

อุตสาหกรรมเซรามิกของไทย มีแนวโน้มทางการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่ปี 2518 โดยได้เปลี่ยนฐานะจากประเทศผู้นำเข้ากลายเป็นประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญประเทศหนึ่งในปัจจุบัน การที่อุตสาหกรรมเซรามิกของไทยขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากนโยบายคุ้มครองอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศของรัฐบาล โดยการตั้งกำแพงภาษี และการควบคุมการนำเข้าผลิตภัณฑ์เซรามิก นอกจากนี้รัฐบาลยังให้การส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการผลิตเพื่อการส่งออกด้วย

การส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด จากมูลค่า 968.2 ล้านบาท ในปี 2530 เพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 3,651.1 ล้านบาท ในปี 2533 และในปี 2534 ที่ผ่านมามีภาวะการส่งออกผลิตภัณฑ์

สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 36.2 รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น ร้อยละ 8.2 ออสเตรเลีย ร้อยละ 7.6 เกาหลีใต้ ร้อยละ 5.9 และประเทศฮ่องกง ร้อยละ 5.8

ในปี 2535 คาดว่าผลิตภัณฑ์เซรามิกส่งออก คิดเป็นมูลค่าประมาณ 5,540 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว ร้อยละ 28.9

การส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกที่สำคัญของไทยในปี 2535 แยกเป็นประเภทต่างๆ ที่สำคัญได้แก่ 1. กระเบื้องปูพื้น-บุผนัง และโมเสก คาดว่าในปี 2535 มีการส่งออก 1,200 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2534 ร้อยละ 36.8 เนื่องจากประเทศผู้ผลิตกระเบื้องรายใหญ่ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี และได้หวัน ประสบปัญหาด้านวัตถุดิบ และต้นทุนการผลิตสูงขึ้น นอกจากนี้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศเหล่านี้ ก็ขยับตัวสูงขึ้น ทำให้โรงงานหลายแห่งต้องปิดกิจการ และหันมำนำเข้าจากไทยแทน ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เยอรมนี



เซรามิกยังคงแจ่มใส มูลค่าการส่งออกสูงถึง 4,296.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2533 ร้อยละ 17.7 ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่มีมูลค่าการส่งออกที่สำคัญได้แก่ ด้วย ซาม ร้อยละ 34.2 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ของชำร่วย และเครื่องประดับ ร้อยละ 26.2 กระเบื้องปูพื้น ปัดผนังและโมเสก ร้อยละ 20.4 เครื่องสุขภัณฑ์ ร้อยละ 18.3 และตุ๊กตด้วยไฟฟ้า ร้อยละ 0.87

และเนเธอร์แลนด์ 2. เครื่องสุขภัณฑ์ คาดว่าในปี 2535 จะมีมูลค่าการส่งออกถึง 1,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2534 ร้อยละ 27.5 เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น ประกอบกับราคาค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง ทำให้การส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี ฮ่องกง สวีเดน 3. ด้วย จาน ซาม

2,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2534 ร้อยละ 36.1 ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา อิตาลี เบลเยียม และออสเตรเลีย

4. ลูกถ้วยไฟฟ้า คาดว่าในปี 2535 จะมีมูลค่า

ต่ำกว่า มีรอยตำหนิ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

3. ราคาเชื้อเพลิง ซึ่งได้แก่ ก๊าซ LPG ยังมีราคาสูงอยู่



การส่งออกถึง 40 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2534 ร้อยละ 7.0 ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย และลาว

5. ของชำร่วย และเครื่องประดับ คาดว่าในปี 2535 จะมีมูลค่าการส่งออกถึง 1,300 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2534 ร้อยละ 15.4 ประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย

สภาพตลาดโดยทั่วไปโดยเฉพาะความต้องการทั้งตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ จะอยู่ในภาวะที่แจ่มใส แต่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเซรามิกก็ยังมีปัญหาในด้านการผลิต ซึ่งควรจะเร่งดำเนินการแก้ไข เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต และเกื้อหนุนให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตต่อไปอย่างมีเสถียรภาพ ปัญหาที่สำคัญคือ

1. ปัญหาในด้านแร่ที่นำมาทำเป็นวัตถุดิบ มีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ส่งผลเสียต่อคุณภาพ และปริมาณของวัตถุดิบที่ได้ ประกอบกับราคาวัตถุดิบขาดมาตรฐานการควบคุม ทำให้ราคาเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เป็นปัญหาแก่ผู้ผลิตในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์

2. เทคโนโลยีในการผลิตไม่ทันสมัยเท่าที่ควร ทำให้ขั้นตอนการผลิตมีปัญหา

4. ค่าใช้จ่าย ในการขนส่งสินค้าจากโรงงานที่ผลิตไปยังท่าเรือส่งออกมีราคาสูง

5. ด้านแรงงาน มีขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูเพาะปลูก และเก็บเกี่ยวพืชผลทางเกษตร ประกอบกับแรงงานยังขาดทักษะด้านการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์

### แนวทางแก้ไข

1. ควรมีการกำหนดมาตรฐาน และคุณภาพของแร่ที่ใช้ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพแน่นอน

2. ควรมีการปรับปรุงเทคโนโลยีในการผลิต เพื่อก่อให้เกิดการสูญเสีย ในกระบวนการผลิตน้อยที่สุด

3. ควรสนับสนุนความร่วมมือระหว่างรัฐ กับเอกชน ในการพัฒนาบุคลากรทางด้านอุตสาหกรรมเซรามิกให้มากขึ้น

สรุป ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเซรามิก ในปี 2535 มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องมาจากปี 2534 ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านแหล่งวัตถุดิบซึ่งมีอยู่ในประเทศเป็นส่วนใหญ่ และความได้เปรียบทางด้านแรงงาน กอปรกับทางรัฐบาลได้มีนโยบายการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ซึ่งจะเป็นผลดีอย่างมากต่ออุตสาหกรรม





เซรามิก ซึ่งเป็น 1 ใน 15 ของสินค้าอุตสาหกรรมที่ได้รับการลดอัตราภาษีอย่างเร่งด่วนของกรมศุลกากร จากอัตราภาษีร้อยละ 60 ลดลงเหลือร้อยละ 20 ภายใน 5-8 ปี นับจากปี 2536 จะช่วยให้ผู้ผลิตเซรามิกสามารถขยายฐานตลาดส่งออกได้กว้างขวางขึ้น หลังจากที่ไม่มีทางส่งออกกลุ่มสินค้าหมวดเซรามิกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน ยกเว้นประเทศสิงคโปร์ มาเป็นเวลากว่า 10 ปี เนื่องจากกลุ่มประเทศดังกล่าวมีการตั้งกำแพงภาษีการนำเข้าในอัตราที่สูงมาก

นโยบายการผลิตให้ก้าวหน้าต่อไป การเปิดตลาดอาเซียนนับเป็นโอกาสทองอันหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมเซรามิกของไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศจำนวนมาก และเป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ทางการลงทุนที่สนใจยิ่งอุตสาหกรรมหนึ่ง

**หากไทยสามารถปรับปรุงแก้ไข  
ปัญหาต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยี**

ปี	กระเบื้องปูพื้น	เครื่องสุขภัณฑ์	ด้วย งาน ชาม	ถูกด้วยไฟฟ้า	ของชำร่วยและรวมผลิตภัณฑ์	บุคหนังและไม้สัก	เครื่องประดับ
2530	671.6 (69.4)	139.1 (14.4)	77.8 8.0	—	79.5 8.2	968.2 (100)	
2531	897.1 (44.5)	285.3 (14.2)	588.6 (29.2)	21.0 (1.0)	223.0 (11.1)	2,015.0 (100)	
2532	1,177.1 (38.2)	405.5 (13.2)	990.9 (32.2)	14.3 (0.4)	493.0 (16.0)	3,080.8 (100)	
2533	1,002.8 (27.5)	499.0 (13.7)	1,258.5 (34.4)	76.9 (2.1)	813.9 (22.3)	3,651.1 (100)	
2534	877.4 (20.4)	754.8 (18.3)	1,409.9 (34.2)	37.4 (0.9)	1,126.9 (26.2)	4,296.4 (100)	
* 2535	1,200.0 (21.6)	1,000.0 (18.1)	2,000.0 (36.1)	40.0 (0.7)	1,300.0 (23.5)	5,540.0 (100)	

ตัวเลขใน ( ) คิดเป็นร้อยละของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกทั้งหมด

\* หน่วยงาน