



ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมฐานชีวภาพ  
(Bio-Based Industry) : อุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา  
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

โดย : ศูนย์วิจัยด้านการจัดการยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



<b>ชื่อหนังสือ</b>	ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมฐานชีวภาพ (Bio-Based Industry) : อุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
<b>เจ้าของลิขสิทธิ์</b>	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
<b>จัดทำโดย</b>	ศูนย์วิจัยด้านการจัดการยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดร.กมลพรรณ แสงมหาชัย ดร.ธงชัย ศรีวรรณะ ดร.พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์ และคณะ
<b>พิมพ์ครั้งที่ 1</b>	กันยายน 2559
<b>จำนวน</b>	150 เล่ม 128 หน้า
<b>พิมพ์ที่</b>	โรงพิมพ์ ปณณธร มีเดีย เลขที่ 475 ซอย ลาดพร้าว 107 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240 โทรศัพท์ 08-2458-8999



## คำนำ

การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ครอบคลุม กิจกรรมผลิตสินค้า กิจกรรมให้บริการ กิจกรรมค้าส่ง กิจกรรมค้าปลีก หรือกิจกรรมอื่นตามที่ รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งแต่ละสาขาอุตสาหกรรมในแต่ละพื้นที่มีลักษณะการกระจุกตัวของกลุ่ม ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมการดำเนินธุรกิจ ปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงมีความจำเป็นต้องทราบสภาพปัญหาและผลกระทบจากทุก มุมมอง ซึ่งมีผลต่อการกำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เหมาะสม เกิดประสิทธิภาพ และช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเติบโต ปรับตัว และอยู่รอด ในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งต้องก้าวทันและผลักดันให้วิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมเป็นตัวขับเคลื่อนและยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

เพื่อให้ทราบศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใน สาขาเป้าหมาย ในพื้นที่ และประเด็นการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่น่าสนใจ รวมทั้งเพื่อให้มี แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าว สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.) จึงจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ราย สาขา/รายพื้นที่/กำหนดประเภท เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกลุ่มที่มี แนวโน้มสำคัญ และเป็นนโยบายของรัฐบาล 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา: กำหนดศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมฐานชีวภาพ (Bio-Based Industry) เป็นกลุ่มที่ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งจะช่วยให้เกิดการ พัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืน เน้นตั้งแต่การใช้ผลผลิต/เศษวัสดุเหลือทิ้งจากการเกษตรเพื่อใช้เป็น พลังงานทดแทนผลผลิตจากน้ำมันปิโตรเลียมหรือฟอสซิล (Plants not Petroleum) เป็นการช่วย สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภาคชนบท ขยายความต้องการสินค้าเกษตร สร้างผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ไปจนถึงอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงขึ้น รวมถึงการใช้ นวัตกรรมเพื่อสร้างสินค้า Bio-based Industry ซึ่งสามารถจำแนกอุตสาหกรรมกลุ่มนี้ออกเป็น 4 กลุ่มย่อย ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานชีวภาพ (Bio-Based Industry for Petrochemical and Energy Industry) ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรพลังงาน อุตสาหกรรมการผลิตก๊าซชีวภาพ อุตสาหกรรม ผลิตไบโอดีเซล โรงไฟฟ้าพลังงานชีวภาพ อุตสาหกรรมปิโตรเลียม เป็นต้น
- กลุ่มอุตสาหกรรมสุขภาพและการแพทย์ (Bio-Based Industry for Health and Wellness) ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตเภสัชภัณฑ์ สถานพยาบาล อุตสาหกรรมผลิตยาและเวชสำอาง อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เป็นต้น
- กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและวัตถุดิบจากพืช (Bio-Based Industry for Food and Feed Industry) ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตร การทำประมง การทำปศุสัตว์ อุตสาหกรรมแปรรูป

ผลผลิตทางการเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ อุตสาหกรรมการผลิต น้ำมัน อุตสาหกรรมการผลิตแป้ง อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่ม เป็นต้น

- กลุ่มอุตสาหกรรมเคมีชีวภาพ (Bio-Based Industry for Bio-chemical Industry) ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตเส้นใยสังเคราะห์ อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี อุตสาหกรรมเครื่องหนัง อุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมยาง เป็นต้น

2) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่: มุ่งเน้นการจัดทำแผนเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) ซึ่งเน้นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม เพื่อสร้างความเชื่อมโยงผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อุตสาหกรรมสนับสนุน สถาบันการศึกษา สถาบันเฉพาะทาง หน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน และเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยการกำหนดขอบเขตดังกล่าวมีผลต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ ตลอดจนมีผลต่อการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้ เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต (Super Cluster) ประกอบไปด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายในอนาคต 6 กลุ่ม ได้แก่

- คลัสเตอร์ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 7 จังหวัด ได้แก่ ออยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และนครราชสีมา
- คลัสเตอร์อุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และการสื่อสาร กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 7 จังหวัด ได้แก่ ออยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และนครราชสีมา
- คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเคมีและปิโตรเคมีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 2 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี และระยอง
- คลัสเตอร์อุตสาหกรรมดิจิทัล กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 2 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ และภูเก็ต
- คลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหาร (Food Innopolis) กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 9 จังหวัด ได้แก่ ออยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครราชสีมา เชียงใหม่ และภูเก็ต
- ศูนย์กลางด้านการแพทย์ (Medical Hub) กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 9 จังหวัด ได้แก่ ออยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครราชสีมา เชียงใหม่ และภูเก็ต

3) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกำหนดประเภท: กำหนดศึกษากลุ่มผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovative วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มประสิทธิภาพ พัฒนาคุณภาพมาตรฐาน สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ และยกระดับขีดความสามารถทางธุรกิจ และถูกคาดหวังเป็นกลุ่มที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้ก้าวผ่านกับดักของประเทศที่มีรายได้ปานกลาง

(Middle income trap) ซึ่งในที่นี่ได้แบ่งออกเป็นด้าน Technology-Based และด้าน Non-technology-Based

- กลุ่ม Technology-Based Industry ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมที่เน้นการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ อาทิ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ Semiconductor ระบบการป้องกันและอากาศยาน เครื่องมือวัดและควบคุม อุปกรณ์ทางการแพทย์สมัยใหม่ (electromedical equipment) Photonics การบริการอินเทอร์เน็ตและการสื่อสาร ผู้บริการซอฟต์แวร์ การออกแบบระบบและบริการคอมพิวเตอร์ ผู้ให้บริการด้านวิศวกรรม ห้องปฏิบัติการวิจัย การทำการทดสอบ และการอบรมด้านคอมพิวเตอร์
- กลุ่ม Non-technology-Based (Innovative) Industry หมายถึงกลุ่มอุตสาหกรรมที่อาศัยการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้า บริการ หรือกระบวนการทางธุรกิจ ที่อยู่นอกเหนือจากกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็น Technology-Based ข้างต้น เช่น อุตสาหกรรมแฟชั่น

การจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา/รายพื้นที่/กำหนดประเภท มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้ทราบข้อมูลสภาพปัญหาอุปสรรค ข้อจำกัดการดำเนินธุรกิจ และความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกัน และเพื่อให้มีแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย

สสว. หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา/รายพื้นที่/กำหนดประเภทจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ รัฐบาล หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนทั่วไปไม่มากนักน้อย และหากมีข้อผิดพลาดประการใดต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว).

พ.ศ. 2559

## บทสรุปผู้บริหารและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

อุตสาหกรรมฐานชีวภาพ (Bio-based Industry) เป็นอุตสาหกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจากกระแสความตื่นตัวด้านสภาพแวดล้อม อาทิ ปัญหาภาวะโลกร้อน ปัญหาขยะ ส่งผลให้เกิดความตื่นตัวด้านการใช้วัตถุดิบที่ปลูกทดแทนใหม่ได้ มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงกระบวนการกำจัดเพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ยานยนต์ บรรจุภัณฑ์ สิ่งทอ เป็นต้น

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกหลักสินค้าเกษตรโลก จึงมีความจำเป็นต้องการปรับตัวต่อแนวโน้มที่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น ความต้องการสินค้าในตลาดโลกที่สูงขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรโลกอย่างต่อเนื่อง การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น การใช้พลังงานชีวภาพ วัสดุชีวภาพ ที่อาศัยวัตถุดิบจากภาคการเกษตรเพื่อทดแทนการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ส่งผลภาคการเกษตรที่ต้องปรับตัวเพื่อสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการในอุตสาหกรรมดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ แนวคิดในการกำหนดทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพในสาขาเกษตร (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ, สารสำคัญของกรอบนโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย พ.ศ. 2555-2564) มีดังนี้

- การพัฒนาพันธุ์พืช และปัจจัยการผลิตที่มีการใช้เทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อยกระดับ ประสิทธิภาพการผลิต มุ่งสู่การผลิตสินค้าเกษตรที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Industry) และการผลิตที่ยั่งยืน (Sustainable Agriculture)
- การเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันการผลิตสินค้าเกษตรมีมูลค่าเพิ่มน้อย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปขั้นต้น อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีศักยภาพที่จะเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้นได้อีกมาก ทั้งด้วยการยกระดับประสิทธิภาพการผลิต เช่น การพัฒนาพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงหรือมีคุณสมบัติที่ดี การควบคุมคุณภาพ ความปลอดภัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีนวัตกรรมที่สูงขึ้นซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

ขณะที่มาตรการเร่งรัดการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพในสาขาเกษตร สรุปได้ดังนี้

- พัฒนาหรือปรับแต่งผลงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม และกระจายเทคโนโลยีชีวภาพสู่ชุมชนผ่านกลไกการจัดแปลงสาธิตเทคโนโลยีในพื้นที่ชุมชน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กลไกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและกลไกที่มีอยู่เดิม เช่น คลินิกเทคโนโลยี ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล และมหาวิทยาลัยในท้องถิ่น เป็นต้น
- เร่งรัดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพทั้งด้านการพัฒนาสายพันธุ์พืชที่มีคุณสมบัติที่ดี ด้านปัจจัยการผลิต และการวิจัยพื้นฐานเพื่ออนาคต โดยเงินทุนวิจัยส่วนหนึ่งอาจมาจากเงินภาษีส่งออกสินค้าเกษตรและอาหาร
- รัฐมีนโยบายส่งเสริมการวิจัยและการผลิตจีเอ็มโอในเชิงพาณิชย์ ควบคู่กับการสร้างความเข้มแข็งด้านการประเมินความปลอดภัยทางชีวภาพ



ทั้งนี้ หากพิจารณาภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา จะพบว่าอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ในบทนี้จึงนำเสนอการศึกษาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมฐานชีวภาพที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่ง

## 1. สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

### พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิต

อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยถ้าพิจารณาในส่วนของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราต้นน้ำ โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เนื้อที่ปลูกยางของโลกเพิ่มขึ้นทุกปี จาก 73.14 ล้านไร่ในปี 2554 เป็น 77.6 ล้านไร่ในปี 2558 โดยในปี 2558 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางพาราประมาณ 18.0 ล้านไร่ ขณะที่ประเทศอินโดนีเซียมีพื้นที่ประมาณ 22.0 ล้านไร่ และประเทศมาเลเซียประมาณ 6.5 ล้านไร่ ซึ่งผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งสามประเทศนี้มีสัดส่วนพื้นที่การปลูกยางพารามากกว่าร้อยละ 60 ของพื้นที่ปลูกยางพาราทั่วโลก โดยพื้นที่การปลูกยางพาราส่วนใหญ่ของทั้งสามประเทศเป็นพื้นที่ของเกษตรกรรายย่อย การปลูกยางพาราของไทยในปัจจุบันได้มีการขยายพื้นที่ในการเพาะปลูกไปทั่วทุกภาคของประเทศในปี 2558 เนื้อที่ในการเพาะปลูกยางพารารวมทั้งประเทศมีทั้งหมด 18.0 ล้านไร่ แบ่งออกเป็นภาคเหนือ 0.65 ล้านไร่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3.24 ล้านไร่ ภาคกลาง 2.17 ล้านไร่ และภาคใต้ 12.78 ล้านไร่ โดยภาคใต้เป็นภาคที่มีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 71 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 18) ภาคกลาง (ร้อยละ 12) และภาคเหนือ (ร้อยละ 3) ตามลำดับ (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559) สำหรับพื้นที่ปลูกยางพาราสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง และยะลา ตามลำดับ (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559)

สำหรับผลผลิตยางพาราของโลกเพิ่มขึ้นจาก 11.23 ล้านตันในปี 2554 เป็น 12.0 ล้านตันในปี 2558 โดยในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกันจาก 2.63 ล้านตันในปี 2545 เป็น 4.43 ล้านตัน ในปี 2558 หรือมีอัตราการเติบโตของผลผลิตอยู่ที่ร้อยละ 5.81 ต่อปี โดยมีเนื้อที่เพาะปลูกที่มากขึ้น ขณะที่ในทางตรงกันข้ามผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของยางพาราไทย มีแนวโน้มที่ลดลง ทั้งนี้จากข้อมูลพบว่าผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ลดลงจาก 271 กิโลกรัม/ไร่ เหลือเพียง 246 กิโลกรัม/ไร่ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพอากาศที่แปรปรวนเช่นเดียวกัน

ในปี 2557 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติของโลกมีปริมาณเท่ากับ 10.08 ล้านตัน โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผลผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดเท่ากับ 4.39 ล้านตัน มีกลุ่มเกษตรกรเพาะปลูกยางพารารวม 1,568,977 ครัวเรือน ซึ่งเน้นไปที่การผลิตยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้น ขณะที่ประเทศที่มีผลผลิตยางธรรมชาติรองลงมา คือ อินโดนีเซียและมาเลเซียสามารถผลิตยางธรรมชาติได้เท่ากับ 3.15 ล้านตัน และ 0.67 ล้านตัน ตามลำดับ ดังตารางที่ 2-2 ซึ่งทั้งสองประเทศเน้นการผลิตยางแท่งเป็นหลัก (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตรอย่างยั่งยืน) ซึ่งถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีผลผลิตยางพาราที่ดีแล้ว แต่อัตราการขยายตัวในปีดังกล่าวลดลงจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 1.35 ตามด้วยประเทศอินโดนีเซีย จีน และอินเดียตามลำดับ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2558) ส่วนปี 2558 ประเทศไทยมีผลผลิตยางพารารวมทั้งสิ้น 4.43 ล้านตัน ลดลงจากปี 2557 ประมาณ 0.13 ล้านตัน (การยางแห่งประเทศไทย, 2557)

โดยผลผลิตที่สามารถผลิตได้ในแต่ละปี จากสถิติในปี 2558 พบว่าพื้นที่ในภาคใต้สามารถผลิตได้มากที่สุด โดยผลผลิตจาก 14 จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดสงขลา ปัตตานี นราธิวาส ยะลา สตูล ตรัง พัทลุง นครศรีธรรมราช ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระนอง ชุมพร และ สุราษฎร์ธานี สามารถผลิตยางพาราได้ 3.20 ล้านตัน และคาดว่าในปี 2559 จะสามารถผลิตได้ 3.14 ล้านตัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 71.59 ของผลผลิตทั้งหมดของประเทศ (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559)

ขณะที่ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของประเทศไทยนั้นมาจากความต้องการใช้ภายในประเทศและความต้องการใช้จากต่างประเทศ โดยพบว่าร้อยละ 86 เป็นความต้องการที่มาจากต่างประเทศ และมีความต้องการใช้ในประเทศเพียงร้อยละ 14 ทั้งนี้ จากตัวเลขทางสถิติแสดงว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกยางแปรรูปชิ้นต้นรายใหญ่ที่สุด คิดเป็น 1 ใน 3 ของการผลิตยางพาราในตลาดโลก ซึ่งผลผลิตยางแปรรูปชิ้นต้นของประเทศไทยเพื่อการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 83 เช่น น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง เป็นต้น และส่วนที่เหลือร้อยละ 17 ใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในระดับปลายน้ำ เช่น ยางล้อ รองเท้า ยางอุตสาหกรรม ถุงมือ และเส้นด้ายยางยืด เป็นต้น โดยการส่งออกยางพารามีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 270,153.8 ล้านบาท มากเป็นอันดับที่ 6 ของการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทยไปตลาดโลก นอกจากนี้ อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและผลิตภัณฑ์ยังเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญในภาคเกษตรมากกว่า 6 ล้านคนและในภาคอุตสาหกรรมอีกกว่า 2 แสนคน

สำหรับการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราชิ้นต้นของโลกในปี 2558 มีปริมาณเท่ากับ 12.24 ล้านตัน โดยประเทศจีนมีฐานะเป็นประเทศที่มีการใช้ยางแปรรูปชิ้นต้นมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลกเท่ากับ 5.0 ล้านตัน รองลงมา คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา 0.91 ล้านตัน ประเทศอินเดีย 1.05 ล้านตัน และประเทศญี่ปุ่น 0.70 ล้านตัน ตามลำดับ ซึ่งยางที่นำเข้าส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของยางแท่งและยางแผ่นรมควันเพื่อป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมยางล้อ เนื่องจากประเทศที่นำเข้ารายใหญ่นี้ถือเป็นประเทศผู้นำทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางรถยนต์อย่างยั่งยืน; สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, เอกสารเผยแพร่อุตสาหกรรมน้ำรู้ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง)

### **การส่งออกและนำเข้า**

ประเทศไทยมีการส่งออกยางพาราไทยไปประเทศจีนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.6 ส่วนใหญ่ส่งออกยางแท่งเพื่อผลิตยางล้อ รองลงมาคือประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 11.5 ส่งออกน้ำยางข้นเพื่อผลิตถุงมือยาง และส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 7.7 ซึ่งเป็นตลาดส่งออกยางแผ่นรมควันที่สำคัญของไทย โดยปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทยในครึ่งปีแรกของปี 2559 อยู่ที่ 1,897,045.67 ตัน (มูลค่า 2,251 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2558 ที่มีปริมาณ 2,051,177.44 ตัน (มูลค่า 2,976.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) หรือขยายตัวลดลงร้อยละ 7.51 ซึ่งผลจากการลดลงของยางคอมพาวด์และยางอื่นๆ โดยเฉพาะยางคอมพาวด์ปรับตัวลดลงมากถึงร้อยละ 67.36 ซึ่งชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนหลังจากที่ทางการจีนได้ออกระเบียบส่วนผสมยางคอมพาวด์ใหม่ให้มียางธรรมชาติไม่เกินร้อยละ 88 และส่วนผสมอื่นๆ ร้อยละ 12 จากเดิมใช้ยางธรรมชาติเป็นส่วนผสมถึงร้อยละ 99.0 - 99.5 โดยได้เริ่มใช้ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการยางล้อของจีนเร่งซื้อยางคอมพาวด์ในช่วงต้นปี 2558 ก่อนที่จะเริ่มใช้ระเบียบใหม่ ส่งผลปริมาณการส่งออกยางคอมพาวด์

ลดลงอย่างมาก สำหรับตลาดสำคัญอื่นๆ เช่น มาเลเซีย และอินเดีย ขยายตัวดีขึ้น โดยมาเลเซียนำเข้าน้ำยางชั้นเพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการผลิตถุงมือยางในประเทศ นอกจากนี้ ตลาดอินเดียยังเติบโตได้ดีเนื่องจากผลผลิตยางในอินเดียมีไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมยางล้อ ทำให้นำเข้าจากไทยมากขึ้น

สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางในภาพรวมของปี 2559 (จากการคาดการณ์) ขยายตัวลดลงจากปี 2558 ผลจากการปรับลดลงเกือบทุกรายการ (ยกเว้นน้ำยางชั้น) โดยปริมาณการส่งออก ยางคอมพาวด์ในช่วงครึ่งปีหลังคาดว่าจะลดลงอีก ประกอบกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและเศรษฐกิจโลกที่จะส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ยางชะลอลง นอกจากนี้ ความร่วมมือกันกำหนดมาตรการจำกัดปริมาณยางส่งออกของประเทศผู้ผลิตยางรายใหญ่ ทั้งไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เพื่อผลักดันราคาขายให้สูงขึ้น โดยดำเนินการเป็นระยะเวลา 6 เดือน ในช่วงระหว่างเดือนมีนาคมจนถึงสิงหาคม จะทำให้ปริมาณการส่งออกยางในครึ่งปีหลังลดลงอีก ซึ่งจะส่งผลให้ภาพรวมการส่งออกตลอดทั้งปีลดลงจากปีก่อน

สำหรับสัดส่วนปริมาณการส่งออกสูงสุดในระยะ 6 เดือนของปี 2559 (ตั้งแต่ ม.ค. ถึง มิ.ย.) ยางแท่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 46.18 หรือมีปริมาณ 876,075.76 ตัน รองลงมาคือ น้ำยางชั้น ยางคอมพาวด์ ยางแผ่นรมควัน และยางอื่นๆ ตามลำดับ ประกอบด้วย ยางยานพาหนะ ถุงมือยาง/ถุงมือตรวจ ยางรัดของ หลอดและท่อ สายพานลำเลียงและส่งกำลัง ผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ในทางเกษตรกรรม ยางวัลคาไนซ์ และผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ

สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางมีภาพรวมมูลค่าการส่งออกในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2559 มีมูลค่า 2,935.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีมูลค่า 3,071.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือลดลงร้อยละ 4.44 เป็นผลจากการปรับลดลงของผลิตภัณฑ์ยางหลักเกือบทุกรายการ (ยกเว้นสายพาน) โดยถุงมือยางปรับลดลงมากที่สุดร้อยละ 7.59 ส่วนยางล้อ ถุงยางอนามัย ยางยืด และท่อยาง ลดลงร้อยละ 5.61, 5.16, 3.81 และ 0.34 ตามลำดับ ภาพรวมการส่งออกที่ปรับลดลงเนื่องจากตลาดยางล้อสำคัญๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย อีกทั้งหลายประเทศในสหภาพยุโรป เช่น เยอรมนี ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และเบลเยียม ต่างหดตัว โดยเฉพาะจีนและญี่ปุ่นหดตัวค่อนข้างมาก เนื่องจากจีนยังคงประสบปัญหาภาคการผลิตและการบริโภคในประเทศที่ชะลอตัว บวกกับระดับหนี้สินในประเทศมีในระดับสูง ทำให้อุปสงค์ผลิตภัณฑ์ยางโดยรวมของจีนยังคงปรับลดลง ส่วนญี่ปุ่นก็ได้รับผลกระทบชะลอตัวของการบริโภคภาคเอกชนและภาคการส่งออกยังคงอ่อนแอ อีกทั้งยังประสบปัญหาภัยธรรมชาติในประเทศจนทำให้บริษัทรถยนต์หลายแห่งชะลอการผลิตสำหรับประเทศอื่นๆ ต่างได้รับกระทบจากเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมาส่งผลต่อเนื่องถึงกลางปี 2559 โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศแถบเอเชียที่ต้องพึ่งพาภาคการส่งออกเป็นหลัก และยังประสบปัญหาหารายได้จากภาคเกษตรตกต่ำและราคาน้ำมันที่ผันผวน ทำให้อุปสงค์ประเทศแถบเอเชียยังคงอ่อนแอ นอกจากนี้ ตลาดสหภาพยุโรปปรับลดลงเนื่องจากเศรษฐกิจยังเปราะบาง ตลอดจนไทยได้รับผลกระทบจากการยกเลิกสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป หรือ GSP ของสหภาพยุโรป ทำให้กลับมาเสียภาษีในอัตราปกติ (MFN) ปริมาณการส่งออกถุงมือยางและยางล้อไปยังสหภาพยุโรปจึงลดลง นอกจากนี้ ตลาดถุงมือยางในสหรัฐฯ หดตัวหลังจากตลาดเริ่มนิยมถุงมือยางไนไตรล์มากขึ้น และยังประสบปัญหาการแข่งขันจากผู้ผลิตและส่งออกยางรายใหญ่อายมาเลเซียที่ได้เปรียบด้านต้นทุน เทคโนโลยีการผลิต และกำลังการผลิต ทำให้การส่งออกถุงมือยางหดตัวมากในตลาดสหรัฐฯ แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดยางล้อสหรัฐฯ ยังขยายตัวดีขึ้นตามการขยายตัวของตลาดรถยนต์ในสหรัฐฯ ประกอบกับการบริโภคในประเทศและภาคแรงงานสหรัฐฯ ยังแข็งแกร่ง ทำให้ตลาดสหรัฐฯ ยังคงขยายตัวได้ดี

นอกจากนี้ ความต้องการยางล้ออินเดียปรับเพิ่มขึ้นเพราะอุตสาหกรรมยางล้ออินเดียประสบปัญหาวัตถุดิบยางในประเทศขาดแคลน ซึ่งการขยายตัวดีขึ้น ทั้งในสหรัฐฯ และอินเดียทำให้การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางในภาพรวมของไทยไม่หดตัวมากนัก

สำหรับภาพรวมมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางตลอดทั้งปี (จากการพยากรณ์) ลดลงจากปีก่อน ผลจากยางล้อ ภูเขา ยางยืด และยางยานาไมย โดยหดตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น และอีกหลายประเทศในแถบเอเชีย เนื่องจากเศรษฐกิจของคู่ค้ายังคงชะลอตัว และยังคงอาศัยอาศัยเวลาในการฟื้นตัว โดยเฉพาะจีนที่ต้องอาศัยเวลาในการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มอุปสงค์ในประเทศ และแก้ปัญหาภาระหนี้สิน สัดส่วนมูลค่าการส่งออกในครึ่งปีแรกของปี 2559 ยางล้อยังคงมีส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 59.15 หรือมีมูลค่า 1,736.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ ภูเขา ยางยืด ภูเขา ยางยานาไมย และสายพาน ตามลำดับ

ปริมาณการนำเข้ายางธรรมชาติและยางคอมพาวด์ของไทยในครึ่งปีแรกของปี 2559 อยู่ที่ 11,671.31 ตัน (มูลค่า 24.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2558 ที่มีปริมาณ 5,949.04 ตัน หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 96.19 โดยมีการนำเข้ายางคอมพาวด์ถึง 9,520.52 ตัน และน้ำยางข้น 1,711.60 ตัน สำหรับแหล่งนำเข้ายางคอมพาวด์ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากเกาหลีใต้และญี่ปุ่น ส่วนน้ำยางข้นเกือบทั้งหมดนำเข้าจากมาเลเซีย

สำหรับภาพรวมปริมาณการนำเข้าตลอดทั้งปีขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2558 เนื่องจากการขยายตัวค่อนข้างมากในช่วงครึ่งปีแรก และคาดว่าอุปสงค์ของตลาดในประเทศในครึ่งปีหลังจะปรับดีขึ้นภายหลังจากที่รัฐบาลเร่งการใช้จ่ายและใช้มาตรการต่างๆ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการบริโภคในประเทศมาระยะหนึ่งแล้ว ส่วนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางภาพรวมมีมูลค่าการนำเข้าในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2559 มีมูลค่า 602.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีมูลค่า 615.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวลดลงร้อยละ 2.12 เป็นผลจากการปรับลดลงของ ภูเขา สายพาน ภูเขา ยาง และผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ โดยแหล่งนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางส่วนใหญ่ยังคงมีการนำเข้าจากญี่ปุ่น มาเลเซีย จีน เกาหลีใต้ เยอรมนี สหรัฐฯ และอินโดนีเซีย แต่การนำเข้าจากจีน อินโดนีเซีย และเกาหลีใต้ ลดลง ในขณะที่ตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้นเล็กน้อย สำหรับภาพรวมมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางตลอดทั้งปี (จากการพยากรณ์) เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

### ราคากลาง

ราคายางโดยรวมในครึ่งปีแรกของปี 2559 ทั้งราคายางในประเทศ ราคาส่งออก และราคาตลาดต่างประเทศลดลงจาก ช่วงเดียวกันของปี 2558 โดยราคายางแผ่นดิบปรับลดลงมากที่สุด ร้อยละ 12.28 ซึ่งความเคลื่อนไหวของราคายางโดยรวมในครึ่งปีแรกของปีนี้ค่อนข้างผันผวน โดยราคายางอยู่ในระดับต่ำในเดือนมกราคมและกลับมาขยับขึ้นตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์จนถึงเดือนพฤษภาคม ก่อนที่จะกลับมามีการลดลงอีกครั้งในเดือนมิถุนายน โดยภาพรวมราคายางที่ปรับลดลงจากปีที่ผ่านมาสาเหตุสำคัญเนื่องมาจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว โดยเฉพาะจีนซึ่งเป็นผู้ใช้ยางรายใหญ่ประสบปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัวตั้งแต่ช่วงท้ายของปีที่ผ่านมา อีกทั้งปริมาณยางในตลาดมีเพิ่มขึ้นหลังจากที่หลายๆ ประเทศหันมาปลูกยางมากขึ้น รวมถึงจีนได้ขยายพื้นที่ปลูกไปยังประเทศอื่นๆ มากขึ้น ประกอบกับราคาดิบในตลาดโลกผันผวนและปรับลดลง และนักลงทุนมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ยังประปราย ทำให้ราคายางโดยรวมในช่วงครึ่งปีแรกลดลงจากปีที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าประเทศผู้ผลิตยางใหญ่ทั้งไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย จะรวมกันแก้ปัญหาราคายางตกต่ำโดยการจำกัดปริมาณ

การส่งออกยางปริมาณ 6.15 แสนตัน เป็นระยะเวลา 6 เดือน รวมถึงรัฐบาลไทยออกมาตรการต่างๆ เพื่ออุดหนุนปริมาณยางในตลาด แต่ก็ได้ผลเพียงระยะสั้นเนื่องจากราคายางเปลี่ยนแปลงตามกลไกของตลาดโลก และถูกขับเคลื่อนจากตลาดต่างประเทศเป็นหลัก

### **จำนวนผู้ประกอบการและการจ้างงาน**

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีผลผลิตยางพาราธรรมชาติเป็นจำนวนมากที่สุดของโลก แต่เป็นลักษณะของการแปรสภาพวัตถุดิบทางการเกษตรในระดับขั้นต้นเท่านั้น (แนวโน้มอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพในประเทศไทย, พิพัฒน์ วีระถาวร, 2556) ดังนั้น แม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางพาราที่ใหญ่ที่สุดของโลก แต่มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในระดับต้นน้ำและกลางน้ำมีมูลค่าการส่งออกรวมต่ำกว่ามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในระดับปลายน้ำ โดยในปี 2558 การส่งออกยางแปรรูปขั้นต้นของไทย ประกอบด้วย ยางแผ่น ยางแท่ง น้ำยางข้น และยางพาราอื่นๆ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 5,187.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเทียบกับปีก่อน ปรับตัวลดลงร้อยละ 13.84 ซึ่งแม้ว่าปริมาณการส่งออกยางแปรรูปขั้นต้นจะเพิ่มขึ้น แต่ราคายางปรับตัวลดลงมาก จึงทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงตามไปด้วย โดยตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญ คือ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา

ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เนื่องจากเป็นประเทศผู้ผลิตยางอันดับหนึ่งของโลกจึงมีโอกาและความเป็นไปได้ในการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเบื้องต้นให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้ได้ รวมทั้งพัฒนาการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในอุตสาหกรรมปลายน้ำ ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐได้สนับสนุนให้มีการใช้ยางธรรมชาติในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยให้มีการเพิ่มการผลิตยางที่มีศักยภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพารา สร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเพิ่มปริมาณการใช้ยางให้มากขึ้นโดยมีเป้าหมายเพิ่มการใช้ยางภายในประเทศเป็นร้อยละ 20 จากเดิมที่มีการใช้เพียงร้อยละ 11 ของผลผลิตทั้งหมด หรือประมาณ 3.2 ถึง 3.4 แสนตันต่อปี (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร, ยางพารา: การนำไปใช้ประโยชน์)

สำหรับโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ยางที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 1,008 โรงงาน ซึ่งโรงงานส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 40 จะตั้งอยู่ภาคใต้ ตามด้วยกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่ร้อยละ 35 นอกจากนี้ ยังมีกิจการกระจายตัวอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 11 ภาคตะวันออกร้อยละ 8 ภาคกลางร้อยละ 3 และภาคเหนือร้อยละ 3 (สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, จำนวนผู้ประกอบการ จำแนกตามรหัสประเภทธุรกิจและขนาดวิสาหกิจในปี 2557)

ส่วนจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางคาดว่ามียากกว่า 44,000 คน โดยตัวเลขของการจ้างงานในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราจะยังไม่มีข้อมูลชัดเจน เนื่องจากเป็นการจ้างแรงงานชั่วคราวเป็นหลัก รวมถึงแรงงานต่างด้าวจำนวนมาก อย่างไรก็ตามพบว่ามีบุคลากรในสายการผลิตส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61) มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี สำหรับบุคลากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีประมาณร้อยละ 33 (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2555)

### **แนวโน้มของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา**

แนวโน้มภาพรวมอุตสาหกรรมในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2559 คาดว่าภาคส่งออกจะยังคงได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและเศรษฐกิจโลกที่ยังคงเปราะบาง และไทยอาจเผชิญกับการเสียส่วนแบ่ง

ตลาดในจีนเนื่องจากคู่แข่งอย่างกลุ่มประเทศ CLMV ต่างเร่งพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่องและเริ่มมีบทบาทในตลาดจีนมากขึ้น ซึ่งล้วนแต่เป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของ การส่งออกยางของไทย ในขณะที่อุปสงค์ยางในประเทศมีปัจจัยหนุนจากตลาดรถยนต์ในประเทศที่คาดว่าจะขยายตัวดีขึ้นในช่วงท้ายของปี เนื่องจากมีการแข่งขันกันจัดแคมเปญของผู้ประกอบการรถยนต์อย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นตลาด รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ และมาตรการเพิ่มปริมาณการใช้ยางในประเทศน่าจะเริ่มเห็นผลชัดเจนขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้อุปสงค์ยางในประเทศขยายตัวดีขึ้น

แนวโน้มราคายางในช่วงครึ่งปีหลังคาดว่าจะปรับลดลงเล็กน้อยเนื่องจากราคาน้ำมันดิบมีแนวโน้มปรับลดลงหลังจากผู้ผลิตรายใหญ่ส่งสัญญาณเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลก และสต็อกน้ำยางดิบในสหรัฐฯ ยังมีจำนวนมาก นอกจากนี้ ปัจจัยเชิงโครงสร้างทั้งปริมาณยางที่จะออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น และอุปสงค์ต่างประเทศอาจชะลอตัวจากภาวะเศรษฐกิจจีนที่ยังไม่ฟื้นตัว ได้เร็วในระยะสั้นนี้ ซึ่งจะส่งผลลบให้ราคายางปรับลดลงอีก (รายงานสภาวะอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพาราปี 2559, สถาบันพลาสติก)

ส่วนภาพรวมอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ยางในครึ่งปีหลังของ ปี 2559 คาดว่าอุปสงค์โดยรวมในประเทศจะปรับดีขึ้นเนื่องจากการดำเนินมาตรการต่างๆ ที่เอื้อต่ออุตสาหกรรม เช่น มาตรการเพิ่มการใช้ยางของภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง การหนุนการลงทุนในกลุ่ม SMEs และมาตรการส่งเสริมการใช้ยางในประเทศให้มากขึ้น นอกจากนี้ การจัดแคมเปญและการใช้ กลยุทธ์กระตุ้นการขายในรูปแบบต่างๆ ของผู้ประกอบการรถยนต์ในช่วงแห่งการขายท้ายปี และการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ที่จะช่วยกระตุ้นตลาด อีกทั้งในช่วงท้ายของปีจะสิ้นสุดการถือครองรถคันแรกที่กำหนดไว้ 5 ปี ทำให้แนวโน้มยอดขายจะปรับดีขึ้นจากช่วงต้นปี ซึ่งจะช่วยกระตุ้นภาคการผลิตในอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ยางให้ปรับตัวดีขึ้น ในขณะที่ภาคส่งออกยังคงมีปัจจัยเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ชะลอตัว เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกทำให้อุปสงค์โดยรวมยังคงอ่อนแอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจจีนที่รากฐานยังไม่แข็งแกร่งพอที่จะทำให้กลับมาฟื้นตัวได้เร็วในระยะนี้ นอกจากนี้ ญี่ปุ่นและประเทศแถบเอเชียก็ยังมีเผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว โดยเฉพาะผลจากภาคการส่งออกที่ยังขยายตัวต่ำ รวมถึงเศรษฐกิจสหภาพยุโรปยังคงเปราะบาง และยังมีความเสี่ยงจากกรณีสหราชอาณาจักรถอนตัวออกจากสหภาพยุโรป (Brexit) ที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสหรัฐฯ และประเทศคู่ค้าอื่นๆ โดยเฉพาะค่าเงินที่อาจผันผวนซึ่งมีโอกาที่จะส่งผลกระทบต่อภาคการค้าที่อาจชะลอลงในระยะถัดไป (รายงานสภาวะอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพาราปี 2559, สถาบันพลาสติก)

## 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนางานวิจัยขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

แนวทางการพัฒนางานวิจัยขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มีประเด็นทิศทางที่เป็นจุดสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นวิสัยทัศน์และพันธกิจคือ การที่ประเทศไทยจะต้องเน้นส่งเสริมการผลิตนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ สร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานได้รับการยอมรับจากในประเทศและต่างประเทศ เพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา ตลอดจนการจัดโครงสร้างการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่มีความยืดหยุ่นในการสนับสนุน

แหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการทำตลาดส่งออก เพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยสามารถเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น

## 2.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

กรอบในการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราโดยสรุปดังนี้

### วิสัยทัศน์ (Vision)

“ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขนาดกลางและขนาดย่อมมีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และเอเชียตะวันออกเฉียง”

### พันธกิจ (Missions)

1. บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย และบริษัทเอกชน ในการพัฒนาและสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
2. จัดทำ สนับสนุน และให้คำแนะนำด้านแหล่งเงินทุน เพื่อช่วยการขยายกิจการ หรือยกระดับนวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราใหม่ๆ
3. ส่งเสริมให้เกิดการทำตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอย่างแพร่หลาย และสนับสนุนให้เกิดการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของไทยในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ รวมถึงประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียง
4. พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะที่สูงและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
5. จัดทำฐานข้อมูลด้านองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภคในด้านความสำคัญของการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ผลิตในประเทศไทย

## 2.2 วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

### วัตถุประสงค์

การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการดังนี้

- 1) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย
- 3) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศซึ่งจะส่งผลดีต่อความเป็นอยู่ที่ดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

## เป้าหมาย

เป้าหมายสำคัญในเชิงยุทธศาสตร์ได้แก่

- 1) พัฒนาและผลักดันให้ไทยเป็นฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์
- 2) พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับในระดับสากล
- 3) เพิ่มปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศให้มากขึ้น

## 2.3 ยุทธศาสตร์หลักการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

### 2.3.1 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

วัตถุประสงค์หลักของประเด็นยุทธศาสตร์การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา โดยมีกลยุทธ์ 5 กลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการที่สำคัญดังต่อไปนี้

#### กลยุทธ์

- 1) การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย
- 2) การออกนโยบายและให้สิทธิพิเศษกับ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต้นแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่ม SMEs ที่ผ่านการคัดเลือก
- 4) การส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของนักลงทุน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยและการพัฒนา
- 5) การสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานต่างๆ

โดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) ศึกษารูปแบบ และวิธีการในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย
  - (2) เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเกี่ยวกับประโยชน์ของนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ผู้ประกอบการจะได้รับ เพื่อให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของการมีนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
  - (3) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีและเตรียมความพร้อมต่อการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบทางแข่งขันของกิจการในอนาคต
- 2) กลยุทธ์การออกนโยบายและให้สิทธิพิเศษกับ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้



- (1) สนับสนุนให้กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเข้าร่วมประกวดการแข่งขันด้านนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา พร้อมเงินรางวัลและการสนับสนุนจากภาครัฐ
  - (2) การให้สิทธิพิเศษกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสนใจในการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เช่น เงินทุนดอกเบี้ยต่ำ หรือการยกเว้นภาษี เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเน้นการวิจัยและพัฒนามากขึ้น
- 3) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราด้านแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่ม SMEs ที่ผ่านการคัดเลือกโดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
- (1) การรับสมัครผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยเพื่อการเข้าร่วมโครงการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนงบประมาณ
  - (2) การมีกระบวนการคัดเลือกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐ
  - (3) การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราด้านแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อเตรียมพร้อมในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเพื่อการพาณิชย์
- 4) กลยุทธ์การส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของนักลงทุน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยและการพัฒนา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
- (1) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับนักลงทุนและผู้ประกอบการขนาดใหญ่
  - (2) ส่งเสริมการจัดสัมมนาและระดมความคิดเห็นกับประเด็นด้านความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับนักลงทุนและผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ต่อการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง
- 5) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาาระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานต่างๆ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
- (1) การเตรียมความพร้อมสำหรับช่องทางในการขอคำปรึกษาด้านการวิจัยและการพัฒนา ระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา เป็นต้น
  - (2) การสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้คำปรึกษา จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาให้กับกลุ่ม SMEs

### 2.3.2 ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ

วัตถุประสงค์หลักของประเด็นยุทธศาสตร์การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มปริมาณการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ ลดการพึ่งการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราในระดับต้นน้ำและกลางน้ำไปตลาดต่างประเทศ และสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยมีกลยุทธ์ 3 กลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการที่สำคัญดังต่อไปนี้

## กลยุทธ์

- 1) การสำรวจความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด
- 2) การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศผ่านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดซื้อจัดจ้าง
- 3) การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ได้รับการรับรองตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ

โดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การสำรวจความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการ ดังนี้
  - (1) ผลักดันการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราที่มีความต้องการจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด
  - (2) จัดทำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เพื่อเตรียมพร้อมในการตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานของภาครัฐในอนาคต
- 2) กลยุทธ์การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศผ่านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดซื้อจัดจ้าง โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) หน่วยงานหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราไทยนำร่องในการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นตัวอย่างของหน่วยงานไทยที่ใช้ผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การนำไปใช้จากหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ต่อไป
  - (2) สนับสนุนนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย รวมถึงการมีเงื่อนไขที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
  - (3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีเงื่อนไขและคุณสมบัติตรงกับที่หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดไว้
- 3) กลยุทธ์การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ได้รับการรับรองตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ตรงกับความต้องการของหน่วยงานภาครัฐ
  - (2) สำรวจมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย

- (3) ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับ

### 2.3.3 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

วัตถุประสงค์หลักของประเด็นยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมในตลาดต่างประเทศให้มีสัดส่วนมากยิ่งขึ้น พร้อมกับการยกระดับให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเป็นฐานการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และเอเชียตะวันออก โดยมีกลยุทธ์ 3 กลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

#### กลยุทธ์

- 1) การสำรวจความต้องการของตลาดในพื้นที่ยุทธศาสตร์เป้าหมายของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 2) การสนับสนุนงบประมาณในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในการทำตลาดส่งออกระหว่างประเทศ
- 3) การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับหน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมยางพาราในต่างประเทศ

โดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การสำรวจความต้องการของตลาดในพื้นที่ยุทธศาสตร์เป้าหมายของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) จัดทำแผนงานในการศึกษาความต้องการของตลาดในพื้นที่ที่มีศักยภาพ
  - (2) สำรวจความต้องการของตลาดในผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในพื้นที่ที่มีศักยภาพ
  - (3) ดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานหรือตัวแทนในการดำเนินการหาตลาดในพื้นที่ที่มีศักยภาพ เพื่อการสนับสนุนส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) กลยุทธ์การสนับสนุนงบประมาณในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในการทำตลาดส่งออกระหว่างประเทศ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) ศึกษาแนวทางในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเพื่อการทำตลาดส่งออกระหว่างประเทศ
  - (2) ผลักดันให้เกิดการสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อการให้ความรู้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเพื่อการทำตลาดส่งออกระหว่างประเทศ
  - (3) สนับสนุนการให้ความรู้กับผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราด้านการทำตลาดส่งออกอย่างต่อเนื่อง

- 3) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับกิจการเอกชน หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตาม แผนงานโครงการดังนี้
  - (1) สนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับกิจการ หน่วยงาน หรือ สมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ
  - (2) ผลักดันให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อการค้าและการ ลงทุนของกิจการ หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ
  - (3) ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับกิจการ หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ

#### 2.3.4 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูป ยางพาราไทย

วัตถุประสงค์หลักของประเด็นยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย เพื่อส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงมีความพร้อมและความสามารถในการ ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการของตลาดภายใต้สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูป ยางพาราอย่างยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์ 5 กลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการที่สำคัญดังต่อไปนี้

##### กลยุทธ์

- 1) การวางแผนระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับสถาบันหรือหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 2) การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ตรวจ ประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- 3) การออกนโยบายสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่ม SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านการให้สิทธิประโยชน์ ต่างๆ และการตลาดรองรับให้กับผู้ประกอบการ SMEs
- 4) การสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน พร้อมกับการสนับสนุนการ เข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 5) การพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

โดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การวางแผนระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับสถาบันหรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการ พัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) ผลักดันให้เกิดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราร่วมกับวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย

- (2) สนับสนุนงบประมาณให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย
  - (3) ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งข้อมูล เทคโนโลยี และเครื่องมือในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรม เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปเป็นแบบอย่างเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต่อไป
- 2) กลยุทธ์การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
    - (1) สำรวจและศึกษามาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล
    - (2) สนับสนุนการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นแบบอย่างในการพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย
    - (3) สนับสนุนการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่กำหนดมาตรฐาน ตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
  - 3) กลยุทธ์การออกนโยบายสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่ม SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการบริการผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และการตลาดรองรับให้กับผู้ประกอบการ SMEs โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
    - (1) ศึกษาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
    - (2) สนับสนุนการให้สิทธิประโยชน์แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยที่มีการพัฒนาความสามารถของกิจการ
    - (3) เตรียมพร้อมด้านตลาดเพื่อรองรับกับการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรมของกิจการ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง และลดข้อจำกัดด้านความเสี่ยงในการลงทุนของผู้ประกอบการในระยะยาว
  - 4) กลยุทธ์การสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน พร้อมกับการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
    - (1) ดำเนินการสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
    - (2) ส่งเสริมความร่วมมือและสร้างความเข้าใจกับสถาบันการเงินในการออกข้อเสนอและเงื่อนไขด้านเงินทุนที่เหมาะสมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
    - (3) สนับสนุนในการมีช่องทางส่วนกลางให้กับผู้ประกอบการเพื่อการตรวจสอบสถานะของแหล่งเงินทุน ขั้ตอนและเอกสาร ช่องทางการติดต่อ และการรับข้อเสนอแนะนำและข้อร้องเรียน
  - 5) กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้

- 1) การจัดเตรียมแนวทางในการพัฒนาและการผลิตบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 2) การสนับสนุนด้านงบประมาณ ทุนการศึกษาและการแลกเปลี่ยนบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) การจัดตั้งหน่วยงานในการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ

### 3. แผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

แผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราแบ่งออกเป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ด้านการสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ ด้านการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 3.1.1 แผนงาน/โครงการด้านการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

นโยบายการลงทุนวิจัยและพัฒนา และการผลักดันสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ร่วมกับการศึกษาโดยทีมที่ปรึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ การยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีผ่านงบประมาณการวิจัยและพัฒนาและเครือข่ายความร่วมมือที่มีมากขึ้น และการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยกับผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในแผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในระยะ 5 ปี จะเน้นการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ดังต่อไปนี้

- 1) การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย
- 2) การออกนโยบายและให้สิทธิพิเศษกับ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต้นแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่ม SMEs ที่ผ่านการคัดเลือก
- 4) การส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของนักลงทุน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยและการพัฒนา
- 5) การสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานต่างๆ

### 3.1.2 แผนงาน/โครงการด้านการสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ

นโยบายการเสริมสร้างศักยภาพ การพัฒนาเศรษฐกิจ และการสร้างความเข้มแข็งทางการเงินตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ร่วมกับการศึกษาโดยทีมที่ปรึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ สนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศ ลดการพึ่งพาตลาดการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในระดับต้นน้ำและกลางน้ำ และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของตลาดในประเทศได้เป็นอย่างดี โดยในแผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราจะเน้นการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราการสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ดังต่อไปนี้และในตารางที่ 8-2

- 1) การสำรวจความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด
- 2) การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศผ่านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดซื้อจัดจ้าง
- 3) การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ได้รับการรับรองตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ

### 3.1.3 แผนงาน/โครงการด้านการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

นโยบายการเสริมสร้างศักยภาพ การพัฒนาเศรษฐกิจ และการสร้างความเข้มแข็งทางการเงิน การพัฒนาและส่งเสริมให้ไทยเป็นฐานการประกอบธุรกิจและการลงทุน การสร้างความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนาทั้งประเทศ และการบูรณาการความร่วมมือระหว่างประเทศ ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ร่วมกับการศึกษาโดยทีมที่ปรึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณในการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไปยังตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ และการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยกับเครือข่ายในต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการค้าและการลงทุน อันจะนำมาซึ่งการเติบโตทางมูลค่าเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อการส่งออก ดังนั้น ในแผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา จะเน้นการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ดังต่อไปนี้และในตารางที่ 8-3

- 1) การสำรวจความต้องการของตลาดในพื้นที่ยุทธศาสตร์เป้าหมายของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 2) การสนับสนุนงบประมาณในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในการทำตลาดส่งออกระหว่างประเทศ

- 3) การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับกิจการ หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ

### 3.1.4 แผนงาน/โครงการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย

นโยบายการเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ร่วมกับการศึกษาโดยทีมที่ปรึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับทั้งในตลาดในประเทศและต่างประเทศ การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยรวมถึงการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญให้มีจำนวนมากขึ้น ดังนั้นแผนปฏิบัติการเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการดังต่อไปนี้และในตารางที่ 8-4

- 1) การวางแผนระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 2) การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ตรวจสอบประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- 3) การออกนโยบายสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่ม SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการบริการผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และการตลาดรองรับให้กับผู้ประกอบการ SMEs
- 4) การสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน พร้อมกับการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

การพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

## 4. การจัดทำโครงการนำร่อง

จากการกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในอนาคต ในส่วนของแผนปฏิบัติการได้มีการกำหนดให้มีการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการต่างๆ ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอโครงการนำร่อง โดยตัวอย่างของโครงการนำร่องนี้จะนำเสนอรายละเอียดในแต่ละแผนยุทธศาสตร์รวมทั้งสิ้น 4 โครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 4.1 โครงการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

#### หลักการและเหตุผล

โครงการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารามีหลักการและเหตุผล คือนวัตกรรมถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา สร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์



ส่งเสริมและสนับสนุนความสามารถทางการแข่งขัน และสามารถตอบสนองกับความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับรวบรวมมาพบว่าปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราโดยส่วนใหญ่ยังขาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมและเทคโนโลยี เนื่องจากการผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดความรู้ เงินทุน อุปกรณ์และเครื่องมือ งบประมาณ และผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนา ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของโครงการนำร่องเพื่อการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

*ความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ:* ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

#### *วัตถุประสงค์*

- 1) เพื่อส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมของผู้ประกอบการไทย
- 2) เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ
- 3) การยกระดับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีผ่านงบประมาณการวิจัยและพัฒนาและเครือข่ายความร่วมมือที่มีมากขึ้น

#### *กลุ่มเป้าหมาย*

- 1) ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 2) นักธุรกิจ นักลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) องค์กรเอกชนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

#### *พื้นที่เป้าหมาย*

สงขลา และระยอง

#### *ระยะเวลาการดำเนินการ*

ประมาณ 1 ปีงบประมาณและต่อเนื่องในแต่ละปีถัดไป

#### *แนวทางดำเนินการ*

- 1) จัดตั้งโครงการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันสนับสนุนด้านเงินทุน ผู้เชี่ยวชาญ สถานที่ และทรัพยากรด้านอื่นๆ
- 2) เปิดรับสมัครผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราที่สนใจในการเข้าร่วมโครงการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยมีคุณสมบัติและเงื่อนไข ดังนี้
  - เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยที่ดำเนินกิจการมาอย่างน้อย 3-5 ปี
  - นำเสนอประวัติความเป็นมาของกิจการ ผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน โครงสร้างกิจการ แนวคิดทางธุรกิจ รวมถึงพันธกิจและวิสัยทัศน์ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูป

- มีข้อเสนอโครงการที่ระบุแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา รวมถึงการวิเคราะห์ SWOT ของกิจการในด้านที่เกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูป
- 3) คัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราจำนวน 50 รายจากเงื่อนไขและเอกสารที่นำส่ง ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการโครงการ
- 4) จัดทำ Workshop และร่วมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และการสร้างแผนธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ นักธุรกิจ นักลงทุน ตัวแทนบริษัทเอกชน กับบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 5) ผู้ประกอบการจัดทำร่างแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และแผนธุรกิจ พร้อมกับการนำเสนอแผนเพื่อการรับฟังข้อเสนอแนะและการปรับปรุงแผนที่มีความเหมาะสม จากคณะกรรมการโครงการ
- 6) คณะกรรมการโครงการทำการคัดเลือกแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และแผนธุรกิจของกิจการที่มีความน่าสนใจและมีความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ รวมถึงสอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบันและแนวโน้มของตลาดในอนาคต จำนวน 10 ราย
- 7) ผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกในรอบที่ 2 จะได้รับการสนับสนุนเงินทุน และทรัพยากรด้านอื่นๆตามแผนงานที่ได้นำเสนอ และร่วมกันพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของกิจการร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ต่อไป
- 8) สรุปผลและประเมินผลงาน รวมถึงรวบรวมข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ ข้อจำกัด และอุปสรรค เพื่อการจัดทำโครงการนำร่องสำหรับการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในครั้งต่อไป

#### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) กระทรวงอุตสาหกรรม โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 3) กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 4) สถาบันวิจัยยาง และการยางแห่งประเทศไทย
- 5) สถาบันการศึกษา

## 4.2 โครงการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ

### หลักการและเหตุผล

โครงการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศมีหลักการและเหตุผล คือ ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในอุตสาหกรรมยางพาราเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในระดับต้นน้ำและกลางน้ำที่มีมูลค่าต่ำ เช่น น้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแท่ง เพื่อการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตามประเทศต่างๆ เช่น จีน อินเดีย เวียดนาม และอื่นๆ เริ่มมีการผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ปริมาณความต้องการในตลาดโลกเทียบกับปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าวลดน้อยลง ส่งผลกระทบต่อราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มลดลงมากขึ้น ดังนั้นวิธีการลดการพึ่งพาดตลาดการส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และ

เน้นการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศแทน จึงเป็นแนวทางในการเพิ่มปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากลุ่มนี้ให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีการพัฒนาสินค้าที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของตลาดภายในประเทศได้อีกทั้งยังทำให้เกิดการหมุนเวียนของมูลค่าทางเศรษฐกิจภายในประเทศอีกด้วย ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ

ความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ: ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศ

#### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศ
- 2) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่ตรงกับความต้องการภายในประเทศ
- 3) เพื่อลดการพึ่งพาดตลาดการส่งออกและขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศอย่างยั่งยืน

#### กลุ่มเป้าหมาย

- 1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 2) ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) นักธุรกิจ นักลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 4) องค์กรเอกชนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

#### พื้นที่เป้าหมาย

กรุงเทพมหานคร สงขลา และระยอง

#### ระยะเวลาการดำเนินการ

ประมาณ 1 ปีงบประมาณและต่อเนื่องในแต่ละปีถัดไป

#### แนวทางดำเนินการ

- 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเริ่มดำเนินการนำร่องในการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราได้
- 2) สรุปรายงานความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งจัดทำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชาสัมพันธ์และเชิญชวนให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราผ่านเงื่อนไขความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน

- 4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมในการสนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ร่วมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราที่ได้รับการคัดเลือกตามเงื่อนไขของคณะกรรมการโครงการ
- 5) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการนำร่อง พร้อมการให้คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราอย่างต่อเนื่อง
- 6) สรุปผลและประเมินผลงาน รวมถึงรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ ข้อจำกัด และอุปสรรค เพื่อการเตรียมพร้อมสำหรับการจัดทำโครงการนำร่องสำหรับการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหน่วยงานราชการอื่นๆ ในครั้งต่อไป

#### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) กระทรวงอุตสาหกรรม โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 3) กระทรวงพาณิชย์ โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 4) กระทรวงคมนาคม โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง

### 4.3 โครงการจัดตั้งหน่วยธุรกิจเพื่อแสวงหาตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในต่างประเทศ

#### หลักการและเหตุผล

โครงการจัดตั้งหน่วยธุรกิจเพื่อแสวงหาตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในต่างประเทศมีหลักการและเหตุผล คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยไม่มีความรู้และความชำนาญในการทำการตลาดการค้าระหว่างประเทศ ประกอบกับปัจจุบันไม่มีหน่วยงานกลางของภาครัฐที่ทำหน้าที่ในการหาตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยในการทำหน้าที่สำรวจความต้องการและแนวโน้มของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการค้าส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในตลาดต่างประเทศ

ความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ: ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการค้าส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

#### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการสำรวจตลาด และศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในต่างประเทศ
- 2) เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยไปยังตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ
- 3) เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยกับเครือข่ายในต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการค้าและการลงทุน

### กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 2) นักธุรกิจ นักลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) องค์กรเอกชนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

### พื้นที่เป้าหมาย

กรุงเทพมหานคร สงขลา ระยอง

### ระยะเวลาการดำเนินการ

ประมาณ 1 ปีงบประมาณและต่อเนื่องในแต่ละปีถัดไป

### แนวทางดำเนินการ

- 1) จัดทีมสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในต่างประเทศที่มีศักยภาพและมีสัดส่วนนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นจำนวนมาก
- 2) คณะกรรมการโครงการทำการตัดสินใจเลือกประเทศที่เป็นเป้าหมายที่สอดคล้องกับศักยภาพการผลิต ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดตั้งหน่วยงานธุรกิจนำร่องในต่างประเทศ
- 3) ศึกษาภาวะเปรียบเทียบ เจือจาง และข้อกำหนดในการจัดตั้งหน่วยงานธุรกิจในประเทศเป้าหมายที่ได้มีการตัดสินใจจากคณะกรรมการโครงการ
- 4) จัดตั้งหน่วยงานธุรกิจในประเทศเป้าหมายผ่านความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ผู้ประกอบการธุรกิจ นักธุรกิจและนักลงทุน และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 5) เริ่มดำเนินการเป็นตัวแทนให้กับกลุ่ม SMEs ไทยในการเสนอผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา พร้อมกับการทำหน้าที่ในการเจรจาการค้า และการลงทุนกับกิจการต่างๆ ในต่างประเทศที่เป็นเป้าหมายซึ่งมีความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากไทย
- 6) หน่วยงานธุรกิจมีการวางแผนในการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการทำหน้าที่ในการสื่อสาร และสร้างความร่วมมือที่ดีระหว่างผู้ประกอบการไทยและคู่ค้าในต่างประเทศ
- 7) สรุปผลและประเมินผลงาน รวมถึงรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ ข้อจำกัด และอุปสรรค เพื่อการทบทวนการจัดทำโครงการนำร่องสำหรับการจัดตั้งหน่วยงานธุรกิจในประเทศอื่นๆ ที่มีศักยภาพต่อไป

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) กระทรวงพาณิชย์ โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 3) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

#### 4.4 โครงการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

##### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขาดแคลนบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และความสามารถในการดำเนินกิจการ ทั้งในด้านที่เกี่ยวกับการวิจัยและการพัฒนากระบวนการผลิต การตลาดและการทำธุรกิจส่งออก รวมถึงด้านเทคโนโลยีซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อปัญหาในการพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยเป็นอย่างมาก อีกทั้งประเทศไทยมีแผนในการส่งเสริมการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

ความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ: ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย

##### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราให้มีจำนวนมากขึ้น

##### กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

##### พื้นที่เป้าหมาย

สงขลา และระยอง

##### ระยะเวลาการดำเนินการ

ประมาณ 1 ปีงบประมาณและต่อเนื่องในแต่ละปีถัดไป

##### แนวทางดำเนินการ

- 1) สำรวจความต้องการในการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงปัญหาและข้อจำกัดที่เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในปัจจุบัน
- 2) จัดทำแนวทางในการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านต่างๆ ที่มีปัญหาและมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วน
- 3) เปิดรับสมัครบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราจำนวน 100 ราย เพื่อการเข้าร่วมการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ คือ ด้าน

นวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านการค้าและการส่งออก ด้านการผลิตและการบริหารจัดการ และด้านการเกษตร เป็นต้น

- 4) ส่งเสริมการจัดทำ Workshop การอบรม และการแลกเปลี่ยนบุคลากรที่ได้รับการคัดเลือกในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแต่ละด้านร่วมกับกิจการขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นระยะเวลาประมาณ 3 เดือน
- 5) การจัดเวทีในการถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ โดยบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณภาพในอุตสาหกรรมยางพาราร่วมกับบุคลากรที่สมัครเข้าร่วมโครงการในแต่ละด้าน
- 6) คณะกรรมการจัดทำโครงการทำการคัดเลือกบุคลากรที่ผ่านการเข้าร่วมโครงการฯ เพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาในการร่วมกันพัฒนาบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราอื่นๆ
- 7) สรุปผลและประเมินผลงาน รวมถึงรวบรวมข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ ข้อจำกัด และอุปสรรค เพื่อการปรับปรุงการจัดทำโครงการนำร่องสำหรับพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในครั้งต่อไป

#### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) กระทรวงอุตสาหกรรม
- 3) กระทรวงพาณิชย์
- 4) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 5) กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม
- 6) สถาบันการศึกษา

#### 5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1) ภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายในการส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยจัดหาข้อมูลด้านการตลาด ผลการวิจัย บทวิเคราะห์ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ประกอบการ ผ่านศูนย์บริการหรือหน่วยงานรับผิดชอบในแต่ละภูมิภาคต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กได้ใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดมากขึ้น
- 2) ภาครัฐควรกำหนดหน่วยงาน หรืออาจจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาใหม่เพื่อรับผิดชอบด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพารา เพื่อให้บริการและให้คำปรึกษาผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการให้กับหน่วยงานดังกล่าว ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านยางพารา เพื่อให้บริการให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) ภาครัฐควรทำความร่วมมือและเชื่อมโยงด้านข้อมูลข่าวสารกับหน่วยงานที่อยู่ในต่างประเทศ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) หรือหอการค้าไทยในต่างประเทศ เพื่อเป็นหน่วยที่ใช้

เผยแพร่ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของผู้ประกอบการไทยในประเทศกลุ่มเป้าหมาย โดยจัดหาบุคลากร และเจ้าหน้าที่เฉพาะเพื่อทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปเกษตร รวมถึงยางพาราของไทยในประเทศต่างๆ ในลักษณะ One-Stop Service

- 4) ภาครัฐควรกำหนดกลไกในการควบคุมราคาของยางพาราที่เป็นวัตถุดิบให้มีเสถียรภาพ โดยการกำหนดพื้นที่เพาะปลูก การคาดการณ์ผลผลิต การส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์ยางพาราไปใช้ภายในประเทศเพื่อทดแทนและลดต้นทุนสินค้าชนิดเดิม
- 5) ส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเป็นการสร้างอำนาจต่อรองทางการค้าแก่ผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการระดับสากล และเพื่อลดการเอารัดเอาเปรียบและแก้ไขปัญหาด้านรายได้ให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม



# สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการดำเนินโครงการ</b>	<b>1-1</b>
1.1 แนวคิดด้านการวิเคราะห์นโยบาย ยุทธศาสตร์ และแนวโน้มสภาพการณ์ของอุตสาหกรรม	1-1
1.1.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม (Industry Overview)	1-1
1.1.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)	1-1
1.1.3 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน	1-3
1.1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT and TOWS)	1-4
1.2 แนวคิดด้านแผนยุทธศาสตร์และการจัดการกลยุทธ์	1-6
1.2.1 ตัวแบบการประเมินองค์กร (Performance Appraisal Systems)	1-7
1.2.2 ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors- CSFs)	1-8
<b>บทที่ 2 สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและนโยบายที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>2-1</b>
2.1 สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	2-2
2.2 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	2-14
<b>บทที่ 3 นโยบายด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราของต่างประเทศ</b>	<b>3-1</b>
3.1 นโยบายด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราของต่างประเทศ	3-1
3.1.1 นโยบายยางพาราของอินโดนีเซีย	3-1
3.1.2 นโยบายยางพาราของมาเลเซีย	3-2
3.1.3 นโยบายยางพาราของเวียดนาม	3-5
3.1.4 นโยบายยางพาราของสาธารณรัฐประชาชนจีน	3-5
3.2 ความร่วมมือระหว่างประเทศด้านวิสาหกิจอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	3-6
<b>บทที่ 4 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา</b>	<b>4-1</b>
4.1 การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมต้นน้ำ	4-1
4.2 การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมกลางน้ำ	4-2
4.3 การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมปลายน้ำ	4-3
<b>บทที่ 5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดความสามารถของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและ</b>	<b>5-1</b>
<b>ข้อค้นพบจากการเก็บข้อมูล</b>	
5.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดความสามารถของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	5-1
5.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม	5-1
5.1.2 การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน	5-3
5.2 ข้อค้นพบจากการสำรวจ สัมภาษณ์ และการจัดสัมมนาระดมความคิดเห็น	5-5
5.2.1 สรุปผลการสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	5-5

	หน้า	
5.2.2	สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	5-6
5.2.3	สรุปผลการสัมมนาระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง	5-6
<b>บทที่ 6</b>	<b>กรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practices) จากในประเทศและต่างประเทศ</b>	<b>6-1</b>
6.1	กรณีศึกษาในประเทศ	6-1
6.1.1	นิคมอุตสาหกรรมยางพารา (Rubber City)	6-1
6.1.2	สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคใต้	6-3
6.1.3	สถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพารา	6-5
6.1.4	ศูนย์เครื่องมือวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (Natural Rubber Product Testing Center: NRPTC)	6-6
6.1.5	ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจอุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	6-6
6.1.6	Heel Soother	6-7
6.2	กรณีศึกษาต่างประเทศ	6-9
6.2.1	Rubber Valley	6-9
<b>บทที่ 7</b>	<b>ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา</b>	<b>7-1</b>
7.1	ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	7-2
7.2	วิสัยทัศน์และพันธกิจ	7-3
7.3	วัตถุประสงค์	7-4
7.4	เป้าหมาย	7-4
7.5	รายละเอียดภายใต้ยุทธศาสตร์	7-4
7.5.1	ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	7-4
7.5.2	ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศ	7-6
7.5.3	ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	7-7
7.5.4	ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย	7-9
<b>บทที่ 8</b>	<b>แผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา</b>	<b>8-1</b>
8.1	แผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	8-1
8.1.1	แผนงาน/โครงการด้านการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	8-1
8.1.2	แผนงาน/โครงการด้านการสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศ	8-2
8.1.3	แผนงาน/โครงการด้านการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	8-2

	หน้า
8.1.4 แผนงาน/โครงการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ ผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราไทย	8-3
8.2 การจัดทำโครงการนำร่อง	8-14
8.2.1 โครงการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	8-14
8.2.2 โครงการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ	8-16
8.2.3 โครงการจัดตั้งหน่วยธุรกิจเพื่อแสวงหาตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราใน ต่างประเทศ	8-17
8.2.4 โครงการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	8-19
8.3 แนวทางการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ	8-20



# บทที่ 1

## แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการดำเนินโครงการ

ในบทนี้กล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา/รายพื้นที่ที่กำหนดประเภท โดยแนวคิดทฤษฎีที่นำเสนอในบทนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) แนวคิดด้านการวิเคราะห์นโยบาย ยุทธศาสตร์ และแนวโน้มสภาพการณ์ของอุตสาหกรรม และ (2) แนวคิดด้านแผนยุทธศาสตร์และการจัดการกลยุทธ์

### 1.1 แนวคิดด้านการวิเคราะห์นโยบาย ยุทธศาสตร์ และแนวโน้มสภาพการณ์ของอุตสาหกรรม

#### 1.1.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม (Industry Overview)

การทบทวนวรรณกรรมเป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์จัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ โดยแบ่งการดำเนินงานศึกษา ดังนี้

- รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิในมิติของภาพรวมนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่มีอยู่ในปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผนยุทธศาสตร์ แผนแม่บทอุตสาหกรรม แนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และนโยบายอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น
- รายละเอียดของสถานการณ์ปัจจุบัน ข้อมูลเชิงสถิติของกลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลทุติยภูมิที่แสดงถึงความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เช่น จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวนการจ้างงาน มูลค่าการนำเข้า-ส่งออก และมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญอื่นๆ
- โครงสร้างของธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการหลัก หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกลุ่มเป้าหมาย

#### 1.1.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)

ห่วงโซ่คุณค่า คือ สายโซ่ของกิจกรรมที่จะก่อให้เกิดคุณค่า เป็นเครื่องมือช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละส่วนว่าจะมีส่วนช่วยเหลือในการก่อให้เกิดคุณค่าได้อย่างไร เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมต่างๆ โดยแบ่งกิจกรรมภายในเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) ซึ่งกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนเกี่ยวข้องในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กร ดังนั้น การจัดทำห่วงโซ่คุณค่าจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยเรียงร้อยให้ทราบถึงกระบวนการและกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการดำเนินงานในภาพรวม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อที่จะร่วมกันจัดทำแผนในการแก้ไขปรับปรุงการทำงานให้เหมาะสม

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าและการเชื่อมโยงของสาขาธุรกิจเป้าหมาย สามารถวิเคราะห์โครงสร้างของธุรกิจต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยแสดงถึงความสำคัญของเศรษฐกิจต่อการพัฒนาประเทศ โดยแยกการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ 1) ช่วงต้นน้ำ ได้แก่ วัตถุดิบ ทรัพยากรที่จำเป็นในการผลิตสร้างมูลค่าเพิ่ม

2) กลางน้ำ ได้แก่ กิจกรรมการแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่ม และ 3) ปลายน้ำ ได้แก่ การขาย การตลาด และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคปลายทาง นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมสนับสนุนต่างๆ เช่น กิจกรรมโลจิสติกส์ การตลาด การขาย และการบริการต่างๆ

รูปที่ 1-1 องค์ประกอบของโซ่อุปทาน



ที่มา: Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, Michael E. Porter, 1998.

แนวคิดของห่วงโซ่คุณค่า แสดงให้เห็นถึง “คุณค่า” ทั้งหมดที่องค์กรมอบให้แก่ลูกค้า จากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กร แบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

1. กิจกรรมหลัก (Primary activities) ประกอบด้วย

- 1) การนำวัสดุอุปกรณ์สินค้ามาใช้ในธุรกิจ (Inbound logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวกับการขนส่ง การจัดเก็บ และการแจกจ่ายวัตถุดิบ
- 2) การดำเนินงานของฝ่ายต่างๆ ที่ต้องประสานงานกัน (Operations) การแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้า การบรรจุหีบห่อ การบำรุงรักษาเครื่องจักร
- 3) การจัดส่งสินค้าออก (Outbound Logistics) กิจกรรมเกี่ยวกับการจัดเก็บรวบรวม การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่เสร็จแล้วไปยังผู้บริโภค และการบริหารสินค้าคงคลัง
- 4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย
- 5) ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product and Services) กิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้บริการ บำรุงรักษาสินค้า การบริการหลังการขาย เช่น การติดตั้ง การซ่อมบำรุง การอบรมการใช้สินค้า

## 2. กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ประกอบด้วย

- 1) โครงสร้างธุรกิจ (Firm Infrastructure) ได้แก่ การบริหารงานทั่วไป การวางแผน บัญชีการเงิน และการจัดการระบบสารสนเทศ
- 2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) ได้แก่ การสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรม เงินเดือน และค่าตอบแทน
- 3) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Management) ได้แก่ การพัฒนาการออกแบบสินค้า การออกแบบกระบวนการผลิต
- 4) การจัดซื้อสินค้าและปัจจัยการผลิต (Procurement) ได้แก่ การจัดหาหรือการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องจักร เครื่องมือต่างๆ

วงจรของห่วงโซ่คุณค่าจะมองความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่างๆ อย่างครบวงจร โดยพิจารณาว่ากระบวนการใดบ้างที่มีความสำคัญจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ และกำหนดผู้รับผิดชอบหรือเจ้าภาพของแต่ละกระบวนการให้ชัดเจน และแยกบทบาทให้ชัดเจนว่าใครมีหน้าที่อย่างไร เพื่อที่จะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

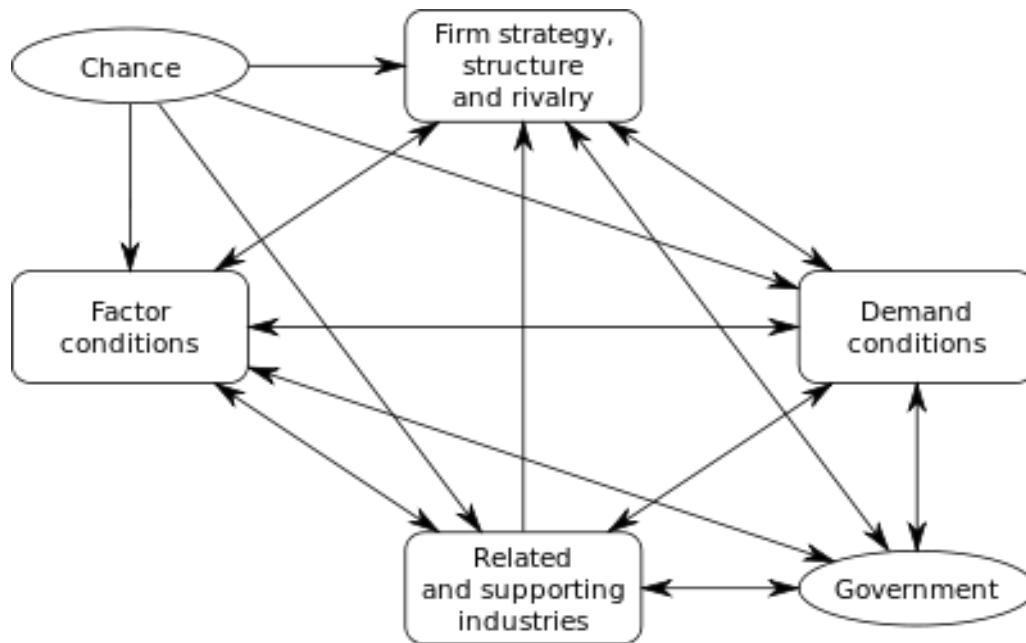
### 1.1.3 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Analysis) เป็นการวิเคราะห์อุตสาหกรรมระดับมหภาคตามทฤษฎีของของไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Porter, 1998) ซึ่งให้ความสำคัญกับการศึกษาปัจจัยที่สามารถส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันระดับกลุ่มสาขาธุรกิจหรืออุตสาหกรรม โดยองค์ประกอบของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย (Diamond Model) ดังรูปที่ 1-2 ได้แก่

- ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ประกอบไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ (Physical Resources) ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ได้แก่ แรงงาน แร่ธาตุ พลังงาน ป่าไม้ ฯลฯ ซึ่งประเทศนั้นๆ สามารถครอบครองภายในพรมแดน นอกจากนี้ยังประกอบไปด้วยปัจจัยการผลิตที่สามารถสร้างขึ้นได้และมีพลวัต ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources) องค์ความรู้ (Knowledge resources) ทุน/เครื่องจักร (Capital resources) และระบบสาธารณูปโภค (Infrastructure) นอกจากนี้ยังรวมถึงปัจจัยการผลิตเฉพาะทาง (Specialized resources) ซึ่งสามารถสร้างขึ้นเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจรายกลุ่มได้
- อุปสงค์ (Demand Conditions) หมายถึง อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศซึ่งสามารถสร้างให้เกิดศักยภาพในการแข่งขัน หากประเทศใดมีระดับอุปสงค์ของผู้บริโภคที่ซับซ้อนจะสามารถสร้างแรงกดดันให้องค์กรภาคเอกชนมีนวัตกรรมการพัฒนาเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่ดีขึ้น ส่งผลต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน
- อุตสาหกรรมสนับสนุน (Related and Supporting Industries) หมายถึง ความพร้อมและระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องรองรับกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก เพราะการมีอุตสาหกรรม

สนับสนุนที่มีความพร้อมและมีการแข่งขันสูง ส่งผลให้สาขาธุรกิจสามารถได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพ เสริมสร้างนวัตกรรม และเปิดโอกาสในการขยายธุรกิจไปในระดับนานาชาติ

รูปที่ 1-2 องค์ประกอบสำคัญของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน



ที่มา: Diamond Model, Michael E. Porter, 1998

- กลยุทธ์ โครงสร้าง การแข่งขัน (Firm Strategy, Structure, and Rivalry) ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านที่เกี่ยวกับองค์กรภายในสาขาอุตสาหกรรม โดยศึกษาการจัดตั้งองค์กร การกำหนดกลยุทธ์เป้าหมายในการแข่งขัน และระดับการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ซึ่งควรมีระดับการแข่งขันที่สูงเพื่อสร้างแรงกดดันให้ภาคเอกชนมีแรงกดดันในการสร้างพัฒนานวัตกรรมเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน
- การสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ (Government) หน่วยงานภาครัฐสามารถมีอิทธิพลต่อปัจจัยข้างต้นทั้ง 4 ประการ โดยการกำหนดแนวทางการสนับสนุนปัจจัยการผลิต กำหนดระดับอุปสงค์ภายในประเทศ วางกรอบการแข่งขันระหว่างองค์กรภายในอุตสาหกรรม รวมถึงแทรกแซงทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค ประเทศ และระดับนานาชาติ

#### 1.1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT and TOWS)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก แบ่งเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อน และปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาสและภัยคุกคาม เป็นการประเมินสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ใช้เป็นเครื่องมือในการช่วยกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อภาคอุตสาหกรรม โดยกำหนดแนวทางกลยุทธ์เพื่อใช้



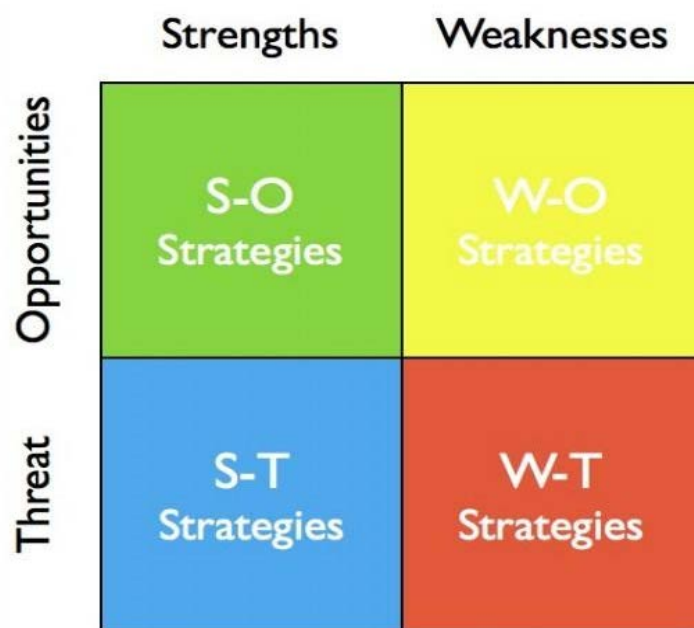
ประโยชน์จากจุดแข็งหรือโอกาส และลดจุดอ่อนหรือภัยคุกคาม โดยองค์ประกอบของการทำ SWOT และการวิเคราะห์แบบย้อนกลับหรือ TOWS ประกอบด้วย

- จุดแข็ง (Strength) หมายถึง ทรัพยากรด้านต่างๆ ที่ได้เปรียบหรือส่วนที่เข้มแข็งภายในองค์กร ที่สามารถใช้ประโยชน์เพื่อผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น ด้านโครงสร้าง ด้านระบบงาน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านกฎหมาย
- จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง ข้อเสียเปรียบ ข้อผิดพลาดในองค์กรที่เป็นข้อด้อยหรือเป็นข้อจำกัดต่างๆ ที่ส่งผลทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น ด้านโครงสร้าง ด้านระบบงาน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านกฎหมาย
- โอกาส (Opportunity) หมายถึง สถานการณ์หรือปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะเกื้อกูลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านสภาพการแข่งขัน ด้านผู้สนับสนุนปัจจัย ด้านแรงงาน ด้านสถานการณ์นานาชาติ เป็นต้น
- อุปสรรค (Threat) หมายถึง สถานการณ์หรือปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีลักษณะเป็นอุปสรรคขัดขวาง หรือทำให้เกิดผลเสียหาย ผลกระทบในทางลบต่อการบริหารงานขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านสภาพการแข่งขัน ด้านผู้สนับสนุนปัจจัยด้านแรงงาน ด้านสถานการณ์นานาชาติ เป็นต้น

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ สามารถใช้การจับคู่วิเคราะห์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอก ตามหลักของ TOWS Analysis ซึ่งแบ่งได้ 4 แบบ คือ

- กลยุทธ์จุดแข็ง-โอกาส (SO – Matching Approach) โดยใช้จุดแข็งเพื่อเปิดโอกาสใหม่ในการแข่งขัน
- กลยุทธ์จุดแข็ง-ความเสี่ยง (ST – Covering Approach) โดยใช้จุดแข็งเพื่อโอบล้อมต่อภาวะคุกคามหรืออุปสรรค
- กลยุทธ์จุดอ่อน-โอกาส (WO – Off-Set Approach) โดยใช้โอกาสที่มีมาแก้จุดอ่อน
- กลยุทธ์จุดอ่อน-ภัยคุกคาม (WT – Mitigation Approach) โดยการบรรเทาแก้ไขความเสี่ยงภัยคุกคาม

รูปที่ 1-3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม



ที่มา: <http://karen-goldfarb.com>, retrieved Jan, 2016.

## 1.2 แนวคิดด้านแผนยุทธศาสตร์และการจัดการกลยุทธ์

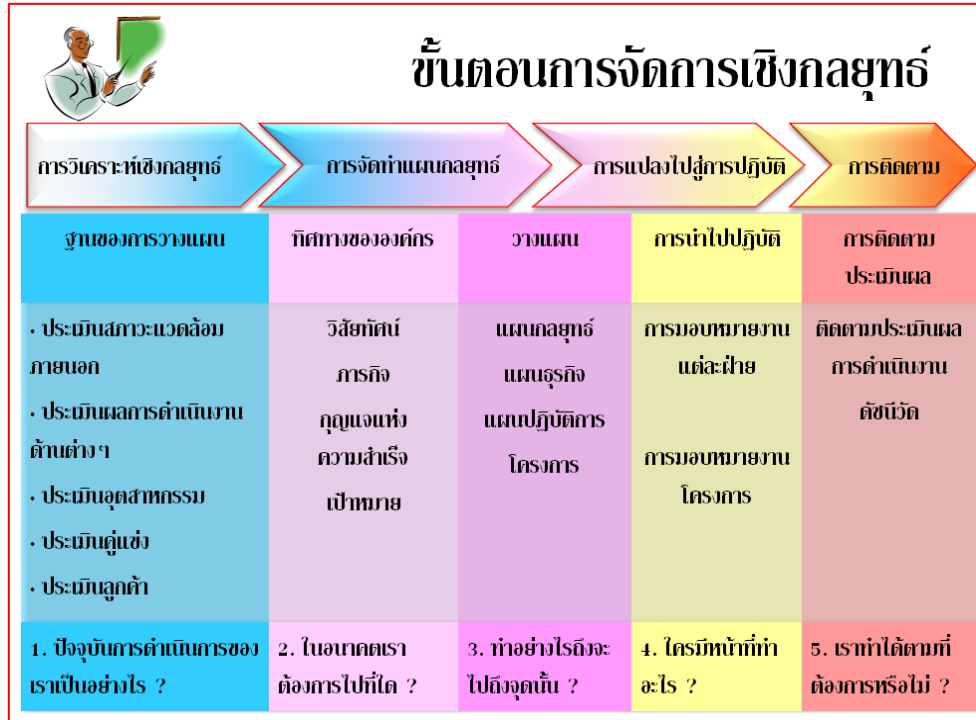
การวางแผนยุทธศาสตร์จะต้องตอบคำถามหลัก 3 ประการ คือ (1) องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน (Where are you going?) (2) สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร (What is the environment?) และ (3) องค์กรจะไปถึงจุดหมายได้อย่างไร (How do you get there?) โดยกระบวนการการวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning Processes) มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)
- 2) กำหนดภารกิจหลักหรือพันธกิจ (Mission)
- 3) กำหนดเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (Goal)
- 4) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์หรือยุทธศาสตร์ (Strategy)
- 5) กำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางการพัฒนา

แผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) หมายถึง รายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางหรือแนวทางการปฏิบัติตามพันธกิจและภารกิจ (Mission) ให้สัมฤทธิ์ผลตามวิสัยทัศน์ (Vision) และเป้าประสงค์ (Goal) แผนยุทธศาสตร์ที่ดีจะต้องถูกกำหนดขึ้นตามวิสัยทัศน์ของประเทศ อันเป็นผลผลิตจากนโยบายระดับสูงของรัฐบาล หรือนโยบายระดับสูงของหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านต่างๆ ที่ได้ทำงานร่วมกัน โดยวิสัยทัศน์นี้เป็นความเห็นพ้องต้องกันว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่ประสงค์จะไปให้ถึง และวิสัยทัศน์นี้มีการแปลงออกมาเป็นวัตถุประสงค์ (Objective) ที่เป็นรูปธรรม และสามารถวัดได้ ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐสามารถใช้แผนยุทธศาสตร์เป็นกรอบในการประเมินผลงานประจำปีงบประมาณ ยิ่งไปกว่านั้น องค์กรยังสามารถใช้แผนยุทธศาสตร์เป็นกรอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) โดยสรุปคือ แผนยุทธศาสตร์ เป็นเสมือนแนวทางหรือระบบติดตามการ

ดำเนินยุทธศาสตร์ เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจที่ถูกต้อง นำไปสู่การวางกรอบงบประมาณที่ถูกต้องชัดเจน และเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพการดำเนินงานในส่วนต่างๆ

รูปที่ 1-4 กรอบแนวคิดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan)



ที่มา: <http://www.chiangrai.net/dashboard5>, retrieved Jan 2016.

ทั้งนี้ การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Process) ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ การแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติ หรือการจัดทำแผนการปฏิบัติงาน (Action Plan) และสุดท้ายคือการติดตามและประเมินผล จะเห็นได้ว่า การจัดทำแผนยุทธศาสตร์จะเน้นในเรื่องของการกำหนดทิศทางของการพัฒนาประเทศเพื่อไปสู่เป้าหมาย เครื่องมือทางการบริหารสมัยใหม่ที่น่าสนใจนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ มีดังนี้

### 1.2.1 ตัวแบบการประเมินองค์กร (Performance Appraisal Systems)

การวัดผลการดำเนินงานในอดีตจะเน้นการวัดผลด้านการใช้งบประมาณซึ่งปัญหาการวัดผลด้านการเงินเป็นการวัดผลการดำเนินงานในอดีตไม่สามารถประเมินให้เห็นความสามารถในการดำเนินการในปัจจุบันและอนาคตได้ดี ปัจจุบันตัวแบบการวัดผลจะมีการวัดหลายมิติ (Multi dimension) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสำเร็จของหน่วยงานทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต

มีหลายองค์กรได้มีการออกแบบการประเมินองค์กร โดยกำหนดตัวแปรที่ใช้วัดผลการดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างความสามารถด้านการแข่งขัน ลักษณะของการประเมินผลที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

- เชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าหมาย

- สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรและระบบการประเมินผลงาน
- มีการสนับสนุนจากผู้บริหาร
- รวมอยู่ในกระบวนการวางแผนกลยุทธ์
- ความสมดุลของการประเมินด้านต่างๆ
- เป็นที่ยอมรับของบุคลากรในองค์กร
- เป็นระบบย้อนกลับเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานให้ดีขึ้น
- เป็นกระบวนการพัฒนาตัวเองของบุคลากรและพนักงาน

### 1.2.2 ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors – CSFs)

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่สำคัญต่อการบรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์องค์กรมีปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จเป็นแนวทางที่เป็นรูปธรรมในการยึดโยงการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กรรู้ว่าต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ หากปราศจากปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จวิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนอง

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จไม่จำเป็นต้องวัดผลได้ แต่ทำหน้าที่ชี้แนะหรือเป็นหลักหมายสำคัญต่อการบรรลุวิสัยทัศน์ ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จกำหนดจากวิสัยทัศน์หรือพันธกิจขององค์กรโดยใช้เกณฑ์ต่อไปนี้

- มุ่งความสำคัญไปที่ผลผลิตและผลลัพธ์
- มีความเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือวัตถุประสงค์ขององค์กร
- มีความหมายที่เฉพาะเจาะจงและสามารถเข้าใจได้ง่าย
- ผู้บริหารให้การยอมรับ
- องค์กรสามารถควบคุมผลให้เกิดขึ้นได้ในทางปฏิบัติ

## บทที่ 2

# สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา และนโยบายที่เกี่ยวข้อง

เทคโนโลยีชีวภาพมีผลต่อความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและมีบทบาทที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุตสาหกรรมไปสู่อุตสาหกรรมฐานชีวภาพ (Bio-based industry) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มผลผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้กระบวนการผลิตที่ผลิตผลิตภัณฑ์หลายๆ ชนิดได้ภายในกระบวนการเดียว ทั้งนี้ในประเทศไทยได้มีการออกนโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย (พ.ศ. 2547-2552) ที่มีเป้าหมายเร่งรัดการพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทยให้เพิ่มขึ้น เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและลดความสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ, สาระสำคัญของกรอบนโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย พ.ศ. 2555-2564)

อุตสาหกรรมฐานชีวภาพ (Bio-based Industry) เป็นอุตสาหกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจากกระแสความตื่นตัวด้านสภาพแวดล้อม อาทิ ปัญหาภาวะโลกร้อน ปัญหาขยะ ส่งผลให้เกิดความตื่นตัวด้านการใช้วัตถุดิบที่ปลูกทดแทนใหม่ได้ มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงกระบวนการกำจัดเพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ยานยนต์ บรรจุภัณฑ์ สิ่งทอ เป็นต้น (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, ยุทธศาสตร์นวัตกรรมด้านอุตสาหกรรมวัสดุชีวภาพ)

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกหลักสินค้าเกษตรโลก จึงมีความจำเป็นต้องการปรับตัวต่อแนวโน้มที่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น ความต้องการสินค้าในตลาดโลกที่สูงขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรโลกอย่างต่อเนื่อง การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น การใช้พลังงานชีวภาพ วัสดุชีวภาพ ที่อาศัยวัตถุดิบจากภาคการเกษตรเพื่อทดแทนการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ส่งผลภาคการเกษตรที่ต้องปรับตัวเพื่อสามารถตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการในอุตสาหกรรมดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ, สาระสำคัญของกรอบนโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย พ.ศ. 2555-2564)

สำหรับแนวคิดในการกำหนดทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพในสาขาเกษตร (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ, สาระสำคัญของกรอบนโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย พ.ศ. 2555-2564) มีดังนี้

- การพัฒนาพันธุ์พืช และปัจจัยการผลิตที่มีการใช้เทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิต มุ่งสู่การผลิตสินค้าเกษตรที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Industry) และการผลิตที่ยั่งยืน (Sustainable Agriculture)
- การเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันการผลิตสินค้าเกษตรมีมูลค่าเพิ่มน้อย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปขั้นต้น อย่งไรก็ดี

ประเทศไทยมีศักยภาพที่จะเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้นได้อีกมาก ทั้งด้วยการยกระดับประสิทธิภาพการผลิต เช่น การพัฒนาพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงหรือมีคุณสมบัติที่ดี การควบคุมคุณภาพ ความปลอดภัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีนวัตกรรมที่สูงขึ้นซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

ขณะที่มาตรการเร่งรัดการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพในสาขาเกษตร (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ, สารระสำคัญของกรอบนโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย พ.ศ.2555-2564; ทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย, 2555<sup>1</sup>) สรุปได้ดังนี้

- พัฒนาหรือปรับแต่งผลงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม และกระจายเทคโนโลยีชีวภาพสู่ชุมชนผ่านกลไกการจัดแปลงสาริตเทคโนโลยีในพื้นที่ชุมชน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กลไกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและกลไกที่มีอยู่เดิม เช่น คลินิกเทคโนโลยี ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล และมหาวิทยาลัยในท้องถิ่น เป็นต้น
- เร่งรัดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพทั้งด้านการพัฒนาสายพันธุ์พืชที่มีคุณสมบัติที่ดี ด้านปัจจัยการผลิต และการวิจัยพื้นฐานเพื่ออนาคต โดยเงินทุนวิจัยส่วนหนึ่งอาจมาจากเงินภาษีส่งออกสินค้าเกษตรและอาหาร
- รัฐมีนโยบายส่งเสริมการวิจัยและการผลิตจีเอ็มโอในเชิงพาณิชย์ ควบคู่กับการสร้างความเข้มแข็งด้านการประเมินความปลอดภัยทางชีวภาพ

ทั้งนี้ถ้าพิจารณาภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา จะพบว่าอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ในบทนี้จึงนำเสนอการศึกษาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมฐานชีวภาพที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่ง

## 2.1 สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

### พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิต

อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยถ้าพิจารณาในส่วนของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราต้นน้ำ โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เนื้อที่ปลูกยางของโลกเพิ่มขึ้นทุกปี จาก 73.14 ล้านไร่ในปี 2554 เป็น 77.6 ล้านไร่ในปี 2558 โดยในปี 2558 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางพาราประมาณ 18.0 ล้านไร่ ขณะที่ประเทศอินโดนีเซียมีพื้นที่ประมาณ 22.0 ล้านไร่ และประเทศมาเลเซียประมาณ 6.5 ล้านไร่ ซึ่งผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งสามประเทศนี้มีสัดส่วนพื้นที่การปลูกยางพารามากกว่าร้อยละ 60 ของพื้นที่ปลูกยางพาราทั่วโลก โดยพื้นที่การปลูกยางพาราส่วนใหญ่ของทั้งสามประเทศเป็นพื้นที่ของเกษตรกรรายย่อย (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานศึกษาลบสมบูรณโครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน: ยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมมือด้านอุตสาหกรรมภายใต้กรอบโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย)

<sup>1</sup> สุชาติ อุดมโสภกิจ (2555). ทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพของประเทศไทย.

ตารางที่ 2-1 เนื้อที่เพาะปลูกและผลผลิตยางพาราของประเทศไทย

ปี	เนื้อที่ปลูก (ล้านไร่)					ผลผลิต (ล้านตัน)				
	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	อื่นๆ	รวม	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	อื่นๆ	รวม
2553	17.13	21.53	6.38	25.54	71.54	3.25	2.74	0.94	3.73	10.39
2554	17.28	21.60	6.42	26.86	73.14	3.57	2.98	1.00	3.69	11.23
2555	17.41	21.78	6.51	28.34	73.97	3.78	3.01	0.92	3.87	11.60
2556	17.58	21.82	6.51	30.47	76.38	4.14	3.08	0.83	4.15	12.04
2557	17.73	22.45	6.54	31.26	77.98	4.20	3.17	0.84	4.01	12.22
2558*	18.00	22.00	6.50	31.10	77.60	4.43	3.23	0.70	3.64	12.00
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	0.94	0.57	0.52	4.06	1.73	5.81	2.09	-9.79	-0.12	1.71

\*หมายเหตุ ประมาณการ

ที่มา: IRSG Vol. 70 No. 1-3 July-September 2015

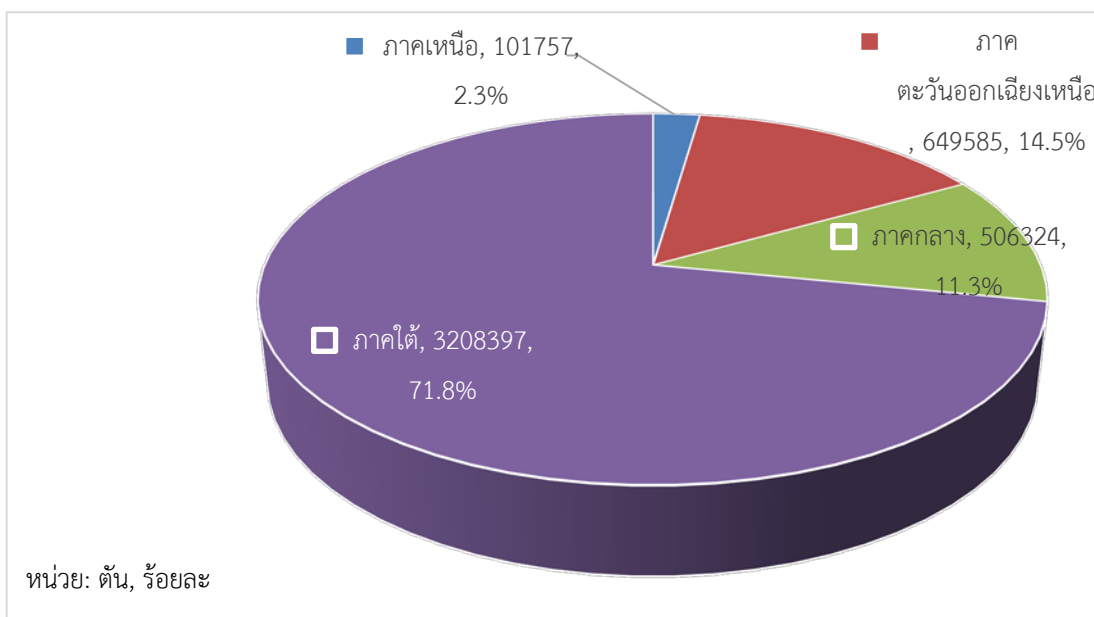
การปลูกยางพาราของไทยในปัจจุบันได้มีการขยายพื้นที่ในการเพาะปลูกไปทั่วทุกภาคของประเทศไทยในปี 2558 เนื้อที่ในการเพาะปลูกยางพารารวมทั้งประเทศมีทั้งหมด 18.0 ล้านไร่ แบ่งออกเป็นภาคเหนือ 0.65 ล้านไร่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3.24 ล้านไร่ ภาคกลาง 2.17 ล้านไร่ และภาคใต้ 12.78 ล้านไร่ โดยภาคใต้เป็นภาคที่มีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 71 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 18) ภาคกลาง (ร้อยละ 12) และภาคเหนือ (ร้อยละ 3) ตามลำดับ (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559) สำหรับพื้นที่ปลูกยางพาราสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง และยะลา ตามลำดับ (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559)

สำหรับผลผลิตยางพาราของโลกเพิ่มขึ้นจาก 11.23 ล้านตันในปี 2554 เป็น 12.0 ล้านตันในปี 2558 โดยในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกันจาก 2.63 ล้านตันในปี 2545 เป็น 4.43 ล้านตัน ในปี 2558 หรือมีอัตราการเติบโตของผลผลิตอยู่ที่ร้อยละ 5.81 ต่อปี โดยมีเนื้อที่เพาะปลูกที่มากขึ้น ขณะที่ในทางตรงกันข้ามผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของยางพาราไทย มีแนวโน้มที่ลดลง ทั้งนี้จากข้อมูลพบว่าผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ลดลงจาก 271 กิโลกรัม/ไร่ เหลือเพียง 246 กิโลกรัม/ไร่ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพอากาศที่แปรปรวนเช่นเดียวกัน

ในปี 2557 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติของโลกมีปริมาณเท่ากับ 10.08 ล้านตัน โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผลผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดเท่ากับ 4.39 ล้านตัน มีกลุ่มเกษตรกรเพาะปลูกยางพารารวม 1,568,977 ครัวเรือน ซึ่งเน้นไปที่การผลิตยางแผ่นรมควันและน้ำยางข้น ขณะที่ประเทศที่มีผลผลิตยางธรรมชาติรองลงมา คือ อินโดนีเซียและมาเลเซียสามารถผลิตยางธรรมชาติได้เท่ากับ 3.15 ล้านตัน และ 0.67 ล้านตัน ตามลำดับ ดังตารางที่ 2-2 ซึ่งทั้งสองประเทศเน้นการผลิตยางแท่งเป็นหลัก (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตรอย่างยั่งยืน) ซึ่งถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีผลผลิตยางพาราที่ดีแล้ว แต่อัตราการขยายตัวในปีดังกล่าวลดลงจากปี 2556 ประมาณร้อยละ 1.35 ตามด้วยประเทศอินโดนีเซีย จีน และอินเดียตามลำดับ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2558) ส่วนปี 2558 ประเทศไทยมีผลผลิตยางพารารวมทั้งสิ้น 4.43 ล้านตัน ลดลงจากปี 2557 ประมาณ 0.13 ล้านตัน (การยางแห่งประเทศไทย, 2557)

โดยผลผลิตที่สามารถผลิตได้ในแต่ละปี จากสถิติในปี 2558 พบว่าพื้นที่ในภาคใต้สามารถผลิตได้มากที่สุด โดยผลิตจาก 14 จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดสงขลา ปัตตานี นราธิวาส ยะลา สตูล ตรัง พัทลุง นครศรีธรรมราช ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระนอง ชุมพร และ สุราษฎร์ธานี สามารถผลิตยางพาราได้ 3.20 ล้านตัน และคาดว่าในปี 2559 จะสามารถผลิตได้ 3.14 ล้านตัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 71.59 ของผลผลิตทั้งหมดของประเทศ (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559) ทั้งนี้ผลผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยสามารถแสดงดังรูปที่ 2-1

รูปที่ 2-1 ผลผลิตยางพาราในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย



ที่มา: ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559

ขณะที่ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของประเทศไทยนั้นมาจากความต้องการใช้ภายในประเทศและความต้องการใช้จากต่างประเทศ โดยพบว่าร้อยละ 86 เป็นความต้องการที่มาจากต่างประเทศ และมีความต้องการใช้ในประเทศเพียงร้อยละ 14 ทั้งนี้จากตัวเลขทางสถิติแสดงว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกยางแปรรูปชิ้นต้นรายใหญ่ที่สุด คิดเป็น 1 ใน 3 ของการผลิตยางพาราในตลาดโลก ซึ่งผลผลิตยางแปรรูปชิ้นต้นของประเทศไทยเพื่อการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 83 เช่น น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง เป็นต้น และ ส่วนที่เหลือร้อยละ 17 ใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในระดับปลายน้ำ เช่น ยางล้อ รองเท้า ยางอุตสาหกรรม ถุงมือ และเส้นด้ายยางยืด เป็นต้น โดยการส่งออกยางพารามีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 270,153.8 ล้านบาท มากเป็นอันดับที่ 6 ของการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทยไปตลาดโลก นอกจากนี้ อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและผลิตภัณฑ์ยังเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญในภาคเกษตรมากกว่า 6 ล้านคนและในภาคอุตสาหกรรมอีกกว่า 2 แสนคน (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอย่างยั่งยืน; สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, เอกสารเผยแพร่อุตสาหกรรมนำรู้ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง)

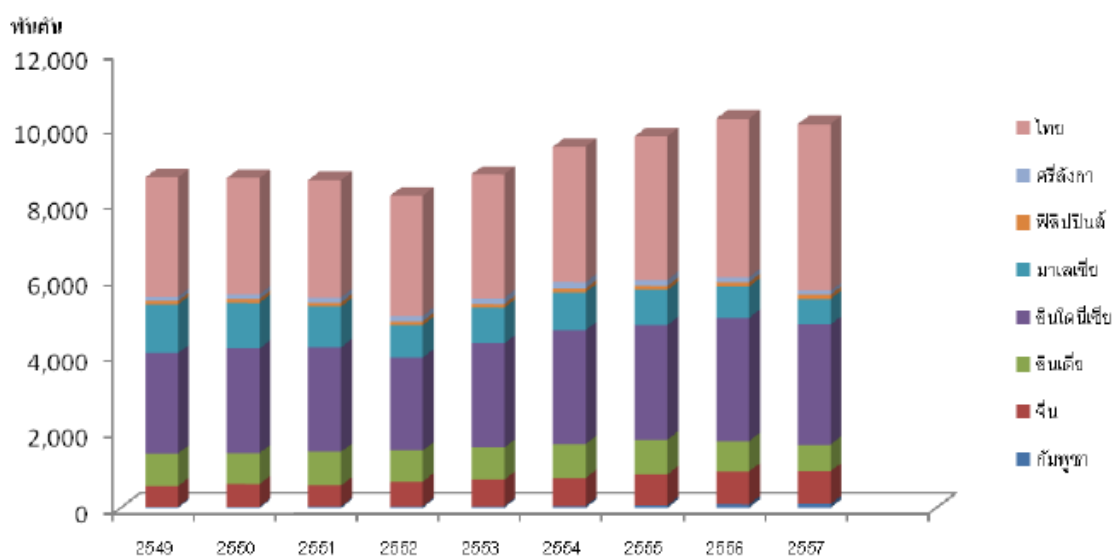


ตารางที่ 2-2 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติประเทศต่างๆ ในปี พ.ศ. 2549-2557 (หน่วย: พันตัน)

ปี	กัมพูชา	จีน	อินเดีย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	ศรีลังกา	ไทย	รวม (ANRPC)	อัตราการขยายตัว (%)
2549	32.00	538.00	853.29	2,637.00	1,283.63	87.89	109.20	3,137.00	8,678.01	10.42
2550	32.90	588.00	810.57	2,755.00	1,199.55	101.02	117.60	3,056.00	8,660.64	-0.20
2551	37.10	548.00	881.29	2,751.00	1,072.37	102.76	129.20	3,090.00	8,611.72	-0.56
2552	37.40	643.00	820.25	2,440.00	857.02	97.74	136.90	3,164.00	8,196.31	-4.82
2553	42.20	687.00	850.80	2,735.00	939.24	98.81	152.95	3,252.00	8,758.00	6.85
2554	51.30	727.00	892.70	2,990.00	996.21	106.43	158.20	3,569.00	9,490.84	8.37
2555	64.50	802.00	919.00	3,012.00	922.80	110.75	152.03	3,778.00	9,761.08	2.85
2556	85.20	865.00	796.00	3,237.00	826.42	111.20	130.41	4,170.00	10,221.23	4.71
2557	97.10	857.00	704.50	3,153.00	668.61	113.26	99.30	4,390.70	10,083.47	-1.35

ที่มา: การยางแห่งประเทศไทย, 2557

รูป 2-2 ปริมาณการผลิตยางธรรมชาติของประเทศต่างๆ ในปี พ.ศ. 2549-2557



ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2558

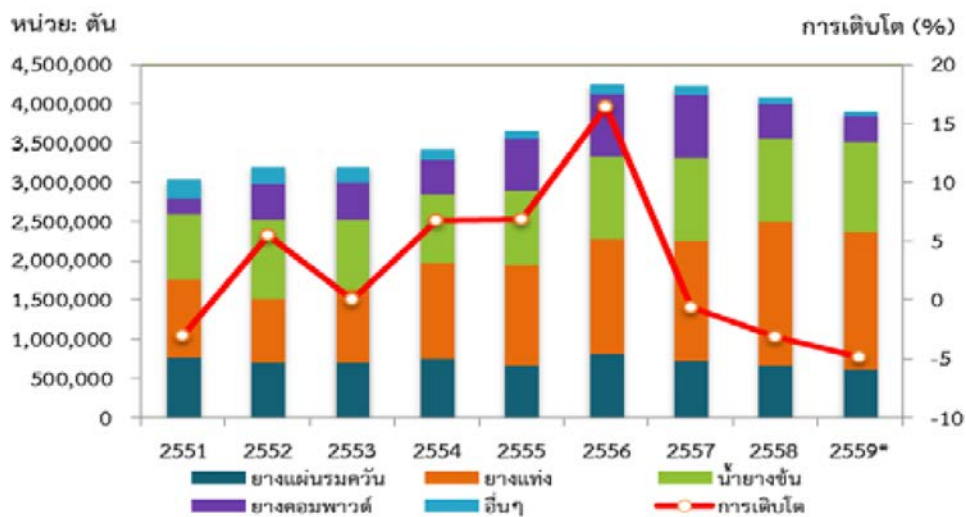
สำหรับการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราขั้นต้นของโลกในปี 2558 มีปริมาณเท่ากับ 12.24 ล้านตัน โดยประเทศจีนมีฐานะเป็นประเทศที่มีการใช้ยางแปรรูปขั้นต้นมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลกเท่ากับ 5.0 ล้านตัน รองลงมา คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา 0.91 ล้านตัน ประเทศอินเดีย 1.05 ล้านตัน และประเทศญี่ปุ่น 0.70 ล้านตัน ตามลำดับ ซึ่งยางที่นำเข้ามาส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของยางแท่งและยางแผ่นรมควันเพื่อป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมยางล้อ เนื่องจากประเทศที่นำเข้รายใหญ่นี้ถือเป็นประเทศผู้นำทางด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนา

อุตสาหกรรมการเกษตรอย่างยั่งยืน; สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, เอกสารเผยแพร่ อุตสาหกรรมน่ารู้ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง)

### การส่งออกและนำเข้า

ประเทศไทยมีการส่งออกยางพาราไทยไปประเทศจีนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.6 ส่วนใหญ่ส่งออกยางแท่งเพื่อผลิตยางล้อ รองลงมาคือประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 11.5 ส่งออกน้ำยางข้นเพื่อผลิตถุงมือยาง และส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 7.7 ซึ่งเป็นตลาดส่งออกยางแผ่นรมควันที่สำคัญของไทย (กฤษฎี พิสิษฐกุล 2558<sup>2</sup>) โดยปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทยในครึ่งปีแรกของปี 2559 อยู่ที่ 1,897,045.67 ตัน (มูลค่า 2,251 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2558 ที่มีปริมาณ 2,051,177.44 ตัน (มูลค่า 2,976.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) หรือขยายตัวลดลงร้อยละ 7.51 ซึ่งผลจากการลดลงของยางคอมพาวด์และยางอื่นๆ โดยเฉพาะยางคอมพาวด์ปรับลดลงมากถึงร้อยละ 67.36 ซึ่งชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนหลังจากที่ทางการเงินได้ออกระเบียบส่วนผสมยางคอมพาวด์ใหม่ให้มียางธรรมชาติไม่เกินร้อยละ 88 และส่วนผสมอื่นๆ ร้อยละ 12 จากเดิมใช้ยางธรรมชาติเป็นส่วนผสมถึงร้อยละ 99.0 - 99.5 โดยได้เริ่มใช้ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการยางล้อของจีนเร่งซื้อยางคอมพาวด์ในช่วงต้นปี 2558 ก่อนจะเริ่มใช้ระเบียบใหม่ ส่งผลปริมาณการส่งออกยางคอมพาวด์ลดลงอย่างมาก สำหรับตลาดสำคัญอื่นๆ เช่น มาเลเซีย และอินเดีย ขยายตัวดีขึ้น โดยมาเลเซียนำเข้าน้ำยางข้นเพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการผลิตถุงมือยางในประเทศ นอกจากนี้ ตลาดอินเดียยังเติบโตได้ดีเนื่องจากผลผลิตยางในอินเดียมีไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมยางล้อ ทำให้นำเข้าจากไทยมากขึ้น

รูปที่ 2-3 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทย ปี 2551-2559



ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2559.

<sup>2</sup> กฤษฎี พิสิษฐกุล (2558). สถานการณ์ยางพาราปี 2557 และแนวโน้มปี 2558.

ตารางที่ 2-3 ปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติของไทยในปี 2558 และ 2559

ประเภทยาง	2558	2559****	ม.ค.-มิ.ย.***		% เปลี่ยนแปลง		สัดส่วน (%) ม.ค.-มิ.ย.59
			2558	2559	ทั้งปี	ครึ่งปี	
ยางแผ่นรมควัน	660,131.37	610,421.92	295,028.30	308,974.89	-7.53	4.73	16.29
ยางแท่ง	1,822,219.85	1,751,947.24	856,034.36	876,075.76	-3.86	2.34	46.18
น้ำยางข้น*	1,072,709.62	1,151,281.20	515,772.65	578,339.18	7.32	12.13	30.49
ยางคอมพาวด์**	438,188.99	216,176.02	331,052.89	108,049.28	-50.67	-67.36	5.69
ยางอื่นๆ	96,958.07	48,227.75	53,289.24	25,606.56	-50.26	-51.95	1.35
<b>รวม</b>	<b>4,090,207.90</b>	<b>3,778,054.13</b>	<b>2,051,177.44</b>	<b>1,897,045.67</b>	<b>-7.63</b>	<b>-7.51</b>	<b>100.00</b>

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์  
ประมวลผลโดยสถาบันพลาสติก และ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางไทย

\* เป็นน้ำหนักของน้ำยางข้น \*\* เป็นน้ำหนักของยางธรรมชาติผสมเขม่าดำ

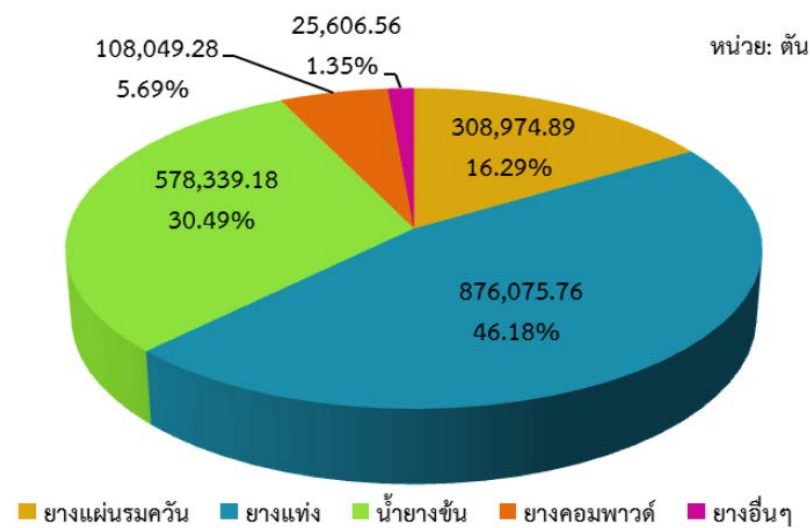
\*\*\* ประมาณการเดือนมิถุนายน 2559

\*\*\*\* ปี 2559 พยากรณ์เดือนมิถุนายน - ธันวาคม โดยวิธี Moving Average

สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางในภาพรวมของปี 2559 (จากการคาดการณ์) ขยายตัวลดลงจากปี 2558 ผลจากการปรับลดลงเกือบทุกรายการ (ยกเว้นน้ำยางข้น) โดยปริมาณการส่งออก ยางคอมพาวด์ในช่วงครึ่งปีหลังคาดว่าจะลดลงอีก ประกอบกับ การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและเศรษฐกิจโลกที่จะส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ยางชะลอลง นอกจากนี้ ความร่วมมือกันกำหนดมาตรการจำกัดปริมาณยางส่งออกของประเทศผู้ผลิตยางรายใหญ่ ทั้งไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เพื่อผลักดันราคายางให้สูงขึ้น โดยดำเนินการเป็นระยะเวลา 6 เดือน ในช่วงระหว่างเดือนมีนาคมจนถึงสิงหาคม จะทำให้ปริมาณการส่งออกยางในครึ่งปีหลังลดลงอีก ซึ่งจะส่งผลให้ภาพรวมการส่งออกตลอดทั้งปีลดลงจากปีก่อน

สำหรับสัดส่วนปริมาณการส่งออกสูงสุดในระยะ 6 เดือนของปี 2559 (ตั้งแต่ ม.ค. ถึง มิ.ย.) ยางแท่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 46.18 หรือมีปริมาณ 876,075.76 ตัน รองลงมาคือ น้ำยางข้น ยางคอมพาวด์ ยางแผ่นรมควัน และยางอื่นๆ ตามลำดับ ประกอบด้วย ยางยานพาหนะ ถุงมือยาง/ถุงมือตรวจ ยางรัดของ หลอดและท่อ สายพานลำเลียงและส่งกำลัง ผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ในทางเกษตรกรรม ยางวัลคาไนซ์ และผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ

รูปที่ 2-4 สัดส่วนและปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติในครึ่งปีแรกของปี 2559

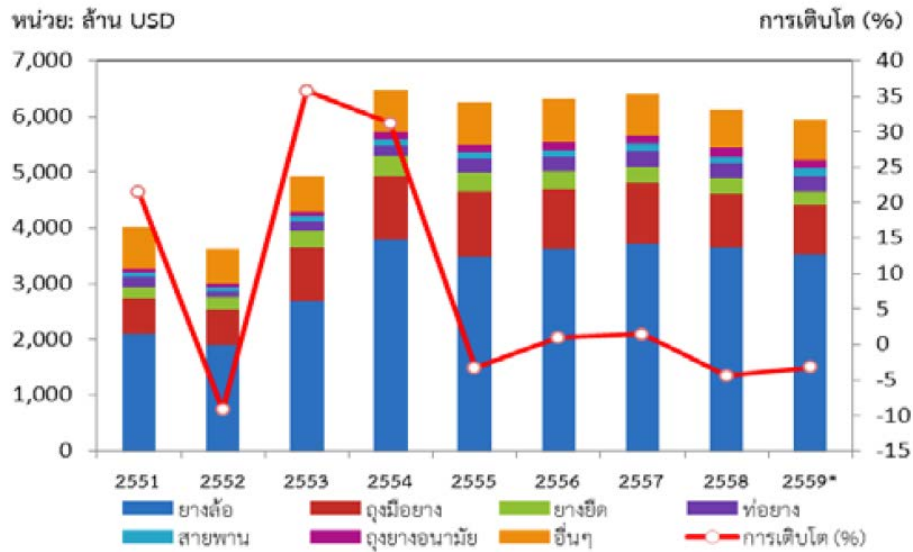


ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2559.

สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางมีภาพรวมมูลค่าการส่งออกในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2559 มีมูลค่า 2,935.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีมูลค่า 3,071.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือลดลงร้อยละ 4.44 เป็นผลจากการปรับลดลงของผลิตภัณฑ์หลักเกือบทุกรายการ (ยกเว้นสายพาน) โดยถุงมือยางปรับลดลงมากที่สุดร้อยละ 7.59 ส่วนยางล้อ ถุงยางอนามัย ยางยืด และท่อยาง ลดลงร้อยละ 5.61, 5.16, 3.81 และ 0.34 ตามลำดับ (รูปที่ 4 และตาราง 6) ภาพรวมการส่งออกที่ปรับลดลงเนื่องจากตลาดยางล้อสำคัญๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย อีกทั้งหลายประเทศในสหภาพยุโรป เช่น เยอรมนี ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ และเบลเยียม ต่างหดตัว โดยเฉพาะจีนและญี่ปุ่นหดตัวค่อนข้างมาก เนื่องจากเงินยังคงประสบปัญหาภาคการผลิตและการบริโภคในประเทศที่ชะลอตัว บวกกับระดับหนี้สินในประเทศมีในระดับสูง ทำให้อุปสงค์ผลิตภัณฑ์ยางโดยรวมของเงินยังคงปรับลดลง ส่วนญี่ปุ่นก็ได้รับผลการชะลอตัวของการบริโภคภาคเอกชนและภาคการส่งออกยังคงอ่อนแอ อีกทั้งยังประสบปัญหาภัยธรรมชาติในประเทศจนทำให้บริษัทรถยนต์หลายแห่งชะลอการผลิต สำหรับประเทศอื่นๆ ต่างได้รับกระหนาบจากเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมาส่งผลต่อเนื่องถึงกลางปี 2559 โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศแถบเอเชียที่ต้องพึ่งพาภาคการส่งออกเป็นหลัก และยังคงประสบปัญหารายได้จากภาคเกษตรตกต่ำและราคาน้ำมันที่ผันผวน ทำให้อุปสงค์ประเทศแถบเอเชียยังคงอ่อนแอนอกจากนี้ ตลาดสหภาพยุโรปปรับลดลงเนื่องจากเศรษฐกิจยังเปราะบาง ตลอดจนไทยได้รับผลกระทบจากการยกเลิกสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป หรือ GSP ของสหภาพยุโรป ทำให้กลับมาเสียภาษีในอัตราปกติ (MFN) ปริมาณการส่งออกถุงมือยางและยางล้อไปยังสหภาพยุโรปจึงลดลง นอกจากนี้ ตลาดถุงมือยางในสหรัฐฯ หดตัวหลังจากตลาดเริ่มนิยมถุงมือยางไนไตรล์มากขึ้น และยังประสบปัญหาการแข่งขันจากผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่อย่างมาเลเซียที่ได้เปรียบด้านต้นทุน เทคโนโลยีการผลิต และกำลังการผลิต ทำให้การส่งออกถุงมือยางหดตัวมากในตลาดสหรัฐฯ แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดยางล้อสหรัฐฯ ยังขยายตัวดีขึ้นตามการขยายตัวของตลาดรถยนต์ในสหรัฐฯ ประกอบกับการบริโภคในประเทศและภาคแรงงานสหรัฐฯ ยังแข็งแกร่ง ทำให้ตลาดสหรัฐฯ ยังคงขยายตัวได้ดี นอกจากนี้ ความต้องการยางล้ออินเดียปรับเพิ่มขึ้นเพราะอุตสาหกรรมยางล้ออินเดียประสบปัญหาวัตถุดิบยางในประเทศขาดแคลน ซึ่งการขยายตัวดีขึ้น ทั้งในสหรัฐฯ และอินเดียทำให้การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางในภาพรวมของไทยไม่หดตัวมากนัก

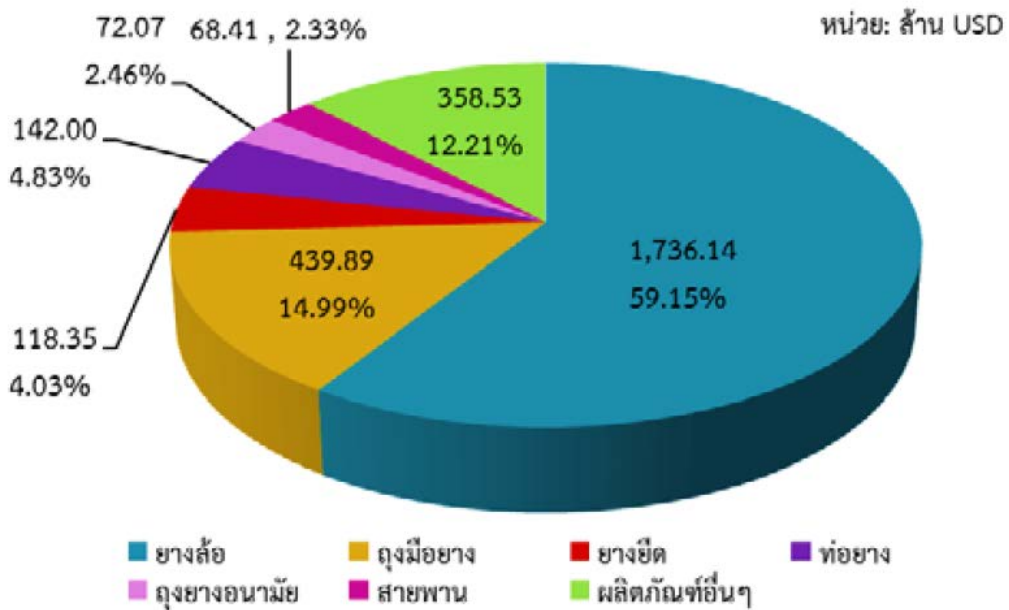
สำหรับภาพรวมมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางตลอดทั้งปี (จากการพยากรณ์) ลดลงจากปีก่อน ผลจากยางล้อ ถุงมือยาง ยางยืด และถุงยางอนามัย โดยหดตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น และอีกหลายประเทศในแถบเอเชีย เนื่องจากเศรษฐกิจของคู่ค้ายังคงชะลอตัว และยังคงต้องอาศัยอาศัยเวลาในการฟื้นตัว โดยเฉพาะจีนที่ต้องอาศัยเวลาในการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มอุปสงค์ในประเทศ และแก้ปัญหาภาระหนี้สิน สัดส่วนมูลค่าการส่งออกในครึ่งปีแรกของปี 2559 ยางล้อยังคงมีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 59.15 หรือมีมูลค่า 1,736.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ ถุงมือยาง ท่อยาง ยางยืด ถุงยางอนามัย และสายพาน ตามลำดับ (รูปที่ 2-6)

รูปที่ 2-5 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทย ปี 2551-2559



ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2559.

รูปที่ 2-6 สัดส่วนและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยในครึ่งปีแรกของปี 2559



ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2559.

ปริมาณการนำเข้ายางธรรมชาติและยางคอมพาวด์ของไทยในครึ่งปีแรกของปี 2559 อยู่ที่ 11,671.31 ตัน (มูลค่า 24.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2558 ที่มีปริมาณ 5,949.04 ตัน หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 96.19 โดยมีการนำเข้ายางคอมพาวด์ถึง 9,520.52 ตัน และน้ำยางข้น 1,711.60 ตัน สำหรับแหล่งนำเข้ายางคอมพาวด์ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากเกาหลีใต้และญี่ปุ่น ส่วนน้ำยางข้นเกือบทั้งหมดนำเข้าจากมาเลเซีย

ตารางที่ 2-4 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของไทยในปี 2558 และ 2559

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ผลิตภัณฑ์	2558	2559**	ม.ค.-มิ.ย.*		% เปลี่ยนแปลง		สัดส่วน (%) ม.ค.-มิ.ย.59
			2558	2559	ทั้งปี	ครึ่งปี	
ยางล้อ	3,637.97	3,524.69	1,839.33	1,736.14	-3.11	-5.61	59.15
ถุงมือยาง	971.37	884.44	476.03	439.89	-8.95	-7.59	14.99
ยางยืด	294.67	241.40	123.04	118.35	-18.08	-3.81	4.03
ท่อยาง	245.88	287.06	142.49	142.00	16.75	-0.34	4.83
ถุงยางอนามัย	152.69	145.10	75.99	72.07	-4.97	-5.16	2.46
สายพาน	127.08	138.10	61.24	68.41	8.67	11.71	2.33
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	700.72	713.59	353.77	358.53	1.84	1.35	12.21
<b>รวม</b>	<b>6,130.38</b>	<b>5,934.38</b>	<b>3,071.89</b>	<b>2,935.39</b>	<b>-3.20</b>	<b>-4.44</b>	<b>100.00</b>

ที่มา: ศูนย์สารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์  
ประมวลผลโดยสถาบันพลาสติก และ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางไทย

\* ประมาณการเดือนมิถุนายน 2559

\*\* ปี 2559 พยากรณ์เดือนมิถุนายน - ธันวาคม โดยวิธี Moving Average

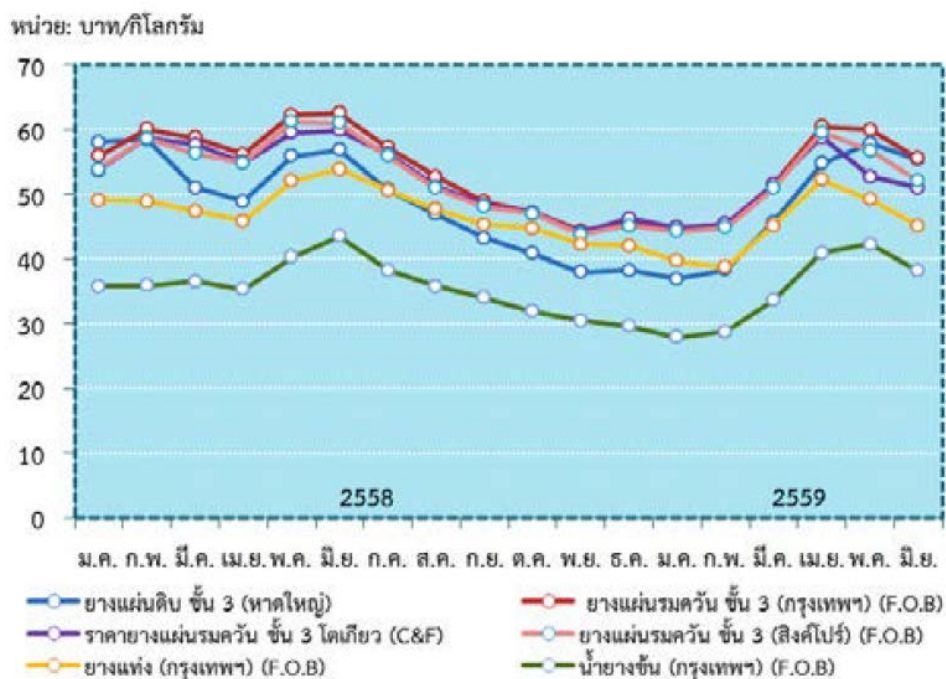
สำหรับภาพรวมปริมาณการนำเข้าตลอดทั้งปีขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2558 เนื่องจากการขยายตัวค่อนข้างมากในช่วงครึ่งปีแรก และคาดว่าอุปสงค์ของตลาดในประเทศในครึ่งปีหลังจะปรับดีขึ้นภายหลังจากที่รัฐบาลเร่งการใช้จ่ายและใช้มาตรการต่างๆ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการบริโภคในประเทศมาระยะหนึ่งแล้ว ส่วนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางภาพรวมมีมูลค่าการนำเข้าในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2559 มีมูลค่า 602.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีมูลค่า 615.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวลดลงร้อยละ 2.12 เป็นผลจากการปรับลดลงของ ท่อยาง สายพาน ถุงมือยาง และผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ โดยแหล่งนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางส่วนใหญ่ยังคงมีการนำเข้าจากญี่ปุ่น มาเลเซีย จีน เกาหลีใต้ เยอรมนี สหรัฐฯ และอินโดนีเซีย แต่การนำเข้าจากจีน อินโดนีเซีย และเกาหลีใต้ ลดลง ในขณะที่ตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้นเล็กน้อย สำหรับภาพรวมมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยางตลอดทั้งปี (จากการพยากรณ์) เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

## ราคากลาง

ราคายางโดยรวมในครึ่งปีแรกของปี 2559 ทั้งราคายางในประเทศ ราคาส่งออก และราคาตลาดต่างประเทศลดลงจาก ช่วงเดียวกันของปี 2558 โดยราคายางแผ่นดิบปรับลดลงมากที่สุด ร้อยละ 12.28 (รูปที่ 2-7) ซึ่งความเคลื่อนไหวของราคายางโดยรวมในครึ่งปีแรกของปีนี้ค่อนข้างผันผวน โดยราคายางอยู่ในระดับต่ำในเดือนมกราคมและกลับมาขยับขึ้นตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์จนถึงเดือนพฤษภาคม ก่อนที่จะกลับมาลดลงอีกครั้งในเดือนมิถุนายน โดยภาพรวมราคายางที่ปรับลดลงจากปีที่ผ่านมาสาเหตุสำคัญเนื่องมาจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว โดยเฉพาะจีนซึ่งเป็นผู้ใช้ยางรายใหญ่ประสบปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัวตั้งแต่ช่วงท้ายของปีที่ผ่านมา อีกทั้งปริมาณยางในตลาดมีเพิ่มขึ้นหลังจากที่หลายๆ ประเทศหันมาปลูกยางมากขึ้น รวมถึงเงินได้ขยายพื้นที่ปลูกไปยังประเทศอื่นๆ มากขึ้น ประกอบกับราคาดิบในตลาดโลกผันผวนและปรับลดลง และนักลงทุนมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ยังเปราะบาง ทำให้ราคายางโดยรวมในช่วงครึ่งปีแรกลดลงจากปีที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย จะรวมกันแก้ปัญหาราคายางตกต่ำโดยการจำกัดปริมาณการส่งออกยางปริมาณ 6.15 แสนตัน เป็นระยะเวลา 6 เดือน รวมถึงรัฐบาลไทยออกมาตรการต่างๆ เพื่อดูดซับ

ปริมาณยางในตลาด แต่ก็ได้ผลเพียงระยะสั้นเนื่องจากราคายางเปลี่ยนแปลงตามกลไกของตลาดโลก และถูกขับเคลื่อนจากตลาดต่างประเทศเป็นหลัก

รูปที่ 2-7 ราคายางในประเทศไทย ตลาดล่วงหน้าโตเกียวและสิงคโปร์ ปี 2558-2559 (มกราคม-มิถุนายน)



ที่มา: การยางแห่งประเทศไทย, 2559

ตารางที่ 2-5 ราคายางธรรมชาติในประเทศไทยและตลาดล่วงหน้าโตเกียว และสิงคโปร์ในปี 2558 และ 2559

หน่วย บาทต่อกิโลกรัม

ประเภทยาง	2558 (เฉลี่ยทั้งปี)	ม.ค.-มิ.ย. (เฉลี่ย)		% เปลี่ยนแปลง ครึ่งปี
		2558	2559	
ยางแผ่นดิบ ชั้น 3 หาดใหญ่	49.00	54.95	48.20	-12.28
ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3 กรุงเทพ (F.O.B)	54.37	59.34	53.01	-10.67
ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3 โตเกียว (C&F)	53.20	57.44	51.00	-11.21
ยางแผ่นรมควัน ชั้น 3 สิงคโปร์ (F.O.B)	53.13	57.73	51.48	-10.83
ยางแท่ง กรุงเทพฯ (F.O.B)	47.57	49.62	49.09	-1.07
น้ำยางชั้น กรุงเทพฯ (F.O.B)	35.68	37.94	35.33	-6.88

ที่มา: สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

ประมวลผลโดยสถาบันพลาสติก และ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางไทย

หมายเหตุ: ยางแผ่นรมควันชั้น 3 (F.O.B) ส่งมอบล่วงหน้า 2 เดือน

ยางแท่ง กรุงเทพฯ (F.O.B) และน้ำยางชั้น กรุงเทพฯ (F.O.B) ส่งมอบล่วงหน้า 1 เดือน

### จำนวนผู้ประกอบการและการจ้างงาน

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีผลผลิตยางพาราธรรมชาติเป็นจำนวนมากที่สุดของโลก แต่เป็นลักษณะของการแปรสภาพวัตถุดิบทางการเกษตรในระดับขั้นต้นเท่านั้น (แนวโน้มอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพในประเทศไทย, พิพัฒน์ วีระถาวร, 2556) ดังนั้น แม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางพารารายใหญ่

ที่สุดของโลก แต่มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในระดับต้นน้ำและกลางน้ำมีมูลค่าการส่งออกรวมต่ำกว่ามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในระดับปลายน้ำ โดยในปี 2558 การส่งออกยางแปรรูปขั้นต้นของไทย ประกอบด้วย ยางแผ่น ยางแท่ง น้ำยางข้น และยางพาราอื่นๆ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 5,187.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับปีก่อน ปรับตัวลดลงร้อยละ 13.84 ซึ่งแม้ว่าปริมาณการส่งออกยางแปรรูปขั้นต้นจะเพิ่มขึ้น แต่ราคาขายปรับตัวลดลงมาก จึงทำให้มูลค่าการส่งออกลดลงตามไปด้วย โดยตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญ คือ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา

ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เนื่องจากเป็นประเทศผู้ผลิตยางอันดับหนึ่งของโลกจึงมีโอกาสและความเป็นไปได้ในการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเบื้องต้นให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้ได้ รวมทั้งพัฒนาการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในอุตสาหกรรมปลายน้ำ ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐได้สนับสนุนให้มีการใช้ยางธรรมชาติในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยให้มีการเพิ่มการผลิตยางที่มีศักยภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพารา สร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเพิ่มปริมาณการใช้ยางให้มากขึ้นโดยมีเป้าหมายเพิ่มการใช้ยางภายในประเทศเป็นร้อยละ 20 จากเดิมที่มีการใช้เพียงร้อยละ 11 ของผลผลิตทั้งหมด หรือประมาณ 3.2 ถึง 3.4 แสนตันต่อปี (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร, ยางพารา: การนำไปใช้ประโยชน์)

สำหรับโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ยางที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 1,008 โรงงาน ดังตารางที่ 2-6 ซึ่งโรงงานส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 40 จะตั้งอยู่ภาคใต้ ตามด้วยกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่ร้อยละ 35 นอกจากนี้ ยังมีกิจการกระจายตัวอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 11 ภาคตะวันออกร้อยละ 8 ภาคกลางร้อยละ 3 และภาคเหนือร้อยละ 3 (สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, จำนวนผู้ประกอบการ จำแนกตามรหัสประเภทธุรกิจและขนาดวิสาหกิจในปี 2557)

ส่วนจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางคาดว่ามากกว่า 44,000 คน โดยตัวเลขของการจ้างงานในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราจะยังไม่มีความชัดเจน เนื่องจากการจ้างแรงงานชั่วคราวเป็นหลัก รวมถึงแรงงานต่างด้าวจำนวนมาก อย่างไรก็ตามพบว่าบุคลากรในสายการผลิตส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61) มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี สำหรับบุคลากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีประมาณร้อยละ 33 (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2555)

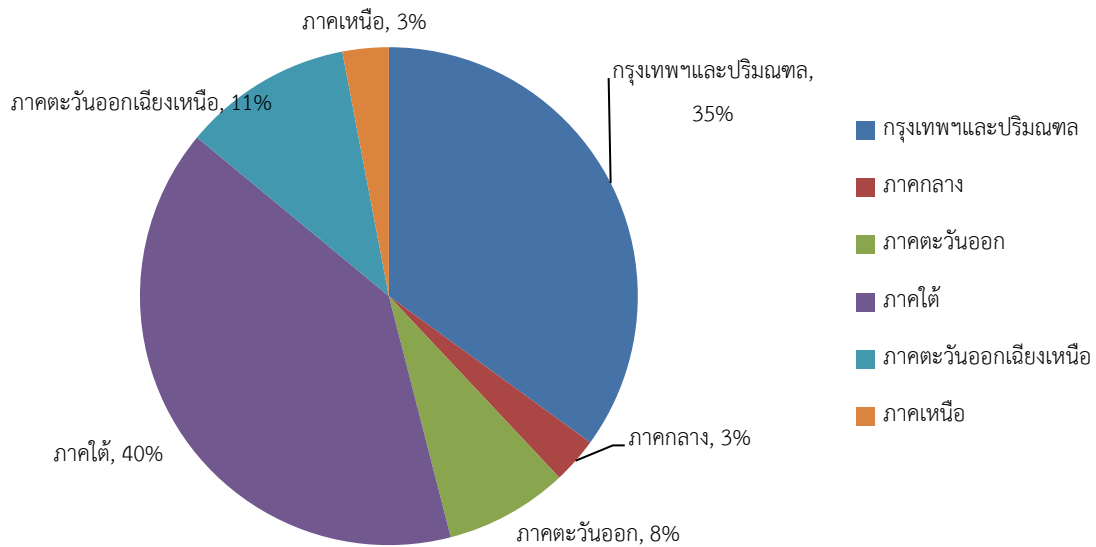
ตารางที่ 2-6 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ปี พ.ศ. 2557

ผลิตภัณฑ์ยาง	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)		
	M	S	รวม
22111: การผลิตยางล้อและยางใน	7	87	94
22112: การหล่อดอกยางและการซ่อมสร้างยางล้อ	7	72	79
22191: การผลิตยางแผ่น และยางแท่ง	21	118	139
22192: การผลิตน้ำยางข้น	14	25	39
22193: การผลิตสิ่งของเครื่องใช้ด้านสุขอนามัยหรือเภสัชกรรมที่ทำจากยาง	11	38	49
22199: การผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	56	552	608
รวม	116	892	1,008

ที่มา: สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557)



รูปที่ 2-8 ร้อยละผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราจำแนกตามพื้นที่



ที่มา: สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557)

### แนวโน้มของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

แนวโน้มภาพรวมอุตสาหกรรมในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2559 คาดว่าภาคส่งออกจะยังคงได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและเศรษฐกิจโลกที่ยังคงเปราะบาง และไทยอาจเผชิญกับการเสียส่วนแบ่งตลาดในจีนเนื่องจากคู่แข่งอย่างกลุ่มประเทศ CLMV ต่างเร่งพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่องและเริ่มมีบทบาทในตลาดจีนมากขึ้น ซึ่งล้วนแต่เป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของ การส่งออกยางของไทย ในขณะที่อุปสงค์ยางในประเทศมีปัจจัยหนุนจากตลาดรถยนต์ในประเทศที่คาดว่าจะขยายตัวดีขึ้นในช่วงท้ายของปี เนื่องจากมีการแข่งขันกันจัดแคมเปญของผู้ประกอบการรถยนต์อย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นตลาด รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ และมาตรการเพิ่มปริมาณการใช้ยางในประเทศน่าจะเริ่มเห็นผลชัดเจนขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้อุปสงค์ยางในประเทศขยายตัวดีขึ้น

แนวโน้มราคายางในช่วงครึ่งปีหลังคาดว่าจะปรับลดลงเล็กน้อยเนื่องจากราคาน้ำมันดิบมีแนวโน้มปรับลดลงหลังจากผู้ผลิตรายใหญ่ส่งสัญญาณเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลก และสต็อกน้ำยางดิบในสหรัฐฯ ยังมีจำนวนมาก นอกจากนี้ ปัจจัยเชิงโครงสร้างทั้งปริมาณยางที่จะออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น และอุปสงค์ต่างประเทศอาจชะลอตัวจากภาวะเศรษฐกิจจีนที่ยังไม่ฟื้นตัว ได้เร็วในระยะสั้นนี้ ซึ่งจะส่งผลให้ราคายางปรับลดลงอีก (รายงานสภาวะอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพาราปี 2559, สถาบันพลาสติก)

ส่วนภาพรวมอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ยางในครึ่งปีหลังของ ปี 2559 คาดว่าอุปสงค์โดยรวมในประเทศจะปรับดีขึ้นเนื่องจากการดำเนินมาตรการต่างๆ ที่เอื้อต่ออุตสาหกรรม เช่น มาตรการเพิ่มการใช้ยางของภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง การหนุนการลงทุนในกลุ่ม SMEs และมาตรการส่งเสริมการใช้ยางในประเทศให้มากขึ้น นอกจากนี้ การจัดแคมเปญและการใช้กลยุทธ์กระตุ้นการขายในรูปแบบต่างๆ ของผู้ประกอบการรถยนต์ในช่วงแห่งการขยายท้ายปี และการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ที่จะช่วยกระตุ้นตลาด อีกทั้งในช่วงท้ายของปีจะสิ้นสุดการถือครองรถคันแรกที่กำหนดไว้ 5 ปี ทำให้แนวโน้มยอดขายจะปรับดีขึ้นจากช่วงต้นปี ซึ่ง

จะช่วยกระตุ้นภาคการผลิตในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางให้ปรับตัวดีขึ้น ในขณะที่ภาคส่งออกยังคงมีปัจจัยเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่ชะลอตัว เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกทำให้อุปสงค์โดยรวมยังคงอ่อนแอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจจีนที่รากฐานยังไม่แข็งแกร่งพอที่จะทำให้กลับมาฟื้นตัวได้เร็วในระยะนี้ นอกจากนี้ ญี่ปุ่นและประเทศแถบเอเชียก็ยังมีเผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว โดยเฉพาะผลจากภาคการส่งออกที่ยังขยายตัวต่ำ รวมถึงเศรษฐกิจสหภาพยุโรปยังคงเปราะบาง และยังมีความเสี่ยงจากกรณีสหราชอาณาจักรถอนตัวออกจากสหภาพยุโรป (Brexit) ที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสหรัฐฯ และประเทศคู่ค้าอื่นๆ โดยเฉพาะค่าเงินที่อาจผันผวนซึ่งมีโอกาที่จะส่งผลกระทบต่อภาคการค้าที่อาจชะลอลงในระยะถัดไป (รายงานสภาวะอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพาราปี 2559, สถาบันพลาสติก)

## 2.2 นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและผลิตภัณฑ์เริ่มต้นจากการแปรรูปน้ำยางพาราขั้นต้นที่ได้จากการกรีดยางน้ำยางสดมาผ่านกระบวนการที่เหมาะสมและสะดวกต่อการนำไปใช้ สำหรับยางขั้นกลางที่ได้จากการแปรรูปจากน้ำยางสด จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ น้ำยางข้น และยางแห้ง ได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่งและยางอื่นๆ (ยางเครป ยางสีกิม และยางคอมปาว์) ซึ่งยางแปรรูปขั้นกลางเหล่านี้จะถูกนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ยางสำเร็จรูปมากมาย ได้แก่ ยางล้อ (ยางรถยนต์ ยางรถจักรยานยนต์และยางรถจักรยาน) พื้นรองเท้า รองเท้ายาง ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ยางรัดของ ท่อต่างๆ และสายพาน เป็นต้น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน: ยุทธศาสตร์การพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมภายใต้กรอบโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย)

ภายใต้กรอบแนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง ได้มีการกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นการพัฒนา ปรับปรุง เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากยาง โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554) ดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์การพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง “ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากยางพารา ทั้งในระดับอาเซียนและระดับโลก”

พันธกิจการพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง ประกอบไปด้วย

- 1) พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง โดยใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) สนับสนุนปัจจัยเกื้อหนุนที่จำเป็นและเหมาะสมต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง ทั้งในเรื่องการผลิต การตลาด การขนส่ง การเงิน การลงทุน และความเสี่ยง
- 3) พัฒนาและส่งเสริมบทบาทอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยคำนึงถึงคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
- 4) พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง ให้มีศักยภาพในการค้าและการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

วัตถุประสงค์หลักของยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางอย่างยั่งยืน มี 3 ประการดังนี้

- 1) เพื่อเป็นกรอบแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางของไทย
- 2) เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง ให้มีความเป็นเอกภาพและประสิทธิภาพสูงขึ้นและเอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ในห่วงโซ่อุปทาน
- 3) เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของเกษตรกรซึ่งเป็นฐานการผลิตขั้นต้น รวมถึงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน

สำหรับยุทธศาสตร์การกำหนดแผนงานหรือโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางภายใต้แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอย่างยั่งยืน สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วยยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

1) ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของอุตสาหกรรมมิใช่อาหารไทย ให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ การพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางสามารถที่จะรักษาเสถียรภาพของตน ให้พ้นจากสถานการณ์ภัยคุกคาม เพื่อเป็นการปรับฐานการผลิตในห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการเสริมสร้างศักยภาพ และสร้างความร่วมมือภายใต้ความเชื่อมโยงของทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งภายในและระหว่างประเทศ โดยมีกลยุทธ์ 3 กลยุทธ์ คือ

- พัฒนาความร่วมมือให้กับอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางในการเข้าสู่การเปิดเสรีการค้าและการลงทุน
- เสริมสร้างศักยภาพอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
- สร้างความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางในประเทศและต่างประเทศ

2) ยุทธศาสตร์เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ภายใต้ความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ภายใต้การบูรณาการความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อให้สถานประกอบการอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางมีการนำการวิจัยและพัฒนามาใช้พัฒนาสินค้า การพัฒนาขีดความสามารถ เพื่อการยกระดับมาตรฐาน และความเข้มแข็งโดยมีกลยุทธ์ทั้งหมด 6 กลยุทธ์ คือ

- เพิ่มผลิตภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- ส่งเสริมการสร้างพันธมิตร การรวมกลุ่ม และการพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ยาง
- พัฒนาสินค้าอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม
- ยกกระดับคุณภาพของสินค้าอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล
- สร้างโอกาสและเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง

• สร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง

3) ยุทธศาสตร์สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง เพื่อให้สามารถขยายฐานการผลิตและตลาดใหม่ตามแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วโดยมีกลยุทธ์ 3 กลยุทธ์ คือ

- พัฒนาศักยภาพของหน่วยงาน สถานประกอบการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง โดยยกระดับความรู้ ทักษะ ฯลฯ
- พัฒนาระบบฐานข้อมูลและข้อมูลองค์ความรู้เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง
- ทบทวน ปรับปรุง ผลักดันกฎหมาย กฎระเบียบ มาตรการภาษีและการให้สิทธิประโยชน์เพื่อการส่งเสริมและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง

4) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่ การรักษาเสถียรภาพของอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางให้พ้นจากสถานการณ์ภัยคุกคามที่เกิดจากการพัฒนาโดยคำนึงถึงฐานเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีกลยุทธ์ 3 กลยุทธ์ คือ

- ส่งเสริมให้ธุรกิจอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการพัฒนาบนฐานเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
- สนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางในการใช้ประโยชน์และบริหารจัดการทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่
- การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายการพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง

แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ปี พ.ศ. 2555 – พ.ศ. 2574 ของกระทรวงอุตสาหกรรม ได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการไทยมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้รับจ้างการผลิตให้กับเจ้าของตราสินค้าจากต่างประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการไทยยังขาดการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล แต่มีศักยภาพในการเป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี การกำหนดบทบาทของผู้ประกอบการในอนาคตนั้นจึงมุ่งเน้นสู่การสร้างตราสินค้าไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในเวทีโลกต่อไปสำหรับอุตสาหกรรมไทยที่มีศักยภาพสูงและมีช่องทางการยกระดับไปสู่เจ้าของตราสินค้า

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางในอนาคตตามแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ได้ระบุว่าในช่วงแรกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมผู้ประกอบการเข้าสู่อุตสาหกรรมแปรรูปยางเป็นผลิตภัณฑ์ยางให้มากขึ้นเนื่องจากการเพิ่มมูลค่าของสินค้า ขณะที่ปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งออกยางค่อนข้างมากแต่อยู่ในรูปของน้ำยางซึ่งมีมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าค่อนข้างน้อย ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางแปรรูป และนำไปสู่การสร้างตราสินค้าของไทย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มบทบาทและความสำคัญในอุตสาหกรรมยางในระดับโลกมากขึ้น ทำให้มีอำนาจในการต่อรองและกำหนดทิศทางราคาอย่างต่อเนื่องจนการควบคุมกลไกการผลิตยางในอนาคตได้ โดยแนวทางการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมให้มีความก้าวหน้าทัดเทียมกับนานาชาติ และมีความยั่งยืนต่อไปในอนาคต ได้กำหนดไว้ทั้งหมด 3 แนวทางหลักที่สำคัญ ดังรูปที่ 2-9 ได้แก่

รูปที่ 2-9 แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยาง



ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรม (2554)

(1) สร้างเสถียรภาพราคาขาย การบริหารจัดการสร้างความมั่นคงของราคาขายเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนราคาขายซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบ โดยการจัดทำข้อตกลงการซื้อขายยางล่วงหน้า การจัดทำสัญญาซื้อขายยางแปรรูปขึ้นต้นล่วงหน้าเป็นรายเดือน

(2) พัฒนากลไกในการสนับสนุนอุตสาหกรรมปลายน้ำ

- ยกระดับโครงสร้างสนับสนุน โดยการจัดตั้งหน่วยงานกลางที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบด้านการบริหารจัดการยางและผลิตภัณฑ์อย่างครบวงจร พัฒนาโครงสร้างสนับสนุนตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ยาง ด้านการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมยางปลายน้ำ
- พัฒนาบุคลากรและเครือข่าย พัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางระดับกลางและระดับเล็ก พัฒนาและบริหารจัดการบุคลากร และองค์ความรู้ทางด้านยางพารา และผลิตภัณฑ์ยางตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอย่างมีระบบ และสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบการให้แก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็

(3) ประชาสัมพันธ์การบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ยางและมาตรฐานสินค้าไทย

- ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาง โดยเริ่มจากการสร้างค่านิยมและความตระหนักในการใช้ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติในวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ และปรับปรุงกฎระเบียบ ข้อจำกัดด้านระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรม
- ยกระดับมาตรฐานสินค้า โดยการพัฒนามาตรฐาน และสร้างการยอมรับในการใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ไทยให้เป็นมาตรฐานสากล และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ทั้งนี้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางไทยต้องได้รับการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มคุณค่าและมีความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ มีมาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จนสามารถเป็นผู้นำในการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางของโลก ตลอดจนเป็นศูนย์กลางตลาดการซื้อขาย วัตถุดิบยางที่สามารถกำหนดปริมาณการผลิต และราคาขายได้ รวมทั้งมีอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางในประเทศมากขึ้น เป็นแหล่งผลิตและส่งออกยางและผลิตภัณฑ์ยางอันดับที่ 1 ของโลกทั้งยางดิบ และผลิตภัณฑ์ยางโดยมีสินค้าหลัก 2 กลุ่ม คือ

- ผลิตภัณฑ์ยางสำหรับยานพาหนะ เช่น ยางรถจักรยานยนต์ รถบรรทุก โดยเฉพาะยางล้อดอกรถยนต์และ ผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ในยานพาหนะ และพัฒนาให้มีศักยภาพในการผลิตยางเส้นลวด (Radial Tyre)
- ผลิตภัณฑ์ยางที่สำคัญ เช่น ถุงมือ ถุงยางอนามัย เส้นด้ายยางยืด หรือที่นอน โดยจะต้องสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำแทนประเทศมาเลเซีย ภายในปี พ.ศ. 2563

นอกจากนี้ควรส่งเสริมการรีไซเคิลและการนำกลับมาใช้ใหม่ของผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งจะช่วยในการลดปริมาณมลภาวะที่เกิดจากยางเก่าแล้ว มีการส่งเสริมการมีศูนย์ทดสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ยางที่จะช่วยในการตรวจสอบมาตรฐานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ในภูมิภาคอาเซียน และพัฒนาให้เป็นฐานการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ยาง รวมถึงสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ยางบางประเภท โดยเป็นผู้กำหนดและควบคุมมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ยางบางกลุ่มเช่น Thailand gloves standard เป็นต้น

ทั้งนี้จากการศึกษาภาพรวมนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ในปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่านโยบายและแผนยุทธศาสตร์มีความชัดเจนในการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากยางพารา โดยมีพันธกิจต่างๆในการสนับสนุนอุตสาหกรรมซึ่งเน้นในการที่จะใช้องค์ความรู้ต่อการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้มีมาตรฐานเทียบเท่ามาตรฐานสากล สร้างพันธมิตรในกิจการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ เน้นการสร้างอุตสาหกรรมยางพาราที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงเน้นการส่งเสริมการค้าของกิจการระหว่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการทำวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปของผู้ประกอบการผ่านความร่วมมือกับหน่วยงานหรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีการสร้างแนวทางและส่งเสริมการรวมกลุ่มของสมาชิกในอุตสาหกรรมยางพาราแปรรูปจากภาครัฐให้มีความชัดเจนและมีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การพัฒนา และการบริหารทรัพยากรของอุตสาหกรรมยางพาราร่วมกัน นอกจากนี้ นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ควรมีการส่งเสริมให้เกิดการบริโภคหรือมีการใช้ผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปภายในประเทศมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมยางพาราแปรรูปแต่ละประเภทของสินค้าให้มีความชัดเจนและมีรายละเอียดกำหนดไว้ตามหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแล ขณะเดียวกันนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดก็ถือว่ามีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมช่องทางทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการกับตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ขณะที่แผนและนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมยางแปรรูปและผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทย จากการพิจารณาแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ปี 2555 – 2574 ของกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่ามีการเชื่อมโยงถึงการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบการให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งนโยบายดังกล่าวเป็นนโยบายที่จะมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนา ด้านนวัตกรรม การลงทุน และศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศ ส่วนแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอย่างยั่งยืน ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้พูดถึงประเด็นการส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการพัฒนา โดยคำนึงถึงพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ

ทั้งนี้แผนและนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมยางแปรรูปและผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทยที่ภาครัฐควรสนับสนุนเพิ่มเติมนอกเหนือจากแผนและนโยบายในปัจจุบัน คือ การส่งเสริมและพัฒนาความสามารถของบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การสนับสนุนการสร้างผลิตภัณฑ์ยางที่มีนวัตกรรมผ่านการพัฒนาและการวิจัยให้กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เน้นการส่งเสริมการรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น และการมีหน่วยงานที่ช่วยในการสนับสนุนแผนและนโยบายในการส่งเสริมด้านการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## บทที่ 3

### นโยบายด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราของต่างประเทศ

บทนี้กล่าวถึงนโยบายด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราของต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่เป็นคู่แข่งของไทย ซึ่งได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม และจีน และความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราของไทยและต่างประเทศ

#### 3.1 นโยบายด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราของต่างประเทศ

##### 3.1.1 นโยบายด้านยางพาราของอินโดนีเซีย

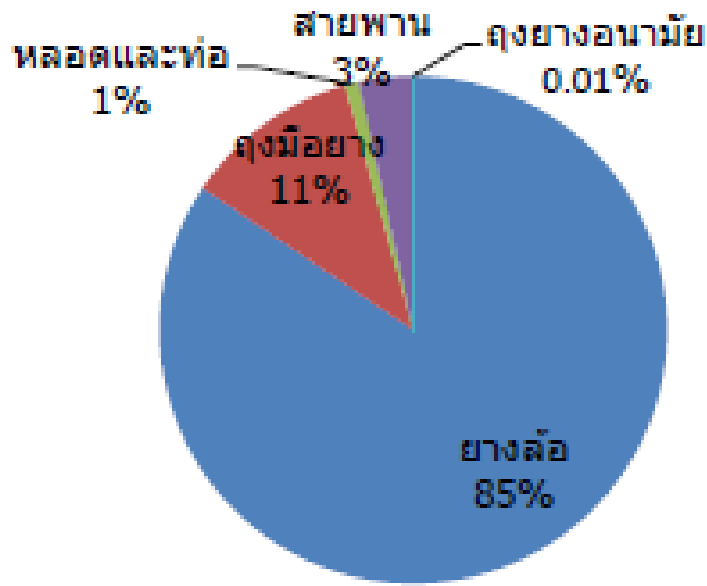
ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีเนื้อที่ปลูกยางพารามากที่สุดในโลก โดยในปี 2558 มีเนื้อที่ปลูกยางพาราประมาณ 22 ล้านไร่ มีผลผลิตประมาณ 3.23 ล้านตัน อย่างไรก็ตาม ในปี 2556 ปริมาณการผลิตและส่งออกรายการของอินโดนีเซียจะเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากประเทศไทย คือมีการส่งออกกว่า 2.71 ล้านตัน โดยมีการส่งออกยางแท่งมากที่สุด คือ 2.62 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97 รองลงมาคือยางแผ่นรมควัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 นอกจากนี้ ประเทศอินโดนีเซียมีการนำเข้ายางพาราธรรมชาติกว่า 24,586 ตัน โดยนำเข้าจากประเทศมาเลเซียเป็นหลัก รองลงมาคือประเทศเวียดนามและประเทศไทย เนื่องจากทำเลที่ตั้งของประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซียที่อยู่ใกล้เคียงกัน ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งนั้นถูกกว่าที่จะนำเข้าจากประเทศอื่น ประกอบกับการเข้าไปลงทุนของนักลงทุนชาวมาเลเซียในประเทศอินโดนีเซียเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีการนำเข้ายางพาราจากประเทศมาเลเซียมากกว่าประเทศอื่นๆ (Rubber Intelligence Unit. ประเทศอินโดนีเซีย)

ขณะที่ผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูป ประเทศอินโดนีเซียมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปทั้งสิ้น 2,020 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีการส่งออกยางยานพาหนะมากที่สุด อาทิ ยางล้อยานยนต์ ยางล้อตัน ยางใน และยางหลอดดอก เป็นต้น มีมูลค่าประมาณ 1,705 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 85 รองลงมาคือ ถูมมียาง สายพาน และหลอดและท่อ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11, 3 และ 1 ตามลำดับ (Rubber Intelligence Unit. ประเทศอินโดนีเซีย) อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราบางชนิดที่ผลิตจากน้ำยางชั้นโดยเฉพะยางอนามัย และถูมมียางของอินโดนีเซียยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ เนื่องจากความจำเป็นที่ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตและบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านสารเคมีในการผลิต ดังนั้น อินโดนีเซียจึงนำเข้าถูมมียางอนามัยและถูมมียางมาจากประเทศไทยและมาเลเซียเนื่องจากคุณภาพสินค้าของประเทศทั้งสองเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน: ยุทธศาสตร์การพัฒนาคือความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมภายใต้กรอบโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย, สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2556)

ส่วนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศอินโดนีเซียได้มีการวางแผนใช้พื้นที่เกาะสุมาตราเป็นหลักในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการผลิตและแปรรูปยางพารา (Rubber Intelligence Unit ประเทศอินโดนีเซีย)



รูปที่ 3-1 สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของประเทศอินโดนีเซีย ปี 2556

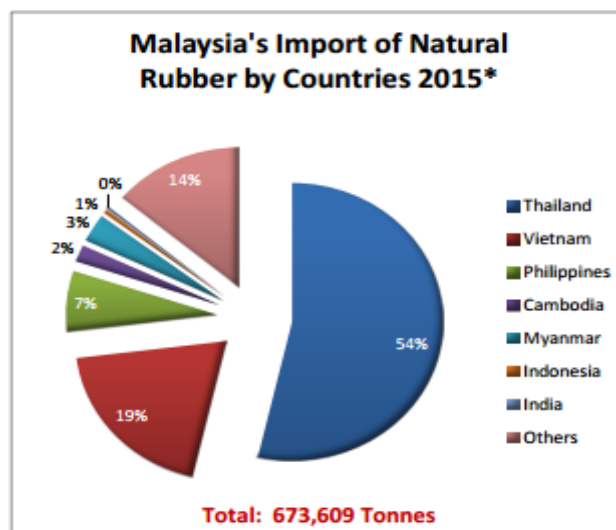


ที่มา: Rubber Intelligence Unit. ประเทศอินโดนีเซีย

### 3.1.2 นโยบายยางพาราของมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียมีความต้องการใช้น้ำยางพารามากกว่ายางแห้งเพื่อนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปในรูปแบบที่ใช้น้ำยาง โดยนำเข้าน้ำยางข้นจากประเทศไทยเป็นหลักที่ร้อยละ 54 ตามด้วยประเทศเวียดนามและประเทศฟิลิปปินส์ที่ร้อยละ 19 และร้อยละ 14 ตามลำดับ โดยสาเหตุที่นำเข้าน้ำยางจากประเทศไทยเนื่องจากมีพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย มีระยะทางและต้นทุนในการขนส่งต่ำกว่าการนำเข้าจากเวียดนามและฟิลิปปินส์ (Malaysian Rubber Board. Natural Rubber Statistics, 2015)

รูปที่ 3-2 สัดส่วนการนำเข้ายางพาราธรรมชาติของประเทศมาเลเซีย ปี 2558



ที่มา: Malaysian Rubber Board. Natural Rubber Statistics 2015.

อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราของมาเลเซียในช่วงอุตสาหกรรมปลายน้ำ แบ่งออกเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าจากน้ำยางชั้น เช่น ถุงมือยาง ท่อยาง ด้าย ยางยืด เป็นต้น สินค้ายางทั่วไป สินค้ายางอุตสาหกรรม รองเท้าและชิ้นส่วน และสินค้าที่อยู่ใน โดยเมื่อพิจารณาในภาพรวมของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในประเทศมาเลเซียพบว่า ผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำยางชั้นและผู้ผลิตสินค้ายางอุตสาหกรรม มีจำนวน 112 ราย และ 29 รายตามลำดับในปี 2558 ลดลงจากปี 2549 ที่มีจำนวน 134 รายและ 33 รายตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการในกลุ่มสินค้ายางทั่วไปนั้นพบว่ามีจำนวนผู้ประกอบการ 137 ราย ในปี 2558 ลดลงจากปี 2549 ที่มีจำนวน 152 ราย (Malaysian Rubber Board. Natural Rubber Statistic, 2015)

ตารางที่ 3-1 จำนวนผู้ผลิตยางพาราแปรรูป ปี 2549 - 2558

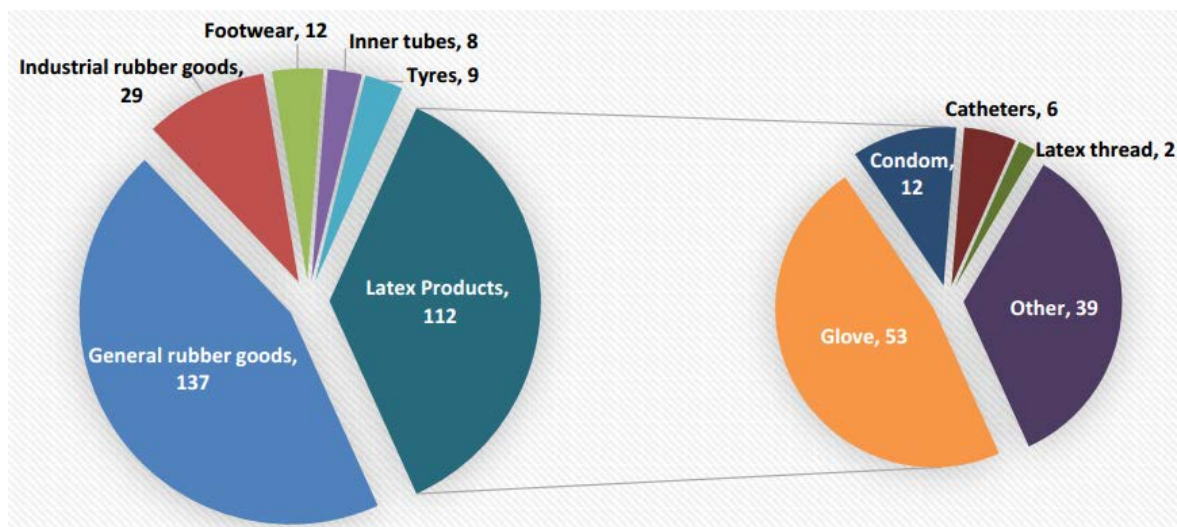
Product Sector		Number of Companies									
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Latex Products	Glove	63	60	56	57	57	58	59	59	54	53
	Condom	14	13	12	13	13	13	13	13	14	12
	Catheters	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6
	Latex thread	6	5	3	3	3	2	2	2	2	2
	Other	44	51	42	45	47	45	44	45	41	39
	<b>Sector Total</b>	<b>134</b>	<b>136</b>	<b>120</b>	<b>125</b>	<b>127</b>	<b>125</b>	<b>125</b>	<b>126</b>	<b>117</b>	<b>112</b>
General rubber goods		152	155	151	154	153	152	152	152	138	137
Industrial rubber goods		33	30	28	31	34	33	32	32	31	29
Footwear and components		29	20	18	17	17	17	17	17	13	12
Tyres**		10	10	11	11	12	11	12	12	9	9
Inner tubes		11	11	11	10	11	12	11	11	8	8
<b>Industry Total</b>		<b>369</b>	<b>362</b>	<b>339</b>	<b>348</b>	<b>354</b>	<b>350</b>	<b>349</b>	<b>350</b>	<b>316</b>	<b>307</b>

\* January-June

\*\* Started from 2006, figures represent all types of pneumatic tyres and solid tyres excluding retreaded tyres

ที่มา: Malaysian Rubber Board. Natural Rubber Statistics, 2015.

รูปที่ 3-3 สัดส่วนผู้ผลิตยางพาราแปรรูป ปี 2558 ของมาเลเซีย

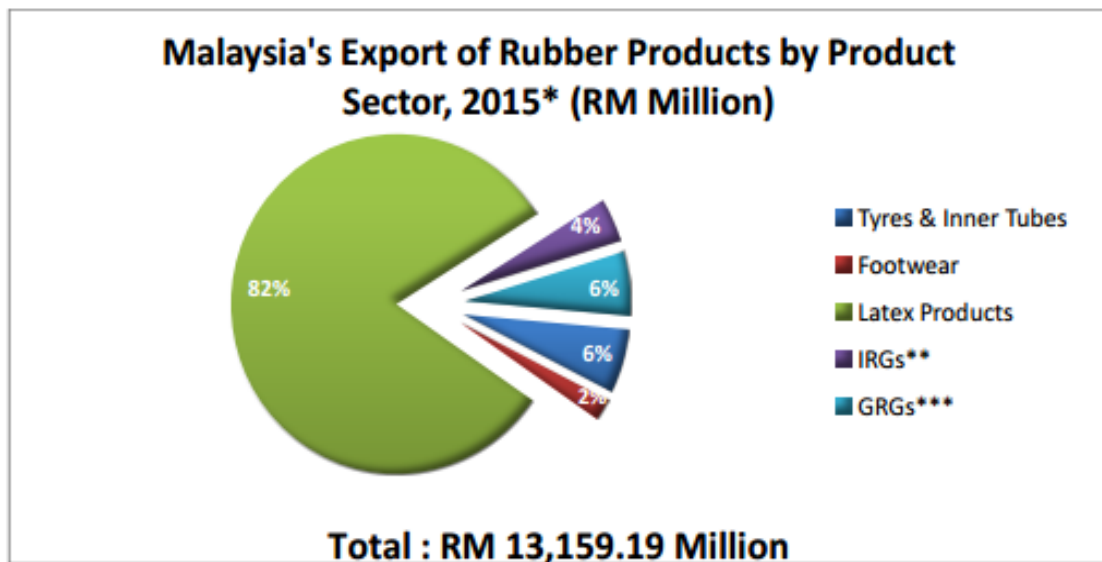


ที่มา: Malaysian Rubber Board. Natural Rubber Statistics, 2015.

การผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในระดับปลายน้ำของประเทศมาเลเซียเป็นการนำวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมกลางน้ำมาแปรรูปขั้นสุดท้ายเพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะถุงมือยางที่เป็นสินค้าส่งออกหลักของประเทศ เนื่องจากการส่งออกถุงมือยางที่ใช้ในทางศัลยกรรมของมาเลเซียนั้น จะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานที่เข้มงวดของมาเลเซีย และต้องมีโปรตีนจากยางพาราในระดับที่ต่ำ เพื่อป้องกันอาการแพ้ถุงมือยางของผู้ใช้ ทำให้ถุงมือยางของประเทศมาเลเซียเป็นที่ยอมรับในหลายๆ ประเทศ โดยตราสินค้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่ Top Glove, Oon, Comfit, Profeel, Dermagrip, Supergloves และ RadiaXon เป็นต้น ดังนั้นรัฐบาลมาเลเซียจึงมีนโยบายในการเพิ่มสัดส่วนการผลิตถุงมือยางให้ได้ร้อยละ 65 ของความต้องการทั่วโลก เพื่อก้าวเป็นผู้นำอุตสาหกรรมผลิตถุงมือยางที่มีมูลค่ากว่า 3 แสนล้านบาท ให้ได้ภายในปี 2563 (รายงานศึกษาระดับสมบูรณโครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน: ยุทธศาสตร์การพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมภายใต้กรอบโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย, สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2556)

สำหรับมูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของประเทศมาเลเซีย การส่งออกผลิตภัณฑ์ยางทั้งสิ้น 3,200 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยเป็นการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ทำจากน้ำยางชั้นด้วยมูลค่าประมาณร้อยละ 82 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราทั้งหมด ตามด้วยยางล้อและท่อภายใน และสินค้ายางทั่วไป (General rubber goods: GRGs) ซึ่งมีสัดส่วนที่น้อยลงอย่างเห็นได้ชัดที่ร้อยละ 6 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราทั้งหมด (Malaysian Rubber Board, Natural Rubber Statistics, 2015)

รูปที่ 3-4 มูลค่าการส่งออกของยางพาราแปรรูป ปี 2558 ของมาเลเซีย



ที่มา: Malaysian Rubber Board. Natural Rubber Statistics, 2015.

ประเทศมาเลเซียมีการส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการวิจัยและการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราผ่านการสนับสนุนเงินทุน เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรมและวิศวกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มและมีเทคโนโลยีในระดับสูง ซึ่งการสนับสนุนเงินทุนดังกล่าวมุ่งหวังให้ผู้ประกอบการมีการดำเนินงานด้านการวิจัยด้วยตนเอง (in-house R&D) เพื่อพัฒนาการผลิตและออกแบบสินค้า สร้างสินค้าใหม่ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดย

ประเทศมาเลเซียมีหน่วยงานหลักคือ Malaysian Rubber Board (MRB) ที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราทั้งระบบในประเทศมาเลเซีย (Rubber Intelligence Unit, บทวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา)

### 3.1.3 นโยบายยางพาราของเวียดนาม

ประเทศเวียดนามเริ่มมีการพัฒนาพื้นที่ปลูกยางพาราเชิงการค้าอย่างจริงจังตั้งแต่ปี 2549 ซึ่งปัจจุบันมีพื้นที่การเพาะปลูกยางพารารวมถึง 5.75 ล้านไร่ โดยยางธรรมชาติถือเป็นพืชส่งออกที่ทำรายได้ให้กับเวียดนามเป็นอันดับสองรองจากข้าว ทั้งนี้ปริมาณผลผลิตยางธรรมชาติที่เพิ่มขึ้นไม่ได้เกิดจากการเพิ่มขึ้นของพื้นที่ปลูกเท่านั้น แต่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการพัฒนาระบบการจัดการพื้นที่การปลูกและการปรับปรุงการเก็บเกี่ยว หรือการกรีดยางให้มีประสิทธิภาพได้ปริมาณน้ำยางเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันประเทศเวียดนามยังลงทุนในการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ประเทศลาวและกัมพูชา (Rubber Intelligence Unit, บทวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา)

ประเทศเวียดนามมีการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในปี 2556 ทั้งสิ้น 400 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีการส่งออกยางล้อมากที่สุด คือ 299 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74 รองลงมาคือถุงมือยาง หลอดและท่อ สายพาน และถุงยางอนามัย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74, 16, 5, 4 และ 1 ตามลำดับ โดยประเทศเวียดนามเริ่มมีนักลงทุนเข้าไปลงทุนทั้งปลูกยางและแปรรูปยางพารา โดยเฉพาะธุรกิจยางล้อซึ่งตลาดเวียดนามมีศักยภาพสูงมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 20-25 ซึ่งแนวโน้มที่ดีของตลาดแปรรูปยางพาราในประเทศเวียดนามดึงดูดผู้ผลิตยางล้อชั้นนำของโลก เช่น Bridgestone, Michelin, Kumho, Yokohama และ Goodyear ให้เข้ามาลงทุนในประเทศ ทั้งนี้รัฐบาลเวียดนามมีแผนในการส่งเสริมการพัฒนาการผลิตยางรถและผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากยางธรรมชาติเพื่อการบริโภคภายในประเทศและการส่งออก รวมถึงขยายตลาดการส่งออกไปประเทศอื่น นอกเหนือจากการผูกขาดการส่งออกไปเฉพาะประเทศจีน (Rubber Intelligence Unit, บทวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา)

### 3.1.4 นโยบายยางพาราของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประเทศจีนมียางพาราไม่เพียงพอสำหรับอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์ จึงต้องนำเข้ายางพาราจากต่างประเทศ ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมการผลิตภายในประเทศ ซึ่งพื้นที่ปลูกยางพาราในปี 2556 ของประเทศจีนมีเนื้อที่ 7.23 ล้านไร่ โดยแหล่งปลูกสำคัญอยู่ที่มณฑลไห่หนานและยูนนาน ทั้งนี้ ประเทศจีนมีความต้องการใช้ยางพาราและผลิตภัณฑ์จากยางพาราเกือบ 4.8 ล้านตัน ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ ขณะที่การผลิตเองภายในประเทศมีเพียง 0.86 ล้านตัน ประเทศจีนจึงได้เร่งลงทุนการเพาะปลูกยางพาราในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม เพื่อส่งออกผลผลิตยางพาราธรรมชาติกลับเข้าไปยังประเทศจีน (Rubber Intelligence Unit, บทวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา)

สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราหลักของประเทศจีนคือผลิตภัณฑ์ประเภทยางล้อและชิ้นส่วนยางในอุตสาหกรรมยานยนต์ เนื่องจากประเทศจีนได้กำหนดให้อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศจีน โดยปี 2556 ประเทศจีนมีปริมาณการผลิตรถยนต์สูงถึง 19 ล้านคัน และยางล้อเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของรถยนต์จึงมีการนำเข้ายางเพื่อผลิตเป็นยางล้อและส่งขายผลิตภัณฑ์ไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดย

ประเทศจีนมีการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราทั้งสิ้น 19,243 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีการส่งออกยางล้อมากที่สุด คือ 17,010 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88 รองลงมาคือสายพาน หลอดและท่อ ถุงมือยาง และถุงยางอนามัย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4, 4, 3 และ 1 ตามลำดับ (Rubber Intelligence Unit, บทวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา)

จากการศึกษานโยบายด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราของต่างประเทศ จะพบว่าประเทศอินโดนีเซียเน้นในการผลิตยางยานพาหนะรวมถึงยางแท่งเพื่อการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ โดยมีการวางแผนในการใช้เกาะสุมาตราเป็นศูนย์กลางในการผลิตและการแปรรูปยางพารา ส่วนประเทศมาเลเซียมีนโยบายในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปขั้นสูงผ่านการวิจัยและการพัฒนา และการตรวจสอบคุณภาพระดับโลก โดยเน้นในการผลิตถุงมือยางเพื่อเป็นสินค้าส่งออกหลักของประเทศที่ได้รับการยอมรับในตลาดโลกและมีส่วนแบ่งอันดับที่หนึ่งในตลาดโลก ทั้งนี้รัฐบาลมาเลเซียมีนโยบายในการสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาผ่านการสนับสนุนเงินทุนให้กับผู้ประกอบการเพื่อการพัฒนาเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากเทคโนโลยีขั้นสูง นอกจากนี้รัฐบาลมาเลเซียยังมีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการดูแลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราภายในประเทศอีกด้วย ขณะที่ประเทศเวียดนามและประเทศจีนมีการใช้นโยบายในการดึงดูดนักลงทุนเพื่อให้เข้ามาลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะและชิ้นส่วนยางในอุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อการบริโภคและการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

### 3.2 ความร่วมมือระหว่างประเทศด้านวิสาหกิจอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

ความร่วมมือระหว่างประเทศต่อ SMEs ไทยในอุตสาหกรรมยางพาราที่ผ่านมา มีการจัดทำข้อตกลงหรือความร่วมมือในลักษณะต่างๆ เพื่อการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs โดยสามารถสรุปเป็นรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

- การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) ได้มีการบันทึกในความร่วมมือระหว่าง กนอ. และบริษัท รัปเบอร์ แวลลีย์ กรุ๊ป จำกัด (Rubber Valley Group) ปี 2557 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในอุตสาหกรรมยางเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมยาง การได้พบปะกับผู้ประกอบการจากมณฑลซานตงที่มีศักยภาพ การดำเนินกิจกรรมร่วมกันของผู้ประกอบการไทยและจีนในด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านอุตสาหกรรมยาง รวมถึงกิจกรรมส่งเสริมการลงทุนจากนักลงทุนจีนให้เข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น เพื่อดำเนินการส่งออกยางพาราไปยังตลาดจีนซึ่งถือเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ร่วมกับมหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีชิงเต่า (QUST) และ Rubber Valley Group มณฑลซานตง ประเทศจีน ได้ร่วมมือกันในการจัดตั้งวิทยาลัยนานาชาติยางพาราไทย-จีน (Sino-Thai International Rubber College) ในวันที่ 13 พฤศจิกายน 2558 โดยจะเปิดรับนักศึกษาในปีการศึกษา 2560 ในหลักสูตรปริญญาตรี 3 สาขา คือ Polymer Materials and Engineering, Mechanical Engineering และ Mechatronic Engineering รวมถึงหลักสูตรปริญญาโทและการอบรมระยะสั้น เพื่อสร้างบุคลากรที่มีทักษะด้านการผลิตและการออกแบบล้อในอุตสาหกรรมการผลิตยางล้อรถยนต์ และรองรับการผลิตยางล้อของโรงงานจีนที่จะมาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยและประเทศในอาเซียน (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2558)

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้ มีการจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจการค้ายางพารา โดยนำคณะผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ยางพาราจากจีนเข้าร่วมจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการคนไทย นอกจากนี้ยังมีการนำคณะผู้ประกอบการยางพาราจากจีน เข้าเยี่ยมชมโรงงานผลิตแผ่นยางพารารมควันของบริษัท Thai Hua Public Co., Ltd. เพื่อใช้เป็นฐานการส่งออกวัตถุดิบไปยังประเทศจีน (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2559)
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ร่วมมือกับสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ณ นครเซี่ยงไฮ้ และรัฐบาลประชาชนมณฑลชานตง และสภาส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแห่งมณฑลชานตง ประเทศจีน โดยนำคณะนักธุรกิจจากเมืองชิงเต่า มณฑลชานตง ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายยนต์ ยางรถบรรทุก ผู้ผลิตเครื่องจักร และอุปกรณ์จำนวน 50 บริษัท เดินทางมาศึกษาแนวทางการร่วมทุนทำธุรกิจในประเทศไทย พร้อมกับเยี่ยมชมนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออก และพบกับผู้ประกอบการไทยเพื่อการเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนในอนาคต (แนวหน้า, 2557)
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดบึงกาฬ มีการจัดงาน Business Matcing จับคู่ธุรกิจให้กับกลุ่มเกษตรกรชาวสวนยาง พ่อค้าคนกลาง เจ้าของโรงงาน และคณะผู้บริหาร Rubber Valley ซึ่งทำหน้าที่รับซื้อยางพารารายใหญ่ ผ่านความร่วมมือของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น กรมวิชาการเกษตร สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สกย.) องค์การสวนยาง (อสย.) พร้อมด้วยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) นอกจากนี้การจัดงานดังกล่าวยังมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความร่วมมือใน 3 ประเด็นหลัก คือ การสร้างแบรนด์ยางพาราของจังหวัดบึงกาฬ การนำสินค้าไปทำตลาดต่างประเทศ และการนำเทคโนโลยีมาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านการสนับสนุนของศูนย์วิจัยเทคโนโลยีของจีน (ประชาชาติ, 2556)

คุณรุ่งโรจน์ เหมันต์สุทธิกุล ผู้ประสานงานการค้าระหว่างรัฐวิสาหกิจจีนกับรัฐบาลไทย ได้เสนอรูปแบบความร่วมมือผ่านการค้าร่วมทุนระหว่างประเทศต่อ SMEs ไทย เพื่อแก้ปัญหาวิกฤตราคายางพาราในประเทศ โดยใช้หน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ เช่น การยางแห่งประเทศไทย (กยท.) เป็นตัวขับเคลื่อนการค้าผ่านการจัดตั้งบริษัทขึ้นมาใหม่เพื่อทำหน้าที่รับซื้อยางพาราภายในประเทศ แล้วดำเนินการด้านการตลาดเองเพื่อขายให้กับตลาดปลายทาง เช่น ประเทศจีน โดยบุคลากรของการยางแห่งประเทศไทยต้องไปประจำอยู่ในประเทศที่ต้องการทำการตลาด ซึ่งเป็นวิธีการที่ประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีนใช้อยู่ในปัจจุบัน (ฐานเศรษฐกิจ, 2559)

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความร่วมมือระหว่างประเทศโดยเฉพาะกับประเทศจีนผ่านหน่วยงานราชการต่างๆ ยังจำกัดอยู่ในลักษณะของการเชื่อมโยงการค้าขายยางพาราดิบของ SMEs ไทยเพื่อป้องกันอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ยางล้อพาหนะให้กับกิจการใน Rubber Valley ซึ่งเป็นเมืองแห่งการผลิตยางล้อพาหนะของจีน ขณะที่ราคายางพาราดิบของไทยจะอิงอยู่กับราคาสตลาดโลก ซึ่งปัจจุบันยังมีราคาต่ำมากจากปริมาณการผลิตยางพาราโลกที่ล้นตลาด ส่วนการถ่ายทอดนวัตกรรม การสนับสนุนเงินทุนหรือเทคโนโลยีจากกิจการของจีนยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยผู้ประกอบการ SMEs ไทยไม่ได้รับการสนับสนุนและการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากกิจการต่างชาติเหล่านี้ อย่างไรก็ตามความร่วมมือของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

และมหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีชิงเต่า (QUST) น่าจะเป็นทางออกอย่างหนึ่งในการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการที่จะนำงานวิจัยที่ได้รับการพัฒนาผ่านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีมูลค่าสูง ผ่านการสนับสนุนจากภาครัฐและสถาบันการเงินอย่างแท้จริง รวมถึงการสร้างบุคลากรและผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความสามารถในการประกอบกิจการ SMEs ของอุตสาหกรรมยางพารา ผ่านการสนับสนุนของศูนย์บ่มเพาะฯและหน่วยงานของภาครัฐต่อไป ซึ่งแนวคิดนี้ก็จะเป็นการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราให้สามารถเติบโตและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการจากต่างประเทศด้วยมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้นต่อไป

## บทที่ 4

### ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

สำหรับห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแปรรูปและผลิตภัณฑ์ยางพารา สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

- 1) อุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา
- 2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ ได้แก่ โรงงานน้ำยางข้น โรงงานยางแผ่นรมควัน โรงงานยางแท่ง
- 3) อุตสาหกรรมปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ส่งออก โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพารา

#### 4.1 การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมต้นน้ำ

อุตสาหกรรมต้นน้ำของยางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง จะเป็นผลผลิตขั้นต้นจากเกษตรกรที่ทำการผลิตในระดับครัวเรือน ผลผลิตที่ได้ในขั้นต้นคือ น้ำยางพาราสด ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน: ยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมมือด้านอุตสาหกรรมภายใต้กรอบการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย, 2556) ดังนี้

1) น้ำยางพาราสด คิดเป็นร้อยละ 89 ของน้ำยางที่ผลิตได้ทั้งหมด ซึ่งน้ำยางสดนี้ร้อยละ 17 จะขายในรูปแบบของน้ำยางพารา และอีกร้อยละ 83 เกษตรกรจะนำไปแปรรูปขั้นต้นเป็นยางแผ่นดิบ

2) ยางก้อนถ้วยเศษยางและขี้ยางคิดเป็นร้อยละ 11 ของผลผลิตที่ผลิตได้ทั้งหมด แบ่งเป็นยางก้อนถ้วยร้อยละ 8.54 เป็นเศษยางและขี้ยางร้อยละ 2.46

ขณะที่กระบวนการต้นน้ำของการผลิตยางพารา โดยทั่วไปจะประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

##### 1. กระบวนการปลูกยางพารา

การเตรียมพื้นที่ปลูกยาง การกำหนดระยะปลูกและวางแผนปลูกผ่านการพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น พันธุ์ไม้ยางที่ใช้ปลูก สภาพพื้นที่ เป็นต้น

##### 2. การกรีดยาง

การกรีดยาง จะแบ่งตามช่วงระยะการกรีดยางและการใช้สารเคมีเร่งน้ำยาง ซึ่งจะแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะคือ 1) การกรีดยางในระยะ 3 ปีแรก 2) การกรีดยางหลังจาก 3 ปี 3) การกรีดยางงอกใหม่ 4) การใช้สารเคมีเร่งน้ำยางกับเปลือกเดิมของยางบางพันธุ์

##### 3. การเก็บยาง

การเก็บยางจะดำเนินการหลังการกรีดยาง ซึ่งน้ำยางจะไหลไปตามรอยที่ทำไว้จนไหลไปถึงถ้วยรองรับน้ำยาง ซึ่งมักจะเก็บตอนที่น้ำยางหยุดไหล ทั้งนี้ น้ำยางที่เก็บได้จะถูกนำมารวบรวมแล้วลำเลียงส่งไปยังโรงงานทำน้ำยางข้นหรือยางแท่งหรือผลิตภัณฑ์ยางพาราขั้นกลางต่อไป

##### 4. การรักษาสภาพน้ำยาง

การรักษาสภาพน้ำยาง คือ การป้องกันมิให้น้ำยางเกิดความเป็นกรดทำให้น้ำยางเสียสภาพก่อนนำไปแปรรูป โดยวิธีการป้องกันคือการใส่สารเคมี เช่น สารละลายแอมโมเนีย สารละลายโซเดียมซัลไฟต์ เป็นต้น



## 5. การหาปริมาณเนื้อยางแห้ง

การหาปริมาณเนื้อยางแห้งมีหลายวิธีเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพของงานที่ง่าย สะดวก และรวดเร็ว รวมถึงประหยัด ทั้งนี้วิธีการที่นิยมใช้ในการหาปริมาณเนื้อยางแห้งปัจจุบันมี 2 วิธี คือ 1) การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการวัดจากเมโทรแลก 2) การหาปริมาณเนื้อยางแห้งโดยการชั่ง

โดยถ้าพิจารณาจากข้อมูลของอุตสาหกรรมต้นน้ำจะพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพสูงในส่วนของอุตสาหกรรมต้นน้ำ เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ยางต้นน้ำที่มีปริมาณอยู่ในอันดับหนึ่งในสามของโลก นอกจากนี้เกษตรกรยังมีองค์ความรู้ในการปลูกและเก็บเกี่ยวผลผลิตยาง รวมถึงประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกต้นยางที่มีความเหมาะสมกับสภาพอากาศของประเทศซึ่งเอื้อต่อผลผลิต อย่างไรก็ตามเกษตรกรส่วนใหญ่ที่อยู่ในอุตสาหกรรมต้นน้ำมักจะมีลักษณะการประกอบอาชีพแบบครัวเรือนหรือเป็นรายย่อยส่วนใหญ่ ซึ่งไม่ได้มีการนำผลิตภัณฑ์ยางขั้นต้นที่ได้จากการเก็บผลผลิตนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางขั้นสูง ซึ่งทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มีมูลค่าสูงมากนัก

## 4.2 การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมกลางน้ำ

อุตสาหกรรมกลางน้ำของยางพาราและผลิตภัณฑ์ เป็นอุตสาหกรรมที่ทำการแปรรูปผลผลิตเบื้องต้นที่ได้จากอุตสาหกรรมต้นน้ำให้อยู่ในสถานะที่เหมาะสมและสะดวกต่อการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบป้อนให้กับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราต่อไป ได้แก่ โรงงานน้ำยางข้น โรงงานยางแผ่นรมควัน โรงงานยางแท่ง เป็นต้น ผลผลิตที่ได้ในอุตสาหกรรมกลางน้ำ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ น้ำยางข้นร้อยละ 20 ยางแผ่นรมควันร้อยละ 25 ยางแท่งร้อยละ 40.77 และยางอื่นๆ อีกร้อยละ 14.23 (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน: ยุทธศาสตร์การพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมภายใต้กรอบโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย, 2556) โดยในแต่ละประเภทมีรายละเอียด ดังนี้

### 1) น้ำยางข้น

ห่วงโซ่อุปทานของน้ำยางข้นในอุตสาหกรรมกลางน้ำ เริ่มจากโรงงานผลิตน้ำยางข้นรับซื้อน้ำยางดิบจากพ่อค้าคนกลาง สหกรณ์การเกษตร หรือกลุ่มเกษตรกร เพื่อนำมาผลิตเป็นน้ำยางข้น โดยสัดส่วนของน้ำยางดิบร้อยละ 71.94 จะผลิตเป็นน้ำยางข้น และร้อยละ 28.06 ซึ่งเป็นหางน้ำยางจะนำไปผลิตยางสกีมเครปหรือยางชนิดอื่นๆ ซึ่งน้ำยางข้นที่ผลิตได้ทั้งหมดร้อยละ 77.6 จะส่งออกไปขายยังต่างประเทศ ได้แก่ มาเลเซียร้อยละ 53.68 จีนร้อยละ 30.85 อินโดนีเซียร้อยละ 1.22 และประเทศอื่นๆ อีกร้อยละ 14.25 ส่วนน้ำยางข้นอีกร้อยละ 22.4 เป็นส่วนที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตในประเทศ เพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ยางทางเภสัชกรรม และผลิตภัณฑ์อื่นๆ

### 2) ยางแผ่นรมควัน

ยางแผ่นรมควัน คือ การนำยางแผ่นที่ผ่านการรีดดอกเรียบร้อยแล้วไปรมควันในโรงรม ส่วนยางอบแห้งหมายถึง การนำยางแผ่นที่ผ่านการรีดดอกเรียบร้อยแล้วไปอบแห้งในโรงอบที่ใช้ความร้อน แต่ไม่มีควันในโรงอบหรือแผ่นยางไม่สัมผัสกับควัน โดยการทำทั้ง 2 วิธีนี้ ต่างมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ยางแผ่นที่รมควันนั้นแห้งสนิทและเก็บรักษาได้นานขึ้น ยางแผ่นรมควันนั้นมี 2 ประเภท คือ ยางที่ผ่านการรมควันเรียกว่า ยางแผ่นรมควัน (Ribbed

Smoked Sheet) และยางแผ่นที่ผ่านการอบเรียกว่ายางอบแห้ง (Air Dry Sheet) ซึ่งจะมีสีสันทนกว่ายางแผ่นรมควัน ทั้งนี้เนื่องจากยางแผ่นรมควันเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญ ดังนั้น ผู้ส่งออกส่วนใหญ่จึงมีโรงรมเป็นของตนเอง เพราะหากเป็นยางแผ่นรมควันที่มาจากกระบวนการรวมยางแผ่นดิบจากเกษตรกรมาทำการรมควัน ยางที่ได้ส่วนใหญ่จะเป็นยางแผ่นรมควันชั้น 3 หรือต่ำกว่า ซึ่งยางที่มาจากหรือน้ำยางมาทำเป็นแผ่นยางโดยตรงและนำไปรมควันหรืออบแห้งทันที ยางที่ได้จะเป็นยางแผ่นที่มีคุณภาพดีสม่ำเสมออยู่ในชั้นคุณภาพเดียวกันมีโอกาสเป็นยางแผ่นรมควันชั้น 1 สำหรับโรงงานผลิตยางแผ่นรมควันของไทยซึ่งเป็นของเอกชนประมาณ 117 แห่ง กระจายตัวอยู่ในพื้นที่ภาคใต้มากที่สุด นอกจากนี้ยังมีโรงงานของสหกรณ์การเกษตรหรือกลุ่มเกษตรกรประมาณ 200 แห่ง ซึ่งมาจากการสนับสนุนงบประมาณของภาครัฐในการจัดตั้งโรงอบควันยางพารา

### 3) ยางแห้ง

ยางแห้ง คือ ยางที่ผ่านการย่อยเป็นชิ้นเล็กๆ และอบให้แห้งด้วยความร้อนแล้วจึงอัดเป็นแท่งให้ได้คุณสมบัติทางเทคนิคตามกระบวนการวิทยาศาสตร์ ตามที่มาตรฐานกำหนดการผลิตยางแห้งสามารถผลิตได้ทั้งจากน้ำยางหรือยางแห้ง เช่น ยางก้อนถ้วย และยางแผ่นดิบ ยางแห้งส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้เป็นตัวเติมในการผลิตยางยานพาหนะ ซึ่งในปัจจุบันมีการนำยางแห้งมาใช้แทนยางแผ่นรมควันมากขึ้น เพราะยางแห้งมีคุณภาพและมาตรฐานดีกว่ายางแผ่นรมควัน ทำให้ได้ผลผลิตที่ดี นำไปแปรรูปได้ง่ายกว่าและขนส่งเคลื่อนย้ายสะดวกกว่า ยางแผ่นที่ต้องระมัดระวังไม่ให้ฉีกขาด อีกทั้งราคาโดยเฉลี่ยของยางแห้งยังถูกกว่ายางแผ่นรมควัน

### 4) ยางอื่นๆ

ยางอื่นๆ ที่จัดอยู่ในอุตสาหกรรมกลางน้ำ ได้แก่ ยางผสม ยางแผ่นผึ่งแห้ง ยางเครฟ ยางสกี และอื่นๆ โดยถ้าพิจารณาจากข้อมูลของอุตสาหกรรมกลางน้ำจะพบว่า อุตสาหกรรมกลางน้ำของไทยมีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีสัดส่วนในการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางกลางน้ำไปยังตลาดต่างประเทศในสัดส่วนที่สูง โดยประเภทของผลิตภัณฑ์ยางส่วนใหญ่ คือ น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน และยางแห้ง เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการไทยยังคงเน้นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปในระดับเบื้องต้น เนื่องจากอาจมีข้อจำกัดจากการขาดเทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัย ขาดบุคลากรที่มีความรู้และความชำนาญ รวมถึงขาดเงินทุนในการที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปขั้นสูง ขณะที่การบริโภคผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปเบื้องต้นภายในประเทศยังคงมีสัดส่วนไม่มากนัก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสอันดีในการที่ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเข้าไปสนับสนุนหรือส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยได้มีโอกาสในการนำผลิตภัณฑ์ยาง เช่น ยางน้ำข้น ยางแผ่นรมควัน และยางแห้ง ไปใช้ในกระบวนการผลิตหรือการแปรรูปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปขั้นสูง ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศให้มากยิ่งขึ้น

## 4.3 การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมปลายน้ำ

อุตสาหกรรมปลายน้ำของการแปรรูปยางพาราและผลิตภัณฑ์ เป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่นำผลิตภัณฑ์ต้นน้ำ และกลางน้ำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภทตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิต (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน: ยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมมือนำด้านอุตสาหกรรมภายใต้กรอบโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย, 2556) ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากน้ำยางข้น

ผลิตภัณฑ์สำคัญที่ผลิตจากน้ำยางข้น ได้แก่ ถุงมือยาง ซึ่งมีสัดส่วนในการผลิตร้อยละ 46.9 ถุงยางอนามัย ร้อยละ 6.51 และผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น สายสวน สายน้ำเกลือ ถุงน้ำแข็ง ถุงน้ำร้อน หัวนมเลี้ยงทารก ท่อยาง เส้นด้าย ยางยืด กาว ลูกโป่ง ที่นอนพองน้ำ อุปกรณ์ทางการแพทย์ ฟันรองเท้า ยางรัดของ จุกขวดพลาสติก รยยา และผ้าก๊อช เป็นต้น อีกร้อยละ 46.59 สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในแต่ละประเภทมากกว่าร้อยละ 90 จะทำการส่งออกไปขายในต่างประเทศ โดยประเทศที่นำเข้าจากไทยที่สำคัญ ได้แก่ จีน สหรัฐฯ และมาเลเซีย ส่วนอินโดนีเซียนั้นมีการนำเข้าจากไทยเช่นกันแต่ยังมีการนำเข้าในปริมาณที่ไม่มาก

2) ผลิตภัณฑ์ยางที่ผลิตจากยางแห้ง

ผลิตภัณฑ์สำคัญที่ผลิตจากยางแห้ง ซึ่งได้แก่ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง และยางอื่นๆ ร้อยละ 91.49 เป็นผลิตภัณฑ์ยางพารา เช่น ยางล้อยานยนต์ ยางล้อตัน ยางใน และยางล้อดอก เป็นต้น ส่วนอีกร้อยละ 8.51 จะใช้ในการผลิตยางประเภทอื่นๆ ได้แก่ ชิ้นส่วนยางอุตสาหกรรม สายพานลำเลียง หลอด ท่อยาง ยางรัดของ ฟันรองเท้า ผลิตภัณฑ์กีฬา ประเก็นยาง และของเล่น เป็นต้น

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ สามารถแสดงได้ดังรูปที่ 4-1

อุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราชั้นปลายน้ำในประเทศไทยประกอบด้วยผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ดังต่อไปนี้ (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร. ยางพารา: การนำไปใช้ประโยชน์)

1. ยางยานพาหนะ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของประเทศ ได้แก่ ล้อรถยนต์ ล้อเครื่องบิน ล้อรถจักรยานยนต์ ล้อรถจักรยาน และล้อรถอื่นๆ ทั้งยางนอกและยางใน รวมถึงยางอะไหล่รถยนต์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ยางในกลุ่มนี้มีปริมาณการใช้ยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบเกือบร้อยละ 50

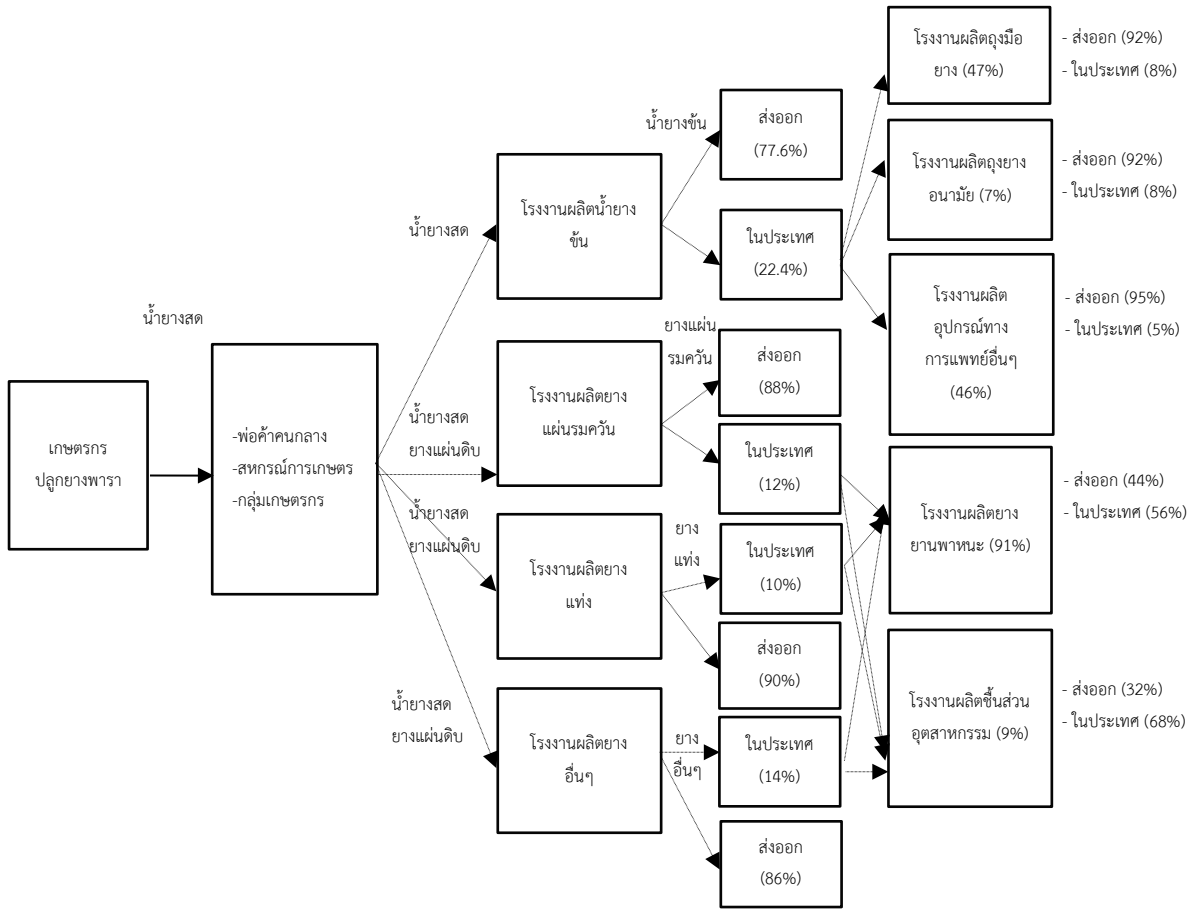
2. ยางยืดและยางรัดของ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ยางธรรมชาติจำนวนมากในส่วนผสมยางยืดที่ใช้ในอุตสาหกรรมตัดเย็บเสื้อผ้าต่างๆ ส่วนยางรัดของที่ใช้ทั่วไปในชีวิตประจำวันใช้ยางธรรมชาติในการผลิตถึงปีละกว่า 100,000 ตัน

3. ถุงมือยางทางการแพทย์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าส่งออกรองจากยางยานพาหนะ ปี 2559 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 3,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ถุงมือยางที่ผลิตในประเทศไทย ประกอบด้วย ถุงมือตรวจโรค และถุงมือผ่าตัด สำหรับวัตถุดิบยางธรรมชาติที่ใช้ในการผลิตถุงมือยางเป็นน้ำยางข้น มีปริมาณการใช้ยางธรรมชาติปีละกว่า 60,000 ตัน

4. รองเท้าและอุปกรณ์กีฬา รองเท้ายางและฟันรองเท้าที่ทำจากยางธรรมชาติรวมทั้งอุปกรณ์กีฬาบางชนิด มีส่วนผสมที่เป็นยางธรรมชาติและผลิตในประเทศไทยปีหนึ่งจำนวนไม่น้อย โดยใช้ยางธรรมชาติในการผลิตไม่ต่ำกว่า 9,000 ตัน

5. สายพานลำเลียง ใช้งานในการลำเลียงของหนักชนิดต่างๆ มีขนาดตั้งแต่ 2-3 นิ้ว ไปจนถึง 1.5 เมตร ผลิตภัณฑ์ยางกลุ่มนี้มีการนำเข้ามากกว่าการส่งออก โดยในปี 2559 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 138 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และนำเข้าประมาณ 36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในการผลิตสายพานใช้ยางปีละประมาณ 1,500 ตัน เป็นยางแผ่นรมควันชั้น 1,3,5 และยางแท่ง STR XL, 20

รูปที่ 4-1 ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและผลิตภัณฑ์



ที่มา: สรุปรายข้อมูลที่ได้จากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2556, รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน: ยุทธศาสตร์การพัฒนาคือความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมภายใต้กรอบการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย

6. ผลิตภัณฑ์ฟองน้ำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากน้ำยางข้น มีปริมาณการใช้ยางธรรมชาติประมาณ 400 ตันต่อปี ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศ มีโรงงานผลิต 12 โรง

7. สื่อการเรียนการสอน อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอน โดยเฉพาะทางด้านการแพทย์ จะใช้วัสดุจำพวกยางและนำเข้ามาจากต่างประเทศ ให้ความรู้สึกในการปฏิบัติงานเหมือนของจริง ยางพาราสามารถนำไปใช้ผลิตสื่อการเรียน การฝึกปฏิบัติงานได้เช่นกัน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากยางฟองน้ำ เช่น โมเดลร่างกายมนุษย์และสัตว์ หรือแขนเทียมสำหรับฝึกทางการแพทย์ เป็นต้น

8. ที่นอนและหมอนยางพารา ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคจากประเทศจีนและญี่ปุ่น โดยคาดการณ์ว่าตลาดที่นอนยางพาราของโลกจะเติบโตประมาณร้อยละ 14 ในช่วงปี 2557-2561 ทั้งนี้เนื่องมาจากแนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เชื่อว่าจะช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดจากโรคมะเร็งและโรคที่เกิดจากการปนเปื้อนอื่นๆ อย่างไรก็ตามราคาที่สูงอาจเป็นตัวจำกัดการเติบโตของที่นอนยางพารา โดยการผลิตหมอนยางพาราจะใช้น้ำยางข้นใบละ 2.5-3.2 กิโลกรัม

9. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานก่อสร้างและวิศวกรรม

9.1 ยางรองคอสสะพาน (Elastomeric Bearings for Bridges) หรือแผ่นยางรองคอสสะพาน (Rubber Bridge Bearings) แบ่งตามชนิดของยางที่ใช้ผลิตเป็น 2 ประเภท คือ ยางรองคอสสะพาน ทำจากยางสังเคราะห์ Polychloroprene, (CR) or Neoprene และทำจากยางธรรมชาติ (Natural Rubber, NR) ซึ่งทั้ง 2 ประเภท มีทั้งแบบแผ่นยางล้วน (Plain) และแบบที่มีวัสดุเสริมแรง (Laminated) สำหรับการเลือกใช้ยางตามประเภท ชนิด และแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับข้อกำหนดมาตรฐานของผู้ออกแบบหรือของผู้ก่อสร้าง

9.2 แผ่นยางกันน้ำซึม (Water Stop) ทำหน้าที่เหมือนปะเก็นของงานคอนกรีต ใช้ป้องกันการขยายตัว หรือหดตัวของคอนกรีต เพื่อไม่ให้น้ำรั่วซึมหรือผ่านได้ ในงานก่อสร้างทั่วไป เช่น คอนกรีต คานสะพาน อาคารชั้นใต้ดิน ดาดฟ้า เป็นต้น รวมทั้งงานก่อสร้างที่โครงสร้างต้องสัมผัสกับน้ำตลอดเวลา เช่น แทงค์น้ำ บ่อบำบัดน้ำเสีย สระว่ายน้ำ คลองส่งน้ำ เขื่อนและฝาย เป็นต้น

9.3 ยางกันชนหรือกันกระแทก (Rubber or Rubber Bumper) ใช้เป็นเครื่องป้องกันการเฉี่ยวหรือการกระแทกของเรือ หรือรถเมื่อเข้าจอดเทียบท่า ใช้วัตถุดิบผลิตได้ทั้งยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์

9.4 ยางคั่นรอยต่อคอนกรีต (Rubber Hose for Joint of Rubber Sealant) มีลักษณะเป็นท่อขนาดเล็กมีรูกลวงตลอดความยาว ใช้อุดรอยต่อด้านล่างของคอนกรีตของสะพาน หรือรอยต่อระหว่างคานสะพาน กันต่อม่อของสะพานก่อนการหยอดยางมะตอย วัตถุดิบที่ใช้ผลิตทั้งจากยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ แต่มีการกำหนดให้ใช้ยางสังเคราะห์

9.5 บล็อกยางปูพื้น (Rubber Block) ใช้ปูพื้นแทนอิฐบล็อกคอนกรีต บล็อกยางมีข้อได้เปรียบบล็อกคอนกรีตคือเบากว่า ผิวมีสปริง ยืดหยุ่นได้เวลาล้มล้มจึงไม่บาดเจ็บมากและไม่เป็นแผล ส่วนใหญ่ผลิตจากยางธรรมชาติผสมกับยางรีไซเคิลธรรมชาติหรือสังเคราะห์ ปัจจุบันยังไม่ค่อยนิยมใช้ยางบล็อกปูพื้นเพราะราคาค่อนข้างสูงกว่าบล็อกคอนกรีต

9.6 แผ่นยางปูอ่างเก็บน้ำ (Rubber Water Confine) เป็นผลิตภัณฑ์ยางที่สามารถใช้ยางธรรมชาติปูรองสระ เพื่อเก็บกักน้ำบนผิวดินที่เก็บน้ำไม่ได้ เช่น ดินปนทราย ดินลูกรัง และสามารถพัฒนาได้กว้างขวางได้แก่ ใช้เก็บกักน้ำสำหรับเกษตรกร ใช้งานในสนามกอล์ฟและรีสอร์ท ใช้ในงานชลประทาน บ่อบำบัดน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถกักเก็บน้ำได้ โดยทั่วไปวัตถุดิบที่ใช้ในการปูสระกักเก็บน้ำสามารถใช้เป็นยางธรรมชาติ หรือยางสังเคราะห์ หรือ พลาสติก หรือผ้าใบเคลือบยาง

9.7 ฝายยาง (Rubber Dam) หรือเขื่อนยางส่วนใหญ่ผลิตจากยางสังเคราะห์โดยใช้วิธีการเคลือบชั้นนอกของตัวฝายยางด้วยยางสังเคราะห์ และภายในใช้ยางธรรมชาติ

9.8 แผ่นยางปูพื้น (Rubber Floor Mat) ส่วนใหญ่ผลิตจากยางธรรมชาติ ใช้ปูพื้นหรือทางเดินบนอาคารโรงงาน สำนักงาน สนามบินใช้ได้ทั้งพื้นที่ราบและพื้นที่ลาดเอียง เพื่อป้องกันการลื่น และลดเสียงที่เกิดจากการเดิน หรือการกระแทก

10. การใช้ยางพาราผสมยางมะตอยสำหรับทำผิวถนน การปรับปรุงสมบัติของยางมะตอยให้ใช้ในงานทางให้ดีขึ้นจะช่วยให้อายุการใช้งานยาวนานขึ้นผ่านการใช้อย่างพาราผสมยางมะตอยในอัตราร้อยละ 5 ทำให้ยางมะตอยมีความแข็งแรงมากขึ้นมีความอ่อนตัวและยืดหยุ่นมากขึ้น ดังนั้น ถนนที่ราดยางมะตอยผสมกับยางพาราจะมีความแข็งแรงและทนทานมากขึ้น และมีการเกิดร่องลื่นน้อยกว่าการใช้อย่างมะตอยปกติ ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซม บำรุงรักษาและเป็นการเพิ่มปริมาณการใช้ยางภายในประเทศให้มากขึ้นด้วย

โดยถ้าพิจารณาจากข้อมูลของอุตสาหกรรมปลายน้ำจะพบว่าประเทศไทยมีการผลิตผลิตภัณฑ์ยางปลายน้ำหลักๆ คือ ยางยานพาหนะและชิ้นส่วนในอุตสาหกรรม ซึ่งใช้ยางแท่งและยางแผ่นรมควัน ในกระบวนการผลิต โดยมีสัดส่วนในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศน้อยกว่าการใช้ภายในประเทศเล็กน้อย ขณะที่ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย หรือผลิตภัณฑ์ยางหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในทางการแพทย์ที่ได้จากการนำน้ำยางชั้นไปใช้ในกระบวนการผลิต จะเน้นไปที่ตลาดส่งออกต่างประเทศมากกว่าการบริโภคภายในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ถ้าพิจารณาจากสัดส่วนการใช้วัตถุดิบเพื่อการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสูงจะพบว่า ประเทศไทยยังใช้วัตถุดิบเพื่อการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นปลายน้ำจำนวนไม่มากนัก โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10-20 ดังนั้น ภาครัฐควรเร่งดำเนินการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเดิมมีการปรับตัวหรือส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ เพื่อที่จะนำผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมยางชั้นกลางน้ำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปขั้นสูง ผ่านการกำหนดแผนงานและนโยบายของภาครัฐเพื่อใช้ในการสนับสนุนผู้ประกอบการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ ส่งเสริมการจ้างงานที่ใช้ทักษะและความเชี่ยวชาญ มีการใช้นวัตกรรมและองค์ความรู้ที่ได้จากการพัฒนาและการวิจัยมากขึ้น รวมถึงเป็นการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมยางแปรรูปให้ดียิ่งขึ้น

## บทที่ 5

### การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดความสามารถในปัจจุบันของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา ซึ่งข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์ในบทนี้จะมีทั้งข้อมูลที่มาจากเอกสาร รายงานวิชาการ และแฟ้มประวัติต่างๆ ที่ได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สํารวจ และการจัดประชุมสัมมนาระดมความคิดเห็น กับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา สมาคมผู้ประกอบการ และตัวแทนจากสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยในบทนี้จะแบ่งรูปแบบการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดความสามารถของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา และ (2) ข้อค้นพบจากการสํารวจสัมภาษณ์ และการจัดสัมมนาระดมความคิดเห็น

#### 5.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดความสามารถของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

##### 5.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกนี้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ของอุตสาหกรรมซึ่งจะช่วยกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน นอกจากนี้ยังวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก (ดังตารางที่ 5-1) ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม และเพื่อที่จะนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์ของการพัฒนาในแต่ละอุตสาหกรรมต่อไปการวิเคราะห์ SWOT มีองค์ประกอบดังนี้

ตารางที่ 5-1 แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Analysis of Internal Environment)	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (Analysis of External Environment)
1) ประเมินจุดแข็ง (Strengths) 2) จุดอ่อน (Weaknesses)	1) ประเมินโอกาส (Opportunities) 2) ประเมิน อุปสรรคหรือข้อจำกัดอันเกิดจาก ภาวะคุกคาม (Threats)

- Strengths หรือจุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในของผู้ประกอบการที่เป็นบวก ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่ผู้ประกอบการทำได้ดี

- Weaknesses หรือจุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในของผู้ประกอบการที่เป็นลบและด้อยความสามารถซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่ผู้ประกอบการทำได้ไม่ดี
- Opportunities หรือโอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานของผู้ประกอบการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร
- Threats หรืออุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานของผู้ประกอบการไม่บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) การวิเคราะห์พบว่าประเด็นสำคัญ ดังนี้

#### จุดแข็ง

- เป็นแหล่งผลิตยางพาราที่มีผลผลิตมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก
- เกษตรกรชาวสวนยางพารามีภูมิปัญญาและประสบการณ์ในการทำสวนยางมาช้านาน
- สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การปลูกยางพารา
- ภาครัฐได้กำหนดนโยบายในการสร้างยุทธศาสตร์และสนับสนุนการปลูกยางพาราเพื่อพัฒนาการแปรรูปยางพาราครบวงจร

#### จุดอ่อน

- โครงสร้างการปลูกยางพาราไทยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ต้นทุนสูงในการรวบรวมวัตถุดิบ ทั้งค่าขนส่งและค่าพ่อค้าคนกลาง
- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางของไทยส่วนใหญ่ยังเป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็ก มีประสิทธิภาพการผลิตต่ำและยังมีเทคโนโลยีการผลิตที่ล้าสมัยโดยเฉพาะเทคโนโลยีในเรื่องสูตรผสมยางและเครื่องจักร
- ขาดการเชื่อมโยงระหว่างภาคอุตสาหกรรมและหน่วยงานวิจัยและพัฒนา ทำให้งานวิจัยไม่สามารถนำไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้
- บุคลากรขาดองค์ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา จึงเป็นข้อจำกัดที่สำคัญในการวิจัยและพัฒนาต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมทั้งการสร้างเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และประสิทธิภาพการผลิตในการเพิ่มมูลค่าให้กับประเทศอย่างยั่งยืน
- สินค้ายางแปรรูปฟุ้งตลาดส่งออกเป็นหลัก และมีแนวโน้มฟุ้งตลาดจีนในสัดส่วนที่สูง ซึ่งปัจจุบันจีนมีการปลูกยางพาราโดยเฉพาะในเขตไห่หนานและยูนนาน



การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อวิเคราะห์หาโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Treats) สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ดังนี้

### โอกาส

- เนื่องจากประเทศไทยเน้นการส่งออกยางพาราในรูปผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราขั้นต้นซึ่งมีมูลค่าของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างต่ำ จึงเป็นโอกาสที่ดีในการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราผ่านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การสร้างตราสินค้าของไทย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยในระดับโลกมากขึ้น
- กระแสนวัตกรรมสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เพิ่มขึ้น ทำให้แนวโน้มปริมาณการใช้ยางสังเคราะห์ลดน้อยลงและถูกทดแทนด้วยการใช้ยางธรรมชาติมากขึ้น
- รัฐบาลสนับสนุนการพัฒนาและวิจัยยางพารา พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทย รวมถึงการอนุมัติการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ตลอดจนมาตรการในการรักษาเสถียรภาพด้านราคาของยางพารา ซึ่งจะเป็นโอกาสดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย
- การที่มีโรคระบาดพันธุ์ใหม่ๆ เกิดขึ้นทั่วโลก เช่น ไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ ส่งผลให้อุตสาหกรรมถุงมือยางและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทางการแพทย์มีการขยายตัวมากขึ้น

### อุปสรรค

- ประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ในการวิจัย มีข้อจำกัดในด้านเทคโนโลยีขาดมาตรฐาน และการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก จึงเป็นอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราไปสู่เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งส่งผลต่อข้อจำกัดในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ยางพาราไทย
- ต้นทุนการผลิตยางแปรรูปของไทยสูงกว่าเมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตยางอื่น เนื่องจากค่าแรงงานและต้นทุนพลังงานของไทยที่สูงกว่า
- การขยายพื้นที่ปลูกยางพาราของประเทศไทยไม่มีการควบคุมหรือจัดพื้นที่อย่างเหมาะสม จึงเป็นอุปสรรคที่ทำให้ผลผลิตยางพาราในประเทศเกินกว่าความต้องการของตลาด ส่งผลกระทบต่อราคาที่ยตกต่ำ
- สินค้ายางแปรรูปขั้นต้นของไทยพึ่งพาตลาดส่งออกเป็นหลัก โดยเฉพาะตลาดในประเทศจีนซึ่งเศรษฐกิจอยู่ในช่วงของการชะลอตัว จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการส่งออกและการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราประเทศไทย

#### 5.1.2 การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน

การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบันของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราใช้ต้นแบบการวิเคราะห์ของ Michael Porter (1980) เรื่องการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย

### **อำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อ**

สินค้ายางพาราส่วนใหญ่ที่ส่งออกจากประเทศไทยเป็นสินค้าแปรรูปขั้นต้น เช่น น้ำยางชั้น ยางแผ่นรมควัน และยางแท่ง จึงทำให้ลูกค้าธุรกิจ在不同ประเทศมีอำนาจในการต่อรองมากกว่าผู้รับจ้างผลิตในประเทศไทยเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีมูลค่าต่ำ ไม่มีการเพิ่มนวัตกรรม เทคโนโลยีหรือคุณค่าเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ ต้องพึ่งพาดตลาดต่างประเทศเป็นหลัก นอกจากนี้ สถานการณ์ความต้องการยางพาราทั่วโลกที่ลดลงจากภาวะเศรษฐกิจที่มีการชะลอตัว โดยเฉพาะประเทศจีนที่เป็นประเทศส่งออกหลักของไทย ทำให้ปริมาณความต้องการยางพาราจากประเทศไทยลดน้อยลง ส่งผลต่ออำนาจการต่อรองของประเทศผู้นำเข้าที่มีมากขึ้น

### **อำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์**

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผลผลิตทางยางพารามากที่สุดในโลก โดยซัพพลายเออร์หลัก คือ กลุ่มเกษตรกรรายย่อยที่อยู่ภายในประเทศประมาณ 1.5 ล้านครัวเรือนหรือประมาณ 6 ล้านคน โดยผลิตน้ำยางสดป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมการผลิตขั้นต้น รวมถึงกลุ่มโรงงานผลิตยางแท่งและน้ำยางชั้นที่ผลิตเพื่อป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมปลายน้ำเพื่อการส่งออกและใช้ภายในประเทศ ซึ่งปัจจุบันปริมาณผลผลิตยางพาราในประเทศไทยมีปริมาณมากกว่าความต้องการในตลาดโลก จึงส่งผลกระทบต่ออำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์มีน้อยลง

### **การคุกคามของผู้ประกอบการใหม่**

ประเทศเวียดนามได้เรียนรู้การผลิตเทคโนโลยีด้านยางพาราจากประเทศฝรั่งเศสและได้นำเข้าเทคโนโลยีการผลิตยางแท่งจากมาเลเซีย ซึ่งทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีคุณภาพดี ซึ่งถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญในอนาคตของประเทศไทย นอกจากนี้ประเทศจีนและประเทศอินเดียมีแนวโน้มในการผลิตยางพาราที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นการคุกคามอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราของประเทศไทย

### **การคุกคามจากสินค้าทดแทน**

ยางธรรมชาติมีคุณสมบัติที่ยางสังเคราะห์ไม่สามารถทดแทนได้บางอย่าง จึงจำเป็นต้องใช้อุตสาหกรรมผลิตยางล้อพาหนะยังต้องใช้ยางธรรมชาติในกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ยางสูงกว่าผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ จึงทำให้การทดแทนด้วยสินค้าอื่นทำได้ยาก อย่างไรก็ตามประเทศผู้นำเข้ามีความพยายามในการพัฒนาวัตถุดิบอื่นๆ เพื่อให้สามารถนำมาใช้ทดแทนยางธรรมชาติสำหรับกระบวนการผลิตในอนาคต

### **การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่**

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยางธรรมชาติรายใหญ่ของโลก มีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกยางพาราแปรรูปขั้นต้นที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายตามความต้องการของตลาด คือ น้ำยางชั้น ยางแผ่นรมควัน อย่างไรก็ตามประเทศไทยต้องเผชิญสถานการณ์การแข่งขันกับประเทศมาเลเซียซึ่งเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราจากน้ำยางชั้นที่มีมาตรฐานและเทคโนโลยี เช่น ถูมมือยางและถุงยางอนามัย เป็นต้น โดยประเทศมาเลเซียเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลก นอกจากนี้ประเทศไทยอยู่ในฐานะที่มีความเสียเปรียบในการแข่งขันการส่งออกยางแท่งซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มความต้องการของโลกสูงขึ้น โดยประเทศไทยขาดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในระดับสากลและมีต้นทุนในการผลิตที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง คือ ประเทศอินโดนีเซียซึ่งมีความได้เปรียบทางด้านการผลิตและค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศไทย

## 5.2 ข้อค้นพบจากการสำรวจ สัมภาษณ์ และการจัดสัมมนาระดมความคิดเห็น

### 5.2.1 สรุปผลการสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

การสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา โดยใช้วิธีการสุ่มสำรวจแบบปกติ (Normal Random Sampling) จำนวน 212 ราย มีข้อค้นพบประเด็นสำคัญต่างๆ ดังนี้

- จำนวนของผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราที่พบมีผู้ประกอบการที่ผลิตน้ำยางข้นมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีการผลิตยางแท่งและยางแผ่น การผลิตถุงมือยาง และผลิตภัณฑ์แปรรูปยางอื่นๆ คือ ยางล้อรถพาหนะ ยางที่ใช้ในงานอิเล็กทรอนิกส์ ยางที่ใช้ในงานวิศวกรรม และยางที่ใช้ในทางการแพทย์จะมีสัดส่วนไม่มาก โดยกิจการส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคใต้มากที่สุด
- จำนวนผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมในกิจการพบว่ากิจการส่วนใหญ่ไม่มีผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมในกิจการ นอกจากนี้ ยังได้แสดงถึงงบประมาณด้านนวัตกรรมเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดของกิจการ ซึ่งพบว่ากิจการในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราส่วนใหญ่ไม่มีงบประมาณค่าใช้จ่ายด้านนวัตกรรม
- ความคิดเห็นต่อนวัตกรรมของกิจการแปรรูปยางพาราพบว่ามีความเห็นด้วยต่อนวัตกรรมของกิจการแปรรูปยางพารา โดยตัวชี้วัดต่อนวัตกรรมของกิจการแปรรูปยางพาราแบ่งออกเป็น 4 ตัวชี้วัด คือ 1) กิจการมีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพดีขึ้น ทนทานมากขึ้น คุณสมบัติพิเศษ เป็นต้น 2) กิจการมีการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เช่น ลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต ลดของเสีย ลดการใช้พลังงาน เป็นต้น 3) กิจการมีการปรับปรุงการบริการ เช่น รวดเร็วมากขึ้น สะดวกมากขึ้น เป็นต้น 4) กิจการมีการปรับปรุงนวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจมีความแตกต่าง
- ด้านการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการแปรรูปยางพารา พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญใน 4 ตัวชี้วัด คือ 1) กิจการมีผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง 2) กิจการมีสามารถผลิตสินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง 3) กิจการมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่ง และ 4) กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและเฉพาะกลุ่มได้เป็นอย่างดี
- ผู้ประกอบการยังให้ความเห็นว่ากิจการที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่ง สะท้อนถึงรายได้เปรียบทางการแข่งขัน รองลงมาคือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและเฉพาะกลุ่มได้เป็นอย่างดี ตลอดจนการมีผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง
- อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดเห็นว่า แม้การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่ดี แต่การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกว่าในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- ด้านการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภายนอกในการส่งเสริมนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา พบว่าระดับการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภายนอกของกิจการอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้หน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมกับการตามแบบสำรวจประกอบด้วย 1) ลูกค้า 2) ซัพพลายเออร์ 3) หน่วยงานภาครัฐ 4) กิจการหรือบริษัทเอกชนไทย 5) บริษัทต่างชาติ 6) สถาบันฝึกอบรม 7) มหาวิทยาลัย/สถาบันการศึกษา และ 8) คู่แข่ง

- ด้านอุปสรรคต่อนวัตกรรมของกิจการแปรรูปยางพารา พบว่ามีค่าเฉลี่ยของการด้านการสร้างนวัตกรรมของกิจการแปรรูปยางพาราอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อนวัตกรรมของกิจการแปรรูปยางพารามากที่สุด คือ การรับรู้ทางความเสี่ยงด้านภาวะเศรษฐกิจที่สูง ปัจจัยนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐที่ไม่คล่องตัว การขาดคนที่มีความชำนาญ ขาดข้อมูลด้านเทคโนโลยี ต้นทุนทางด้านนวัตกรรมที่สูง และขั้นตอนการทำงานของระบบราชการที่ใช้เวลานานตามลำดับ

### 5.2.2 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

การศึกษานี้ได้จัดทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมยางพาราจำนวน 5 ท่าน โดยมีประเด็นค้นพบที่สำคัญ 4 ประเด็น ดังสรุปได้ดังนี้

- 1) ด้านตลาดแปรรูปยางพารา ได้แก่ การหาตลาดให้กับผู้ประกอบการ และนโยบายจากภาครัฐ
- 2) ด้านแหล่งเงินทุน ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน
- 3) ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ได้แก่ มาตรฐานการผลิต การวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าของสินค้า
- 4) ด้านทรัพยากรบุคลากร ได้แก่ การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร

### 5.2.3 สรุปผลการสัมมนาระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ที่ปรึกษาได้ทำการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ สมาคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารามีหัวข้อและประเด็นการหารือเพื่อระดมความคิดเห็นดังนี้

- 1) ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา การเพิ่มมูลค่า การพัฒนาเครือข่ายกลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปยางพารา และการวิจัยและพัฒนา
- 2) ประเด็นด้านการพัฒนาตลาดแปรรูปยางพารา ได้แก่ การปรับปรุงนโยบายภาครัฐ
- 3) ประเด็นด้านแหล่งเงินทุน ได้แก่ การสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐ การมีส่วนร่วมจากหน่วยงาน และการสนับสนุนด้านอื่นๆ จากภาครัฐ เช่น การสนับสนุนดอกเบี้ย หรือการค้ำประกันจากภาครัฐ
- 4) ประเด็นทรัพยากรบุคคล ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม

## บทที่ 6

# กรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) ของอุตสาหกรรมแปรรูป ยางพาราของในประเทศและต่างประเทศ

บทนี้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ได้แก่ (1) กรณีศึกษาในประเทศ แบ่งออกเป็นการศึกษาต้นแบบของการนำผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไปใช้ในภาคส่วนอุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศไทย และการศึกษากรณีศึกษาของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราที่ประสบความสำเร็จ และ (2) กรณีศึกษาของต่างประเทศ โดยในการศึกษานี้ได้เลือกศึกษากรณีของ Rubber Valley ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขนาดใหญ่และเติบโตเร็ว

### 6.1 กรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในประเทศ

#### 6.1.1 นิคมอุตสาหกรรมยางพารา (Rubber City)

นิคมอุตสาหกรรมยางพารา หรือ Rubber City เป็นโครงการที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลฉลุง อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีพื้นที่ประมาณ 1,218 ไร่ ซึ่งแบ่งพื้นที่สำหรับอุตสาหกรรมจำนวน 629 ไร่ และพื้นที่ระบบสาธารณูปโภคจำนวน 589 ไร่ ภายใต้การบริหารจัดการของนิคมอุตสาหกรรมภาคใต้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นต้นแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราแบบคลัสเตอร์ การขยายห่วงโซ่อุปทาน และการให้บริการอย่างบูรณาการที่สร้างความเชื่อมโยงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรายใหญ่ ภายใต้กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนและสมดุลของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2559; เทศบาลนครหาดใหญ่, 2558)

การออกแบบนิคมอุตสาหกรรมยางพาราถือเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตยางตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งจะส่งผลดีต่อเกษตรกรในการพุงราคาขายพาราไม่ให้ตกต่ำ ส่งเสริมการใช้ยางพาราดีเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ภายในประเทศและการส่งออกผลิตภัณฑ์ด้วยมูลค่าที่สูงขึ้น (สำนักโฆษกรัฐบาลไทย, 2558) ทั้งนี้การดำเนินการโครงการ Rubber City มีความสอดคล้องตามยุทธศาสตร์ของประเทศไทย ตามปีงบประมาณ พ.ศ. 2556-2561 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางพารา การหลุดพ้นจากประเทศรายได้ปานกลาง และการใช้เป็นฐานการผลิตยางของประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและพัฒนาอุตสาหกรรมยางอีกด้วย

โครงการ Rubber City มีแผนในการก่อสร้างเพื่อรองรับผู้ประกอบการไม่น้อยกว่า 70 รายที่จะเข้ามาลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมยางดังกล่าว โดยเน้นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และเพิ่มปริมาณการใช้ยางพาราภายในประเทศ เปลี่ยนตำแหน่งจากผู้ผลิตยางพาราดีมาเป็นผู้ใช้ยางพาราดีรายใหญ่ของโลกแทน ซึ่งโครงการ Rubber City นี้จะใช้เป็นโครงการนำร่องในการพัฒนาและขยายไปสู่เมืองอุตสาหกรรมใหญ่ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางหรือในพื้นที่อื่นๆ ที่เหมาะสม เช่น พื้นที่ในจังหวัดระยอง เพื่อทำหน้าที่เป็น Cluster สำหรับ

อุตสาหกรรมยางในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรายใหญ่ของอุตสาหกรรมยางพาราเข้าด้วยกัน (สำนักโฆษกรัฐบาลไทย, 2558)

สำหรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของ Rubber City คือ อุตสาหกรรมปลายน้ำร้อยละ 80 จำพวก อุตสาหกรรมนวัตกรรมยาง เช่น ยางพองน้ำและที่นอน ยางสายพาน เป็นต้น อุตสาหกรรมจากน้ำยางชั้น เช่น ถูมือยาง ถูยางอนามัย เป็นต้น และอุตสาหกรรมกลางน้ำร้อยละ 20 คือ อุตสาหกรรมยางคอมปาวน์ ซึ่งโครงการ Rubber City มีการออกแบบระบบสาธารณูปโภค การจัดผังพื้นที่ และการบริหารจัดการที่รองรับอุตสาหกรรมเชิง Cluster เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพารา ทั้งนี้ Rubber City ได้กำหนดแบ่งพื้นที่ไว้สำหรับอุตสาหกรรมชั้นปลายน้ำและกลางน้ำรวมประมาณ 77 แปลงสำหรับวิสาหกิจขนาดใหญ่ทั้งจากผู้ประกอบการไทยและต่างประเทศ (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2559ก) รวมถึงอุตสาหกรรมทั่วไปหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราโดยเป็นอุตสาหกรรมสะอาดที่ไม่มีมลพิษ (Clean Industry) จำนวน 20 แปลง ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในพื้นที่ Rubber City การนิคมอุตสาหกรรมภาคใต้ได้มีการออกแบบพื้นที่ไว้รองรับอุตสาหกรรมยางพาราของ SMEs โดยจัดเตรียมพื้นที่ไว้ประมาณ 10 ไร่ ซึ่งสร้างเป็นอาคารสำเร็จรูปให้กับ SMEs ในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางเพื่อเพิ่มมูลค่าประมาณ 10-15 หลัง มีขนาดตั้งแต่ 500 ถึง 1,500 ตารางเมตร<sup>3</sup> โดยคาดว่านิคมอุตสาหกรรมเมืองยาง (Rubber City) จะสามารถเปิดดำเนินการได้ภายในปี พ.ศ. 2561 ตามกำหนดการที่ได้วางแผนไว้ (กรมประชาสัมพันธ์, 2558)

นอกจากระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคที่สมบูรณ์แบบ โครงการ Rubber City ยังตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่สามารถเชื่อมต่อการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อการขนส่งสำหรับการบริโภคภายในประเทศและเพื่อการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ เป็นพื้นที่ที่อยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษสงขลาตามประกาศคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ อยู่ในใกล้กับด่านศุลกากรสะเดา ซึ่งเป็นด่านศุลกากรทางบกที่มีความสำคัญของประเทศไทย ตั้งอยู่ตรงข้ามกับด่าน Bukit Kayu Hitam รัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างถนนเพชรเกษมทางหลวงแผ่นดินสายหลักของภาคใต้คือทางหลวงหมายเลข 4 กับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 ของมาเลเซียที่เชื่อมโยงกรุงกัวลาลัมเปอร์และประเทศสิงคโปร์ อีกทั้งยังตั้งอยู่บนพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจตามแนว Economic Corridor สงขลา-ปีนัง-เมดาน ตลอดจนอยู่ใกล้กับโครงการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมยานยนต์ และโครงการพัฒนาเศรษฐกิจภาคเหนือของประเทศไทย (กรมประชาสัมพันธ์, 2558)

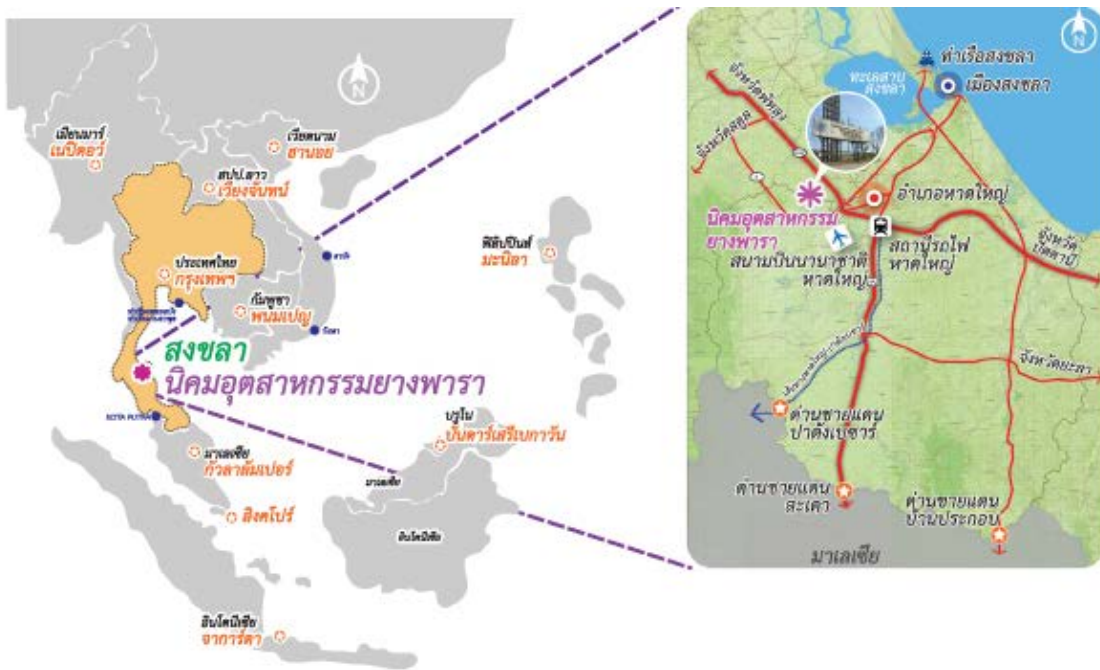
<sup>3</sup> ที่มา: ข้อมูลการสัมภาษณ์กับผู้อำนวยการสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคใต้ จังหวัดสงขลา วันที่ 19 เมษายน 2559

รูปที่ 6-1 โครงการนิคมอุตสาหกรรมยางพารา (Rubber City) พื้นที่จังหวัดสงขลา



ที่มา: <http://goo.gl/YyDmWn> (สืบค้นเมื่อ: มิถุนายน 2559)

รูป 6-2 ที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมยางพารา (Rubber City) พื้นที่จังหวัดสงขลา



ที่มา: <http://goo.gl/zp7LaO> (สืบค้นเมื่อ: มิถุนายน 2559)

### 6.1.2 สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคใต้

คุณกังสดาล พงษ์สวัสดิ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคใต้ จังหวัดสงขลา ซึ่งบริหารโครงการ Rubber City ให้สัมภาษณ์กับทีมวิจัยเกี่ยวกับโครงการ Rubber City โดยมองถึงแนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อเน้นการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ และเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น โดยบทบาทของ Rubber City จะมีบทบาททั้งในส่วนของการเป็น Cluster ยาง

ต้นแบบ มีการบริหารจัดการเชิงบูรณาการและการสนับสนุนการขยายห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพารา เพื่อต่อยอดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าสูงมากขึ้น

การดำเนินงานของ Rubber City เริ่มดำเนินการเปิดให้นักลงทุนทั้งจากประเทศไทยและต่างประเทศ ที่สนใจเข้ามาติดต่อขอใช้พื้นที่ตั้งแต่เดือนมกราคมปี พ.ศ.2559 ซึ่งแผนในการเริ่มประกอบกิจการของโรงงานจะ เริ่มในปี พ.ศ.2560 ขณะที่ระบบสาธารณูปโภคจะเสร็จสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2561 ตามตารางที่ 6-1

ตารางที่ 6-1 แผนการดำเนินงานของ Rubber City

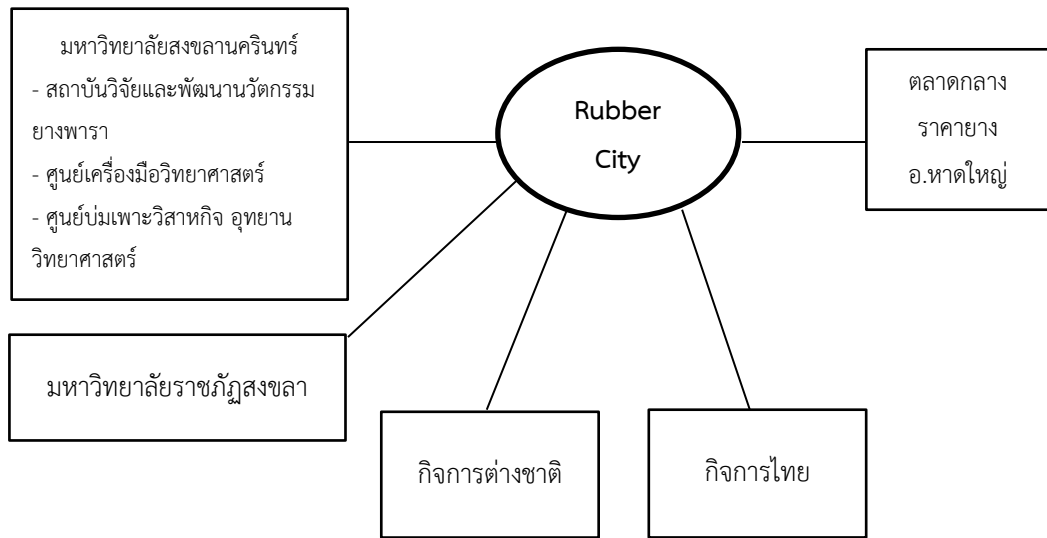
แผนการ	มกราคม 2559	มีนาคม 2559	กันยายน 2559	เมษายน 2560	กรกฎาคม 2560	มีนาคม 2561
เปิดจองพื้นที่	X					
เริ่มงานก่อสร้างระบบสาธารณูปโภค		X				
โรงงานเริ่มใช้พื้นที่			X			
ระบบสาธารณูปโภคบางส่วนแล้วเสร็จ				X		
โรงงานเริ่มประกอบกิจการ					X	
ระบบสาธารณูปโภคเสร็จสมบูรณ์						X

ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2559.

สำหรับรูปแบบความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ กับ Rubber City จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคใต้ จังหวัดสงขลา จะพบว่า มีหน่วยงานที่สามารถสนับสนุนโครงการ Rubber City ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ โดยหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ รวมถึง มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา สามารถสนับสนุนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราใน Rubber City ทั้งในรูปแบบด้านการวิจัยและการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์ยางพาราเพื่อให้เกิดมูลค่าสูงขึ้น รวมถึงการมีศูนย์สนับสนุนการทดสอบคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ยาง และการสร้างบุคลากรและผู้ประกอบการที่มีศักยภาพรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมยางพาราในอนาคต ขณะที่ตลาดกลางราคายางอำเภอลาดใหญ่ ก็จะสามารถช่วยสนับสนุนด้านการกำหนดราคาซื้อขายและปริมาณการจัดหายางดิบเพื่อป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมยางภายในโครงการ Rubber City ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการในอุตสาหกรรมยางได้เป็นอย่างดี



รูปที่ 6-3 รูปแบบความร่วมมือของ Rubber City



ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2559.

### 6.1.3 สถาบันวิจัยและพัฒนาวัตกรรมายางพารา

รองศาสตราจารย์ ดร.อาซีซัน แกสมาน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาวัตกรรมายางพารา วิทยาเขตปัตตานี ให้สัมภาษณ์กับทีมวิจัย<sup>4</sup> เกี่ยวกับจุดประสงค์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาวัตกรรมายางพารา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กำหนดแนวทางและนโยบาย รวมทั้งดำเนินการงานวิจัยสหวิชาการที่เกี่ยวข้องกับยางพารา
2. ส่งเสริม และสนับสนุนการผลิตบัณฑิตศึกษาของทุกคณะ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านยางพารา ป้อนสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคอุตสาหกรรม
3. ดำเนินการวิจัยที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ และถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ทางสถาบันวิจัยและพัฒนาวัตกรรมายางพาราได้มีการจัดฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเรียนรู้วิธีการผลิต เทคโนโลยีและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ยางพารา โดยวิทยากรที่มีประสบการณ์ในการวิจัย การผลิต การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ยางพารา เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพของสินค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า การยกระดับมาตรฐานการผลิตในอุตสาหกรรมยาง และการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มาจากหลากหลายพื้นที่ทั่วประเทศไทย นอกจากนี้ ยังรวมถึงการส่งเสริมการบูรณาการศาสตร์ในแขนงต่างๆ ของนักวิจัยและนักวิชาการ เช่น วิศวกรรมศาสตร์ เทคโนโลยี แพทย์ศาสตร์ การบริหารและการตลาด เป็นต้น เพื่อการสนับสนุนอุตสาหกรรม

<sup>4</sup> ที่มา: ข้อมูลการสัมภาษณ์กับผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาวัตกรรมายางพารา วิทยาเขตปัตตานี วันที่ 18 เมษายน 2559

ผลิตยางพาราของไทย ในการตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ยางพาราจากทั่วโลกที่มีความหลากหลายและมีความซับซ้อนผ่านมาตรฐานและเทคโนโลยีที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ

#### 6.1.4 ศูนย์เครื่องมือวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (Natural Rubber Product Testing Center: NRPTC)

ศูนย์เครื่องมือวิทยาศาสตร์ ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ โดยให้บริการทดสอบทางด้านยางผ่านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของกิจการภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ และการวิจัยของอาจารย์หรือนักศึกษาของสถาบันต่างๆ ในการใช้ในการทดสอบทางด้านยางของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา ทั้งนี้สถานที่ตั้งของศูนย์เครื่องมือวิทยาศาสตร์ ตั้งอยู่ไม่ไกลจาก Rubber City จึงสามารถตอบสนองความต้องการของกิจการที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมยาง หรือ Rubber City ในการทดสอบเรื่องอย่างครบวงจร ทั้งนี้รายการของการให้บริการทดสอบด้านยางมีดังต่อไปนี้

- ทดสอบความต้านทานต่อแรงดึง
- ทดสอบความต้านทานต่อแรงกด
- ทดสอบการไหลของยาง
- ทดสอบความหนืดของยาง
- ทดสอบความสุกของยาง
- อื่นๆ

#### 6.1.5 ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการในส่วนของการบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี การยกระดับขีดความสามารถของภาคอุตสาหกรรมในการทำวิจัยและพัฒนา และการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา สำหรับผู้ประกอบการใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย รวมถึงผู้ประกอบการ SMEs ใหม่หรือที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย คือ ยางและผลิตภัณฑ์ยางทั่วไป เครื่องสำอาง และเภสัชภัณฑ์ เครื่องมือและนวัตกรรมทางการแพทย์ และอื่นๆ

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ อุทยานวิทยาศาสตร์ เน้นการสร้างความร่วมมือที่เป็นรูปธรรมระหว่างหน่วยงานทั้งภายในมหาวิทยาลัย วิทยาเขต และหน่วยงานภายนอกทั้งที่เป็นหน่วยงานสนับสนุน และภาคเอกชน (อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์) โดยมีวัตถุประสงค์ที่สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพื่อเป็นกลไกในการสนับสนุนการถ่ายทอดองค์ความรู้จากการวิจัยและพัฒนาของมหาวิทยาลัยสู่การใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม
2. เพื่อจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน ระบบ กลไก มาตรการจูงใจ และองค์ประกอบ อื่นๆ ที่สามารถสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ยกกระดับเทคโนโลยี สร้างนวัตกรรม และส่งเสริมวัฒนธรรมวิจัยในภาคเอกชน
3. เพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการและธุรกิจที่อาศัยฐานความรู้ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และงานสร้างสรรค์

4. เพื่อเป็นแหล่งรองรับและพัฒนาศักยภาพกำลังคนทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันการศึกษา และการวิจัยและพัฒนาในภาคอุตสาหกรรม
5. เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจเอกชน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ที่ผ่านมาศูนย์บ่มเพาะฯ ได้ทำหน้าที่ในการสนับสนุนและสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมยางพาราเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น บริษัท บินดาริส รับเบอร์ กรีน ผู้ผลิตแผ่นปูพื้นยาง หก.มิตร โรงกลึง ผู้ผลิตเครื่องกรีดยางอัตโนมัติ บริษัท 42 เนเจอร์รับเบอร์ จำกัด ผู้ผลิตถุงมือเคลือบน้ำยางพารา และบริษัท รับเบอร์ อีโนเทค จำกัด ผู้ผลิตอุปกรณ์ยางรองส้นเท้าฮีล Heel Soother เป็นต้น

#### 6.1.6 Heel Soother - อุปกรณ์ยางรองส้นเท้า

คุณธีระวัฒน์ เพชรดี และคุณวรวิษฐา แก้วบุญ หนึ่งในหุ้นส่วนของบริษัท รับเบอร์ อีโนเทค จำกัด ซึ่งดำเนินกิจการผลิตอุปกรณ์ยางรองส้นเท้า แบรินด์ Heel Soother ให้สัมภาษณ์กับทีมวิจัย<sup>5</sup> ถึงที่มาของธุรกิจว่ามาจากงานวิจัยระดับปริญญาโทของวิศวกรรมเครื่องกลร่วมกับแพทย์ออร์โธปิดิกส์ โดยเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยลดแรงกระแทกบริเวณส้นเท้า ช่วยลดอาการปวดส้นเท้าและอาการอื่นๆ ที่เกิดจากแรงกระแทกบริเวณส้นเท้า ทั้งนี้แผ่นรองส้นเท้าดังกล่าวผลิตจากยางพาราธรรมชาติ มีราคาต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าการนำเข้าอุปกรณ์เสริมส้นเท้าจากต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นซิลิโคนและมีราคาสูงถึงคู่ละ 600-1,200 บาท โดยแนวคิดในการผลิตแผ่นรองส้นเท้า คือการนำเอายางธรรมชาติมาผลิตเป็นแผ่นรองส้นเท้าให้มีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกับเนื้อเยื่อส้นเท้าของคนปกติมากที่สุด โดยทดสอบเปรียบเทียบข้อมูลของเนื้อเยื่อส้นเท้าของคนปกติ และนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบ เพื่อลดแรงกดเฉพาะจุดสำหรับลดอาการบาดเจ็บของส้นเท้าของผู้ป่วยที่เป็นโรคเบาหวานและผู้มีปัญหาอาการบาดเจ็บที่ส้นเท้า

หลังจากผลงานวิจัยดังกล่าวเสร็จสิ้น ทางมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ได้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับทางบริษัท รับเบอร์ อีโนเทค จำกัด ซึ่งดำเนินการบริหารโดยนักศึกษาปริญญาโทที่เป็นหนึ่งในทีมนักวิจัยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้ดำเนินการผลิตสินค้าขึ้นมาจริงเพื่อประโยชน์ทางการค้า ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 100,000 บาท โดยได้รับการสนับสนุนจากศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ผ่านการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการใหม่ของบริษัท รับเบอร์ อีโนเทค จำกัด ทั้งในด้านการพัฒนารูปแบบของสินค้า การตลาด การบริหาร และอื่นๆ

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ Heel Soother ได้ดำเนินการขายสินค้าออกสู่ตลาดจริงผ่านช่องทางการค้าทั้ง E-commerce การออกงานตามงานแสดงสินค้าต่างๆ โดยมียอดขายเฉลี่ยประมาณ 2-3 พันคู่ต่อเดือน และมีแนวโน้มในการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่กิจการก็มีแผนในการปรับปรุงการผลิตและคุณภาพสินค้า เช่น การลดกระบวนการผลิตที่ไม่จำเป็น การเพิ่มสีส้นของผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงการบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้บริษัทยังมีแผนในการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราใหม่เพิ่มเติม เช่น หมอนสุขภาพที่ทำจากยางพารา โดยมีการวิจัยและพัฒนา กับหน่วยงานในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เพื่อการใช้งานของผู้ป่วยในโรงพยาบาล โดยยึดแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ่านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงมีแผนในการขยายที่ตั้งของกิจการไปสู่ Rubber City

<sup>5</sup> ที่มา: ข้อมูลการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการบริษัท รับเบอร์ อีโนเทค จำกัด วันที่ 19 เมษายน 2559

ผ่านการร่วมทุนจากนักลงทุนชาวไทยที่อยู่ในอุตสาหกรรมยางพารา ซึ่งมองเห็นศักยภาพของผลิตภัณฑ์ยางพารา ดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัท รับเบอร์ อินโนเทค จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ Heel Soother ถือเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอื่นๆ ในอุตสาหกรรมยางแปรรูปในประเทศไทยในการที่จะได้เรียนรู้แนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยางแปรรูป เนื่องจากผู้ประกอบการและทีมงานในบริษัท รับเบอร์ อินโนเทค จำกัด ได้มุ่งเน้นในการนำองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมที่ได้จากการวิจัยและการพัฒนาผ่านความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ อุทยานวิทยาศาสตร์ กระทรวงวิทยาศาสตร์ ในการที่จะมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยางให้มีมูลค่าสูงขึ้น รวมถึงให้มีความหลากหลายเพื่อการตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

รูปที่ 6-4 อุปกรณ์ยางรองส้นเท้า Heel Soother



ที่มา: <http://www.heelsoother.com/>

โครงการ Rubber City ถือเป็นกรณีศึกษาที่ดีในประเทศไทย เพื่อนำไปใช้เป็นต้นแบบในการสร้างเมืองอุตสาหกรรมยางต้นแบบที่สามารถส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ไทยในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา และยังสามารถสนับสนุน SMEs ไทยในการเชื่อมโยงกับกิจการยางพาราขนาดใหญ่ทั้งจากไทยและต่างชาติ ผ่านการสนับสนุนจากหน่วยงานของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เช่น ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ และสถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพารา เป็นต้น โดยสามารถนำรูปแบบของ Rubber City ไปประยุกต์ใช้ในเมืองอุตสาหกรรมยางอื่นๆ เช่น ในจังหวัดระยอง เป็นต้น ทั้งนี้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เช่น สมาคมยางพาราไทย การยางแห่งประเทศไทย สถาบันการเงินของรัฐ ควรเข้ามาสนับสนุน SMEs ไทยในโครงการดังกล่าวเพื่อยกระดับการผลิตให้มีมูลค่าสูงขึ้น และเป็นตัวอย่างให้กับ SMEs ไทยในอุตสาหกรรมยางในพื้นที่จังหวัดเดียวกันหรือจังหวัดอื่นๆ ในการปฏิบัติตามเพื่อยกระดับมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปในแต่ละพื้นที่ต่อไป

## 6.2 กรณีศึกษาต้นแบบที่ดีจากต่างประเทศ

### 6.2.1 Rubber Valley

Rubber Valley ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2555 ในตำบลซือโป เมืองชิงเต่า มณฑลซานตง ประเทศจีน มีพื้นที่ประมาณ 1,200 ไร่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราอย่างครบวงจรและยั่งยืน (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2559) ทั้งนี้ Rubber Valley เกิดจากความร่วมมือของ China Rubber Industry Association, Qingdao Sibe District Government, Qingdao University of Science & Technology (QUST) และ MESNAC Co., Ltd. โดยภายใน Rubber Valley จะมีหน่วยงานภาครัฐ องค์กรวิจัย จากมหาวิทยาลัย QUST บริษัทผู้ผลิตที่เกี่ยวข้องกับยางพาราจากต่างชาติ ทั้งจากสหรัฐอเมริกา เยอรมนี รวมถึงไทย และประเทศอื่นๆ รวมถึงสมาคมธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสถาบันการเงิน (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2557)

รัฐบาลจีนมีนโยบายในการจัดทำยุทธศาสตร์ผ่านความร่วมมือกับภาคเอกชนในการส่งเสริมให้เมืองชิงเต่าซึ่งเป็นเมืองที่มีท่าเรือน้ำลึก มีท่าเรือขนส่งสินค้าที่ใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก และเป็นที่ตั้งของ Rubber Valley ให้เป็นเมืองแห่งการผลิตยางเครื่องปั้น ขณะที่เมืองชิงเต่าในปัจจุบันเป็นเมืองอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน มีอัตราการผลิตรถยนต์ประมาณ 80 ล้านเส้นต่อปี (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

รูปที่ 6-5 Rubber Valley ณ เมืองชิงเต่า มณฑลซานตง ประเทศจีน



ที่มา: <http://www.rubbervalley.com/english/ArticleMenu.aspx?class1=2> (สืบค้นเมื่อ: มิถุนายน 2559)

ทั้งนี้โครงสร้างองค์กรของ Rubber Valley ประกอบด้วย 6 หน่วยงานหลัก คือ ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายธุรการ ฝ่ายต่างประเทศ ฝ่ายการเงิน และศูนย์ข้อมูล และ 4 บริษัทย่อยภายใต้การบริหารของ Rubber Valley ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถจำแนกออกเป็นบทบาทหลักทั้ง 5 ด้านต่ออุตสาหกรรมยางพารา (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2557) คือ

- ศูนย์การค้าผลิตภัณฑ์ยางพาราโลก (Global Chemical and Rubber Products Trading Center)
- ศูนย์วิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระดับสากล (Global Scientific Research and Technology Center)
- ศูนย์การแสดงนิทรรศการและวัฒนธรรม (Global Exhibition and Cultural Exposition Center)
- ศูนย์ฝึกฝนและแลกเปลี่ยนทักษะ (Global Talent Exchange and Training)
- ศูนย์ข้อมูลยาง (Global Information Center)

ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและสถาบันการศึกษาใน Rubber Valley สามารถให้บริการวิจัยด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนาแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อการสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมยางและเคมี ผ่านห้องปฏิบัติการและศูนย์เทคโนโลยีวิศวกรรมจำนวน 33 แห่ง ศูนย์เทคโนโลยีวิศวกรรมและห้องปฏิบัติการแห่งชาติ 6 แห่ง และการจัดตั้ง Academy of sciences เพื่อการวิจัยเชิงประยุกต์ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2557)

นอกจากนี้ Rubber Valley ยังทำหน้าที่เป็นตลาดกลางในการซื้อขายผลิตภัณฑ์ยางพาราธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ ยางรถยนต์ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เคมีภัณฑ์ มีบริการทางการค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยแบบครบวงจรตั้งแต่ผู้จัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ไปจนถึงลูกค้า รวมถึงขึ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการประกอบและการเชื่อมโยง รวมถึงให้บริการทางการเงินและการลงทุนในอุตสาหกรรมยาง การให้คำปรึกษาด้านสิทธิบัตรและกฎหมาย การบัญชี การโฆษณา และการประสานงานกับภาครัฐ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2557)

โครงการ Rubber Valley มีการวางแผนจัดตั้งศูนย์ข้อมูลให้สมาชิกในประเทศจีนและต่างประเทศสามารถซื้อขายยางพาราระหว่างกันเพื่อผลักดันให้เป็นศูนย์รวมตลาดซื้อขายยางพาราในพื้นที่ตอนเหนือของจีนสามารถสะท้อนราคาและปริมาณความต้องการของตลาดได้อย่างแท้จริงโดยไม่ผ่านคนกลาง ซึ่งในอนาคตจะมีการแสดงราคาการซื้อขายผ่านสื่อและช่องทางต่างๆ เพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับข้อมูลอย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครเซี่ยงไฮ้, 2556) โดยวิธีการค้าขายและระบบการกำหนดราคา มีทั้งแบบตลาดซื้อขายล่วงหน้า ตลาดซื้อขายจริง และการซื้อขายโดยการส่งมอบ ผ่านชื่อของตลาดกลางว่า Boce-Rubber Valley Natural Rubber Exchange (ประชาชาติ, 2556)

ขณะที่ Rubber Valley ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยวางตำแหน่งของโครงการให้เป็นฐานความรู้ต่างๆ ด้านอุตสาหกรรมยางและอุตสาหกรรมเคมี จำนวนทั้งหมด 12 ฐานความรู้ (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2559) ซึ่งประกอบด้วย

- ฐานความรู้การบ่มเพาะธุรกิจ
- ฐานความรู้ด้านการอบรม
- ฐานความรู้การแลกเปลี่ยนสินค้า
- ฐานความรู้ด้านคลังสินค้าและโลจิสติกส์
- ฐานความรู้ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- ฐานความรู้การเงินและเงินทุน
- ฐานความรู้งานแสดงสินค้า
- ฐานความรู้การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม
- ฐานความรู้ด้านการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร
- ฐานความรู้การให้บริการ
- ฐานความรู้การพัฒนาบุคลากร
- ฐานความรู้การวิจัยวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม

นอกจากนี้ Rubber Valley ยังมีคณะกรรมการและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 13 คณะกรรมการ ตามสาขาต่างๆ เช่น Tire, Cycle Casing, Hose and Belt, Rubber Shoes, Rubber Products, Latex, Carbon Black, Waste Rubber Utilization, Rubber Chemicals และ Rubber Material เป็นต้น รวมถึงได้รับความร่วมมือจากสมาคมอุตสาหกรรมยางพาราซึ่งมีสมาชิกจำนวนประมาณ 1,200 บริษัท ซึ่งปัจจุบันบริษัทเหล่านี้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศจีนทั้งหมด (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2016) สำหรับรูปแบบความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการ Rubber Valley ณ ตำบลซือโป เมืองชิงเต่า มณฑลซานตง สามารถแสดงได้ดังรูปที่ 6-6

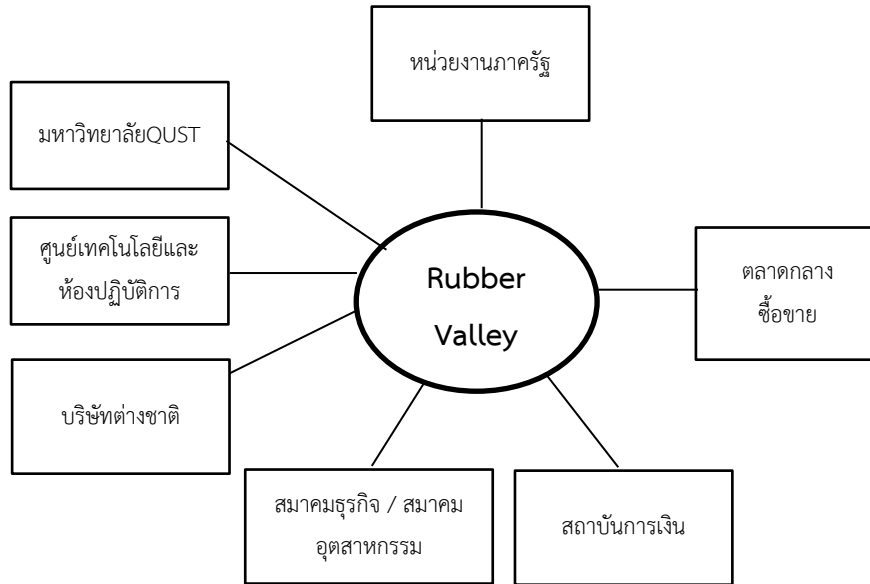
ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ Mr. Zhang Ji ซึ่งเป็น Professor of Chinese Academy of Sciences ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ Rubber Valley ว่าปัจจุบันมีกิจการขนาดใหญ่ทั้งจากต่างชาติและจากจีนที่ได้เข้ามาก่อตั้งในโครงการของ Rubber Valley เช่น Sri Trang Agro-Industry Plc. ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยางธรรมชาติที่ครบวงจรรายใหญ่จากประเทศไทย China Hainan Rubber Industry Group Co.,Ltd. LANXESS ผู้ผลิตยางสังเคราะห์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก Exxon Mobil Corporation, Sinochem International Corporation, Cabot Corporation ผู้ผลิตวัสดุและเคมีภัณฑ์รายใหญ่ของโลกจากประเทศสหรัฐอเมริกา และอื่นๆ

นอกจากนี้ใน Rubber Valley ยังประกอบไปด้วยสมาคมอุตสาหกรรม หน่วยงานภาครัฐ องค์กรนานาชาติ สถาบันวิจัยทางวิทยาศาสตร์ชั้นนำของโลก ซึ่งตั้งอยู่ในโครงการ Rubber Valley ซึ่งสอดคล้องกับรูปที่ 6-6 โดยมีการติดตั้งระบบนิเวศอุตสาหกรรมมาใช้ในโครงการ ซึ่งเป็นระบบที่นำพลังงานสะสมในธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีแหล่งพลังงาน เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง พลังนิวเคลียร์ พลังงานไบโอดีเซล เป็นต้น เพื่อการเป็นต้นแบบของอุตสาหกรรมยางพาราที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและการเติบโตของอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน

Rubber Valley มีจุดประสงค์เพื่อที่จะเป็นศูนย์บ่มเพาะนวัตกรรมของยางและเคมีชั้นนำของโลก โดยส่งเสริมผู้ประกอบการเดิมให้เป็นผู้ประกอบการที่เน้นการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ Rubber Valley มีแผนในการพัฒนาพื้นที่ในโครงการให้มีลักษณะแบบ Maker Space เพื่อเป็นสถานที่สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางและเคมีมาพบเจอกัน ทำงานร่วมกัน สามารถร่วมแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ หรือทำโครงการร่วมกันให้เกิดขึ้นจริง รวมถึงการใช้ทรัพยากรร่วมกัน ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีความพร้อมสำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งคุณลักษณะของการสร้างโครงการ Rubber Valley จะประกอบไปด้วยอินเทอร์เน็ต แคมปัส อุทยานวิทยาศาสตร์และปัญญา และการมีความหลากหลายของ

อุตสาหกรรมซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีในการขับเคลื่อนผ่านฐานความรู้ด้านอุตสาหกรรมยางและเคมีจำนวน 12 ฐาน นอกจากนี้ Rubber City ยังมีการลงทุนในส่วนของอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีประมาณ 150 ล้านบาท มีการสนับสนุนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับลูกค้าตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงผลิตภัณฑ์เพื่อจัดหาแนวทางการแก้ปัญหาตลอดห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพารา

รูปที่ 6-6 รูปแบบความร่วมมือของ Rubber Valley



ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2559.

Rubber Valley ยังมีการเสนอแนวคิด COMPD สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยางพาราและเคมีที่เผชิญกับความท้าทายของการแข่งขันในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย

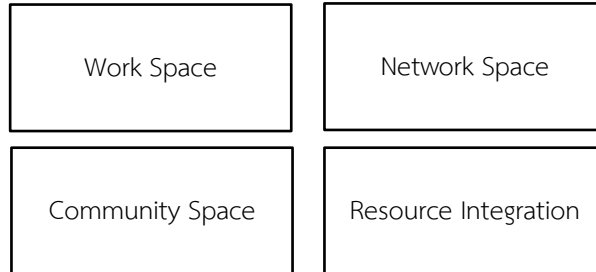
- C (Customer) หมายถึง ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า
- O (Operating) หมายถึง รูปแบบการดำเนินงานเพื่อตอบสนองกับความต้องการส่วนบุคคลของลูกค้า
- M (Manufacturing) หมายถึง การประยุกต์แนวคิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (Industry 4.0) โดยเป็นการบูรณาการการผลิต เข้ากับการเชื่อมต่อทางเครือข่ายในรูปแบบ Internet of Things ทุกหน่วยของระบบการผลิตสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันได้โดยอิสระ
- P (Platform) หมายถึง ตลาดการค้า อุทยานแห่งวิทยาศาสตร์และปัญญา รูปแบบการค้าทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์
- D (Data) หมายถึง ข้อมูลขนาดใหญ่ซึ่งนำไปสู่การผลิตของโรงงานและการบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ขณะที่ปัจจุบันความต้องการยางพาราเพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ยางล้อพาหนะในเมืองชานตงซึ่งมีกิจการมากกว่า 400 แห่ง และเป็นที่ตั้งของ Rubber Valley มีความต้องการยางพาราดิบรวมมากกว่าครึ่งหนึ่งของความต้องการยางพารา รวมทั้งหมดในประเทศจีน ซึ่งถือว่าการมี Rubber Valley จะช่วยยกระดับกิจการที่ผลิตยางล้อในการต่อยอดนวัตกรรมยางให้กับผลิตภัณฑ์ของกิจการ การได้รับการส่งเสริมความน่าเชื่อถือ การ



สร้างความร่วมมือผ่านการเชื่อมโยงของหน่วยงานต่างๆ รวมถึงการสนับสนุนให้เป็นเมืองแห่งการผลิตยางล้อพาหนะของโลกอย่างแท้จริง ดังรูปแบบการพัฒนา Rubber Valley ซึ่งถูกแสดงในรูปที่ 6-7

รูปที่ 6-7 การพัฒนา Rubber Valley ด้วยพื้นที่แบบ Maker Space



ที่มา: ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสอบถาม Mr.Zhang Ji, 2559.

โครงการ Rubber Valley เป็นกรณีศึกษาต้นแบบที่ดี ซึ่งเกิดจากความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ซึ่งลักษณะของความร่วมมือในโครงการ Rubber Valley นอกจากจะมีรัฐบาลจีนให้การสนับสนุนด้านแผนงานนโยบายและเงินทุนแล้ว ยังมีมหาวิทยาลัยชั้นนำของจีนในการสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมและมีมูลค่าสูง ประกอบกับที่ตั้งของ Rubber Valley ที่รายล้อมด้วยกิจการจำนวนมากสำหรับการสนับสนุนการเป็นเมืองอุตสาหกรรมในระดับโลก

การตั้งกิจการขนาดใหญ่ของอุตสาหกรรมยางพาราของโลก เช่น กิจการจากสหรัฐอเมริกา เยอรมนี รวมถึงไทยไปจัดตั้งโรงงานภายใน Rubber Valley ก็ยิ่งเป็นการสนับสนุนการเกิดการพัฒนาและนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมยางพารา ผ่านการเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตั้งอยู่โดยรอบ Rubber Valley เพื่อการสนับสนุนกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศจีนสำหรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปภายในประเทศและเพื่อการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

## บทที่ 7

### ยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์แวดล้อมทั้งจากปัจจัยภายนอกและภายใน ตลอดจนการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในบทที่ผ่านมา จะนำมาเป็นกรอบแนวทางในการจัดทำยุทธศาสตร์ และการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกในการพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา (กลุ่มอุตสาหกรรมฐานชีวภาพ) ซึ่งในบทนี้จะนำเสนอร่างวิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Missions) และประเด็นยุทธศาสตร์ อันประกอบไปด้วยเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ และการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือก ซึ่งในการกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ดังกล่าวจะใช้การวิเคราะห์ TOWS Matrix โดยการจับคู่ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในเป็นเกณฑ์วิเคราะห์ คือ จับคู่ความสัมพันธ์ จุดแข็งและโอกาส (S-O) จุดอ่อนและโอกาส (W-O) จุดแข็งและอุปสรรค (S-T) และจุดอ่อนและอุปสรรค (W-T) เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาคตามทีแสดงใน รูปที่ 7-1

รูปที่ 7-1 การวิเคราะห์ TOWS เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ทางเลือก



ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2559

## 7.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

จากผลการศึกษาในบทที่ผ่านมา สามารถสรุปเป็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ทางเลือก/มาตรการที่มีความเชื่อมโยงเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา โดยสามารถแบ่งเป็น 4 ยุทธศาสตร์หลัก ดังสรุปได้ดังตารางที่ 7-1

ตาราง 7-1 ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ทางเลือก/มาตรการในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ทางเลือก/มาตรการ
1. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย</li> <li>2. การออกนโยบายและให้สิทธิพิเศษกับ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา</li> <li>3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราด้านแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่ม SMEs ที่ผ่านการคัดเลือก</li> <li>4. การส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของนักลงทุน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยและการพัฒนา</li> <li>5. การสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานต่างๆ</li> </ol>
2. ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การสำรวจความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด</li> <li>2. การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศผ่านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดซื้อจัดจ้าง</li> <li>3. การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ได้รับการรับรองตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ</li> </ol>
3. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การสำรวจความต้องการของตลาดในพื้นที่ยุทธศาสตร์เป้าหมายของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา</li> <li>2. การสนับสนุนงบประมาณในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในการทำตลาดส่งออกระหว่างประเทศ</li> <li>3. การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทย กับกิจการ หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ</li> </ol>
4. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การวางแผนระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา กับสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา</li> <li>2. การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์</li> </ol>

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ทางเลือก/มาตรการ
	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. การออกนโยบายสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่ม SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการบริการผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และการตลาดรองรับให้กับผู้ประกอบการ SMEs</li> <li>4. การสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดการเข้าถึงแหล่งเงินทุนพร้อมกับการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา</li> <li>5. การพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา</li> </ol>

## 7.2 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์แวดล้อม และแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา มีประเด็นทิศทางที่เป็นจุดสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นวิสัยทัศน์และพันธกิจคือ การที่ประเทศไทยจะต้องเน้นส่งเสริมการผลิตนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ สร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานได้ การยอมรับจากในประเทศและต่างประเทศ เพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา ตลอดจนการจัดโครงสร้างการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่มีความยืดหยุ่นในการสนับสนุนแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดส่งออกเพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยสามารถเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น รวมทั้งผลการวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาข้างต้น จึงนำมาซึ่งกรอบในการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราโดยสรุปดังนี้

### วิสัยทัศน์ (Vision) ด้านการพัฒนาวิสาหกิจแปรรูปยางพารา

“ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขนาดกลางและขนาดย่อมมีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และเอเชียตะวันออก”

### พันธกิจ (Missions) ด้านการพัฒนาวิสาหกิจแปรรูปยางพารา

1. บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย และบริษัทเอกชน ในการพัฒนาและสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
2. จัดทำ สนับสนุน และให้คำแนะนำด้านแหล่งเงินทุน เพื่อช่วยการขยายกิจการ หรือยกระดับนวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราใหม่ๆ
3. ส่งเสริมให้เกิดการทำตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอย่างแพร่หลาย และสนับสนุนให้เกิดการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของไทย ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ รวมถึงประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออก

4. พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะที่สูงและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
5. จัดทำฐานข้อมูลด้านองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภคในด้านความสำคัญของการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ผลิตในประเทศไทย

### 7.3 วัตถุประสงค์

การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการดังนี้

- 1) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย
- 3) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ ซึ่งจะส่งผลดีต่อความเป็นอยู่ที่ดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

### 7.4 เป้าหมาย

เป้าหมายสำคัญในเชิงยุทธศาสตร์ได้แก่

- 1) พัฒนาและผลักดันให้ไทยเป็นฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์
- 2) พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับในระดับสากล
- 3) เพิ่มปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศให้มากขึ้น

### 7.5 รายละเอียดภายใต้ยุทธศาสตร์

จากวิสัยทัศน์ พันธกิจ และการกำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ในการพัฒนาได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดแผนงานหรือโครงการพัฒนาสำหรับแต่ละยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ซึ่งได้สรุปภาพรวมของยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา ตามที่แสดงไว้ในรูปที่ 7-2 และมีรายละเอียดของกลยุทธ์ในแต่ละยุทธศาสตร์ ดังนี้

#### 7.5.1 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

วัตถุประสงค์หลักของประเด็นยุทธศาสตร์การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา โดยมีกลยุทธ์ 5 กลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการที่สำคัญดังต่อไปนี้

### กลยุทธ์

- 1) การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย
- 2) การออกนโยบายและให้สิทธิพิเศษกับ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต้นแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่ม SMEs ที่ผ่านการคัดเลือก
- 4) การส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของนักลงทุน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยและการพัฒนา
- 5) การสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานต่างๆ

โดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) ศึกษารูปแบบ และวิธีการในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย
  - (2) เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเกี่ยวกับประโยชน์ของนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ผู้ประกอบการจะได้รับ เพื่อให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของการมีนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
  - (3) สนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีและเตรียมความพร้อมต่อการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบทางแข่งขันของกิจการในอนาคต
- 2) กลยุทธ์การออกนโยบายและให้สิทธิพิเศษกับ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) สนับสนุนให้กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเข้าร่วมประกวดการแข่งขันด้านนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา พร้อมเงินรางวัลและการสนับสนุนจากภาครัฐ
  - (2) การให้สิทธิพิเศษกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสนใจในการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เช่น เงินทุนดอกเบี้ยต่ำ หรือการยกเว้นภาษี เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเน้นการวิจัยและพัฒนามากขึ้น
- 3) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต้นแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่ม SMEs ที่ผ่านการคัดเลือกโดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) การรับสมัครผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยเพื่อการเข้าร่วมโครงการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนงบประมาณ
  - (2) การมีกระบวนการคัดเลือกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐ

- (3) การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราด้านแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อเตรียมพร้อมในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเพื่อการพาณิชย์
- 4) กลยุทธ์การส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของนักลงทุน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยและการพัฒนา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการ ดังนี้
  - (1) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับนักลงทุนและผู้ประกอบการขนาดใหญ่
  - (2) ส่งเสริมการจัดสัมมนาและระดมความคิดเห็นกับประเด็นด้านความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับนักลงทุนและผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ต่อการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง
- 5) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานต่างๆ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) การเตรียมความพร้อมสำหรับช่องทางในการขอคำปรึกษาด้านการวิจัยและการพัฒนาระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา เป็นต้น
  - (2) การสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้คำปรึกษา จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาให้กับกลุ่ม SMEs

#### 7.5.2 ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ

วัตถุประสงค์หลักของประเด็นยุทธศาสตร์การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มปริมาณการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ ลดการพึ่งการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราในระดับต้นน้ำและกลางน้ำไปตลาดต่างประเทศ และสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยมีกลยุทธ์ 3 กลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการที่สำคัญดังต่อไปนี้

##### กลยุทธ์

- 1) การสำรวจความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด
- 2) การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศผ่านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดซื้อจัดจ้าง
- 3) การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ได้รับการรับรองตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ

โดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การสำรวจความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการ ดังนี้

- (1) ผลักดันการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราที่มีความต้องการจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด
  - (2) จัดทำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เพื่อเตรียมพร้อมในการตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานของภาครัฐในอนาคต
- 2) กลยุทธ์การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ ผ่านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดซื้อจัดจ้าง โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
- (1) หน่วยงานหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราไทยนำร่องในการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นตัวอย่างของหน่วยงานไทยที่ใช้ผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การนำไปใช้จากหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ต่อไป
  - (2) สนับสนุนนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย รวมถึงการมีเงื่อนไขที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
  - (3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีเงื่อนไขและคุณสมบัติตรงกับที่หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดไว้
- 3) กลยุทธ์การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ได้รับการรับรองตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
- (1) สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ตรงกับความต้องการของหน่วยงานภาครัฐ
  - (2) สำรวจมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย
  - (3) ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับ

### 7.5.3 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

วัตถุประสงค์หลักของประเด็นยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมในตลาดต่างประเทศให้มีสัดส่วนมากยิ่งขึ้น พร้อมกับการยกระดับให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเป็นฐานการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และเอเชียตะวันออก โดยมีกลยุทธ์ 3 กลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการที่สำคัญดังต่อไปนี้



### กลยุทธ์

- 1) การสำรวจความต้องการของตลาดในพื้นที่ยุทธศาสตร์เป้าหมายของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 2) การสนับสนุนงบประมาณในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในการทำตลาดส่งออกต่างประเทศ
- 3) การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับหน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมยางพาราในต่างประเทศ

โดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การสำรวจความต้องการของตลาดในพื้นที่ยุทธศาสตร์เป้าหมายของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) จัดทำแผนงานในการศึกษาความต้องการของตลาดในพื้นที่ที่มีศักยภาพ
  - (2) สำรวจความต้องการของตลาดในผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในพื้นที่ที่มีศักยภาพ
  - (3) ดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานกลางหรือตัวแทนในการดำเนินการหาตลาดในพื้นที่ที่มีศักยภาพ เพื่อการสนับสนุนส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
- 2) กลยุทธ์การสนับสนุนงบประมาณในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในการทำตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการ ดังนี้
  - (1) ศึกษาแนวทางในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเพื่อการทำตลาดส่งออกต่างประเทศ
  - (2) ผลักดันให้เกิดการสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อการให้ความรู้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเพื่อการทำตลาดส่งออกต่างประเทศ
  - (3) สนับสนุนการให้ความรู้กับผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราด้านการทำตลาดส่งออกอย่างต่อเนื่อง
- 3) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับกิจการเอกชนหน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) สนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับกิจการ หน่วยงาน หรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ
  - (2) ผลักดันให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อการค้าและการลงทุนของกิจการ หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ
  - (3) ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับกิจการ หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ

#### 7.5.4 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย

วัตถุประสงค์หลักของประเด็นยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย เพื่อส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงมีความพร้อมและความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการของตลาดภายใต้สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราอย่างยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์ 5 กลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการที่สำคัญดังต่อไปนี้

##### กลยุทธ์

- 1) การวางแผนระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 2) การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ตรวจสอบประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- 3) การออกนโยบายสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่ม SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และการตลาดรองรับให้กับผู้ประกอบการ SMEs
- 4) การสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน พร้อมกับการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 5) การพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

โดยมีรายละเอียดกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ได้แก่

- 1) กลยุทธ์การวางแผนระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) ผลักดันให้เกิดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราร่วมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย
  - (2) สนับสนุนงบประมาณให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย
  - (3) ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งข้อมูล เทคโนโลยี และเครื่องมือในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรม เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปเป็นแบบอย่างเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต่อไป
- 2) กลยุทธ์การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ตรวจสอบประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) สำรวจและศึกษามาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล
  - (2) สนับสนุนการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นแบบอย่างในการพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย

- (3) สนับสนุนการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่กำหนดมาตรฐาน ตรวจสอบประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 3) กลยุทธ์การออกนโยบายสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่ม SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการบริการผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และการหาตลาดรองรับให้กับผู้ประกอบการ SMEs โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - (1) ศึกษาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
  - (2) สนับสนุนการให้สิทธิประโยชน์แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยที่มีการพัฒนาความสามารถของกิจการ
  - (3) เตรียมพร้อมด้านตลาดเพื่อรองรับกับการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรมของกิจการ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง และลดข้อจำกัดด้านความเสี่ยงในการลงทุนของผู้ประกอบการในระยะยาว
- 4) กลยุทธ์การสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน พร้อมกับการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
  - (1) ดำเนินการสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
  - (2) ส่งเสริมความร่วมมือและสร้างความเข้าใจกับสถาบันการเงินในการออกข้อเสนอและเงื่อนไขด้านเงินทุนที่เหมาะสมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
  - (3) สนับสนุนในการมีช่องทางส่วนกลางให้กับผู้ประกอบการเพื่อการตรวจสอบสถานะของแหล่งเงินทุน ขั้นตอนและเอกสาร ช่องทางการติดต่อ และการรับข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน
- 5) กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยกำหนดเป็นแนวทางของการพัฒนาตามแผนงานโครงการดังนี้
  - 1) การจัดเตรียมแนวทางในการพัฒนาและการผลิตบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
  - 2) การสนับสนุนด้านงบประมาณ ทุนการศึกษาและการแลกเปลี่ยนบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
  - 3) การจัดตั้งหน่วยงานในการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ

## รูปที่ 7-2 รายละเอียดภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

ผู้จัดทำ	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และเอเชียตะวันออก				
พันธกิจ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย และบริษัทเอกชนในการพัฒนาและสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา</li> <li>2. จัดทำ สนับสนุน และให้คำแนะนำด้านแหล่งเงินทุน เพื่อช่วยการขยายกิจการ หรือยกระดับนวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราใหม่ๆ</li> <li>3. ส่งเสริมให้เกิดการทำตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอย่างแพร่หลาย และสนับสนุนให้เกิดการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของไทยในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ รวมถึงประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออก</li> <li>4. พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะที่สูงและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา</li> <li>5. จัดทำฐานข้อมูลด้านองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภคในด้านความสำคัญของการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ผลิตในประเทศไทย</li> </ol>				
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย</li> <li>2) เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย</li> <li>3) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศซึ่งส่งผลดีต่อความเป็นอยู่ที่ดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา</li> </ol>				
ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา				
กลยุทธ์	การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย	การออกนโยบายและให้สิทธิพิเศษกับ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต้นแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่ม SMEs ที่ผ่านการคัดเลือก	การส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของนักลงทุน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยและการพัฒนา	การสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา ระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานต่างๆ
แผนงาน / โครงการ	ศึกษารูปแบบ และวิธีการในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย	สนับสนุนให้กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเข้าร่วมประกวดการแข่งขันด้านนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา พร้อมเงินรางวัลและการสนับสนุนจากภาครัฐ	การรับสมัครผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยเพื่อเข้าร่วมโครงการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนงบประมาณ	สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับนักลงทุนและผู้ประกอบการขนาดใหญ่	การเตรียมความพร้อมสำหรับช่องทางในการขอคำปรึกษาด้านการวิจัยและการพัฒนา ระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา เป็นต้น
	เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเกี่ยวกับประโยชน์ของนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ผู้ประกอบการจะได้รับ เพื่อให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของการมีนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	การให้สิทธิพิเศษกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสนใจในการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เช่น เงินทุนดอกเบี้ยต่ำ หรือการยกเว้นภาษี เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเน้นการวิจัยและพัฒนามากขึ้น	การมีกระบวนการคัดเลือกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ	ส่งเสริมการจัดสัมมนาและระดมความคิดเห็นกับประเด็นด้านความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับนักลงทุนและผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ต่อการพัฒนาวัตกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง	การสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้คำปรึกษา จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาให้กับกลุ่ม SMEs
	สนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีและเตรียมความพร้อมต่อการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบทางแข่งขันของกิจการในอนาคต		การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต้นแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อเตรียมพร้อมในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเพื่อการพาณิชย์		

## รูปที่ 7-2 รายละเอียดภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

วิสัยทัศน์	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และเอเชียตะวันออก					
พันธกิจ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย และบริษัทเอกชนในการพัฒนาและสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา</li> <li>2. จัดหา สนับสนุน และให้คำแนะนำด้านแหล่งเงินทุน เพื่อช่วยการขยายกิจการ หรือยกระดับนวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราใหม่ๆ</li> <li>3. ส่งเสริมให้เกิดการทำตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอย่างแพร่หลาย และสนับสนุนให้เกิดการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของไทยในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ รวมถึงประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออก</li> <li>4. พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะที่สูงและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา</li> <li>5. จัดทำฐานข้อมูลด้านองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภคในด้านความสำคัญของการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ผลิตในประเทศไทย</li> </ol>					
วัตถุประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย</li> <li>2) เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย</li> <li>3) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศซึ่งจะส่งผลดีต่อความเป็นอยู่ที่ดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา</li> </ol>					
ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ			ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา		
กลยุทธ์	การสำรวจความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด	การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศผ่านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดซื้อจัดจ้าง	การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ได้รับการรับรองตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ	การสำรวจความต้องการของตลาดในพื้นที่ยุทธศาสตร์เป้าหมายของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	การสนับสนุนงบประมาณในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในการทำตลาดส่งออกระหว่างประเทศ	การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับหน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมยางพาราในต่างประเทศ
แผนงาน/โครงการ	ผลักดันการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราที่มีความต้องการจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด	หน่วยงานหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราไทยนำร่องในการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นตัวอย่างของหน่วยงานไทยที่ใช้ผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การนำไปใช้จากหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ต่อไป	สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ตรงกับความต้องการของหน่วยงานภาครัฐ	จัดทำแผนงานในการศึกษาความต้องการของตลาดในพื้นที่ที่มีศักยภาพ	ศึกษาแนวทางในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเพื่อการตลาดส่งออกระหว่างประเทศ	สนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับกิจการหน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ
	จัดทำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เพื่อเตรียมพร้อมในการตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานของภาครัฐในอนาคต	สนับสนุนนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย รวมถึงการมีเงื่อนไขที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมไทย	สำรวจมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย	สำรวจความต้องการของตลาดในผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในพื้นที่ที่มีศักยภาพ	ผลักดันให้เกิดการสนับสนุนด้านงบประมาณเพื่อการให้ความรู้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเพื่อการตลาดส่งออกระหว่างประเทศ	ผลักดันให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อการดำเนินการลงทุนของกิจการหน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ
		ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีเงื่อนไขและคุณสมบัติตรงกับที่หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดไว้	ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับ	ดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานกลางหรือตัวแทนในการดำเนินการตลาดในพื้นที่ที่มีศักยภาพเพื่อการสนับสนุนส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย	สนับสนุนการให้ความรู้กับผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราด้านการตลาดส่งออกอย่างต่อเนื่อง	เพื่อเป็นตัวอย่างของหน่วยงานไทยที่ใช้ผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การนำไปใช้จากหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ต่อไป

## รูปที่ 7-2 รายละเอียดภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนางานขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขนาดกลางและขนาดย่อมมีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และเอเชียตะวันออก

1. บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย และบริษัทเอกชนในการพัฒนาและสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
2. จัดหา สนับสนุน และให้คำแนะนำด้านแหล่งเงินทุน เพื่อช่วยการขยายกิจการ หรือยกระดับนวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราใหม่ ๆ
3. ส่งเสริมให้เกิดการทำตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอย่างแพร่หลาย และสนับสนุนให้เกิดการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของไทยในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ รวมถึงประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออก
4. พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะที่สูงและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
5. จัดทำฐานข้อมูลด้านองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภคในด้านความสำคัญของการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ผลิตใน

- 1) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย
- 3) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศซึ่งจะส่งผลดีต่อความเป็นอยู่ที่ดีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

### ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย

การวางแผนระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์	การออกนโยบายสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่ม SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการบริการผ่านการใช้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และการตลาดรองรับให้กับผู้ประกอบการ SMEs	การสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน พร้อมกับการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	การพัฒนาบุคลากรของผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
ผลักดันให้เกิดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราร่วมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย	สำรวจและศึกษามาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล	ศึกษาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	ดำเนินการศึกษาสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	การจัดเตรียมแนวทางในการพัฒนาและการผลิตบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
สนับสนุนงบประมาณให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย	สนับสนุนการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นแบบอย่างในการพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย	สนับสนุนการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยที่มีการพัฒนาความสามารถของกิจการ	ส่งเสริมความร่วมมือและสร้างความเข้าใจกับสถาบันการเงินในการออกข้อเสนองานและเงื่อนไขด้านเงินทุนที่เหมาะสมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	การสนับสนุนด้านงบประมาณ ทุนการศึกษาและการแลกเปลี่ยนบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งข้อมูล เทคโนโลยี และเครื่องมือในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรม เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปเป็นแบบอย่างเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต่อไป	สนับสนุนการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่กำหนดมาตรฐาน ตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	เตรียมพร้อมด้านตลาดเพื่อรองรับกับการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรมของกิจการ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง และลดข้อจำกัดด้านความเสี่ยงในการลงทุนของผู้ประกอบการในระยะยาว	สนับสนุนในการมีช่องทางส่วนกลางให้กับผู้ประกอบการเพื่อการตรวจสอบสถานะของแหล่งเงินทุน ขั้นตอนและเอกสาร ช่องทางการติดต่อ และการรับข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนต่างๆ	การจัดตั้งหน่วยงานในการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆทั้งในและต่างประเทศ

## บทที่ 8

# แผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

### 8.1 แผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

ในการจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในครั้งนี้ ได้นำเอาแผนงานโครงการตามแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ได้จัดทำไว้ใน **บทที่ 7** มาเป็นแนวทางการดำเนินงานตามระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ได้จัดทำแผนดำเนินการแยกเป็นตามแผนงาน/โครงการ 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ด้านการสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ ด้านการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 8.1.1 แผนงาน/โครงการด้านการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

นโยบายการลงทุนวิจัยและพัฒนา และการผลักดันสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ร่วมกับการศึกษาโดยทีมที่ปรึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ การยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีผ่านงบประมาณการวิจัยและพัฒนาและเครือข่ายความร่วมมือที่มีมากขึ้น และการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยกับผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในแผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในระยะ 5 ปี จะเน้นการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ดังต่อไปนี้และในตารางที่ 8-1

- 1) การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศไทย
- 2) การออกนโยบายและให้สิทธิพิเศษกับ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต้นแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่ม SMEs ที่ผ่านการคัดเลือก
- 4) การส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของนักลงทุน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยและการพัฒนา
- 5) การสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานต่างๆ

### 8.1.2 แผนงาน/โครงการด้านการสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ

นโยบายการเสริมสร้างศักยภาพ การพัฒนาเศรษฐกิจ และการสร้างความเข้มแข็งทางการเงินตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ร่วมกับการศึกษาโดยทีมที่ปรึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ สนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศ ลดการพึ่งพาดตลาดการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในระดับต้นน้ำและกลางน้ำ และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของตลาดในประเทศได้เป็นอย่างดี โดยในแผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา จะเน้นการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ดังต่อไปนี้และในตารางที่ 8-2

- 1) การสำรวจความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด
- 2) การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศผ่านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดซื้อจัดจ้าง
- 3) การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ได้รับการรับรองตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ

### 8.1.3 แผนงาน/โครงการด้านการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

นโยบายการเสริมสร้างศักยภาพ การพัฒนาเศรษฐกิจ และการสร้างความเข้มแข็งทางการเงิน การพัฒนาและส่งเสริมให้ไทยเป็นฐานการประกอบธุรกิจและการลงทุน การสร้างความเป็นหุ้นส่วนการพัฒนา กับประเทศ และการบูรณาการความร่วมมือระหว่างประเทศ ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ร่วมกับการศึกษาโดยทีมที่ปรึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณในการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไปยังตลาดต่างประเทศ ที่มีศักยภาพ และการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยกับเครือข่ายในต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการค้าและการลงทุน อันจะนำมาซึ่งการเติบโตทางมูลค่าเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อการส่งออก ดังนั้น ในแผนปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา จะเน้นการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการ ดังต่อไปนี้และในตารางที่ 8-3

- 1) การสำรวจความต้องการของตลาดในพื้นที่ยุทธศาสตร์เป้าหมายของอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 2) การสนับสนุนงบประมาณในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการแปรรูปยางพาราในการทำตลาดส่งออกระหว่างประเทศ



- 3) การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับกิจการ หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมในต่างประเทศ

#### 8.1.4 แผนงาน/โครงการด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย

นโยบายการเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ร่วมกับการศึกษาโดยทีมที่ปรึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับทั้งในตลาดในประเทศและต่างประเทศ การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยรวมถึงการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญให้มีจำนวนมากขึ้น ดังนั้นแผนปฏิบัติการเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย ซึ่งประกอบไปด้วยกลยุทธ์และแผนงาน/โครงการดังต่อไปนี้และในตารางที่ 8-4

- 1) การวางแผนระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 2) การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- 3) การออกนโยบายสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่ม SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการบริการผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ และการหาตลาดรองรับให้กับผู้ประกอบการ SMEs
- 4) การสำรวจความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน พร้อมกับการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 5) การพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา



ตารางที่ 8-1 แผนงาน/โครงการพัฒนาฯ ด้านการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ /กลยุทธ์	แผนงาน /โครงการ	ระยะเวลาการดำเนินการ										หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง						
		ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5								
ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา																		
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต้นแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่ม SMEs ที่ผ่านการคัดเลือก	3.1 การรับสมัครผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยเพื่อการเข้าร่วมโครงการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนงบประมาณ	↔			↔				↔									สสว, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, กระทรวงอุตสาหกรรม, สถาบันวิจัยยาง, การยางแห่งประเทศไทย, สถาบันการศึกษา
	3.2 การมีกระบวนการคัดเลือกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ	↔			↔				↔					↔				สสว, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, กระทรวงอุตสาหกรรม, สถาบันวิจัยยาง, การยางแห่งประเทศไทยสถาบันการศึกษา
	3.3 การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต้นแบบที่มีนวัตกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อเตรียมพร้อมในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเพื่อการพาณิชย์		←	→	←	→	←	→	←	→	←	→	←	→	←	→		สสว, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, กระทรวงอุตสาหกรรม, สถาบันวิจัยยาง, การยางแห่งประเทศไทยสถาบันการศึกษา
4. การส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของนักลงทุน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการวิจัยและการพัฒนา	4.1 สนับสนุนการสร้างเครือข่ายการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับนักลงทุนและผู้ประกอบการขนาดใหญ่	←	→	←	→	←	→	←	→	←	→	←	→	←	→		สสว, กรมวิชาการเกษตร, กระทรวงพาณิชย์, กระทรวงอุตสาหกรรม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	
	4.2 ส่งเสริมการจัดสัมมนาและระดมความคิดเห็นกับประเด็นด้านความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับนักลงทุนและผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ต่อการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง	←	→	←	→	←	→	←	→	←	→	←	→	←	→		สสว, กรมวิชาการเกษตร, กระทรวงพาณิชย์, กระทรวงอุตสาหกรรม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	

ตารางที่ 8-1 แผนงาน/โครงการพัฒนาฯ ด้านการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ /กลยุทธ์	แผนงาน /โครงการ	ระยะเวลาการดำเนินการ															หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
		ปีที่ 1			ปีที่ 2			ปีที่ 3			ปีที่ 4			ปีที่ 5			
<b>ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา</b>																	
5. การสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานต่างๆ	5.1 การเตรียมความพร้อมสำหรับช่องทางในการขอคำปรึกษาด้านการวิจัยและการพัฒนา ระหว่างกลุ่ม SMEs กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา เป็นต้น	←-----→															สสว, สถาบันวิจัยยาง การยางแห่งประเทศไทย, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, สถาบันการศึกษา
	5.2 การสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้คำปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาให้กับกลุ่ม SMEs	←-----→															สสว, สถาบันวิจัยยาง การยางแห่งประเทศไทย, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, สถาบันการศึกษา

ตารางที่ 8-2 แผนงาน/โครงการพัฒนาฯ การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ

ยุทธศาสตร์ /กลยุทธ์	แผนงาน /โครงการ	ระยะเวลาการดำเนินการ										หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง						
		ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5								
<b>ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ</b>																		
1. การสำรวจความต้องการการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด	1.1 ผลักดันการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราที่มีความต้องการจากหน่วยงานภาครัฐทั้งหมด	←	→					←	→								สสว., กระทรวงพาณิชย์, กระทรวงคมนาคม, สถาบันวิจัยยาง, การยางแห่งประเทศไทย, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	
	1.2 จัดทำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เพื่อเตรียมพร้อมในการตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานของภาครัฐในอนาคต				←	→					←	→						สสว., กระทรวงพาณิชย์, สถาบันวิจัยยาง, การยางแห่งประเทศไทย, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
2. การออกนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศผ่านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดจ้าง	2.1 หน่วยงานหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราไทยนำร่องในการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นตัวอย่างของหน่วยงานไทยที่ใช้ผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การนำไปใช้จากหน่วยงานภาครัฐอื่นๆต่อไป	←	→														สถาบันวิจัยยาง, การยางแห่งประเทศไทย, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, และหน่วยงานราชการอื่นๆ	
	2.2 สนับสนุนนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย รวมถึงการมีเงื่อนไขที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมไทย	←	→															หน่วยงานกลางและหน่วยงานพัสดุ
	2.3 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีเงื่อนไขและคุณสมบัติตรงกับที่หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดไว้	←	→															สสว., กระทรวงอุตสาหกรรม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 8-2 แผนงาน/โครงการพัฒนาฯ การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ /กลยุทธ์	แผนงาน /โครงการ	ระยะเวลาการดำเนินการ										หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5								
ยุทธศาสตร์การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ														
3. การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ได้รับการรับรองตรงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ	3.1 สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ตรงกับความต้องการของหน่วยงานภาครัฐ	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	สสว., กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, กระทรวงอุตสาหกรรม		
	3.2 สํารวจมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย	←	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	→	กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, กระทรวงอุตสาหกรรม
	3.3 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับ	←	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	→	สสว., กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, กระทรวงอุตสาหกรรม



ตารางที่ 8-3 แผนงาน/โครงการพัฒนาฯ ด้านการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ /กลยุทธ์	แผนงาน /โครงการ	ระยะเวลาการดำเนินการ										หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5							
ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา													
3. การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับกิจการ หน่วยงาน หรือสมาคมอุตสาหกรรมใน ต่างประเทศ	3.1 สนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทยกับกิจการ หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมใน ต่างประเทศ	←-----→										สสว., กระทรวงพาณิชย์, กระทรวงอุตสาหกรรม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	
	3.2 ผลักดันให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อการค้าและการลงทุนของกิจการ หน่วยงานหรือสมาคม อุตสาหกรรมในต่างประเทศ	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	สสว., กระทรวงพาณิชย์, กระทรวงอุตสาหกรรม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
	3.3 ส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางพาราของ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับกิจการ หน่วยงานหรือสมาคมอุตสาหกรรมใน ต่างประเทศ	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	สสว., กระทรวงพาณิชย์, กระทรวงอุตสาหกรรม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย



ตารางที่ 8-4 แผนงาน/โครงการพัฒนา ด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย

ยุทธศาสตร์ /กลยุทธ์	แผนงาน /โครงการ	ระยะเวลาการดำเนินการ										หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5						
ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย												
1. การวางแผนระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากับสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	1.1 ผลักดันให้เกิดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราร่วมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	สสว., กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
	1.2 สนับสนุนงบประมาณให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	สสว., กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
	1.3 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งข้อมูล เทคโนโลยี และเครื่องมือในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรม เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปเป็นแบบอย่างเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราต่อไป	←-----										สสว., กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
2. การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์	2.1 สํารวจและศึกษามาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล	↔										กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม
	2.2 สนับสนุนการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราเพื่อเป็นแบบอย่างในการพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทย	←-----										กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม
	2.3 สนับสนุนการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่กำหนดมาตรฐาน ตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา				↔							



ตารางที่ 8-4 แผนงาน/โครงการพัฒนาฯ ด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ /กลยุทธ์	แผนงาน /โครงการ	ระยะเวลาการดำเนินการ															หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
		ปีที่ 1			ปีที่ 2			ปีที่ 3			ปีที่ 4			ปีที่ 5			
ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย																	
5. การพัฒนาบุคลากรของผู้ประกอบการ SMEs ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา	5.1 การจัดเตรียมแนวทางในการพัฒนาและการผลิตบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา	←															สสว., กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
	5.2 การสนับสนุนด้านงบประมาณทุนการศึกษาและการแลกเปลี่ยนบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา				←			-			-			→			สสว., กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม
	5.3 การจัดตั้งหน่วยงานในการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆทั้งในและต่างประเทศ				←												สสว., กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ สิ่งแวดล้อม, สถาบันการศึกษา

## 8.2 การจัดทำโครงการนำร่อง

จากการกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในอนาคต ในส่วนของแผนปฏิบัติการได้มีการกำหนดให้มีการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการต่างๆ ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอโครงการนำร่อง โดยตัวอย่างของโครงการนำร่องนี้จะนำเสนอรายละเอียดในแต่ละแผนยุทธศาสตร์รวมทั้งสิ้น 4 โครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 8.2.1 โครงการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

#### หลักการและเหตุผล

โครงการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารามีหลักการและเหตุผล คือ นวัตกรรมถือเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา สร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมและสนับสนุนความสามารถทางการแข่งขัน และสามารถตอบสนองกับความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับรวบรวมมาพบว่าปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราโดยส่วนใหญ่ยังขาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมและเทคโนโลยี เนื่องจากการผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดความรู้ เงินทุน อุปกรณ์และเครื่องมือ งบประมาณ และผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนา ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของโครงการนำร่องเพื่อ การสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

ความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ: ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

#### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีนวัตกรรมของผู้ประกอบการไทย
- 2) เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ
- 3) การยกระดับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีผ่านงบประมาณการวิจัยและพัฒนาและเครือข่ายความร่วมมือที่มีมากขึ้น

#### กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 2) นักธุรกิจ นักลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) องค์กรเอกชนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

#### พื้นที่เป้าหมาย

สงขลา และระยอง

#### ระยะเวลาการดำเนินการ

ประมาณ 1 ปีงบประมาณและต่อเนื่องในแต่ละปีถัดไป

### แนวทางดำเนินการ

- 1) จัดตั้งโครงการเพื่อการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกัน สนับสนุนด้านเงินทุน ผู้เชี่ยวชาญ สถานที่ และทรัพยากรด้านอื่นๆ
- 2) เปิดรับสมัครผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราที่สนใจ ในการเข้าร่วมโครงการเพื่อการพัฒนาของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา โดยมีคุณสมบัติและเงื่อนไข ดังนี้
  - เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยที่ดำเนินกิจการมาอย่างน้อย 3-5 ปี
  - นำเสนอประวัติความเป็นมาของกิจการ ผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน โครงสร้างกิจการ แนวคิดทางธุรกิจ รวมถึงพันธกิจและวิสัยทัศน์ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูป
  - มีข้อเสนอโครงการที่ระบุแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา รวมถึงการวิเคราะห์ SWOT ของกิจการในด้านที่เกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูป
- 3) คัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราจำนวน 50 รายจากเงื่อนไขและเอกสารที่นำส่ง ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการโครงการ
- 4) จัดทำ Workshop และร่วมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างแผนธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ นักธุรกิจ นักลงทุน ตัวแทนบริษัทเอกชน กับบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 5) ผู้ประกอบการจัดทำร่างแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และแผนธุรกิจ พร้อมกับการนำเสนอแผนเพื่อการรับฟังข้อเสนอแนะและการปรับปรุงแผนที่มีความเหมาะสม จากคณะกรรมการโครงการ
- 6) คณะกรรมการโครงการทำการคัดเลือกแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา และแผนธุรกิจของกิจการที่มีความน่าสนใจและมีความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ รวมถึงสอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบันและแนวโน้มของตลาดในอนาคต จำนวน 10 ราย
- 7) ผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกในรอบที่ 2 จะได้รับการสนับสนุนเงินทุน และทรัพยากรด้านอื่นๆตามแผนงานที่ได้นำเสนอ และร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของกิจการร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ต่อไป
- 8) สรุปผลและประเมินผลงาน รวมถึงรวบรวมข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ ข้อจำกัด และอุปสรรค เพื่อการจัดทำโครงการนำร่องสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในครั้งต่อไป

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) กระทรวงอุตสาหกรรม โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 3) กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 4) สถาบันวิจัยยาง และการยางแห่งประเทศไทย
- 5) สถาบันการศึกษา

## 8.2.2 โครงการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ

### หลักการและเหตุผล

โครงการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศมีหลักการและเหตุผล คือ ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในอุตสาหกรรมยางพาราเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในระดับต้นน้ำและกลางน้ำที่มีมูลค่าต่ำ เช่น น้ำยางข้น ยางแผ่น ยางแท่ง เพื่อการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตามประเทศต่างๆ เช่น จีน อินเดีย เวียดนาม และอื่นๆ เริ่มมีการผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ปริมาณความต้องการในตลาดโลกเทียบกับปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าวลดน้อยลง ส่งผลกระทบต่อราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มลดลงมากขึ้น ดังนั้นวิธีการลดการพึ่งพาดตลาดการส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และเน้นการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศแทน จึงเป็นแนวทางในการเพิ่มปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารากลุ่มนี้ให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีการพัฒนาสินค้าที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของตลาดภายในประเทศได้อีกทั้งยังทำให้เกิดการหมุนเวียนของมูลค่าทางเศรษฐกิจภายในประเทศอีกด้วย ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของโครงการนำร่องเพื่อส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ

ความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ: ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในประเทศ

### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศ
- 2) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยที่ตรงกับความต้องการภายในประเทศ
- 3) เพื่อลดการพึ่งพาดตลาดการส่งออกและขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศอย่างยั่งยืน

### กลุ่มเป้าหมาย

- 1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา
- 2) ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) นักธุรกิจ นักลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 4) องค์กรเอกชนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

### พื้นที่เป้าหมาย

กรุงเทพมหานคร สงขลา และระยอง

### ระยะเวลาการดำเนินการ

ประมาณ 1 ปีงบประมาณและต่อเนื่องในแต่ละปีถัดไป

### แนวทางดำเนินการ

- 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเริ่มดำเนินการนำร่องในการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราและผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนโดยยางพาราได้
- 2) สรุปรายงานความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมกับจัดทำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชาสัมพันธ์และเชิญชวนให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราผ่านเงื่อนไขความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน
- 4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมในการสนับสนุน และพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ร่วมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราที่ได้รับการคัดเลือกตามเงื่อนไขของคณะกรรมการโครงการ
- 5) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการนำร่อง พร้อมการให้คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราอย่างต่อเนื่อง
- 6) สรุปผลและประเมินผลงาน รวมถึงรวบรวมข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ ข้อจำกัด และอุปสรรค เพื่อการเตรียมพร้อมสำหรับการจัดทำโครงการนำร่องสำหรับการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหน่วยงานราชการอื่นๆในครั้งต่อไป

### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) กระทรวงอุตสาหกรรม โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 3) กระทรวงพาณิชย์ โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 4) กระทรวงคมนาคม โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง

## 8.2.3 โครงการจัดตั้งหน่วยธุรกิจเพื่อแสวงหาตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในต่างประเทศ

### หลักการและเหตุผล

โครงการจัดตั้งหน่วยธุรกิจเพื่อแสวงหาตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในต่างประเทศมีหลักการและเหตุผล คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยไม่มีความรู้และความชำนาญในการทำการตลาดการค้าระหว่างประเทศ ประกอบกับปัจจุบันไม่มีหน่วยงานกลางของภาครัฐที่ทำหน้าที่ในการหาตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยในการทำหน้าที่สำรวจความต้องการและแนวโน้มของผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากต่างประเทศ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในตลาดต่างประเทศ

ความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ: ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา

### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการสำรวจตลาด และศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในต่างประเทศ
- 2) เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทยของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยไปยังตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ
- 3) เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยกับเครือข่ายในต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการค้าและการลงทุน

### กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 2) นักธุรกิจ นักลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา
- 3) องค์กรเอกชนในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

### พื้นที่เป้าหมาย

กรุงเทพมหานคร สงขลา ระยอง

### ระยะเวลาการดำเนินการ

ประมาณ 1 ปีงบประมาณและต่อเนื่องในแต่ละปีถัดไป

### แนวทางดำเนินการ

- 1) จัดทีมสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราในต่างประเทศที่มีศักยภาพและมีสัดส่วนนำเข้าผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นจำนวนมาก
- 2) คณะกรรมการโครงการทำการตัดสินใจเลือกประเทศที่เป็นเป้าหมายที่สอดคล้องกับศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราเพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดตั้งตั้งหน่วยธุรกิจนำร่องในต่างประเทศ
- 3) ศึกษาภาวะเบียบ เงื่อนไข และข้อกำหนดในการจัดตั้งหน่วยธุรกิจในประเทศเป้าหมายที่ได้มีการตัดสินใจจากคณะกรรมการโครงการ
- 4) จัดตั้งหน่วยธุรกิจในประเทศเป้าหมายผ่านความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ผู้ประกอบการธุรกิจ นักธุรกิจและนักลงทุน และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 5) เริ่มดำเนินการเป็นตัวแทนให้กับกลุ่ม SMEs ไทยในการเสนอผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา พร้อมกับการทำหน้าที่ในการเจรจาการค้า และการลงทุนกับกิจการต่างๆ ในต่างประเทศที่เป็นเป้าหมายซึ่งมีความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราจากไทย
- 6) หน่วยธุรกิจมีการวางแผนในการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการทำหน้าที่ในการสื่อสาร และสร้างความร่วมมือที่ดีระหว่างผู้ประกอบการไทยและคู่ค้าในต่างประเทศ
- 7) สรุปผลและประเมินผลงาน รวมถึงรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ ข้อจำกัด และอุปสรรค เพื่อการทบทวนการจัดทำโครงการนำร่องสำหรับการจัดตั้งหน่วยธุรกิจในประเทศอื่นๆ ที่มีศักยภาพต่อไป



### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) กระทรวงพาณิชย์ โดยหน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้อง
- 3) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

### 8.2.4 โครงการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราขาดแคลนบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และความสามารถในการดำเนินกิจการ ทั้งในด้านที่เกี่ยวกับการวิจัยและการพัฒนากระบวนการผลิต การตลาดและการทำธุรกิจส่งออก รวมถึงด้านเทคโนโลยีซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อปัญหาในการพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราไทยเป็นอย่างมาก อีกทั้งประเทศไทยมีแผนในการส่งเสริมการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

ความสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการ: ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราไทย

#### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราให้มีจำนวนมากขึ้น

#### กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา

#### พื้นที่เป้าหมาย

สงขลา และระยอง

#### ระยะเวลาการดำเนินการ

ประมาณ 1 ปีงบประมาณและต่อเนื่องในแต่ละปีถัดไป

#### แนวทางดำเนินการ

- 1) สำรวจความต้องการในการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงปัญหาและข้อจำกัดที่เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราในปัจจุบัน

- 2) จัดทำแนวทางในการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านต่างๆ ที่มีปัญหาและมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วน
- 3) เปิดรับสมัครบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราจำนวน 100 ราย เพื่อการเข้าร่วมการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ คือ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ด้านการค้าและการส่งออก ด้านการผลิตและการบริหารจัดการ และด้านการเกษตร เป็นต้น
- 4) ส่งเสริมการจัดทำ Workshop การอบรม และการแลกเปลี่ยนบุคลากรที่ได้รับการคัดเลือกในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแต่ละด้านร่วมกับกิจการขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นระยะเวลาประมาณ 3 เดือน
- 5) การจัดเวทีในการถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ โดยบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณภาพในอุตสาหกรรมยางพาราร่วมกับบุคลากรที่สมัครเข้าร่วมโครงการในแต่ละด้าน
- 6) คณะกรรมการจัดทำโครงการทำการคัดเลือกบุคลากรที่ผ่านการเข้าร่วมโครงการฯ เพื่อทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงในการร่วมกันพัฒนาบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราอื่นๆ
- 7) สรุปผลและประเมินผลงาน รวมถึงรวบรวมข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ ข้อจำกัด และอุปสรรค เพื่อการปรับปรุงการจัดทำโครงการนำร่องสำหรับพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในครั้งต่อไป

#### หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) กระทรวงอุตสาหกรรม
- 3) กระทรวงพาณิชย์
- 4) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 5) กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม
- 6) สถาบันการศึกษา

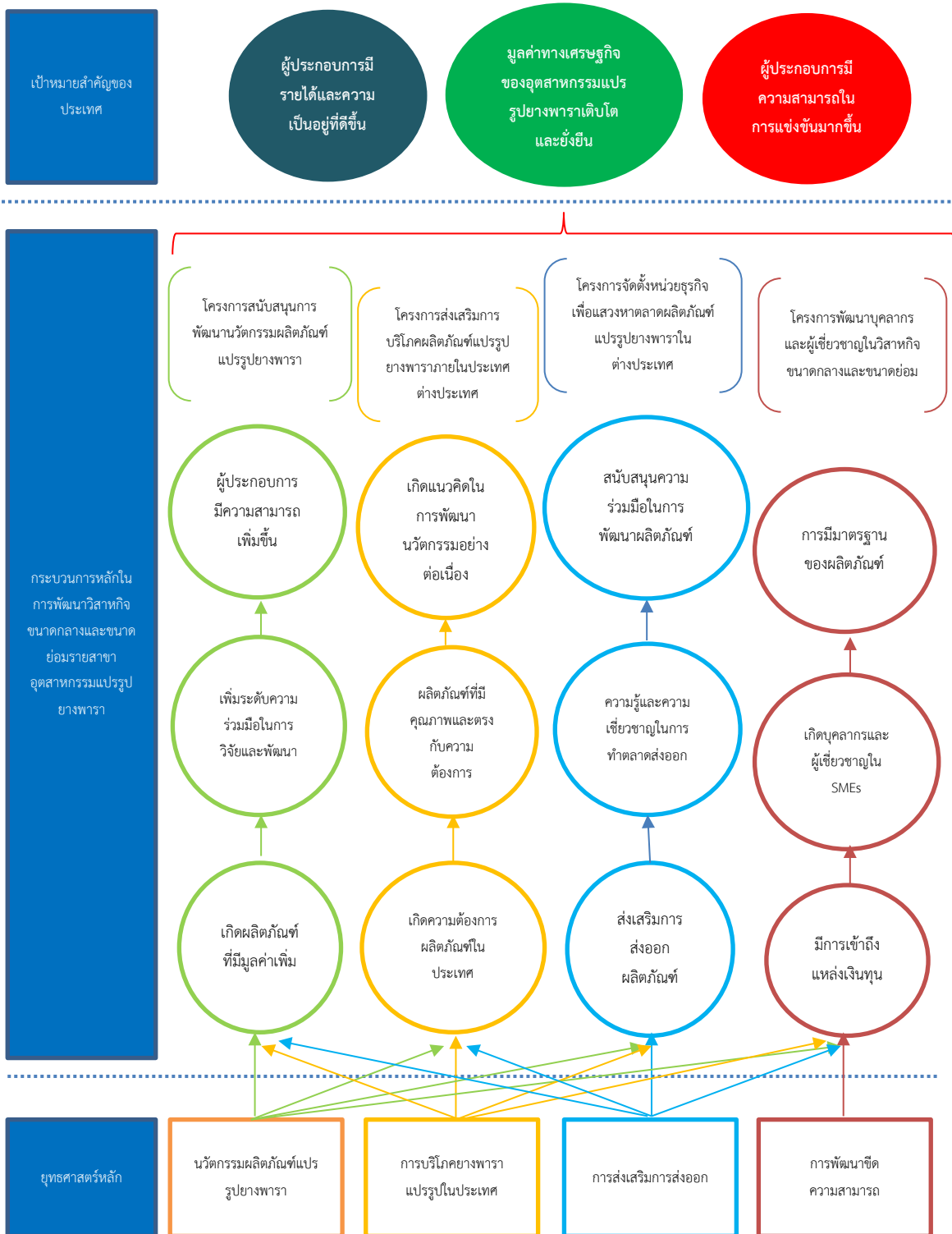
### 8.3 แนวทางการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ

การจัดทำแผนที่นำทาง ได้คำนึงถึงประเด็นกลยุทธ์ และแผนงาน/โครงการต่างๆ ที่กำหนดเป็นรายละเอียดไว้ในหัวข้อ 8.1 เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพารา การส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราภายในประเทศ การผลักดันให้เกิดการส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปยางพาราที่มีมูลค่าสูงผ่านการยกระดับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีมากขึ้น การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราอย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่

ผลลัพธ์ของการพัฒนาตามวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์การพัฒนาที่จะสร้างให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่อไป

ทั้งนี้แผนที่นำทางยุทธศาสตร์ ดังแสดงไว้ในรูปที่ 8-1 ซึ่งในหลักการจัดทำแผนที่นำทางนั้น จะพิจารณาจากผลลัพธ์เป็นตัวตั้งและพิจารณาลงไปหาเหตุที่จะก่อให้เกิดผลลัพธ์นั้นๆ ลงไปเป็นลำดับชั้นจนถึงกิจกรรมสำคัญที่ต้องดำเนินการตามกลยุทธ์ที่ได้มีการกำหนดไว้เป็นฐาน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายสุดท้ายหรือผลลัพธ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้น

รูปที่ 8-1 แผนที่นำทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมแปรรูปยางพารา



ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2559

# สสว. ➤

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)  
ชั้น G, 15, 17-20, 23 อาคารทีเอสทีทาวเวอร์ 21  
ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล Bangkok 10900  
โทร. 0-2278-8800



**SOMR**  
*Center for Strategic and Operations Management Research*

ศูนย์วิจัยด้านการจัดการยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการ  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
โทร. 0-2561-2775, 08-4335-7888  
อีเมล. center.somr@gmail.com