

## บทที่ 4

### ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประเทศจีน

หนังสือ ผู้ส่งออก (Exportor Review) ได้รายงานไว้ในรายงานพิเศษในหัวข้อ “2543 จีนจะครองตลาดโลก” ได้รายงานว่า “ปัจจุบันสาธารณรัฐประชาชนจีนกำลังถูกทั่วโลกจับตามองว่ามีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในแบบก้าวกระโดด ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา และถูกจัดอันดับให้อยู่ในกลุ่มประเทศเสือเศรษฐกิจกลุ่มใหม่ต่อจากเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮังกง และสิงคโปร์ จีนถูกวิเคราะห์ว่า กำลังจะเป็นยักษ์ใหญ่ทางเศรษฐกิจตัวจริงในภูมิภาคเอเชียในช่วง 5 ปีข้างหน้า อันที่จริงภาพลักษณ์ของการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจและการลงทุนในจีน มิใช่อยู่ในฐานะของเสือเศรษฐกิจ แต่เป็นการผงาดของพญามังกรที่กำลังจะควบไปบนเกาะฮ่องกง อันเปรียบเสมือนห่านทองคำ และเป็นประตูการค้าสู่โลกเสรีของจีน ผู้ที่กำลังจะเพิ่มบทบาทและสีสันในเวทีการค้าโลก ในการเป็นศูนย์กลางรวมเศรษฐกิจแห่งภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกต่อไป” จากรายงานข้างต้นสามารถนำมาแยกวิเคราะห์เป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

#### โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจีน

หากเราจะมาวิเคราะห์และศึกษาโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การเมือง และแนวทางการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของรัฐบาลจีนอย่างต่อเนื่องจะพบว่า ผู้นำทางการเมืองของจีน นับว่ามีวิสัยทัศน์ที่เฉียบคมในการปฏิรูประบบเศรษฐกิจและสังคมในจีนมาตั้งแต่ ปี 2521 ซึ่งเป็นปีที่จีนเริ่มเปิดประเทศ และเริ่มนโยบาย 4 ทวินสมัย อันได้แก่ ด้านเกษตร อุตสาหกรรม อารุขุทธโทรปกรณ์และด้านวิทยาศาสตร์ จีนมุ่งการจัดตั้งระบบตลาดแบบสังคมนิยม (Social Market Economy System) ซึ่งกลไกตลาดจะมีบทบาทสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรภายใต้การควบคุมของรัฐ โดยทั่วไปเน้นธุรกิจภาคเอกชน และการจัดตั้งธุรกิจแบบใหม่ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดมากขึ้น ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าว ส่งผลให้โครงสร้างการผลิตของจีนได้มีการเปลี่ยนแปลงไปมาก คือ ภาคอุตสาหกรรมและบริการได้เข้ามามีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของจีนมากขึ้น และภาคเกษตรได้ลดบทบาทลงมาจากเดิม

ปัจจุบันจีนแบ่งออกเป็น 26 มณฑล และ 4 มหานคร (ไม่ขึ้นกับมณฑลใด) ได้แก่ ปักกิ่ง เทียนจิน เซียงไฮ้ และฉงชิ่ง มณฑลที่อยู่ชายฝั่งทะเลมีการลงทุนและรายได้เฉลี่ยของประชากรต่อหัวสูงกว่ามณฑลที่อยู่ตอนกลางและภายในประเทศ จากนโยบายการเปิดประเทศของจีน ทำให้การค้าระหว่างประเทศของจีนขยายตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้จีนกลายเป็นประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่สุดแห่งหนึ่งในโลก แต่ขณะเดียวกัน จีนก็ประสบปัญหาด้านเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบ สาธารณูปโภค ราคาสินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภคมีราคาสูง การลงทุนในสินค้าถาวรด้านก่อสร้างมีขนาดใหญ่เกินไป การพัฒนาอุตสาหกรรมพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานไม่ทันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำให้อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้น โดยเฉพาะในปี 2537 จีนมีอัตราเงินเฟ้อสูงถึง 24.1% จีนจึงได้พยายามแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อและการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงเกินไป โดยการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ควบคุมปริมาณเงินและสินเชื่อ และควบคุมขนาดการลงทุนในทรัพย์สินคงที่ ซึ่งมีผลทำให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและอัตราเงินเฟ้อในปี 2539 ชะลอตัว

#### นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของจีน

ขณะนี้จีนกำลังอยู่ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (ปี 2539-2543) และจะมีการวางแผนอนาคตระยะยาวถึงปี 2553 (ค.ศ. 2010)

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 จะมุ่งวางพื้นฐานทางด้านยุทธศาสตร์ของความทันสมัยให้เสร็จสมบูรณ์ ได้แก่

1. การกำหนดผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อหัว (GNP Per Capita) เพิ่มขึ้น 2 เท่า
2. การแก้ไขปัญหาความยากจนขั้นพื้นฐาน
3. เร่งสร้างระบบวิสาหกิจที่ทันสมัย
4. วางพื้นฐานขั้นตอนเศรษฐกิจ ระบบตลาดแบบสังคมนิยม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเบื้องต้น เพิ่มขึ้นจากปี 2543 อีก 1 เท่าตัว

## นโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศ

ขณะนี้จีนกำลังปรับปรุงกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศให้เป็นระบบและชัดเจนมากขึ้น ได้แก่

1. ปรับปรุงระบบการจัดการภายในองค์กรต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการนำเข้าและส่งออก รวมทั้งให้อำนาจแก่องค์กรต่าง ๆ ให้สามารถดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศได้อย่างเสรีมากขึ้น
2. ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ เพื่อให้สามารถรองรับการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ส่งเสริมความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจและการค้าในระดับทวิภาคีและพหุภาคี รวมทั้งขจัดปัญหาข้อพิพาททางการค้าบนรากฐานของผลประโยชน์ร่วมกัน
4. เร่งปรับระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้จีนสามารถกลับเข้าไปเห็นสมาชิกของ WTO ได้โดยเร็ว

## นโยบายด้านการลงทุน

ในระยะแรกจีนมีนโยบายมุ่งพัฒนาเมืองแถบชายฝั่งทะเลตะวันออกให้เจริญก้าวหน้า ซึ่งปัจจุบันเมืองเศรษฐกิจพิเศษบริเวณดังกล่าวได้เจริญก้าวหน้ามากแล้ว ดังนั้น เป้าหมายของการลงทุนของจีนในขณะนี้ คือ สนับสนุนให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนทางด้านการผลิตพลังงาน คมนาคม โทรคมนาคม การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานการเกษตรและเหมืองแร่ เป็นต้น การลงทุนในภูมิภาคดังกล่าวจะได้รับโอกาสและการสนับสนุนเป็นพิเศษจากจีน

ในการร่วมทุนของบริษัทต่างชาติ มีทั้งแบบลงทุนร้อยเปอร์เซ็นต์ และลงทุนร่วมกับจีน (ต้องมากกว่าร้อยละ 25) การบริหารในบริษัทและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แล้วแต่จะตกลงกันเอง จะให้บริษัทแห่งชาติหรือบริษัทจีนเป็นผู้ดำเนินการก็ได้ การตั้งบริษัท จะต้องมีการประเมิน 3 คนขึ้นไป และหากบริษัทร่วมทุนใดสามารถส่งออกได้เกินกว่าร้อยละ 70 ของผลผลิตทั้งหมด รัฐบาลจะเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานบริษัท นอกจากนี้เมื่อเดือนมิถุนายน 2538 จีนได้ประกาศ

นโยบายใหม่เกี่ยวกับการลงทุนจากต่างชาติ โดยมีภาระอย่างชัดเจนเป็นครั้งแรกเกี่ยวกับประเภทการลงทุนที่จะได้รับการสนับสนุนจำกัด หรือต้องห้ามจากรัฐบาลจีน ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะใช้เงินทุนจากต่างชาติให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ประเภทการลงทุนที่ได้รับการสนับสนุน ได้แก่ เกษตร พลังงาน โทรคมนาคม การพัฒนา วัตถุประสงค์สำคัญ การลงทุนที่ใช้เทคโนโลยีสูง และการลงทุนใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีคุณค่า ประเภทการลงทุนที่จะถูกจำกัด ได้แก่ การลงทุนในกิจการที่จีนยังผูกขาดดำเนินการแต่ผู้เดียว กิจการที่อยู่ภายใต้การวางแผนจากรัฐ กิจการที่ให้ผลผลิตเพียงพอกับความต้องการในประเทศแล้ว และกิจการที่ใช้ทรัพยากรแร่ธาตุที่มีค่าหรือหาได้ยากของจีน ประเภทของการลงทุนที่ต้องห้าม ได้แก่ การลงทุนที่จะเป็นภัยต่อความมั่นคงของจีน หรือส่งผลกระทบต่อสังคม และเป็นภัยต่อสาธารณประโยชน์ และการลงทุนที่ทำลายสิ่งแวดล้อม

#### ระบบการเงินการธนาคาร

เดิมจีนไม่มีกฎหมายการค้าเนื่องจากปิดประเทศมาเป็นเวลานาน จนเมื่อเดือนธันวาคม 2538 จีนเริ่มมีพระราชบัญญัติการพาณิชย์ และมีบรรทัดฐานการติดต่อกับธนาคารต่างชาติมากขึ้น ปัจจุบันกิจการต่างๆ ในจีนส่วนใหญ่ยังเป็นของรัฐวิสาหกิจอยู่ มีอยู่น้อยที่เอกชนเป็นเจ้าของ การติดต่อกับธนาคารและนักธุรกิจต่างชาติ ชาวจีนทำเองโดยตรงไม่ได้ เช่น การเปิด L/C และขอวงเงินสินเชื่อต่าง ๆ จะต้องได้รับอนุญาตจากรัฐบาลกลาง และเคลียร์เรื่องใบอนุญาตการค้าส่งออกและนำเข้าเสียก่อนทุกครั้ง

สำหรับนักลงทุนต่างชาติ การจะร่วมทุนกับจีนแบบ Joint Venture หรือลงทุนเอง 100% ก็ตาม ก็ต้องขออนุมัติกู้เงิน เปิด L/C และขออนุญาตชำระหนี้เงินกู้จากธนาคารซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ก่อนข้างมาก แต่จีนก็ได้จัดระบบ One-Stop-Service ไว้ที่กระทรวงการค้าต่างประเทศสำหรับนักลงทุน

ในส่วนของการขึ้นตอนการกู้เงินของจีน ธนาคารจะเปรียบเหมือนเป็นหน่วยงานกลางของรัฐ ปัจจุบันพนักงานธนาคารบางส่วนยังเป็นข้าราชการหรือทหารอยู่ด้วย ระบบการธนาคารของจีนจึงยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร มีขั้นตอนซับซ้อน โครงการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมจากแต่ละมณฑล จะได้รับความสะดวกในการเดินเรื่องในธนาคารมากกว่า เพราะผู้ว่าราชการมณฑลสามารถสั่งธนาคารท้องถิ่นได้ อย่างไรก็ตามหลังจากธนาคารพาณิชย์ของจีนเริ่มสังกัดกับธนาคารชาติจีน ในปี 2532 แล้ว มณฑลต่างๆ ก็เริ่มมีอำนาจสั่งการธนาคารได้น้อยลง

### ธุรกิจภาคการก่อสร้างในประเทศจีน

ธุรกิจภาคการก่อสร้างในประเทศจีนได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นอย่างมาก ทั้งที่เป็นของรัฐวิสาหกิจโดยรัฐเป็นผู้ดำเนินการ หรือสนับสนุนให้ต่างชาติเข้ามาลงทุน มีทั้งแบบลงทุนร้อยเปอร์เซ็นต์ และลงทุนร่วมกับจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองแถบชายฝั่งทะเลตะวันออก รัฐบาลมีนโยบายมุ่งพัฒนาให้เจริญก้าวหน้า ส่งเสริมให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งจะได้รับสิทธิพิเศษในการลงทุน การใช้ที่ดิน ปัจจุบันประเทศจีนมีเมืองที่ได้รับสิทธิพิเศษเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ได้แก่ เซินเจิ้น จูไห่ ชานไห่ เซี่ยเหมิน และไห่หนาน นอกจากนี้เขตเศรษฐกิจพิเศษแล้วยังมีเมืองที่รัฐบาลยกระดับให้เป็น มหานครอีก 4 มหานคร ได้แก่ ปักกิ่ง เทียนจิน เซี่ยงไฮ้ และฉงชิ่ง

ประเทศจีนมีนโยบายที่จะพัฒนาให้ประชากรมีคุณภาพชีวิตในด้านที่อยู่อาศัยที่ดีขึ้น จึงได้เริ่มกำหนดนโยบายที่ชัดเจนขึ้นในเรื่องการเป็นเจ้าของที่พักอาศัย โดยรัฐจะค่อย ๆ ยกเลิกการจัดที่พักอาศัยให้ จึงส่งผลต่อความต้องการในที่อยู่อาศัยสมัยใหม่ โดยเฉพาะการเติบโตของสังคมเมืองซึ่งมีลักษณะเศรษฐกิจแบบทุนนิยมกำลังอยู่ในระยะเริ่มต้น การเจริญเติบโตในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงเป็นไปได้อย่างรวดเร็วมาก โดยมีอัตราการเติบโตประมาณ 15 %

## อุตสาหกรรมกระเบื้องเซรามิกในประเทศไทย

### ลักษณะของสินค้าเซรามิก

กระเบื้องเซรามิกเป็นวัสดุสำหรับการตกแต่งอาคารสถานที่ ผลิตจากดินขาวผสมน้ำยา และเคลือบผิวหน้า ผ่านการเผาในอุณหภูมิประมาณ 1,000 องศาเซลเซียส เพื่อให้เกิดความแข็งแรงทนทาน แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มตามลักษณะการใช้งาน คือ

1. กระเบื้องเซรามิกปูพื้น (Floor Tile) เป็นกระเบื้องสำหรับปูพื้น ออกแบบมาสำหรับการรับน้ำหนักได้มาก และมีผิวกระเบื้องแข็งแรงแทนต่อแรงขูดขีด ส่วนใหญ่มีพื้นผิวเรียบและมีลวดลายไม่มาก โดยปกติกระเบื้องประเภทนี้ จะผ่านการเผา 1 ครั้งที่อุณหภูมิประมาณ 1,500 องศาเซลเซียส ซึ่งจะทำให้กระเบื้องมีความแข็งแรงทนทานเป็นพิเศษ และมีอัตราการดูดซึมน้ำต่ำ

2. กระเบื้องเซรามิกผนัง เป็นกระเบื้องที่ออกแบบมาสำหรับประดับผนังอาคาร สามารถยึดเกาะผนังได้ดี โดยจะมี Footing เพื่อช่วยในการยึดเกาะด้านหลังของแผ่นกระเบื้อง โดยจุดขายของกระเบื้องจะอยู่ที่ผิวเคลือบด้านหน้าซึ่งมีลวดลายสีสันต่างๆ เพื่อความสวยงาม อย่างไรก็ตาม สีเคลือบเนื้อกระเบื้องจะมีความแข็งแรงไม่เท่ากับกระเบื้องปูพื้น เพราะไม่จำเป็นต้องรับน้ำหนักมาก หรือรับแรงเสียดสีเท่ากระเบื้องปูพื้น ผิวหน้าของกระเบื้องมักมีลักษณะมันวาว อัตราการดูดซึมน้ำประมาณ 14-16% สูงกว่ากระเบื้องปูพื้น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องรับน้ำหนักองพื้นเหมือนกระเบื้องปูพื้น

กระบวนการผลิตกระเบื้องเซรามิก แบ่งออกได้เป็น 6 ขั้นตอน คือ

1. การเตรียมวัตถุดิบ อันได้แก่การเตรียมเนื้อดิน และการเตรียมน้ำยาเคลือบ
2. การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ (เป็นแผ่นตามขนาดที่ต้องการ)
3. การอบแห้ง
4. การเคลือบ (ผิวหน้า)
5. การเผา
6. การคัดเลือกและบรรจุหีบห่อ

การผลิตเซรามิกจะมีขั้นตอนที่สำคัญมากในช่วงของการเผาเซรามิก เนื่องจากความร้อนในการเผาจะส่งผลกระทบต่อสีและลวดลายบนผิวหน้า กับการยึดหดตัวของกระเบื้อง การควบคุมปริมาณความร้อนที่ไม่ระมัดระวังอาจทำให้กระเบื้องสีเพี้ยน หรือมีขนาดใหญ่เล็กไม่เท่ากันและมีการโก่งตัว ซึ่งจะส่งผลให้กระเบื้องไม่ได้มาตรฐาน ในแต่ละรุ่นของการผลิตจะมีกระเบื้องบางส่วนที่ไม่ได้มาตรฐานเช่น สีเพี้ยน หรือแผ่นหดตัว หรือกระเบื้องโก่งตัวบ้าง ซึ่งโดยรวมคุณสมบัติพื้นฐานด้านความแข็งแรงของกระเบื้องไม่เปลี่ยนแปลง ผู้ผลิตจะทำการคัดแยกกระเบื้องออกขายเป็นกระเบื้องเกรด B ซึ่งมีราคาที่ถูกกว่า

สินค้าทดแทน ที่จัดอยู่ในกลุ่มวัสดุตกแต่งพื้นอาคารเช่นเดียวกับเซรามิก ได้แก่ ไม้ปาร์เก้ หินอ่อน หินแกรนิต (สำหรับพื้น) ซึ่งเซรามิกจะมีจุดเด่นเหนือกว่าในด้านราคาถูก และมีความทนทานพอสมควร ส่วนวัสดุผนังนั้น ได้แก่ กระเบื้องแผ่นเรียบ ยิปซัมติดผนัง สีและกระดาษปิดผนัง (Wall Paper) ซึ่งมีความทนทานน้อยกว่าเซรามิก

#### ขนาดการผลิตกระเบื้องเซรามิกในประเทศจีน

อุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศจีน เป็นอุตสาหกรรมเซรามิกที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีกำลังการผลิตรวมกันประมาณ 900 ล้านตารางเมตรต่อปี (เทียบกับประเทศไทย ซึ่งมีกำลังการผลิตเพียง 75 ล้านตารางเมตร) ประเทศจีนมีผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิกจำนวนมากถึง 750 ราย แหล่งอุตสาหกรรมเซรามิกส่วนใหญ่อยู่ทางใต้ของประเทศ โดยเฉพาะในมณฑลแถบชายฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศ มีกำลังการผลิตรวมกันประมาณ 74 % ของกำลังการผลิตรวม (แผนที่หน้า 35)

#### ตลาดกระเบื้องเซรามิกในประเทศจีน

จากการคาดการณ์ของ State Administration of Building Material Industry ความต้องการกระเบื้องเซรามิกทั้งประเทศ มีขนาดประมาณ 400-500 ล้านตารางเมตร มีอัตราการขยายตัวประมาณ 10 % ตลาดหลักของสินค้ากระเบื้องเซรามิกก็อยู่ทางตอนใต้ของประเทศเช่นเดียวกัน ส่วนแถบตอนบนของประเทศ มีอัตราการใช้เซรามิกต่ำกว่าทางเขตตอนใต้ สาเหตุสำคัญเนื่องจากเขตตอนใต้ของประเทศเป็นเขตที่ได้รับการพัฒนาเศรษฐกิจมากกว่าทางตอนบน (โดยเฉพาะมณฑลกว่างตุง) โดยทางตอนใต้จะเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ประชากรจึงมีกำลังซื้อสูงกว่าและติดต่อกับ

กับต่างประเทศจึงมีสินค้าต่างประเทศเข้ามาแพร่หลายมากกว่า นอกจากนี้ การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ทำให้มีการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ซึ่งจะต้องใช้วัสดุก่อสร้างและตกแต่งจำนวนมาก ในขณะที่เขตตอนบนของประเทศ เป็นเขตที่เดิมอยู่ในการปกครองแบบคอมมิวนิสต์แท้ๆ ประชากรมีกำลังซื้อต่ำ และไม่ค่อยมีการลงทุนขนาดใหญ่จากภายนอก รวมทั้งระบบเศรษฐกิจและสังคมยังเป็นแบบปิด การใช้สินค้าส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยทันสมัยเหมือนทางตอนใต้

### พฤติกรรมผู้บริโภคกระเบื้องเซรามิกในประเทศจีน

ผู้บริโภคในปัจจุบันใช้กระเบื้องเซรามิกสำหรับปูในห้องครัว และห้องน้ำเท่านั้น ยังไม่นิยมการนำกระเบื้องเซรามิกมาใช้ปูพื้นที่อื่น ๆ ภายในบ้าน ยกเว้นงานโรงแรม อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า จะมีการนำกระเบื้องเซรามิกมาปูในพื้นที่อื่นๆ เช่น Public Area

สำหรับพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเบื้องเซรามิกในประเทศจีนอาจจะแบ่งตามประเภทของกระเบื้องเซรามิก ดังนี้

1. สัดส่วนการใช้กระเบื้องเซรามิกปูพื้น : กระเบื้องเซรามิกบุผนัง ประมาณ 75 : 25
2. สัดส่วนการใช้กระเบื้องเซรามิกบุผนังภายในอาคาร : กระเบื้องเซรามิกบุผนังภายนอกอาคาร ประมาณ 70 : 30
3. กระเบื้องปูพื้น ผู้บริโภคนิยมใช้ขนาด 400 x 400 mm., 450 x 450 mm. สำหรับกระเบื้องปูพื้นขนาด 300 x 300 mm. หรือขนาดที่เล็กกว่า ลูกค้านิยมเป็นสินค้าราคาถูก
4. กระเบื้องบุผนังภายในอาคาร ผู้บริโภคนิยมใช้ขนาด 200 x 250 mm., 200 x 300 mm., สำหรับกระเบื้องขนาดที่เล็กกว่า ลูกค้านิยมเป็นสินค้าราคาถูก
5. กระเบื้องบุผนังภายในอาคาร ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมลวดลายแบบหินอ่อน สีโทนอ่อน



### ลักษณะสำคัญของตลาดเซรามิกในประเทศจีน

เมื่อกล่าวถึงลักษณะของตลาดกระเบื้องเซรามิกในประเทศจีน จะต้องแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่มตามเขตพื้นที่ ได้แก่กลุ่มภาคเหนือ และกลุ่มภาคใต้ของประเทศ โดยกลุ่มลูกค้าในภาคเหนือ จะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อต่ำ และมักจะรับอิทธิพลในเรื่องของรูปแบบลวดลายต่าง ๆ จากกลุ่มลูกค้าในภาคใต้ ในขณะที่กลุ่มลูกค้าในภาคใต้ของประเทศ จะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายในแง่ของรูปแบบ และลวดลายสีสันทัน ซึ่งจะเป็นผู้นำในด้านแนวโน้ม (Trend) ของความนิยมให้แก่กลุ่มลูกค้าในภาคเหนือของประเทศ

อย่างไรก็ตาม ถ้าแบ่งลูกค้าในภาคเหนือของประเทศออกตาม กลุ่มเป้าหมายสำคัญๆ จะพบว่า กลุ่มเป้าหมายหลักของสินค้าเซรามิก ประกอบด้วย

1. ที่อยู่อาศัยระดับบน มีสัดส่วนรวมประมาณ 5-10% ของงานก่อสร้างทั้งหมด เป็นบ้านที่อยู่บริเวณชานเมือง และมีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี อย่างไรก็ตาม ประชากรกลุ่มนี้มีจำนวนน้อยกว่าประชากรที่เป็นผู้บริโภคในกลุ่มแรก การซื้อสินค้าของประชากรในกลุ่มนี้คือซื้อผ่านร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเมือง ซึ่งปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมักให้ความสำคัญกับรูปแบบลวดลายสีสันทันของกระเบื้อง โดยมีราคาเป็นปัจจัยรอง และมักได้รับอิทธิพลจากการให้ข้อมูล หรือการแนะนำของผู้ขาย พฤติกรรมผู้บริโภคที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนี้ คือ มีความนิยมในสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศว่ามีคุณภาพดีกว่าสินค้าในประเทศ

2. งานโครงการอื่น ๆ ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 20% ของงานก่อสร้างทั้งหมด กลุ่มเป้าหมายนี้เป็นงานโครงการของนักลงทุนจากต่างชาติ มีทั้งงานโครงการที่ลงทุน 100% และงานโครงการร่วมทุนกับจีน ผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อจะเป็นเจ้าของโครงการเป็นหลัก ปัจจัยการตัดสินใจซื้อของลูกค้ากลุ่มนี้ มักให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ราคา และชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์

3. ที่อยู่อาศัยระดับล่าง ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 70 % ของงานก่อสร้างทั้งหมด งานที่อยู่อาศัยระดับล่าง มักจะเป็นงานโครงการอาคารสำหรับอยู่อาศัย เช่น แฟลต หรือบ้านแถว ซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นงานโครงการของรัฐบาล สาเหตุเนื่องจากประชากรของภาคนี้ส่วนใหญ่มีฐานะยากจน และไม่ได้รับการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่สูงพอให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชนสำหรับงานโครงการเหล่านี้ ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ คือ ราคา และ

ผลประโยชน์ที่ผู้ตัดสินใจซื้อจะได้รับ เนื่องจากผู้ตัดสินใจซื้อจะได้แก่ตัวแทนของรัฐบาลผู้รับผิดชอบโครงการ ไม่ใช่ผู้บริโภคนั้นสุดท้าย (คือผู้อยู่อาศัย)

ช่องทางการจำหน่ายกระเบื้องเซรามิกในประเทศจีน

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าเซรามิกในประเทศจีน แบ่งออกได้เป็นหลายประเภท ดังนี้

1. ขายตรงจากโรงงาน ผู้บริโภคของประเทศจีนมักนิยมซื้อสินค้าตรงจากโรงงาน เพราะเข้าใจว่าการซื้อสินค้าตรงจากโรงงานจะได้ราคาที่ถูกที่สุด การขายตรงจากโรงงานแบ่งลักษณะการขายออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1.1 ขายปลีกตรงจากโรงงาน ไปยังผู้บริโภค

1.2 ขายตรงจากโรงงานไปยังหน่วยงานโครงการ

2. ขายตรงจากสำนักงานสาขา ลักษณะการขายเหมือนการขายตรงจากโรงงาน แต่เน้นการขายปลีกมากกว่าการขายเข้างานโครงการ เพราะผู้บริโภคเข้าใจว่าการซื้อสินค้าตรงจากสำนักงานสาขา จะได้ราคาที่ถูกกว่าร้านค้าปลีกหรือร้านค้าส่ง ทำหน้าที่เป็นผู้สต็อกสินค้าให้แก่ร้านค้าส่ง หรือร้านค้าปลีก การขายตรงจากสำนักงานสาขาแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 ขายปลีกตรงจากสำนักงานสาขาไปยังผู้บริโภค

2.2 ขายตรงจากสำนักงานสาขาไปยังหน่วยงานโครงการ

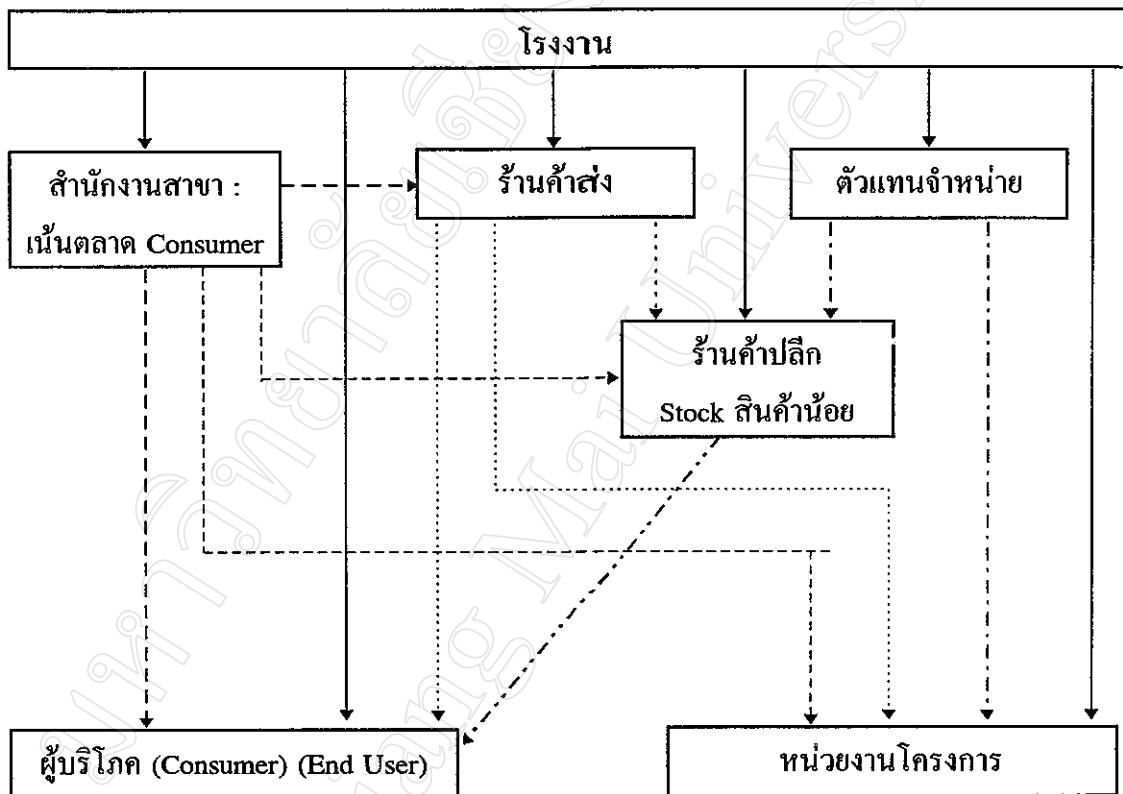
3. ขายผ่านร้านค้าปลีก ร้านค้าประเภทนี้เป็นร้านค้าที่มีสต็อกสินค้าจำนวนน้อย แต่การกระจายตัวของร้านค้าประเภทนี้จะมีจำนวนมาก ส่วนใหญ่จะอยู่รวมกันตามศูนย์จำหน่ายกระเบื้องเซรามิก ร้านค้าปลีกประเภทนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 ร้านค้าปลีกที่ได้รับการแต่งตั้งจากโรงงาน

3.2 ร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าส่ง

4. ขายผ่านร้านค้าส่ง เป็นร้านค้าที่ได้รับการแต่งตั้งจากโรงงาน ทำหน้าที่กระจายสินค้าไปยังผู้ค้าปลีก ทำหน้าที่เป็นผู้สต็อกสินค้า มีฐานะการเงินค่อนข้างดี ซึ่งจะขายสินค้าไปให้ร้านค้าปลีก หรือขายให้ผู้บริโภค หรือขายไปยังหน่วยงานโครงการ

5. ขายผ่านตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว เป็นร้านค้าที่ได้รับการแต่งตั้งให้รับผิดชอบการขายในเขตพื้นที่รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว ทำหน้าที่กระจายสินค้าไปยังผู้ค้าปลีก ทำหน้าที่เป็นผู้สต็อกสินค้า มีฐานะการเงินค่อนข้างดี จะขายสินค้าให้กับร้านค้าปลีก หรือขายให้ผู้บริโภค หรือขายไปยังหน่วยงานโครงการ โดยร้านค้าประเภทนี้จะได้รับสิทธิในการซื้อสินค้าโดยตรงจากโรงงานแต่เพียงผู้เดียวเท่านั้น



หมายเหตุ ผู้บริโภคเชื่อว่า การซื้อโดยตรงจากโรงงาน หรือสำนักงานสาขา จะได้สินค้าราคาถูกกว่า การซื้อผ่านพ่อค้าคนกลางต่าง ๆ

ภาพที่ 6 ช่องทางการจำหน่ายกระเบื้องเซรามิคในประเทศจีน

## ผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิกในประเทศจีน

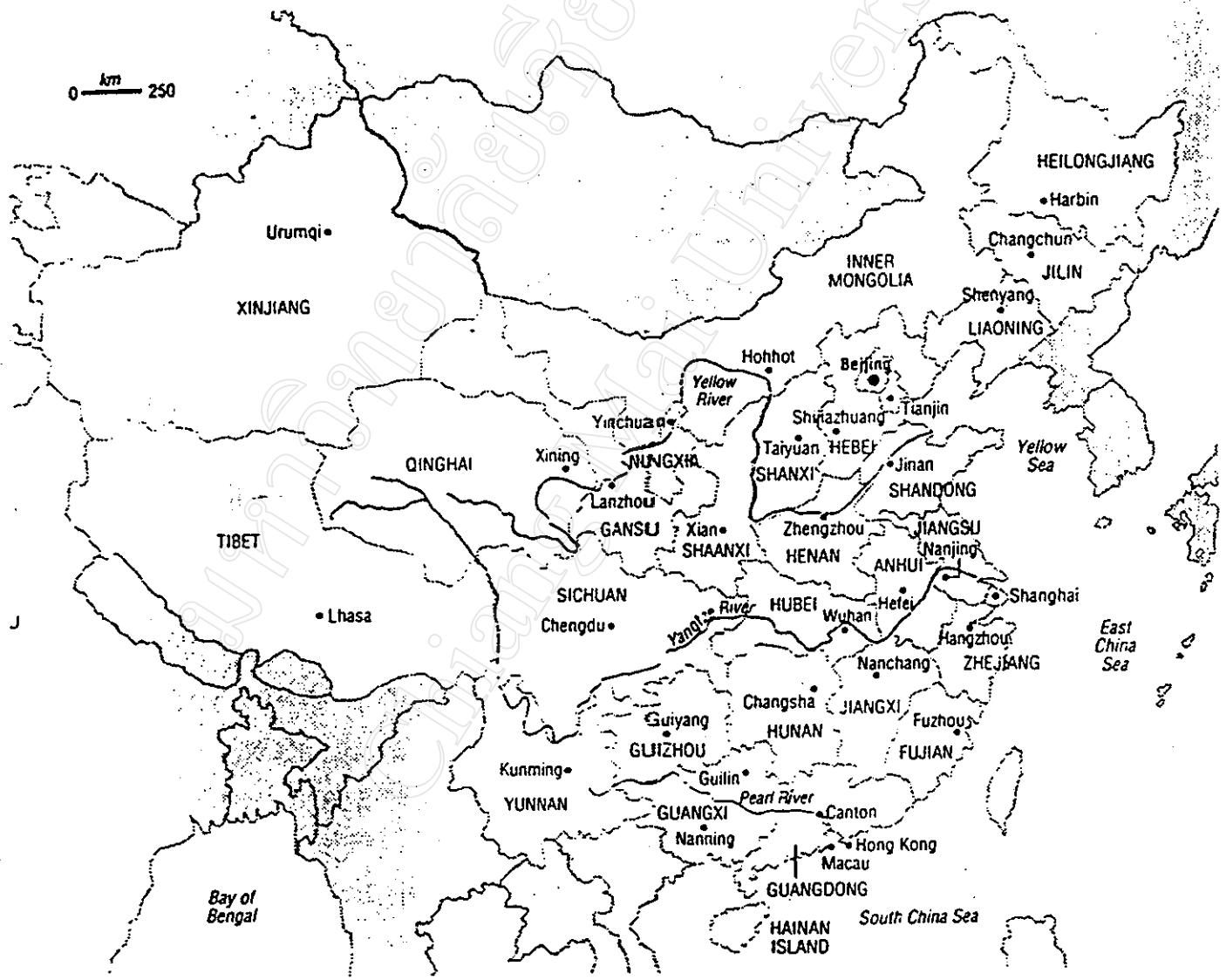
ผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิกในประเทศจีน มีจำนวนถึง 750 รายทั่วประเทศ โดยผู้ผลิตส่วนใหญ่จะอยู่ทางตอนใต้และเมืองแถบชายฝั่งทะเลของประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิกขนาดใหญ่ที่มีขนาดการผลิตมากกว่า 1 ล้านตารางเมตรต่อปีมีอยู่ไม่กี่ราย จึงได้รวบรวมข้อมูลของผู้ผลิตไว้จำนวน 5 ราย เป็นตัวอย่าง ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ สถานที่ตั้งโรงงาน กำลังการผลิต ราคาสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมทางการตลาด และระบบการขนส่งของผู้ผลิตตามตาราง “ผู้ผลิตกระเบื้องเซรามิก” ดังนี้

## CERAMIC MANUFACTURER

BRAND	ASA	EAGLE	DISMOND	ZHONG HUI	ROMA
สถานที่ตั้งโรงงาน	SHANG HAI	GUANG DONG	GUANG DONG	FU JIAN	ZHE JIANG
กำลังการผลิต					
WALL TILE (MILL.SQM)	3.5	13	7.5	2	2
FLOOR TILE (MILL.SQM)	1.5	7.8	15	-	-
FACING TILE (MILL.SQM)	-	5.2	7.5	-	-
TOTAL	5	26	30	2	2
ราคา	97-132	50-129	42-190	86-96	72-118
ช่องทางการจัดจำหน่าย	○	○	○	○	○
แต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย	○	○	○	○	○
เปิดร้านค้าของตนเอง	○	○	○	○	○
ขายตรงถึงงานโครงการ	○	○	○	○	○
กิจกรรมทางการตลาด					
ร่วมงาน EXHIBITION	○	○	○	○	○
โฆษณา TVC	○				
โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	○	○	○		
LOGISTIC					
มี WARE HOUSE ในแต่ละเมือง	○	○	○	○	○
ขนส่งโดยรถไฟ	○	○	○	○	○
ขนส่งโดยรถยนต์	○	○	○	○	○

จากตารางที่ได้แสดงไว้ข้างต้น จะเห็นว่าผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าในระดับที่ใกล้เคียงกัน (เทียบจากราคาขาย) จะขายกระเบื้องเซรามิคระหว่างราคา 42-190 หยวน/ตารางเมตร มีช่องทางการจำหน่ายทั้งผ่านตัวกลาง และขายตรงจากโรงงาน เน้นการสร้าง Brand Awareness โดยการร่วมงาน Exhibition หรือผ่านการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และTVC บ้าง ส่วนการขนส่งสินค้านั้น ผู้ผลิตใช้การขนส่งทั้งรถยนต์ และรถไฟ

ข้อมูลที่ได้กล่าวมาแล้วเกี่ยวกับอุตสาหกรรมกระเบื้องเซรามิคในประเทศจีน จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมเซรามิคในประเทศจีนปัจจุบัน มีกำลังการผลิตมากกว่าความต้องการตลาด (Over Supply) ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งในเรื่องคุณภาพสินค้า ราคาสินค้า การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะการบริหารช่องทางการจำหน่าย ผู้ผลิตเน้นการขายตรงเข้างาน โครงการ และขายปลีกไปยังผู้บริโภค รวมทั้งผู้ผลิตต่างแย่งชิงตัวกลางที่มีศักยภาพในการช่วยผลักดันการขายสินค้า



ภาพที่ 7 แผนที่ประเทศจีน