

บทที่ 4

ภาพรวมอุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของประเทศไทยและจังหวัดลำปาง

อุตสาหกรรมเซรามิกเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่เพียงแต่เป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก ที่ทำรายได้เข้าประเทศสูงถึงปีละหลายพันล้านบาท โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ของระดับของชำร่วย สุขภัณฑ์ กระเบื้องปูพื้น-ปูผนัง และลูกถ้วยไฟฟ้า นอกจากนี้ยังสามารถแข่งขันในด้านการผลิตและการตลาดกับประเทศอื่นๆได้

4.1 โครงสร้างอุตสาหกรรมเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในประเทศไทย

โครงสร้างอุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทสโตนแวร์ (Stoneware) ซึ่งมีผู้ผลิตจำนวนมากและมีระดับการแข่งขันสูง เนื่องจากกลุ่มอุตสาหกรรมนี้มีการลงทุนไม่สูงมากนักและเทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน ส่วนกลุ่มผู้ผลิตอีกกลุ่มคือ กลุ่มผู้ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทพอร์ซเลน (Porcelain) โบนไชน่า (Bonechina) และ สโตนแวร์คุณภาพสูง ซึ่งมีโครงสร้างอุตสาหกรรมแบบผู้ผลิตน้อยรายและมีการแข่งขันต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทพอร์ซเลนและโบนไชน่า ซึ่งเป็นสินค้าคุณภาพสูง ทำให้ต้องมีการลงทุนและใช้เทคโนโลยีการผลิตสูง รวมไปถึงต้องมีบุคลากรที่มีความชำนาญในการผลิตด้วย (ศุภรัช, 2539)

เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทสโตนแวร์ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อขายในประเทศ โดยเน้นการขายในปริมาณมาก (mass production) และเป็นสินค้าในตลาดระดับล่างที่มีขนาดใหญ่และมีความต้องการอยู่ตลอดเวลาโดยจะเติบโตตามจำนวนประชากร ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเกรด B ที่เน้นลดเวลาและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและขนาด ในขณะที่เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทพอร์ซเลนและโบนไชน่าส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก เนื่องจากความต้องการของตลาดในประเทศมีน้อย เพราะมีราคาสูง ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเกรด A ประเภท Whiteware (ศุภรัช, 2539)

จากลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ที่สามารถแตกหักเสียหายจากการใช้งานได้ง่าย จึงอาจกล่าวได้ว่าปัจจัยที่กำหนดความต้องการเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารขึ้นอยู่กับความต้องการทดแทนส่วนที่แตกหัก การขยายตัวของประชากร และการ

เปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยม ดังนั้นความต้องการผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จึงมีค่อนข้างมากสม่ำเสมอ และเพิ่มขึ้นตามแนวโน้มการขยายตัวของประชากร และการเพิ่มขึ้นของรายได้ แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้บริโภคด้วย

สำหรับลักษณะโดยรวมของอุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร คือ ใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นหลัก ใช้พลังงานในกระบวนการผลิตมาก มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ใช้แรงงานในการผลิตเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดเล็ก และได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐบาล

4.2 การผลิตเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในประเทศไทย

อุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมีโครงสร้างการผลิตที่ใช้เครื่องจักร อุปกรณ์และแรงงานคนประกอบกัน โดยลักษณะการผลิตของอุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารจะมีขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกันไม่ว่าขนาดการผลิตจะเป็นเท่าใด แต่ต่างกันที่โรงงานขนาดใหญ่มีเทคนิคการผลิตที่ทันสมัย มีการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์สมัยใหม่ในทุกขั้นตอนของการผลิต ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมเนื้อดิน การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ การเผาดิบ การเคลือบผิวและเผาเคลือบ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโรงงานขนาดใหญ่จะมีคุณภาพดี ได้มาตรฐาน มีตำหนิหรือข้อบกพร่องน้อย และสามารถผลิตได้ครั้งละจำนวนมาก ส่วนโรงงานขนาดกลางและขนาดเล็กใช้แรงงานคนเป็นหลัก ในขณะที่เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบเป็นแบบง่าย ๆ ต้องใช้คนงานควบคุมเวลาและอุณหภูมิ การเคลือบผิวก็ยังต้องใช้แรงงานคน (ดาวสิริ, 2544)

สำหรับโครงสร้างต้นทุนการผลิตเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จากงานศึกษาของ ฝ่ายวิจัย ธนาคารนครหลวงไทย (2549) พบว่าโครงสร้างต้นทุนการผลิตเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ส่วนใหญ่เป็นต้นทุนค่าแรงงาน ประมาณร้อยละ 35 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นใช้แรงงานคนและมีมือเป็นหลัก รองลงมา ได้แก่ ต้นทุนค่าวัตถุดิบ ร้อยละ 26 (โดยเป็นวัตถุดิบในประเทศร้อยละ 71 และนำเข้าร้อยละ 29) นอกจากนี้เป็นค่าพลังงาน ร้อยละ 8 ค่าเสื่อมราคา ร้อยละ 8 และด้านค่าใช้จ่ายอื่นๆ ร้อยละ 23 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1

โครงสร้างต้นทุนการผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ปี พ.ศ. 2549

องค์ประกอบ	สัดส่วนต้นทุนการผลิต (ร้อยละ)
วัตถุดิบ	26
- ในประเทศ	71
- ต่างประเทศ	29
พลังงาน	8
แรงงาน	35
ค่าเสื่อมราคา	8
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	23
รวม	100

ที่มา : เศรษฐทัศน์ ปีที่ 20 ไตรมาสที่ 4 : ตุลาคม-ธันวาคม 2549.

4.2.1 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารสามารถจำแนกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

1) กลุ่มวัตถุดิบที่ใช้เนื้อดินเป็นดินปั้น โดยวัตถุดิบตั้งต้นในการผสมเป็นเนื้อดินสำหรับการผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร มีเพียง 4 ชนิดหลัก ได้แก่ ดินขาว ดินดำ หินฟันม้า และ ซิลิกาซึ่งได้จากทรายแก้ว (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1) แร่ดินขาว (Kaolinite) หรือดินเกาลิน เป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เพราะใช้ปั้นขึ้นรูป เมื่อเผาแล้วให้สีขาว แหล่งดินขาวที่สำคัญ ได้แก่ ดินขาวลำปาง ดินขาวระนอง ดินขาวนราธิวาส ดินขาวปราจีนบุรี และดินขาวอุตรดิตถ์

1.2) ดินดำ (Ball Clay) ใช้ผสมเพื่อเพิ่มความเหนียวให้กับส่วนของเนื้อดินปั้น เวลาขึ้นรูปจะง่ายขึ้น แหล่งดินดำที่สำคัญ ได้แก่ จ.เชียงราย จ.เชียงใหม่ จ.สุราษฎร์ธานี จ.นครนายก และ จ.นครศรีธรรมราช

1.3) หินฟันม้า (Feldspar) ใช้เป็นส่วนผสมวัตถุดิบทั้งในเนื้อดินและน้ำยาเคลือบ เป็นตัวลดอุณหภูมิเพื่อช่วยให้สุกเร็วขึ้นและเกิดความมันวาว แหล่งหินฟันม้าอยู่ในจังหวัดต่างๆ ได้แก่ จังหวัดราชบุรี ตาก เพชรบุรี กาญจนบุรี และอุทัยธานี

1.4) แร่ทรายแก้ว (Sillica Sand) ใช้เป็นส่วนผสมของเนื้อดินปั้นและน้ำเคลือบ เพื่อช่วยลดความเหนียวของเนื้อดินและเพิ่มความขาวให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้แกร่ง แข็งง่าย แหล่งแร่ทรายแก้วที่พบในประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดตาก พิษณุโลก และระยอง

2) วัตถุดิบที่ใช้สำหรับเคลือบสีลงลาย แบ่งออกเป็นสีและสารที่บดแสง เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ใช้ในการตกแต่งผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม และ สารเคลือบผิวหรือน้ำเคลือบ ที่ทำหน้าที่ช่วยในการขึ้นรูปได้ง่ายขึ้น

นอกจากวัตถุดิบที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีวัตถุดิบอื่นอีกหลายชนิดที่ใช้ในการผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เช่น หินปูน หินโดโลไมท์ ซี้อะไมท์ เป็นต้น ซึ่งในแต่ละชนิดจะมีความแตกต่างกันอยู่กับคุณสมบัติของวัตถุดิบนั้น โดยผู้ผลิตสามารถนำดินหลายๆ ชนิดมาผสมกันเองได้ ขึ้นอยู่กับสูตรดินที่ผู้ผลิตคิดขึ้นมา

4.2.2 แรงงานที่ใช้ในการผลิต

แรงงานที่ใช้ในอุตสาหกรรมเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร แบ่งได้ดังนี้

1) แรงงานมีฝีมือ ได้แก่แรงงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าโดยใช้ทักษะที่มีความชำนาญเฉพาะบุคคล แรงงานที่มีฝีมือในการผลิตได้แก่ ช่างปั้น ช่างขึ้นรูป ช่างเขียนลวดลาย ช่างแกะลาย ช่างเผา ฯลฯ

2) แรงงานไร้ฝีมือ ได้แก่แรงงานที่ทำหน้าที่ทางด้านการผลิตโดยไม่ต้องใช้ฝีมือในการผลิต เช่น พนักงานขนดิน เตรียมดิน บรรจุหีบห่อ เป็นต้น

3) บุคลากรที่ดำเนินการในด้านอื่นๆ ได้แก่บุคลากรที่ดำเนินกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการผลิต เช่น พนักงานฝ่ายบัญชี ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบุคคล ฝ่ายจัดซื้อ เป็นต้น ซึ่งบุคลากรเหล่านี้จะมีความรู้และความสามารถเฉพาะด้าน และมีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุปริญญาขึ้นไป

4.2.3 พลังงานและเชื้อเพลิง

เชื้อเพลิงหลักที่ใช้ในอุตสาหกรรมเซรามิก ได้แก่ แก๊สเหลว (Liquid Petroleum Gas : LPG) แต่สำหรับอุตสาหกรรมเซรามิกขนาดใหญ่จะมีการนำแก๊สธรรมชาติ (Natural Gas : NG) มาใช้ร่วมด้วย เพื่อเป็นการประหยัดพลังงาน

4.2.4 เทคโนโลยีการผลิต

เทคโนโลยีการผลิตในอุตสาหกรรมเซรามิก หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์พัฒนาขึ้นเพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์, เครื่องมือ, เครื่องจักร เป็นต้น โดยเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร สามารถแบ่งเป็นหมวดหมู่การใช้งานได้ดังนี้ (ชาคริต, 2546)

1) เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการเตรียมวัตถุดิบ ได้แก่ เครื่องบดดิน เครื่องล้างดิน เครื่องอัดดินหรือบีบน้ำดิน (filter press) เครื่องนวดดิน (Kneading machine) และเครื่องแยกเหล็ก (magnetic separator)

2) เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการขึ้นรูป ได้แก่ เป้าหมุนด้วยมือ (hand throwing) เครื่องจิกเกอร์ (jigger) เครื่องอัดหรือเครื่องปั๊มดิน (press machine) และการขึ้นรูปโดยวิธีหล่อแบบ (slip casting)

3) เครื่องจักรที่ใช้เผาผลิตภัณฑ์หรือเตาเผา ที่ใช้ในโรงงานเซรามิกส่วนใหญ่ คือ เتامังกรโบราณแบบกอบี¹ (wood firing kiln) เตาอุโมงค์² (Tunnel kiln) หรือเตาโรลเลอร์ (Roller Kiln) และ เตาแบบชัตเติล³ (Shuttle)

¹ เتامังกรโบราณแบบกอบี (wood firing kiln) เป็นเตาเผาแบบโบราณ ใช้ฟืนเป็นเชื้อเพลิง ซึ่งในปัจจุบันไม่นิยมใช้เตาประเภทนี้แล้ว เนื่องจากเป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรธรรมชาติและเสียเวลามากในการเผา

² เตาอุโมงค์ (Tunnel kiln) หรือเตาโรลเลอร์ (Roller Kiln) เป็นเตาเผาที่ใช้ในการผลิตแบบต่อเนื่อง สามารถเดินเครื่องเผาได้ตลอด 24 ชั่วโมง จะใช้ในกรณีที่มีกำลังการผลิตมาก

³ เตาแบบชัตเติล (Shuttle) เป็นเตาที่ใช้ในการผลิตแบบไม่ต่อเนื่อง

4.2.5 กระบวนการผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร

กระบวนการผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมี 3 ขั้นตอน (ศูนย์พัฒนาเครื่องเคลือบดินเผาลำปาง, 2548) ดังนี้

1) การเตรียมวัตถุดิบ

ในขั้นการเตรียมวัตถุดิบ คือ การนำวัตถุดิบประเภทหิน ประเภทดิน และประเภทอื่นๆ ที่ใช้ในการผลิตเซรามิกมาทำให้เป็นเนื้อดินปั้น โดยขั้นแรกต้องนำดินที่นำมาหาส่วนประกอบทางเคมี เพื่อบอกลักษณะของดินว่าเป็นดินประเภทไหน มีแร่ธาตุอยู่ในดินเท่าไร จากนั้นนำดินที่ผ่านการทดสอบแล้วมาบดให้ละเอียด แล้วนำไปแยกเศษเหล็กออกจากดิน โดยการใช้แม่เหล็กไฟฟ้าทำหน้าที่แยกเศษเหล็กออกจากดิน จากนั้นนำดินไปกรองเพื่อเอาน้ำออกจากดิน โดยใช้เครื่องอัดกรองน้ำดิน ให้เหลือแต่ดินที่มีค่าความชื้นประมาณ 26-28% บนแผ่นผ้ากรองดินที่ได้จากการกรองจะมีลักษณะเป็นแผ่นๆ เรียกว่า เค้ก (Cake) เมื่อได้เค้กมาแล้ว จะนำเข้าเครื่องรีดดินสูญญากาศ (De-airing auger machine) เพื่อไล่อากาศออกจากเนื้อดิน สุดท้ายจะตัดและบดดินให้คลุกเคล้ากัน คล้ายการนวดดิน แล้วพร้อมที่จะนำมาขึ้นรูปได้

2) การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ (Forming) ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร จะมีลักษณะเป็นรูปทรงต่างๆ เช่น จาน ชาม ถ้วย แก้วกาแฟ และแก้วน้ำขนาดต่างๆ โดยมีวิธีการขึ้นรูปได้หลายแบบขึ้นอยู่กับรูปทรงผลิตภัณฑ์ ดังนี้

2.1) การขึ้นรูปด้วยแป้นหมุน เป็นวิธีที่เก่าแก่ใช้หลักการง่ายๆ แต่ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์ ความประณีต และความเชี่ยวชาญสูง

2.2) การขึ้นรูปด้วยเครื่องจิ๊กเกอร์ (Jigger machine) และโจลลี่ (Jolly) เป็นงานขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ทรงกลมที่ต้องการรูปแบบที่แน่นอนเป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยอาศัยหลักการของแป้นหมุนมาประยุกต์ โดยมีเครื่องมือที่คล้ายแป้นหมุนประกอบด้วยพิมพ์ปูนปลาสเตอร์และใบมีดสำหรับขึ้นรูปตามลักษณะของงาน

2.3) การขึ้นรูปด้วยการหล่อน้ำดิน (Slip casting) เป็นการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่างและลวดลายสลับซับซ้อน ซึ่งวิธีอื่นไม่สามารถทำได้ แต่จะช้ากว่าวิธีอื่นๆ โดยการเทน้ำดินเหลวลงในพิมพ์ปูนปลาสเตอร์ที่มีรูพรุน รอจนกระทั่งพิมพ์ปูนปลาสเตอร์ดูดน้ำออกจากดินและเกิดการสร้างผนังเนื้อผลิตภัณฑ์ที่ผิวปูนจนมีความหนาตามต้องการ

2.4) การขึ้นรูปด้วยโรลเลอร์เฮด (Roller head machine) เป็นการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะทรงกลมที่ต้องการปริมาณมาก ซึ่งมีมาตรฐานในการขึ้นรูปมากกว่าแป้นหมุน (ขนาดและรูปร่าง)

2.5) การขึ้นรูปด้วยแรมเพรส (Ram press) กระบวนการขึ้นรูปด้วยวิธีนี้เป็นกระบวนการกดดินแผ่นที่เหนียวและดูดอากาศในแม่พิมพ์ที่ทำจากปูนปลาสเตอร์สามารถนำมาใช้ขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นวงกลม ไม่เป็นทรงสูงมาก เช่น วงรี หรือสี่เหลี่ยม เป็นต้น

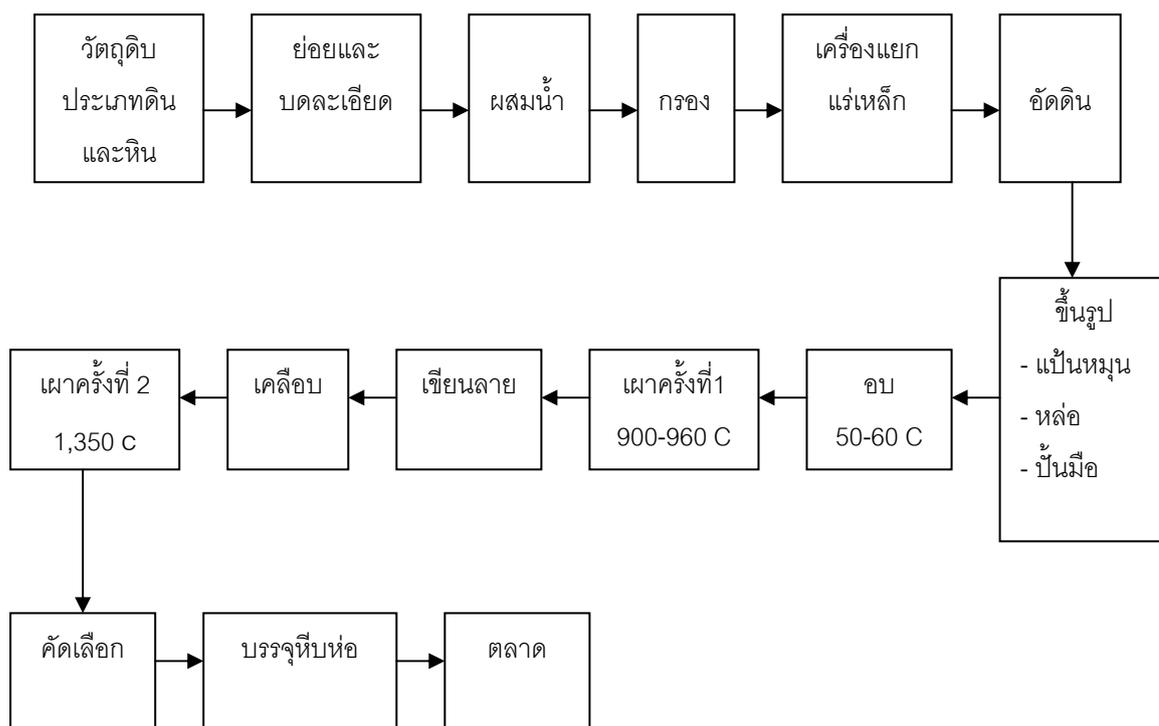
3) กระบวนการเผา หรือการเผาเตา

จากกระบวนการขึ้นรูปด้วยวิธีการต่างๆ เสร็จเรียบร้อยแล้ว จะได้รูปทรงผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เป็นเนื้อดิน นำมาทำการเผา โดยขั้นตอนแรกเรียกว่าการเผาดิบ(Biscuit Firing) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรงต่อการตกแต่งได้เคลือบและชุบเคลือบ หลังจากที่ทำการเผาดิบเรียบร้อยแล้ว นำผลิตภัณฑ์ที่ได้มาเขียนลวดลายหรือตกแต่งด้วยสีต่างๆเพื่อให้เกิดความสวยงาม แล้วนำมาชุบเคลือบอีกครั้ง โดยแบบที่เขียนลงบนตัวผลิตภัณฑ์จะมีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละโรงงาน หรือบางโรงงานอาจไม่เขียนลวดลาย เพียงแค่ชุบน้ำเคลือบเพื่อให้เกิดความมันวาวเท่านั้น ขั้นตอนต่อมาคือ การเผาเคลือบ (Glost Firing) เพื่อให้สีเคลือบไปปิดรูพรุนของเนื้อผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความสวยงามและสะดวกต่อการดูแลรักษา บางโรงงานจะไม่เขียนลวดลายใต้เคลือบ หลังจากเผาเคลือบแล้วสามารถเขียนบนเคลือบได้เช่นกัน ซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในปัจจุบัน เนื่องจากมีสีสันสะดุดตา หลังจากเขียนลวดลายบนเคลือบแล้วจะมีการเผาตกแต่ง (Decoration Firing) ซึ่งจะเผาตกแต่งก็ครั้งก็ได้แล้วแต่ความต้องการของผู้ผลิต ว่าอยากได้สีและลวดลายเป็นแบบไหน แต่ส่วนใหญ่ประเทศไทยจะมีการเผาตกแต่งแค่ครั้งเดียว ก็ได้ผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายแล้ว

จากขั้นตอนกระบวนการผลิตทั้งหมดสามารถสรุปได้ตามภาพที่ 4.1 ดังนี้

ภาพที่ 4.1

กระบวนการผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร



ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม, 2549.

4.3 การตลาดเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในประเทศไทย

ผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของประเทศไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เคลื่อนไหวตามรายได้ รสนิยม ความพอใจ และประชากร โดยตลาดเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารสามารถแบ่งออกเป็นตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งจะผลิตเพื่อเน้นตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ประมาณ ร้อยละ 80 และจำหน่ายในประเทศประมาณร้อยละ 20 (กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักอุตสาหกรรมรายสาขา, 2547) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.3.1 ตลาดภายในประเทศ

ผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารภายในประเทศของไทยสามารถแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดระดับบน ตลาดระดับกลางและตลาดระดับล่าง ซึ่งมีความภาพและราคาแตกต่างกันไปตามความต้องการของตลาดในระดับนั้นๆ (ฝ่ายวิจัยธนาคารนครหลวงไทย, 2549) โดยผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับบนจะใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงกว่าผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับกลางและระดับล่าง หรือใช้วัตถุดิบประเภทเดียวกันแต่ผลิตภัณฑ์จะมีรูปทรงหรือลวดลายที่สวยงามมากกว่า มีความคงทนกว่าและระดับราคาก็สูงกว่าด้วย เนื่องจากตลาดระดับบนเป็นตลาดของผู้บริโภคที่มีรายได้สูง และนิยมใช้สินค้าที่มีคุณภาพดี เช่น โรงแรมระดับ 5 ดาว ภัตตาคารขนาดใหญ่ สายการบิน และครัวเรือนที่มีรายได้ระดับสูง ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดระดับบน คือ ประเภทพอร์ซเลนและโบนไซนา ส่วนตลาดระดับกลาง เป็นตลาดสินค้าราคาปานกลางและมีคุณภาพพอสมควร โดยมีกลุ่มลูกค้าเป็นโรงแรม ร้านอาหาร โรงพยาบาล และครัวเรือนที่มีรายได้ปานกลาง ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดนี้ คือ ประเภทสโตนแวร์และพอร์ซเลน และตลาดระดับล่าง เป็นตลาดสินค้าราคาถูกและมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ โดยมีกลุ่มลูกค้าเป็นร้านอาหารขนาดเล็กหรือรถเข็น และครัวเรือนที่มีรายได้ไม่สูงนัก ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดนี้ คือ ประเภทสโตนแวร์และเอิร์ธเอนแวร์

ปัจจุบันภาวะตลาดเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารภายในประเทศมีการแข่งขันรุนแรงขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้ผลิตไทยหลายรายหันมาให้ความสำคัญกับตลาดภายในประเทศเพิ่มขึ้นเพื่อชดเชยรายได้จากการส่งออกที่ลดลง ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้จึงต้องแข่งขันกันเองเพื่อช่วงชิงและขยายส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศ นอกจากนี้สินค้าเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของไทยยังต้องแข่งขันกับสินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าจากต่างประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับการแข่งขันของอุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของไทยที่ผ่านมา พบว่ามีการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตทั้งในตลาดสินค้าระดับเดียวกันและตลาดสินค้าต่างระดับกัน ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 ระดับ ตามความแตกต่างกันในเรื่องของคุณภาพและราคา (จีระ, 2544) ดังนี้

- 1) ตลาดสินค้าราคาสูงหรือตลาดระดับบน เป็นตลาดที่สินค้ามีคุณภาพสูงทั้งในแง่ของคุณภาพ รูปแบบ ความสวยงาม ความคงทน และเป็นสินค้าที่มีระดับราคาสูง การแข่งขันของผู้ผลิตเซรามิกในตลาดนี้ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบที่สวยงาม และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด เนื่องจากมีต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างสูง

2) ตลาดสินค้าคุณภาพปานกลางหรือตลาดระดับกลาง สินค้าในตลาดนี้จะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับตลาดบน แต่แตกต่างกันในเรื่องของรูปแบบความสวยงาม การแข่งขันในตลาดนี้ไม่เน้นที่การพัฒนาคุณภาพความสวยงามมากนัก เนื่องจากความแตกต่างของสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายในระดับนี้มีไม่มาก ส่วนใหญ่เน้นที่ประโยชน์ใช้สอย ระดับราคาและการกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด

3) ตลาดสินค้าคุณภาพต่ำหรือตลาดระดับล่าง ตลาดระดับนี้เป็นตลาดที่ไม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพเท่ากับตลาดระดับบนและตลาดระดับกลาง โดยปกติสินค้าในกลุ่มนี้จะมีอายุการใช้งานไม่นาน รวมทั้งสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างกันน้อยมาก หรือไม่มี ความแตกต่างกันเลย ทั้งในด้านรูปแบบ สี สัน และคุณภาพ เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายสามารถทำ เลียนแบบผู้ผลิตรายอื่นได้โดยไม่ยากนัก การแข่งขันในตลาดนี้จึงเน้นที่ระดับราคาและการกระจาย สินค้าเป็นหลัก

การแข่งขันของตลาดเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารภายในประเทศมีทั้งแข่งขันกันเอง ในแต่ละพื้นที่ของแหล่งผลิตและระหว่างพื้นที่ ที่ผลิตสินค้าเหมือนกัน โดยแข่งขันกันในตลาด ระดับกลางและระดับล่างเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากผู้ผลิตเป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็ก จึงผลิตสินค้าคุณภาพปานกลางและคุณภาพต่ำ ส่วนผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่ผลิตสินค้าคุณภาพสูงใน ประเทศมีอยู่ไม่กี่ราย และเน้นผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก จึงต้องทำการแข่งขันกับต่างประเทศ

สำหรับการเข้าสู่อุตสาหกรรมเซรามิกของผู้ผลิตทำได้ไม่ยากนัก โดยเฉพาะการผลิต เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทสโตนแวร์ เพราะการลงทุนเริ่มต้นในการตั้งโรงงานไม่สูงนัก รวมทั้งเครื่องจักรที่ใช้ก็สามารถสั่งซื้อได้จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน และเยอรมนี เป็นต้น และมีราคาไม่สูงมาก ยกเว้นการผลิตเซรามิกประเภทพอร์ซเลนและ โบนไซนาที่ ต้องอาศัยการลงทุนค่อนข้างสูงและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

4.3.2 ตลาดต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่ส่งออกไปต่างประเทศจะมีรูปแบบที่ ทันสมัยและหลากหลายกว่าผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ขายในประเทศ เนื่องจากผู้ผลิตต้องทำการ ปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ สำหรับการแข่งขันในตลาด ต่างประเทศมีความแตกต่างกัน 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่ต้องแข่งขันในด้านรูปแบบและ คุณภาพ และผลิตภัณฑ์ที่ต้องแข่งขันด้านราคา ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละประเทศ

ที่นำเข้า เช่น ในตลาดญี่ปุ่นมีการแข่งขันกันด้านรูปแบบและคุณภาพ เนื่องจากชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีความประณีต พิถีพิถัน และมีกำลังซื้อสูง จึงมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงคุณภาพที่ดีมากกว่าราคาถูก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ธนาคารกสิกรไทย, 2548)

ปัจจุบันความต้องการผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของไทยในตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ ปี 2545-2548 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2

มูลค่าและอัตราการขยายตัวของการส่งออกเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร
ระหว่างปี 2545-2548

ปี	2545	2546	2547	2548
มูลค่า(ล้านบาท)	175.9	195.7	219.1	578.69
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	15.4	11.3	11.2	9.46

ที่มา : กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2549.

โดยตลาดหลักที่ประเทศไทยส่งออกเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารไปมากที่สุด 3 อันดับแรกในช่วงปี 2546-2548 คือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น (ตารางที่ 4.3) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.3

ตลาดส่งออกเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของประเทศไทย ปี พ.ศ 2546 – 2548

มูลค่า : ล้านบาท

ตลาดส่งออก	ปี 2546		ปี 2547		ปี 2548	
	มูลค่า การส่งออก	สัดส่วน (ร้อยละ)	มูลค่า การส่งออก	สัดส่วน (ร้อยละ)	มูลค่า การส่งออก	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. สหรัฐอเมริกา	1,573.04	29.01	1,602.72	31.95	1,517.12	32.18
2. สหภาพยุโรป	1,373.70	25.34	923.03	18.4	822.16	17.44
3. ญี่ปุ่น	262.79	4.88	275.58	5.49	238.62	5.06

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2549.

สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารอันดับอันดับหนึ่งของไทย พบว่าในปี 2548 มีมูลค่าการส่งออก 1,517.12 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.18 ของมูลค่าการส่งออกเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารโดยรวมของประเทศไทย (ตารางที่ 4.3) โดยตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นแหล่งรองรับเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารรายใหญ่ที่สุดของโลกและเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง โดยในปี 2548 มีการนำเข้าจากจีนมากเป็นอันดับหนึ่งในสัดส่วนที่สูงร้อยละ 71.27 (ตารางที่ 4.4) รองลงมาคือ อิตาลี ร้อยละ 4.83 และไทยครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่สี่ แต่มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 4.25 ของมูลค่าการนำเข้าเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่ให้ความสำคัญทางด้านราคาสินค้าค่อนข้างมาก โดยเน้นถึงความคุ้มค่าของสินค้าจากการพิจารณาทั้งคุณภาพการผลิตและวัตถุดิบเป็นหลัก(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ธนาคารกสิกรไทย, 2548)

ตารางที่ 4.4

การนำเข้าเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของประเทศสหรัฐอเมริกา
ระหว่างปี 2546-2548

นำเข้าจากประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			สัดส่วน (ร้อยละ)		
	2546	2547	2548	2546	2547	2548
1. จีน	566.77	585.07	618.84	64.63	67.45	71.27
2. อิตาลี	63.74	48.29	41.90	7.28	5.57	4.83
3. สหราชอาณาจักร	46.52	45.90	41.57	5.31	5.29	4.79
4. ไทย	37.93	40.71	36.94	4.33	4.69	4.25
5. โปรตุเกส	27.97	30.08	23.76	3.2	3.47	2.74
6. ญี่ปุ่น	18.94	15.32	13.66	2.16	1.77	1.57
7. มาเลเซีย	16.41	14.37	11.58	1.88	1.66	1.33
8. ฝรั่งเศส	11.97	12.21	10.22	1.37	1.41	1.18
9. อินโดนีเซีย	16.61	10.61	12.60	1.9	1.22	1.45
10. ไอร์แลนด์	7.46	9.58	8.28	0.85	1.11	0.95
มูลค่ารวม	875.39	867.38	868.35	100	100	100

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2549.

สหภาพยุโรป (25 ประเทศ) เป็นตลาดส่งออกเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารอันดับสองของไทยรองจากสหรัฐอเมริกา พบว่าในปี 2548 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 822.16 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.44 ของมูลค่าการส่งออกเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารโดยรวมของประเทศไทย (ตารางที่ 4.3) ทั้งนี้จากปัจจัยด้านกำลังซื้อที่สูงและความต้องการที่จะนำเข้าสินค้าประเภทนี้จากต่างประเทศที่ยังคงเพิ่มขึ้น ประกอบกับความนิยมในฝีมือการผลิตของผู้ประกอบการไทย อย่างไรก็ตามในปี 2548 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดในสหภาพยุโรปเพียงร้อยละ 14.25 (ตารางที่ 4.5) ของมูลค่าการนำเข้าเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารโดยรวมของสหภาพยุโรป ถือว่าเป็นส่วนแบ่งตลาดที่น้อยมากเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญอย่างจีนซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดในสหภาพยุโรปสูงถึงร้อยละ 65.60 (ตารางที่ 4.5) ถือได้ว่าจีนเป็นคู่แข่งที่สำคัญที่สุดของไทย เนื่องจากมีการขยายส่วนแบ่งตลาดในสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นตามลำดับ ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดของไทยมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้เป็นผลมาจากจีนได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ WTO เมื่อปี 2547 จึงไม่มีข้อกีดกันทางการค้า ทำให้เซรามิกจากจีนเข้าไปบุกตลาดยุโรปมากขึ้น นอกจากนี้จีนมียังต้นทุนด้านแรงงานที่อยู่ในระดับต่ำและมีการพัฒนาฝีมือแรงงานและคุณภาพสินค้าได้ตามความต้องการของตลาดในระยะเวลาที่ไม่มากนัก นับเป็นอุปสรรคทางการค้าอีกรูปแบบหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย อีกทั้งในระยะที่ผ่านมาสหภาพยุโรปเริ่มเข้มงวดมากขึ้นในการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่นำเข้า ทำให้ผู้ผลิตมีขั้นตอนในการนำสินค้าเข้าตลาดสหภาพยุโรปยากลำบากมากขึ้น (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548)

สำหรับตลาดสหภาพยุโรปเป็นตลาดที่มีวัฒนธรรมเก่าแก่ ดังนั้นผลผลิตที่เข้าสู่ตลาดจึงเน้นในด้านคุณภาพเป็นสำคัญ รองลงมาคือรูปแบบ เน้นลวดลายหรือรูปทรงจากศิลปะทัศนกรรมพื้นเมืองของแหล่งที่ผลิตสินค้า รวมทั้งรูปแบบที่ทันสมัยเน้นการออกแบบที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตสมัยใหม่และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ธนาคารกสิกรไทย, 2548)

ตารางที่ 4.5
การนำเข้าเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของประเทศสหภาพยุโรป
ระหว่างปี 2546-2548

นำเข้าจากประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			สัดส่วน (ร้อยละ)		
	2546	2547	2548	2546	2547	2548
1. จีน	92.64	107.30	302.18	31.23	33.04	65.60
2. ไทย	85.56	84.37	65.63	28.84	25.98	14.25
3. มาเลเซีย	27.30	25.22	3.59	9.2	7.77	0.78
4. ไต้หวัน	17.69	19.82	12.70	5.96	6.10	2.76
5. ตุรกี	9.72	19.30	18.59	3.28	5.94	4.04
6. เวียดนาม	10.60	10.62	9.83	3.58	3.27	2.13
7. อินโดนีเซีย	10.55	9.95	7.75	3.56	3.06	1.68
8. โคลัมเบีย	5.55	6.59	7.37	1.87	2.03	1.60
9. บราซิล	4.57	4.88	2.75	1.54	1.50	0.60
10. ญี่ปุ่น	5.24	4.69	4.02	1.77	1.44	0.87
มูลค่ารวม	296.68	324.76	460.62	100	100	100

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2549.

ญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่สำคัญอันดับ 3 รองจากสหภาพ ยุโรปและสหรัฐอเมริกา พบว่าในปี 2548 มีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 238.62 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.06 ของมูลค่าการส่งออกเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารโดยรวมของประเทศไทย (ตารางที่ 4.3) และในปี 2548 สินค้าเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 3 ของตลาดญี่ปุ่น ในสัดส่วนร้อยละ 4.74 (ตารางที่ 4.6) เนื่องจากความต้องการสินค้าเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของประเทศญี่ปุ่นมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจของญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มฟื้นตัว ทำให้ผู้บริโภคญี่ปุ่นมีรายได้เพื่อจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นและการขยายตัวของที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ญี่ปุ่นจัดเป็นประเทศที่มีความต้องการใช้ภาชนะทำด้วยเซรามิกเป็นภาชนะหลักในทุกครัวเรือน และนิยมมอบเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ และเทศกาลต่างๆ โดยชาวญี่ปุ่นนิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกที่มีลวดลายเป็นรูปแบบเฉพาะของแต่ละประเทศ เน้นสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง (Brand name) แต่มีรูปแบบที่

เรียบง่าย และสามารถแยกซื้อเป็นชิ้นได้ตามความต้องการของผู้ซื้อ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ธนาคาร กสิกรไทย, 2548)

ตารางที่ 4.6
การนำเข้าเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของประเทศญี่ปุ่น
ระหว่างปี 2546-2548

นำเข้าจากประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			สัดส่วน (ร้อยละ)		
	2546	2547	2548	2546	2547	2548
1. จีน	63.44	73.26	80.28	75.27	73.39	77.44
2. สหราชอาณาจักร	4.04	5.35	4.17	4.8	5.36	4.02
3. ไทย	4.33	4.84	4.92	5.13	4.85	4.74
4. มาเลเซีย	1.29	2.03	1.71	1.53	2.03	1.65
5. ฟินแลนด์	0.43	1.84	2.33	0.51	1.84	2.25
6. ฝรั่งเศส	1.58	1.72	1.44	1.87	1.73	1.39
7. อิตาลี	1.61	1.62	1.63	1.91	1.62	1.57
8. เยอรมัน	1.04	1.32	1.10	1.23	1.33	1.06
9. เวียดนาม	0.59	1.10	0.49	0.70	1.10	0.47
10. ไต้หวัน	1.20	1.02	0.99	1.43	1.03	0.96
มูลค่ารวม	84.29	99.82	103.66	100	100	100

ที่มา : ศูนย์สถิติการค้าพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2549.

4.3.3 คู่แข่งที่สำคัญในตลาดโลก

คู่แข่งที่สำคัญในอุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของไทยในตลาดโลก แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือกลุ่มที่หนึ่ง ประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าคุณภาพปานกลาง-ต่ำ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดระดับกลางและล่างเป็นหลัก และกลุ่มที่สอง คือ ประเทศในแถบยุโรป ได้แก่ อิตาลี เยอรมนี และ สหราชอาณาจักร เป็นกลุ่มผู้ผลิตเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารคุณภาพสูง เน้นการจำหน่ายในตลาดระดับบนและมีตราสินค้าเป็นที่รู้จักทั่วโลก เช่น Wedgwood, Royal Doulton, Ashley และ Citta & Campagna เป็นต้น (ศุภภัช, 2539)

สำหรับผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ส่งออกของไทยส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปานกลาง ทำให้ต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงกับคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน คือ จีน เวียดนาม ฮองกง มาเลเซีย เกาหลี และอินเดีย โดยคู่แข่งส่วนใหญ่ได้เปรียบไทยในกรณีที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า เนื่องจากมีค่าแรงงานที่ถูกกว่า ทำให้ราคาสินค้าถูกกว่าไทย และยังสามารถผลิตสินค้าที่มีรูปแบบและคุณภาพได้ใกล้เคียงกับไทย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ธนาคารกสิกรไทย, 2548) โดยเฉพาะจีน ถือเป็นผู้ผลิตเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารรายใหญ่ที่สำคัญของโลก เนื่องจากมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตทั้งด้านค่าจ้างแรงงาน และความพร้อมของวัตถุดิบภายในประเทศ รวมถึงการพัฒนาคุณภาพของสินค้าขึ้นเป็นลำดับ ทำให้ในปี 2548 จีนมีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารมากที่สุดในโลก โดยมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 1,329.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางที่ 4.7) ในขณะที่ไทยเป็นผู้ส่งออกในลำดับที่ 9

ตารางที่ 4.7

ลำดับความสำคัญของประเทศผู้ส่งออกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของโลก
ปี พ.ศ. 2548

ลำดับ	ประเทศส่งออก	มูลค่า(ล้านเหรียญสหรัฐฯ)
1	จีน	1,329.7
2	สหราชอาณาจักร	540.3
3	เยอรมัน	460.2
4	ฮ่องกง	423.6
5	อิตาลี	406.9
6	โปรตุเกส	308.1
7	ฝรั่งเศส	222.4
8	ญี่ปุ่น	177.0
9	ไทย	168.8
10	สเปน	144.4

ที่มา : ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2549.

4.4 แหล่งอุตสาหกรรมการผลิตเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของไทย

จากข้อมูลสถิติในปี 2549 ประเทศไทยมีผู้ผลิตเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประมาณ 100 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็ก มีกำลังการผลิตรวมกันทั้งสิ้น 70,000 ตันต่อปี (จันทิมา, 2549) ลักษณะการผลิตเป็นแบบดั้งเดิม (Traditional Ceramics) ที่ใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีไม่สูง สินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสโตนแวร์และเอิร์ทเทนแวร์ ที่มีคุณภาพจัดอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ประกอบการรายใหญ่ที่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ครบทุกประเภทมีอยู่เพียงไม่กี่ราย อาทิ บริษัท รอยัล พอร์ซเลน จำกัด, บริษัท สยามไฟน์ ไชนา จำกัด (เป็นบริษัทในเครือปูนซีเมนต์นครหลวง) และบริษัทภัทรา เซรามิก จำกัด เป็นต้น สำหรับแหล่งผลิตในประเทศไทยที่สำคัญมี 5 กลุ่ม กระจายอยู่ทั่วไปในจังหวัดต่างๆ ที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ได้แก่ กลุ่มลำปาง กลุ่มเชียงใหม่ กลุ่มราชบุรี กลุ่มอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร และกลุ่มสระบุรี มีรายละเอียดโดยสรุปจากสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2548) ดังนี้

1) กลุ่มเซรามิกลำปาง

กลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิกลำปาง เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าจังหวัดเป็นอย่างมาก และเป็นแหล่งผลิตเซรามิกที่สำคัญของประเทศ โดยมีแหล่งดินขาวและดินเหนียวที่มีปริมาณมากและเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตอยู่ภายในจังหวัด ผลิตภัณฑ์เซรามิกของลำปางที่มีชื่อเสียงในยุคเริ่มต้นคือ ชามตราไก่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิกจนมีชื่อเสียงโดดเด่นในปัจจุบัน โรงงานเซรามิกในจังหวัดลำปางมีการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกหลายประเภท ประกอบด้วยเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ของข้าวสวยและเครื่องประดับ กระเบื้อง สุขภัณฑ์ ลูกถ้วยไฟฟ้า และลูกกรงเซรามิก ส่วนรายละเอียดของอุตสาหกรรมเซรามิกลำปางจะอธิบายในหัวข้อ 4.5

2) กลุ่มเซรามิกเชียงใหม่

อุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ ผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร แจกัน ของข้าวสวยและของประดับบ้าน ที่เน้นแนวคิดปะมากกว่าที่จะผลิตแบบจำนวนมาก (Mass Production) โดยผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ คือ เครื่องปั้นดินเผาประเภทศิลาดล¹ เนื่องจากในจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งดินดำซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่นำมาใช้ในการผลิตศิลาดล แตกต่างกับจังหวัดลำปางที่เป็นแหล่งดินขาว ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเครื่องปั้นดินเผาของเชียงใหม่กับลำปางจะมีลักษณะที่ต่างกัน สำหรับผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่เน้นสร้างสรรค์

¹ ศิลาดล คือ เครื่องเคลือบดินเผาสีเขียวแตกลายงา โดยอาศัยน้ำเคลือบที่ทำมาจากขี้เถ้าไม้ และผ่านการเผาด้วยความร้อนสูง ถึง 1,260 -1,300 องศาเซลเซียส

งานที่มีส่วนผสมของการออกแบบทางศิลปะโดยมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น และการผลิตของผู้ผลิตแต่ละรายจะมีเอกลักษณ์ทั้งรูปแบบและสีสັນเป็นของตนเอง โดยเน้นการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

3) กลุ่มเซรามิกราชบุรี

อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาราชบุรีหรือเซรามิกราชบุรี เป็นแหล่งผลิตสินค้าเซรามิกประเภทสโตนแวร์ สีน้ำตาลแดง เนื่องจากมีแหล่งดินแดงที่มีเนื้อละเอียดเหมาะสมกับการผลิตผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตโถงมังกรสำหรับบรรจุน้ำ นอกจากนี้จะผลิตโถงมังกรแล้วยังมีการผลิตกระถางต้นไม้ กระถางดอกไม้ และอ่างบัว แต่ในปัจจุบันโถงมังกรมีคู่แข่งจากผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอื่น เช่น ผลิตภัณฑ์พลาสติกหรือโถงซีเมนต์ ทำให้ราคาจำหน่ายตกต่ำและความต้องการใช้ลดน้อยลง เป็นเหตุให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดยแบ่งกำลังการผลิตบางส่วนมาทำผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็กๆ เพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันมีการผลิตกระถางต้นไม้และกระถางดอกไม้ที่ใช้ประดับสวนตกแต่งบ้านและใช้ในโรงแรม เพื่อส่งจำหน่ายต่างประเทศ โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรป ที่เป็นลักษณะเนื้อเทอราคอตตา (Terra Cotta) นอกจากนั้นยังมีการเริ่มผลิตโถงที่มีสีสັນมากขึ้น โดยลอกเลียนแบบจากเวียดนาม แต่มีแนวโน้มประสบปัญหาในอนาคตเพราะเวียดนามมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ทำให้ราคาสินค้าต่ำกว่าไทย

4) กลุ่มเซรามิกอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร

พื้นที่จังหวัดสมุทรสาครหรืออ้อมน้อยเป็นจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมเซรามิกที่มีการนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยจากประเทศญี่ปุ่นมาใช้ในการผลิตถ้วยชาม เครื่องสุขภัณฑ์ และกระเบื้อง ในช่วงปี พ.ศ. 2500-2510 เป็นผลมาจากประเทศไทยได้มีการค้นพบแหล่งดินขาวที่จังหวัดลำปางกับแร่หินฟันม้าที่จังหวัดตาก และได้มีการเคลื่อนย้ายการผลิตจากลำปางมาที่อ้อมน้อย ซึ่งอยู่ใกล้กับตลาดมากกว่า โดยบริเวณอ้อมน้อยเคยเป็นแหล่งผลิตถ้วยชามที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยของกลุ่มบริษัทเสถียรภาพ ซึ่งในขณะนั้นมีการจ้างแรงงานฝีมือหลายพันคน ในการเขียนลวดลายบนถ้วยชาม การเขียนลายครามและลายเบญจรงค์ อันเป็นจุดเริ่มต้นในการผลิตเซรามิกประเภทฝีมือขึ้นในอ้อมน้อย ต่อมาช่างฝีมือเหล่านี้ก็ได้แยกตัวมาตั้งโรงงานเล็กๆ ผลิตเครื่องลายครามและเครื่องเบญจรงค์ ทำให้เกิดการผลิตงานศิลปะด้านเซรามิกกันอย่างแพร่หลาย และเป็นแหล่งผลิตเครื่องลายคราม เบญจรงค์และเครื่องประดับอื่นๆ ที่ใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศเพื่อการส่งออกและจำหน่ายในประเทศ โดยผู้ผลิตประมาณร้อยละ 90 เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ผลิตในรูปแบบตั้งเตางานศิลปหัตถกรรมแบบโบราณไปจนถึงแบบที่ทันสมัยตามความนิยม

5) กลุ่มเซรามิกสระบุรี

อุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดสระบุรี มีการผลิตเซรามิกประเภทสุขภัณฑ์ กระเบื้อง และเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารประเภทสโตนแวร์คุณภาพสูง พอร์ซเลนและโบนไชน่า เพื่อส่งออกเป็นหลัก มีลักษณะการผลิตที่เป็นขนาดใหญ่ (Mass production) ใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีในการผลิตสูง เนื่องจากมีแหล่งแร่ที่สำคัญในการผลิต ประกอบกับเป็นทำเลที่เหมาะสมในการผลิตเซรามิก โดยอยู่ไม่ห่างไกลจากแหล่งวัตถุดิบจากภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันตกที่จำเป็นต่อการผลิต เช่น ดินขาว ดินขาวเหนียว หินฟันม้า และทรายแก้ว เป็นต้น นอกจากนี้โรงงานก็อยู่ใกล้กับตลาด ประการสำคัญยังมีเส้นทางก้าชกรรมชาติที่ใช้เป็นเชื้อเพลิงในการเผาผลิตภัณฑ์เซรามิกผ่านมายังจังหวัดอีกด้วย เมื่อเศรษฐกิจประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เซรามิกที่จังหวัดสระบุรีก็ขยายตัวอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นแหล่งผลิตเซรามิกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และได้มีการนำเอาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยจากต่างประเทศเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต

เมื่อพิจารณาแหล่งการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิกของแต่ละกลุ่มที่กระจายไปตามพื้นที่ภาคต่างๆ ของประเทศไทย เห็นได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการตั้งสถานประกอบการอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต โดยเฉพาะแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีปริมาณมากพอที่จะใช้ในการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิกประเภทนั้นๆ และในแต่ละกลุ่มจะมีความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและหลากหลาย ทั้งในด้านของเนื้อดิน รูปแบบ คุณภาพสินค้า ตลาด ตลอดจนกลุ่มลูกค้า เช่น เครื่องปั้นดินเผาประเภทศิลาดลของจังหวัดเชียงใหม่ โอ่งมังกรของจังหวัดราชบุรี และถ้วยตราไก่ของจังหวัดลำปาง เป็นต้น

จากการรายงานของกระทรวงอุตสาหกรรม ปี 2548 พบว่า อุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปางมีโรงงานเซรามิกเป็นจำนวนมาก ประมาณ 250 โรงงาน โดยเฉพาะโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ที่มีการผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกต่างประเทศ และถือเป็นแหล่งอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย และสามารถส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับจังหวัดอย่างต่อเนื่อง

4.5 ภาพรวมอุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของจังหวัดลำปาง

4.5.1 โครงสร้างการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของจังหวัดลำปาง

1) ลักษณะการผลิต

อุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของจังหวัดลำปางมีโครงสร้างการผลิตที่ใช้แรงงานคนเป็นหลัก (Labour Intensive) ประกอบกับเครื่องจักรและอุปกรณ์ ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสโตนแวร์มากที่สุด รองลงมา คือ เอิริธเรนแวร์ และพอร์ซเลน ตามลำดับ ในปี พ.ศ. 2549 จังหวัดลำปางมีโรงงานเซรามิกจำนวนมากที่สุดในประเทศไทยประมาณ 250 โรงงาน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2548) มีลักษณะการกระจายตัวอยู่ในเขตอำเภอต่างๆ (ภาคผนวก ก) มีที่ตั้งอยู่บนถนนสายหลัก¹ ที่ผ่านไปยังจังหวัดต่างๆ ได้แก่ ทางหลวงหมายเลข 1 (ลำปาง-กรุงเทพฯ) ทางหลวงหมายเลข 11 (ลำปาง-เชียงใหม่) ทางหลวงหมายเลข 1035 เชื่อมต่อพะเยา-เชียงราย ถนนสายรอง² เชื่อมต่อระหว่างอำเภอภายในจังหวัด เช่น ถนนลำปาง-แม่ทะ ถนนลำปาง-ห้างฉัตร และ ถนนห้างฉัตร-เกาะคา เป็นต้น และถนนภายในท้องถิ่น³ ที่ใช้เดินทางระหว่างชุมชนต่างๆ

โรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปาง สามารถแบ่งแยกได้ 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยอุตสาหกรรมเซรามิกขนาดเล็กจะกระจายตัวอยู่ตามหมู่บ้านต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นการผลิตโดยใช้เนื้อดินคุณภาพต่ำ มีรูปแบบลวดลายแบบเรียบง่าย และเน้นจำหน่ายตลาดในประเทศเป็นหลัก ส่วนอุตสาหกรรมเซรามิกขนาดกลาง มีการผลิตที่ค่อนข้างหลากหลายขึ้น มีการออกแบบเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีทั้งจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ และในอุตสาหกรรมเซรามิกขนาดใหญ่ มีการผลิตเป็นจำนวนมาก มีการนำเข้าเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต เน้นการส่งออกเป็นหลัก

ผลิตภัณฑ์ของโรงงานเซรามิกในจังหวัดลำปาง สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ได้แก่ ถ้วย จาน ชาม

¹ ถนนสายหลัก คือ ถนนที่เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดต่างๆ และระหว่างภูมิภาค

² ถนนสายรอง คือ ถนนที่เชื่อมต่อระหว่างเขตอำเภอต่างๆ ภายในจังหวัด

³ ถนนภายในท้องถิ่น คือ ถนนที่เชื่อมต่อระหว่างตำบลหรือหมู่บ้านต่างๆ ภายใน

2. ผลิตภัณฑ์ประเภทของชำร่วยและเครื่องประดับตกแต่ง ได้แก่ ตุ๊กตาประดับ แจกัน กระจก โคมไฟ

3. ผลิตภัณฑ์ประเภทวัสดุก่อสร้าง ได้แก่ กระเบื้องปูพื้น บุนนัง ลูกกรงเซรามิก

4. ผลิตภัณฑ์เซรามิกชนิดอื่นๆ เช่น ลูกถ้วยไฟฟ้า

ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตเซรามิกในจังหวัดลำปางมีประมาณ 250 โรงงาน แบ่งเป็นผู้ผลิตเซรามิกหลายประเภท แต่ในจำนวนนี้มีผู้ผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเป็นหลักประมาณ 85 โรงงาน และมีเพียง 25 โรงงานที่เน้นผลิตเพื่อการส่งออก

2) ปัจจัยการผลิต

ปัจจัยการผลิตหรือทรัพยากรการผลิตเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ประกอบด้วย วัตถุดิบ แรงงาน พลังงานและเชื้อเพลิง และเทคโนโลยีการผลิต จากงานศึกษาของ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2548) พบว่า พื้นที่ในจังหวัดลำปางมีแหล่งทรัพยากรการผลิตดังกล่าวข้างต้นอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ กล่าวคือ มีแหล่งแร่ดินขาวที่มีปริมาณสำรองได้ดินมากที่สุดในประเทศไทย ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเซรามิก และเป็นดินขาวที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว คือ เนื้อดินแน่น สีไม่ขาว แต่เมื่อเผาแล้วจะได้สีขาวฟาง เนื้อดินสุกตัวเร็ว และหล่อได้ดีกว่าดินแหล่งอื่น เป็นศูนย์กลางตลาดแรงงานเซรามิก มีทั้งแรงงานมีฝีมือ¹ และแรงงานไร้ฝีมือ² จำนวนมาก มีคลังแก๊ส (LPG) ของบริษัท ปตท. ที่เป็นเชื้อเพลิงหลักในการผลิต และมีโรงงานผลิตอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต

4.5.2 ตลาดอุตสาหกรรมเซรามิกเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของจังหวัดลำปาง

อุตสาหกรรมเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในจังหวัดลำปางมีทั้งการผลิตเพื่อสนองความต้องการตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ สามารถแบ่งประเภทตลาดได้เป็น 2 ประเภทตามการจัดจำหน่าย (พรสุริย์, 2543) ดังนี้

1) ตลาดจากการสั่งซื้อ เป็นลักษณะของการผลิตสินค้าเซรามิกตามการสั่งซื้อของลูกค้าทั้งที่ผลิตตามรูปแบบที่โรงงานออกแบบขึ้นเองและรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งการตลาดใน

¹ แรงงานมีฝีมือ ที่ใช้ในโรงงานเซรามิกจังหวัดลำปาง ได้แก่ ช่างปั้น ช่างขึ้นรูป ช่างเขียนลวดลาย ช่างแกะลาย ช่างเผา ฯลฯ

² แรงงานไร้ฝีมือ ที่ใช้ในโรงงานเซรามิกจังหวัดลำปาง ได้แก่ แรงงานที่ทำหน้าที่ทางด้านการผลิตโดยไม่ต้องใช้ฝีมือ เช่น พนักงานขนดิน เตรียมดิน บรรจุหีบห่อ เป็นต้น

ลักษณะนี้ส่วนมากจะมีการสั่งซื้อจากกลุ่มบริษัทนายหน้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และ ญี่ปุ่น เป็นต้น โดยจะมีการสั่งซื้อในปริมาณมาก ในกรณีตลาดต่างประเทศ ตลาดจากการสั่งซื้อดังกล่าวจะมีการกำหนดจำนวนขึ้นต่อช่วงเวลาการผลิต ซึ่งลักษณะตลาดจากการสั่งซื้อนี้เป็นรูปแบบตลาดที่โรงงานเซรามิกจังหวัดลำปางต้องการมากที่สุด เนื่องจากมีความแน่นอนในการจำหน่ายสินค้า และในบางกรณียังมีการชำระเงินมัดจำล่วงหน้าก่อนการผลิต ซึ่งสามารถนำเงินมาใช้ในการดำเนินการผลิตก่อนได้ ช่องทางการจำหน่ายในตลาดนี้ ส่วนใหญ่ใช้ช่องทางจำหน่ายผ่านงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่จัดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ และมีในกรณีที่ลูกค้าเข้ามาติดต่อสั่งจ้างผลิตยังโรงงานโดยตรง

2) ตลาดจากการขายปลีกและขายส่ง เป็นลักษณะของการขายผลิตภัณฑ์เซรามิกในรูปแบบที่โรงงานผลิตขึ้นเอง โดยการขายปลีกมีทั้งจำหน่ายในโรงงานหรือห้องแสดงสินค้าของโรงงานและงานแสดงสินค้าต่างๆ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และในการขายส่ง จำหน่ายผ่านกลุ่มของพ่อค้าคนกลางและบริษัทตัวแทนจำหน่าย ทั้งในประเทศและต่างประเทศเช่นกัน

จากการศึกษาโครงสร้างการผลิตและการตลาดและการตลาดของอุตสาหกรรมเซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของจังหวัดลำปาง สามารถสรุปความเหมือนและความต่างของผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของจังหวัดลำปางที่จำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ ได้ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8

ความเหมือนและความต่างของผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารของจังหวัดลำปางที่จำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

ลักษณะ	จำหน่ายในประเทศ	จำหน่ายต่างประเทศ
1. วัตถุดิบ - ดิน - สี	- ใช้วัตถุดิบจากแหล่งภายในจังหวัด - ผลิตในประเทศ	- ใช้วัตถุดิบจากแหล่งภายนอกจังหวัดมากกว่าในจังหวัด เช่น ระนอง นราธิวาส ระยอง เป็นต้น - ผลิตในประเทศ และ นำเข้าจากต่างประเทศ
2. การผลิต	ผลิตปริมาณมาก (Mass product)	ผลิตตามคำสั่งซื้อ (Order) และผลิตเพื่อตอบสนองตลาดเฉพาะ (Niche market)

ลักษณะ	จำหน่ายในประเทศ	จำหน่ายต่างประเทศ
3. ผลิตภัณฑ์ - เนื้อผลิตภัณฑ์ - ลักษณะ - รูปแบบ - ลวดลาย - คุณภาพ - ตกแต่ง	- สโตนแวร์คุณภาพปานกลางและต่ำ - หนา หยาบ สีขาวขุ่น - แบบทั่วไป - ลายไก่ และลายต่างๆ - มาตรฐานเกรด A B และ C - รูปลอกสติ๊กเกอร์ และการเขียนลวดลายด้วยมือ	- สโตนแวร์คุณภาพสูง และพอร์ซเลน - บาง เรียบ สีขาวใส - เพิ่มฟังก์ชันการใช้งาน - ลายแบบสากล เน้นสีล้วน - มาตรฐานเกรด A - รับจ้างผลิต : รูปลอกสติ๊กเกอร์มากกว่าการเขียนลวดลายด้วยมือ - ออกแบบเอง : เขียนลวดลายด้วยมือมากกว่ารูปลอกสติ๊กเกอร์
4. การตลาด - ลูกค้า - ช่องทางจำหน่าย - เวลาจำหน่าย	- คนในท้องถิ่น - พ่อค้าคนกลางในจังหวัด และต่างจังหวัด - นักท่องเที่ยวชาวไทย - โรงแรม ร้านอาหาร สปาและรีสอร์ท - โรงงานหรือห้องแสดงสินค้าในโรงงาน - จุดจำหน่ายเซรามิกภายในจังหวัด - งานแสดงสินค้าและงานแฟร์ - ขายได้ตลอดทั้งปี	- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ - ลูกค้าต่างประเทศทั่วไป - ตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ - ออกงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศและต่างประเทศ - ห้องแสดงสินค้าภายในโรงงาน - Web-site - ขายได้ในช่วงเทศกาล เช่น คริสมาสต์และปีใหม่
5. การแข่งขัน - คู่แข่ง - กลยุทธ์	- ภายในจังหวัด ต่างจังหวัด และ จีน - สร้างเอกลักษณ์และตราสินค้า	- ภายในจังหวัดผู้ผลิตในจังหวัดสระบุรีและประเทศจีน เวียดนาม มาเลเซีย - วัตถุดิบมีคุณภาพ กระบวนการผลิตและเทคนิคการเคลือบประณีต ได้มาตรฐานและมีตราสินค้า

ที่มา : จากการสำรวจภาคสนาม, 2549.

4.5.3 หน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง

ประเทศไทยได้มีการกำหนดนโยบายด้านต่างๆ เพื่อให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปาง โดยผ่านหน่วยงานต่างๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน(นรานนท์, 2548) ดังนี้

การกำหนดนโยบายผ่านหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐบาล มีดังนี้

1) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง โดยในปี พ.ศ. 2532 ได้จัดตั้งศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผาขึ้น โดยมีกิจกรรมและบริการหลัก ได้แก่ การศึกษาวิจัยทางด้านเศรษฐกิจ การตลาด และเทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ตามรูปแบบที่เป็นที่นิยมของตลาด รวมไปถึงการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และให้บริการด้านการวิเคราะห์ทดสอบบริการให้คำปรึกษาและแนะนำเอกสารข้อมูล มีการจัดการฝึกอบรมและสัมมนา รวมทั้งจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้น

2) กรมวิทยาศาสตร์บริการ กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ได้จัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาขึ้นในปี พ.ศ. 2532 เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก รวมถึงส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านเซรามิก

3) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเซรามิก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการเซรามิกที่ได้รับการส่งเสริม โดยการได้รับการยกเว้นภาษีอากรขาเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์ และได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลโดยกำหนดขนาดของการลงทุนและเงื่อนไข ในปี พ.ศ. 2543

5) กรมศุลกากร กระทรวงอุตสาหกรรม ให้ความคุ้มครองอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศโดยเก็บภาษีการนำเข้าผลิตภัณฑ์เซรามิกในอัตราที่สูง นอกจากนี้ยังกำหนดให้ผู้ส่งออกได้รับชดเชยค่าภาษีอากรด้วย

6) ทบวงมหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2533 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้จัดตั้งศูนย์ทรัพยากรเซรามิกเทคโนโลยีขึ้น เพื่อดำเนินการค้นคว้าวิจัยทางด้านเซรามิกและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบไปสู่ผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์

มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานโลกและตรงตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ และในปี พ.ศ. 2536 ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ร่วมกับกลุ่มโรงงานเซรามิก จัดตั้งสมาคมเซรามิกแห่งประเทศไทยขึ้น เพื่อเป็นหน่วยงานกลางให้คำแนะนำทางด้านวิชาการ การแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ระหว่างผู้ผลิตและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง(นรนนท์; 2548)

7) กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดการส่งเสริมอุตสาหกรรมเซรามิก ด้วยการให้ศูนย์พาณิชย์กรรมภาคเหนือจัดโครงการส่งเสริมการส่งออกสินค้าเซรามิกของภาคเหนือออกสู่ตลาดยุโรป โดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่จัดขึ้นในประเทศและต่างประเทศ เช่น งาน BIG & BIH งานเซรามิกที่นครแฟรงเฟิร์ต ประเทศเยอรมนี เป็นต้น

การกำหนดนโยบายผ่านหน่วยงานต่างๆ ของภาคเอกชน มีดังนี้

1) สมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปาง ในปี พ.ศ. 2532 มีการก่อตั้งสมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปางขึ้น โดยได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ มีวัตถุประสงค์ในการประสานกับภาครัฐ เพื่อช่วยเหลือ ติดต่อและประสานงานให้แก่สมาชิกในสมาคมฯ ในการประกอบกิจการให้เป็นไปอย่างราบรื่น จนถึงปัจจุบันสมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปางจะช่วยเหลือด้านการตลาดของสมาชิกในสมาคมฯ โดยจัดให้ผู้ประกอบการออกงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และให้ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวทางด้านการตลาดของอุตสาหกรรมเซรามิก

2) บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย(IFCT) ได้ร่วมมือกับองค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ (UNIDO) ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดทำ “โครงการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเซรามิกลำปาง” ขึ้นในปี พ.ศ. 2545 เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มระหว่างผู้ประกอบการเซรามิก ตลอดจนธุรกิจที่เชื่อมโยงและสนับสนุน เพื่อสร้างวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ร่วมของผู้เกี่ยวข้องในจังหวัดลำปาง นอกจากนี้ยังให้บริการทางด้านสินเชื่อเพื่อการทุนให้คำปรึกษาและแก้ไขในปัญหาทางด้านเทคนิคที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมเซรามิก

3) กลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นจุดรวมของผู้ประกอบการเซรามิกทั้งประเทศ มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแนะนโยบายแก่ภาครัฐตามความประสงค์ของสมาชิกและบุคลากรในอุตสาหกรรมเซรามิก นอกจากนี้ยังมีการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลด้านเศรษฐกิจพาณิชย์ เพื่อเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการเซรามิก