SMEs ในรูปของทักษะของแรงงาน และการสร้างเทคโนโลยีแบบใหม่ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นความสามารถในการผลิต (Productivity)

ส่วนปัจจัยภายนอก SMEs ในประเทศจีน มาจากแรงจูงใจในการส่งเสริมนโยบายต่างๆ ของพรรคคอมมิวนิสต์เพื่อให้เกิดการปฏิรูปทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลดีต่อการพัฒนา SMEs รัฐบาลท้องถิ่นยังเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนา SMEs ในมณฑลต่างๆ ในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจให้กับท้องถิ่นนั้นๆ นอกจากนี้ การลงทุนจากต่างชาติก็เป็นสิ่งที่ช่วยในการพัฒนาเทคโนโลยีและพัฒนาแรงงาน ส่วนการศึกษาเชิงประจักษ์เพื่อนำมาสนับสนุนกับทฤษฎีการเจริญเติบโตของ SMEs โดยกำหนดตัวแปรอิสระคือ รายรับรวม (ยอดขาย) ต่อจำนวนแรงงาน ตัวแปรต้น ได้แก่ มูลค่าสินทรัพย์ถาวรต่อจำนวนแรงงาน ทุนในการทำงานต่อจำนวนแรงงาน สัดส่วนผู้ประกอบการต่อพื้นที่ และสัดส่วนของจำนวนแรงงานที่มีความรู้ขั้นพื้นฐานต่อจำนวนแรงงานที่ไม่รู้หนังสือ (Human capital) ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรต้นทั้งหมดมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรายรับรวมต่อจำนวนแรงงาน

งานศึกษาของ Reuber และ Fischer (2002) ได้ศึกษาการเจริญเติบโตของ SMEs โดยพิจารณาบทบาทของการเจริญเติบโตของยอดขายไปต่างประเทศหรือการส่งออก ของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ software และอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องในประเทศแคนาดา พบว่า การเจริญเติบโตของยอดขายไปต่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการเจริญเติบโตของยอดขายในอุตสาหกรรมดังกล่าว

งานศึกษาของ Harabi (2007) ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเจริญเติบโตของหน่วยธุรกิจขนาดเล็กในประเทศโมร็อกโก โดยใช้แบบสอบถาม กำหนดให้ตัวแปรอิสระคือ ค่าคาดการณ์ของยอดขายในช่วงปี 1998 – 2000 (หากจะเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นกำหนดให้เป็น 3 หากคงที่กำหนดให้เป็น 2 และลดลงกำหนดให้เป็น 1) วิธีการศึกษา Multinomial logit ผลการศึกษาพบว่า ขนาดและอายุของหน่วยผลิตมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการคาดการณ์ของยอดขาย ด้านที่ตั้งพื้นที่ใน

เมืองและความได้เปรียบในด้านของการตั้งราคาของหน่วยผลิตจะเป็นผลบวกต่อการคาดการณ์ของยอดขายว่าจะเพิ่มขึ้น ในส่วนของปัจจัยด้านอื่น เช่น นโยบายสนับสนุนของรัฐบาล และความต้องการสินค้ามีความเข้มแข็งก็เป็นบวกต่อการคาดการณ์ของยอดขายว่าจะเพิ่มขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตามหน่วยผลิตที่ขาดแคลนการเข้าถึงแรงงานและการจัดการที่ดีทำให้การคาดการณ์ของยอดขายลดลงเช่นกัน

งานศึกษาของ Roper (1999) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของยอดขายโดยส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับกระบวนการขยายตลาดทั้งสิ้น ซึ่งได้แก่ การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ การขยายตลาดส่งออกใหม่ และการมีใบรับรองคุณสินค้า ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อการเจริญเติบโตของหน่วยผลิต แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะของหน่วยผลิต คือ อายุของหน่วยผลิต และข้อจำกัดด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ ก็มีความสัมพันธ์ในทางลบต่อการเจริญเติบโตของยอดขายเช่นกัน

จากงานศึกษาต่างๆ จะเห็นว่าม้งานศึกษาการเจริญเติบโตของ SMEs มี 3 ด้าน ได้แก่ การเจริญเติบโตของการจ้างงาน (Employment growth) การเจริญเติบโตของสินทรัพย์ (Asset growth) และการเจริญเติบโตของยอดขาย (Sales growth) สำหรับงานศึกษาเกี่ยวกับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่จะพิจารณาเฉพาะการเจริญเติบโตของยอดขาย (Sales growth) เนื่องจากการจ้างงานของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อย และการเจริญเติบโตด้านสินทรัพย์นั้นมีปัญหาในด้านของข้อมูล ทั้งนี้สามารถปัจจัยที่ใช้ดังนี้ ปัจจัยภายใน 1. ด้านทรัพยากรมนุษย์ 2. ลักษณะของหน่วยผลิต ประกอบด้วย อายุ ขนาด และที่ตั้งของหน่วยผลิต 3. ลักษณะของการจัดการด้านการผลิต ประกอบด้วย การเข้าถึงเทคโนโลยีการผลิต และการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต และ 4. การจัดการด้านการตลาด ประกอบด้วย สัดส่วนของการส่งออกสินค้าต่อการขายในประเทศ กระบวนการเพิ่มช่องทางตลาด และการรับเทคโนโลยีด้านการตลาด (Technology adoption) ส่วนปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ และการรวมกลุ่ม (Cluster) และความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น โดยสรุปงานศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการเจริญเติบโตของยอดขายได้ตามตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1

