



รายงานการศึกษาเชิงลึก

เรื่อง

การศึกษาภาวะอุตสาหกรรมและขีดความสามารถในการแข่งขันของ
อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

กรกฎาคม 2559

เสนอ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
จัดทำโดย ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ
คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คำนำ

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งในการผลิตสินค้าและบริการ สามารถตอบสนองต่อการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพในต้นทุนที่เหมาะสมไปยังผู้บริโภคปลายทาง เราจะได้เห็นว่าสินค้าทุกชนิดจำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง และจะเห็นได้ว่ารายได้ส่วนใหญ่ของประเทศไทยมาจากการส่งออกสินค้า เช่น จำพวกอาหารสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง สินค้าสิ่งทอหรืออื่นๆ ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน สามารถปกป้องรักษาคุณภาพสินค้าไปยังประเทศปลายทางและแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การแข่งขันที่รุนแรง รวมทั้งปัจจัยเกื้อหนุนต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ในภูมิภาคอาเซียนประเทศไทยถือว่าเป็นผู้นำในการผลิตบรรจุภัณฑ์ทุกประเภท ทั้งบรรจุภัณฑ์พลาสติก บรรจุภัณฑ์โลหะ บรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว และบรรจุภัณฑ์กระดาษ อีกทั้งยังมีอุตสาหกรรมสนับสนุนการผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์ต้นน้ำที่เข้มแข็ง ประกอบกับความสามารถทางเทคโนโลยี และปัจจัยเกื้อหนุนจากปริมาณความต้องการสินค้าและบริการที่ใช้บริโภคในประเทศและเพื่อการส่งออก ทำให้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ไทยเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จำนวนมากในห่วงโซ่อุปทาน อย่างไรก็ตาม คู่แข่งสำคัญของประเทศไทยในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์คือประเทศมาเลเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก เนื่องจากประเทศมาเลเซียเป็นผู้ผลิตเม็ดพลาสติกต้นน้ำรายได้ใหญ่ในภูมิภาคอาเซียน รายงานฉบับนี้จึงมุ่งเน้นวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถทำความเข้าใจและนำไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้

รายงานการศึกษาเชิงลึกฉบับนี้จัดทำโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมร่วมกับภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ภายใต้โครงการพัฒนาระบบข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ (Packaging Intelligence Unit) เพื่อให้มีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับภาวะอุตสาหกรรมและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย สำหรับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องรวมถึงผู้สนใจทั่วไปนำไปใช้ประโยชน์ โดยมีวิธีดำเนินการคือ 1) สืบค้นข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของไทยและมาเลเซีย และ 2) รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือของทั้งในและต่างประเทศ

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1: ข้อมูลทั่วไป สภาวะเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน ในประเทศมาเลเซีย	1
บทที่ 2: ภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย	8
บทที่ 3: ภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศมาเลเซีย	11
บทที่ 4 : การนำเข้า-ส่งออกบรรจุภัณฑ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย	16
บทที่ 5: แนวโน้มและทิศทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย	20
บทที่ 6: การวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย	24
บทที่ 7: บทสรุปข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์ไทยและมาเลเซีย	31
เอกสารอ้างอิง	34
ภาคผนวก ก: ตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศมาเลเซีย	36

บทที่ 1: บทนำ

ข้อมูลทั่วไป สภาวะเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน ในประเทศมาเลเซีย

1.1 ข้อมูลทั่วไปของประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียมีประชากรประมาณ 30 ล้านคน ส่วนมากเป็นชาวมลายูและนับถือศาสนาอิสลาม มี GDP รายบุคคลในปี 2558 เท่ากับ 11,307 เหรียญสหรัฐฯ โดยมีสินค้าส่งออกที่สำคัญ คือ ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน น้ำมันปาล์ม น้ำมันดิบ และคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และไทย ตามลำดับ สำหรับสินค้านำเข้าที่สำคัญ คือ วงจรรวม (Integrated Circuits) น้ำมัน คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ซึ่งแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ จีน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และไทย ตามลำดับ โดยสามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของประเทศมาเลเซียเทียบกับประเทศไทยได้ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1: ข้อมูลทั่วไปของประเทศมาเลเซียเทียบกับประเทศไทย

ข้อมูลเปรียบเทียบ	ประเทศไทย	ประเทศมาเลเซีย
เมืองหลวง	กรุงเทพ (Bangkok)	กัวลาลัมเปอร์ (Kuala Lumpur)
พื้นที่	514,000 ตารางกิโลเมตร	330,252 ตารางกิโลเมตร
ประชากร	ประมาณ 67.9 ล้านคน (ปี 2558) ชาวไทย 75% ชาวไทยเชื้อสายจีน 14% และ อื่นๆ 11% ประชากรส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ	ประมาณ 30.77 ล้านคน (ปี 2558) เชื้อชาติ: มลายู (50.4%) มาเลย์จีน (23.7%) มาเลย์อินเดีย (7.1%) และอื่นๆ (18.8%) โดยประชากรกว่า 60% นับถือ ศาสนาอิสลาม
สกุลเงินและอัตรา แลกเปลี่ยน	ไทยบาท (Baht) 1 บาท = 0.028 เหรียญสหรัฐฯ (พ.ศ. 2559)	ริงกิต (Ringgit หรือ MYR) 1 ริงกิต = 0.24 เหรียญสหรัฐฯ (พ.ศ. 2559)
GDP/capita (world bank)	5,977	11,307
สินค้าส่งออกที่ สำคัญ	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่อง คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญ มณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก น้ำมัน สำเร็จรูป	ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน น้ำมันปาล์ม น้ำมันดิบ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ
สินค้านำเข้าที่ สำคัญ	เครื่องจักรและส่วนประกอบ (9.65%) น้ำมันดิบ (9.60%) เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ (7.84%) เคมีภัณฑ์ (6.46%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (5.52%)	วงจรรวม (integrated circuits) น้ำมัน คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ
ตลาดส่งออกสำคัญ	ข้อมูลปี 2558: สหรัฐฯ (11.23%) จีน (11.09%) ญี่ปุ่น (9.36%) ฮองกง (5.53%) มาเลเซีย (4.47%) ออสเตรเลีย (4.56%)	ข้อมูลปี 2558: สิงคโปร์ (14%) จีน (12%) ญี่ปุ่น (10.8%) สหรัฐฯ (8.4%) ไทย (5.3%)
ตลาดนำเข้าสำคัญ	ข้อมูลปี 2558: จีน (21.66%) ญี่ปุ่น (16.93%) สหรัฐฯ (6.53%) มาเลเซีย (5.63%) เกาหลีใต้ (3.77%)	ข้อมูลปี 2558: จีน (17%) สิงคโปร์ (13%) ญี่ปุ่น (8%) สหรัฐฯ (7.7%) ไทย (5.8%)

1.2 สภาวะเศรษฐกิจ

จากข้อมูลของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมาเลเซียเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทยในอาเซียน และอันดับ 5 ของโลก อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของมาเลเซียในปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 4.7 ลดลง

จากร้อยละ 6 ในปี 2557 สาเหตุหลักมาจากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ตกต่ำอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกว่าร้อยละ 30 ของรายรับทั้งหมดของรัฐบาลมาเลเซียมาจากการส่งออกน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ประกอบกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนซึ่งเป็นตลาดส่งออกสำคัญ และความไม่แน่นอนทางการเมืองที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบต่อค่าเงินริงกิตที่อ่อนค่าลงอย่างมาก IMF คาดการณ์ว่า สำหรับปี 2559 การเติบโตทางเศรษฐกิจของมาเลเซียจะมีอัตราการขยายตัวลดลงอีกเล็กน้อย โดยมีอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 4.5

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจมาเลเซียฉบับที่ 11 (ปี 2559-2563) ซึ่งเป็นแผน 5 ปีสุดท้ายก่อนบรรลุเป้าหมายการยกสถานะเป็นประเทศพัฒนาแล้วในปี 2563 มาเลเซียกำหนดให้ภาคบริการเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระยะต่อไป โดยเฉพาะธุรกิจก่อสร้าง ซึ่งจะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เมืองสำคัญของประเทศ 4 เมือง คือ กัวลาลัมเปอร์ ยะโฮร์บาห์รู กูชิง และโกตาकिनะบะลู จะมีการก่อสร้างที่พักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย-ปานกลาง การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้เพียงพอและการเชื่อมโยงระบบขนส่งต่างๆรวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในชนบท นอกจากนี้ จะมีการส่งเสริมธุรกิจการเงินการธนาคาร (โดยเฉพาะ Islamic finance) น้ำมันและก๊าซ ไอซีที สุขภาพ การศึกษา บริการวิชาชีพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และอุตสาหกรรมฮาลาล ทั้งนี้ แผนพัฒนาฉบับใหม่นี้ให้ความสำคัญกับคน ให้ทุกภาคส่วนในสังคมสามารถเข้าถึง มีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์ จากการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยรัฐบาลจะลงทุนด้านการพัฒนาความสามารถพิเศษและทักษะ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและพัฒนาองค์ความรู้แก่ประชาชน รวมถึงสนับสนุนการเจริญเติบโตของ SMEs

แผนพัฒนาฉบับใหม่แสดงให้เห็นว่า มาเลเซียพยายามที่จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพิงรายได้จากน้ำมันและก๊าซลง และเน้นการพัฒนาคน เพื่อให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศมีความมั่นคงและยั่งยืนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในระยะสั้น หากการจัดเก็บรายได้ของรัฐยังน้อย จากราคาน้ำมันและราคาสินค้าโภคภัณฑ์ (ปาล์มน้ำมันและยางพารา) ที่ตกต่ำและมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ การเพิ่มรายจ่ายภาครัฐอาจส่งผลกระทบต่ออัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้ นอกจากนี้มาเลเซียได้ประกาศปรับลดคาดการณ์อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจจากร้อยละ 4-5 เป็นร้อยละ 4-4.5 เป็นการสะท้อนว่าปี 2559 จะเป็นอีกปีหนึ่งที่ยากลำบากของมาเลเซีย

ตาราง 1.2: เครื่องมือชี้วัดเศรษฐกิจของมาเลเซียย้อนหลัง 8 ปี

เครื่องมือชี้วัด	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
GDP (US\$bn) (current price)	193.6	231.1	202.3	247.5	289.0	304.7	312.4	329	328
Real GDP growth (%)	6.5	4.8	-1.5	7.4	5.1	5.6	4.3	6.0	4.8
GDP per capita (US\$)	7,122	8,390	7,203	8,659	9,979	10,345	10,429	10,566	10,654
Current account balance (US\$m)	29,736	39,439	31,420	27,067	33,474	18,566	10,895	15,200	8,800
Current account balance (%GDP)	15.9	17.7	16.5	10.9	11.6	6.1	3.0	4.6	2.9
Inflation (% YoY)	2.0	5.4	0.6	1.7	3.2	1.7	2.2	3.1	2.7
Unemployment rate (%)	3.2	3.3	3.7	3.3	3.1	3.0	3.1	3.0	3.0

ที่มา: http://cebf.utcc.ac.th/upload/aec_file/file_th_5d04y2014.pdf และ

http://www.ditp.go.th/contents_attach/95399/95399.pdf

1.3 การค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของมาเลเซียเป็นอย่างมาก มาเลเซียเป็นผู้ผลิตดีบุกและน้ำมันปาล์มรายใหญ่ที่สุดของโลก ในปัจจุบัน GDP ของประเทศมาเลเซีย แบ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการ (ร้อยละ 54) อุตสาหกรรมการผลิต (ร้อยละ 20) ภาคเหมืองแร่ (ร้อยละ 8) ภาคการเกษตร (ร้อยละ 7) อื่นๆ (ร้อยละ 11) โดยพบว่า GDP จากภาคอุตสาหกรรมการผลิตมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาที่มาเลเซียกำลังพยายามแก้ไข

ในไตรมาสแรกของปี 2558 การค้าระหว่างประเทศของมาเลเซียมีมูลค่า 2,968 พันล้านบาท (1 MYR = 8.6584 THB, 28 มิ.ย. 59) หดตัวลงร้อยละ 1.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมาเลเซียมีมูลค่าการส่งออก 1,575.8 พันล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่มีมูลค่าการนำเข้า 1,392.4 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทำให้มาเลเซียได้ดุลการค้า 183.4 พันล้านบาท โดยตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดของมาเลเซีย คือ สิงคโปร์ (สัดส่วนการส่งออก ร้อยละ 14) รองลงมา คือ จีน (ร้อยละ 12) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 10.8) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 8.2) ไทย (ร้อยละ 5.3) และฮ่องกง (ร้อยละ 5) สำหรับแหล่งนำเข้าที่สำคัญที่สุดของมาเลเซีย คือ จีน (ร้อยละ 17) รองลงมาคือ สิงคโปร์ (ร้อยละ 13) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 8) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 8.4) ไทย (ร้อยละ 5.8) ใต้หวัน (ร้อยละ 5.4) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 4.6) และเกาหลีใต้ (ร้อยละ 4.5)

น้ำมันเป็นสินค้าที่มีการเติบโตสูงที่สุดถึงร้อยละ 64.2 ภายในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา เริ่มต้นจากปี 2553 ส่วนมากเป็นผลมาจากแก๊สปิโตรเลียม รวมทั้ง refined oil และ crude oil สินค้าที่มีการเติบโตเป็นอันดับสองที่ช่วยเพิ่มปริมาณการส่งออกรวมของประเทศ คือ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางเทคนิค ซึ่งสินค้าที่สำคัญคืออุปกรณ์ x-rays โดยเติบโตสูงถึงร้อยละ 33.6 และอันดับที่สามคือสินค้าเคมีภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งมีการเติบโตร้อยละ 27.3 กลุ่มสินค้าที่มีการเติบโตลดลงใน 10 กลุ่มสินค้าส่งออกของมาเลเซียเมื่อเทียบกับปีก่อน คือ เครื่องจักร (ลดลงร้อยละ 22.6) ยาง (ลดลงร้อยละ 11.7) และไขมัน/น้ำมันพืชและสัตว์ (ลดลงร้อยละ 2.4)

ตารางที่ 1.3: สินค้าส่งออกหลักของไทยไปมาเลเซีย

สินค้า	ปี 2015	ปี 2015 ม.ค.-ม.ค.	ปี 2016 ม.ค.-ม.ค.	ปี 2016 +/- (%) ม.ค.-ม.ค.
1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,471.45	114.74	87.83	-23.45
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	939.13	87.70	81.38	-7.21
3. ยางพารา	635.04	54.64	42.46	-22.29
4. เคมีภัณฑ์	367.36	29.63	25.16	-15.09
5. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	346.73	29.59	24.44	-17.40
6. ข้าว	180.87	5.23	24.02	359.27
7. แผงวงจรไฟฟ้า	356.01	30.87	23.91	-22.55
8. เม็ดพลาสติก	316.17	25.46	22.64	-11.08
9. น้ำมันสำเร็จรูป	745.61	82.82	22.28	-73.10
10. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	289.09	20.39	22.05	8.14
การส่งออกรวม	10,189.70	865.87	705.67	-18.50

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางที่ 1.4: สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากมาเลเซีย

สินค้า	ปี 2015	ปี 2015 ม.ค.-ม.ค.	ปี 2016 ม.ค.-ม.ค.	ปี 2016 +/- (%) ม.ค.-ม.ค.
1. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,812.64	181.61	164.34	-9.51
2. น้ำมันดิบ	2,231.33	210.59	77.58	-63.16
3. เคมีภัณฑ์	838.07	84.29	73.75	-12.50
4. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	809.82	62.94	60.06	-4.58
5. สื่อบันทึกข้อมูล ภาพ เสียง	577.78	60.15	56.87	-5.45
6. แผงวงจรไฟฟ้า	543.24	50.70	49.39	-2.58
7. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	562.76	53.66	45.97	-14.33
8. เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	580.05	31.65	38.38	21.26
9. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะ และผลิตภัณฑ์	391.27	33.53	33.05	-1.43
10. ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก	314.07	29.24	26.14	-10.60
การนำเข้ารวม	11,917.25	1,089.33	890.87	-18.22

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

1.4. โครงสร้างอุตสาหกรรม

ภาคอุตสาหกรรมในมาเลเซียคิดเป็นร้อยละ 20-30 ของ GDP ซึ่งมีส่วนถึงหนึ่งในสามของ GDP ของประเทศในปี 2558 อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของ Industry factor ของประเทศส่วนใหญ่จะประกอบอยู่ในส่วนของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมยานยนต์ และอุตสาหกรรมก่อสร้าง

1) Electrical and electronic

อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เป็นอุตสาหกรรมหลักของมาเลเซียและเป็นส่วนสำคัญของการส่งออก การลงทุน และการจ้างงาน ของประเทศ โดยคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 35.6 ของการส่งออกทั้งหมดในปี 2558 เป็นผลมาจากความต้องการใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ (smartphones, tablet) อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล (cloud computing, data centers) optoelectronics (photonics, fiber optics, LEDs) และ embedded technology (integrated circuits, PCBs, LEDs) ที่เพิ่มขึ้นของทั่วโลก มาเลเซียเป็นศูนย์กลางสำหรับการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ มีการลงทุนโดยบริษัทต่างประเทศเช่น Intel, AMD, Freescale Semiconductor, ASE, Infineon, STMicroelectronics, Texas Instruments, Fairchild Semiconductor, Renesas, X-FAB และการลงทุนในบริษัทที่ชาวมาเลเซียเป็นเจ้าของหลัก เช่น Green Packet, Silterra, Globetronics, Unisem and Inari

2) Automotive

ในปี 2558 อุตสาหกรรมยานยนต์ของมาเลเซียผลิตรถยนต์ (รถส่วนตัว) จำนวน 563,883 คัน และรถเพื่อการพาณิชย์ 50,781 คัน รวมเป็น 614,664 คัน ทำให้ประเทศมาเลเซียเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่อันดับที่ 3 ในอาเซียน บริษัทที่โดดเด่น คือ DRB-HICOM ที่ซึ่งไม่ใช่แค่ประกอบรถยนต์ให้กับ Tata Motors, Honda, Isuzu, Suzuki, Mercedes-Benz, Volkswagen, Kamaz, JAC and BeiBen แต่ยังเป็นเจ้าของบริษัทรถยนต์พื้นเมืองของมาเลเซีย (Proton) บริษัทอื่นๆ ที่สำคัญในอุตสาหกรรมยานยนต์ ได้แก่ Perodua เป็นบริษัทผลิตรถยนต์พื้นเมืองที่ใหญ่เป็นอันดับสองของมาเลเซีย และ Naza ซึ่งเป็นผู้ถือแฟรนไชส์ Ferrari, Maserati, Koenigsegg, Kia Motors, Peugeot, Chevrolet, Citroën, Brabus, Ducati, Harley-Davidson, Piaggio, Vespa และ Aprilia, Gilera

3) Construction

มาเลเซียมีอุตสาหกรรมการก่อสร้างขนาดใหญ่กว่า 879 ล้านบาท สัดส่วนสูงสุดเป็นการก่อสร้างของอาคารที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยร้อยละ 34.6 ตามด้วยวิศวกรรมโยธาร้อยละ 30.6 อาคารที่อยู่อาศัยร้อยละ 29.7 และธุรกิจการค้าพิเศษร้อยละ 5.1 ในรัฐต่างๆ ในมาเลเซีย Selangor มีสัดส่วนของงานก่อสร้างสูงสุดที่ร้อยละ 24.5 ตามด้วย Johor ที่ร้อยละ 16.5 Kuala Lumpur ที่ร้อยละ 15.8 Sarawak ที่ร้อยละ 8.6 และ Penang ที่ร้อยละ 6.4 มูลค่างานก่อสร้างทั้งห้ารัฐนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.8 ของมูลค่ารวมของงานก่อสร้างทั้งหมดในประเทศมาเลเซีย การขยายตัวของอุตสาหกรรมการก่อสร้างมีปัจจัยที่สำคัญ คือ โครงการการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของรัฐบาล (ETP) และความร่วมมือกันภาครัฐ-ภาคเอกชน (PPP) อย่างโครงการขนาดใหญ่ เช่น Tun Razak Exchange, KVMRT และ Iskandar Malaysia

1.5 สถานการณ์การค้าระหว่างไทยและมาเลเซีย

ไทยและมาเลเซียจะร่วมมือกันส่งเสริมและอำนวยความสะดวกทางการค้า เพื่อสนับสนุนการเติบโตทางการค้าระหว่างกันให้บรรลุเป้าหมาย 1,060,000 ล้านบาท ภายในปี 2561 จากปัจจุบันที่มีมูลค่าประมาณ 883,398 ล้านบาท

เนื่องจากการค้าชายแดนมีความสำคัญ (สัดส่วนร้อยละ 60 ของการค้ารวม) จึงได้มีการตกลงจัดตั้งคณะทำงานร่วมด้านการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย เพื่อกำหนดแนวทางส่งเสริมการค้าชายแดนให้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น โดยจะมีมาตรการต่างๆ เช่น การส่งเสริมกิจกรรมของภาคเอกชน อาทิ การสนับสนุนให้นักธุรกิจเข้ามาลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษของไทยที่อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา รวมถึงในเขตเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่ทางเหนือและตะวันออกของมาเลเซีย รวมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าชายแดนระหว่างกันเป็นประจำทุกปี โดยไทยและมาเลเซียผลักดันเป็นเจ้าภาพ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างโอกาสทางการค้า และการสานสัมพันธ์ระหว่างภาคเอกชนของทั้งสองฝ่าย อีกทั้งจะช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสภาธุรกิจไทย-มาเลเซียอีกด้วย

ทั้งสองฝ่ายได้มีการหารือเรื่องแนวทางในการอำนวยความสะดวกและลดอุปสรรคการค้าระหว่างกัน โดยเฉพาะในด้านศุลกากร ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการค้าและการเดินทางสัญจรไปมา นอกจากนี้ทั้งสองฝ่ายยังได้เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างความเชื่อมโยง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการมุ่งสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยตกลงที่จะเร่งรัดการทำความตกลงทวิภาคีด้านการขนส่งข้ามแดนและผ่านแดนของทั้งผู้โดยสารและสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกการขนส่งสินค้าและผู้โดยสาร

นอกจากนี้ ทั้งสองฝ่ายยังเล็งเห็นถึงประโยชน์และโอกาสจากการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ และการร่วมมือกันในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ โดยจะหาแนวทางการขยายความร่วมมือทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อขยายมูลค่าการค้าสินค้าและบริการฮาลาลระหว่างกันรวมทั้งขยายไปสู่ตลาดโลกด้วย ทั้งนี้ ไทยมียุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (2559-2563) และมีคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ดังกล่าว ซึ่งจะได้พิจารณาแนวทางการร่วมมือกับมาเลเซียต่อไป

ไทยและมาเลเซียยืนยันความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนความร่วมมือในกรอบภูมิภาคและอนุภูมิภาคที่ทั้งสองประเทศร่วมเป็นประเทศภาคีที่สำคัญด้วย ได้แก่ อาเซียน และกรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT) เช่น การผลักดันความร่วมมือในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษภายใต้ IMT-GT รวมถึงสนับสนุนกรอบความร่วมมืออื่นๆ เช่น เอเปค การเจรจาความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) และองค์การการค้าโลก

ปัจจุบันมาเลเซียเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญของไทยอันดับที่ 4 ในโลก และเป็นอันดับแรกในอาเซียน ขณะที่ไทยเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญอันดับที่ 5 ของมาเลเซีย ทั้งในด้านการส่งออกและนำเข้า ในปี 2558 การค้า

ระหว่างไทยและมาเลเซียมีมูลค่า 335 พันล้านบาท โดยไทยส่งออกปามาเลเซีย 156 พันล้านบาท และนำเข้าประมาณ 179 พันล้านบาท สินค้าส่งออกสำคัญของไทย ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ยางพารา แผงวงจรไฟฟ้า ส่วนสินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ น้ำมันดิบ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ สื่อบันทึกข้อมูล รวมถึงน้ำมันสำเร็จรูป

1.6 แนวโน้มเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจของมาเลเซียชะลอตัวเพิ่มขึ้นหลังจากผ่านครึ่งปีหลังของปี 2558 (Malaysia International Trade, 2558) จากปัญหาการลดลงของความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ภาษีใหม่ในสินค้าและบริการ การชะลอการเจริญเติบโตในเครดิตของผู้ประกอบการ และสัญญาณของการชะลอตัวในตลาดแรงงาน

ความเชื่อมั่นทางธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากแนวโน้มทางลบสำหรับการส่งออก อัตราแลกเปลี่ยนที่ผันแปรของริงกิตมาเลเซีย ความผันผวนของราคาดิน และกำลังการผลิตอะไหล่ ในปี 2559 นี้ การลงทุนน่าจะมีการเติบโตของเศรษฐกิจที่ดีขึ้นในเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่สำคัญ อีกทั้งรัฐบาลมีเป้าหมายที่จะกระตุ้นการเจริญเติบโตผ่านนโยบายการคลัง แต่อาจมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ ความกังวลเกี่ยวกับหนี้ภาคครัวเรือนที่สูงและเงินทุนไหลออกจะมีผลกระทบต่ออัตราดอกเบี้ย ดังนั้น แม้การเติบโตทางเศรษฐกิจจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นในปี 2559 แต่ก็ยังคาดการณ์ว่าจะต่ำกว่าที่ได้มีการคาดการณ์ไว้เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

1) ความต้องการเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และเภสัชกรรม

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกของมาเลเซียเล็งเห็นความต้องการในสินค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เพิ่มมากขึ้น โดยอุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกสูงที่สุดจากทั้งหมด คือ อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และเภสัชกรรม ปริมาณการบริโภคอาหารในมาเลเซียเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.7 ในปี 2558 และมูลค่ายอดขายรวมของเภสัชกรรมในมาเลเซียเติบโตถึงร้อยละ 8.9 การเติบโตที่สูงขึ้นนี้สะท้อนถึงความต้องการบรรจุภัณฑ์พลาสติกในมาเลเซียที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน

2) การพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบการผลิต

จากการเพิ่มขึ้นของความต้องการบรรจุภัณฑ์พลาสติกในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้ผลิตในมาเลเซียเพิ่มปริมาณการผลิตสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์พลาสติก แม้จะเป็นผู้ผลิตน้ำมันและก๊าซรายใหญ่ในภูมิภาค แต่มาเลเซียก็เริ่มที่จะนำเข้าเรซินสังเคราะห์เพื่อสนองความต้องการของผู้ผลิตพลาสติกที่มีเพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งผลิตเกือบเต็มกำลังการผลิตสูงสุดที่มีอยู่เพื่อสนองต่อทั้งความต้องการในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ผู้ผลิตพลาสติกในมาเลเซียส่วนหนึ่งต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ (เรซิน)

1.7 การลงทุน

ในไตรมาสแรกของปี 2558 มาเลเซียอนุมัติโครงการลงทุนในอุตสาหกรรมบริการ และอุตสาหกรรมขั้นปฐมภูมิ รวมมูลค่าประมาณ 494,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีมูลค่า 415,000 ล้านบาท โดยโครงการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมมีมูลค่า 289,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58.5 ของมูลค่าการลงทุนทั้งหมด รองลงมา คือ ภาคบริการ ซึ่งมีมูลค่า 192,000 ล้านบาท (ร้อยละ 38.9) และอุตสาหกรรมขั้นปฐมภูมิ มีมูลค่า 13,000 ล้านบาท (ร้อยละ 2.6) โดยในช่วงดังกล่าว การลงทุนในภาคอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 152.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากโครงการกลั่นของ Petronas ใน Pengerang ที่รัฐยะโฮร์ รวมทั้งการปรับปรุง/ขยายโรงงานการผลิตอุปกรณ์ ชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี ปิโตรเลียม และอุปกรณ์ ชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มีมูลค่า

254,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 87.8 ของมูลค่าการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด ทั้งนี้ ในภาพรวมการลงทุนทั้งหมด การลงทุนจากต่างชาติคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.6 โดยต่างชาติที่เข้ามาลงทุนมากที่สุดคือ อเมริกา ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์ โดยส่วนมากเป็นการลงทุนที่รัฐยะโฮร์ ปีนัง สลังงอ และเคดาห์

1.8 การศึกษา

มาเลเซียมีสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนด้านวัสดุและบรรจุภัณฑ์เพียง 2 แห่ง คือ Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM) และ Universiti Utara Malaysia (UUM) ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1.5

ตาราง 1.5: มหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาด้านวัสดุและบรรจุภัณฑ์

หลักสูตร	มหาวิทยาลัย
Bachelor of Packaging Engineering Technology with Honours	Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM) ที่อยู่: 86400 Batu Pahat, Johor, มาเลเซีย โทรศัพท์: +60 7-453 7000 Website: http://www.uthm.edu.my
Bachelor/Master of Science of Food Engineering and Packaging	Universiti Utara Malaysia (UUM) ที่อยู่: Sintok, 06010 Universiti Utara Malaysia, Kedah, มาเลเซีย โทรศัพท์: +60 4-928 4000 Website: http://uumkl.uum.edu.my

1.9 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

มีหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในมาเลเซียจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ 1) The Malaysian Plastics Manufacturers Association (MPMA) 2) Federation of Malaysian Manufacturers (FMM) 3) Ministry of International Trade and Industry (MITI) และ 4) Malaysian Industrial Development Authority (MIDA) โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1.6

ตาราง 1.6: หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศมาเลเซีย

หน่วยงาน	บทบาทหน้าที่
The Malaysian Plastics Manufacturers Association (MPMA)	สมาคมผู้ผลิตพลาสติก ซึ่งเป็นตัวแทนอุตสาหกรรมพลาสติกในการช่วยเหลือสนับสนุนสมาชิกในด้านต่างๆ เช่น ด้านเทคโนโลยี หรือการประสานงานให้ข้อมูลกับภาครัฐ
Federation of Malaysian Manufacturers (FMM)	สมาคมผู้ผลิตด้านอุตสาหกรรมในมาเลเซีย มีกลุ่มย่อยสำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในการด้านต่างๆทั้งเพิ่มประสิทธิภาพ หรือต่อรองกับภาครัฐในสิทธิประโยชน์ต่างๆ
Ministry of International Trade and Industry (MITI)	ให้การสนับสนุน ภาคเอกชนในด้านการค้าระหว่างประเทศ การนำเข้า ส่งออกและการติดต่อหน่วยงานนอกประเทศที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังการส่งเสริมอุตสาหกรรมในประเทศในด้านต่างๆ เช่น การลงทุนในเครื่องมืออุปกรณ์ การลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมในประเทศที่ไม่มีหน่วยงานอื่นรับผิดชอบโดยตรง
Malaysian Industrial Development Authority (MIDA)	ให้การสนับสนุน ภาคเอกชน เช่นด้านการลงทุน การส่งเสริมอุตสาหกรรม

บทที่ 2:

ภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย

2.1 ภาพรวมการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก

บรรจุภัณฑ์พลาสติกในไทยมีการใช้งานที่หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่จะถูกใช้งานในกลุ่มของอาหารและเครื่องดื่ม โดยพลาสติกในกลุ่มพอลิโอเลฟินส์ ซึ่งประกอบด้วย Polyethylene (PE) และ Polypropylene (PP) มีการใช้งานมากที่สุด ทั้งในรูปแบบบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวจำพวกถุงและซอง รวมถึงบรรจุภัณฑ์พลาสติกคงรูป เช่น ขวดในลักษณะต่างๆ นอกจากนี้ ยังมีการใช้ขวดพลาสติกและถาดพลาสติกบรรจุอาหารและเครื่องดื่มจาก Polyethylene terephthalate (PET) ด้วย

2.1.1 ปริมาณการผลิตและจำหน่ายในประเทศ

ประเทศไทยมีการใช้เม็ดพลาสติกรวมประมาณ 4.5 ล้านตัน ในจำนวนนี้เป็นเม็ดพลาสติกจากผู้ผลิตในประเทศเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีการนำเข้าบางส่วน ในปี 2558 ประเทศไทยผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกรวมประมาณ 1.73 ล้านตัน สูงขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 10.42 และมีการจำหน่ายในประเทศประมาณ 1.3 ล้านตัน

2.1.2 จำนวนผู้ประกอบการ

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกของไทยมีผู้ประกอบการ (บริษัทที่จดทะเบียน) ประมาณ 1,100 ราย โดยคาดว่าประมาณร้อยละ 70 ของผู้ประกอบการทั้งหมดเป็น SMEs ตัวอย่างบริษัทรายใหญ่ เช่น บริษัท อุตสาหกรรมถุงพลาสติกไทย บริษัท พูจี เอช บริษัท ฮูทามาจิ (ประเทศไทย) บริษัท เพ็ทฟอร์ม (ไทยแลนด์) บริษัท อิมโก้แพ็ค คอร์ปอเรชั่น บริษัท แอมคอร์เฟล็กซิเบิล บริษัท ซี.พี.สหอุตสาหกรรม บริษัทนารายณ์แพค บริษัท ปัญจวัฒนาพลาสติก (มหาชน) บริษัท อีสเทิร์นโพลีแพค และบริษัท ทานตะวันอุตสาหกรรม (มหาชน) เป็นต้น

2.1.3 การลงทุนในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากบริษัทต่างชาติและผู้ประกอบการไทย

ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยส่วนมากเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมัน ออสเตรเลีย และเกาหลีใต้ ทำให้มีเทคโนโลยีและศักยภาพการผลิตที่เหนือกว่าผู้ประกอบการของมาเลเซีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการผลิตบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวลามิเนตหลายชั้นสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งกลุ่มบรรจุภัณฑ์ยาและเครื่องมือทางการแพทย์

2.1.4 แรงงานในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก

ส่วนมากเป็นแรงงานมีฝีมือที่มีพื้นฐานและทักษะด้านการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ และมีประสบการณ์การทำงานที่ยาวนาน ประกอบกับระบบการผลิตส่วนใหญ่เป็นระบบอัตโนมัติและต้องใช้ทักษะความชำนาญในการผลิต ทำให้พึงพาแรงงานต่างชาติค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มของ SMEs พบว่าผู้ประกอบการหลายรายประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะในฝ่ายผลิต ทำให้หลายบริษัทต้องใช้แรงงานต่างด้าวซึ่งจะเกิดปัญหาในเรื่องการสื่อสาร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรายย่อยยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับพลาสติก ทำให้ไม่สามารถผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้เต็มประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะด้านการควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์พลาสติกอีกมาก

2.2 ภาพรวมการตลาด

2.2.1 มูลค่าและส่วนแบ่งตลาดสำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติก

บรรจุภัณฑ์พลาสติกในปี 2558 มีมูลค่ารวมประมาณ 180,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 ของตลาดอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในประเทศ

2.2.2 การนำเข้า-ส่งออก

ในปี 2558 ไทยมีมูลค่าการนำเข้ารวมของบรรจุภัณฑ์พลาสติกประมาณ 17,125 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.25 เมื่อเทียบกับปีก่อน และมีมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกประมาณ 35,950 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.02 เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังเปราะบางในทุกภูมิภาคของโลก การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและเอเชียรวมถึงหลายประเทศในกลุ่ม AEC ทำให้เกิดการชะลอตัวของภาคการผลิต นอกจากนี้ ยังมีปัญหาต้นทุนการผลิตในประเทศที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้า ราคาเม็ดพลาสติก เช่น LDPE HDPE และ PP ซึ่งเป็นวัตถุดิบตั้งต้นหลัก ปรับตัวสูงขึ้นในช่วงเดือนมีนาคม 2558 จนถึงเดือนสิงหาคม 2558 ซึ่งความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบดังกล่าวทำให้ยากต่อการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

2.2.3 ประมาณการแนวโน้มการเติบโตของตลาด

บรรจุภัณฑ์พลาสติกมีแนวโน้มการเติบโตของตลาดสูงกว่าบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีน้ำหนักเบาและมีการพัฒนาด้านคุณภาพทำให้สามารถยืดอายุการเก็บผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในบรรจุภัณฑ์พลาสติก เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร และอาหารแปรรูป ได้ โดยคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของตลาดที่ร้อยละ 5-10 ขึ้นกับชนิดของบรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยบรรจุภัณฑ์พลาสติกอ่อนตัวมีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างสูงที่ประมาณร้อยละ 7-10 เมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอื่นๆ

2.3 ข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นๆ

2.3.1 บรรจุภัณฑ์กระดาษ

ในปี 2558 มีการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในประเทศไทยประมาณ 2,108,726 ตัน และปริมาณการจำหน่ายรวมประมาณ 2,112,317 ตัน มูลค่าตลาดรวมประมาณ 140,000 ล้านบาท การใช้งานบรรจุภัณฑ์กระดาษหลักๆ คือ บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูกเพื่อการขนส่ง และบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็งเพื่อการขายปลีก ตามลำดับ มีผู้ประกอบการรวมประมาณ 1000 ราย ส่วนใหญ่เป็นรายย่อย โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่ประมาณร้อยละ 10 ของผู้ประกอบการทั้งหมด ภาชนะบรรจุกล่องกระดาษลูกฟูกมีสัดส่วนการใช้งานรวมประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษทั้งหมด สำหรับบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็งสามารถใช้งานในการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อการขายปลีก ทั้งในกลุ่มอาหารแปรรูป ยาและเวชภัณฑ์ สินค้าอุปโภคต่างๆ ของเล่นเด็ก และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทที่เป็นผู้นำในการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในไทย เช่น กลุ่มบริษัท สยามบรรจุภัณฑ์ (SCG Packaging) บริษัท สานติบรรจุภัณฑ์ บริษัท เอเอสเอคอร์ปอเรชั่น คอนเทนเนอร์ บริษัท ตะวันนาบรรจุภัณฑ์ บริษัท เอเอสเอ บ็อกซ์บอร์ด คอนเทนเนอร์ บริษัท อินเตอร์ไฟเบอร์ คอนเทนเนอร์ บริษัท สยามทบพันแพคเกจจิ้ง และบริษัท ไทยคอนเทนเนอร์ระยอง จำกัด เป็นต้น

2.3.2 บรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว

สำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วของไทยในปี 2558 มีปริมาณการผลิตและจำหน่ายรวมประมาณ 823,648 ตัน และ 828,687 ตัน ตามลำดับ ปริมาณการผลิตและจำหน่ายลดลงค่อนข้างมากที่ร้อยละ 19-20 เมื่อเทียบกับปีก่อน บรรจุภัณฑ์ขวดแก้วประกอบด้วยขวดแก้วบรรจุเบียร์ น้ำดื่ม และเครื่องดื่มอื่นๆ รวมถึงกลุ่มของผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ยา และสารเคมี เนื่องจากอุตสาหกรรมการผลิตขวดแก้วมีการลงทุนสูง จึง

มีผู้ประกอบการในประเทศเพียงประมาณ 10 ราย นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการที่นำเข้าและส่งออกรวมทั้งจำหน่ายปลีกในประเทศ ตัวอย่างรายชื่อผู้ประกอบการหลัก เช่น บริษัท อุตสาหกรรมทำเครื่องแก้วไทย บริษัท ไทยมาลาयाกลาส บริษัท อยุธยาภาสอินดัสทรี บริษัท โอเซียนกลาส บริษัท ระยองกลาสอินดัสทรี บริษัท สยามกลาสอินดัสทรี บริษัท เวลโกรว์กลาสอินดัสทรี บริษัท ปราจีนบุรีกลาส อินดัสทรี และบริษัท ขอนแก่นกลาสอินดัสทรี เป็นต้น

2.3.3 บรรจุภัณฑ์โลหะ

ในปี 2558 บรรจุภัณฑ์โลหะในประเทศไทยมีการผลิตและจำหน่ายโดยรวมประมาณ 438,999 ตัน และ 374,144 ตัน ตามลำดับ โดยมีปริมาณการผลิตและจำหน่ายลดลงจากปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 5 และ 10 ตามลำดับ เนื่องจากการลดลงของการส่งออกอาหารบรรจุกระป๋องในปี 2558 การขาดแคลนวัตถุดิบสำหรับผลิตเป็นอาหารกระป๋องแปรรูป ปัญหาแรงงาน ความอ่อนแอของเศรษฐกิจในยุโรป สหรัฐอเมริกา และจีน ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญ บรรจุภัณฑ์กระป๋องโลหะที่มีการใช้งานเป็นหลัก คือ กระป๋องเหล็กเคลือบดีบุก และกระป๋องอะลูมิเนียม สำหรับกลุ่มอาหารบรรจุกระป๋องจะใช้กระป๋องเหล็กเป็นหลัก ส่วนกระป๋องอะลูมิเนียมมีการใช้งานในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระป๋องมีผู้ประกอบการหลักประมาณ 15 ราย ตัวอย่างรายชื่อผู้ประกอบการหลัก เช่น บริษัท สวอนอินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) บริษัท อลูคอน จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยเบเวอร์เรจ แคน บริษัท บางกอกแคนแมนูแฟคเจอร์ จำกัด บริษัท คราวน์ฟู้ดแพคเก็จจิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) บริษัท เอเชียแปซิฟิกแคน บริษัท เน็กซ์แคนอินโนเวชั่น บริษัท แสตนด์ดาร์ดแคน บริษัท รอยัลแคนอินดัสทรีส์ บริษัท พูนทรัพย์แคน และบริษัท สุนทรเมทัลแคน เป็นต้น

บทที่ 3:

ภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศมาเลเซีย

ภาพรวมการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก

ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทย สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ รายงานว่า อุตสาหกรรมพลาสติกสำหรับใช้ในสินค้าอุปโภคบริโภคในมาเลเซียครอบคลุมถุงพลาสติก (สำหรับบรรจุภัณฑ์ ถุงซ้อปปิ้ง และถุงขยะ) กล่องใส่ของพลาสติก ฟิล์ม งานพลาสติก แผ่นพลาสติก ฟิล์มพลาสติก ขวด และกล่องพลาสติก โดยเฉพาะขวดพลาสติกมีการเจริญเติบโตมากกว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ เนื่องจากใช้มากในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

3.1.1 ปริมาณการผลิต

มีปริมาณการผลิตเม็ดพลาสติกในประเทศมาเลเซียรวมประมาณ 2.22 ล้านตัน ในปี 2558 โดยในจำนวนนี้มีการนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกประมาณร้อยละ 47 หรือคิดเป็น 1.04 ล้านตัน

3.1.2 จำนวนผู้ประกอบการ

มีจำนวนผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์พลาสติกประมาณ 800 ราย ในปี 2558 โดยร้อยละ 95 เป็น SMEs มีผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีศักยภาพสูง มีกำลังการผลิตสูง มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเน้นการผลิตเพื่อส่งออก จำนวนไม่มาก เช่น บริษัท Scientex Great Wall Sdn Bhd ชื่อเดิมคือ GW Packaging Sdn Bhd เป็นบริษัทขนาดใหญ่ในเครือ Scientex Packaging Berhad ที่ผลิตฟิล์มพลาสติก เช่น LDPE ลามิเนต และ shrink film บริษัท Daibochi Plastic & Packaging Industry จำกัด (มหาชน) เป็นผู้นำด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะกลุ่ม FMCG รวมถึงอุตสาหกรรมการผลิยาและอุปกรณ์ทางการแพทย์ บริษัท CGM Berhad (SCGM) และบริษัทในเครือ Lee Soon Seng Plastic Industry Sdn Bhd เป็นผู้นำในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดเทอร์โมพลาสติกสำหรับสินค้าที่ต้องการบรรจุแบบสุญญากาศ และยังเป็นผู้ผลิตถาดและถ้วยพลาสติกเพื่อรองรับอุตสาหกรรมเบเกอรี่ในประเทศมาเลเซียและในภูมิภาค ซึ่งมีเพียงผู้ผลิตรายใหญ่ดังกล่าวข้างต้นที่ได้เปรียบผู้ประกอบการไทยด้านต้นทุนการผลิต เนื่องจากมี purchasing power สูง

3.1.3 การลงทุนในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากบริษัทต่างชาติและผู้ประกอบการมาเลเซีย

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกในประเทศมาเลเซียมีการลงทุนโดยบริษัทต่างชาติค่อนข้างน้อย เนื่องจากมีความต้องการใช้ในประเทศน้อย และเน้นการผลิตบรรจุภัณฑ์กลุ่มถุงพลาสติกจากพอลิเอทิลีนเป็นหลัก รวมถึงการผลิตขวด PET และแผ่นพลาสติกสำหรับผลิตถาดพลาสติกในรูปแบบต่างๆ ซึ่งใช้เทคโนโลยีไม่ซับซ้อน มีผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีขีดความสามารถสูงจำนวนไม่มากนัก เช่น บริษัท Scientex Great Wall Sdn Bhd ซึ่งเป็นบริษัทของมาเลเซียที่ซื้อกิจการของ Great wall packaging โดยกลุ่ม Scientex ในปี 2556 ส่งผลให้กลายเป็นบริษัทผู้ผลิตฟิล์มพลาสติกอันดับ 3 ของโลก โดยส่งออกฟิล์มพลาสติกไปยังกว่า 60 ประเทศทั่วโลก กลุ่มบริษัท Texchem Polymer Engineering Group ซึ่งเน้นผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และบรรจุภัณฑ์ บริษัท Simply Packaging Sdn Bhd ซึ่งเป็นผู้ผลิตถุงพลาสติกจากพอลิเอทิลีนจากประเทศอังกฤษ

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์พลาสติกประมาณร้อยละ 5 มีการร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ อังกฤษ และเยอรมัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต ผู้ประกอบการส่วนที่เหลือเป็นผู้ประกอบการระดับ SMEs ที่ยังต้องการการพัฒนาในด้าน R&D และการเพิ่ม

ประสิทธิภาพเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิต หากเทียบกับประเทศไทยแล้ว ประเทศไทยมีการลงทุนจากบริษัทต่างชาติและร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติมากกว่า จึงมีเทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกขั้นสูงกว่า



ภาพที่ 3.1: ลักษณะของอุตสาหกรรมพลาสติกในประเทศมาเลเซีย

ที่มา: Malaysian Plastics Manufacturers Association (MPMA)

3.1.4 แรงงานในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก

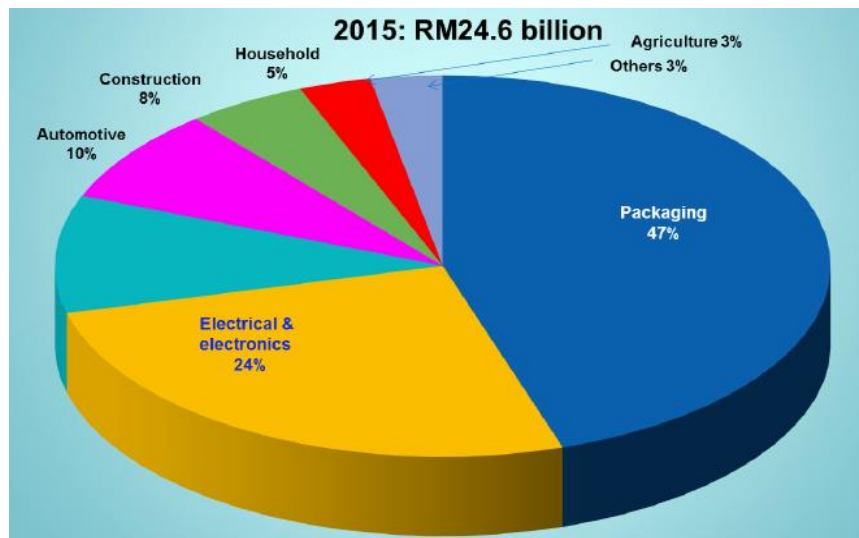
ปัจจุบันค่าแรงขั้นต่ำของมาเลเซียเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 7,900 บาท (900 รिंगกิต) ต่อเดือน ซึ่งเป็นอัตราที่กำหนดมาตั้งแต่ปี 2556 ในบริเวณ Peninsular Malaysia สำหรับ East Malaysia กำหนดอัตราที่ 7,016 บาท (800 รिंगกิต) ต่อเดือน โดยเมื่อเดือนมิถุนายน ปี 2558 อัตราค่าแรงขั้นต่ำเพิ่มเป็น 8,770 บาท (1,000 รिंगกิต) ต่อเดือน ในบริเวณ Peninsular Malaysia สำหรับบริเวณ East Malaysia กำหนดอัตราที่ 8,068 บาท (920 รिंगกิต) ต่อเดือน อุตสาหกรรมในมาเลเซียส่วนมากต้องแรงงานจากต่างชาติ เช่น บังคลาเทศ อินโดนีเซีย กัมพูชา และเวียดนาม สมาคมพลาสติกมาเลเซียได้ให้ความเห็นว่า แรงงานต่างชาติในปัจจุบันทั้งประเทศน่าจะมีจำนวนสูงถึงประมาณ 6 ล้านคน

ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทย สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ รายงานว่า เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2559 ที่ผ่านมา รัฐบาลมาเลเซียได้ประกาศให้มีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการจ้างแรงงานต่างชาติเพิ่มขึ้นจาก 10,962 บาท (1,250 รिंगกิต) ต่อคน เป็น 12,925 บาท (2,500 รिंगกิต) ต่อคน ซึ่งสมาพันธ์ผู้ผลิตของมาเลเซียหรือ Federation of Malaysia Manufacturers (FMM) ได้ออกมาคัดค้าน เนื่องจากการปรับเพิ่มค่าธรรมเนียมดังกล่าวจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนของภาคการผลิต โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมการผลิต และอุตสาหกรรมเกษตรเพาะปลูก ซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการจ้างแรงงานต่างชาติจำนวนมาก โดยสมาพันธ์ฯ ได้ให้เหตุผลว่า สถานการณ์เศรษฐกิจของมาเลเซียยังอยู่ในช่วงตกต่ำ และผู้ประกอบการยังอยู่ในช่วงปรับตัวกับการเพิ่มขึ้นของราคาค่าปลีกจากการเริ่มใช้ภาษีการขาย GST ร้อยละ 6 เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2558 รัฐบาลจึงควรพิจารณายืดการขึ้นค่าธรรมเนียมการนำเข้าแรงงานต่างชาติออกไปก่อน ซึ่งขณะนี้รัฐบาลมาเลเซียอยู่ระหว่างสำรวจความคิดเห็นจากเจ้าของกิจการในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มเติมก่อนประกาศผลการพิจารณาต่อไป

3.2 ภาพรวมการตลาด

3.2.1 มูลค่าตลาดและส่วนแบ่งตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติก

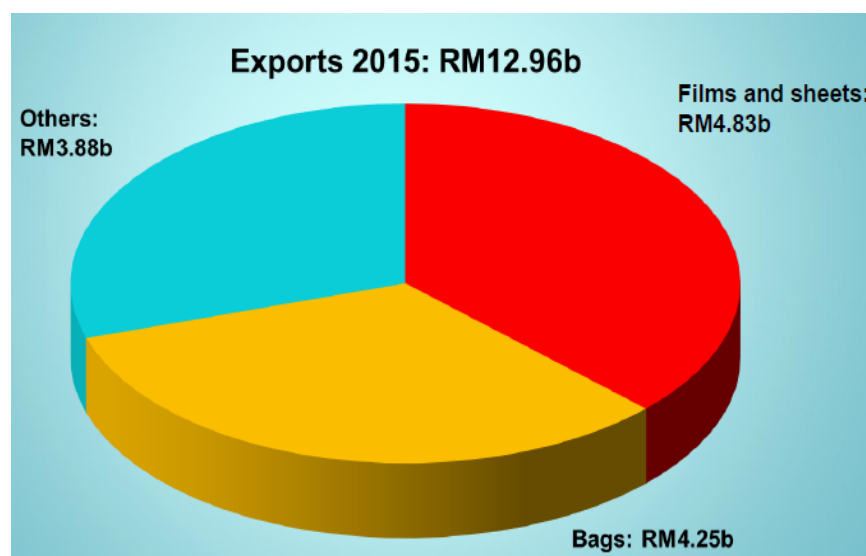
ในปี 2558 บรรจุภัณฑ์พลาสติกในมาเลเซียมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 101,400 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 47 ของมูลค่ารวมของผลิตภัณฑ์พลาสติกทั้งหมด โดยมูลค่าตลาดและส่วนแบ่งตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกในประเทศมาเลเซียมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.2: มูลค่าตลาดและส่วนแบ่งตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกในประเทศมาเลเซีย
ที่มา: Malaysian Plastics Manufacturers Association (MPMA)

3.2.2 การนำเข้า-ส่งออก

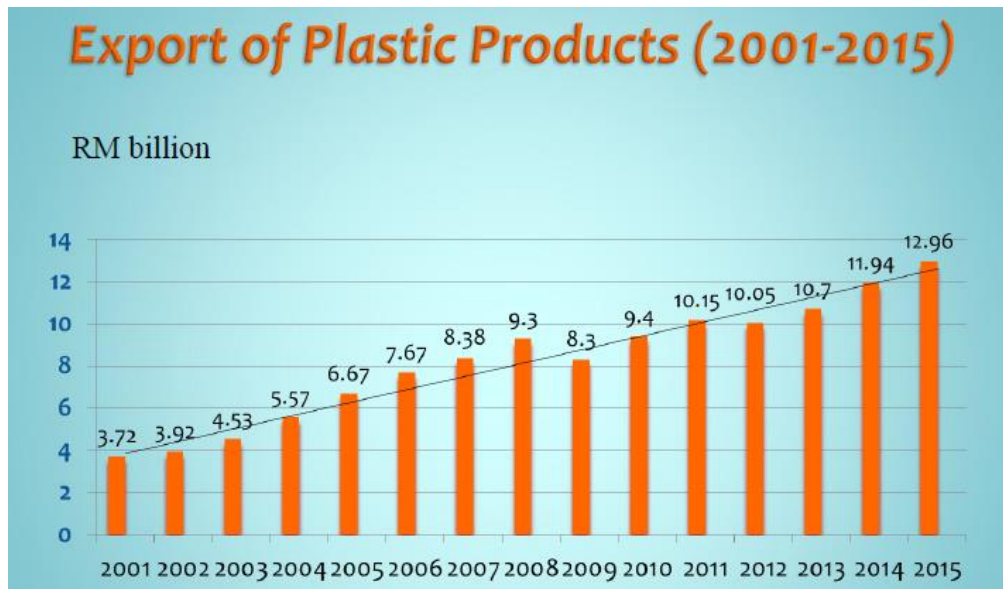
มาเลเซีย (และไทย) ถือเป็นผู้นำเข้าในการส่งออกเม็ดพลาสติกและผลิตภัณฑ์จากพลาสติก โดยตลาดหลักของมาเลเซีย ได้แก่ กลุ่มประเทศ EU สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น ซึ่งในปี 2558 มาเลเซียมีมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกรวม 12,960 ล้านบาท หรือ 113,659 ล้านบาท ในจำนวนนี้ คิดเป็นมูลค่าเฉพาะในส่วนของฟิล์ม ซีท และถุงพลาสติก (บรรจุภัณฑ์พลาสติก) ประมาณ 79,904 ล้านบาท



ภาพที่ 3.4: สัดส่วนการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติกของประเทศมาเลเซีย
ที่มา: Malaysian Plastics Manufacturers Association (MPMA)

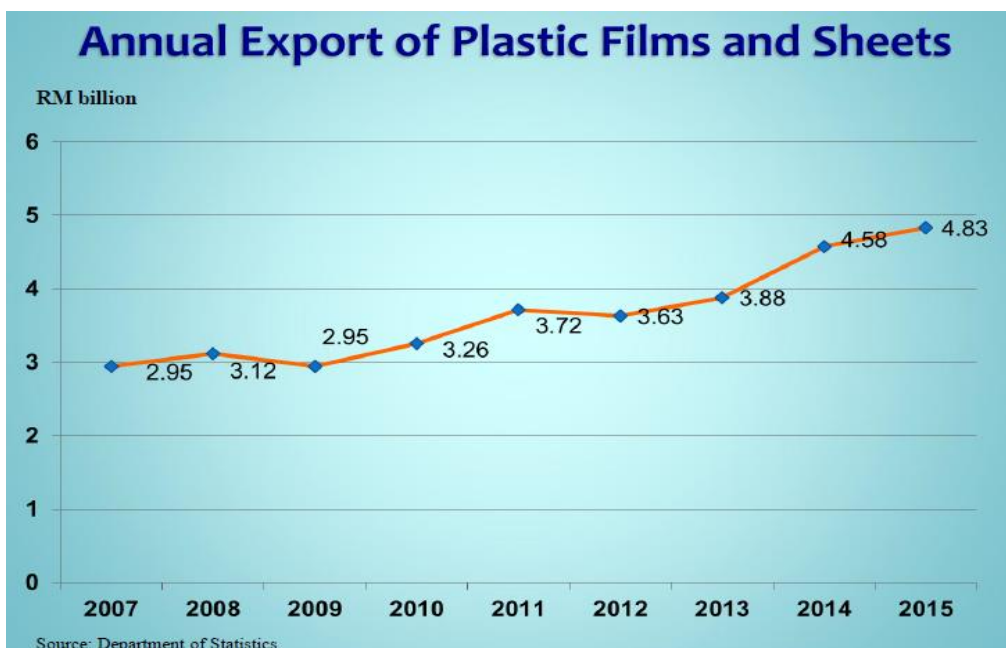
3.2.3 ประเมินการแนวโน้มการเติบโตของตลาด

จากข้อมูลของ Malaysian Plastics Manufacturers Association (MPMA) ปริมาณการบริโภคเม็ดพลาสติกและการขยายตัวของบรรจุภัณฑ์พลาสติกในปี 2558 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มถึงร้อยละ 10 ในปี 2559 สำหรับตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติก MPMA ได้รายงานอัตราการขยายตัวในปี 2558 ว่ามีสูงถึงร้อยละ 10-15



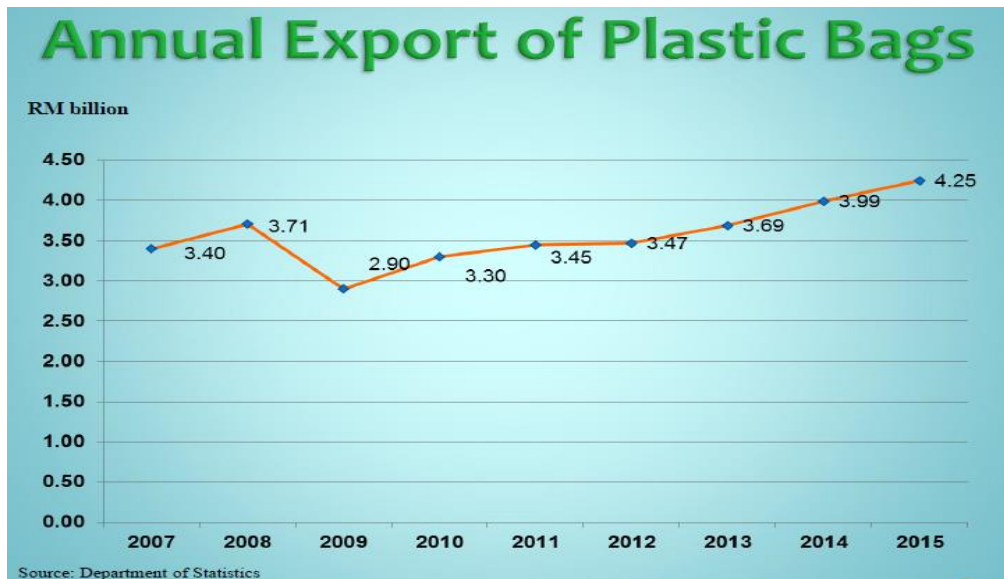
ภาพที่ 3.3: แนวโน้มการส่งออกพลาสติกของประเทศมาเลเซีย

ที่มา: Malaysian Plastics Manufacturers Association (MPMA)



ภาพที่ 3.5: แนวโน้มการส่งออกฟิล์มและชีทพลาสติกของประเทศมาเลเซีย

ที่มา: Malaysian Plastics Manufacturers Association (MPMA)



ภาพที่ 3.6: แนวโน้มการส่งออกถุงพลาสติกของประเทศไทย

ที่มา: Malaysian Plastics Manufacturers Association (MPMA)

3.3 ข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับบรรจุกฎภัณฑ์ชนิดอื่นๆ

3.3.1 บรรจุกฎภัณฑ์กระดาษ

ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทย สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ รายงานว่า ผู้ผลิตกระดาษแข็งรายหลักของมาเลเซีย บริษัท GS Paper Packaging จำกัด เป็นผู้ผลิตกระดาษแข็งและกล่องกระดาษ GS Paper มีโรงงานกระดาษและบรรจุกฎภัณฑ์ที่เน้นรองรับผู้ผลิตในตลาดสินค้าอุปโภคและบริโภค ในขณะเดียวกัน บริษัท Malex Paper Products จำกัด ซึ่งจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2519 เป็นผู้ผลิตกระดาษการ์ดที่เน้นการผลิตถ้วย/จาน/ชามกระดาษแบบใช้แล้วทิ้ง กล่องกระดาษสำหรับบรรจุอาหารจานด่วนให้กับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเป็นหลัก โดยบริษัท Malex Paper เป็นหนึ่งในผู้นำด้านโรงงานที่ริเริ่มการผลิตกระดาษรีไซเคิลสำหรับผู้ผลิตอาหารที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมด้วย

3.3.2 บรรจุกฎภัณฑ์ขวดแก้ว

ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทย สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ รายงานว่าบริษัท Glaspak จำกัด เป็นหนึ่งในผู้จำหน่ายบรรจุกฎภัณฑ์แก้วรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทยมาเลเซีย และยังเป็นผู้ค้าส่งบรรจุกฎภัณฑ์ขวดแก้วและเหยือกแก้วพร้อมฝาปิดรายหลักในประเทศไทยที่ให้บริการครบวงจร ตั้งแต่จัดหาบรรจุกฎภัณฑ์แก้วพร้อมฝาปิดที่มีให้เลือกหลากหลาย ให้บริการด้านการออกแบบกับเจ้าของผลิตภัณฑ์ผลิตและบรรจุตามสูตรของลูกค้า และส่งถึงโกดังเก็บของหรือบริษัทของลูกค้า อุตสาหกรรมหลักที่ Glaspak มุ่งเน้นคือกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคและผู้ผลิตยาสามัญ

3.3.3 บรรจุกฎภัณฑ์โลหะ

ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทย สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ รายงานว่า บริษัท Kian Joo Canpack Sdn Bhd (KJCP) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัทมหาชน Kian Joo Can Factory Berhad (KJCF) เป็นบริษัทรับจ้างบรรจุสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดใหญ่ในประเทศไทยมาเลเซียและเป็นระดับต้นๆ ในตลาดอาเซียน รับจ้างบรรจุสินค้าอุปโภคบริโภค ขบวนการบรรจุในวัสดุจำพวกกระป๋องอลูมิเนียม และงานบรรจุกฎภัณฑ์ทำจากเหล็กและอลูมิเนียมที่ต้องใช้เทคนิคงานไคคัท ปัจจุบัน KJCP เป็นผู้บรรจุหลักของผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง นมพร้อมมันเนย และลูกอมบรรจุในกระป๋องอลูมิเนียม

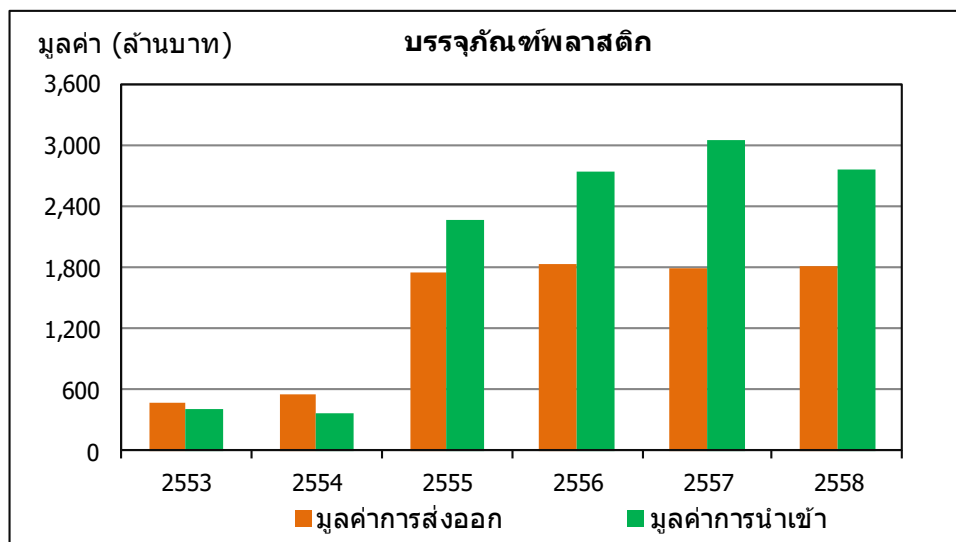
บทที่ 4:

การนำเข้า-ส่งออกบรรจุภัณฑ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

4.1 การนำเข้า-ส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

ในภาพรวมไทยนำเข้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากมาเลเซียมากกว่าการส่งออก โดยบรรจุภัณฑ์ที่นำเข้าเป็นหลัก คือ บรรจุภัณฑ์พลาสติกอ่อนตัวกลุ่มฟิล์มและถุง เนื่องจากโครงสร้างต้นทุนของฟิล์มพลาสติกมาเลเซียถูกกว่าไทย โดยเฉพาะกลุ่มพอลิเอทิลีน (เช่น PE) และมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม มูลค่าการนำเข้าดังกล่าวหากเทียบกับมูลค่ารวมของบรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งหมดในประเทศแล้ว ไทยยังถือว่าปริมาณการผลิตโดยรวมและมีมูลค่าตลาดรวมที่สูงกว่ามาเลเซียจากอุปสงค์ในประเทศที่สูงกว่ามาก ทั้งในส่วนของการนำเข้าสำหรับสินค้าที่ผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ผลิตเพื่อการส่งออก

จากการวิเคราะห์มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากไทยไปยังมาเลเซียในช่วงปี 2553-2558 พบว่า มีปริมาณค่อนข้างทรงตัว โดยในปี 2558 มีมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกประมาณ 1,801 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน เพิ่มขึ้น 12 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.67 ซึ่งบรรจุภัณฑ์พลาสติกส่งออกหลัก ได้แก่ ถุงและกระสอบพลาสติก จุก ฝา และที่ปิดครอบอื่นๆ รวมถึงถังอัดบรรจุก๊าซธรรมชาติที่ทำจากวัสดุผสม (คอมโพสิต) ซึ่งประกอบด้วยวัสดุผสมเสริมแรงด้วยใยแก้ว (เรโนฟอร์ตไฟเบอร์กลาส) และหุ้มด้วยพลาสติกเรซิน (อีพอกซีเรซิน) ส่วนมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากมาเลเซียในช่วงปี 2554-2557 มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่หดตัวลงในปี 2558 โดยมีมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกในปี 2558 รวมประมาณ 2,762 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ลดลง 274 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.02 ซึ่งบรรจุภัณฑ์พลาสติกนำเข้าหลัก ได้แก่ ถุงและกระสอบพลาสติก ถุงพลาสติกปลอดเชื้อเคลือบอะลูมิเนียม จุก ฝา และที่ปิดครอบอื่นๆ

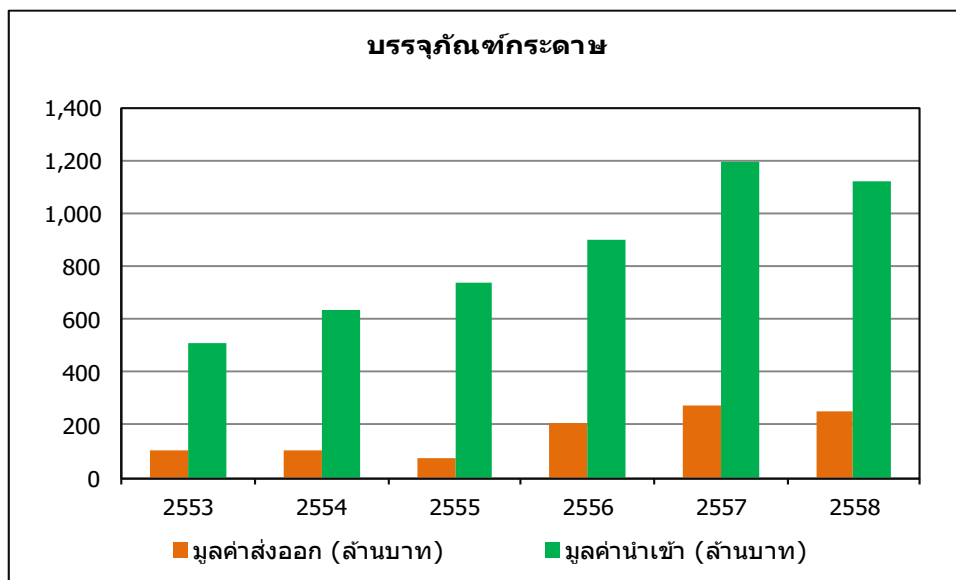


ภาพที่ 4.1: การนำเข้าส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย
ที่มา: กรมศุลกากร วิเคราะห์โดยภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ

4.2 การนำเข้า-ส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

ไทยนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษจากมาเลเซียมากกว่าการส่งออกเช่นเดียวกับบรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยบรรจุภัณฑ์หลักที่นำเข้า คือ กระดาษลามิเนตหลายชั้นสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม เช่น นม น้ำผลไม้ และกลุ่มเยื่อกระดาษอัดขึ้นรูป ซึ่งส่วนมากเป็นการนำเข้าวัสดุจากบริษัท Tetra Pak เนื่องจากไทยมีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ค่อนข้างมากและยังไม่มีเทคโนโลยีทางเลือกอื่น อย่างไรก็ตาม นอกจากระบบของบริษัท Tetra Pak แล้ว ยังมีระบบของบริษัทอื่น เช่น SIG Combibloc แต่ก็ยังมีส่วนแบ่งตลาดไม่มากนัก นอกจากนี้ มาเลเซียยังมีเยื่อปาล์มซึ่งเป็นวัตถุดิบตั้งต้นที่สามารถอัดขึ้นรูปได้ เป็นองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์หรือกระดาษที่เป็นผลพลอยได้จากอุตสาหกรรมการผลิตน้ำมันปาล์มที่สามารถใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษเพื่อการส่งออก

มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทยไปยังมาเลเซียขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2555-2557 แต่ชะลอตัวลงเล็กน้อยในปี 2558 โดยมีมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในปี 2558 รวมประมาณ 255 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ลดลง 18 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.62 ซึ่งบรรจุภัณฑ์กระดาษส่งออกหลัก ได้แก่ หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก รวมถึงกระดาษและกระดาษแข็งที่เคลือบหรือหุ้มด้านในด้วยอะลูมิเนียมพอยล์ที่ใช้ในระบบพาสเจอร์ไรส์หรือยูเอชที สำหรับมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษจากมาเลเซียในช่วงปี 2553-2558 ขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เติบโตลดลงในปี 2558 โดยมีมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษในปี 2558 รวมประมาณ 1,120 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ลดลง 76 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.36 ซึ่งบรรจุภัณฑ์กระดาษนำเข้าหลัก ได้แก่ หีบ กล่อง และซอง ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งชนิดลูกฟูก กล่องและซองที่พับได้ ทำด้วยกระดาษและกระดาษแข็งอื่นๆ และกระดาษและกระดาษแข็งที่เคลือบหรือหุ้มด้านในด้วยอะลูมิเนียมพอยล์ที่นำเข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มในระบบพาสเจอร์ไรส์หรือยูเอชที ถุงบรรจุปูนซีเมนต์ ถุงและกระสอบ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการอัดเยื่อกระดาษ

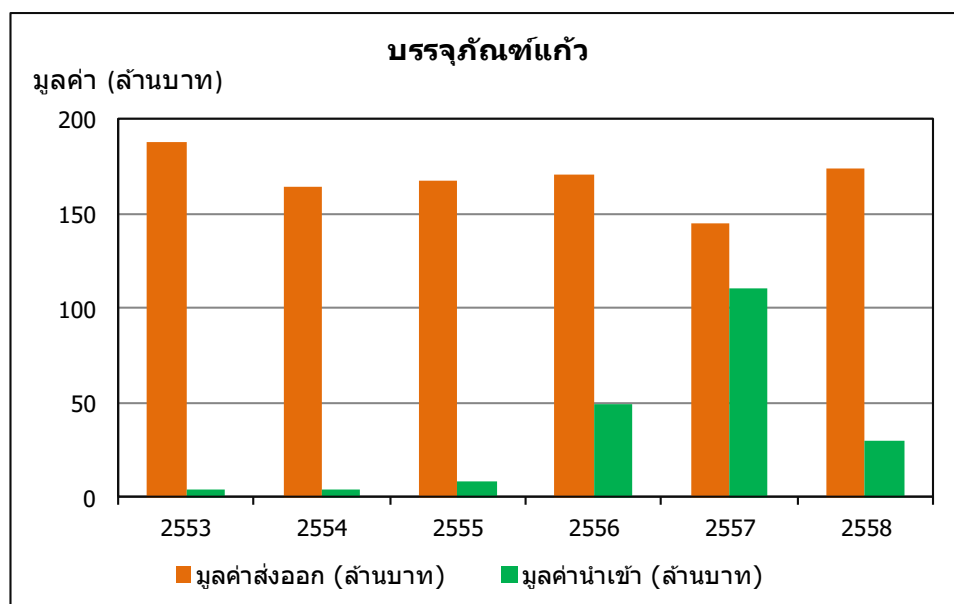


ภาพที่ 4.2: การนำเข้าส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย
ที่มา: กรมศุลกากร วิเคราะห์โดยภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ

4.3 การนำเข้า-ส่งออกบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

ไทยส่งออกบรรจุภัณฑ์แก้วไปยังมาเลเซียมากกว่าการนำเข้า เนื่องจากอุตสาหกรรมการผลิตขวดแก้วในประเทศไทยมีความเข้มแข็งและมีขนาดใหญ่กว่า อีกทั้งขวดแก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีน้ำหนักมากและมีต้นทุนการขนส่งสูง จึงไม่นิยมขนส่งขวดเปล่า ยกเว้นกรณีขวดแก้วขนาดเล็ก อย่างไรก็ตาม ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มาเลเซียเริ่มผลิตขวดแก้วทดแทนการนำเข้าได้มากขึ้น มูลค่าการนำเข้าจากไทยจึงเริ่มลดลง

มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์แก้วของไทยไปยังมาเลเซียในช่วงปี 2554-2556 ค่อนข้างคงตัว หดตัวลงในปี 2557 จากนั้นปรับตัวเพิ่มขึ้นในปี 2558 โดยมีมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์แก้วในปี 2558 รวมประมาณ 174 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน เพิ่มขึ้น 30 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.45 ซึ่งบรรจุภัณฑ์แก้วส่งออกหลัก ได้แก่ ขวดเนื้อแก้ว และขวดยาชนิดที่ใช้สำหรับบรรจุยาปฏิชีวนะ ซีรัม และยาอื่นๆ ส่วนมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์แก้วจากมาเลเซียในช่วงปี 2553-2557 ขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง แต่หดตัวลงอย่างมากในปี 2558 โดยมีมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์แก้วในปี 2558 รวมประมาณ 30 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ลดลง 80 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 72.66 ซึ่งบรรจุภัณฑ์แก้วนำเข้าหลัก ได้แก่ แอมพูล ขวดเนื้อแก้ว และขวดบรรจุยา



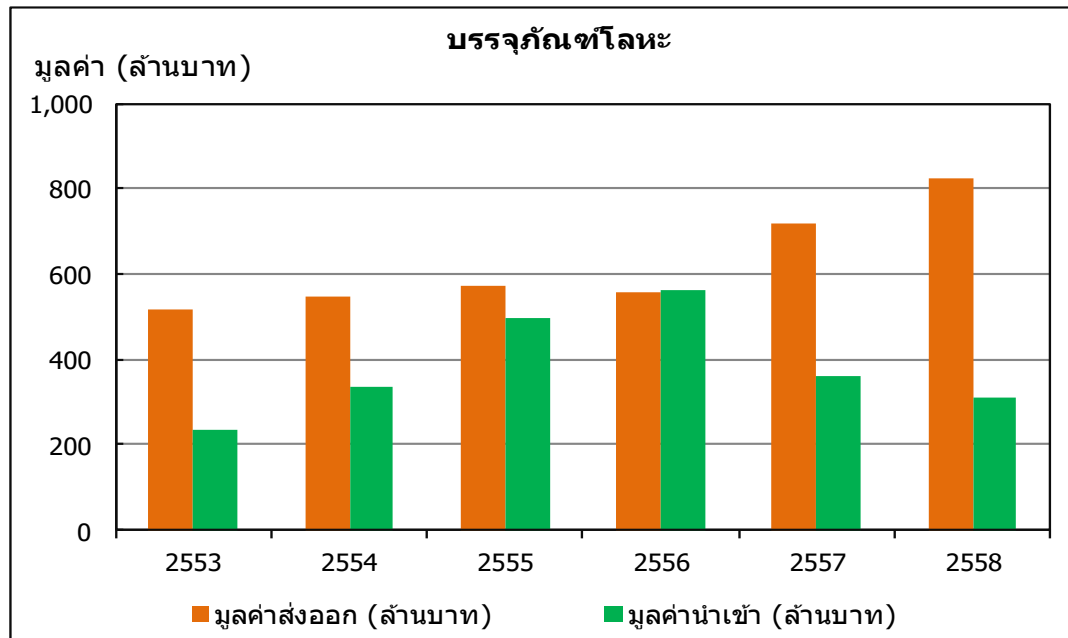
ภาพที่ 4.3: การนำเข้าส่งออกบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย
ที่มา: กรมศุลกากร วิเคราะห์โดยภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ

4.4 การนำเข้า-ส่งออกบรรจุภัณฑ์โลหะระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

สำหรับอุตสาหกรรมกระป๋องโลหะไทยส่งออกไปยังมาเลเซียมากกว่านำเข้า โดยสินค้าส่งออกส่วนใหญ่คือ กระป๋องและฝาจากอะลูมิเนียม รวมถึงแผ่นอะลูมิเนียม และเนื่องจากผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถในการผลิตกระป๋องสูง สามารถผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมยัดตัวสูงได้ดี สามารถผลิตขึ้นส่วนกระป๋องอะลูมิเนียมที่มีน้ำหนักเบาซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งได้ นอกจากนี้ มาเลเซียยังต้องการใช้แผ่นอะลูมิเนียมจากไทยในการผลิตบรรจุภัณฑ์ลามิเนต เช่น กล่องกระดาษลามิเนต และบรรจุภัณฑ์ยา ในประเทศ ทำให้การส่งออกขึ้นส่วนกระป๋องของไทยไปยังมาเลเซียจะยังคงเติบโตได้ดีในอนาคต ทั้งนี้ มาเลเซียมีผู้ผลิตกระป๋องรายใหญ่ คือ บริษัท Kain Joo Can ซึ่งผลิตกระป๋องประเภทต่างๆ เพื่อรองรับความต้องการใช้ภายในประเทศ

มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์โลหะไปยังมาเลเซียในช่วงปี 2556-2558 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2558 มีมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์โลหะรวมประมาณ 826 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน เพิ่มขึ้น 107 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.82 ซึ่งบรรจุภัณฑ์โลหะส่งออกหลัก ได้แก่ กระป๋องที่ทำจากแผ่นเหล็ก

และอะลูมิเนียม รวมถึงฝากระป๋องอะลูมิเนียมและบล็อกหุ้มปากขวด สำหรับมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์โลหะจากมาเลเซียในช่วงปี 2553-2556 ขยายตัวได้ดี แต่หดตัวลงในช่วงปี 2557-2558 โดยมีมูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์โลหะในปี 2558 รวมประมาณ 309 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อน ลดลง 51 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.08 ซึ่งบรรจุภัณฑ์โลหะนำเข้าหลัก ได้แก่ กระป๋องแบบบีบพับได้ และกระป๋องอะลูมิเนียม



ภาพที่ 4.4: การนำเข้าส่งออกบรรจุภัณฑ์โลหะระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย
ที่มา: กรมศุลกากร วิเคราะห์โดยภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ

บทที่ 5:

แนวโน้มและทิศทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

5.1 แนวโน้มและทิศทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไทย

5.1.1 ด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ภาครัฐมีการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การให้สิทธิพิเศษด้านภาษีเงินได้สำหรับกิจการผลิตเคมีภัณฑ์หรือพอลิเมอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการส่งเสริมการลงทุน ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพในการเป็นฐานการผลิตพลาสติกชีวภาพในอนาคต โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญคือ ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบชีวมวล โดยเฉพาะมันสำปะหลังและอ้อย (ปริมาณผลผลิตต่อปีโดยเฉลี่ยมากเกินความต้องการของตลาดทั้งสำหรับบริโภคภายในประเทศและส่งออก) ที่สามารถใช้เป็นวัสดุตั้งต้นในการผลิตพลาสติกชีวภาพได้หลายชนิด รวมทั้ง PLA PHA Bio-PET และ Bio-PE ขณะนี้ประเทศไทยได้มีแผนกลยุทธ์ขึ้นต้นเพื่อกระตุ้นการลงทุนในอุตสาหกรรมต้นน้ำของบรรจุภัณฑ์แตกสลายได้ทางชีวภาพ ซึ่งบางแผนได้เริ่มลงทุนแล้ว เช่น บริษัท Corbion ร่วมกับบริษัท Purac ผลิตแลคติกแอซิดและแลคไทด์ บริษัท PTTGC ร่วมกับบริษัท NatureWorks ผลิตพอลิแลคติกแอซิด บริษัท Bioamber ร่วมกับบริษัท Mitsui ผลิตกรดซัคซินิก และบริษัท PTTMCC Biochem ผลิตพอลิบิวทิลีนซัคซินेटอะดิเพท (ที่มา: รายงานพิเศษเรื่องโอกาสทางการตลาดของบรรจุภัณฑ์แตกสลายได้ทางชีวภาพ: Packaging Intelligence Unit) อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่รวมทั้งผู้ผลิตสินค้าต่างๆ ยังไม่ตอบรับต่อการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากนัก ปัญหาสำคัญคือราคาและคุณภาพของวัสดุในภาพรวม โดยยังไม่สามารถรักษาคุณภาพสินค้าได้ดีเมื่อเทียบกับวัสดุบรรจุอื่นๆ

5.1.2 ด้านวัสดุและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์

จากข้อมูลการออกสินค้าใหม่ในประเทศไทยพบว่า บรรจุภัณฑ์พลาสติกอ่อนตัวในรูปของถุงและซอง รวมทั้งถุงพลาสติกแบบตั้งได้ เป็นที่นิยมมากขึ้นทั้งในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากมีน้ำหนักเบา รักษาคุณภาพสินค้าได้ดี และสามารถพัฒนาเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น การอุ่นอาหารด้วยระบบไมโครเวฟ ภายหลังจากการแช่แข็งได้ อีกทั้งยังสามารถผลิตและบรรจุได้รวดเร็วด้วยเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ ทั้งนี้ พบว่าในปี 2558 มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวออกสู่ตลาดในประเทศถึงร้อยละ 54 ของผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มที่ออกสู่ตลาดในประเทศทั้งหมด นอกจากนี้ การที่ประเทศไทยก้าวสู่สังคมเมืองอย่างรวดเร็ว มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่รีบเร่ง อีกทั้งมีจำนวนผู้บริโภคสูงอายุมากขึ้น ยังส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมบริโภคได้รับความนิยมมากขึ้นด้วย การเติบโตของบรรจุภัณฑ์ถาดบรรจุอาหารในกลุ่มนี้จึงค่อนข้างสูง โดยคิดเป็นประมาณร้อยละ 15-20

5.1.3 ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในไทยมีการพัฒนาด้านคุณภาพและนวัตกรรมของบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากต้องแข่งขันกับบรรจุภัณฑ์นำเข้าคุณภาพต่ำที่มีราคาถูกกว่าจากจีน จึงให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยมองหานวัตกรรมใหม่ๆ เช่น การใช้ระบบการบรรจุแบบแอคทีฟ (Active Packaging) การศึกษาด้านโครงสร้างวัสดุโดยดัดแปลงให้มีคุณสมบัติพิเศษต่างๆ การศึกษาด้านอายุการเก็บผลิตภัณฑ์ และ

การศึกษาด้านโครงสร้างและความแข็งแรงของวัสดุบรรจุ ให้ตอบโจทย์ระบบการขนส่งและการดำรงชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่มากขึ้น

5.2 แนวโน้มและทิศทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาเลเซีย

5.2.1 ด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากการข้อมูลการสำรวจบรรจุภัณฑ์ในประเทศมาเลเซียพบว่า มีการผลักดันให้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือบรรจุภัณฑ์สีเขียวมากขึ้น เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์องค์กร ตัวอย่างเช่น การลดการใช้กล่องแบบพับได้เพื่อลดปริมาณขยะ การเปลี่ยนไปใช้ขวด PET ที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ นอกจากนี้ บางบริษัทก็สนใจที่จะใช้วัสดุที่มีความยั่งยืนในการผลิตบรรจุภัณฑ์มากขึ้น โดยการใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการส่งเสริมจากรัฐบาลท้องถิ่น และบริษัทข้ามชาติในมาเลเซียหลายแห่งก็หันมาส่งเสริมบรรจุภัณฑ์สีเขียวมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา ตัวอย่างเช่น การออกบรรจุภัณฑ์ TwistCap OSO34 ของ Tetra Pak ซึ่งทำมาจากอ้อย นับเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและช่วยลดการใช้พลาสติกจากประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ประกอบการส่วนมากลดการใช้กล่องแบบพับได้เป็นบรรจุภัณฑ์ขายปลีก มีเพียงสินค้าที่ใช้ในท้องถิ่นบางชนิด เช่น Sebamed และ Lactacyd ที่ยังคงใช้กล่องแบบพับได้ในมาเลเซีย

ผู้ประกอบการหลายรายลดการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ หันมาใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้หรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น ขวด PET แทน โดยกลุ่ม Unilever ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ มีแผนให้บรรจุภัณฑ์กระดาษของบริษัททั้งหมดมาจากแหล่งที่รับรองการจัดการป่าที่ยั่งยืนหรือสามารถนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ได้ ภายในปี 2563 ในขณะเดียวกันที่ผู้บริโภคชาวมาเลเซียเองก็เริ่มให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งเห็นได้จากการที่ผู้บริโภคชาวมาเลเซียเริ่มมองหาสินค้าที่มีสัญลักษณ์การนำกลับมาใช้ใหม่หรือคำว่า “สินค้านี้ทำมาจากวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่” บนฉลากสินค้ามากขึ้น

5.2.2 ด้านวัสดุและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์

ในปี 2558 โลหะ พลาสติกทรงรูป และกล่องใส่ของเหลว มีปริมาณการเติบโตสูงที่สุด เมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นๆ โดยการเติบโตอย่างต่อเนื่องของยอดขายเครื่องดื่ม ทั้งเครื่องดื่มสุขภาพ น้ำผัก/ผลไม้ และนมสด/นมพาสเจอร์ไรซ์ ที่บรรจุในกล่องใส่ของเหลว ส่งผลให้มีความต้องการบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมากขึ้น กลุ่มสินค้าอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเติบโตนี้ คือ ซิการ์/ซิการ์มวนเล็กในบรรจุภัณฑ์กล่องโลหะผสมดีบุก ซึ่งมีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มขึ้นจากการที่ผู้บริโภคหันมาสูบบุหรี่/ซิการ์มวนเล็กแทนการสูบบุหรี่มากขึ้น

5.2.3 ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี

เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนและความซับซ้อนของผู้บริโภคชาวมาเลเซีย ผู้ประกอบการจึงมองหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม เพื่อให้สินค้าของตนโดดเด่นกว่าสินค้าอื่นบนชั้นวาง และเพื่อเพิ่มคุณภาพและภาพลักษณ์ที่เรียบง่ายให้กับผลิตภัณฑ์พรีเมียมของตน ไม่กี่ปีที่ผ่านมาผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พยายามที่จะดึงดูดผู้บริโภคที่มีฐานะโดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีนวัตกรรม เช่น ฉลากสามมิติที่เห็นบน Hennessy VSOP Kynos ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แรกที่มีฉลากสามมิติบนบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว และรูปแบบที่ช่วยดึงดูดผู้บริโภคที่มีฐานะให้ซื้อสินค้าไว้เก็บสะสม เช่น Royal Dragon Vodka ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีการรวมกันของ

ไบโอสีทองและเพชรบนขวดแก้ว ตัวอย่างอื่นๆ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์ความงาม นิยมใช้กล่องแบบพับได้สำหรับเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ใช้สีพรีเมียมเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดูพรีเมียมมากขึ้น ซึ่งให้เห็นว่าสินค้าในบรรจุภัณฑ์พลาสติกหรือขวดแก้วยังถูกบรรจุลงในกล่องแบบพับได้ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง ช่วยให้การจัดวางบนชั้นวางในร้านค้าปลีกง่ายและเป็นระเบียบมากขึ้น นอกจากนี้ ยังทำให้สามารถพิมพ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มขึ้นด้วย สำหรับสินค้า mass เช่น ตราสินค้า Masstige (สินค้า mass ที่วางตำแหน่งราคาสูง เช่น Bioessence) ก็ใช้กล่องแบบพับได้เป็นบรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง เพื่อทำให้สินค้าของตนเองมีความเป็นพรีเมียมมากขึ้น

การเพิ่มขึ้นของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ความงามและดูแลร่างกาย ทำให้มีการใช้ขวด PET มากขึ้น เนื่องจากขวด PET แบบใสจะทำให้สามารถมองเห็นรายละเอียดได้ชัดเจน สำหรับผลิตภัณฑ์ของเหลวที่มีสี เช่น สบู่เหลวสีขาวแบบดั้งเดิม ขวด PET แบบใสจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่เรียบง่ายยิ่งขึ้น และทำให้สินค้าแตกต่างกับสินค้าอื่นบนชั้นวางในร้านค้าปลีก นอกจากนี้ ขวด PET ยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ทำให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น Ginvera Spa bath และ shower series ใช้ขวด PET เป็นบรรจุภัณฑ์หลักในมาเลเซีย

5.2.4 ด้านกฎระเบียบบรรจุภัณฑ์อาหาร

1) กฎหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารในมาเลเซีย

กฎหมายอาหารของมาเลเซียปี 2528 ไม่ได้กล่าวถึงสารที่ไม่ควรใช้ในบรรจุภัณฑ์อาหาร แต่มีการกำหนดระดับของ vinyl chloride monomer ที่ให้มีได้ในบรรจุภัณฑ์ vinyl chloride หากปริมาณการใช้สารในบรรจุภัณฑ์เชื่อได้ว่าอยู่ในระดับที่ปลอดภัยและเหมาะสม จะถูกพิจารณาว่าปลอดภัยภายใต้กฎหมายของมาเลเซีย นอกจากนี้ สินค้าอุปโภคบริโภคที่นำเข้าจะต้องระบุหน่วยงานผู้นำเข้า (จะติดฉลากได้เมื่อผ่านด่านศุลกากร) โดยสินค้าบริโภคทั้งหมดต้องระบุข้อมูลสารอาหาร และสินค้าที่ประกอบด้วยวิตามินและเกลือแร่ต้องระบุส่วนประกอบบนฉลาก (ระบุเป็นร้อยละของปริมาณสารอาหารอ้างอิง Nutrient Reference Values: NRV ของ Codex)

2) เครื่องหมายบนบรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับประเทศมุสลิม

ในประเทศมุสลิมซึ่งรวมถึงมาเลเซียข้อบังคับฮาลาลเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ข้อมูลสำคัญรวมถึงรายละเอียดพื้นฐานของอาหารจะถูกกำหนดให้แสดงบนฉลาก หากเป็นอาหารที่มีการผสมจะต้องระบุรายละเอียดของส่วนผสมบนฉลาก หากสินค้านั้นมีส่วนผสมของเนื้อวัว เนื้อหมู น้ำมันหมู หรือแอลกอฮอล์ จะต้องระบุบนฉลากด้วยเช่นกัน ตัวอย่างข้อความบนฉลาก เช่น “มีส่วนผสมของเนื้อหมู” ให้ชัดเจนได้ชื่อของสินค้านั้น ถ้ามีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ต้องระบุไว้ได้ชื่อของสินค้านั้นว่า “มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์” เป็นต้น สำหรับภาษาที่ใช้บนฉลากของสินค้าที่ผลิตขึ้นในมาเลเซียจะต้องเป็นภาษามลายู แต่หากผู้ผลิตต้องการใช้ภาษาอื่นด้วยก็สามารถระบุบนฉลากได้ ในขณะที่ฉลากของสินค้าอาหารนำเข้าต้องเป็นภาษามลายูหรืออังกฤษ โดยผู้ผลิตสามารถใส่ภาษาอื่นๆ บนฉลากได้ตามต้องการด้วยเช่นกัน

3) การระบุสารที่ก่อให้เกิดการแพ้ในอาหารบนบรรจุภัณฑ์

รัฐบาลของมาเลเซียให้ความสำคัญกับการระบุสารที่ก่อให้เกิดการแพ้มากขึ้น สินค้าอาหารทุกชนิดที่มีวัตถุดิบที่เป็นสารก่อให้เกิดการแพ้จะต้องระบุส่วนผสมนั้นบนฉลาก ตัวอย่างเช่น เมล็ดธัญพืชมีส่วน

ประกอบของกลูเตน รวมถึงข้าวสาลี ข้าวบาเลย์ และข้าวโอ๊ต ถั่วและผลิตภัณฑ์จากถั่ว รวมถึงถั่วลิสงและถั่วเหลือง ปลาและผลิตภัณฑ์จากปลา นมและผลิตภัณฑ์นม รวมถึงแลคโตส และไข่และผลิตภัณฑ์จากไข่

4) รัฐบาลใช้ระบบการจัดอันดับแบบไฟจราจรเป็นส่วนช่วยในการพิจารณา

รัฐบาลมาเลเซียได้นำระบบการจัดอันดับแบบไฟจราจรมาพิจารณากับผลิตภัณฑ์อาหาร จากงานวิจัยพบว่าหนึ่งในพฤติกรรม การเลือกซื้อของผู้บริโภคชาวมาเลเซีย คือ ถูกดึงดูดด้วยรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ โดยที่ไม่ทราบข้อมูลโภชนาการ ดังนั้น การจัดอันดับแบบไฟจราจรจะช่วยเตือนผู้บริโภคชาวมาเลเซียถึงระดับของความอ้วนที่จะได้รับจากอาหาร เนื่องจากองค์การอนามัยโลก (WHO) ได้จัดอันดับให้มาเลเซียเป็นประเทศที่ประชากรมีน้ำหนักเกินสูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และสูงเป็นอันดับที่ 6 ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หลักการของการจัดอันดับแบบไฟจราจรจึงเกี่ยวข้องกับการระบุประเภทของสารอาหารบนฉลากของบรรจุภัณฑ์อาหาร โดยการแสดงปริมาณของไขมัน ไขมันอิ่มตัว น้ำตาล และเกลือ ที่มีอยู่ในอาหารนั้นๆ

บทที่ 6:

การศึกษาภาวะอุตสาหกรรมและขีดความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

6.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างมากด้านการลงทุนจากต่างประเทศ รัฐบาลมีนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยเน้นให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมแปรรูปยางพาราและปาล์มน้ำมัน อุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงที่เน้นการวิจัยและพัฒนา อุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมการขนส่ง รวมถึงอุตสาหกรรมเทคโนโลยีข้อมูลและการติดต่อสื่อสาร จะเห็นได้ว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มาเลเซียก้าวขึ้นมาเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้ากลุ่มอุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (ร้อยละ 28.1) ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม (ร้อยละ 22.1) เครื่องจักรและชิ้นส่วนยานยนต์ (ร้อยละ 9.9) ไขมันและน้ำมันพืช (ร้อยละ 6.8) และพลาสติก (ร้อยละ 3.2) ที่มีศักยภาพการแข่งขันสูงในระดับโลก และเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวของผู้ส่งออกสินค้าในกลุ่มดังกล่าวของประเทศไทย

ซึ่งกรณีอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ประเทศไทยมีการนำเข้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกมากที่สุด 3 อันดับแรกจากจีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย ตามลำดับ ในขณะที่มูลค่าการนำเข้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากไทยของมาเลเซียปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอีก สำหรับบรรจุภัณฑ์กระดาษไทยมีการนำเข้ามากที่สุด 3 อันดับแรก จากจีน มาเลเซีย และไต้หวัน ตามลำดับ ในส่วนของบรรจุภัณฑ์โลหะไทยมีการนำเข้าจากมาเลเซียเป็นส่วนน้อย ทำให้เมื่อเทียบกับการส่งออกไปยังมาเลเซีย ถือว่าเกินดุล และในส่วนของบรรจุภัณฑ์แก้วไทยส่งออกไปยังมาเลเซียมากเป็นหนึ่งใน 5 อันดับแรก เมื่อพิจารณาตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญของไทย ทั้งญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และลาว จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเหนือกว่ามาเลเซียในตลาดบรรจุภัณฑ์เกือบทุกประเภท ยกเว้นบรรจุภัณฑ์พลาสติกหรือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงหรือมีความเฉพาะตัวสูง เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น การส่งออกบรรจุภัณฑ์ของมาเลเซียจึงส่งผลกระทบต่อการแข่งขันต่อการส่งออกบรรจุภัณฑ์โดยรวมของไทย

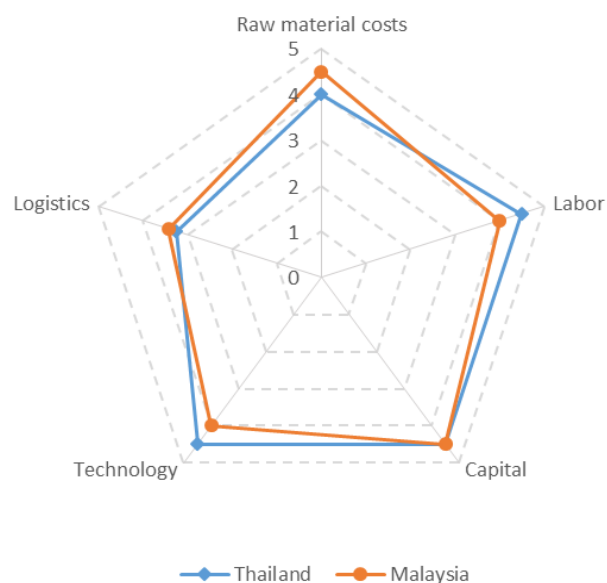
6.2 การวิเคราะห์ศักยภาพทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทยและมาเลเซียโดย แบบจำลอง Diamond Model

6.2.1 สภาพปัจจัยการผลิตของประเทศไทยและมาเลเซีย

ในการวิเคราะห์สภาพปัจจัยการผลิตสามารถวิเคราะห์ได้จากหลายด้าน ทั้งที่ดิน แรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติ สินค้าทุน โครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ สาธารณูปโภค การลงทุน รวมถึงเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามสภาพทางภูมิศาสตร์ ที่ตั้ง ขนาด และนโยบายภาครัฐ สำหรับสภาพปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์จะวิเคราะห์จากปัจจัย 5 ประการ ได้แก่ ต้นทุนของวัตถุดิบ แรงงาน ทุน เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต และระบบโลจิสติกส์ ซึ่งผลการวิเคราะห์กรณีอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก ดังแสดงในรูปที่ 6.1 และกรณีอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อื่นๆ (กระดาษ โลหะ แก้ว) ดังแสดงในรูปที่ 6.2 ซึ่งการแบ่งกลุ่มการวิเคราะห์สภาพปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของมาเลเซียออกเป็น 2 กลุ่ม มีสาเหตุมาจากการที่มาเลเซียให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมพลาสติกมากเป็นพิเศษ ทำให้มีกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่และมีความเข้มแข็งมากกว่าอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ

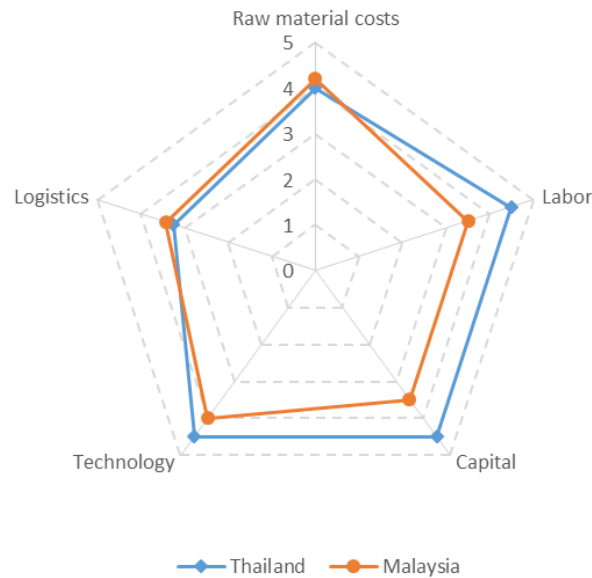
มาเลเซียเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่สนับสนุนด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยการฝึกอบรมบุคลากรและแรงงาน รวมถึงส่งเสริมเทคโนโลยีขั้นสูงที่เน้นการวิจัยและพัฒนา และยังมีนโยบายมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมไปสู่อุตสาหกรรมที่ให้มูลค่าสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้มีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมบางประเภทมากกว่าไทย โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ และด้านการลงทุนจากภาคธุรกิจที่มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐที่ครอบคลุม อย่างไรก็ตาม การแยกปกครองในแต่ละรัฐของมาเลเซียอาจส่งผลให้บางนโยบายไม่ถูกนำมาใช้ในทุกรัฐอย่างทั่วถึง

จากผลการวิเคราะห์ที่แสดงในรูปที่ 6.1 จะเห็นได้ว่ามาเลเซียมีข้อได้เปรียบด้านต้นทุนวัตถุดิบในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกมากกว่าไทย แต่ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจในมาเลเซียยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงาน เนื่องจากมาเลเซียประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ในขณะที่อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกต้องพึ่งพาแรงงานมีฝีมือเป็นหลัก ส่วนด้านเทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ มาเลเซียยังมีศักยภาพต่ำกว่าไทย



ภาพที่ 6.1: เปรียบเทียบปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก
ระหว่างประเทศมาเลเซียและประเทศไทย

และจากผลการวิเคราะห์ดังแสดงในรูปที่ 6.2 จะเห็นว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ โลหะ และแก้ว ของมาเลเซีย ซึ่งร้อยละ 95 เป็นขนาดกลางและขนาดย่อม มีเทคโนโลยีการผลิตและเงินทุนด้อยกว่าผู้ประกอบการไทย นอกจากนี้ มาเลเซียยังต้องพึ่งพาแรงงานจากต่างประเทศ เช่น บังคลาเทศ อินโดนีเซีย กัมพูชา เวียดนาม อีกด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าไทยจะมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิตและมีความได้เปรียบในส่วนของคุณภาพแรงงานที่ต่ำกว่ามาเลเซีย แต่ก็ยังมีต้นทุนในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ที่สูงกว่า ซึ่งหากไทยเร่งพัฒนาขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์และการกระจายสินค้าโดยอาศัยระบบคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงทั่วประเทศ เทคโนโลยีการสื่อสาร และสาธารณูปโภคที่ทันสมัย รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์มากขึ้น ก็จะทำให้ผู้ประกอบการในประเทศมีสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ดีขึ้น และมีศักยภาพในการแข่งขันบนเวทีเศรษฐกิจโลกสูงขึ้น ในขณะเดียวกันก็จะช่วยดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศได้มากขึ้น นำมาซึ่งการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ฯลฯ และยังเป็นการเสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย



ภาพที่ 6.2: เปรียบเทียบปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ โลหะ และแก้ว ระหว่างประเทศมาเลเซียและประเทศไทย

6.2.2 อุปสงค์บรรจุภัณฑ์ภายในประเทศของไทยและมาเลเซีย

จากความแตกต่างด้านขนาดพื้นที่ของประเทศและจำนวนประชากร ซึ่งมาเลเซียมีประชากรประมาณ 30 ล้านคน ในขณะที่ประเทศไทยมีประชากรประมาณ 67 ล้านคน และไทยมีขนาดพื้นที่ใหญ่กว่า ส่งผลให้เมื่อเปรียบเทียบขนาดของอุปสงค์ในประเทศ ไทยได้เปรียบมาเลเซียอยู่มาก เห็นได้ชัดจากการที่ มาเลเซียต้องพึ่งพาการส่งออกและเศรษฐกิจระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการมีสัดส่วนถึงร้อยละ 85 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ แบ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการร้อยละ 54 อุตสาหกรรมการผลิตร้อยละ 20 ภาคเหมืองแร่ร้อยละ 8 ภาคการเกษตรร้อยละ 7 และอื่นๆ อีกร้อยละ 11

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่า ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกของมาเลเซียเล็งเห็นความต้องการในสินค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เพิ่มมากขึ้นจากกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และเภสัชกรรม ที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ แนวโน้มการบริโภคของชาวมาเลเซียที่เปลี่ยนแปลงไป มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม นิยมบรรจุภัณฑ์ refill เช่น ขวดพลาสติก PET และเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น ประกอบกับนโยบายภาครัฐบางประการ เช่น บางรัฐในมาเลเซียห้ามใช้ถุงพลาสติกและรณรงค์ให้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ รวมถึงเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น รัฐมะละกากำหนดให้ใช้ถุงที่ผลิตจากมันสำปะหลัง ห้ามใช้ถุงพลาสติกที่สังเคราะห์จากปิโตรเลียม เป็นต้น

เมื่อเทียบกับประเทศไทยที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ทั้งแก้ว กระดาษ พลาสติก และโลหะ เพื่อใช้ในประเทศและส่งออก มาเลเซียยังมีปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่น้อยกว่าไทยอยู่มาก แม้ว่าจะมีอุตสาหกรรมปิโตรเลียมซึ่งเป็นอุตสาหกรรมตั้งต้นของพลาสติกเป็นอุตสาหกรรมหลัก เนื่องจากมาเลเซียมุ่งเน้นอุตสาหกรรมที่สามารถเพิ่มมูลค่าได้สูง เช่น อุปกรณ์และชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องมือแพทย์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตหรือมีฟังก์ชันการใช้งานที่มีความเฉพาะตัวสูง ต่างกับประเทศไทยที่ส่วนมากยังเป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่เน้นปริมาณ (mass production) และการรับจ้างผลิต (OEM) ยังมีผู้ผลิตและออกแบบ (ODM) และผู้ผลิตที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง (OBM) จำนวนน้อย ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร

6.2.3 อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทยและมาเลเซีย

กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์โดยตรงของมาเลเซีย ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภค และเกษตรกรรม มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี เนื่องมาจากการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก ผู้บริโภคชาวมาเลเซียมีปริมาณการซื้อสูง มีความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็ว รวมถึงอาหารพร้อมรับประทานที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับวิถีชีวิตที่เร่งรีบ และมีค่านิยมการเลือกซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์มีโอกาสในการเติบโตตามไปด้วย โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องดื่มที่มีการเติบโตสูงกว่ากลุ่มอื่น บรรจุภัณฑ์โลหะ พลาสติกทรงรูป และกล่องใส่ของเหลว สำหรับเครื่องดื่มจึงมีอัตราการเติบโตที่ดีกว่าบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นๆ ในส่วนของอุตสาหกรรมสนับสนุนของบรรจุภัณฑ์พลาสติก ซึ่งคืออุตสาหกรรมปิโตรเลียม มีโรงงานตั้งอยู่ใน 3 รัฐ ได้แก่ กลันตัน ปะหัง และยะโฮร์ (เขตเศรษฐกิจพิเศษ) มีบริษัทที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมปิโตรเลียมประมาณ 1,400-1,500 แห่ง ซึ่งประกอบด้วยน้ำมัน ชิ้นส่วนยานยนต์ เม็ดพลาสติก บรรจุภัณฑ์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ ส่วนอุตสาหกรรมกระป๋องและกระดามีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมทั้งหมดของมาเลเซีย

กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์โดยตรงของไทยก็มีลักษณะคล้ายคลึงกับมาเลเซีย แต่กรณีของไทยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี ได้แก่ อาหารทะเล เวชภัณฑ์ และเครื่องสำอาง ในส่วนของอุตสาหกรรมสนับสนุน ไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบส่วนมากจากต่างประเทศ ทำให้เสียเปรียบในเรื่องของต้นทุนวัตถุดิบ จึงมีขีดความสามารถการแข่งขันในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ไม่มากนัก

6.2.4 สภาพการแข่งขันในประเทศของไทยและมาเลเซีย

สำหรับประเทศมาเลเซีย ส่วนมากผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์จะสร้างความร่วมมือหรือร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ เพื่อประโยชน์และความได้เปรียบทางด้านเทคโนโลยีและประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งมีความสามารถในการแข่งขันจากการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ทั้งแก้ว พลาสติก กระดาษ และโลหะ รวมถึงมีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทใหม่ออกสู่ตลาดทั้งเพื่อใช้ในประเทศและส่งออกอย่างต่อเนื่อง มาเลเซียเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการผลิตในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกมากกว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กลุ่มอื่น เนื่องจากอุตสาหกรรมพลาสติกของมาเลเซียมีความเข้มแข็งมาก โดยมีผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องรวมประมาณ 1,500 บริษัท นอกจากนี้ ผู้ผลิตในประเทศหลายรายยังมีบทบาทครบวงจรในการจัดการบรรจุภัณฑ์ให้กับเจ้าของตราสินค้า ทั้งในส่วนของการขึ้นรูป การบรรจุ และการติดฉลาก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของบริษัทในประเทศประการหนึ่ง

ส่วนสภาพการแข่งขันในประเทศไทย ผู้ประกอบการส่วนมากยังเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม ซึ่งมีปัญหาด้านเทคโนโลยีการผลิต มีต้นทุนวัตถุดิบสูง ไม่เชี่ยวชาญด้านการตลาด และขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ มีธุรกิจขนาดใหญ่หรือบริษัทที่ร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติจำนวนไม่มาก แต่ผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการส่งออกสูง

6.2.5 SWOT Analysis ของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ไทยและมาเลเซีย

หลักการสำคัญของ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจสภาพการณ์ภายใน และสภาพการณ์ภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ การวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis จะช่วยให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวที่จะมีต่อ ธุรกิจของตน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินการต่างๆ ที่เหมาะสมต่อไป

6.3. SWOT อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ไทย

Strengths

- ไทยเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่มี production scale ที่ใหญ่ และผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์ในประเทศมีความเชี่ยวชาญและสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพระดับสากล
- มีอุตสาหกรรมการผลิตที่ครบวงจรภายในประเทศ
- ผู้ประกอบการไทยมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับในระดับภูมิภาคอาเซียน
- ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาด้านเทคโนโลยีการบรรจุ ซึ่งช่วยให้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์สามารถพัฒนาควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศ

Weakness

- เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีอยู่เสมอ ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนสูง
- ไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศ เช่น สารเคมี สารเติมแต่ง และวัสดุหลักในการผลิต เช่น แผ่นเหล็กเคลือบดีบุกและอะลูมิเนียมในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โลหะ และกระดาษที่สามารถสัมผัสอาหารในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ
- การเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ทำให้มีต้นทุนในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และการกระจายสินค้าสูง
- ยังมีอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงที่เน้นการวิจัยและพัฒนาและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้น้อย
- ขาดการประสานงานที่ดีในการพัฒนาบุคลากรด้านบรรจุภัณฑ์จากภาครัฐ
- ขาดแคลนบุคลากรที่สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าต่างประเทศได้ ทำให้เสียโอกาสทางการค้า
- ขาดความยืดหยุ่นทางการตลาดและการขายให้แก่ประเทศคู่ค้า
- ตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์ของไทยยังจำกัดอยู่ในไม่กี่ประเทศ จึงควรขยายตลาดเพิ่มมากขึ้น

Opportunities

- นโยบายภาครัฐ เช่น นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก และการส่งเสริมการผลิตสินค้าในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมอาหารเติบโต ส่งผลให้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เติบโตตามไปด้วย
- ร้านขายปลีกมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 2.0 (ปี 2558) ซึ่งจำนวนของร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกมีแนวโน้มที่จะขยายเพิ่มมากขึ้น
- การเติบโตที่เพิ่มขึ้นของสินค้าประเภทอาหารแช่แข็งและอาหารพร้อมรับประทาน (Frozen food & Ready to Eat) ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเข้าไมโครเวฟได้ขยายตัวมากกว่าร้อยละ 50
- อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในประเทศไทย มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น
- ภาครัฐมีการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและลดภาษีจากการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสามารถช่วยให้การบริโภคในประเทศขยายตัวได้ในระดับหนึ่ง
- ความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคช่วยเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เช่น จากเดิมน้ำสไลด์หรือซอสมีการบรรจุในขวดแก้ว แต่ปัจจุบันหันมาบรรจุในซองพลาสติกแทน

Threats

- ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้นจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและเศรษฐกิจโลก
- กระแสนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอาจส่งผลให้ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์บางประเภทลดลง และยังเป็นข้อจำกัดในการส่งออกไปยังบางประเทศอีกด้วย
- ข้อกีดกันทางการค้า เช่น การกำหนดระดับความปลอดภัยในการถ่ายทอดสารอันตรายสำหรับวัสดุสัมผัสอาหารทั้งกลุ่มของกระป๋อง กระดาษ และพลาสติก ส่งผลต่อโอกาสทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการส่งออกไปยังประเทศในสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา
- ความไม่แน่นอนทางการเมือง
- ปัญหาภัยแล้งที่รุนแรงส่งผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ได้รับผลกระทบตามไปด้วย

6.4 SWOT อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มาเลเซีย

Strengths

- มาเลเซียเป็นประเทศที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านเทคโนโลยีและทักษะของบุคลากร
- บุคลากรมีความสามารถทางด้านภาษาและมีอัตราการอ่านออกเขียนได้อยู่ในระดับสูง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร
- มาเลเซียมีอุตสาหกรรมพลาสติกที่เข้มแข็งและมีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยเฉพาะในส่วนของ การผลิตเม็ดพลาสติกต้นน้ำ
- สมาคมและองค์กรเอกชนมีการรวมตัวเหนียวแน่นเพื่อเพิ่มศักยภาพสมาชิกในด้านต่างๆ

Weakness

- มาเลเซียยังต้องพึ่งพาการนำเข้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกจากต่างประเทศ
- ต้นทุนการดำเนินงานธุรกิจในมาเลเซียยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง ทั้งค่าจ้างแรงงานและการลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย
- ขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และยังคงพึ่งพาแรงงานต่างชาติค่อนข้างสูง
- ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกส่วนใหญ่ยังเป็น SMEs ทำให้มีต้นทุนการผลิตสูง และยังต้องการการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมขั้นสูง
- ขาดหน่วยงานสนับสนุนด้านองค์ความรู้ และการวิจัยและพัฒนาในระดับสูง

Opportunities

- ภาครัฐเน้นส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ
- ความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีโอกาสเติบโตตามไปด้วย
- มีแนวโน้มความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

- นโยบายของประเทศกระตุ้นให้ชาวมาเลเซียใช้จ่ายมากขึ้น
- ประชากรมาเลเซียกลายเป็นคนเมืองมากขึ้น มีรายได้สูง ผู้หญิงทำงานนอกบ้านมากขึ้น นำไปสู่ความต้องการอาหารสำเร็จรูปบรรจุห่อมากขึ้น

Threats

- สถานะการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบ
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและเศรษฐกิจโลก
- ตลาดส่งออกสำคัญซึ่งคือประเทศจีนมีการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและความไม่แน่นอนทางการเมือง ส่งผลให้ค่าเงินริงกิตอ่อนตัวลงมาก
- ความไม่แน่นอนทางการเมืองและนโยบายของรัฐบาล เช่น นโยบายนำเข้าแรงงานต่างชาติ

บทที่ 7:

บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ไทยและมาเลเซีย

7.1 สรุปศักยภาพในการแข่งขันในภาพรวม ในภาพรวมประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เหนือกว่าประเทศมาเลเซียเนื่องจากมีเทคโนโลยีการผลิตที่ซับซ้อนกว่า มีตลาดในประเทศขนาดใหญ่กว่า มีอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคอื่นๆ ทั้งสำหรับรองรับการบริโภคในประเทศและส่งออกมากกว่า จึงมีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ทุกประเภทในภาพรวมที่สูงกว่า

มาเลเซียมีมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกสูงกว่าไทยและมีแนวโน้มการขยายตัวของการส่งออกสูงกว่า เนื่องจากมีความได้เปรียบในส่วนของการต้นทุนวัตถุดิบตั้งต้นซึ่งคือเม็ดพลาสติกที่มีการผลิตในประเทศและมีโครงสร้างราคาต่ำกว่า โดยมาเลเซียมีบริษัทผลิตฟิล์มพลาสติกกลุ่มพอลิโเอเลฟินส์ขนาดใหญ่ที่มีกำลังการผลิตสูง ซึ่งถึงแม้จะมีน้อยราย แต่ก็ถือเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก ทำให้สามารถประหยัดต้นทุนและแข่งขันได้ดี โดยเฉพาะในตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกอ่อนตัว

อย่างไรก็ตาม ในด้านทักษะของแรงงานและความเพียงพอของจำนวนแรงงาน ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบ เนื่องจากแรงงานไทยมีทักษะสูงกว่าและเป็นแรงงานในประเทศ มีปัญหาการขาดแคลนแรงงานและการหมุนเวียนของแรงงานไม่มากนัก นอกจากนี้ ไทยยังได้เปรียบในด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและมีนวัตกรรมที่ซับซ้อน ประกอบกับขนาดอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกของไทยใหญ่กว่ามาเลเซีย ทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า เนื่องจากมีความต้องการบรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งสำหรับสินค้าเพื่อการบริโภคในประเทศและส่งออกสูงกว่ามาก ผู้ประกอบการไทยที่มีขนาดกลางถึงขนาดใหญ่มีศักยภาพสูง ในขณะที่ผู้ประกอบการมาเลเซียส่วนมากเป็นรายย่อยที่ยังต้องการการพัฒนา รวมถึงไทยมีการร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และยุโรป มากกว่า ทำให้สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ

สำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ไทยมีขนาดของอุตสาหกรรมใหญ่กว่ามาเลเซียทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่าเช่นกัน โดยไทยได้เปรียบมาเลเซียอย่างชัดเจนในด้านเทคโนโลยีการผลิต ทักษะแรงงาน และปัจจัยการผลิตต่างๆ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของบรรจุภัณฑ์กระดาษโดยเฉพาะกระดาษลามิเนตหลายชั้นสำหรับบรรจุของเหลว ไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าวัสดุเพื่อขึ้นรูปจากมาเลเซีย เนื่องจากมาเลเซียมีบริษัท Tetra Pak ซึ่งเป็นผู้ผลิตชั้นนำของโลกจากประเทศสวีเดน ผลิตภัณฑ์หลักที่ใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ ได้แก่ นม น้ำผลไม้ น้ำชา และกะทิสำเร็จรูป

ข้อมูลเปรียบเทียบอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกระหว่างประเทศไทยและมาเลเซียในด้านต่างๆ ในปี 2558 แสดงดังตารางที่ 7.1

ตารางที่ 7.1: ข้อมูลเปรียบเทียบอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกระหว่างประเทศไทยและมาเลเซีย

ข้อมูลเปรียบเทียบ (ประมาณการข้อมูลปี 2558)	ประเทศไทย	ประเทศมาเลเซีย
มูลค่ารวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก	180,000 ล้านบาท	101,400 ล้านบาท
การเติบโตของอุตสาหกรรม	ร้อยละ 5-10	ร้อยละ 10-15
ปริมาณการผลิต	ประมาณ 1.73 ล้านตัน	ประมาณ 1.04 ล้านตัน
มูลค่าการส่งออก	ประมาณ 35,950 ล้านบาท	ประมาณ 79,631 ล้านบาท

จำนวนผู้ประกอบการ	ประมาณ 1,100 ราย (ร้อยละ 70 เป็น SMEs)	ประมาณ 800 ราย (ร้อยละ 95 เป็น SMEs)
ทักษะของแรงงานในอุตสาหกรรม	มีความชำนาญสูงโดยเฉพาะในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่	ยังขาดทักษะเกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิตในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
ระดับเทคโนโลยีการผลิต	ขั้นสูง สามารถผลิตฟิล์มหลายชั้นและมีเทคโนโลยีที่ซับซ้อนกว่า	ส่วนมากเป็นระดับขั้นต้นในกลุ่มฟิล์มและถุง แต่ก็มีผู้ประกอบการรายใหญ่บางรายที่ลงทุนในเทคโนโลยีทันสมัยและมีกำลังการผลิตสูงมาก
จุดเด่น	มีความชำนาญสูงในการผลิตบรรจุภัณฑ์อาหาร ยา สารเคมี และสินค้าอุปโภคต่างๆ	ชำนาญสูงในการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ และก่อสร้าง และมีผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกอ่อนตัวขนาดใหญ่ที่มีกำลังการผลิตสูงในต้นทุนต่ำ

7.2 แนวโน้มของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

7.2.1 แนวโน้มของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย

- 1) มีการส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น แต่ยังไม่ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคมากนัก
- 2) พลาสติกอ่อนตัวได้รับความนิยมมากขึ้นและมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี
- 3) บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารพร้อมบริโภคได้รับความนิยมมากขึ้นและมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี
- 4) มีนวัตกรรมในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้น

7.2.2 แนวโน้มของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศมาเลเซีย

- 1) อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี
- 2) บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น
- 3) ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในประเทศยังสามารถแข่งขันกันได้
- 4) โลหะ พลาสติกคงรูป และกล่องใส่ของเหลว สำหรับบรรจุเครื่องดื่มมีอัตราการเติบโตสูงที่สุด

7.3 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทย

ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เข้มแข็งกว่าประเทศมาเลเซีย อย่างไรก็ตาม ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก ประเทศมาเลเซียถือได้ว่ามีความเข้มแข็งโดยเฉพาะการมีความพร้อมในวัตถุดิบต้นน้ำ คือ เม็ดพลาสติกในกลุ่มพอลิเอทิลีน สำหรับกลุ่มของวัตถุดิบตั้งต้นประเภทอื่นๆ เช่น ไนลอน และเม็ดพลาสติก PET ประเทศไทยมีความได้เปรียบจากการที่ผู้ประกอบการรายใหญ่จากต่างประเทศหลายรายเข้ามาลงทุน เช่น บจก.อูเบะ ไนลอน (ประเทศไทย) และบริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส ซึ่งเป็นผู้ผลิต PET รายใหญ่ที่สุดของโลก

สำหรับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นๆ ที่ประเทศมาเลเซียมีความเข้มแข็งในระดับหนึ่ง คือ บรรจุภัณฑ์กระดาษ และบรรจุภัณฑ์โลหะ โดยมี GS Paper เป็นผู้ประกอบการหลักในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ และ Kain Joo Can เป็นผู้ประกอบการหลักในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระป๋องและขวด PET การเติบโตของอุตสาหกรรม

บรรจุภัณฑ์กระดาษและโลหะมาจากการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ เนื่องจากมาเลเซียยังนิยมใช้กล่องกระดาษแข็งและกระป๋องโลหะในการบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งนี้ ปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์โลหะในมาเลเซียยังน้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์โลหะในไทย เนื่องจากไทยมีอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องทั้งสำหรับการบริโภคในประเทศและเพื่อการส่งออกที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง

7.3.1 สิ่งที่ประเทศไทยต้องจับตามอง

1) ความเข้มแข็งในการสร้างองค์ความรู้และความจริงจังของรัฐบาลมาเลเซียในการส่งเสริมและยกระดับความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ การเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมด้วยการจัดตั้งองค์กรและหน่วยงานที่ให้การรับรองด้านมาตรฐานและคุณภาพของบรรจุภัณฑ์รวมถึงผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการในประเทศและภูมิภาค

2) การส่งเสริมเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงเพื่อขยายฐานการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกของมาเลเซีย

3) นโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการลงทุนและการร่วมทุนในอุตสาหกรรมภาพรวม ซึ่งรวมถึงการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจสนับสนุนอุตสาหกรรมด้วย

4) การส่งเสริมปัจจัยเกื้อหนุนด้านระบบโลจิสติกส์ที่ดีในมาเลเซีย

7.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทย

1) การมุ่งเน้นเทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์ขั้นสูง และการวิจัยและพัฒนาเพื่อลดการนำเข้าวัสดุตั้งต้น ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมในการต่อยอดและพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานวิจัยทางด้านเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ เพื่อเป็นผู้นำในภูมิภาค

2) การกำหนดมาตรการเพื่อรองรับข้อกีดกันทางการค้าและยกระดับมาตรฐานคุณภาพ เช่น ความพร้อมของห้องปฏิบัติการ เครื่องมือ และบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านในการวิจัยและทดสอบคุณภาพด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์

3) การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในด้านเทคโนโลยีและภาษาต่างประเทศ เพื่อให้บริการด้านการตลาดและการขาย

4) การเตรียมความพร้อมของระบบโลจิสติกส์ภายในประเทศเพื่อรองรับการไหลของสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

5) ส่งเสริมความร่วมมือในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้การพัฒนาเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ขั้นสูงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

6) กำหนดนโยบายส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เช่น การลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีภายในประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 16 ตุลาคม 2015. การค้าระหว่างไทย-มาเลเซีย. (ออนไลน์). แหล่งที่เข้าถึง:
http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=4748&filename=index, 30 พฤศจิกายน 2558.
- เดลินิวส์. 2559. มาเลเซียปรับลดคาดการณ์จีดีพีปี 2559. แหล่งที่มา:
<http://www.dailynews.co.th/foreign/376199>, 28 พฤษภาคม 2559.
- มาเลเซีย. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: http://cebf.utcc.ac.th/upload/aec_file/file_th_5d04y2014.pdf, 25 พฤศจิกายน 2558.
- คงศักดิ์ ดอกบัว. 2556. ทิศทางอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก และแนวโน้มของโลก. แหล่งที่มา:
http://www.thaiplastics.org/content_attachment/attach/20130819.pdf, 27 พฤษภาคม 2559.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. รายงานสภาวะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์รายเดือนประจำเดือนมีนาคม 2559. แหล่งที่มา:
http://packaging.oie.go.th/admin_control/analysis_file/5431960782.pdf, 28 พฤษภาคม 2559.
- สิรางค์ กลั่นคำสอน. ม.ป.ป.. แนวโน้มและทิศทาง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ไทย. อุตสาหกรรมสาร: 14-16.
- สุนทรตรา จันทบุรี. 2559. อุตสาหกรรมยานยนต์ : ไทยมีศักยภาพสูงสุดในอาเซียน. แหล่งที่มา:
http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=5720&filename=index, 28 มิถุนายน 2559.
- 1-million-dollar-blog. 3 มีนาคม 2558. Malaysia International Trade (Export, Import & Trade Balance) Statistics. แหล่งที่มา: <http://1-million-dollar-blog.com/malaysia-international-trade-export-import-trade-balance-statistics/>, 27 พฤศจิกายน 2558.
- Anonymous. 2015. **Packaging Industry in Malaysia**. Available:
<https://www.giiresearch.com/report/eo291131-packaging-industry-malaysia.html>, 28 May 2016.
- Anonymous. 2016. **An overview of Malaysia retail industry**. Available:
<http://www.marketingmagazine.com.my/breaking-news/an-overview-of-malaysia-retail-industry>, 28 June 2016.
- Asian Development Bank. Malaysia: Economy. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
<http://www.adb.org/countries/malaysia/economy>, 27 พฤศจิกายน 2558.
- DANIEL WORKMAN. 11 พฤศจิกายน 2558. Malaysia's Top 10 Exports. แหล่งที่เข้าถึง:
<http://www.worldstopexports.com/malysias-top-10-exports/3106>, 27 พฤศจิกายน 2558.
- Economic of Malaysia. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
https://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_Malaysia, 25 พฤศจิกายน 2558.
- Focus economics. 17 พฤศจิกายน 2558. Malaysia Economic Outlook. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:

<http://www.focus-economics.com/countries/Malaysia>, 25 พฤศจิกายน 2558.
UZABASE. 14 ธันวาคม 2557. Plastic Packaging Industry Overview Malaysia. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
<http://www.slideshare.net/jokolade/malaysia-plastic-packaging-industry>, 30
พฤศจิกายน 2558.
The World Bank Group. 2015. **Labor Market Regulation in Malaysia**. Available:
<http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/malaysia/labor-market-regulation>, 28 June 2016.

ภาคผนวก ก:
ตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศมาเลเซีย

ADVANCED PACKAGING TECHNOLOGY (M) BHD (มาเลเซีย)

ทิศทางกลยุทธ์

เนื่องจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในประเทศส่งผลต่อกำไร บริษัท Advanced Packaging Technology (M) จึงเน้นการบริหารต้นทุน และการแข่งขันที่สูงของธุรกิจกลุ่มนี้ทำให้บริษัทต้องมองหาธุรกิจใหม่เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโต

ข้อมูลสำคัญ

Advanced Packaging Technology (M) Bhd: ข้อมูลสำคัญ

ชื่อเต็มของบริษัท:	Advanced Packaging Technology (M) Bhd
ที่อยู่:	Lot 2, Jln P/2A, Kawasan MIEL, Bangi Industrial Estate, 43650 Bandar Baru Bangi, Selangor Darul Ehsan, Malaysia
เบอร์โทร:	+603 6189 6688
แฟกซ์:	+603 6189 2515
www:	www.advancedpack.com.my
ผลิตภัณฑ์:	บรรจุภัณฑ์อ่อนตัว เช่น ฟิล์มพลาสติก ซองพลาสติกลามิเนต เป็นต้น

ที่มา: Euromonitor International from company reports, Trade press

Advanced Packaging Technology (M) Bhd: ตัวชี้วัดการดำเนินงาน

	2555	2556
ยอดขายสุทธิ	23.4 ล้านริงกิตมาเลเซีย	24.9 ล้านริงกิตมาเลเซีย
กำไรสุทธิ	3.4 ล้านริงกิตมาเลเซีย	3.2 ล้านริงกิตมาเลเซีย

ที่มา: Euromonitor International from company research

ความเป็นมาของบริษัทและการแข่งขันในตลาด

- Advanced Packaging Technology (M) Bhd ก่อตั้งในมาเลเซียในวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2525 เป็นบริษัทจำกัดภายใต้ชื่อของ Goyo Corporation (M) Sdn Bhd ภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น Advanced Packaging Technology (M) Bhd ในวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2525 และเปลี่ยนเป็น บริษัทมหาชนในวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2536
- บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 โดยส่วนใหญ่จะทำการผลิตบรรจุภัณฑ์อ่อนตัว บริษัทเริ่มกิจการในเดือนเมษายน พ.ศ. 2528 ที่ตั้งปัจจุบันอยู่ในเขตอุตสาหกรรม Bangi, Bandar Baru Bangi, Selangor Darul Ehsan.
- บริษัทนี้ไม่ได้เป็นหนึ่งในบริษัทผู้นำด้านบรรจุภัณฑ์ในมาเลเซีย เนื่องจากต้องเผชิญหน้ากับความกดดันด้านต้นทุน เช่นเดียวกับการแข่งขันที่สูง ทำให้กำไรและส่วนแบ่งตลาดไม่เติบโตเท่าที่ควร
- Advanced Packaging Technology เผชิญหน้ากับการแข่งขันจากคู่แข่งที่เป็นผู้นำอย่าง Tomypak Berhad ซึ่งผลิตบรรจุภัณฑ์ยืดหยุ่นสำหรับลูกค้ารายใหญ่ เช่น บริษัทข้ามชาติอย่าง Nestle, Maggi

และ Hup Seng ยิ่งกว่านั้น ความต้องการบรรจุภัณฑ์ยืดหยุ่นลดลงเนื่องจากมีความอึดตัวของสินค้าในกลุ่มนี้แล้ว เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมหวาน และขนมอบ อย่างไรก็ตาม ช่องบรรจุภัณฑ์แบบตั้งได้เป็นกลุ่มสำคัญที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นประโยชน์กับบริษัท

- บริษัทเน้นการผลิตสำหรับบริษัทท้องถิ่นเช่น Jago, Tumix, LongJack, Aik Cheong และ Wanis

ALTRATEC SDN BHD (มาเลเซีย)

ทิศทางกลยุทธ์

Altratec Sdn Bhd คาดว่าจะมีการขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และลงทุนในระบบสาธารณูปโภคและอุปกรณ์เพื่อเพิ่มมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้

ข้อมูลสำคัญ

Altratec Sdn Bhd: ข้อมูลสำคัญ

ชื่อเต็มของบริษัท:	Altratec Sdn Bhd
ที่อยู่:	Lot 5 & 7, Jalan Laksamana 1A/KS7, Taman Sentosa, 41200 Klang, Selangor Darul Ehsan, Malaysia
เบอร์โทร:	+6 03 5162 8258
แฟกซ์:	+6 03 5161 9718
www:	www.altratec.com.my
กิจกรรม:	ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ของอาหารแห้ง เช่น ถุงขนาดเล็ก ช่องบรรจุภัณฑ์ กระป๋องและส่วนประกอบกระป๋อง

ที่มา: Euromonitor International from company reports, Trade press

กลุ่มลูกค้าของบริษัท Altratec Sdn Bhd ในปี 2557

ประเภทบรรจุภัณฑ์	อุตสาหกรรม	กลุ่มผลิตภัณฑ์
ซองอูมิเนียมพอยล์	บรรจุอาหารและเครื่องดื่ม	ธัญพืช เมล็ดพืช กาแฟสำเร็จรูป
Composite container	บรรจุอาหาร	ธัญพืช เมล็ดพืช
เหยือกพลาสติก	บรรจุอาหาร	ธัญพืช เมล็ดพืช
กระป๋องดีบุก	บรรจุอาหาร	ธัญพืช เมล็ดพืช

ที่มา: Company research, trade interviews

ความเป็นมาของบริษัทและการแข่งขันในตลาด

- Altratec Sdn Bhd เป็นผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอาหารแห้ง โดยผลิตกระป๋อง/ดีบุก ช่องบรรจุภัณฑ์ ถุงขนาดเล็ก และอื่นๆ โดยมีสถานที่ผลิตในมาเลเซียครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 87,000 ตารางฟุต
- Altratec Sdn Bhd ทำงานร่วมกับผู้นำในการผลิตอาหารแห้งบางรายทั้งในมาเลเซียและทั่วโลก ในการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับเมล็ดพืช ธัญพืช เช่น ตราสินค้า Quaker cereal และเครื่องดื่ม

- บรรจุภัณฑ์ของบริษัทถูกจำกัดให้ใช้ได้กับสินค้าอาหารแห้ง หลักๆ คือ สินค้าเมล็ดพืช ธัญพืช และ กาแฟสำเร็จรูป ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีความอึดตัวในมาเลเซีย แม้จะมีความเชื่อมโยงกับบริษัท Quaker อย่างมาก ที่จะช่วยให้ยอดขายของบริษัทเติบโตตามที่สินค้านั้นได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในประเทศ นอกจากนี้ Quaker บริษัทยังผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารแห้งให้กับ Ever Sweett, Dr's Choice, Vital, Nuco และยังผลิตให้กับสินค้า house brand ของเทสโก้ด้วย
- ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทเติบโตอย่างชะลอตัว เนื่องจากกลุ่มสินค้าที่นำไปใช้มีการเติบโตช้า บริษัทกำลังพิจารณาการเข้าถึงกลุ่มสินค้าที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เช่น ไอศกรีม เพราะไม่ต้องการจำกัดการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มอาหารแห้งเท่านั้น

KIAN JOO CAN FACTORY BHD (มาเลเซีย)

ทิศทางกลยุทธ์

Kian Joo Can Factory (KJCF) มีจุดมุ่งหมายเพื่อรักษาตำแหน่งผู้นำในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ทั้งใน มาเลเซียและเอเชีย โดยพัฒนาและนำเสนอบรรจุภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ในการบรรจุอาหาร เครื่องดื่ม และ สินค้าอุปโภค ให้กับเจ้าของสินค้า นอกจากนี้ ยังมีแผนที่จะปรับปรุงสถานที่ผลิต และมีการพัฒนาคุณภาพของ สินค้าอยู่เสมอ

ข้อมูลสำคัญ

Kian Joo Can Factory: ข้อมูลสำคัญ

ชื่อเต็มของบริษัท:	Kian Joo Can Factory Bhd
ที่อยู่:	Lot 10, Jalan Perusahaan 1, 68100 Batu Caves, Selangor Darul Ehsan, Malaysia
เบอร์โทร:	+60 (3) 6189 6322
แฟกซ์:	+60 (3) 6189 8185
www:	www.kjcf.net
กิจกรรม:	ผู้ผลิตกระป๋องโลหะ โลหะดีบุก ขวด PET และ corrugated carton boxes สำหรับ บรรจุอาหาร เครื่องดื่มและสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร

ที่มา: Euromonitor International from company reports, Trade press

Kian Joo Can Factory: ตัวชี้วัดการดำเนินงาน

	2555	2556
ยอดขายสุทธิ	1,162.8 ล้านริงกิตมาเลเซีย	1,290.6 ล้านริงกิตมาเลเซีย
กำไรสุทธิ	120.9 ล้านริงกิตมาเลเซีย	118.3 ล้านริงกิตมาเลเซีย
จำนวนโรงงานผลิต	14	15

ที่มา: Euromonitor International from company research

กลุ่มลูกค้าของบริษัท Kian Joo Can ในปี 2557

ประเภทบรรจุภัณฑ์	อุตสาหกรรม	กลุ่มผลิตภัณฑ์
กระป๋องเครื่องดื่มโลหะ	น้ำอัดลม, เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	น้ำอัดลมโคล่า น้ำอัดลมอื่น เครื่องดื่มให้พลังงาน กาแฟพร้อมดื่ม ชาพร้อมดื่ม น้ำผัก/ผลไม้ เบียร์
กระป๋องอาหารโลหะ	บรรจุอาหาร	อาหารกระป๋อง,นมข้น
กล่องโลหะ	บรรจุอาหาร	นมผง น้ำมันทำอาหาร
ขวดPET	น้ำอัดลม, บรรจุอาหาร	น้ำขวด น้ำอัดลม น้ำผัก/ผลไม้ น้ำมันทำอาหาร
กระป๋องสเปรย์โลหะ	ไม่ใช่อาหาร	สเปรย์ปรับอากาศ สเปรย์ฆ่าแมลง

ที่มา: Company research, trade interviews

ความเป็นมาของบริษัทและการแข่งขันในตลาด

- Kian Joo Can Factory Bhd เป็นบริษัทผู้นำด้านบรรจุภัณฑ์ในภูมิภาคอาเซียน ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2499 โดย นาย See Boon Tay และหุ้นส่วน ภายหลังได้ดำเนินกิจการภายใต้ชื่อ Kian Joo Can Factory ในวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2501 และเข้าร่วมในตลาดหุ้นของกัวลาลัมเปอร์ (KLSE) ในวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2527
- มีบริษัทย่อยมากกว่า 10 บริษัท ตั้งอยู่ทั่วมาเลเซียและประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม บริษัทย่อยนี้รวมถึง Kian Joo Packaging Sdn Bhd, Box-Pak (M) Berhad และ Kian Joo-Visypak Sdn Bhd โดยบริษัทย่อยทั้งหมดมีหน้าที่ในการผลิตกระป๋องโลหะ เช่น กระป๋องเครื่องดื่มอะลูมิเนียมแบบสองชั้น กล่องลูกฟูก ขวด PET และบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอื่น เพื่อส่งออกไปยังญี่ปุ่น เมียร์มาร์ อินโดนีเซีย ไทย สิงคโปร์ ไต้หวัน ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ ตะวันออกกลาง และประเทศอื่นๆ
- บริษัทเป็นผู้เชี่ยวชาญในการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเคลื่อนไหวเร็วในกลุ่มของกระป๋องเครื่องดื่ม กระป๋องอาหารโลหะ โลหะผสมดีบุก ขวด PET กระป๋องโลหะฉีดยา ฝาปิด กระป๋องที่สามารถเปิดได้ง่าย และกระป๋องมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังรับจ้างผลิตและให้บริการบรรจุสำหรับผู้ผลิตอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร รวมถึงเป็นผู้จำหน่ายกระป๋องที่มีลวดลาย กระป๋องน้ำมันเครื่อง กระป๋องเคมี และกระป๋องหมึก ให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่างๆ ในมาเลเซียด้วย
- ถึงแม้บริษัทหลักจะอยู่ในมาเลเซีย แต่บริษัทย่อยดำเนินกิจการด้วยตัวเองที่เวียดนาม ทำให้กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างราบรื่น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและใกล้เวียดนามได้
- Kian Joo Can Factory ได้รับการเสนอขอซื้อกิจการ 1.46 ล้านริงกิตมาเลเซีย จากบริษัท Aspire Insight Sdn Bhd เมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2556 อย่างไรก็ตาม การเสนอซื้อดังกล่าวยังคงอยู่ภายใต้การเจรจา และการดำเนินการของ KJCF จะไม่มีผลใดจนกว่าการเจรจาจะสิ้นสุด
- KJCF ได้พัฒนากระป๋องเครื่องดื่มโลหะครั้งใหญ่ โดยการเสนอสินค้าใหม่อย่าง Neck Down-Size (Neck Down-Size 200/211D) ซึ่งอ้างว่าจะสามารถช่วยลดต้นทุนของวัสดุ เนื่องจากมีเส้นผ่านศูนย์กลางด้านปิดที่เล็กกว่า และเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน

- Kian Joo Can Factory ตั้งอยู่ในมาเลเซียกว่า 10 แห่ง และในเวียดนามอีก 2 แห่ง แต่ละแห่งมีความเชี่ยวชาญในการผลิตกระป๋องโลหะ กล่องโลหะ ขวด PET ก้นกระป๋อง และให้บริการบรรจุ บริษัทย่อยอย่าง Kian Joo Canpack (Shah Alam) Sdn Bhd (KJCP) เน้นให้บริการบรรจุนมผง ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 และ HACCP และยังได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลโดย JAKIM ในมาเลเซียอีกด้วย
- KJCP และ KJM Aluminium Can Sdn Bhd ยังเสนอสัญญาจ้างผลิตสำหรับผู้ผลิตเครื่องดื่มให้พลังงานคาร์บอนेट น้ำผลไม้อัดลม น้ำอัดลม และเครื่องดื่มที่ให้ประโยชน์แก่ร่างกายในขวดอะลูมิเนียมทรงสูง KJCP ตั้งอยู่ใน Nilai ซึ่งเป็นเมืองอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทางใต้ของกัลลาลัมเปอร์ 50 กิโลเมตร โรงงานมีพื้นที่มากกว่า 7,000 ตารางเมตร และตั้งอยู่บนที่ดินขนาด 12,000 ตารางเมตร ติดกับ KJM Aluminium Can ซึ่งเป็นโรงงานผลิตกระป๋องแบบทรงสูงเพียงแห่งเดียวในเอเชีย โรงงานทั้งสองแห่งนี้ตั้งอยู่ใกล้กันเพื่อให้ขนส่งสินค้าไปยังจุดหมายต่างๆ ได้ง่าย
- Kian Joo-Visypak Sdn Bhd เป็นการร่วมมือกันทางธุรกิจของ Kian Joo Can Factory ในมาเลเซีย และ Visy Industries ในออสเตรเลีย ธุรกิจหลักของ Kian Joo-Visypak คือ ผลิตและจำหน่ายสินค้าจาก PET และขวดสำหรับเครื่องดื่ม Kian Joo-Visypak เป็นโรงงานผลิตขวด PET และขึ้นรูปขั้นต้นที่ใหญ่ที่สุดในมาเลเซีย โดยมีกำลังการผลิตขวด PET 220 ล้านขวด และ PET ขึ้นรูปขั้นต้น 260 ล้านชิ้น ต่อปี นอกจากการจำหน่ายขวด PET และการขึ้นรูปขั้นต้นในประเทศแล้ว Kian Joo-Visypak ยังส่งออกผลิตภัณฑ์ของตนไปยังสิงคโปร์ ฮองกง จีน เวียดนาม และออสเตรเลียด้วย
- บริษัทเป็นผู้นำในการผลิตกล่องโลหะ กระป๋องอาหารโลหะ กระป๋องเครื่องดื่มโลหะและฝาปิด ขวด PET และกระป๋องสเปรย์โลหะ เพื่อบรรจุอาหาร เช่น ขนมหวาน ซ็อกโกแลต น้ำมันและไขมัน อาหารกระป๋อง นมผง ซอสปรุงรส และนมข้น เครื่องดื่ม เช่น เบียร์ กาแฟพร้อมดื่ม ชาพร้อมดื่ม น้ำขวด น้ำอัดลม น้ำผัก/ผลไม้ และเครื่องดื่มสำหรับเล่นกีฬา/เครื่องดื่มให้พลังงาน และสินค้าอุปโภค เช่น สเปรย์ฆ่าแมลง และสเปรย์ปรับอากาศ
- บริษัทรักษฐานลูกค้ารายใหญ่ โดยให้ความสำคัญให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภค เช่น Ayam Brand, Nestlé Milo, Isomax, Rex และ F&N. KJCF มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

MAYPLAS PACKAGING SDN BHD IN PACKAGING INDUSTRY (มาเลเซีย)

ทิศทางกลยุทธ์

Mayplas Packaging มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาระดับความเป็นผู้นำของขวดพลาสติกทรงรูป โดยลงทุนในการซื้อเครื่องจักรและเครื่องมือที่ทันสมัยอยู่เสมอ นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังพยายามทำให้เครือข่ายแข็งแกร่งขึ้นโดยรวมทีมกับผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มหลายรายซึ่งกระจายตัวอยู่ในหลายพื้นที่ทั่วมาเลเซีย

ข้อมูลสำคัญ

Mayplas Packaging Sdn Bhd ข้อมูลสำคัญ

ชื่อเต็มของบริษัท:	Mayplas Packaging Sdn Bhd
ที่อยู่:	No 3, Jalan Sejahtera 25/124, Taman Perindustrian Axis, Seksyen 25, 40400 Shah Alam, Selangor, Malaysia
เบอร์โทร:	+60 (3) 5121 8133/8134/8135
แฟกซ์:	+60 (3) 5121 8132
www:	www.mayplas.com
กิจกรรม:	ผลิตและจำหน่ายขวดพลาสติกทรงรูป และฝาพลาสติก

ที่มา: Euromonitor International from company reports, Trade press

กลุ่มลูกค้าของบริษัท Mayplas Packaging Sdn Bhd ในปี 2557

ประเภทบรรจุภัณฑ์	อุตสาหกรรม	กลุ่มผลิตภัณฑ์
ขวดPET	บรรจุอาหาร สุขภาพผู้บริโภค น้ำอัดลม ผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์บำรุง ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ดูแลบ้าน	น้ำอัดลม ซอสปรุงรส ของใช้ในห้องน้ำ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว น้ำยาล้างจาน น้ำยาบ้วนปาก
ขวดHDPE	ผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์บำรุง ส่วนตัว	แชมพู เจลอาบน้ำ/ครีมอาบน้ำ ของใช้ ในห้องน้ำสำหรับเด็ก บำรุงผิว
เหยือกPET	บรรจุอาหาร	ผ้าปู (Spreads)
ฝาเปิด-ปิดพลาสติก	ผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์บำรุง ส่วนตัว บรรจุภัณฑ์	ซอสปรุงอาหาร ของใช้ในห้องน้ำ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ของใช้ในห้องน้ำ สำหรับเด็ก บำรุงผิว
ฝาเปิด-ปิดพลาสติกแบบดิ่ง	ผลิตภัณฑ์ดูแลบ้าน	ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว น้ำยาล้างจาน

ที่มา: Company research, trade interviews

ความเป็นมาของบริษัทและการแข่งขันในตลาด

- Mayplas Packaging Sdn Bhd ก่อตั้งในมาเลเซียเมื่อปี พ.ศ. 2520 บริษัทถูกออกแบบเพื่อเป็นโรงงานหลักในการฉีด (injection molding) ที่ Shah Alam Industrial Park ภายหลังได้มีการขยายธุรกิจเป็นการฉีดพลาสติก เช่น ฝาเปิด-ปิดพลาสติก และฝาเกลียวพลาสติกมาตรฐาน Mayplas Packaging เป็นผู้ผลิตรายแรกที่เริ่มส่งฝาปิดเหล่านี้ให้กับบริษัทต่างชาติที่ผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในห้องน้ำและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล

- ในปี พ.ศ. 2546 บริษัทได้พัฒนาที่ปรึกษาด้านบรรจุภัณฑ์ครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการที่ซับซ้อนมากขึ้นของลูกค้า โดยบริการเป่าขึ้นรูปขวด HDPE และ PET สำหรับผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล ผลิตภัณฑ์ดูแลบ้าน และเครื่องดื่ม นอกจากนี้ บริษัทยังให้คำปรึกษาด้านบรรจุภัณฑ์กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่ไม่ใช่อาหาร เช่น ยานยนต์ น้ำมันหล่อลื่น แชมพูล้างรถ และอื่นๆ ด้วย
- โรงงานผลิตขวดพลาสติกทรงรูปและฝาพลาสติกตั้งอยู่ใน Shah Alam Industrial Park โรงงานผลิตของบริษัทมี mould fabrication ภายในองค์กร และเครื่องมือในการทำอุปกรณ์ ซึ่งสามารถซ่อมแซมแม่พิมพ์ได้ทันที ปรับปรุงแม่พิมพ์ และบริการจัดส่งไปยังจุดหมาย ทำให้บริษัทได้เปรียบกว่าบริษัทอื่น โดยสามารถลดเวลาการผลิตและความล่าช้าในการส่งของได้
- Mayplas ได้รับรางวัลและได้รับการยอมรับว่ามีความร่วมมือที่โดดเด่นกับหุ้นส่วน โดยคู่ค้าที่สำคัญที่สุดในมาเลเซียคือ Johnson & Johnson (M) Sdn Bhd นอกจากนี้ Mayplas ยังได้รับการรับรอง GMP จากองค์กรที่ได้รับการยอมรับจากหลายชาติอย่าง SGS ซึ่งเป็นผู้นำด้านการตรวจสอบ ประเมิน ทดสอบ และรับรองมาตรฐานของโลก
- Mayplas Packaging เป็นผู้นำในการผลิตขวดพลาสติกทรงรูปและฝาปิดพลาสติกสำหรับผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล มีบริษัทผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคลของต่างชาติจำนวนมากที่เลือกใช้บริการบรรจุภัณฑ์และซื้อบรรจุภัณฑ์จากบริษัทนี้ เนื่องจากเป็นผู้จำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือในแง่ของการส่งบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพราะมีกระบวนการควบคุมคุณภาพอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ยังมีบริการเพิ่มมูลค่าสินค้า เช่น การผลิตและตกแต่ง ซึ่งรวมถึงการปั๊มบนฝาปิดด้วยความร้อนหรือพิมพ์ฉลากบนขวดโดยตรง ทำให้ได้เปรียบคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- ในกลุ่มบริษัทบรรจุภัณฑ์ของมาเลเซีย ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทมีการเติบโตในช่วงที่ผ่านมาเนื่องจากความต้องการขวด PET ขวด HDPE และฝาปิดพลาสติก ที่เพิ่มขึ้นจากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ส่วนบุคคล อย่างไรก็ตาม การเติบโตของส่วนแบ่งนี้ถูกจำกัดจากบรรจุภัณฑ์แบบเดิมที่มีจำนวนมากในมาเลเซียในรูปแบบของพลาสติกอ่อนตัวหรือบรรจุภัณฑ์แบบซอง ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการบรรจุภัณฑ์แบบเดิมนั้นประหยัดกว่าการซื้อขวดพลาสติกทรงรูป
- ลูกค้าของ Mayplas Packaging เช่น Johnson & Johnson, Pureen และ Follow Me ซึ่งใช้ขวดพลาสติกทรงรูป ถึงแม้ว่าจะมีความต้องการสูง เพราะมีน้ำหนักเบาและสามารถปรับรูปแบบและขนาดต่างๆ ได้ง่าย แต่ผู้บริโภคในมาเลเซียเริ่มกังวลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นจึงเริ่มหันไปใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ดังนั้น Mayplas Packaging จึงลงทุนเพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมขวดพลาสติกทรงรูป “สีเขียว” โดยใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคนำกลับมาใช้ใหม่

PERFECT PLASTIC SDN BHD (มาเลเซีย)

ทิศทางการยุทธ์

Perfect Plastic มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสามารถของตนเพื่อการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยลงทุนในด้านนวัตกรรมและออกแบบรูปแบบใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทมองหาวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ข้อมูลสำคัญ

Perfect Plastic Sdn Bhd: ข้อมูลสำคัญ

ชื่อเต็มของบริษัท:	Perfect Plastic Sdn Bhd
ที่อยู่:	Lot 11A & 15, Jalan TPP 1/19, Taman Industri Puchong, 12th Mile, 47160 Puchong, Selangor, Malaysia
เบอร์โทร:	+60 (3) 8062 2278
แฟกซ์:	+60 (3) 8062 2280
www:	www.perfectplastic.com.my
กิจกรรม:	ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกคงรูป

ที่มา: Euromonitor International from company website

กลุ่มลูกค้าของบริษัท Perfect Plastic ในปี 2557

ประเภทบรรจุภัณฑ์	อุตสาหกรรม	กลุ่มผลิตภัณฑ์
ขวดHDPE	บรรจุอาหาร ผลิตภัณฑ์ดูแลบ้าน	น้ำอัดลม สีน้ชาซักกรีต ผลิตภัณฑ์ดูแลพื้นผิว
ขวดPET	ผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์บำรุงส่วนตัว	ซอสปรุงอาหาร น้ำมันพืช ของเหลวเข้มข้น ผลิตภัณฑ์ดูแลพื้นผิว
เหยือกPET	บรรจุอาหาร	ลูกกวาด ผลิตภัณฑ์ถ้วยที่ใช้สำหรับทา
ฝาปิดแบบเกลียว	ผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์บำรุงส่วนตัว บรรจุอาหาร	ซอสปรุงอาหาร น้ำมันพืช ลูกกวาด ผลิตภัณฑ์ถ้วยที่ใช้สำหรับทา ของเหลวเข้มข้น ผลิตภัณฑ์ดูแลพื้นผิว

ที่มา: Company research, trade interviews

ความเป็นมาของบริษัทและการแข่งขันในตลาด

- Perfect Plastic Sdn Bhd ก่อตั้งในมาเลเซียเมื่อปี พ.ศ. 2530 Perfect Plastic ผลิตขวดพลาสติกคงรูปหลายรูปแบบ ทั้งถาดอาหาร ขวดบรรจุเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์กลุ่มดูแลสุขภาพ บริษัทมีความสามารถหลักในการเป่า การฉีดพลาสติก และการพิมพ์ โดยผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกให้กับแบรนด์ชั้นนำสำหรับผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคในประเทศมาเลเซีย รวมทั้ง Naturel (น้ำมันและไขมัน) และ Cadbury

- บริษัทตั้งอยู่ที่ Taman Industri Puchong ครอบคลุมพื้นที่กว่า 38,000 ตารางฟุต ซึ่งเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมและเข้าถึงได้ง่าย มีแรงงาน 120 คน เครื่องจักรอัตโนมัติและกึ่งอัตโนมัติ 32 เครื่อง
- บริษัทได้ลงทุนจำนวนมากในเครื่องจักรที่ทันสมัยและสามารถทำงานได้อัตโนมัติ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและลดเวลาในการผลิตลง นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับมาตรฐาน ISO 22000 (ระบบจัดการความปลอดภัยอาหาร) วัตถุดิบทุกชนิดที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาประเทศสหรัฐอเมริกา (USFDA)
- ส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมเติบโตเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงอุตสาหกรรมที่ไม่ใช่อาหาร อย่างไรก็ตาม การเติบโตของบรรจุภัณฑ์ชนิดเติมแบบอ่อนตัว (refill packs) ส่งผลให้การเติบโตของบรรจุภัณฑ์พลาสติกทรงรูปชะลอตัวลง นอกจากนี้ การแข่งขันที่สูงมากของบรรจุภัณฑ์พลาสติกทรงรูปในมาเลเซีย ก็มีส่วนทำให้ส่วนแบ่งตลาดของ Perfect plastic ชะลอการเติบโตด้วยเช่นกัน

SYNTHESIC ORIENTAL SDN BHD (มาเลเซีย)

ทิศทางเชิงกลยุทธ์

Synthetic Oriental Sdn Bhd มีจุดมุ่งหมายที่จะรักษาตำแหน่งทางการตลาด โดยมีการลงทุนอย่างต่อเนื่องในเครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงงานผลิตที่ทันสมัย นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังมองไปที่การเสริมสร้างเครือข่ายลูกค้าโดยการรวมตัวกับผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใหญ่มากในอุตสาหกรรมของมาเลเซีย

ข้อมูลสำคัญ

Synthetic Oriental Sdn Bhd: ข้อมูลสำคัญ

ชื่อเต็มของบริษัท	Synthetic Oriental Sdn Bhd
ที่อยู่	Lot 5, Jalan BA/2, Kawasan Perusahaan Bukit Angkat, Sg.Chua, 43000, Kajang, Selangor. D.E. Malaysia
เบอร์โทรศัพท์	+603 87374413
เบอร์โทรสาร	+603 87374418
เว็บไซต์	www.plashouse.com
ผลิตภัณฑ์ของบริษัท	ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ เช่น งาน ช้อนพลาสติก เป็นต้น

Source: Euromonitor International from company websites

กลุ่มลูกค้าของบริษัท Synthetic Oriental Sdn Bhd ในปี 2557

ชนิดบรรจุภัณฑ์	อุตสาหกรรม	กลุ่มผลิตภัณฑ์
บรรจุภัณฑ์พลาสติก	อาหาร	ไอศกรีม
ขวด HDPE	เครื่องดื่ม	นมสดพาสเจอร์ไรส์ น้ำผลไม้

Source: Company research, trade interviews

ความเป็นมาของบริษัทและการแข่งขันในตลาด

- Synthetic Oriental Sdn Bhd ตั้งอยู่ใน Selangor Malaysia จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2536 เป็นบริษัทของมาเลเซียดั้งเดิม มีพื้นที่ทั้งหมด 40,000 ตารางฟุต
- บริษัทเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ไอศกรีม นมพาสเจอร์ไรส์ และน้ำผลไม้ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นการผลิตหลักของบริษัท ในขณะที่บริษัทมีการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ ให้กับอุตสาหกรรมอีกด้วย
- ฐานลูกค้าของบริษัทประกอบด้วยแบรนด์ที่สำคัญ เช่น ไอศกรีมเนสท์เล่ Drinho แอ็บบอต คิงส์ ไอศกรีม Giant private label และ Meadow gold

TOMYPAK BERHAD IN PACKAGING INDUSTRY (MALAYSIA)

ทิศทางเชิงกลยุทธ์

Tomypak Berhad มุ่งมั่นเพื่อความเป็นเลิศในบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม โดยเพิ่มประสิทธิภาพสถานที่ผลิตในมาเลเซียอย่างต่อเนื่อง และในระยะต่อไปบริษัทอาจร่วมทุนในอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ที่ไม่ใช่บรรจุภัณฑ์อาหาร

ข้อมูลสำคัญ

Tomypak Berhad: ข้อมูลสำคัญ

ชื่อเต็มของบริษัท	Tomypak Berhad
ที่อยู่	No 11, Jalan Tahana, Kawasan Perindustrian Tampoi, 80350 Johor Bahru, Johor Darul, Takzim, Malaysia
เบอร์โทรศัพท์	+60 (7) 237 8585
เบอร์โทรสาร	+60 (7) 237 8575
เว็บไซต์	www.tomypak.com.my
กิจกรรม	ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวสำหรับอาหาร, เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร

Source: Euromonitor International from company website

Tomypak Berhad: ตัวชี้วัดการดำเนินงาน

	2012	2013
ยอดขายสุทธิ	RM216.7 million	RM224.5 million
กำไรสุทธิ	RM17.3 million	RM19.9 million

Source: Euromonitor International from company research

กลุ่มลูกค้าของบริษัท Tomypak Berhad ในปี 2557

ชนิดบรรจุภัณฑ์	อุตสาหกรรม	กลุ่มผลิตภัณฑ์
พลาสติกอ่อนตัว	บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม	บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมหวาน ขนมขบเคี้ยว ซอส มายองเนส ชาและกาแฟ
อลูมิเนียม/พลาสติกอ่อนตัว	บรรจุภัณฑ์อาหารและไมใช่อาหาร	สารปรุงแต่งในเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว อาหารสุนัขและแมว
กระดาษ/พลาสติกอ่อนตัว	เครื่องดื่ม	ชา กาแฟ

Source: Company research, trade interviews

ความเป็นมาของบริษัทและการแข่งขันในตลาด

- Tomypak Berhad ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2522 เป็นบริษัทเอกชนขนาดเล็กในมาเลเซีย สำนักงานใหญ่อยู่ใน Johor Bahru บริษัทเข้าในตลาดหลักทรัพย์ของกรุงกัวลาลัมเปอร์ (KLSE) ในปี พ.ศ. 2539 โดยให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์อาหาร บริษัทมีความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์อ่อนตัว ลูกค้ารายใหญ่มีทั้งบริษัทในมาเลเซียเองและบริษัทระหว่างประเทศ เช่น Maggi คราฟท์ เนสต์เล่ ไมโล คนอร์ เลดี้ช้อยส์ ฯลฯ
- โรงงานผลิตของบริษัทและสำนักงานใหญ่มีทั้งที่ตั้งอยู่ใน Kawasan Perindustrian Tampoi และใน Johor Bahru ใกล้กับสิงคโปร์ อาคารที่ผลิตตั้งอยู่ในพื้นที่ขนาด 164,018 ตารางเมตร ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย การลงทุนของบริษัทมีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีขั้นสูง
- Tomypak Berhad เป็นบริษัทบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวที่ได้รับการรับรอง HACCP และเครื่องหมายฮาลาล บริษัทมุ่งเน้นการวิจัยและการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิต โดยให้ความสำคัญกับวิธีการทดสอบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
- บรรจุภัณฑ์อาหารมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับ Tomypak Berhad เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทมีความเข้มแข็งและมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศสูง นอกจากนี้ บริษัทยังผลิตบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวสำหรับบริษัทอาหารของต่างประเทศด้วย
- Tomypak Berhad เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวที่ใหญ่ที่สุดหนึ่งในห้าอันดับแรกของมาเลเซีย โดยบริษัทเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวสำหรับอาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร รวมถึงเครื่องดื่ม เนื่องจากบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวสามารถนำมาใช้งานได้ง่าย จึงมีการขยายตัวที่รวดเร็ว ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทในบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวเพิ่มขึ้นมาก

- บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งในบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวจากการเป็นผู้ผลิตให้กับลูกค้าแบรนด์ระหว่างประเทศ เช่น Nestle, Maggi, คราฟท์ฟู้ดส์, Mamee, Yeo's, Hup Seng, เนสท์เล่ ไมโล, เนสกาแฟ, Horlicks, Boh, Vico, Super, ยูนิลีเวอร์, Ajinomoto, Purina Alpo, Knorr, เลดี้ซีออยด์ ฯลฯ