

# ความต้องการถ้วยชาม และแนวโน้มการแข่งขัน

คุณหญิง สุขยิ่ง

นักวิจัยฝ่ายวิจัยบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ถ้วยชามเซรามิก เป็นผลิตภัณฑ์เซรามิกชนิดแรกที่มีการผลิตขึ้นใช้เองภายในประเทศ กล่าวคือ ได้มีการผลิตมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยแล้ว แต่ลักษณะการผลิตในสมัยแรกเป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน การผลิตถ้วยชามเซรามิกในลักษณะที่เป็นอุตสาหกรรมเพิ่งจะเริ่มขึ้นเมื่อรัฐบาลได้ตั้งสำนักงานส่งเสริมการลงทุนในปี พ.ศ. 2502 และได้จัดให้อุตสาหกรรมเซรามิกเป็นอุตสาหกรรมที่อยู่ในข่ายการให้การส่งเสริม หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2504 จึงได้มีผู้ผลิตเครื่องถ้วยชามเซรามิกที่ได้รับการส่งเสริมเปิดดำเนินการเป็นรายแรกคือ บริษัทอุตสาหกรรมเสถียรภาพ จำกัด

การผลิตเครื่องถ้วยชามมีการพัฒนาขึ้นตามลำดับจนกระทั่งเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก และกลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญชนิดหนึ่งซึ่งสามารถสร้างเงินตราต่างประเทศได้ปีละนับพันล้านบาท และในปี พ.ศ. 2533 กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ร่วมกับผู้อยู่ในวงการก็ยังได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นเป็น 1,300 ล้านบาท

ตลาดถ้วยชามจะประกอบด้วยตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้รูปแบบและความต้องการถ้วยชามในแต่ละตลาดจะแตกต่างกันไปตามรสนิยมและระดับรายได้ของประชากร นอกจากนี้รสนิยมในแต่ละประเทศ แต่ละท้องถิ่นยังแตกต่างกัน แม้ว่าจะอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันก็ตาม ดังนั้นการจะให้สินค้าของตนขายได้ดีจึงต้องผลิตตามความนิยมของตลาด มิใช่ผลิตตามความชอบของตัวเอง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคำกล่าวดังกล่าวจะฟังดูง่าย ๆ ไม่มีอะไร แต่การจะรู้ว่าคนซื้อชอบแบบไหนมิใช่

ของง่าย ในที่นี้ผู้เขียนจึงได้รวบรวมรายงานการศึกษาต่างๆ เกี่ยวกับความต้องการของตลาดประกอบกับประสบการณ์ที่ผู้เขียนได้พบเห็น เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาวางแผนกลยุทธ์ของผู้ผลิตและผู้ส่งออก ซึ่งผู้เขียนหวังว่าบทความนี้จะมีประโยชน์แก่ผู้ที่อยู่ในวงการบ้าง

## ตลาดถ้วยชามอยู่ที่ไหน ?

ผู้ใช้ถ้วยชามเซรามิกรายใหญ่ของโลกก็คงเหมือนกับสินค้าประเภทอื่นๆ กล่าวคือประเทศที่มีการนำเข้าถ้วยชามเซรามิกมากที่สุดคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในแถบยุโรป ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย

ในปี พ.ศ. 2530 ประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ของโลกได้มีการนำเข้าถ้วยชามเซรามิกรวมมูลค่า 2,009.25 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ทั้งนี้ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุดมีการนำเข้า 683.50 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 34.0 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดของโลก รองลงมาได้แก่ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ได้แก่ เยอรมันตะวันตก อิตาลี และฝรั่งเศส โดยในประเทศทั้งสามมีการนำเข้าคิดเป็นมูลค่า 165.89, 157.06 และ 131.67 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ หรือเทียบเป็นสัดส่วนการนำเข้าทั้งหมดของโลกคิดเป็นร้อยละ 8.3, 7.8 และ 6.6 ตามลำดับ นอกจากนี้ก็มีผู้นำเข้ารายใหญ่ลำดับรองลงมาได้แก่ ฮองกง แคนาดา เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ สวีเดน เบลเยียม - ลักแซมเบิร์ก และญี่ปุ่น ตามลำดับ ทั้งนี้โดยมีมูลค่าการนำเข้าและสัดส่วนการนำเข้าดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประเทศผู้นำเข้าถ้วยชามเซรามิกรายใหญ่ของโลกในปี พ.ศ. 2530

ประเทศผู้นำเข้า	มูลค่าการนำเข้า (ล้าน US\$)	สัดส่วนการนำเข้า (%)
สหรัฐอเมริกา	683.50	34.0
เยอรมันตะวันตก	165.89	8.3
อิตาลี	157.06	7.8
ฝรั่งเศส	131.67	6.6
ฮ่องกง	115.18	5.7
แคนาดา	98.47	4.9
เนเธอร์แลนด์	84.05	4.2
อังกฤษ	83.02	4.1
สวีเดน	61.10	3.1
เบลเยียม - ลักเซมเบิร์ก	59.82	3.0
ญี่ปุ่น	42.99	2.1
อื่น ๆ	326.50	16.2
<b>รวม</b>	<b>2,009.25</b>	<b>100.0</b>

เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้นำเข้ารายใหญ่ของโลกหลาย ๆ ราย ก็เป็นผู้ผลิตถ้วยชามเซรามิกรายใหญ่และมีชื่อเสียง แต่ การที่ประเทศเหล่านี้ต้องมีการนำเข้าในมูลค่าที่สูงติดอันดับ เช่นนี้ก็เพราะถ้วยชามเซรามิกมีหลายระดับ ผู้ผลิตรายใหญ่ ของโลก เช่น เยอรมันตะวันตก อิตาลี และอังกฤษ เป็น ผู้ผลิตถ้วยชามเซรามิกที่มีคุณภาพสูงราคาแพง ในขณะที่เดียวกันก็จำเป็นต้องนำเข้าถ้วยชามเซรามิกคุณภาพปานกลาง และคุณภาพต่ำมาใช้ในประเทศ ทั้งนี้เพราะอัตราค่าจ้าง แรงงานในประเทศเหล่านี้สูงมาก การผลิตสินค้าคุณภาพ ต่ำซึ่งมีมูลค่าเพิ่มน้อยจึงไม่คุ้ม และไม่สามารถแข่งขันกับ

ประเทศกำลังพัฒนาได้ จึงเป็นช่องทางที่เราอาจจะเข้าไป แข่งขันในตลาดส่วนนี้ได้

### เขาใช้เครื่องถ้วยชามกันอย่างไร

การใช้เครื่องถ้วยชามส่วนใหญ่จะใช้เป็นชุด ซึ่งอาจ แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ตามลักษณะการใช้สอยและ เลือกชื่อของผู้บริโภค คือ

1. ประเภท **Dinner Set** มีแบบชุดละ 12 คน 9 คน และ 6 คน ทั้งนี้ในแต่ละชุดจะประกอบด้วยจาน ชนิดต่าง ๆ ดังนี้

ประกอบด้วย	12 คน	9 คน	6 คน
	43 ชิ้น	33 ชิ้น	23 ชิ้น
จานรวม (Dish)	2	2	2
จานซूप (Soup Plate)	12	9	6
จานอาหาร (Dinner Plate)	12	9	6
จานหวาน (Dessert Plate)	12	9	6
จานซอส (Source Boat)	2	2	1
จานอเนกประสงค์ (Open Dish)	1	1	1
จานเนื้อ (Meat Dish)	2	1	1

2. ประเภท Tea - Breakfast Set มีแบบชุดละ 12 คน, 9 คน และ 6 คน โดยแต่ละชุดมีส่วนประกอบดังนี้

ประกอบด้วย	12 คน 32 ชิ้น	9 คน 25 ชิ้น	6 คน 19 ชิ้น
กาน้ำชา	1	1	1
โถน้ำตาล	1	1	1
โถนม	1	1	1
ถ้วยชา/จานรอง	12	9	6
จานขนมปัง (Bread Plate)	1	1	1
จานเนย (Butter Dish)	2	1	1
จานรวม	2	2	2
จานอาหาร (Breakfast Plate)	12	9	6

3. ประเภท Complete Set เป็นการผสมระหว่าง Dinner Set และ Tea Set แต่ไม่มีจานขนมปัง และ Breakfast Plate มีจำนวนชิ้น 63 ชิ้น, 48 ชิ้น และ 35 ชิ้น สำหรับ 12 คน, 9 คน และ 6 คน ตามลำดับ

4. ประเภท Separate Set/Piece เป็นเครื่องถ้วยชามชนิดอื่น ๆ ซึ่งใช้สำหรับประกอบหรือทดแทนเครื่องถ้วยชาม 3 ประเภทข้างต้น ถ้วยชามประเภทนี้ได้แก่ ถ้วยใส่ไข่ (Egg Cup/Stand) ถ้วยซूप (Soup Cup) ชามสลัด โถแยม และ Cake Set ซึ่งประกอบด้วย จานเค้กใหญ่ 1 ใบ และจานแบ่งตามจำนวนคน เป็นต้น

### ผลิตอย่างไรจึงจะถูกใจผู้ซื้อ ?

การผลิตถ้วยชามให้ถูกใจผู้ซื้อนอกจากจะต้องผลิตเป็นชุดตามที่คุณต้องการแล้ว สีล้นและรูปแบบของถ้วยชาม ตลอดจนเนื้อของผลิตภัณฑ์ก็มีความสำคัญเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ตลาดสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญแก่รูปแบบและราคามากกว่าคุณภาพของเนื้อเซรามิค ส่วนตลาดญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญแก่คุณภาพของเนื้อผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมาก และต้องคำนึงถึงประโยชน์ของการใช้งานด้วย

สำหรับตลาดยุโรปนั้น เนื่องจากเป็นประเทศที่มีอารยธรรมเก่าแก่และเป็นแหล่งผลิตเซรามิคอยู่แล้ว ในตลาดนี้จึงให้ความสำคัญแก่เนื้อเซรามิคค่อนข้างมาก ถ้วยชาม

ที่นิยมใช้ก็จะนิยมใช้เป็นชุด ๆ แต่สีล้นและลวดลายในแต่ละประเทศจะนิยมแตกต่างกัน เช่น ตลาดเยอรมันจะนิยมถ้วยชามที่มีลักษณะแข็งแรงทนทาน ลวดลายมีหลายสีล้น แต่จะนิยมสีขิม ๆ เช่น สีแดงอมน้ำตาล สีน้ำตาล ตลาดฝรั่งเศสจะนิยมถ้วยชามที่มีรูปร่างแบบบางกว่า สีล้นจะสดใสกว่า เช่น สีส้ม เป็นต้น ตลาดเนเธอร์แลนด์ก็จะแตกต่างไปอีกแบบ รูปแบบที่นิยมยังคงนิยมแบบเรียบง่าย มีลวดลายสีล้นเพียงสีเดียว สีที่นิยม เช่น สีน้ำเงิน สีเขียว เป็นต้น ในขณะที่ตลาดสวีเดนจะนิยมสีขาวล้วน ๆ หรือสีอ่อน ๆ เป็นต้น

### แนวโน้มการแข่งขันในตลาดยุโรป

การแข่งขันในตลาดยุโรปมีแนวโน้มจะทวีความรุนแรงมากขึ้น เมื่อประเทศเยอรมันซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องถ้วยชามรายใหญ่รายหนึ่งจะมีการรวมตัวกันระหว่างเยอรมันตะวันออกและเยอรมันตะวันตก เยอรมันตะวันตกนั้นมีเทคโนโลยีการผลิตที่ดีกว่า แต่มีปัญหาทางด้านอัตราค่าจ้างแรงงานสูง ส่วนเยอรมันตะวันออกนั้นมีแรงงานมาก แต่เทคนิคการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดยังไม่ดี การรวมตัวของประเทศทั้งสองอาจทำให้เกิดการเลือกเฟ้นในสิ่งที่ดีของทั้งสองฝ่ายขึ้น นอกจากนั้นการที่เยอรมันเป็นประเทศในกลุ่มยุโรปด้วยกันจึงย่อมจะรู้จักและเข้าใจความต้องการของชาวยุโรปด้วยกันได้ดีกว่า อีกทั้งยังได้เปรียบทางด้าน

ค่าขนส่งและได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าในการค้ากับกลุ่ม  
ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ทำให้ได้เปรียบคู่แข่งซึ่งเป็น  
ประเทศนอกกลุ่มตลาดประชาคมเศรษฐกิจยุโรปรวมทั้ง  
ประเทศไทยด้วย และการที่อัตราค่าจ้างแรงงานในประเทศ  
ไทยปรับตัวสูงขึ้นก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ทำให้ผู้ผลิตไทย  
สูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative

Advantage) ที่เคยมีอยู่

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนก็ยังคาดว่าด้วยความสามารถ  
ของผู้ผลิตและผู้ส่งออกชาวไทยที่มีอยู่คงจะสามารถแข่งขัน  
กับตลาดโลกได้ เพียงแต่ต้องใช้กลยุทธ์ในการแข่งขัน  
มากขึ้น