สรุปงานศึกษาวิจัยที่มีนัยสำคัญต่อการเจริญเติบโตของยอดขาย SMEs

ลำดับ	ชื่อ	Dependent Variables (Y _i)	Independent Variables (X _i)	ข้อมูล	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
1	Harabi (2007)	ESALES ค่าคาดการณ์ของการเจริญเติบโตของยอดขายในช่วงปี 1998 – 2000 (3 = ค่าคาดการณ์เป็น +, 2 = ไม่มี การเปลี่ยนแปลง และ 1 = ค่าคาดการณ์เป็น -)	<ul style="list-style-type: none"> - การดำเนินธุรกิจของหน่วยธุรกิจที่ตั้งในพื้นที่เมือง - นโยบายสนับสนุนของรัฐ - ความต้องการสินค้าเข้มแข็ง - ความได้เปรียบด้านราคา - ขาดแคลนการเข้าถึงแรงงาน และการจัดการที่ดี 	Cross section	<p>Maximum Likelihood Estimates of Multinomial Logit Model</p>	<p>+ + + + + -</p>
2	Biggeri, Gambelli and Phillips (1999)	Total revenue per employee (รายได้รวมต่อจำนวนแรงงาน)	<ul style="list-style-type: none"> - มูลค่าสินทรัพย์ถาวรต่อจำนวนแรงงาน - ทุนในการทำงานต่อจำนวนแรงงาน - สัดส่วนผู้ประกอบการต่อพื้นที่ - สัดส่วนของจำนวนแรงงานที่มีความรู้ขั้นพื้นฐานต่อจำนวนแรงงานที่ไม่รู้หนังสือ (human capital) 	Panel data (Dummy ปี)	Ordinary Least Square (OLS)	<p>+ + + +</p>

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

สรุปงานศึกษาวิจัยที่มีนัยสำคัญต่อการเจริญเติบโตของยอดขาย SMEs

ลำดับ	ชื่อ	Dependent Variables (Y)	Independent Variables (X)	ข้อมูล	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
3	Reuber and Fischer (2002)	อัตราการเจริญเติบโตของยอดขายรวม	- อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย ไปต่างประเทศ	Cross section	Zero Order Correlations	+
4	Heshmati (2001)	การเจริญเติบโตของยอดขาย (sales growth)	- ความยืดหยุ่นของขนาดการจ้างงาน - ความยืดหยุ่นของอายุของหน่วยผลิต - สัดส่วนหนี้ต่อ equity - ความยืดหยุ่นของการสร้างกำไร - การศึกษาของเจ้าของกิจการ	Panel data	Pooled Ordinary Least Square (OLS) and Generalized Least Square (GLS)	- + + + +
5	Roper (1999)	การเจริญเติบโตของยอดขาย (Sale growth)	- ลักษณะของ firm (อายุ) - เงื่อนไขของตลาด (การขาดแคลนวัตถุดิบ) กระบวนการขายตลาด - ผลิตภัณฑ์ใหม่ - ตลาดส่งออกใหม่ - ไม้รับรองคุณภาพสินค้า	Cross section	Ordinary Least Square (OLS)	- - + + +

หมายเหตุ : เครื่องหมายบวก (+) หมายถึง ตัวแปร X มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับตัวแปร Y, เครื่องหมายลบ (-) หมายถึง ตัวแปร X มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับตัวแปร Y.

2.2.3 งานศึกษาเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลที่มีผลต่อ SMEs

แม้ว่าจะมีปัจจัยที่สนับสนุนต่อการเจริญเติบโตของ SMEs มากมาย แต่เนื่องจาก SMEs มีขนาดเล็ก มักจะเกิดปัญหาความไม่แน่นอนในการดำเนินการ และได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก โดยมีงานศึกษาหลายงาน (เช่น งานของ OECD (2000) งานของ Tambunan (2000)) พบว่า SMEs มักจะมีข้อจำกัดต่อการเจริญเติบโต ดังนี้ 1) ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ 2) มีการได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีต่ำ 3) มีข้อจำกัดด้านการจัดการและทักษะต่างๆ 4) มีความสามารถด้านการผลิตต่ำ 5) ไม่สามารถเข้าถึงทั้งตลาดแรงงานและตลาดผลผลิต และ 6) ขาดข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับโอกาสและการเข้าถึงตลาดโลก ดังนั้น ในบางประเทศ รัฐบาลจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนา SMEs เช่น ในประเทศจีนนักปกครองท้องถิ่นหรือในมณฑลที่ติดแหล่งทะเล พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อให้ผลการเจริญเติบโตในมณฑลที่ติดทะเลส่งผลไปถึงมณฑลใกล้เคียง แต่ในทางตรงกันข้ามบางประเทศ นโยบายของรัฐบาลกลับสร้างปัญหาต่อ SMEs หรือมีผลกระทบต่อ SMEs เช่น นโยบายส่งเสริมการผลิตของผลิตภัณฑ์สิ่งทอของประเทศอินเดีย ส่งผลให้มีปริมาณมากเกินไป แต่ไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้ ดังนั้นจึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า นโยบายของรัฐบาลมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนา SMEs

ก. กรณีศึกษาประเทศจีน

Giggeri และคณะ (1999) ศึกษา นโยบายของพรรคคอมมิวนิสต์ซึ่งเป็นรัฐบาลในประเทศจีนภายหลังเกิดการปฏิรูปการปกครองในปี 1980 จากผลการปฏิรูปดังกล่าว ได้ส่งผลกระทบต่อหน่วยผลิต โดยสร้างโอกาสในการได้รับผลกำไร และมีการสร้างแรงจูงใจทางโครงสร้างต่างๆ ในการปฏิรูปทำให้ SMEs มีความเชื่อถือในระบบตลาดมากขึ้น ในการจัดหาปัจจัยการผลิต และการขายผลผลิต อีกทั้งยังทำให้เกิดการแข่งขันระหว่าง SMEs ด้วยกัน ซึ่งเป็นผลดีต่อการปรับปรุงด้านธุรกิจ นอกจากนี้ SMEs ได้ส่งเสริมให้มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และมีการปรับปรุงทางด้านเศรษฐกิจให้ดีขึ้น

นอกจากนั้นข้อจำกัดทางด้านสินเชื่อที่เป็นปัญหาสำคัญของ SMEs ภายหลังการปฏิรูปได้รับประโยชน์จากการกระจายอำนาจ และการขยายตัวของธนาคารเพื่อการเกษตรของจีน และสหกรณ์สินเชื่อในชนบท นอกจากนี้ยังมีนโยบายเฉพาะสำหรับ SMEs โดยรัฐจะทำหน้าที่ลงทุนต่างๆ เพื่อการปฏิรูปเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรม สำหรับปัญหาเทคโนโลยีและ

การขาดแคลนการอบรมด้านการจัดการ ให้คณะกรรมการด้านเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ได้สร้าง ศูนย์ทางเทคโนโลยี เพื่อให้การสนับสนุนทางด้านการลงทุนเกี่ยวกับทุนมนุษย์ เทคโนโลยีขนาดใหญ่ และทำการสอนผู้ประกอบการในด้านการจัดการให้มีประสิทธิภาพ สำหรับรัฐบาลท้องถิ่นก็มี บทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยเหตุผลสำคัญมาจากการกระจายอำนาจของระบบ การคลัง ซึ่งรัฐบาลท้องถิ่นสามารถจัดเก็บรายได้ด้วยตนเองได้ ซึ่งเป็นแรงจูงใจทำให้รัฐบาลท้องถิ่น สามารถพัฒนาพื้นที่ที่ปกครองอยู่ สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่ดีมากขึ้น บทบาทของรัฐบาลท้องถิ่นจึง เป็นผลดีต่อการพัฒนา SMEs ในท้องถิ่น

ด้านเศรษฐกิจของมณฑลต่างๆ ของจีนมีความเชื่อมโยงกับสังคมเศรษฐกิจ และการเมือง ซึ่งลักษณะของการพัฒนาเศรษฐกิจของจีนในปี 1980 เป็นต้นนี้ ประเทศจีนมีความ แข็งแกร่งทางด้านภูมิภาคเนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติ ทุนมนุษย์ และยุทธศาสตร์ทางด้านที่ตั้ง ทางเศรษฐกิจ จึงก่อให้เกิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และอีกส่วนหนึ่งเป็นผลมาจาก เครื่องมือทางนโยบาย โดยในช่วงปี 1980 พรรคคอมมิวนิสต์เชื่อว่า การพัฒนาทางเศรษฐกิจและ เทคโนโลยีของมณฑลชายฝั่งที่สำคัญ จะเป็นการกระตุ้นการพัฒนาของมณฑลภายในด้วย โดย นโยบายที่กระตุ้นการพัฒนาทางเศรษฐกิจในช่วงปี 1986-1990 เป็นผลให้โครงสร้างของ SMEs ใน แต่ละมณฑลมีความแตกต่างกัน ระดับความเป็นอุตสาหกรรมที่สูงแถบชายฝั่งสะท้อนถึงระดับของ การลงทุนในสินค้านำเข้า ความแข็งแกร่งในการเข้าถึงตลาด และความแข็งแกร่งในการรวมตัวกันใน เศรษฐกิจเมือง และการค้าระหว่างประเทศ และอีกส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการเปิด ประเทศ ที่เป็นแรงดึงดูดให้ทุนและเทคโนโลยีมาพร้อมกับนักลงทุนจากต่างประเทศมาลงทุนในเขต เศรษฐกิจสำคัญ เนื่องจากจีนมีต้นทุนทางด้านแรงงานที่ต่ำ และการส่งเสริมด้านการตลาด ทำให้ SMEs สามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ ในสินค้าประเภทที่ใช้แรงงานเข้มข้น (Labor intensive) ได้เป็นอย่างดี

ข. กรณีศึกษาประเทศอินเดีย

Little และคณะ (1987) ทำการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลต่ออุตสาหกรรม SMEs ในประเทศอินเดีย โดยพบว่านโยบายของอินเดียมีทั้งปกป้องและอุดหนุนผู้ประกอบการ ขนาดเล็กมาตั้งแต่สมัยอดีต นโยบายส่งเสริม SMEs ในอินเดีย เป็นแรงจูงใจในการเพิ่มปริมาณ การผลิตของหน่วยผลิตขนาดเล็ก (Small-scale enterprises) ทั้งมีการลดภาษีสรรพสามิต และ การเพิ่มสำรอง (Reservation) ของสินค้าในเป็นรูปแบบการทำ License กับรัฐบาล แต่ปัญหาที่

ตามมาคือ สินค้าที่เพิ่มปริมาณมากขึ้นทำให้ผลผลิตเกินความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งไม่สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ นอกจากนี้แล้วผู้ผลิตขนาดเล็กต้องจัดการกับปัญหา licensing policy ต้นทุนด้านแรงงานเพิ่มสูงขึ้น และที่สำคัญมีการเพิ่มภาษีสรรพสามิตเมื่อผู้ผลิตมีขนาดใหญ่ขึ้น จากปัญหาดังกล่าวจึงเป็นการยากที่ผู้ผลิตขนาดเล็กจะประสบความสำเร็จเป็นผู้ผลิตขนาดใหญ่

