

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเซรามิก เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย และภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริม เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อุตสาหกรรมเซรามิกยังเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจไทยอย่างยาวนาน เนื่องจากในกระบวนการผลิตจะใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ และมีการจ้างแรงงานเป็นจำนวนมาก จึงเป็นอุตสาหกรรมที่กระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่น อุตสาหกรรมเซรามิกไทยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่ภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดลำปาง ที่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมนี้ เนื่องจากมีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากร คือ ดิน หิน และแร่ ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเซรามิก ปัจจุบันโรงงานเซรามิกในจังหวัดลำปาง มีประมาณ 200 โรงงาน และมีโรงงานขนาดเล็กแบบครอบครัวอีกไม่ต่ำกว่า 100 โรงงาน และกว่าครึ่งของโรงงานขนาดใหญ่มีความสามารถในการนำสินค้าของตนส่งออกไปยังต่างประเทศได้ ทำให้มีการจ้างงานรวมประมาณ 9,000 คน และมีมูลค่าการผลิตมากกว่า 3,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งในปัจจุบันจังหวัดลำปางเป็นที่รู้จักทั่วไปโดยทั่วกันว่าเมืองแห่งเซรามิก ส่งผลให้มีการตั้งโรงงานเพื่อผลิตเซรามิก และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก แต่เดิมเป็นเพียงอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการในประเทศและทดแทนการนำเข้า ปัจจุบันผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกไทย ทั้งทางด้านการพัฒนาการกระจายสินค้า คุณภาพ และรูปแบบของสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และมีมาตรฐานระดับสากล จนเป็นหนึ่งในผู้ผลิตที่สำคัญในภูมิภาคเอเชีย (ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2554)

อุตสาหกรรมเซรามิกเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับประเทศด้วยการส่งออกสินค้า ซึ่งมีการส่งออกกว่า 38,461.87 ล้านบาท โดยผลิตภัณฑ์เซรามิกที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ

เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในครัวและบ้านเป็นสินค้าออกลำดับที่ 53 ในปี พ.ศ. 2553 (ตารางที่ 1.1) อุตสาหกรรมเซรามิก สามารถจำแนกได้ 2 ประเภท คือ Traditional Ceramics และ New Ceramics โดยอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมชนิด Traditional Ceramics เกือบทั้งหมด ในส่วนของผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมเซรามิก มี 5 ประเภทหลัก (ตารางที่ 1.2) ได้แก่

1. กระเบื้องปูพื้น บุผนัง และ โคมเสก
2. เครื่องสุขภัณฑ์
3. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในครัวและบ้านเรือน
4. ของชำร่วยและเครื่องประดับ
5. ลูกถ้วยไฟฟ้า

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทยปี 2551- 2553

ลำดับ	รายการ	มูลค่า : ล้านบาท		
		ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	605,314.0	545,468.9	596,677.7
2	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	513,154.2	378,348.9	561,108.8
3	อัญมณีและเครื่องประดับ	274,093.1	333,700.5	366,818.3
4	แผงวงจรไฟฟ้า	237,972.6	219,508.7	255,322.1
5	ยางพารา	223,628.2	146,188.2	249,262.5
6	น้ำมันสำเร็จรูป	295,798.0	214,175.9	245,996.2
7	ผลิตภัณฑ์ยาง	149,894.9	152,799.5	203,428.1
8	เม็ดพลาสติก	181,158.7	151,978.8	200,326.0
9	เคมีภัณฑ์	141,693.8	152,208.9	182,464.7
10	ข้าว	203,219.1	172,207.7	168,193.1
11	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	139,367.2	113,336.6	154,486.1
12	เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	176,877.0	169,054.6	147,698.3
13	เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่น ๆ	123,852.4	113,834.8	141,536.2
14	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	109,024.3	128,923.9	126,692.4
15	เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	105,908.5	103,665.3	107,742.0
53	เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในครัวและบ้าน	24,044.6	20,655.6	23,385.5

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกเซรามิกของไทยแยกตาม 5 ประเภทหลักปี 2550-2553

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)			
	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
กระเบื้องปูพื้น บุผนังและโมเสค	3,736.62	4,178.65	4,165.21	3,974.73
เครื่องสุขภัณฑ์	4,896.02	4,585.69	3,428.89	3,699.72
ลูกถ้วยไฟฟ้า	808.08	879.94	793.51	1,040.90
ของชำร่วยและเครื่องประดับ	1,190.45	997.97	789.72	708.77
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารในครัวและบ้านเรือน	23,591.67	24,044.62	20,655.55	23,385.46
รวม 5 ประเภท	34,222.84	34,686.87	29,832.88	32,810.39
ผลิตภัณฑ์เซรามิกอื่น ๆ	13,823.34	15,217.31	5,164.39	5,651.48
รวมทั้งหมด	48,046.18	49,904.18	34,997.27	38,461.87

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

จากตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกเซรามิกของไทย 5 ประเภทหลัก ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2553 เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า ปี 2553 มีมูลค่าส่งออก 32,810.39 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่าลดลง 1,412.45 ล้านบาท และเมื่อรวมกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ แล้ว พบว่าปี 2553 มีมูลค่า 38,461.187 ล้านบาท โดยมีมูลค่าลดลงจากปี พ.ศ. 2550 เป็นจำนวน 9,5843.31 ล้านบาท ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุดคือ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร รองลงมา คือ เครื่องสุขภัณฑ์ กระเบื้องปูพื้น บุผนังและโมเสค ของชำร่วยและเครื่องประดับ ลูกถ้วยไฟฟ้า ตามลำดับ

ตารางที่ 1.3 ตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิก 10 อันดับแรกของไทย ปี 2550 – 2553

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท			
	ปี 2550	ปี 2551	ปี 2552	ปี 2553
1. ญี่ปุ่น	12,299.24	13,336.46	3,402.75	3,718.57
2. สหรัฐอเมริกา	3,834.01	3,268.71	2,718.62	2,548.76
3. ลาว	533.55	698.12	849.59	900.93
4. จีน	352.09	421.59	519.10	763.84
5. มาเลเซีย	547.59	604.04	580.54	616.52
6. ออสเตรเลีย	803.79	978.62	731.23	765.93
7. พม่า	245.61	271.99	379.99	460.49
8. ฟิลิปปินส์	302.65	420.21	328.96	418.16
9. เยอรมัน	367.70	391.85	335.81	330.49
10. อินโดนีเซีย	270.43	212.35	198.65	327.64
รวมทุกประเทศ	24,454.51	25,859.57	14,341.70	15,075.60

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

จากตารางที่ 1.3 เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกรวมทุกประเทศในปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่า 15,075.60 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2550 มีมูลค่าที่ลดลงเป็นจำนวน 9,378.91 ล้านบาท โดยตลาดส่งออกที่ส่งออกมากที่สุดคือ ญี่ปุ่น รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา ลาว จีน มาเลเซีย ออสเตรเลีย พม่า ฟิลิปปินส์ เยอรมัน และอินโดนีเซีย ตามลำดับ

ดังนั้น การทราบถึงผลกระทบของอุตสาหกรรมเซรามิกที่มีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยย่อมเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิก เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิก รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมเซรามิกที่มีต่อการการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงโครงสร้างของการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทย
2. ทำให้ทราบถึงผลกระทบของอุตสาหกรรมเซรามิกที่มีต่อการการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย
3. ทำให้ผู้ผลิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกำหนดการวางแผนพัฒนาการผลิตให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้จำกัดขอบเขต ดังนี้

1. ในการศึกษาสภาพทั่วไปด้านการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทย โดยศึกษาข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิจากการรวบรวมเอกสารการรายงานการศึกษา บทความ ผลงานวิจัย และข้อมูลทางด้านสถิติจากหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมเซรามิกที่มีต่อการการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยทำการวิเคราะห์มูลค่าการส่งออกเซรามิก โดยเปรียบเทียบกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจประเทศไทย โดยอาศัยข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – 2553

1.5 นิยามศัพท์

เซรามิก หมายถึง ผลิตภัณฑ์หล่ออะนินทรีย์ที่คงตัว หลังจากขึ้นรูปให้เป็นรูปทรงแล้วเผาที่อุณหภูมิสูง

อุตสาหกรรมเซรามิก หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นจากการนำสารอนินทรีย์พวกดิน หิน แร่ มาใช้เป็นวัตถุดิบ ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยการให้ความร้อน

ขนาดโรงงาน ได้จัดลำดับออกเป็น 5 กลุ่ม ตามเงินทุนของปีที่จดทะเบียนโรงงานและขนาดของเตาเผาเซรามิกที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากขนาดการผลิตของปีที่จดทะเบียนกับปีปัจจุบันจะไม่เท่ากันและเป็นไปตามสภาพเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงได้นำเกณฑ์ทั้ง 2 อย่างมาพิจารณาต้องจัดลำดับออกเป็น 5 กลุ่ม ซึ่งทำให้การกระจายของข้อมูลใกล้เคียงความสมมาตรที่สุดดังนี้

- ขนาดย่อม (Micro) มูลค่าธุรกิจ 10,000 บาท – 200,000 บาท
- ขนาดเล็ก (Small) มากกว่า 200,000 บาท – 1,000,000 บาท
- ขนาดกลาง (Medium) มากกว่า 1,000,000 บาท – 5,000,000 บาท
- ขนาดใหญ่ (Large) มากกว่า 5,000,000 บาท – 50,000,000 บาท
- ขนาดใหญ่มาก (Extra Large) มากกว่า 50,000,000 บาท ขึ้นไป

1.6 องค์ประกอบการศึกษา

องค์ประกอบของการศึกษาจะแบ่งการศึกษาออกเป็น 5 บท ดังต่อไปนี้

บทที่ 1 บทนำ ครอบคลุมที่มาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ขอบเขตของการศึกษา นิยามศัพท์ และองค์ประกอบของการศึกษา

บทที่ 2 ระเบียบวิธีการวิจัย ครอบคลุมกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 อุตสาหกรรมเซรามิกของประเทศไทย ประกอบด้วย ภาวะอุตสาหกรรมเซรามิกโลก ความเป็นมาของอุตสาหกรรมเซรามิกไทย กระบวนการผลิต ภาวะการผลิตภัณฑ์เซรามิกของประเทศไทย นโยบายของรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 4 ผลการศึกษา ประกอบด้วย ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Unit Root Test) ผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพในระยะยาว (Cointegration) ผลการวิเคราะห์การปรับตัวเชิงดุลยภาพในระยะสั้น (Error Correction Model: ECM) และผลการวิเคราะห์ความเป็นเหตุเป็นผลตามวิธี Granger Causality

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ประกอบด้วยสรุปผลการศึกษา ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษากครั้งต่อไป

