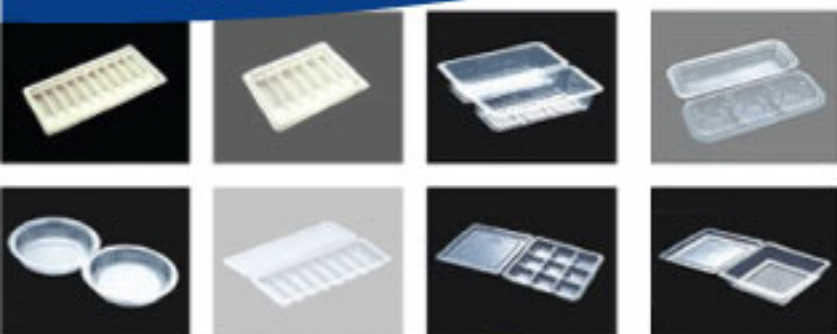


SMEs



รายงานภาวะเศรษฐกิจ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สาขาบรรจุภัณฑ์และพลาสติก



โดย ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
เมษายน 2552

คำนำ

รายงานฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา (รต.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานสถานการณ์ภาวะทางเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สาขาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก ซึ่งเป็นการนำผลการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายงานสาขา และโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายงานสาขา ที่สำนักงานฯ ร่วมกับศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาไว้มาวิเคราะห์ และประมวลผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs รายงานที่/รายสาขา
ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา สสว.

เมษายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทนำ ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย	
1. โครงสร้างอุตสาหกรรมพลาสติก	1
1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม	1
1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน	2
1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ	3
2. ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมพลาสติก	4
3. การวิเคราะห์ SWOT	5
4. ปัญหาอุตสาหกรรมพลาสติก	7
5. กลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมายในอุตสาหกรรมพลาสติก	8
6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรม พลาสติก	9
7. นโยบายและมาตรการภาครัฐที่สำคัญ	18
8. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	18
9. ตัวอย่างโครงการในสาขาอุตสาหกรรมพลาสติก	18
ภาคผนวก	
สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาอุตสาหกรรมพลาสติก	
บรรณานุกรม	

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 ที่อยู่ในการบริการ 708,841 ราย หรือร้อยละ 30.0 และที่อยู่ในการผลิตรวม 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
จำนวนวิสาหกิจ (ราย)												
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
รวม	4,311	2,199,130	2,209,650	10,493	2,239,069	2,249,753	4,232	2,289,796	2,298,795	4,324	2,366,227	2,375,368
จำนวนการจ้างงาน (คน)												
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
รวม	2,614,663	8,357,493	10,972,156	2,662,543	8,458,160	11,120,703	2,643,528	8,637,126	11,280,654	2,810,767	8,900,567	11,711,334

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

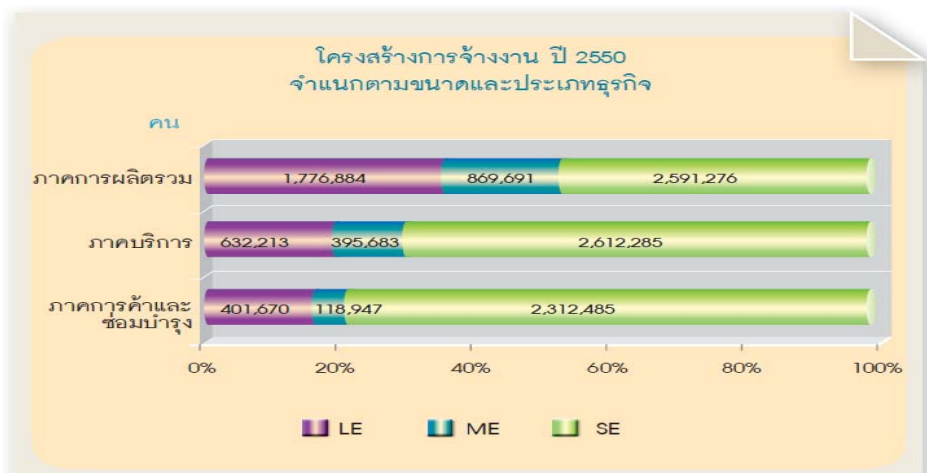
ตารางที่ 2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2546-2550 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2546	2547	2548	2549	2550
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)					
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
- วิสาหกิจอื่น ๆ	262,187.0	295,638.0	321,001.0	348,846.0	383,567.0
สัดส่วน (ร้อยละ)					
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
- วิสาหกิจอื่น ๆ	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5
อัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาคงที่ (ร้อยละ)					
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
- วิสาหกิจอื่น ๆ	3.0	3.2	3.9	0.0	3.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประมวลผลโดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
หมายเหตุ : วิสาหกิจอื่น ๆ คือ การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ

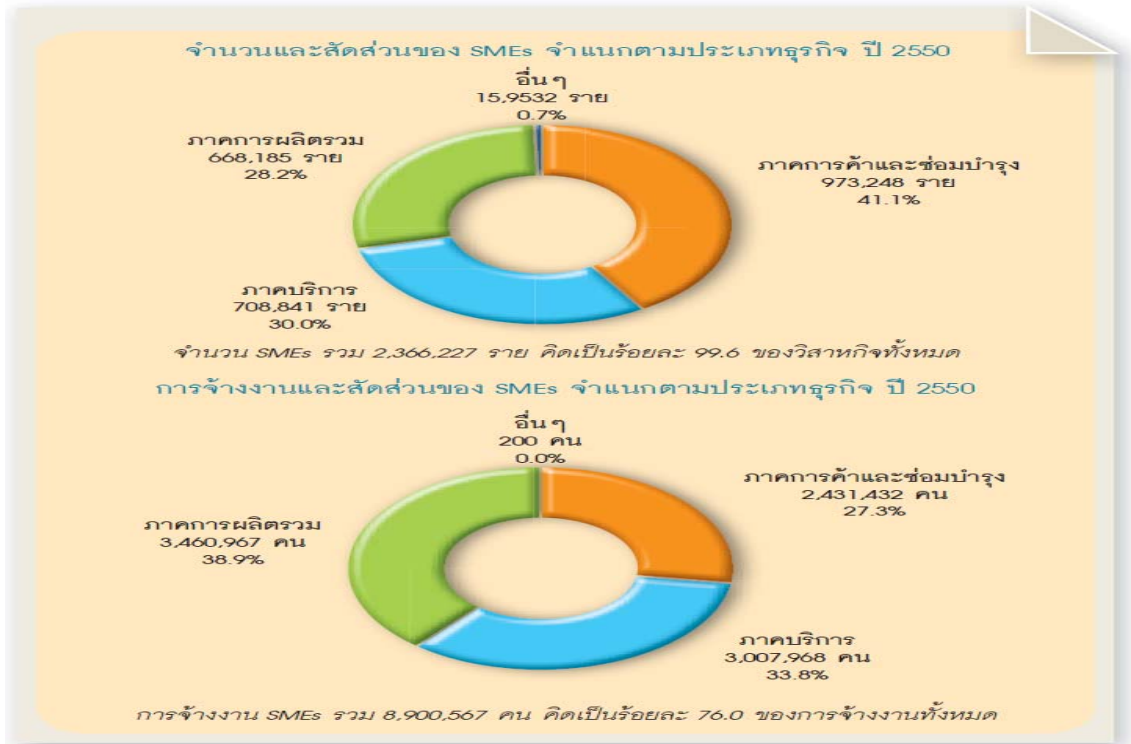
3.2 บทบาทด้านการจ้างงาน

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

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก

1. โครงสร้างและสถานภาพของอุตสาหกรรม

1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมปลายน้ำของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมปิโตรเคมี หรือกระบวนการผลิตต่อเนื่องในแนวตั้ง (Vertical integration) ซึ่งจาก diagram จะเห็นว่า อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกยังส่งผลเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมอื่นอีกมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก จึงเป็นทั้งอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายเพื่อผู้บริโภคโดยตรง (final products) และอุตสาหกรรมผลิตสินค้าขั้นกลาง (intermediate products) เพื่อรองรับการผลิตของอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติกที่จำหน่ายภายในประเทศนั้นหากพิจารณาเฉพาะผลิตภัณฑ์พลาสติกที่สำคัญสามารถแบ่งได้ดังนี้)บรรจุภัณฑ์พลาสติกและถุงพลาสติก เครื่องใช้ เครื่องเรือน และผลิตภัณฑ์เมลามีน(ดูแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2547)