นอกจากนี้ Little และคณะได้ศึกษานโยบาย SMEs ของประเทศอินเดียในอุตสาหกรรมสิ่งทอ น้ำตาล และอุตสาหกรรมวิศวกรรมเบา โดยทั้ง 3 อุตสาหกรรมเป็นผลจากการดำเนินนโยบายที่ผิดพลาดเกี่ยวกับ SMEs ในกรณีของอุตสาหกรรมสิ่งทอ มีนโยบายส่งเสริมการผลิตสิ่งทอในผู้ผลิต Power loom และ Handloom อย่างมาก ส่งผลให้ผลผลิตจากโรงงานขนาดใหญ่ขยายตัวได้ค่อนข้างช้า อีกทั้งมีผลกระทบด้านแรงงาน เนื่องจากนโยบายเพิ่มผลผลิตในกลุ่มผู้ผลิต Power loom และ Handloom ทำให้มีการจ้างงานมากขึ้น และมากกว่าการชดเชยนโยบายส่งเสริมการส่งออก ไม่เท่ากับการที่แรงงานย้ายไป Power loom โดยส่วนแบ่งตลาดโลกของสิ่งทอจากอินเดียลดลงจากร้อยละ 8.8 ในปี 1960 เป็นร้อยละ 4.1 ในปี 1979 ทั้งนี้ไม่สามารถอธิบายได้ชัดเจนว่านโยบายดังกล่าวเป็นตัวขัดขวางการส่งออก แต่ตัวขัดขวางสำคัญคือ การคุ้มครองสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ

ในกรณีอุตสาหกรรมน้ำตาลเป็นกรณีของความอ่อนแอของตัวเชื่อมทางด้านวัตถุดิบ โดยลักษณะทั่วไปของการตั้งโรงงานน้ำตาลในอินเดีย โรงงานมักจะมีปัญหาขาดแคลนอุปทานอ้อยอยู่แล้ว รัฐบาลจึงให้โรงงานน้ำตาลธรรมชาติ (Khandsari) ที่ผลิตในภาคครัวเรือนตั้งห่างจากโรงงานน้ำตาลขนาดใหญ่ ทั้งนี้เพื่อโรงงานจะไม่แย่งวัตถุดิบหรืออ้อยซึ่งกันและกัน แต่ในช่วงที่อ้อยมีปริมาณมาก รัฐบาลมีนโยบายให้โรงงานน้ำตาลธรรมชาติตั้งใกล้โรงงานขนาดใหญ่ได้ พอถึงช่วงที่ขาดแคลนวัตถุดิบ เกิดปัญหาการแย่งวัตถุดิบกันส่งผลให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบอย่างรุนแรงและเกิดปรากฏการณ์ให้มีประสิทธิภาพผลผลิตต่ำในอุตสาหกรรมน้ำตาล

ส่วนกรณีอุตสาหกรรมวิศวกรรมเบา รัฐบาลมีนโยบายเพิ่มการแทรกแซงโดยจำกัดความสามารถในโรงงานขนาดใหญ่ และทำการส่งเสริมและพัฒนาหน่วยผลิตขนาดเล็ก (Small firm) ทั้งนี้สิ่งที่รัฐบาลเข้าไปสนับสนุนแทนที่จะเป็นการผลิตสินค้าที่เป็น Individual component กลับไปผลิตสินค้าที่มีความซับซ้อน ซึ่งหน่วยผลิตขนาดเล็กไม่มีความสามารถในการผลิตเพียงพอ จึงทำให้เกิดปัญหาสินค้าไม่มีคุณภาพ นอกจากนี้จากการสนับสนุนการผลิตดังกล่าว รัฐบาลเข้าไปแทรกแซงให้เกิดการรวมตัวแบบแนวตั้ง (Vertical cluster) ระหว่างหน่วยผลิตขนาดเล็กและโรงงานขนาดใหญ่ โดยให้หน่วยผลิตขนาดเล็กผลิตสินค้าเพื่อป้อนโรงงานขนาดใหญ่ ยิ่งทำให้เกิด

การแข่งขันระหว่างหน่วยผลิตเล็ก และขนาดกลางที่ผลิตสินค้าเดียวกันส่งโรงงานขนาดใหญ่ ส่งผลให้โรงงานขนาดใหญ่เลือกสินค้าจากหน่วยผลิตขนาดเล็กมาใช้น้อยกว่าหน่วยผลิตขนาดกลาง เนื่องจากไม่มีคุณภาพ นอกจากนี้ แม้จะมีการแข่งขันเกิดขึ้นระหว่างหน่วยผลิตขนาดเล็กและขนาดกลาง แต่หน่วยผลิตขนาดเล็กกลับมีการกระตุ้นให้พัฒนาด้านสินค้า และเครื่องจักรน้อย เนื่องจากสินค้าของพวกเขาได้รับการปกป้องจากรัฐบาล แม้ผลิตสินค้าที่ไม่มีคุณภาพออกมา ก็สามารถขายได้ เนื่องจากรัฐให้การสนับสนุน

ค. กรณีศึกษาประเทศญี่ปุ่น

Whittaker (1997) ศึกษาประวัติทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐที่มีต่อธุรกิจขนาดเล็กและการพัฒนาทางเศรษฐกิจพบว่า เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงต้นสมัยเมจิ (Meiji) โดยในช่วงต้นทศวรรษ 1880 โดยในช่วงนั้นเกิดการค้าขาดดุลและมีโครงการสร้างโครงสร้างพื้นฐานทำให้รัฐบาลต้องการระดมทุนมาใช้จ่ายโดยการออกพันธบัตร เป็นการกระตุ้นให้เกิดเงินเพื่อ ทำให้รัฐบาลต้องใช้นโยบายลดค่าเงิน แต่ก็ยังมีการสร้างพื้นฐานสำหรับการเติบโตของอุตสาหกรรมสมัยใหม่ สร้างความเข้มแข็งต่อนโยบายที่สร้างความแข็งแกร่งและยกระดับความสามารถในการผลิตของอุตสาหกรรมดั้งเดิมและอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ซึ่งเกิดการขยายผลผลิตและทำให้มีการเพิ่มรายรับจากภาษีของรัฐ เพื่อใช้สำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้ได้มีการเพิ่มกองทุนในจังหวัดต่างๆ ของญี่ปุ่นเพื่อใช้สำหรับโครงการโครงสร้างพื้นฐาน

หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการฟื้นฟูอาชีพ รวมถึงการสลายของระบบกลุ่มผู้มีอำนาจทางการเงิน เกิดการส่งเสริมการแข่งขันและระบบเศรษฐกิจแบบประชาธิปไตย ส่งผลประโยชน์ต่อภาคธุรกิจขนาดเล็ก แต่กลับมีผลกระทบต่อการจัดสรรทรัพยากรให้กับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น ถ่านหิน ไฟฟ้า และเหล็ก โดย SMEs สามารถเข้าถึงวัตถุดิบได้ดีขึ้นรวมถึงการได้รับการสนับสนุนด้านการเงิน เช่น การฟื้นฟู Finance Corporation และ People's Finance Corporation ในปี 1949 แต่ในช่วงปี 1950 ได้เกิดปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจขนาดเล็ก จากการรณรงค์การบรรเทาและการแก้ปัญหาแบบใหม่ของรัฐบาล หลังจากการทรวัดตัวของการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐในสงครามเกาหลี ธุรกิจขนาดใหญ่เริ่มมีการชำระเงินล่าช้าและผิดชำระหนี้ต่อ subcontractor ที่เป็น SMEs ส่งผลทำให้เกิดการล้มละลายของ SMEs ตามมา จึงมีผู้รณรงค์การออกกฎหมายเกี่ยวกับการชำระเงินที่ล่าช้า และได้ทำการรณรงค์เกี่ยวกับกฎหมายใหม่เพื่อที่จะ

หยุดการแข่งขันที่มีอยู่มาก มีการยกเว้นธุรกิจขนาดเล็กจากข้อกำหนดของกฎหมายต่อต้านการผูกขาด ห้ามการแทรกแซงจากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

กฎหมายนี้ได้ทำการปกป้องเพียงบางส่วนเท่านั้น และนโยบาย SMEs มีลักษณะเป็นนโยบายอุตสาหกรรม ส่งเสริมการใช้เหตุผล การทำให้ทันสมัย และยกระดับเทคโนโลยี ธุรกิจขนาดเล็กจึงมีลักษณะคล้ายธุรกิจขนาดใหญ่จากการรวมตัวหรือร่วมกิจกรรมระหว่างกันและประสบความสำเร็จของการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) ตลอดจนเกิดความเชี่ยวชาญขึ้น

อย่างไรก็ตามได้มีการวิจารณ์ว่ากฎหมายดังกล่าวได้ให้ประโยชน์แก่โรงงานขนาดกลางและกระตุ้นให้ผลผลิตออกมามาก และนำไปสู่การล้มละลายแบบใหม่ การผลักดันการยกระดับโครงสร้างยังคงมีอยู่ถึงในช่วงทศวรรษ 1960 ในช่วง 1970 นโยบาย SMEs เป็นนโยบายทางตรงน้อยลง โดยจะสร้างบรรยากาศแวดล้อมที่ดีต่อการพัฒนา SMEs แต่ในส่วนนโยบายด้านโครงสร้างอุตสาหกรรมที่ได้ตั้งเอาไว้ก็ไม่ได้ถูกตัดออก แต่ทว่า SMEs ต้องเผชิญปัญหาอย่างมากในช่วงนั้น เนื่องจากปัญหาด้านการค้า การกำหนดระบบอัตราแลกเปลี่ยนใหม่ และเกิด oil shock รัฐบาลจึงได้ออกนโยบายใหม่โดยให้สถาบันการเงินของรัฐปล่อยสินเชื่อที่ง่ายขึ้น และมีการยอมลดภาษี การปกป้องถูกเสนอขึ้นต่อผู้ค้ารายปลีกย่อย ภายใต้กฎหมายผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ตั้งขึ้นในปี 1973 และกฎหมายนี้ใช้เพื่อช่วยเหลือธุรกิจขนาดเล็กในภาวะอุตสาหกรรมตกต่ำ และยังคงเป็นการลดปัญหาการล้มละลาย นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนด้านธุรกิจและให้คำปรึกษาโดยหอการค้า และสมาคมอุตสาหกรรมและการพาณิชย์

ช่วงที่เกิดปัญหาในทศวรรษ 1970 เป็นการสร้างความเข้มแข็ง และนำไปสู่การเปลี่ยนมุมมองของนักธุรกิจในทศวรรษ 1980 ธุรกิจขนาดเล็กได้เป็นสิ่งที่เหมาะสมต่อคนรุ่นใหม่ แต่ SMEs ยังคงเผชิญกับอุปสรรคต่อศักยภาพของพวกเขา แต่วิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้คือ การใช้เทคโนโลยีใหม่ การลงทุนจากต่างประเทศ และการให้คำปรึกษาแก่ผู้รับผลิตช่วงได้ถูกนำขึ้นมาใช้ โดยธุรกิจขนาดเล็กได้ถูกคาดหวังในการสร้างเทคโนโลยีพอๆ กับการใช้เทคโนโลยี

ในทศวรรษที่ 1990 ได้มีการออกนโยบายและเครื่องมือใหม่ เพื่อตอบสนองในระยะยาวต่อ SMEs โดยกระตุ้น SMEs ให้เป็นที่ดึงดูดต่อแรงงาน และสร้างชีวิตชีวาต่อธุรกิจขนาดเล็กในเขตอุตสาหกรรม (Industrial district) การกระตุ้นนี้ได้เริ่มขึ้นและกระจายไปสู่ภาคธุรกิจต่างๆ และสร้างกิจกรรมทางธุรกิจด้วย โดยภาครัฐได้สนับสนุน SMEs ในด้านต่างๆ อย่างมาก เช่น การเสริมสร้างความแข็งแกร่งในด้านการบริหารจัดการ การสนับสนุนเชิงโครงสร้าง การช่วยเหลือแก่ธุรกิจขนาดเล็กในการให้คำปรึกษาและอำนวยความสะดวก และอื่นๆ

