

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการสำรวจโรงงานผลิตเซรามิกประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับ จำนวน 31 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 22.30 ของจำนวนโรงงานผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับทั้งหมด โดยแบ่งการสำรวจโรงงานขนาดเล็กจำนวน 25 โรงงาน และโรงงานขนาดกลางจำนวน 6 โรงงาน และทำการสำรวจโรงงานผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารจำนวน 12 โรงงาน โดยแบ่งเป็นโรงงานขนาดเล็กจำนวน 10 โรงงาน และโรงงานขนาดกลางจำนวน 2 โรงงาน ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนโรงงานเซรามิกที่เป็นตัวอย่างในการศึกษา ปี พ.ศ. 2546

ประเภท	จำนวนโรงงานทั้งหมด	จำนวนโรงงานที่ทำการสำรวจ	สัดส่วนของ โรงงานที่ทำการสำรวจเทียบกับ โรงงานทั้งหมด
ของชำร่วยและเครื่องประดับ (รวม)	139	31	22.30
- ขนาดเล็ก	132	25	18.94
- ขนาดกลาง	7	6	85.71
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร (รวม)	61	12	19.67
- ขนาดเล็ก	35	10	28.57
- ขนาดกลาง	26	2	7.69
รวม	200	43	21.5

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1 สถานภาพโดยทั่วไปของโรงงานเซรามิกที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจโรงงานเซรามิกที่ผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับทั้งหมด 31 โรงงาน พบว่าโรงงานผลิตเซรามิกประเภทนี้ที่เป็นโรงงานขนาดเล็กมีทุนจดทะเบียนเฉลี่ยประมาณ 1.3 ล้านบาท มีเงินทุนเฉลี่ยประมาณ 1.4 ล้านบาท (ตารางที่ 4.2) ในขณะที่โรงงานขนาดกลางมีทุนจดทะเบียนมากกว่าเกือบ 5 เท่าตัว คือ เฉลี่ยประมาณ 6.2 ล้านบาท และมีเงินทุนเฉลี่ยประมาณ 3.8 ล้านบาท ส่วนกำลังการผลิตที่โรงงานขนาดเล็กทำการผลิตอยู่นั้นเฉลี่ยโรงงานละ

1 แสนชิ้นต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่าผลผลิตโดยเฉลี่ยประมาณ โรงงานละ 2.6 ล้านบาทต่อปี ในขณะที่ โรงงานขนาดกลางมีกำลังการผลิตประมาณ โรงงานละ 9 แสนชิ้นต่อปี หรือคิดเป็น มูลค่าผลผลิต โดยเฉลี่ยประมาณ โรงงานละ 13 ล้านบาทต่อปี เมื่อรวมกันแล้วในปีหนึ่งๆ โรงงาน ทั้งสองขนาด มีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับทั้งหมดไม่ต่ำกว่า 6 ล้านชิ้น หรือคิดเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 110 ล้านบาท นอกจากนี้ โรงงานประเภทนี้ยังก่อให้เกิดการจ้างงาน ในไม่ต่ำกว่า 400 คนต่อปี

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานของโรงงานผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับที่ทำการสำรวจในปี พ.ศ. 2546

ประเภทของข้อมูล	เล็ก	กลาง
1. จำนวนเงินทุนจดทะเบียน (บาท)		
- ค่าสูงสุด	6,500,000	16,950,000
- ค่าต่ำสุด	345,000	1,686,000
- เฉลี่ย	1,261,522	6,172,750
- รวมทั้งหมด	29,015,000	24,691,000
2. จำนวนเงินทุนรวม (บาท)		
- ค่าสูงสุด	3,412,647	5,976,833
- ค่าต่ำสุด	622,287	3,111,133
- เฉลี่ย	1,438,667	3,799,095
- รวมทั้งหมด	33,089,342	18,995,467
3. ผลผลิตรวม (ชิ้น/ปี)		
- ค่าสูงสุด	360,000	1,560,000
- ค่าต่ำสุด	2,400	96,000
- เฉลี่ย	113,817	906,000
- รวมทั้งหมด	2,617,800	3,624,000
4. มูลค่าผลผลิตรวมต่อปี (บาท)		
- ค่าสูงสุด	7,200,000	15,600,000
- ค่าต่ำสุด	450,000	11,328,000
- เฉลี่ย	2,594,413	13,332,000
- รวมทั้งหมด	59,671,500	53,328,000

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ประเภทของข้อมูล	เล็ก	กลาง
5. จำนวนแรงงาน (คน)		
- ค่าสูงสุด	29	44
- ค่าต่ำสุด	5	15
- เฉลี่ย	14	30
- รวมทั้งหมด	321	118
จำนวนโรงงานทั้งหมด	25	6

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการสำรวจ พบว่าโรงงานที่ผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับในจังหวัดลำปางนั้น ไม่มีการลงทุน โดยนักลงทุนชาวต่างประเทศ และเป็นโรงงานที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เนื่องจากผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทนี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบที่หลากหลาย และมีคุณภาพที่แตกต่างกัน กล่าวคือถ้าหากเป็น โรงงานที่เน้นตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญจะมีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง ในขณะที่โรงงานที่เน้นเฉพาะตลาดในประเทศซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก และมีจำนวนแรงงานไม่เกิน 10 คน จะทำการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพปานกลางและนำออกมาขาย ในราคาไม่สูงนัก

ปัจจุบันโรงงานผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับส่วนใหญ่หันมาใช้ดินผสมสำเร็จรูปเพื่อลดปัญหาความยุ่งยากในการเตรียมดินและลดความเสียหายในกระบวนการผลิตในกรณีที่คุณภาพของดินไม่ได้มาตรฐาน แต่อย่างไรก็ตามในการผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับของโรงงานมักเผชิญกับปัญหาการลอกเลียนแบบสินค้าและการตัดราคาสินค้ากันเองภายในกลุ่มผู้ผลิต แต่ถ้าเป็น โรงงานขนาดกลางที่มุ่งขายให้กับตลาดต่างประเทศ ก็มีความได้เปรียบในเรื่องของแรงงานที่มีฝีมือและประสบการณ์ และเรื่องของคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับที่ส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศนั้นเป็นสินค้าจำพวกของตั้ง โต๊ะที่ใช้งานได้ซึ่งลูกค้าซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปในกลุ่มนี้มีคุณภาพดีเพราะส่วนใหญ่ทำจากวัตถุดิบประเภทโคโลไมท์ซึ่งมีเนื้อเบาและมีสีสวย โรงงานมักได้รับใบสั่งซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ โดยมีเงื่อนไขว่าสินค้านั้นมีลิขสิทธิ์ทุกรูปแบบที่ผลิต หากไม่ได้คุณภาพโรงงานต้องทุบทิ้งหรือทำลายให้หมด ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ อังกฤษ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ฮ่องกง และได้หวัน ส่วนผลิตภัณฑ์เซรามิกอีกรูปแบบหนึ่ง

คือแจกันและกระถางใหญ่ที่ตั้งโชว์ ก็เป็นสินค้าส่งออกที่ได้ส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดในเอเชีย และตะวันออกกลาง เช่น มาเลเซีย บรูไน และซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น