1) **บรรจุภัณฑ์พลาสติกและถุงพลาสติก** เป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ผลิตจำนวนมากมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่มีมูลค่าการลงทุนต่ำ กรรมวิธีและเทคโนโลยีการผลิตไม่ซับซ้อน และใช้แรงงานในการผลิตมาก ผู้ผลิตมีทั้งผลิตเพื่อขายในประเทศและเพื่อส่งออก ซึ่งผู้ผลิตเพื่อส่งออกนั้นมักจะเป็นผู้ผลิตจากต่างชาติ (ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน และสิงคโปร์) อุตสาหกรรมถุงพลาสติกเป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ผลิตจำนวนมาก มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่มีมูลค่าการลงทุนต่ำ กรรมวิธีและเทคโนโลยีการผลิตไม่ซับซ้อน และใช้แรงงานในการผลิตมาก ผู้ผลิตมีทั้งผลิตเพื่อขายในประเทศและเพื่อส่งออก ซึ่งผู้ผลิตเพื่อส่งออกนั้นมักจะเป็นผู้ผลิตจากต่างชาติ (ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวันและสิงคโปร์) ย้ายฐานการผลิตมาเพื่อต้องการค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตามการผลิตถุงพลาสติกส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 60-70 เป็นการผลิตเพื่อขายในประเทศ)

2) **เครื่องใช้ เครื่องเรือน** มีผู้ผลิตประมาณ 200-300 ราย โดยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ประมาณ 10 ราย ผลิตเพื่อส่งออก การผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องใช้เครื่องเรือนโดยส่วนใหญ่ใช้วิธีผลิตแบบหลอมฉีด (Injection Moulding) ได้แก่ จาน ช้อน ถ้วย แก้วน้ำ ตะกร้า กะละมัง แก้ว อื่นๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรม อาทิ ชิ้นส่วนโทรศัพท์ ที่วี ตู้เย็น ชิ้นส่วนรถยนต์ เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักจะแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดระดับสูง และสำหรับตลาดระดับล่าง หรือใช้วัตถุดิบประเภทเดียวกันแต่ทำให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีความหนาแตกต่างกัน ส่งผลต่อราคาที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นการทำตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ผู้ผลิตจะมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านรูปแบบ ลักษณะ คุณภาพ และประโยชน์ใช้สอย เนื่องจากมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก สินค้าประเภทนี้ที่จำหน่ายในตลาดจึงมีความหลากหลายมาก

3) ผลิตภัณฑ์เมลามีน ในที่นี้จะหมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้บนโต๊ะอาหารและผลิตภัณฑ์เครื่องครัวเป็นหลัก ได้แก่ จาน ชาม ถ้วยโถ โถใส่อาหาร แก้ว ช้อน ถาด ทัพพี เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เมลามีนได้รับความนิยมเนื่องจากมีลวดลาย สี สัน และรูปแบบที่สวยงาม มีความทนทาน ตกไม่แตก น้ำหนักเบา และสามารถเข้ากับเครื่องครัวบางประเภทได้ เช่น เตาไมโครเวฟ เป็นต้น ซึ่งรูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ สำหรับปัจจัยด้านราคาไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการซื้อ เนื่องจากภาชนะเมลามีนมีระดับราคาที่ค่อนข้างสูง ทำให้ผู้ใช้ภาชนะเมลามีนส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีการผลิตภาชนะเมลามีนที่มีราคาต่ำออกจำหน่าย แต่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณภาพอยู่ในระดับต่ำด้วยเช่นกัน อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เมลามีนมีโครงสร้างอุตสาหกรรมแบบผู้ผลิตน้อยราย โดยมีผู้ผลิตประมาณ 7-8 ราย และเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ 4 ราย โดยมี ศรีไทยซูเปอร์แวร์ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด โดยมีกำลังการผลิตประมาณ สองในสามของกำลังการผลิตทั้งหมด การลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ต้องใช้เงินลงทุนสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการซื้อ Know How ในการผลิตแม่พิมพ์และการทำลวดลายบนผลิตภัณฑ์

1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน อุตสาหกรรมพลาสติก นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ และ SMEs มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมพลาสติก จากข้อมูลของศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สสว. พบว่าในปี 2550 อุตสาหกรรมพลาสติกมีจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 8,227 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 8,103 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 98.49 ในส่วนของการจ้างงาน SMEs อุตสาหกรรมพลาสติกมีการจ้างงานถึง 178,240 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 69.69 ของการจ้างงานรวมในอุตสาหกรรมพลาสติก

ตารางที่ 1 จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
2520	การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก	7,752	351	124	8,103	8,227	98.49	1.51	100
	รวม	7,752	351	124	8,103	8,227	98.49	1.51	100

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

ตารางที่ 2 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนการจ้างงาน (คน)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
2520	การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก	111,999	66,241	77,538	178,240	255,778	69.69	30.31	100
	รวม	111,999	66,241	77,538	178,240	255,778	69.69	30.31	100

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

1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ

การส่งออก

ปี 2551 ผลิตภัณฑ์พลาสติกมีมูลค่าการส่งออกรวมประมาณ 2,518.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย ผลิตภัณฑ์หลักที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ แผ่นฟิล์ม พอยล์ และแถบ ถุงและกระสอบพลาสติก และเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารพลาสติก

การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกในปี 2551 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2550 ทั้งนี้เนื่องจาก ประเทศจีนจัดงานโอลิมปิกและเกิดแผ่นดินไหวขึ้นในเดือนพฤษภาคม ทำให้ประเทศจีนจำเป็นต้องผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศเป็นหลัก ทำให้จีนมีการส่งออกน้อยลง ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทย สามารถส่งออกได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การที่ค่าเงินบาทอ่อนตัวลงก็ส่งผลให้การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกเพิ่มสูงขึ้น

ประเภทผลิตภัณฑ์	มูลค่าส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						2551เทียบกับ 2550 (ร้อยละ)
	2546	2547	2548	2549	2550	2551*	
ถุงและกระสอบพลาสติก	385.0	372.9	518.8	530.4	554.0	599.5	8.21
แผ่นฟิล์ม พอยล์และแถบ	354.2	466.1	536.7	558.7	714.0	747.7	4.71
เครื่องแต่งกายและของใช้ประกอบฯ	34.1	25.8	22.6	17.9	21.3	21.1	-0.93
กล่องหีบที่ทำด้วยพลาสติก	21.1	26.3	30.9	30.0	51.9	74.1	42.77
เครื่องใช้สำนักงานทำด้วยพลาสติก	33.4	21.8	22.6	20.2	21.6	18.9	-12.5
หลอดและท่อพลาสติก	26.7	32.7	41.5	46.0	51.3	63.9	24.56
พลาสติกปูพื้นและผนัง	39.1	40.1	50.6	59.1	77.7	77.8	0.12
เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารพลาสติก	63.2	68.9	84.0	98.9	113.7	121.2	6.59
ผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ	344.4	493.2	551.1	624.2	781.5	794.1	1.61
รวมทั้งสิ้น	1,301.2	1,547.8	1,858.8	1,985.4	2,387.0	2,518.3	5.50

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร / สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

* ปี 2551 เป็นตัวเลขประมาณการ

การนำเข้า

การนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกในปี 2551 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2550 เนื่องจากราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น ทำให้ ราคาเม็ดพลาสติก และราคาผลิตภัณฑ์พลาสติก เพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งส่งผลให้มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกเพิ่มขึ้นมาก

ปี 2551 ผลิตภัณฑ์พลาสติกมีมูลค่าการนำเข้ารวมประมาณ 2,523.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2550 โดยมีการนำเข้าหลอดและท่อพลาสติก แผ่นฟิล์ม พอยล์และแถบพลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ แหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา

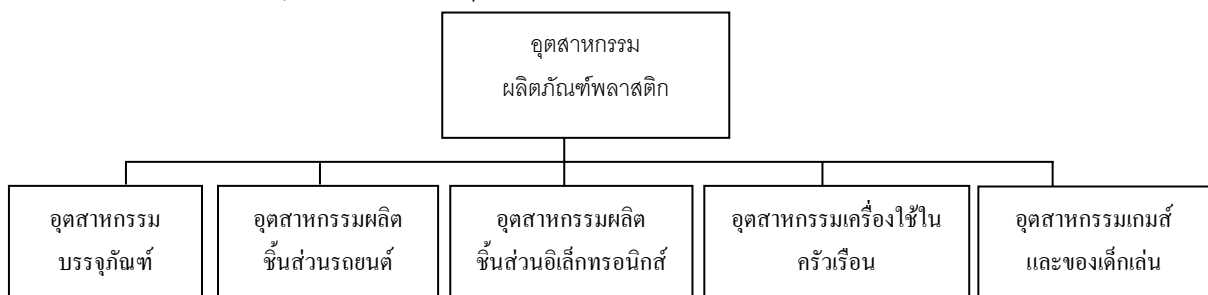
ประเภทผลิตภัณฑ์	มูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)						2551เทียบกับ2550 (ร้อยละ)
	2546	2547	2548	2549	2550	2551*	
หลอดและท่อพลาสติก	66.8	80.5	79.7	88.2	99.4	105.4	6.03
แผ่นฟิล์ม พอยล์และแถบพลาสติก	586.0	668.9	742.4	767.5	859.2	888.3	3.38
ผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ	1,006.4	1,174.0	1,224.0	1,366.9	1,418.7	1,529.6	7.81
รวมทั้งสิ้น	1,659.2	1,923.4	2,046.1	2,222.6	2,377.4	2523.3	6.13

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร / สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

* ปี 2551 เป็นตัวเลขประมาณการ

2. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) บรรจุก๊าซและผลิตภัณฑ์พลาสติก

อุตสาหกรรมบรรจุก๊าซและผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมปลายน้ำของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมปิโตรเคมี หรือกระบวนการผลิตต่อเนื่องในแนวตั้ง (Vertical integration) ดังนั้นอุตสาหกรรมบรรจุก๊าซและผลิตภัณฑ์พลาสติก จึงเป็นทั้งอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายสำหรับผู้บริโภคโดยตรง (final products) และอุตสาหกรรมผลิตสินค้าขั้นกลาง (intermediate products) เพื่อรองรับการผลิตของอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและศูนย์วิจัยวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงการวิจัยแนวทางเพิ่มขีดความสามารถของภาคอุตสาหกรรมภายใต้กรอบและผลการดำเนินงานปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม, 2547

จากข้อมูลศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ปี 2550 พบว่ามีผู้ประกอบการ SMEs คิดเป็นร้อยละ 98.49 โดยจัดอยู่ใน ISIC 2520 การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก และห่วงโซ่อุปทานการผลิตให้ความสำคัญที่การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมผลิตสินค้าขั้นกลาง และวัตถุดิบที่สำคัญที่มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

ตารางแสดงโครงสร้างต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก

ต้นทุน	ร้อยละ
วัตถุดิบ	70
แรงงาน	12
พลังงาน	8
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	10

ที่มา : กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

3. การวิเคราะห์ SWOT สาขาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก

จากการศึกษาโครงการวิจัยแนวทางเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมภายใต้กรอบและผลการดำเนินการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมที่เสนอแก่สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม การวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและปัจจัยคุกคาม หรือ SWOT analysis ของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกสามารถสรุปได้ดังนี้

จุดเด่น (Strength)

1) การที่ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของกลุ่มประเทศแถบอาเซียน ทำให้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในเรื่องต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

2) ปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกภายในประเทศอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียนทำให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economy of Scale) จึงทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน

จุดด้อย (Weakness)

1) ลักษณะโรงงานส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กและเป็นการบริหารแบบครอบครัว ซึ่งส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับบริษัทข้ามชาติ

2) ค่าแรงของแรงงานระดับไร้ฝีมือ (Unskilled Labor) ประเทศไทยมีอัตราค่าแรงของแรงงานระดับไร้ฝีมือที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น เช่น จีน อินโดนีเซีย ทำให้ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Comparative Advantage) ของสินค้าที่อาศัยแรงงานไร้ฝีมือเป็นหลักน้อยลง นอกจากนี้ ปัญหาความขาดแคลนแรงงานฝีมือเฉพาะด้าน เช่น ในระดับเทคนิค ช่างทำและออกแบบแม่พิมพ์ ช่างออกแบบเครื่องจักรในการผลิต ช่างผู้ชำนาญในการตั้งเครื่อง โดยเฉพาะเครื่องที่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ วิศวกร รวมทั้ง

นักออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เป็นผลให้การพัฒนาในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกยังไม่เติบโตเท่าที่ควร

3) อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยยังขาดการทำวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิตเพื่อลดต้นทุนและด้านการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์

4) ผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมส่วนใหญ่ยังมีการใช้เครื่องจักรที่เก่าด้อยประสิทธิภาพ โดยการซื้อต่อจากโรงงานขนาดใหญ่ที่มีการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรหรือนำเข้าเครื่องจักรเก่า ซึ่งทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้เครื่องจักรคือ มีชิ้นงานเสียเกิดขึ้นมากและสิ้นเปลืองพลังงาน

5) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยังขาดทักษะในการเลือกใช้เม็ดพลาสติก ที่มีคุณภาพเหมาะสมกับการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกใช้เม็ดพลาสติกเกรดพิเศษและเม็ดพลาสติกวิศวกรรม ทำให้ความสามารถในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่พัฒนาเท่าที่ควร

6) ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศเท่านั้น โดยไม่มีแผนการขยายกำลังการผลิตหรือขยายวิสัยทัศน์ออกไปสู่ตลาดต่างประเทศ ทำให้สูญเสียโอกาสในการพัฒนาช่องทางทางการตลาดที่ดี

โอกาส (Opportunities)

1) พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนรวมทั้งรายได้ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่ส่งผลให้ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเพิ่มมากขึ้น

2) การอ่อนตัวของค่าเงินบาท หลังจากที่มีการลดค่าเงินบาทในปี 2540 ทำให้ความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศมีมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นในหลาย ๆ อุตสาหกรรมเช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและคอมพิวเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งส่งผลให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่อการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น

3) การลดอัตราภาษีศุลกากรตามพันธกรณีข้อตกลง AFTA ทำให้ผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งส่งผลต่อโอกาสในการส่งออกมากขึ้น

ปัจจัยคุกคาม (Threats)

1) การถูกกีดกันทางการค้าจากข้อกำหนดหรือมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์บางประเภทในตลาดต่างประเทศ เช่น มาตรฐานสำหรับพลาสติกเกรดอาหาร หรือการกำหนดมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งส่งผลกระทบต่อพลาสติกที่เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วย

2) ทศนคติในเรื่องพลาสติกกับสิ่งแวดล้อม ทำให้มีผลกระทบอยู่บ้างในผู้บริโภคบางกลุ่ม ส่งผลให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ลดลงบ้างบางส่วน

3) ภาษีในการนำเข้าวัตถุดิบเม็ดพลาสติกในปัจจุบันมีอัตราที่สูงกว่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติก ทำให้ต้นทุนของผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ต้องอาศัยเม็ดพลาสติกนำเข้าสูงขึ้น และผู้ประกอบการก็ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในส่วนนี้สูงมาก

4) การเสียสิทธิ GSP ในสหรัฐอเมริกาและยุโรป ทำให้ประเทศไทยเสียโอกาสการส่งออกไปหลายส่วนเนื่องจากทำให้ต้นทุนของผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ส่งออกไปนั้นสูงขึ้น

5) ขั้นตอนการคืนภาษีของกรมศุลกากรที่ล่าช้า ส่งผลต่อผู้ส่งออกเป็นจำนวนมาก และในด้านของคู่ทางการตลาดใหม่ ๆ การติดต่อประสานงานในต่างประเทศ ก็กลับไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐเท่าที่ต้องการ และยังขาดการประชาสัมพันธ์หรือประสานงานในต่างประเทศ รวมทั้งยังขาดการประสานงานที่ีระหว่างหน่วยงานในภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตต่าง ๆ ทำให้ผู้ผลิตขนาดย่อมและขนาดกลางไม่ได้รับข่าวสารหรือความช่วยเหลือจากภาครัฐมากนักในการติดต่อทำธุรกิจกับต่างประเทศ

4. ปัญหาของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก

ปัญหาของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกที่พบในปัจจุบัน มีดังต่อไปนี้

1) อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกมีปัญหาด้านการเพิ่มมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ โดยเมื่อพิจารณาการนำเข้าและส่งออกพบว่าเรามีการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกมูลค่าสูงในขณะที่มีการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ ปัจจุบันผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เริ่มทำมูลค่าได้ยากมากขึ้น ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติกมีมูลค่าเพิ่มต่ำ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ขึ้นส่วนที่เป็น supporting industries ก็เริ่มลดระดับลงจากเดิมอยู่ที่ 1st tier มาเป็น 2nd และ 3rd tiers ส่งผลให้มูลค่าเพิ่มลดลงมาเรื่อย ๆ เช่นกัน โดยเฉพาะผลจาก FTA ไทย-ญี่ปุ่น ซึ่งมีผลกระทบในทางลบต่อชิ้นส่วน SMEs