ด้านการสนับสนุนทางการเงินแก่ SMEs นั้น เงินที่ SMEs ใช้ส่วนใหญ่มาจากแหล่งทุนส่วนตัวรวมถึงรายได้ที่เก็บไว้ถูกนำมาใช้ทางธุรกิจ รวมถึงเงินออม และกู้ยืมจากญาติๆ และยังมีแหล่งเงินกู้ภายนอกซึ่ง SMEs ได้อาศัยเงินกู้จากแหล่งนี้มาก สำหรับบทบาทของรัฐบาลค่อนข้างเป็นรองในจุดนี้ โดยสถาบันการเงินของรัฐบาลมีการปล่อยสินเชื่อให้กับ SMEs เพียงร้อยละ 10 ของสินเชื่อทั้งหมดที่ปล่อยให้ SMEs แต่ถ้าพิจารณาอย่างละเอียดบทบาทของรัฐที่มีต่อ SMEs จะมีค่อนข้างมาก นอกจากนี้ รัฐบาลท้องถิ่นมีโครงการสนับสนุนด้านการเงินแก่พื้นที่ของตนด้วย ความแปรปรวนของนโยบายระดับประเทศมีระดับเพดานความก้าวหน้าที่ต่ำ และมีระดับความก้าวหน้าของลูกค้ำที่น้อย ขนาดของการให้เงินทุนมาภายใต้ประเภทของกองทุนการจัดการธุรกิจ อย่างน้อยครั้งหนึ่งเป็นสินเชื่อเพื่อภาวะเร่งด่วนสำหรับปัญหาการถดถอย แต่ยังมีปัญหาที่เกิดจากสินเชื่อพิเศษ เช่น เจ้าหน้าที่จะมาตรวจสอบสภาพของธุรกิจซึ่งอาจจะพบสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่ยอมเปิดเผย และยังมีข้อบังคับที่เข้มงวดของสินเชื่อพิเศษทำให้ผู้กู้เกิดความยุ่งยาก และทำให้ไม่พอใจ และทางที่ผู้ประกอบการจะสามารถได้รับเงินกู้ได้ง่ายพวกเขาจะไปติดต่อกับ Credit union หรือ ธนาคารในท้องถิ่นก่อนซึ่งมันง่ายต่อการพูดคุย อีกทั้งเจ้าของอาจจะไม่รู้ถึงโครงการของรัฐบาลหรือคิดว่าโครงการเหล่านั้นยากที่จะใช้

สรุปได้ว่า การสนับสนุนทางตรงและทางอ้อมของรัฐสามารถช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กเข้าถึงเงินทุนในระยะยาวและมีต้นทุนต่ำกว่าแหล่งอื่นๆ โดยการให้สินเชื่อของรัฐเป็นการกระตุ้นในเอกชนปล่อยสินเชื่อและเรียกเก็บอัตราดอกเบี้ยในระดับต่ำ แต่ก็มีกระบวนการพิเศษว่ายากที่จะใช้ การประกันสินเชื่อถูกตั้งไว้สูง ส่วนสินเชื่อเร่งด่วนถูกจำกัดเอาไว้ต่ำ โดยในความเป็นจริงการปล่อยสินเชื่อของรัฐบาลไม่ได้ต่ำกว่าอัตราของตลาด แม้ว่าจะมีการปล่อยสินเชื่อต่ำกว่าร้อยละ 10 ของสินเชื่อทั้งหมด แต่มันก็ไม่ได้เป็นประเด็นสำคัญ แต่ก็มี การตรวจสอบมิใช่เป็นการให้เปล่า ความตั้งใจจริงและต้องการที่จะเป็นส่วนเสริมด้านการเงิน ไม่ใช่เป็นการปกป้องการอุดหนุน แต่ต้องการให้ธุรกิจขนาดเล็กมีโอกาสที่ดี และดำรงอยู่อย่างมั่นคง โดยปัจจัยสำคัญคือการทำให้ธุรกิจเหล่านั้นมีการปรับตัวและปรับปรุงธุรกิจให้คงอยู่ด้วยความสามารถของตนเอง

จากงานศึกษาที่เกี่ยวข้องทั้งหมด จะเห็นว่าม้งงานศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทยหลายงาน ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขัน การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก หรือแม้แต่งานศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยงานศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่มีมานานแล้ว และพบว่าการผลิตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีการผลิต อีกทั้งโครงสร้างต่างๆ ของ

จังหวัดเชียงใหม่ได้เปลี่ยนไปในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา เช่น การขยายเส้นทางของถนนในจังหวัดเชียงใหม่ การเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 ดังนั้นในงานศึกษานี้จึงสนใจศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ที่ทำให้ทราบถึงพัฒนาการและความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมเซรามิกกับกิจกรรมด้านอื่นๆ ที่มีส่วนช่วยส่งเสริมในการพัฒนาและจะทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ของการผลิต

อีกทั้งจะทำการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเชียงใหม่ ซึ่งผู้ประกอบการเซรามิกในเชียงใหม่ส่วนใหญ่ยังคงเป็น SMEs จึงได้นำผลงานศึกษาเกี่ยวกับการเจริญเติบโต และปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของ SMEs มาอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสามารถแบ่งเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ การสะสมของทุน ทุนมนุษย์และการเรียนรู้ และการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานในถิ่นที่ตั้ง ตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ และความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยผลิต เป็นต้น

ทั้งนี้ นโยบายส่งเสริมต่างๆ จากรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็เป็นบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกทั้งในจังหวัดเชียงใหม่หรือทั้งประเทศ โดยจากงานศึกษาเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริม SMEs ของรัฐบาลในประเทศต่างๆ พบว่าในบางประเทศนโยบายมีส่วนช่วยพัฒนา SMEs แต่ในทางตรงกันข้ามบางประเทศ นโยบายของรัฐบาลกลับสร้างปัญหาต่อ SMEs หรือมีผลกระทบต่อ SMEs ดังนั้นจึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า นโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเซรามิกในไทยมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือสามารถสร้างปัญหาให้กับ SMEs ได้เช่นกัน

