

# SMEs



## รายงานภาวะเศรษฐกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### สาขาสั่งพิมพ์



โดย ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา  
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
เมษายน 2552

## คำนำ

รายงานฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา (รส.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานสถานการณ์ภาวะทางเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สาขาสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็น การนำผลการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายงานสาขา และโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายงานสาขา ที่สำนักงานฯ ร่วมกับศูนย์บริการวิชาการเศรษฐกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาไว้มาวิเคราะห์ และประมวลผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงาน ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจในการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs รายงานที่/รายสาขา

ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา สสว.

เมษายน 2552

## สารบัญ

	หน้า
บทนำ ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย	
1. โครงสร้างและสถานภาพของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	
1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม	1
1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน	2
1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ	3
2. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	5
3. SWOT Analysis ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	6
4. ปัญหาของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	8
5. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	8
6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรม สิ่งพิมพ์	8
7. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ	11
8. แนวโน้มของ SMEs ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	11
9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	12
10. ตัวอย่างโครงการในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	12
<b>ภาคผนวก</b>	
สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาสิ่งพิมพ์	
<b>บรรณานุกรม</b>	

## บทนำ

### ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาค โดยมีจำนวนถึงประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน ข้อมูลที่ยืนยันถึงบทบาททางเศรษฐกิจไทยที่สำคัญดังกล่าวตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs การนำเข้าและส่งออกของ SMEs การบริโภคภาคเอกชน การค้า การลงทุนของ SMEs และการจ้างงานของ SMEs บทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ประมาณร้อยละ ร้อยละ 38.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.1 ของมูลค่าการส่งออกรวม และการจ้างงาน ร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด

#### 1. นิยามการจำแนกขนาด SMEs

การจำแนกขนาดอุตสาหกรรม SMEs ยึดหลักเกณฑ์ตามกฎหมายกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง	
	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร
กิจการการผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50	26-50	เกินกว่า 50-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30	16-30	เกินกว่า 30-60

#### 2. โครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศไทยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย โดยจัดเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2,366,227 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด ทั้งนี้ แบ่ง SMEs ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้ SMEs ที่อยู่ภาคการค้าและซ่อมบำรุง จำนวน 973,248 ราย หรือร้อยละ 41.1 จำนวนรองลงมาได้แก่ SMEs ที่อยู่ในภาคการบริการ 708,841 ราย หรือร้อยละ 30.0 และที่อยู่ในภาคการผลิตรวม จำนวน 668,185 ราย หรือร้อยละ 28.2 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด

ตารางที่ 1 จำนวนและการจ้างงานของวิสาหกิจ ปี 2547 - 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทกลุ่มธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	2547			2548			2549			2550		
	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total
<b>จำนวนวิสาหกิจ (ราย)</b>												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	1,384	865,906	867,923	1,481	878,020	880,134	1,211	938,057	939,646	1,266	973,248	974,929
ภาคบริการ	1,106	621,242	623,177	1,138	644,032	646,003	1,192	673,120	674,464	1,223	708,841	710,371
ภาคการผลิตรวม	1,785	691,926	694,026	1,818	696,816	698,949	1,817	661,055	663,465	1,828	668,185	670,596
อื่นๆ	36	20,068	24,524	37	20,201	24,667	12	17,564	21,220	7	15,963	19,472
<b>รวม</b>	<b>4,311</b>	<b>2,199,130</b>	<b>2,209,650</b>	<b>10,493</b>	<b>2,239,069</b>	<b>2,249,753</b>	<b>4,232</b>	<b>2,289,796</b>	<b>2,298,795</b>	<b>4,324</b>	<b>2,366,227</b>	<b>2,375,368</b>
<b>จำนวนการจ้างงาน (คน)</b>												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	433,286	2,331,196	2,764,482	444,493	2,358,189	2,802,682	379,808	2,376,968	2,756,776	401,670	2,431,432	2,833,102
ภาคบริการ	466,515	2,693,370	3,069,885	480,526	2,639,440	3,119,966	536,783	2,857,284	3,394,067	632,213	3,007,968	3,640,181
ภาคการผลิตรวม	1,711,724	3,431,553	5,143,277	1,734,386	3,459,096	5,193,482	1,726,494	3,402,699	5,129,193	1,776,884	3,460,967	5,237,851
อื่นๆ	3,138	1,374	4,512	3,138	1,435	4,573	443	176	618	-	200	200
<b>รวม</b>	<b>2,614,663</b>	<b>8,357,493</b>	<b>10,972,156</b>	<b>2,662,543</b>	<b>8,458,160</b>	<b>11,120,703</b>	<b>2,643,528</b>	<b>8,637,126</b>	<b>11,280,654</b>	<b>2,810,767</b>	<b>8,900,567</b>	<b>11,711,334</b>

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### 3. บทบาททางเศรษฐกิจของ SMEs

#### 3.1 บทบาทด้านการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม SMEs

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศในปี 2550 สำหรับ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีมูลค่า 3,244,974.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศ มีอัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 4.2 ต่อปี เมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจพบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม มีบทบาทด้านมูลค่า GDP สูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลางโดยมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อม เท่ากับ 2,175,597.9 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้า คิดเป็นร้อยละ 3.9 และมูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดย่อม มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.6 ของ GDP รวมด้านมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า ในปี 2550 มูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดกลาง เท่ากับ 1,069,376.6 ล้านบาทขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.8 และมีสัดส่วนต่อ GDP รวมคิดเป็นร้อยละ 12.6

โครงสร้างมูลค่า GDP ของ SMEs ในปี 2550 ยังคงมีลักษณะคล้ายคลึงกับปีก่อนหน้าโดยโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ SMEs มีความเกี่ยวข้องกับภาคการบริการ ภาคการผลิต และภาคการค้าและซ่อมบำรุงเป็นสำคัญ เช่นเดียวกับโครงสร้าง GDP ของประเทศ โดยภาคการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุดมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมาได้แก่ ภาคการผลิตซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 30.7 และ ภาคการค้าคิดเป็นร้อยละ 29.1

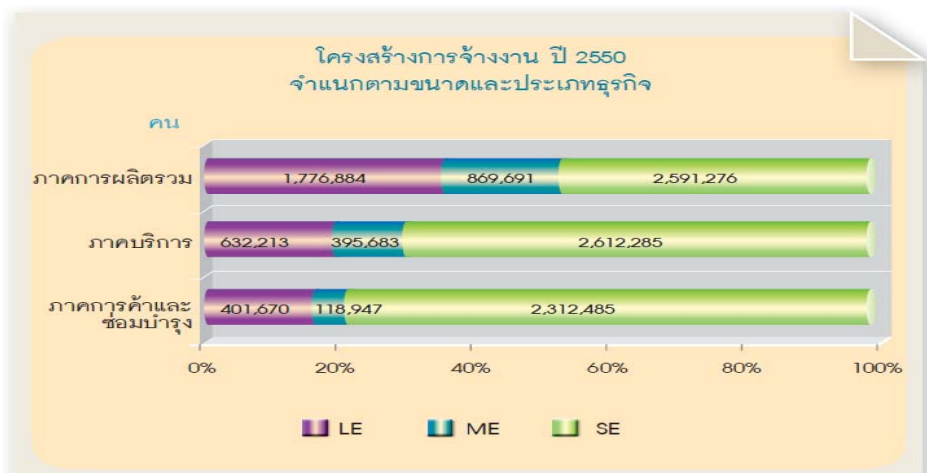
ตารางที่ 2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2546-2550 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2546	2547	2548	2549	2550
<b>มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)</b>					
ประเทศ	5,928,974.0	6,503,487.0	7,104,228.0	7,816,474.0	8,485,200.0
ภาคเกษตร	607,863.0	654,810.0	706,285.0	836,077.0	967,091.0
ภาคนอกเกษตร	5,321,111.0	5,848,677.0	6,397,943.0	6,980,397.0	7,518,109.0
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2,691,814.3	2,954,382.0	3,260,301.3	3,589,655.1	3,889,567.5
- SMEs	2,367,109.7	2,598,656.9	2,816,640.7	3,041,895.9	3,244,974.5
• วิสาหกิจขนาดย่อม	1,613,005.2	1,761,455.2	1,901,333.5	2,043,460.3	2,175,597.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	754,104.5	837,201.8	915,307.2	998,435.6	1,069,376.6
- วิสาหกิจอื่นๆ	262,187.0	295,638.0	321,001.0	348,846.0	383,567.0
<b>สัดส่วน (ร้อยละ)</b>					
ประเทศ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ภาคเกษตร	10.3	10.1	9.9	10.7	11.4
ภาคนอกเกษตร	89.7	89.9	90.1	89.3	88.6
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	45.4	45.4	45.9	45.9	45.8
- SMEs	39.9	40.0	39.6	38.9	38.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	27.2	27.1	26.8	26.1	25.6
• วิสาหกิจขนาดกลาง	12.7	12.9	12.9	12.8	12.6
- วิสาหกิจอื่นๆ	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5
<b>อัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาคงที่ (ร้อยละ)</b>					
ประเทศ	7.1	6.3	4.5	5.1	4.8
ภาคเกษตร	12.7	(2.4)	(1.9)	3.8	3.9
ภาคนอกเกษตร	6.5	7.4	5.2	5.2	4.8
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	8.5	7.4	5.6	5.4	5.5
- SMEs	4.6	7.6	4.9	5.5	4.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	3.9	6.9	4.7	5.4	3.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	6.2	9.1	5.2	5.5	4.8
- วิสาหกิจอื่นๆ	3.0	3.2	3.9	0.0	3.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประมวลผลโดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
หมายเหตุ : วิสาหกิจอื่นๆ คือ การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ

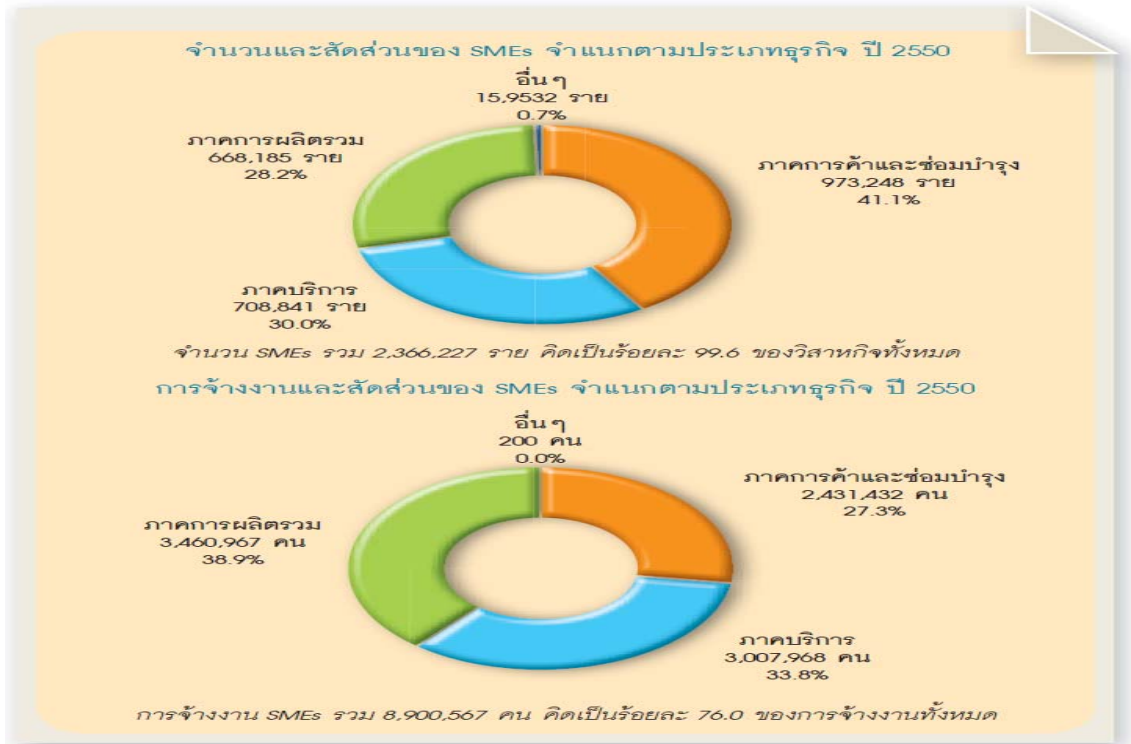
### 3.2 บทบาทด้านการจ้างงาน

แผนภาพที่ 1 โครงสร้างการจ้างงาน ปี 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคมประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

## แผนภาพที่ 2 โครงสร้างจำนวน SMEs และการจ้างงานของ SMEs ปี 2550 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย มีการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 11,711,334 คน โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ 2,810,767 คน และเป็นการจ้างงานใน SMEs จำนวน 8,900,567 คน หรือร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งสิ้น โดยภาคการผลิตเป็นประเภทธุรกิจที่มีการจ้างงานสูงที่สุดร้อยละ 38.9 ของการจ้างงาน ใน SMEs ทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ภาคบริการ ร้อยละ 33.8 และภาคการค้า ที่มีจำนวน SMEs สูงที่สุดนั้นมีการจ้างงานเพียงร้อยละ 27.3 ของการจ้างงานใน SMEs ทั้งหมด

### 3.3 บทบาทด้านการค้าระหว่างประเทศของ SMEs

ตารางที่ 3 สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ต่อการส่งออกรวม ปี 2550

	2548	2549	2550
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ TOTAL EXPORT	29.7%	29.1%	30.1%
สัดส่วน SMEs IMPORT ต่อ TOTAL IMPORT	32.4%	32.7%	29.8%
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ GDP SMEs	40.5%	44.3%	48.8%
สัดส่วน TOTAL EXPORT ต่อ GDP รวมของประเทศ	52.3%	58.3%	61.9%

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 10,126,995.0 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกรวม 5,254,999.3 ล้านบาท มูลค่าการนำเข้ารวม 4,871,995.7 ล้านบาท เมื่อพิจารณาสัดส่วนการส่งออกโดยรวมของประเทศ สำหรับ SMEs ในปี 2550 มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศรวม 3,036,484.9 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกของ SMEs จำนวน 1,583,310.1 ล้านบาท และเป็นมูลค่าการนำเข้าของ SMEs รวม 1,453,174.9 ล้านบาท ทั้งนี้การส่งออกของ SMEs มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 10.1 ในขณะที่การนำเข้าหดตัวลงกว่าปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 8.8

#### 4. โครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs

ตามผลการศึกษาโครงการแผนการปรับโครงสร้าง SMEs รายสาขา ซึ่ง สสว. ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทำการศึกษา ได้จำแนกโครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs ในประเทศไทย ออกเป็น 3 ภาค ได้แก่

##### 1) ภาคการผลิต ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้

- อุตสาหกรรมวิศวกรรม หมายถึง อุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรกลหรือเทคโนโลยีระดับสูง (High – technology Industries) ในการผลิต แต่อย่างไรก็ตาม ในบางขั้นตอนการผลิตเป็นเพียงการประกอบชิ้นส่วนโดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง จึงมีผู้ประกอบการ SMEs อยู่เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งออกเป็น 6 สาขา ได้แก่ เหล็กและโลหะประดิษฐ์ เครื่องจักรกล แม่พิมพ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน

- กลุ่มอุตสาหกรรมเบาที่ใช้แรงงานเข้มข้น หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนแรงงานในการผลิตสูง โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้าและเครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ สิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์พลาสติก

- กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง อุตสาหกรรมที่พึ่งพาวัตถุดิบทางการเกษตรเป็นหลัก โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ อาหาร ยาและสมุนไพร เฟอร์นิเจอร์ไม้ ผลิตภัณฑ์ยาง เซรามิกส์

