

สองนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกไทย :

(ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกไทย ปี 2560-2564

เรียบเรียงโดย นายศตพร สภานุชาต
หัวหน้าศูนย์ข้อมูลและวิจัยตลาดอุตสาหกรรมพลาสติก
สถาบันพลาสติก

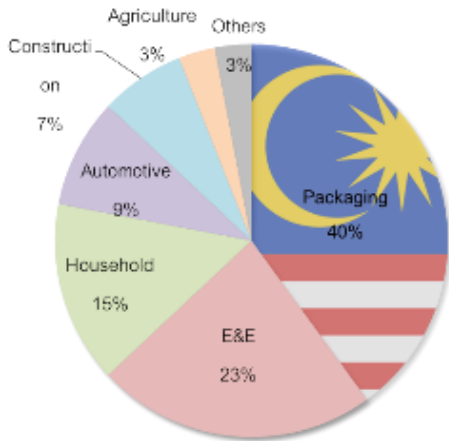
โลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปในหลากหลายมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยี (Technology Revolution) ในแต่ละยุคแต่ละสมัยเป็นแรงผลักดันให้ชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ก้าวล้ำกว่ายุคสมัยก่อนๆ เป็นอย่างมาก ภาคอุตสาหกรรม การรับเอาเทคโนโลยีในแต่ละยุคสมัยมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจมาโดยตลาดทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมจึงค่อยๆทวีความรุนแรงมากขึ้นมาโดยตลอด

ความสำคัญในการจัดทำยุทธศาสตร์

ด้วยกระแสการเปลี่ยนแปลงจากตลาดปลายทางที่กดดันให้ภาคการผลิตของอุตสาหกรรมพลาสติกจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในการแข่งขันที่เข้มข้น ประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและอุตสาหกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกเข้มแข็งอยู่ในลำดับต้นๆ ของภูมิภาคอาเซียน จำเป็นต้องทบทวนปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ของอุตสาหกรรมพลาสติก อาทิ ศักยภาพของอุตสาหกรรมพลาสติกไทยทั้งด้านการผลิตและเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ ตลอดจนจรรยาบรรณนโยบายต่างๆ ที่ภาครัฐมุ่งเป้า เพื่อค้นหาจุดแข็งและโอกาสที่เหมาะสม นำมาวิเคราะห์

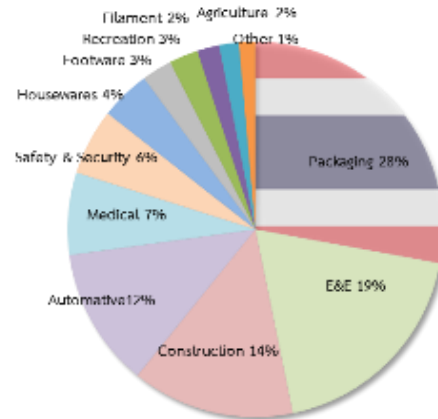
ประกอบการออกกลยุทธ์การปรับตัวที่มีประสิทธิภาพที่จะทำให้ผู้ประกอบการพลาสติกไทยเกิดการพัฒนายั่งยืนและมีศักยภาพทัดเทียมกับนานาประเทศในระดับสากล โดยในปี พ.ศ. 2558 กระทรวงอุตสาหกรรม โดย สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้มอบหมายให้ “สถาบันพลาสติก” ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทโดยตรงในการสนับสนุนและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมพลาสติกไทย ให้จัดทำร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติก ปี พ.ศ. 2560-2564 ขึ้น เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแวดล้อมของอุตสาหกรรมพลาสติกไทยในมิติต่างๆ อาทิ ศักยภาพการผลิต เทคโนโลยี การค้า พบว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยที่ผ่านมา เน้นการผลิตเพื่อสนับสนุนตลาดภายในประเทศเป็นหลัก มีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 19 ของมูลค่าการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกภายในประเทศทั้งหมด ในขณะที่ประเทศคู่แข่งอย่างประเทศมาเลเซียมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสูงถึงร้อยละ 63 ของมูลค่าการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกภายในประเทศ



MALAYSIA PLASTICS INDUSTRY PROFILE

Total Revenue (2013) : 164,330 Million Baht*
 Export (HS.3916-3926) (2013) : 104,321 Million Baht*
 Consumption Resin 2.10 KTA
Export (HS.3916-3926) / Revenue : 63.4%



THAILAND PLASTICS INDUSTRY PROFILE

Total Revenue (2015) : 646,320 Million Baht
 Export (HS.3916-3926) (2015): 122,809 Million Baht
 Export Other Plastics (2015) : 70,572 Million Baht
 Consumption Resin : 4.73 KTA
Export (HS.3916-3926)/Revenue : 19.00%
Export (HS.3916-3926+Other)/Revenue : 29.92%

Remark : *1 Malaysia Ringgit = 9.16 Thai baht

Sources : Malaysian Plastics Manufacturers Association, Plastics Intelligence Unit



จากข้อมูลข้างต้นเป็นเครื่องยืนยันได้ อย่างชัดเจนว่าประเทศไทยพึ่งพิงตลาด ภายในประเทศเป็นหลัก ถึงแม้จะมีการส่งออก ผลิตภัณฑ์พลาสติกทางอ้อมหรือที่เรียกว่า Indirect Export (การส่งออกผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มี ผลิตภัณฑ์พลาสติกแฝงอยู่ซึ่งการส่งออกนั้นไม่ได้ ถูกระบุให้เป็นการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติก) แต่ เมื่อพิจารณาบนพื้นฐานข้อมูลการส่งออก ผลิตภัณฑ์พลาสติก (พิกัด 3916-3926) จะพบว่า อัตราส่วนการส่งออกต่อรายได้รวมของ อุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยยังคง อยู่ในระดับต่ำ ถึงแม้ว่าจะรวมการส่งออก ผลิตภัณฑ์พลาสติกในพิกัดอื่นๆ รวมด้วย ก็ยังคงมี สัดส่วนการส่งออกต่อรายได้ประมาณร้อยละ 29 ด้วยเหตุนี้การเติบโตของอุตสาหกรรมโดยการ พึ่งพิงเพียงตลาดภายในประเทศจึงไม่ใช่ทางออกที่

จะทำให้อุตสาหกรรมพลาสติกไทยสามารถที่จะ พัฒนาอย่างยั่งยืนได้ การผลักดันให้ผู้ประกอบการ พลาสติกไทยมุ่งสู่ตลาดสากลจึงเป็นหนทางหนึ่ง ที่จะเสริมสร้างศักยภาพให้ผู้ประกอบการพลาสติก ไทยสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้อย่าง ยั่งยืน

วิสัยทัศน์ยุทธศาสตร์

จากสถานการณ์ที่ประเทศไทยยังคงพึ่งพิง ตลาดภายในประเทศดังกล่าว เมื่อนำไปพิจารณา ร่วมกับแนวโน้มการพัฒนาของอุตสาหกรรม พลาสติกสากลในอนาคตและนโยบายการส่งเสริม อุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศไทย พบว่า อุตสาหกรรมพลาสติกในระดับโลกยังมีความ เคลื่อนไหวทางการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อ ตอบรับความต้องการที่ซับซ้อนและเฉพาะเจาะจง ของตลาดในปัจจุบันไม่เว้นแม้แต่ภูมิภาคอาเซียนที่

มีปริมาณการบริโภคผลิตภัณฑ์พลาสติกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLMV ดังนั้น อุตสาหกรรมพลาสติกไทยในบทบาทของผู้นำอุตสาหกรรมพลาสติกในอาเซียนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพที่ได้รับการยอมรับจากประเทศเพื่อนบ้าน จึงควรใช้จุดแข็งและโอกาสดังกล่าวในการขยายตลาดโดยอาศัยการเปิดเสรีอาเซียนเป็นพื้นฐานส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมพลาสติกในอนาคตให้สามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่จำกัดเฉพาะการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศซึ่งสำหรับประเทศไทยถือว่าเริ่มเข้าใกล้จุดอิ่มตัวมากขึ้นเรื่อยๆ สะท้อนได้จากอัตราการขยายตัวของตลาดในประเทศต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยเหตุนี้ จึงนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกที่เน้นส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ประกอบการพลาสติกไทยก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลมากขึ้น ดังวิสัยทัศน์ **“Internationalize Thai Plastic Convertors”** เพื่อให้บรรลุถึงวิสัยทัศน์ดังกล่าว ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพลาสติกไทยจะต้องดำเนินการเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันทั้งในด้านผู้ส่งออก ผู้ค้า และผู้ลงทุน ในตลาดสากลให้มากยิ่งขึ้น เปลี่ยนจากผู้ประกอบการที่ดำเนินการเน้นการจำหน่ายหรือทำธุรกิจในประเทศหันไปทำตลาดนอกประเทศมากขึ้น ดังบทบาทต่อไปนี้

- **ผู้ส่งออกและผู้ค้า** มุ่งหมายพัฒนาให้ผู้ประกอบการพลาสติกไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น ผู้ประกอบการต้องมีขนาดธุรกิจที่ใหญ่ขึ้น สามารถผลิตสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้น และต้องสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยให้เป็นที่ยอมรับในสากลและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- **ลงทุน** มุ่งหมายผลักดันให้ผู้ประกอบการพลาสติกไทยเข้าไปลงทุนในตลาดอาเซียน ซึ่งเป็นตลาดที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์พลาสติกชนิดทั่วไป (Commodity Plastics) สูง และมีแรงงานสำหรับการผลิตเพียงพอ ซึ่งการขยายการลงทุนไปสู่ตลาดอาเซียนจะเป็นการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในเวทีโลกได้ด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ หากมีการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์และบรรลุตามวิสัยทัศน์ดังกล่าว ประเทศไทยจะเปลี่ยนจากการเป็นผู้นำอุตสาหกรรมพลาสติกของอาเซียน (Leader) ไปสู่บทบาทของการเป็นศูนย์กลางการขับเคลื่อนการเติบโตในอุตสาหกรรมพลาสติกของอาเซียน (ASEAN Growth Driver) ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาและเติบโตไปพร้อมกันทั่วทั้งภูมิภาค

การกำหนดยุทธศาสตร์

เพื่อให้การกำหนดยุทธศาสตร์มีประสิทธิภาพและมีกลยุทธ์ที่ตรงเป้าหมาย จำเป็นจะต้องวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกในรูปแบบการวิเคราะห์ SWOT Analysis และนำผลที่ได้ไปจับคู่เพื่อออกกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ ณ ปัจจุบัน ดังนั้น ผู้เขียนจึงขอกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis โดยสังเขป ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

S1 อุตสาหกรรมพลาสติกไทยมีตลาดผลิตภัณฑ์พลาสติกขนาดใหญ่และมีความหลากหลายในกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ เนื่องจากด้วยประเทศไทยมีจุดเด่นทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการไม่ว่าจะเป็น

อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนภาคบริการต่างๆ จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมพลาสติกมีการพัฒนาและปรับตัวเพื่อสนับสนุนจุดเด่นดังกล่าวอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์พลาสติกในหลายกลุ่มตลาด

S2 ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่เป็นผู้ผลิตเม็ดพลาสติกสนับสนุนอุตสาหกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกที่เข้มแข็งและมีขนาดใหญ่ ด้วยความเข้มแข็งดังกล่าวส่งผลให้เกิดความพร้อมในการวิจัยพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพเม็ดพลาสติกให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปได้ ซึ่งความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมต้นน้ำอย่างอุตสาหกรรมปิโตรเคมีจะเป็นปัจจัยในการช่วยสนับสนุนการยกระดับอุตสาหกรรมปลายทางได้เป็นอย่างดี

S3 ผู้ประกอบการพลาสติกไทยมีประสบการณ์ในการผลิตและแก้ไขปัญหาเนื่องจากอุตสาหกรรมพลาสติกได้เริ่มต้นพัฒนา มากกว่า 50 ปี ซึ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็น SMEs ที่เติบโตได้ด้วยตนเองมาโดยตลอด ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลาสติกไทยมีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีเมื่อเกิดความจำเป็น และมีพื้นฐานในการรับเทคโนโลยีที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเองในระดับหนึ่ง

S4 คุณภาพผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยเป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศอาเซียน ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงศักยภาพของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกในบริบทของประเทศอาเซียนแล้วถือว่าประเทศไทยมีความโดดเด่นในคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอันดับต้นๆ

ของอาเซียน และประเทศไทยยังเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่มีพรมแดนติดประเทศไทยอย่างลาว พม่า กัมพูชา มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกจากประเทศไทยเป็นหลัก รวมถึงมีอัตราการเติบโตของการนำเข้าที่สูงอย่างมีนัยสำคัญ

S5 ประเทศไทยเริ่มมีการวางรากฐานในอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพไปบ้างแล้ว โดยในบริบทของอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมคลื่นลูกใหม่ที่ทั่วโลกให้ความสำคัญนั้น ภาครัฐได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมพลาสติกและเคมีชีวภาพ จึงได้เริ่มเตรียมพร้อมโดยวางนโยบายต่างๆ ที่จะช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพไปบ้างแล้ว อาทิ มาตรการให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลาสติกและเคมีชีวภาพสามารถซื้อวัตถุดิบน้ำตาลในราคาส่งออก การออกมาตรฐานย่อยสลายได้ทางชีวภาพ การจัดตั้งศูนย์ทดสอบและรับรองการสลายตัวได้ รวมถึงมาตรการด้านภาษีเพื่อกระตุ้นตลาด

จุดอ่อน (Weaknesses)

W1 ในปัจจุบันเทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกยังอยู่ในระดับพื้นฐานและระดับกลาง ส่งผลให้การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกของประเทศไทยยังคงมุ่งเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ทั่วไป (Commodity Product) ซึ่งจะเป็นข้อจำกัดของการยกระดับการผลิตไปสู่การใช้เทคโนโลยีระดับสูงในการผลิตผลิตภัณฑ์ขั้นสูง (Advance Product) ที่กำลังจะมีความต้องการเพิ่มสูงขึ้นในตลาดโลก

W2 ประเทศไทยเป็นผู้รับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer : OEM) ซึ่ง จะส่งผลต่อการพัฒนาตนเองในด้านศักยภาพด้าน การผลิตและเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ พลาสติกไทย ดังตัวอย่างของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่อย่างอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีบริษัทชั้นนำทั่วโลกเข้ามาตั้งฐานการผลิตที่ประเทศไทย ซึ่ง กระบวนการผลิตและส่วนประกอบต่างๆ นั้นถูก กำหนดให้ต้องนำเข้าจากบริษัทแม่หรือกำหนดให้ ผลิตตามเงื่อนไขภายใต้คุณสมบัติต่างๆ ที่ ผู้ประกอบการไทยสามารถผลิตได้ แต่ไม่ได้มีการ กำหนดให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสู่ ผู้ประกอบการไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้ รับจ้างผลิตโดยสมบูรณ์

W3 มีการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ พลาสติกในระดับต่ำ ทั้งนี้ เห็นได้จากข้อมูลสถิติ การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกเฉลี่ยต่อหน่วยที่อยู่ใน ระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศ อุตสาหกรรมสำคัญอื่นๆ อาทิ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เป็นต้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ ประเทศไทยส่งออกยังคงเป็นผลิตภัณฑ์พลาสติก ทั่วไปที่มีมูลค่าไม่สูงมากนัก ซึ่งสถานการณ์ ดังกล่าวจะส่งผลให้ประเทศไทยยังคงขาดดุลการค้าในผลิตภัณฑ์พลาสติกและมีแนวโน้มขาดดุลมากขึ้นเนื่องจากจะต้องพึ่งพาการนำเข้า ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงมากขึ้นเรื่อยๆ

W4 มาตรฐานผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยที่ยัง ไม่ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในระดับสากล จากการ สืบค้นข้อมูลมาตรฐานผลิตภัณฑ์พลาสติกโดย สถาบันพลาสติกพบว่า ประเทศไทยมีมาตรฐานที่ เกี่ยวข้องกับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์พลาสติก จำนวน 154 มาตรฐาน ในขณะที่ประเทศอื่นๆ ใน

อาเซียนอย่างมาเลเซียนั้นมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์พลาสติกถึง 448 มาตรฐาน ส่วนประเทศสิงคโปร์มีมาตรฐานที่ เกี่ยวข้องกับการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พลาสติกกว่า 1,000 มาตรฐาน ซึ่งสะท้อนให้เห็น ถึงช่องว่างของความเชื่อมั่นในคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ประเทศไทยยังคงต้องเร่ง พัฒนาเพื่อยกระดับการแข่งขันในอนาคต

W5 ผู้ประกอบการพลาสติกไทยกว่าร้อยละ 80 เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดเล็ก (SMEs) ซึ่งส่งผลให้ ณ ปัจจุบัน ผู้ประกอบการยังมีข้อจำกัดด้านการพัฒนาตนเอง เพื่อให้ทันต่อการพัฒนาของคู่แข่ง

W6 ขาดแคลนแรงงานทักษะใน อุตสาหกรรม อุตสาหกรรมพลาสติกไทยประสบ ปัญหาขาดแคลนแรงงานทักษะ อาทิ ช่างขึ้นรูป ช่างเทคนิค มาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันปัญหา ดังกล่าวยังคงไม่ได้รับการแก้ไขอย่างชัดเจน ซึ่งเป็น ข้อจำกัดในการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้เพื่อ พัฒนาตนเองของผู้ประกอบการ

W7 ระบบการจัดการขยะพลาสติกใน ประเทศยังไม่มีระบบที่ชัดเจน ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมพลาสติก ไทย รวมถึงสังคมไทยยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้งานและการจัดการ ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ถูกต้อง

โอกาส (Opportunities)

O1 ผลิตภัณฑ์พลาสติกมูลค่าสูง อาทิ ผลิตภัณฑ์เชิงการใช้งาน (Functional Product) ผลิตภัณฑ์เชิงวิศวกรรม (Engineering Product) ผลิตภัณฑ์เฉพาะทาง (Specialty Product) เริ่มมี

บทบาทและมีความต้องการในตลาดโลกมากขึ้นตามความต้องการของตลาดผู้ใช้ปลายทางที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ซับซ้อนและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะได้

O2 ประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมปลายทางที่ชัดเจน อาทิ นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก นโยบายศูนย์กลางทางการแพทย์ เป็นต้น ซึ่งการส่งเสริมที่ชัดเจนจะผลักดันให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ตอบสนองอุตสาหกรรมปลายทางนั้นๆ ได้อย่างเป็นรูปธรรม

O3 การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นโอกาสของการขยายตลาดผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยจากตลาดภายในประเทศไปสู่ตลาดภูมิภาคได้ง่ายขึ้น โดยอาศัยพื้นที่ตั้งที่ไทยเป็นจุดศูนย์กลางของอาเซียนผ่านการส่งออกในเขตพื้นที่ชายแดนได้

O4 กระแสการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับพลาสติกชีวภาพกำลังได้รับความสนใจในระดับโลก ประกอบกับประเทศไทยมีแหล่งวัตถุดิบ

สำหรับการผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะเป็นโอกาสที่ประเทศไทยจะสามารถเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพในภูมิภาคอาเซียนได้

อุปสรรค (Threats)

T1 กระแสนูรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลกอาจส่งผลกระทบต่อผู้ใช้เกิดพฤติกรรมในเชิงต่อต้านการใช้งานผลิตภัณฑ์พลาสติก ซึ่งจะเป็นอุปสรรคทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกของประเทศไทยได้

T2 การเติบโตอย่างรวดเร็วของประเทศอุตสาหกรรม อาทิ จีน เวียดนาม นั้น อาจเป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดของอุตสาหกรรมพลาสติกไทย

จากข้อมูลรอบด้านทั้งหมดของอุตสาหกรรมพลาสติกไทย สามารถนำมาวิเคราะห์และจัดทำเป็น (ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติก 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และ สถาบันพลาสติก

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมพลาสติกไทยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

กลยุทธ์ 1.1 การส่งเสริมการปรับตัวสู่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่

เนื่องด้วยการเติบโตของอุตสาหกรรมพลาสติก และการพัฒนาศักยภาพอย่างรวดเร็วของประเทศคู่แข่งในภูมิภาค เช่น ประเทศจีน เวียดนาม และมาเลเซีย ที่มีการรุกและแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของอุตสาหกรรมพลาสติกไทยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเข้าท่วมตลาดของผลิตภัณฑ์พลาสติกราคาต่ำโดยอาศัยการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการพลาสติกไทยไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ เนื่องจากผู้ประกอบการไทยส่วนมากเป็น SMEs ที่ไม่มีศักยภาพในการแข่งขันเทียบเท่าคู่แข่งในตลาดสากล ดังนั้น เพื่อป้องกันไม่ให้อุตสาหกรรมพลาสติกไทยเสียเปรียบด้านการแข่งขัน จึงควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพลาสติกไทยขยายขนาดกิจการสู่ขนาดกลาง (M) และขนาดใหญ่ (L) มากขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมพลาสติกไทยเทียบเท่าระดับสากล

กลยุทธ์ 1.2 การส่งเสริมการลงทุนในเขตพื้นที่ชายแดนและประเทศเพื่อนบ้าน

เนื่องด้วยประเทศไทยมีข้อได้เปรียบเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์พลาสติกในตลาดอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทย มีการพึ่งพาการนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติกจากไทยเป็นหลัก และเมื่อพิจารณาประกอบกับโอกาสจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่

ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกในการตอบสนองความต้องการของประเทศข้างเคียง โดยสนับสนุนการตั้งโรงงานเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ป้อนเข้าสู่ตลาดในพื้นที่ชายแดน หรือใช้พื้นที่ชายแดนตั้งโรงงานเพื่อลดต้นทุนด้านการขนส่งและสามารถเข้าถึงแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงลงทุนตั้งโรงงานผลิตในพื้นที่ประเทศเพื่อนบ้าน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยสู่ตลาดมูลค่าสูง

กลยุทธ์ 2.1 การส่งเสริมนวัตกรรมเทคโนโลยีและการออกแบบผลิตภัณฑ์พลาสติก

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์พลาสติกมูลค่าสูงเริ่มมีความต้องการเพิ่มสูงขึ้นในตลาดโลก ผู้ประกอบการพลาสติกไทยจำเป็นต้องปรับตัวจากการผลิตเดิมๆ ซึ่งผลิตผลิตภัณฑ์ทั่วไป (Commodity Product) ไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในระดับสากล จำเป็นจะต้องยกระดับเทคโนโลยีการผลิตเม็ดและผลิตภัณฑ์พลาสติก ตลอดจนเสริมสร้างศักยภาพและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพลาสติกไทยสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้ด้านการออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์พลาสติก

กลยุทธ์ 2.2 การส่งเสริมโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พลาสติกมูลค่าสูง

ในการที่ผู้ประกอบการพลาสติกไทยจะต้องยกระดับด้านเทคโนโลยีและการผลิต จะต้องมีการดำเนินงานผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้

ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงของไทยได้รับการยอมรับและมีความน่าเชื่อถือในตลาดสากล อาทิ การรับรองคุณภาพด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งในปัจจุบันมาตรฐานที่รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยยังคงเป็นจุดอ่อนด้านความน่าเชื่อถือเมื่อเทียบกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์พลาสติกของประเทศอื่นๆ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยยังไม่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกไทยควบคู่สิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ 3.1 การพัฒนาเทคโนโลยีพลาสติกชีวภาพและส่งเสริมการใช้งาน

เนื่องด้วยกระแสสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาพลาสติกชีวภาพที่กำลังเป็นประเด็นที่วงการอุตสาหกรรมพลาสติกทั่วโลกให้ความสนใจ ประกอบกับโอกาสด้านความอุดมสมบูรณ์ของผลผลิตทางการเกษตรภายในประเทศไทยซึ่งสามารถนำมาแปรรูปเป็นวัตถุดิบในการผลิตได้นั้น เมื่อพิจารณาพร้อมกับจุดแข็งของอุตสาหกรรมพลาสติกเกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพของภาครัฐ และศักยภาพตลอดจนความพร้อมด้านการวิจัยพัฒนาเม็ดพลาสติกชีวภาพของผู้ประกอบการปิโตรเคมีนั้น จึงควรทำการส่งเสริมและพัฒนาเทคโนโลยีพลาสติกชีวภาพอย่างจริงจังทั้งในแง่ของเทคโนโลยีการผลิตเพื่อเสริมสร้างศักยภาพผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวภาพรวมถึงการกระตุ้นตลาดการใช้งานภายในประเทศเพื่อนำร่องสู่การขยายผลของการใช้งานสู่ระดับอุตสาหกรรม

กลยุทธ์ที่ 3.2 การพัฒนาเทคโนโลยีและการจัดการผลิตภัณฑ์พลาสติกเพื่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องด้วยกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่มีบทบาทต่ออุตสาหกรรมการผลิตระดับโลกทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องคำนึงถึงการผลิตเพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมพลาสติกก็ได้รับผลกระทบจากกระแสดังกล่าวด้วยเช่นกัน อาจส่งผลให้ผลิตภัณฑ์พลาสติกทั่วไป (Conventional Plastics) ที่พื้นฐานผลิตจากกระบวนการปิโตรเคมีถูกต่อต้านจากสังคมในประเด็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติในการผลิต รวมถึงประเด็นด้านการตกค้างของขยะพลาสติกในสิ่งแวดล้อม สำหรับอุตสาหกรรมพลาสติกไทยก็ได้ก้ได้รับผลกระทบจากกระแสดังกล่าวด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ เมื่อประเมินถึงประเด็นด้านการจัดการขยะพลาสติก รวมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานและการจัดการหลังสิ้นสุดอายุแล้ว ยังคงเป็นปัญหาอยู่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้อุตสาหกรรมพลาสติกไทยมีกลวิธีการตั้งรับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว จึงควรส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในบริบทของอุตสาหกรรมพลาสติก อาทิ เทคโนโลยี 3Rs เทคโนโลยีด้านการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้ในสังคม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งในมิติด้านเทคโนโลยีการจัดการขยะพลาสติกและมิติด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์พลาสติกอย่างมีประสิทธิภาพของสังคม

เป้าหมายยุทธศาสตร์

ปรับโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมพลาสติก ให้มีสัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกในพิกัด 3916-3926 เทียบต่อรายได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19 เป็นร้อยละ 30 ทั้งนี้ การประมาณการณ์การเติบโตดังกล่าวพิจารณาจากสมมติฐานของปัจจัยที่จะส่งผลต่ออุตสาหกรรมพลาสติก ผ่านการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพลาสติกไทย สามารถปรับตัวไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ส่งผลให้มูลค่าการแปรรูปรวม (Revenue) ของอุตสาหกรรมพลาสติกเติบโตสูงขึ้น
- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพลาสติกไทย สามารถปรับตัวด้านความสามารถในการผลิต

- ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ตอบสนองความต้องการในระดับสากลได้ ส่งผลให้การส่งออกผลิตภัณฑ์มีการเติบโตสูงขึ้น

- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพลาสติกไทย สามารถขยายกิจการและขยายการลงทุนเพื่อผลิตและส่งออกเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะสนับสนุนให้อัตราการเติบโตของการส่งออกขยายตัวสูงขึ้นด้วย

จากสมมติฐานข้างต้นได้คาดการณ์ว่า หากมีการพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกตามแผนยุทธศาสตร์ ในปี 2564 อุตสาหกรรมพลาสติกจะมีมูลค่าการแปรรูปอุตสาหกรรมกว่า 800,000 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นกว่า 155,000 ล้านบาท) มีมูลค่าการส่งออกกว่า 240,000 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นกว่า 118,000 ล้านบาท) และมีอัตราส่วนการส่งออกต่อมูลค่าที่ร้อยละ 30.16

ขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกจากร้อยละ 19 ของการผลิต สู่ ร้อยละ 30



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และ สถาบันพลาสติก