2.3 กรอบการศึกษา

จากกรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น เมื่อนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาการของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องแล้ว ได้กรอบการศึกษาดังต่อไปนี้

2.3.1 พัฒนาการอุตสาหกรรม

กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์พัฒนาการอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ตามวัฏจักรชีวิต (Life cycle) ของการพัฒนา SMEs ซึ่งมี 4 ระดับ ได้แก่ ระดับเริ่มต้น ระดับการขยายตัว ระดับการเจริญเติบโตเต็มที่ และระดับความหลากหลาย (จากงานศึกษา Hank, 1993) และรูปแบบพัฒนาการของ SMEs (งานศึกษาของ Tambunan, 2000) โดยแบ่งออกเป็น รูปแบบพัฒนาการของ SMEs ในด้านการผลิต ด้านตลาดและผลิตภัณฑ์ และในด้านการขยายตัวทางพื้นที่ของที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิก

ก. พัฒนาการด้านการผลิต

จากงานศึกษาของ Tambunan (2000) พบว่าพัฒนาการด้านการผลิตของหน่วยผลิตขนาดเล็กมาเป็นระบบอุตสาหกรรม SMEs นั้น จะมีรูปแบบการเปลี่ยนแปลงด้านการผลิตเปลี่ยนจากอุตสาหกรรมในครัวเรือนมาสู่ระบบอุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์ และขนาดของผู้ผลิตขนาดเล็กเปลี่ยนเป็นผู้ผลิตขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่ สำหรับกรอบในการศึกษาพัฒนาการด้านการผลิตในงานศึกษานี้ ได้ทำการศึกษาพัฒนาการในด้านรูปแบบเชิงโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการเปลี่ยนแปลงจากหัตถกรรมครัวเรือนในท้องถิ่นเป็นระบบอุตสาหกรรมผลิตเพื่อเชิงพาณิชย์ รวมไปถึงในการผลิตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

- 1) การก่อตั้งในช่วงต่างๆ ของผู้ผลิตหรือโรงงานเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์การเรียนรู้และการได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการประกอบกิจการโรงงานเซรามิก
- 2) แรงงาน วิเคราะห์ประเภทของแรงงานในอุตสาหกรรมเซรามิก รวมไปถึงการถ่ายทอดความรู้และทักษะการผลิตให้กับแรงงาน
- 3) วัตถุดิบและการจัดหาวัตถุดิบ วิเคราะห์ประเภทและลักษณะวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงการจัดหาวัตถุดิบการผลิตเซรามิก
- 4) เครื่องจักรการผลิต วิเคราะห์ถึงแหล่งที่มาของเครื่องจักร และการเปลี่ยนแปลงของเครื่องจักรการผลิตหลัก ได้แก่ เตเผา เครื่องเตรียมดิน และเครื่องขึ้นรูป
- 5) ขั้นตอนการผลิต วิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงเทคนิคการผลิตในขั้นตอนต่างๆ เช่น ขั้นตอนการเตรียมดิน การขึ้นรูป การออกแบบตกแต่งผลิตภัณฑ์ และการเผา

ข. พัฒนาการด้านตลาดและผลิตภัณฑ์

พัฒนาการของหน่วยผลิตขนาดเล็กมาเป็น SMEs ในด้านผลิตภัณฑ์และตลาด สามารถพิจารณาได้จากการเพิ่มสัดส่วนของผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายภายในประเทศต่อผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในตลาดสากลหรือตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งได้เน้นทำการตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดโลกหรือการส่งออกมากกว่าการขายในประเทศ

กรอบการศึกษานี้พิจารณาถึงกระบวนการเพิ่มยอดขาย โดยการเสนอสินค้าเดิมหรือสินค้าใหม่แก่กลุ่มลูกค้าใหม่² และกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือแผนการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์ของหน่วยผลิต³ ออกเป็นช่วงปีต่างๆ เพื่อคู่ถึงการเปลี่ยนแปลงจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อตลาดในท้องถิ่น จนสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อตลาดโลกหรือตลาดสากลได้ นอกจากนี้ได้พิจารณาถึงการค้นคว้าและการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีการตลาด เพื่อช่วยให้มีการผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลาย และการเพิ่มฐานลูกค้า หรือมีตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

ค. การขยายตัวของอุตสาหกรรมเซรามิกเชิงพื้นที่

พัฒนาการด้านพื้นที่ของอุตสาหกรรมมีพัฒนาการสอดคล้องกับการพัฒนาด้านการผลิต ทั้งนี้จะนำงานศึกษาของวัลลพ (2535) ซึ่งศึกษาถึงพัฒนาการด้านพื้นที่ของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ และแนวคิดของ Tambunan (2000) เกี่ยวกับรูปแบบการเปลี่ยนแปลงจากผู้ผลิตขนาดเล็กเป็นผู้ผลิตที่มีขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ที่ปรากฏขึ้นระหว่างพื้นที่เมืองและพื้นที่ชนบท มาวิเคราะห์ร่วมกัน โดยวิเคราะห์รูปแบบทางพื้นที่ที่จะวิเคราะห์ตามรูปแบบทางพื้นที่ตามการพัฒนาสาธารณูปโภค การวิเคราะห์ตามความใกล้-ไกลเมือง และการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นต้น

² http://en.mimi.hu/marketingweb/market_development.html

³ www.glencoe.com/sec/busadmin/marketing/dp/mktg_mgmt/gloss.shtml

2.3.2 ปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีผลการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกเชียงใหม่

ในงานศึกษานี้ได้ทำการวัดการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ จะพิจารณาจากอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายเฉลี่ยในช่วงปีงบประมาณ 2546 – 2548 โดยพิจารณาปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดเชียงใหม่ออกเป็น ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ตามงานศึกษาของ Harabi (2007) Biggeri, Banbelli และ Phillips (1999) Reuber และ Fischer (2002) Heshmati (2001) และ Roper (1999) ฯลฯ สามารถจำแนก ดังนี้

ก. ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

1) ด้านทรัพยากรมนุษย์

1.1) อายุของผู้ประกอบการ สำหรับงานศึกษานี้จะพิจารณาอายุของผู้ประกอบการเปรียบเทียบกับอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเปรียบเทียบจากกรณีที่ผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยจะมีขอบความเสี่ยง และมีการเจริญเติบโตของการประกอบกิจการมากกว่าคนที่มีอายุมากกว่า เนื่องจากคนที่มีอายุน้อยมีพฤติกรรมที่ต้องการเพิ่มรายได้และยอดขายมากกว่าคนที่มีอายุมากกว่า

1.2) การศึกษาของผู้ประกอบการ การศึกษาของผู้ประกอบการนั้นมีความสัมพันธ์กับทักษะการทำงาน แรงกระตุ้นต่อแรงงาน และกลุ่มลูกค้า ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงจึงถูกคาดว่าจะสามารถแก้ปัญหาของหน่วยธุรกิจ และมีโอกาสที่จะเพิ่มการเจริญเติบโตต่อของหน่วยธุรกิจด้วย

1.3) ความสามารถและทักษะของแรงงาน และการพัฒนาบุคลากรและแรงงาน เนื่องจากอุตสาหกรรมเซรามิกเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานในการผลิตเป็นหลัก (Labor Intensive) ดังนั้นการเจริญเติบโตได้ขึ้นอยู่กับการที่มีบุคลากรและแรงงานที่มีความรู้ในงานที่ทำ มีคุณภาพด้านงานฝีมือ มีความชำนาญ ดังนั้นความสามารถด้านทักษะแรงงานและการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของยอดขาย

2) ลักษณะของหน่วยผลิต

2.1) อายุและขนาดของหน่วยผลิต จากงานศึกษาในอดีตพบว่า อายุและขนาดของหน่วยผลิตมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายตาม

law of proportionate effect สำหรับในงานศึกษานี้ จะพิจารณาอายุและขนาดของอุตสาหกรรม เปรียบเทียบความสัมพันธ์กับอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่

2.2) ที่ตั้งของโรงงาน สำหรับในงานศึกษานี้ได้แบ่งที่ตั้งโรงงานเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มโรงงานเซรามิกที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองและพื้นที่อำเภอสันกำแพง เนื่องจากอำเภอเมืองเป็นศูนย์กลางในหลายๆ ด้าน เช่น การขนส่ง หน่วยงานราชการต่างๆ ส่วนอำเภอสันกำแพงได้รับการส่งเสริมให้เป็นอำเภอวัฒนธรรมแห่งการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักของจังหวัด และผลิตภัณฑ์เซรามิกถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นหลัก 2) กลุ่มโรงงานเซรามิกที่ตั้งนอกพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอสันกำแพง โดยพิจารณาเปรียบเทียบระหว่าง 2 กลุ่มกับอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่

3) การเข้าถึง การใช้ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต

แม้อุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ใช้แรงงานเป็นหลัก การใช้เทคโนโลยีในการผลิตมีเพียงเครื่องจักรพื้นฐานในการทำเซรามิกเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม ในด้านการพัฒนาและการวิจัยมีส่วนสำคัญต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน ดังนั้นในงานศึกษาจึงได้นำปัจจัยดังกล่าวเพิ่มเข้ามา โดยจะพิจารณาการเข้าถึงและการใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง และการถ่ายทอดเทคโนโลยีและเทคนิคการผลิตภายในโรงงาน

4) ลักษณะการจัดการด้านการตลาด

ลักษณะการจัดการด้านการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญต่อการอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายในอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ มีใบรับรองคุณภาพสินค้า การเพิ่มตัวแทนจำหน่าย การคิดหรือออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกงานแสดงสินค้าต่างประเทศ และศึกษาตลาดใหม่ เพื่อหาตลาดส่งออกใหม่ โดยในงานศึกษานี้ได้พิจารณาลักษณะการจัดการด้านการตลาด แบ่งออกเป็นดังนี้

- 4.1) สัดส่วนของการส่งออกสินค้าต่อการขายในประเทศ
- 4.2) กระบวนการเพิ่มช่องทางตลาด
- 4.3) การรับเทคโนโลยีด้านการตลาด (การใช้ e-commerce)

ข. ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย

1) ความเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม เนื่องจากความเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มมีประโยชน์หลายประการที่สนับสนุนต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม (จากงานศึกษาของ วัลลพ, 2535) อาทิเช่น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของอุตสาหกรรม เพิ่มความสะดวกในการประกอบธุรกรรมต่างๆ และส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมา ฯลฯ ในส่วนของ การศึกษานี้จะพิจารณาการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ว่าส่งผลอย่างไร ต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเซรามิกในเชียงใหม่ และในส่วนของความเชื่อมโยง อุตสาหกรรมจะพิจารณาทั้งความเชื่อมโยงไปข้างหน้า และความเชื่อมโยงย้อนกลับ

2) นโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนต่างๆ จากภาครัฐและภาคเอกชน โดยจะ พิจารณานโยบายที่ส่งเสริมด้านการลงทุน การตลาดและการกระจายสินค้า การส่งออก และการ รวมกลุ่ม

3) การท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยว ดังนั้นการใน การศึกษานี้ จะเพิ่มการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยภายนอกประกอบด้วย