

ผลิตภัณฑ์เซรามิก

Ceramic Products



ผู้เขียนหลัก : อัญชลี ห่วงทอง

ผู้เขียนร่วม : พิมพ์ใจ มะลิตทอง

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

อุตสาหกรรมเซรามิก เป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเป็นอุตสาหกรรมที่เก่าแก่ที่สุดของไทย มีหลักฐานค้นพบแหล่งผลิตเซรามิกในสมัยสุโขทัย ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมเซรามิกใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นหลัก ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิต มีการจ้างงานจำนวนมากในกระบวนการผลิต และโรงงานส่วนใหญ่ตั้งในพื้นที่ต่างจังหวัด จึงเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยผลิตภัณฑ์ที่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน อาทิ เครื่องสุขภัณฑ์ กระเบื้องปูพื้นหรือบุผนังเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ลูกถ้วยไฟฟ้า เป็นต้น

แนวโน้มอุตสาหกรรม

ประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพการนำเข้าสูง ความต้องการสินค้านำเข้าเป็นสินค้าประเภทเดียวกันกับที่ไทยส่งออกหลายรายการ แต่ไทยมีการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าเหล่านั้นในระดับปานกลาง กลุ่มประเทศเหล่านี้สามารถพัฒนาให้เป็นการค้าอยู่ในระดับสูงได้ โดยไทยควรมุ่งทำการตลาดเชิงรุก หากมีอุปสรรคทางการค้าควรเร่งเจรจาแก้ไขปัญหาและอุปสรรค เพื่อขยายส่วนแบ่งตลาดหรือหากเจรจากราคา เพื่อให้ไทยมีแต้มต่อหรือได้รับประโยชน์มากขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไทยควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก โดยส่วนใหญ่เป็นประเทศในยุโรปเหนือหรือสแกนดิเนเวีย (นอร์เวย์ เดนมาร์ก สวีเดน ฟินแลนด์) โดยประเทศที่กล่าวมาล้วนเป็นประเทศที่ประชาชนมีรายได้ต่อหัวสูง

ซึ่งในปัจจุบันยังมีการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกจากแบบดั้งเดิม (Traditional Ceramics) เป็นอุตสาหกรรมเซรามิกแบบสมัยใหม่ (New Ceramics/Advanced Ceramics) อาทิ การใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตสำหรับคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครื่องยนต์ เป็นต้น

กลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิก 2 ประเภท

1. เซรามิกแบบดั้งเดิม (Traditional ceramics)

เป็นการผลิตสินค้าจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ดินดำ ดินขาว ดินแดง หินฟันม้า ทราย หินปูน หินผุควอตซ์ และแร่อื่น ๆ มีคุณสมบัติด้านการทนความร้อน ไม่เป็นสนิม เป็นฉนวนไฟฟ้า แต่จะเปราะและแตกแตกง่าย โดยตัวอย่างผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบดั้งเดิม ได้แก่ ถ้วย จานชาม สุขภัณฑ์ ลูกถ้วยไฟฟ้า กระเบื้องปูพื้นและบุผนัง อิฐก่อสร้าง โถง กระຈกและแก้ว ปูนซีเมนต์ ยิปซั่ม ปูนปลาสเตอร์ เป็นต้น

2. เซรามิกสมัยใหม่ (Fine ceramics/ new ceramics/ advanced ceramics)

คือเซรามิกที่ต้องใช้วัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการมาแล้วเพื่อให้มีความบริสุทธิ์สูงได้รับการควบคุมองค์ประกอบทางเคมีและโครงสร้างจุลภาค (microstructure) อย่างแม่นยำ โดยเซรามิกสมัยใหม่อาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ เซรามิกสำหรับงานโครงสร้างอิเล็กทรอนิกส์ เซรามิกสำหรับงานทางด้านการแพทย์

2.1 เซรามิกสำหรับงานโครงสร้าง (Structural ceramics) เป็นกลุ่มเซรามิกที่ใช้ในงานในเครื่องกลที่มีสถานะความดันและทนต่ออุณหภูมิสูง ทนต่อการสึกหรอและการกัดกร่อนได้ดีทนต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิอย่างฉับพลันได้ดี เป็นฉนวนความร้อน เช่น ซิลิคอนคาร์ไบด์ (silicon carbide, SiC) สำหรับใช้ทำวัสดุหัวพ่นไฟ (Burner) ชิ้นส่วนเครื่องยนต์ เช่น ปลอกนำวาล์ว (valve guide) และซีลที่ทนแรงดันสูง (Mechanical seal) สำหรับใช้ทำชิ้นส่วนเครื่องยนต์กลไก เช่น ลูกปืน (bearing ball) วาล์ว (valve) เบรคสำหรับรถยนต์ (Exotic car)

2.2 อิเล็กโทรเซรามิก (Electroceramics) อิเล็กโทรเซรามิกมีมากมายหลายชนิด และมีสมบัติด้านต่าง ๆ ได้แก่ ไฟฟ้า แม่เหล็ก แสง และความร้อน เป็นต้น

2.3 เซรามิกสำหรับงานทางด้านการแพทย์เป็นการผลิตอุปกรณ์ เช่น กระจกเทียม ฟันปลอม ข้อต่อเทียม จากวัสดุไฮดรอกซีอะพาไทต์ซึ่งทำมาจากกระดูกวัวกระดูกควายที่ผ่านการเผาเพื่อไล่สารอินทรีย์ภายในและนำมาขึ้นรูปเป็นชิ้นกระดูกและนำไปเผาอีกครั้งหนึ่ง