2) ด้านวัตถุดิบ พบว่าเดิมการผลิตจะใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ประมาณร้อยละ 50 และนำเข้าอีกประมาณร้อยละ 50 แต่ปัจจุบันพบว่า มีการพึ่งพิงวัตถุดิบในประเทศลดลง และมีการนำเข้ามากขึ้น ทั้งนี้ เพราะการผลิตต้องการวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงขึ้นและทิศทางค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งขึ้น ในจุดนี้จะทำให้ความเชื่อมโยงภายในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกแยกลง

3) ด้านแรงงาน ขาดแคลนแรงงานทักษะที่สามารถควบคุมเครื่องจักรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากแรงงานมีการเปลี่ยนงานบ่อย ขาดมาตรฐานวิชาชีพ โดยเฉพาะใน SMEs ซึ่งส่วนใหญ่ยังมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว นอกจากแรงงานทักษะแล้ว แรงงานอีกประเภทที่ไทยยังขาดแคลนอยู่มากคือ แรงงานด้านวิชาชีพ โดยเฉพาะช่างทำและออกแบบแม่พิมพ์ที่มีความสามารถ ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงหรือดึงดูดความต้องการของตลาด เหล่านี้เป็นต้น

4) ด้านการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติก มีการนำเข้า พิล์ม พอยล์ จากจีนและอินโดนีเซียมากขึ้น ในขณะที่ด้านคู่แข่งทางการค้าสำหรับตลาดส่งออกพบว่ามีคู่แข่งในตลาดโลกมากขึ้น โดยเฉพาะจีนและเวียดนาม ซึ่งเป็นคู่แข่งที่มีศักยภาพสูง และเป็นปัจจัยคุกคามที่น่ากลัวของไทย

๕) ด้านเทคโนโลยี พบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยเฉพาะ SMEs ยังขาดความตื่นตัวในเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังพบว่าเทคโนโลยีที่ใช้ส่วนใหญ่มีราคาแพงและต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ตรงจุดนี้ผู้ประเมินที่เห็นว่าทางภาครัฐน่าจะเข้าช่วยสนับสนุน เพราะการที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีการออกแบบและมีต้นทุนการผลิตที่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกในตลาดโลกได้ด้วย

6. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการในการส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และพลาสติก

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ยุทธศาสตร์การเพิ่มมูลค่าบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์พลาสติกของประเทศไทยยังเป็นสินค้ากลุ่มโภคภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่และแข่งขันกันด้วยราคาเป็นหลัก และสินค้าของประเทศไทยในตลาดโลกกำลังถูกแข่งขันอย่างรุนแรงด้วยสินค้าจากประเทศจีนซึ่งมีราคาถูกกว่า ดังนั้นประเทศไทยจึงควรพยายามผลักดันให้อุตสาหกรรมผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นที่รูปลักษณะที่สวยเหมาะสมกับการใช้งานและมีคุณภาพที่แตกต่างจากประเทศคู่แข่งมากขึ้น แต่เนื่องจากมากกว่าร้อยละ 80 ของผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก จึงไม่มีความสามารถและหรือเงินทุนเพียงพอที่จะพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจึงควรเข้ามาส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกของผู้ประกอบการ SMEs เหล่านี้

ยุทธศาสตร์การเพิ่มมูลค่าบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการสนับสนุนเรื่องของการพัฒนาเทคโนโลยีและการออกแบบในทุกๆด้านที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก ตั้งแต่เทคโนโลยีการออกแบบ การผลิตและการนำเครื่องจักรและแม่พิมพ์พลาสติกไปใช้ รวมไปถึงเทคโนโลยีของเครื่องจักรที่มีผลต่องานด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศไทยสามารถทำการผลิตผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณภาพ เพิ่มความยืดหยุ่นและการออกแบบที่อำนวยความสะดวกในการใช้งานรวมทั้งในการขนส่งมากขึ้น และทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานที่ยืนยาวขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์มากขึ้น รวมทั้งลดปัญหาการขาดงานวิจัยและพัฒนาทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก และขาดเอกสารทางวิชาการในสาขาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก ยุทธศาสตร์นี้จะทำให้ผู้ประกอบการ SMEs มุ่งสู่การเป็นผู้ผลิตสินค้าเฉพาะตลาด differentiated position มากขึ้น กล่าวคือในทางเน้นการผลิต ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (tailor make) และเน้นการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) ทางด้านการออกแบบ (Drawing Designing) ให้สินค้าแตกต่างจากคู่แข่งอื่น ๆ แล้วทำการตลาดในอย่างจริงจังมากขึ้น เช่น นำเสนอต่อลูกค้าโดยตรง ในส่วนนี้ข้อต่อเชื่อมโยงที่สำคัญที่ภาครัฐควรเข้ามาส่งเสริมคือส่วนของการทำ (R&D) โดยเฉพาะแรงงานวิชาชีพทางด้าน Drawing and Designing รวมทั้งนักการตลาดและช่างทำแม่พิมพ์ที่มีทักษะสูง

กลยุทธ์ที่สำคัญในยุทธศาสตร์นี้คือการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดศูนย์ออกแบบและศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางในการทำวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพื่อเสาะหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมและคุ้มค่าในทางเศรษฐศาสตร์และวิศวกรรม ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาผลงานการออกแบบและการวิจัยและต่อยอดเทคโนโลยีที่พร้อมใช้ในสาขาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกได้เอง โดยด้านการ

วิจัยและพัฒนาทั้งทางด้านวัตถุดิบและออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยจะเน้นที่การวิจัยและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์เท่านั้น ทั้งนี้เพราะเกี่ยวข้องกับ SMEs โดยตรง เพราะการที่จะให้ SMEs แต่ละรายทำ R&D เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเองคงไม่ได้เพราะต้องการเงินทุนเป็นจำนวนมาก ภาครัฐซึ่งอาจจะเป็นสถาบันการศึกษาที่มีเครื่องมือพร้อมในการทดสอบผลิตภัณฑ์มาตรฐาน ควรจะจัดตั้งเป็นศูนย์ทดสอบคุณภาพและผลิตภัณฑ์ให้แก่ ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (inventions) ใหม่ ๆ ที่เกิดจาก R&D ด้วย ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่ผ่านการทดสอบควรทำเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อให้ SMEs สามารถนำไปใช้ในการผลิตได้เลย

แผนปฏิบัติการยุทธศาสตร์ที่ 1 : ยุทธศาสตร์การเพิ่มมูลค่าบรรจุกภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก

ยุทธศาสตร์นี้จะทำให้ผู้ประกอบการ SMEs มุ่งสู่การเป็นผู้ผลิตสินค้าเฉพาะตลาด differentiated position มากขึ้น กล่าวคือเน้นการผลิต ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (tailor make) และเน้นการทำ R&D ทางด้านการออกแบบ (Drawing Designing) ให้สินค้าแตกต่างจากคู่แข่งอื่น ๆ แล้วทำการตลาดในอย่างจริงจังมากขึ้น เช่น นำเสนอต่อลูกค้าโดยตรง ในส่วนนี้ข้อต่อที่หายไป missing link ที่สำคัญคือส่วนของการวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยเฉพาะแรงงานวิชาชีพทางด้านออกแบบดีไซน์ Drawing and Designing รวมทั้งนักการตลาดและช่างทำแม่พิมพ์พลาสติกที่มีทักษะสูง ดังนั้นกลยุทธ์ที่สำคัญในยุทธศาสตร์นี้คือการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดศูนย์ออกแบบและศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางในการทำวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบรรจุกภัณฑ์และผลิตภัณฑ์บรรจุกภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเพื่อเสาะหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมและคุ้มค่าในทางเศรษฐศาสตร์และวิศวกรรม ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาผลงานการออกแบบ และการวิจัยและต่อยอดเทคโนโลยีที่พร้อมใช้ในสาขาบรรจุกภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกได้เอง

