

มกราคม - เมษายน 2559 January - April 2016

เซรามิกส์

CERAMICS JOURNAL



● การสื่อสาร ที่สูญหายไป

● **Eskişehir** เมืองแห่งประติมากรรมเทอราคอตตา



“เซรามิกแข็งแกร่ง” คงเป็นสิ่งที่หลาย ๆ คนเข้าใจคลาดเคลื่อน หากได้ชมและอ่านบทความในวารสารฉบับนี้ จะต้องเปลี่ยนทัศนคติเสียใหม่ เพราะเซรามิกที่งดงามทรงคุณค่าและน่าทึ่ง ได้รับการบันทึกและถ่ายทอดไว้อย่างน่าสนใจ คงไม่ใช่การอัดไม้มากจนเกินจริงหรือทรมานพ่อแม่ พี่น้อง สมาชิกและผู้เกี่ยวข้องสนใจในสมาคมเซรามิกส์ไทย เพราะทีมงานบรรณาธิการเราได้รวบรวมผลงานเจ๋งๆ มากมายจากศิลปิน ผู้มีฝีมือ ผู้ประกอบการมืออาชีพ มานำเสนอผลงานรวมทั้งเล่าประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการผลิต ประดิษฐ์ และสร้างสรรค์งานผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบในด้านศิลปะและเชิงธุรกิจจากทั้งในประเทศภาคเหนือ จรดภาคใต้ และต่างประเทศ รวมทั้งผลงานที่จัดโชว์ไว้ในพิพิธภัณฑ์ระดับโลก มาจนถึงนิทรรศการภาพวาดบนกระเบื้องเคลือบที่จัดโชว์ในประเทศไทย

วารสารเซรามิกส์ไทยฉบับนี้ยังคงมีเรื่องราวที่น่าสนใจในด้านวิชาการทั้งเทคนิคในการผลิตกระเบื้องเคลือบ เครื่องใช้เซรามิกบนโต๊ะอาหาร และภาพข่าวกิจกรรมงานประชุมวิชาการ ICTA2015 งานแสดงนิทรรศการ ASEAN Ceramics Exhibition 2015 ควันหลังจากงานลำปางเซรามิกแฟร์ และงานประชุมใหญ่สามัญประจำปีเพื่อเลือกตั้งคณะกรรมการสมาคมและนายกสมาคม รวมทั้งรายงานผลการดำเนินงานในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ หากท่านสมาชิกหรือผู้อ่านผู้สนใจวารสารฯ ต้องการติดตามชมวารสารเซรามิกส์ไทยย้อนหลัง ก็มีให้อ่านกันได้แล้วที่เว็บไซต์ของสมาคมฯ <http://www.thaiceramicsociety.or.th/> และหากมีข้อเสนอแนะหรือเรื่องเล่าเรื่องราวคอลัมน์อะไรที่อยากจะมาแชร์มาเสนอ เพื่อให้กองบรรณาธิการพิจารณาลงในวารสารก็ส่งบทความหรือแนะนำเข้ามาได้นะครับ

กองบรรณาธิการ

ธนาคาร วาสนาเพียรพงศ์

Thanakorn.w@chula.ac.th

Facebook : The Thai Ceramic Society



วารสารเซรามิกส์ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางการเผยแพร่ความรู้ทางด้านเซรามิก และเป็นสื่อกลางระหว่างสมาชิกของสมาคมฯ ตลอดจนผู้สนใจ สมาชิกสมาคมฯ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในวงการเซรามิก ทั้งด้านอุตสาหกรรมและแวดวงการศึกษา รวมทั้งผู้สนใจในกิจกรรมด้านนี้ ข้อคิดเห็นและบทความในวารสารเล่มนี้ เป็นทัศนะอิสระของผู้เขียนแต่ละท่าน สมาคมเซรามิกส์ไทย ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป



เจ้าของ

สมาคมเซรามิกส์ไทย

บรรณาธิการผู้รับผิดชอบ

ดร.สมนึก ศิริสุนทร

ที่ปรึกษาเกียรติยศ

ดร.ดำริ สุโขะนัง

ศ.เกียรติคุณ เสริมศักดิ์ นาคบัว

คิด โจนเพ็ญกุล

รศ.ทวี พรหมพฤษ

บรรณาธิการบริหาร

ดร.สมนึก ศิริสุนทร

ผศ.ดร.ธนาคาร วาสนาเพียรพงศ์

ผศ.ดร.อนันตกุล อินทรผดุง

ไพศาล กาญจนพิบูลย์

กองบรรณาธิการ

ผศ.เวนิช สุวรรณโมลี

ผศ.สาธิต ชลชาติปัญญา

รศ.สุพมาล เล็กสวัสดิ์

รศ.วรวิธ สุธีระขจร

ผศ.ดร.ศิริรัตน์ งามศิริเลิศ

ดร.ชุติมา เอี่ยมโชติชวลิต

ดร.ลดา พันธุ์สุขมธนา

ดร.ศิริพร ลาภเกียรติถาวร

ธงชัย วัฒนศักดิ์กุล

สุจิตรา เคชสุวรรณชัย

ชนิตร์นันท์ ตาตะนันท์

สำนักงานติดต่อ

สมาคมเซรามิกส์ไทย ภาควิชาวัสดุศาสตร์

คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0 2218 5562 โทรสาร. 0 2218 5561

OFFICE

THE THAI CERAMIC SOCIETY

Department of Materials Science,

Faculty of Science, Chulalongkorn University

Phayathai Rd, Bangkok 10330 Thailand

Tel. 0 2218 5562 Fax. 0 2218 5561

Website : thaiceramicsociety.or.th

E-mail : info@thaiceramicsociety.or.th

: thaiceramicsociety@gmail.com

Facebook : สมาคมเซรามิกส์ไทย

ออกแบบ / จัดพิมพ์

บริษัท แนวทางเศรษฐกิจ 2004 จำกัด

31/53 หมู่ 6 ถ.ประชาราษฎร์ ต.ตลาดขวัญ

อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี 11000

โทร. 0-2525-1753-4 แฟกซ์ 0-2525-1428

E-mail : economicline@gmail.com

economicline@yahoo.com

แผนก/แยก : บริษัท ทริปเพิ้ล กรุ๊ป จำกัด

พิมพ์ที่ : บริษัท ทริปเพิ้ล กรุ๊ป จำกัด

Contents : CERAMIC JOURNAL

January - April 2016



- 10** การสื่อสาร ที่สูญหายไป
- 13** *Eskişehir* เมืองแห่งประติมากรรม เทอราคอตตา
- 16** การพัฒนากระเบื้องบุผนัง เวิร์ทเทนแวร์ ด้วย..เอนโกลีสีขาว และเคลือบใสสะท้อนแสงสูงสำหรับประหยัดพลังงานไฟฟ้าในอาคาร
- 20** การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์คู่แข่งด้วย...เทคนิค QFD ในงานเซรามิก
- 23** ไปชมเซรามิก ที่..เกียวก๊ต
- 27** นิทรรศการ ภาพวาดบนกระเบื้องเคลือบ ครั้งที่ 3
- 32** *Satsuma Denshokan Museum* เซรามิก..แห่งขุนเขา
- 35** *The Pewabic Pottery Detroit, Michigan*
- 41** เยี่ยมชมโรงงาน..บริษัท เซราเฮ้าส์ จำกัด
- 47** 6th International EGEART Art Days



Contents : CERAMIC JOURNAL

January - April 2016



50 ลำปางเซรามิกแฟร์

53 อะมุนละไม

57 Ceramic Shop...เรื่องเล่าประสบการณ์

59 บ้านดินคำปู้จิ live & learn

64 ปิ่นดิน..ให้เป็นดาว

67 เก็บข่าวมาเล่า..ICTA2015

73 เก็บข่าวมาเล่า..การประชุมใหญ่อสาสมัครประจำปี

79 Tablewhere? William Hunter Special 2014

89 ข่าวสังคมในแวดวงเซรามิกส์





การสื่อสาร... ที่สูญหายไป

ผมนึกถึงภาพของการเดินทาง
ของเบญจรงค์ในอดีตที่ผ่านมา
ในสมัยที่การสื่อสาร
ยังต้องผ่านการเดินทาง
ไม่ว่าจะเป็นเราไปเอง
หรือส่งผ่านไปจ้างผู้รับสารอีกที
บางส่วนของงานออกแบบเบญจรงค์
คือการทำในแผ่นดินไทย
ทั้งจากศิลปิน ช่าง หรือเด็กแก่
หรือนางหน้า นางทุน
หรือใครก็ตามที่แค่ต้องการของ
มาสนองความต้องการทางท้องตลาด
แล้วส่งไปหาแหล่งผลิตที่ประเทศจีน
ที่อาจมีช่าง ที่อาจไม่ใช่ช่างในญ่
แต่เป็นลูกน้องที่ไปแทน
หรือผ่านคนกลาง
ที่ไม่ได้มีความรู้เรื่องช่างเลย
สิ่งที่เรีงกว่าการสูญหายระหว่างทาง
และความเข้าใจที่ตลาดเดลิออน
หรือการตีความที่แตกต่าง
สิ่งนี้คือความน่าสนใจ
ในความรู้สึกของผม....



ผมในฐานะนักออกแบบ จะทำใน 2 รูปแบบในคนเดียว เราออกแบบในสิ่งที่เราต้องการ และถ่ายทอดให้ลูกน้องช่างที่ไปควบคุม แต่จะไม่มีการทำงานร่างลายเส้นที่สมบูรณ์ที่จะไม่สามารถทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่คลาดเคลื่อนได้ เหมือนสิ่งที่ทำได้ในการออกแบบในปัจจุบันซึ่งอาจเหมือนถ้าแก่สักคนที่อยากทำของมาขาย ว่าเอาอย่างนี้ๆ แต่ไม่สามารถเขียนเป็นเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อสื่อสารได้

ผมจำลองการเป็น 2 สถานะในงาน 1 ชุด ด้วยความตั้งใจ ผมอยากเห็น และสัมผัสอารมณ์ของการที่ได้เห็นและมีปฏิสัมพันธ์กับชิ้นงานในครั้งแรก หลังการเดินทางผ่านไป สมหวัง ผิดหวัง ตกใจ เห็นการคาดเดา หรือแม้แต่ต้องยอมรับที่ต้องทนอยู่กับมัน แต่หลายๆ สิ่งที่เกิดขึ้น การผิดเพี้ยนของรูปทรง ลาย และแบบต่างๆ หลายๆ สิ่ง ได้กลายมาเป็นมาตรฐานของรูปแบบ และกลายเป็นความจริงบางส่วนของสิ่งที่ถูกเรียกว่าเบญจรงค์ในประวัติศาสตร์ต่อมา เทวดาที่อ้วน ช้างที่เหมือนหมู หรือสัตว์ต่างๆ ที่ล้วนเกิดจากการสื่อสาร และต้องจินตนาการถึงสิ่งที่ช่างบางคนไม่เคยเห็นของจริงที่คนกลางต้องการสื่อสารกับเขาอยู่

ผมอยากจำลองการเดินทางแบบนี้ขึ้นอีกครั้ง ในยุคสมัยที่การสื่อสารไปเกือบถึงจุดที่เรียกว่าความฝันของมนุษยชาติ โดยเลือกต้นแบบจากแบบที่เคยถูกบิดเบือนมาแล้วในครั้งนั้น เทวดาหรือที่เราเรียกว่าเทพพนมต่างๆ มาตีความให้กลายเป็นภาชนะในรูปแบบใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกทางการตลาดเหมือนการแข่งขันเรื่องรูปแบบของงานออกแบบในปัจจุบันที่เราต้องการสิ่งที่แตกต่างจากสิ่งที่มีขายเดิมๆ เต็มตลาดอยู่แล้ว



ก่อนออกเดินทาง



ระหว่างเดินทาง





ระหว่างเดินทาง

ผมได้จำลองการพูดคุยกับช่างของเรา ออกแบบและคุยกันถึงสิ่งที่ผมอยากได้ ถ้ามึงถึงความเข้าใจของช่างที่พูดคุย ก็ยืนยันว่าเข้าใจตรงกันกับสิ่งที่ผมต้องการ แล้วช่างของเราก็จะออกเดินทางไปหาแหล่งผลิต หลังจากนั้นถึงชิ้นงานเสร็จ ผมจะไม่มี การพูดคุยกับช่างถึงเรื่องนี้อีกต่อไป จะเห็นงานอีกครั้งตอนที่งานเสร็จสมบูรณ์ส่งมาถึงผม และระหว่างการเดินทาง แม้จะมีการบันทึกขั้นตอนต่างๆ แต่ผมจะได้รับรูปภาพต่างๆ พร้อมกับชิ้นงานที่เสร็จแล้วเท่านั้น การเดินทาง การสูญเสียของ ข้อมูล การตีความ หรือแม้แต่การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าจะเป็นสิ่งที่ผมไม่อยู่ในสถานะที่ควบคุมได้อีกต่อไป



ระหว่างเดินทาง



สุดท้ายกลับม...

ที่จริงแล้วผมคิดว่าแม้โลกที่เราอยู่ในทุกวันนี้ ในสมัยที่เราพร้อม ทุกสิ่งอย่างของการรับรู้ เราอาจมีช่องว่างระหว่างกันมากกว่าอดีตที่เราเคย มีเสียด้วยซ้ำ

ผลของชิ้นงานจะไม่ใช่เป้าหมายของการเดินทางนี้ แต่เพื่อเรียนรู้และเห็น ผลของบางสิ่งที่สูญหายไป อย่างเป็นรูปธรรมที่เราไม่เคยเรียนรู้จากอดีต แต่ทำให้กว้างมากขึ้นด้วยซ้ำในปัจจุบัน

หมายเหตุ การทำงานเบญจรงค์ นักออกแบบของผมเดินทางไป หาช่างน้อย ช่างปั้นท้องถิ่นในโพธาราม ราชบุรี และเดินทางไปทำเรื่องการ เขียนลายกับโรงงานปั้นสุวรรณเบญจรงค์ สมุทรสงคราม ขอขอบคุณทุกๆ ท่านมา ณ ที่นี้อีกครั้งครับ

ภาพถ่ายการเดินทาง หลังจาก ภาพแรกที่ส่งมอบแบบร่าง ผมก็ไม่เห็น และรับทราบขั้นตอนระหว่างการเดินทาง อีกต่อไปและเห็นภาพเหล่านี้พร้อมกับ งานในวันสุดท้ายที่ได้รับมอบงาน



ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

จัดงานนิทรรศการ.. ไททอไรตี้ 2015 แวดวงศิลปวัฒนธรรมที่ทันสมัย แรงบันดาลใจจากคุณดำเนินณรงค์

Eskişehir

เมืองแห่งประติมากรรม เทอราคอตตา



Sukumarl Leksawat



Vilma Villaverde

9th International Terra Cotta Symposium

"...Art is beyond the garnishment of daily life, it is the key for happiness and harmony through the acquisition of a new perspective about one's life, relationships and actions. Moreover, we believe that artistic production and dissemination of the artistic production process to the community, allows the cultivation of a city identity through the promotion of the interest towards art and artists..."

Dt. Ahmet ATAÇ

The Mayor of Eskişehir Tepebaşı Municipality



Betül Demir Karakaya

เมือง Eskişehir อยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของอิสตันบูล ประเทศตุรกี ใกล้ไปทางกรุงอังการา เมืองหลวงในปัจจุบัน มีวัดตุบทางเซรามิกที่ขึ้นชื่อในเมืองนี้คือดินเทอราคอตตา ซึ่งเป็นดินสีแดงเผาไฟต่ำ จุดสูงตัวประมาณ 1100 องศาเซลเซียส มีสีส้มอมแดงแบบกระถางบ้านเรา หากเผาถึง 1150 องศา จะมีสีเข้มขึ้น นอกจากนี้ยังขึ้นชื่อเรื่องโรงงานทำอิฐซึ่งมีขนาดใหญ่และทันสมัยมาก ดังนั้นการจัด Terracotta Symposium มาถึง 8 ครั้ง จึงทำให้มีงานประติมากรรมประดับเมืองมากมาย หลากหลายและงดงาม



Enver Guner



Pinar Genç



İlhan Marasali



Aysegül Eren

การจัดซิมโพเซียมนี้ นับว่าเป็นงานที่ใหญ่มากงานหนึ่งของประเทศตุรกี และครั้งนี้เป็นการจัดครั้งที่ 9 โดยมี Professor Bilgehan Uzuner จากมหาวิทยาลัย Anadolu เป็นผู้ควบคุมและประสานงาน นอกจากผู้เขียนแล้ว มีศิลปินรับเชิญจาก อาร์เจนตินา เยอรมัน ญี่ปุ่น และตุรกี รวมทั้งหมด 10 คน จุดประสงค์เพื่อการสร้างงานประติมากรรมประดับสวนหรือสถานที่สำคัญของเมือง ศิลปินแต่ละคนต้องส่งแนวความคิดในการออกแบบและภาพร่างไปล่วงหน้า 1 เดือนโดยระบุวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องการใช้และความต้องการพิเศษอื่นๆ ทางผู้จัดงานเป็นผู้ดูแลอำนวยความสะดวกทั้งหมด สถานที่ปฏิบัติงานเป็นโรงงานเก่าซึ่งมีขนาดใหญ่มาก สามารถจุคนมากกว่า 150 คนพร้อมนิทรรศการขนาดย่อมได้อย่างสบาย รวมถึงห้องอาหารซึ่งปรับเป็นห้องนำเสนอผลงานของศิลปินได้ด้วย นอกจากการปฏิบัติงานประจำวันแล้ว ยังมีการแข่งขันการขึ้นปั้นหมุน การเผางานขึ้นใหญ่ภายนอกอาคาร การเผาแบบราชู มีการออกร้านจากของทำมือ เครื่องประดับ ของใช้เซรามิก รวมถึงงานถัก งานฝีมือต่างๆ ด้วย



Mitsuo Shoji



Heike Hamann



การแข่งขันขึ้นปั้นหมุน



Professor Bilgehan Uzuner



ช่างปั้นที่ Kinik

สำหรับผลงานของผู้เขียน ได้นำอิฐชนิดทรงกระบอกครึ่งวงกลมมาออกแบบโดยใช้แรงบันดาลใจจากกล้วยไม้ไทยชนิดโอยเรศและช้างกระซึ่งเป็นสื่อแทนสัญลักษณ์ไทยมอเป็นสัมพันธไมตรีระหว่างสองประเทศ การนำอิฐที่มีรูปทรงเรขาคณิต มีความแข็งแรงมาจัดองค์ประกอบที่ตัดทอนจากรูปทรงของกล้วยไม้ที่มีความอ่อนหวานเป็นความท้าทายอย่างหนึ่ง และการซ้ำของยูนิฟอร์มจะทำให้ผลงานดูน่าสนใจ แม้ว่าการทำงานจริงจะประสบปัญหาที่ไม่คาดคิดเกี่ยวกับอิฐที่มีความบิดเบี้ยวบ้างและผิวไม่เรียบ ต้องตะไบและขัดกันหลายวันแต่ผลงานก็ออกมาน่าพอใจ เป็นที่สนใจของผู้คนและสื่อตุงก็ ศิลปินสามารถเลือกสถานที่ที่จะติดตั้งผลงานถาวรได้แต่ทั้งนี้ต้องผ่านความเห็นชอบของทางผู้จัดและเขตเมืองด้วย การทำงานตลอด 15 วัน นั้นเป็นไปด้วยความหนักหน่วงแต่สนุกสนาน ทุกคนต้องทำงานให้เสร็จทันเวลา ซึ่งงานแต่ละชิ้นมีขนาดใหญ่และซับซ้อน โดยเฉพาะบางคนต้องมีการเผาและเคลือบจึงทำให้แทบไม่ได้ไปไหนกันเลยยกเว้นผู้เขียนกับศิลปินเยอรมันที่มีโอกาสไปเมือง Iznik และชมหมู่บ้านปั้นหม้อตามโปรแกรมที่โครงการจัดไว้ให้ ซึ่งก่อนหน้านั้นจะอยู่ทำงานตั้งแต่ก่อน 9 โมงเช้าจนสี่ทุ่มเกือบทุกวัน



การเผาอิฐ



บรีวองโต๊ะทำงานและบรรยากาศในสตูดิโอ

ศิลปินแต่ละคนจะมีนักศึกษาเอกเซรามิกอาสาสมัครมาเป็นผู้ช่วยและได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีด้วยความสุภาพและมีไมตรี ซึ่งผู้เขียนคิดว่าการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างศิลปินกับนักศึกษา การนำเสนอผลงานของแต่ละคนในแต่ละคืนนั้นมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าผลงานที่ได้มา การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสามารถแก้ปัญหาาร่วมกันทำให้ช่วงทำงานเป็นเวลาที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง ความหลากหลายของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละวันทำให้เกิดความตื่นเต้นและสนุกสนาน

ประติมากรรมที่ศิลปินสร้างไว้ทำให้สภาพแวดล้อมของเมืองและสวนสาธารณะมีความสวยงาม สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารและประชาชนเห็นความสำคัญของงานศิลปะโดยเฉพาะงานเซรามิก





การพัฒนา...กระเบื้องปูผนังเซรามิคทนแฉะ ด้วย...เทคโนโลยีสีขาว และ โดสิโอบไสสะท้อนแสงสูง

การใช้พลังงานไฟฟ้าในส่วนของระบบแสงสว่างในอาคารมีแนวโน้มสูงขึ้นจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขึ้นของอาคารบ้านเรือน และสิ่งปลูกสร้างต่างๆ แต่สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้มีการใช้พลังงานไฟฟ้าสูง คือ การใช้และติดตั้งอุปกรณ์ไฟฟ้า หลอดไฟ และวัสดุสำหรับระบบแสงสว่างในอาคารเกินความจำเป็น ส่งผลให้เกิดการใช้กำลังไฟฟ้าแสงสว่างต่อพื้นที่เกินกำหนด ซึ่งตามพระราชบัญญัติกำหนดไว้ว่าสำหรับพื้นที่บ้านเรือน สำนักงาน โรงแรม สถานศึกษาและโรงพยาบาล/สถานพักฟื้น ค่ากำลังไฟฟ้าแสงสว่างสูงสุด (วัดต่อตารางเมตรของพื้นที่ใช้งาน: W/m^2) ไม่เกิน $16 W/m^2$ หรือกรณีพื้นที่ร้านขายของ ศูนย์การค้า ไม่เกิน $23 W/m^2$ เป็นต้น ^[1]

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ในปัจจุบันได้พยายามแก้ไขปัญหานี้ด้วยวิธีการใช้พลังงานไฟฟ้าสำหรับระบบแสงสว่างในอาคารหลักๆ อยู่ 5 วิธี ประกอบด้วย

(1) พัฒนาการออกแบบทางวิศวกรรมการส่องสว่างตามโครงสร้างอาคารให้มีค่าการส่องสว่างประมาณ 500 Lux สำหรับบ้านเรือนและสำนักงานทั่วไป

(2) การเลือกใช้หลอดไฟที่ให้ประสิทธิภาพแสงสูง (High luminous efficacy) ได้แก่ การใช้หลอดไฟฟลูออเรสเซนต์ที่มีประสิทธิภาพแสงประมาณ 45-70 lm/W

(3) การใช้โคมไฟที่ให้ค่าสัมประสิทธิ์การใช้ประโยชน์แสงสูง ได้แก่ การใช้แผ่นสะท้อนแสงที่ทำจากแผ่นอะลูมิเนียมเคลือบด้วยเงินหรือแผ่นอะลูมิเนียมชุบอินโดสเงาเคลือบด้วยเงินทำให้มีค่าการสะท้อนแสงสูงมากกว่า 90%

(4) การบำรุงรักษาอุปกรณ์ที่ให้แสงสว่าง ได้แก่ การทำความสะอาด หรือเปลี่ยนหลอดไฟเมื่อหมดอายุการใช้งาน

(5) การใช้แสงอาทิตย์มาช่วยร่วมกับแสงจากหลอดไฟและโคมไฟ โดยทั้ง 5 วิธีนี้ได้มีการพัฒนาและบรรณคดีให้มีความเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่คณะวิจัยเล็งเห็นความสำคัญที่สามารถช่วยทำให้เกิดการประหยัดพลังงานไฟฟ้าสำหรับระบบแสงสว่างในอาคารได้ คือ การพิจารณาถึงการสะท้อนแสงของส่วนต่างๆ ของห้องในอาคาร เช่น เพดาน ผนัง และพื้น ถ้าส่วนต่างๆ เหล่านี้ใช้วัสดุที่ให้ค่าการสะท้อนแสงสูงจะช่วยให้ค่าสัมประสิทธิ์การใช้ประโยชน์แสงสูงตามไปด้วย เนื่องจากปริมาณแสงจากหลอดไฟที่ตกลงในพื้นที่ทำงานได้มาจาก 2 ส่วน คือ (1) ได้จากการสะท้อนแสงจากโคมไฟโดยตรง (2) ได้จากการสะท้อนแสงจากส่วนต่างๆ ของห้อง นั่นเอง

ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้มุ่งเน้นพัฒนากระเบื้องเซรามิกปูผนัง (Ceramic wall tile) ที่เคลือบด้วยสารเคลือบเซรามิกที่มีค่าการสะท้อนแสงสูง (High reflection) และมีค่าการถ่ายเทความร้อนต่ำ (Low thermal conductivity) เพื่อเป็นวัสดุสำหรับติดตั้งผนังในอาคารให้มีการสะท้อนแสงจากหลอดไฟเพิ่มขึ้นและไม่ทำให้เกิดความร้อนสะสมที่จะเป็นการลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าได้แนวทางหนึ่ง เช่น ลดจำนวนหลอดไฟ หรือลดกำลังวัตต์ไฟฟ้าของหลอดไฟ แต่ยังให้ความสว่างเทียบเคียงเดิม รวมถึงเทคนิคการติดตั้ง (Instruction technique) ที่ช่วยให้ความสว่างมากขึ้น

การที่คณะวิจัยให้ความสนใจพัฒนากระเบื้องเซรามิก เนื่องจากกระเบื้องเซรามิกเป็นวัสดุหนึ่งที่ยังคงเป็นที่นิยมนำมาใช้ก่อสร้างอาคารทั้งภายนอกและภายใน ทั้งที่เป็นชนิดปูผนัง ปูพื้น และมุงหลังคา โดยประเทศไทย (ภาคเหนือและภาคกลาง) มีโรงงานผลิตกระเบื้องอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้คณะวิจัยคาดหวังว่าถ้าสามารถผลิตกระเบื้องปูผนังชนิดเคลือบสะท้อนแสงสูงได้นอกจากจะเป็นวัสดุใหม่ให้กับผู้บริโภคในวงกว้างแล้วยังเป็นแนวทางหนึ่งในการลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าลงได้ในอนาคต

สำหรับแนวทางพัฒนากระเบื้องเซรามิกปูผนังชนิดเคลือบสะท้อนแสงสูงและนำความร้อนต่ำนั้น คณะวิจัยเน้นการพัฒนาส่วนผสมเอนโกบสีขาว และเคลือบใสสะท้อนแสงสูงให้สามารถเผาที่อุณหภูมิไม่เกิน 1000 องศาเซลเซียสแบบเผาครั้งเดียว (Single firing) และไม่กระทบกับการผลิตกระเบื้องปูผนังเอิร์ธเทนแวร์ทั่วไปดังกระบวนการผลิตในรูปที่ 1 โดยงานวิจัยครั้งนี้ได้มีความร่วมมือกับบริษัท โอมเซรามิค รูฟ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องเซรามิกเนื้อเอิร์ธเทนแวร์ในจังหวัดเชียงใหม่

เอนโกบสีขาวเตรียมได้จากส่วนผสมร้อยละโดยน้ำหนักของ 65-67 ดินพอร์ซเลน 7-9 ผงแก้ว 7-9 บอแรกซ์ 3-5 TiO_2 และ 11-13 ดินดำแมริมีค่าความขาว 95.51% ค่าสะท้อนแสง 84.95% ผิวยเรียบ (แต่ยังไม่เรียบเป็นผิวกระจก) ด้วยการสะท้อนแสงแบบ Diffusion reflection จากการปรากฏวิภาค คอรันดัม (Corundum ; Al_2O_3) และอนาเทส (Anatase ; TiO_2) ที่ช่วยให้เกิดความขาวและสะท้อนแสง

สูง^[2-5] โดยสามารถเคลือบบนกระเบื้องเซรามิกปูผนังเนื้อเอิร์ธเทนแวร์ได้ จากวิภาคของเหลวในเอนโกบที่แพร่เข้าสู่ผิวของกระเบื้องเอิร์ธเทนแวร์และเหนียวทำให้ผิวกระเบื้องเกิดการหลอมตัวเล็กน้อยจนกลายเป็นชั้นกลางบางๆ (Thin interlayer) ระหว่างชั้นเอนโกบและชั้นกระเบื้องที่มีความหนาประมาณ 25 ไมครอน โดยชั้นกลางที่เกิดขึ้นนี้ช่วยลดความแตกต่างของการขยายตัวเพราะความร้อนของทั้งเอนโกบและกระเบื้อง เป็นผลให้มีการเกาะติดกันได้ดีขึ้น

เคลือบใสที่มีผลึกขนาดเล็กกระจายตัวอยู่ได้จากส่วนผสมร้อยละโดยน้ำหนักของ 48-52 ผงแก้ว 15-18 ดินพอร์ซเลน 20-25 บอแรกซ์ 3-7 ZnO และ 3-7 TiO_2 ได้เคลือบที่มีความมันวาวสูง 87 GU ค่าสะท้อนแสง 88% ผิวยเรียบด้วยการสะท้อนแสงแบบ Mirror reflection จากการปรากฏเป็นวิภาคอสัณฐาน (Amorphous) โดยสามารถเคลือบบนกระเบื้องเซรามิกปูผนังเนื้อเอิร์ธเทนแวร์ได้จากวิภาคสารช่วยหลอม (Na_2O , K_2O) ในเอนโกบเกิดการละลาย ขณะเดียวกันกับที่เคลือบเกิดการหลอมละลายเป็นวิภาคแก้ว จากนั้นเกิดการแพร่เข้าหากันเกิดเป็นกลไกการเกาะติดเป็นแบบ Diffusion หรือแบบ Pseudo diffusion เป็นผลให้มีการเกาะติดกันได้ดีขึ้น^[6-8] ผิวกระเบื้องมีค่าสะท้อนแสงได้ 88% มีค่าการนำความร้อนต่ำ 1.05 W/m. $^{\circ}\text{C}$ ทั้งนี้ งานวิจัยนี้สามารถเผากระเบื้องเอิร์ธเทนแวร์ เอนโกบสีขาว และเคลือบในพร้อมกันได้แบบเผาครั้งเดียว (Single firing) ที่อุณหภูมิ 1000 $^{\circ}\text{C}$ โดยมีลักษณะของกระเบื้องปูผนังและสมบัติแสดงดังรูปที่ 2 และตารางที่ 1



ดินเหนียวแดง



บด + ผสมน้ำ + หมัก



อัดขึ้นรูป



พ่นเอนโกบและเคลือบ



เตรียมเอนโกบและเคลือบ

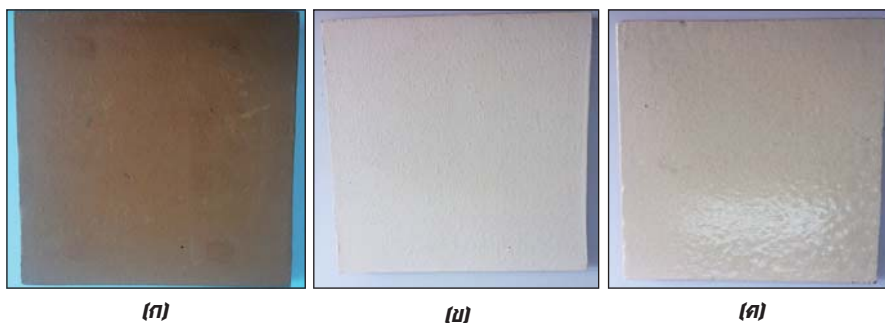


ผึ่งแห้ง



เรียงกระเบื้องเข้าเตาเผาและทำการเผา

รูป 1 กระบวนการผลิตกระเบื้องปูผนังเอิร์ธเทนแวร์ปิดผิวด้วยเอนโกบสีขาวและเคลือบใส (ภาพโดย วรพงษ์ และ พัชรา)



รูป 2 ตัวอย่างกระเบื้องบุผนัง
เอิร์ธเทนแวร์ที่ได้จากงานวิจัย
(ก) กระเบื้องบุผนังเอิร์ธเทนแวร์
(ข) กระเบื้องบุผนังเอิร์ธเทนแวร์
ปิดผิวด้วยเอนโกบสีขาว
(ค) กระเบื้องบุผนังเอิร์ธเทนแวร์
ปิดผิวด้วยเอนโกบสีขาวและเคลือบใส
(ภาพโดย วรพงษ์ และ พิชรา)

ตาราง 1 เปรียบเทียบสมบัติของกระเบื้องเอิร์ธเทนแวร์ก่อนและหลังพัฒนาโดยเผาที่อุณหภูมิ 1000°C

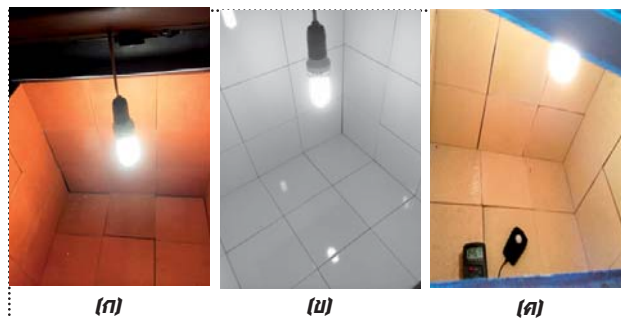
ส่วนผสม	สมบัติ							
	CTE ($\times 10^{-6}/^{\circ}\text{C}$) ที่ 200-600°C	ความ มัน วาว (GU)	ความ ทนต่อ การขีดถู (%)	ความแข็ง ของ วิกเกอร์ (HV)	การ ไหล ตัว (ชม.)	การ สะท้อน แสง (%)	ค่าการ นำ ความร้อน (W/m. $^{\circ}\text{C}$)	ลักษณะ ผิว
กระเบื้อง เอิร์ธเทนแวร์	4.19	-	6.55	620	-	51.00	1.31	เรียบด้าน
ปิดผิวด้วย เอนโกบสีขาว	5.11	-	7.20	490	-	85.00	-	เรียบด้าน
ปิดผิวด้วย เอนโกบสีขาว และเคลือบใส	6.27	87	1.15	565	9	88.00	1.05	เรียบมันวาว

ในการควบคุมสภาวะการเคลือบด้วยวิธีพ่นสำหรับกระเบื้องเซรามิกบุผนังเนื้อเอิร์ธเทนแวร์ที่เคลือบด้วยเอนโกบสีขาวและเคลือบสะท้อนแสงสูงขนาด 8x8 นิ้ว ด้วยการควบคุมความถ่วงจำเพาะของน้ำเอนโกบและน้ำเคลือบคงที่ที่ 1.60 และ 1.40 ตามลำดับ ทำการพ่นบนผิวกระเบื้องเอิร์ธเทนแวร์ให้มีความหนาหลังเผาของชั้นเอนโกบและชั้นเคลือบเป็น 250 ไมครอน และ 310 ไมครอน ตามลำดับ ทำการเผาที่ 1000°C ด้วยอัตรา 5 $^{\circ}\text{C}/\text{min}$ ในเตาเผาแก๊สด้วยบรรยากาศออกซิเดชันระยะเวลาเผาแซไฟ 30 นาที มีค่าการนำความร้อนต่ำ 1.05 W/m. $^{\circ}\text{C}$ ซึ่งสามารถลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจาก 4.00 บาทต่อเดือน เป็น 3.11 บาทต่อเดือน หรือประมาณ 22.25% ด้วยการเปลี่ยนหลอดไฟกำลัง 18 วัตต์เป็น 14 วัตต์ โดยมีค่าความสว่างลดลงจาก 851 Lux เป็น 697 Lux สามารถนำไปบุผนังสำหรับห้องพิมพ์เอกสาร (Clerical room; 700-1500 Lux) ห้องปฏิบัติการหรือห้องสมุด (Laboratory/Library room; 500-1500 Lux)

ห้องเรียน (Class room; 200-750 Lux) ห้องตรวจสอบสินค้าด้วยตา (Visual work at production line; 300-750 Lux) ห้องทดสอบยา (Medical examination room; 300-750 Lux) ได้

กระเบื้องบุผนังสามารถบุผนังเป็นแนวตรง มีช่องว่างระหว่างแต่ละแผ่นประมาณ 2 มม. โดยติดตั้งหลอดไฟอยู่ตรงกลางด้านบนของตู้จำลองเพื่อให้มีการสะท้อนแสงด้วยมุมตกกระทบในช่วง 45-60° ที่มักเกิดบริเวณตรงกลางของผนัง และเป็นบริเวณที่มีความสว่างสูงที่สุด ซึ่งการบุผนังด้วยกระเบื้องเคลือบจากงานวิจัยนี้สามารถติดตั้งได้เหมือนกับกระเบื้องทั่วไป ทำให้ง่ายต่อการใช้งาน ดังแสดงตัวอย่างการบุผนังสำหรับทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานในรูปที่ 3 โดยค่าการสะท้อนแสงของกระเบื้องที่ได้จากงานวิจัยเปรียบเทียบกับแผ่นอะลูมิเนียมเคลือบด้วยเงินที่นิยมใช้เป็นวัสดุสะท้อนแสง แสดงไว้ในตารางที่ 2 ค่าการสะท้อนของผิวกระเบื้องมีความสำคัญมากในการออกแบบความสว่างของ

ห้องภายในอาคาร ทั้งนี้ถ้ากระเบื้องมีค่าการสะท้อนสูงเมื่อมีแสงตกกระทบผิวกระเบื้องจะสะท้อนกลับออกไปทำให้ห้องสว่างขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับกระเบื้องที่มีค่าการสะท้อนต่ำกว่า ดังนั้นแล้วในการออกแบบภายในอาคารจึงควรเลือกกระเบื้องที่ค่าการสะท้อนสูงเพื่อให้สามารถเลือกใช้หลอดไฟที่มีกำลังลดลงหรือออกแบบให้มีปริมาณการติดตั้งลดลงได้ ดังแสดงให้เห็นในการทดสอบการเปรียบเทียบว่าค่าความสว่างที่ให้แหล่งกำเนิดแสงที่เท่ากัน พบว่า กระเบื้องงานวิจัยนี้ให้ค่าความสว่างสูงกว่ากระเบื้องบุผนังทั่วไป นอกจากนี้แล้วเมื่อกำหนดความสว่างเท่ากันพบว่าค่ากำลังไฟฟ้าที่หลอดไฟใช้ในกรณีที่เป็นกระเบื้องงานวิจัยนี้กินไฟฟาลดลงอย่างน้อย 5% ซึ่งปริมาณการใช้ไฟฟ้ายังมีความหมายโดยนัยถึงความร้อนที่เกิดขึ้นขณะที่หลอดไฟทำงาน



(ก)

(ข)

(ค)

รูป 3 การทดลองติดตั้งกระเบื้องบุผนัง
จากงานวิจัยเปรียบเทียบกับกระเบื้องบุผนังทางการค้า
(ก) กระเบื้องบุผนังอิธเทนแวร์
(ข) กระเบื้องบุผนังทางการค้า
(ค) กระเบื้องบุผนังอิธเทนแวร์ปิดผิวด้วยเอนโกบสีขาว
และเคลือบใสจากงานวิจัย
(ภาพโดย วรพงษ์, พิษรา และ นิภาพร)

ตาราง 2 เปรียบเทียบสมบัติของกระเบื้องอิธเทนแวร์จากงานวิจัยในการใช้งานบุผนัง

วัสดุ	สี	การ หด ตัว (%)	ความ หนาแน่น รวม (g/cm ³)	ความ แข็งแรง หลังเผา (MPa)	ความ พรุนตัว (%)	ความทน ต่อการ ขีดสี (%)	ค่า ความ ขาว (%)	ค่า สะท้อน แสง (%)	ความ มันวาว (GU)	ค่าการนำ ความร้อน (W/m.°C)	ลักษณะ ผิว
กระเบื้อง อิธเทนแวร์	ส้มเข้ม	2.71	1.90	36	12.78	0.052	-	53	-	1.31	เรียบ
กระเบื้อง เคลือบจาก งานวิจัยนี้	สีขาว	2.80	1.92	38	10.15	1.150	97.61	88	87	1.05	เรียบ และ มันวาว
แผ่น อะลูมิเนียม เคลือบด้วยเงิน	สีเงิน	-	-	-	-	-	-	100	110	205	เรียบ และ มันวาว

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถพัฒนากระเบื้องบุผนังอิธเทนแวร์ให้มีค่าการสะท้อนแสงสูงสำหรับบุผนังภายในอาคาร ช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าลงได้ ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยเพิ่มมูลค่าของกระเบื้องบุผนังอิธเทนแวร์ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- [1] ข้อมูลจากการประหยัพลังงานระบบแสงสว่างในอาคาร สถาบันวิจัยพลังงานจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [2] Ferrari C., Muscio A. and Siligardi C. (2013), Design of ceramic tiles with high solar reflectance through the development of a functional engobe, *Ceramics International*, 39, pp. 9583–9590.
- [3] French R. H., Müllejans H. and Jones D. J. (1998), Optical properties of aluminum oxide: Determined from vacuum ultraviolet and electron energy-loss spectroscopies, *Journal of the American Ceramic Society*, 81(10), pp. 2549-2557.
- [4] Hassan M.H., Marzouki A., Jeffery C. and Khater G.A. (2012), Evaluation of Saudi pegmatite and its use in porcelain industry, *Processing and Application of Ceramics* 6(3), pp. 133–140.
- [5] Hsiang H.I. and Lin S.C. (2004), Effects of aging on the phase transformation and sintering properties of TiO₂ gels, *Materials Science and Engineering A*, 380, pp. 67–72.
- [6] Johari I., Said S., Hisham B., Bakar A. and Ahmad Z. A. (2010), Effect of the change of firing temperature on micro structure and physical properties of clay bricks from Beruas (Malaysia), *Science of Sintering*, 42, pp. 245-254.



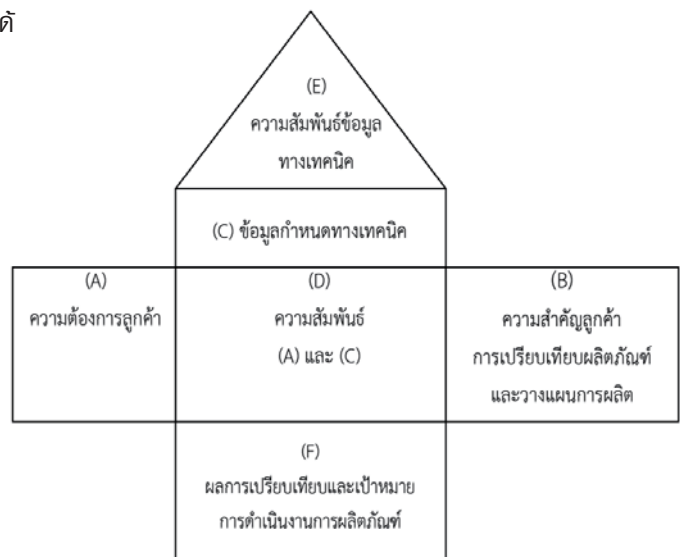
การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์คู่แข่ง ด้วย..เทคนิค QFD ในงานเซรามิก

การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (Benchmarking Products Competition) จะช่วยให้ผู้ผลิตสินค้าทราบถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ของตนเองกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งว่ามีข้อดีและข้อเด่นเป็นอย่างไร โดยนำผลของการเปรียบเทียบมาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเองเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ และจะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตนั้นได้ผลตรงตามต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น สำหรับในกระบวนการผลิตสินค้าในแต่ละสายการผลิต ผู้ผลิตจะต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งก่อนจะสามารถลดความเสี่ยงในเรื่องการผลิตที่สินค้าที่ไม่ตรงความต้องการของลูกค้าและการประสบปัญหาการขาดทุนของการผลิตแต่ละสายการผลิตได้ เพราะหากผลิตสินค้าที่ไม่ตรงความต้องการของลูกค้าหรือไม่สามารถสู้คู่แข่งได้ก็จะทำให้สินค้านั้นไม่สามารถขายได้

เทคนิค QFD

เทคนิคคิวเอฟดี (Quality Function Deployment: QFD) หรือเทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ เป็นตารางเมทริกซ์ บางครั้งจะเรียกว่าบ้านคุณภาพ (House of Quality) เพราะลักษณะของตารางเมทริกซ์จะเป็นรูปทรงบ้าน **ดังภาพที่ 1**

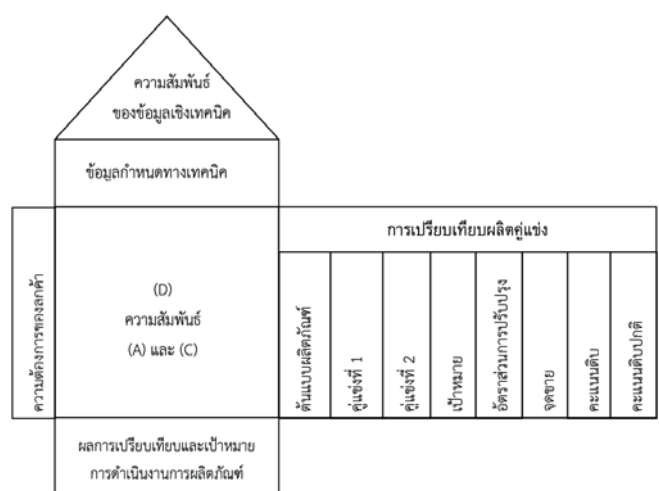
ส่วนประกอบของบ้านคุณภาพจะประกอบไปด้วย 6 ส่วนประกอบ คือ (A) ส่วนของความต้องการของผู้ใช้ (B) ส่วนระดับความสำคัญและการเปรียบเทียบคู่แข่ง (C) ส่วนข้อกำหนดทางเทคนิค (D) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วน (A) กับ (C) ส่วนของ (E) ความสัมพันธ์ระหว่างข้อกำหนดทางเทคนิค และ (F) ผลเปรียบเทียบและเป้าหมายการดำเนินงานการผลิต



ภาพที่ 1 ส่วนประกอบของบ้านคุณภาพ

การประยุกต์ใช้ตารางเมทริกซ์ QFD ในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์เซรามิก

การประยุกต์ใช้ตารางเมทริกซ์ QFD เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เริ่มจากการกำหนดว่าจะใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งหรือผู้ผลิตรายอื่นที่เป็นที่ยอมรับมาประมาณ 2-3 คู่แข่ง แล้วทำการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์ของตนเองซึ่งมีหลักการในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์จะอยู่ในส่วนตารางเมทริกซ์ (B) หรือกำแพงบ้านด้านขวา **ดังภาพที่ 2** จะประกอบไปด้วยฟิลด์ข้อมูล การกำหนดระดับพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ คู่แข่งที่ 1 และคู่แข่งที่ 2 ค่าเป้าหมาย ค่าอัตราส่วนการปรับปรุง ค่าจุดขาย ค่าคะแนนดิบ และ ค่าคะแนนดิบปกติ โดยสามารถแสดงผลการเปรียบเทียบด้วยกราฟเชิงเพื่อให้เห็นข้อมูลการเปรียบเทียบที่ชัดเจน



ภาพที่ 2 ตารางเมทริกซ์ของเทคนิค QFD ในการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

การกำหนดช่วงการให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์ต้นแบบและผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งจะใช้ เกณฑ์ประมาณค่า (Rating Scale) เป็น 5 ระดับคือ

พึงพอใจมากที่สุด	มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ	5
พึงพอใจค่อนข้างมาก	มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ	4
พึงพอใจปานกลาง	มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ	3
พึงพอใจน้อย	มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ	2
ไม่พึงพอใจ	มีค่าระดับคะแนนเท่ากับ	1

ส่วนหลักการคำนวณ ค่าเป้าหมาย ค่าอัตราส่วนการปรับปรุง ค่าจุดขาย ค่าน้ำหนักคะแนนดิบ และ ค่าน้ำหนักคะแนนดิบปกติมีดังนี้

ค่าเป้าหมาย (Target) หมายถึง ค่าที่ผู้ผลิตกำหนดเป้าไว้ว่าจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบของตนเองให้ได้ตามค่าที่กำหนดไว้โดยมีการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งซึ่งจะสามารถกำหนดคะแนนได้ 3 ระดับ (Ficalora, J.P., & Conhen, L., 2009: 158-169) คือ

- 1 คือ ไม่มีเป้าหมาย/ไม่มีจุดขาย
- 1.2 คือ มีเป้าหมาย/จุดขายปานกลาง
- 1.5 คือ มีเป้าหมาย/มีจุดแข็งที่สามารถเป็นจุดขาย

ค่าอัตราส่วนของการปรับปรุง (Improvement Ratio) หมายถึง ค่าที่ผู้ผลิตต้องมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเองให้เป็นความพึงพอใจของลูกค้า สามารถคำนวณอัตราส่วนของการปรับปรุงได้จาก **สมการที่ 1**

สมการ 1

$$\text{อัตราส่วนการปรับปรุง} = \text{ค่าเป้าหมาย} / (\text{ตามพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์})$$

ค่าจุดขาย (Sale Point) หมายถึง ส่วนประกอบหรือลักษณะที่ดีของผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สามารถเป็นจุดขายหรือให้บริการที่อยู่นบนพื้นฐานความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้กำหนดคะแนนได้ 3 ระดับเช่นเดียวกับค่าเป้าหมาย

ค่าน้ำหนักคะแนนดิบ (Raw Weight) หมายถึง ค่าที่ได้จากหาค่าผลคูณของความสำคัญของลูกค้า อัตราส่วนการปรับปรุง และ จุดขาย ดัง **สมการที่ 2**

สมการ 2

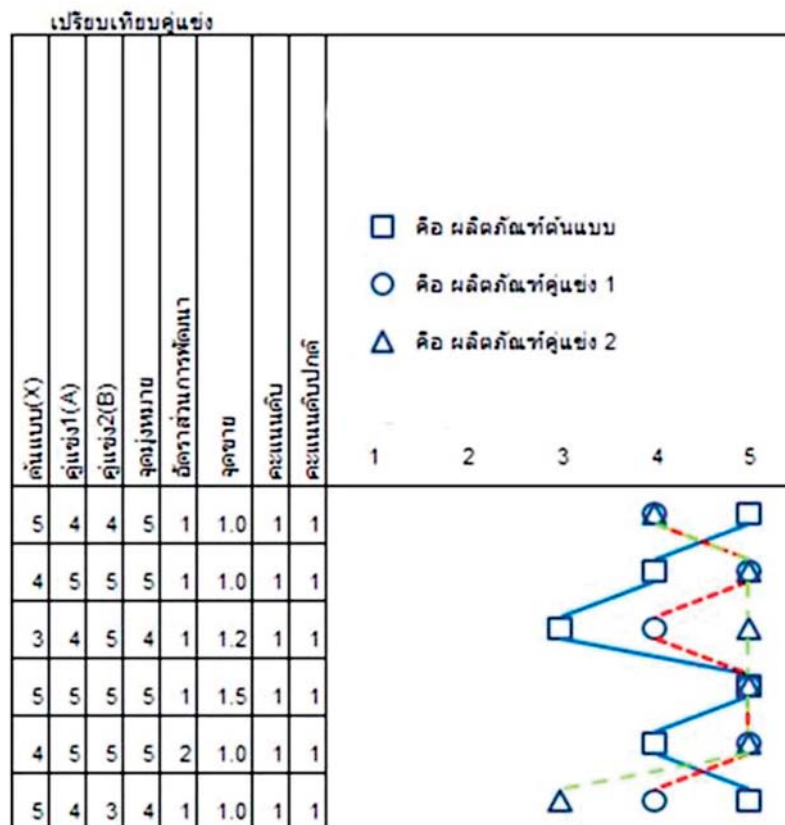
$$\text{น้ำหนักคะแนนดิบ} = \text{ตามสำคัญของลูกค้า} \times \text{อัตราส่วนการปรับปรุง} \times \text{จุดขาย}$$

ค่าน้ำหนักคะแนนดิบปกติ (Normalized Raw Weight) หมายถึง ผลรวมของน้ำหนักคะแนนดิบ ดัง **สมการที่ 3**

สมการ 3

$$\text{คะแนนดิบปกติ} = \text{ผลรวมของน้ำหนักคะแนนดิบ}$$

การแสดงผลการเปรียบเทียบด้วยกราฟเชิงเส้นเป็นการนำผลการของการให้คะแนนระดับพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์แต่ละผู้ผลิตมาแสดงผลเป็นเส้นกราฟที่ประกอบด้วยค่าความชันและค่าจุดตัดบนแกนนอน (X) และบนแกนตั้ง (Y) และมีตัดกัน ดัง **ภาพที่ 3**



ภาพที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบด้วยกราฟเชิงเส้น

บทสรุป

ปัจจุบันผู้ผลิตมีความต้องการด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์นั้นจะมากไปกว่าความต้องการข้อมูล แต่ทราบว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์มีขนาดเท่าไร หรือรูปทรงผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร ทั้งนี้เพื่อให้ฝ่ายออกแบบทำการออกแบบรูปทรงผลิตภัณฑ์ได้นั้น จะไม่เพียงพอต่อความต้องการด้านข้อมูลนำไปสู่กระบวนการผลิตสินค้าเพื่อสามารถแข่งขันกลับตลาดโลกสูงขึ้นได้ จึงจำเป็นต้องทราบข้อมูลในรายละเอียดที่มากกว่านั้น เช่น ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์ในส่วนต่างๆที่ได้จากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ต้นแบบกับผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายอื่นๆ ที่มีอยู่ในท้องตลาด และเป็นที่ยอมรับว่ามีระดับความพึงพอใจในแต่ละส่วนเป็นอย่างไร ที่สำคัญจะทำให้ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์จะต้องมีความสมบูรณ์ถูกต้อง และตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือแม้แต่ตัวผลิตภัณฑ์นั้นจะไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคจึงถือว่าเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ของตนเองให้เป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นๆในระดับสากลได้

เอกสารอ้างอิง

- Akao, Y., & Mazur, G.H.(2003).The Leading Edge in QFD : Past Present and Future.
International Journal of Quality and Reliability Management.pp.20-35.
- Ashok Kumar, Jiju Antony, Tej S. Dhakar, (2006) "Integrating quality function
deployment and benchmarking to achieve greater profitability", Benchmarking: An
International Journal, Vol. 13 Iss: 3, pp.290 – 310
- Cohen, L.ก(1995). Quality Function Deployment : How to Make QFD Work for You.
Massachusetts : Pearson Education.
- Ficalora, J.P., & Conhen, L.ก(2009). Quality Function Deployment and Six Sigma a
QFD Handbook. (2nd.ed.). New York : Pearson Education.



ไปชมเซรามิกส์ที่... **เกียวโต**

เกียวโต ประเทศญี่ปุ่น เป็นเมืองหนึ่งที่มีชื่อเสียงมากเรื่องผลงานเซรามิก มีรูปแบบเฉพาะตัวเรียกว่าเกียวซากิ (Kyo-yaki) ซึ่งถ้ามองภาพรวมแล้วจะเห็นว่าผลงานมีความหลากหลาย แต่ถ้ากล่าวถึงลักษณะงานที่มีความเฉพาะตัวแล้ว จะเน้นการขึ้นรูปด้วยแป้นหมุนซึ่งสามารถทำได้ในระดับบางเฉียบ และการตกแต่งด้วยการวาดด้วยมือที่ละเอียดลออ โดยเฉพาะการใช้สีใต้เคลือบและสืบนเคลือบระบายลวดลายที่เป็นรูปภาพบนรูปทรงภาชนะที่เรียบง่าย อาจเป็นลวดลายที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติหรือเป็นรูปคน ภาชนะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจาน ชาม ถ้วย กาน้ำชา เน้นประโยชน์ใช้สอยควบคู่มาพร้อมกับสุนทรียะ ดังนั้นจึงนิยมเผาไฟสูงเพื่อความแกร่งและทนทาน ในปัจจุบันนี้เรียกเซรามิกเกียวโตว่าแบบ Kyo-yaki และ Kiyomizu-yaki ซึ่งนับรวมภาชนะในแถบพื้นที่วัดคิโยมิซึไปด้วย (Kyoto Kiyomizu ware)





(Unraku Saito 1) ผู้ก่อตั้ง Unraku-gama ซึ่งสร้างสรรค์ผลงานเซรามิกตามแบบดั้งเดิมของเมืองเกียวโต และได้ถ่ายทอดฝีมือ ความรู้และประสบการณ์จนมาถึงรุ่นที่ 3 ในปัจจุบัน



ส่วนหนึ่งของโรงงาน

ในโอกาสที่อาจารย์และนิสิตวิชาเอกทัศนศิลป์ (เซรามิก) คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ไปชมการทำงานเซรามิกที่เมืองเกียวโตและโอซากา จึงขอเข้าชมโรงงานอุระซุ (Unraku) ที่ก่อตั้งมานาน 125 ปี ประวัติของสถานที่นี้เริ่มจาก อุระซุ ไชโตะ ที่ 1



ลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์

ขั้นตอนการทำงานนั้นเริ่มจาก นวดดินให้หมุนซ้อนทับ กันจนมีลักษณะคล้ายกับดอกเบญจมาศญี่ปุ่น แล้วขึ้นรูปด้วย เป็นหมุน เมื่อภาชนะทรงตัวได้ดีจึงนำไปแต่งฐาน (Trimming) ซึ่งขั้นตอนนี้ช่างปั้นจะใช้ปลายนิ้วสัมผัสและเคาะฟังเสียงเพื่อ ตรวจสอบความหนาที่เหมาะสม เมื่อภาชนะแห้งสนิทก็นำไปเผา ดิบที่อุณหภูมิ 700-800 องศาเซลเซียส จากนั้นระบายสีบน ภาชนะเผาดิบแล้วชุบเคลือบใส เผา 1,300 องศาเซลเซียส โดย เผาเตาไฟฟ้าเป็นเวลา 3 วัน 3 คืน หากอุณหภูมิมีความต่างกัน



ช่างปั้นสาธิตการขึ้นรูปภาชนะน้ำชา



ลักษณะภาชนะน้ำชา

เพียง 2-3 องศา จะทำให้เคลือบมีความหลากหลายจากสีขาวไป ถึงสีเขียวอ่อนจนอาจได้ หลังจากนั้นเป็นการเขียนสีบนเคลือบ อุณหภูมิต่ำ ซึ่งการเผาอุณหภูมิเท่าได้นั้นขึ้นอยู่กับชนิดของสี

ช่างปั้นซึ่งเป็นคนเก่าแก่ของอุระซุได้สาธิตการขึ้นรูป ภาชนะน้ำชาให้กับคณาจารย์และนิสิตชมโดยยึดถือรูปแบบ ดั้งเดิม ขณะที่ช่างอธิบายถึงแต่ละชิ้นส่วนนั้น พบว่ารูปทรงที่ดู เรียบง่ายนี้ต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญในการปั้น อย่างยิ่ง เริ่มตั้งแต่ตัวภาชนะจะต้องมีน้ำหนักที่พอดี ไม่ใหญ่หรือ เล็กจนเกินไป ซึ่งมีขนาดมาตรฐานของทางโรงงาน ระดับของ พวยต้องเหมาะสมและติดในองศาที่สามารถเทน้ำชาได้อย่าง สะดวกโดยไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป ด้านในพวยมีที่กรองชาทรง ครึ่งวงกลมติดอยู่ ซึ่งที่กรองนี้ต้องเจาะรูให้พอดี ไม่ใหญ่หรือเล็ก





ภาชนะจากการทดลอง
และค้นคว้ามูลค่าร่วมสามล้านบาท



ลวดลายจากสีใต้เคลือบ



เตาเผา



นิสิตทดลองเขียนลาย

จนเกินไป ส่วนกันน้ำชาจะเว้าเข้าด้านในเล็กน้อยเพื่อให้ตะกอนชาที่หลงเหลือนอนก้นตามเส้นรอบวงด้านใน ลักษณะมือจับด้านข้างเป็นแบบดั้งเดิม ดัดตั้งจากกับพวยกาทำให้น้ำชาได้สะดวก ที่น่าสนใจคือมือจับนี้จะทำไว้สำหรับคนถนัด

ชาวเท่านั้น ทางโรงงานได้ให้นิสิตลองฝึกเขียนลายบนภาชนะเผา ดิบด้วย เจ้าของรุ่นที่ 3 ซึ่งมีอายุเฉียดร้อยปี แต่ยังแข็งแรงอยู่ได้นำภาชนะที่ตกแต่งลายบนสีดำ-ทองมาให้ชม ซึ่งผ่านการค้นคว้าทดลองจนได้รูปลักษณ์สวยงามสมบูรณ์ พร้อมทั้งอธิบายว่า หลักในการทำงานให้ได้ผลอย่างดีย่อมของที่นี่ก็คือ **“ความมุ่งมั่นที่จะทดลองทุกอย่างและตรวจสอบอย่างละเอียดลออทุกจุด”** แม้ว่าคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มจะทำงานแบบดั้งเดิมน้อยลงแต่ทางโรงงานอนุรักษ์และในพื้นที่ใกล้เคียงยังคงยึดถือแนวทางการทำงานตามขนบเดิมและค้นคว้าพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งเสริมว่าการที่คนเรามีอายุยืนนานโดยมีสุขภาพที่ดีนั้นเกิดจากภายในจิตใจ หากได้ทำงานที่ชอบอย่างมีความสุขแล้ว ก็ย่อมทำให้จิตใจเบิกบานและร่างกายแข็งแรง





นิทรรศการ ภาพวาดบนกระเบื้องเคลือบ ครั้งที่ 3 3rd Thailand Porcelain Painting Club Exhibition

นิทรรศการภาพวาดบนกระเบื้องเคลือบ ครั้งที่ 3 โดย ชมรมนักวาดภาพบนกระเบื้องเคลือบ
แห่งประเทศไทย

หอศิลปกรุงเทพ (bacc) หรือชื่อเต็มคือ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
(Bangkok Art and Cultural Centre) ได้เริ่มก่อสร้างในปี 2548 โดยได้รับการอนุญาตจากสภาแห่งกรุงเทพมหานคร
และเปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชมเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2551 นับแต่นั้นมาหอศิลป์ที่สูงใหญ่และทันสมัยตรงสี่แยกปทุมวัน
ซึ่งนับเป็นใจกลางเมืองกรุงอย่างแท้จริง ได้ตอบโจทย์ให้เด็กเล็ก เยาวชน และประชาชนในสังคมได้ตระหนักถึงคุณค่าของ
ศิลปะและวัฒนธรรมมาร่วมสืบป ในหนึ่งปีมีผู้เข้าเยี่ยมชมและทำกิจกรรมเป็นจำนวนนับหนึ่งล้านคนเลยทีเดียว



เมื่อวาระการจัดนิทรรศการ
ภาพวาดบนกระเบื้องเวียนมา ชมรม
นักวาดภาพบนกระเบื้องเคลือบแห่ง
ประเทศไทย นำโดยประธานคือ คุณ
ชนิดา สุวรรณเพ็ญ และสมาชิกอีก
100 คนได้เห็นพ้องที่จะจัดนิทรรศการ
ครั้งที่ 3 ขึ้นที่หอศิลปวัฒนธรรมแห่ง
กรุงเทพมหานคร ขอดนิยมนของชาว
กรุงเทพมหานครแห่งนี้ ในระหว่าง
วันที่ 3 ถึง 27 ธันวาคม 2558





กระบวนการเตรียมการจัดนิทรรศการและการเคียวกรำผลิตชิ้นงานที่สวยงามผ่านช่วงเวลาหนึ่งปีเศษและโดยความอนุเคราะห์จากผู้หลักผู้ใหญ่ระดับประเทศคือ คุณ **ชวน หลีกภัย** (นายกรัฐมนตรีสองสมัย) ได้ให้เกียรติมาเป็นประธานพิธีเปิด และผู้บริหารตั้งแต่ระดับใหญ่น้อยของหอศิลป์กรุงเทพที่ได้ให้อิโกลาสความช่วยเหลือ คำแนะนำจนนิทรรศการภาพวาดบนกระเบื้องเคลือบได้มีโอกาส อดความสวยงามของชิ้นงานภาพวาดบนกระเบื้องเคลือบเทียบเท่ากับการวาดภาพบนแผ่นผ้าหรือแผ่นกระดาษและอื่นๆ เป็นเวลาเกือบหนึ่งเดือน (4 สัปดาห์เต็ม) ณ People Gallery ชั้น 2 ทั้ง 3 ห้อง รวมทั้งกัลยาณมิตรเพื่อนพ้อง ผู้สื่อข่าว ฯลฯ ที่ช่วยสนับสนุนการจัดนิทรรศการภาพวาดบนกระเบื้องเคลือบ จนสามารถอดความงามจับจ้องตาผู้คนจนครบกำหนดเวลาที่หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร กำหนด



นอกเหนือจากการโชว์ผลงานที่หลากหลายเทคนิคของเหล่าสมาชิกมาร่วมร้อยแล้ว การสาธิตการวาดภาพบนกระเบื้องก็มีจัดทุกวันอาทิตย์ครบ 4 สัปดาห์ เพื่อแบ่งปันเทคนิค สี อุปกรณ์ ฯลฯ และที่สำคัญคือการคืนกำไรให้กับสังคม ในวาระนี้ทางชมรมนักวาดภาพบนกระเบื้องเคลือบได้มุ่งทำการกุศลหาเงินให้กับสภากาชาดไทย พูดได้ว่า อิ่มตา อิ่มใจ และ อิ่มบุญ.....ครบถ้วน





ที่สำคัญคือ จุดมุ่งหมายหลักของ นิทรรศการได้แก่ การ แลกเปลี่ยนทรรศนะ และ ทักษะในการ วาดภาพบนกระเบื้อง

ระหว่างหมู่สมาชิก และสตูดิโอต่างๆ ในประเทศ และเป็นการเพิ่มพูน ประสบการณ์ใหม่ ๆ ตลอดจนการขยายการวาดภาพบนกระเบื้องเคลือบใน ประเทศไทยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น รวมทั้งก่อให้เกิดความสามัคคี การร่วมมือกัน ระหว่างสมาชิกสตูดิโอ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลที่ได้คือ การบรรลุถึง จุดมุ่งหมายดังกล่าวตลอด 4 สัปดาห์ และนับว่าเป็นการต่อลมหายใจให้ ศิลปะแขนงนี้ออกไปได้อีกครั้ง... 



สุจิตรา เดชอนุรุธ

Satsuma Denshokan Museum

เซรามิก...แห่งขุนเขา

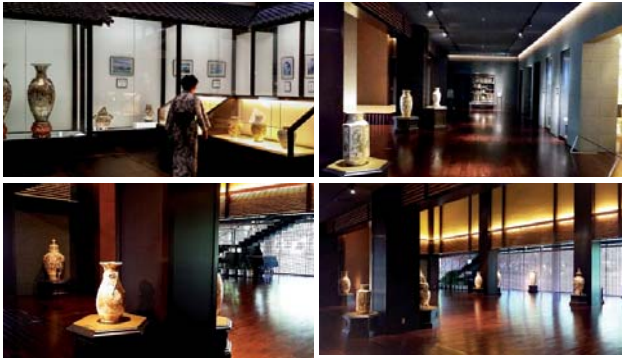
ดิฉันได้มีโอกาสเที่ยวเชิงชมชม พิพิธภัณฑ์ศิลปะ: Satsuma Denshokan Museum ซึ่งอยู่ในบริเวณเดียวกันกับโรงแรม Ibusuki Hakkusuikan ในเมือง Ibusuki มีบรรยากาศเชิงบสงบท่ามกลางภูเขาป่าสน ตัวโรงแรมตกแต่งด้วยศิลปะแบบญี่ปุ่นโบราณ แต่มีความสะดวกสบายแบบโรงแรมทันสมัย 6 ดาว

ขอล่าวถึงโรงแรมก่อนนะคะ โรงแรมนี้ตั้งอยู่ชายหาดของอำเภอ Ibusuki จังหวัด Kagoshima เกาะ Kyushu ที่บริเวณนี้ขึ้นชื่อเรื่องการฝังทราย ซึ่งว่ากันว่ามีการพิเศษและอุณหภูมิที่ร้อนทำให้เลือดลมในตัวไหลเวียนได้ดี มีห้องสำหรับฝังทรายซึ่งติดกระจกใสให้เห็นชายหาดข้างนอกตลอดแนว ด้านใต้ของทราย มีแผ่นควบคุมความร้อนให้สม่ำเสมอ จึงไม่ต้องกังวลเรื่องภูมิอากาศภายนอก สามารถให้บริการได้ทุกฤดูตลอดทั้งปี และสามารถควบคุมอุณหภูมิของทรายให้สม่ำเสมอ เมื่อคุณใส่ชุดยูกาตะ (เสื้อคลุมแบบญี่ปุ่น) นอนลงบนทราย จะมีคนมาจัดทำทางให้คุณนอนบนหมอนเล็กๆ ปิดคอเสื้อให้มิดชิดเพื่อกันทรายเข้า แขนแขนข้างกาย หลังจากนั้นจะค่อยๆ โยกทรายกลบบนตัวคุณ อย่างนั้นประมาณ 10-15 นาที คุณจะรู้สึกถึงความหนักและความร้อนของทราย ทำให้เลือดในกายวิ่งพล่านมากกว่าปกติ รู้สึกถึงการเดินของหัวใจที่สูบฉีดแรงขึ้น บางทีจะรู้สึกเส้นเลือดที่ฝ่ามือ ฝ่าเท้าเต้นตุบๆ เลยทีเดียว ว่ากันว่าสามารถ

รักษาได้หลายโรคมาก โดยเฉพาะเรื่องข้อและเข่า หลังจากขึ้นจากทรายแล้ว เราก็เข้าห้องออนเซ็น แช่น้ำแร่ ห้องออนเซ็นที่นี่ใหญ่กว่าห้องจัดเลี้ยงใหญ่ๆ อีก เพดานสูงมาก มีการตกแต่งวาดกำแพงเหมือนเมืองญี่ปุ่นโบราณ มีหลายบ่อให้เลือกแช่ มีทั้งในอาคารและนอกอาคาร นอกอาคารจะจัดเป็นบ่อที่ล้อมรอบด้วยหินใหญ่ มีน้ำตกและน้ำพุที่เป็นน้ำแร่ร้อน ว่ากันว่าน้ำแร่ที่นี่มีคุณสมบัติรักษาได้หลายโรคอีกเช่นกัน หลังจากขึ้นมาอาบน้ำเสร็จก็ตัวเบาเลยทีเดียว



พอสบายตัว เราเลือกเดินเล่นในบริเวณโรงแรมที่มีพื้นที่ใหญ่มาก ระหว่างทางเดินตกแต่งด้วยเครื่องกระเบื้องโบราณมีค่ามากมาย บนกำแพงก็ประดับด้วยภาพวาดพู่กันแบบโบราณ ด้านนอกสนามจัดเป็นส่วนแบบญี่ปุ่นมีทั้งต้นสนและต้นไม้ไทรนานาชนิด ให้บรรยากาศผ่อนคลายอย่างสงบ



เจ้าหน้าที่โรงแรมแนะนำให้ฉันเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ของโรงแรมซึ่งอยู่ห่างไปอีกสักหน่อย เดินยังไม่รู้สึกเหนื่อยก็มาถึงอาคารแบบญี่ปุ่นโบราณ มีอาคารยาวล้อม 4 ด้าน ด้านที่หันเข้าตรงกลางทั้งหมดเป็นกระจกใส สามารถมองเห็นอ่างน้ำใสเย็น ให้ความรู้สึกสงบนิ่งแบบเซ็น ด้านหนึ่งเป็นร้านอาหาริตาเลียนหรู ตกแต่งด้วยชิ้นงานเซรามิก เปิดเพลงบรรเลงเบาๆ ให้คุณได้ลิ้มรสอาหารเลิศในบรรยากาศญี่ปุ่นแท้ๆ อีกด้านของอาคารสร้างเป็นห้องขายของชำร่วยและงานของศิลปินอิสระ มีทั้งงานแก้วเป่า และเซรามิกในเทคนิคและรูปแบบต่างๆ รวมทั้งเครื่องประดับ และกระดุมเสื้อที่เป็นการวาดบนเคลือบแบบคินรันดะ (Kinrande) ซึ่งประณีตมากๆ แทบทุกชิ้นจะไม่มีการทำเหมือนกันซ้ำอีกงาน ทุกคอลเลกชันจะมีประวัติและภาพถ่ายของศิลปินที่ผลิตงานนั้นๆ แสดงอยู่ด้วย ทำให้รู้สึกว่าทุกชิ้นมีค่ามาก อีกมุมหนึ่งของห้องนี้มีโซนพานังสบายเพื่อนั่งพักผ่อนจิบกาแฟหรือชา ด้านนอกมีวิวชมดอกไม้ Wisteria และสระน้ำที่สบายตา ถ้าซื้อชิ้นงานกลับบ้านไม่ไหว ก็สามารถซื้อหนังสือรวมภาพที่รวบรวมชิ้นงานในพิพิธภัณฑ์ และประวัติความเป็นมาและกำเนิดเซรามิก แบบ Kinrande ได้ในราคาที่ไม่แพงเลย

มาถึงส่วนแสดงงานของพิพิธภัณฑ์ มี 2 ชั้น ชั้นล่างเป็นห้องโถงสลับทางเดินที่กว้างโล่งมาก ตกแต่งแบบยุคเอโดะ แสดงงานชิ้นใหญ่ๆ ขนาดสูงเท่าคน (สูงสุดประมาณ 161 ซม.) จนไปถึงชิ้นเล็กเท่าเม็ดกระดุม ส่วนใหญ่จะเป็นงานที่เป็นเทคนิคการวาดแบบ Kinrande คือการวาดบนเคลือบ โดยมีการวาดทองเข้าไปผสมด้วย เผาที่ประมาณ

800°C ส่วนที่ดิฉันประทับใจมาก คือ กำแพงทองคำ ที่ติดด้วยทองคำเปลวกว่า 10,000 แผ่น เพื่อเป็นผนังโชว์ชิ้นงานที่งามมากๆ ตั้งแต่เทวรูป แจกัน ถ้วยโอชามต่างๆ ชิ้นงานที่โชว์บนผนังนี้จะตกแต่งด้วยการเขียนทองเกือบทั้งสิ้น เป็นที่ตื่นตาตื่นใจของผู้เข้าชมตั้งแต่เริ่มพิพิธภัณฑ์มาจนปัจจุบัน ชั้นบนจะแบ่งเป็นห้องแสดงงานโบราณที่ใช้วิธีเขียนได้เคลือบ หรืออื่นๆ ซึ่งได้มาจากประเทศจีน เกาหลี และท้องถิ่น ส่วนอีกห้องแสดงชิ้นงานที่เริ่มมีการวิวัฒนาการรูปแบบและลายแบบผสมผสานความเป็นยุโรป เพื่อการส่งออก



ท่านประธานของ Ibusuki Hakkusuikan นี้คือ Mr. Shiroshi Shimotake Hara ได้มีความฝันที่จะรวบรวมชิ้นงานเซรามิกท้องถิ่นที่มีความงดงามและประวัติศาสตร์ยาวนาน ตั้งแต่ ศตวรรษที่ 11 จนถึงปัจจุบัน

Kzuhisa Shimotake Hara ลูกชาย ท่านได้เริ่มทำธุรกิจการท่องเที่ยวที่จังหวัดคาโกชิมามานาน จนถึงอายุ 60 กว่า มีความฝันมาตลอดว่าอยากทำโรงแรมที่มีกลิ่นอายของศิลปวัฒนธรรมของญี่ปุ่น และได้ลงมือสร้างโรงแรมนี้ให้เป็นจริงขึ้นเมื่อปีโชวะ 35 เดือน 6 ซึ่งออกแบบให้แวดล้อมไปด้วยสวนญี่ปุ่น ด้านในอาคารตกแต่งด้วยภาพเขียนและชิ้นงานเซรามิกโบราณท้องถิ่น ชิ้นงานเซรามิกที่ใช้ตกแต่งส่วนใหญ่มาจากคาโกชิม่า คิวชู ชิ้นงานที่จัดแสดงกว่า 2 หมื่นชิ้นเริ่มเก็บสะสมตั้งแต่วัยรุ่นคุณพ่อของท่านประธาน และท่าน



ประธานได้หาซื้อกลับมาจากทุกส่วนของโลกในตลอดชีวิตที่ผ่าน ขึ้นงานที่เก็บและจัดแสดงมีอายุตั้งแต่ ศตวรรษที่ 11 จนสมัยบักคัมจะถึงสมัยเมจิ ได้มีการส่งสินค้าไปยุโรป ทำให้สินค้าของเมืองนี้ได้รับการยอมรับกว้างขวางขึ้น เครื่องปั้นดินเผาแบบ Kinrande ของคาโกชิม่าเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในประวัติศาสตร์เครื่องกระเบื้องของญี่ปุ่น ท่านกล่าวไว้ในหนังสือรวมภาพว่า “ผมสนใจเครื่องปั้นดินเผาอย่างลึกซึ้งตั้งแต่เด็กจนปัจจุบันก็ยังไม่เปลี่ยน จากการพยายามของตัวเองและการแนะนำของท่านผู้รู้ เป็นที่มาของการเก็บคอลเลคชันที่หลากหลาย ใช้เวลาเก็บมา 50 กว่าปี ซึ่งบางส่วนเป็นของที่สะสมมาตั้งแต่รุ่นคุณพ่อ ปัจจุบันมีประมาณ 20,000 กว่าชิ้น ได้ผ่านการคัดเลือกจัดหมวดหมู่และจัดพิมพ์เป็นรูปเล่ม ผมหวังว่าท่านที่ได้มาเยือนและอ่านจะมีความสุข” ปัจจุบันกิจการและหน้าที่การรักษาสสมบัติของชาตินี้ได้สืบทอดให้ลูกชาย คือ Mr. Kzuhisa Shimotake Hara

เสียงดังกังไม่อาจจัดพิมพ์รูปชิ้นงานทั้งหมดได้ในวารสารนี้ แต่ถึงท่านมีโอกาส อย่งลัมิไปแจ้งชมชมพิพิธภัณฑ์ที่เชิงบสงบในหุบเขาแห่งนี้ละ ท่านจะได้เห็นงานที่ไม่เคยเห็นในที่อื่นเลย



The Pewabic Pottery Detroit, Michigan

ในบทความนี้ขอกล่าวถึงประวัติเซรามิกแห่งเมือง Detroit รัฐ Michigan สหรัฐอเมริกา ซึ่งปัจจุบันสถานที่นี้ได้กลายเป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ และแหล่งความรู้สำคัญของเมือง ผลงานทุกชิ้นของ Pewabic Pottery เน้นงานศิลปะแบบทำด้วยมือทุกชิ้นและยังคงฝากผลงานสร้างสรรค์ทางสถาปัตยกรรมมากมายในอเมริกา ดังที่จะขอกล่าวถึงประวัติพอสังเขปของ Pewabic Pottery และผู้ก่อตั้ง ไว้ดังนี้

Mary Chase Perry ผู้ก่อตั้ง **Pewabic Pottery** เธอเกิดที่เมือง **Hancock** รัฐ **Michigan** ในปี ค.ศ. 1867 เมืองนี้เป็นแหล่งเหมืองทองแดงที่มีชื่อเสียง และกลายเป็นจุดสำคัญต่อมาในการนำชื่อสถานที่นี้มาตั้งเป็นชื่อธุรกิจของเธอเอง หลังจากพี่บิดา (**William Walbridge Perry**) ได้เสียชีวิตลง มารดา (**Sophia Berrett**) ได้ตัดสินใจย้ายถิ่นฐานมาอยู่ใกล้ๆ กับญาติที่เมือง **Ann Arbor** ที่เมืองนี้เอง ในช่วงวัยรุ่นของ **Perry** ที่ได้เริ่มศึกษาวิชาศิลปะที่เธอสนใจและมีมารดาคอยให้การสนับสนุน เธอฝึกฝนการวาดภาพลงสี และเริ่มหารายได้จากการเป็นศิลปินสมัครเล่นในร้านขายหนังสือ โดยวาดลงสีในโปสการ์ดคริสต์มาส ในช่วงเวลานี้ครอบครัวของเธอได้ย้ายมาอยู่ที่เมือง **Detroit**

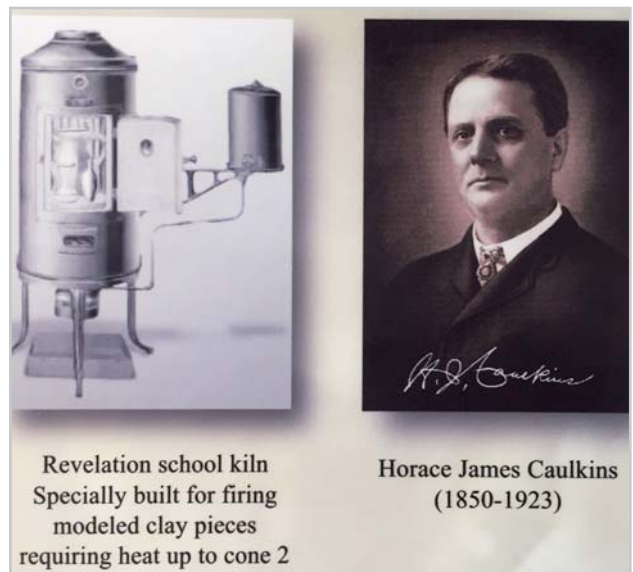
ที่ Detroit เธอได้พบกับ Colonel Charles M. Lum อดีตทหารผ่านศึกที่ฝึกฝนการลงสีด้วยตัวเองจนเป็นศิลปินสมัครเล่น โดย Lum ได้สอนให้ Perry ได้รู้หลักเกณฑ์การวาดภาพลงสีจากประสบการณ์ที่เขาได้เรียนรู้สะสมมาทั้งหมด หลังจากที่ Lum ได้เสียชีวิตลง Perry ได้ลงเรียนต่อในหลักสูตรศิลปะที่จัดขึ้นโดยวารสารชื่อ “The Interior” เมื่อเรียนจบเธอได้รับรางวัลอันดับที่สามของการแข่งขันวาดภาพที่จัดขึ้นโดยวารสารนี้เอง Perry ได้รับโอกาสมากมายที่เป็นประโยชน์จากเมือง Detroit ที่กำลังเติบโตไปพร้อมกับเธอ เธอได้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิลปะบ่อยครั้งเพื่อเก็บเกี่ยวความรู้ยังทำให้ความสนใจและรักในงานศิลปะไม่ได้ลดลงไปจากเธอเลย Perry ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อด้าน Art Studio สอนโดย Carol Albright และเธอยังสนใจเรียนด้านการลงสีเคลือบตกแต่ง porcelain “China Painting” เป็นพิเศษอีกด้วย

จากนั้น Perry ได้เข้าศึกษาต่อกับศิลปินชาวเยอรมัน Franz A. Bichoff ผู้มีความเชี่ยวชาญพิเศษด้าน China Painting เมื่อจบหลักสูตรเธอยังคงเข้าศึกษาต่อที่โรงเรียนศิลปะชื่อ The Art School of Cincinnati เมือง Cincinnati รัฐ Ohio

ที่เมืองนี้เองทำให้เธอได้ฝึกฝนสะสมประสบการณ์ด้าน China Painting และเซรามิก ซึ่งในปัจจุบันเมือง Cincinnati มีโรงงานเซรามิกที่มีชื่อเสียงมากมายรวมถึงโรงงาน Rookwood หลังจากจบการศึกษาที่ Cincinnati, Perry กลับมาศึกษาต่อที่ Detroit ซึ่งเสนอโดยทางพิพิธภัณฑ์ จากนั้นครอบครัวของเธอได้ย้ายไปอยู่ที่ Asheville, North Carolina ที่นี่เองเป็นที่แรกที่เธอได้เปิดสตูดิโอเซรามิกเล็กๆ เพื่อขายผลงานของเธอเอง

ในปี 1893 Perry ได้กลับไปที่ Detroit อีกครั้งและเปิดสตูดิโอขึ้นที่ถนน West Adams ไม่เพียงแต่การสร้างสรรค์ผลงานด้านศิลปะ การขายผลงาน และการสอน แต่เธอยังได้เขียนบทความด้านเซรามิกมากมายให้กับวารสาร “China Painting” ทำให้เธอเป็นที่ยอมรับและเติบโตในวงการศิลปะอย่างรวดเร็ว นอกเหนือจากบทบาทการเป็นอาจารย์และศิลปินด้านเซรามิกแล้ว เธอยังเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้เตาเผาอีกด้วยจากเหตุบังเอิญที่ได้รู้จักเพื่อนบ้านชื่อ Horace J. Caulkins ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญที่พัฒนาเตาเผาอุณหภูมิสูงเคลื่อนย้ายได้ โดยใช้ชื่อเตานี้ว่า “Revelation Kiln”

เตานี้ได้รับการออกแบบโดย Caulkins ซึ่งทำธุรกิจขายอุปกรณ์ทันตกรรม การเป็นนักธุรกิจทำให้เขาเรียนรู้หลัก



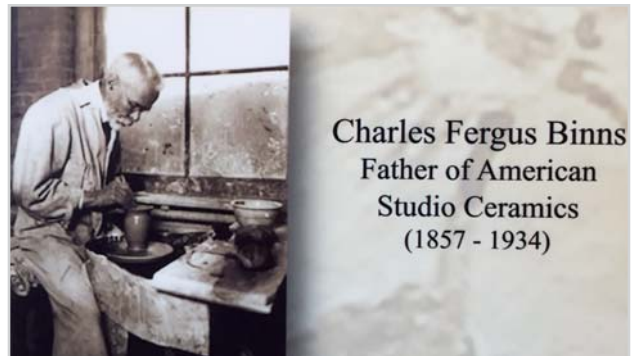
การตลาดและเข้าถึงนักเซรามิก เขาจึงมองเห็นโอกาสในการทำงานร่วมกับ Perry ในขณะที่เครื่องเคลือบเซรามิกกำลังเป็นที่นิยมในอเมริกา Perry และ Caulkins ได้กลายเป็นหุ้นส่วนด้านธุรกิจ และกลายเป็นมิตรภาพอันยาวนาน ในด้านธุรกิจเตาเผา Perry มีบทบาทสำคัญในการสาธิตการลงเคลือบสีและการเผาด้วยเตา Revelation Kiln หลังจากที่ได้สาธิตให้เห็นถึงการใช้งานที่ง่ายและประสิทธิภาพของเตาเผา เธอได้ประสบความสำเร็จด้านยอดขายมากมายในการเดินทางทั่วอเมริกา เช่น Chicago, Des Moines, New York, Boston, Omaha และ Portland

Perry ยังได้ช่วย Caulkins ในการเรียบเรียงและตีพิมพ์เอกสารเพื่อโปรโมทสินค้าของบริษัทภายใต้ชื่อ “Revelation China and Glass Kilns”



จากการเดินทางทำธุรกิจด้านการขายเตาไม่เพียงแต่นำความสำเร็จให้กับบริษัท แต่ Perry เองยังได้สั่งสมประสบการณ์มากมาย กลายเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงด้านการลงสีเคลือบเซรามิกและผู้เชี่ยวชาญด้านการเผาและเตาเผาอีกด้วย ความมานะและพากเพียรของเธอ ทำให้เตา Revelation Kiln กลายเป็นมาตรฐานในวงการเซรามิกยุคนั้น

เป็นเวลาหลายปีที่เธอได้ผลิตชิ้นงาน การเปิดสตูดิโอ การสอน และงานเขียนในหลายสถานที่ทั่วอเมริกาพร้อมกับงานขายเตาเผา วันหนึ่ง Perry และ Caulkins ได้ช่วยกันติดตั้งเตาเผาและทำสตูดิโอสำหรับผลิตชิ้นงานแล้วให้ชื่อสินค้าว่า “Perry’s Pottery” และ “Revelation Pottery” ในช่วงระหว่างการเก็บเกี่ยวประสบการณ์และเทคนิคเธอยังเข้าศึกษาเพิ่มเติมด้านเซรามิกภาคฤดูร้อนที่ Alfred, New York สอนโดย Charles F. Binns ผู้มีชื่อเสียงและเป็นบิดาของสตูดิโอเซรามิกของอเมริกา



ที่สตูดิโอใหม่ของเธอนี้มีอุปกรณ์ครบยกเว้นแต่ผู้เชี่ยวชาญการขึ้นรูปแบบแป้นหมุน Perry จึงได้ขอให้ Joseph Herrick ซึ่งเป็นอาจารย์สอนการขึ้นรูปมาช่วยทำงานเสริมให้แก่เธอและผลิตสินค้าออกมามากมายอาทิ ชาม แจกัน เหยือก เป็นต้น

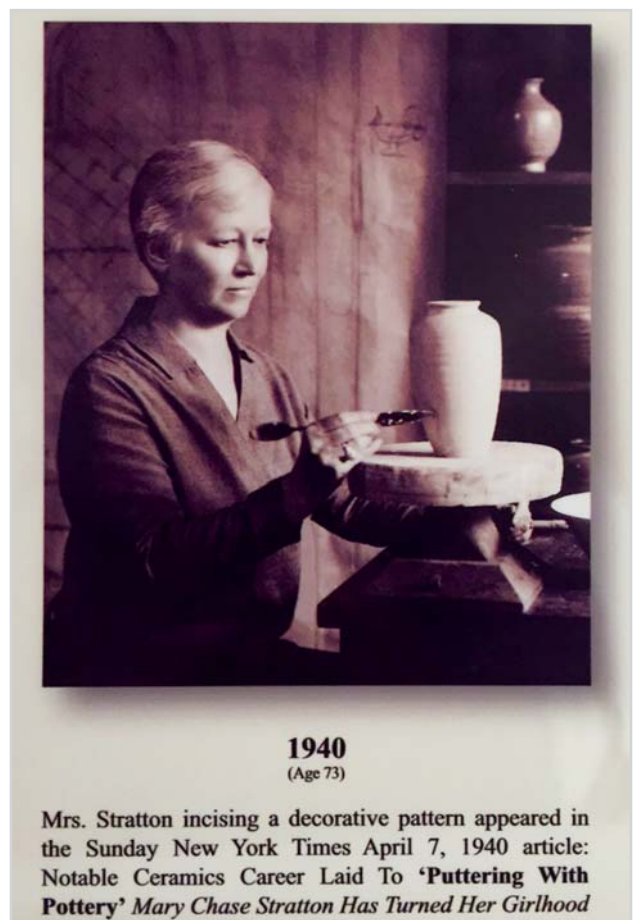
ในปี 1903 เธอได้รับการสั่งผลิต เปีะโคมไฟจำนวน 1000 ชิ้นจากบริษัทใหญ่ใน Chicago โดย Burley ซึ่งเป็นผู้ผลักดันให้เธอพัฒนาชื่อสินค้าและทำการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มมูลค่าสินค้า โดยเธอตัดสินใจเปลี่ยนชื่อสินค้าจากเดิมให้เป็น “Pewabic” ซึ่งมาจากคำอเมริกันพื้นเมืองในบ้านเกิดของเธอเอง มีความหมายว่า “ดินที่มีสีทองแดง” ทำให้ Pewabic Pottery ถือกำเนิดขึ้นในปี 1905 นั้นเอง

Perry ยังคงคิดค้นสินค้าแบบใหม่ๆ โดยการสร้างสรรค์ผลงานด้านสถาปัตยกรรม เช่นการผลิตกระเบื้องสำหรับตกแต่งอาคาร จากการที่เพื่อนของเธอ William Stratton (ภายหลังคือสามีของ Perry) นักสถาปนิกในเมืองดีทรอยต์ได้ขอคำปรึกษาด้านการตกแต่งเตาผิงไฟและการตกแต่งอาคารกับเธอ โดยได้สร้างต้นแบบแผ่นกระเบื้องดินเผาด้วยมือและส่วนที่เหลือจะสร้างขึ้นจากแบบแม่พิมพ์เหล็กเพื่อให้มีขนาดมาตรฐาน แต่ทางสถาปนิกกลับขอให้ทาง Perry ขึ้นรูปกระเบื้องด้วยมือทุกชิ้นเพราะต้องการให้ผลงานออกมาในรูปแบบงานศิลปะถึงแม้จะไม่สมบูรณ์แบบก็ตาม



ธุรกิจด้านงานกระเบื้องและสถาปัตยกรรมเจริญเติบโตขึ้นมากพร้อมกับความเจริญของเมืองดีทรอยต์ Perry จึงคิดที่จะขยายสถานที่เพื่อรองรับกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้น เธอได้พบที่ดินติดถนนใหญ่ Jefferson Avenue ในเมืองดีทรอยต์ ตรงข้ามกับสวน Waterworks Park และได้ให้สามีของเธอ William Stratton เป็นผู้ออกแบบอาคารสไตล์อังกฤษโบราณซึ่งยังคงสภาพเดิมสวยงามจนถึงทุกวันนี้

Perry ได้มีโอกาสพบกับ Charles L. Freer ผู้ให้การสนับสนุนงานศิลปะและผลักดันเธอให้รูปแบบผลงานของ Perry ดูเรียบง่ายแต่เน้นสีสันทันและการลงเคลือบมากกว่าการทำชิ้นงานที่มีรูปแบบซับซ้อน ในปี 1904 เดือนกันยายน หน้า 21 บทความตีพิมพ์ในวารสาร “Keramic Studio” ได้สะท้อนรูปแบบผลงานของ Perry ไว้ดังนี้ “Now we know that one’s best work is often-rather always-his most simple yet appropriate conception, relying on the thought back of it, instead of the fanciful execution of a momentary fancy”



ภายหลังการเสียชีวิตของ Caulkins หุ่นส่วนธุรกิจ Perry ได้สานต่อธุรกิจกับภรรยาของเขาต่อไปโดยที่ Mrs. Caulkins ได้ขอเป็นผู้อยู่เบื้องหลังและให้ Perry ดำเนินธุรกิจอยู่เบื้องหน้า และภายหลังต่อมา Pewabic Pottery ได้

เปลี่ยนเป็นความดูแลของ Henry ลูกชายของ Caulkins นั่นเอง และ Perry ได้เสียชีวิตลงในปี 1961 ด้วยวัย 94 ปี จากนั้นในปี 1964 Henry ได้ยกโฉนดและอาคารให้แก่มหาวิทยาลัย Michigan State University ซึ่งยกเป็นสถานที่ให้สำหรับนักปั้นเซรามิกและแหล่งการเรียนนอกมหาวิทยาลัยจนถึงปี 1979 จนกระทั่งปี 1981 Pewabic Pottery, Inc ได้ถูกก่อตั้งให้เป็นองค์กรไม่แสวงผลกำไรและจัดตั้งเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ การสร้างสรรค์ผลงานเซรามิก สถานที่เก็บเอกสารสำคัญและ พิพิธภัณฑ์จนถึงทุกวันนี้

ผลงานด้านสถาปัตยกรรมของ Pewabic Pottery ที่สร้างชื่อเสียงไว้มากมายเช่น อาคารสำนักงานสวนสัตว์ โบสถ์ โรงแรม ห้องสมุด หอประชุม และอีกมากมาย ในปัจจุบันทุกสถานที่เหล่านั้นได้กลายเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของเมืองดีทรอยต์

ผลงานของ Mary Chase Perry ได้ถูกจัดแสดงขึ้นครั้งแรกในปี 1893 ในงาน World's Fair in Chicago และทุกๆ ปีต่อเนื่องจนถึงปี 1950 เรื่องราวประวัติของ Pewabic Pottery ได้ถูกรวบรวมและบันทึกไว้เป็นส่วนหนึ่งของ

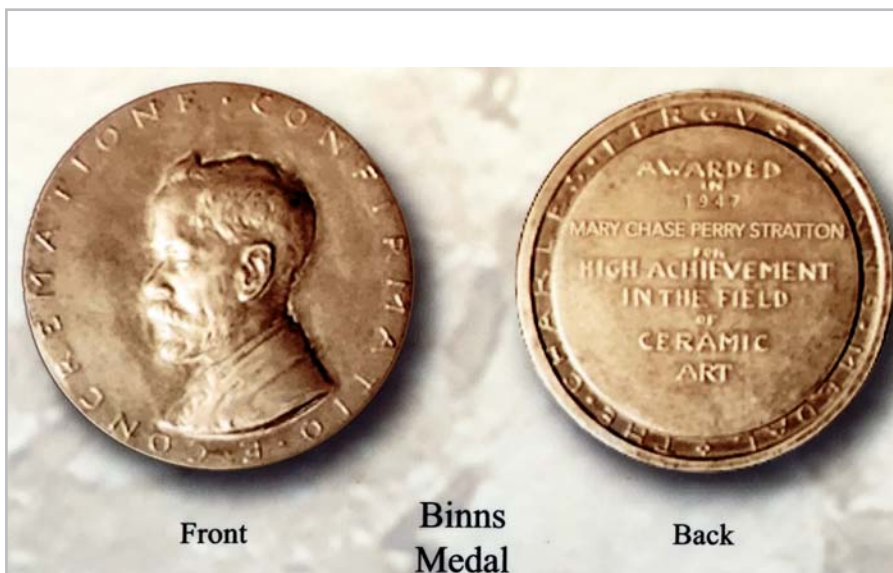


Pewabic Display at Detroit Institute of Arts
ca. 1928

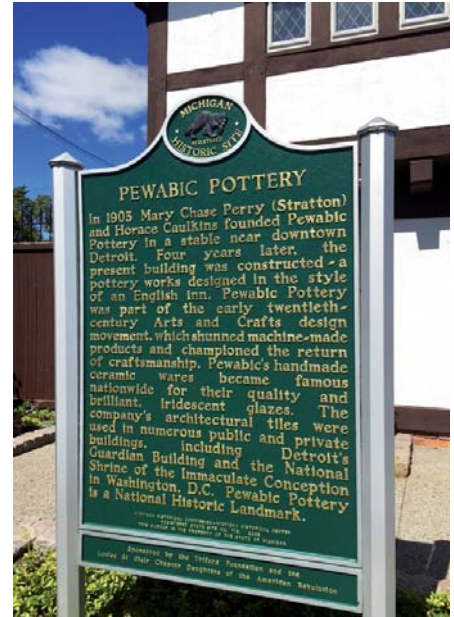
In 1916, Caulkins and Perry lent twenty-five pieces of Pewabic Pottery to the Detroit Museum of Art. On September 1, 1925 Mrs. Caulkins and Mrs. Stratton donated sixteen of the original pieces to the newly formed Detroit Institute of Arts. In 1928, the Detroit Institute of Arts opened with an impressive Pewabic Pottery exhibit.



ประวัติศาสตร์เมืองดีทรอยต์ เธอได้เป็นหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง Detroit Institute of Arts และได้รับการแต่งตั้งเป็นศาสตราจารย์เกียรติคุณของ American Ceramic Society ได้รับปริญญาเอกกิตติมศักดิ์ PhD of Science จากมหาวิทยาลัย Wayne State University อีกทั้งเป็นผู้ดูแลและก่อตั้งภาควิชาเซรามิกใน School of Architecture ใน University of Michigan และเธอได้เขียนหนังสือชื่อ "Ceramic Processes" ในปี 1946 ซึ่งยังคงหาอ่านได้ในปัจจุบันนี้ Perry ได้ถูกเสนอชื่อบรรจุเป็นหนึ่งในสตรีบุคคลสำคัญของอเมริกา "Who's who of American Woman" และในปี 1947 เธอได้รับรางวัลสูงสุดด้านเซรามิก เป็นเหรียญทอง "Charles Fergus Binns Medal"



ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ Pewabic Pottery ยังคงเปิดให้ผู้สนใจเข้าชมและศึกษาเรียนรู้ด้านเซรามิกโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ตั้งอยู่ที่ 10125 E. Jefferson Avenue, Detroit, Michigan อาคารสถาปัตยกรรมยังคงสวยงามตามรูปแบบเดิมแม้เวลาจะผ่านมากกว่า 110 ปีก็ตาม...



ภายในตัวอาคารจัดแสดงผลงานรูปแบบใหม่เพื่อจำหน่าย และแสดงประวัติของ Mary Chase Perry Stratton



ตัวอย่างผลงานจาก Pewabic Pottery tiles Handmade



บรรยากาศภายในพิพิธภัณฑ์ Pewabic Pottery

ข้อมูลอ้างอิงจาก

Mary Chase Perry Stratton and the Pewabic Pottery by J. L. Green. Undated

www.arts-crafts.com/archive/pewabic.pdf

Pewabic Pottery (Brochure). Pewabic Society, Inc. Detroit, Michigan, 1997

Pewabic Pottery. National Historic Landmarks in Michigan. Undated

www.sos.state.mi.us/history



เจ้จม่อมโรงงาน...

บริษัท เซราเฮ้าส์ จำกัด CERA HOUSE COMPANY LIMITED

ได้มีโอกาสไปเยี่ยมชมโรงงานของบริษัท เซราเฮ้าส์ จำกัดมาสองครั้งแล้ว
ครั้งแรกเมื่อต้นปี พ.ศ. 2554 ขณะนั้นโรงงานนี้เพิ่งเปิดได้ยังไม่ถึงปีเลย
และครั้งที่สองก็เมื่อเดือนธันวาคม 2558 นี้เอง ระยะห่างกันไม่ถึง 5 ปีเต็มๆ แต่ความเปลี่ยนแปลงกลับมีมากมาย
ทำให้สนใจอย่างมากที่จะต้องค้นหาข้อมูลว่าทำอย่างไรถึงได้เติบโตได้เร็วมากขนาดนี้
แถมสวนกระแสทางธุรกิจการผลิตเซรามิกในปัจจุบัน



คุณชัยยง เลิศเสนาวงศ์ กรรมการผู้จัดการ และเป็นเจ้าของโรงงานนี้ด้วย ได้ให้การต้อนรับและพูดคุยเรื่องราวต่าง ๆ อย่างดีเยี่ยม ที่จริงผู้เขียนได้มีโอกาสเริ่มทำงานร่วมกันมาในโรงงานเซรามิกที่เดียวกัน พร้อมกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 ที่นั่นคือกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมเสถียรภาพ หรือโรงชามอ้อมน้อยนั่นเอง



คุณชัยยง เป็นบุตรนายเล็กเอี่ยม แซ่โก้ว ซึ่งเป็นชาวจีนอพยพมาจากแผ่นดินใหญ่ มาขึ้นเรือที่พระประแดง มีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับตระกูลของคุณพงษ์เทพ จุลไพฑูรย์ เจ้าของโรงงานอุตสาหกรรมเสถียรภาพ ซึ่งเป็นโรงงานทำถ้วยจานชามปอร์ซเลนสไตล์ญี่ปุ่นเป็นแห่งแรกและใหญ่ที่สุดในประเทศไทยในขณะนั้น ในปีที่เราเริ่มทำงานด้วยกัน เราอยู่ในโรงงานที่สองด้วยกัน อยู่ในห้องทำงานเดียวกันซึ่งเป็นห้องทดลองด้วย ปีนั้นยังมีแค่ 2 โรงงาน และกำลังเตรียมการก่อสร้างโรงงานที่ 3 สำหรับผลิตถ้วยชามเหมือนกัน

จากการสังเกตของผู้เขียน ที่เคยทำงานในกลุ่มโรงงานนี้มา 6 ปี มีความเข้าใจชัดเจนเลยว่า บุคคลที่จะมีโอกาสเข้าไปทำงานและเรียนรู้ทางด้านเทคนิคที่สำคัญของโรงงาน ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ การพัฒนาส่วนผสมหรือสูตรเนื้อดิน สูตรเคลือบ สูตรสีเขียนต่างๆ ทั้งสีได้เคลือบและบนเคลือบ จะต้องเป็นกลุ่มคนที่เป็นเครือญาติ หรือคนที่ได้รับความไว้วางใจสูงสุด กลุ่มงานถัดไปก็จะเป็นส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และเตาเผา ก็จะใช้กลุ่มคนที่ได้รับความไว้วางใจสูง



คุณชัยยง เข้าทำงานตั้งแต่อายุเพียงแค่ 13 ปี เท่านั้น อยู่ในห้องทดลอง เริ่มรับใช้งานของผู้เชี่ยวชาญญี่ปุ่น 2 คนกับคนไทยอีก 1 ท่าน เป็นผู้ช่วยทำการทดลองวัตถุดิบ ซึ่ง ผสม บด สูตรดินสูตรเคลือบต่างๆ นำเข้าเตาเผา ติดตามผลโดยไปเก็บชิ้นงานมาให้เจ้าของสูตรแล้วสรุปร่วมกัน คุณชัยยง มักได้รับคำอธิบายถึงเหตุและผลที่ได้จากการทดลองแต่ละครั้ง มากบ้างน้อยบ้างแล้วแต่ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านจะให้ ผู้เขียนเองยังเคยทดลองสูตรเคลือบผลึกแล้ว คุณชัยยงก็เข้ามาช่วย ตามเก็บผลงานมาให้ดูเช่นกัน ปีถัดมาผู้เขียนก็ห่างจากงานของคุณชัยยงไปหน่อยเพราะต้องไปดำเนินการงานผลิตที่โรงงานที่ 3 ซึ่งเป็น Turnkey plant จากญี่ปุ่น ผลิตจานชามปอร์ซเลน





ที่กลุ่มโรงงานนี้ได้เจริญเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จนมีโรงงานทั้งหมดถึง 7 โรงงานภายใต้ 4 บริษัท ทำการผลิตสินค้าหลากหลายประเภท ทั้งถ้วยจานชาม ปอร์ซเลน กระเบื้องโมเสค กระเบื้องปูผนัง และอิฐทนไฟ รวม Kiln furniture ที่ใช้กับทุกเตาเผาทุกโรงงานในกลุ่ม เสถียรภาพ คุณชัยยังได้ทำงานกับกลุ่มนี้มานานถึง 18 ปี ได้คลุกคลีใกล้ชิดกับผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศมานับสิบๆ คน ทั้งผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่นและชาวเยอรมัน มีทั้งผู้เชี่ยวชาญที่เต็มใจถ่ายทอดให้เต็มที่ บางท่านก็หวังวิชา มีทั้งผู้เชี่ยวชาญตัวจริงกับที่ถูกบอกมาว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญ คุณชัยยังก็ใช้วิจารณ์ญาณแยกแยะได้ว่าความรู้ส่วนไหนเป็นจริง อันไหนไม่เป็นจริง โดยใช้ประสบการณ์ทั้งหมดมาประเมิน นับว่า

คุณชัยยัง เป็นบุคคลที่โชคดีมากที่มีโอกาสทำงานในลักษณะนี้ และมีความสามารถสูงที่เก็บเกี่ยวความรู้ ประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหลาย เปรียบเสมือนว่าเป็นนักวิจัยที่เชี่ยวชาญมากในวงการเซรามิกของไทยท่านหนึ่งเลยทีเดียว นอกจากนี่ยังมีความรู้ความเชี่ยวชาญในทุกกระบวนการผลิตสินค้าเซรามิกของกลุ่มเป็นอย่างดี เพราะคลุกคลีกับงานอยู่ทุกวันและงานที่ทำก็เกี่ยวข้องกับทุกกระบวนการผลิต ความสามารถพิเศษก็มีทางด้านการใช้ภาษาจีนและญี่ปุ่น ที่ได้รับการถ่ายทอดจากคุณพ่อกับช่างญี่ปุ่น รวมทั้งมีการเรียนเพิ่มเติมด้วย





ในราวปี พ.ศ. 2529 คุณชัยยงก็ได้ย้ายออกมาจากกลุ่มเสถียรภาพ ไปร่วมงานกับโรงงานที่เปิดใหม่ ที่ชื่อ ที.เบรนส์ ทำถ้วยจานชามปอร์ซเลนสำหรับโรงแรม ตั้งอยู่ไม่ไกลจากเสถียรภาพมากนัก ผู้เขียนเองก็เพิ่งทราบจากคุณชัยยงว่า เหตุที่โรงงานใช้ชื่อนี้เป็นเพราะได้มีการรวบรวมเอาผู้ที่มีประสบการณ์ ภูมิปัญญาความสามารถในสายการผลิตถ้วยจานชามครบทุกขั้นตอนจากกลุ่มเสถียรภาพรวมทั้งหมด 12 ท่าน หรือ Twelve brains นั้นเองไปร่วมงานด้วย ทั้ง 12 ท่านนี้รวมทั้งคุณชัยยงด้วยมีรายชื่อเป็นผู้ถือหุ้นบริษัท ที.เบรนส์ จำกัด ในลักษณะบุคคลธรรมดา และมีผู้ถือหุ้นอีก รายที่เป็นนิติบุคคลของเยอรมันชื่อว่า บริษัท เครามิกเซอร์ อินดัสทรี-เบรดาฟ จำกัด ซึ่งทางที.เบรนส์ ก็ใช้เครื่องจักรต่าง ๆ รวมทั้งเตาเผาและเทคโนโลยีจากบริษัทเยอรมันแห่งนี้ คุณชัยยงก็มีโอกาสต่อยอดความรู้ ประสบการณ์ รวมทั้งได้ใช้ความรู้ความสามารถที่สะสมจากกลุ่มเสถียรภาพมาใช้กับงานที่ที.เบรนส์อย่างเต็มที่ คุณชัยยงเล่าให้ฟังว่า บางครั้ง

ที่เกิดปัญหาในการผลิต แต่ช่างชาวเยอรมันไม่สามารถแก้ไข ปัญหาได้ คุณชัยยงเข้าไปวิเคราะห์แล้วก็แก้ปัญหาได้ในเวลาอันสั้น

ที.เบรนส์ ดำเนินกิจการผลิตไปได้ 4 – 5 ปี ก็ใกล้ถึงคราวจะต้องปิดกิจการ คุณชัยยงก็เลยผันตัวเองออกมาเป็นที่ปรึกษาอิสระให้แก่โรงงานผลิตสินค้าเซรามิกอีกหลายแห่ง ทั้งย่านสมุทรสาคร กรุงเทพฯ และลำปาง คุณชัยยงไปทำงานเป็นที่ปรึกษาให้โรงงานไหน ๆ ก็สามารถให้คำแนะนำการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงงานได้อย่างรวดเร็ว

จากการที่ได้เป็นที่ปรึกษาให้กับผู้ผลิตสินค้าเซรามิกรายหนึ่ง ได้มีการสานต่อจนถึงขั้นมีการร่วมลงทุนเปิดบริษัทใหม่ คุณชัยยงก็ได้ใช้ความรู้ความสามารถในการผลิตวัตถุดิบเซรามิกขายในระยะเริ่มต้น แล้วก้าวขึ้นเป็นผู้ผลิตสินค้าเซรามิก ขายทั้งในประเทศและสามารถส่งออกไปยังประเทศแถบยุโรปด้วย แต่ต่อมาด้วยแนวทางการดำเนินการธุรกิจที่แตกต่างกัน ทำให้ต้องแยกตัวออกจากกันในที่สุด





เซราเฮ้าส์ ได้ถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2553 ที่ อ.แม่ทะ จ.ลำปาง ผลิตสินค้าประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร (Tableware) ได้แก่ถ้วยจานชามรวมไปถึงแก้วม็อคคัวด้วย เนื้อบดดีส่วนใหญ่จะเป็นประเภทสโตนแวร์ ในช่วงเริ่มต้นก็ใช้เครื่องปั้นโรลเลอร์สแต กับเตาเผาแบบซัดเติล แต่ในปัจจุบันได้มีการขยายกำลังการผลิตจึงได้เพิ่มเครื่องปั้นอัดโนมตีเข้ามา ส่วนเตาเผาก็เปลี่ยนไปใช้เตาโรลเลอร์แล้ว จากการเยี่ยมชมโรงงานก็รู้สึกว่าคุณชัยยังกับทีมงานมีความสามารถสูงในการนำเครื่องจักรเก่ามาปรับปรุงใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางด้านวัตถุดิบก็ใช้จากแหล่งต่างๆ ทั้งใน

ประเทศกับที่นำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่จากจีน และอินเดีย ซึ่งคุณชัยยังมีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี

สินค้าที่ผลิตได้ก็จำหน่ายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ทั้งห้างขายส่งขนาดใหญ่ทั้งหลาย กับเป็นสินค้าประเภทของแถม มีบางส่วนที่ทำการส่งออกต่างประเทศไปบ้าง เมื่อถามถึงจุดแข็งของเซราเฮ้าส์ คุณชัยยังตอบอย่างมั่นใจว่าเซราเฮ้าส์มีการส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลา กับการรักษาคุณภาพที่คงที่สม่ำเสมอ

ผู้เขียนอยากจะสรุปว่า สิ่งที่ทำให้เซราเฮ้าส์ประสบความสำเร็จอย่างมากและรวดเร็วขนาดนั้น น่าจะเป็นเพราะความรู้ประสบการณ์ของคุณชัยเองที่สร้างสมมาตั้งแต่เด็ก จนถึงปัจจุบันก็นานถึง 48 ปีแล้ว เริ่มตั้งแต่เป็นนักวิจัยเชิงปฏิบัติเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญหลากหลายนับสิบๆ คน การทำงานก็เข้มข้นอยู่กับเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เคยพบเห็นปัญหาและแนวทางแก้ไขมาอย่างทุกแง่มุมแล้ว การทำงานในปัจจุบันก็ล้วนทำด้วยความมั่นใจ ทุกอย่างก็เลยลงตัวเป็นไปตามที่คุณชัยยังคาดคิดเสมอ... 



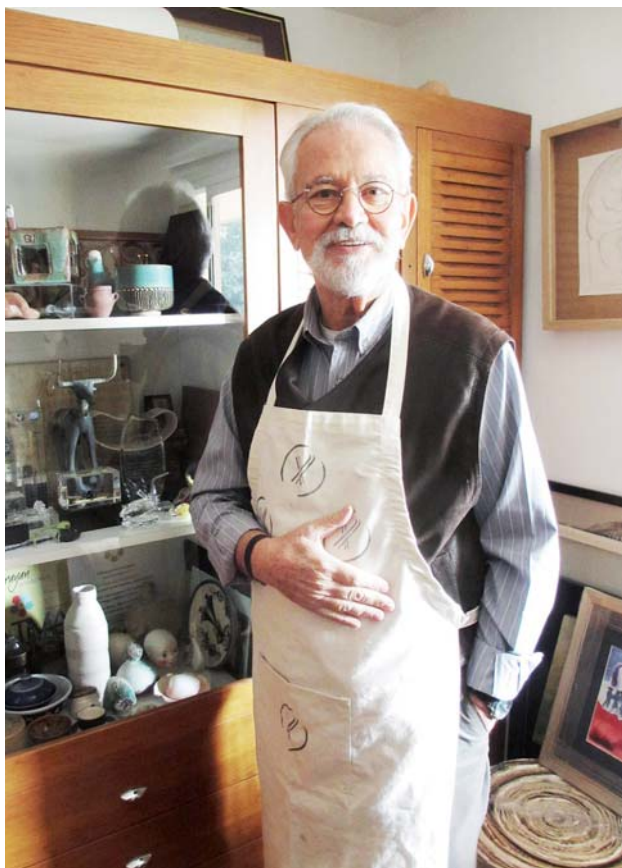
6th International *EGEART* Art Days



"The fundamentals of International EGEART Art Days have been to refresh memory in the art environment, to reinforce the place of art in our life, to provide materials for visual and immaterial memory in order to convert art into reflexive reactions, and to update experiences. Viewing the national and international experiences and relations concurrently, progressing through sharing without othering, and guiding, educating, or helping when it is necessary in order to reach the right values are the principals that lead us."
Mehmet Tuzum Kizilcan

ผลงานภายในสตูดิโอของอาจารย์





อาจารย์ Mehmet Tuzum Kizilcan



ศิลปินนานาชาติในสตูดิโอของอาจารย์เมห์เม็ต กุซยุม



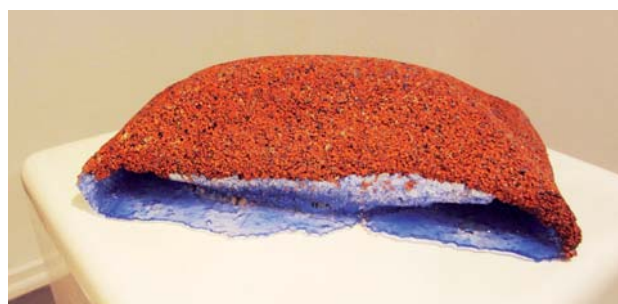
ที่เมืองโบราณ Ephesus



Sukumari Leksawat



Shamsu Mohamad



Sema Okan Topac

อีก 1 งานเทศกาลด้านศิลปะที่หลากหลายและยิ่งใหญ่ ที่อิสเมียร์ (Izmir) เมืองท่องเที่ยวริมทะเลที่งดงามของประเทศตุรกี ปีนี้จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 6 จากการร่วมมือกันของหน่วยงานเอกชนและรัฐบาลโดยมี Ege University เป็นหน่วยงานหลัก ทั้งนี้ อาจารย์ Mehmet Tuzum Kizilcan ซึ่งเป็นอาจารย์และศิลปินเซรามิกผู้มีชื่อเสียงเป็นภัณฑารักษ์และผู้ประสานงานจัดงานดังกล่าวเทศกาลศิลปะนี้จัดขึ้นทุกๆ 2 ปี ในช่วงเดือนธันวาคมโดยประมาณและมีมหาวิทยาลัยต่างๆ 30 แห่ง ในตุรกีเข้าร่วมด้วย

ในงานนี้มีศิลปินต่างชาติด้านเซรามิกได้รับเชิญไปแสดงงานมากกว่า 10 ประเทศ ในวันแรกเป็นพิธีเปิดงานที่ Ataturk Culture Center โดย Professor Dr.Candeger Yilmaz อธิการบดี และมีการเปิดงานตามพิพิธภัณฑ์และแกลเลอรีต่างๆ ถึง 7 แห่ง ซึ่งมีทั้งงานเซรามิก แก้ว ภาพวาด ภาพพิมพ์ งานกระดาษ ถักทอ งานสื่อผสม ซึ่งงานสามมิติส่วนใหญ่เป็นงานประติมากรรม นอกจากนั้นยังมีคอนเสิร์ตทั้งเปียโน ฮาร์พและเชลโลอีกด้วย



Antonella Cimatti



Abbas Akbari



Nero Alessandro Neretti



Brad Evan Taylor



Danijela Piculjan



Hyun Moon Shin



Ismail Yardimci

นอกจากนี้ วันที่ศิลปิน
เซรามิกทุกคนประทับใจคือ การ
ไปเยี่ยมชมสตูดิโอของอาจารย์
Mehmet Tuzum Kizilcan ซึ่งนับ
เป็นโปรแกรมพิเศษก่อนที่ทุกคน
จะแยกย้ายกลับประเทศของตน



Lucia Fabianova Strassnerova

สตูดิโอดังกล่าวมีอุปกรณ์ครบวงจร จัดวางอย่างมีระเบียบและสะอาดสะอ้านในตึกเล่นระดับขนาด 3 ชั้น มีผลงานชิ้นงามๆ
ของอาจารย์และของสะสมมากมายหลายร้อยชิ้นจากหลายประเทศ นอกจากนี้มีการจัดส่วนการขึ้นรูปและผลิตงานอย่าง
หลากหลาย ทำให้ได้เรียนรู้การทำงานที่มีระบบและมีความอบอุ่นจากการต้อนรับที่ดีเยี่ยม



นางอรรชกา ศรีบุญเรือง เปิดงาน



ลำปาง เซรามิก แฟร์

ขอต้อนรับสินค้าเซรามิกในงาน
“ลำปางเซรามิกแฟร์ ครั้งที่ ๒๘”
มีจำนวนประมาณ ๘๐ ล้านบาท
แถมมีเงินอุดหนุนจากสินค้าภายใน
งานจำนวนประมาณ ๓๐ ล้านบาท
และยอดสั่งซื้อสินค้ารวม
ประมาณ ๕๐ ล้านบาท
มีต้นไม้มงงาน ๓๐๐,๐๐๐ ต้น





งาน “ลำปางเซรามิกแฟร์ ครั้งที่ 28” ได้จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1-13 ธันวาคม 2558 ณ บริเวณตลาดเทศบาล 4 (ฝั่งตรงข้ามห้างบิ๊กซีลำปาง) ตำบลสบตุ๋ย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งปีนี้ถือว่าคึกคักกว่าปีที่ผ่านมา การจัดงานได้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาเที่ยวชมงานโดยมีการสร้างอาคารโดมติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในอาคารที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิกและจัดแสดงนิทรรศการจำนวน 4 อาคาร กิจกรรมได้จัดให้มีนิทรรศการจากภาครัฐส่วนอื่นๆ มีโซนกิจกรรมสาธิต การจัดนิทรรศการเซรามิก



การสาธิตวิธีการผลิตเซรามิกตั้งแต่กระบวนการขึ้นรูป การเขียนลวดลาย พร้อมเปิดโอกาสให้ผู้มาเที่ยวชมงานได้ทดลองวาดเขียนลายด้วยตนเอง



นางอรรชกา ศรีบุญเรือง แฟนทลาย



นายสามารถ ลอยฟ้า ผู้ว่าราชการจังหวัดลำปาง

และภายในงานมีการแจกชมตราไก่ฟรี โดย นายสามารถ ลอยฟ้า ผู้ว่าราชการจังหวัดลำปาง สั่งผลิตชมตราไก่แจกผู้มาร่วมงานทุกคน พร้อมจัดบริการบรรจุหีบห่อสินค้าเซรามิกส่งปลายทางเพื่อเป็นของขวัญระลึกจำนวน 50,000 ใบ โดยฯพณฯ ท่านรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม นางอรรชกา ศรีบุญเรือง เป็นประธานในพิธีเปิดในวันที่ 1 ธันวาคม 2558



ละมุนละไม

lamunlamai.craftstudio

lamunlamai, we are craft studio based in Bangkok, Thailand.

We do all custom-made pottery ceramic / craft things / and all lamunlamai things. found in 2012.

// craft studio

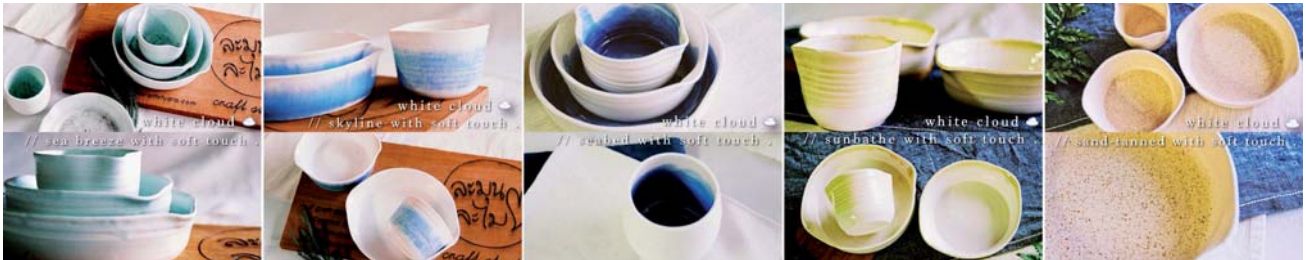
// ceramic pottery

// custom-made

lamunlamai we do craft studio especially in pottery for making everyday life objects such as tableware and decorative items.

Our unique selling points are that we can do custom-made orders to show handcrafted skills every piece by pieces and our signature decorating techniques.





.....จุดเริ่มต้นของละมุนละไมเริ่มจากไหนคะ ก็มา ของชื่อละมุนละไม

เริ่มจากตอนที่ ไหม (ณพกมล อัครพงศ์ไพศาล) และพีหนาม (นล เนตรพรหม) กำลังเรียนอยู่ ชั้นปีสาม และปีห้าที่ภาควิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ช่วงนั้นไหมเลือกวิชาเซรามิกส์เป็นหลัก และพีหนามทำวิทยานิพนธ์เซรามิกส์ด้วย เราสองคนเลือกใช้นีโอดินขาว (Porcelain) เหมือนกัน ไหม ศึกษาเกี่ยวกับการตกแต่งด้วยมือ ส่วนพีหนาม ทำเกี่ยวกับเรื่องการเคลือบสีต่างๆ

เราสองคนเห็นว่า วัสดุและเทคนิคของเราสองคนสามารถพัฒนาเป็น products ที่ใหม่ๆ ให้กับตลาดได้ จึงเริ่มก่อตั้งเป็นแบรนด์ในปี 2012

โดยที่ ชื่อ ละมุนละไม คือ ความรู้สึกที่เราอยากให้คนอื่นเข้าถึงงานของเรา แล้วสัมผัสได้ถึง สีสัมผัสที่นุ่มละมุน สัมผัสและการตกแต่งอย่างละมุนละไม ค่ะ



.....ผลงานของละมุนละไมมีอะไรบ้าง

มีทั้งของใช้จำพวก tableware และของประดับ ตกแต่งบ้านค่ะ เช่นชุดจาน ชาม ถ้วย แจกัน และอื่นๆ ค่ะ รวมถึงการออกแบบ custom-made ให้ลูกค้าในลักษณะต่างๆ ทั้งเป็นของขวัญ ของชำร่วย ด้วยค่ะ

.....คอนเซ็ปต์ของละมุนละไมคืออะไร

บ้านค่ะ เราอยากให้ผู้ใช้รู้สึกอบอุ่นละมุนละไม เมื่อใช้ของๆ เราในชีวิตประจำวันค่ะ





.....ทำไมถึงตัดสินใจเริ่มทำงานด้านนี้

ด้วยความที่เราสองคนเรียนมาในด้านนี้โดยเฉพาะ และมีความชอบในกระบวนการทำเซรามิกและงานฝีมือ (craft) ในทุกๆ ประเภทอยู่แล้ว ชอบค้นคว้า ทดลองอะไรใหม่ๆ อยู่เสมอ เราจึงตัดสินใจว่าจะสามารถพัฒนาเป็นอาชีพค่ะ

.....ในปัจจุบันนี้มีคนกี่คนมาทำงานเซรามิกกัน มากขึ้น คิดว่าอะไรเป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ในงานของ ละมุนละไม ที่ทำให้เราแตกต่างจากคนอื่น

ตั้งแต่ตัววัสดุ และเทคนิคการตกแต่งด้วยมือ ที่เป็นแบบเฉพาะของละมุนละไม ค่ะ

การใช้ดินขาวบวกรเคลือบสีเป็นหลัก รวมถึงการออกแบบเป็นชิ้น เป็นชุด ที่คำนึงถึงการใช้งานควบคู่ไปกับ ความสวยงาม พิถีพิถันใส่ใจในรายละเอียดทุกๆ ขั้นตอน ด้วยค่ะ

.....เมื่อพูดถึงละมุนละไมจะคิดถึงอะไร

ความอบอุ่นในการอยู่อาศัยในบ้าน ผ่านข้าวของ เครื่องใช้ของเราค่ะ

.....แรงบันดาลใจในการทำงานมาจากไหนคะ

มาจากการศึกษา ค้นคว้าทดลอง ความรู้ใน กระบวนการทำสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ทั้งตัววัสดุและ เทคนิควิธี ต้องพัฒนาอยู่ทุกๆ วันค่ะ

รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ ด้วยค่ะ ว่ามีความต้องการตรงไหนที่เราสามารถตอบสนอง ได้บ้าง

.....ความถนัดและความสนใจต่องานของ ดุจดNewItemและดุจดNewItem มีความเหมือนหรือต่างกันไหมคะ

มีความต่างกัน แต่สามารถมาสานกันได้อย่าง ลงตัวค่ะ

ใหม่ จะสนใจเกี่ยวกับสี ลวดลาย เทคนิคการ ตกแต่งพื้นผิวด้วยวัสดุและเทคนิคพิเศษต่างๆ

ส่วนพืชนาม จะสนใจเรื่องการขึ้นรูป ฟอรั่ม การใช้งาน การเคลือบ การเผาเป็นหลักค่ะ

.....การเปิดสอนเวิร์กชอปมีสอนอะไรบ้างแล้ว แต่ละคนมีวิธีการในการสอนอย่างไร

มีสอนทั้งระยะสั้นหนึ่งถึงสองวัน และแบบเดี่ยว หรือสิบถึงสิบห้าครั้งค่ะ

สอนเกี่ยวกับการขึ้นรูปแบบต่างๆ และการตกแต่ง ในแบบของเราค่ะ

วิธีการสอนก็ตามความสนใจของผู้เรียน โดยรู้จัก วิธีการคร่าวๆ ก่อน แล้วเราก็จะเปิดโอกาสให้ทำชิ้นงานได้ อิสระค่ะ

ถ้าเป็นเวิร์กชอปที่เราจัดขึ้นเองที่สตูดิโอ ประมาณ 3-4 เดือน ครั้งหนึ่ง เราจะมีธีมในการจัดแต่ละครั้งแตกต่างกัน โดยเราจะศึกษาค้นคว้าเทคนิค หรือวิธีการทำรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ และนำมาเสนอให้ผู้เรียน เพื่อให้เรียนแต่ละครั้งจะได้ชิ้นงานที่ทำจากเทคนิคที่ไม่เหมือนกันค่ะ

.....ทำไมถึงตัดสินใจเริ่มมีการเปิดสอน การทำ เวิร์กชอป

มีลูกค้าสนใจและถามเข้ามาเยอะ อยากเรียนรู้วิธีการทำเซรามิก และเทคนิคต่างๆ ของละมุนละไม จึงอยาก จะลองทำเป็นของตัวเองค่ะ เพื่อเป็นของขึ้นพิเศษสำหรับตัวเองหรือคนอื่น เราจึงเปิดเป็นเวิร์กชอปขึ้นให้ผู้สนใจค่ะ





.....จากการเปิดสอนทำเวิร์กชอป มีเรื่องราวอะไร ที่ทำให้ประทับใจบ้าง

หลายคนมาเรียนแล้วชอบค่ะ รู้สึกผ่อนคลายจาก
งานที่ทำอยู่ และได้ของที่ทำเองอยากได้มานานแล้ว

รวมถึงภาคภูมิใจเมื่อได้นำไปมอบให้กับคนพิเศษ
ค่ะ และเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ความกล้า ทดลองกับ
วัสดุชนิดนี้ในรูปแบบต่างๆ ที่เราคาดไม่ถึงด้วยค่ะ

.....คิดอย่างไรกับการที่værุ่นในปัจจุบัน เริ่มต้น มาให้ความสนใจในงานกราฟต์กันมากขึ้น

เป็นเรื่องที่ดีค่ะ ตลาดก็มีการขยายขึ้น คนเริ่มเรียน
รู้และเข้าใจในกระบวนการสร้างของงานฝีมือ แต่อยากให้คน
ที่จะหันมาทำงานด้านนี้มีความตั้งใจจริง พยายามฝึกฝน
ทดลอง ทำงานออกมาให้ดีขึ้นๆ เสียก่อน จึงตัดสินใจทำเป็น
อาชีพ ไม่ใช่เห็นว่าเป็นกระแส แล้วเลยทำอย่างฉาบฉวย
นะคะ มันจะลดคุณค่าของคนที่ทำงานฝีมือ รวมถึงตัวงาน
ฝีมือที่คนตั้งใจทำจริงๆ อะค่ะ

.....มุมมองต่อการที่ได้ทำงานในสาขานี้ เป็นอย่างไร

มีปัญหาเฉพาะหน้า เราต้องพยายามแก้ไขปัญหา
ในทุกๆ วัน ต้องมีความอดทนต่อความยากลำบาก และ
คู่แข่งเกิดขึ้นตลอดเวลา แต่ทุกๆ วันคือการเรียนรู้ค่ะ เราต้อง
ไม่หยุดที่จะพัฒนา ศึกษา ค้นคว้า ทดลองสิ่งใหม่ๆ เพื่อก้าว
ข้ามขีดจำกัดต่างๆ ไปได้เรื่อยๆ ค่ะ



.....หากให้คำแนะนำสั้นๆ เกี่ยวกับละมุนละไม จะนิยามว่าอะไร

ละมุนละไม. คือบ้านของเรา ค่ะ

.....วางแผนมางในขนาดที่ไว้อย่างไรบ้าง

ตอนนี้เริ่มมีการส่งออกไปต่างประเทศบ้างแล้ว
วางแผนเกี่ยวกับการไปแสดงงานต่างประเทศในฝั่งยุโรปค่ะ
และเพิ่มกำลังการผลิตให้มากขึ้นด้วยค่ะ โดยที่สามารถ
ออกแบบ สิ่งทำ และผลิต ในที่ที่เดียว เป็น one-stop service
แก่ลูกค้าเลยค่ะ

และจริงๆ อยากมีนิทรรศการแสดงผลงาน
ศิลปะ รวมถึงชุดจานชาม ของใช้บนโต๊ะอาหาร ข้าว
ของเครื่องใช้ ในแบบของละมุนละไม. ด้วยค่ะ





Ceramic Shop...เรื่องเล่าประสบการณ์



สวัสดิ์ดี:.. ก่อนอื่นขอแนะนำตัวก่อนเลยนะคะ: ชื่อออมรรัตน์ สาทัย: (ดี) ดะ: มีความสนใจในเรื่องศิลปะ มาตั้งแต่เด็กๆ จึงเลือกที่จะเรียนทางด้านศิลปะ ต่อมาได้เริ่มเรียนวิชาเครื่องปั้นดินเผาแล้วมีความรู้สึกรักว่าชอบ และสนุกกับวิชานี้ จึงเรียนสาขาวิชาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์ ที่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ (เจ็ดช่องด) จังหวัดเชียงใหม่ และไปศึกษาต่อที่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตปทุมธานี หลักสูตรปริญญาบัตร 2 ปี ต่อมาได้เข้าทำงานที่ บริษัท เซรามิค ออฟ กูเก็ต ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน ได้สะสมประสบการณ์การทำงานด้านเซรามิกมาตลอด

ก่อนหน้านี้ก็มีความฝันอยากเปิดโรงงานเล็กๆ เป็นของตัวเอง จึงได้เริ่มทยอยซื้ออุปกรณ์ ชื่อเตาเผาเซรามิก และสิ่งของต่างๆ มาเก็บไว้ และเริ่มเปิดรับงาน วัตถุประสงค์หลักอย่างเช่น ดินที่เราใช้ก็จะมีทั้งดินสำเร็จรูป และดินแดงที่ผสมขึ้นมาเอง ส่วนสีเคลือบเราก็จะผสมขึ้นมาเอง ลักษณะของงานจะเป็นทั้งอุตสาหกรรม ทั้งแฮนด์เมด งานที่ทำก็จะมีทั้งงานปั้นมือ และงานเซรามิกตามสั่ง รูปแบบการดีไซน์ชิ้นงาน เราจะเน้นเรื่องรูปแบบและการใช้งานเป็นหลัก (ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรม) ซึ่งทางร้านเราจะออกแบบไว้ส่วนหนึ่ง เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกดูรูปแบบและสี แต่บางครั้งก็จะมีลูกค้า มาบอกความต้องการของตัวเองว่า เขาต้องการงานแบบไหนสไตล์ไหน ทางเราก็จะดูในเรื่องขั้นตอนการผลิต และความเป็นไปได้ในเรื่องของการขึ้นรูป เรื่องของสีเคลือบ





เมื่อไม่นานมานี้ก็ได้มีลูกค้าท่านหนึ่งเขาอยากได้ แก้วกาแฟงานปั้นมือ (ปั้นที่ละใบไม่ให้เหมือนกัน เล็กบ้าง ใหญ่บ้างคละกันไป) เขาต้องการที่จะนำไปใช้ที่ร้านกาแฟ เขาเลือกเนื้อดินสีแดงอ่อน ผิวหยาบเล็กน้อยของเรา (เนื้อดินสีแดงอ่อนผิวหยาบเล็กน้อยที่เราผสมเอง) สีของเคลือบที่ต้องการคือสีฟ้าด้าน ซึ่งทางร้านไม่มีสีนี้ แต่ก็ได้ทำการทดลองสีเคลือบ สีฟ้าด้านกับเนื้อดินผสมสีแดง หาเปอร์เซ็นต์ของสีที่เหมาะสมกับเนื้อดิน ทำการทดลองสี อยู่หลายครั้งเหมือนกันกว่าจะได้สีที่ถูกต้องลูกค้า ก็ได้แก้ว กาแฟตามภาพที่เห็น (สีเขียวอมฟ้า) คล้ายๆ สีน้ำตาลเล ข้างในแก้วสีจะแววว้างนอกสีจะด้านๆ

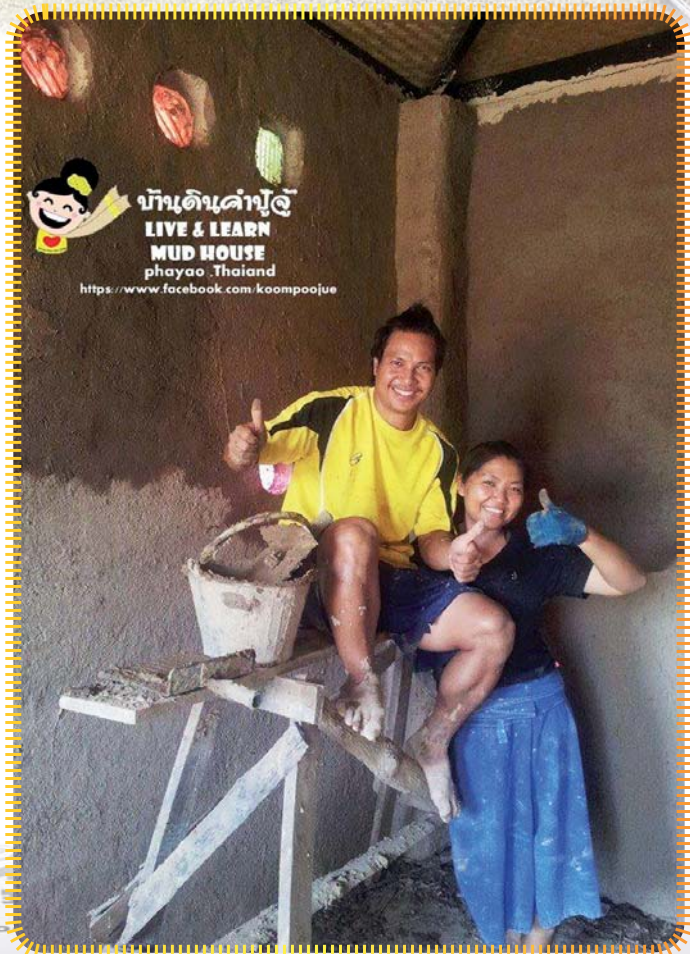


ส่วนเรื่องการทางเรายังไม่มีย่าน้ำร้อน ได้แต่เปิด ทางทางเว็บไซต์ออนไลน์ ชื่อร้าน Ceramic Shop แต่ก็มิ ลูกัดสอบถามเข้ามาพอสมควรว่ามีน้ำร้อนไหม ร้านอยู่ ตรังไหน เราก็ตอบไปว่ายังไม่มีย่าน้ำร้อนคะ และในวัน อากิตร์เราก็ได้มีการนำสินค้าไปวางทางที่งานถนนคนเดิน ที่ภูเก็ตด้วย (หลายวัน) ก็จะมีลูกค้าที่คนไทยและชาว ต่างชาติ ตลอดจนพนักงานโรงแรมให้ความสนใจเข้ามา เลือกรซื้อสินค้ากัน ส่วนสินค้าที่วางจำหน่ายก็มี อย่าง เช่น Burner (เตาต้มน้ำร้อน) ที่ใส่ข้างบนแบบขวด ที่ใส่สบู่ ชุดแก้วกาแฟ เป็นต้น

บ้านดิน.. คำปู้จู้ live & learn

“บ้านดินคำปู้จู้ live & learn” ตั้งอยู่เลขที่ 238 หมู่ที่ 1 บ้านเจดีย์งามช่อง 2 ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ก่อเกิดมาจากความรัก ความรักชาติในธรรมชาติ ฟิลิป: ดนตรี ของครูโษะ ตักดีชัย และครูจิ้ง ชลดา เวชื้อ ครูผู้สอนโรงเรียนเทศบาล 1 (พะเยาประชานุกูล) และโรงเรียนเทศบาล 2 (แม่ตำดรุณเวียง) เป็นบ้านดินที่ครูทั้งสองร่วมกันสร้างสรรค์เติมเต็มจากกลางเป็นบ้าน เป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของชุมชน

บ้านดินคำปู้จู้ เกิดจากแนวคิดเรื่องการพึ่งพาตนเองเมื่อปี 2551 ของครูทั้งสอง เมื่อได้เริ่มค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับการพึ่งพาตนเอง จึงเกิดความสนใจที่จะสร้างบ้านจากภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งบ้านดินก็ตอบโจทย์ในหลายอย่างที่กำลังค้นหา ทั้งการใช้วัสดุในท้องถิ่น และเป็นมิตรกับธรรมชาติ การได้ใช้ความรู้ความสามารถ ศักยภาพภายในตัวตนในการสร้างบ้านดินจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพึ่งพาตนเองในแบบที่ได้คิดไว้ เมื่อค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับบ้านดินมาหลายปีที่เคยแม้กระทั่งตามไปหาพี่โจน จันได ที่พันพรรณ ศูนย์เรียนรู้เพื่อการพึ่งพาตนเองและศูนย์เมล็ดพันธุ์





อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่ แม้ไม่เจอตัวพี่โจนก็พยายามศึกษาหาข้อมูลบ้านดินจากสื่อต่างๆ และตามไปพักบ้านดินรีสอร์ทหลายแห่ง เพื่อดูความเป็นไปได้และความตั้งใจที่แท้จริงของตนเอง โดยมีหนังสือพี่โจน จันได เป็นตำราหลักในการสร้างบ้านดิน จนเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ปี 2555 ได้ที่ทางที่ถูกต้องจำนวน 2 ไร่จึงเริ่มถมที่ ขุดสระน้ำและปรับดิน และในเดือนเมษายนปี 2556 ก็ได้เริ่มทำก้อนอิฐดินก้อนแรก จนถึงทุกวันนี้บ้านดิน “คำปู้จู้” ใช้ก้อนดินไปกว่า 4,000 ก้อน เป็นบ้านดินที่ใช้เทคนิคการสร้างแบบก่อด้วยอิฐดินดิบ มีเนื้อที่ 150 ตารางเมตร บ้านหลังนี้ตั้งใจเป็นบ้าน เป็นที่พักพิงของครอบครัว จึงมีขนาดใหญ่ พอเอ่ยปากถามเรื่องงบประมาณ ครูโชะบอกว่าอาจจะเยอะสำหรับคนทำบ้านดิน เพราะใช้โครงสร้างเป็นหลัก และยกพื้นคอนกรีตสูงแทนการถมดิน คอตัน เพราะเดิมทีนี้เป็นพื้นที่ต่ำที่สุดในบริเวณนี้ จึงต้องการโครงสร้างที่มั่นคงแข็งแรงและครูโชะคิดว่า บ้านคือจิตวิญญาณของแต่ละคน บ้านดินไม่จำเป็นต้องลดทุกอย่าง แค่เราไม่เบียดบังตัวเองก็พอเพียงแล้ว



จาก เมษายน 2556 – กรกฎาคม 2557 เวลา ร่วมปี ครูจู้ได้เขียนบันทึกประสบการณ์ไว้มากมาย ส่วนหนึ่งโพสต์ในเพจที่ชื่อว่า “คำปู้จู้” และกลุ่ม “บ้านดินตามแนวพี่โจน จันได” เพื่อแบ่งปันเรื่องราวให้คนที่อยากทำบ้านดิน ตั้งแต่ความเหนื่อยในการทำก้อนดินแต่ละก้อน ภาวะจิตตกอันมาจากความล้าทั้งกายและใจ ต้องต่อสู้กับความคาดหวังของตัวเองและคนรอบข้าง ความเหนื่อยล้าจากงานแรงงานที่ไม่เคยทำมาก่อน จนไปถึงความสุขความเบิกบานจากการได้ทำบ้านดิน

“อ่านบันทึกแล้วคิดถึงความรู้สึก ณ เวลานั้นได้ดีจริงๆ ดินโป่งลือตสุดท้าย เมื่อ 29 เมษายน 2557... ยาวนานเหลือเกิน บ้นดินก้อนแรกตั้งแต่ 10 เมษายน 2556 ใช้เวลาได้แก่งกาจมากอะ ที่เรียกมันว่า ดินโป่ง เพราะมันไม่ใช่แค่อิฐดินดิบนะ แต่เวลาทำเห็งที่ไหลหยดลงไปบนดินแต่ละก้อนที่บรรจุอัดนี้ เรียกว่า โยนให้กว้างปามาหากินได้เลยอะ เหนื่อย เหนื่อยที่สุดเลย”



“ถามว่าเสน่ห์ของบ้านดินอยู่ที่ไหน หลายคนหลงรักเมื่อแรกพบ หลายคนหลงใหลในคำว่ามิตรภาพระหว่างทำบ้านดินกับสหาย แน่จนหลายคนรักตัวเองมากขึ้น ศรัทธาในตัวเองมากขึ้น รู้จักตัวเองมากขึ้น และพร้อมที่จะแบ่งปันเสน่ห์ของบ้านดินให้กับคนอื่นด้วย โดยส่วนตัว บ้านดินทำให้เราได้มีเวลาเรียนรู้จิตใจของตัวเองมาก ถึงมากที่สุด ขอขอบคุณพระเจ้าที่ทำให้เราได้ทำบ้านดิน...มาทำบ้านดิน” กันเถอะเพื่อน ๆ”

ผู้คนที่แวะมาเยี่ยมเยือนเพื่อปรึกษาและเรียนรู้การทำบ้านดินที่นี่ ต่างประทับใจการจัดสรรพื้นที่ มีบ้านที่สร้างด้วยดิน ออกแบบได้อย่างลงตัวเรียบง่ายไว้สำหรับพักอาศัย มีแปลงผักปลอดสาร มีนาข้าว มีสระน้ำเพื่อใช้อุปโภคและทำการเกษตรตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ภูมิพลอดุลยเดชมหาราชรอบบริเวณบ้านดินคำปู้จู้ จะมีพืชผักที่ครูจ้อยและครูโตะช่วยกันปลูก มีทางเดินที่ทำด้วยไม้ไผ่สานหรือที่บ้านเราเรียกกันว่า “ข้าวแตะ” คอยนำทางเดินชมนาข้าวและพืชผักที่ปลูกไว้ที่สำคัญมีโรงฝึกงานไว้สำหรับเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้เยาวชนและผู้สนใจ มาทำกิจกรรมทางด้านศิลปะ ดนตรี มาเรียนรู้การปั้นเซรามิกเป็นพื้นที่ในการจัดแสดงนิทรรศการศิลปะของเยาวชนรวมถึงผู้ที่สนใจ โดยการเรียนรู้เน้นย้ำให้

ตระหนักถึงหัวใจของการเรียนศิลปะที่แท้จริง ว่าเป็นการนำความรู้ไปพัฒนาคุณภาพชีวิต นำไปเป็นสาระ ประโยชน์ต่อชีวิต และสอดคล้องกับบริบทของชุมชน นอกจากนี้ยังอยู่ระหว่างเตรียมจัดทำสตูดิโอดินสำหรับจำหน่ายผลงานศิลปะจากการสร้างสรรค์ของเยาวชน เพื่อให้เยาวชนเกิดความภาคภูมิใจ มีกำลังใจและมีทุนการศึกษาของตัวเองต่อไป

ปัจจุบันบ้านดินคำปู้จู้แห่งนี้ได้รับเลือกเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของชุมชน โครงการส่งเสริมการเรียนรู้บ้านดิน เฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษาสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนมพรรษา 60 พรรษา 2 เมษายน 2558 แม้ว่าที่นี่จะหาทางเข้าไม่ถนัดนักสำหรับผู้มาใหม่ แต่ก็ไม่ยากสำหรับผู้มาเยือนอย่างมุ่งมั่น เยาวชนหรือผู้สนใจสามารถเข้ามาศึกษาเรียนรู้และเป็นที่กำลังใจในการสร้างสรรค์งานศิลปะได้ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ตั้งแต่เวลา 10.00 น. ถึง 17.00 น. โดยสามารถติดตาม ติดต่อและสอบถามกิจกรรมศิลปะบนความพอเพียงได้ในเพจของบ้านดินคำปู้จู้ <https://www.facebook.com/koompoojue>

หมายเหตุ นนงงานหรือผู้สนใจเดินทางเข้าแจ้งชมบ้านดิน เกษตรพอเพียงและงานศิลปะ กรุณาติดต่อล่วงหน้า...



จากปั้นดินบ้าน บ้านสุ...ศิลปะที่มีเสน่ห์ “ปั้นเล่นปะดาง ก้างแป้นงานศิลป์ ครั้งที่ 1” โอกาสและเวที ของ...เยาวชนชาวดิน

จากการเรียนรู้ศิลปะการปั้นดินในชั่วโมงเรียนที่โรงเรียน มาสู่การปั้นเล่นๆ ในวันหยุด และกลายเป็นงานศิลปะที่มากด้วยเสน่ห์ ของงานปั้นขึ้นรูปอย่างอิสระที่เด็กๆ จากบ้านดินคำปู้จู้ live & learn ได้เรียนรู้ เป็นงานที่มีคุณค่า ช่วยสอนให้เด็กๆ รู้จักการรอคอย ทั้งจากการนวดดิน ปั้นดิน การรอให้ดินแห้งแล้วจึงเผา หรือการรอให้ดินเผาได้ที่ ก็จะนำออกจากเตา สอนให้เด็กการยอมรับความไม่แน่นอนของดิน ที่มีทั้งจะเกินไป หรือแห้งเกินไป จนกระทั่งการยอมรับความไม่แน่นอนของดินที่แทรกอยู่ในทุกกระบวนการของการปั้น

เครื่องถ้วยชามที่พบจากเตาเผาเวียงบัวมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ มีลวดลายที่เกิดจากการใช้แม่พิมพ์ กดประทับเป็นรูปต่างๆ ทำลวดลายลงบริเวณกลางชามด้านในก่อนเคลือบทับ ลายที่พบส่วนใหญ่ได้แก่ ปลาคู่ สิงห์ ช้าง นกยูง ดวงอาทิตย์ ลายก้านขด และลายก้านขดผสมลายปลา ซึ่งเป็นลวดลายพิเศษที่ไม่เคยพบในเครื่องถ้วยชามของแหล่งเตาอื่นๆ ในประเทศไทยหรือต่างประเทศมาก่อน

ความตั้งใจของแหล่งเรียนรู้บ้านดินคำปู้จู้ live & learn คือการใช้พื้นที่บ้านเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ โดยจัดเป็นศิลปะสาธารณะกุศลสถานที่เน้นหัวใจของการเรียนรู้

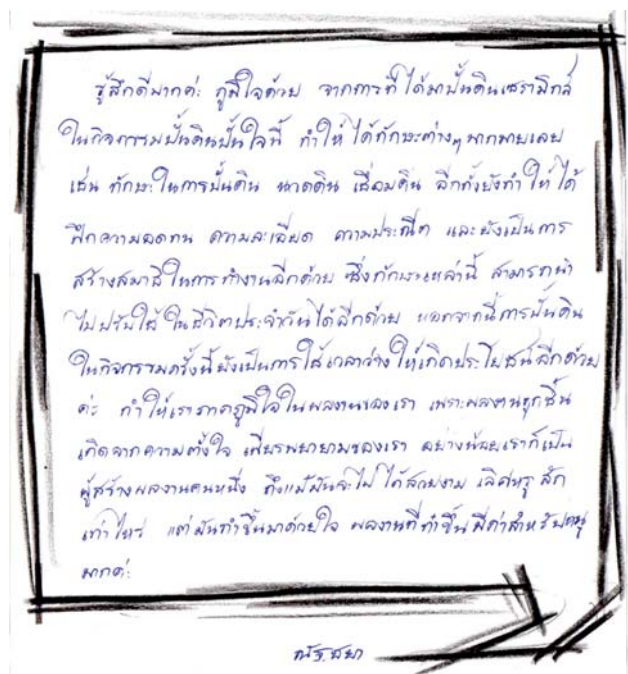
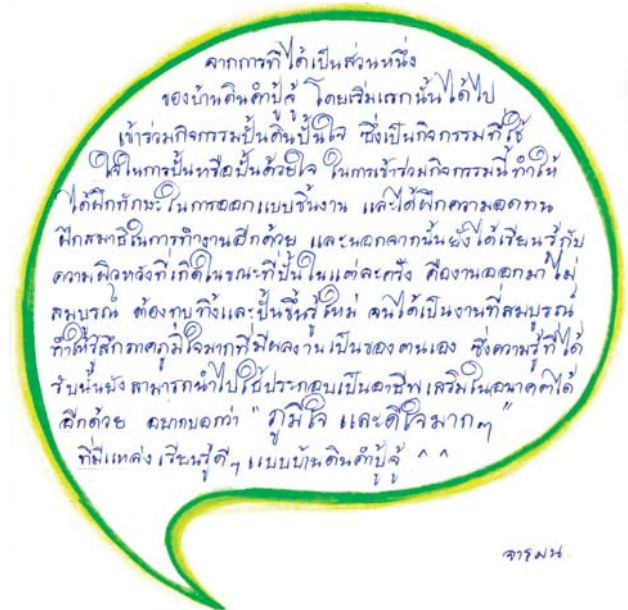


ชิ้นงานเซรามิกทุกชิ้นจากจินตนาการของเด็กๆ ชาวดินที่นี่ได้รับแรงบันดาลใจจากเครื่องปั้นถ้วยเตาเผาจากแหล่งเตาเผาโบราณเวียงบัว ต.แม่กา อ.เมือง จ.พะเยา ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเครื่องถ้วยที่เพิ่งค้นพบใหม่ บริเวณชุมชนโบราณเวียงบัว จากการเผยแพร่ข้อมูลเบื้องต้นโดยมหาวิทยาลัยศิลปากรเมื่อต้นปี พ.ศ. 2555 สันนิษฐานว่า แหล่งเตาเวียงบัวแห่งนี้ มีอายุระหว่างพุทธศตวรรษที่ 17-18 ตรงกับรัชสมัยของพระยาเจือง กษัตริย์ล้านนา ราชวงศ์มังรายโบราณ ร่วมสมัยกับแหล่งเตาโบราณส่วนใหญ่ของล้านนาที่ค้นพบในจังหวัดภาคเหนือ ได้แก่ เตาเผาสันกำแพง เตาไหวังเหนือ เวียงกาหลง และเตापาน อันแสดงว่าเตาเวียงบัวซึ่งค้นพบและทำการขุดค้นครั้งล่าสุดมีความสำคัญ และสัมพันธ์กับเตาล้านนาทั่วไป





ศิลปะให้สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิต เพื่อนำไปเป็น
สารประโยชน์ต่อชีวิต เชื่อมโยงความรู้ด้านศิลปะ วิถีชีวิต
และภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงยกระดับจิตใจของเยาวชน
ผู้สนใจ ผ่านกิจกรรมศิลปะที่หลากหลาย สอดคล้องกับ
ความต้องการของเยาวชนในท้องถิ่น จึงมีแนวคิดในการต่อยอด
ความรู้จากแหล่งเตาเผาโบราณเวียงบัวให้แก่เยาวชนใน
ท้องถิ่นให้เกิดการสืบสานความรู้และภูมิปัญญาในท้องถิ่น
และร่วมส่งเสริมภูมิปัญญาในท้องถิ่น ตลอดจนส่งเสริมให้
ผู้อื่นได้รับรู้ ชื่นชมอัตลักษณ์ที่งดงามของศิลปะเครื่องปั้น
จากแหล่งเตาเผาโบราณเวียงบัว ด้วยการเรียนรู้กระบวนการ
การปั้นดินเซรามิกมาพัฒนาต่อยอดให้มีความน่าสนใจ
และสามารถบอกเล่าเรื่องราวของแหล่งเตาเผาเวียงบัว



ผ่านการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์เซรามิก พร้อมทั้งเขียน
ลวดลายที่งดงามของเครื่องปั้นดินเผาของเตาเผาโบราณ
เวียงบัวลงบนผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งโครงการนี้มีส่วนช่วย
ให้เยาวชน ผู้สนใจและชาวบ้านเวียงบัวได้เห็นและ
ตระหนักถึงคุณค่าที่แท้จริงของเตาเผาเวียงบัว เพื่อนำ
ไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคตซึ่งนอกจากการให้
ความรู้และส่งเสริมทักษะเรื่องการปั้นสู่การสร้างสรรค
ผลงานที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว ยังเป็นการสร้างความ
ตระหนักและความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของ
ตนเองและร่วมเผยแพร่ความรู้ที่มาจากภูมิปัญญาของ
แหล่งเตาเผาโบราณเวียงบัว ให้แก่เยาวชนและผู้
สนใจได้เป็นอย่างดี



ปั้นดินให้เป็น...ดาว



แรงบันดาลใจในการทำงาน
ดินของดิฉัน เริ่มจากแฟน ดื้อเย็น
แฟนทำงานดินทุกวันแล้วไม่มีใคร
ทำต่อ จนเกิดความเดงขึ้นก็เลย
ลองลงมือทำดูว่า:ปั้นได้อะไรบ้าง
แฟนทำหรือเปล่า ดื้อเย็นเด็กปั้น
แล้วเพื่อน ก็ลองลงมือปั้นดู ที่แรก
ปั้นไม่ได้เรื่องเลย ไม่มีใครสนใจ
ทางก็ไม่ได้





ก็ยังหัดปั้นมาเรื่อยๆ จนกลายมาเป็นชิ้นงานที่พอใช้ได้และมีคนสนใจอยู่บ้าง ได้ทำงานดินมาเรื่อยๆ เปลี่ยนจากงานเดิมๆ ก็ลองปั้นชิ้นงานที่แปลกใหม่ ปั้นตามความต้องการ ปั้นตามจินตนาการของตัวเอง จนทำให้เราได้ชิ้นงานที่ชอบปั้น กระถางบ้าง จานรองบ้าง ปั้นกันชนิดที่ว่าปั้นใช้ประโยชน์ได้ตรงตามความต้องการตัวเอง แต่ก็ยังไม่ได้ได้รับความสนใจจากลูกค้าเท่าที่ควร จนกระทั่งได้เอาหลักความเป็นจริงที่เราได้เห็นได้เจอทุกวันนี้แหละมาประยุกต์เข้ากับความคิดที่แปลกไม่เหมือนใคร แปลกจิกแนวออกไปจากคนอื่น ส่วนหนึ่งคือลองเทียบกันกับงานที่เราซื้อมาขาย งานที่เราทำเองขายได้มากกว่า อีกทั้งลูกค้ายังชอบ ได้รับความ



สนใจและให้คำติชมชิ้นงานเรื่อยมา จนพัฒนามาเป็นชิ้นงานที่ได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมาก เดิมทีจากปั้นโชว์ไม่ได้ประโยชน์อะไร ถึงตอนนั้นนอกจากจะปั้นโชว์แล้วยังเอาไปใช้ประโยชน์ได้จริงอีกด้วย ราคาไม่แพง คือความตั้งใจก็อยากให้ซื้อกันได้ทุกคน หลากหลายวัยหลากหลายกลุ่ม





พอทำมาได้หลายปีก็มีความเป็นเอกลักษณ์ คือ คนที่รู้จักเราเขาก็จะจำงานของเราได้ จึงรู้สึกภูมิใจ จากที่ไม่ได้เรื่องได้ราวก็สามารถปั้นใช้เองได้ ทำเพื่อไม่ให้งานของแฟนสูญหายแล้วยังเป็นที่พอใจของลูกค้าด้วย ฉะนั้นคุณค่าของงานดินที่ได้ลงมือลงแรงทำมันไม่สูญหายไปเลย กลับตรงกันข้าม นอกจากฝึกฝีมือ ฝึกสมาธิ ฝึกใช้จินตนาการแล้ว ยังรู้จักหาเทคนิคที่ได้จากการเรียนรู้ด้วยตัวเองจากการปั้นดิน ซึ่งหาจากที่ไหนไม่ได้เลยนอกเสียจากลงมือทำ สุดท้ายนี้ต้องขอขอบคุณครู (แฟน) ที่เป็นส่วนสำคัญในการทำงานทุกชิ้น ขอขอบคุณลูกค้า ผู้ที่ติชมงานและผู้ที่ให้ความสนับสนุนที่เป็นกำลังใจและบุญนำไปสู่ความสำเร็จของชิ้นงานอีกมากมาย และอยากจะฝากไปถึงคนที่ชอบ คนที่อยากทำ ลองหันกลับมามองงานดิน ซึ่งก็เป็นงานที่พูดได้ว่าน่าสนใจอีกงานเลยทีเดียว



เนื้อดินที่นำมาปั้นชิ้นงานเหล่านี้ เป็นเนื้อดินที่รีดมาเป็นแท่งพร้อมใช้งาน ได้มาจาก จ.นครสวรรค์ ซึ่งเราหาซื้อได้ง่ายๆ ตามโรงเผากระถาง เช่น โรงงานกระถางวัดแดงธรรมชาติ ซอยท่าอิฐ ถนนรัตนธิเบศร์ นนทบุรี สำหรับผู้สนใจเรียนปั้น หรือสนใจสินค้าก็ติดต่อได้ที่ ร้านสวนน้ำริน ซอยวัดพระเงิน บางใหญ่ นนทบุรี โทรสอบถามที่คุณตุ้ม 089 488 9200 หรือที่คุณผ่าย 089 525 3691



ICTA2015

International Conference on
Traditional and Advanced Ceramics 2015

September 9 - 11, 2015

BITEC, Bangkok, Thailand

Organized by



Sponsored by



กลับมาอีกครั้งกับงานประชุมวิชาการนานาชาติ International Conference on Traditional and Advanced Ceramics (ICTA2015) ได้จัดขึ้นร่วมกับงานแสดงนิทรรศการ ASEAN Ceramics Exhibition 2015 ในระหว่างวันที่ 9-11 กันยายน 2558 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค กรุงเทพมหานคร



สมาคมเซรามิกส์ไทย โดยความร่วมมือกับ ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (เอ็มเทค) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเครือข่ายและบริษัทเอกชนชั้นนำด้านเซรามิก ร่วมกันจัดการประชุมวิชาการนานาชาติ International Conference on Traditional and Advanced ceramics (ICTA2015) โดยจัดขึ้นร่วมกับงานแสดงนิทรรศการ



ASEAN Ceramic Exhibition 2015 ในระหว่างวันที่ 9 – 11 กันยายน 2558 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความรู้และความสามารถทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางด้านเซรามิกในประเทศไทย และเพื่อเป็นเวทีในการนำเสนอและเผยแพร่ผลงานวิจัย และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านเซรามิกส์ระหว่าง นักศึกษา คณาจารย์ นักวิจัย ข้าราชการและบุคลากรจากภาคเอกชน รวมถึงผู้ที่สนใจทั่วไป



Scope of Conference

*Ceramic Industrial Technology

- Raw Materials , Energy Efficiency, Control and Quality
- Industrial Ceramic Processing
- Cement and Gypsum
- Clay-based Ceramics
- Refractories and Insulators
- Geopolymers
- Innovation for improved Productivity and Energy Efficiency for Ceramic Industry

*Advanced Ceramics

- Bioceramics
- Electroceramics
- Nanoceramics and Composites
- Energy-based Ceramics
- Advanced Ceramic Processing

*Ceramic Testing and Characterizing

*Ceramic Art and Design



Best Poster Awards

Session: Advanced Ceramics

Best Poster Award

AP-08: Phase-Selective Hydrothermal Preparation and Upconversion Luminescence of $\text{NaYF}_4:\text{Yb}^{3+}, \text{Tm}^{3+}$
Thanataon Pornphatdetaudom and Karn Serivalsatit
 Chulalongkorn University, Thailand

Best Poster Award - 1st Runner-up

AP-03: Morphological Controlled Synthesis of Zinc Oxide for the Application to Sunscreen Cosmetics
Mizuki Yoshida, Xiaoyong Wu, Shu Yin and Tsugio Sato
 Tohoku University, Japan

AP-04: Solvothermal Synthesis of Nb Doped TiO_2 and NIR Shielding Ability
Makoto Hamanaka, Xiaoyong Wu, Shu Yin, and Tsugio Sato
 Tohoku University, Japan

Best Poster Award - 2nd Runner-up

AP-10: Synthesis and Sintering of Magnesium Aluminate Spinel Nanopowders Prepared by Precipitation Method using Ammonium Hydrogen Carbonate as a Precipitant
Adison Saelee and Karn Serivalsatit
 Chulalongkorn University, Thailand

AP-12: The Electrical Properties of BCZT Lead-Free Ceramics Induced by BaZrO_3 Seeds
Manlika Kamnoy, Piewpan Parjansri, Uraiwan Intatha, Sukum Eitssayeam and Tawee Tunkasiri
 Chiang Mai University, Thailand

Session: Ceramic for Industrial Technology

Best Poster Award

CP-15: Preparation of Porous Silicon Carbide Ceramic by In-Situ Carbothermal Reduction Method from Rice Husk Charcoal

Chalermkwan Makornpan, Charusporn Mongkolkachit, Suda Wanakitti and Thanakorn Wasanapiarnpong
Chulalongkorn University, Thailand

Best Poster Award - 1st Runner-up

CP-2: Powder Injection Molding of Mullite: The Study of Binder Dissolution Behavior during Debinding Step using Statistical Methods

Parinya Chakartnarodom, Nuntaporn Kongkajun and Nutthita Chuankrerkkul
Kasetsart University, Thailand

CP-13: The Fabrication of Refractory Cordierite from Aluminium Buff Mixture

Nuntaporn Kongkajun, Parinya Chakartnarodom and Warunee Borwornklatkaew
Thammasat University, Thailand

Best Poster Award - 2nd Runner-up

CP-03: Powder Injection Molding of Mullite: The Study of Mechanical and Physical Properties of the Sintered Products using Statistical Methods

Parinya Chakartnarodom, Nuntaporn Kongkajun and Nutthita Chuankrerkkul
Kasetsart University, Thailand

CP-07: Rate of Reaction and Mechanical Properties on Calcined Kaolin-based Geopolymer

Narumon Lertcumfu, Sukum Eitssayeam, Kamonpan Pengpat, Tawee Tunkasiri and Gobwute Rujijanagul
Chiang Mai University, Thailand

ขอขอบคุณผู้ให้การสนับสนุน

SCG

ภาควิชาวิทยาการและวิศวกรรมวัสดุ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ภาควิชาวิศวกรรมวัสดุ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
และที่จะขาดไปไม่ได้คือ ขอขอบคุณผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกท่าน





การประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2558
เพื่อเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารสมาคม
เซรามิกส์ไทย วาระปี 2559-2560
วันพฤหัสบดีที่ 17 ธันวาคม 2558
เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ ห้องพลอยไพลิน ชั้น 3

ดร.สมนึก ศิริสุนทร นายกสมาคมเซรามิกส์ไทย ได้มีการแถลงผลการดำเนินงานในวาระ 2 ปีที่ผ่านมา พร้อมเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารสมาคมเซรามิกส์ไทย วาระปี 2559-2560 ดังนี้

ผลการดำเนินงานของสมาคมเซรามิกส์ไทย ประจำปี 2557-2558

1. การจัดสัมมนา ทัศนศึกษา และฝึกอบรม

1. จัดเดินทางไปทัศนศึกษาดูงานจังหวัดลำปาง-เชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 18-20 พฤษภาคม 2557 พาเยี่ยมชมเหมือง/โรงล้างดิน และเข้าร่วมสัมมนาเรื่องเตา Gasification ในวันที่ 19 พฤษภาคม 2557 จังหวัดลำปาง
2. จัดเดินทางไปทัศนศึกษาดูงานที่ กวางเจา สาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างวันที่ 21-24 พฤษภาคม 2557 โดยพาชมงาน CERAMICS CHINA 2014 และเยี่ยมชมโรงงาน Modena ซึ่งเป็นโรงงานผลิตเตาเผา และ โรงงาน Sunny Ceramics Co., Ltd. ซึ่งเป็นผู้ผลิตกระเบื้องรายใหญ่ที่มีการส่งออกมาประเทศไทย
3. จัดประชุมสัญจร โดยนำคณะกรรมการบริหารสมาคมเซรามิกส์ไทย เข้าเยี่ยมชมโรงงานดินไฟ จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร ในวันเสาร์ที่ 7 มิถุนายน 2557
4. สมาคมเซรามิกส์ไทย ร่วมกับ ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดหลักสูตรฝึกอบรมหลักสูตร Research Proposal Writing Seminar and Workshop วันที่ 1 สิงหาคม 2557 ให้แก่ บริษัท โคห์เลอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)





5. จัดเดินทางไปทัศนศึกษาดูงาน ที่ **เมืองจิ่งเต๋อเจิ้น สาธารณรัฐประชาชนจีน** ระหว่างวันที่ 18-22 ตุลาคม 2557 โดยมี นายธนาธิป สุภาแสง ผู้ว่าราชการจังหวัดลำปางและคณะ ร่วมกับ ดร.สมนึก ศิริสุนทร นายกสมาคมเซรามิกส์ไทย และ นายสมหมาย ชินภาณุวัฒน์ นายกสมาคมเครื่องเคลือบดินเผา จังหวัดราชบุรี พร้อมทั้งสมาชิก รวมทั้งหมดจำนวน 20 ท่าน ได้เดินทางไปร่วมพิธีเปิดงาน 11th China Jingdezhen International Ceramic Fair 2014
6. จัดเดินทางไปทัศนศึกษาดูงาน**จังหวัดลำปาง-เชียงใหม่** ระหว่างวันที่ 23-26 กันยายน 2557 โดยมีสมาชิกสมาคมเซรามิกส์ไทย และ สมาคมเครื่องเคลือบดินเผาราชบุรี ร่วมเดินทางไปเยี่ยมชมโรงงาน วุฒิชัยเซรามิกส์ ผลิตสินค้าประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่มีเอกลักษณ์สินค้าเป็นของตนเอง, เยี่ยมชมระบบไบโอแมสแก๊สซิฟิเคชัน ที่โรงงาน กระเบื้องดินเผาลำปาง-ไทย (L-Thai), โรงงาน นาปาณคุณเซรามิค ผลิตตั้งแต่เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องใช้ในห้องน้ำและงานสเปซ ของประดับตกแต่งบ้านและสวน ไปจนถึงของชำร่วยต่างๆ , เยี่ยมชมโรงงานผลิตก๊าซชีวภาพอัดเพื่อการคมนาคม บริษัท ยูเอซี โกลบอล จำกัด (มหาชน) (UAC)
7. สมาคมเซรามิกส์ไทย ร่วมกับ ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดหลักสูตรฝึกอบรม Basic Ceramics for Non Ceramist ระหว่างวันที่ 5 – 7 พฤศจิกายน 2558 ให้แก่ บริษัท อิมเมอริส เซรามิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
8. จัดเดินทางไปทัศนศึกษาดูงาน ณ **กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม** ระหว่างวันที่ 11 – 15 มีนาคม 2558
9. สมาคมเซรามิกส์ไทย ร่วมกับ ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดหลักสูตรฝึกอบรม Training in Ceramic Technology Short Course เรื่อง “Basic Ceramics for Non Ceramist” ให้แก่ บริษัท โคห์เลอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 9 – 11 มิถุนายน 2558
10. สมาคมเซรามิกส์ไทย ร่วมกับ ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดหลักสูตรฝึกอบรม Training in Ceramic Technology Short Course เรื่อง “Introduction to Ceramics, Glaze and Body Defects” ให้แก่ บริษัท โคห์เลอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 29 – 30 กันยายน 2558
11. สมาคมเซรามิกส์ไทย ร่วมกับ ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดหลักสูตรฝึกอบรม Training in Ceramic Technology Short Course เรื่อง “Introduction to Chemistry of Cements” ให้แก่ บริษัท เซอรา ซี-เคียว จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2558





2. การจัดแสดงงาน

1. สมาคมเซรามิกส์ไทย โดยความร่วมมือกับ ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (เอ็มเทค) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเครือข่ายและบริษัทเอกชนชั้นนำด้านเซรามิก ร่วมกันเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมวิชาการนานาชาติ “International Conference on Traditional and Advanced Ceramics (ICTA2015)” โดยจัดขึ้นร่วมกับงานแสดงนิทรรศการ ASEAN Ceramics Exhibition 2015 ในระหว่างวันที่ 9 – 11 กันยายน 2558 ณ ศูนย์การแสดงสินค้าไบเทค บางนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความรู้และความสามารถทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางด้านเซรามิกส์ในประเทศไทย และเพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และส่งเสริมความร่วมมือทางงานวิจัยและวิชาการระหว่างนักวิทยาศาสตร์ของไทย และต่างประเทศ

3. การเข้าร่วมและจัดทำโครงการต่างๆ

1. ร่วมนำเสนอแนวคิดการพัฒนาเซรามิกส์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการผลิตเซรามิกส์ วันศุกร์ที่ 17 มกราคม 2557 ณ ห้องประชุมกาสะลอง โรงแรมเวสเทิร์นแกรนด์ จังหวัดราชบุรี

4. การเข้าร่วมประชุมต่างประเทศ

1. คุณวราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์ กรรมการบริหารสมาคมเซรามิกส์ไทย และเป็นกรรมการกลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เข้าร่วมประชุม CICA COUNCIL MEETING ครั้งที่ 21 ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 3 ตุลาคม 2557 ณ ประเทศฟิลิปปินส์ และเข้าร่วมประชุม CICA COUNCIL MEETING ครั้งที่ 22 ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 30 ตุลาคม 2558 ณ Aston Yogyakarta ประเทศอินโดนีเซีย มีประเทศสมาชิกเข้าร่วม 5 ประเทศได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย มาเลเซีย และเวียดนาม

5. การเข้าร่วมเป็นกรรมการและที่ปรึกษา

1. เป็นกรรมการวิชาการรายสาขาเซรามิก และอุปกรณ์สุขภัณฑ์ ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
2. เป็นที่ปรึกษาและจัดทำโครงการ การส่งเสริมนวัตกรรมอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมประยุกต์ใช้งานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์สู่เชิงพาณิชย์ “เครื่องเคลือบดินเผาสีเคลือบใหม่” พื้นที่จังหวัดราชบุรี
3. เป็นที่ปรึกษา และเป็นผู้ควบคุมงานโครงการ “การพัฒนาเชื้อเพลิงแก๊สจากชีวมวลสำหรับอุตสาหกรรมเผาอุณหภูมิสูง (เซรามิก)” ของภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4. เป็นที่ปรึกษาและเป็นผู้ควบคุมงานในการทดลองหาสัดส่วนที่เหมาะสมในการทำแม่พิมพ์ Case Mould และ Master Mould ของบริษัท Thaimed Babyproduct Co., Ltd.
5. เป็นผู้ควบคุมงานโครงการ “การปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการใช้หัวเผาใหม่ประสิทธิภาพสูงในเตาเผาเซรามิก” ของสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
6. เป็นอนุกรรมการการกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาช่างเซรามิกส์ ประจำปี 2557 และปี 2558
7. กรรมการวิชาการคณะที่ 60 มาตรฐานกระเบื้องเซรามิก
8. เป็นที่ปรึกษา กลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

6. การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการและการประชาสัมพันธ์

1. สนับสนุนการจัดทำหนังสือ Lampang Ceramic 2014-2015 ครบรอบ 40 ปี
จัดทำโดย สมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปาง
2. สนับสนุนการจัดทำหนังสือรณรงค์ "งานคืนสู่เหย้าชาววัสดุศาสตร์" ของภาควิชาวัสดุศาสตร์
คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. ประชาสัมพันธ์งานประชุมทางวิชาการ "การวิจัยเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาจีนที่ค้นพบในประเทศไทย
ในสามทศวรรษที่ผ่านมา" วันที่ 1-2 สิงหาคม 2557 ณ โรงแรมวรบุรีอโยธยา คอนเวนชั่นรีสอร์ท
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จัดโดย พิพิธภัณฑ์สถานเครื่องถ้วยตะวันออกเจียงใต้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
4. ประชาสัมพันธ์งานนิทรรศการ Child play child clay 6 วันที่ 9 สิงหาคม 2557 จัดแสดงงานที่ เก้าอ้งใต้
5. ประชาสัมพันธ์ งานประกวดภาพพิมพ์สกรีนยอดเยี่ยมแห่งปี 2557 (TSGA AWARDS 2014) ภายใต้วหัวข้อ
(Silk The World) เดือนพฤศจิกายน 2557 จัดโดย สมาคมการพิมพ์สกรีน
6. สนับสนุนการจัดงาน Construction Materials Expo Asia 2014 ระหว่างวันที่ 18-20 กันยายน 2557
ณ อาคาร 6 ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี
7. ประชาสัมพันธ์ การฝึกอบรมเชิงวิชาการเรื่อง "ยกระดับ สร้างมาตรฐาน ส่งเสริมคุณค่าเซรามิกไทยสู่ตลาด
AEC" วันที่ 22-23 ธันวาคม 2557 ณ ห้องกาสะลอง โรงแรมเวียงลคอร จ.ลำปาง
จัดโดย ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก
8. ประชาสัมพันธ์ งานมหกรรมแสดงผลงานจิตรกรรมบนเครื่องเคลือบนานาชาติ ครั้งที่ 2 (TIPP 2015)
วันที่ 6 - 9 มีนาคม 2558 ณ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา
9. ประชาสัมพันธ์ งาน Scented Ceramics วันที่ 21-30 เมษายน 2558 ณ หอศิลป์คณะศิลปกรรมศาสตร์ ม.บูรพา
10. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภาคฤดูร้อนสำหรับบุตรหลาน Ceramic School Madrid: The School on
"Ceramic & Glass Science & Technology, application to bioceramics & bioglasses" in Madrid - Spain,
from 17 to 19 June 2015.
11. ประชาสัมพันธ์งานแสดงนิทรรศการศิลปะ "My Companions 2" โดยศิลปินชื่อดัง แจ็กกี้-สุพร เลิศวงศ์ไพฑูรย์
ณ บริเวณ สกายล๊อบบี้ ชั้น 23 โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลเวิลด์ ตั้งแต่ 14 พฤษภาคม
จนถึงวันที่ 14 กรกฎาคม 2558 ระหว่างเวลา 10.00 น. ถึง 20.00 น. โดยรายได้จากการจำหน่ายภาพส่วนหนึ่ง
จะร่วมสนับสนุนให้กับ "มูลนิธิเดอะวอยซ์ (The Voice เสียงจากเราเพื่อสัตว์ยากไร้)"
12. ประชาสัมพันธ์โครงการ พี่เลี้ยงน้อง ซึ่ง มีกำหนดการเปิดโครงการพี่เลี้ยงน้อง พร้อมกับมีการจัดสัมมนา
"เข้มทิศการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกลำปาง สู่ AEC " ในวันพฤหัสบดีที่ 18 มิถุนายน 2558
เวลา 13.00-16.30 น ณ ห้องประชุมโอฬารรัตน์ อาคารโอฬาร มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
13. สนับสนุนการจัดการแข่งขันกอล์ฟ "เซรามิกสัมพันธ์ 2558" ในวันจันทร์ที่ 29 มิถุนายน 2558 ณ สนามไทย
คันทรี คลับ (Thai Country Club) จัดโดยกลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
14. ประชาสัมพันธ์ งานสัมมนา "Creative Technology For Fashion" ในงาน GFT 2015
วันพฤหัสบดีที่ 9 กรกฎาคม 2558 เวลา 13.30-16.00 น. ณ ห้อง MR211 (ชั้น 2) ศูนย์นิทรรศการ
และการประชุมไบเทค จัดโดยสมาคมการพิมพ์สกรีนไทย
15. ประชาสัมพันธ์ เชิญชวนส่งผลงานเข้าประกวด "การประกวดงานศิลปะตกแต่งผนังด้วยเซรามิก
Ceramic Wall Art" ณ ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าเซรามิกและหัตถอุตสาหกรรม จังหวัดลำปาง
16. ประชาสัมพันธ์งาน Workshop ของชมรม Thailand Porcelain Club (TPPC)
17. สนับสนุนทีมกิตติมศักดิ์ 1 ทีม เข้าร่วมการแข่งขันโบว์ลิง SCREEN GO BOWLING ครั้งที่ 8 วันเสาร์ที่ 22
สิงหาคม 2558 ณ 300 BOWL เมเจอร์เซ็นทรัลเวิลด์ เดอะ มอลล์รามคำแหง 4 จัดโดย สมาคมการพิมพ์สกรีนไทย
18. ประชาสัมพันธ์งานลำปางเซรามิกแฟร์ ระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน - 10 ธันวาคม 2557
ณ หน้าตลาดสดเทศบาล 4 ตรงข้ามบึงสี จังหวัดลำปาง

7. การออกบูต การเข้าร่วมงานนิทรรศการ

1. สนับสนุนการจัดงานและเข้าร่วมงานประชุมวิชาการ “4th South East Asian Industrial Minerals Conference, Thailand” วันที่ 12-13 พฤศจิกายน 2557 ณ โรงแรมโซฟิเทล โซ กรุงเทพ
2. สนับสนุนและร่วมจัดการประชุมวิชาการนานาชาติวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีวัสดุ ครั้งที่ 8 (MSAT-8) ระหว่างวันที่ 15-16 ธันวาคม 2557 ณ โรงแรมสวิสโซเทล เลอคองคอร์ด กรุงเทพฯ
โดยความร่วมมือของหน่วยงานระดับชาติหลายหน่วยงาน
ได้แก่ ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ ภาควิชาโลหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ และสถาบันวิจัยโลหะและวัสดุ) และสมาคมเซรามิกส์ไทย ควบคู่กับการประชุมวิชาการโลหะวิทยาแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 8 (8th Thailand Metallurgy Conference หรือ TMETC-8)
3. ร่วมงาน “โครงการมหาวิทยาลัยเด็กประเทศไทย” ณ อาคารมหาวิทยาลัยรัตนทิศ วันที่ 23 มกราคม 2558 จัดโดย คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. นำวารสารเซรามิกส์ไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และเยี่ยมชมงานแสดงจิตรกรรมเครื่องปั้นดินเผาชาติครั้งที่ 2 Thailand International Porcelain Painting Convention 2015 (TIPP 2015) พบกับผลงานจิตรกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเบญจรงค์ จาก 8 จิตรกรระดับโลก ระหว่างวันที่ 6 - 9 มีนาคม 2558 ณ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีวะ ระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา
5. ร่วมประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2558 และเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารสมาคมการพิมพ์สกรีนไทย ปี 2558-2560 พร้อมรับฟังการสัมมนาพิเศษเรื่อง “Trend Fashion Design กับเทคโนโลยี Sublimation” และพิธีการมอบรางวัล ผู้ชนะการประกวดส่งผลงานการประกวดสิ่งพิมพ์สกรีนยอดเยี่ยม TSGA AWARDS 2014 ในวันพุธที่ 25 มีนาคม พ.ศ.2558 เวลา 17.30-20.30 น. ณ ห้องมรกต (ชั้น 3) โรงแรมดิเอ็มเมอร่าลด์ ถนนรัชดาภิเษก
6. เยี่ยมชมนิทรรศการ เด็กเล่นดิน (CLAYGROUND) ผลงานเซรามิกส์ของนิสิตและศิษย์เก่า สาขาวิชาเอกทัศนศิลป์ (เซรามิก) ภาควิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระหว่างวันที่ 15 - 24 กรกฎาคม 2558 เวลา 10.30 - 21.00 น. ณ ศูนย์การค้าสยามคอมเพล็กซ์ ชั้น G

8. การจัดกิจกรรมพิเศษ

1. จัดการแข่งขันโบว์ลิ่งกระชับมิตรเซรามิกส์สัมพันธ์ 2014 ในวันเสาร์ที่ 19 กรกฎาคม 2557 เวลา 8.30-3.00 น. ณ 300 BOWL เมเจอร์ซีนิเพล็กซ์ เดอะมอลล์รามคำแหง 4
2. จัดการแข่งขันโบว์ลิ่งกระชับมิตรเซรามิกส์สัมพันธ์ 2015 ในวันเสาร์ที่ 23 พฤษภาคม 2558 เวลา 8.30-13.00 น. ณ 300 BOWL เมเจอร์ซีนิเพล็กซ์ เดอะมอลล์รามคำแหง 4
3. คณะกรรมการบริหารและสมาชิกสมาคมเซรามิกส์ไทย ได้เข้าพบและแสดงความยินดี เนื่องในโอกาสที่ **ดร.ดำริ สุโขธน์** อดีตปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม และปัจจุบันท่านยังเป็นที่ปรึกษาภาคใต้ภาคใต้ให้แก่สมาคมฯ ด้วย ได้เข้ารับหน้าที่ในคณะทำงาน รว. กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พร้อมกันนั้นได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และได้ขอคำแนะนำในการดำเนินงานของทางสมาคมฯ เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2557

9. การให้บริการด้านข้อมูล

1. ให้ความอนุเคราะห์วารสารเซรามิกส์แก่ ศูนย์ศิลปาชีพบ้านแม่ต๋ำ, ศูนย์ศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม, ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร, ศูนย์ศิลปาชีพพระตำหนักทักษิณราชินี, กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา โครงการหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง ดงยอ, กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา โครงการพระราชดำริฯ บ้านทุ่งจี้, สำนักเทคโนโลยีชุมชน กรมวิทยาศาสตร์บริการ, สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานภาค 10 ลำปาง, สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, มหาวิทยาลัยต่างๆ ที่เปิดสอนวิชาเซรามิกส์ และส่วนห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) เพื่อเผยแพร่ในห้องสมุดงานวิจัย ฯลฯ
2. ให้ข้อมูลทางด้านเซรามิกแก่ นิสิตนักศึกษา ผู้ประกอบการ ธนาคารพาณิชย์ ผู้สนใจทั่วไป และหน่วยงานราชการต่างๆ
3. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
4. เป็นสื่อกลางในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรม, สัมมนา งานนิทรรศการและการรับสมัครงานให้กับหน่วยราชการ, สถาบันการศึกษาและองค์กรหน่วยงานต่างๆ
5. จัดทำ Website (www.thaiceramicsociety.or.th) และ Facebook: สมาคมเซรามิกส์ไทย เพื่อประชาสัมพันธ์และแจ้งข่าวสาร, การสัมมนาที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์แก่สมาชิก และผู้สนใจทั่วไป
6. จัดทำวารสารเซรามิกส์ขึ้น ซึ่งเป็นวารสารที่ให้ทั้งเนื้อหาและสาระแก่สมาชิก ผู้ประกอบการ นิสิตนักศึกษา และผู้สนใจได้อ่านโดยทั่วถึงกัน

รายชื่อคณะกรรมการบริหารงานสมาคมเซรามิกส์ไทย ประจำปี 2558-2559

1. ดร.สมนึก	ศิริสุนทร	นายกสมาคมเซรามิกส์ไทย
2. คุณไพศาล	กาญจน์พิบูลย์	อุปนายกคนที่ 1
3. คุณวรางคณา	กลั่นสุนทร	อุปนายกคนที่ 2
4. ผศ.ดร.อนันตกุล	อินทรผดุง	นายทะเบียน
5. ผศ.สาธิต	ชลชาติภิญโญ	กรรมการ
6. ดร.ศิริพร	ลาภเกียรติถาวร	กรรมการ
7. ดร.สิริพรรณ	นิลไพรัช	กรรมการ
8. คุณสุจิตรา	เดชสุวรรณชัย	กรรมการ
9. คุณอุดม	ด้านร่มเย็น	กรรมการ
10. ดร.อภิรัฐ	ธีรภาพวิเศษพงษ์	กรรมการ
11. คุณกิตติชัย	เอื้อวิวัฒน์กุล	กรรมการ
12. คุณสมหมาย	ชินภาณวัฒน์	กรรมการ
13. คุณธวัชชัย	เจริญดินไทย	กรรมการ
14. ผศ.ดร.ศิริธน์	เจียมศิริเลิศ	กรรมการและเลขาธิการ
15. ผศ.ดร.ธนากร	วาสนาเพียรพงศ์	กรรมการและเหรัญญิก



Tablewhere?

William Hunter Special 2014

Back in April 2013 the European Union adopted the Anti Dumping Duty Rates on Chinese ceramic tableware and fully implemented them – though there had been much ‘anger’ from the retail industry. The belief was, quite rightly in many respects, that China was effectively dumping ware, below cost in the European Union to the detriment of European Union manufacturers. The maneuvering over the Anti Dumping Duty had been going on for some months and what the impact of this duty would be on the Chinese tableware industry was of great interest and worthy of an Asian Ceramics article. But since then it is apparent that there is a bigger story that needs to be told not just about duty rates. To understand what will happen to the Asian tableware market we need to understand what the situation was and what factors are changing the tableware industry situation not just in China, but in Asia and the world.

Where will tableware be in the future, what will the trends be and who will be the winners and the losers.

It is hard to look at the state of the tableware industry now and not use the term ‘under stress’ or ‘challenged’ with regard to austerity measures in Europe or smaller orders from the USA – traditionally the major two export blocs for Asian and specifically Chinese ceramic tableware. However we can look back to the 1980’s and see that tableware has been in a constant state of change, that areas of production have shifted quite dramatically and that customers requirements have become ever more demanding whether we are talking price, packaging, lead times, designs or product specifications as diverse as food contact legislation or physical strength or chemical (*detergent*) durability. Given that ‘the industry’ has grown and prospered though the individual companies involved may have changed, some exiting forever and new companies making a name for themselves.

Go back to the 1980’s and most Europeans would name companies with brand names making tableware in their home countries. German, English & French companies with proud histories and traditions, famous names that the general public would have heard of even if they were not familiar with the intricacies of the ceramic industry. Visit the USA

and customers there would mention Lenox or Homer Laughlin but they might also mention brand name shops rather than manufacturers themselves and there is the first clue as to what has happened to the industry and why it has changed forever; maybe.

Visit Asia at that time and we would of course be familiar with brands of high quality tableware from Japan such as Noritake or Narumi whereas South Koreans would be familiar with Haengnam and Hankook. But it is probably the actions of the Taiwanese business community that was going to have a greater impact – the Taiwanese facing increased labour costs and a saturated market at home were

Where will tableware be in the future, what will the trends be and who will be the winners and the losers.

It is hard to look at the state of the tableware industry now and not use the term ‘under stress’ or ‘challenged’ with regard to austerity measures in Europe or smaller orders from the USA – traditionally the major two export blocs for Asian and specifically Chinese ceramic tableware. However we can look back to the 1980’s and see that tableware has been in a constant state of change, that areas of production have shifted quite dramatically and that customers requirements have become ever more demanding whether we are talking price, packaging, lead times,

designs or product specifications as diverse as food contact legislation or physical strength or chemical (*detergent*) durability. Given that 'the industry' has grown and prospered though the individual companies involved may have changed, some exiting forever and new companies making a name for themselves.

Go back to the 1980's and most Europeans would name companies with brand names making tableware in their home countries. German, English & French companies with proud histories and traditions, famous names that the general public would have heard of even if they were not familiar with the intricacies of the ceramic industry. Visit the USA and customers there would mention Lenox or Homer Laughlin but they might also mention brand name shops rather than manufacturers themselves and there is the first clue as to what has happened to the industry and why it has changed forever; maybe.

Visit Asia at that time and we would of course be familiar with brands of high quality tableware from Japan such as Noritake or Narumi whereas South Koreans would be familiar with Haengnam and Hankook. But it is probably the actions of the Taiwanese business community that was going to have a greater impact – the Taiwanese facing increased labour costs and a saturated market at home were actively using family and business connections in the Chinese communities to off shore their manufacturing and exploit new markets. This is the second part of the story and it dovetails with what was happening to manufacturing in Europe and America thanks to impact of Reaganomics and Thatcherite policies.

Whilst reducing taxes for the rich, cutting government spending and deregulation sound excellent in theory and show reward in the short term they encourage practices which over a longer term are most harmful to developed economies. They encourage risk taking, they encourage companies to cut costs to maximize profits and they assume that rich people getting richer will somehow share out – trickle down – their wealth, as if a few very rich people alone could buy enough products to keep everyone else employed and prospering. Also by reducing

real salaries and job security whilst championing consumerism via corporate tax reduction encourages private debt; people using credit cards and loans to buy now what previously they would either save for or do without; you remember 'Christmas Clubs? But now you struggle to pay off the monthly minimum..? The retail industry needed debt to grow business and it needs cheaper products to encourage purchases.

In the late Eighties I sat at the local Uni listening to a ceramic lecturer – he presented to us two blue mugs of similar appearance. One made in Stoke on Trent and the other from China. 'What', he asked us 'is the difference?' Frankly we were not especially impressed – the mugs looked nearly identical and we couldn't think of anything to say. Turning over the mugs he revealed the foot of each mug, 'Look – this Chinese one is once fired; you can tell by the way the foot has been wiped.' 'So what?' – 'It's going to be cheaper than a twice fired mug and the labour cost is lower.' The impact didn't really hit us.

A little later at my then place of employment I attended a meeting where one of the Directors was presenting our companies products to a Chinese delegation, picking up a similar Chinese mug he said 'This mug is made in China – but it uses colours from England – surely an international business!' and we promptly escorted the Chinese on a full tour of the factory, showing them how we made our wonderful products.

This was not unusual and at the same time we must remember that as Asia was developing more people were taking an interest in sourcing products from Asia either to sell themselves or through the supermarkets which were starting to dominate shopping by building big stores, out of town, on cheaper land that sold under one roof nearly anything you would want to buy. Compare and contrast a UK town high street (*as an example*) today with its few chain stores and charity shops interspersed with bargain stores and coffee shops with a high street of thirty years ago – a massive change in buying habits has occurred. The mega malls and supermarkets today are scientifically planned, using psychologist's skills

to get us to part with our cash as fast and efficiently as possible. They know how to slow us down when we enter, they know they need to put our necessities in the middle of the store so we have to walk past most aisles and goods, they know to put offers at the ends of aisles where we will see them, they know that putting wines and spirits at the end of the store before check out means we'll feel like 'rewarding' ourselves and they can use loss leader practices to sell below cost some items to encourage us to buy more of other high margin items. This degree in sophistication in the selling of products is more than mirrored in the sourcing of products and that is where we need to look at next.

But first let us touch on some of the things happening through the Nineties that were having their impact on tableware. The fall of the Soviet empire opened up new markets and brought new suppliers but mostly it also acted as a catalyst that heralded a general change from the prejudices and policies of the Cold War world to a more open and developing New World and in Asia that meant a shift from dictatorial regimes to greater democracy and development – an emergence of a huge middle class with aspirations for prosperity and the most obvious symptom of this is property and consumerism. This middle class was better educated and also brand aware from a very early stage, and early age.

The development of course relied on increased industrial development, now ceramics can more or less be made anywhere there is clay, fuel and labour and the human race has been successful making ceramic wares (*starting off with figurines*) since about 24,000BC and it fair to say that it is relatively easy today to make a useable piece of tableware – but it is frustratingly difficult and demanding to not only make a high quality product of exacting technical performance and to do so efficiently and affordably. During the Nineties we see both an increasing domestic demand in Asia for the middle class primarily but working classes too move away from enamelware to ceramics and glass. Supporting this are two things – increase in investment in ceramic tableware factories throughout South East Asia and

the Diaspora of ceramic technicians and consultants that move to and throughout the region. Not only technicians and engineers from Germany, Italy, Spain and the UK but Japanese and South Koreans and Taiwanese; who have the advantage often of cultural & language familiarity. We must not forget technicians from the Philippines, usually very well trained by international companies and more than happy to work overseas for long periods for their families benefit back home. Today after a ceramic exhibition in say Thailand it is normal to be sitting in a bar discussing ceramic opportunities in Myanmar with expats from all over Europe and Asia, ceramics and its shared language are truly international.

The increase in production capacity and the international input meant that export markets, and especially the big two blocs of USA and the EU could be exploited; Asian factories wanted to earn US dollars and Euros. International exhibitions for housewares in Chicago, Frankfurt and Hong Kong attracted and encouraged international buyers that were under pressure to improve margins by reducing the cost of products on sale and find new exciting designs and shapes. However communication with factories directly was difficult not just on issues of language but the communication of specifications, payment, packaging and logistics. We start to see specialist traders, Taiwanese and Hong Kong especially who swiftly developed ceramic knowledge and design understanding and coupled it to an aggressive trading / merchant mentality and shrewd business minds. Slowly but surely the business of tableware like so many consumer based industries was seeing a shift in power from specialist manufacturers who marketed their own products to a more complex but ruthlessly efficient supply chain coordinating the disparate functions and materials needed to buy and sell ceramic ware across the globe.

Other things had massive and destructive impacts on the traditional manufacturers in the now post industrial societies. Legislation effecting health and safety the environment and labour increased (*quite rightly*) – but this increased the costs that the now

'retail only' malls and super markets were reluctant to pay. They increased their sourcing departments and looked further for cheaper. The traditional manufacturers too had their eye off the ball and were missing the shift in demographic that would buy their products. Rather than focusing on selling more in Asia and the new world they looked to maintain sales in the USA & EU where consumers were changing the way they bought and what they bought.

Firstly a lot has been made of the move to casual dining from fine dining. A belief that before we all bought expensive fine bone china & porcelain and reserved it for special occasions and that we predominately ate 'in'. This is partially true but it masks too the growth in hotels and restaurants and the rise of the disposable society. People didn't stop buying ceramic tableware – if anything they bought more as they bought for fashion reasons, they bought to replace and they bought for BBQ's, parties and events. But they were not buying on specific traditional brands – they were buying in malls & supermarkets basing decisions on price, fashion and packaging, weight and ease of purchase – at price points that did not stand out on a monthly credit card bill. The point is the market was expanding – but the supply was expanding too.

Secondly a piece of legislation in the USA known as Prop 65, a safe drinking water supporting, labeling requirement bill that scared the industry as it meant labeling products if they contained materials known to The State of California to cause cancer or reproductive harm. The industry panicked. You can't possibly label a food contact item with such a warning and lead and cadmium were on the list (though ironically these warnings can be seen everywhere now – *even at the entrances to hotels*). Very aggressive lawyers in California chased after shops, brands and suppliers extracting out of court settlements and the industry decided to move lead and cadmium free. Whether we are safer now or not is unknown as no assessment of physiological impact of the 'new' decorative materials or glazes has been done to the best of my knowledge. Interestingly the FDA (*Food*

and Drug Administration) limits in the USA and the EU limits for Pb & Cd remain similar to what they were thirty years ago; which tells you a lot I think. There are increased restrictions on 'heavy metals' related to children's toys or from certain countries which impact ceramic tableware and often this legislation is reactionary, poorly researched and very costly to comply with. The net result for many traditional manufacturers is that their business was being put under stress on price, on costs and on legislation; money was spent moving 'unleaded', money was not spent on designs and marketing. It became too difficult and costly to be a manufacturer.

This didn't harm the international buyers much if at all. The thing was – the substrates in the Nineties and early Noughties that were most popular were stoneware that was underglaze hand painted or 'solid coloured' and porcelain that was undecorated and thus unleaded or could be decorated with unleaded decals. There were mistakes as the new traders often didn't understand the substrates they were trading – but these mistakes could be absorbed into the vast volumes and profits that existed.

But as yet I've hardly mentioned China so it is important now to explain why the Chinese became the predominate suppliers for tableware.

Prior to China opening up to the world its manufacturing was state controlled and everybody had a job, an iron rice bowl that was unbreakable. You would be told which State company to work for and though not well paid these jobs, pensions and welfare were for life. The state Companies were very big. They made for domestic demands and the government granted quotas for export to certain people and companies for all sorts of merchandise – these people often being based in Hong Kong but with Mainland Chinese connections. It was such hard work actually using these quotas that the quotas would be traded to other companies thus some people got very rich for doing relatively little – but this meant the trading companies and merchants in Hong Kong had a lot of volume available – they also had increasing international buyers so they had increasing markets...

and as few people wanted to go to China – they could hide the suppliers from the customers and chop themselves a healthy margin. Not that it was all easy.

What happened next in Asia pushed more business the Chinese way. In the late Nineties there was the Asian economic crisis starting in '97. The result of the crash put businesses that had borrowed dollars under pressure and many collapsed. This put doubts into the existing supply chain and this was exacerbated with social unrest in Indonesia which up until then had been the biggest volume supplier of tableware. Buyers do not go where they may be killed. Panicked about having shelves with no stock on there was one country ready to take advantage. China was hardly a small supplier to the world but after the late Nineties and with it increasingly becoming open, improving infrastructure and building hotels and airports...it seemed suddenly that China was the world's factory. Entering the WTO in 2001 put the icing on the cake – or let's say decoration on the tableware.

That's not to say it was plain sailing – things needed to develop and adapt to really cement China as the major supplier.

As the factories in China were rather primitive, certainly the ex State Owned factories that were now being privatized, they needed to change improve and develop, something that only a few have been able to do – mostly they sought only to become bigger in the belief that bigger capacity would mean more profit and success. A seed planted that is coming to fruition now as we will see later. But there were individuals that set up small private companies with some regions such as Chouzhou doing so very aggressively but it must be said they tended to use the same simple technologies and did not focus on efficiency or innovations.

Contributing to this the Chinese remained insular, even trips overseas to exhibitions or trade events were seen predominately as sightseeing and shopping trips and a chance to impress the folks back home that they were upwardly mobile. The buyers, traders and merchants for a very good while benefited from this willful ignorance and arrogance. Because of

this attitude the trading companies could control the prices; the buyers could pass specifications and demands via the traders limiting their time at complicated dirty ceramic factories and maximize their time buying other products, soft lines and hard lines for their stores. Spring shows in Canton (*Guangzhou*) meant buyers of all sizes and types could come armed with a shopping list and play the factories against each other on price. If one Chinese factory was successful – others swiftly copied, further making it a race to the bottom on price and discouraging investment in things we associate with 'quality'.

But to the support this, the supply chain had to offer the services the factories couldn't. With increasing customer interest in 'Fair Trade' with the exposure of sweat shops through the Kathy Lee Gifford debacle and through TV exposures of children working in factories and increased pollution there was a dramatic increase in standards compliance and ethics compliance and third party auditing. Basically the supply chain put in place the testing and monitoring as an external service – not part of the factory or the supplying companies own desire or attitude. This is the second seed that has grown under China's manufacturing and caused cracks to appear.

Thirdly China's growth has been incredibly fast and very dramatic – it is nearly unrecognizable to the place we would visit twenty years ago – this has bought great consumerism and demand but the get rich quick mentality and the lack of international standard business practices has caused the third and most malignant problem. The Chinese have been occupied far too much with the visible trappings of wealth and not with the firm foundations of business. Not just at a personal level of buying BMW's and Luis Vuitton man bags but by not addressing poor practices and corruption. Looking at corruption we can take two examples. First when the EU began its ADD investigation there were 400 Chinese company respondents offering to cooperate, the commission selected five of the very big Chinese companies as examples of how Chinese business operated. These companies could choose to cooperate and could ask

to be treated as Market Economy companies. However when asked to provide audited accounts to international accounting standards – they could not. They can't because in China it is typical to have two accounts (*at least*) one for the government and the 'real' book. Neither book will be correctly audited. The companies also showed evidence that they benefited from previous 'State economy' models or that they were influenced by the State rather than the market. They were also found to be deficient or avoiding when it came to providing the Commission with the information needed for the investigation. That is of the 5 randomly selected (*but very large*) tableware companies none were acting as Market Economy companies – they were dumping. This is hardly a surprise – when I was researching this article it would have been nice to include data for Chinese tableware exports and domestic sales. No reliable data exists and it couldn't exist because the two book system of accountancy would fail if it did. You can find data comparing tonnage of clay export but this data is years old and effectively useless. Look at China's trade figures – we are told exports are still increasing – 12.7% in 2013 but the monthly data looks strange. China's biggest export blocs are still USA & EU (~43%) – even in times of austerity – so why is it that the biggest invoice / export months are November & December? Apparently because of sales to Japan (7% *export market*) and S.Korea – absolute nonsense; to get to market in EU & USA the big months should be August and September. Reuter's points out this 12.7% should be nearer 7.1% if you take out 'hot money' – a practice of over invoicing at year end then moving the money back into the country. This corruption mentality pervades Chinese business down to the level where everybody that can take a cut or an advantage does. It may be a case of paying off people at the port to move your container – or accept a certain lower value for tax reasons, to paying a local mayor to favour your planning of a new factory, to having to employ certain staff because of local 'Party' influence and so on. Worryingly for customers payments have to be made to the 'Quality Assurance' companies and Third Party

auditors who supposedly guarantee 'Fair Trade' and ethics compliance. It is, in short, a mess – it has got rich quickly but regulation and enforcement have fallen well short of wealth creation. Without correct figures – how do you plan your business or a country plan its economy?

The preoccupation with the visible trappings of wealth and the inherited attitude from the State Owned days of 'Big is Best' means that Chinese factories whilst they may have shown innovation and talent in creating special shapes or decoration effects in huge numbers have not invested in the less visible aspects such as efficiency, cost savings and management. There has been a reluctance to bring in foreign equipment and knowledge especially if a Chinese copy or established practice can be made to make do. Large factories also tend to be composed of independent empires in competition with each other or at least avoiding responsibility; the glaze department say at odds over product development or improvement with the body plant & purchasing being a separate entity entirely.

Chinese management is poor – mostly the 'Big Boss' is in charge and has total control – lower managers acquiesce to all his whims (*otherwise they'll lose their positions*) and staff and workers will not show any initiative for that reason and the fact they aren't trained – or educated to show initiative.

This doesn't make for a healthy industry but over the years it has grown – and certainly the private sector has as China has had to divest of the loss making State Owned Companies. But these SOC's offered work and welfare from cradle to grave. The private companies do not and this is causing another problem. Though China has grown more wealthy there is a growing gap between rich and poor which is visible and therefore an increasing cause of friction between haves and have not's. 'Mass disturbances' though rarely reported are on the increase and these may often be related to local corruption, none payment of salaries or environmental issues – also corruption regarding land purchases and use. China, the CCP, knows all too well that the workers need to be kept

happy and now policies are enacted to make the private companies provide more in terms of private healthcare, insurance and pensions and other labour protection measures (*or pay off authorities to avoid some of these measures*). So these are costs going on to the price of the product – in an industry where labour costs are rising due to the one child policy meaning there are less young people coming into the work force and those coming into the work force choosing cleaner, safer jobs than the ceramic industry. All this in a business that collectively hasn't looked at efficiency and cost saving but followed a path of trying to use cheaper materials and equipment and to make more pieces to cover loss rates so that order volumes could be met.

With Anti dumping duty – just as the Chinese tableware industry is very slowly realizing that it is with a few, very few exceptions a primitive and backward industry that has advantaged from cheap labour and lax regulation, the EU (*and a few other small countries such as Mexico and Brazil*) enact duty which will impose duty rates from 13.1% to 23.4% for cooperating Chinese companies (around 400 companies) and 36.1% for non-cooperating companies. New exporters will be subject to a duty rate of 17.9%.

The immediate reaction to this was a lot of buyers asking 'Where should we buy from now?' The problem being that China – in part because of its dubious advantages has dominated the production of cheap volume ware especially porcelain and stoneware. The anti dumping duty hitting the market at the same time as austerity has meant people have less money to spend and either looking for a bargain or saving to buy something special. These are customers too who value electronics, technology, entertainment over other less sexy consumer durables.

The supply chain for tableware has changed over the last 25 years and it is changing again – as it always will.

We must remember too that as people in Europe were made redundant starting back in the late 1980's but continuing even now, we have seen a rise

in the number of companies trading ceramics. There are people who have relocated to Asia – especially to China to both trade products back to Europe and also to set up decal houses and decoration units – places that can consolidate ceramics with other items to satisfy the gift and premiums market which has grown. Just look at any B2B or B2C web site and these are not just companies but sole traders – so the pie that is available is being nibbled at by far more suppliers than ever before and all demand price advantage.

The ADD that was bought in by the EU we can say on average as resulted in 25% duty – effectively raising the Chinese prices to an uncompetitive level. Yet buyers are still using China as it has the largest volumes of ware available due to the overcapacity issues and willingness at least at the moment to try to reduce prices. But very simply that can't and won't continue. China is facing higher wage costs in part due to government intervention and the Chinese government is now bringing in, and enforcing environmental laws, health and safety as well as insurance and health care for employees – born by the employer not the State. In effect trying to make private companies offer what State Owned companies once did. Chinese staff too can get a lot more protection than before with regard termination of contract – even if the endemic corruption is a factor across all of these new laws and regulations.

Nevertheless buyers have been looking at other countries with Vietnam, Bangladesh, Indonesia, Malaysia and Thailand being of most interest. But these countries too have three main issues; lower volumes, higher labour costs and with regard Thailand and Bangladesh social / political issues which are scaring off some buyers. The other thing to remember is that in the face of Chinese low cost competition these countries improved their quality whilst closing the cheaper low quality underperforming factories, thus removing capacity.

The result is that there is pressure on the Chinese to reduce costs and that will have to mean a move to automation, if they can select the optimum and appropriate equipment for the job.

But this all raises the question that why can't the Chinese cut out the traders in the middle who must take 20, 30% of mark up? The answer really is one of reliability and reputation and again there are several factors to consider.

In discussion with a business associate recently he made a comment 'The Chinese really embraced Gordon Gecko, greed is good – at all costs' and to an extent this appears true; they were eager and greedy to grab the margin they saw the traders and marketing companies taking. Especially as they travelled to Europe and saw the prices for Chinese wear that was on sale in European shops. So the Chinese did try to open offices, employ agents and deal directly. Some European companies were happy to try this to increase their margins. But it hasn't been wholly successful. The largesse and braggadocio that works in China as it is tempered by close business relationships, 'face' and the 'favour bank' doesn't work over large distances or between different cultures. Big promises are taken at face value and when the Chinese could not deliver on quality, date, consistency etc relationships quickly soured. This isn't just about language communication it is about cultural and expectation communication and management.

But it is unfair to blame the Chinese for all the faults—often the result of naivety and not understanding the complexity of the supply chain. The buyers themselves are aggressive at chasing down prices from supplier to supplier and often want to abdicate responsibility in favour of the supplier taking on all the risks. Then of course when there is a problem for whatever reason that there will be a claim – that cost has to be factored into the price of the product and if it isn't a claim can be the end of business completely. We have to remember that the supply chain has become a complex and durable 'industry' in its own right with companies offering all sorts of quality inspection, assurance and compliance, these companies are now trying to justify their existence and grow their business – more regulations are to their advantage. They can offer more services to more customers and charge more. All costs that often the

suppliers of the ware themselves find themselves covering.

Fashion too has changed – fashion in terms of the way the retail industry is catering to customers with less disposable income. There are young people who only need one or two mugs and plates – or want a 'branded' item related more to youth culture and there are ways to pack single or smaller items to make it appear cheaper – buy a couple of pieces of ware packaged as a 'gift set' which are more effectively more expensive but far more convenient and cheaper than buying a complete 20 piece set.

So what is next – can we simplify what will happen in the future even if we cannot make a full and accurate prediction?

I think we will see factory closures in China – a shakedown leading to numbers of layoffs but as China's one child policy is still having effect then this might be no bad thing – it is already difficult to find workers who want to work in dirty ceramics when they can work in a cleaner industry with better conditions. There should be a smaller number of companies and investment in automation and I hope in management training and efficiency. Maybe one day even a company that can produce a set of audited accounts!

Buyers will look at countries in S.E. Asia and East Asia but this will be for the higher specification products as China still has 'the volume'. I can't see this changing significantly and some Chinese companies are making for domestic demand – the food and beverage industry and as an example elaborate and expensive 'white spirit' bottles and gifts.

Finally I think that Asian tableware and giftware manufacturers will look more at domestic and regional supply and taking control of the supply chains themselves, taking ownership and promoting their products on their strengths to the customers directly, the big trading blocs will continue to be important but the balance should shift more to the East with its emerging, developing and increasingly sophisticated middle classes. Those traditional two blocs...? Well maybe they will have to restart manufacturing.

Tablewhere in Quotes; a Discussion with Mr. K.M.Lam Of Kennex (Hong Kong) Ltd.

Kennex (Hong Kong) Ltd were founded in 1993 and are still in business today thus their history as a trader and marketing company of tableware (ceramics mostly but also glass and enamelware) cover a similar period of history as the article. We spoke to K.M.Lam about the company development and how it adapted to the changing industry.

'We started business in 1993 and there was just four of us including myself though I had experience when younger of working in frit manufacture in Taiwan and a vitreous enamel plant in Nigeria. It was not unusual at all in the beginning for us to be doing the ware inspection, kneeling on the floor doing quality control. We now have about 300 employees in several countries.

At the start we were a simple Hong Kong trading company but as foreign companies had no experience dealing with China and we had language skills, contacts and cultural awareness, plus some ceramics experience we had a great advantage.

China factories expanded production or new factories were built every year leading to over production and lower prices. Mostly the tableware was porcelain and stoneware; nowhere else had such big capacity available, but Kennex also had to coordinate the purchasing of decorative materials, decals and the application and firing.

It became a more complex business and more of our time was spent on design and presentation – it was more challenging to satisfy customers. So we brought in technicians from Japan to help with shapes, from England for decoration, a specialist in decals... others for packaging and design – like Italian designers to help with decorations suitable for that market.

At first we concentrated on the European business and maybe we were the first Hong Kong company to employ our own local agents in Europe, we paid a generous commission too – to encourage them and build up a loyal network. The quota system was in operation then and it was a lottery if you applied and 'won' part of the quota. So some companies would create lots of companies just to apply for quota and then consolidate any wins – more tickets more chance to win. If you have more volume you can get a good turnover and it helps with being a reliable supplier. In 2002 Kennex acquired Harvergrange Plc in UK – who had quota for the UK so with our already established network this helped us grow in Europe and the UK.

The growth in Europe helped us to fund expansion into the USA and to do that we had to recruit people in the market and build connections there. America is a different market and as we were entering there was the change..the increase in more 'compliance issues'. For example food contact, anti terrorist, ethics compliance and so on. Many smaller companies just cannot survive as they cannot provide that degree of compliance, it was difficult for us too at the beginning but we soon learnt and having US staff helped. Nowadays if a store in the USA has a product returned, or a question from a customer about the ceramic ware – the query or claim will be sent to Kennex so we are responding to individual customers not just corporations we sell to. In those respects the US market is more demanding. Customers can also find out which factory supplies the goods – if they are prepared to check the customer's web sites, the CCIB [Chinese Import / Export Bureau] and do the research.

Kennex had highest sales, a turnover of about US\$50 million in 2007, just before the financial crisis. Since then there has been a dip of course and the trend is changes in the product mix. Before the orders would be for 16, 20, 45 piece sets. Now there are more 2, 3 pieces sets and products for smaller families, smaller sittings and designs for festivals or fashion – like Halloween or Christmas. So the individual price might be lower but customers collectively pay more for the same number of pieces. It's easier to buy a gift at 9.98 than have to make a decision at 27.99.

Going back to the EU business the quota system ended in 2005. The market became 'disordered' as more people became involved and individuals and new companies claimed to be traders and offering cheaper prices. Now with the EU the orders are comparatively smaller compared to the USA so companies are more likely to take a risk. USA customers place larger orders but are more demanding – so they are reluctant to change suppliers as there would be a lot of disciplines to change that might go wrong.

The Chinese too were visiting Europe and seeing the prices of tableware in the shops – they would see EUR 3.50 on an item in the shop and know they had sold it for EUR 1.00 and supposed they could make that EUR 2.50 for themselves. But they did not understand the cost of the supply chain; freight, warehousing, advertising etc. But of course the fact they were offering discount put pressure on established suppliers who in their prices were covering all of these things as well as independent product testing by SGS, BV or such. Needless to say some people in Europe and China got their fingers burned when they made mistakes and realized things were not so straight forward.

We have to remember that Kennex opened our own factory in Dongguan China – to handle some new shapes and designs, to be a facility where we could undertake confidential work on customer specific designs. We also invested in a 30,000 sq/ft showroom to show designs and effects to customers. So we offer a comprehensive service – we supply what the customers want to buy rather than what we want to sell.

China now is developing, there are more labour laws and environmental protection ordinance, social compliance; hundreds of thousands of companies [across all industries] will close as they cannot afford these costs. Yet still export customers still want 'Cheap Chinese' – it is a conflict. So you start to see the domestic market increasing and some companies rejecting export orders. The domestic market for restaurants and hotels has increased as has the giftware market which is a young people thing too.

But Kennex are still investing – more into research and development, 3D printing, mould making, automatic machinery, equipment that is appropriate for what we make. This is because for the export volumes it is very difficult to move this capacity overseas and it is easy to buy the wrong types of equipment – you must keep in mind what your customers want to buy and spend your dollars accordingly. This is also why it is now a difficult market to enter – it is very demanding and companies need to understand all the aspects of the supply chain and the infrastructure needed to satisfy it.

I think now our customers in USA and Europe understand that 5 or 10% higher price is good insurance and it is better to deal with a reputable trader who will be responsible.'





ขอแสดงความยินดีกับ... ผู้อำนวยการศูนย์คนใหม่

คุณสุรพล ป้อมใจ

ขึ้นรับตำแหน่ง ผู้อำนวยการ

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง

ขอแสดงความยินดีกับ... คณะผู้บริหาร คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริธันว์ เจียมศิริเลิศ

ขึ้นรับตำแหน่ง รองคณบดี (ดูแลงานด้านบริหาร)

คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



รศ.ดร.ประณัฐ ไพริยะราช

ขึ้นรับตำแหน่ง

หัวหน้าภาควิชาวัสดุศาสตร์

คณะวิทยาศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนากร วาสนาเพียรพงศ์

ขึ้นรับตำแหน่ง

ผู้ช่วยคณบดี (ดูแลงานด้านบริหาร ฝ่ายบริหารงานอาคารและสถานที่)





มอบกระเช้า

นางสาสินี วังตาล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เข้ามอบกระเช้าเนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ แก่ นางอรรชกา สีบุญเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม และผู้บริหารระดับสูงของกระทรวง



อุตสาหกรรม ณ กระทรวงอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2558



สวัสดีปีใหม่

วันที่ 6 มกราคม 2559 คุณปัทมา กฤษณรักษ์ ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง พร้อมด้วยองค์กรเอกชนจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย สภาอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง, สมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปาง, สมาคมผู้ประกอบการเหมืองแร่เพื่ออุตสาหกรรม, สมาคมส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย-ลำปาง และสมาคมผู้ประกอบการไม้จังหวัดลำปาง เข้ามอบกระเช้าสุขภาพ สวัสดีปีใหม่ ปี 2559 แก่ นายสุพล ปลื้มใจ ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก ณ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก

ช่วยผู้ประกอบการ

การประชุมเพื่อชี้แจงแนวทางการช่วยเหลือผู้ประกอบการเซรามิกของจังหวัดลำปาง เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2559 ณ ห้องเวียงแก้ว โรงแรมลำปางเวียงทอง จังหวัดลำปาง



ข้อมูลสมาชิก

(กรุณากรอกแบบฟอร์มให้ครบถ้วนชัดเจนด้วยตัวบรรจง)

ชื่อผู้สมัคร (ภาษาไทย) นามสกุล

(ภาษาอังกฤษ)

อายุ ปี อาชีพ ตำแหน่ง

ที่อยู่

รหัสไปรษณีย์

โทรศัพท์ โทรสาร

ข้อมูลบริษัท/โรงงาน/หน่วยงาน (หากมีใบชั่วคราวหรือตัวอย่างผลิตภัณฑ์สามารถแนบมาได้)

บริษัท/โรงงาน/หน่วยงาน ที่อยู่

..... รหัสไปรษณีย์

โทรศัพท์ โทรสาร

E-mail เว็บไซต์

ประเภท ☐ ผู้ผลิต ☐ ผู้จัดการ ☐ หน่วยงานของรัฐ ☐ สถาบัน ☐ อื่นๆ

ประเภทผลิตภัณฑ์ ☐ กระเบื้อง ☐ สุขภัณฑ์ ☐ ลูกถ้วยไฟฟ้า ☐ ถ้วยชาวม

☐ ของชำร่วยและเครื่องประดับ ☐ วัตถุติด ☐ อื่นๆ

ประเภทอุตสาหกรรม ☐ ขนาดเล็ก (OTOP) ☐ ขนาด กลาง (SME) ☐ ขนาด ใหญ่ (L)

ประเภทของตลาด ☐ ภายในประเทศ % ต่างประเทศ %

พื้นที่โรงงาน **จำนวนคนงาน** คน **ปริมาณการผลิต** ต่อเดือน

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ข้าพเจ้าทราบข้อบังคับของสมาคมเซรามิกส์ไทยดีแล้วและจะปฏิบัติตาม

ข้อบังคับของสมาคมเซรามิกส์ไทยทุกประการ

โปรดส่งเอกสารและวารสารไปที่ ☐ บ้าน ☐ ที่ทำงาน

ลงชื่อ ผู้สมัคร
..... / /

ประเภทของสมาชิกสมาคมเซรามิกส์ไทย

ประเภทนิติบุคคล

☐ รายปี 2,000 บาท

รับวารสาร 2 ชุด / ฉบับ, ส่วนลดการเข้าร่วมสัมมนาฟรี 1 คน

ประเภทบุคคลทั่วไป

☐ รายปี 300 บาท

☐ นิสิตนักศึกษา 200 บาท

พร้อมกันนี้ได้ชำระเงินค่าสมาชิกจำนวน บาท

(.....)

เป็น ☐ เงินสด ☐ ธนาคาร ☐ เช็คไปรษณีย์

☐ เงินโอน วันที่

☐ ต่ออายุสมาชิก ☐ สมัครเป็นสมาชิกใหม่

สิทธิของสมาชิกสมาคมเซรามิกส์ไทย

1. สมาชิกทุกประเภทมีสิทธิเสนอความคิดเห็นหรือให้คำแนะนำใดๆอันเป็นประโยชน์เกี่ยวกับกิจการหรือวัตถุประสงค์ของสมาคมต่อคณะกรรมการได้
2. สมาชิกทุกประเภทมีสิทธิในการลงคะแนนในการประชุมได้คนหนึ่งคนเท่าเทียมกันหมด
3. สมาชิกมีสิทธิได้รับการเลือกตั้งเป็นกรรมการ
4. ส่วนลดพิเศษในการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาคมฯ

ธนาคาส่งจ่าย ณ. ที่ทำการไปรษณีย์ จุฬาลงกรณ์ 10332 หรือโอนเงินเข้าบัญชีออมทรัพย์ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาสาภาอากาศไทย
ชื่อบัญชีสมาคมเซรามิกส์ไทย เลขที่บัญชี 045-2 07350-2 แลกสลิปการโอนเงินกลับมาที่ 0-2218-5561 โทร.0-2218-5562

การสั่งซื้อวารสาร

วารสารเซรามิกส์ ฉบับที่ 1, 2, 3, 11, 18 หหมด



☐ ฉบับที่ 25. 40.-



☐ ฉบับที่ 26. 40.-



☐ ฉบับที่ 27. 40.-



☐ ฉบับที่ 28. 40.-



☐ ฉบับที่ 29. 40.-



☐ ฉบับที่ 30. 40.-



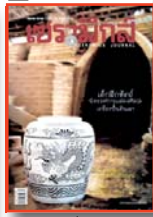
☐ ฉบับที่ 31. 40.-



☐ ฉบับที่ 32. 40.-



☐ ฉบับที่ 33. 40.-



☐ ฉบับที่ 34. 40.-



☐ ฉบับที่ 35. 40.-



☐ ฉบับที่ 36. 40.-



☐ ฉบับที่ 37. 40.-



☐ ฉบับที่ 38. 40.-



☐ ฉบับที่ 39. 40.-



☐ ฉบับที่ 40. 40.-



☐ ฉบับที่ 41. 40.-



☐ ฉบับที่ 42. 40.-



☐ ฉบับที่ 43. 90.-



☐ ฉบับที่ 44. 90.-



☐ ฉบับที่ 45. 90.-

แบบฟอร์มการสั่งซื้อวารสาร

ชื่อผู้ซื้อ

ที่อยู่

ฉบับที่ รวม ฉบับ

รวมเป็นเงิน

(.....)