อุตสาหกรรมเซรามิกไทย

อุตสาหกรรมเซรามิกของไทยเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบดั้งเดิม เช่น เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร กระเบื้องเซรามิก เครื่องสุขภัณฑ์และของประดับตกแต่งซึ่งจากสถิติ ในปี 2020 มีโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการโรงงานผลิตภัณฑ์เครื่องกระเบื้องเคลือบ เครื่องปั้นดินเผาหรือเครื่องดินเผาเซรามิกจำนวน 321 โรงงานมีการจ้างงานประมาณ 39,618 คนต่อปีมีปริมาณการผลิตกระเบื้อง จำนวน 127.25 ล้านตารางเมตร และมีปริมาณการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ 6.93 ล้านชิ้น

รายชื่อบริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกรายสำคัญของไทย (เรียงจากทุนจดทะเบียน)

- บริษัท เอสซีจี เซรามิกส์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท เซรามิกอุตสาหกรรมไทย จำกัด
- บริษัท ไทย-เยอรมัน เซรามิก อินดัสทรี จำกัด (มหาชน)
- บริษัท เดอะ สยาม เซรามิก กรุ๊ป อินดัสทรีส์ จำกัด
- บริษัท ไตนาสตี เซรามิก จำกัด (มหาชน)
- บริษัท สหโมเสคอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)
- บริษัท โสสุโก้ เซรามิก จำกัด

ตัวอย่างของการใช้ประโยชน์จากอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การสร้างเครื่องมือทางการแพทย์ เพื่อตรวจวัดการทำงานของหัวใจ เครื่องมือตรวจวัดความดันโลหิต และเครื่องมืออัลตราซาวด์ การประยุกต์ใช้เพื่อผลิตคลื่นโซนาร์ในการประมง และการประยุกต์ใช้ในเทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีอวกาศ เป็นต้น

การนำเข้าสินค้า

ในปี 2021 ไทยมีการนำเข้าสินค้าเซรามิกมูลค่า 103.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแหล่งนำเข้าหลักของไทย ได้แก่ จีน อินเดีย ญี่ปุ่น เวียดนาม และสหรัฐฯ มีมูลค่าการนำเข้า 71.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 9.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 6.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 1.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยมีผลิตภัณฑ์เซรามิกนำเข้าหลักของไทยในปี 2021 ได้แก่ เครื่องสุขภัณฑ์ ลูกถ้วยไฟฟ้า และกระเบื้องปูพื้น ปิดผนัง มีมูลค่าการนำเข้า 50.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 16.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 15.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ดังแผนภาพ 1

แผนภาพที่ 1 ข้อมูลการนำเข้าของไทยในกลุ่มสินค้าเซรามิก ลำดับตามมูลค่าปี 2021

ข้อมูลการนำเข้าของไทยในกลุ่มสินค้าเซรามิก ลำดับตามมูลค่าปี 2564
(พิกัด 6907.40.91, 6907.23.94, 6910.10.00, 6910.90.00, 6911.10.00, 8546.20.90)

	การนำเข้า (ดอลลาร์สหรัฐ)				
	2562	2563	2564	สัดส่วนปี 2564	อัตราการเติบโต ปี 64/63
World	85,336,125	86,369,115	103,937,357	100.00%	20.34%
China	55,400,174	55,587,326	71,179,834	68.48%	28.05%
India	5,440,047	8,197,167	11,996,551	11.54%	46.35%
Japan	6,676,733	10,867,209	9,579,604	9.22%	-11.85%
Vietnam	11,375,798	6,638,188	6,637,988	6.39%	0.00%
United States	691,801	983,881	1,447,273	1.39%	47.10%
France	306,055	516,051	836,018	0.80%	62.00%
Indonesia	1,764,103	453,612	493,150	0.47%	8.72%
Italy	403,904	674,212	414,418	0.40%	-38.53%
Thailand	865,245	366,390	196,995	0.19%	-46.23%
Turkey	205,707	171,877	159,581	0.15%	-7.15%
ประเทศอื่นๆ	2,206,558	1,913,202	995,945	0.96%	-47.94%

ที่มา: ข้อมูลจาก Global Trade Atlas (2021)

การส่งออกสินค้า

ในปี 2021 การส่งออกสินค้าเซรามิกของไทยมีมูลค่าประมาณ 266.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยตลาดส่งออกหลักของไทย ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน เดนมาร์ก และกัมพูชา มีมูลค่าส่งออก 110.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 58.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 45.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 22.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 15.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยมีผลิตภัณฑ์เซรามิกส่งออกหลักของไทยในปี 2021 ได้แก่ เครื่องสุขภัณฑ์ ถ้วยชาม และลูกถ้วยไฟฟ้า (ฉนวนไฟฟ้า) มีมูลค่าการส่งออก 217 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ

ปัญหาในอุตสาหกรรมเซรามิกในไทย

แม้ว่าไทยจะสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิกไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการและแรงงานในประเทศตลอดมา จากการเปลี่ยนแปลงของโลก พบว่ามีปัจจัยหลายด้านที่มีผลกระทบต่อภาคการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิกไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบต่อวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้เป็นอย่างมาก ทั้งในด้านกระบวนการผลิตที่ยังมีประสิทธิภาพต่ำ และมีความสูญเสียในขั้นตอนการผลิตที่สูง ข้อจำกัดในการควบคุมโครงสร้างการผลิต ทำให้มีปัญหาในการแข่งขันกับสินค้าจากประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะสินค้าจากจีน ซึ่งมีข้อได้เปรียบทั้งในด้านวัตถุดิบ ราคา และมีกำลังการผลิตเซรามิกที่ใหญ่ที่สุดในโลก สามารถผลิตสินค้าได้หลายมาตรฐาน หลายรูปแบบ หลายระดับราคา ตลอดจนการแข่งขันกับประเทศในสหภาพยุโรป เช่น สเปน อิตาลี และเยอรมนี ในตลาดพรีเมียมซึ่งมีความได้เปรียบในด้านเทคโนโลยีการผลิตระดับสูงและการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับแนวหน้าของโลก ดังแผนภาพที่ 2

แผนภาพที่ 2 ข้อมูลการส่งออกของไทยในกลุ่มสินค้าเซรามิก ลำดับตามมูลค่าปี 2021

ข้อมูลการส่งออกของไทยในกลุ่มสินค้าเซรามิก ลำดับตามมูลค่าปี 2564
(พิกัด 6907.40.91, 6907.23.94, 6910.10.00, 6910.90.00, 6911.10.00, 8546.20.90)

	การส่งออก (ดอลลาร์สหรัฐ)			สัดส่วนการส่งออกปี 2564	อัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกปี 64/63
	2562	2563	2564		
โลก	303,822,453	290,357,586	359,851,391	100.00%	23.93%
สหรัฐอเมริกา	64,000,914	73,134,131	110,428,980	30.69%	51.00%
จีน	52,025,684	46,503,340	58,248,668	16.19%	25.26%
ญี่ปุ่น	45,446,457	48,315,797	45,896,549	12.75%	-5.01%
เดนมาร์ก	19,874,505	17,475,592	22,932,702	6.37%	31.23%
กัมพูชา	15,895,150	16,367,655	15,937,338	4.43%	-2.63%
เยอรมนี	8,643,294	11,742,448	10,080,568	2.80%	-14.15%
เมียนมา	10,159,475	9,453,416	9,869,987	2.74%	4.41%
ฮ่องกง	5,382,128	6,432,871	8,814,108	2.45%	37.02%
ฟิลิปปินส์	8,610,402	4,935,884	7,551,185	2.10%	52.99%
มาเลเซีย	4,246,944	4,274,337	6,254,138	1.74%	46.32%
ประเทศอื่นๆ	69,537,500	51,722,115	63,837,168	17.74%	23.42%

ที่มา: ข้อมูลจาก Global Trade Atlas (2021)

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก

พิกัด	รายละเอียดสินค้า	ตัวอย่างสินค้า / พิกัดศุลกากร
2844.10	ยูเรเนียมธรรมชาติและสารประกอบ ของยูเรเนียม ธรรมชาติ รวมทั้งโลหะ เจือ ดิสเพอร์ซัน (รวมถึงเซอร์เมต) ผลิตภัณฑ์เซรามิกและของผสม ซึ่งมี ยูเรเนียมธรรมชาติหรือสารประกอบ ของยูเรเนียมธรรมชาติ	ผลิตภัณฑ์เซรามิกและของผสม ซึ่งมี ยูเรเนียมที่มี U 235 เพิ่มขึ้น พลูโต เนียม หรือสารประกอบของผลิตภัณฑ์ เหล่านี้ (2844.20)
9405.99.50	อื่น ๆ ทำด้วยเซรามิกหรือโลหะ	ทำด้วยเซรามิก (8536.70.10)

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

- มอก. 485-2542 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดินขาวสำหรับอุตสาหกรรมดินเผา กระถาง
อุตสาหกรรม, 2542
- มอก. 564-2546 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาชนะเซรามิกที่ใช้กับอาหาร : พอร์ชเลน
กระถางอุตสาหกรรม, 2546
- มอก. 601-5546 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาชนะเซรามิกที่ใช้กับอาหาร : เออร์เทนแวร์
กระถางอุตสาหกรรม, 2546
- มอก. 602-2546 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาชนะเซรามิกที่ใช้กับอาหาร : สโตนแวร์
กระถางอุตสาหกรรม, 2546

การจำแนกพิกัดในกลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก

ตารางที่ 2 การจำแนกพิกัดในกลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก

พิกัด	รายละเอียดสินค้า
6907.40.91	กระเบื้องปูพื้นเปิดผนังไม่ได้เคลือบ
6907.23.94	กระเบื้องปูพื้นเปิดผนังเคลือบแล้ว
6910.10.00	เครื่องสุขภัณฑ์ชนิดเนื้อละเอียด
6910.90.00	เครื่องสุขภัณฑ์ ชนิดอื่น ๆ
6911.10.00	ถ้วยชาม
8546.20.90	ลูกถ้วยไฟฟ้า (ฉนวนไฟฟ้า)

ผลจากแนวโน้มของอุตสาหกรรมของโลกที่จะพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมอนาคตมากขึ้น คาดว่าจะได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมอนาคตในรูปแบบชิ้นส่วนหรือในด้านอื่น ๆ มากขึ้นตามไปด้วย จึงเป็นโอกาสหรือช่องทางสำหรับผู้ผลิตที่มีศักยภาพที่จะปรับตัวจากการผลิตเซรามิกแบบดั้งเดิมมาสู่การผลิตเซรามิกสมัยใหม่ หรือเป็นโอกาสสำหรับผู้ผลิตรายใหม่ที่จะเข้าสู่ภาคการผลิตเซรามิกสมัยใหม่ เพื่อรองรับการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมอนาคต ทั้งนี้ในการปรับตัวของผู้ผลิตรายเดิมหรือการเข้าสู่ภาคการผลิตของผู้ผลิตรายใหม่ จำเป็นต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้และปัจจัยแวดล้อมเพื่อยกระดับการผลิตเซรามิกสมัยใหม่ให้สามารถรองรับการผลิตของอุตสาหกรรมอนาคตได้

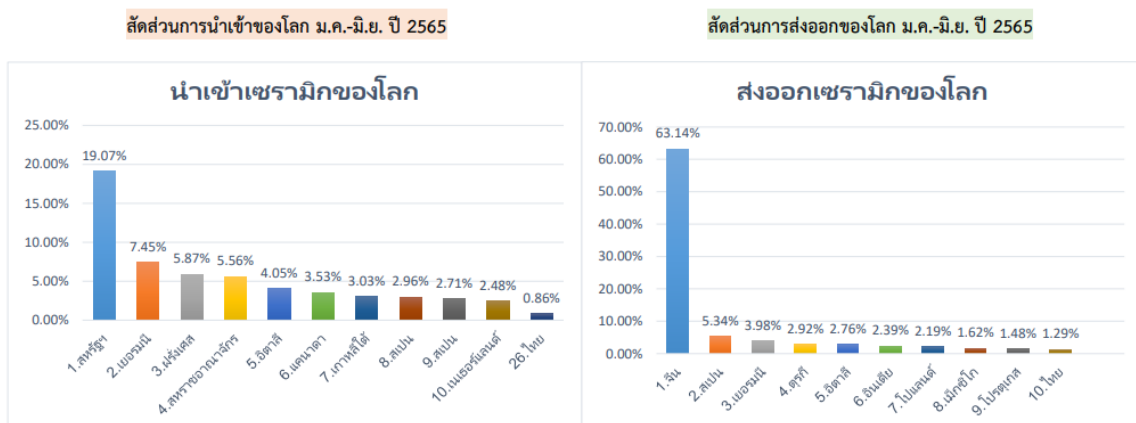
คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

การค้าเซรามิกของโลกมีมูลค่า (ส่งออกและนำเข้า) ทั้งหมด 19,499.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 219.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.14 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยแบ่งเป็น

การนำเข้า มีมูลค่า 6,618.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยผู้นำเข้าเซรามิกที่สำคัญของโลก 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 19.07 2) เยอรมนี คิดเป็นร้อยละ 7.45 3) ฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 5.87 4) สหราชอาณาจักร คิดเป็นร้อยละ 5.56 และ 5) อิตาลี คิดเป็นร้อยละ 4.05 ส่วนไทยมีการนำเข้าเป็นลำดับที่ 26 คิดเป็นร้อยละ 0.86

การส่งออก มีมูลค่า 12,880.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยผู้ส่งออกเซรามิกที่สำคัญของโลก 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) จีน คิดเป็นร้อยละ 63.14 2) สเปน คิดเป็นร้อยละ 5.34 3) เยอรมนี คิดเป็นร้อยละ 3.98 4) ตุรกี คิดเป็นร้อยละ 2.92 5) อิตาลี คิดเป็นร้อยละ 2.76 ส่วนไทยมีการนำเข้าเป็นลำดับที่ 10 คิดเป็นร้อยละ 1.29 ดังแผนภาพที่ 3

แผนภาพที่ 3 สัดส่วนการนำเข้า-ส่งออก



กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน รายงานสถานการณ์ตลาดสินค้าเครื่องใช้เซรามิก ซึ่งใช้ตกแต่งบนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว และของใช้ในบ้าน ในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์ อันได้แก่ เดนมาร์ก สวีเดน ฟินแลนด์ และไอซ์แลนด์ ซึ่งพบว่าสถานการณ์ของผู้ซื้อกลุ่มนี้มีความต้องการนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นและในปีที่ผ่านมาผู้นำเข้ากลุ่มนี้ ยังมีการนำเข้าสินค้าประเภทเหล่านี้จากไทยเป็น อันดับ 2 หรือเป็นรองเพียงแต่การนำเข้าจากจีนเท่านั้น

ทั้งนี้ทางด้านรสนิยมของผู้บริโภคในกลุ่มประเทศนอร์ดิกส์นั้น จะนิยมสินค้าเซรามิกตกแต่งที่มีลวดลายออกแบบเรียบง่ายและดูทันสมัย ทั้งยังถูก จัดให้อยู่ในกลุ่มสินค้าแฟชั่นที่มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา และในหนึ่งปีสินค้ายังมีการออกคอลเลคชั่นออกมาให้ซื้อได้ถึง 2 ฤดูกาล คือ Spring / Summer Collection และ Autumn / Winter Collection เพื่อให้การตกแต่งบ้านดูทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ซึ่ง ณ ขณะนี้ โอกาสทางธุรกิจของผู้ส่งออกไทย ถือว่าเปิดกว้างมากที่จะแข่งเป็นอันดับ 1 ในการทำตลาดส่งออกสินค้าดังกล่าว สาเหตุเพราะจีนกำลัง ประสบปัญหาการตอบโต้ทุ่มตลาดจากสหภาพยุโรป รวมถึงตลาดนอร์ดิกส์ยังเป็นตลาดเล็ก ช่องทางการจำหน่ายจึงมีไม่มาก เช่น ร้านค้าขายส่งและห้างสรรพสินค้า ไม่เพียงเท่านั้น การมี Profile ส่งออกไปนอร์ดิกส์ ยังสามารถใช้เป็นบันไดเพื่อก้าวไปสู่กลุ่มผู้นำเข้าประเทศอื่น ๆ ในยุโรปได้ เนื่องจากตลาดนอร์ดิกส์ขึ้นชื่อว่ามีรสนิยมดีในการเลือกใช้สินค้า (อ้างอิงจาก สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน)

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

การนำเข้าสินค้าหัตถกรรมในเดนมาร์กนั้นสามารถทำได้หลายช่องทาง โดยช่องทางการนำเข้าที่สำคัญ คือ การนำเข้าผ่านผู้นำเข้าคลัง (Importing wholesalers) และผู้นำเข้าร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Bigger retailing groups) การนำเข้าผ่านเอเยนต์ไม่ค่อยมีในตลาดนี้ ซึ่งสถานที่จำหน่ายสินค้ากลุ่มนี้มีหลากหลาย และสามารถหาชมได้ตามร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าของที่ระลึก โดยความคุ้มค่าของเงินเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้บริโภคเมื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ เป็นต้น

ตารางที่ 3 จุดเด่นและจุดด้อยช่องทางการซื้อขายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก

ช่องทาง	จุดเด่น	จุดด้อย
บริษัท Peter Justesen (ซึ่งเป็นบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าปลอดภาษีให้สถานทูตและองค์การระหว่างประเทศที่ใหญ่ที่สุด)	ผลิตภัณฑ์เซรามิกจากเดนมาร์ก มีชื่อเสียงอย่างมากในเรื่องของคุณภาพและความทนทาน และความละเอียดในด้านการผลิตและตรวจสอบเรื่องคุณภาพอย่างเคร่งครัด ซึ่งผลิตภัณฑ์เซรามิกจากเดนมาร์กนั้น ถือเป็นมาตรฐานสูงสุดในการใช้ในร้านอาหารและโรงแรมระดับสูงทั่วโลก	เซรามิกจากเดนมาร์ก มักมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์เซรามิกจากประเทศอื่นๆ ซึ่งอาจทำให้ไม่คุ้มค่าสำหรับธุรกิจหรือผู้บริโภคที่มีงบประมาณจำกัด
	โรงงานผลิตเซรามิกในเดนมาร์ก มักมีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาให้มีนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น การใช้เทคโนโลยีในการควบคุมกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของผลิตภัณฑ์	การขนส่งสินค้าเซรามิกจากเดนมาร์กไปยังตลาดที่ไกลกว่า อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อสินค้า ดังนั้นอาจทำให้มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่สูงกว่าปกติ
	เดนมาร์กได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพราะโรงงานผลิตเซรามิกบางแห่งได้ใช้แหล่งพลังงานทดแทนและกระบวนการผลิตที่มีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	ตลาดเซรามิกนั้นมีการแข่งขันระดับโลก ซึ่งในตลาดเซรามิกต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าเพิ่มหรือนวัตกรรมเพื่อที่จะต้านการแข่งขันจากผู้ผลิตอื่น
	เดนมาร์ก เป็นผู้ส่งออกเซรามิกที่มีชื่อเสียง เพราะสินค้าเซรามิกจากเดนมาร์ก มีตลาดส่งออกที่กว้างขวางทั่วโลก เช่น อาหารและเครื่องระดับสูง ร้านอาหาร และโรงแรมในต่างประเทศ	

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

งานแสดงสินค้านานาชาติที่น่าสนใจในไทยและเดนมาร์ก ตัวอย่างเช่น



ที่มา : <http://www.formland.com/>

Formland: Nordic Design Community
มีกำหนดการจัดงานในช่วงระหว่างเดือน มกราคม – กุมภาพันธ์ ณ ศูนย์การแสดงสินค้า MCH (Messecenter Heming Kongrescenter) เมือง Herning



ที่มา : <http://www.northmodern.com/>

งานแสดงสินค้า **North Modern 2015** ในช่วงเดือน มกราคม 2558 ณ ศูนย์การแสดงสินค้า Bella Center กรุงโคเปนเฮเกน



ที่มา : <https://www.thaigoodwill.com>

งานแสดงสินค้าของขวัญ ของใช้ และของตกแต่งบ้าน Bangkok International Gift & Bangkok International Houseware Fair (BIG+BIH) ในประเทศไทย

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
I.C LAUVRING A/S.	https://www.lauvring.dk
DYMAK A/S.	https://dymak.dk
TINE K HOME A/S.	https://www.tinekhome.com
SOSTRENE GRENES IMPORT A/S.	https://sostrenegrene.com
RYSLINGE KRUKKE MARKED	https://krukke-marked.dk
FERM LIVING ApS.	https://fermliving.com
SOCIETY OF LIFESTYLE ApS.	https://www.societyoflifestyle.com
MULD PLUS GULD	https://www.muldplusguld.dk
DOAN POTTERS LTD.	http://doanpotters.com
2HAVE A/S.	https://2have.dk
KUHR'S A/S.	http://www.kuhrs.dk
FARMSHOP ENNGAARDEN	https://farmshopenggaarden.dk
CHRISTIAN BRUUN CPH	https://christianbruun.com
SCAN-POT ApS.	https://scanpot.dk

ที่มา : Trade Atlas (2023)

หน่วยงานติดต่อที่สำคัญ

- CPH Made ศูนย์รวมเครื่องหัตถกรรมที่ผลิตในกรุงโคเปนเฮเกน <http://cphmade.org>
- Danish Arts Foundation องค์กรสนับสนุนศิลปะทั้งในและต่างประเทศ
<http://www.kunst.dk/english/danish-arts-foundation> และ <http://www.craftscollection.dk/>
- Danish Arts and Crafts Association <http://www.danskekunsthaandvaerkere.dk>

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ในการเข้าสู่ตลาดเดนมาร์กมีปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างถูกต้องคือ การเลือกช่องทางขนส่ง และการศึกษาเกี่ยวกับระเบียบ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เซรามิก ดังนี้

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก สำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกการส่งทางเรือโดยตู้สินค้าธรรมดา เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนมากและกันสินค้าได้รับความกระทบกระเทือน เป็นต้น อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทางนั้น ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่ผู้นำเข้าต้องการ

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

ขั้นตอนส่งออกที่สำคัญคือการเตรียมเอกสารให้พร้อมสำหรับการส่งออกสินค้า โดยเอกสารที่ต้องเตรียมจะเป็นเอกสารขั้นพื้นฐานในการส่งออกไปจนถึงเอกสารเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่เป็นเอกสารที่ต้องเตรียมเพื่อให้สามารถขายสินค้าหรือส่งสินค้าไปยังประเทศปลายทางได้นอกจากนี้อาจเป็นเอกสารที่ผู้นำเข้าต้องการขอเพิ่มเติม เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าโดยใช้หน่วยงานทางการรับรองโดยอิสระและเอกสารที่ผู้ประกอบการควรมีดังนี้

1. มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิกของประเทศไทย

เอกสารประกอบการนำเข้าสินค้าภาชนะเซรามิกจากประเทศไทยไปยังประเทศเดนมาร์ก ได้แก่

- ใบขนสินค้าศุลกากร (Customs Declaration Form) เป็นเอกสารที่ใช้ในการแจ้งรายละเอียดของสินค้าที่จะนำเข้าไปยังศุลกากร เอกสารนี้ต้องระบุข้อมูลต่างๆ เช่น ชื่อสินค้า ปริมาณ มูลค่า เป็นต้น
- ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) เป็นเอกสารที่แสดงว่าสินค้านั้นผลิตขึ้นในประเทศใด ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้ามีความสำคัญในการขอสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) 1378-2551 ภาชนะเซรามิกสำหรับบรรจุอาหาร
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) 1453-2557 ภาชนะบรรจุอาหารจากวัสดุธรรมชาติ

2. มาตรการทางการค้าทางภาษีและที่มิใช่ภาษี

มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับภาษีนำเข้า

อัตรากำหนดนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับภาชนะเซรามิก ขึ้นอยู่กับประเภทของภาชนะเซรามิก เช่น
 ภาชนะเซรามิกที่ใช้ในครัวเรือน : อัตรากำหนดนำเข้าอยู่ที่ร้อยละ 2.5 และภาษีมูลค่าเพิ่มอยู่ที่ร้อยละ 25
 ภาชนะเซรามิกสำหรับตกแต่ง : อัตรากำหนดนำเข้าอยู่ที่ร้อยละ 5 และภาษีมูลค่าเพิ่มอยู่ที่ร้อยละ 25

ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบอัตรากำหนดนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับภาชนะเซรามิกได้จากเว็บไซต์ของ Danish Customs and Tax Administration (SKAT)

มาตรการนำเข้าของประเทศเดนมาร์ก

ผู้ประกอบการ SME ไทยที่ต้องการนำเข้าสินค้าไปขายยังประเทศเดนมาร์กจะต้อง ลงทะเบียนเข้าระบบ NEMLOG แม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้ตัวแทนศุลกากร (ผู้จัดส่ง/ผู้ขนส่ง) เพื่อจัดทำใบขนสินค้านำเข้า แต่หากผู้ประกอบการลงทะเบียนด้วยตนเองก็จะมีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลและสอบถามข้อมูลในระบบ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถติดตามและพิมพ์ใบขนสินค้านำเข้าของผู้ประกอบการเองได้

โดยสามารถศึกษาเพิ่มเติมผ่านเว็บไซต์ของกรมศุลกากรประเทศเดนมาร์ก

<https://toldst.dk/erhverv/handelsaftaler/praeferencedokumentation-for-importoerer>

ภาชนะเซรามิกและภาชนะโลหะเคลือบที่ใช้บรรจุอาหาร

ที่มีสารตะกั่วและสารแคดเมียมเกินปริมาณที่กำหนด | 6911

พิกัด ศุลกากร และรหัส สถิติ	ประกาศฯ/ระเบียบฯ	เหตุผล	หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	ผู้มี อำนาจ อนุญาต
ตามชนิด ประเภท สินค้า	- ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง <u>กำหนด ให้ภาชนะเซรามิกและภาชนะ โลหะเคลือบที่ใช้บรรจุอาหารเป็นสินค้า ที่ต้องห้ามหรือเป็นสินค้าที่ต้องมี หนังสือรับรองในการนำเข้ามาใน ราชอาณาจักร พ.ศ. 2551 ลงวันที่ 8 สิงหาคม 2551</u>	เพื่อประโยชน์ในการป้องกัน อันตรายแก่สาธารณสุขจากสาร ตะกั่วและสารแคดเมียมที่ละลาย ออกมาจากภาชนะเซรามิกและ ภาชนะโลหะเคลือบที่ใช้บรรจุ อาหาร	กรมการค้า ต่างประเทศ (กองบริหาร การค้าสินค้า ทั่วไป)	-

ขอบเขตในการควบคุม

ภาชนะเซรามิกและภาชนะโลหะเคลือบที่ใช้บรรจุอาหารที่อยู่ในข่ายควบคุมการนำเข้า มีดังนี้

1. ภาชนะแบบแบน ซึ่งมีความลึกไม่เกิน 25 มิลลิเมตร เมื่อวัดในแนวตั้งจากจุดลึกที่สุดภายในภาชนะถึงแนวระดับราบของขอบริมบนสุดของภาชนะ
2. ภาชนะแบบลึก ซึ่งมีความลึกเมื่อวัดตามข้อ 1 แล้วเกิน 25 มิลลิเมตร แบ่งออกเป็น 2 ขนาด คือ
 - (1) ภาชนะแบบลึกขนาดเล็กที่มีความจุน้อยกว่า 1.1 ลิตร
 - (2) ภาชนะแบบลึกขนาดใหญ่ที่มีความจุตั้งแต่ 1.1 ลิตรขึ้นไป
3. ภาชนะบรรจุอาหารสำหรับทารก
4. ภาชนะหุงต้ม ซึ่งผลิตขึ้นให้ทนต่อความร้อนที่ใช้ในการประกอบอาหาร

ระเบียบและหลักเกณฑ์การนำเข้า

ภาชนะเซรามิกและภาชนะโลหะเคลือบที่ใช้บรรจุอาหารที่มีปริมาณสารตะกั่วหรือสารแคดเมียมละลายออกมาเกินกว่าปริมาณที่กำหนด เป็นสินค้าต้องห้ามในการนำเข้ามาในราชอาณาจักร

ลักษณะภาชนะ	ปริมาณสารตะกั่ว	ปริมาณสารแคดเมียม
1. แบบแบน	เกินกว่า 7.0 มิลลิกรัมต่อลิตร	เกินกว่า 0.7 มิลลิกรัมต่อลิตร
2. แบบลึก ขนาดเล็ก	เกินกว่า 5.0 มิลลิกรัมต่อลิตร	เกินกว่า 5.0 มิลลิกรัมต่อลิตร
3. แบบลึก ขนาดใหญ่	เกินกว่า 2.5 มิลลิกรัมต่อลิตร	เกินกว่า 0.25 มิลลิกรัมต่อลิตร
4. ภาชนะบรรจุอาหาร สำหรับทารก	เกินกว่า 2.5 มิลลิกรัมต่อลิตร	เกินกว่า 0.25 มิลลิกรัมต่อลิตร
5. ภาชนะหุงต้ม	เกินกว่า 5.0 มิลลิกรัมต่อลิตร	เกินกว่า 0.5 มิลลิกรัมต่อลิตร

ที่มา: กองบริหารการค้าสินค้าทั่วไป กรมการค้าต่างประเทศ (2021)

รายละเอียดเกี่ยวกับกฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งสินค้าภาชนะเซรามิกจากประเทศไทยไปยังประเทศเดนมาร์ก สามารถดูได้ที่เว็บไซต์ของ Danish Customs and Tax Administration (SKAT) <https://skat.dk/en-us/about-us/about-us> และเว็บไซต์ของกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง ประเทศไทย <https://www.customs.go.th/>

ภาชนะเก็บอาหารเซรามิกที่ส่งออกไปยังเดนมาร์กจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดโดยหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในเดนมาร์ก ดังนี้

มาตรฐานด้านความปลอดภัย

- Food Contact Materials Regulation (EC) No 1935/2004 กำหนดข้อกำหนดด้านความปลอดภัยสำหรับวัสดุสัมผัสอาหาร ซึ่งรวมถึงภาชนะเก็บอาหารเซรามิก
- EC Regulation No 1935/2004 Annex II กำหนดข้อกำหนดสำหรับสารปนเปื้อนที่อาจปนเปื้อนอาหารจากวัสดุสัมผัสอาหาร ซึ่งรวมถึงสารตะกั่วและสารแคดเมียม

มาตรฐานด้านคุณภาพ

- DIN EN 12879-1:2017-06 กำหนดข้อกำหนดสำหรับภาชนะเซรามิกที่ใช้บรรจุอาหารสำหรับเด็ก
- DIN EN 12879-2:2017-06 กำหนดข้อกำหนดสำหรับภาชนะเซรามิกที่ใช้บรรจุอาหารสำหรับผู้ใหญ่

มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม

- EU Ecolabel Regulation (EC) No 66/2014 กำหนดข้อกำหนดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรอง EU Ecolabel

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถขอข้อมูลมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงโคเปนเฮเกน สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน เป็นต้น

ผู้ประกอบการควรศึกษามาตรฐานที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบ เพื่อให้สินค้าของตนมีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค และสามารถผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในเดนมาร์กได้

เอกสารประกอบ

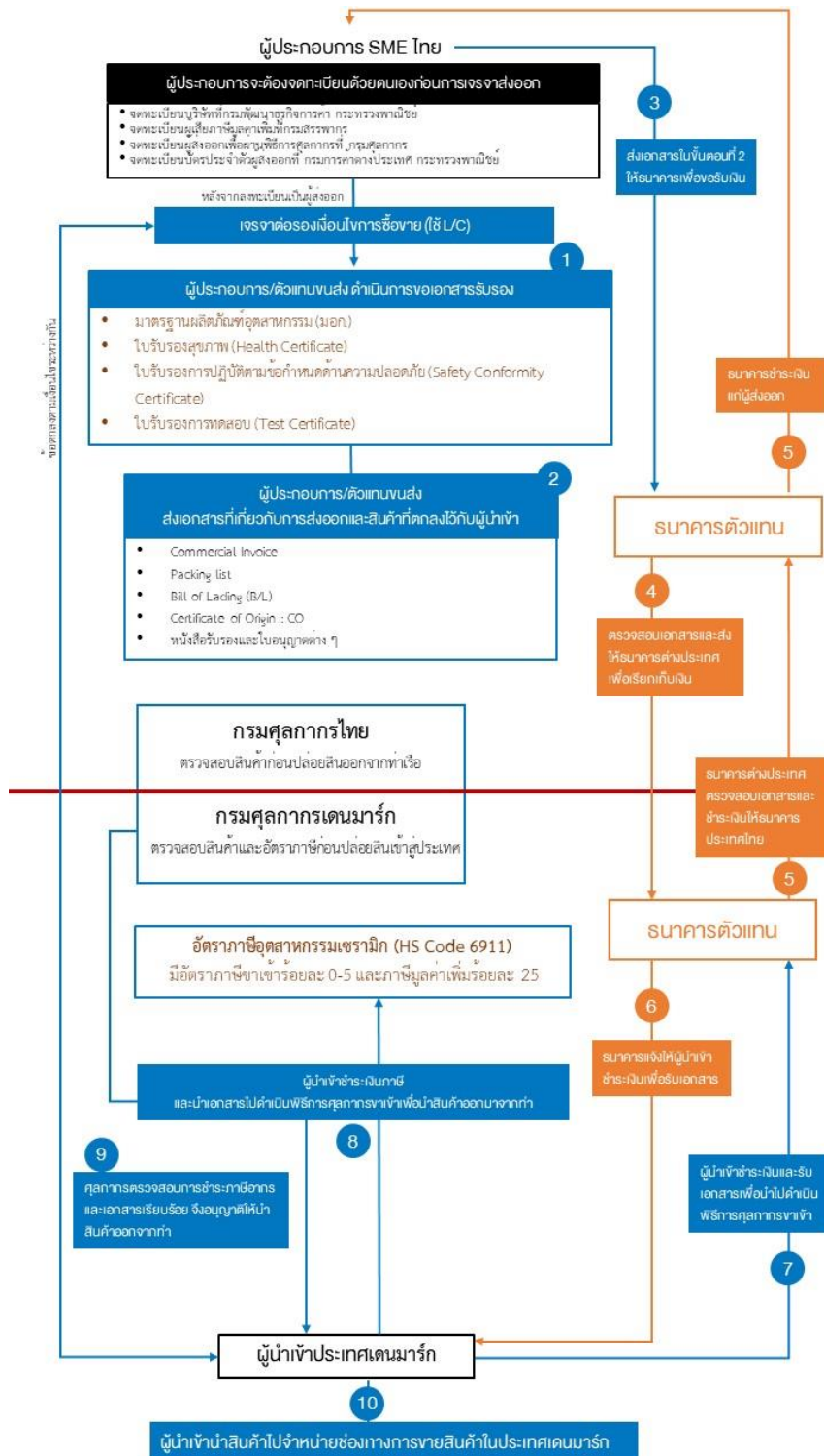
- กฎข้อบังคับเกี่ยวกับวัสดุสัมผัสอาหาร (EC) เลขที่ 1935/2004
- ข้อบังคับ EC หมายเลข 1935/2004 ภาคผนวก II
- DIN EN 12879-1:2017-06
- DIN EN 12879-2:2017-06
- กฎระเบียบฉลากสิ่งแวดล้อมของสหภาพยุโรป (EC) เลขที่ 66/2014

ตัวอย่างเอกสารรับรองมาตรฐานสำหรับภาชนะเก็บอาหารเซรามิกที่ส่งออกไปยังเดนมาร์ก ได้แก่

- ใบรับรองสุขภาพ (Health Certificate) จากหน่วยงานภาครัฐของประเทศผู้ผลิต
- ใบรับรองการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัย (Safety Conformity Certificate) จากหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนของประเทศผู้ผลิต
- ใบรับรองการทดสอบ (Test Certificate) จากห้องปฏิบัติการทดสอบที่ได้มาตรฐาน

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 4 ขั้นตอนการส่งออกสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิกไปเดนมาร์ก



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