##### 2) ภาคการค้า ประกอบด้วย 2 สาขา ได้แก่ การค้าปลีก และการค้าส่ง

##### 3) ภาคบริการ ประกอบด้วย 9 สาขา ได้แก่ บริการท่องเที่ยว สปาและบริการสุขภาพ ร้านอาหาร การก่อสร้าง บริการขนส่งและโลจิสติกส์ บริการซอฟต์แวร์และDigit Content บริการศึกษา บริการออกแบบ บริการที่ปรึกษา

#### 5. สถานการณ์และปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กล่าวคือ



1. **การรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจ** มีการรวมตัวทางเศรษฐกิจทั้งในระดับทวีปาคี ภูมิภาค และพหุภาคี รวมทั้งบทบาทที่เพิ่มขึ้นของประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะจีนและอินเดีย

2. **การเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินโลก** เกิดวิกฤตทางการเงิน ความไม่สมดุล ของเศรษฐกิจประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ส่งผลกระทบต่อค่าเงินสกุลต่างๆ ในโลก ตลาดการเงินและ ตลาดทุนมีความเชื่อมโยงกันทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ

3. **การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี** มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของ Information and Communication Technology (ICT) เป็นยุคที่มีการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีหลัก ได้แก่ Biotechnology Material Technology และ Nanotechnology

4. **การเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม** ปัจจุบันทั่วโลกต่างหันมาให้ความสำคัญกับ ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อันเนื่องมาจากความไม่สมดุลกลมกลืนระหว่างการผลิตกับ สภาพแวดล้อม มีการกล่าวถึงเรื่องของ Global Warming และหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)

5. **พฤติกรรมผู้บริโภค** การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้ ถึงโอกาสของธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจที่ต้องปรับตัวให้เสนอสินค้าและ บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

6. **การขาดสภาพคล่องทางการเงิน** ในกลุ่ม SMEs เนื่องจากสถาบันการเงินเริ่ม เข้มงวดกับการปล่อยสินเชื่อ

7. **ความผันผวนของต้นทุนพลังงาน และอัตราการแลกเปลี่ยน**

8. **เสถียรภาพทางการเมืองของประเทศ**

ดังนั้นทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมและ SMEs ควรให้ความสำคัญของความ ต่อเนื่องของนโยบาย ในอนาคตอุตสาหกรรมจะเกิดการขยายตัวด้วยการ**เพิ่มผลิตภาพการผลิต** (Productivity) มุ่งเน้นการพึ่งพาวัตถุดิบในประเทศมากขึ้น ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของการผลิตบนฐานความรู้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม **มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพมาตรฐานในด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ ประหยัดพลังงาน** เพื่อลดข้อจำกัดในการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้าที่ใช้ปัจจัยดังกล่าว เป็นกำแพงทางการค้า ตลอดจน**ส่งเสริมให้เกิดและยกระดับเครือข่ายวิสาหกิจในลักษณะ เครือข่าย**ให้ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานทั้งระดับประเทศ ภูมิภาคและโลก

-----

# อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

## 1. โครงสร้างและสถานภาพของอุตสาหกรรม

### 1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมปลายน้ำของอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษและกระดาษ โดยในปี 2549 มูลค่าการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในระบบเศรษฐกิจอยู่ที่ประมาณ 11,134 ล้านบาท (ตารางที่ 1) และสินค้าที่ผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ทั้งหมด ซึ่งสามารถจำแนกตามลักษณะงานพิมพ์ได้เป็น 6 ประเภทดังนี้

#### 1) ประเภทหนังสือพิมพ์ ซึ่งในปัจจุบันสามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ประเภทดังนี้คือ

1.1) หนังสือพิมพ์ทั่วไป

1.2) หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจและการเมือง หนังสือพิมพ์ต่างประเทศ

1.3) หนังสือพิมพ์กีฬา

2) ประเภทนิตยสารและวารสาร ซึ่งมีทั้งรายสัปดาห์ รายบิรษั รายเดือน สิ่งพิมพ์ประเภทนี้จะเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งจะทำให้เนื้อหาสาระตลอดจนรูปแบบแตกต่างกันไป นับตั้งแต่กระดาษที่ใช้ ลักษณะการพิมพ์ (สีเดียว สองสี สีสี่) เนื้อหาและบทความ โดยมุ่งให้สอดคล้องกับความสนใจของลูกค้าแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

3) ประเภทหนังสือ ตำราเรียน แบบเรียนและสมุด หนังสือประเภทนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ตลาดใหญ่ ๆ คือตำราเรียน หนังสือทางเทคนิค และหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น สำหรับหนังสือประเภทอื่น ๆ เช่น นวนิยาย สารคดี มีขนาดตลาดไม่ใหญ่มากนัก การพิมพ์แต่ละครั้งเพียง 2,000 - 3,000 เล่ม ปัจจุบันบริษัทผลิตหนังสือประเภทนี้มากกว่า 200 แห่ง อย่างไรก็ตามบริษัทเหล่านี้ไม่สามารถอยู่ได้โดยอาศัยรายได้จากการผลิตหนังสืออย่างเดียว

4) ประเภทโฆษณาและสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ เป็นงานพิมพ์ข้างกล่อง ฉลากที่ใช้ติดตามขวด ของและบรรจุภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น สิ่งพิมพ์ประเภทนี้ไม่สามารถคำนวณออกมาเป็นมูลค่าตลาดที่ชัดเจนได้ ประมาณว่ามีสัดส่วนราวร้อยละ 10 - 15 ของต้นทุนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

5) ประเภทสิ่งพิมพ์มีค่า อาทิ เช็ค ธนบัตร แสตมป์ ตั๋วเงินและใบหุ้น สิ่งพิมพ์เหล่านี้เดิมประเทศไทยต้องนำเข้าจากต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันสามารถพิมพ์ได้เองภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่

6) ประเภทงานพิมพ์ทั่วไป เช่น การ์ดอวยพรในโอกาสต่าง ๆ รูปดอก นามบัตร และ ไปสเตอร์ แผ่นปลิว เป็นต้น

ในปัจจุบันงานพิมพ์ในอุตสาหกรรมจะเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทบรรจุภัณฑ์กระดาษประมาณร้อยละ 40 หนังสือพิมพ์ วารสาร และหนังสือเล่มประมาณร้อยละ 35-40 สิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประมาณร้อยละ 25 ที่เหลือเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ

**ตารางที่ 1 มูลค่าและอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ (ราคาปีฐาน 2531)**

ปี	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว
2542	8,635	-
2543	8,833	2.29
2544	9,043	2.38
2545	9,526	5.34
2546	9,857	3.47
2547	10,605	7.59
2548	11,428	7.76
2549	11,134	-2.57

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2550

**1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน**

อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ และ SMEs มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อน จากข้อมูลของศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สสว . พบว่าในปี 2550 อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ มีจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 14,187 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 14,157 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.79 ในส่วนของการจ้างงาน SMEs อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ มีการจ้างงานถึง 94,616 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 83.76 ของการจ้างงานรวมในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

**ตารางที่ 2 จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550**

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
2211	การพิมพ์โฆษณาหนังสือ โบรชัวร์ หนังสือ ที่เกี่ยวกับดนตรี และสิ่งพิมพ์อื่นๆ	1,083	7	0	1,090	1,090	7.68	0.00	7.68
2212	การพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ วารสาร และนิตยสาร	355	2	0	357	357	2.52	0.00	2.52
2213	การพิมพ์โฆษณาสื่อบันทึก (Recorded Media)	23	0	0	23	23	0.16	0.00	0.16
2219	การพิมพ์โฆษณาอื่นๆ	673	0	0	673	673	4.74	0.00	4.74
2221	การพิมพ์ (Printing)	10,886	92	29	10,978	11,007	77.38	0.20	77.59
2222	กิจกรรมด้านการบริการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์	826	5	0	831	831	5.86	0.00	5.86
2230	การทำสำเนาสื่อบันทึกข้อมูล	198	7	1	205	206	1.44	0.01	1.45
<b>รวม</b>		<b>14,044</b>	<b>113</b>	<b>30</b>	<b>14,157</b>	<b>14,187</b>	<b>99.79</b>	<b>0.21</b>	<b>100</b>

ที่มา : ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ,กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักประกันกันคม,การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย , BOI, สำนักสถิติ กทม. , อบจ. 75 จังหวัด **ประมวลผลโดย :** ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 5 กุมภาพันธ์ 2552

ตารางที่ 3 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนการจ้างงาน (คน)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
2211	การพิมพ์โฆษณาหนังสือ โบรชัวร์ หนังสือที่เกี่ยวกับดนตรี และ สิ่งพิมพ์อื่นๆ	4,175	496	0	4,671	4,671	4.13	0.00	4.13
2212	การพิมพ์โฆษณาหนังสือพิมพ์ วารสาร และนิตยสาร	911	243	0	1,154	1,154	1.02	0.00	1.02
2213	การพิมพ์โฆษณาสื่อบันทึก (Recorded Media)	23	0	0	23	23	0.02	0.00	0.02
2219	การพิมพ์โฆษณาอื่นๆ	701	0	0	701	701	0.62	0.00	0.62
2221	การพิมพ์ (Printing)	63,565	14,041	18,018	77,606	95,624	68.70	15.95	84.65
2222	กิจกรรมด้านการบริการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์	5,418	832	0	6,250	6,250	5.53	0.00	5.53
2230	การทำสำเนาสื่อบันทึกข้อมูล	1,377	2,834	333	4,211	4,544	3.73	0.29	4.02
<b>รวม</b>		<b>76,170</b>	<b>18,446</b>	<b>18,351</b>	<b>94,616</b>	<b>112,967</b>	<b>83.76</b>	<b>16.24</b>	<b>100</b>

ที่มา : ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ,กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักประกันกันคม,การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย , BOI,สำนักเทคนิค กทม. , อบจ. 75 จังหวัด ประมวลผลโดย : ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 5 กุมภาพันธ์ 2552

1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ

1.3.1 การส่งออก

การส่งออกสินค้าสิ่งพิมพ์ กระดาษและบรรจุภัณฑ์ ในช่วงปี 2551 มีมูลค่า 2,777.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.27 เมื่อเทียบกับปี 2550 โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 119.39 ของมูลค่าเป้าหมายการส่งออกสินค้า และเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.6 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ การส่งออกกระดาษปี 2552 คาดว่ามีอัตราขยายตัวไม่มากนัก เนื่องจากมีการผลิตกระดาษลดลง อีกทั้งปริมาณกระดาษในตลาดโลกยังคงมีมากกว่าความต้องการ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษจะมีอัตราเติบโตสูงขึ้นตามอัตราการส่งออกสินค้าที่ต้องใช้บรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหาร

คู่แข่งสำคัญ ได้แก่ ประเทศจีน เนื่องจากประเทศจีนได้มีการสร้างโรงงานกระดาษที่ใหญ่ที่สุดในโลก และมีเทคโนโลยีในการผลิตที่สูงกว่า ทำให้ประเทศจีนมีการเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น

ตลาดหลัก : ฮองกง และ ญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนรวมกัน ร้อยละ 50.81

ตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง : ฮองกง ร้อยละ 93.26 ญี่ปุ่น ร้อยละ 80.29 อินโดนีเซีย ร้อยละ 42.40 และเวียดนาม ร้อยละ 34.95

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกสิ่งพิมพ์ ปี 2549- 2551

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน USD			อัตราขยายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2549	2550	2551	2549	2550	2551	2549	2550	2551
ฮ่องกง	62.73	596.38	1152.56	-7.45	850.79	93.26	5.36	30.77	41.50
ญี่ปุ่น	49.87	143.40	258.54	9.07	187.54	80.29	4.26	7.40	9.31
เวียดนาม	86.01	109.75	148.10	75.77	27.60	34.95	7.35	5.66	5.33
มาเลเซีย	112.63	123.18	138.24	11.96	9.37	12.22	9.63	6.36	4.98
จีน	85.49	86.27	110.59	13.96	0.91	28.19	7.31	4.45	3.98
เกาหลีใต้	80.96	99.41	99.99	20.39	22.78	0.58	6.92	5.13	3.60
อินโดนีเซีย	50.23	63.73	90.75	84.95	26.88	42.40	4.29	3.29	3.27
สิงคโปร์	59.66	79.78	89.55	2.00	33.71	12.25	5.10	4.12	3.22
ไต้หวัน	63.35	75.33	81.42	-4.99	18.91	8.08	5.42	3.89	2.93
ออสเตรเลีย	56.41	71.02	70.90	17.72	25.91	-0.18	4.82	3.66	2.55
รวม 10 ประเทศ	707.34	1448.24	2240.63	16.81	104.75	54.71	60.48	74.72	80.68
อื่น ๆ	462.12	490.06	536.46	10.51	6.05	9.47	39.52	25.28	19.32
มูลค่ารวม	1169.46	1938.30	2777.09	14.24	65.74	43.27	100.00	100.00	100.00

ที่มา : สำนักบริการส่งออก 2 กรมส่งเสริมการส่งออก

1.3.2 การนำเข้า

ภาวะการนำเข้าเยื่อกระดาษและเศษกระดาษ กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ ในปี 2551 คาดว่า จะมีมูลค่า 724.7 และ 1,350.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ เมื่อเทียบกับปีก่อนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 34.0 และ 23.1 (ตารางที่ 5) สาเหตุที่มีการนำเข้าเยื่อกระดาษและเศษกระดาษเพิ่มขึ้นเป็นเพราะ เยื่อกระดาษและเศษกระดาษที่ผลิตจากเยื่อใยยาวหรือมีสัดส่วนเยื่อใยยาวสูงในประเทศไม่สามารถผลิตได้

แหล่งนำเข้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา และญี่ปุ่น ส่วนสาเหตุที่มีการนำเข้ากระดาษและ ผลิตภัณฑ์กระดาษเพิ่มขึ้นทั้งมูลค่าและปริมาณเป็นเพราะ การขยายตัวของการนำเข้ากระดาษโดยรวม โดยเฉพาะกระดาษแข็งที่มีคุณภาพดีกว่าในประเทศ ประกอบกับ อัตราการใช้กำลังการผลิตกระดาษแข็ง ในประเทศลดลง แหล่งนำเข้าที่สำคัญ คือ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

ส่วนภาวะการนำเข้าสิ่งพิมพ์ ในปี 2551 คาดว่า จะมีมูลค่า 268.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับปีก่อนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องร้อยละ 30.9 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 มูลค่าการนำเข้าเยื่อและผลิตภัณฑ์กระดาษ สิ่งพิมพ์ ปี 2549-2551

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ผลิตภัณฑ์	ปี		
	2549	2550	2551 <sup>1/</sup>
เยื่อกระดาษและเศษกระดาษ	427.7	540.6	724.7
% เปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน		26.4	34.0
กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ	975.8	1,096.4	1,350.0
% เปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน		12.3	23.1
สิ่งพิมพ์	141.4	205.0	268.4
% เปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน		45.0	30.9

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หมายเหตุ : <sup>1/</sup> ตัวเลขประมาณการ

## 2. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

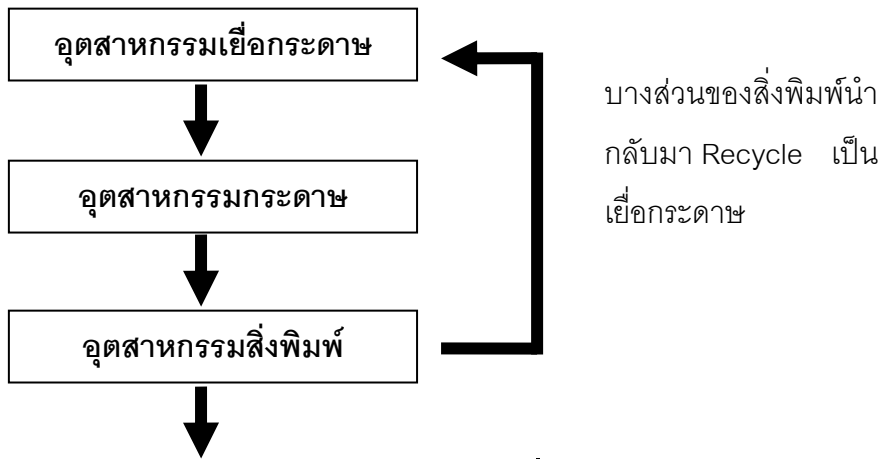
ในส่วนของ Supply chain ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จะเริ่มต้นจากการจัดทำต้นฉบับแล้วนำต้นฉบับเข้าสู่กระบวนการผลิต โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ ขั้นตอนการพิมพ์ และขั้นตอนหลังการพิมพ์ (BOI, 2546)

ขั้นตอนก่อนการพิมพ์ (Pre-Press) เป็นการเตรียมต้นฉบับเพื่อนำไปถ่ายถอดเป็นแม่พิมพ์ การผลิตในขั้นนี้ประกอบด้วย การทำอาร์ตเวิร์ค (Art Work) ซึ่งเป็นการทำงานศิลป์โดยจัดวางองค์ประกอบในหน้าสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ตัวอักษร รูปภาพประกอบ เพื่อจัดทำต้นฉบับจริงก่อนที่จะส่งไปทำแม่พิมพ์ จากนั้นจะเป็นขั้นตอนการแยกสี (Color Scanning) เป็นการนำต้นฉบับภาพสีไปสร้างเป็นภาพสกรีน ส่วนการทำแม่พิมพ์ (Print Plate) ซึ่งเป็นการสร้างเพลท ในปัจจุบันจะใช้เทคโนโลยีแบบ Computer to Plate (CTP) เป็นการส่งข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ไปยังเครื่องเพลทเซ็เตอร์ โดยยิงข้อมูลลงบนแผ่นเพลทแบบดิจิทัลโดยตรง เป็นการลดการใช้แรงงานในการผลิตรวมถึงลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้ฟิล์มเพลทซึ่งเป็นการผลิตแบบเดิม

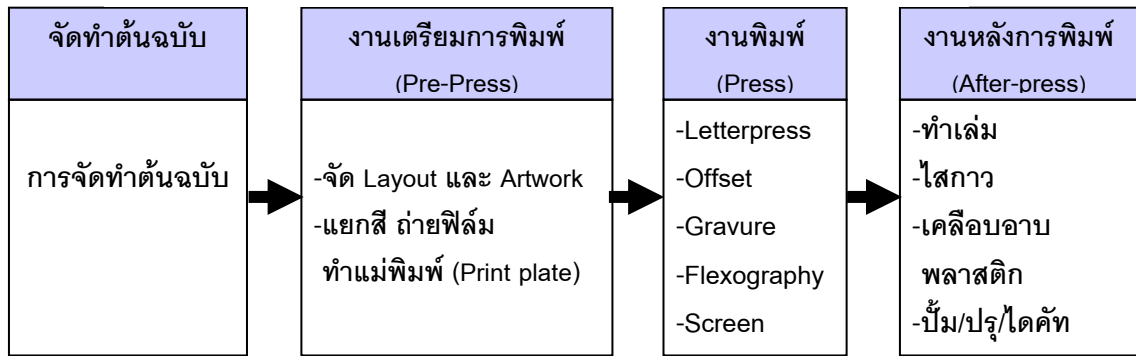
ขั้นตอนการพิมพ์ (Press) คือ การพิมพ์หมึกจากแม่พิมพ์ลงบนแผ่นกระดาษด้วยเครื่องพิมพ์ โดยวิธีการผลิตในขั้นตอนนี้จะแตกต่างกันออกไปตามขนาดของโรงพิมพ์ ในโรงพิมพ์ ขนาดเล็กซึ่งมีทุนประกอบการประมาณ 15-10 ล้านบาท จะใช้เครื่องพิมพ์แบบสี่สีเดียวขนาดเล็ก ประกอบกับเครื่องตัดกระดาษ เครื่องพับกระดาษ เครื่องเย็บเล่ม โดยมีปริมาณการใช้กระดาษต่ำกว่า 50,000 แผ่น/เดือน ในขณะที่โรงพิมพ์ขนาดกลาง ซึ่งมีทุนประกอบการ 25-20 ล้านบาท จะมีการซื้อเครื่องจักรเครื่องใหม่ซึ่งมีความสลับซับซ้อนกว่าเดิม ส่วนใหญ่จะมีเครื่องพิมพ์สี่สีเดียวหรือสองสีขนาดเล็กถึงขนาดกลาง 5-2 เครื่อง ประกอบกับเครื่องพิมพ์ 4 สี เครื่องตัดกระดาษขนาดใหญ่ รวมถึงแท่นใส่กระดาษขนาดเล็ก กลุ่มโรงพิมพ์ขนาดกลางจะมีการใช้กระดาษ 500,000-1,500,000 แผ่น/เดือน ส่วนโรงพิมพ์ขนาดใหญ่ มีทุนประกอบการตั้งแต่ 100 ล้านบาทขึ้นไป จะมีเครื่องพิมพ์และอุปกรณ์ต่างๆ มากกว่าโรงพิมพ์ขนาดกลางและขนาดเล็ก อีกทั้งมีบุคลากรที่มีความรู้ทางทฤษฎีการพิมพ์โดยตรง มีปริมาณการใช้กระดาษมากกว่า 1.5 ล้านแผ่น/เดือน

การผลิตในขั้นตอนหลังการพิมพ์ (After-Press) เป็นการผลิตเพื่อให้ได้สิ่งพิมพ์สำเร็จรูป ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ผู้ประกอบการไทยไม่ค่อยให้ความสำคัญเท่าใดนัก ดังนั้น แม้ผู้ดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์ที่ทันสมัย แต่ลงทุนซื้อเครื่องจักรขั้นตอนหลังการพิมพ์ค่อนข้างน้อย เนื่องจากเห็นว่าเป็นขั้นตอนที่สามารถใช้แรงงานราคาถูกทดแทนได้ คุณภาพโดยรวมของการผลิตในขั้นตอนนี้ของไทยจึงยังต่ำกว่ามาตรฐานของต่างประเทศ ซึ่งเป็นความเห็นที่ตรงกับการแสดงความคิดเห็นของกลุ่ม focus group และยังเห็นว่าขั้นตอนนี้ (โดยเฉพาะการใส่กระดาษ) เป็นขั้นตอนที่ต้องการประสบการณ์และทักษะสูง เพื่อให้การเข้ารูปเล่มได้มาตรฐาน ถ้าไทยสามารถปรับคุณภาพของขั้นตอนนี้ได้ งานพิมพ์จากต่างประเทศจะเข้ามาทำการผลิตในไทยอีกมาก

### แผนภาพที่ 1 กระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน



### Supply Chain ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์



ที่มา: วารสารส่งเสริมการลงทุน, พฤษภาคม 2546 อ้างอยู่ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรม

เนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อนนัก และการลงทุนในขนาดการผลิตขนาดเล็กใช้เงินลงทุนไม่มาก ดังนั้นจึงมีผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ การที่ผู้ประกอบการหนึ่งรายสามารถผลิตสิ่งพิมพ์ได้หลายประเภท ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มี SMEs ในทุกขั้นตอนการผลิตของห่วงโซ่อุปทาน

### 3. SWOT Analysis ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์สามารถสรุปประเด็นสำคัญๆ ได้ดังนี้

#### จุดแข็ง (Strength)

- ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมกระดาษครบวงจร จึงสามารถลดการนำเข้าวัตถุดิบกระดาษได้มาก และนอกจากนี้ยังมีศักยภาพสูงในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเพื่อนำไปสู่การเป็นคลัสเตอร์ ที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

- ประเทศไทยมีคุณภาพมาตรฐานในการผลิตสิ่งพิมพ์ ทำให้สามารถรองรับงานสิ่งพิมพ์จากบริษัทชั้นนำในต่างประเทศนอกจากนี้ค่าแรงของกลุ่มคนงานและผู้ออกแบบ รวมทั้งวิชาชีพทางการพิมพ์

ยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าประเทศในภูมิภาคและระดับการผลิตคุณภาพเดียวกัน เช่น สิงคโปร์ และฮ่องกง ทำให้ต้นทุนการผลิตของไทยต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบ ในประเภทชิ้นงานชนิดเดียวกัน

### จุดอ่อน (Weakness)

- อัตราการเก็บภาษีนำเข้าต้นฉบับงานพิมพ์ที่เป็นแผ่นฟิล์มค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาค

- อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ประสบภาวะขาดแคลนการพัฒนาบุคลากรแม้ว่าจะมีสาขาอาชีพด้านการพิมพ์โดยตรงก็ตาม แต่กลับได้รับความนิยมลดลงเรื่อยๆ ซึ่งเกิดจากการขาดการวางแผนแม่บทเรื่องกำลังคนในภาคอุตสาหกรรมระยะยาวและปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์

- ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นขนาดกลางและขนาดเล็ก จึงขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งแตกต่างจากคู่แข่งอื่น เช่น สิงคโปร์ และฮ่องกง

- ค่าใช้จ่ายด้านอัตราค่าขนส่งของไทยยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น ค่าระวางเรือ ค่าธรรมเนียมต่างๆ รวมทั้งค่าไปรษณีย์ในการจัดส่งสิ่งพิมพ์ให้ลูกค้าในต่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ ค่าขนส่งทางเรือเพื่อการส่งออกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10-15

- ขั้นตอนหลังการพิมพ์ของไทยยังต่ำกว่ามาตรฐาน โดยเฉพาะการไลกาว ซึ่งส่งผลให้งานพิมพ์จากต่างประเทศไม่มาผลิตในประเทศไทยเท่าที่ควร

### โอกาส (Opportunity)

- ลักษณะของตลาดไม่ค่อยกระจุกตัวมากนัก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมกระดาษและสิ่งพิมพ์ ประกอบกับประเทศไทยเป็นผู้มาทีหลัง (Late Comer) ที่กำลังอยู่ในช่วงพัฒนาอุตสาหกรรม และมีอัตราการขยายตัวที่สูงในระดับต้นๆ จึงมีศักยภาพในการขยายตลาดอีกมาก

- แนวโน้มการส่งออกผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอื่นที่มีการขยายตัว ส่งผลต่อเนื่องให้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีการขยายตัวในระดับสูงตามไป ด้วย ผลิตภัณฑ์กระดาษและสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องจึงมีอัตราการเติบโตที่สอดคล้องกับมูลค่าการส่งออกของไทย

- อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์สามารถร่วมมือกันจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมสินค้าครุภัณฑ์นับเป็นนิคมอุตสาหกรรมเฉพาะทางที่ครบวงจรแห่งแรกของไทย นับเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาไปสู่การเป็นคลัสเตอร์ในอนาคต

### อุปสรรค (Threat)

- ขาดการเชื่อมโยงและวางแผนร่วมกัน ระหว่างอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษ และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งกันขึ้นในระหว่างกลุ่ม

- การพัฒนาศักยภาพการผลิตของประเทศที่จะมาเป็นคู่แข่งชั้นในอนาคต เช่น ประเทศจีน เนื่องจากเป็นประเทศที่มีฐานทางการตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลก และสามารถรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการจัดการขั้นสูงจากประเทศฮ่องกงเพราะมีพื้นฐานทางภาษาและรัฐบาลเดียวกัน

- การพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์และระบบดิจิทัล ได้เข้ามาแทนที่การสื่อสารที่ใช้กระดาษสิ่งพิมพ์ในยุคข่าวสารข้อมูลอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบอินเทอร์เน็ต หรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้มี



การใช้ นโยบาย “ไร้กระดาษ” (Paperless Policy) เป็นนโยบายหลักของทางบริษัทใหญ่เพื่อลดต้นทุนในการจัดการ และเพิ่มประสิทธิภาพความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัท ประกอบกับกระแสการอนุรักษ์ธรรมชาติในประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะในด้านการอนุรักษ์ป่าไม้ธรรมชาติในประเทศที่กำลังพัฒนาที่มีพื้นที่การทำลายป่าเขตร้อน ทำให้เกิดกระแสต่อต้านการใช้กระดาษ และอาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ได้มาก

#### 4. ปัญหาของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

สำหรับปัญหาของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ หากพิจารณาในด้านของการผลิตจะพบว่าวัตถุดิบสำคัญในการผลิตกระดาษโดยเฉพาะเยื่อใยยาวยังต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ต้นทุนการผลิตสูง เทคโนโลยีการผลิตและการซ่อมบำรุงเครื่องจักรยังต้องพึ่งพาต่างประเทศ บุคลากรในอุตสาหกรรมขาดความชำนาญเฉพาะด้าน การทำงานประสานกันในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพพร้อมกันยังมีอยู่อย่างจำกัด ในด้านการจัดจำหน่ายและขยายตลาดของสินค้าพบว่าผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดความรู้และประสบการณ์ทางด้านการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของตลาดต่างประเทศ

นอกจากนี้ ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือการขาดการประสานงานและทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการในการแก้ไขปัญหาต่างๆ เช่น การอบรมและถ่ายทอดความรู้ในด้านการผลิตและการตลาด การส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ การพัฒนาบุคลากรเพื่อป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรม ฯลฯ

#### 5. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า Missing link ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ คือ การผลิตในขั้นตอนหลังการพิมพ์ (After press) ซึ่งได้แก่ งานที่เกี่ยวข้องกับการทำเล่ม ไส้กาบ เคลือบอัดพลาสติก บีม/ปรุ/โดคัท ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2547) นอกจากนี้การขาดขั้นตอนหลังการพิมพ์ หรือขั้นตอนหลังการพิมพ์ยังไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมนี้ขาดหายไป ดังนั้นเพื่อการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานให้ครบวงจร เพื่อการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรม จึงน่าจะเป็นกิจกรรมที่เป็นเป้าหมายในการส่งเสริม

นอกจากนี้การผลิตในขั้นตอนหลังการพิมพ์ ยังเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่สลับซับซ้อน แต่ต้องการทักษะทางด้านแรงงานที่ค่อนข้างสูงและประสบการณ์ ดังนั้นจึงเหมาะที่จะเป็นกิจกรรมหรือการผลิตที่ SMEs สามารถทำได้

#### 6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

##### ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต

วัตถุประสงค์ : เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และขีดความสามารถในการผลิตของผู้ประกอบการ ดังนั้นภาครัฐและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงควรเข้าไปช่วยอบรมและถ่ายทอด

ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ทางด้านกระบวนการผลิต การบริหารจัดการ ตลอดจนการใช้เครื่องจักรสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการ

### **แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต**

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ คือ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยแผนปฏิบัติการที่จะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย

#### **1) แผนการจัดอบรมและถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยี**

ความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และขีดความสามารถในการผลิตของผู้ประกอบการ ดังนั้นสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม จึงควรเข้าไปช่วยอบรมและถ่ายทอดความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ทางด้านกระบวนการผลิต การบริหารจัดการ ตลอดจนการใช้เครื่องจักรสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการ สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัติของแผนปฏิบัตินั้น สามารถดำเนินการโดยทันทีภายในกรอบระยะเวลา 2 ปีแรก คือปี พ.ศ. 2551-2552

### **ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและเสริมสร้างทางการตลาด**

**วัตถุประสงค์ :** เพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสในการขยายตลาดของ SMEs

ตลาดโดยเฉพาะตลาดในต่างประเทศยังมีโอกาสในการเจริญเติบโต ดังนั้นภาครัฐจึงควรเข้ามาส่งเสริมและให้ความรู้แก่ SMEs ทางด้านการตลาด โดยหน่วยงานกรมส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์อาจจะเป็นเจ้าภาพในการจัดอบรมทางการตลาด และนำ SMEs ออกไปหาประสบการณ์ในตลาดต่างประเทศ

### **แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและเสริมสร้างทางการตลาด**

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ คือ เพื่อเพิ่มช่องทางและโอกาสในการขยายตลาดของ SMEs โดยแผนปฏิบัติการที่จะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย

#### **1) แผนการเสริมสร้างความรู้ทางการตลาด**

การเสริมสร้างความรู้และให้ข้อมูลทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรมีการมุ่งเน้นไปที่การเจาะตลาดในต่างประเทศ โดยหน่วยงานกรมส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์อาจจะเป็นเจ้าภาพในการจัดทำแผนงานดังกล่าว เช่น จัดโครงการอบรมทางการตลาด นำ SMEs ออกไปหาประสบการณ์ ในตลาดต่างประเทศ ทั้งการดูงานและการออกบูธแสดงในงานสัปดาห์หนังสือหรือสิ่งพิมพ์โลก เป็นต้น สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัตินั้น สามารถดำเนินการได้ทันที โดยกรมส่งเสริมการส่งออก อาจจะต้องเริ่มทำการประชาสัมพันธ์โครงการจัดอบรมให้แก่ผู้ประกอบการ พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลตารางการจัดแสดงต่างๆ ที่ผู้ประกอบการเหล่านั้นสามารถเข้าร่วมได้

#### **2) แผนงานจัดทำ Website เพื่อเป็นสื่อกลางให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ**

ในปัจจุบันการเผยแพร่ข้อมูลทาง Website ถือว่ามีต้นทุนที่ไม่สูงมากนักและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นเพื่อช่วยส่งเสริมและขยายช่องทางทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการ จึงควรมีการจัดทำ Website ที่เป็นศูนย์รวมเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ต่างๆ และมีการสร้างการเชื่อมโยงต่อไปยัง Website ของผู้ประกอบการแต่ละราย

สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการแผนปฏิบัติการนี้ได้แก่ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โดยทาง สสว. ควรทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในการวางแผนสร้าง Website ที่เป็นสื่อกลาง ตลอดจนประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบและเริ่มพัฒนา Website ของตนเพื่อมาเชื่อมโยงกับ Website ส่วนกลาง

### 3) แผนการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของ SMEs

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมมาใช้ในการประกอบธุรกิจ นอกจากจะช่วยให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพแล้ว ยังช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการพัฒนาตลาดของผู้ประกอบการอีกด้วย เช่น การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้า ระบบตรวจสอบบัญชี และการสร้าง Website เพื่อเป็นหน้าร้าน และช่องทางในการเข้าถึงของผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง

ในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของ SMEs กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) อาจเข้ามาช่วยผลักดัน และดำเนินการ โดยทาง สสว. ควรทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานของภาครัฐเพื่อจัดการอบรมความรู้ ทางด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ และประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้ผู้ประกอบการที่สนใจเพื่อมาเข้า หลักสูตรในการอบรม

สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัตินั้น แผนการเสริมสร้างความรู้ทางด้านการตลาดสามารถนำไปสู่ การปฏิบัติการได้โดยทันทีภายในกรอบระยะเวลา 2 ปีแรก คือปี พ.ศ. 2551-2552 หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2553 จึงเริ่มดำเนินการแผนการส่งเสริมการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ แผนงานจัดทำ Website เพื่อเป็น สื่อกลางให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ และแผนการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของ SMEs

### **ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจ**

**วัตถุประสงค์ :** เพื่อก่อให้เกิดการช่วยเหลือและสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจ หรือ Cluster ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ผู้ประกอบการรายใหญ่อาจ เกื้อหนุน SMEs ได้โดย การทำ Sub-Contracting งานบางส่วนให้ SMEs โดยเฉพาะส่วนที่ SMEs มีความชำนาญเฉพาะทาง นอกจากนี้ยังอาจมีการประสานงานกับอุตสาหกรรมที่ต้องใช้การพิมพ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า สิ่งทอ ฯลฯ เพื่อหาทางประสานงานในการทำงานร่วมกันเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

### **แผนปฏิบัติการของยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจ**

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ คือ เพื่อก่อให้เกิดการช่วยเหลือและสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแผนปฏิบัติการที่จะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ ของยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย

#### 1) แผนการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจในอุตสาหกรรม

สมาคมสิ่งพิมพ์แห่งประเทศไทยอาจรับหน้าที่เข้ามาจัดการให้ข้อมูลและก่อให้เกิดการประสานงานระหว่างผู้ประกอบการ โดยอาจส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายใหญ่เกื้อหนุน SMEs ด้วยการทำ Sub-Contracting งานบางส่วนให้ SMEs โดยเฉพาะส่วนที่ SMEs มีความชำนาญเฉพาะทาง

#### 2) แผนการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจระหว่างอุตสาหกรรม

นอกจากการพิมพ์โดยทั่วไปจำพวกหนังสือ โบรชัวร์ แผ่นปลิว หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ การพิมพ์ยังเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ในหลายอุตสาหกรรม เช่น การพิมพ์ฉลากและบรรจุภัณฑ์ การ Screening ลงบนตัวสินค้า ฯลฯ ดังนั้นควรมีการจัดตั้งเครือข่ายขึ้นมาเพื่อให้เกิดการประสานงานในการทำงานอันจะนำมาสู่การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ โดยกระทรวงอุตสาหกรรมอาจเข้ามาเป็นเจ้าภาพในการเชิญตัวแทนสมาคมจากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อมาร่วมประชุมหาแนวทางและรูปแบบในการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจระหว่างอุตสาหกรรม

สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัตินั้น ในส่วนของแผนการการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจในอุตสาหกรรมสามารถดำเนินการได้ทันทีภายในกรอบระยะเวลา 2 ปีแรก คือปี พ.ศ. 2551-2552 หลังจากนั้นในปี พ.ศ.2553 จึงเริ่มดำเนินการในส่วนของแผนการการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจระหว่างอุตสาหกรรม โดยอาจจะต้องใช้ระยะเวลาในช่วงแรกเพื่อกำหนดขอบเขตอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน ก่อนจะมีการดำเนินการจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจให้เป็นรูปธรรมต่อไป

### 7. มาตรการและนโยบายภาครัฐที่สำคัญ

1) **นิคมอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าคร** สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมาคมการพิมพ์ไทย ร่วมกันสนับสนุนให้ผู้ประกอบการด้านสิ่งพิมพ์รวมกลุ่มกันในลักษณะเครือข่ายคลัสเตอร์ เพื่อเชื่อมโยงกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้จัดหาวัตถุดิบ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งมาอยู่รวมตัวในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งการรวมตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันนี้ จะช่วยเพิ่มปริมาณการผลิตและทำให้ บริษัทต่างๆ ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มารวมตัวกันนั้น สามารถเข้าไปแข่งขันในตลาดระดับชาติหรือระดับโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรสาคร

2) **งานประกวดสิ่งพิมพ์แห่งชาติ** สมาคมการพิมพ์ไทย ได้จัดให้มีการประกวด สิ่งพิมพ์แห่งชาติเป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณแก่ผู้ผลิตสิ่งพิมพ์ที่สร้างผลงานอันยอดเยี่ยมให้เป็นที่รับรู้และยอมรับจากผู้ซื้อสิ่งพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้ง กระตุ้นให้โรงพิมพ์ของไทยไม่ว่าจะเป็นขนาดใหญ่ กลางหรือเล็ก มีความตื่นตัวต่อการพัฒนาสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่อง

### 8. แนวโน้มของ SMEs ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

สำหรับแนวโน้มของภาวะอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ กระดาษ และสิ่งพิมพ์ ในปี 2552 คาดว่า จะปรับตัวลดลง เนื่องจากความต้องการเยื่อกระดาษ กระดาษ และสิ่งพิมพ์ในตลาดโลกและตลาดในประเทศลดลง ด้วยสาเหตุจากปัจจัยเสี่ยงในประเทศ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และความ

ไม่แน่นอนทางการเมือง ส่วนปัจจัยเสี่ยงในต่างประเทศ ได้แก่ ปัญหาวิกฤตการเงินสหรัฐอเมริกา ส่งผลกระทบต่อไปยังสหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก ทำให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัว กำลังซื้อลดลง ส่งผลต่อการสั่งซื้อเยื่อกระดาษ กระดาษ และสิ่งพิมพ์ มีแนวโน้มลดลงด้วย

อย่างไรก็ตาม ภาครัฐและภาคเอกชนได้ร่วมกันวางแนวนโยบายในการขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ให้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2551 กระทรวงอุตสาหกรรมโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้ใช้มาตรการช่วยเหลือเรื่องสภาพคล่องแก่ผู้ประกอบการและผู้ส่งออก โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถนำเข้าวัตถุดิบได้โดยไม่ต้องเสียภาษี ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม ในการใช้หนังสือค้ำประกันของธนาคาร และไม่มีภาระดอกเบี้ยในกรณีต้องชำระอากรวัตถุดิบก่อน ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะมีผลบังคับใช้จนถึงสิ้นปี 2552 นอกจากนี้ในปี 2552 กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์กระดาษ สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย มีแผนร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ไป Roadshow ในตลาดใหม่ ๆ คือ ตะวันออกกลาง ออสเตรเลีย เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ รวมถึงทำให้ต่างประเทศได้รู้จักผู้ประกอบการไทยมากยิ่งขึ้น

## 9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม สภาพปัญหา SWOT Analysis และแนวโน้มของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เห็นควร

1) การพิมพ์มีความเกี่ยวเนื่องกับผลิตภัณฑ์และสินค้าอื่นหลายชนิด เช่น สิ่งทอ แผงวงจร เครื่องใช้ไฟฟ้า เซรามิก ที่มีการใช้การพิมพ์ในลักษณะ Screen ลงบนผลิตภัณฑ์และสินค้า จึงควรมีการสร้างเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นในลักษณะ Cluster เพื่อให้เกิดการส่งเสริมกัน และเกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

2) การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ควรดำเนินการควบคู่กับการพัฒนาการศึกษา โดยส่งเสริมให้ประชาชนมีอัตราการอ่านหนังสือมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะช่วยส่งเสริมมาตรฐานด้านการศึกษาของประชาชนแล้ว ยังช่วยกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค (Demand Side) ในการซื้อหนังสือ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะตลาดภายในประเทศ

3) ภาครัฐโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) อาจเข้ามาร่วมกับผู้ประกอบการในการสร้างและพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรม

## 10. ตัวอย่างโครงการในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

1. **ชื่อโครงการ:** การอบรมฝีมือและพัฒนาทักษะในขั้นตอนหลังการพิมพ์

### 2. หลักการและเหตุผล

การผลิตในขั้นตอนหลังการพิมพ์ (After press) ซึ่งได้แก่ งานที่เกี่ยวกับการทำเล่ม ไลกาว เคลือบอัดพลาสติก บีม/ปรุ/ไคคัท ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่ลับซับซ้อน แต่ต้องการทักษะทางด้านแรงงานที่ค่อนข้างสูงและประสบการณ์ อย่างไรก็ตาม การผลิตในขั้นตอนหลังการพิมพ์ในปัจจุบันของผู้ประกอบการยังไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจากแรงงานยังขาดความรู้

และประสบการณ์ ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงจำเป็นที่จะต้องมีการจัดอบรมทักษะและความรู้ให้แก่แรงงานที่มีอยู่

### 3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ในด้านของการผลิตในขั้นตอนหลังการพิมพ์ให้แก่แรงงานที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม

3.2 เพื่อให้แรงงานที่ผ่านการอบรมสามารถนำทักษะและความรู้ไปถ่ายทอดให้กับแรงงานส่วนอื่นๆ ในองค์กร

### 4. กลุ่มเป้าหมาย

แรงงานในส่วนของการผลิตในขั้นตอนหลังการพิมพ์ที่ปัจจุบันทำงานอยู่กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการพิมพ์

### 5. วิธีการดำเนินการ

5.1 ประชุมคณะกรรมการเพื่อจัดเตรียมงาน โดยคณะกรรมการจะประกอบด้วยตัวแทนจากสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานของกระทรวงแรงงาน และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

5.2 กำหนดหัวข้อและเนื้อหาที่จะจัดอบรม วิทยากรที่จะเป็นผู้บรรยาย และวันเวลาและสถานที่สำหรับการจัดอบรม

5.3 ดำเนินการประชาสัมพันธ์และเปิดรับสมัคร

5.4 ดำเนินการจัดการอบรม

### 6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 แรงงานมีความรู้และทักษะในการผลิตในขั้นตอนหลังการพิมพ์ในระดับมาตรฐาน

6.2 แรงงานสามารถถ่ายทอดความรู้ที่ได้จากการอบรมให้กับแรงงานอื่นๆ ในองค์กรได้

### 7. กรอบเวลาในการดำเนินการ

โดยมีกรอบเวลา 3 เดือน โดยประมาณดังนี้

เดือนที่ 1 จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดเนื้อหาและรูปแบบในการอบรม

เดือนที่ 2 ประชาสัมพันธ์และเปิดรับสมัคร

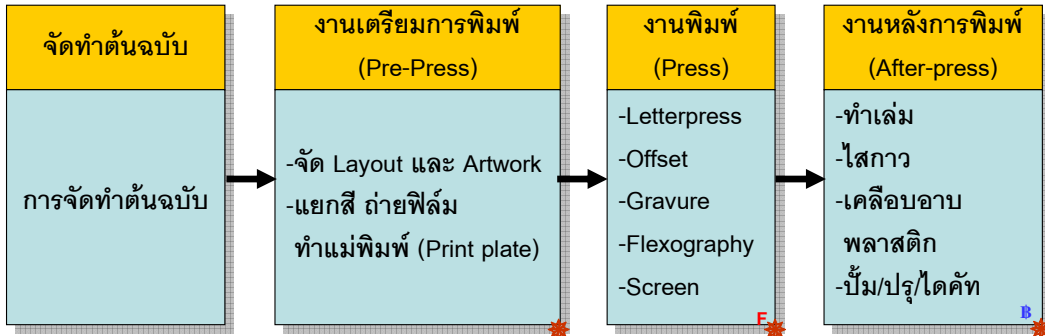
เดือนที่ 3 ดำเนินการจัดอบรม

### 8. งบประมาณที่คาดว่าจะต้องใช้

ขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายการประชุมและเบี้ยประชุมของคณะกรรมการ จำนวนผู้ที่จะเข้าอบรม ค่าใช้จ่ายในด้านของค่าวิทยากร ค่าเอกสาร ค่าอาหาร และค่าสถานที่จัดอบรม

# ภาคผนวก

# ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์



หมายเหตุ : \* = SMEs โดยใช้เกณฑ์การจ้างงาน จำนวนโรงงาน และเงินทุนจดทะเบียน  
 B = ค่าเงิน F = พลังงาน



## อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์



### การพัฒนาและเสริมสร้างทางการตลาด

- การเสริมสร้างความรู้และทักษะด้านการตลาด
- การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- การเสริมสร้างความรู้ทางการตลาด
- การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- แผนงานจัดทำ Website

### การส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจ

- การส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
- การสร้าง Cluster ในอุตสาหกรรม
- การสร้าง Cluster ระหว่างอุตสาหกรรม



## บรรณานุกรม

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายสาขา

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา

แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาสิ่งพิมพ์) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม อุตสาหกรรม

ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550 และแนวโน้มปี 2551

รายงานการศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา ปี 2551 โครงการ การศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา (วต.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สัมมะโนอุตสาหกรรม 2550 , สัมมะโนธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545

กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม  
<http://www.diw.go.th/diw/query.asp>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย (BOI)  
<http://www.boi.go.th>

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม  
<http://www.ieat.go.th>

-----

# SMEs

รายงานภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม