

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเซรามิกมีประวัติศาสตร์และฐานการผลิตในประเทศมานาน มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตมาอย่างต่อเนื่อง ช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ชนบทเพราะอุตสาหกรรมเซรามิกส่วนใหญ่ใช้แรงงานมาก ในขั้นตอนการผลิตมีต้นทุนการผลิตในระดับที่สามารถแข่งขันได้เนื่องจากใช้วัตถุดิบหลักในประเทศรวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่ได้เนื่องจากใช้วัตถุดิบหลักในประเทศ รวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐมาโดยตลอด จนทำให้เป็นหนึ่งในผู้ผลิตที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียน

อุตสาหกรรมเซรามิกเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลิตภัณฑ์มากมายหลายชนิด เช่นกระเบื้องปูพื้น บุษนัง โมเสก เครื่องสุขภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และของชำร่วย เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นพื้นฐานของอุตสาหกรรมอื่น ๆ และเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ เช่น ดิน หิน แร่ จึงช่วยประหยัดเงินตราจากการนำเข้าวัตถุดิบเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้จากการส่งออกถึงปีละหลายพันล้านบาท และนอกจากนี้อุตสาหกรรมเซรามิกเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปวัตถุดิบประเภทอินทรีย์และอโลหะให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์และมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

ในด้านการตลาดผลิตภัณฑ์เซรามิก ประกอบไปด้วยตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีโครงสร้างดังนี้ (1) ผลิตภัณฑ์กระเบื้องปูพื้น บุษนัง โมเสก และเครื่องสุขภัณฑ์จะผลิตเพื่อการส่งออกประมาณร้อยละ 60 และผลิตเพื่อจำหน่ายให้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศประมาณร้อยละ 40 (2) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และของชำร่วย เครื่องประดับเป็นผลิตภัณฑ์ที่เคลื่อนไหวตามรายได้ รสนิยม และประชากร จะผลิตเพื่อนำมาตลาดส่งออกเป็นหลักประมาณร้อยละ 80-90 และจำหน่ายในประเทศประมาณร้อยละ 10-20 (3) ผลิตภัณฑ์ลูกถ้วยไฟฟ้าจะผลิตเพื่อจำหน่ายให้กับกิจการสาธารณูปโภคทางไฟฟ้าในประเทศประมาณร้อยละ 95 เหลือจะส่งออก

ด้านข้อมูลการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกของไทยสามารถแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งออกเซรามิกที่สำคัญทั้ง 5 ชนิด ซึ่งได้แก่ กระเบื้องปูพื้น บุผนัง โม่เสก เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ของชำร่วยและลูกถ้วยไฟฟ้า โดยในปี 2543 มีมูลค่าการส่งออก 7,347.4 ล้านบาท ในปี 2544 มีมูลค่าการส่งออก 9,118.8 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ในอัตราร้อยละ 8.86 ในปี 2545 มีมูลค่าการส่งออก 11,984.6 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2544 ในอัตราร้อยละ 14.33 ในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออก 12,468.1 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2545 ในอัตราร้อยละ 2.42 ล้านบาท ในปี 2547 มีมูลค่าการส่งออก 15,100.5 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2546 ในอัตราร้อยละ 13.16 ล้านบาท และในปี 2548 มีมูลค่าการส่งออก 15,301.2 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2547 ในอัตราร้อยละ 1.33 โดยผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุดในแต่ละปี คือ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารซึ่งในปี 2548 มีมูลค่าการส่งออกมากถึง 6,447.9 ล้านบาท (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกของไทย

หน่วย : ล้านบาท

ประเภท	2543	2544	2545	2546	2547	2548
1. กระเบื้องปูพื้น บุผนัง และโม่เสก	788.8	879.4	1,427.4	1,802.1	2,078.0	2,338.1
2. เครื่องสุขภัณฑ์	1,615.0	1,766.8	2,397.2	2,896.7	3,446.8	3,647.5
3. เครื่องใช้บน โต๊ะอาหาร	2,741.3	3,756.5	5,151.1	5,057.5	6,114.5	6,447.9
4. ของชำร่วยและ เครื่องประดับ	1,871.7	2,215.3	2,583.1	2,359.0	2,821.8	2,375.9
5. ลูกถ้วยไฟฟ้า	330.6	500.8	425.8	352.8	639.4	491.8
<b>รวม</b>	<b>7,347.4</b>	<b>9,118.8</b> <b>(8.86)</b>	<b>11,984.6</b> <b>(14.33)</b>	<b>12,468.1</b> <b>(2.42)</b>	<b>15,100.5</b> <b>(13.16)</b>	<b>15,301.2</b> <b>(1.33)</b>

ที่มา : สำนักบริหารสารสนเทศการพาณิชย์ กรมศุลกากร (2548)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราที่เพิ่มขึ้น

ทางการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกมีเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ราคาสูงและบางส่วนจะส่งออกผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าตลาดระดับล่าง (สินค้าที่มีคุณภาพต่ำ) สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าส่งออกสูง ส่วนใหญ่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เซรามิกอื่น ๆ (พิกัด 6914) ผลิตภัณฑ์เซรามิกทนไฟ (พิกัด 6902 และ 6903) และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องปฏิบัติการ ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย คือ ญี่ปุ่น จีน เยอรมนี มาเลเซีย สิงคโปร์ และประเทศในแถบยุโรป ซึ่งในประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกมากที่สุด โดยในปี 2548 มีมูลค่า 2,732.5 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2547 โดยคิดเป็นมูลค่า 696.1 ล้านบาท (ตารางที่ 1.2)

ตารางที่ 1.2 ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิก

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศ	2543	2544	2545	2546	2547	2548
1. ญี่ปุ่น	462.5	516.4	710.3	1,097.7	2,036.4	2,732.5
2. จีน	89.5	171.3	233.0	214.3	258.9	375.2
3. เยอรมนี	281.8	299.0	405.5	276.3	300.9	274.2
4. มาเลเซีย	66.2	147.2	356.3	171.2	242.4	265.5
5. สิงคโปร์	31.4	64.0	96.5	135.7	186.6	138.3
6. อิตาลี	136.0	114.5	66.6	64.3	95.1	130.9
7. สหรัฐอเมริกา	144.5	217.9	155.3	122.6	110.7	130.4
8. สหราชอาณาจักร	88.0	131.3	123.6	55.3	99.8	97.0
9. สเปน	63.7	103.5	51.6	60.1	76.1	93.9
10. ไต้หวัน	120.0	221.2	186.0	119.8	142.5	91.5

ที่มา : สำนักบริหารสารสนเทศการพาณิชย์ กรมศุลกากร (2548)

จากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พบว่าประเทศไทยมีโรงงานที่ผลิตเซรามิกไม่น้อยกว่า 630 โรง และมีการจ้างงานมากถึง 63,000 คน โดยแหล่งที่ตั้งของโรงงานมีกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศไทย ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ก็เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีโรงงานเซรามิกเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากข้อมูลของกรมอุตสาหกรรมได้ทำการสำรวจและสอบถามผู้ประกอบการ โดยตรงพบว่า มีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 80 โรงงานหรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 12.2 ของโรงงานเซรามิกทั้งหมดในประเทศไทย (รวมโรงงานแบบครอบครัว) ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ผลิตได้แก่ ของชำร่วย เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร กระจ่างปูพื้น โดยในปี 2543 มีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 13.16 ล้านบาท ในปี 2544 มีมูลค่าการส่งออก 15.9 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 2.74 ในปี 2545 มีมูลค่าการส่งออก 17.55 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2544 ร้อยละ 1.69 ในปี 2546 มีมูลค่าการส่งออก 16.53 ล้านบาท ลดลงจากปี 2545 คิดเป็นร้อยละ 1.02 ในปี 2547 มีมูลค่าการส่งออก 20.85 ล้านบาทขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2546 คิดเป็นร้อยละ 4.32 และในปี 2548 มีมูลค่าการส่งออก 19.2 ล้านบาท ลดลงจากปี 2547 คิดเป็นร้อยละ 1.65 ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุดในทุก ๆ ปี คือ ของชำร่วยและเครื่องประดับ โดยในปี 2548 มีมูลค่าถึง 8.17 ล้านบาท (ดังตารางที่ 1.3)

ตารางที่ 1.3 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกของจังหวัดเชียงใหม่

หน่วย : ร้อยละ

ประเภท	2543	2544	2545	2546	2547	2548
1. กระจ่างปูพื้น บุผนัง และ โคมเสก	0.65	0.7	1.2	1.7	2.5	3.2
2. เครื่องสุขภัณฑ์	0.28	0.5	0.6	0.7	0.85	1.25
3. เครื่องใช้บน โต๊ะ อาหาร	3.75	4.7	5	5.8	6.25	6.58
4. ของชำร่วยและ เครื่องประดับ	8.48	10	10.75	8.33	11.25	8.17
รวม	13.16	15.9 (2.74)	17.55 (1.69)	16.53 (-1.02)	20.85 (4.32)	19.2 (-1.65)

ที่มา : กรมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2548)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราที่เพิ่มขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น พิจารณาได้ว่าธุรกิจเซรามิกมีความหลากหลายในการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิก และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะวิเคราะห์ถึงโครงสร้างตลอดจนประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมเซรามิกขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งประกอบด้วยกันปัจจัย 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการจัดองค์กรบุคลากร ซึ่งการศึกษารั้จะช่วยในการพัฒนาผู้ประกอบการเซรามิกตลอดจนเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของหน่วยงานราชการและหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างการผลิต การตลาด การเงิน และการจัดองค์กรของอุตสาหกรรมเซรามิกในเชียงใหม่
2. เพื่อประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมเซรามิก ในจังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

ทำให้ทราบถึงศักยภาพของธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ ทราบถึงโครงสร้างด้านการผลิต การตลาด การเงิน ด้านการจัดองค์กรทรัพยากรบุคคล ในปัจจุบันของธุรกิจเซรามิก ตลอดจนนโยบายมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจเซรามิกเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ได้ทราบถึงภาวะของธุรกิจด้านเซรามิกเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการตัดสินใจลงทุนหรือขยายกิจการ และเพื่อปรับปรุงแก้ไขรูปแบบและคุณภาพของอุตสาหกรรมด้านธุรกิจเซรามิกเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

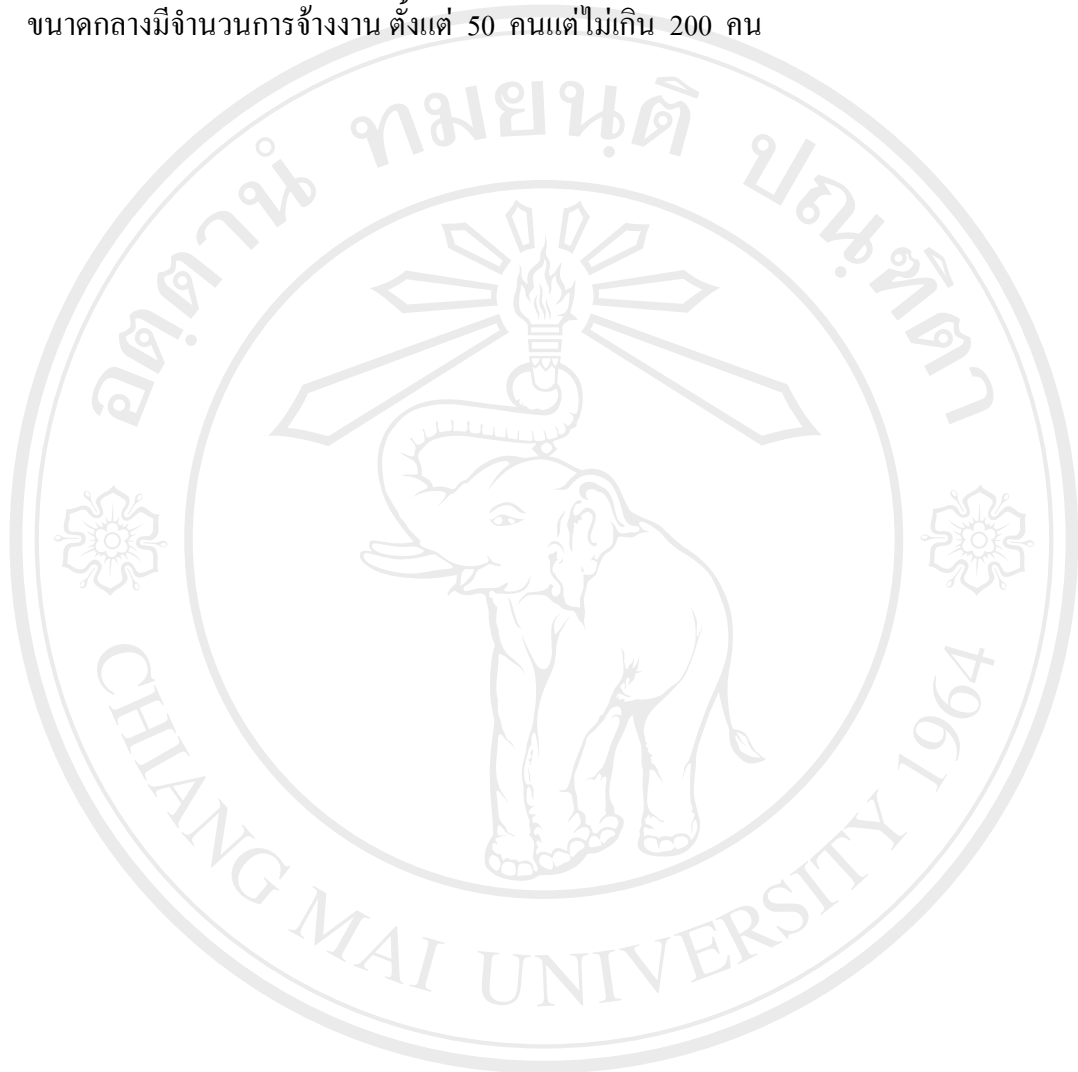
## 1.4 ขอบเขตในการศึกษา

การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกิจการประเภทเซรามิก ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ทำการเปรียบเทียบและวิเคราะห์ศักยภาพ 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการจัดองค์กร ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์ กระเบื้องปูพื้น บุษนัง โมเสค เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และของชำร่วย

## 1.5 นิยามศัพท์

**ศักยภาพ** หมายถึง ความสามารถที่มีเกี่ยวข้องกับการจัดองค์กร การผลิต การตลาด และการเงิน

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง กิจการอุตสาหกรรมการผลิต โดยใช้เกณฑ์จำนวน  
การจ้างงานเป็นตัวกำหนด โดยที่ ธุรกิจขนาดย่อมมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และธุรกิจ  
ขนาดกลางมีจำนวนการจ้างงาน ตั้งแต่ 50 คนแต่ไม่เกิน 200 คน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

