

บทที่ 3

ข้อมูลของจังหวัดชลบุรีและสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมเซรามิค

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชลบุรี

ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดชลบุรีตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย หรือชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกเฉียงใต้ของอ่าวไทย ระหว่างเส้นรุ้งที่ 12-13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 100-102 องศาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ตามทางหลวงแผ่นดินสายบางนา-ตราด ประมาณ 65 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 4,363 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,968,107 ไร่

มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

1. ทิศเหนือ เขตอำเภอพานทอง อำเภอพนัสนิคม และกิ่งอำเภอเกาะจันทร์ติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ทิศใต้ เขตอำเภอสัตหีบและอำเภอบางละมุงติดต่อกับจังหวัดระยอง
3. ทิศตะวันออก เขตอำเภอบ่อทองและอำเภอหนองใหญ่ติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา จันทบุรี และระยอง
4. ทิศตะวันตก เขตอำเภอเมืองชลบุรี ศรีราชา เกาะสีชัง และบางละมุง ติดต่อกับทะเลฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ของอ่าวไทย

ภูมิประเทศ

จังหวัดชลบุรีมีภูเขาทอดอยู่เกือบกลางของจังหวัด เป็นแนวยาวจากทิศตะวันตกเฉียงเหนือไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสลับเนินเขา และที่ราบชายฝั่งทะเลตอนเหนือเป็นที่ราบเหมาะแก่การกสิกรรม ทิศตะวันออกและทิศใต้เดิมเป็นป่าเขาพื้นที่ลุ่มดอน แต่

ปัจจุบันเปลี่ยนสภาพจากป่าไม้เป็นที่โล่งเตียนใช้เพาะปลูกเกือบทุกอำเภอ มีชายฝั่งทะเลและหาดสวยงามเหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจหลายแห่ง เช่น ชายหาดบางแสน พัทยา เป็นต้น ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินปนทราย ยกเว้นบางส่วนของอำเภอพนัสนิคมและส่วนใหญ่ของอำเภอปานทองจะเป็นดินเหนียว ดินตะกอน แหล่งน้ำธรรมชาติมีน้อย จึงมีปัญหาขาดแคลนแหล่งน้ำ ประกอบกับมีการบุกรุกแผ้วถางป่าสงวนแห่งชาติ ทำให้พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เกิดปัญหาดินเสื่อมโทรมจากการทำไร่มันสำปะหลัง และไร่อ้อย

เขตการปกครอง

จังหวัดชลบุรี ได้แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ ซึ่งแบ่งออกเป็น 99 ตำบล โดยอำเภอพนัสนิคมและอำเภอเมืองชลบุรีมีการแบ่งเขตการปกครองมากที่สุดถึง 20 และ 19 ตำบล ตามลำดับโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. อำเภอเมืองชลบุรี มีจำนวน 19 ตำบล ได้แก่ บางปลาสร้อย มะขามหย่ง บ้านโจดแสนสุข บ้านสวน หนองรี นาป่า หนองข้างคอก ดอนหัวพ่อ หนองไม้แดง บางทราย คลองตำหรุ เหมือง บ้านปึก ห้วยกะปิ เสม็ด อ่างศิลา สำนักบก และเทศบาลเมืองชลบุรี
2. อำเภอพนัสนิคม มีจำนวน 20 ตำบล ได้แก่ หน้าพระธาตุ วัดหลวง บ้านเข็ด นาเร็ก หมอนนาง สระสี่เหลี่ยม วัดโบสถ์ กุฎโง้ง หัวถนน ท่าข้าม หนองขยาด ทุ่งขวาง หนองเหียง นาวังหิน บ้านช้าง โคนเพลาะ ไร่หลักทอง นามะตุ้ม พุนพัฒนาทรัพย์ และตำบลพนัสนิคม
3. อำเภอบ้านบึง มีจำนวน 9 ตำบล ได้แก่ คลองกิ่ว มาบไผ่ หนองซ้าซาก หนองบอนแดง หนองซาก หนองอิรุณ หนองไผ่แก้ว ตำบลหัวกุญแจ และตำบลบ้านบึง
4. อำเภอศรีราชา มีจำนวน 10 ตำบล ได้แก่ สุรศักดิ์ ทุ่งสุขลา บึง หนองขาม เขาคันทรง บางพระ บ่อวิน อ่าวอุดม แหลมฉบัง และตำบลศรีราชา
5. อำเภอบางละมุง มีจำนวน 8 ตำบล ได้แก่ หนองปรือ หนองปลาไหล โป่ง เขาไม้แก้ว ห้วยใหญ่ ตะเคียนเตี้ย นาเกลือ และ ตำบลบางละมุง

6. อำเภอพานทอง มีจำนวน 11 ตำบล ได้แก่ หนองตำลึง มาบโป่ง หนองกะจะ หนองหงษ์ โลกจี่หนอง บ้านเก่า หน้าประตู บางนาง เกาะลอย บางหัก และ ตำบลพานทอง
7. อำเภอสัตหีบ มีจำนวน 5 ตำบล ได้แก่ สัตหีบ นาจอมเทียน พญาหลวง บางเสร่ และตำบลแสมสาร
8. อำเภอหนองใหญ่ มีจำนวน 5 ตำบล ได้แก่ คลองพลู หนองเสือช้าง ห้างสูง เขาชก และตำบลหนองใหญ่
9. อำเภอบ่อทอง มีจำนวน 6 ตำบล ได้แก่ บ่อทอง วัดสุวรรณ บ่อวางทอง ชาติทอง เกษตรสุวรรณ และตำบลพลวงทอง
10. อำเภอเกาะสีชัง มีจำนวน 2 ตำบล ได้แก่ ท่าเวียงษ์ และ ตำบลเกาะสีชัง
11. กิ่งอำเภอเกาะจันทร์ มีจำนวน 2 ตำบล ได้แก่ ท่าบุญมี และ ตำบลเกาะจันทร์

สภาพทั่วไปของร้านอาหารในจังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรีประกอบไปด้วยร้านอาหารหลากหลายประเภท ทั้งร้านอาหารตามสั่ง ร้านอาหารแกง และร้านอาหารเฉพาะอย่างจำพวก อาหารทะเล ข้าวมันไก่ ก๋วยเตี๋ยว และหมูกระทะ เป็นต้น โดยมีสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่หลากหลาย โดยเฉพาะอำเภอเมืองชลบุรีที่มีร้านอาหารเปิดให้บริการถึง 1,765 ร้าน ซึ่งรวมตำบลแสนสุขที่เป็นสถานที่ตั้งของชายหาดบางแสน อ่างศิลา และตำบลบ้านสวน ซึ่งถือว่าเป็นใจกลางเมืองของจังหวัดชลบุรี และที่รองลงมาคืออำเภอบางละมุงที่มีร้านอาหารเปิดให้บริการเกือบ 1,000 ร้าน ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งของชายหาดพัทยา มีชาวต่างชาติพักอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

ร้านอาหารในจังหวัดชลบุรีนั้น มีตั้งแต่ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ริมถนนหรือตั้งอยู่ในห้องแถวคูหาเดี่ยว ไปจนถึงร้านอาหารใหญ่ โดยเฉพาะในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชายหาดบางแสน ศรีราชา และชายหาดพัทยา จะมีร้านอาหารเปิดให้บริการตลอดแนวชายฝั่ง ซึ่งส่วนใหญ่จำหน่ายเฉพาะอย่าง เช่น อาหารภาคอีสานและอาหารทะเล เป็นต้น

ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิกในจังหวัดชลบุรี

ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิกในจังหวัดชลบุรีแบ่งเป็น ร้านค้าปลีกรายย่อย ร้านค้าปลีกและส่งขนาดใหญ่ และห้างสรรพสินค้า ซึ่งร้านค้าที่เป็นที่นิยมในการเลือกซื้อของกลุ่มครัวเรือนและร้านอาหารคือร้านค้าปลีกและส่งขนาดใหญ่ เนื่องจากมีสินค้าหลากหลาย มีจำหน่ายจำนวนมาก และราคาไม่แพง ส่วนร้านค้าปลีกรายย่อยจะอาศัยทำเลเฉพาะด้าน รับสินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มาจำหน่ายอีกต่อหนึ่ง ทำให้ราคาสูง แต่เข้าใจกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากส่วนใหญ่จะขายตามตลาดนัด หรือขายในหมู่บ้านต่าง ๆ ส่วนห้างสรรพสินค้า(ในที่นี้จะกล่าวรวมถึงร้านค้าดีดีแอร์ โดยทั่วไปด้วย) จะขายสินค้าอีกระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นสินค้าที่สั่งผลิต หรือ มีการคัดสรรสินค้าคุณภาพดี มีการออกแบบที่ทันสมัย และสวยงามมาจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ทำให้มีราคาสูง เป็นที่นิยมของคนระดับบน

ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นว่าร้านค้าที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือร้านค้าปลีกและส่งขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคทุกระดับ ทั้งผู้บริโภคที่เป็นครัวเรือนระดับล่าง ระดับกลาง และระดับบน รวมถึงร้านอาหารขนาดเล็ก โรงแรมและภัตตาคารขนาดใหญ่ด้วย ร้านค้าที่มีชื่อเสียงในจังหวัดชลบุรี คือร้านค้าปลีกและส่งตั้งอยู่บริเวณห้างบิ๊กซีพัทยาเหนือ ซึ่งเริ่มก่อตั้งร้านจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิกบนโต๊ะอาหาร และเพิ่มการจำหน่ายเครื่องครัว พลาสติก และที่มีชื่อเสียงอยู่ในปัจจุบันคือเป็นตัวแทนจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่สำคัญในเมืองพัทยา ที่มีชื่อเสียงรองลงมาก็คือร้านงานชามบางแสน หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า ร้านงาน 2 บาท เนื่องจากเริ่มก่อตั้งร้านด้วย งานเซรามิกราคา 2 บาทและแก้วเซรามิกราคา 5 บาท ตั้งอยู่ติดถนนสุขุมวิท แขวงจตุจักรชลบุรี ซึ่งปัจจุบันได้ขยายบริเวณร้านออกอย่างกว้างขวาง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทั้งผลิตภัณฑ์เซรามิก เกรดดี และเกรดที่รองลงไป สำหรับผู้บริโภคแต่ละระดับชั้น ผลิตภัณฑ์เครื่องแก้ว เครื่องครัว เครื่องเขียน พลาสติก เฟอร์นิเจอร์และของใช้จำเป็นอื่น ๆ ส่วนร้านค้าขนาดใหญ่ที่เปิดให้บริการไม่นานนักคือร้านที่ตั้งอยู่บริเวณ โรงโม่พัทยา ซึ่งเป็นสาขาที่ 2 ของร้านที่อยู่บริเวณห้างบิ๊กซีพัทยาเหนือ

ลูกค้าที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจากร้านค้าขนาดใหญ่นี้ ไม่เพียงมีแต่ผู้บริโภคทั่ว ๆ และร้านอาหารที่อยู่ในจังหวัดชลบุรีเท่านั้น ยังมีผู้บริโภคและร้านอาหารจากต่างจังหวัด โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออก และยังรวมถึง ผู้บริโภคและร้านอาหารที่อยู่ภาคอื่น ๆ ในประเทศไทยทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ หรือแม้แต่นักท่องเที่ยวที่สั่งซื้อสินค้าเป็นปริมาณมากเพื่อนำกลับไปประเทศของตน ดังนั้นร้านค้าปลีกเหล่านี้อาจจัดได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี

สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมเซรามิก

โครงสร้างอุตสาหกรรมเซรามิก

อุตสาหกรรมเซรามิกแบ่งประเภทแบบกว้าง ๆ ได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. เซรามิกแบบดั้งเดิม(Traditional Ceramics) เป็นกลุ่มของเซรามิกที่เน้นการใช้แรงงานในการผลิตค่อนข้างมาก และสามารถพึ่งตนเองได้เป็นส่วนใหญ่ ทั้งในเรื่องของวัตถุดิบและเทคโนโลยีการผลิต ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ 5 ประเภทหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กระเบื้อง เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ของชำร่วยเครื่องประดับ และลูกถ้วยไฟฟ้า

2. เซรามิกสมัยใหม่(New Ceramics) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดเทคโนโลยีในการผลิตและปริมาณการใช้ในประเทศยังมีไม่มากนัก ดังนั้นจึงยังไม่มีการพัฒนาไปสู่การผลิตที่ใช้เทคโนโลยีในขั้นที่สูงขึ้นได้ ส่วนใหญ่จะเป็นเซรามิกที่นำไปใช้ในงานอุตสาหกรรม หรือผลิตภัณฑ์ ที่ต้องการคุณสมบัติพิเศษ เช่น อิเล็กโทรเซรามิก(Electroceramics) เซรามิกทางวิศวกรรม (Structural Ceramics) เซรามิกแม่เหล็ก(Magnetic Ceramics) และเซรามิกกับงานทางแสง(Optical Ceramics) เป็นต้น

อุตสาหกรรมเซรามิกสมัยใหม่(New Ceramics) มีผู้ผลิตในประเทศจำนวนน้อยราย การผลิตเป็นเพียงการนำเข้าวัตถุดิบสำเร็จรูปจากต่างประเทศมาผลิต ยังไม่มีการผลิตอย่างครบวงจร และยังไม่มียุทธศาสตร์เป็นของตนเอง ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากบริษัทแม่เป็นหลัก ดังนั้น อุตสาหกรรมเซรามิกเกือบทั้งหมดจึงเป็นเซรามิกแบบดั้งเดิม ผู้ผลิตส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในภูมิภาค ทำให้อุตสาหกรรมเซรามิกมีการกระจายรายได้สู่ชนบทเป็นจำนวนมาก สำหรับผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ผลิตในประเทศ จะแบ่งตามลักษณะของการนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. กระเบื้องปูพื้น บุผนัง และโมเสก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เงินลงทุน และเทคโนโลยีสูง โรงงานจะมีขนาดใหญ่และได้มาตรฐาน จัดเป็นวัสดุตกแต่งที่การผลิตจะเน้นหนักเพื่อรองรับความต้องการของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ

2. เครื่องสุขภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เงินลงทุน และเทคโนโลยีสูง โรงงานจะมีขนาดใหญ่และได้มาตรฐาน มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง การผลิตจะเน้นหนักเพื่อตอบสนองต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ

3. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นแรงงานและความสามารถในการออกแบบ โรงงานจะกระจายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ เช่น จังหวัดลำปาง เชียงใหม่ สมุทรสาคร และจังหวัดอื่น ๆ ซึ่ง ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดกลางและขนาดย่อม มีเพียงส่วนน้อยที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ ที่มีเงินลงทุนด้านเทคโนโลยีการผลิตสูง จึงมีความสามารถในการพัฒนารูปแบบ ลวดลาย และคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าโรงงานขนาดเล็ก การผลิตจะเน้นเพื่อการส่งออก

4. ของชำร่วยและเครื่องประดับ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้แรงงานมาก และผลิตสินค้าโดยเน้นการออกแบบเป็นสำคัญ ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดกลางและขนาดย่อม ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ เช่น จังหวัดลำปาง และเชียงใหม่ เป็นต้น การผลิตจะเน้นเพื่อการส่งออก

5. ลูกถ้วยไฟฟ้า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้เทคโนโลยีเพื่อการผลิตสูง จะผลิตเพื่อตอบสนองกิจการสาธารณูปโภคทางไฟฟ้าเป็นสำคัญ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเซรามิกของไทยส่วนใหญ่ จำพวก ดิน หิน แร่ เป็นวัตถุดิบที่มีในประเทศอยู่แล้ว ส่วนที่จำเป็นต้องนำเข้ามาจะเป็นวัตถุดิบจำพวกที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต เช่น สี สารเคมี รูปลอก ซึ่งนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น และสหภาพยุโรปเป็นสำคัญ ทั้งนี้ วัตถุดิบที่ต้องนำเข้านั้น เนื่องจากไทยขาดเทคโนโลยีในการผลิตประกอบกับปริมาณความต้องการที่ยังไม่มากพอจะก่อให้เกิดความไม่คุ้มค่าต่อการตั้งโรงงานผลิตได้

ตารางที่ 8 ลักษณะของอุตสาหกรรมเซรามิก

ประเภทผลิตภัณฑ์	ลักษณะอุตสาหกรรม
กระเบื้อง	ทุนและเทคโนโลยีเข้มข้น ตลาดขึ้นกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
สุขภัณฑ์	เทคโนโลยีเข้มข้น ตลาดขึ้นกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	มีทั้ง SMI และ LI , แรงงานเข้มข้น
ของชำร่วย, เครื่องประดับ	SMI , แรงงานเข้มข้น
ลูกถ้วยไฟฟ้า	เทคโนโลยีเข้มข้น ตลาดขึ้นกับกิจการสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า)
เซรามิกสมัยใหม่	เทคโนโลยีเข้มข้น, ต่างชาติลงทุน

ที่มา: ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม(2542)

ตารางที่ 9 แหล่งที่ตั้งอุตสาหกรรมเซรามิกไทย

ประเภทโรงงาน	แหล่งที่ตั้ง
กระเบื้อง	สระบุรี สมุทรสาคร
สุขภัณฑ์	สระบุรี สมุทรสาคร
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	ภาคเหนือ รอบ กทม.
ของชำร่วย, เครื่องประดับ	ลำปาง เชียงใหม่ กทม.
ลูกถ้วยไฟฟ้า	กทม. ลำปาง นครปฐม ระยอง
New Ceramics	รอบ กทม.

ที่มา: ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม(2542)

ลักษณะโดยรวมของอุตสาหกรรมเซรามิกของไทย

1. ใช้วัตถุดิบหลักในประเทศ
2. ใช้แรงงานมากในกระบวนการผลิต
3. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ
4. เป็นหนึ่งในผู้ผลิตที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียน
5. มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง
6. มีประวัติศาสตร์และฐานการผลิตในประเทศมายาวนาน

แหล่งผลิตเซรามิกที่สำคัญของโลก

1. เครื่องสุขภัณฑ์ ประเทศที่เป็นผู้นำการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ของโลกในปัจจุบัน ได้แก่ จีน อิตาลี เม็กซิโก บราซิล ตุรกี สหรัฐอเมริกา อินเดีย และ ประเทศไทย ตามลำดับ แม้ว่าประเทศจีนจะเป็นผู้ผลิตเครื่องสุขภัณฑ์รายใหญ่ที่สุดในโลก แต่เนื่องจากจีนมีความต้องการในการบริโภคเครื่องสุขภัณฑ์สูงกว่าอัตราการผลิต ตลาดสุขภัณฑ์ของจีนจึงนับเป็นตลาดปิด ประเทศที่เป็นผู้นำการผลิตสุขภัณฑ์อย่างแท้จริงจึงได้แก่ อิตาลี ซึ่งเป็นผู้นำทั้งด้านกำลังการผลิต รูปแบบ และคุณภาพ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประเภทสุขภัณฑ์จะต้องอาศัยการลงทุนสูงในด้านเทคโนโลยีการผลิตและด้านการตลาดเพราะผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เน้นการใช้เครื่องหมายความการค้า ผู้ผลิตสุขภัณฑ์จึงมักเป็นลักษณะของกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ที่เป็นบริษัทข้ามชาติ อาทิ บริษัทอเมริกันสแตนดาร์ด, กลุ่มบริษัทเลาเฟน, กลุ่มบริษัทซานิเทล และกลุ่มบริษัทวิลเลอร์รอยแอนด์บอช เป็นต้น

2. กระเบื้องเคลือบ ประเทศที่เป็นผู้นำการผลิตได้แก่ จีน อิตาลี สเปน บราซิล ตุรกี เม็กซิโก อินเดีย และ ไทย ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยซึ่งมีปริมาณการผลิตและการบริโภคสูงที่สุดไม่ถูกนับรวมไว้ในรายงานการค้าระหว่างประเทศเนื่องจากการค้าของจีนยังถือว่าเป็นแบบปิด ประเทศผู้นำการผลิตจึงได้แก่ อิตาลี เช่นเดียวกันกับการผลิตสุกัณฑ์ของโลก เนื่องจากกระเบื้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาไม่สูงนักหากเทียบกับน้ำหนักและปริมาตร อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มไม่สูงนัก เนื่องจากไม่เน้นการใช้เครื่องหมายการค้า ผลิตภัณฑ์กระเบื้องที่ส่งออกจากประเทศต่าง ๆ จึงไปยังประเทศใกล้เคียงเท่านั้น ประเทศผู้ผลิตในสหภาพยุโรปมีความได้เปรียบในการส่งกระเบื้องไปสู่ทวีปอเมริกาเหนือ เนื่องจากระยะทางไม่ห่างกันมากนักและยังเป็นตลาดที่มีการขยายตัวค่อนข้างสูง ส่วนผู้ผลิตในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีการเพิ่มกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง และมีต้นทุนการผลิตต่ำ

3. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เนื่องจากประเทศไทยก็นับว่าเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกบนโต๊ะอาหาร จะเห็นได้จากตารางที่ 10 ไทยส่งออกเซรามิกบนโต๊ะอาหาร จัดอยู่ในอันดับที่ 9 ของโลก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อตลาดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารอย่างสูงสุด ได้แก่ รสนิยมและรูปแบบวัฒนธรรม การรับประทานอาหารที่นับวันยิ่งจะเพิ่มความสลับซับซ้อนโดยเฉพาะในโลกตะวันออก ในปัจจุบันผู้ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารจำเป็นต้องเพิ่มความใส่ใจในการเลือกวัตถุดิบ วิธีการผลิต และการออกแบบรูปร่างลักษณะให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ในช่วงที่ผ่านมา วัฒนธรรมการรับประทานอาหารในอเมริกาและยุโรปมีแนวโน้มไปในทางเรียบง่ายมากขึ้น เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่เป็นที่นิยมจึงจะต้องมีความทนทาน สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายรูปแบบ สะดวกต่อการใช้และราคาประหยัดขึ้น เช่นเดียวกับแนวโน้มในออสเตรเลีย ที่หันมานิยมการรับประทานอาหารแบบกันเองและลดพิธีการสมัยเก่าลง ความต้องการชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารแบบเรียบง่ายจึงมีแนวโน้มสูงขึ้น และการซื้อเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเพียงหนึ่งชิ้นด้วยแรงกระตุ้นทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้การขยายตัวธุรกิจด้านเครื่องดีมร้อนประเภทชากาแฟ คุณภาพสูง มีผลต่อการขยายตัวตลาดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารอย่างเห็นได้ชัดเช่นกัน

ตารางที่ 10 มูลค่าการส่งออกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร 15 ประเทศแรก ในปี พ.ศ. 2542

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ประเทศ	มูลค่า
จีน	1,329.7
สหราชอาณาจักร	540.3
เยอรมัน	460.2
ฮ่องกง	423.6
อิตาลี	406.9
โปรตุเกส	307.1
ฝรั่งเศส	222.4
ญี่ปุ่น	177.0
ประเทศไทย	168.8
สเปน	144.4
สหรัฐอเมริกา	129.2
สาธารณรัฐจีน	123.2
เนเธอร์แลนด์	116.0
เบลเยียม	103.4
โปแลนด์	95.4

ที่มา: มิ่งสรรพ และคณะ(2545: 36)

ในยุโรปมีการใช้เครื่องถ้วยในงานหลายประเภทขึ้น อาทิเช่นการใช้ถ้วยเหยือก(Mug) เป็นทั้งถ้วยน้ำ(Cup) ถ้วยซอส(Saucer) ถ้วยชุป(Soup Bowl) ถ้วยซีเรียล(Cereal Bowl) และถ้วยของหวาน การใช้กาน้ำชาและกาแฟด้วยกัน และการใช้จานเพียงขนาดเดียวสำหรับสลัด อาหารจากหลักและขนมหวานในเยอรมัน มีการใช้กระติกน้ำร้อนแบบสุญญากาศแทนกาน้ำร้อน ส่วนในออสเตรเลีย มีการจำหน่ายเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารแบบแยกชิ้นแทนการจำหน่ายแบบเป็นชุดมากขึ้นเรื่อย ๆ วัฒนธรรมการมีเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารใช้ในบ้านที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศเป็นปัจจัยที่สำคัญเช่นกัน เยอรมันมีจำนวนชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารต่อประชากรสูงกว่าสหราชอาณาจักรถึงสี่เท่า ส่วนในฝรั่งเศสและอิตาลีนั้น ผู้คนนิยมสะสมชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมากกว่าหนึ่งชุดต่อคน จำนวนชิ้นต่อชุดในแต่ละประเทศก็แตกต่างกันเช่นกัน ในสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกา ผู้บริโภคนิยมชุดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร 20 ชิ้น สำหรับ 4 ที่ ผู้บริโภคในกรีซนิยมชุดละ 18 ชิ้น สำหรับ 6 ที่ และนิยมจัดหาถ้วยแยกต่างหาก ส่วนในญี่ปุ่นนั้น ผู้บริโภคไม่นิยมเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารแบบเป็นชุดแต่นิยมซื้อเพื่อนำมาจัดเข้าชุดเอง เป็นต้น

นอกจากวัฒนธรรมการรับประทานอาหารแล้ว ตลาดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเซรามิกยังมีแนวโน้มในการขยายตัวในส่วนของเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารสำหรับเด็กและเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารบรรจุสัญลักษณ์และการตกแต่งต่าง ๆ ความนิยมตราฮีท้อในสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อตลาดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร อายุการใช้งานเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารซึ่งสั้นลงนับเป็นปัจจัยที่มีผลมาจากความสามารถในการออกแบบและผลิตอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยในการออกแบบและการผลิต(Computer Aided Design/Manufacturing CAD/CAM)

แม้ในขณะนี้ ความต้องการบริโภคเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารคุณภาพสูงในตลาดยุโรปยังจำกัดอยู่ในวงแคบแต่กล่าวได้ว่ามีศักยภาพสูงในการขยายตัวของตลาดสินค้าคุณภาพดีเนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศยุโรปตะวันออก ส่วนในตะวันออกไกลนั้น การแข่งขันในตลาดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมุ่งเน้นไปที่สินค้าราคาต่ำ โดยมีประเทศที่ได้เปรียบด้านราคา ได้แก่ ประเทศจีน อินโดนีเซีย ไทย เวียดนาม ซึ่งสามารถผลิตสินค้าราคาต่ำกว่าประเทศ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลีใต้ และมีบริษัทข้ามชาติเข้าไปลงทุนในตะวันออกไกลด้วยเหตุผลหลัก คือ สภาพภูมิประเทศและค่าแรงต่ำ

สินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารแบ่งเป็นสองระดับคุณภาพและราคาอย่างชัดเจน ยิ่งกว่านั้นสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารระดับบนซึ่งมีราคาสูงอยู่แล้วนั้นมีแนวโน้มการเพิ่มราคาขึ้นไปอีกด้วยการบรรจุฮีท้อในสินค้านี้อีกด้วย สินค้าที่มีการออกแบบตามรสนิยมผู้บริโภคได้รับการตอบรับอย่างดีจากตลาด ผู้ผลิตในจีนจึงนับว่ามีความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศอย่างสูง

เนื่องจากตลาดเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงขึ้นเรื่อย ๆ การตลาดและการโฆษณาตลอดจนการแสดงสินค้าและการบรรจุฮีท้อจึงเป็นสิ่งจำเป็นมากยิ่งขึ้น การเจาะกลุ่มผู้บริโภคและการเจาะกลุ่มตลาดจึงเป็นกลยุทธ์ที่ใช้กันในปัจจุบัน บริษัทหลายบริษัทจึงหันมามุ่งเน้นด้านเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเพียงอย่างเดียวและหยุดการผลิตของข้าวสวยและเครื่องประดับที่เข้าชุดกับเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ถึงแม้ว่าจะเป็นทิศทางการตลาดอีกแนวหนึ่งก็ตาม

แหล่งอุตสาหกรรมการผลิตเซรามิกของไทย

เซรามิกแบบดั้งเดิมในปัจจุบันแหล่งอุตสาหกรรมเซรามิกที่สำคัญของไทยแบ่งตามกลุ่มพื้นที่ จะแบ่งออกได้ 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มลำปาง กลุ่มเชียงใหม่ กลุ่มอ้อมน้อย กลุ่มราชบุรี กลุ่ม

สระบุรี นอกจากนี้ยังมีแหล่งผลิตเซรามิกในจังหวัดนครราชสีมา อีก 4 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มบ้านเชียง กลุ่มศิรีมาศ กลุ่มด่านเกวียน และ กลุ่มเกาะเกร็ด

1. กลุ่มเซรามิกลำปาง มีการพัฒนาการผลิตจากเดิมที่ใช้เตามังกรซึ่งใช้ไม้เป็นเชื้อเพลิงในการเผามาเป็นเตาแก๊สแบบซัดเต็ล และ แบบเตาอุโมงค์ที่มีการเผาแบบต่อเนื่องในปริมาณมาก อย่างไรก็ตามยังคงมีบางโรงงานในปัจจุบันที่ใช้วิธีการเผาแบบโบราณ คือ ใช้เตามังกรอยู่ สำหรับการขึ้นรูปก็มีการพัฒนาจากเดิมที่ปั้นด้วยมือ มาเป็นแบบใช้จิกเกอร์ และเครื่องปั้นอัตโนมัติ แต่ก็ยังคงมีการใช้เครื่องจักรในการผลิตควบคู่กับการใช้แรงงานในบางกระบวนการของการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้สามารถส่งออกไปขายได้ทั่วโลก ไม่จำกัดเพียงตลาดในประเทศดังในระยะแรกของการผลิต ปัจจุบันลำปางมีโรงงานเซรามิกทั้งหมดประมาณ 200 โรงงาน โดยประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนนี้เป็นโรงงานที่ผลิตเพื่อการส่งออกได้ นอกจากนี้แล้วยังมีการผลิตแบบครัวเรือน กระจายเป็นจำนวนประมาณไม่ต่ำกว่า 100 โรงงาน มีการจ้างงานรวมประมาณ 9,000 คน และมีมูลค่าการผลิตมากกว่า 2,000 ล้านบาทต่อปี

กลุ่มเซรามิกลำปางถือได้ว่า เป็นแหล่งผลิตเซรามิกที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งแร่ดินขาวที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกที่อำเภอแจ้ห่ม มีศูนย์พัฒนาเครื่องเคลือบดินเผา เป็นศูนย์กลางคมนาคมติดต่อได้สะดวก ผลิตภัณฑ์เซรามิกของลำปางที่มีชื่อเสียงในยุคเริ่มต้นนั้นคือ ชามตราไก่ ก่อนจะเสื่อมความนิยมไปเป็นระยะเวลานาน และเพิ่งจะได้รับความนิยมอีกครั้งในฐานะของเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่มีความคลาสสิก

ประมาณร้อยละ 80 ของผู้ประกอบการทั้งหมดเป็นอุตสาหกรรมแบบรับจ้างทำตามสั่ง (Original Equipment Manufacturing: OEM) มีโรงงานที่ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารได้ในระดับแนวหน้าและความความโดดเด่นหลายโรงงาน เช่น บริษัทธนบดีอาร์ตเซรามิก จำกัด เป็นโรงงานรุ่นแรก ๆ ของจังหวัดลำปางที่ยังมีการใช้เตามังกรในการผลิตอยู่บางส่วน โรงงานนี้ผลิตทั้งชามตราไก่ และเซรามิกรูปแบบสมัยใหม่ บริษัทอินทราเซรามิก จำกัด เน้นทั้งฝีมือการวาดลวดลายและคุณภาพของงาน บริษัทกาสะลองเซรามิกส์ จำกัด เน้นการเคลือบขาวและดีคอสติกเกอร์และมีลักษณะการผลิตแบบขนาดใหญ่ (Mass Production) นอกจากนี้ก็จะมี บริษัท เอส พี พี เซรามิก จำกัด บริษัท ควอลิตี้ เซรามิก จำกัด บริษัทลำปางศิลปะนคร จำกัด เป็นต้น สำหรับโรงงานที่เน้นทำของประดับและของชำร่วยนั้น ก็มี อาทิ บริษัทแสงอรุณเซรามิก จำกัด และ บริษัทชาวทิพย์ แชนดีคาร์พ จำกัด เป็นต้น

2. กลุ่มเซรามิกเชียงใหม่ ผลิตภัณฑ์เซรามิกของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร แจกัน ของชำร่วยและของประดับบ้านที่เน้นแนวคิดประมาทกว่าที่จะผลิตแบบขนาดใหญ่(Mass Production) ผู้ประกอบการเน้นสร้างสรรค์งานที่มีส่วนผสมของการออกแบบทางศิลปะ โดยมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น การผลิตของผู้ผลิตแต่ละรายมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ผู้บริโภคสามารถแยกแยะได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการใด กลุ่มเซรามิกเชียงใหม่ เป็นกลุ่มที่มีอนาคตสดใสเพราะมีคำสั่งซื้อจากสหรัฐอเมริกา ทำให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่มุ่งส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกามากกว่าประเทศอื่น ๆ ผู้ประกอบการบางรายในกลุ่มเริ่มเปลี่ยนแปลงการผลิตและกลยุทธ์ในการตลาด เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

บริษัทแนวหน้าของจังหวัดเชียงใหม่มีหลายบริษัท อาทิเช่น บริษัทเปรมประชาคอลเลกชั่น จำกัด เป็นบริษัทแรก ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจเซรามิกให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดสหรัฐอเมริกามากกว่ายุโรป ในขณะที่ตลาดญี่ปุ่นยังมีปริมาณการส่งออกอยู่ในระดับที่น้อยอยู่ บริษัทไทยพอทเทอร์อินดัสตรี เป็นบริษัทหนึ่งที่มีความชำนาญในเรื่องของน้ำเคลือบและส่วนใหญ่ผลิตเพื่อป้อนตลาดยุโรป นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มบริษัทที่มีความชำนาญในเรื่องของการผลิตเซรามิกประเภทศิลาดล ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของเชียงใหม่ ได้แก่ บริษัทไทยศิลาดล จำกัด หจก.สยามศิลาดล หจก.บ้านศิลาดล เป็นต้น

3. กลุ่มเซรามิกราชบุรี เป็นแหล่งผลิตสินค้าเซรามิกประเภท Stoneware เนื่องจากมีแหล่งดินที่มีความเหมาะสมในการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตโอ่งมังกร มีการค้นพบแหล่งวัตถุดิบดินโดยชาวจีนซึ่งเป็นช่างวาดลวดลายบนถ้วยชามที่เดินทางเข้ามาเมืองไทย นอกจากจะผลิตโอ่งมังกรเป็นหลักแล้วยังมีการผลิตเครื่องเคลือบดินเผาราชบุรีด้วย ได้แก่ ประเภทของเล็ก คือ ไห ซึ่งนิยมใช้ตองผัก ผลไม้ หมักน้ำปลา, กะป๋อกล็อก(โอ่งมังกรขนาดเล็ก), อ่างน้ำข้าว, กระจ่างต้นไม้, กระจ่างดอกไม้, อ่างบัว เป็นต้น ระยะเวลาหลังผู้ผลิตได้หันมาผลิตกระจ่างแดงจำพวก เทอราคอตต์ามากขึ้น เนื่องจากขายดีและเป็นที่ต้องการของตลาด

4. กลุ่มเซรามิกอ้อมน้อย เป็นกลุ่มผลิตสินค้าเซรามิกจำพวกเบญจรงค์ประมาณร้อยละ 80 และอีกร้อยละ 20 เป็นสินค้าประเภทของประดับและตกแต่งอาคารบ้านพัก งานฝีมือ เครื่องลายคราม เคลือบสีเคลือบมุกเคลือบทอง เป็นต้น โรงงานผลิตส่วนหนึ่งมีลักษณะคล้ายกับกลุ่มผลิตที่สระบุรีแต่มีขนาดการผลิตที่เล็กกว่า ผู้ผลิตประมาณร้อยละ 90 เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ผลิตในรูปแบบตั้งเตาปั้นหัตถกรรมแบบโบราณไปจนถึงแบบที่ทันสมัยตามความนิยม ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และ ญี่ปุ่น

5. กลุ่มเซรามิกสระบุรี เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าเซรามิกประเภท กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องบุผนัง และสินค้าประเภทสุขภัณฑ์เนื่องจากมีแหล่งแร่ที่สำคัญในการผลิต มีลักษณะการผลิตที่เป็นขนาดใหญ่(Mass Production) ใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีในการผลิตสูง

6. กลุ่มเซรามิกบ้านเชียง เป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาของวัฒนธรรมบ้านเชียง ซึ่งอยู่ในเขตตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี เป็นเครื่องปั้นดินเผาแบบไม่เคลือบ ลักษณะของชิ้นงานจะผ่านการขึ้นรูปด้วยมือ โดยไม่ใช่เป็นหมุน และใช้ไม้ตีผิววนอกให้เรียบหรือให้ได้รูปร่างตามต้องการ โดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า “หินคูด” รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงมักมีเชิงหรือฐานทำคนละชิ้นแล้วนำมาต่อกันภายหลัง การตกแต่งลวดลายใช้วิธีการขูด การทาบ การกดประทับ หรือเขียนลายด้วยสีแดง เช่น หม้อ ไห แจกัน ทัพพี เบ้าหลอม รูปปั้นตัวสัตว์ สิว ลิงค์ แว่นป้าย และ ลูกบิด เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงนับเป็นหลักฐานสำคัญที่แสดงถึงวัฒนธรรมและแหล่งโบราณคดีของไทยในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

7. กลุ่มเซรามิกศิรีมาศ เครื่องปั้นดินเผาของบ้านทุ่งหลวง อำเภอศิรีมาศ จังหวัดสุโขทัย จะมีลักษณะที่เด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่เรียนรู้สืบทอดจากบรรพบุรุษที่ถ่ายทอดกันมา คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นหม้อน้ำทรงสูง มีฝาปิดลักษณะรูปร่างของฝาจะออกแบบให้มียอดสูงคล้ายเจดีย์ ส่วนใหญ่จะทำเป็นอาชีพเสริมหลังว่างจากงานเกษตรกรรม ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจะจัดอยู่ในประเภทเครื่องปั้นดินเผาแบบไม่เคลือบ เป็นของประดับ/เครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวัน เช่น กระถาง หม้อดิน โอ่ง คนโท กาน้ำ และของประดับตกแต่งต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของอำเภอศิรีมาศ คือ หม้อหัวไก่

8. กลุ่มเซรามิกด่านเกวียน เครื่องปั้นดินเผาที่บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมาเป็นเครื่องปั้นดินเผาแบบไม่เคลือบที่มีความโดดเด่นเป็นพิเศษ คือ เนื้อดินที่เผาแล้วจะเป็นสีดำหรือสีน้ำตาลเข้ม เครื่องปั้นดินเผาประเภทนี้แต่เดิมชาวบ้านผลิตสำหรับใช้ในครัวเรือน มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม ต่อมาได้มีการส่งเสริมพัฒนาปรับเปลี่ยนใหม่จากความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบจากกรุงเทพฯ นำไปเผยแพร่ให้ชาวบ้านชนบทในเขตบ้านด่านเกวียนได้ทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการของตลาดสังคมเมือง โดยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นงานศิลปะสมัยใหม่ทำด้วยมือ และเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของโบราณเพื่อใช้ประดับตกแต่งทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและของที่ระลึก รวมทั้งวัสดุก่อสร้าง ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ได้แก่ เครื่องประดับสวน เช่น กระถางต้นไม้ โคมไฟรูปนกยูง ฐานโคมไฟรูปตุ๊กตาตั้งโต๊ะและตั้งพื้น ใหญ่รูปร่างเงิน กระถางแขวนกล้วยไม้ นอกจากนี้ยังมี โอ่งน้ำ ครกดินเผา แจกัน ที่เขียนรูป เป็นต้น

9. กลุ่มเซรามิกเกาะเกร็ด เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นเครื่องปั้นดินเผาแบบไม่เคลือบที่มีความโดดเด่นเป็นพิเศษ คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสีแดงอิฐ เนื้อไม่มีความแกร่งมาก ไม่มีการลงสีตกแต่งเพิ่มเติม และมีการฉลุลวดลายที่ความละเอียดอ่อนช้อยสวยงาม ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับอย่างมาก ได้แก่ เครื่องประดับสวน เช่น กระจาดต้นไม้ คนโทใส่น้ำ ฐานโคมไฟฉลุ ลายสำหรับตั้งโต๊ะและวางพื้น ไห กระจาดแขวนกล้วยไม้หรือไม้ระย้าแบบมีโซ่ห้อย นอกจากนี้ยังมี โถงน้ำขนาดเล็ก ครกดินเผา แจกัน และเครื่องประดับที่มีแบบและลวดลายหลากหลาย

การวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมเซรามิก

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาและปรับตัวของอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดประการหนึ่ง ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา กระบวนการพัฒนาองค์ความรู้และการปฏิบัติการแก้ปัญหา การปรับปรุงกระบวนการผลิตและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ นวัตกรรมการผลิตตั้งแต่เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ตลอดจนกระบวนการบริหารจัดการอุตสาหกรรม รวมไปถึงการให้บริการอุตสาหกรรม การวิจัยและพัฒนาที่มีผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรม โดยมีสถาบันทั้งรัฐบาลและเอกชนได้ทำการวิจัยและพัฒนาผลงานทางด้านเซรามิก ตัวอย่างเช่น

1. กลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิก เป็นจุดรวมของผู้ประกอบการเซรามิก กลุ่มผู้ผลิตและบริษัท ซัพพลายเออร์ขนาดกลางและใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักในการนำเสนอประสานนโยบายและดำเนินงานระหว่างสมาชิกและบุคลากรในอุตสาหกรรมเซรามิกกับภาครัฐ นอกจากนั้นยังร่วมมือกันเพื่อค้นคว้า เผยแพร่ ส่งเสริมและอบรมวิชาการเพื่อปรับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเซรามิกภายในประเทศ ทั้งนี้ในกลุ่มฯ ยังไม่มีการดำเนินการวิจัยพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิตเอง แต่มีการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลด้านเศรษฐกิจและการพาณิชย์เพื่อเผยแพร่แก่สมาชิกในกลุ่มและบุคคลทั่วไป นอกจากนั้นกลุ่มฯ ยังมีส่วนร่วมในการเสนอนโยบายการวิจัยพัฒนาแก่ภาครัฐตามความประสงค์ของสมาชิกโดยรวม

2. สมาคมเซรามิกไทย

สมาคมเซรามิกไทยมีพัฒนาการมาจากการรวมตัวของนักวิชาการเซรามิกจากหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ อาจารย์จากภาควิชาวัสดุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและผู้ประกอบการเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตเซรามิกให้มีคุณภาพผลิตภัณฑ์

2.1 การเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ โดยดำเนินงานสองลักษณะ ได้แก่ การฝึกอบรมและสัมมนา และการจัดพิมพ์วารสารเซรามิกฉบับภาษาไทยเพื่อเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ

2.2 การจัดนิทรรศการ โดยที่ผ่านมาได้ให้ความร่วมมือในการจัดนิทรรศการแสดงสินค้า เครื่องมือ อุปกรณ์และเครื่องจักรที่จัดขึ้น โดยหน่วยงานต่าง ๆ

2.3 การประสานประโยชน์ระหว่างบุคลากรในอุตสาหกรรมเซรามิกกับภาครัฐ โดยประสานงานกับหน่วยงานของรัฐเพื่อพัฒนาด้านเทคโนโลยี การตลาดและการเงิน อาทิเช่น กรมวิทยาศาสตร์บริการ ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม เป็นต้น

3. มุลินธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

ศูนย์ศิลปาชีพบ้านแม่ต้า จ.ลำปาง ได้เริ่มจัดให้มีแผนกเครื่องปั้นดินเผาเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2527 โดยความร่วมมือจากศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมวิทยาศาสตร์บริการ ต่อมาในปี พ.ศ. 2528 ศูนย์ศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม จ.สกลนคร และพระตำหนักทักษิณราชนิเวศน์ จ.นราธิวาส ได้จัดให้มีแผนกเครื่องปั้นดินเผาเช่นกัน จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2533 ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา ได้จัดให้มีแผนกเครื่องเคลือบดินเผาขึ้นเป็นหนึ่งในหลาย ๆ แผนก ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมวิทยาศาสตร์บริการได้ให้การสนับสนุนวัสดุและครุภัณฑ์พร้อมทั้งการฝึกอบรมด้านการผลิตเซรามิกแบบครบวงจรให้ศูนย์ศิลปาชีพทั้ง 4 แห่ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 จวบจนปัจจุบัน โดยทั้ง 4 ศูนย์มีเทคโนโลยีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบครบวงจรดังนี้

3.1 ด้านศิลปกรรม เช่น การออกแบบ, วาดเส้น, จิตรกรรม, ประติมากรรม เป็นต้น

3.2 ด้านวิทยาศาสตร์ เช่น วัสดุคืบ, สี, น้ำเคลือบ, การเตรียมน้ำเคลือบชนิดต่าง ๆ เป็นต้น

3.3 ด้านเทคโนโลยีการผลิต เช่น การขึ้นรูปวิธีต่าง ๆ, การทำแบบปูนพลาสติก, การเผา เป็นต้น

การฝึกอบรมนั้นได้ใช้เทคโนโลยีการสอนหลายวิธี เพื่อฝึกผู้ที่ไม่มีความรู้มาก่อน ให้เรียนได้ในระยะเวลาอันสั้น โดยเน้นการใช้เครื่องมือเครื่องจักรน้อยที่สุดซึ่งส่งผลให้สามารถนำไปประกอบอาชีพด้วยการลงทุนต่ำเพื่อให้ได้ผลงานและรายได้มาก นอกจากสมาชิกศูนย์ฯ แล้ว ยังได้เปิดโอกาสให้ผู้สนใจทั่วไปรวมทั้งผู้ประกอบการเข้ารับการอบรมเพื่อนำไปประกอบอาชีพส่วนตัวและโรงงานอุตสาหกรรมด้วย ส่วนศูนย์ฯ เองได้ผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายในระบบอุตสาหกรรมทั้งภายในประเทศและส่งออกอีกด้วย ปัจจุบันศูนย์ศิลปาชีพบางไทรและศูนย์ศิลปาชีพบ้านกุดนาขามสามารถผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายในระดับอุตสาหกรรมส่งออก

4. ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีในปี พ.ศ. 2532 ที่ อ.เกาะคา จ.ลำปาง โดยในระหว่างปี พ.ศ. 2535-2540 ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลญี่ปุ่นผ่านองค์การไคกา (Japan International Cooperation Agency : JICA) ซึ่งให้การสนับสนุนในการจัดสรรเครื่องจักรและอุปกรณ์เป็นจำนวน 250 ล้านเยน จัดส่งผู้เชี่ยวชาญระยะยาวมาประจำที่ศูนย์จำนวน 5 คน ผู้เชี่ยวชาญระยะสั้น 19 คน ผู้ประสานงานผู้เชี่ยวชาญญี่ปุ่น 3 คน และให้ทุนจัดส่งเจ้าหน้าที่ของศูนย์ฯ ไปฝึกอบรมและดูงานที่ญี่ปุ่น จำนวนรวม 16 ทุน ศูนย์ฯ มีกิจกรรมและบริการหลัก ได้แก่ การศึกษาวิจัย ทั้งด้านเศรษฐกิจ การตลาดและด้านเทคโนโลยีการผลิต, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ตามรูปแบบที่เป็นที่นิยมของตลาด รวมไปถึงการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ, และการให้บริการช่วยเหลือด้านการวิเคราะห์ทดสอบ บริการปรึกษาแนะนำเอกสารข้อมูล จัดฝึกอบรมและสัมมนา โดยศูนย์ฯ มีความพร้อมทั้งด้านสถานที่และบุคลากร มีห้องสำหรับจัดสัมมนาความจุ 200 คน มีห้องจัดแสดงผลิตภัณฑ์ หอพักสำหรับ 82 คน ห้องปฏิบัติการทดลองที่มีเครื่องมืออุปกรณ์พร้อม ติดทดลองปฏิบัติการเชิงอุตสาหกรรมถึง 2 หลัง ซึ่งมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรมอย่างครบครัน และยังมีช่างฝีมือและอุปกรณ์สำหรับการขึ้นรูปด้วยมืออีกด้วย

5. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมมีการดำเนินงานในการวิจัยพัฒนาเชิงสังคมและ เศรษฐศาสตร์เพื่อสนับสนุนข้อมูล วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์แก่คณะรัฐมนตรีเพื่อใช้ในการวางแผนและ นโยบายพัฒนาภาคอุตสาหกรรม สำนักงานฯ เป็นหน่วยงานสำคัญที่สนับสนุนและผลักดันการ จัดสรรงบประมาณของภาครัฐในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม โดยผลงานที่สำคัญยิ่งของสำนักงานฯ ได้แก่ แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม อันเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้หน่วยงานของรัฐและ เอกชนที่เกี่ยวข้องได้เล็งเห็นความสำคัญและกำหนดแนวทางพร้อมกับแผนปฏิบัติการซึ่งคาดว่าจะ ช่วยให้การพัฒนาอุตสาหกรรมของไทยให้เป็นไปอย่างยั่งยืน โดยการเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพการ ผลิต การจัดการและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้ากับต่างประเทศ

โครงสร้างอุตสาหกรรมเซรามิกบนโต๊ะอาหาร

อุตสาหกรรมเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทเซรามิกของไทย มีพื้นฐานการพัฒนามาจาก อุตสาหกรรมขนาดกลางและย่อม เพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศและทดแทนการนำเข้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภท Stoneware และ Earthenware ซึ่ง มีการแข่งขันค่อนข้างสูงเนื่องจากการผลิตที่มีเงินลงทุนไม่มาก เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนและ ไม่ต้องการความชำนาญมากนัก แต่มี Margin ที่ต่ำกว่าการผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภท Porcelain และ Bone China

เนื้อดินซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ส่วนใหญ่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศยกเว้น ส่วนผสมบางตัวที่มีคุณสมบัติพิเศษอาจจะต้องนำเข้า เช่น แก้วกระดูก เป็นต้น แต่ปัจจุบันผู้ผลิต โดยเฉพาะขนาดกลางและเล็กนิยมใช้ดินสำเร็จรูปเนื่องจากสะดวกและประหยัดเวลา ส่วนวัตถุดิบอื่น ที่ยังต้องพึ่งพาการนำเข้า ได้แก่ สี และสารเคลือบ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์เซรามิกบนโต๊ะอาหาร ในปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ได้ 4 ประเภท ดังนี้

1. Earthenware เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อหนาละเอียด แต่มีความพรุนตัว สามารถดูดซึมน้ำ ได้ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ส่วนใหญ่ได้แก่ ชามตราไก่ จานข้าวแกงหรือชามถ้วยเดี่ยว เป็นต้น
2. Stoneware เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อแข็งแกร่ง หนา มักจะเคลือบทึบแสง

3. Porcelain เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่า 2 ประเภทแรกและราคาสูงกว่า มีทั้งแบบเคลือบทึบและเคลือบใส มีเนื้อแข็งแกร่งไม่ดูดซึมน้ำ มักจะใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะบางและเคลือบเป็นมัน

4. Bone China เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาสูงที่สุด มีความขาวและวาว เนื้อบางและเบา มีความแข็งแรงดีมาก โดยมีส่วนผสมของกระดูกสัตว์

ปัจจุบันมีผู้ผลิตที่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ทั้ง Porcelain และ Bone China ได้เพียงไม่กี่ราย โดยมีรายใหญ่ คือ บริษัท รอยัล พอร์ซเลน และบริษัท ภัทรา พอร์ซเลน เป็นต้น สำหรับผู้ผลิตขนาดใหญ่ มักจะตั้งอยู่ในจังหวัดใกล้กรุงเทพฯ เนื่องจากการคมนาคมขนส่งสะดวก ส่วนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม จะกระจายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะในภาคเหนือแถวจังหวัดลำปาง เชียงใหม่ เนื่องจากอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ และค่าแรงต่ำ

สถานการณ์ทางการตลาด

ปัจจุบันตลาดภายในประเทศของผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศที่เป็นคู่แข่งในด้านของการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยประเทศหลัก ๆ ที่ไทยนำเข้าเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารคือ จีน ใต้หวัน ญี่ปุ่น และ อินโดนีเซีย ซึ่งประเทศที่น่าจับตามองที่สุดคือ ประเทศจีน เนื่องจากเมื่อมีการเปิดเขตการค้าเสรี ในปี 2544 ปริมาณการนำเข้าสินค้าเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารจากจีนมีปริมาณที่สูงขึ้นมาก และจีน มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนในการผลิต ทางด้านค่าแรงงานที่ต่ำ จีนจึงส่งสินค้าราคาถูกมาตีตลาดระดับล่างของไทย ทำให้ได้เปรียบทางด้านราคา แต่ไทยจะมีข้อได้เปรียบในด้านรูปแบบและคุณภาพของสินค้าที่เหนือกว่า ซึ่งหากประเทศคู่แข่งสามารถพัฒนารูปแบบและคุณภาพสินค้าได้ใกล้เคียงกับไทยแล้ว ความสามารถในการแข่งขันของไทยจะลดต่ำลง ดังนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในระยะยาว ผู้ผลิตต้องเร่งพัฒนาความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้าง Brand Name ของตนเอง

ส่วนประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ไทยจะนำเข้าผลิตภัณฑ์เซรามิกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ราคาสูง ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์เซรามิกทนไฟ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการเช่น ญี่ปุ่นและใต้หวันมีความได้เปรียบด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย สำหรับประเทศอิตาลี สเปน สหราชอาณาจักร จะมีความได้เปรียบในด้านคุณภาพ และการออกแบบ โดยไทยยังคงมีความได้เปรียบทางด้านราคาในสินค้าที่ใช้แรงงานและวัตถุดิบในประเทศ

การพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกให้มีศักยภาพสามารถทัดเทียมสู่ตลาดโลกได้ ผู้ผลิตเซรามิกจะต้องสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย และสามารถเข้าใจตลาด มีการส่งมอบที่ตรงต่อเวลา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่ลูกค้า ได้รับการยอมรับ และมีชื่อเสียงทั้งในด้านคุณภาพ บริการ และตราสินค้า รวมทั้งจำเป็นต้องพัฒนาในด้านอื่น ๆ

บทบาทที่สำคัญของอุตสาหกรรมเซรามิก

อุตสาหกรรมเซรามิก มีประวัติศาสตร์และฐานการผลิตในประเทศมานาน มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ช่วยสร้างงานกระจายรายได้ไปสู่ชนบท เพราะอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ใช้แรงงานมากในขั้นตอนการผลิต(Labour Intensive) ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง มีต้นทุนการผลิตในระดับที่สามารถแข่งขันได้เนื่องจากวัตถุดิบหลักในการผลิตเป็นวัตถุดิบที่มีในประเทศ โดยสามารถอธิบายความสำคัญได้ ดังนี้

1. การจ้างงานและการกระจายรายได้

เนื่องจากอุตสาหกรรมเซรามิกประกอบไปด้วยโรงงานขนาดกลางและเล็กเป็นจำนวนมากกระจายอยู่ตามจังหวัดและแหล่งต่าง ๆ เช่น ลำปาง เชียงใหม่ ราชบุรี สระบุรี และสมุทรสาคร เป็นต้น ไม่ได้กระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบกับการใช้แรงงานจำนวนมาก ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนประมาณ 63,000 คน ในปี พ.ศ. 2545 ทำให้อุตสาหกรรมเซรามิกมีส่วนช่วยด้านการจ้างงานและการกระจายรายได้ให้กับแรงงานในต่างจังหวัดเป็นอย่างดี(มิ่งสรรพ และคณะ, 2545:1)

2. มูลค่าเพิ่ม

อุตสาหกรรมเซรามิกสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศได้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ใช้วัตถุดิบนำเข้าน้อย และ ใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเซรามิกยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

3. รายได้จากต่างประเทศ

อุตสาหกรรมเซรามิกของไทยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2544 เท่ากับ 20,558.2 ล้านบาท ซึ่งจัดอยู่ในอันดับที่ 35 ของการส่งออกทั้งหมดของไทย ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 11 แม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะไม่มากเท่ากับ 10 อันดับแรกของไทย แต่อุตสาหกรรมเซรามิกก็มีมูลค่าใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ส่งออกที่สำคัญอื่น ๆ เช่น ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง และเซรามิก ยังมีมูลค่ามากกว่าผลิตภัณฑ์บางตัวที่จัดว่าเป็นสินค้าที่มาแรง เช่น ผลิตภัณฑ์หนัง หนังฟอก และหนังอัด เป็นต้น

ตารางที่ 11 มูลค่าการส่งออกสินค้ารายการสำคัญของไทยในปี พ.ศ. 2544

(หน่วย: ล้านบาท)

ลำดับ	รายการ	มูลค่า
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	351,797.8
2	แผงวงจรไฟฟ้า	154,879.5
3	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	129,128.9
4	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	117,613.8
5	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	89,378.8
6	อัญมณีและเครื่องประดับ	81,312.2
7	เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	74,911.4
8	เม็ดพลาสติก	71,428.7
9	ข้าว	70,095.2
10	ยางพารา	58,708.0
30	กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ	27,055.7
31	ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	25,574.5
32	ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	25,508.3
33	ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง	23,934.9
34	ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	21,221.6
35	ผลิตภัณฑ์เซรามิก และ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่เป็นเซรามิก	20,558.2
38	หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด	18,625.0

ที่มา: มิ่งสรรพ์ และคณะ(2545: 2)

จากตารางที่ 12 จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์เซรามิกที่สำคัญที่ไทยสามารถส่งออกไปยังตลาดโลกได้ดี คือ ผลิตภัณฑ์เซรามิกอื่น ๆ รองลงมาคือ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่เป็นเซรามิก กระเบื้องเซรามิก เครื่องสุขภัณฑ์ และของชำร่วยและเครื่องประดับ ตามลำดับ ส่วนลูกถ้วยไฟฟ้ายังมีมูลค่าการส่งออกน้อยเพียงประมาณ 700 ล้านบาทเท่านั้น

ตารางที่ 12 มูลค่าการส่งออกเซรามิกไทยไปยังต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2548

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ประเภทผลิตภัณฑ์	มูลค่า
1. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่เป็นเซรามิก	181.1
2. เครื่องสุขภัณฑ์	111.0
3. กระเบื้องเซรามิก	106.0
4. ของชำร่วยและเครื่องประดับ	32.7
5. ลูกถ้วยไฟฟ้า	17.5
6. ผลิตภัณฑ์เซรามิกอื่น ๆ	185.6
รวม	633.9

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม(2549)

เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารทำด้วยเซรามิกสามารถแบ่งช่องทางการจัดจำหน่ายออกตามลักษณะตลาดผู้บริโภค ได้ 3 ประเภท

1. ระดับล่าง ได้แก่ ร้านอาหารขนาดเล็กหรือรถเข็น และครัวเรือนที่มีรายได้น้อยผลิตภัณ์ที่ใช้ส่วนใหญ่ได้แก่ Stoneware และ Earthenware
2. ระดับกลาง ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคารระดับปานกลาง และครัวเรือนที่มีรายได้ระดับปานกลาง ผลิตภัณ์ที่ใช้ส่วนใหญ่ได้แก่ Stoneware และ Porcelain
3. ระดับสูง ได้แก่ โรงแรมระดับ 5 ดาว ภัตตาคารขนาดใหญ่ สายการบิน และครัวเรือนที่มีรายได้ระดับสูง ผลิตภัณ์ที่ใช้ส่วนใหญ่ได้แก่ Porcelain และ Bone China