

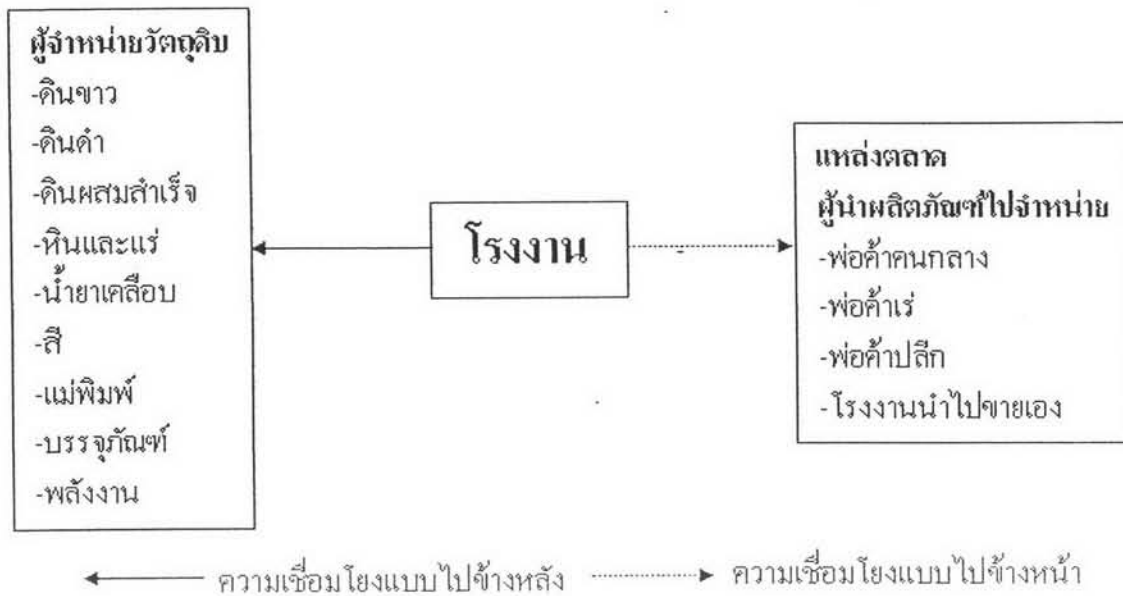
บทที่ 6

ความเชื่อมโยงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและความเชื่อมโยงทางพื้นที่

การศึกษาความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือนในจังหวัดลำปางนั้น ประกอบไปด้วยความเชื่อมโยงทางพื้นที่ และความเชื่อมโยงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในรูปของการเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างโรงงานกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดคือ การเคลื่อนย้ายระหว่างโรงงานกับแหล่งวัตถุดิบ ซึ่งประกอบไปด้วย ดินขาว ดินดำ ดินผสมสำเร็จรูป ปูนปลาสเตอร์ แม่พิมพ์ น้ำยาเคลือบ สี แก๊ส กระดาษหนังสือพิมพ์ แข็ง และการเคลื่อนย้ายของผลิตภัณฑ์ไปสู่พื้นที่ต่างๆ คือ แหล่งตลาด และการขนส่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงการศึกษาสภาพปัญหาของอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือน

อุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือนมีการพึ่งพาปัจจัยการผลิตภายในจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่ ดินขาว ดินดำ ดินผสมสำเร็จรูป พลังงาน และบรรจุภัณฑ์ ถึงแม้จะมีปัจจัยการผลิตบางตัว เช่น หินแร่ และเคมีภัณฑ์ ที่ต้องเชื่อมโยงกับแหล่งภายนอก แต่ก็พึ่งพาได้จากร้านตัวแทนจำหน่ายในเมือง

จากแผนภูมิ 6-1 แสดงให้เห็นถึงทิศทางความเชื่อมโยงแบบไปข้างหน้า ระหว่างโรงงานกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาสิ่งต่างๆ ให้กับโรงงานเพื่อการผลิตสินค้า ซึ่งได้แก่ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต แรงงาน และทิศทางความเชื่อมโยงแบบไปข้างหน้าระหว่างโรงงานกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับผลิตภัณฑ์จากโรงงานไป ได้แก่ ผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์



แผนภูมิ 6-1 ความเชื่อมโยงของกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือน

6.1 ความเชื่อมโยงด้านการผลิต (Production linkages)

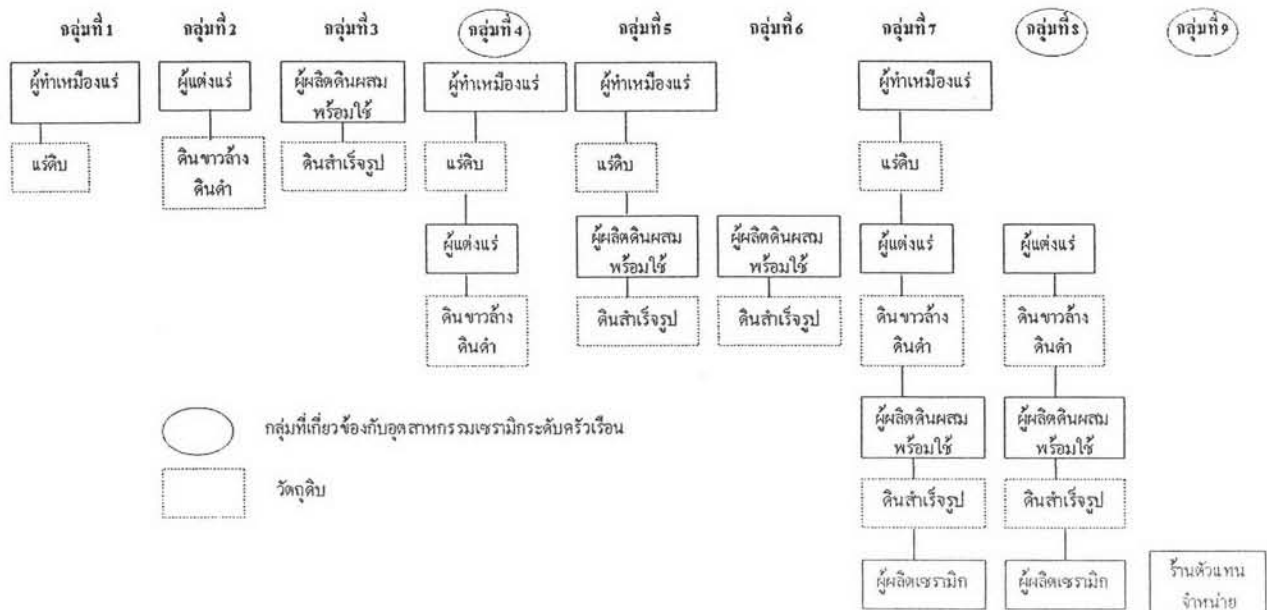
ความเชื่อมโยงด้านการผลิตมีทิศทางความเชื่อมโยงไปข้างหลังกับโรงงานเซรามิก เพราะมีความต้องการซื้อวัตถุดิบ เข้ามาที่โรงงานเพื่อการผลิตต่อไป ซึ่งต้องผ่านกระบวนการการผลิตที่สำคัญ 3 กระบวนการคือ การเตรียมวัตถุดิบ การขึ้นรูป และการเผา โดยที่กระบวนการการผลิตเหล่านี้เกี่ยวข้องกับ วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และพลังงาน

6.1.1 ดิน

ดินที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตเซรามิก ประกอบไปด้วย ดินขาว ดินดำ และดินผสมสำเร็จรูป โดยโรงงานต่างๆจะมีสัดส่วนของการใช้วัตถุดิบเหล่านี้ในปริมาณที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประเภท รูปแบบ และเนื้อผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปได้ถึงวงจรของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

- 1.ผู้ทำเหมืองแร่ ซึ่งเป็นผู้ทำเหมืองเพื่อผลิตแร่ดิบ
- 2.กลุ่มผู้ปรับปรุงคุณภาพแร่ดิบหรือแต่งแร่เพื่อให้ได้เป็นวัตถุดิบ
- 3.กลุ่มผู้รับช่วงวัตถุดิบไปผสมเป็นดินสำเร็จรูป
- 4.กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบที่มีเหมืองแร่ด้วย
- 5.กลุ่มผู้ผลิตดินผสมที่มีเหมืองแร่และแต่งแร่เอง
- 6.กลุ่มผู้ผลิตดินผสมที่รับซื้อแร่ดิบแต่งก่อนจะใช้ผลิตดินผสม
- 7.กลุ่มผู้ผลิตเซรามิกที่ทำครบทุกกระบวนการตั้งแต่ทำเหมือง แต่งแร่ ผลิตดินผสมและผลิตเซรามิกเอง
- 8.กลุ่มผู้ผลิตเซรามิกที่เริ่มตั้งแต่ นำแร่ดิบมาแต่งแล้วผสมดินเอง
9. กลุ่มผู้เป็นร้านตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบ

จากแผนภูมิ 6-2 สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบอย่างแท้จริงคือ กลุ่มที่ 1-6 และกลุ่มที่ 7-8 เป็นผู้ผลิตเซรามิกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตวัตถุดิบบางส่วน และในการผลิตเซรามิก ระดับครัวเรือนนี้ จะมีความเชื่อมโยงกับแหล่งจำหน่ายดินกลุ่มที่ 4, 8 และ 9 กล่าวคือ ครัวเรือนจะซื้อวัตถุดิบประเภทดินมาผสมเอง โดยกลุ่มที่มีผลต่ออุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือนโดยตรงคือกลุ่มที่ 4 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีเหมืองแร่ และมีการแต่งแร่ จะมีการจำหน่ายวัตถุดิบประเภทดินที่ผ่านการแต่งแร่แล้วให้กับโรงงานทั่วไป กลุ่มที่ 8 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการซื้อแร่ดิบจากเหมืองแร่ แล้วมาทำการแต่งแร่เอง พร้อมทั้งมีการจำหน่ายดินให้กับโรงงานอื่นๆ ซึ่งเป็น โรงงานผลิตเซรามิกขนาดใหญ่ และกลุ่มที่ 9 เป็นกลุ่มที่รับวัตถุดิบจากผู้ผลิตหลายๆ กลุ่มมาจำหน่าย (ร้านตัวแทนจำหน่าย)



แผนภูมิ 6-2 วงจรของวัตถุดิบประเภทดิน

6.1.1.1 วิธีการจัดหาวัตถุดิบเข้าสู่โรงงาน

จากการศึกษาพบว่าดินที่ใช้ในโรงงานกลุ่มตัวอย่าง มีการสั่งจาก โรงแต่งแร่ โรงงานผลิตเซรามิก และร้านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งดินจะถูกอัดมาในลักษณะเป็นแผ่นๆ ผู้จำหน่ายดินจะนำดินมาส่งยังโรงงาน โดยมีเงื่อนไขในการจัดส่ง แตกต่างกันไปตามแต่ละ ผู้จำหน่ายดังนี้ บริษัทกิตติโรจน์ดินขาว มีเงื่อนไขในการจัดส่งน้อยที่สุด คือไม่จำกัดปริมาณการสั่ง แต่ทางผู้จำหน่ายจะคอยรวบรวมปริมาณการสั่งจากลูกค้าในละแวกเดียวกัน แล้วจึงดำเนินการจัดส่งโดยปกติจะไม่เกิน 3 วัน ห้างหุ้นส่วนจำกัดดินขาวลำปาง คิดค่าบริการขนส่งในอัตรา 500-600 บาท เพราะเน้นการจำหน่ายหน้าโรงงาน ทางผู้ซื้อต้องมารับสินค้าเอง บริษัทมีสิบลปีเซรามิก ไม่คิดค่าบริการการขนส่งหากสั่งปริมาณเกิน 2 ตัน โรงงานฟ้าใสเซรามิก และห้างหุ้นส่วนรามาชรามิก ไม่คิดค่าบริการการขนส่งหากสั่งปริมาณเกิน 2 ตัน ถ้าปริมาณการสั่งน้อยกว่า 2 ตัน จะคิดค่าบริการขนส่งในอัตราเที่ยวละ 150 บาท

ถ้าหากว่าโรงงานมีปริมาณการสั่งไม่ถึงตามกำหนด และต้องการใช้วัตถุดิบจากผู้จำหน่ายที่มีเงื่อนไขในการจัดส่งมาก ทางโรงงานก็จะรวบรวมปริมาณการสั่งวัตถุดิบจากโรงงานข้างเคียง แล้วจึงสั่งร่วมกัน การที่โรงงานไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งนี้ เป็นผลอันเนื่องมาจากการที่โรงงานต่างๆ กระจุกตัวอยู่ภายในบริเวณเดียวกัน ซึ่งถือว่าการประหยัดจากการรวมกลุ่ม

1) วิธีการสั่งจากโรงเต่งแร่

ดินที่สั่งจาก โรงเต่งแร่ เป็นดินที่ผ่านกระบวนการเต่งแร่มาแล้ว ประกอบด้วยดินขาว ดินดำ ซึ่งโรงเต่งแร่ส่วนมากจะอยู่ไม่ห่างจากเมืองมากนักเนื่องจากที่ตั้งเหมืองแร่อยู่บนภูเขาและเป็นตลาดชั้นจึงไม่สามารถทำการเต่งแร่ได้โดยสะดวก โรงเต่งแร่นี้ประกอบไปด้วยกิจการเดียวกันกับผู้ประกอบการเหมืองแร่ และบริษัทเอกชนที่รับแร่จากเหมืองต่างๆมาเต่งเอง ในกรณีของแร่ดินขาวที่ผ่านการเต่งแร่มาแล้วจะจำหน่ายในลักษณะเป็นดินแผ่น

2) วิธีการสั่งจากร้านตัวแทนจำหน่าย

ดินที่สั่งจากร้านตัวแทนจำหน่าย เป็นดินที่ผ่านกระบวนการเต่งแร่มาแล้ว ประกอบไปด้วยดินขาว ดินดำ ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายที่รับดินมาจากหลายบริษัท โดยมีทำเลที่ตั้งอยู่ภายในเขตเมือง ร้านค้าเหล่านี้เป็นร้านค้าที่จำหน่ายวัตถุดิบอื่นๆ ด้วย เช่นดินผสมสำเร็จรูป เกล็ดหินต่างๆ เป็นต้น

3) วิธีการสั่งจากโรงงานเซรามิก

ดินที่สั่งจากโรงงานเซรามิกมีลักษณะ และรูปแบบเดียวกันกับการสั่งจากโรงเต่งแร่ หรือการสั่งจากร้านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งโรงงานซื้อดินมาจากเหมืองแร่ แล้วมาทำการเต่งแร่เพื่อใช้ในกระบวนการผลิตของตนเอง และมีการจำหน่ายดินให้กับ โรงงานอื่นๆ ประกอบไปด้วยดินขาว ดินดำ และดินผสมสำเร็จรูป

6.1.1.2 แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

ดินที่ใช้ในโรงงานส่วนมาก มาจากภายในจังหวัดลำปางเอง และส่วนหนึ่งมาจากภายนอกจังหวัด โดยโรงเต่งแร่ภายในจังหวัดกระจุกตัวอยู่ที่ถนนสายลำปาง-แจ้ห่มบริเวณหลักกิโลเมตรที่ 28 ซึ่งใกล้กับเหมืองแร่ดินขาว เนื่องจากในกระบวนการเต่งแร่นั้น จะสูญเสียน้ำหนักประมาณร้อยละ 40 ทำให้โรงเต่งแร่ไม่สามารถที่จะตั้งใกล้กับแหล่งโรงงานได้ ส่วนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายจะตั้งอยู่ภายในเขตตัวเมือง ซึ่งแต่ละโรงงานมีการสั่งซื้อดินจากผู้จำหน่ายที่ตนเองตั้งเป็นประจำ อันเป็นผลมาจากความเชื่อ ความมั่นใจ ประเภทผลิตภัณฑ์ สูตรในการผลิตของแต่ละโรงงานที่แตกต่างกัน และที่สำคัญปัจจัยทางด้านราคา ซึ่งดินของแต่ละผู้จำหน่ายจะมีราคาแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับคุณภาพของเนื้อดิน

1) ดินขาว (Kaolin)

ลำปางเป็นแหล่งดินขาวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย แต่ดินขาวลำปางมีอัตราส่วนดินขาวค่อนข้างต่ำคือ ร้อยละ 20-25 นอกจากนี้แหล่งดินขาวลำปางมีลักษณะคุณภาพไม่สม่ำเสมอและเป็นบ่อเล็กๆ โดยดินขาวเป็นส่วนประกอบหลักที่ใช้ในการทำเนื้อผลิตภัณฑ์ทุกโรงงาน และทุกประเภทผลิตภัณฑ์จะต้องมีการใช้ดินขาว ซึ่งเป็นดินที่เกิดจากการสลายตัวของหิน มีความทนไฟสูง เป็นดินที่มีการหดตัวน้อย และความเหนียวต่ำ ขึ้นรูปยากต้องนำไปผสมกับดินชนิดอื่น ส่วนคุณภาพจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสิ่งเจือปน และสภาพแวดล้อม จากการศึกษาพบว่าโรงงานมีการใช้ดินขาวจากภายในจังหวัดลำปางเอง และจากแหล่งภายนอกจังหวัด โดยทำการสั่งซื้อจากโรงแต่งแร่ ซึ่งเป็นดินขาวที่ล้างเอาสิ่งเจือปนออกแล้ว จากนั้นจะมาทำการอัดเป็นแผ่นๆ

ราคาจำหน่ายดินขาว ของแต่ละผู้จำหน่ายมีความแตกต่างกัน โดยบริษัทมีซิลปีเซรามิก ราคาจำหน่ายตันละ 4,170 บาท ราคาดินขาวของบริษัทมีซิลปีนั้นจะมีราคาแพง เนื่องจากเป็นดินขาวระนอง มีแหล่งผลิตอยู่ที่จังหวัดระนอง และจังหวัดนราธิวาส จัดอยู่ในดินขาวคุณภาพปานกลาง เมื่อเผาแล้วจะให้เนื้อผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าดินขาวลำปาง บริษัทมีซิลปีเซรามิกนี้ช่วงเริ่มแรกเป็นโรงงานเซรามิกเพียงอย่างเดียว ต่อมาภายหลังจึงได้มีการจำหน่ายดินควบคู่ไปด้วย โรงงานฟ้าใสเซรามิก ราคาจำหน่ายตันละ 1,500 บาท เป็นดินขาวลำปาง ซึ่งเป็นดินขาวคุณภาพต่ำ เมื่อเผาผลิตภัณฑ์แล้วเนื้อผลิตภัณฑ์จะไม่ขาวเท่ากับดินขาวระนอง โรงงานฟ้าใสแต่เดิมเป็นโรงงานผลิตเซรามิก ต่อมาภายหลังจึงได้มีการจำหน่ายดินควบคู่ไปด้วยเช่นเดียวกันกับบริษัทมีซิลปีเซรามิก ส่วนบริษัทกิตติโรจน์ดินขาว มีราคาจำหน่ายตันละ 1,400 บาท เป็นดินขาวลำปาง คุณภาพต่ำซึ่งมีราคาถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ และห้างหุ้นส่วนจำกัดดินขาวลำปาง เป็นราคาหน้าโรงงานจำหน่ายตันละ 1,370 บาท โดยเป็นดินขาวลำปางเช่นเดียวกัน ซึ่งห้างหุ้นส่วนดินขาวลำปางนี้เป็นโรงแต่งแร่และมีเหมืองแร่เป็นของตนเองด้วย

โดยปริมาณการใช้ดินขาวของโรงงานกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ดินขาวเฉลี่ยต่อเดือนพบว่าโรงงานส่วนมากร้อยละ 64.71 (55 โรง) มีการใช้ดินขาวปริมาณ 1-2 ตัน รองลงมาคือ 2-4 ตัน ร้อยละ 21.18 (18 โรง) ปริมาณน้อยกว่า 1 ตัน ร้อยละ 9.41 (8 โรง) และ ปริมาณมากกว่า 4 ตัน ร้อยละ 4.71 (4 โรง)

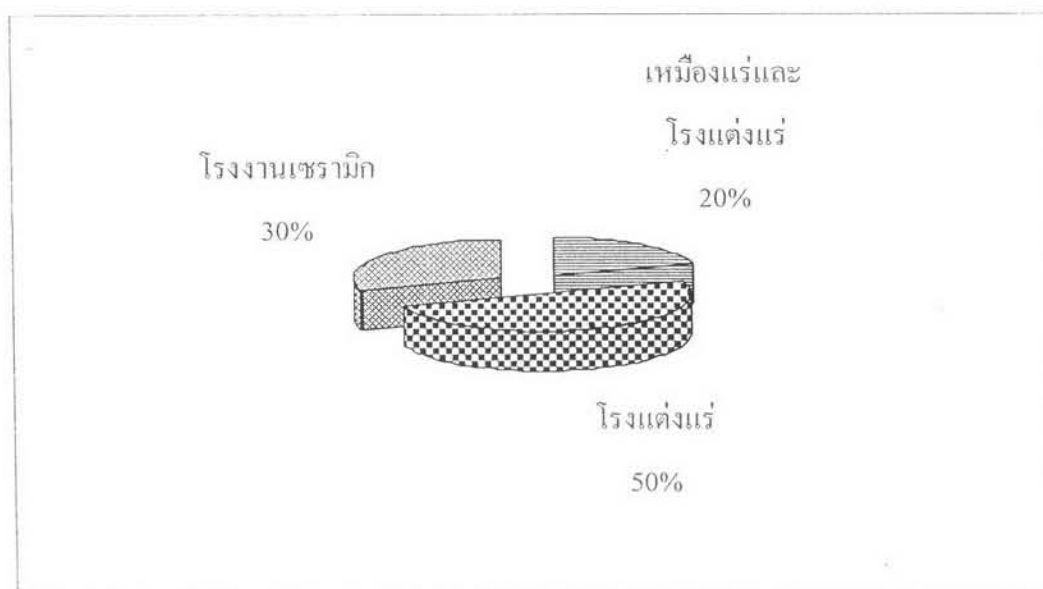
จากตาราง 6-1 พบว่าดินขาวมีการสั่งซื้อจาก บริษัทกิตติโรจน์ดินขาวมากที่สุดคือ ร้อยละ 51.76 (44 โรง) รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดดินขาวลำปาง ร้อยละ 21.18 (18 โรง) และ โรงงานฟ้าใสเซรามิก ร้อยละ 14.12 (12 โรง) ตามลำดับ และจากแผนภูมิ 6-3 พบว่ามีการ

สั่งซื้อดินขาว จากแหล่งจำหน่ายประเภท โรงเต่งแรมมากที่สุด (กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบประเภทที่ 4) นอกจากนี้ยังสามารถสรุปได้ว่าโรงงานส่วนใหญ่มีการใช้แหล่งดินขาวภายในจังหวัด ถึงร้อยละ 87.06

ตาราง 6-1 แหล่งที่มาของดินขาว

แหล่งที่มา (เหมืองแร่ และโรงเต่งแรม)	จำนวน	ร้อยละ	แหล่งที่มา	การจัดส่ง
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดินขาวลำปาง	18	21.18	ลำปาง	คิดค่าบริการ 500-600 บาท
แหล่งที่มา (โรงเต่งแรม)				
บริษัท กิตติโรจน์ดินขาว	44	51.76	ลำปาง	ไม่คิดค่าบริการ
แหล่งที่มา (โรงงานเซรามิก)				
โรงงาน ฟ้ายาเซรามิก	12	14.12	ลำปาง	ไม่คิดค่าบริการ
บริษัท มีศิลป์เซรามิก	11	12.94	ระนอง นราธิวาส	ไม่คิดค่าบริการ (เกิน 2ตัน)
รวม	85	100		

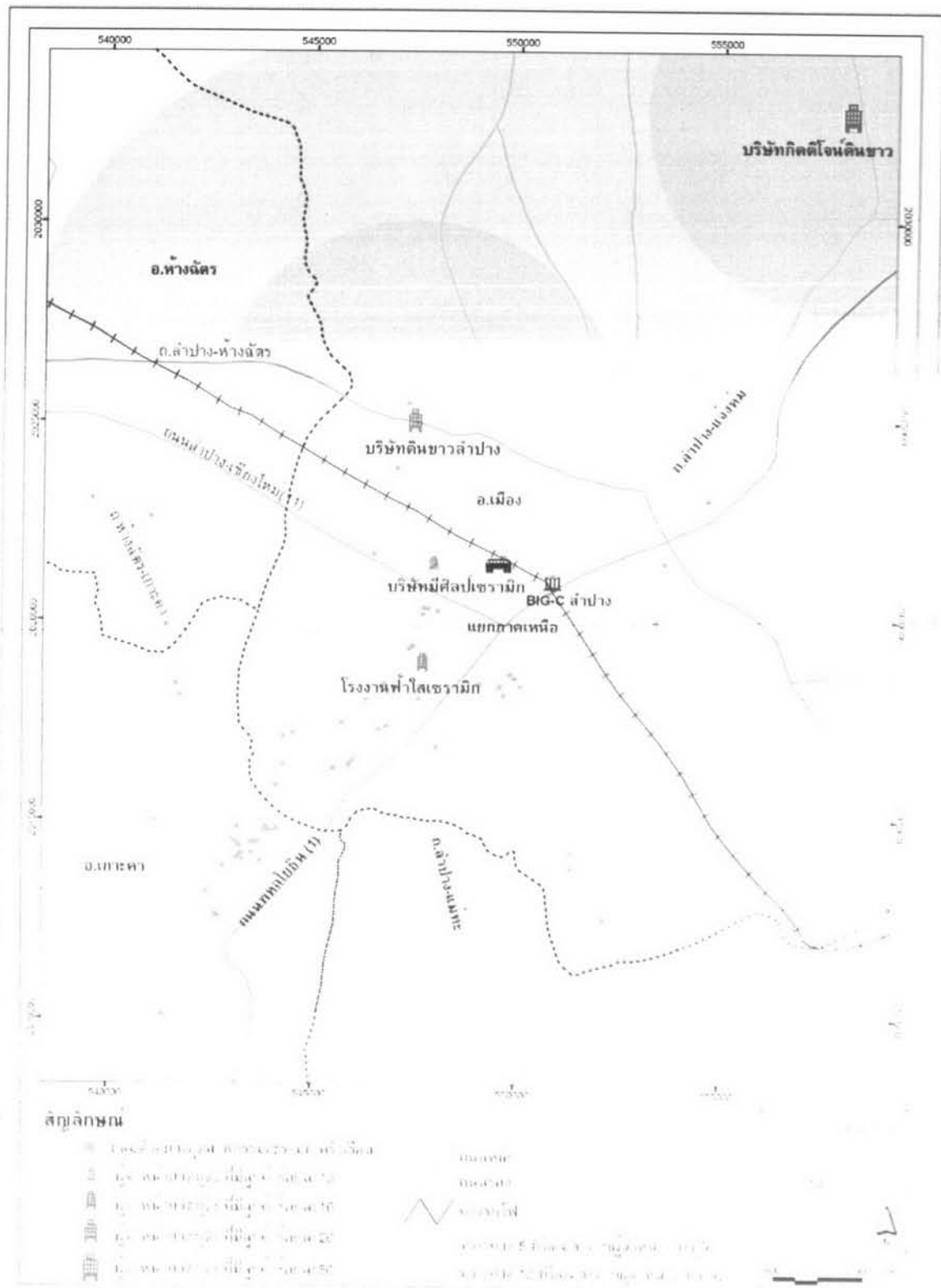
ที่มา : การสัมภาษณ์, 2549



แผนภูมิ 6-3 แหล่งที่มาของดินขาว

การที่โรงงานส่วนมากนิยมสั่งซื้อดินขาวจากบริษัทกิตติโรจน์ดินขาว เนื่องจากราคาถูก และมีบริการการจัดส่ง ส่วนดินขาวจากบริษัทมีศิลป์เซรามิกนั้น ได้รับความนิยมน้อยกว่า เนื่องจากมีราคาสูง ถึงแม้คุณภาพดินจะดีกว่า แต่ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของโรงงานระดับครัวเรือนนี้จะไม่เน้นคุณภาพมากนัก

และเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทำเลที่ตั้งโรงงานกลุ่มตัวอย่าง กับแหล่งจำหน่ายดินขาว พบว่า ร้อยละ 42.35 (36 โรง) อยู่ห่างจากผู้จำหน่ายดินขาว ไม่เกิน 5 กิโลเมตร และร้อยละ 56.47 (48 โรง) อยู่ห่างจากแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบ 5-10 กิโลเมตร ร้อยละ 1.18 (1 โรง) อยู่ห่างจากแหล่งจำหน่ายมากกว่า 10 กิโลเมตร สำหรับบริษัทกิตติโรจน์ดินขาว ซึ่งอยู่ห่างไกลจากกลุ่มตัวอย่างเกิน 10 กิโลเมตร แต่มีจำนวนโรงงานกลุ่มตัวอย่างที่สั่งซื้อมากที่สุด (ร้อยละ 51.76) แสดงให้เห็นว่าผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ใกล้ชิดกับโรงงานไม่เสมอไปที่จะได้รับความนิยมมากกว่าผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่อยู่ไกลโรงงาน เป็นเพราะยังมีปัจจัยอื่นที่นอกเหนือ คือ การจัดการของบริษัทกิตติโรจน์ดินขาว มีการบริการขนส่งโดยมีเงื่อนไขน้อยกว่า และจำหน่ายดินขาวในราคาเมื่อเฉลี่ยแล้วต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ (แผนที่ 6-1)



แผนที่ 6-1 แหล่งจำหน่ายดินชาวบ้าน

2) ดินดำ (Ball Clay)

ดินดำเป็นดินที่มีความเหนียวมาก เนื้อดินมีความละเอียดสูง มีสีดำเข้ม เป็นดินที่เกิดจากการทับถมกันนานๆ มีสารพวกอินทรีย์ (ซากพืชซากสัตว์) ปะปนอยู่ ดินชนิดนี้ใช้ประโยชน์สำหรับใช้ในการขึ้นรูปปั้นห้่างขึ้น เมื่ออยู่ในรูปวัตถุดิบมักจะมีสีเทาดำ แต่เมื่อนำไปผสมกับวัตถุดิบชนิดอื่นเมื่อเผาแล้วจะให้สีขาว แต่ดินดำในประเทศไทยมีการเจือปนของอินทรีย์วัตถุและสนิมเหล็กในปริมาณสูง ดินดำมีการจำหน่ายเป็นถุงๆ ละ 50 กิโลกรัม

ราคาจำหน่ายดินดำ ของแต่ละผู้จำหน่ายมีความแตกต่างกันตามคุณภาพ คือ บริษัทกิตติโรจน์ดินขาวมีราคาจำหน่ายตันละ 1,500 บาท เป็นดินดำที่มีแหล่งอยู่ในจังหวัดลำปาง ห้างหุ้นส่วนจำกัดน้ำขังแสง ราคาจำหน่ายตั้งแต่ตันละ 1,500 ถึง 5,545 บาท เป็นดินดำของจังหวัดลำปางและดินดำสุราษฎร์ มีแหล่งอยู่ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี และโรงงานตีหีบ ราคาจำหน่ายตันละ 3,000 บาท เป็นดินดำของ อ.เวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

โดยปริมาณการใช้ดินดำของโรงงานกลุ่มตัวอย่าง เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า โรงงานส่วนมากใช้ดินดำน้อยกว่า 1 ตัน ร้อยละ 61.18 (52 โรง) รองลงมาคือ ปริมาณ 1-2 ตัน ร้อยละ 30.59 (26 โรง) และ ปริมาณ 2-4 ตัน ร้อยละ 8.24 (7 โรง) ซึ่งปริมาณการใช้ดินดำนั้นน้อยกว่าปริมาณการใช้ดินขาว เพราะเป็นวัตถุดิบที่สำคัญรองลงมาจากดินขาว เนื่องจากการใช้ผสมในเนื้อดินปั้น

จากตาราง 6-2 พบว่าดินดำมีการสั่งซื้อจาก บริษัทกิตติโรจน์ดินขาวมากที่สุด เช่นเดียวกับดินขาว คือร้อยละ 41.18 (35 โรง) รองลงมาเป็น โรงงานตีหีบ ร้อยละ 24.71 (21 โรง) และห้างหุ้นส่วนจำกัดน้ำขังแสง ร้อยละ 15.29 (13 โรง) และที่เหลือร้อยละ 18.32 (16 โรง) ไม่ได้ใช้ดินดำในการผลิต และจากแผนภูมิ 6-4 พบว่ามีการสั่งซื้อดินดำ จากแหล่งจำหน่ายประเภท โรงแต่งแร่มากที่สุด คือ ร้อยละ 65.89 (กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบประเภทที่ 4) นอกจากนี้ยังสามารถสรุปได้ว่าโรงงานส่วนใหญ่มีการใช้แหล่งดินดำภายในจังหวัด

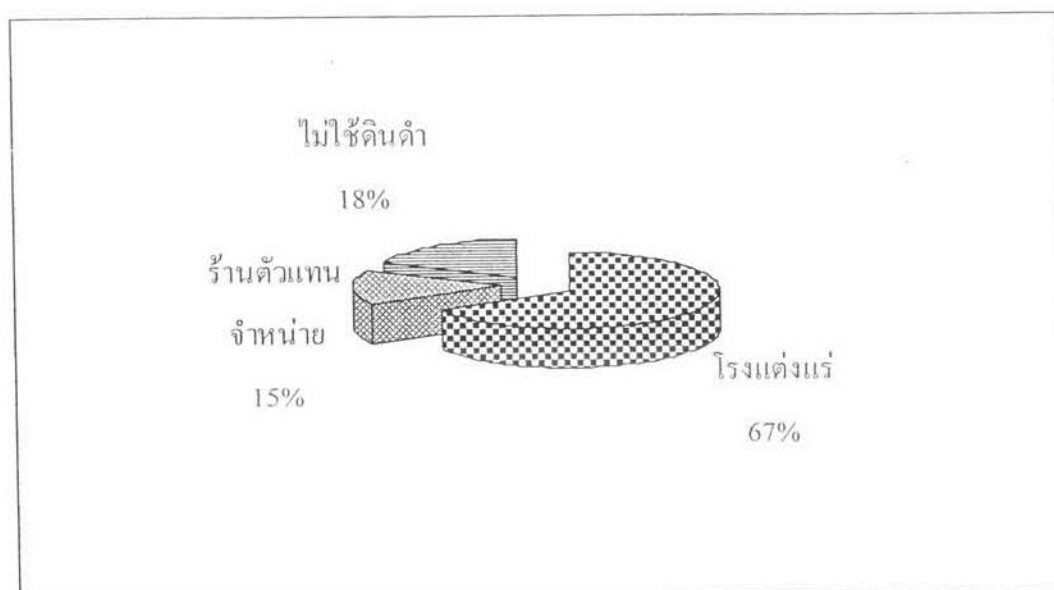
เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทำเลที่ตั้ง โรงงานกลุ่มตัวอย่างกับแหล่งจำหน่ายดินดำ พบว่าโรงงานกลุ่มตัวอย่าง 36.47 (31 โรง) อยู่ห่างจากผู้จำหน่ายดินดำ ไม่เกิน 5 กิโลเมตร และร้อยละ 60.00 (51 โรง) อยู่ห่างจากแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบ 5-10 กิโลเมตร และร้อยละ 3.53 (3 โรง) อยู่ห่างจากแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบเกิน 10 กิโลเมตร สำหรับ บริษัทกิตติโรจน์ดินขาว ซึ่งอยู่ห่างไกลจากกลุ่มตัวอย่างเกิน 10 กิโลเมตร (แผนที่ 6-2) แต่มีจำนวนโรงงานกลุ่มตัวอย่าง

ตั้งชื่อมากที่สุด คือร้อยละ 41.67 แสดงให้เห็นว่าผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ใกล้ชิดกับโรงงานไม่เสมอไปที่จะได้รับความนิยมมากกว่าผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ที่อยู่ไกล เป็นเพราะยังมีปัจจัยอื่นคือ การจัดการของบริษัทกิตติโรจน์ดินขาว มีการบริการขนส่งโดยมีเงื่อนไขน้อยกว่า และจำหน่ายสินค้าในราคาเมื่อเฉลี่ยแล้วต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ เช่นเดียวกับกับวัตถุดิบประเภทดินขาว

ตาราง 6-2 แหล่งที่มาของดินดำ

แหล่งที่มา (โรงเต่งแร่)	จำนวน	ร้อยละ	แหล่งที่มา	การจัดส่ง
โรงงานดีห้วย	21	24.71	เชียงราช	ไม่คิดค่าบริการ
บริษัท กิตติโรจน์ดินขาว	35	41.18	ลำปาง	ไม่คิดค่าบริการ
แหล่งที่มา (ร้านตัวแทนจำหน่าย)				
ห้างหุ้นส่วนจำกัด น้อยสง	13	15.29	สุราษฎร์ธานี ลำปาง	ไม่คิดค่าบริการ
ไม่ใช่ดินดำ	16	18.82		
รวมทั้งหมด	85	100		

ที่มา : การสัมภาษณ์, 2548



แผนภูมิ 6-4 แหล่งที่มาของดินดำ

3) ดินผสมสำเร็จรูป (Compound Clay)

ดินผสมสำเร็จรูปเป็นดินที่ได้รับการผสมระหว่างดินขาวและดินดำ ในสัดส่วนที่ผู้ผลิตได้กำหนดไว้แล้ว และผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณสมบัติและคุณภาพให้ได้ ตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยมีการสกัดสิ่งเจือปนตลอดจนกำหนดส่วนผสมต่างๆ ตามกระบวนการ มาตรฐานของแต่ละโรงงาน มีลักษณะเป็นน้ำขุ่นๆ พร้อมทั้งจะเทลงใส่ในแบบพิมพ์ ซึ่งใช้กับ ผลิตภัณฑ์ประเภทหล่อ สาเหตุที่โรงงานบางส่วนเลือกใช้ดินผสมสำเร็จรูปมีดังต่อไปนี้

- คุณภาพของผลิตภัณฑ์สูง เนื่องจากดินสำเร็จรูปผ่านกระบวนการเตรียมดินอย่างมีคุณภาพทำให้สามารถจัดสิ่งปลอมปนออกได้สูงกว่ากระบวนการธรรมดาใน โรงงาน ทำให้ผลิตภัณฑ์หลังการเผามีคุณภาพสูงมีตำหนิอันเนื่องมาจากวัตถุดิบน้อย

- การควบคุมการผลิตสามารถทำได้ง่าย ทั้งนี้เนื่องจากดินผสมสำเร็จรูปมี มาตรฐานสูงในด้านส่วนผสม จึงทำให้มีคุณสมบัติคงที่ในการผลิต ดังนั้นจึงสามารถควบคุมการ ผลิตได้ง่าย

- ลดขั้นตอนในการผลิต ขั้นตอนการผลิตในขั้นเตรียมดินจะลดลง ทำให้ การผลิตรวดเร็วขึ้น และทำให้ลดเครื่องจักรประเภทเตรียมดินลงด้วย

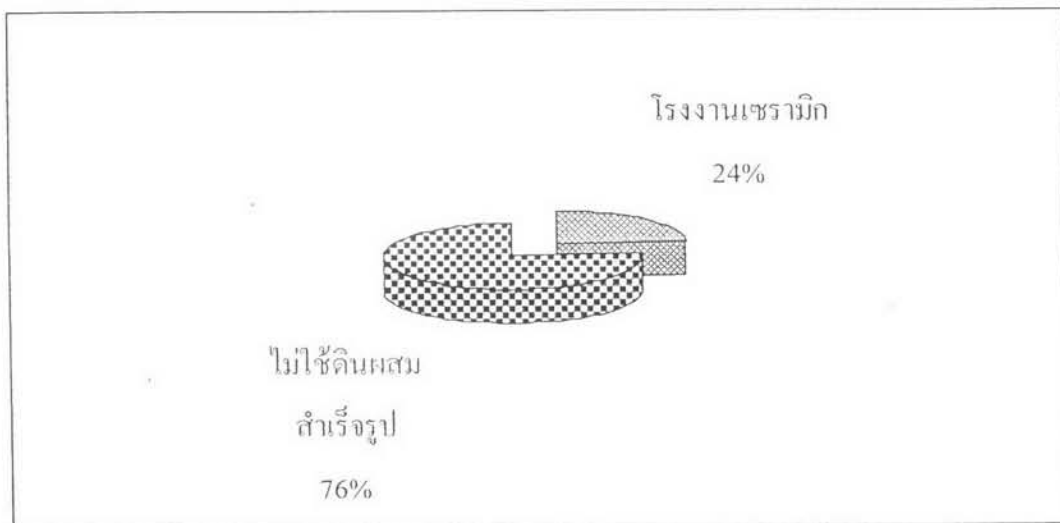
- ลดแรงงาน เนื่องจากลดขั้นตอนในการผลิตในขั้นการเตรียมเนื้อดินจึง ทำให้ลดแรงงานที่ใช้ลง

ซึ่งดินผสมสำเร็จรูปมีราคาแพงกว่าดินที่โรงงานผสมเอง ดินชนิดนี้ไม่ได้ รับความนิยมจากโรงงาน เพราะจะทำให้มีต้นทุนการผลิตสูงขึ้นกว่าการนำดินมาผสม ด้วยตนเอง เนื่องจากโรงงานจะเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ต้นทุนต่ำ ราคาจำหน่ายดินผสมสำเร็จรูปมีความ แตกต่างกันตามคุณภาพ คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดรามาชรามิก ราคาจำหน่าย ดินผสมสำเร็จรูปมีความ บริษัทมีสิบลำเชรามิก ราคาจำหน่ายตันละ 3,360 บาท ซึ่งทั้งสองเป็น โรงงานเชรามิกที่มีการจำหน่าย ดินด้วย

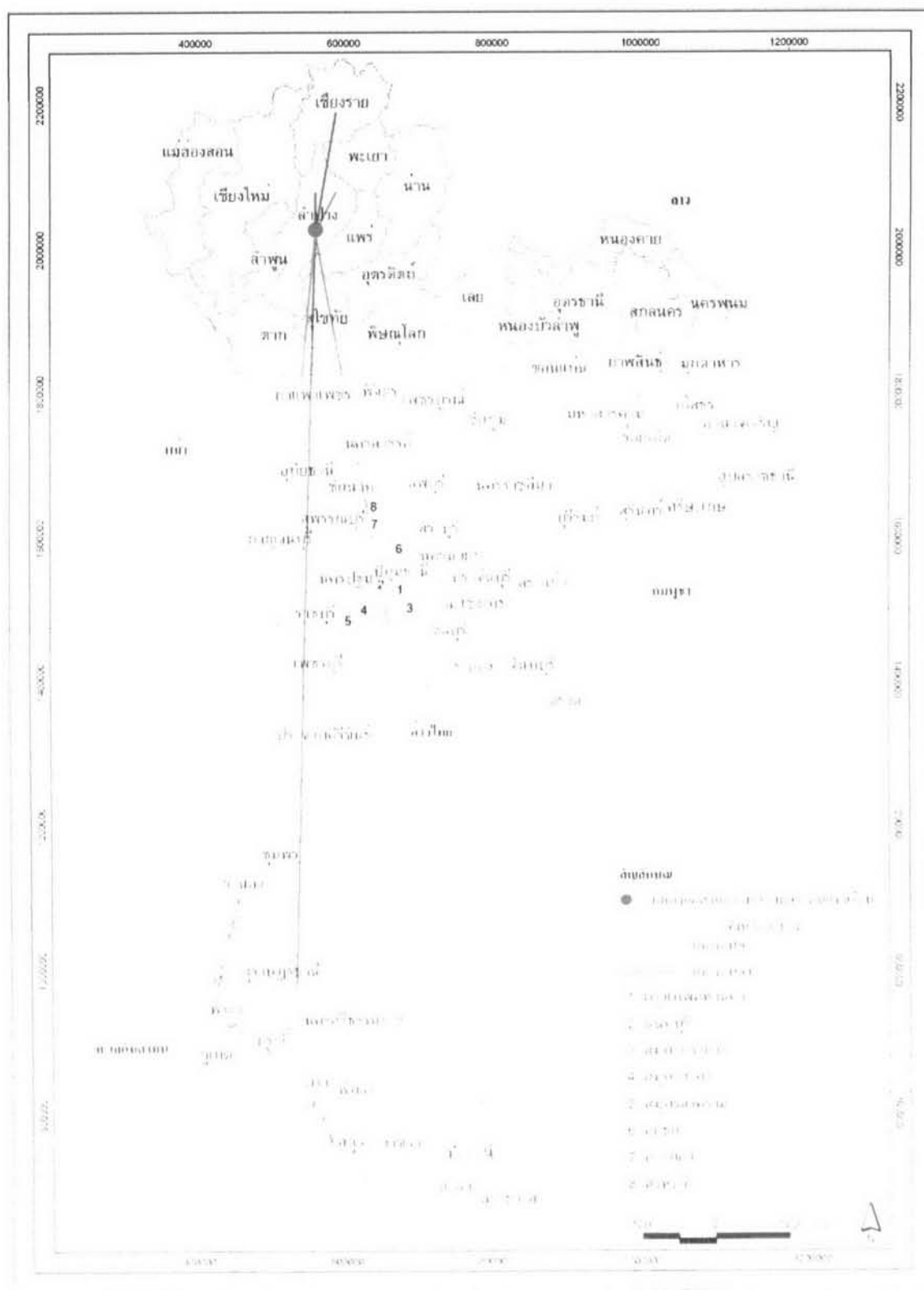
โดยประมาณการใช้ดินสำเร็จรูปของกลุ่มโรงงานตัวอย่าง เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ามีปริมาณการใช้ 1-2 ตัน ร้อยละ 14.12 (12 โรง) ปริมาณ 2-4 ตัน ร้อยละ 5.88 (5 โรง) ปริมาณ น้อยกว่า 2 ตัน ร้อยละ 3.53 (3 โรง) และไม่ได้ใช้ดินผสมสำเร็จรูปร้อยละ 76.47 (65 โรง)

จากการศึกษาพบว่าดินผสมสำเร็จรูป มีการสั่งซื้อจากบริษัทมีสิทธิ์ปีเซรามิกมากที่สุด คือ ร้อยละ 14.12 (12 โรง) รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดรามาชรามิก ร้อยละ 9.41 (8 โรง) และไม่มีการใช้ดินผสมสำเร็จรูป ร้อยละ 76.47 (65 โรง) และจากแผนภูมิ 6-5 พบว่ามีการสั่งซื้อดินผสมสำเร็จรูป จากแหล่งจำหน่ายประเภท โรงงานเซรามิกมากที่สุด (กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบประเภทที่ 8) นอกจากนี้ยังสามารถสรุปได้ว่าวัตถุดิบที่นำมาผสมเป็นดินสำเร็จรูปนั้นมาจากภายนอกจังหวัด แต่ผู้จำหน่ายอยู่ภายในพื้นที่

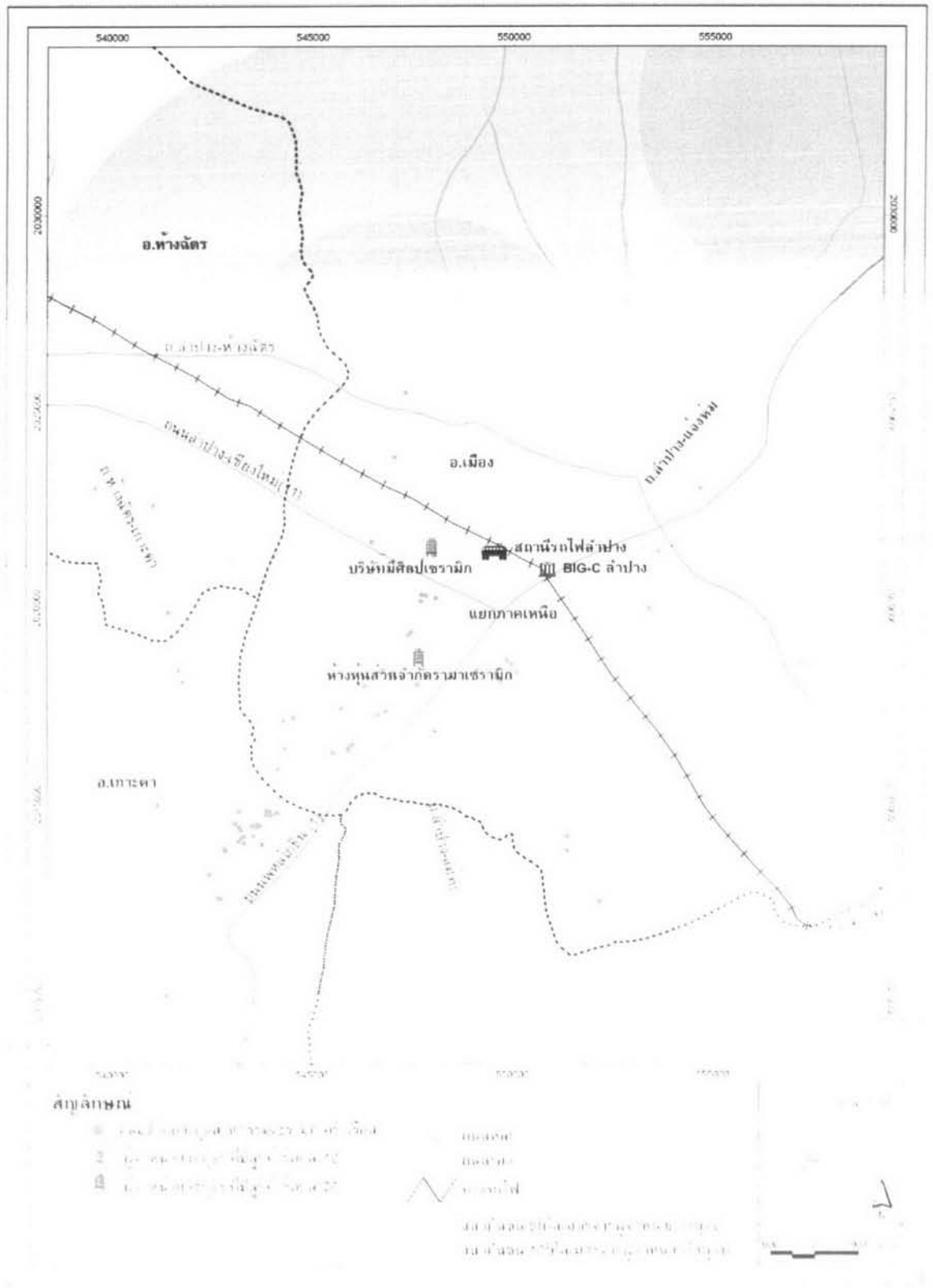
เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทำเลที่ตั้ง โรงงานกลุ่มตัวอย่างกับแหล่งจำหน่ายดินสำเร็จรูปพบว่า โรงงานกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 42.35 (36 โรง) อยู่ห่างจากผู้จำหน่ายดินดำไม่เกิน 5 กิโลเมตร ร้อยละ 56.47 (48 โรง) อยู่ห่างจากแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบ 5-10 กิโลเมตร และร้อยละ 1.18 (1 โรง) อยู่ห่างจากแหล่งจำหน่ายมากกว่า 10 กิโลเมตร (แผนที่ 6-4)



แผนภูมิ 6-5 แหล่งที่มาของดินผสมสำเร็จรูป



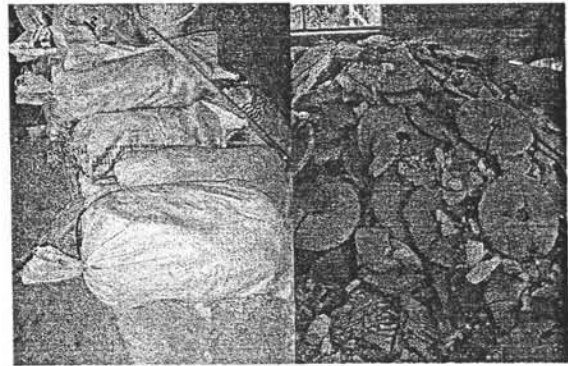
แผนที่ 6-3 แหล่งที่มาของดินขาว และดินดำ



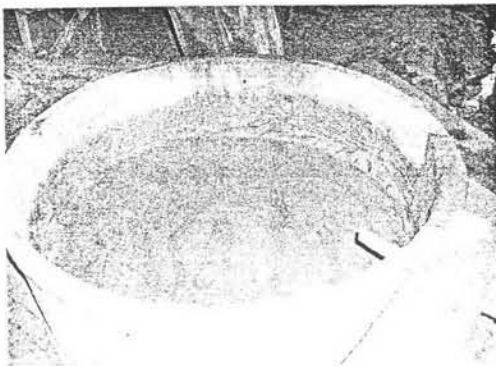
แผนที่ 6-4 แหล่งจำหน่ายดินผสมสำเร็จรูป



รูป 6-1 ดินขาว



รูป 6-2 ดินดำ



รูป 6-3 ดินผสมสำเร็จรูป

6.1.2 หินแร่

หินแร่เป็นส่วนประกอบที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมเซรามิกในการใช้เป็นส่วนผสมเพื่อช่วยให้เกิดการแข็งตัวขึ้นในเนื้อผลิตภัณฑ์ และใช้เป็นส่วนผสมในน้ำยาเคลือบผลิตภัณฑ์ โดยมีแหล่งซื้ออยู่ภายในตัวเมืองลำปาง บริษัทสยามเซรามิกเคมีคอล บริษัทสยามซัพพลาย ร้านเกียรติชัย และห้างหุ้นส่วนจำกัดน้ำย่งเฮง ซึ่งโดยทั่วไปจะมีการผสมในเนื้อดิน สี และเคลือบอยู่แล้ว

6.1.3 สีและเคลือบ

6.1.3.1 วิธีการจัดหาวัตถุดิบเข้าสู่โรงงาน

สีและน้ำยาเคลือบทางโรงงานจะสั่งซื้อจากร้านตัวแทนจำหน่าย และโรงงานเซรามิก โดยโรงงานต้องเดินทางไปซื้อวัตถุดิบเหล่านี้เอง ไม่มีการบริการจัดส่ง และเช่นเดียวกันกับดินที่ทางโรงงานมักจะเลือกซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่ตนเองตั้งเป็นประจำ เป็นผลมาจากความเชื่อ ความมั่นใจ สูตรในการผลิตของแต่ละโรงงานที่แตกต่างกัน และปัจจัยทางด้านราคา

1) วิธีการสั่งจากร้านตัวแทนจำหน่าย

ร้านตัวแทนจำหน่ายจะตั้งอยู่ภายในเขตตัวเมืองลำปาง เป็นร้านที่นำวัตถุดิบจากหลายๆ แหล่งมารวมกัน โดยสีและเคลือบจะมีการสั่งจากร้านตัวแทนจำหน่ายในกรุงเทพฯ ซึ่งจะมีการนำเข้ามาจากต่างประเทศอีกต่อหนึ่ง เช่น ประเทศอังกฤษ ญี่ปุ่น ไต้หวัน สเปน อิตาลี และเยอรมนี

4) วิธีการสั่งจากโรงงานเซรามิก

โรงงานเซรามิกขนาดใหญ่บางโรงงาน จะมีการจำหน่ายวัตถุดิบประเภทสีและน้ำยาเคลือบให้กับโรงงานอื่นๆ ด้วย ซึ่งประกอบไปด้วยการที่โรงงานสั่งเข้ามาจากต่างประเทศโดยตรง หรือทางโรงงานได้ผลิตขึ้นเอง (เฉพาะเคลือบ)

6.1.3.2 แหล่งที่มา

1) สี

ราคาจำหน่ายของสีจะแตกต่างกันไปตามสี ราคาจะอยู่ที่ประมาณ 500-2,000 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งแต่ละผู้จำหน่ายจะมีราคาใกล้เคียงกัน สีที่มีสีสดจะมีราคาแพงที่สุด เช่น สีแดง สีส้ม สีนํ้าเงิน สีที่มีสีอ่อนคือ สีฟ้า สีเขียว สีเหลือง สีนํ้าตาล

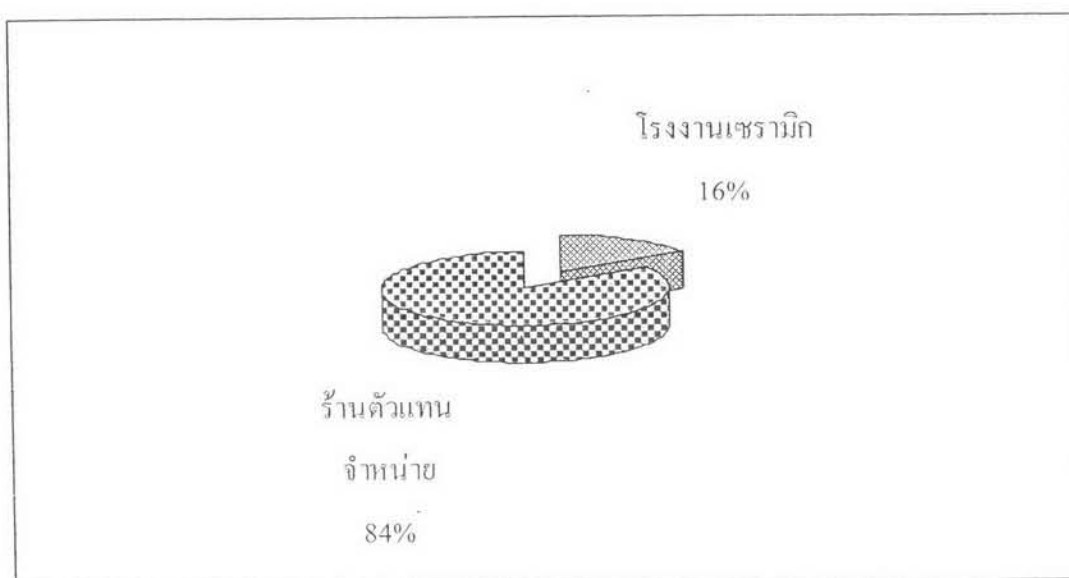
จากตาราง 6-3 พบว่ากลุ่มโรงงานตัวอย่างมีการสั่งซื้อสี จากบริษัทเซรามิกเคมีคอล รีฟเฟกทอรีมากที่สุดคือ ร้อยละ 40.00 (34 โรง) รองลงมาคือ บริษัทสยามเซรามิกซ์พพลาย ร้อยละ 24.71 (21 โรง) และ ห้างหุ้นส่วนจำกัดน้ำยงเฮง ร้อยละ 18.82 (16 โรง) ตามลำดับ และจากแผนภูมิ 6-6 พบว่ามีการสั่งซื้อจากแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบประเภทร้านตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด คือ ร้อยละ 83.53 (71 โรง)

และเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทำเลที่ตั้ง โรงงานกลุ่มตัวอย่างกับแหล่งจำหน่ายสี พบว่า โรงงานส่วนมากอยู่ห่างจากแหล่งจำหน่าย 5- 10 กิโลเมตร ร้อยละ 60.00 (51 โรง) เนื่องจากแหล่งจำหน่ายจะตั้งอยู่ภายในเขตเมืองลำปาง และ โรงงานส่วนมากจะกระจายตัวอยู่รอบๆ เขตเมือง รองลงมาคืออยู่ห่างจากแหล่งจำหน่ายสี ไม่เกิน 5 กิโลเมตร ร้อยละ 35.29 (30 โรง) และร้อยละ 4.71 (4 โรง) อยู่ห่างจากแหล่งจำหน่ายมากกว่า 10 กิโลเมตร (แผนที่ 6-5)

ตาราง 6-3 แหล่งที่มาของสี

แหล่งที่มา (ร้านตัวแทนจำหน่าย)	จำนวนโรงงาน	ร้อยละ	การจัดส่ง
บริษัท เซรามิก เคมีคอล รีฟเลทอรี่	34	40.00	โรงงานมารับเอง
ห้างหุ้นส่วนจำกัด น้อยเฮง	16	18.82	โรงงานมารับเอง
บริษัท สยามเซรามิกซ์พพลาย	21	24.71	โรงงานมารับเอง
แหล่งที่มา (โรงงานเซรามิก)			
บริษัท มีศิลป์เซรามิก	14	16.47	โรงงานมารับเอง
รวมทั้งหมด	85	100	

ที่มา : การสัมภาษณ์, 2548

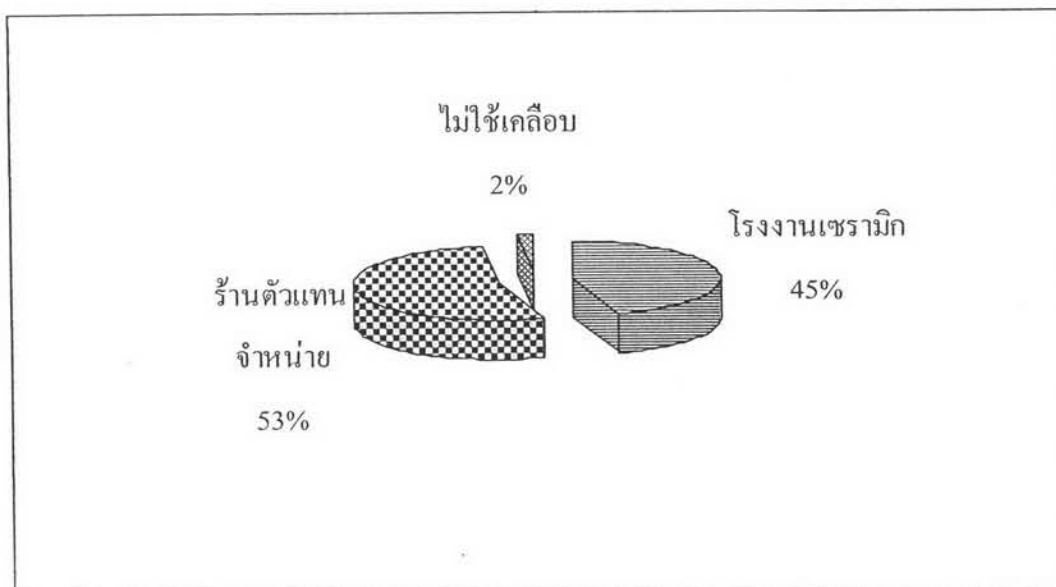


แผนภูมิ 6-6 แหล่งที่มาของสี

2) เคลือบ

จากตาราง 6-4 พบว่ากลุ่มโรงงานตัวอย่างมีการสั่งซื้อเคลือบจากบริษัทลำปางสีปนครามมากที่สุด คือร้อยละ 30.59 (26 โรง) รองลงมาคือ บริษัทเซรามิกเคมีคอล รีฟเลทอรี่ ร้อยละ 24.71 (21 โรง) และห้างหุ้นส่วนจำกัดน้อยเฮง ร้อยละ 15.29 (13 โรง) ตามลำดับ และจากแผนภูมิ 6-7 พบว่ามีการสั่งซื้อจากแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบประเภท ร้านตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด คือ ร้อยละ 53.33 (50 โรง)

และเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทำเลที่ตั้ง โรงงานกลุ่มตัวอย่างกับแหล่งจำหน่ายเคลือบ พบว่า โรงงานส่วนมากอยู่ห่างจากแหล่งจำหน่ายเคลือบไม่เกิน 5 กิโลเมตร ร้อยละ 51.66 (31 โรง) และอยู่ห่าง 5-10 กิโลเมตร ร้อยละ 48.34 (29 โรง) (แผนที่ 6-6)

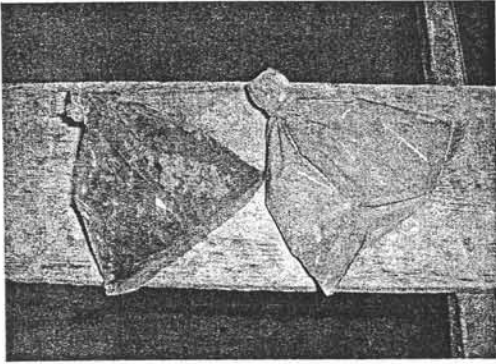


แผนภูมิ 6-7 แหล่งที่มาของเคลือบ

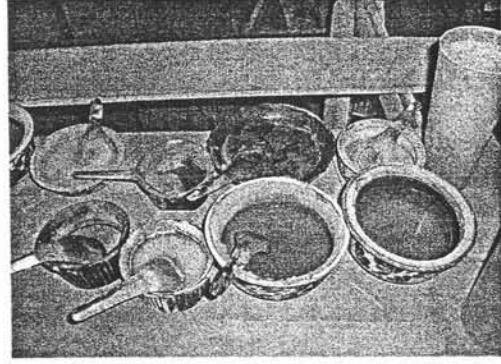
ตาราง 6-4 แหล่งที่มาของเคลือบ

แหล่งที่มา (ร้านตัวแทนจำหน่าย)	จำนวนโรงงาน	ร้อยละ	การจัดส่ง
บริษัท เซรามิก เคมีคอล รีฟเลทอรี	21	24.71	โรงงานมารับเอง
ห้างหุ้นส่วนจำกัด น้าย่งเอง	13	15.29	โรงงานมารับเอง
บริษัท สยามเซรามิกซัพพลาย	11	12.94	โรงงานมารับเอง
แหล่งที่มา (โรงงานเซรามิก)			
บริษัท เซอร์เคิลเซรามิก	6	7.06	โรงงานมารับเอง
บริษัท มิซิลปีเซรามิก	7	8.24	โรงงานมารับเอง
บริษัท ถ้ำปางคีตปนคร	26	30.59	โรงงานมารับเอง
ไม้ใช้น้ำยาเคลือบ	1	1.18	
รวมทั้งหมด	85	100	

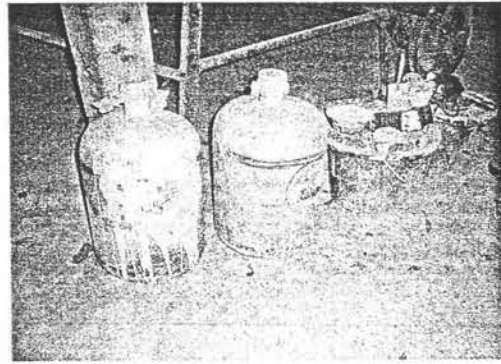
ที่มา : การสัมภาษณ์, 2548

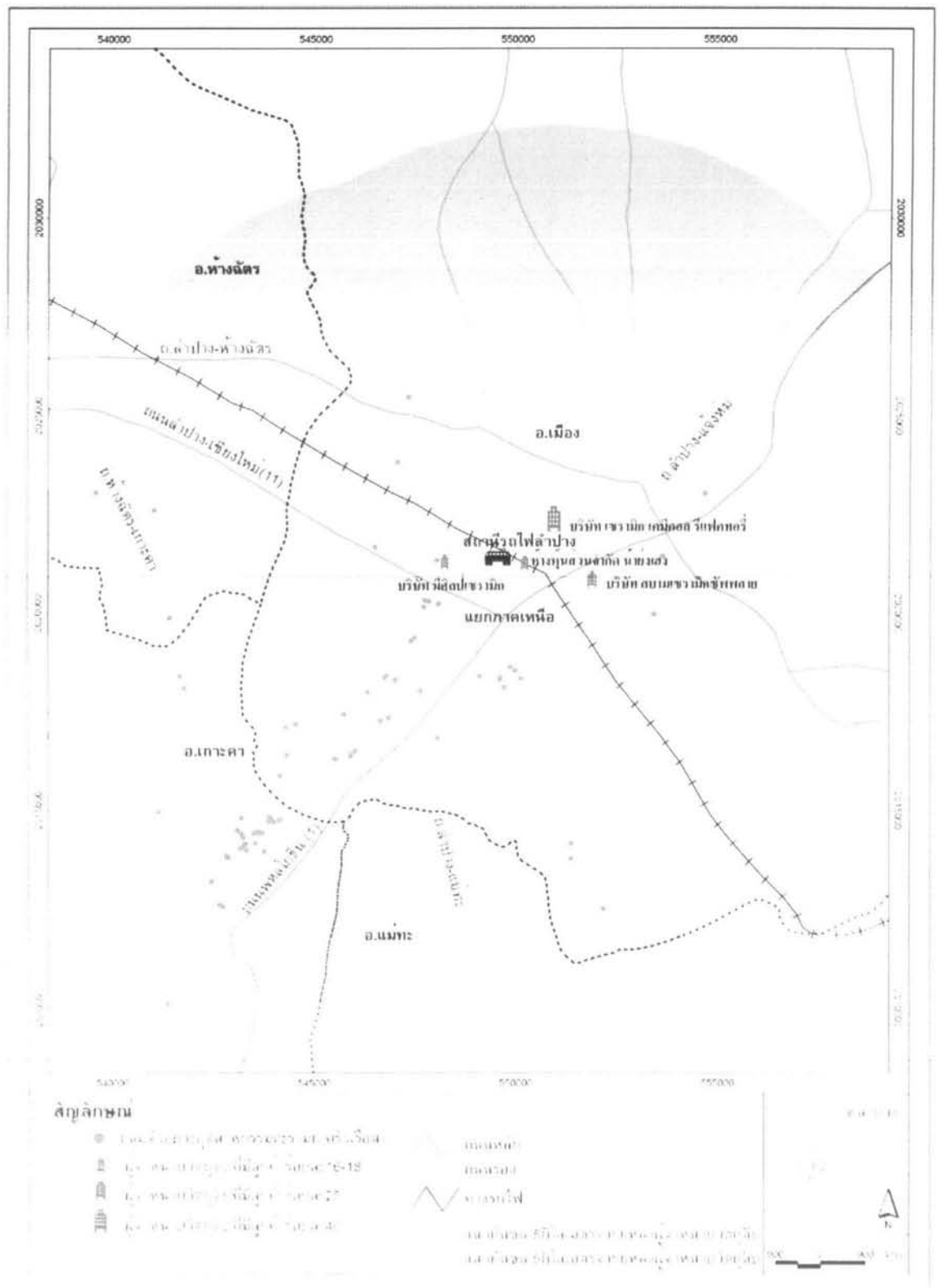


รูป 6-4 สีที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ

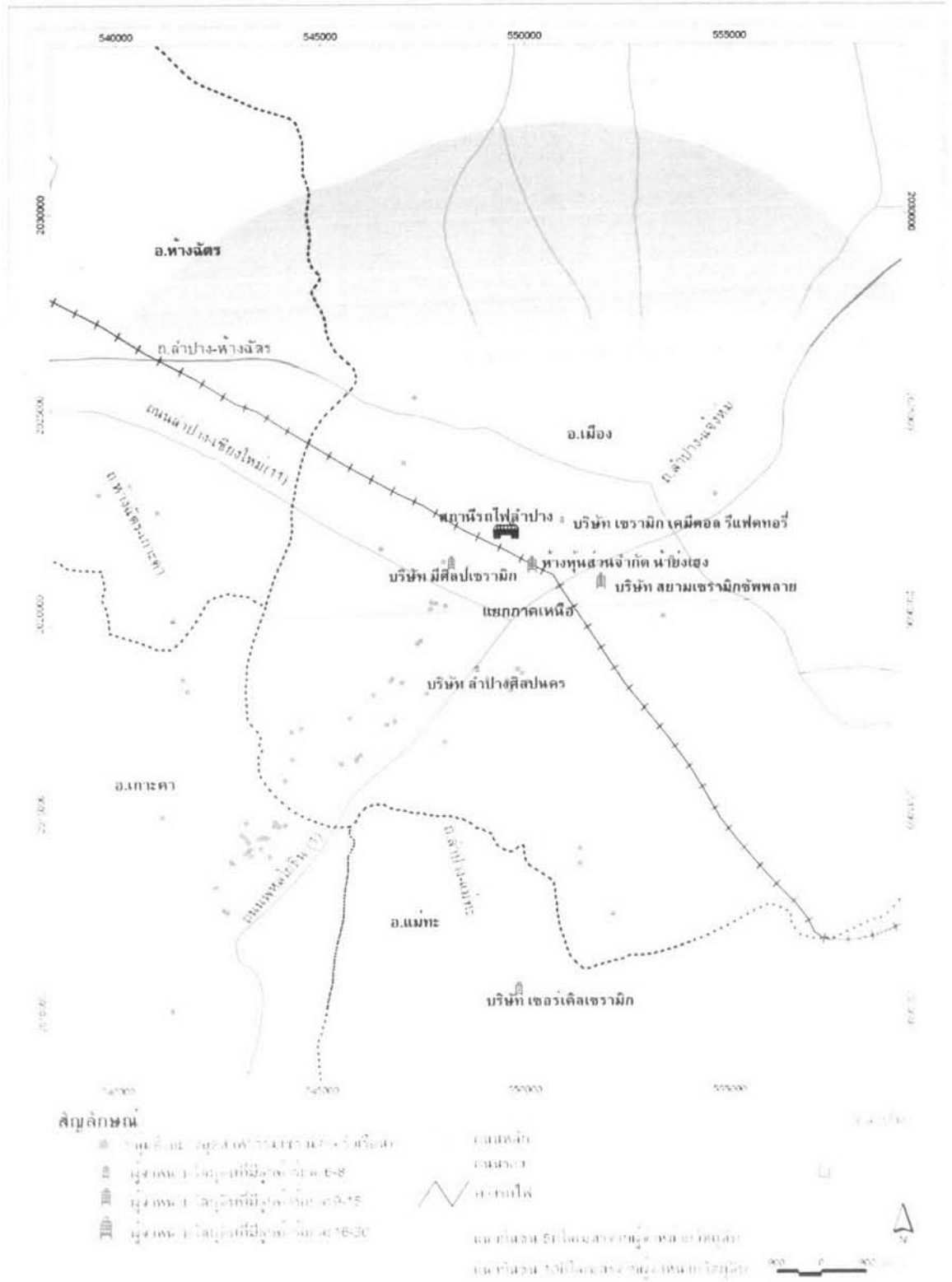


รูป 6-5 เกลีอบผลิตภัณฑ์





แผนที่ 6-5 แหล่งจำหน่าย



แผนที่ 6-6 แหล่งจำหน่ายเกลือ

6.1.4 แม่พิมพ์

การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์เซรามิกนั้น จะประกอบไปด้วยการขึ้นรูปด้วยมือ และการขึ้นรูปด้วยแม่พิมพ์ที่ทำจากปูนปลาสเตอร์ จากการศึกษาพบว่าโรงงานทั้งหมดมีการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์โดยใช้แม่พิมพ์ เพราะการผลิตในระดับนี้ไม่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และความประณีตมากนัก การขึ้นรูปด้วยมือจะทำให้ผลิตได้ปริมาณไม่มาก หากเทียบกับการขึ้นรูปโดยใช้แม่พิมพ์ที่สามารถทำได้ง่าย และมีความสะดวกรวดเร็ว ได้ผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก และมีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่า

6.1.4.1 วิธีการจัดหาวัตถุดิบเข้าสู่โรงงาน

วัตถุดิบที่ใช้ในการทำพิมพ์คือ ปูนปลาสเตอร์ จากแผนภูมิ 6-8 พบว่ามีการสั่งซื้อจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างทั่วไป เนื่องจากการผลิตระดับครัวเรือนนั้น เพื่อเป็นการลดขั้นตอนในการผลิต ประกอบกับบางโรงงานไม่มีความชำนาญในการทำแม่พิมพ์ ดังนั้นจึงก่อให้เกิดผู้รับทำพิมพ์โดยเฉพาะเพื่อที่จะลดขั้นตอน และก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในกระบวนการการผลิตแก่โรงงาน แต่ก็มีบางโรงงานที่ผู้ประกอบการมีฝีมือในด้านการทำพิมพ์ก็จะทำเองทั้งหมด หรือทำบางขั้นตอนคือแกะแม่พิมพ์เอง แล้วจ้างผู้รับทำพิมพ์หล่อลูกพิมพ์

6.1.4.2 แหล่งที่มาของแม่พิมพ์

แม่พิมพ์ (Block) ที่ใช้นั้นทางโรงงานจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบของผลิตภัณฑ์เอง หรือจากการทำตามคำสั่งของลูกค้า โดยมีการสั่งทำจากครัวเรือนที่รับจ้างแกะแม่พิมพ์ และเมื่อได้แม่พิมพ์ หรือลูกพิมพ์ตามแบบที่ได้ตกลงกันไว้แล้ว จะส่งกลับไปยังโรงงานเพื่อที่โรงงานจะนำมาใช้หล่อผลิตภัณฑ์ หรือใช้ปั๊มผลิตภัณฑ์ต่อไป

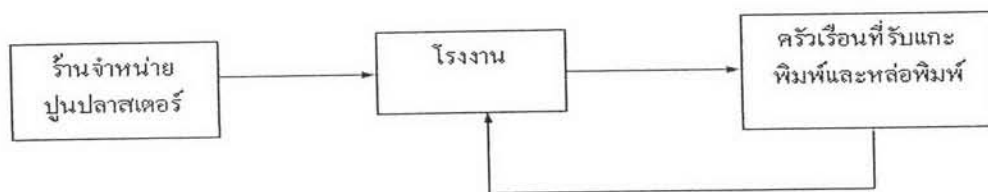
ซึ่งแม่พิมพ์ที่ใช้กันนั้นจะประกอบไปด้วย แม่พิมพ์ที่ใช้สำหรับหล่อ (Casting) จะมี 2 ลักษณะ คือการหล่อลงใช้ในการหล่อผลิตภัณฑ์ประเภทแจกัน และกระปุก โดยจะเอาน้ำดิน (Slip) ที่เตรียมไว้เทลงในแบบพิมพ์ซึ่งเป็นตัวคูความชื้นจากดิน จากนั้นทิ้งให้แบบพิมพ์ดูดเอาน้ำดิน ไว้รอจนแบบจนก่อนเป็นความหนาตามความต้องการ จากนั้นเทน้ำดินที่ไม่ถูกดูดไว้ ออก แล้วปล่อยให้เนื้อดินในแบบพิมพ์แข็งตัวพอที่จะคงรูปได้จึงถอดแบบพิมพ์ออกแล้วตกแต่งชิ้นงานให้เรียบร้อย อีกลักษณะหนึ่งคือการหล่อดิน จะเทน้ำดินลงในแม่พิมพ์ คอยเติมน้ำดินไม่ให้ก่ลง

ถ้าหากภายในกลางจะทำให้ดินไม่ติดเป็นเนื้อเดียวกัน และทำให้ตัวชิ้นงานแตกในกระบวนการเผา และแม่พิมพ์ที่ใช้ในการป้อน (Case) จะใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ประเภทโมบาย

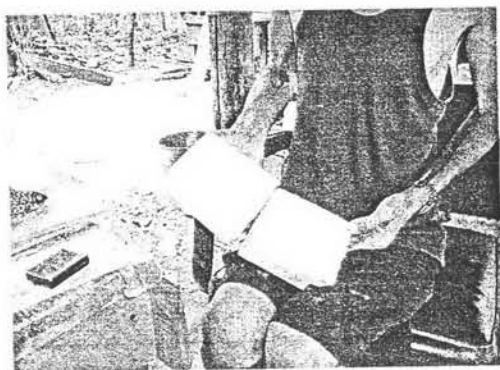
การคิดราคาค่าแกะแบบนั้นจะคิดราคาเป็นนิ้ว ประมาณนิ้วละ 150-200 บาท โดยจะวัดในทางยาว และจะขึ้นอยู่กับความยากง่ายของแต่ละชิ้นงาน โดยเฉลี่ยช่างหนึ่งคนจะสามารถทำแม่แบบได้ประมาณวันละ 2 ชิ้น (ถ้าหากทำเต็มวัน) ส่วนค่าหล่อลูกพิมพ์นั้นราคาจะมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับขนาดของชิ้นงาน ช่างที่รับทำนั้นมักเป็นผู้ที่เคยทำงานในโรงงานเซรามิกในแผนกที่เกี่ยวข้องกับการทำพิมพ์มาก่อน หลังจากนั้นจึงได้ปรับเปลี่ยนมารับงานด้วยตนเองที่บ้านเป็นอาชีพหลัก และมีบางรายที่ยังคงทำงานในโรงงานเซรามิกอยู่ โดยจะอาศัยช่วงเวลาเลิกงานทำเป็นอาชีพเสริม

อายุการใช้งานของแม่พิมพ์นั้นจะมีจำกัด ปกติพิมพ์จะมีอายุการใช้งาน 100-120 ครั้ง โดยถ้าทางโรงงานเห็นว่าแม่พิมพ์นั้นมีการสึกหรอของลวดลาย หรือไม่สามารถดูดซึมความชื้นออกจากดินได้แล้วก็ต้องมีการทำแม่พิมพ์ขึ้นมาใหม่ เนื่องจากถ้าจะนำมาใช้ใหม่จะต้องนำมาทุบ ปั่นละเอียดแล้วคั่วใหม่ แต่ค่าใช้จ่ายไม่คุ้ม ดังนั้นครัวเรือนที่รับทำพิมพ์จะมีงานหมุนเวียนตลอด ซึ่งปริมาณการสั่งจะขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่สัมพันธ์กับกำลังการผลิต ถ้าทางโรงงานมีการผลิตเข้ามามาก ทางครัวเรือนที่รับทำพิมพ์ก็จะมียานมากชิ้นตามไปด้วย

ครัวเรือนที่รับแกะแบบ ทำแม่พิมพ์ และลูกพิมพ์ นั้นจะมีการกระจายตัวอยู่บริเวณเดียวกันกับโรงงาน โดยพบที่ บ้านหมอสม บ้านหนองยาง บ้านไร่ บ้านฟ่อน บ้านศรีมวดเกล้า บ้านศาลาหม้อ และจากแผนภูมิ 6-9 พบว่า ร้อยละ 28.24 (24 โรง) มีการทำพิมพ์เองครบวงจร ร้อยละ 11.76 (10 โรง) มีการทำเองบางส่วน และร้อยละ 60.00 (51 โรง) มีการจ้างการผลิตพิมพ์ทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโรงงานส่วนมากมีการจ้างผลิตพิมพ์ ซึ่งเป็นการลดขั้นตอนในการผลิตก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น และทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็ว เพราะผู้ประกอบการที่ไม่มีความรู้ความชำนาญในการทำพิมพ์ ก็สามารถที่จะประกอบกิจการได้



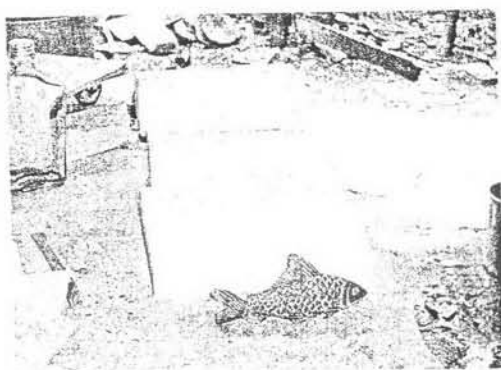
แผนภูมิ 6-8 แหล่งที่มาของแม่พิมพ์



รูป 6-6 พิมพ์ที่ใช้สำหรับหล่อชิ้นรูป



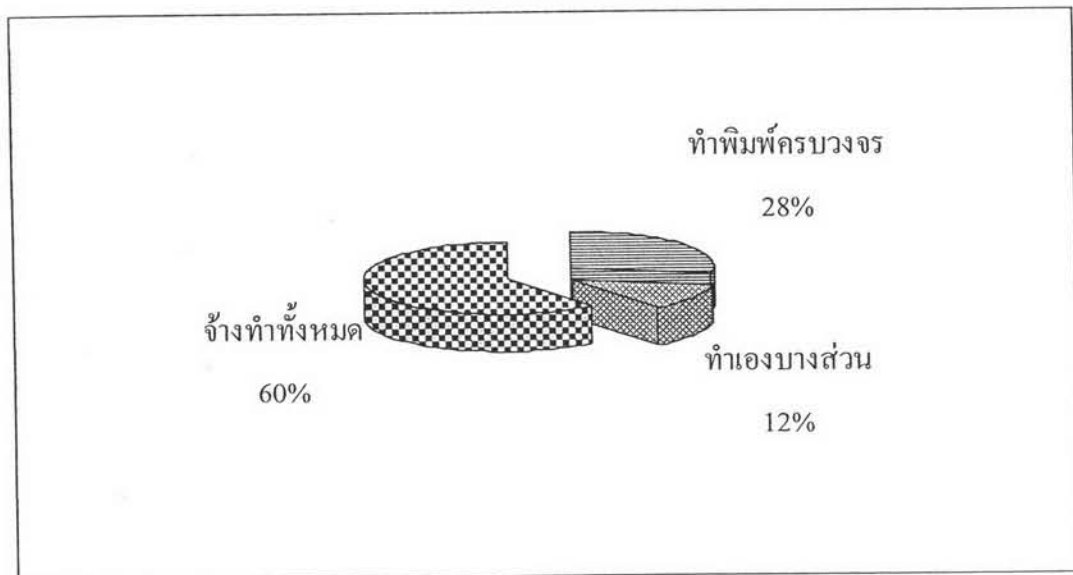
รูป 6-7 พิมพ์ที่ใช้สำหรับปั๊มชิ้นรูป



รูป 6-8 โมที่ใช้หล่อพิมพ์



รูป 6-9 โรงงานที่มีความรู้จะแกะโมเอง



แผนภูมิ 6-9 แหล่งที่มาของพิมพ์

6.1.5 พลังงาน

6.1.5.1 วิธีการจัดหาวัตถุดิบเข้าสู่โรงงาน

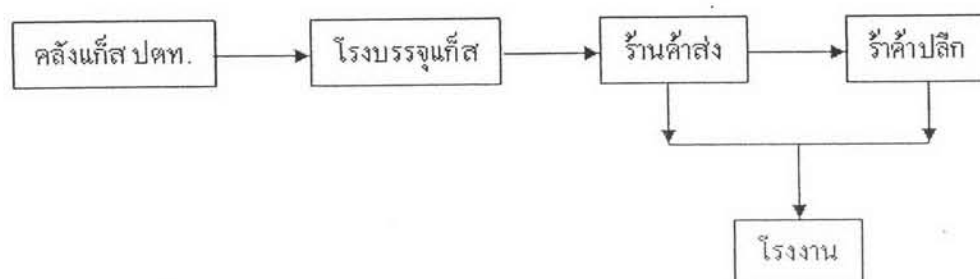
พลังงานที่ใช้ในการเผาผลิภัณฑ์ จะเป็นแก๊สหุงต้มทางโรงงานจะใช้ส่งทางโทรศัพท์จากร้านจำหน่าย หรือถ้าหากไม่ได้โทรศัพท์ก็จะนำถังแก๊สมาวางไว้หน้าโรงงาน เป็นการแสดงว่าทางโรงงานต้องการแก๊ส เมื่อรถบรรทุกแก๊สผ่านมาก็จะแวะส่งให้ และไม่คิดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เป็นผลอันเนื่องมาจากการที่โรงงานต่างๆ กระจุกตัวอยู่ภายในบริเวณเดียวกัน และมีความถี่ในการสั่งซื้อมาก ซึ่งถือว่าเป็นการประหยัดจากการรวมกลุ่ม เช่นเดียวกันกับการขนส่งวัตถุดิบประเภทดิน

6.1.5.3 แหล่งที่มาของพลังงาน

จากแผนภูมิ 6-10 พบว่าแก๊สที่โรงงานใช้นั้นมาจาก คลังแก๊สของ ปตท. โดยมีการส่งผ่านร้านค้า เป็นแก๊สขนาดถัง 48 กิโลกรัม และโรงงานมีปริมาณการใช้แก๊สไม่เกิน 30 ถังต่อเดือน มักจะใช้บริการจากร้านค้าส่งขนาดใหญ่ในตัวเมืองลำปาง คือ ร้านลำปางชัยศิริราคาจำหน่ายถังละ 740 บาท ตั้งอยู่หน้าโรงแรมลำปางเวียงทอง ซึ่งรับแก๊สมาเป็นถังมาจากโรงบรรจุของคลังแก๊สของ ปตท. โดยตรง เป็นร้านแก๊สที่โรงงานนิยมสั่งซื้อมากที่สุด คือ ร้อยละ 70.59 (60 โรง) ของกลุ่มโรงงานตัวอย่าง ร้านลำปางชัยศิรินี้สามารถบรรทุกถังแก๊สไปส่งได้ไกลที่สุดถึงอำเภอห้างฉัตร

แต่ถ้าโรงงานไหนอยู่ไกลกว่านี้ ต้องสั่งแก๊สมากกว่า 30 ถัง ขึ้นไป ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 29.41 (25 โรง) จะสั่งจากร้านค้าปลีกในตัวอำเภอ ในละแวกหมู่บ้าน

จากตาราง 6-5 พบว่ามีการใช้แก๊สเฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด 10-15 ถังต่อเดือน ร้อยละ 43.53 เนื่องจากโรงงานขนาดครัวเรือนนี้มีกำลังการผลิตไม่มาก รองลงมาคือ 20-25 ถังต่อเดือน ร้อยละ 24.71 และ 25-30 ถังต่อเดือน ร้อยละ 18.82

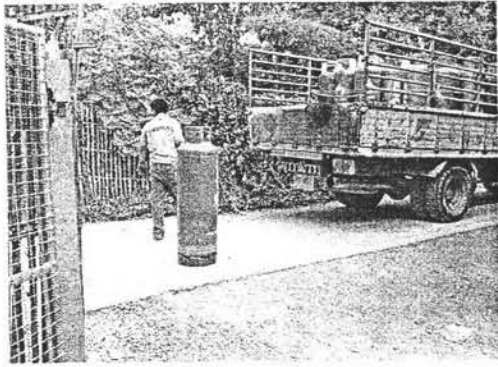


แผนภูมิ 6-10 แหล่งที่มาของพลังงาน

ตาราง 6-5 ปริมาณการใช้แก๊สเฉลี่ยต่อเดือน

ปริมาณการใช้แก๊ส (ถังต่อเดือน)	จำนวนโรงงาน	ร้อยละ
5-10	11	12.94
10-15	37	43.53
20-25	21	24.71
25-30	16	18.82
	85	100.00

ที่มา : การสัมภาษณ์, 2548



รูป 6-10 ร้านขายแก๊สจะตะเวนส่งตามโรงงาน



รูป 6-11 ร้านขายแก๊สหน้าโรงแรมลำปางเวียงทอง

6.1.6 วัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบ

โม่บายเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวที่มีส่วนประกอบมากที่สุดในประเภทผลิตภัณฑ์ที่โรงงานมีการผลิต คือ ลูกปัด กับเอ็นที่ใช้ร้อยตัวผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือพวงกุญแจ

1) ลูกปัด

เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ประเภทโม่บาย ทำมาจากการนำดินที่เหลือในขั้นตอนกระบวนการปั๊มผลิตภัณฑ์ จากนั้นจะมีการเก็บรวบรวมไว้นำมาปั้นเป็นก้อนกลมๆ เล็กๆ เพื่อที่จะนำมาใช้ห้อยกับโม่บาย ซึ่งทางโรงงานจะจ้างคนภายในหมู่บ้าน ส่วนมากเป็นแรงงานที่สูงอายุ ทำให้สร้างรายได้เสริมให้กับบุคคลในชุมชน โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ว่างงาน ทางโรงงานจะนำดินไปส่งให้ หรือมารับที่โรงงานเอง เมื่อปั้นเสร็จแล้วจะนำกลับมาเผาที่โรงงาน จะทำการเผาปนไปกับผลิตภัณฑ์โดยจะแทรกไว้ชั้นล่าง

จากการศึกษาพบว่าโรงงานกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 65.22 (30 โรง) ของโรงงานที่ทำผลิตภัณฑ์ประเภทโม่บาย มีการจ้างครัวเรือนอื่นๆ ปั่น การกีดราคาจะอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 2 บาท หรืออาจจะมากกว่าตามแต่ข้อตกลง

2) เอ็น

เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ประเภทโม่บายทำหน้าที่ผูกยึดตัวโม่บายและลูกปัดเข้าด้วยกัน เอ็นที่ใช้จะเป็นเอ็นตกปลาทั่วไป มีการสั่งซื้อจากร้านขายของชำทั่วไปในหมู่บ้าน หรือร้านค้าอุปกรณ์ก่อสร้างแถวหมู่บ้าน

3) พวงกุญแจ

จะนำมาติดกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะนำมาประกอบกับตุ๊กตาแบบต่างๆ เพื่อที่จะได้เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทพวงกุญแจ ซึ่งตัวพวงกุญแจนี้มีการสั่งซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยทางโรงงานจะส่งสินค้า และรับสินค้าที่บริษัทขนส่งสินค้า โดยส่วนมากจะเป็นบริษัทนมซึ่งเลี้ยง



รูป 6-12 ลูกปิดและเอ็นที่ใช้เป็นส่วนประกอบโมบาย

6.1.7 บรรจุกุญแจ

บรรจุกุญแจที่ใช้เป็นบรรจุกุญแจที่หาได้ง่ายภายในท้องถิ่น และมีราคาต่ำ ซึ่งประกอบไปด้วย ข่ง กล่องกระดาษ และหนังสือพิมพ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีราคาไม่สูงมาก ดังนั้นการเลือกใช้บรรจุกุญแจไม่สามารถใช้บรรจุกุญแจที่มีต้นทุนสูงได้ อีกทั้งบรรจุกุญแจที่ใช้ประโยชน์หลักเพียงเพื่อ ความสะดวกในการเคลื่อนย้ายขนส่ง ไม้เน้นความสวยงาม โดยจะนำผลิตภัณฑ์ห่อใส่กระดาษหนังสือพิมพ์ แล้วบรรจุใส่กล่องกระดาษ หรือข่งเพื่อส่งให้ลูกค้าต่อไป ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ โดยจะถูกกำหนดด้วยขนาดของผลิตภัณฑ์

6.1.7.1 วิธีการจัดหาวัตถุดิบเข้าสู่โรงงาน

1) หนังสือพิมพ์

กระดาษหนังสือพิมพ์จะถูกนำมาใช้เป็น ห่อบรรจุกุญแจเพื่อกันกระแทก และใช้กับทุกผลิตภัณฑ์ โดย โรงงานจะซื้อได้ทั่วไปตามร้านขายของเก่า การที่มีรถขายของเก่ามาเร่ขาย หรือการขอซื้อจากเพื่อนบ้านที่มีการบอกรับหนังสือพิมพ์เป็นประจำ เมื่ออ่านเสร็จแล้วชาวบ้าน

ก็จะเก็บรวบรวมไว้เพื่อขายให้กับโรงงาน หรือถ้ามีความสนิทกันก็จะให้โดยไม่คิดมูลค่า โดยมีราคาในการซื้อขายกันก็โลกรัมละประมาณ 4-6 บาท ปริมาณการใช้ขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์

2) แข่งไม้ไฟ

บรรจุภัณฑ์ประเภทแข่งทำจากไม้ไฟ ซึ่งจะใช้ไม้ไฟในพื้นที่ โดยจะมีหมู่บ้านต่างๆในเขตชานเมืองลำปางทำส่ง ซึ่งแข่งนี้จะใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกทั่วไป และนอกจากนี้ยังพบว่ามีการส่งแข่งไปยังแหล่งผลิตเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ด้วย ราคาแข่งประมาณ 14-16 บาทพร้อมกับฝาปิด นอกจากนี้ยังพบว่ามีการนำแข่งหมุนเวียนกลับมาใช้อีกครั้งหนึ่ง โดยลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไปนำกลับมาขายต่อ โรงงานอีกต่อหนึ่งในราคาแข่งละประมาณ 6-7 บาทพร้อมฝา บรรจุภัณฑ์ประเภทแข่งนี้จะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่เช่น แจกัน กระปุกออมสิน และแก้ว เป็นต้น

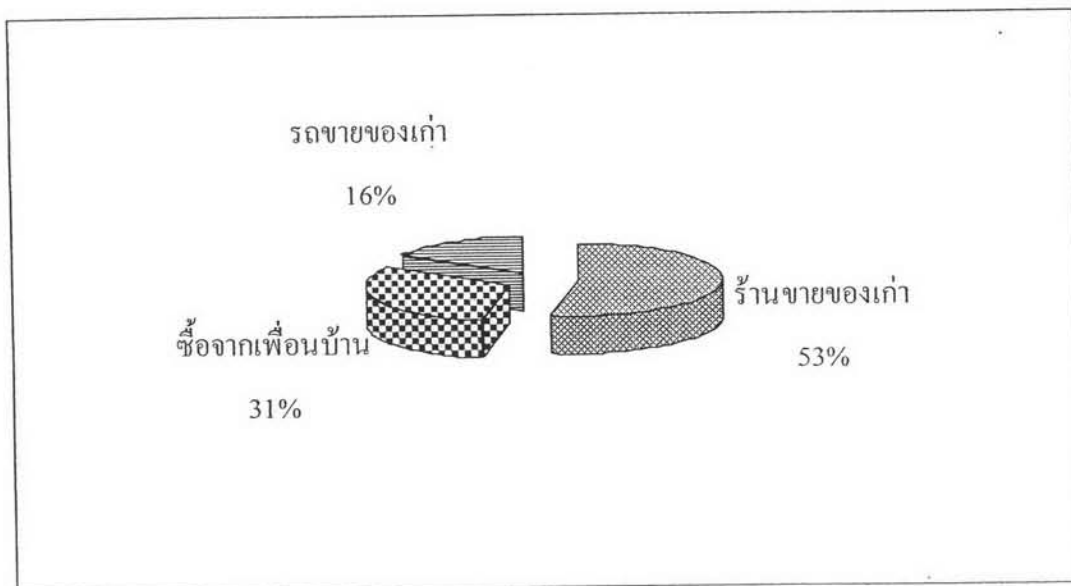
3) กล่องกระดาษ

บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษ มีแหล่งที่มาจากร้านค้าทั่วไปภายในหมู่บ้าน ร้านค้าส่งในเมือง ร้านขายของเก่า ซึ่งเป็นกล่องกระดาษที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว เช่นกล่องเบียร์ กล่องขนม เป็นต้น ราคากล่องละประมาณ 4-5 บาท ถ้าเป็นร้านขายของเก่าจะขายในราคากล่องละ 6-8 บาท ขึ้นอยู่กับขนาด โดยจะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีชิ้นเล็ก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทโมบาย เริงเทียน ที่ใส่เทียนหอม เป็นต้น

6.1.7.2 แหล่งที่มา

1) หนังสือพิมพ์

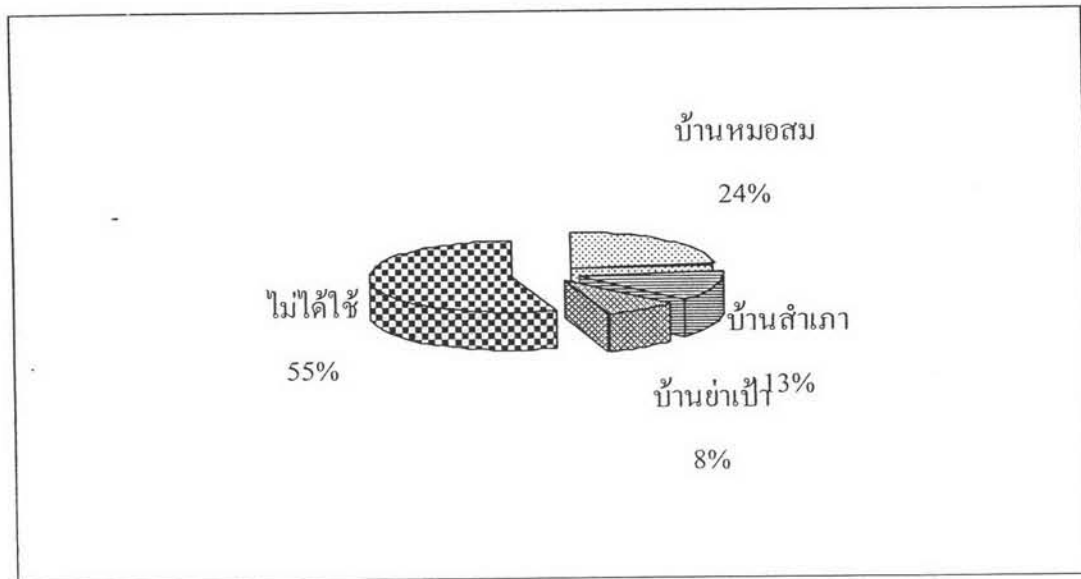
จากแผนภูมิ 6-11 พบว่าโรงงานกลุ่มตัวอย่างซื้อกระดาษหนังสือพิมพ์จากร้านขายของเก่าที่อยู่บริเวณสถานีรถไฟลำปาง และบริเวณแยกนาก่วม มากที่สุด คือร้อยละ 52.94 (46 โรง) ซึ่งการซื้อจากร้านขายของเก่านี้จะมีราคาแพงที่สุดแต่สามารถได้สินค้าทันตามความต้องการ แต่ต้องเดินทางไปซื้อเอง รองลงมาคือหาซื้อจากเพื่อนบ้านร้อยละ 30.59 (18 โรง) และซื้อจากรถขายของเก่าที่ตระเวนรับซื้อของทั่วไปตามหมู่บ้าน ร้อยละ 16.47 (14 โรง) ในการซื้อแต่ละครั้งนั้นทางโรงงานจะซื้อคุณไว้คราวละมากๆ เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความไม่สูง และการสั่งซื้อจะต้องเดินทางไปเอง ซึ่งจะไม่คุ้มทุนหากซื้อทีละน้อย



แผนภูมิ 6-11 แหล่งที่มาของกระดามหนังสือพิมพ์

5) แข่งไม้ไผ่

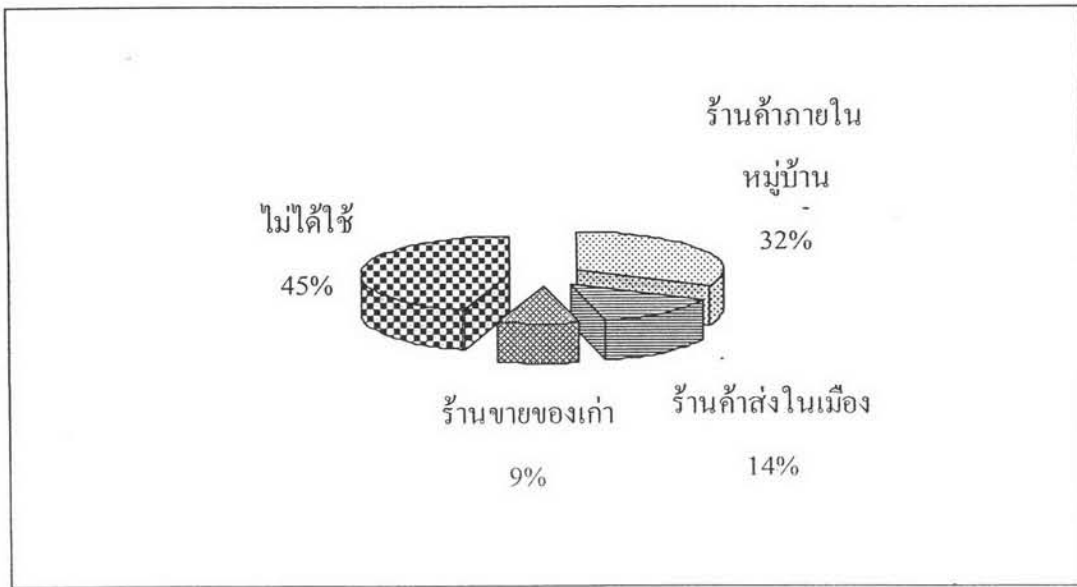
จากแผนภูมิ 6-12 พบว่าโรงงานกลุ่มตัวอย่างซื้อแข่งจากครัวเรือนที่สานแข่งในหมู่บ้านลำเถา หมู่บ้านหมอสม ต.ป่งแสนทอง หมู่บ้านย่าเป้า ต.ชมภู ทั้งหมดอยู่ในเขตอำเภอเมือง ซึ่งจะอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันกับที่ตั้งโรงงาน และโรงงานกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้แข่ง ส่วนมากนิยมใช้แข่งไม้ไผ่จากบ้าน หมู่บ้านหมอสม ร้อยละ 23.53 (20 โรง) รองลงมาคือ บ้านลำเถา ร้อยละ 12.94 (11 โรง) และ บ้านย่าเป้า ร้อยละ 8.24 (7 โรง) ตามลำดับ (แผนที่ 6-7) และไม่ได้ใช้แข่ง ร้อยละ 55.29 (47 โรง)



แผนภูมิ 6-12 แหล่งที่มาของแข่งไม้ไผ่

3) กล้องกระดาษ

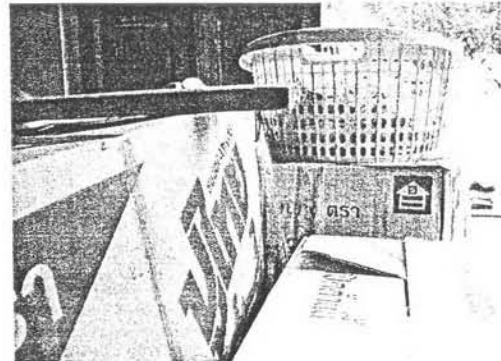
จากแผนภูมิ 6-13 พบว่าโรงงานกลุ่มตัวอย่างซื้อกล้องกระดาษจากร้านค้าภายในละแวกหมู่บ้านมากที่สุดคือ ร้อยละ 31.76 (27 โรง) รองลงมาคือซื้อจากร้านค้าส่งภายในเขตตัวเมือง ร้อยละ 14.12 (12 โรง) และซื้อจากร้านขายของเก่าร้อยละ 9.41 (8 โรง) ส่วนอีกร้อยละ 44.71 (38 โรง) ไม่ได้ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตไม่เหมาะกับการบรรจุลงกล่อง เช่น แจกกัน กระปุกออมสิน เป็นต้น โดยจะใช้แข่งเป็นบรรจุภัณฑ์แทน



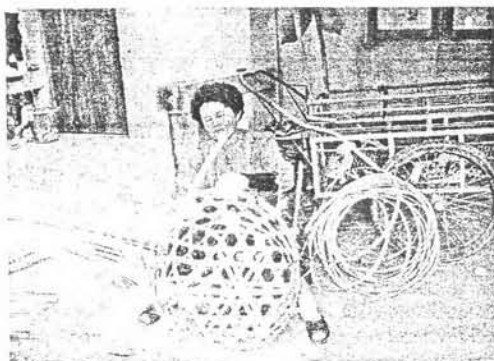
แผนภูมิ 6-13 แหล่งที่มาของกล่องกระดาษ



รูป 6-13 เข่งจะใช้กับผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่



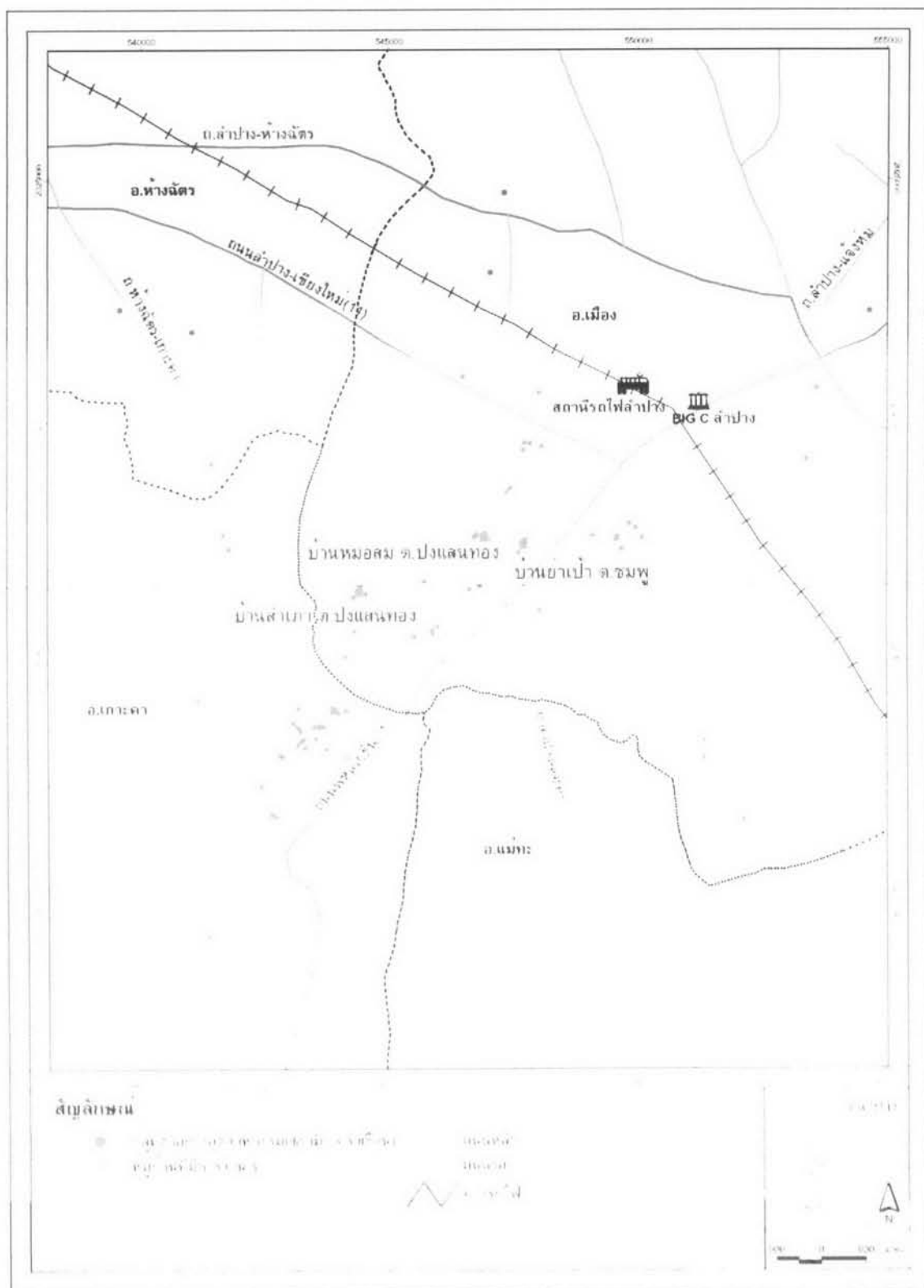
รูป 6-14 กล่องกระดาษใช้กับผลิตภัณฑ์ขนาดเล็ก



รูป 6-15 คริวเรือนที่มีการสานเข่ง



รูป 6-16 ร้านขายของเก่าบริเวณแยกนาก่วม



แผนที่ 6-7 แหล่งที่มาของข่งไม้ไผ่

6.2 ความเชื่อมโยงด้านการตลาด (Marketing linkages)

ความเชื่อมโยงด้านการตลาด มีทิศทางความเชื่อมโยงแบบไปข้างหน้า เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายและการกระจายสินค้าของโรงงานโดยเฉพาะ ซึ่งในขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วย การขนส่งผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการตลาด

6.2.1 การขนส่งผลิตภัณฑ์

การขนส่งผลิตภัณฑ์มีลักษณะความเชื่อมโยงทิศทางแบบไปข้างหน้ากับโรงงาน จากตาราง 6-6 พบว่าลูกค้าจะมารับผลิตภัณฑ์ที่โรงงานเองมากที่สุดคือ ร้อยละ 95.29 (81 โรง) รองลงมาคือ การส่งผ่านทางบริษัทรับส่งสินค้า ร้อยละ 80.00 (68 โรง) และส่งผ่านทางบริษัทรถทัวร์ ร้อยละ 4.18 (35 โรง) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามข้อตกลงและความเหมาะสมของจุดที่สะดวกรับสินค้าของลูกค้า

บริษัทรับขนส่งสินค้าต่างๆ จะกระจุกตัวอยู่บริเวณถนนพหลโยธิน (บริเวณแยกภาคเหนือ) โดยที่การส่งสินค้าไปยังลูกค้าในกรุงเทพฯ ส่วนมากจะใช้บริการจากบริษัทขนส่งซึ่งจะมีสำนักงานตั้งอยู่ในตัวเมืองลำปาง และเชื่อมโยงกับสำนักงานที่อยู่ตามจุดต่างๆ ในกรุงเทพฯ โดยทางโรงงานจะมีการตกลงกับลูกค้าว่าสะดวกจะไปรับผลิตภัณฑ์ที่ใด ประกอบไปด้วย บริษัทบุญทัศน์ ทรานสปอร์ต จะมีจุดขนถ่ายสินค้าอยู่ที่ หลักสี่ คลองเตย และลาดกระบัง และจุดขนถ่ายสินค้าในภาคเหนือ ได้แก่จังหวัดเชียงราย แพร่ และจังหวัดน่าน บริษัทนัมสี่เซ็ง มีจุดขนถ่ายสินค้าอยู่ที่สี่แยกมหานคร พุทธมณฑลสาย2 พุทธมณฑลสาย5 ตลาดไท ถนนทรงวาด ปากคลองตลาด และตลาดสี่มุมเมือง ส่วนต่างจังหวัดจะมีสาขาอยู่ที่เชียงใหม่ ลำพูน พะเยา ส่วนบริษัทสยามเฟร็ด มีจุดขนถ่ายอยู่ที่วัดเสมียนนารี หัวลำโพง ซอยรางน้ำ และ ถนนเทพารักษ์

และถ้าหากสินค้ามีจำนวนน้อยและต้องการส่งด่วนจะใช้บริการทางรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ทางโรงงานจะนำสินค้าไปส่งที่สถานีขนส่งลำปาง และทางลูกค้าจะต้องไปรับที่สถานีขนส่งกรุงเทพฯ (หมอชิต)

ในกรณีที่ทางโรงงานเป็นผู้จัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า จะเป็นในกรณีที่ลูกค้าอยู่ในภายในพื้นที่จังหวัดลำปางซึ่งตลาดก็จะมีมีการกระจายตัวอยู่บริเวณเดียวกับโรงงาน และสุดท้ายการที่ลูกค้ามารับผลิตภัณฑ์ที่โรงงานด้วยตนเอง จะเป็นลูกค้าประเภทพ่อค้าเร่ พ่อค้าคนกลาง และร้านค้าที่อยู่ในพื้นที่ กับพื้นที่ข้างเคียง เช่น เชียงใหม่ เชียงราย เป็นต้น

ส่วนการขนส่งสินค้าทางรถไฟยังถือว่าเป็นสัดส่วนที่น้อย (ร้อยละ 10.59) หากเทียบกับการขนส่งผ่านทางบริษัทขนส่ง เนื่องจากมีความคล่องตัวน้อยกว่า แต่ก็สามารถเพิ่มเติมในส่วนที่การขนส่งประเภทอื่นไม่มีสถานีขนถ่ายสินค้า เช่น การขนส่งไปยังจังหวัดอยุธยา ทางโรงงานก็จะส่งสินค้าผ่านทางรถไฟ เป็นต้น สินค้าจะถูกส่งไปกับขบวนรถโดยสารสายเหนือที่พ่วงตู้สินค้าไปด้วย ยกเว้นขบวนสปรีนเตอร์

ซึ่งการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้นบริษัทรับส่งต่างๆ จะมีความเชื่อมโยงกัน โดยสินค้าจะลงที่กรุงเทพฯ และทางบริษัทขนส่งจากจังหวัดลำปางจะทำการส่งต่อผลิตภัณฑ์ไปยังบริษัทรับส่งสินค้าของภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเก็บค่าระวางรวมที่จังหวัดลำปาง

ค่าระวางในการส่งสินค้านั้นคิดจากขนาดบรรจุภัณฑ์และน้ำหนัก ในกรณีของบริษัทบุญที่สน์ทรานสปอร์ต ก่อตั้งเบียร์(ขนาด 40×30 เซนติเมตร) คิดค่าระวางกล่องละ 30 บาท กล่องขนาด 60×40 เซนติเมตร คิดค่าระวางกล่องละ 40-50 บาท สำหรับแข่งไม้ไผ่จะคิดค่าระวางประมาณ 40-50 บาท ซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดและน้ำหนักของแข่งด้วย

บริษัทนึมซึ่งีเลี้ยงขนส่งจำกัด คิดจากขนาดบรรจุภัณฑ์และน้ำหนัก โดยบรรจุภัณฑ์ประเภทแข่งจะแบ่งเป็น แข่งไม้ไผ่ขนาด 4 ตา คิดค่าระวาง 50บาท แข่งไม้ไผ่ขนาด 5 ตา คิดค่าระวาง 60 บาท บรรจุภัณฑ์กล่องเบียร์ค่าระวาง 50 บาท

ตาราง 6-6 วิธีการขนส่งสินค้าของโรงงาน

วิธีการจัดส่ง	จำนวนโรงงาน	ร้อยละ
ลูกค้ามารับผลิตภัณฑ์ที่โรงงาน	81	95.29
โรงงานนำไปส่ง	28	32.94
บริษัทขนส่งสินค้า	68	80.00
รถโดยสารประจำทาง(รถทัวร์)	35	41.18
รถไฟ	9	10.59

ที่มา : การสัมภาษณ์, 2548

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



รูป 6-19 สถานีรถไฟจังหวัดลำปาง



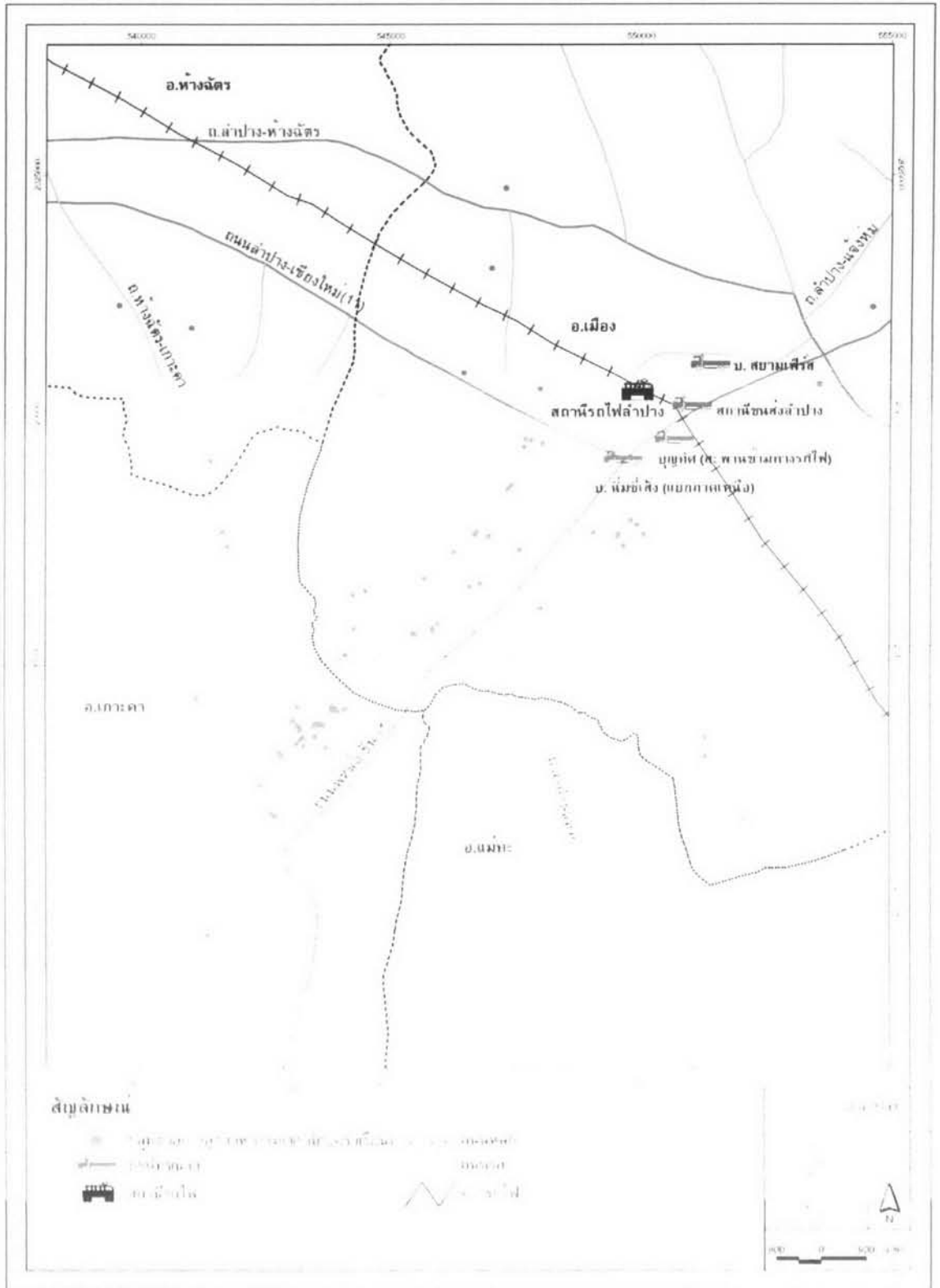
รูป 6-20 ทางโรงงานนำผลิตภัณฑ์ไปส่ง



รูป 6-21 สถานีขนส่งจังหวัดลำปาง



รูป 6-22 บริษัทนิมซี่เส็ง



แผนที่ 6-8 ที่ตั้งกิจกรรมการขนส่งสินค้า

6.2.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายและตลาด

1) ช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายของโรงงานระดับครัวเรือนมีหลายช่องทางด้วยกัน ซึ่งจะประกอบไปด้วยช่องทางการจัดจำหน่ายดังต่อไปนี้ (แผนภูมิ 6-14)

ก. ลูกค้าที่เป็นร้านค้าปลีก หมายถึง ลูกค้าที่สั่งผลิตภัณฑ์จากโรงงานเป็นประจำแล้วนำไปจำหน่ายปลีกที่ร้านค้าของตนเอง ลูกค้าประเภทนี้จะทำการส่งผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ จากนั้นทางโรงงานจะทำตัวอย่างจัดส่งไปให้ลูกค้า เมื่อได้ข้อตกลงระหว่างกันแล้วทางโรงงานจะดำเนินการผลิต และทางโรงงานจะจัดส่งผลิตภัณฑ์ไปให้ตามแต่ละวิธีที่ได้มีการตกลงกันไว้ ลูกค้าประเภทนี้ เช่น ร้านค้าบริเวณตลาดหน้าโรงเรียนเทศบาล4 ร้านค้าที่ตลาดสวนจตุจักร เป็นต้น

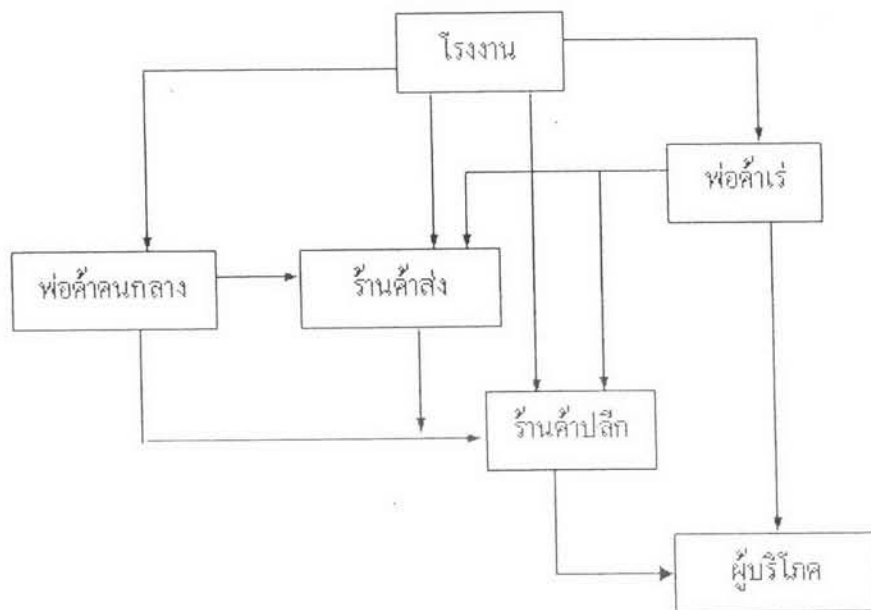
ข. พ่อค้าคนกลาง หมายถึง ลูกค้าที่สั่งผลิตภัณฑ์จากโรงงานเป็นประจำแล้วนำไปจำหน่ายให้กับร้านค้าปลีก หรือร้านค้าส่งอีกต่อหนึ่ง ประกอบไปด้วยพ่อค้าคนกลางที่ไม่มีร้านเป็นของตนเอง และพ่อค้าคนกลางที่มีร้านเป็นของตนเอง ลูกค้าประเภทนี้จะมีลักษณะเหมือนกับลูกค้าประเภทร้านขายปลีก แต่ก็มีการขายสินค้าในลักษณะการขายส่งด้วย ซึ่งพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นจะพบในบริเวณหมู่บ้านลำปางกลาง ต.ชมพู อ.เมือง หมู่บ้านลำปางหลวง

ค. พ่อค้าเร่ หมายถึง ลูกค้าที่เข้ามาตระเวนหาซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่ได้เป็นลูกค้าที่สั่งผลิตภัณฑ์กับโรงงานเป็นประจำ จากนั้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปเร่ขายทั้งขายปลีกและขายส่งยังพื้นที่ต่างๆ ลูกค้าประเภทนี้ไม่ต้องพึ่งพาบริษัทขนส่ง

ง. โรงงานนำผลิตภัณฑ์ไปขายเอง จากการศึกษพบว่า มี 1 โรงงาน ที่ไม่มีการส่งสินค้าให้กับพ่อค้าประเภทต่างๆเลย โดยจะเปิดร้านขายผลิตภัณฑ์ของตนเองที่ตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งแต่เดิมเคยส่งผลิตภัณฑ์ให้กับร้านค้าที่ตลาดนัดสวนจตุจักร หลังจากนั้น ได้มีโอกาสเช่าร้านที่ตลาดนัดสวนจตุจักรเป็นของตนเอง โดยมีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง เนื่องจากเห็นช่องทางว่าถ้าจำหน่ายเองก็จะสามารถที่ทำได้ดีกว่า เพราะไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยทางผู้ประกอบการจะเดินทางไปในตอนเย็นวันศุกร์ และกลับตอนเย็นของวันอาทิตย์ เพื่อมาทำการผลิตต่อ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่นำไปจำหน่ายจะเป็น คุกกี้ดา โบบาย เป็นต้น

จากการที่โรงงานต่างๆ มีการกระจายตัวแบบกระจุกตัว ทำให้เกิดความประหยัดจากการรวมกลุ่มในด้านการดึงดูดกลุ่มลูกค้า เพราะลูกค้าสามารถเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ หรือสามารถเลือกโรงงานได้หลากหลาย และเป็นที่รู้กันทั่วไปในหมู่พ่อค้าว่าถ้าต้องการผลิตภัณฑ์เซรามิก จะต้องมาที่อำเภอเกาะคา และอำเภอเมืองลำปางเท่านั้น โดยเฉพาะที่ ตำบลท่าผา และตำบลชมพู แต่ก้ก่อให้เกิดปัญหาในด้านการลอกเลียนแบบสินค้า และการตัดราคา และการที่โรงงานอยู่ในบริเวณใกล้กันกับโรงงานขนาดใหญ่แต่ก็ยังสามารถดำเนินกิจการอยู่ได้ เนื่องจากความยืดหยุ่นของโรงงาน โดยที่ลูกค้าที่ต้องการรูปแบบสินค้าไหนสามารถเดินเข้าโรงงานแล้วแจ้งความต้องการให้ทางโรงงานได้เลย ซึ่งโรงงานขนาดใหญ่มีข้อจำกัดของการปรับเปลี่ยนมากกว่า และถ้าหากปริมาณการสั่งผลิตไม่สูงพอโรงงานขนาดใหญ่ก็ไม่รับผลิตให้ ทำให้ลูกค้าต้องเข้าหาโรงงานขนาดเล็ก

ทางโรงงานและลูกค้ามีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพราะลูกค้าสามารถเข้าถึงตัวผู้ประกอบการ ได้สะดวกกว่าโรงงานที่มีขนาดใหญ่กว่าซึ่งประกอบไปด้วยแผนกต่างๆ มากมาย ลูกค้าของโรงงานได้รับความแน่นอนทั้งในเรื่องของปริมาณการผลิต และรูปแบบที่ได้ตกลงกันไว้ เพราะการเจรจากับตัวเจ้าของโรงงานจึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ความสัมพันธ์อันดียังสามารถถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งได้



แผนภูมิ 6-14 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือน

2) ตลาด

ในช่วงเริ่มแรกของการประกอบกิจการ ทางผู้ประกอบการได้หาตลาดโดยการนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองขายยังตลาดภายในท้องถิ่นและที่กรุงเทพก่อน เมื่อสินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับแล้วก็มีลูกค้ามาสั่งถึง โรงงานซึ่งทำให้เกิดตลาดหลักคือลูกค้าประจำที่สั่งสินค้าอย่างต่อเนื่อง ส่วนตลาดรองคือพ่อค้าเร่ที่ตระเวนหาซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปขายปลีก หรือขายส่งต่อไป และวิธีการหาที่ตั้งโรงงานเซรามิกของพ่อค้า มักจะมาสำรวจด้วยตนเองมีทั้งการขับรถผ่านไปตามถนนสายต่างๆ การสอบถามชื่อและที่ตั้ง โรงงานจากร้านค้าขายเซรามิก การสอบถามจากศูนย์เครื่องเคลือบดินเผาจังหวัดลำปาง เป็นต้น

เนื่องจากโรงงานไม่ได้เป็น โรงงานที่มีเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัย หรือมีแรงงานมากการผลิตจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนปรับปรุงตัวเองเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงของตลาดอยู่ตลอดเวลาเพื่อความอยู่รอดของกิจการ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในเชิงขนาดของกิจการที่มีขนาดเล็ก ทำให้การปรับเปลี่ยนไม่ต้องใช้ระยะเวลา และเงินทุนสูงเหมือนกับ โรงงานขนาดใหญ่

ตลาดสำหรับอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือน เป็นตลาดระดับล่างที่ยังคงมีตลาดจำกัดอยู่เพียงภายในประเทศเป็นหลัก และเน้นการจำหน่ายให้กับตัวแทนจำหน่ายประเภทต่างๆ เช่น พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าเร่ เป็นต้น โดยตลาดของเซรามิกนั้นสามารถแบ่งได้เป็น ตลาดภายในท้องถิ่น และตลาดภายนอกท้องถิ่น ตลาดจะค่อนข้างถูกจำกัดด้วยฤดูกาล ซึ่งช่วงที่ผลิตภัณฑ์ขายดีจะอยู่ในช่วงเทศกาลต่างๆ โดยเฉพาะเทศกาลปีใหม่ ซึ่งสัมพันธ์กับช่วงที่เป็นเทศกาลการให้ของขวัญ และเป็นช่วงฤดูท่องเที่ยวของภาคเหนือ ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดลำปางจัดได้ว่าเป็นศูนย์กลางของภาคเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับหลายจังหวัดในภาคเช่น เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน เป็นต้น ทำให้เป็นจุดที่มีความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง โดยได้รับประโยชน์ในด้านต่างๆจากการเชื่อมโยงกับจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางของภาคเหนือ และสามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดในภาคอื่นๆ โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ทำให้มีประชาชน นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางผ่านพื้นที่มาก ประกอบกับในช่วงนี้พื้นที่ต่างๆ จะมีการจัดงานต่างๆมาก เช่น งานฤดูหนาว งานเซรามิกแฟร์ งานกาชาด ทำให้มีการสั่งผลิตภัณฑ์มากสุดในปลายเดือนกันยายน และเดือนตุลาคม ส่วนในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนสิงหาคม ปริมาณการสั่งผลิตภัณฑ์ และการผลิตก็จะน้อยที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงฤดูฝน เป็นช่วงของการเพาะปลูก และเป็นช่วงเปิดทอม ซึ่งผลิตภัณฑ์สามารถจัดได้ว่าเป็นของฟุ่มเฟือยไม่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ในช่วงฤดูฝนพ่อค้าเร่ที่มารับซื้อก็มีจำนวนลดน้อยลง

ก. ตลาดภายในท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่าโรงงานกลุ่มตัวอย่าง มีแหล่งตลาดอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งแหล่งตลาดภายในพื้นที่นั้น ถือเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญพบในพื้นที่ 3อำเภอ ได้แก่ 1.อำเภอเมือง ประกอบไปด้วย กาดม่วนใจ ตั้งอยู่บริเวณแยกนาแก้ว โดยกาดม่วนใจนี้จะแตกต่างกับแหล่งจำหน่ายที่อื่น ถือเป็นแหล่งจำหน่ายขนาดใหญ่ที่มีผู้ค้าเพียงรายเดียว ส่วนแหล่งจำหน่ายอื่นๆ จะประกอบไปด้วยผู้ค้าหลายรายได้แก่ ตลาดลำปางปลาซ่า (ตลาดหน้าโรงเรียนเทศบาล4) ศูนย์ชรามิกร้านค้าสวัสดิการกลุ่มแม่บ้านสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมืองลำปาง ตลาดหน้าจวนผู้ว่า ซึ่งจะตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครลำปาง และร้านค้าชุมชนอบต.สาธา ตั้งอยู่ริมถนนพหลโยธิน 2.อำเภอเกาะคา ประกอบไปด้วย ศูนย์รวมชรามิกอำเภอเกาะคา ลานค้าชุมชนอำเภอเกาะคา ซึ่งจะตั้งอยู่ริมถนนพหลโยธิน และกาดเก่าศรีนาลอย (เกาะคาโอทอปเซ็นเตอร์) ตั้งอยู่บริเวณบ้านลำปางหลวง 3.อำเภอห้างฉัตร ประกอบไปด้วย ตลาดทุ่งเกวียน ตั้งอยู่ริมถนนสายเชียงใหม่ – ลำปาง (แผนที่ 6-9)

และในเดือนธันวาคมของทุกปี สมาคมเครื่องปั้นดินเผาจังหวัดลำปาง จะมีการจัดงานชรามิกแฟร์ เพื่อให้โรงงานเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ตลาดใหม่จากผู้ค้าชรามิกที่เข้ามาในงาน และเป็นการระบายสินค้าไปในตัวด้วย แต่มีโรงงานเพียงไม่กี่รายที่ได้ไปออกงานชรามิกแฟร์ เนื่องจากจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ให้กับทางสมาคม

ตลาดชรามิกภายในพื้นที่นั้น จะอยู่บริเวณเดียวกันกับแหล่งผลิต และนอกจากนี้ยังอยู่ในพื้นที่เดียวกันกับแหล่งวัตถุดิบ และแหล่งแรงงาน ทำให้ประหยัดต้นทุนในการขนส่ง ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ซื้อที่แหล่งจำหน่ายดังกล่าวจะมีราคาถูกกว่า

ข. ตลาดภายนอกท้องถิ่น

นอกจากตลาดภายในท้องถิ่นแล้วผลิตภัณฑ์ยังมีการกระจายไปทั่วทุกภาคของประเทศโดยมีตลาดหลักอยู่ที่กรุงเทพฯ คือ ตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งตลาดที่สำคัญ เนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่ ประชาชนนิยมมาจับจ่ายใช้สอยกันมาก และมีกำลังซื้อสูงจากการศึกษาพบว่าโรงงานกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีการส่งสินค้ามายังกรุงเทพฯ และนอกจากนี้ยังประกอบไปด้วยจังหวัด นนทบุรี สมุทรสาคร เชียงใหม่ เชียงราย ตาก ขอนแก่น หนองคาย อุบลราชธานี สงขลา และภูเก็ต (แผนที่ 6-10)

ผลิตภัณฑ์เซรามิกของโรงงานระดับครัวเรือนนี้นับว่าเป็น โรงงานที่มีผลิตภัณฑ์หลากหลายที่สุดซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มของข้าวสวยและเครื่องประดับ สามารถแบ่งประเภทการใช้งานตามโอกาสได้ดังต่อไปนี้ ของข้าวสวยชิ้นเล็กๆ ใช้ในโอกาสงานแต่งงาน หรืองานศพ, ของสำหรับใส่ดอกไม้ และของแต่งสวนเช่น แจกัน กระถาง ตุ๊กตา ของจำลองสำหรับจัดสวนหรือใส่ในตู้ปลาของแขวนประดับ เช่น โมบายแขวนประตู หรือหน้าต่าง ของตั้งโชว์ เช่น ของจิ๋ว ตุ๊กตา ของที่ระลึก เป็นของที่ถูกลงทำใน โอกาสต่างๆ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถส่งขายได้ทั่วประเทศ โดยจะมีเกรดเดียวเพราะอยู่ในรูปแบบที่ทำง่ายมีสีสันทดลายนครนาค เป็นของที่ไม่ต้องการความประณีตมากนัก ถ้ามีของเสียก็จะคัดทิ้งทันทีเพราะเป็นของที่สามารถทำใหม่ได้โดยง่ายไม่สูญเสียต้นทุนมากนัก เมื่อไม่สามารถแบ่งเกรดของสินค้าได้ทำให้ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้สามารถวางขายได้ทั่วไป แต่ไม่สามารถจัดจำหน่ายยังต่างประเทศได้เพราะคุณภาพยังไม่ดีพอ ประกอบกับทางโรงงานไม่มีความรู้เรื่องการส่งออก

นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะการผลิตผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งได้เป็น การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยการผลิตตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ ลักษณะตลาดจากการสั่งซื้อนี้เป็นรูปแบบการตลาดที่โรงงานต้องการมากที่สุดทั้งนี้เนื่องจากมีความแน่นอนในการจำหน่ายสินค้าแล้วในบางกรณียังมีการชำระเงินมัดจำล่วงหน้าก่อนมีการผลิต ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตได้ และการผลิตตามรูปแบบของโรงงานเอง เพื่อที่จะเสนอขายให้กับลูกค้าประเภทต่างๆ โดยเฉพาะลูกค้าประเภทพ่อค้าเร่

โรงงานระดับครัวเรือนนี้ยังไม่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบปลีกหน้าโรงงานอย่างเด่นชัด ทำให้การเชื่อมโยงระหว่างโรงงานกับกลุ่มครัวเรือนน้อยมาก เมื่อเทียบกับกับสัดส่วนการผลิตทั้งหมดของโรงงาน เนื่องจากการจำหน่ายหน้าโรงงานต้องอาศัยทำเลที่ตั้งบริเวณถนนสายหลักหรือภายในเขตตัวเมือง แต่โรงงานจะตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกับที่อยู่อาศัยในเขตชานเมือง ทำให้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์หน้า โรงงานเป็นไปได้ลำบาก



รูป 6-23 ร้านค้ากลุ่มแม่บ้านตำรวจ



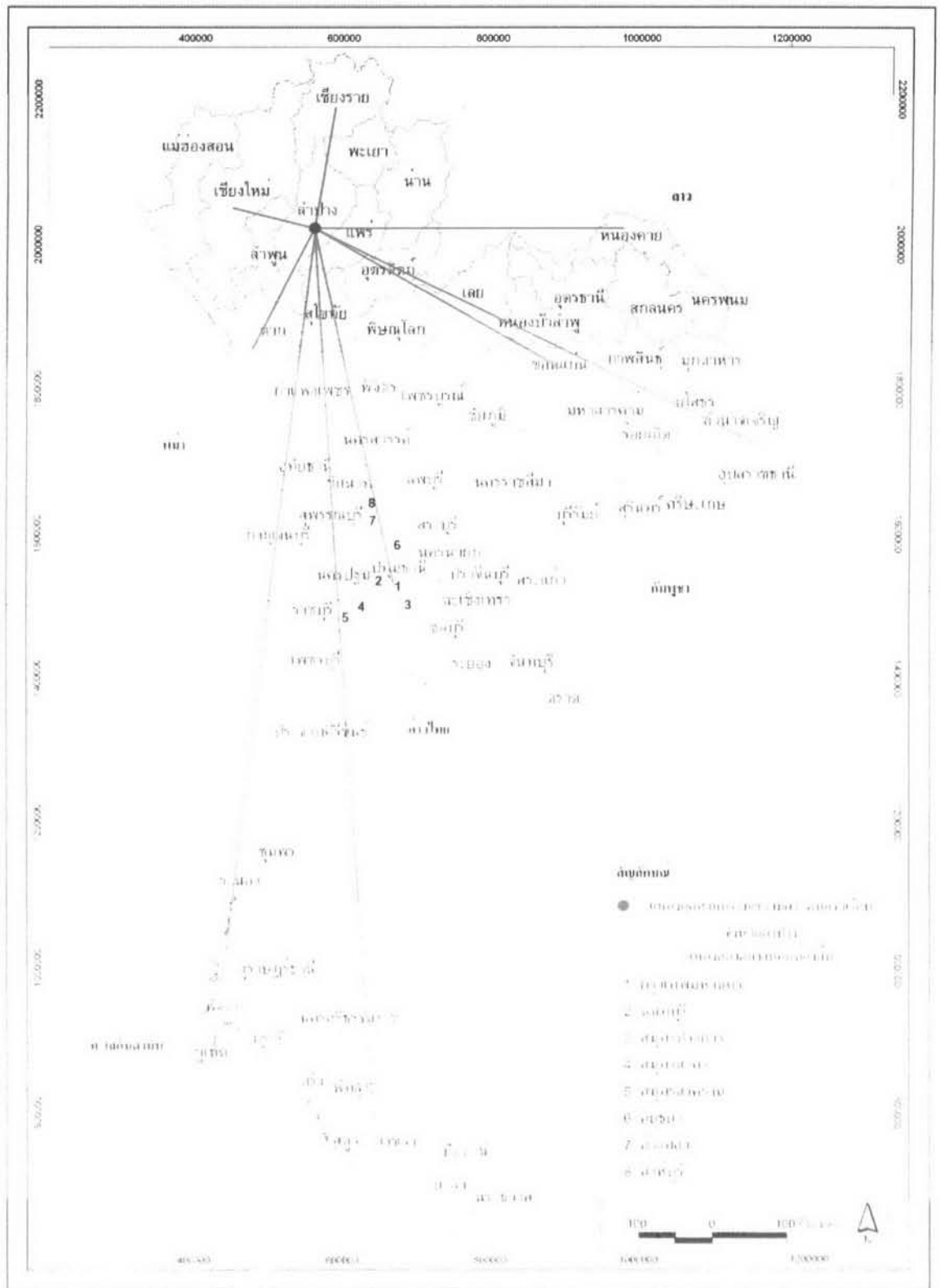
รูป 6-24 ลานค้าชุมชน อำเภอเกาะคา



รูป 6-25 ศูนย์รวมเซรามิกอำเภอเกาะคา



รูป 6-26 ตลาดหน้าจวนผู้ว่า



แผนที่ 6-10 แหล่งตลาดภายนอกท้องถิ่น

สรุปความเชื่อมโยง

จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือนในจังหวัดลำปาง มีความสัมพันธ์กับวงจรการผลิตทั่วไปของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปาง คือใช้แหล่งวัตถุดิบต่างๆ แหล่งเดียวกันกับโรงงานเซรามิกทั่วไป ซึ่งแหล่งที่มาของวัตถุดิบส่วนมากมาจากภายในจังหวัด ถึงแม้จะมีวัตถุดิบบางประเภทมาจากภายนอกจังหวัด แต่ก็พึ่งพาจากร้านตัวแทนจำหน่ายที่ตั้งอยู่ภายในเขตเมือง โดยสามารถสรุปความเชื่อมโยงได้ดังนี้

- 1) ดินขาว ดินดำ และดินผสมสำเร็จรูป มีการสั่งซื้อจาก โรงเต่งแร่ โรงงานเซรามิก และร้านตัวแทนจำหน่าย
- 2) สีและเคลือบ มีการสั่งซื้อจากร้านตัวแทนจำหน่าย และโรงงานเซรามิก
- 2) แม่พิมพ์ มีความเชื่อมโยงกับช่างที่รับทำพิมพ์และแวกหมูบ้าน
- 3) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้นอาศัยผลผลิตภายในท้องถิ่น มีการสั่งซื้อจาก ครัวเรือน สานแข่ง ร้านขายของเก่า รถขายของเก่า และเพื่อนบ้าน
- 4) พลังงาน มีการสั่งซื้อจากร้านค้าส่งภายในเมือง และร้านค้าปลีกและแวกหมูบ้าน
- 5) การขนส่งผลิตภัณฑ์ใช้บริการจาก บริษัทขนส่งสินค้า รถโดยสารประจำทาง และการรถไฟแห่งประเทศไทย
- 6) แหล่งตลาด ประกอบไปด้วย ตลาดภายในท้องถิ่น และตลาดภายนอกท้องถิ่น

สามารถกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือนในจังหวัดลำปางนั้นมีลักษณะการเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ถือเป็นแหล่งรวมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ และเป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายวิสาหกิจใหญ่ของอุตสาหกรรมเซรามิกของจังหวัดลำปาง เมื่อพิจารณาเฉพาะวงจรการผลิตของโรงงานระดับครัวเรือนนี้ พบว่า เป็นรูปแบบของเครือข่ายวิสาหกิจที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาโดยพิจารณาจากลักษณะสำคัญของ เครือข่ายวิสาหกิจ 4 ประการ คือ

- 1) การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Connectivity) ในอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือนนี้มีการเชื่อมโยงทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง โดยเป็นความสัมพันธ์แบบธรรมดาตามหน้าที่ ไม่มีการเรียนรู้ร่วมกัน ไม่มีการแลกเปลี่ยน การถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยตนเอง ผู้ประกอบกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสถาบันที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุน

2) ความร่วมมือ (Collaboration) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือนไม่มีความร่วมมือกัน ไม่มีการรวมตัวกันซื้อวัตถุดิบ แต่ในภาพรวมของจังหวัดมีสมาคมเครื่องเคลือบดินเผา จังหวัดลำปาง แต่โรงงานระดับครัวเรือนนี้ไม่ค่อยมีส่วนร่วมเนื่องจาก มีการเก็บค่าสมาชิก และผู้ประกอบการไม่เห็นประโยชน์ในการเป็นสมาชิก

3) การแข่งขัน (Competition) ในอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือนเองมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะการแข่งขันในด้านราคา ไม่ใช่การแข่งขันในด้านคุณภาพ โดยเฉพาะการตัดราคาเพื่อแย่งลูกค้า

4) ประสิทธิภาพโดยรวม (Collective Efficiency) ผู้ประกอบการไม่มีความร่วมมือกันในการถ่ายทอดความรู้ ประกอบกับการเชื่อมโยงซึ่งกันและกันมีน้อย

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปางมีปัจจัยพื้นฐานที่สามารถก่อให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจได้ โดยมีโรงงานการผลิตตั้งอยู่ใกล้วัตถุดิบ มีแรงงานมีสภาพแวดล้อม และสาธารณูปโภคที่เหมาะสม ซึ่งหากเครือข่ายวิสาหกิจของอุตสาหกรรมเซรามิกประสบความสำเร็จ ก็จะทำให้อุตสาหกรรมเซรามิกครัวเรือน ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาไปด้วย

6.3 สภาพปัญหาของอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือน

เนื่องจากอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือน มีความเชื่อมโยงกับกิจการต่างๆ หลายด้าน จึงทำให้เป็นอุตสาหกรรมที่เกิดปัญหามากมาย ทั้งปัญหาภายในอุตสาหกรรมเอง และปัญหาภายนอกอุตสาหกรรม ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผาจังหวัดลำปาง พบว่าสภาพทั่วไปของปัญหาที่พบมีดังต่อไปนี้

6.3.1 ปัญหาภายในอุตสาหกรรม

1) ปัญหาเกี่ยวกับเครื่องจักรและอุปกรณ์

เตาไฟเบอร์ที่สามารถควบคุมอุณหภูมิและคุณภาพในการเผาได้ดีที่สุดแล้วจะมีราคาแพงผู้ประกอบการที่ต้องการเตาไฟเบอร์มาใช้จะปรับตัวโดยการนำไฟเบอร์มาผสมกับอิฐทนไฟ ถึงแม้ว่าจะทำให้คุณภาพในการเผาผลิตภัณฑ์ดีขึ้นบ้าง แต่ก็ส่งผลกระทบต่อสุขภาพจากการสูดดมแร่ใยหินจากไฟเบอร์ที่นำมาผสมอย่างไม่ถูกต้อง

การที่โรงงานใช้แผ่นทนไฟที่ใช้รองผลิตภัณฑ์เพื่อนำเข้าสู่เตา จะมีราคาแพงทำให้ผู้ประกอบการต้องนำมาใช้ซ้ำๆ จนพื้นผิวของแผ่นขรุขระ จากชิ้นส่วนของผลิตภัณฑ์ที่นำไปเผา ก่อนหน้านั้นติดอยู่ จึงทำให้พื้นผิวสัมผัสของผลิตภัณฑ์ที่วางบนแผ่นทนไฟในการเผาครั้งหลังไม่เรียบ และทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีตำหนิมากขึ้น

2) รูปแบบและคุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน

สาเหตุของปัญหานี้มาจาก การที่ผู้ประกอบการ โดยทั่วไปมักเป็นผู้ที่เริ่มต้นประกอบกิจการจากการทดลองและสังเกตด้วยตา มากกว่าการผลิตที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ตามหลักวิชาการ เมื่อสามารถทำการผลิตได้ผู้ประกอบการก็จะผลิตสินค้าจากความเคยชิน ทั้งในด้านการออกแบบที่มักจะผลิตซ้ำอยู่เสมอไม่ค่อยมีรูปแบบใหม่ๆ เพราะขาดความรู้ในการออกแบบ การที่ผู้ประกอบการไม่เข้าใจหลักการควบคุมอุณหภูมิเตาเผา ทำให้ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ และผู้ประกอบการพยายามลดต้นทุน โดยการผสมเนื้อดินเองจากแหล่งแร่ดินราคาต่ำที่อาจมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ

3) การลอกเลียนแบบสินค้าการตัดราคา

ปัญหาการลอกเลียนแบบสินค้าเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมานาน แต่ในอดีตนั้นยังไม่เป็นปัญหาที่รุนแรงเพราะความต้องการของตลาดมีมาก ถึงแม้ว่าจะมีการผลิตสินค้ารูปแบบเดียวกันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ก็สามารถขายได้หมด แต่หากเปลี่ยนไปผลิตสินค้าในรูปแบบอื่นอาจเสี่ยงกับปัญหาการขายสินค้าไม่ได้ เพราะไม่มีตลาดรองรับ นอกจากนี้แล้วผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็มักผลิตซ้ำในรูปแบบเดิม เพราะขาดความรู้ด้านการออกแบบ และขาดทักษะในการรับรู้สนิยมของลูกค้า เมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำความต้องการของลูกค้ามีน้อย แต่สินค้าในรูปแบบเดียวกันมีมากจึงทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคาด้วยการตัดราคาขายสินค้าเพื่อเป็นการระบายสินค้าของตนออกไป

ปัญหาการตัดราคากับปัญหาการลอกเลียนแบบสินค้ามักจะมาควบคู่กัน คือสินค้าชนิด และประเภทเดียวกัน แต่จะมีความแตกต่างกันในด้านราคา ซึ่งเกิดจากการที่ลูกค้านำผลิตภัณฑ์ที่ขายดีได้รับความนิยมนอกจากที่ซื้อจากโรงงานหนึ่ง ไปตกลงการผลิตกับโรงงานที่ให้ราคาต่ำกว่า ซึ่งการตัดราคากันระหว่างโรงงานถือว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากทำให้โรงงานที่มีทุน ความรู้และประสบการณ์น้อยต้องปิดตัวลง เนื่องจากไม่สามารถรับเรื่องต้นทุนไหว

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้แต่ละ โรงงาน ไม่มีเครื่องหมายการค้า ส่งผลให้ไม่สามารถกำหนดราคา และสร้างมูลค่าเพิ่มจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ได้

4) ปัญหาผลิตที่ไม่สมดุล

บางช่วงเวลาผลิตเกินที่เป็นที่ต้องการของตลาด และมีปริมาณการสั่งผลิตเป็นจำนวนมาก แต่โรงงานไม่สามารถรับผลิตสินค้าได้เพราะไม่มีแรงงาน เครื่องจักรอุปกรณ์ และเงินทุนที่ใช้หมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบเพียงพอ หรือถ้าหากทางโรงงานสามารถหาเงินทุนเพื่อที่จะขยายกำลังการผลิต แต่ทางโรงงานไม่สามารถมั่นใจได้ว่าหลังจากผลิตสินค้าชุดนี้ไปแล้ว ครั้งต่อไปจะมีปริมาณการสั่งเข้ามาเหมือนเดิมหรือไม่ ทำให้ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายดูแลรักษากำลังการผลิตที่ขยายนั้น และในบางครั้งขาดการสั่งซื้อจากลูกค้า การสั่งซื้อที่เป็นรายได้หลักของโรงงานถ้าโรงงานขาดการสั่งซื้อจะทำให้โรงงานขาดรายได้ เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสถานะเศรษฐกิจ จะมีผลกระทบเช่น ปริมาณนักท่องเที่ยวลดลง กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง

นอกจากนี้เมื่อโรงงานได้รับการสั่งซื้อทางโรงงานจะผลิตสินค้าให้มากกว่าปริมาณการสั่งประมาณร้อยละ 20 สาเหตุที่ต้องผลิตเกินการสั่งซื้อเนื่องมาจากผลิตเพื่อสินค้าที่มีจำหน่ายจะเกิดขึ้น เพราะผลิตภัณฑ์เซรามิกอยู่ในลักษณะเสี่ยงอันเนื่องมาจากผู้ผลิตจะไม่ทราบเลยว่าสินค้าจะมีคุณภาพหรือไม่จนกว่าจะผ่านกระบวนการการผลิตขั้นสุดท้ายแล้ว สินค้าไม่ดีหรือมีจำหน่ายก็ไม่สามารถที่จะเรียกคืนทุนได้เพราะต้องผ่านการลงทุนทั้งหมดไปแล้ว การผลิตเกินจะทำให้เหลือผลิตภัณฑ์ตกค้าง

5) การตลาด

เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าในรูปแบบเดิมๆ และขาดความรู้ในการหาตลาดใหม่ๆ และการที่ราชการมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับตลาดต่างประเทศ ซึ่งอุตสาหกรรมเซรามิกระดับครัวเรือนนี้ตลาดส่วนมากเป็นตลาดภายในประเทศ นอกจากนี้การขาดความรู้ด้านการตลาดของผู้ประกอบการก็มีส่วนทำให้ผู้ประกอบการ ไม่แสวงหาแหล่งตลาดแหล่งใหม่ ทำให้ตลาดยังคงเดิมอยู่ และขาดความรู้ในการแสวงหาตลาดต่างประเทศ

6) ขาดความรู้ทางการจัดการธุรกิจ

การขาดความเข้าใจ และความสามารถในการคิดต้นทุนการผลิตสินค้าที่ตน ออกแบบ จึงส่งผลกระทบต่อ การตั้งราคาให้เหมาะสม รวมทั้งการตัดราคากันเองอีกด้วย

6.3.2 ปัญหาภายนอกอุตสาหกรรม

1) ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ

เป็นปัญหาด้านคุณภาพของดิน ที่สกปรก มีสิ่งเจือปนมาก ความหยาบละเอียดไม่ สม่ำเสมอ ถ้าหากนำดินมาใช้ทันทีจะไม่ตกตะกอนต้องมีการหมักดินทิ้งไว้ก่อน ดินที่มาจาก การเปิด หน้าเหมืองใหม่อาจจะไม่ทนไฟ เวลาขึ้นรูปอาจจะมีการยุบตัวลง นอกจากนี้ดินที่ซื้อ มาแต่ละครั้ง ถึงแม้ว่าจะมาจากแหล่งเดียวกันแต่ก็จะมีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน ทำให้โรงงานต้อง เสียเวลาในการทดลองผสม ขึ้นรูป และเผาผลิตภัณฑ์ทุกครั้ง

2) ปัญหาเกี่ยวกับพลังงาน

ถึงแม้ในพื้นที่จะเป็นที่ตั้งคลังแก๊สหุงต้มของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย แต่ก็ไม่เพียงพอเนื่องจากแก๊สจะถูกกระจายออกจากคลังไปยัง โรงบรรจุแก๊สทั้งภายในจังหวัดลำปาง เอง และจังหวัดข้างเคียง นอกจากนี้จังหวัดลำปางที่มีการใช้แก๊สหุงต้มในอุตสาหกรรมเซรามิกเป็น จำนวนมากแล้ว จังหวัดอื่นๆก็มีความต้องการใช้แก๊สหุงต้มไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆเช่นกัน โดย หากเป็นช่วงเวลาที่จังหวัดลำปางมีการทำลำไยอบแห้งจะมีการกักตุนแก๊สไว้เป็นจำนวนมาก ทำให้ บางครั้งโรงงานเซรามิกในจังหวัดลำปางขาดแคลนแก๊สที่ใช้ในการเผาเซรามิก โดยเฉพาะช่วงที่มี การเร่งทำลำไยอบแห้งที่มักจะตรงกับช่วงที่มีปริมาณการผลิตเซรามิกมากเช่นกัน ส่วนปัญหา พลังงานไฟฟ้า คือ ปัญหาที่เกิดจากไฟฟ้าดับโดยที่ไม่มีการแจ้งล่วงหน้า ทำให้ขั้นตอนที่เกี่ยวข้อง กับเครื่องจักรได้รับความเสียหาย ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก

3) ปัญหาด้านแรงงาน

ปัญหาการขาดแคลนแรงงานซึ่งเกิดจากแรงงานที่โรงงานใช้มาจากภาคเกษตรที่อาศัยอยู่ภายในหมู่บ้านหรือหมู่บ้านใกล้เคียงแรงงานเหล่านี้มักจะหยุดงานบ่อย เนื่องจาก 2 สาเหตุหลัก ก็คือหยุดงานเพราะต้องไปเพาะปลูกเก็บเกี่ยว และหยุดงานเพราะที่บ้านมีงาน เช่นงานประเพณี งานศพ แรงงานจำเป็นต้องออกไปช่วยเหลืองานสังคมของหมู่บ้านซึ่งมักจะขาดไม่ได้ ทำให้บางครั้งแรงงานต้องลาหยุดเป็นอาทิตย์ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการเข้าออกจางานบ่อย ซึ่งมักเกิดกับแรงงานทั่วไปที่อยู่นอกภาคเกษตรปัญหาแรงงานที่มีทักษะและประสบการณ์สูงมักจะถูกแย่งตัวจากโรงงานที่ให้ค่าจ้าง ได้สูงกว่า ทำให้คนงานมีการย้ายเข้าออกบ่อย

และการที่โรงงานเซรามิกมีช่วงเวลาความต้องการแรงงานไม่เท่ากัน โดยในช่วงเวลาที่ใกล้กับเทศกาล โดยเฉพาะปีใหม่ จะต้องการแรงงานจำนวนมากเพราะมีการสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก แต่ในช่วงเวลาที่มีการสั่งซื้อน้อย โรงงานไม่มีเงินจ้างแรงงานจำนวนมากได้ ดังนั้นจึงมีการจ้างงานภาคเกษตร ซึ่งอาศัยอยู่ในหมู่บ้าน จึงทำให้ประสบปัญหาแรงงานขาดแคลนบางช่วงในฤดูกาลเพาะปลูกเก็บเกี่ยว และช่วงที่มีงานประเพณี นอกจากนี้แล้วยังมีการขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือบางประเภทเช่น ช่างวาดลาย จึงทำให้มีการแข่งขันด้านค่าแรงของแรงงานประเภทดังกล่าว จนทำให้ต้นทุนสูงมากขึ้น

4) ปัญหาด้านเงินทุน

แต่โรงงานส่วนมากจะใช้แหล่งเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์ แต่มักจะประสบปัญหาคือ มีขั้นตอนในการขอเงินกู้ที่ยุ่งยาก มีเงื่อนไขมาก ใช้เวลานาน รวมถึงผู้ประกอบการไม่มีความรู้ความเข้าใจในกฎเกณฑ์ต่างๆ

5) ปัญหาด้านการขอรับการปรึกษา

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการไปขอคำปรึกษาจากหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาด้านการวิจัยและพัฒนาแล้วไม่สามารถนำมาปรับใช้กับโรงงานได้ เนื่องจากผู้ประกอบการขาดความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการผลิต และถึงแม้โรงงานมีความรู้ความสามารถ ก็ขาดเงินทุนที่จะใช้วัตถุดิบตามสูตร ซึ่งสูตรที่ได้รับคำแนะนำนำมาจะต้องใช้ของมีคุณภาพดีและราคาแพง ทำให้ไม่คุ้มกับต้นทุนในการผลิต และการที่ผู้ประกอบการออกไปดูปัญหาที่โรงงานมากกว่ามารับคำปรึกษาที่ศูนย์

6) การขนส่งผลิตภัณฑ์

ระบบการขนส่งสินค้าส่วนมากจะใช้รถบรรทุกสิบล้อ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความเสี่ยงต่อการแตกหักง่าย และผู้ประกอบการขนส่งมักจะไม่รับผิดชอบ และระบบขนส่งทางรถบรรทุกไปยังภาคอีสาน และภาคใต้ไม่มีสถานีขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่งสินค้าที่อยู่ในพื้นที่ ประกอบกับไม่มีความเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ประกอบการขนส่ง ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการขนส่งสินค้าไปยังพื้นที่ดังกล่าว

6.3.3 สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อชุมชน

ปัญหาที่ชุมชนได้รับผลกระทบจากการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิกในครัวเรือน จะเป็นปัญหาด้านเสียงเครื่องปั้นดินรบกวนบ้านข้างเคียง และควันจากการเผาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการสอบถามจากประชาชนบริเวณข้างเคียง รับผิดชอบกับสิ่งที่เกิดขึ้น เนื่องจากเสียงและควันมีปริมาณน้อย และมีการผลิตในช่วงกลางวัน