จากการสำรวจโรงงานเซรามิกที่ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารทั้งหมด 12 โรงงาน พบว่า โรงงานผลิตเซรามิกประเภทนี้ที่เป็นโรงงานขนาดเล็กจะมีทุนจดทะเบียนเฉลี่ยประมาณ 1.5 ล้านบาท มีเงินทุนเฉลี่ยประมาณ 2.4 ล้านบาท (ตารางที่ 4.3) ในขณะที่โรงงานขนาดกลางมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่าโรงงานขนาดเล็กคือ เฉลี่ยประมาณ 1.3 ล้านบาท แต่มีเงินทุนเฉลี่ยสูงกว่าโรงงานขนาดเล็กคือประมาณ 5.2 ล้านบาท ส่วนกำลังการผลิตที่โรงงานขนาดเล็กทำการผลิตอยู่นั้น เฉลี่ยโรงงานละประมาณ 1.5 แสนชิ้นต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่าผลผลิตโดยเฉลี่ยประมาณ โรงงานละ 3.4 ล้านบาทต่อปี ในขณะที่โรงงานขนาดกลางมีกำลังการผลิตประมาณ โรงงานละ 1.6 ล้านชิ้นต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่าผลผลิตโดยเฉลี่ยประมาณ 16.6 ล้านบาทต่อปี หรือในปีหนึ่งๆ โรงงานทั้งสองขนาดมีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารทั้งหมด ไม่ต่ำกว่า 6.5 ล้านชิ้นต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 90 ล้านบาทต่อปี นอกจากนี้โรงงานประเภทนี้ยังก่อให้เกิดการจ้างงานประมาณ 300 คนต่อปี

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลพื้นฐานของโรงงานผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ทำการสำรวจในปี พ.ศ. 2546

ประเภทของข้อมูล	เล็ก	กลาง
จำนวนเงินทุนจดทะเบียน (บาท)		
- ค่าสูงสุด	6,500,000	1,600,000
- ค่าต่ำสุด	180,000	900,000
- เฉลี่ย	1,472,769	1,253,333
- รวมทั้งหมด	19,146,000	3,760,000
จำนวนเงินทุนรวม (บาท)		
- ค่าสูงสุด	5,221,133	5,729,867
- ค่าต่ำสุด	861,100	4,552,000
- เฉลี่ย	2,361,011	5,157,311
- รวมทั้งหมด	30,693,137	15,471,933
ผลผลิตรวม (ชิ้น/ปี)		
- ค่าสูงสุด	540,000	1,560,000
- ค่าต่ำสุด	6,000	1,560,000
- เฉลี่ย	153,065	1,560,000
- รวมทั้งหมด	1,989,840	4,680,000

ตาราง 4.3 (ต่อ)

ประเภทของข้อมูล	เล็ก	กลาง
มูลค่าผลผลิตรวมต่อปี (บาท)		
- ค่าสูงสุด	7,500,000	23,400,000
- ค่าต่ำสุด	1,440,000	12,000,000
- เฉลี่ย	3,431,869	16,600,000
- รวมทั้งหมด	44,614,300	49,800,000
จำนวนแรงงาน (คน)		
- ค่าสูงสุด	20	48
- ค่าต่ำสุด	8	18
- เฉลี่ย	16	31
- รวมทั้งหมด	202	94
จำนวนโรงงานทั้งหมด	10	2

ที่มา : จากการสำรวจ

โรงงานที่ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในจังหวัดลำปาง เป็นโรงงานที่ไม่มีการลงทุนจากต่างประเทศ บางโรงงานได้รับการส่งเสริมการลงทุน โดยเฉพาะโรงงานขนาดกลางและขนาดใหญ่ แต่อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารก็ยังคงมีความแตกต่างในเรื่องของคุณภาพและความหลากหลายของรูปแบบ เช่นเดียวกับโรงงานที่ผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับ โดยที่โรงงานขนาดเล็กมักจะนิยมใช้เทคนิคในการผลิตน้อยกว่าโรงงานขนาดกลางและโรงงานขนาดเล็กก็ยังมุ่งหวังผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการในประเทศ ในขณะที่โรงงานขนาดกลางมักผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรป

ในตารางที่ 4.4 เห็นได้ว่า การผลิตเซรามิกไม่ว่าจะเป็นโรงงานขนาดกลางหรือเล็กก็จะมีต้นทุนในส่วนของวัตถุดิบสูงที่สุด โดยโรงงานขนาดกลางเป็นโรงงานที่มีต้นทุนวัตถุดิบสูงกว่าโรงงานขนาดเล็ก เนื่องจากโรงงานขนาดกลางโดยส่วนใหญ่มักจะซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีและราคาสูงมาใช้ในการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศ ในขณะที่โรงงานขนาดเล็กจะเป็นโรงงานที่มักนิยมใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพพอใช้ได้และไม่แพงมากมาใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศเป็นสำคัญ ในขณะที่ต้นทุนในเรื่องของค่าแรงงานและ

พลังงานเป็นต้นทุนที่ใช้มากในลำดับรองลงมา โดยส่วนใหญ่แล้วจะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันระหว่างโรงงานขนาดต่างๆ

เมื่อพิจารณาแยกเป็นประเภทของการผลิต พบว่าโรงงานที่ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ขนาดกลางและขนาดเล็กมีต้นทุนทางด้านวัตถุดิบใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 58.77 และ 52.63 ของ ต้นทุนการผลิตทั้งหมดตามลำดับ รองลงมาคือ ต้นทุนแรงงาน ต้นทุนพลังงาน ค่าเสื่อมราคา และต้นทุนของค่าใช้จ่ายอื่นๆ และเมื่อพิจารณาโรงงานแต่ละขนาดพบว่าไม่ว่าจะเป็นโรงงานขนาดกลางหรือขนาดเล็กมีสัดส่วนของต้นทุนที่ใกล้เคียงกัน

สำหรับโรงงานที่ผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับ มีต้นทุนวัตถุดิบที่แตกต่างกันมาก โดยโรงงานขนาดเล็กมีต้นทุนวัตถุดิบประมาณร้อยละ 39.28 ของต้นทุนทั้งหมด ในขณะที่โรงงานขนาดกลางมีต้นทุนวัตถุดิบสูงถึงร้อยละ 60.24 ของต้นทุนทั้งหมด แต่โรงงานขนาดเล็กยังมีต้นทุนในส่วนค่าพลังงานสูงกว่าโรงงานขนาดกลางเกือบ 2 เท่า และโรงงานขนาดเล็กยังมีต้นทุนในส่วนของแรงงานมากกว่าโรงงานขนาดกลางอย่างเห็นได้ชัด ส่วนต้นทุนอื่นๆ และค่าเสื่อมราคาจะมีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก การที่โรงงานผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับขนาดกลางมีต้นทุนวัตถุดิบสูงเนื่องจากโรงงานขนาดกลางที่ผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับมักนิยมใช้ดินผสมสำเร็จรูปที่มีคุณภาพสูงจากต่างประเทศเพื่อลดความยุ่งยากในการเตรียมดินและลดความเสียหายในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ตลาดผลิตภัณฑ์ของชำร่วยและเครื่องประดับยังมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง มีการตัดราคา และสีหรือเคมีภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตในการวาดรูป วาดลวดลายระบายสีให้มีความสวยงามในปัจจุบันที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูงจึงส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบมีค่าสูงด้วย

ตารางที่ 4.4 โครงสร้างต้นทุนการผลิตของโรงงานผลิตเซรามิกในปี พ.ศ. 2546

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทโรงงาน	แรงงาน	วัตถุดิบ	ค่าเสื่อมราคา	พลังงาน	อื่นๆ	รวม
โรงงานผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับ						
- ขนาดเล็ก (N = 23)	27.96	39.28	4.89	24.41	3.46	100.00
- ขนาดกลาง (N = 4)	18.37	60.24	6.94	13.12	1.33	100.00
โรงงานผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร						
- ขนาดเล็ก (N = 13)	21.75	52.63	3.93	18.77	2.92	100.00
- ขนาดกลาง (N = 3)	19.59	58.77	8.53	12.14	0.97	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มของโรงงานผลิตเซรามิกในจังหวัดลำปาง

ในตารางที่ 4.5 และตารางที่ 4.6 เมื่อแบ่งโรงงานผลิตเซรามิกประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับออกตามขนาดพบว่า ในปี พ.ศ. 2546 โรงงานผลิตเซรามิกประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับขนาดเล็กของจังหวัดลำปางสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้โดยเฉลี่ยประมาณ 1.67 ล้านบาทต่อโรงงาน โดยเป็นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากกำไรสูงที่สุดถึงร้อยละ 73.23 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด รองลงมาก็คือมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากแรงงานที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 22.17 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด ส่วนมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากทุนซึ่งประกอบด้วยดอกเบี้ยและค่าเสื่อมราคามีสัดส่วนประมาณร้อยละ 4.61 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด ในขณะที่โรงงานขนาดกลางมีมูลค่าเพิ่มโดยเฉลี่ยประมาณ 8.70 ล้านบาทต่อโรงงาน โดยเป็นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากกำไรสูงที่สุดถึงร้อยละ 86.02 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด ส่วนอีกร้อยละ 10.14 และ 3.84 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด เป็นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากแรงงานและทุน ตามลำดับ

สำหรับโรงงานผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร พบว่า ในปี พ.ศ. 2546 โรงงานผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารขนาดเล็กของจังหวัดลำปางสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มโดยเฉลี่ยได้ประมาณ 1.68 ล้านบาทต่อโรงงาน โดยเป็นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากกำไรสูงที่สุดถึงร้อยละ 68.68 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด รองลงมาก็คือ มูลค่าเพิ่มที่เกิดจากแรงงานที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 26.20 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด ส่วนมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากทุนมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.12 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด ในขณะที่โรงงานขนาดกลางมีมูลค่าเพิ่มประมาณ 11.86 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากกำไรสูงที่สุดถึงร้อยละ 88.32 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด ส่วนอีกร้อยละ 8.12 และ 3.56 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด เป็นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากแรงงาน และทุน ตามลำดับ

จากผลการศึกษาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า โรงงานผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับที่เป็นโรงงานขนาดกลางและเล็กส่วนใหญ่มีมูลค่าเพิ่มในส่วนของกำไรมากกว่าส่วนอื่นๆ

ตารางที่ 4.5 องค์ประกอบของมูลค่าเพิ่มที่สร้างขึ้นโดยโรงงานผลิตเซรามิกในปี พ.ศ. 2546

ประเภทโรงงาน	ค่าจ้าง (ล้านบาท)	ดอกเบี้ย (ล้านบาท)	ค่าเสื่อมราคา (ล้านบาท)	กำไร (ล้านบาท)	มูลค่าเพิ่ม (ล้านบาท)
โรงงานผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับ					
- ขนาดเล็ก (N = 23)	0.37	0.01	0.07	1.22	1.67
- ขนาดกลาง (N = 4)	0.88	0.00	0.33	7.48	8.70
โรงงานผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร					
- ขนาดเล็ก (N = 13)	0.44	0.01	0.08	1.15	1.68
- ขนาดกลาง (N = 3)	0.96	0.00	0.42	10.47	11.86

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.6 สัดส่วนของมูลค่าเพิ่มในโรงงานผลิตเซรามิกในปี พ.ศ. 2546

ประเภทโรงงาน	ค่าจ้าง (ร้อยละ)	ดอกเบี้ย (ร้อยละ)	ค่าเสื่อมราคา (ร้อยละ)	กำไร (ร้อยละ)	มูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ)
โรงงานผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับ					
- ขนาดเล็ก (N = 23)	22.17	0.52	4.09	73.23	100.00
- ขนาดกลาง (N = 4)	10.14	0.00	3.84	86.02	100.00
โรงงานผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร					
- ขนาดเล็ก (N = 13)	26.20	0.35	4.77	68.68	100.00
- ขนาดกลาง (N = 3)	8.12	0.00	3.56	88.32	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3 ดัชนีมูลค่าเพิ่ม

4.3.1 ผลผลิตภาพแรงงาน

จากการศึกษาประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมเซรามิกด้วยผลผลิตภาพแรงงาน ซึ่งคำนวณจากมูลค่าเพิ่มหารด้วยจำนวนแรงงาน ผลการศึกษาพบว่า แรงงานในโรงงานผลิตเซรามิกประเภทชำร่วยและเครื่องประดับขนาดกลางมีผลผลิตภาพแรงงานมากกว่าแรงงานในโรงงานขนาดเล็ก โดยแรงงาน 1 คน ในโรงงานผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับขนาดกลางสามารถสร้าง

มูลค่าเพิ่มได้ประมาณเกือบ 3 แสนบาทต่อปี ในขณะที่แรงงาน 1 คน ของโรงงานผลิตของชำร่วย และเครื่องประดับขนาดเล็กสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้เพียง 1 แสนบาทต่อปี (ตารางที่ 4.7)

ส่วนแรงงานในโรงงานผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารขนาดกลางก็มีผลผลิตภาพแรงงานที่สูงกว่าโรงงานขนาดเล็กเช่นกัน โดยแรงงาน 1 คนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ประมาณ 4 แสนบาทต่อปี ในขณะที่แรงงานในโรงงานขนาดเล็กที่ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ 1 แสนบาทต่อปี

จากผลการศึกษาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า แรงงานในโรงงานทั้งสองประเภทสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ไม่ต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อคนต่อปี และแรงงานในโรงงานขนาดกลางจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าแรงงานในโรงงานขนาดเล็ก

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าดัชนีมูลค่าเพิ่มของโรงงานผลิตเซรามิกในปี พ.ศ. 2546

มูลค่าเพิ่ม	โรงงานผลิตของชำร่วยและเครื่องประดับ		โรงงานผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง
1. ผลผลิตภาพแรงงาน(บาทต่อคนต่อปี)	119,394	289,841	104,725	382,468
2. ผลผลิตภาพพลังงาน (บาท)	5.21	14.42	0.31	19.05
3. ผลผลิตภาพค่าจ้าง(บาท)	4.51	9.87	3.82	12.31

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.2 ผลผลิตภาพพลังงาน

จากการศึกษาประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมเซรามิกด้วยผลผลิตภาพพลังงานซึ่งคำนวณจากมูลค่าเพิ่มหารด้วยค่าพลังงาน ผลการศึกษา พบว่า ค่าพลังงาน 1 บาทที่จ่ายออกไปนั้น โรงงานผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารขนาดกลางสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากที่สุดถึง 19 บาท ในขณะที่โรงงานผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารขนาดเล็กสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ไม่ถึง 1 บาท สำหรับโรงงานผลิตเซรามิกประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดเล็กสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้จากการใช้จ่ายค่าพลังงาน 1 บาท ประมาณ 14 และ 5 บาท ตามลำดับ

4.3.3 ผลผลิตภาพค่าจ้าง

จากการศึกษาประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมเซรามิกด้วยผลผลิตภาพค่าจ้าง ซึ่งคำนวณจากมูลค่าเพิ่มหารด้วยค่าจ้าง จากผลการศึกษา พบว่า การใช้จ่ายเพื่อการจ้างแรงงานเป็นเงิน 1 บาท ของโรงงานผลิตเซรามิกประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดเล็กสามารถก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเป็นมูลค่าประมาณ 10 และ 5 บาท ตามลำดับ ในขณะที่โรงงานผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นมูลค่าประมาณ 12 และ 4 บาท ตามลำดับ

4.4 ปัญหาของอุตสาหกรรมเซรามิกและแนวทางแก้ไข

4.4.1 ปัญหาของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปาง

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตเซรามิกทั้งที่เป็นโรงงานขนาดกลางและขนาดเล็กพบว่า ในการดำเนินงานในธุรกิจผลิตเซรามิกนั้น มีปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ดังนี้

ปัญหาด้านการผลิต

1. คุณภาพดินไม่สม่ำเสมอ ผู้ผลิต SMEs ที่ซื้อดินล้างสำเร็จรูปมาใช้มักเจอกับปัญหาดังกล่าวซึ่งบางครั้งอาจเป็นปัญหาจากดินหรืออาจเกิดจากปัจจัยอื่นเช่น เตาเผาสกปรก เป็นต้น เนื่องจากโดยทั่วไปจะไม่มี การทดสอบคุณภาพของดินก่อนที่จะมีการใช้ แต่จะเจอปัญหาหลังจากการเผาเป็นที่เรียบร้อยแล้วทำให้เกิดความสูญเสียค่อนข้างมาก
2. เทคโนโลยีการผลิต เนื่องจาก SMEs จำนวนมากจะแยกตัวมาจากการเป็นลูกจ้างในโรงงานมาก่อน บางครั้งจึงไม่มีความเข้าใจในกระบวนการผลิตที่ดีพอ อีกทั้งซื้อเครื่องมือเครื่องจักรเก่าที่มีประสิทธิภาพต่ำมาใช้งานทำให้ปริมาณของเสีย และคุณภาพของชิ้นงานจึงยังเป็นปัญหา
3. ราคาแก๊สสูง ซึ่งผู้ผลิตมองว่าเป็นปัญหาใหญ่ เนื่องจากราคามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในลำปางจะใช้แก๊ส LPG ที่มีต้นทุนสูงกว่าแก๊สธรรมชาติ อีกทั้งยังถูกผูกขาดโดย ปตท. (การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย)
4. ผู้รับช่วงการผลิตไม่รักษาสัญญาด้านคุณภาพและเวลาส่งมอบ ในลำปางการรับช่วงการผลิตในลำปางมีค่อนข้างน้อยผู้ผลิตหลายรายมีประสบการณ์แบ่งงานให้โรงงานอื่นทำไป แต่โรงงานนั้นๆ กลับไม่มีความรับผิดชอบ โดยไม่สนใจรักษามาตรฐานคุณภาพและระยะเวลาส่งมอบ ทำให้ผู้ผลิตไม่สนใจระบบการแบ่งงานดังกล่าว

5. ผู้ประกอบการไม่มีความเข้าใจในกระบวนการผลิต มีโรงงานจำนวนมากในลำปาง ที่เกิดขึ้นจากการแตกตัวของลูกจ้างในโรงงานเซรามิกมาก่อน ผู้ผลิตกลุ่มนี้จึงค่อนข้างมีปัญหาด้านเทคนิคกระบวนการผลิตตลอดจนการแก้ไขปัญหา เมื่อเกิดปัญหาผู้ผลิตจะใช้วิธีลองผิดลองถูกอีก ทั้งไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะและแนวทางแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบบางครั้งจึงยัง คงเกิดปัญหาเดิมๆ จึงส่งผลกระทบต่ออัตราของเสียและต้นทุนการผลิต

6. การจัดการระบบการผลิตในโรงงานไม่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะ SMEs ไม่มีการวางแผนด้านกระบวนการผลิต ผัง lay out ของโรงงาน การจัดการระบบการผลิต เช่น การสะสมวัตถุดิบ ตลอดจนสภาพแวดล้อมโดยรวมของโรงงานประเด็นเหล่านี้ นอกจากมีโอกาสทำให้เกิดต้นทุนและอัตราของเสียที่อยู่ระดับสูงแล้ว ยังเป็นปัญหาทำให้ผู้ซื้อขาดความมั่นใจในประสิทธิภาพของโรงงาน โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าต่างชาติ

7. ความสามารถในการใช้และบำรุงรักษาเครื่องจักร ผู้ประกอบการไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ถึงความสามารถของเครื่องจักร การใช้เครื่องจักรจึงยังไม่เต็มประสิทธิภาพ อีกทั้งยังไม่สนใจบำรุงรักษาเครื่องจักรในการผลิตจึงมักประสบปัญหา เช่น ของเสียเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ในลำปางยังนิยมใช้เครื่องจักรเก่าด้วยเหตุผลด้านราคาต่ำกว่าเครื่องจักรใหม่เกือบ 4 เท่า แม้จะทำให้ต้นทุนการขยายและปรับปรุงกิจการไม่สูงมากนัก แต่ในระยะยาวผู้ผลิตอาจประสบปัญหา เช่น การหาอุปกรณ์อะไหล่ซ่อมแซม การจัดหาช่างเทคนิคสำหรับเครื่องจักรเก่า

8. ขาดระบบ QC ที่ดี การตรวจสอบคุณภาพ นอกจากหมายถึงผลิตภัณฑ์เซรามิกสำเร็จรูป ยังหมายถึงผลิตภัณฑ์ขั้นกลางที่อยู่ในกระบวนการ เช่น บิสกิตที่เผาได้ การทดสอบคุณภาพดินก่อนใช้งาน เป็นต้น ในโรงงานขนาดใหญ่และกลางที่ทำธุรกิจกับลูกค้าต่างชาติมักไม่มีปัญหาด้านนี้ แต่ในกลุ่มโรงงาน SMEs ปัญหานี้ นับเป็นเรื่องใหญ่ทำให้เกิดของเสียหายในอัตราสูง บางโรงงานสูญเสียมากถึงร้อยละ 40 – 50 และบางโรงงานจะมีสินค้าเกรด B มากถึงร้อยละ 40 – 50

ปัญหาด้านตลาด

1. มีการลอกเลียนแบบ ผู้ผลิตส่วนใหญ่มองว่าตนเองพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ออกไป และมีคนลอกเลียนแบบทั้งที่ในทางปฏิบัติการลอกเลียนแบบไม่สามารถหาจุดเริ่มต้นได้ เนื่องจากมีผู้ผลิตจำนวนมากและต่างคนต่างลอกเลียนแบบกันไปมาปัญหานี้รุนแรงมากในกรณีผู้ประกอบการ SMEs ส่วนผู้ผลิตขนาดใหญ่และกลางมองว่าเป็นปัญหาเช่นเดียวกัน จึงต่างพยายามปกปิดข้อมูลระหว่างกันและกลายเป็นวัฒนธรรมที่ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันมีน้อย

2. ขาดความหลากหลายในรูปแบบ (Design) ในล้าปางผู้ผลิตจำนวนมากเห็นว่าการออกแบบไม่ใช่เรื่องจำเป็นเมื่อออกแบบไปแล้วถูกลอกเลียนแบบทำให้เกิดค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นจากแนวคิดดังกล่าวทำให้โรงงานแต่ละแห่งผลิตสินค้าเพียงไม่กี่แบบ เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อตกแต่งสวน โรงงานผลิตสินค้าเพียง 5 – 6 แบบและขายไปเรื่อยๆ จนกว่าขายไม่ได้จึงหยุดผลิต แนวคิดเหล่านี้ นอกจากทำให้ขายตลาดไม่ได้และมีกำไรลดลงแล้วยังทำให้อุตสาหกรรมเซรามิกในล้าปางไม่สามารถหลุดจากวงจรจากการเป็นสินค้าตลาดล่างที่จะหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับคู่แข่งอื่น เช่น จีน และเวียดนาม ไม่ได้

3. ขาดข้อมูลการตลาด ในกรณี SMEs ผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องดูแลโรงงานจึงไม่มีเวลาทำตลาดหรือหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ส่วนใหญ่ผู้ผลิตขนาดใหญ่และกลางนั้นมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั้งจากการออกงานแสดงสินค้า การเป็นสมาชิกสมาคม วารสารทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนรับรู้จากผู้เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า ผู้ประกอบการ เป็นต้น แต่ทั้งนี้ก็มองว่าข้อมูลข่าวสารดังกล่าวยังไม่เพียงพอจำเป็นต้องรู้ถึงทิศทางแนวโน้มความต้องการสินค้าในแต่ละตลาดเพื่อปรับปรุงการดำเนินธุรกิจให้ดีขึ้น

4. การให้บริการด้านการส่งเสริมการส่งออกไม่ทั่วถึงผู้ผลิตมองว่ากรมส่งเสริมการส่งออกยังเน้นส่งเสริมผู้ประกอบการรายเดิมในขณะที่ผู้ผลิตรายใหม่ซึ่งไม่เคยส่งออกแต่มีสินค้าที่มีศักยภาพส่งออกกลับไม่มีโอกาสดังกล่าวโดยเฉพาะการออกงานแสดงสินค้าต่างประเทศ

5. ไม่มีแหล่งจำหน่ายสินค้าคุณภาพและรูปแบบที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ จากแหล่งจำหน่ายสินค้าเซรามิกที่มีอยู่ 4 – 5 แห่ง ทำให้ภาพจน์สินค้าของล้าปางเป็นสินค้าตลาดล่างที่ไม่มีรูปแบบและดีไซน์ซึ่งส่งผลเสียต่อการสร้างภาพพจน์ในระยะยาวหากต้องการจะเชื่อมโยง อุตสาหกรรมดังกล่าวเข้ากับด้านการท่องเที่ยว

6. เน้นผลิตสินค้ารูปแบบเดิมที่ไม่ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างในด้านคุณภาพและการออกแบบ วัฏจักรของสินค้าแต่ละแบบจึงค่อนข้างนาน เกิดมูลค่าเพิ่มต่อชิ้นงานเซรามิกมีแนวโน้มถดถอยลงขณะที่ต้นทุนผลิตเพิ่มขึ้น

7. ความไม่รู้ช่องทางจำหน่ายอื่นๆ ผู้ผลิตในกลุ่ม SMEs มักไม่รู้ถึงช่องทางจำหน่ายอื่น เช่น การทำตลาดที่กรุงเทพฯ ด้วยตนเอง การเจาะตลาดเข้าหาผู้ซื้อ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ของที่ระลึก เหล่านี้ทำให้ผู้ผลิตในล้าปางสูญเสียอำนาจต่อรองกับคู่ค้าเป็นอย่างมาก

8. การทำตลาดเชิงรุกมีเฉพาะในผู้ผลิตขนาดใหญ่และกลางเท่านั้น ยังไม่มีในผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก กิจกรรมส่วนใหญ่เป็นการออกงานแสดงสินค้าต่างประเทศ

ส่วนการทำแคตตาล็อกสินค้า การนำเสนอรูปแบบใหม่ๆ ให้ลูกค้าทาง e – mail และ การทำ e – commerce เองยังไม่ชัดเจน

ปัญหาด้านเงินทุน

1. ขาดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน SMEs ประสบปัญหาด้านนี้มากเนื่องจากสถาบันการเงินเน้นลูกค้ากลุ่มที่มีผลประกอบการดี แต่ในกลุ่ม SMEs ซึ่งจำนวนมากไม่มีการจัดทำระบบบัญชีและระบบการบริหารจัดการที่ดี การวัดผลประกอบการดังกล่าวจึงไม่สามารถทำให้เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน นอกจากนี้ SMEs อีกส่วนหนึ่งก็ยังมีปัญหาในด้านเป็น NPL ของธนาคารพาณิชย์เดิม ทำให้ไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของโรงงานได้

2. ขาดการจัดทำระบบบัญชีที่ดี ในกลุ่ม SMEs และระดับครัวเรือน การจัดทำระบบบัญชีส่วนใหญ่ยังไม่มี จึงมักใช้จากประสบการณ์และจากการประมาณการ ดังนั้น โรงงานจึงไม่ทราบต้นทุนแท้จริงของตนเอง การขายสินค้าบางครั้งก็ขาดทุนและบางครั้งก็สูญเสียคำสั่งซื้อ เนื่องจากตั้งราคาสูงเกินไป

3. SMEs ไม่เป็นเป้าหมายของสถาบันการเงิน แม้ว่าสถาบันการเงินหลายแห่งประชาสัมพันธ์สินเชื่อเพื่อ SMEs แต่ในทางปฏิบัติการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อก็ยังดูผลประกอบการเป็นหลัก และเนื่องจาก SMEs จำนวนมากยังเป็น NPL หรือไม่มีระบบบัญชี เป้าหมายการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินเหล่านี้จึงมิได้ครอบคลุม SMEs

ปัญหาด้านแรงงาน

1. แรงงานเข้าออกหมุนเวียนบ่อย เนื่องจากโรงงานส่วนใหญ่กระจุกตัวกันเป็นกลุ่มๆ การหางานใหม่จึงทำได้ง่าย แรงงานจึงเปลี่ยนงานกันบ่อยครั้งและถือเป็นอุปสรรคทำให้โรงงานไม่สามารถพัฒนาฝีมือแรงงานได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานได้

2. แรงงานขาดวินัยการทำงานและไม่มีประสิทธิภาพ คนงานส่วนใหญ่จะลาหยุดงานบ่อยครั้งโดยมิได้แจ้งล่วงหน้าและบางครั้งไม่เข้าทำงานกันเป็นสัปดาห์ ซึ่งการหยุดงานดังกล่าวมีผลกระทบโดยตรงต่อสายการผลิตใน โรงงาน ผู้ประกอบการหลายรายต้องบริหารแรงงานในลักษณะหมุนเวียนแรงงานให้สามารถทำงานได้ทุกขั้นตอน ถึงแม้แก้ไขปัญหาผลเสียที่เกิดขึ้นกับโรงงานแต่ก็ทำให้การพัฒนาบุคลากรให้เกิดความเชี่ยวชาญในงานเฉพาะด้านเป็นไปได้ยากเช่นกัน

3. แรงงานและนายจ้างมีทัศนคติไม่ดีต่อกัน โรงงานเซรามิกในลำปางส่วนใหญ่ยังไม่มี การนำระบบบริหารผลตอบแทนและสวัสดิการมาใช้ที่เหมาะสม อีกทั้งยังมองว่าแรงงานไม่มี ประสิทธิภาพขาดวินัย ส่วนใหญ่จึงจ่ายค่าจ้างรายวันต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ แรงงานจึงมองว่า นายจ้างยังเอาเปรียบไม่จำเป็นต้องทุ่มเทความพยายามในการทำงานให้เพราะตนเองไม่มีส่วนได้ ส่วนเสียกับผลประโยชน์ของโรงงาน

4. การตระหนักในความรับผิดชอบของแรงงานต่ำ แรงงานไม่ใส่ใจในการทำงาน เชิงคุณภาพเท่าที่ควรซึ่งนอกจากทำให้เกิดปัญหาประสิทธิภาพการผลิต ยังมีผลถึงคุณภาพ ของชิ้นงาน และอัตราของเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตด้วย

5. ขาดความรู้และทักษะในการบริหารแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการ ไม่ให้ความสำคัญกับระบบบริหารแรงงานทั้งด้านผลตอบแทนสวัสดิการและการพัฒนา เช่น การฝึกอบรม การดูงาน ฯลฯ

6. ขาดหัวหน้างานที่มีประสบการณ์และมีฝีมือ ส่วนใหญ่เป็นกิจการครอบครัวหรือ เจ้าของคนเดียวโดยเจ้าของทำหน้าที่ดูแลกิจกรรมทั้งด้านผลิตและตลาดไม่มีหัวหน้างานเป็นผู้ช่วย ดูแลในเรื่องต่างๆ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่สามารถหาแรงงานคุณภาพ ที่จะพัฒนาเป็นหัวหน้างานแทนได้

7. โรงงานไม่นิยมจ้างแรงงานที่มีการศึกษาสูง เนื่องจากมองว่าเป็นภาระด้านต้นทุน อีกทั้งแรงงานเหล่านี้เมื่อเข้ามาก็ต้องทำการฝึกอบรมทักษะใหม่ โดยเฉพาะกรณีนักศึกษาใหม่ ซึ่งโรงงานมีความเห็นว่าสถาบันการศึกษายังไม่สามารถผลิตบุคลากรได้ตรงกับความต้องการ ของตลาด

ปัญหาด้านการขนส่ง

1. มีการเสียหายระหว่างการขนส่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์เซรามิกเป็นสินค้าที่มีการแตกหัก ง่ายต้องใช้ความระมัดระวังสูงมากบางครั้งบริษัทขนส่งไม่รับผิดชอบต่อสินค้าที่เสียหาย ผู้ที่รับผิดชอบคือผู้ส่งออก ซึ่งบางส่วนคือ โรงงานที่ทำการส่งออกเอง

2. สำหรับโรงงานที่ทำการส่งออกและผู้ส่งออกต้องประสบกับปัญหาด้านทุนการขนส่ง ที่สูงขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมันสูงขึ้น บริษัทที่รับขนส่งขึ้นราคาค่าบริการขนส่ง บางครั้งเกิดปัญหา การล่าช้าของส่งไปไม่ตรงตามกำหนดทำให้ต้องเสียค่าปรับ ปัญหาเรื่องต้นทุนการขนส่งจะเกิดกับ ผลิตภัณฑ์งานเซรามิกที่ส่งไปประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและญี่ปุ่น ต้องขนส่งทางเรือ จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงกว่าโรงงานที่ตั้งอยู่ในภาคกลาง

ปัญหาด้านนโยบายของรัฐ

1. ปัญหาที่สำคัญคือ การเก็บภาษี กล่าวคือ ผู้ประกอบการเห็นว่ารัฐเก็บภาษีรายได้ในอัตราที่สูงมากคือ ร้อยละ 30 ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนพยายามหลีกเลี่ยงภาษี นอกจากนั้นยังต้องเสียภาษีนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศจำพวกสีและเคมีภัณฑ์ต่างๆ รวมไปถึงภาษีท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็น ภาษีที่ดิน ภาษีโรงเรือน ภาษีป้าย เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น แต่ทางโรงงานไม่สามารถผลักภาระไปให้ผู้บริโภคได้ เพราะต้องการรักษากลุ่มลูกค้าเดิมเอาไว้

2. การให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมเซรามิกจากหน่วยงานของรัฐบาลยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอโดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(BOI) แม้ว่าได้กำหนดเงื่อนไขการส่งเสริมการลงทุนใหม่โดยลดเงินลงทุนขั้นต่ำจาก 50 ล้านบาท มาเป็น 1 ล้านบาท แต่โรงงานที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนยังกระจุกตัวอยู่เฉพาะ โรงงานขนาดกลางและใหญ่ที่ใช้เงินลงทุนสูง โดยละเลยอุตสาหกรรมขนาดเล็กหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน ทำให้โรงงานดังกล่าวไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ทันสมัยจนสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกไปสู่ระดับสากล นอกจากหน่วยงานของรัฐที่ดูแลด้านการตลาดยังไม่มีประสานงานที่ดีกับผู้ผลิต โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดจากต่างประเทศ เช่น จากศูนย์ข่าวพาณิชย์ประจำประเทศต่างๆ ยังไม่มีความละเอียดพอ

3. การส่งเสริมพัฒนาบุคลากรด้านการผลิตยังมีไม่เพียงพอไม่จะเป็นการฝึกอบรมช่างวาดช่างปั้น นักออกแบบ รวมทั้งนักวิชาการที่จบมาทางด้านเซรามิกโดยตรงมีน้อย ซึ่งต้องปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม นอกจากนั้นหน่วยงานที่ให้การอบรมกับผู้ผลิตในภาคเหนือก็คือ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผามีการอบรมเป็นประจำ แต่มักเกิดปัญหาความไม่สอดคล้องกันระหว่างเนื้อหาการอบรมกับความต้องการของผู้เข้ารับการอบรม การขอความช่วยเหลือจากศูนย์ฯ บางครั้งก็ล่าช้าเกินไปทำให้ผู้ผลิตต้องแก้ไขปัญหาเอง

ปัญหาด้านอื่นๆ

1. ขาดทัศนคติในการพัฒนาตนเองและธุรกิจ ซึ่งชัดเจนมากในกรณีผู้ผลิต SMEs ที่ส่วนใหญ่ขาดความรู้และความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจ และยังมีความคิดว่ากิจกรรมการพัฒนาต่างๆ เช่น การออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฯลฯ ล้วนแต่ก่อให้เกิดต้นทุน โดยมิได้มองถึงผลตอบแทนที่จะได้รับการลงทุนดังกล่าว ทั้งในด้านประสิทธิภาพการผลิตและมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่เกิดขึ้น

2. กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของสมาคมเครื่องปั้นดินเผา มีน้อย ผู้ผลิตส่วนใหญ่มองว่าสมาคมควรจะปรับปรุงกิจกรรมให้มากขึ้น เช่น การเผยแพร่ข้อมูลการตลาด เทคนิคการผลิตและการปรับปรุงระบบบริหารจัดการ การพัฒนางานล่าปางเซรามิกแฟร์ให้เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจ ฯลฯ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกที่เป็น SMEs ให้มากขึ้น นอกจากนี้กิจกรรมต่างๆ ที่สมาคมจัดขึ้นควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบกันอย่างทั่วถึงบางครั้ง โรงงานขนาดเล็กก็รู้สึกว่าผู้ได้ประโยชน์จากกิจกรรมต่างๆ มักเป็นโรงงานขนาดใหญ่และกลางมากกว่า

3. บุคลากรของศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา (CDC) มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ปัจจุบัน CDC ได้รับการยอมรับจากผู้ผลิตว่ามีส่วนช่วยเหลือ โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหา การจัดสัมมนาฝึกอบรมที่เป็นประโยชน์มาก จากข้อจำกัดของ CDC ด้านบุคลากรทำให้การบริการยังไม่ค่อยทั่วถึง อีกทั้งมีความล่าช้าในการดำเนินงาน

4. ไม่มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ผลิต ถึงแม้มี network เล็กๆ หลายกลุ่ม แต่โดยรวมความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ที่เป็นประโยชน์ทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูล การแก้ไขปัญหาการใช้ทรัพยากรร่วมกันรวมถึงการแบ่งงานกันทำก็มีค่อนข้างน้อย

5. ขาดจิตสำนึกต่อสภาพแวดล้อม เช่น ขยะจากแม่พิมพ์และของเสีย ปัจจุบันผู้ผลิตส่วนใหญ่จะใช้ขยะดังกล่าวในการถมที่ แต่หากมองระยะยาวอาจเป็นปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมและส่งผลกระทบต่อทัศนคติการค้าของประเทศคู่ค้าอื่น โดยเฉพาะในยุโรปที่แนวโน้มดังกล่าวมีมากขึ้น

4.4.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปาง

ด้านการผลิต

1. รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการปรับปรุงคุณภาพของวัตถุดิบให้มีมาตรฐานที่แน่นอนก่อนนำไปใช้ในการผลิตรวมทั้งการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอนการผลิตเพื่อลดการสูญเสียในกระบวนการผลิตให้น้อยลงและได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้น

2. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการผลิตวัตถุดิบภายในประเทศ เช่น ดินเคลือบและผลิตภัณฑ์เคมีที่ใช้ในการเคลือบ เพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศและลดต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกของไทยให้ต่ำลง

3. สำรวจ จัดหา แหล่งวัตถุดิบสำรองที่มีคุณภาพ และพัฒนาผู้ทำเหมืองวัตถุดิบให้ถูกต้องตามหลักวิชาการเพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยความร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างภาครัฐและเอกชน

4. พัฒนาขีดความสามารถในการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน โดยผู้ผลิตลงทุนปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต เร่งพัฒนาและปรับปรุงการผลิตและการจัดการให้ได้มาตรฐาน ISO 9000 ISO 14000 และ ISO 18000 เพื่อส่งเสริมการส่งออก

5. จากปัญหาเรื่องคุณภาพดิน(วัตถุติดดิน)ไม่สม่ำเสมอ แนวทางแก้ไขอาจทำได้โดยการรวมตัวของกลุ่มโรงงานเซรามิกแล้วตั้งโรงงานกลาง (ส่วนรวม) เพื่อทำหน้าที่ล้างดิน โดยเฉพาะซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเซรามิกแล้วกระจายให้กับโรงงานเซรามิกต่างๆ ซึ่งผลจากอันนี้ทำให้ได้ดินที่มีคุณภาพสม่ำเสมอส่งของตามกำหนดเวลาและโรงงานเซรามิกเองลดปัญหาด้านการสต็อกดิน ด้านการล้าง การควบคุมคุณภาพ อันส่งผลถึงพื้นที่การทำงานของโรงงานมีมากขึ้น การลดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับสต็อก การลดเวลาการทำงาน การใช้คนงาน อันส่งผลถึงต้นทุนของโรงงานเซรามิกเองที่ลดต่ำลง

6. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการผลิตในโรงงาน โดยจัดแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อจัดซื้อเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตใหม่เท่าที่จำเป็นเสริมในกระบวนการผลิตทั้งในด้านการเตรียมเนื้อดิน การเคลือบและการเผา รวมทั้งจัดซื้อเครื่องมือวิทยาศาสตร์ที่ใช้ควบคุมการผลิตและควบคุมคุณภาพ

7. ควรส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมรับช่วงการผลิตที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเซรามิก (industrial cluster) โดยมีการกระจายการผลิตทุกขั้นตอนที่มีการเสี่ยง อาจจะทำให้รัฐร่วมลงทุนด้วย

ด้านการตลาด

1. ปรับปรุงเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยการติดตามแฟชั่นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิดทั้งการศึกษาจากแคตตาล็อก การเข้าร่วมงานหรือชมงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการสังเกตผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในตลาด แล้วนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น และมีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้ง่ายซึ่งจะทำให้มีตลาดกว้างขึ้น

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการตลาดรวมทั้งการจัดหาตลาดต่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิกทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออกและขยายตลาดจำหน่ายให้กว้างขวางมากขึ้น

3. จัดตั้งศูนย์ออกแบบผลิตภัณฑ์ ทำหน้าที่กำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์บุคลากรในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

4. หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการตลาดต้องสนับสนุนทางด้านข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทยิมของลูกค้าให้มีความละเอียดและชัดเจน เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตกับผู้ซื้อทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวได้แก่ กองบริการอุตสาหกรรม ศูนย์บริการส่งออกและกรมส่งเสริมการส่งออก เป็นต้น

5. นอกเหนือจากหน่วยงานของรัฐแล้ว หน่วยงานของเอกชน เช่น สมาคมเชรามิกแห่งประเทศไทยเป็นการรวมตัวของนักธุรกิจและผู้ประกอบการในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ทางด้านการตลาดเพื่อเป็นการขยายตลาดให้กว้างออกไปจากเดิมที่ประสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ด้านเงินทุน

1. รัฐจัดหาแหล่งเงินกู้ระยะยาวและให้ได้รับความช่วยเหลือในอัตราดอกเบี้ยต่ำ
2. หน่วยงานที่ควรจะเข้ามาสนับสนุนด้านการเงินของรัฐ คือธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า ส่วนเอกชนได้แก่ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมซึ่งสามารถช่วยแก้ปัญหาการขาดสภาพคล่องของอุตสาหกรรมเชรามิกที่ทำการผลิตเพื่อส่งออก ถือเป็น การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

ด้านแรงงาน

1. จากปัญหาการขาดแคลนแรงงานประเภทช่างฝีมือ แนวทางแก้ไขอาจทำได้โดยภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือด้วยวิธีการคือแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การจัดหน่วยฝึกอบรมเข้าไปในพื้นที่แล้วเปิดฝึกอบรมสอนวิธีการปั้น การขึ้นรูปให้กับพนักงานของโรงงานเชรามิกต่างๆ ซึ่งจากการสำรวจพบว่าโรงงานโดยส่วนใหญ่มีความต้องการด้านนี้อยู่มาก แต่ไม่ทราบว่าจะไปขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานของทางราชการหน่วยใดและทางราชการเองไปทุ่มช่วยโรงงานเพียง 1 – 2 โรงงาน ก็มีปัญหาค่าแรงบุคลากรและงบประมาณ จึงน่าจะเป็นไปได้ในลักษณะของโรงงานเชรามิกรวมตัวกันเป็นกลุ่มแล้วจัดเตรียมแรงงานประเภทช่างฝีมือไว้ทุกโรงงานประมาณ 30 – 40 คน เพื่อเตรียมเข้าร่วมฝึกอบรมกับบุคลากรของทางราชการ ซึ่งวิธีการนี้จะทำให้ประหยัดบุคลากรและงบประมาณของทางราชการรวมทั้งเป็นการกระจายการบริการให้กับโรงงานได้มากภายในขณะเดียวกัน

2. กระตุ้นเร่งรัดสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องในการผลิตกำลังคนโดยการปรับปรุงหลักสูตรการสอนและการวิจัยพัฒนาด้านเชรามิก เพื่อผลิตบุคลากรและช่างฝีมือเชรามิกรวมทั้ง

วิศวกรด้านวัสดุศาสตร์ (เซรามิก) ให้สอดคล้องกับความต้องการของโรงงานโดยเน้นการศึกษาภาคปฏิบัติเพื่อให้มีความพร้อมที่จะทำงานได้ทันทีเมื่อจบการศึกษา

3. ส่งเสริมให้มีการพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรมเซรามิก โดยการสนับสนุนให้มีการจัดฝึกอบรมฝีมือแรงงานเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญในด้านการออกแบบ การขึ้นรูป การเขียนลายและการตกแต่งผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น

ด้านการขนส่ง

1. จัดให้มีศูนย์รับส่งสินค้าในแต่ละภาคที่ใกล้แหล่งผลิตที่สุดโดยใช้การขนส่งทางรถไฟเป็นหลักและจัดให้มีเขตอุตสาหกรรมส่งออก (export processing) ในแหล่งที่มีการผลิตภัณฑ์เซรามิก เช่น จังหวัดลำปาง เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการส่งออก

2. รัฐบาลควรปรับปรุงประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมพาณิชย์นาวีให้ดีขึ้น รวมทั้งปรับปรุงระเบียบพิธีการทางศุลกากรเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ส่งออก ปรับค่าระวางบรรทุกในการขนส่งสินค้าทั้งทางเรือและทางอากาศไปยังประเทศต่างๆ โดยดูจากค่าขนส่งของประเทศเพื่อนบ้านเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ นอกจากนี้ควรปรับปรุงมาตรฐานการขนถ่ายสินค้าให้มีความปลอดภัยมากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์เซรามิกเป็นสินค้าที่แตกหักง่าย

ด้านนโยบายของรัฐ

1. รัฐบาลควรเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับสมาคมผู้ผลิตอุตสาหกรรมเซรามิกเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับพ่อค้า นอกจากนี้ควรสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น เซรามิกแฟร์ เรื่องของสถานที่ สาธารณูปโภค สวัสดิการต่างๆ ช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์ ปรับปรุงการให้บริการด้านการส่งออกเป็นแบบ one stop service และปรับขั้นตอนการคืนภาษีให้เหมาะสมรวดเร็ว

2. มีการลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ โดยเฉพาะสีเซรามิก ซึ่งมีราคาสูงกว่าประเทศคู่แข่ง

3. มีการควบคุมการส่งออกวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่อาจหายากในอนาคต

4. รัฐสนับสนุนส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาตลอดจนถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต โดยจัดหาผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกทั้งระบบ

5. จัดตั้งศูนย์ออกแบบผลิตภัณฑ์ ทำหน้าที่กำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์และผลิตบุคลากรในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

6. รัฐและเอกชนร่วมกันจัดทำระบบข้อมูลทางการตลาด โดยให้มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลทางด้านตลาดต่างประเทศ แบบ one stop service เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลบริการแก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนให้คำปรึกษา และส่งเสริมการตลาดให้กับผู้ประกอบการ

7. ปรับปรุงการส่งเสริมการลงทุนให้ทั่วถึง ครอบคลุมไปถึงโรงงานขนาดกลาง ขนาดเล็ก ที่มีประสิทธิภาพในการผลิตให้ความช่วยเหลือในการปรับปรุงเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาเป็นโรงงานที่ผลิตเพื่อการส่งออกต่อไปรวมไปถึงการลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคเพื่อเป็นการจูงใจ

8. รัฐควรปรับปรุงการจัดเก็บภาษีให้เป็นธรรมเพื่อมิให้เป็นภาระกับผู้ผลิตมากเกินไป จนเป็นเหตุให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษี หากลดภาษีลงเป็นการกระตุ้นให้มีการเสียภาษีตามความเป็นจริง

9. หน่วยงานของรัฐฯ ที่เกี่ยวข้องในด้านการสนับสนุนและส่งเสริม เช่น ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาต้องถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ ในรูปของการจัดอบรม โดยพิจารณาถึงความต้องการของผู้ผลิต มีการประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลการตลาด ราคาวัตถุดิบที่ทันสมัย รวมทั้งจัดเจ้าหน้าที่ออกเยี่ยมโรงงานเซรามิกที่ร้องขอความช่วยเหลือให้ทันกับปัญหาที่เกิดขึ้น

ด้านราคาสินค้าและด้านอื่นๆ

1. ปัญหาเรื่องการตัดราคาสินค้าหรือการเลียนแบบสินค้า ควรให้สมาคมผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยกันหาทางควบคุมให้มีการตัดราคาหรือลอกเลียนแบบกันน้อยที่สุดเพื่อไม่ให้ราคาสินค้าตกลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งในทางปฏิบัติมักมีความยุ่งยาก หนทางที่สามารถทำได้ก็คือ การออกหนังสือรับรองในลักษณะที่คล้ายกับการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ รวมทั้งการติดตราหรือสัญลักษณ์ของผู้ผลิตไว้ให้ผู้ซื้อพิจารณาเลือกซื้อ อาจติดอยู่ที่ตัวผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ก็ได้

2. ปัญหาการกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง อาจแก้ไขโดยการรวมตัวกันต่อรองในเรื่องราคาสินค้าในนามของสมาคมหรือกลุ่มโรงงาน ซึ่งการรวมกลุ่มนี้สามารถใช้ประโยชน์ได้ตั้งแต่การรวมตัวกันซื้อวัตถุดิบจำนวนครั้งละมากๆ เพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง โดยไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่ายรวมไปถึงการรวมตัวกันส่งออกไปขายทั้งในประเทศหรือต่างประเทศก็ช่วยลดต้นทุนการขนส่งและการจัดการ

3. ในด้านของการจัดการนั้นภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการนำระบบการจัดการและบริหารงานสมัยใหญ่มาใช้ในการดำเนินกิจการ เพื่อพัฒนาระบบการบริหารงานให้เป็นไปอย่างมีระเบียบแบบแผน มีประสิทธิภาพสูงและมีความคล่องตัวมากขึ้น

4. เน้นการควบคุมคุณภาพ (quality control) ในกระบวนการผลิตโดยจัดหาวิศวกรด้านวัสดุศาสตร์(เซรามิก) ประจำที่โรงงานเพื่อแก้ไขปัญหาและควบคุมขั้นตอนการผลิตให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

5. ผู้ประกอบการควรมีการคิดค่าจ้างและเงินเดือนของตนเองเพื่อให้ทราบกำไรที่แท้จริง

4.5 การปรับตัวของผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกภายหลังวิกฤติ

นับตั้งแต่ประเทศไทยได้เข้าสู่ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ตั้งแต่ปี พ.ศ 2540 เป็นต้นมา ซึ่งภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเซรามิกหลายรายต้องเลิกกิจการไป แต่ก็ยังมีผู้ผลิตอีกหลายรายยังคงมีการเปิดดำเนินกิจการอยู่ โดยผู้ผลิตที่ยังคงดำเนินกิจการได้มีการปรับตัวให้สามารถอยู่ได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น จากการสอบถามผู้ประกอบการเซรามิกมีการปรับตัวดังนี้

1. มีการควบคุมและลดต้นทุนการผลิต โดยมีการลดต้นทุนในส่วน of แรงงานและวัตถุดิบบางชนิดลง เช่น มีการลดจำนวนการจ้างแรงงานลง มีการผสมดินขึ้นมาใช้เองแทนการใช้ดินสำเร็จที่มีราคาแพง หรือผู้ผลิตบางรายมีการลดกำลังการผลิตลง มีการผลิตสินค้าตามที่ได้รับ Order เท่านั้น

2. มีการปรับเปลี่ยนการผลิต โดยผลิตผลิตภัณฑ์ที่ตนมีความชำนาญและมีการรวมกลุ่มการผลิตแบบ cluster เช่น กลุ่มของโรงงานขนาดเล็กในหมู่บ้านสาละเหม็ง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เป็นกลุ่มเล็กๆ ตั้งขึ้นมาเพื่อรวมกลุ่มกันในการตั้งราคาสินค้า เพื่อป้องกันการกดราคาจากผู้รับซื้อ (พ่อค้าคนกลาง) แต่ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรเนื่องจากยังคงมีการขายตัดราคากันอยู่

3. มีการทำการตลาดอย่างเข้มแข็งขึ้นและหาตลาดใหม่เพื่อรองรับสินค้าของโรงงาน โดยมีทีมงานด้านการตลาดและมีบริษัทเครือข่ายอยู่ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่นๆ

4. มีการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพดีขึ้น เพื่อมุ่งจำหน่ายสินค้าในตลาดระดับกลางถึงบนเนื่องจากตลาดของสินค้าที่มีคุณภาพมีกำลังซื้อที่ดีกว่าตลาดสินค้าทั่วไป นอกจากนี้มีผู้ผลิตบางรายได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด

5. มีการนำเอาสินค้ามาลดราคา ถึงแม้ว่าราคาที่ขายจะไม่คุ้มทุน แต่จำเป็นต้องขายเพื่อนำเงินมาใช้หมุนเวียนภายในโรงงาน