เพื่อให้การดำเนินการในยุทธศาสตร์นี้สำเร็จสิ่งสำคัญก็คือ การให้การศึกษารวมถึงการให้ผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมตระหนักหรือมองเห็นปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับตน เห็นปัจจัยคุกคามต่าง ๆ ที่จะมีผลต่อความอยู่รอดของตน เพื่อ SME จะได้ตื่นตัวและเห็นความสำคัญของการปรับตัวที่จะรองรับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ถ้า SMEs ยังไม่ตระหนักถึงปัญหาความอยู่รอดและปัญหาของตนเองแล้ว ต่อให้มีกลยุทธ์และมาตรการดีอย่างไร ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ ดังนั้นภายใต้ยุทธศาสตร์นี้กำหนดให้มีแผนปฏิบัติการใน 4 กิจกรรมหลักคือ 1) การนำ SMEs ไปศึกษาดูงาน เพื่อให้เห็นพัฒนาการใหม่ ๆ ของอุตสาหกรรมพลาสติกโดยภาครัฐอาจจัดงบประมาณให้ส่วนหนึ่ง SME ออกเองอีกส่วนหนึ่ง โดยการดูงานอาจจะรวมทั้งการดูงานและศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ 2) ให้ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกันตั้งหน่วยงานการออกแบบและพัฒนาชิ้นงานผลิตภัณฑ์พลาสติกเพื่อเป็นหน่วยงานกลางสำหรับทำหน้าที่ให้บริการการออกแบบชิ้นงานและออกแบบแม่พิมพ์ให้แก่ผู้ประกอบการและสนับสนุนการร่วมวิจัยและพัฒนาระหว่างศูนย์ออกแบบและภาคอุตสาหกรรมบรรจุกภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก ให้หน่วยงานนี้มีโครงสร้างและการบริหารงานแบบเอกชนโดยให้ภาครัฐถือหุ้นเพียงส่วนหนึ่ง เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการ การพัฒนาหน่วยงาน และการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานประเภทเดียวกันและ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ 3) การให้คำปรึกษาแนะนำด้านเทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบ 4) การเสาะหาเทคโนโลยีและรูปแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกทันสมัย และจัดบริการถ่ายทอดเทคโนโลยีโดยการเรียนรู้เป็นกลุ่ม (Cluster)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับดำเนินงานเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์พลาสติกประกอบไปด้วยหลายหน่วยงาน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงควรเป็นตัวกลางในการสร้างความร่วมมือกันระหว่างสถาบันการศึกษา ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) ของสถาบันพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กรมส่งเสริมการส่งออกและกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสมาคมในภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์พลาสติก ฯลฯ โดยในอนาคตภายหลังจากที่แผนแม่บทยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกเสร็จสิ้นแล้ว (ประมาณปี 2551) อาจมีศูนย์บริหารงานโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแห่งชาติเป็นหน่วยงานประสานงานคล้ายกับกรณีของโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมแม่พิมพ์แห่งชาติ

สำหรับกรอบเวลาในการดำเนินงานนั้น ในส่วนของการจัดประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์พลาสติก การจัดตลาดนัดสินค้าผลิตภัณฑ์พลาสติก สามารถดำเนินการได้ในทันที (ตั้งแต่ปี 2551 และควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องทุกปี ภายใต้งานดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในส่วนของการพัฒนาส่งเสริมการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นแผนปฏิบัติในระยะยาว (ปี พ.ศ. 2551-2554) ที่ต้องอาศัยงบประมาณสูงในการดำเนินงานและต้องอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนนั้นคงมีความชัดเจนขึ้นภายหลังจากที่มีความชัดเจนของแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกที่กำลังดำเนินการอยู่

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การเชื่อมโยงอุตสาหกรรมและการตลาด

ยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม มีเป้าหมายที่ต้องการสนับสนุนกิจกรรมด้านการตลาด การลงทุนและการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม ให้แก่ผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งส่วนใหญ่ยังขาดศักยภาพทางด้านการทำตลาดอยู่มาก เนื่องจากโดยมากจะทำธุรกิจ ในลักษณะใช้ความสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมส่งผลให้การขยายฐานลูกค้าเป็นไปได้ลำบาก โดยจากการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า ปัญหาด้านการตลาดของ SMEs คือ การขาดข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ ทั้งทางด้านการเงินที่จะเข้ามาเสริมสร้างการผลิตและยกระดับคุณภาพ ทางด้านการตลาด โดยเฉพาะทางด้านต่างประเทศ กิจกรรมของยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเน้นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าของผู้ประกอบการ เพื่อให้การขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศให้เพิ่มขึ้นและเป็นการสร้างอัตราการเติบโตของยอดขาย ดังนั้นจึงควรจัดตั้งศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารที่จะเป็นประโยชน์ต่อ SMEs เช่นตลาดใหม่ ๆ ความต้องการสินค้าใหม่หรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของต่างประเทศ โดยอาจจะอาศัยทูตพาณิชย์ในประเทศต่าง ๆ ส่งข้อมูลเหล่านี้เข้ามา ศูนย์ข้อมูลข่าวสารกลางเพื่อให้ SMEs สามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์เหล่านี้ได้ ศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารอาจจะรับผิดชอบดูแลโดย กรมส่งเสริมการส่งออกก็ได้

นอกจากนี้การสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมให้เกิดการช่วยเหลือพึ่งพา มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมและทำธุรกรรมภายในกลุ่มเพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นไปอย่างครบวงจร ซึ่งจะช่วยลดการนำเข้า ถ้าเราสามารถเชื่อมรอยต่อของห่วงโซ่การผลิตที่ขาดหายหรือ missing link ในส่วนต่าง ๆ เช่น คุณภาพของวัตถุดิบ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งขยายการผลิตเพื่อรองรับความต้องการในประเทศได้ การนำเข้าก็จะสามารถลดลงได้ ในขณะเดียวกันก็ช่วยขยายการส่งออก ในส่วนนี้คงต้องอาศัยบทบาทของบริษัทการค้าหรือ Trading firms ตามกลุ่มสินค้าให้มากขึ้นเพื่อช่วยในการส่งออกให้ผู้ประกอบการ SMEs ในยุทธศาสตร์นี้ยังมุ่งเน้นไปที่การเชื่อมห่วงโซ่การผลิตที่ขาดหายหรือ missing link โดยเฉพาะความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำที่จะต้องร่วมมือในการผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงขึ้น ซึ่งจะช่วยลดการนำเข้าวัตถุดิบลงได้อีกทางหนึ่ง

แผนปฏิบัติการยุทธศาสตร์ที่ 2 : ยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม มีเป้าหมายที่ต้องการสนับสนุนกิจกรรมด้านการตลาด การลงทุนและการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม ให้แก่ผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งส่วนใหญ่ยังขาดศักยภาพทางด้านการทำตลาดอยู่มาก เนื่องจากโดยมากจะทำธุรกิจ ในลักษณะใช้ความสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมส่งผลให้การขยายฐานลูกค้าเป็นไปอย่างลำบาก กิจกรรมของยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเน้นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าของผู้ประกอบการ เพื่อให้การขยายฐานลูกค้า ทั้งในและต่างประเทศให้เพิ่มขึ้นและเป็นการสร้างอัตราการเติบโตของยอดขาย รวมทั้งสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมให้เกิดการช่วยเหลือพึ่งพา มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมและทำธุรกรรมภายในกลุ่มเพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นไปอย่างครบวงจร โดยยุทธศาสตร์นี้มีกิจกรรมที่สำคัญคือ การรวมกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นคลัสเตอร์ การสร้างเว็บไซต์อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก การแสดงสินค้าบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกทั้งในและต่างประเทศ การสร้างผู้ประกอบการใหม่ เป็นต้น โดยได้กำหนดแผนงานในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ

1) การทำประชาสัมพันธ์และการตลาด เนื่องผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกในบางสาขาส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กซึ่งขาดศักยภาพในด้านการตลาดและการเข้าถึงผู้ซื้อเป็นอุปสรรคสำคัญในการจำหน่ายผลผลิตของตนเอง รวมไปถึงความสามารถในการขยายการลงทุนของตนเองด้วย การที่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ต้องบริหารการผลิตและการตลาดด้วยตนเองจึงไม่มีเวลาที่จะมาประชาสัมพันธ์ และทำการตลาดได้ จำเป็นต้องมีหน่วยงานสนับสนุนที่ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการตลาดให้ ตลอดจนการบริหารให้ข้อมูลของผู้ผลิตให้แก่ผู้ใช้ผ่านสื่อต่างๆ ด้วย ดังนั้นกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงควรเป็นแกนกลางร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการลงทุน สมาคมอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ไทย และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดในรูปแบบต่างๆ เช่น การทำประชาสัมพันธ์และการตลาด เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นในโอกาสทางการตลาดจากการลงทุนในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศไทย

และเป็นสร้างโอกาสทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศ โดยมีกิจกรรมในเรื่อง การจัด Road Show การจัดแสดงบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกในต่างประเทศ การจัดแสดงบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกในประเทศ

2) กิจกรรมการส่งเสริมการสร้างพันธมิตรธุรกิจและการรวมกลุ่มเครือข่าย (Cluster) SMEs มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้มแข็งของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาที่มีศักยภาพ โดยการพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่มที่มีการรวมตัวอยู่แล้ว และสนับสนุนผลักดันการรวมกลุ่มในสาขาที่มีศักยภาพเพิ่มขึ้น มา รวมทั้งส่งเสริมความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจด้านการผลิตและการตลาด เพื่อให้มีการเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก ทั้งระหว่างผู้ผลิตเม็ดพลาสติก ผู้ผลิตและผู้ใช้บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก และเพื่อให้เกิดคลัสเตอร์บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกคุณภาพสูง เกิดการผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีความประหยัดและมีคุณภาพ โดยมีกิจกรรมในเรื่องการเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้ใช้ การเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้สนับสนุน การรวมกลุ่มตามพื้นที่ การรวมกลุ่มตามชนิดของวัตถุดิบและการรวมกลุ่มตามอุตสาหกรรมปลายน้ำ เช่น กิจกรรมการรวมกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร กิจกรรมส่งเสริมการสร้างพันธมิตรและเชื่อมโยงทางการค้า กิจกรรมการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายธุรกิจเดิม

3) การบ่มเพาะและสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกและบริการปรึกษาแนะนำผู้ประกอบการที่เข้าร่วมในโครงการบ่มเพาะทั้งทางด้านเทคนิคและการจัดการ รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถ ความรู้ ทักษะตามขนาดและระยะการเติบโตของธุรกิจในการประกอบกิจการ เพื่อพัฒนาบุคลากร SMEs และผู้ประกอบการผ่านระบบการเรียนรู้ และถ่ายทอดความรู้ตามความต้องการ สภาพปัญหาและสถานการณ์ตามระยะการเติบโตของธุรกิจ โดยการสร้างองค์ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจ การนำเสนอตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ การจัดทำคู่มือ การให้ความรู้ในการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ และกระแสดความตื่นตัวในการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งกระตุ้นให้มีการลงทุนในภาคธุรกิจที่มีนวัตกรรม และเกิดผู้ประกอบการภายใต้พื้นฐานความรู้สมัยใหม่

4) กิจกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน และความสามารถในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์ความรู้ด้านคุณภาพ มาตรฐานสากล การสนับสนุนพี่เลี้ยงที่ปรึกษา การสร้างกลไกรับรองมาตรฐานที่มีประสิทธิภาพ การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านมาตรฐาน เช่น ศูนย์มาตรฐาน หอปฏิบัติการทดสอบ ตรวจสอบระบบการรับรอง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการทางการตลาด และการเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างตราสินค้าระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับสากล สำหรับกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ กิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการส่งเสริมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กิจกรรมการสร้างตราสินค้าผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการจัดทำมาตรฐานโรงงานบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก การจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรจุ

ภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกและการศึกษาวิจัยด้านการตลาด และการทำ Benchmark กลุ่มบรรจุมภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์พลาสติก

หน่วยงานในการส่งเสริมตามแผนปฏิบัติการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมนี้ ในส่วนของการทำ ประชาสัมพันธ์และการตลาดรวมทั้งการส่งเสริมการเชื่อมโยงและการรวมกลุ่ม ได้แก่ สำนักงานส่งเสริม วิชาศึกษขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวง พาณิชย และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำนักงานส่งเสริมวิชาศึกษขนาดกลางและขนาด ย่อม (สสว.) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ อาจเป็นหน่วยงาน หลักตามแผนปฏิบัติการนี้ สำหรับในส่วนของ การปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานของสินค้า นั้น หน่วยงาน ที่น่าจะเกี่ยวข้องได้แก่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม กรมการ ค้าภายในและกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับผู้แทนในภาคเอกชน โดยทาง สมอ. อาจทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน หลักในปฏิบัติการนี้

สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัตินั้นการทำประชาสัมพันธ์และการตลาดและการปรับปรุงคุณภาพ มาตรฐานของสินค้านั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบนั้นสามารถทำได้ทันที (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551) และควรทำอย่าง ต่อเนื่องทุกปี ในขณะที่การส่งเสริมการเชื่อมโยงและการรวมกลุ่มจำเป็นต้องหาหน่วยงานที่เป็นตัวกลาง ซึ่งอาจจะเป็นศูนย์บริหารงานโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแห่งชาติเป็นหน่วยงาน ประสานงานคล้ายกับกรณีของอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ แต่อาจจะต้องรองจนกว่าแผนแม่บทของอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์พลาสติกจะแล้วเสร็จ (ประมาณปี พ.ศ. 2551) ดังนั้นในระหว่างนี้ (พ.ศ. 2551-2553) สำนักงาน ส่งเสริมวิชาศึกษขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) อาจจะเป็นตัวกลางในการรวบรวมผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีความเกี่ยวข้องกันมารวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์โดยอาจจะ เป็นจัดหาสถานที่สำหรับ ที่ทำการของกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs อำนวยความสะดวกในการจัดประชุมหรือจัดสัมมนาในความรู้ด้าน ต่างๆ หรือจัดทำ directory ของอุตสาหกรรมเพื่อเป็นรากฐานของการส่งเสริมการเชื่อมโยงและการรวมกลุ่ม SMEs ในอุตสาหกรรมต่อไป

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรและสถานศึกษา

ยุทธศาสตร์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมพัฒนาบุคลากรและสถาบันการศึกษา ทั้งโรงเรียน อาชีวะที่สอนนักศึกษาที่สามารถควบคุมเครื่องจักรกลผลิต สถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ (เช่น Industrial Design) และสร้างระบบการพัฒนาช่างฝีมือทางการผลิตภัณฑ์ พลาสติกอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากรในรูปแบบทวิภาคีเป็นการความร่วมมือระหว่าง สถาบันการศึกษาและสถานประกอบการเพื่อทำให้อุตสาหกรรมบรรจุมภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกมีความ เข้มแข็งเพื่อสนับสนุนการผลิตของอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขัน และเอื้อต่อการลงทุน อันจะส่งผลให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตในระดับสากลของอุตสาหกรรมเป้าหมาย ตามนโยบายของรัฐบาลได้ มีการพัฒนาบุคลากรใหม่และยกระดับทักษะของช่างประจำด้านบรรจุมภัณฑ์

และผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยครอบคลุมกิจกรรมการสร้างบุคลากรใหม่เพื่อเข้าทำงานการยกระดับฝีมือแรงงานของพนักงานในสถานประกอบการ การพัฒนาวิทยากรทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนรวมทั้งการพัฒนาสถานศึกษาเพื่อให้ความเข้มแข็งทางด้านทักษะฝีมือของบุคลากรด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกโดยเฉพาะ

แผนปฏิบัติการยุทธศาสตร์ที่ 3: ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรและสถานศึกษา

มีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกมีความเข้มแข็งเพื่อสนับสนุนการผลิตของอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขันและเอื้อต่อการลงทุน อันจะส่งผลให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตในระดับสากลของอุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบายของรัฐบาลได้ มีการพัฒนาบุคลากรใหม่และยกระดับทักษะของช่างประจำควบคุมเครื่องจักรบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยครอบคลุมกิจกรรมการสร้างบุคลากรใหม่เพื่อเข้าทำงานการยกระดับฝีมือแรงงานของพนักงานในสถานประกอบการ การพัฒนาวิทยากรทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนรวมทั้งการพัฒนาสถานศึกษาเพื่อให้ความเข้มแข็งทางด้านทักษะฝีมือของบุคลากรด้านแม่พิมพ์พลาสติกโดยเฉพาะ รายละเอียดของโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากร มีรายละเอียดของโครงการดังนี้

แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์นี้สามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่มตามวัตถุประสงค์ คือ กลยุทธ์ที่หนึ่ง การสร้างและพัฒนาช่างเทคนิคและวิศวกร ประกอบด้วยกิจกรรมหรือโครงการย่อยดังนี้ โครงการฝึกอบรมเพื่อเตรียมเข้าทำงาน (Pre-employment training) โครงการฝึกอบรมเพื่อยกระดับฝีมือช่างควบคุมเครื่องจักรกลในการผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก (Further training) โครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาครูผู้สอนช่างเครื่องจักรกล และโครงการส่งเสริมสถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ (เช่น Industrial Design)

และกลยุทธ์ที่สอง การพัฒนาและยกระดับสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก ประกอบด้วยกิจกรรมหรือโครงการย่อยดังนี้ โครงการสนับสนุนนักเรียนสาขาแม่พิมพ์พลาสติก นักศึกษาช่างเครื่องจักรกลที่มีความสามารถ โครงการสนับสนุนสื่อการเรียน เครื่องจักรและอุปกรณ์และ โครงการสนับสนุนการเรียนการสอนแบบทวิภาคีตัวอย่างเช่น โครงการโรงเรียนโรงงานที่ทางกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยดำเนินการอยู่

ปัจจัยหลักในการพัฒนาบุคลากรคือการสร้างมาตรฐานวิชาชีพของช่างควบคุมเครื่องจักรช่างแม่พิมพ์และนักออกแบบผลิตภัณฑ์พลาสติกซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) อาจเป็นตัวกลางในการประสานการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านการพัฒนาบุคลากร อันได้แก่ หน่วยงานในกระทรวงศึกษาธิการทั้งทางด้านอุดมศึกษาและอาชีวศึกษา กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) ของสถาบันพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และธุรกิจเอกชนในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

และผลิตภัณฑ์พลาสติก เพื่อสร้างมาตรฐานวิชาชีพและจัดการฝึกอบรมและพัฒนาระบบการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้ ทั้งนี้ในระยะยาวอาจให้ศูนย์บริหารงานโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแห่งชาติภายใต้การควบคุมของกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลักในการประสานงาน

สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัติ ภายหลังจากที่ได้มีแผนแม่บทของการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแล้ว (ประมาณปี พ.ศ. 2551) ทางศูนย์บริหารงานโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแห่งชาติสามารถร่วมมือกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงานและตัวแทนจากสมาคมผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกวางแผนปฏิบัติการการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกขึ้นได้ในทันที โดยเน้นในเรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงานทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ก่อน โดยในช่วงแรก (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-2554) ทางสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) อาจริเริ่มให้มีโครงการพัฒนาช่างฝีมือและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ทางด้านเทคนิคและการบริหาร โดยอาจเน้นในเรื่องการพัฒนาฝีมือแรงงานทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่วนในระยะกลางทาง (พ.ศ. 2552-2554) สสว. สามารถเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมแม่พิมพ์ ประสานความร่วมมือกับทางศูนย์บริหารงานโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแห่งชาติ กรมพัฒนาฝีมือแรงงานและตัวแทนจากสมาคมผู้ผลิตแม่พิมพ์วางแผนปฏิบัติการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสารสนเทศอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก

การส่งเสริมความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมและการส่งเสริมความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ที่อยู่ปลายน้ำกับผู้ผลิตเม็ดพลาสติกที่อยู่ต้นน้ำและผู้ใช้บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกที่อยู่ปลายน้ำ เช่น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร ทำให้เกิดความร่วมมือลดความเสี่ยงในการดำเนินการ ช่วยเผยแพร่เทคโนโลยีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งตรงจุดนี้เว็บไซต์ของศูนย์สารสนเทศอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก (Intelligence Unit) น่าจะเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงในตรงจุดนี้ได้ดี ดังนั้นยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสารสนเทศอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก (Intelligence Unit) เป็นยุทธศาสตร์ที่จะดำเนินการจัดทำเว็บไซต์ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจมีเวทีแลกเปลี่ยนและค้นหาข้อมูลเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกทั้งข้อมูลระดับพื้นฐาน ข้อมูลทางเทคนิคและข้อมูลเกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อแก้ปัญหาคาราคาเข่งบนพื้นฐานข้อมูลซึ่งเป็นหนึ่งในปัญหาพื้นฐานของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก อีกทั้งยุทธศาสตร์นี้ยังเป็นจุดเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ทั้งหมดเข้าด้วยกัน เป็นตัวการในการติดตามและประชาสัมพันธ์ และสร้างพื้นที่ให้ผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมเข้ามาทำงานร่วมกันได้มากขึ้น

แผนปฏิบัติการยุทธศาสตร์ที่ 4: ยุทธศาสตร์การพัฒนาศรสนเทศอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ (Intelligence Unit)

ยุทธศาสตร์นี้ดำเนินงานเรื่องการสร้างระบบข้อมูลและระบบติดตามภาวะอุตสาหกรรม มาตรการของรัฐทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนจัดทำระบบฐานข้อมูลและเว็บท่า (Portal site) โดยมีการทำสำมะโนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกทั้งที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนเกี่ยวกับอุตสาหกรรม มีวัตถุประสงค์ของโครงการคือ 1) การจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกเกี่ยวกับผู้ผลิต ลูกค้า และธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน และ 2) การศึกษาองค์ความรู้แบบเจาะลึกอุตสาหกรรมรายสาขา รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ของมาตรการรัฐและผลกระทบต่ออุตสาหกรรม

กิจกรรมของโครงการ (Activities) แบ่งออกเป็นสองกลุ่มตามวัตถุประสงค์ คือ การจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมเกี่ยวกับผู้ผลิต ลูกค้า และธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน และการศึกษาองค์ความรู้แบบเจาะลึกอุตสาหกรรมรายสาขา สำหรับกิจกรรมกลุ่มที่ 1) เป็นการจัดทำฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมเกี่ยวกับผู้ผลิต ลูกค้า และธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน ประกอบด้วยกิจกรรมหรือโครงการย่อยได้แก่ โครงการสำมะโนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก โครงการสารสนเทศกลุ่มธุรกิจด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก และโครงการการพัฒนา เว็บท่า (Portal site) สำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก ส่วนกิจกรรมในกลุ่มที่ 2) จะเป็นการศึกษาองค์ความรู้แบบเจาะลึกอุตสาหกรรมรายสาขา รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ของมาตรการรัฐและผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ประกอบด้วยกิจกรรมหรือโครงการย่อย เช่น โครงการศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งด้านการพัฒนาศรสนเทศอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก ได้แก่ หน่วยงานที่รวบรวมข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับอุตสาหกรรมฯ เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) ของสถาบันพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัติ โดยในเบื้องต้น (ตั้งแต่ปี 2551-2554) ทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) น่าจะร่วมมือกับธุรกิจเอกชนในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกในการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรมก่อน ภายหลังจากที่ได้มีแผนแม่บทของการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแล้วอาจให้ศูนย์บริหารงานโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแห่งชาติภายใต้การควบคุมของกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลักในการประสานงานจัดทำระบบฐานข้อมูลและเว็บท่า (portal site) และจัดให้มีการทำสำมะโนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกอันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาศรสนเทศอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกต่อไป

7. นโยบายและมาตรการภาครัฐที่สำคัญ

อุตสาหกรรมพลาสติก เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการส่งเสริมการลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย (BOI) โดยอยู่ในบัญชีประเภทกิจการที่ให้การส่งเสริมการลงทุน หมวด 6 เคมีภัณฑ์ กระจก และพลาสติก

8. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สถานการณ์การผลิต การนำเข้า และการส่งออก ในปี 2551 ยังเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อน แต่แนวโน้มในปี 2552 การผลิต การนำเข้า และการส่งออกน่าจะลดลง ทั้งนี้เนื่องจากคำสั่งซื้อจากต่างประเทศชะลอตัวลงอย่างมาก เนื่องจากภาวะวิกฤติแฮมเบอร์เกอร์ของสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งจะทำให้ยอดการส่งออกลดลง ประกอบกับ สถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศที่ยังมีความไม่แน่นอน และนโยบายการผลักดันโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐยังไม่ชัดเจน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนของภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศ หากสถานการณ์ดังกล่าวยังคงยืดเยื้อออกไป คาดว่าผู้ประกอบการอาจต้องปรับตัวโดยการเลิกจ้างงาน หรือหยุดการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศชะลอตัวลงอย่างมากในไตรมาสหน้าและปี 2552 ประกอบกับสภาพปัญหาพื้นฐานทั้งด้านการเงิน บุคลากร จึงเห็นควรพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติก ดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรรวมกลุ่มกันในลักษณะเครือข่ายคลัสเตอร์เพื่อลดผลกระทบปัญหาที่เป็นปัจจัยคุกคามจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ ปัญหาต่าง ๆ เช่น ขาดแคลนความรู้และเทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ทันสมัยที่ช่วยในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า ขาดแคลนช่องทางการตลาดและความเชื่อมโยงกันภายในห่วงโซ่การผลิตภายในประเทศ และปัญหาด้านการขาดแคลนบุคลากร และลดต้นทุนการผลิต

2. ควรจัดทำหลักสูตรเพื่อการพัฒนาบุคลากร การพัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีการประสานเครือข่าย และอาจมีการจัดตั้งสถาบันอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติกแห่งชาติต่อไปในอนาคต โดยมีเป้าหมายที่สำคัญของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ฯ คือ เพื่อให้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติกของไทยมีศักยภาพในการผลิตที่มีคุณภาพ และมีมูลค่าเพิ่มสูง และสามารถรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของ

9. ตัวอย่างโครงการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก

โครงการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิต การจัดการและการตลาดผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติก

หลักการและเหตุผล

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกกว่าร้อยละ 80 เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่ยังขาดศักยภาพในด้านมาตรฐานการผลิต การตลาดและการเข้าถึงผู้ซื้อ จึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการจำหน่ายผลผลิตของตนเอง รวมไปถึงความสามารถในการขยายการลงทุนของตนเองด้วยการที่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ต้องบริหารการผลิตและการตลาดด้วยตนเองจึงไม่มีเวลาที่จะมา

ประชาสัมพันธุ์ และทำการตลาดได้ จำเป็นต้องมีหน่วยงานสนับสนุนที่ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการตลาดให้ ตลอดจนการบริหารให้ข้อมูลของผู้ผลิตให้แก่ผู้ใช้ผ่านสื่อต่างๆ ด้วย ดังนั้นกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงควรเป็นแกนกลางร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการลงทุน สมาคมพลาสติก และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดในรูปแบบต่างๆ ขึ้นเพื่อขยายโอกาสและขยายตลาดให้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่ม SMEs ให้มีความสามารถในการผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกที่มีมาตรฐาน
2. เพื่อให้ผู้ผลิตและผู้ใช้บรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกได้พบกันและเกิดธุรกิจขึ้นระหว่างกัน
3. เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ผู้ผลิตและผู้ใช้ได้ทราบศักยภาพของผู้ผลิตและความต้องการของผู้ใช้
4. เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยได้ทราบสภาพตลาดและเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติก ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

เป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มโรงงานขนาดกลางและเล็กจำนวน 100 โรงงาน เพื่อเพิ่มมูลค่าการซื้อขายและส่งออกบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกให้สูงขึ้น การติดต่อธุรกรรมระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้บรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกสะดวกและรวดเร็วขึ้น และดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตแขนงต่างๆ ให้มากขึ้น

แนวทางการดำเนินงาน

ในการดำเนินการในส่วนของการพัฒนามาตรฐานการผลิตสามารถทำได้โดย (1) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่เหมาะสมแก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก เช่น การทำผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติก และ (2) จัดฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ในเรื่องการออกแบบโรงงาน การวางแผนการผลิต การเลือกใช้วัตถุดิบ การทำแม่พิมพ์พลาสติก การออกแบบและขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ การทำการผลิตผลิตภัณฑ์ การจัดการส่งมอบสินค้าและการคิดต้นทุนการผลิต

ในส่วนกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์และการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติก จะประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่จะทำให้ผู้ใช้บรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติก ได้ทราบข้อมูลด้านผู้ผลิตในรูปแบบต่างๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยจะจัดให้มีกิจกรรมต่างๆทุกปีดังนี้ (1) สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ (2) สนับสนุนค่าใช้จ่ายแก่ผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติก เพื่อการศึกษาวิจัยตลาดด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกในต่างประเทศและ (3) สนับสนุนการจัดทำ Web Site ข้อมูลผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกเพื่อสะดวกต่อการสืบค้นให้กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกขนาดเล็กได้สามารถแสดงตนเองให้ผู้ซื้อได้ทราบ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ใช้สามารถเข้าถึงผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกและทราบศักยภาพของผู้ผลิตได้มากขึ้นและง่ายขึ้น
 2. เพิ่มโอกาสและมูลค่าในการธุรกิจบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกให้แก่ผู้ประกอบการมากขึ้น
 3. ช่วยให้อุตสาหกรรมต่อเนื่อง ขยายตัวได้มากขึ้น
 4. การลงทุนในอุตสาหกรรมทั้งบรรจุภัณฑ์และถุงพลาสติกและอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพิ่มขึ้น
- งบประมาณและระยะเวลาดำเนินการ**

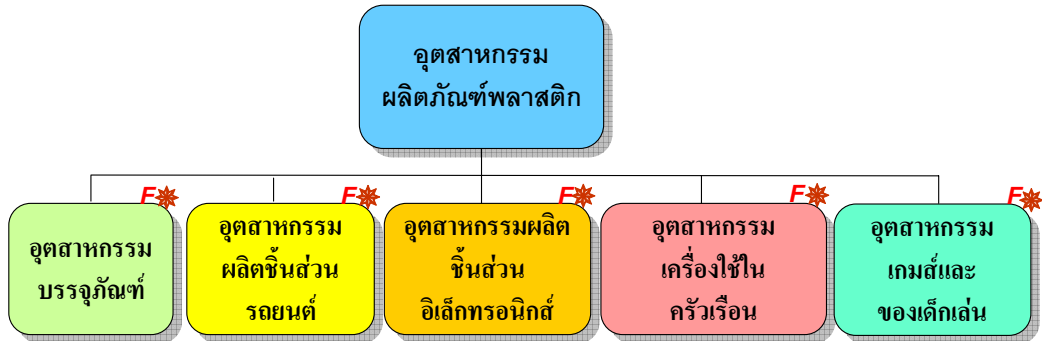
กิจกรรม	ปีงบประมาณ				รวม (ล้านบาท)
	2551	2552	2553	2554	
ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs	2.0	2.0	2.0	2.0	8.0
จัดฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ	3.0	3.0	3.0	3.0	12.0
สนับสนุนค่าใช้จ่ายการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ	4.0	2.0	1.0	0.0	7.0
สนับสนุนการศึกษาวิจัยตลาด	2.0	1.0	1.0	0.0	4.0
จัดทำ Website	3.0	1.0	0.0	0.0	4.0
รวม	14.0	9.0	7.0	5.0	35.0

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

- สำนักบริหารโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก (ตามแผนแม่บทฯ)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- กรมส่งเสริมการส่งออก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม
- สมาคมในภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์พลาสติก

ภาคผนวก

ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมพลาสติก



หมายเหตุ: * = SMEs โดยใช้เกณฑ์การจ้างงาน จำนวนโรงงาน และเงินทุนจดทะเบียน
 ฿ = ค่าเงิน F = พลังงาน

- ทิศทาง
- ยุทธศาสตร์
- กลยุทธ์
- แผนปฏิบัติการ

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก

- ★ สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้
- ★ การผลิตที่มีมาตรฐานและคุณภาพ

การเพิ่มมูลค่าบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก	การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม	การพัฒนาบุคลากรและสถานศึกษา	การพัฒนาสารสนเทศ
<ul style="list-style-type: none"> • การเพิ่มมูลค่าบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก • การศึกษาดูงาน • การจัดตั้งหน่วยงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ • การให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบ • การแสวงหาเทคโนโลยีและรูปแบบผลิตภัณฑ์ทันสมัย 	<ul style="list-style-type: none"> • การทำประชาสัมพันธ์และการตลาด • ส่งเสริม Cluster • การบ่มเพาะและสร้าง ผลป. การใหม่ • กิจกรรมยกระดับคุณภาพ • จัด Road Show ใน ตปท. • การรวมกลุ่ม Cluster • สร้างองค์ความรู้ • ส่งเสริมและพัฒนาการออกแบบ 	<ul style="list-style-type: none"> • การสร้างและพัฒนาช่างเทคนิคและวิศวกร • การพัฒนาและยกระดับสถานศึกษา • อบรมเพื่อเตรียมเข้าทำงาน • ยกระดับฝีมือช่าง • พัฒนาครูผู้สอน • ส่งเสริมสถาบันการศึกษา • สนับสนุนนักศึกษาสาขาแม่พิมพ์พลาสติก/สาขาเครื่องจักร • สนับสนุนสื่อการเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดทำฐานข้อมูล • การศึกษาองค์ความรู้เชิงลึก • ส่วมโนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก • พัฒนาด้าน ICT • ศึกษาข้อมูลเชิงลึก 

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

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 สำนะโนอุตสาหกรรม 2550 , สำนะโนธุรกิจทางการค้า และธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545

กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

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

กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ <http://www.depthai.go.th/ขอมูลการค้าและการส่งออก/ขอมูลสินค้า/tabid/196/Default.aspx>

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

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

SMEs

รายงานภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม