

ทิศทางอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก และแนวโน้มของโลก



15/08/2556

โดย คงศักดิ์ ดอกบัว
ผู้อำนวยการสายงานวิชาการและข้อมูลสารสนเทศ
สถาบันพลาสติก





- ★ กรอบแนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์
- ★ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
- ★ นิยามของบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
- ★ ทิศทางของบรรจุภัณฑ์ และภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของไทย
- ★ ภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของประเทศในอาเซียน
- ★ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์
- ★ กรณีศึกษาของบรรจุภัณฑ์
- ★ แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

กรอบแนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์



การจัดทำฐานข้อมูลสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภค



★ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ★



บรรจุภัณฑ์

หมายถึง รูปแบบวัสดุภายนอกที่ใช้สำหรับห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง ตลอดจนการเก็บรักษา พร้อมทั้งยังเอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์ทางการค้าของผู้ผลิตผู้จำหน่าย และการนำไปใช้ของผู้บริโภค



ที่มา : <http://www.nia.or.th/innonews/files/2009/9/41.pdf>-งานออกแบบยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สนช.)

การจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์



แบ่งตามวิธีการบรรจุ
และวิธีการขนถ่าย

แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์
ที่ใช้

แบ่งตามการออกแบบ



แบ่งตามความคงรูป

แบ่งตามอุตสาหกรรม
หลัก

แบ่งตามวัตถุประสงค์
ของการใช้



▶ แบ่งตามวิธีการบรรจุและ วิธีการขนถ่าย



(ก.) บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย



(ข.) บรรจุภัณฑ์ชั้นใน



(ค.) บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด



แบ่งตามการออกแบบ



บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ



บรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ



บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึง
แหล่งขายปลีก



บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขาย
ปลีกไปยังมือผู้บริโภค



แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก
(Consumer Package)

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง
(Shipping หรือ Transportation Package)





▶ แบ่งตามความคงรูป



บรรจุภัณฑ์ประเภท
รูปทรงแข็งตัว



บรรจุภัณฑ์ประเภท
รูปทรงกึ่งแข็งตัว



บรรจุภัณฑ์ประเภท
รูปทรงยืดหยุ่น

การจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์



กระดาษ



บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ
แข็งแบบพับได้

บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ
แบบคงรูป

บรรจุภัณฑ์การ์ด

บรรจุภัณฑ์กระดาษแบบ
เคลือบหลายชั้น

บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ
ลูกฟูก



พลาสติก

ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์พลาสติก

ชนิดอ่อนตัว



บรรจุภัณฑ์ประเภท
ซองلاميเนต



บรรจุภัณฑ์ประเภท
ฉลากฟิล์มหัด



บรรจุภัณฑ์ประเภท
ฉลากพันรอบ



บรรจุภัณฑ์พลาสติก
ชนิดคงรูป

การจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์



แก้ว



โลหะ



กระป๋องเหล็ก
เคลือบดีบุก



กระป๋อง
อะลูมิเนียม

บรรจุภัณฑ์อื่นๆ



การจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์



บรรจุภัณฑ์ใน อาหาร และ เครื่องดื่ม



บรรจุภัณฑ์ใน สินค้าอุปโภค และยา



บรรจุภัณฑ์เพื่อ การขนส่ง



บรรจุภัณฑ์ใน อุตสาหกรรม อื่นๆ





★ นิยามของบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ★

นิยามของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy)



เศรษฐกิจในปัจจุบัน (Traditional Economy)	ผลิตสินค้าจำนวนมาก (Mass Production) ทำให้เกิดสินค้าหรือบริการที่เหมือนกันล้นตลาด
	ใช้กลไกทางด้านราคาเป็นตัวขับเคลื่อน (Cost Competitive Advantage)
	เน้นการลดต้นทุนการผลิตเป็นหลัก (Low Cost Leadership)
	ผลิตใช้สินทรัพย์ที่จับต้องได้ (Tangible Asset)

ปัจจัยภายนอก

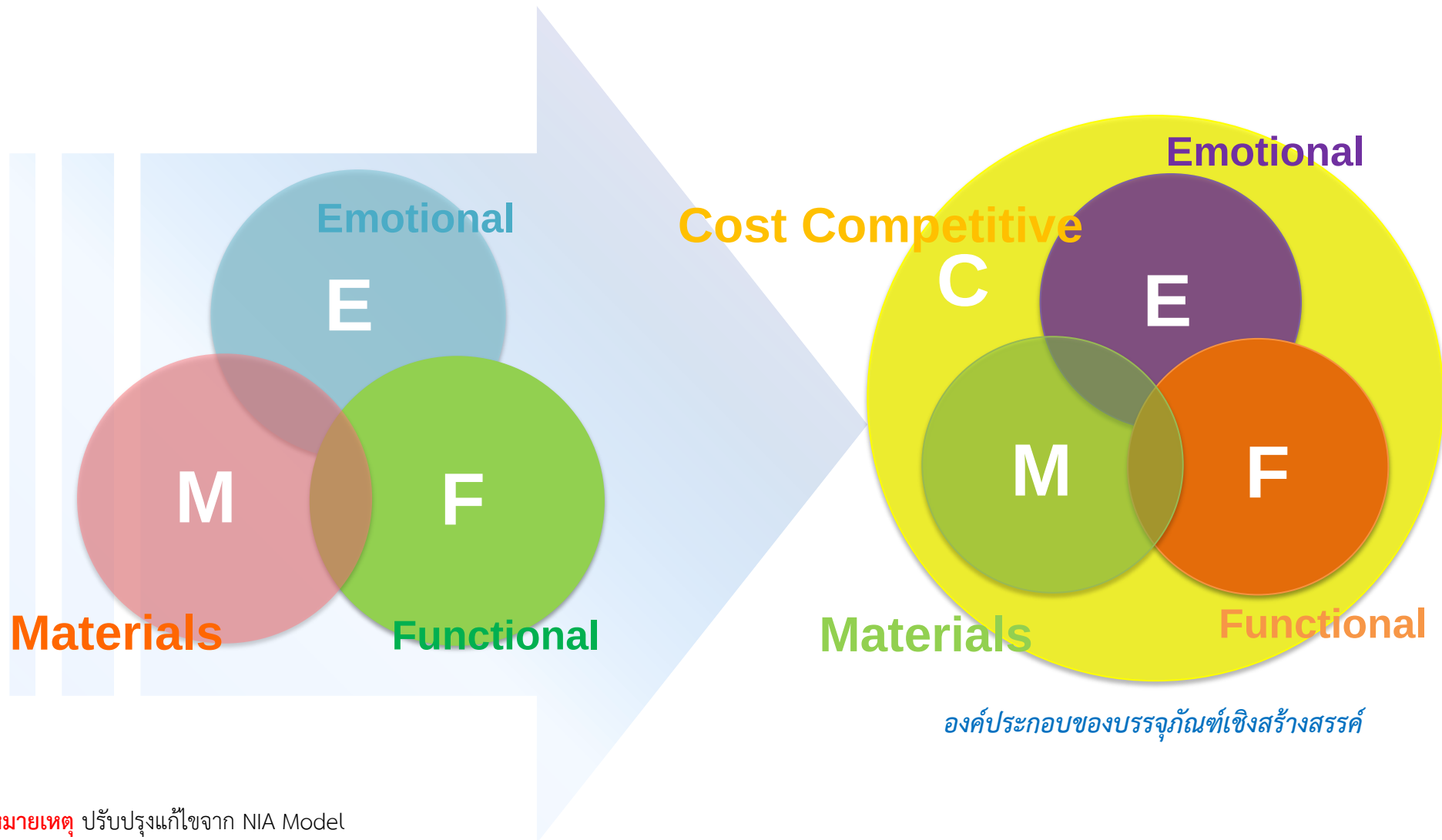
- เศรษฐกิจหดตัว ทำให้กำลังซื้อลดลง
- ปริมาณการผลิตในอุตสาหกรรมแบบรับจ้างผลิตมีจำนวนลดลง
- เกิดการบริโภคนิยมทำให้ทรัพยากรลดลงอย่างรวดเร็ว
- ราคาต้นทุนในการผลิตไม่คงที่ แนวน้อมมากขึ้น



ปัจจัยภายใน

- คู่แข่งในอุตสาหกรรมรับจ้างผลิตมากขึ้น ความสำเร็จในการแข่งขันลดลง
- ลูกค้าได้รับข้อมูลและความรู้มากขึ้น ทางเลือกมากขึ้น รสนิยมสูงขึ้น มีความต้องการที่ซับซ้อนมากขึ้น

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy)	ผลิตโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ เกิดสินค้าหรือบริการที่มีความแตกต่าง เป็นเอกลักษณ์ (Creative Production)
	ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อน (Creativity Driven Growth)
	เพิ่มคุณค่า/สร้างมูลค่า (Value Creation)
	สนับสนุนการใช้สินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) เช่น ความคิด การออกแบบ เป็นหลักในการพัฒนาสินค้า



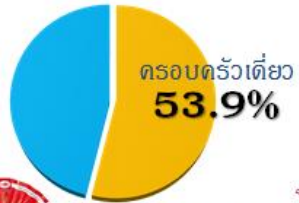
หมายเหตุ ปรับปรุงแก้ไขจาก NIA Model

★ ทิศทางของบรรจุภัณฑ์ และภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของไทย ★

ทิศทางของบรรจุภัณฑ์ และปัจจัยหลักที่มีผลผลักดัน (Driver of packaging in Thailand)

FUTURE

ประเทศไต้หวันจำนวนครอบครัว 18.3 ล้านครอบครัว



ความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค



ความสะดวกสบาย และใช้ชีวิตแบบ on-the-go



ปัจจัยหลักที่มีผลผลักดัน

แนวโน้มของโลก

ทิศทางของบรรจุภัณฑ์

แนวโน้มบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอุปโภคบริโภค





1 การเติบโตของตลาดภายในประเทศ และปริมาณการใช้ที่เพิ่มขึ้น

- ปี 2555 อัตราการเติบโต GDP ของประเทศไทยเป็น 6.5% และในปี 2556 คาดการณ์กันว่าจะมี **การขยายตัวอยู่ที่ 4.2-5.2 %**
- การเติบโตของประชากร โดยในปี 2555 มีประมาณ 67 ล้านคน
- ประชากรในเมืองมีประมาณ 35% ของประชากรทั้งหมด
- ร้านขายปลีกมีอัตราการเติบโต ประมาณ 7.5% (ปี 2554) ซึ่งจำนวนของร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกนั้น มีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น



★ 7-11 มี 6,892 (ปี 2555) และจะเพิ่มเป็น 10,000 สาขาภายใน 6 ปีข้างหน้า



★ Big C

คาดว่า 1250 สาขา ในปี 2559



★ TESCO Lotus (ปี 2555)

มีสาขารวมกว่า 1,000 สาขา
ในประเทศไทย



② การเติบโตที่เพิ่มขึ้นของสินค้าประเภทอาหารแช่แข็ง และอาหารพร้อมรับประทาน (Frozen food & Ready To Eat)

- แนวโน้มในประเทศและเพื่อการส่งออก เพิ่มขึ้น
- โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเมื่อเทียบกับปีก่อน 2554 อยู่ที่ 14%
- นโยบายส่งเสริมของรัฐบาล “ครัวไทย ครัวโลก”
- สินค้าประเภทที่บรรจุใน บรรจุภัณฑ์ประเภทสามารถนำเข้าไมโครเวฟ และพลาสติกนั้น มีปริมาณการใช้มากขึ้นกว่า 55%
- มีการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารมากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก เช่น ทุ่นำกระป๋อง (ส่งออกเป็นอันดับ 1 ของโลก)





๓ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มในประเทศไทย มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น ประมาณ 14%

ชนิดของเครื่องดื่ม	ปริมาณการขายปี 2555 (ล้านลิตร)	อัตราการเติบโตปี 2555-2559
Soft Drink	4,501.8	18.1
- Bottled water	1,340.7	15.3
- Carbonates	2,048.5	13.3
- Fruit/vegetable juice	236.7	24.1
- Sport/energy drink	436.3	13.8
Alcoholic Drink	1,958.7	7.5
- Beer	1,451.3	6.8
Drinking Milk	815,400 tons	18.6



4 ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตสินค้าให้กับบริษัทใหญ่
ระดับโลก (Regional manufacturing site located in Thailand)



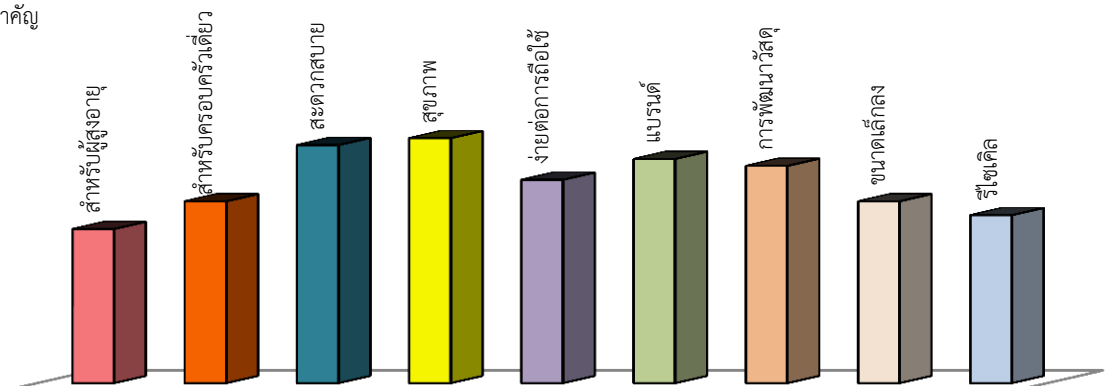
- ส่งผลให้มีความต้องการของบรรจุภัณฑ์ที่มาก และ มี production scale ที่ใหญ่
- และทำให้ผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์ในประเทศมีความเชี่ยวชาญและผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในระดับสากล

แนวโน้มของบรรจุภัณฑ์ (PACKAGING TRENDS)

FUTURE

%	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด	จัดอันดับ ความสำคัญ (Rating*)
สำหรับผู้สูงอายุ	0.0	45.5	9.1	45.5	0.0	2.00
สำหรับครอบครัวเดี่ยว	0.0	54.5	27.3	18.2	0.0	2.36
สะดวกสบาย	27.3	54.5	18.2	0.0	0.0	3.09
สุขภาพ	27.3	63.6	9.1	0.0	0.0	3.18
ง่ายต่อการถือใช้ในแต่ละครั้ง	18.2	54.5	0.0	27.3	0.0	2.64
แบรนด์	27.3	36.4	36.4	0.0	0.0	2.91
การพัฒนาวสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์	18.2	45.5	36.4	0.0	0.0	2.82
ขนาดเล็กลง	0.0	54.5	27.3	18.2	0.0	2.36
รีไซเคิล	18.2	27.3	18.2	27.3	9.1	2.18

*5=ให้ความสำคัญในหัวข้อนั้นมากที่สุดเป็นเรื่องเร่งด่วน 4= ให้ความสำคัญในหัวข้อนั้นมาก 3= ให้ความสนใจในหัวข้อนั้น 2= สนใจแต่ไม่ให้ความสำคัญหรือให้ความสำคัญน้อย 1=สนใจน้อยหรือไม่ค่อยให้ความสำคัญ



ที่มา : Market Statistics (WPO, 2009)

ปัจจัยหลักที่มีผลผลักดัน และแนวโน้มของบรรจุกัญท์

FUTURE

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของบรรจุกัญท์นั้นมีหลากหลาย โดยปัจจัยที่มีผลให้บรรจุกัญท์เกิดเปลี่ยนแปลงนั้น มีทั้งในลักษณะที่เป็น การเปลี่ยนแปลงแบบปีต่อปี และการเปลี่ยนแปลงที่มีผลในระยะยาว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลถึงความต้องการใช้ การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบของบรรจุกัญท์

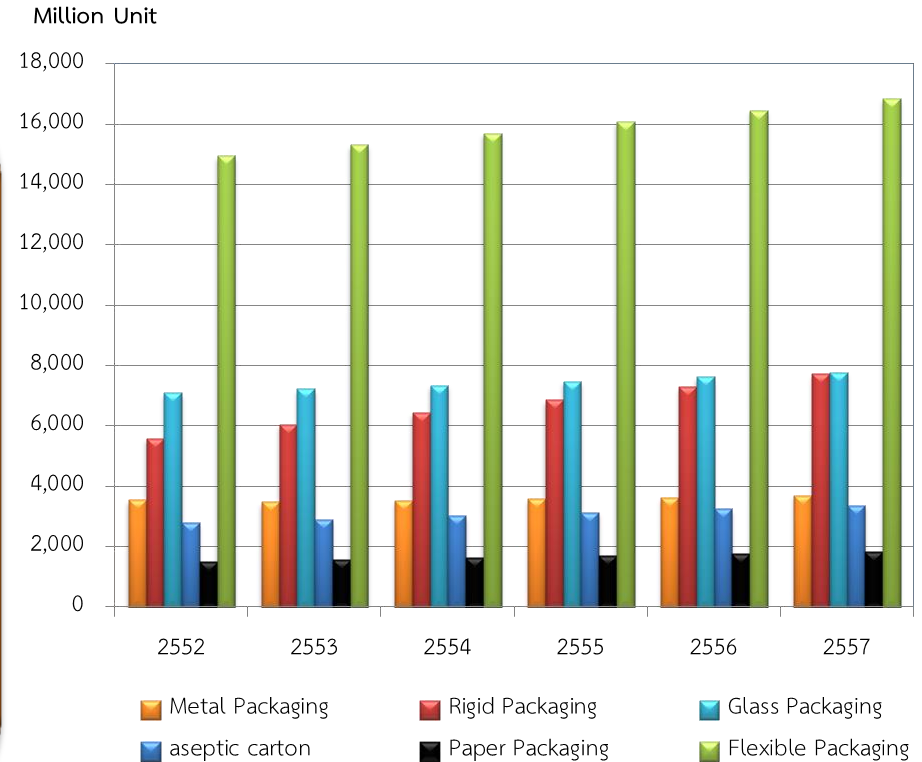
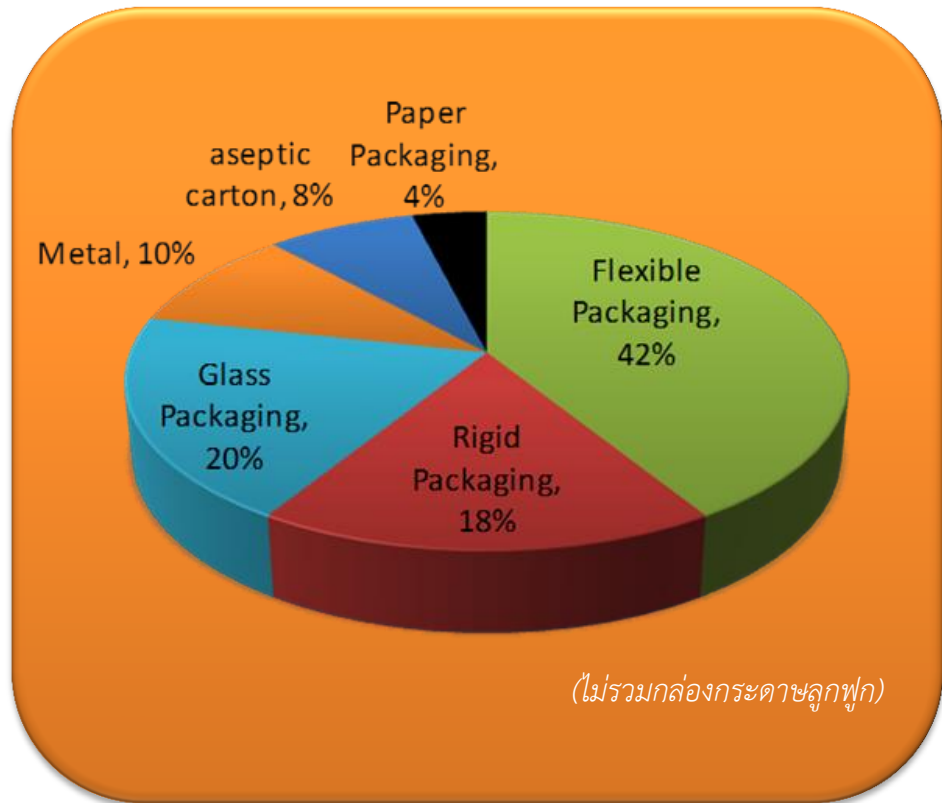


%	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด	จัดอันดับความสำคัญ (Rating*)
การใช้งาน	58.8	32.4	5.9	2.9	0	3.38
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	61.8	29.4	5.9	0	0	3.36
ราคา	47.1	41.2	5.9	0	5.9	3.20
น้ำหนัก	52.9	23.5	17.6	2.9	0	3.16
สวยงาม	35.3	50	11.8	0	0	3.11
สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	52.9	23.5	17.6	0	0	3.11
การพัฒนาวัดสำหรับบรรจุกัญท์	44.1	38.2	11.8	0	0	3.09
สะดวกสบาย	38.2	47.1	8.8	0	0	3.07
ง่ายต่อการถือใช้ในแต่ละครั้ง	41.2	32.4	17.6	2.9	0	2.98
สุขภาพ	29.4	50	11.8	2.9	0	2.93
แข็งแรง ทนทาน	38.2	35.3	11.8	0	5.9	2.82
แบรนด์	17.6	38.2	32.4	2.9	2.9	2.62
สำหรับครอบครัวเดียว	14.7	32.4	32.4	14.7	0	2.49
ขนาดเล็กลง	23.5	38.2	8.8	8.8	5.9	2.42
สำหรับผู้สูงอายุ	14.7	35.3	20.6	14.7	2.9	2.33

*5=ให้ความสำคัญในหัวข้อนั้นมากที่สุดเป็นเรื่องเร่งด่วน 4= ให้ความสำคัญในหัวข้อนั้นมาก 3= ให้ความสำคัญในหัวข้อนั้น 2= สนใจแต่ไม่ให้ความสำคัญหรือให้ความสำคัญน้อย 1= ใส่ใจน้อยหรือไม่ค่อยให้ความสำคัญ

ที่มา : จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการบรรจุกัญท์ในประเทศไทย โดยสถาบันพลาสติก

การใช้งานบรรจุภัณฑ์แบ่งตามวัสดุ ปี 2554



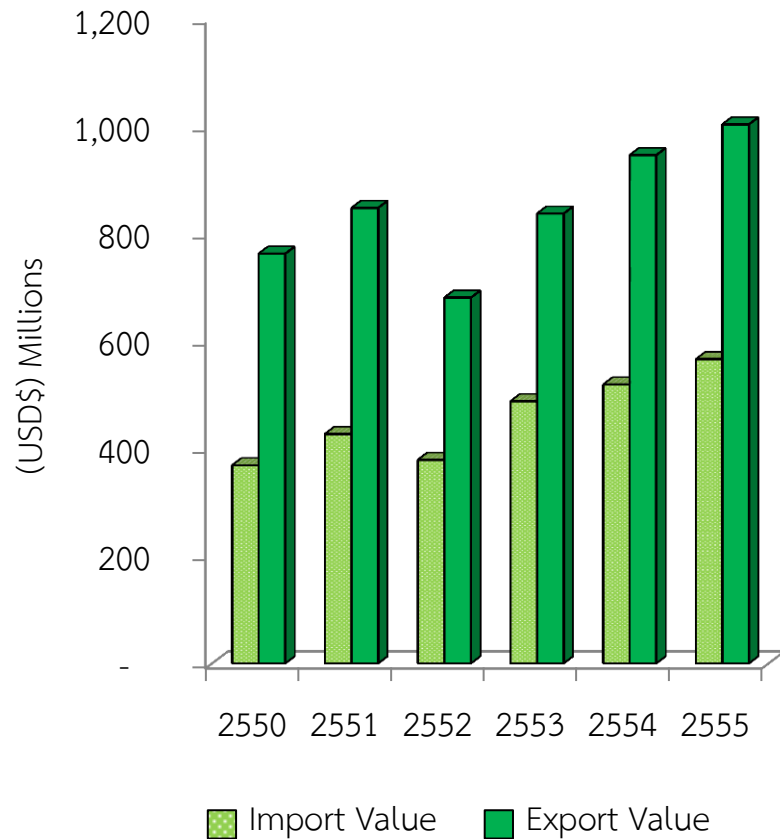
จำนวนการใช้บรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย จำแนกตามประเภทบรรจุภัณฑ์
ปี 2552-2557

ที่มา: euromonitor international (2011)

พลาสติก (Plastic)



มูลค่า



ข้อดี

- โครงสร้างของวัสดุสามารถออกแบบได้หลากหลาย เช่น ถังของตั้ง ทำให้ต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าวัสดุอื่นๆ
- มีแหล่งวัตถุดิบที่หาง่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ข้อด้อย

- กฎระเบียบของยุโรปที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าบรรจุภัณฑ์อาหาร ที่มีข้อกำหนดสำหรับการย่อยสลายหรือรีไซเคิล
- ราคาเม็ดพลาสติกเปลี่ยนแปลงบ่อย

Packaging industry in Thailand (Plastic)

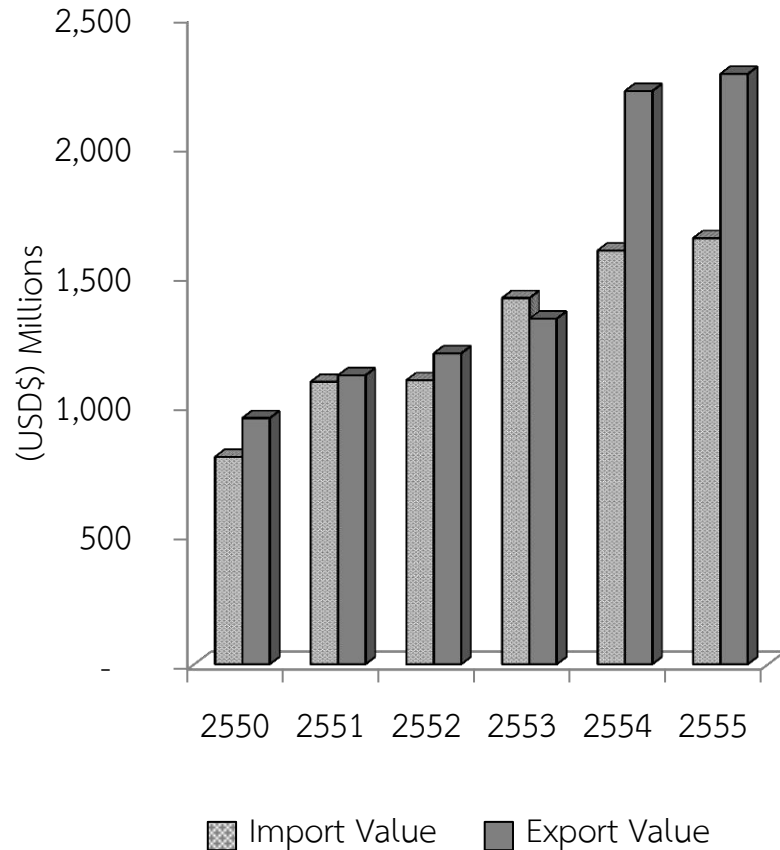


SPL	จุดแข็ง	WPL	จุดอ่อน
SPL1	อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของไทยมีการผลิตที่ครบวงจร ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำทำให้ลดต้นทุนในการขนย้าย ลดระยะในการผลิต และสามารถวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตั้งแต่วัตถุดิบ เพื่อให้ตรงความต้องการของผู้บริโภค	WPL1	ระบบพิกัดของศุลกากรของไทยไม่ชัดเจน ทำให้เกิดการตีความที่ผิด ส่งผลต่อการเสียภาษี และการคัดแยกสินค้าในหมวดต่างๆ
SPL2	ชื่อเสียงความเชื่อมั่น ความชำนาญงานของผู้ประกอบการไทยในสายตาชาวต่างชาติ หรือนักลงทุนต่างชาติมีมาก เนื่องจากมีประสบการณ์ด้านอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ยาวนาน	WPL2	ขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรมทั้งแรงงานไทย และแรงงานต่างด้าว รวมทั้งขาดบุคลากรทางด้านพอลิเมอร์โดยตรงโดยเฉพาะด้านกระบวนการผลิตและการวิจัย
SPL3	มีการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม รวมทั้งระหว่างภาครัฐและเอกชน ทำให้เกิดการพัฒนามากยิ่งขึ้น เช่น การตั้งสถาบันพลาสติก สมาคมบรรจุภัณฑ์แห่งประเทศไทย	WPL3	ระบบจัดการขยะในประเทศไทยยังไม่ได้คุณภาพ สามารถจำแนก และคัดแยกขยะเพื่อนำไปรีไซเคิลได้
		WPL4	ขาดแคลนเทคโนโลยีเป็นของตนเอง จำเป็นต้องพัฒนาผู้เชี่ยวชาญ และสร้างเทคโนโลยีของประเทศไทยให้ได้
OPL	โอกาส	TPL	อุปสรรค
OPL1	ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของประเทศ ที่เอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าสำหรับการส่งออกบรรจุภัณฑ์ ไปยังประเทศต่างๆ ตลอดจนสามารถรองรับการกระจายสินค้าให้กับกาเปิดเศรษฐกิจประชาคมอาเซียนในปี 2558	TPL1	แรงงานไทยมีจุดอ่อนในเรื่องของ ภาษา และขาดการสนับสนุนในด้านนี้
OPL2	ต้นทุนการนำเข้าพลาสติกวัตถุดิบต่ำลง หลังการเปิดเขตการค้าเสรี	TPL2	ด้วยนโยบาย 300 บาททำให้ขาดแคลนแรงงานในส่วนองแรงงานไม่มีทักษะ (un-skill)
OPL3	การขยายตัวของตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติก ไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากการเปิดประชาคมอาเซียน	TPL3	ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์พลาสติกนั้นหายาก
OPL4	มีการส่งเสริมพัฒนาด้านน้ำพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ในธรรมชาติ (Bio-plastics) ในประเทศไทย เพื่อรองรับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	TPL4	ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องจักรในการผลิต ยังไม่เ้มามาก และไม่เพียงพอต่ออุตสาหกรรม
OPL5	การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะกับสินค้า โดยนำเสนอบรรจุภัณฑ์ที่เป็นรูปแบบเฉพาะ และเน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการลดต้นทุน	TPL5	ภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน เมื่อเศรษฐกิจแย่ลงย่อมมีผลต่อการบริโภคของประชาชนซึ่งจะบริโภคอย่างจำกัดมากขึ้น
		TPL6	ต้นทุนด้านแรงงานสูงขึ้นและการขยายตัวทางธุรกิจทำได้ยาก เนื่องจากมีปัญหาเรื่องสถานที่
		TPL7	ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์แต่เน้นเรื่องราคาเป็นสำคัญ จึงทำให้ไม่มีแรงจูงใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลาดในประเทศถูกจำกัดด้วยความต้องการของผู้บริโภค

กระดาษ (Paper and Board)



มูลค่า



ข้อดี

- มีผู้ผลิตเยื่อกระดาษในประเทศ
- กระดาษเป็นวัตถุดิบที่น้ำหนักเบา สามารถทำรูปทรงได้หลากหลาย ทำรูปทรงที่ตั้งได้
- วงจรการผลิตมีตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ
- ถูกใช้ในอุตสาหกรรมเพื่อการขนส่ง เช่น กระดาษลูกฟูก

ข้อด้อย

- เปียกชื้นได้ง่าย
- จำนวนผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษเพิ่มขึ้น จากการเปลี่ยนประเภทกิจการจากโรงพิมพ์
- บางผลิตภัณฑ์ถูกทดแทนด้วยพลาสติก

Packaging industry in Thailand (Paper)

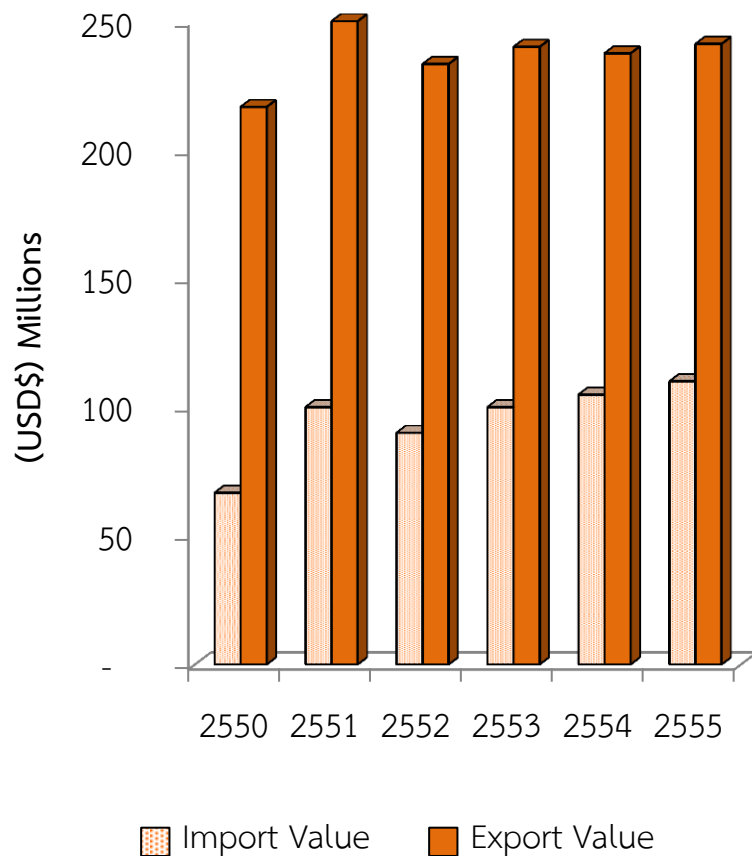


SPP	จุดแข็ง	WPP	จุดอ่อน
SPP1	มีการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ (Joint venture) ทำให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยมีการนำเข้าเครื่องจักรมาผลิตและพัฒนา ร่วมกับผู้ประกอบการในประเทศไทย	WPP1	ปริมาณการผลิตของประเทศไทยนับว่าเพียงพอกับความต้องการในประเทศ แต่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำเข้าเนื่องจาก ราคาจำหน่ายในประเทศที่สูงกว่าที่ส่งออก และบางครั้งราคานำเข้า (เช่นจากจีน) มีราคาต่ำกว่า
SPP2	มีการรวมตัวเป็นคลัสเตอร์การพิมพ์ที่เข้มแข็ง อย่างเช่นการรวมตัวที่นิคมสินสาคร	WPP2	ระบบพิกัดของบุคลากรของไทยไม่ชัดเจน ทำให้เกิดการตีความที่ผิด และส่งผลต่อการเสียภาษี
SPP3	บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพ และชื่อเสียงจากการประกวดระดับชาติ เช่น THAI STAR AWARD ซึ่งจะเห็นว่าการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ การออกแบบมีคุณภาพดี มีนักออกแบบกราฟิกฝีมือเยี่ยมเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ	WPP3	ขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรมทั้งแรงงานไทย และแรงงานต่างด้าว
SPP4	อุตสาหกรรมที่มีครบวงจรทั้งซัพพลายเชนในประเทศ (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ)	WPP4	ขาดวิศวกร และนักออกแบบที่มีความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์
SPP5	มาตรฐานของสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์กระดาษในประเทศไทยเป็นไปตามมาตรฐานของลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าระดับโลก จึงเป็นมาตรฐานระดับสากล	WPP5	ขาดการพัฒนาในตัววัสดุประเภทกระดาษ โดยมีการนำเข้ากระดาษ ประเภท food grade เป็นจำนวนมาก
		WPP6	ขาดระบบจัดการของเสีย หลังจากการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ โดยกระดาษสามารถย่อยสลายได้ในธรรมชาติ แต่หากขาดการจัดเก็บที่ดี ย่อมมีสารตกค้างหลงเหลืออยู่ในธรรมชาติต่อไป
OPP	โอกาส	TPP	อุปสรรค
OPP1	ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของประเทศ ที่เอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าสำหรับการส่งออกบรรจุภัณฑ์ ไปยังประเทศต่างๆ ตลอดจนสามารถรองรับการกระจายสินค้าให้กับภาคเศรษฐกิจประชาชนอาเซียนในปี 2558	TPP1	แรงงานขาดคุณภาพ ด้วยงานบรรจุภัณฑ์กระดาษบางชนิดจำเป็นต้องใช้ความละเอียดอ่อน ประณีต และการออกแบบที่สร้างสรรค์
OPP2	ต้นทุนกระดาษ (Food grade) ลดลง เนื่องจากการลดเว้นภาษี เนื่องจากการเปิดเขตการค้าเสรี	TPP2	การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้หนังสือเล่มมีแนวโน้มที่จะถูกทดแทนด้วยหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้ที่ทำธุรกิจสิ่งพิมพ์หันมาทำบรรจุภัณฑ์กระดาษแทน เกิดการแย่งชิงกลุ่มลูกค้ากันเอง
OPP3	การขยายตัวของตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติก ไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากการเปิดประชาคมอาเซียน	TPP3	มีการนำเข้าบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ เช่นกล่องสำเร็จรูปจากต่างประเทศ เนื่องจากมีราคาต่ำกว่า ยกตัวอย่าง กล่องใส่เฟรนช์ฟราย McDonald โดยนำเข้าจากประเทศมาเลเซีย เนื่องจากติดเรื่อง economy of scale โดยมีการทำและแจกจ่ายไปยังทั่วภูมิภาค
		TPP4	การแย่งแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ โดยการให้ค่าตอบแทนที่สูงกว่า
		TPP5	การขยายการลงทุนไปต่างประเทศค่อนข้างยากเนื่องจาก แรงงานไทยมีจุดอ่อนด้านภาษา และยังขาดการสนับสนุนในด้านนี้

โลหะ (Metal)



มูลค่า



ข้อดี

- ผู้ประกอบการเข้มแข็ง ใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง
- รูปลักษณะที่แข็งแรง ป้องกันการซึมผ่านได้ดี ยืดอายุการใช้งาน
- อัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกระป๋องอลูมิเนียม ที่ใช้สำหรับเบียร์และน้ำอัดลม

ข้อด้อย

- กฎระเบียบของยุโรปที่เกี่ยวข้องกับสารเคลือบกระป๋องโลหะ
- มีผู้ผลิตแผ่นเหล็กเคลือบเพียงแค่ 2 ราย



Packaging industry in Thailand (Metal)

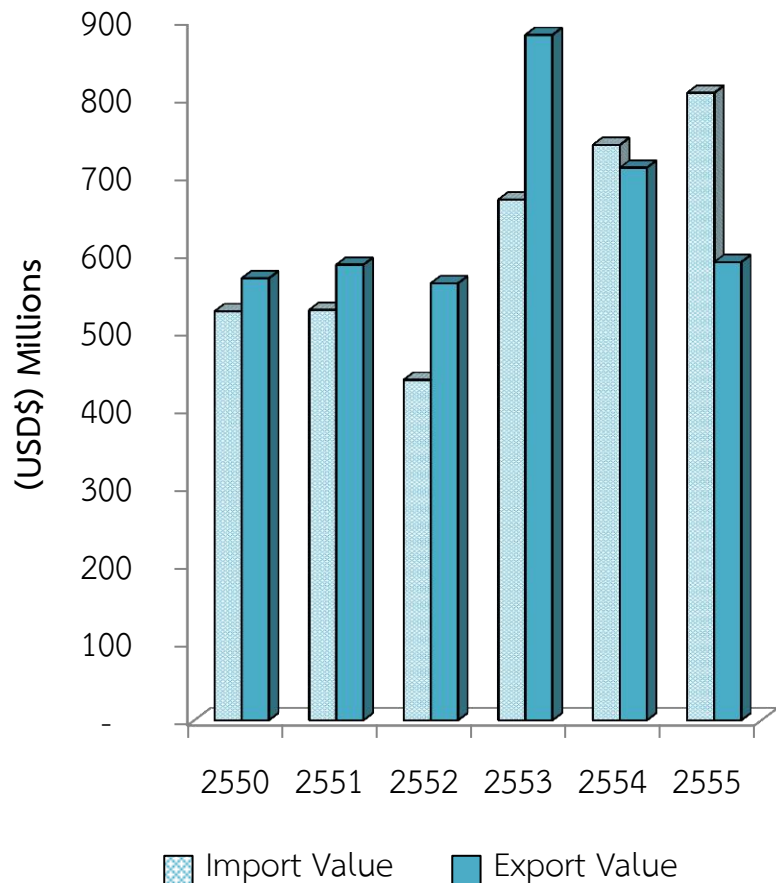


SMT	จุดแข็ง	WPL	จุดอ่อน
SMT1	ผู้ประกอบการในประเทศค่อนข้างเข้มแข็ง มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต มีทิศทางที่จะผลิตให้น้ำหนักน้อยลง เพื่อลดการทดแทนของวัสดุอื่นที่น้ำหนักเบากว่า	WMT1	ขาดแคลนแรงงาน ในอุตสาหกรรมทำให้ไม่สามารถที่จะขยายโรงงานได้
SMT2	เทคโนโลยีการผลิตกระป๋องที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องซึ่งในอนาคตข้างหน้าเทคโนโลยีย่อมพัฒนาขึ้น อย่างมากช่วยในด้านการผลิต โดยปัจจุบันมีการนำพลาสติกไปเคลือบเพื่อลดระยะเวลาและกระบวนการในการผลิต และขัดล้าง	WMT2	มีผู้ผลิตโลหะเพียงแค่ 2 ราย คือ Siam Tin plate Co.Ltd. และ Thai Tin plate manufacturing Co.Ltd. จึงเรียกได้ว่าค่อนข้างผูกขาดกับการซื้อวัตถุดิบ และราคาวัตถุดิบค่อนข้างสูง สำหรับโลหะผสมชนิดพิเศษนั้น จะทำการนำเข้าจากต่างประเทศ
SMT3	มีการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ	WMT3	ต้นทุนปัจจัยการผลิตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ เหล็ก อะลูมิเนียม น้ำมันเชื้อเพลิง และเทคโนโลยี
		WMT4	กระป๋องมีขนาด และน้ำหนักที่มาก ทำให้ต้นทุนในการขนส่งสูง โดยส่วนใหญ่จะทำการบรรจุในประเทศ เพื่อขายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ ไม่ค่อยมีการขนกระป๋องเปล่าเพื่อนำไปขายเนื่องจากไม่คุ้มค่างับค่าขนส่ง โลจิสติก
OMT	โอกาส	TPL	อุปสรรค
OMT1	อุตสาหกรรมเครื่องดื่มในประเทศไทย มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เบียร์) ทำให้มีปริมาณการใช้กระป๋องที่สูงขึ้น	TMT1	ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ชนิดอะลูมิเนียมของไทยค่อนข้างสูง เพราะต้องพึ่งพาการนำเข้า ขณะที่ผู้บริโภคนิยมสินค้านำเข้าในบรรจุภัณฑ์แบบอะลูมิเนียมมากขึ้น
OMT2	ประเทศไทยมีลักษณะภูมิประเทศที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกทางด้านการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ประเทศมีผลไม้หลากหลายชนิด และยังทำให้เกิดการแปรรูปผลไม้เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศอย่างแพร่หลาย ซึ่งผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่มักบรรจุในกระป๋องเพื่อเก็บไว้ได้นาน	TMT2	ราคาของวัตถุดิบผันผวน
OMT3	การจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) กับประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เป็นต้น และในปี 2558 จะมีการเปิดเขตเสรีประชาคมอาเซียน ซึ่งจะเป็นการเปิดตลาด และ	TMT3	ภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน เมื่อเศรษฐกิจแย่งลงย่อมมีผลต่อการบริโภคของประชาชนซึ่งจะบริโภคอย่างจำกัดมากขึ้น
		TMT4	กฎระเบียบของยุโรปที่เกี่ยวกับการใช้สารเคลือบกระป๋องโลหะ ที่ทำให้ผู้ผลิตต้องมีการคำนึงถึง เพราะอาจจะปนเปื้อนไปกับอาหารได้ เนื่องจากโลหะเมื่ออยู่ในภาวะที่มีความชื้นจะทำให้เกิดสนิม ผู้ประกอบการต้องเคลือบสารป้องกัน ซึ่งนิยมใช้แลกเกอร์ในการเคลือบ
		TMT5	พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีน้ำหนักเบา และเป็นพิศต่อร่างกายน้อยที่สุด โดยกระป๋องโลหะอาจมีสารปนเปื้อน เช่นสารเคลือบก่อนบรรจุอาหาร ทำให้เกิดการบริโภคที่ลดน้อยลง

แก้ว (Glass)



มูลค่า



ข้อดี

- ผู้ประกอบการเข้มแข็ง ใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง
- บรรจุภัณฑ์แก้วสร้างความปลอดภัยให้กับสินค้า
- แก้วสามารถนำกลับมาใช้ใหม่
- คู่แข่งน้อย เพราะลงทุนสูง
- อัตราการเติบโตของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อด้อย

- น้ำหนักมาก
- ใช้พลังงานในการผลิตสูง ต้นทุนในการผลิตสูง
- ถูกทดแทนด้วยขวดพลาสติกและกระป๋องอะลูมิเนียม

*มูลค่าการส่งออกตามพิกัดศุลกากรในหมวด 70 แก้วและเครื่องแก้ว

Packaging industry in Thailand (Glass)



SGL	จุดแข็ง	WGL	จุดอ่อน
SGL1	ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทแก้ว และขวดแก้วได้รับมาตรฐานผ่านเกณฑ์ใน ASEAN	WGL1	มีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ เช่นทราย โดยนำเข้าจากประเทศเวียดนามเป็นส่วนใหญ่
SGL2	มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้า และแบบ OEM ซึ่งครอบคลุมและมีการคงเอกลักษณ์และรูปแบบของสินค้า	WGL2	ราคาวัตถุดิบจะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับต้นทุนการขนส่ง ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วมีน้ำหนักมาก เป็นปัญหาในด้านการขนส่ง ทำให้เสียค่าขนส่งเพิ่มมากขึ้น
SGL3	เป็นแหล่งผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดแก้วรายใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	WGL3	ต้นทุนปัจจัยการผลิตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ น้ำมันเชื้อเพลิง ที่ใช้เป็นพลังงานในการผลิตขึ้นรูป
		WGL4	ขวดแก้ว มีน้ำหนักมาก และแตกหักเสียหายได้ง่าย ทำให้ต้นทุนในการขนส่งสูง โดยส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศมากกว่าการส่งออกไปต่างประเทศ
		WGL5	สำหรับขวดแก้วสวยงามที่มีการผลิตเป็นรูปร่างต่างๆ เป็นขวดแก้วที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิต และลักษณะของทรายที่ใช้ผลิตภายในประเทศไม่สามารถผลิตได้
OGL	โอกาส	TGL	อุปสรรค
OGL1	ขยายตลาดไปประเทศเพื่อนบ้าน โดยอาจไปตั้งโรงงานบริเวณชายแดน เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านของไทยนิยมดื่มเครื่องดื่มประเภท แอลกอฮอล์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะเบียร์ ซึ่งใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทแก้วเป็นหลัก	TGL1	ขั้นตอนในการทดสอบหรือดำเนินการ มาตรฐานอุตสาหกรรมในไทยมีความซับซ้อนมาก ซึ่งแตกต่างจากต่างประเทศที่สามารถทำได้ง่ายกว่า
OGL2	เนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองที่ผลิตสินค้าเกษตรเป็นจำนวนมาก เช่น ข้าวโพดอ่อน ผลไม้แช่อิ่ม เป็นต้น ซึ่งนิยมใช้ขวดแก้วปากกว้างเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก	TPL2	เกิดปัญหาขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง ในส่วนของแรงงานวิศวกรยังไม่ขาดแคลน
		TPL3	นโยบาย 300 บาท ทำให้ต้นทุนของบริษัทผลิตแก้วนั้นสูงขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก



★ ภาพรวมอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของประเทศในอาเซียน ★

แผนที่ประเทศในอาเซียน



MYANMAR



THAILAND



CAMBODIA



SINGAPORE



INDONESIA



LAOS



VIETNAM



MALAYSIA



PHILIPPINES



BRUNEI DARUSSALAM

เปรียบเทียบกลุ่มประเทศใน ASEAN

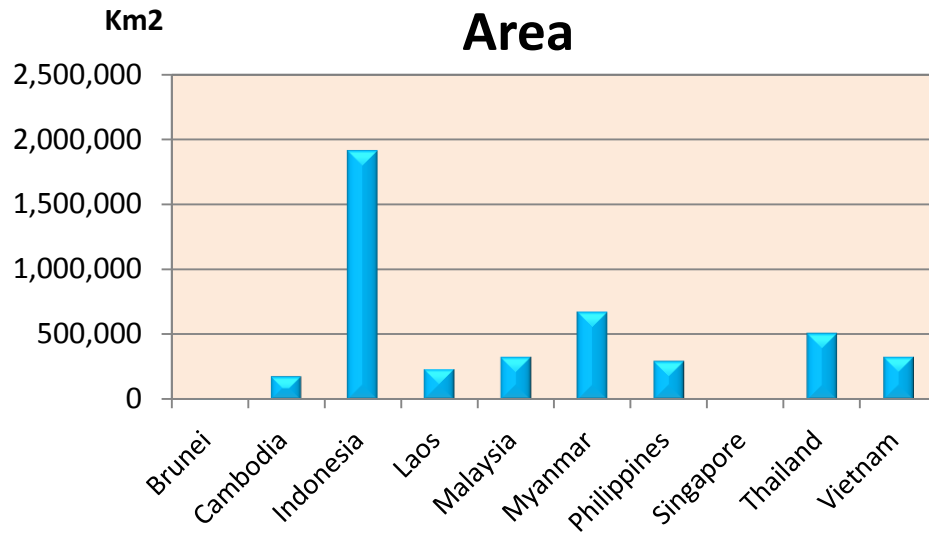


	ASEAN-บนแผ่นดิน	ASEAN-หมู่เกาะ
ประเทศ	กัมพูชา, ไทย, พม่า, ลาว, เวียดนาม	บรูไน, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย
ศาสนา	พุทธ	อิสลาม/คริสต์
เชื้อสาย	มองโกลอยด์	มาเลย์
การขนส่ง	ทางบก ทางอากาศ	ทางทะเล
ประชากร	240 ล้านคน	360 ล้านคน
GDP	500-4,500 USD	2,000-42,000 USD
สภาวะการแข่งขัน	ต่ำ/ปานกลาง	ปานกลาง/สูง
คุณภาพชีวิต	ต่ำ/ปานกลาง	ปานกลาง/สูง
ระดับรายได้	ต่ำ/ปานกลาง	ปานกลาง/สูง

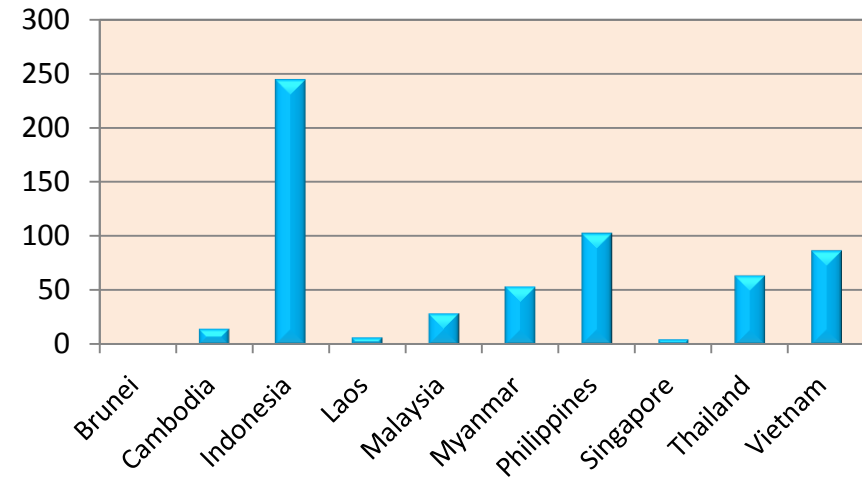
โครงสร้างภาพรวมของประเทศต่างๆ ในอาเซียน



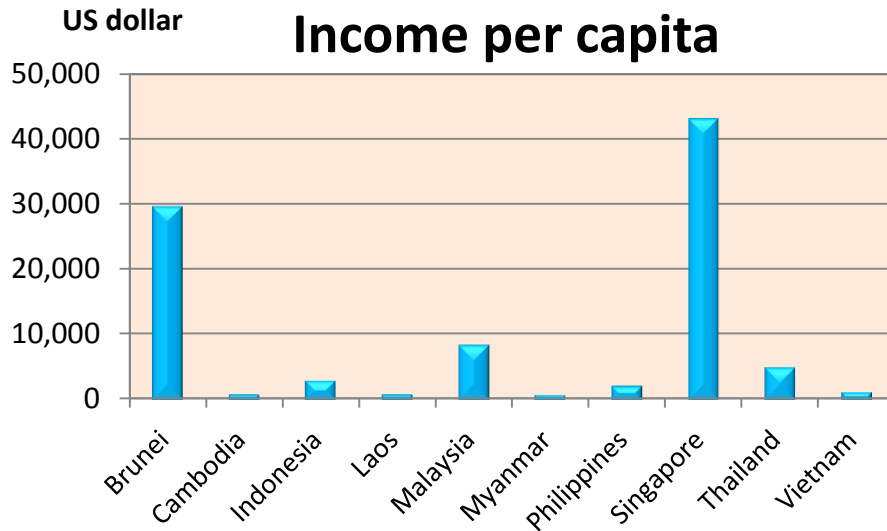
Area



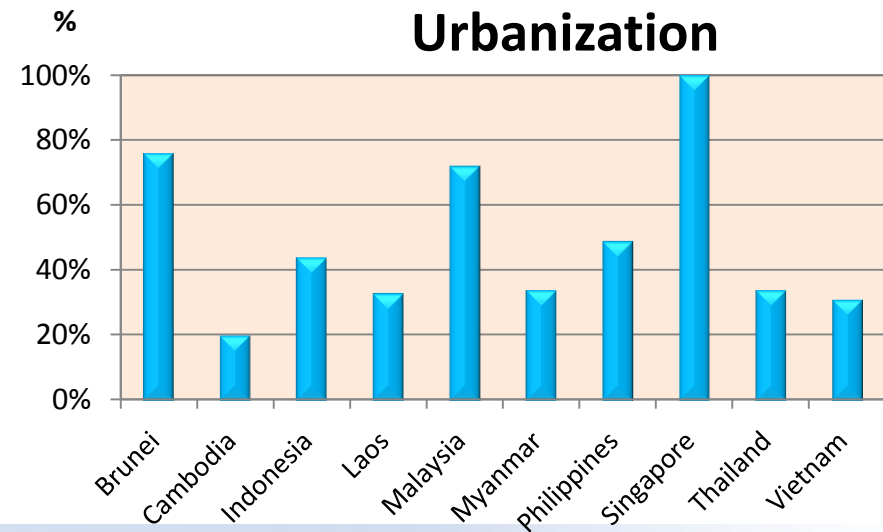
Population



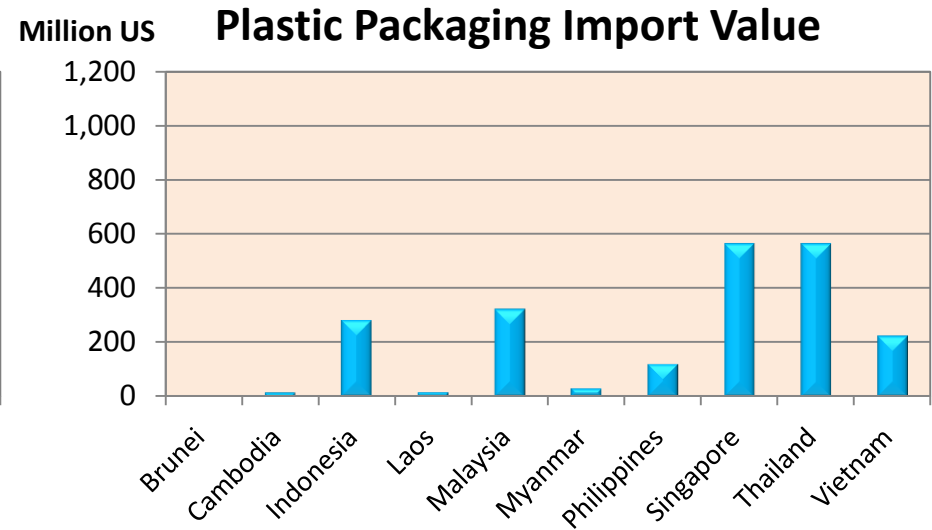
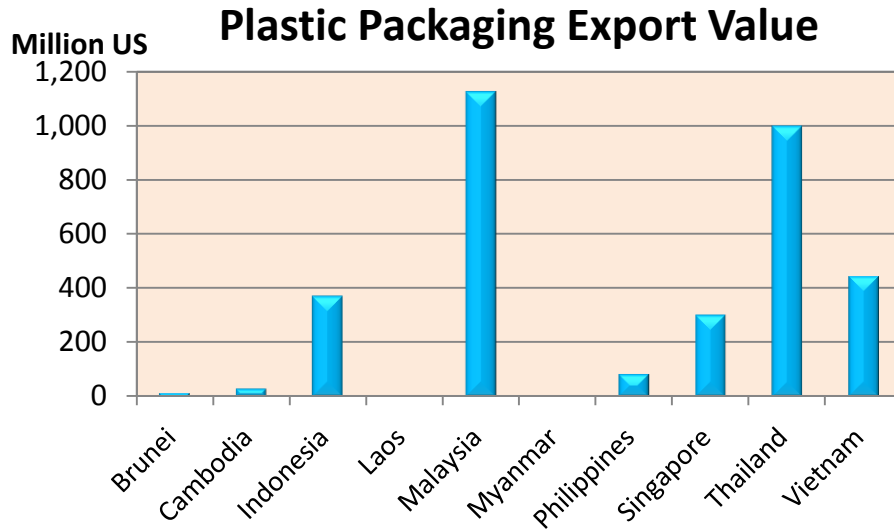
Income per capita



Urbanization



โครงสร้างภาพรวมของประเทศต่างๆ ในอาเซียน



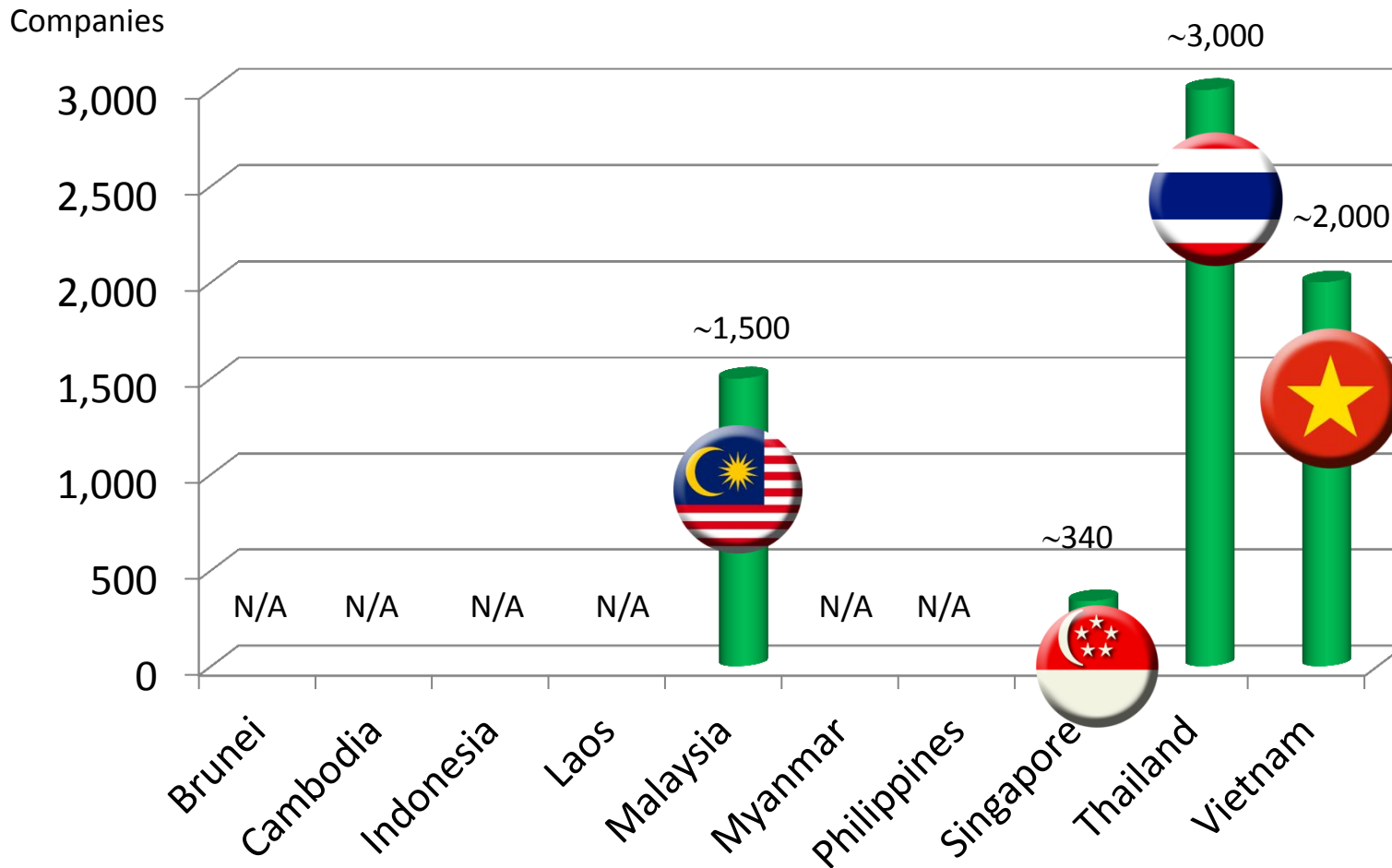
อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหาร



	Food consumption		Alcoholic drink value sales		Soft drink vale sales		Mass grocery retail sales	
	2013	2017e	2013	2017e	2013	2017e	2013	2017e
China	13.3%	13.1%	8.3%	8.6%	7.5%	7.1%	8.8%	9.0%
Indonesia	7.9%	9.3%	6.7%	6.4%	6.0%	6.5%	13.2%	13.7%
Philippines	4.32%	4.16%	7.19%	6.86%	7.20%	7.75%	6.92%	6.85%
Malaysia	2.9%	3.0%	3.4%	3.6%	4.0%	4.9%	8.0%	8.0%
Singapore	4.46%	2.41%	6.04%	5.64%	3.49%	2.94%	2.92%	2.76%
Thailand	7.03%	5.99%	6.87%	7.5%	6.32%	5.52	6.96%	6.63%
Vietnam	8.0%	9.0%	14.3%	14.0%	15.1%	14.2%	12.8%	1.27%

Source: Business Monitor International 2013

ASEAN's Plastics Manufacturer



Source: ASEAN FEDERATION OF PLASTIC INDUSTRIES, 2011

SWOT อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของประเทศในอาเซียน



	Strength	Weakness	Opportunity	Threat
กัมพูชา	ผลิตเบียร์และน้ำดื่ม	นำเข้าสินค้าสำเร็จรูป	รัฐบาลเปิดประเทศ	อุตสาหกรรมที่ใช้้น้อย
บรูไน	Brunei Halal	นำเข้าสินค้าสำเร็จรูป	One Village One Produce	ประชากรน้อย
พม่า	ผลิตเบียร์และน้ำดื่ม	นำเข้าสินค้าสำเร็จรูป	รัฐบาลเปิดประเทศ	สาธารณูปโภคไม่เอื้ออำนวย
ฟิลิปปินส์	ต่างชาติเข้าไปลงทุน, เบียร์ San Miguel	ผลิตสินค้าเอง แต่	บริโภคเบียร์จากขวดแก้ว	ปัญหาการกำจัดขยะ
มาเลเซีย	รัฐบาลส่งเสริม, มหาวิทยาลัยด้านออกแบบอุตสาหกรรม	-	นโยบายสนับสนุน	แรงงานระดับล่างไม่เพียงพอ
ลาว	-	นำเข้าสินค้าสำเร็จรูป	อุตสาหกรรมเบียร์	ไม่มีวัตถุดิบ
เวียดนาม	ฐานการผลิตสินค้า	เน้นสินค้าที่เป็นของสด	ต่างชาติเข้ามาลงทุน	ขาดความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์
สิงคโปร์	ประชากรรายสูง	พื้นที่อุตสาหกรรมน้อย	มุ่งเน้นการท่องเที่ยว	วัตถุดิบต้องนำเข้า
อินโดนีเซีย	ฐานการผลิตสินค้า	การออกแบบไม่ทันสมัย	ใช้พลาสติกมากขึ้น	ขาดความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของประเทศในอาเซียน



	Plastic		Paper		Metal		Glass	
กัมพูชา								
บรูไน								
พม่า								
ฟิลิปปินส์								
ไทย								
มาเลเซีย								
ลาว								
เวียดนาม								
สิงคโปร์								
อินโดนีเซีย								



ปัจจัยในการเลือกบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์



	สวยงาม	สะดวก	เพิ่มหน้าที่	สุขภาพและความปลอดภัย	สิ่งแวดล้อม	ราคา
กัมพูชา	★	★	-	★	-	★★★
บรูไน	★★	★★★★	-	★★★	-	★
พม่า	★	★	-	★	-	★★★
ฟิลิปปินส์	★★★★	★★	-	★★	-	★★
ไทย	★★★★	★★★★	★	★★★★	★	★★
มาเลเซีย	★★	★★★★	★	★★★★	★	★★
ลาว	-	★	-	★	-	★★★
เวียดนาม	★	★★	-	★	-	★★★
สิงคโปร์	★★★★	★★★★	★	★★★★	★★	★
อินโดนีเซีย	★	★★	-	★★	-	★★

ที่มา: จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของสถาบันพลาสติก



คำนึงถึงมาก



คำนึงถึงระดับกลาง



คำนึงถึงน้อยที่สุด

จุดแข็ง ของประเทศในอาเซียน strengths



ไทย เป็นฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม
มีแรงงานจำนวนมาก
ศูนย์กลาง
เชื่อมโยงคมนาคมด้านต่างๆ



มาเลเซีย มีทรัพยากร
ลำดับที่ 3 ปริมาณสำรองน้ำมัน
ลำดับที่ 2 ปริมาณก๊าซธรรมชาติ
ในเอเชียแปซิฟิก

ลำดับที่ 2



ลาว

ค่าจ้าง
แรงงานต่ำ

อันดับที่ 2



การเมือง
มีเสถียรภาพ

ใน
อาเซียน

เวียดนาม

ปริมาณสำรอง
น้ำมัน



อันดับที่ 2



ในเอเชียแปซิฟิก

พม่า

มีพรมแดนเชื่อมต่อ
จีน และ อินเดีย

ค่าจ้าง
แรงงานต่ำ

อันดับที่ 3

มีน้ำมันและก๊าซธรรมชาติจำนวนมาก

บรูไน

การเมือง
ค่อนข้างมั่นคง

รายได้เฉลี่ย

ต่อคน ต่อปี อันดับ 2

ผู้ส่งออก และ

ปริมาณสำรอง

น้ำมัน อันดับ 4

ใน
อาเซียน

26

ใน
อาเซียน

ของโลก

สิงคโปร์

รายได้เฉลี่ย

ต่อคน ต่อปี

อันดับ 1

&

แรงงาน

มีทักษะ

สูง

ใน
อาเซียน

15

ของโลก



อินโดนีเซีย

ขนาดเศรษฐกิจใหญ่สุด

ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

จำนวนประชากร อันดับ 1

ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อันดับที่ 1

ในอาเซียน

มีทรัพยากรธรรมชาติ

ที่หลากหลายและสมบูรณ์

ที่ลากหลายและสมบูรณ์

ที่ลากหลายและสมบูรณ์

ที่ลากหลายและสมบูรณ์

ที่ลากหลายและสมบูรณ์

ที่ลากหลายและสมบูรณ์



อันดับ 1

อันดับ 1

อันดับ 1

อันดับ 1

อันดับ 1

อันดับ 1

ขอขอบคุณข้อมูลจาก thai-aec.com



★ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ★

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของบรรจภัณฑ์ในอนาคต

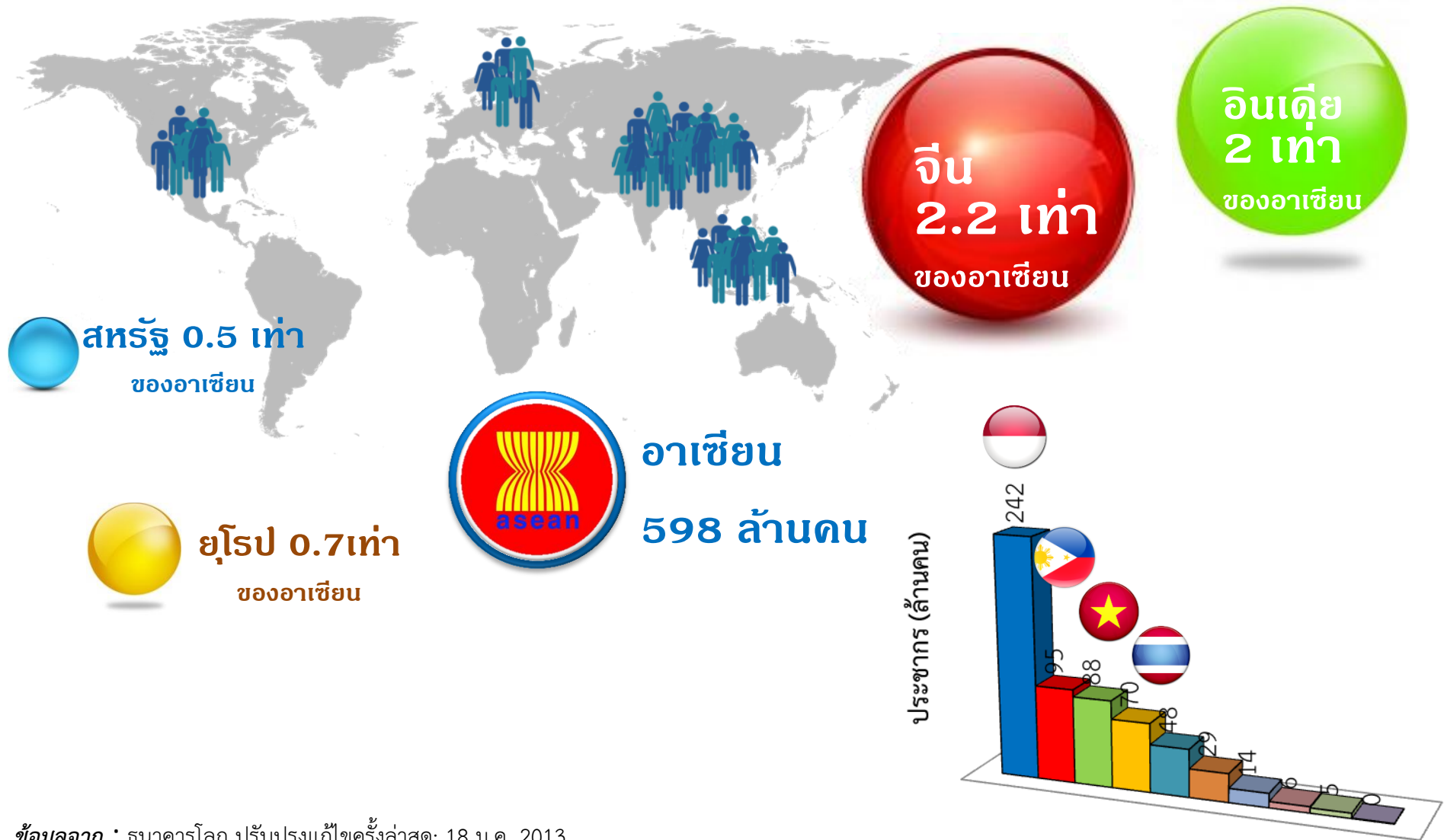
FUTURE



เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลกระทบโดยตรงต่อตลาด ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อกำลังซื้อของผู้ใช้หรือผู้บริโภคโดยตรง และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความต้องการซื้อสินค้า

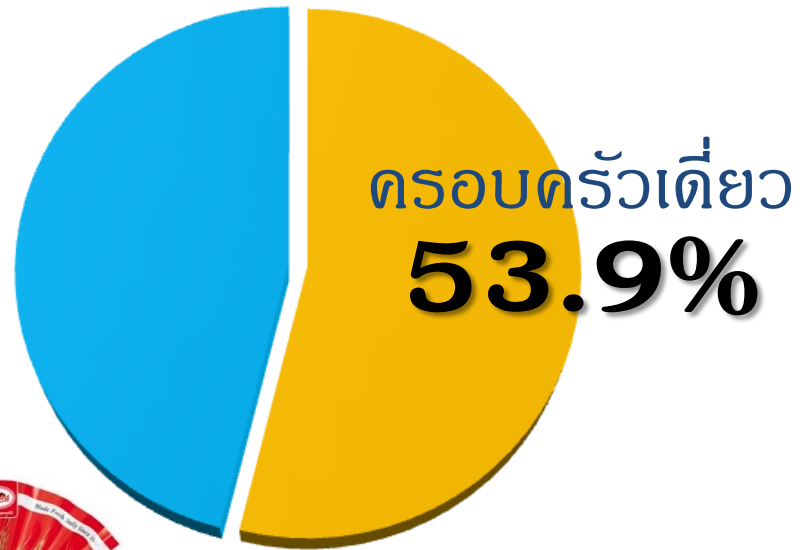


จำนวนประชากรปี 2555



รูปแบบการใช้ชีวิต

ประเทศไทยมีจำนวนครอบครัว 18.3 ล้านครอบครัว



ครอบครัวเดี่ยว และ
สินค้าที่มีลักษณะเล็กลง



ความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค



ความสะดวกสบาย และใช้ชีวิตแบบ on-the-go



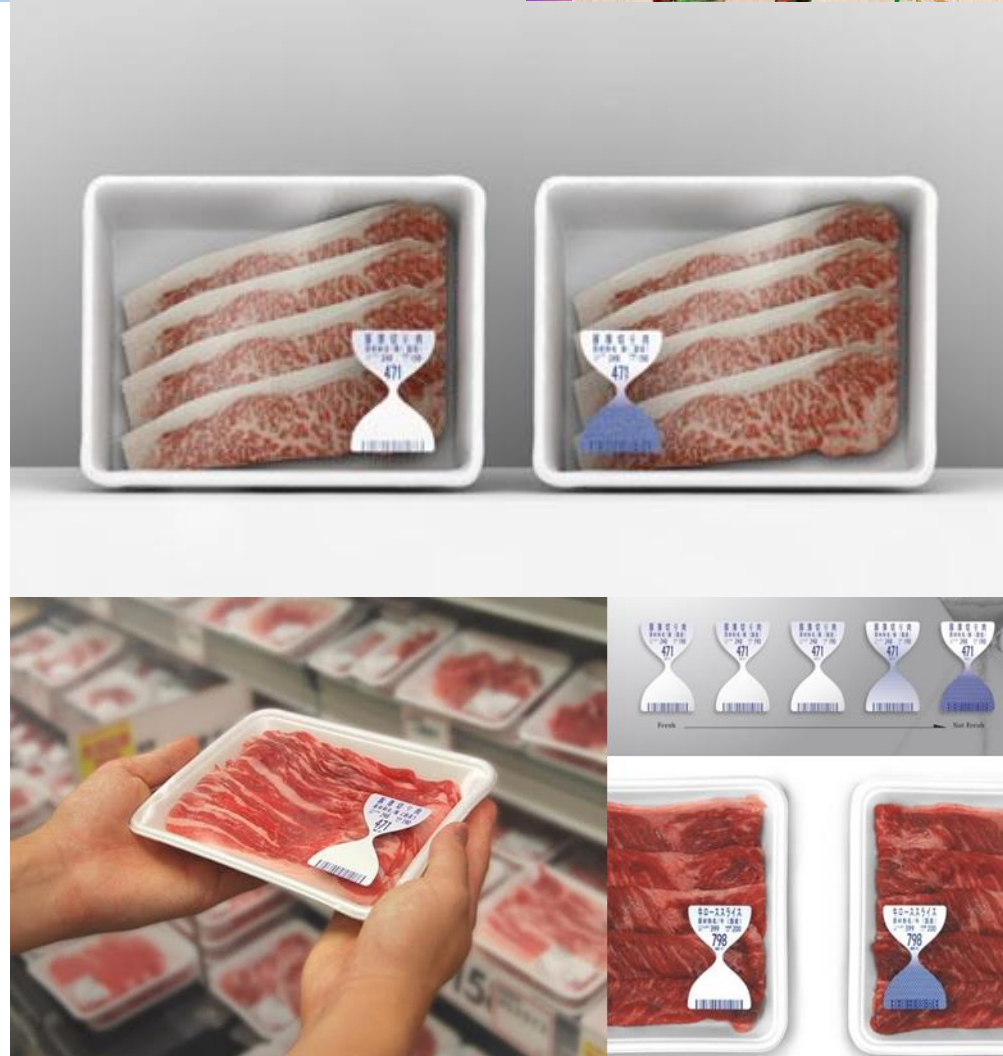
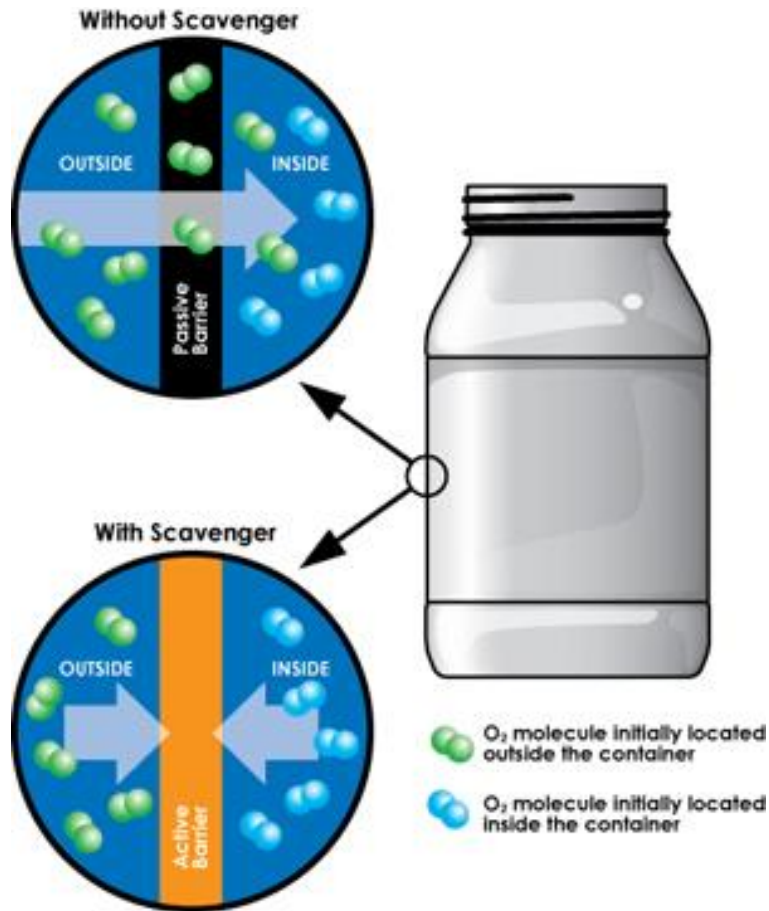
PACKAGING
=
BRAND IMAGE



การพัฒนาวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ (New packaging material development)



➤ ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แอคทีฟ (Active Packaging)



➤ ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ฉลาด (Intelligent Packaging)

สิ่งแวดล้อม (Environments issues)



Paper



Glass/aluminium



Plastic



แนวโน้มบรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค

ความสะดวกในการใช้



ความสวยงามและการเพิ่มหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์



การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



การออกแบบยูนิเวอร์ซัล (Universal Design)



บรรจภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ในอนาคต



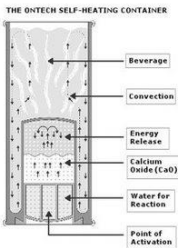
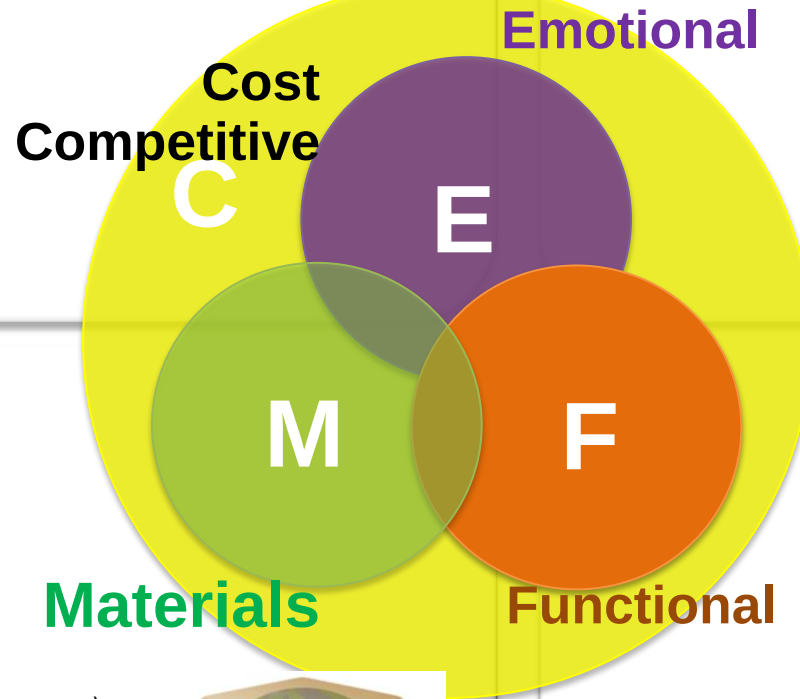
สุขภาพและความปลอดภัย (Health awareness)
 ารลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environment)
 พัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable)



Health
 Awareness

ความสะดวกในการใช้ (Convenient)
 การเพิ่มหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ (Functional)
 สุขภาพและความปลอดภัย (Health awareness)

UNIVERSAL
 DESIGN



ความสะดวกในการใช้ (Convenient)
 สุขภาพและความปลอดภัย (Health awc)
 พัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable)



SMARTPACKAGING



COMBINATION
 MATERIAL

ความสะดวกในการใช้ (Convenient)
 สุขภาพและความปลอดภัย (Health awareness)
 พัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable)

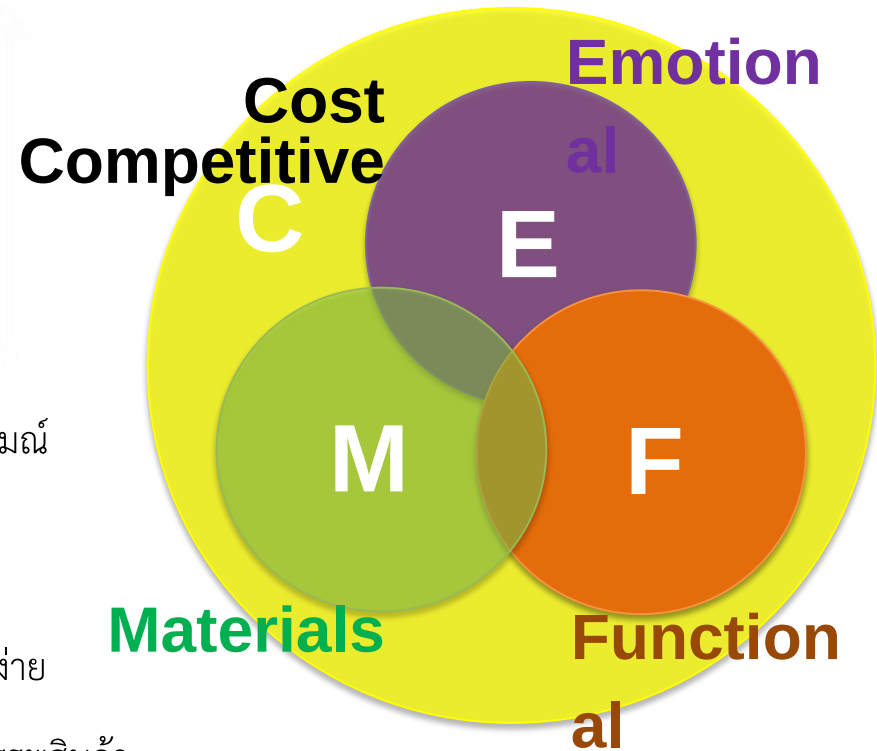


★ กรณียุติการของบรรพบุรุษที่เชิงสร้างสรรค์ ★

กรณีศึกษาของบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์



ตัวอย่าง น้ำมะพร้าว ในบรรจุภัณฑ์ขวดมะพร้าวพลาสติกสุตหรุ จาก Pearl Royal ประเทศไทย



E = ในด้านการออกแบบที่ผสมผสานแนวความคิดที่ตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกที่เหมือนกับสินค้าที่มาจากธรรมชาติ

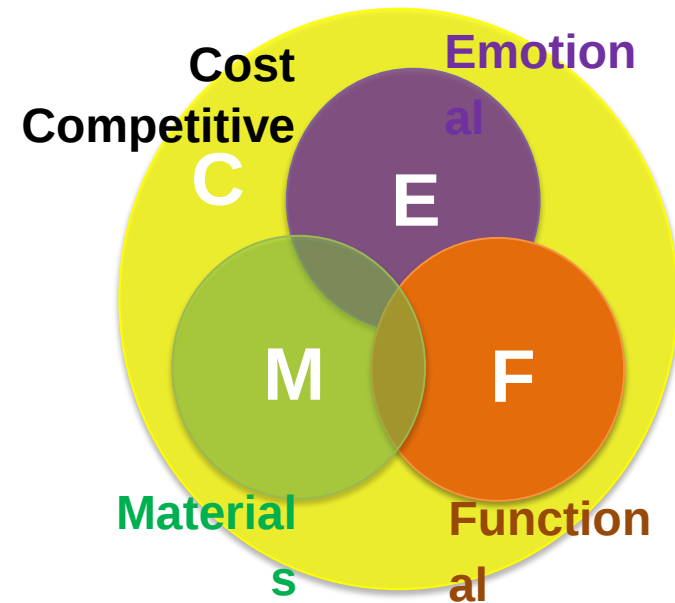
M = การเลือกใช้วัสดุที่มีการพัฒนาโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

F = ด้านการใช้งานที่มีการออกแบบที่เก็บหลอด และการเปิดปิดที่ง่าย

C = ในด้านราคาสินค้าชนิดนี้ได้มีการวางจำหน่ายแล้วจริงในห้างสรรพสินค้า และยังมีการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศมากกว่า 20 ประเทศ ใน 5 ทวีป



ตัวอย่าง ถังเบียร์ Heineken แบบหิ้วกลับ

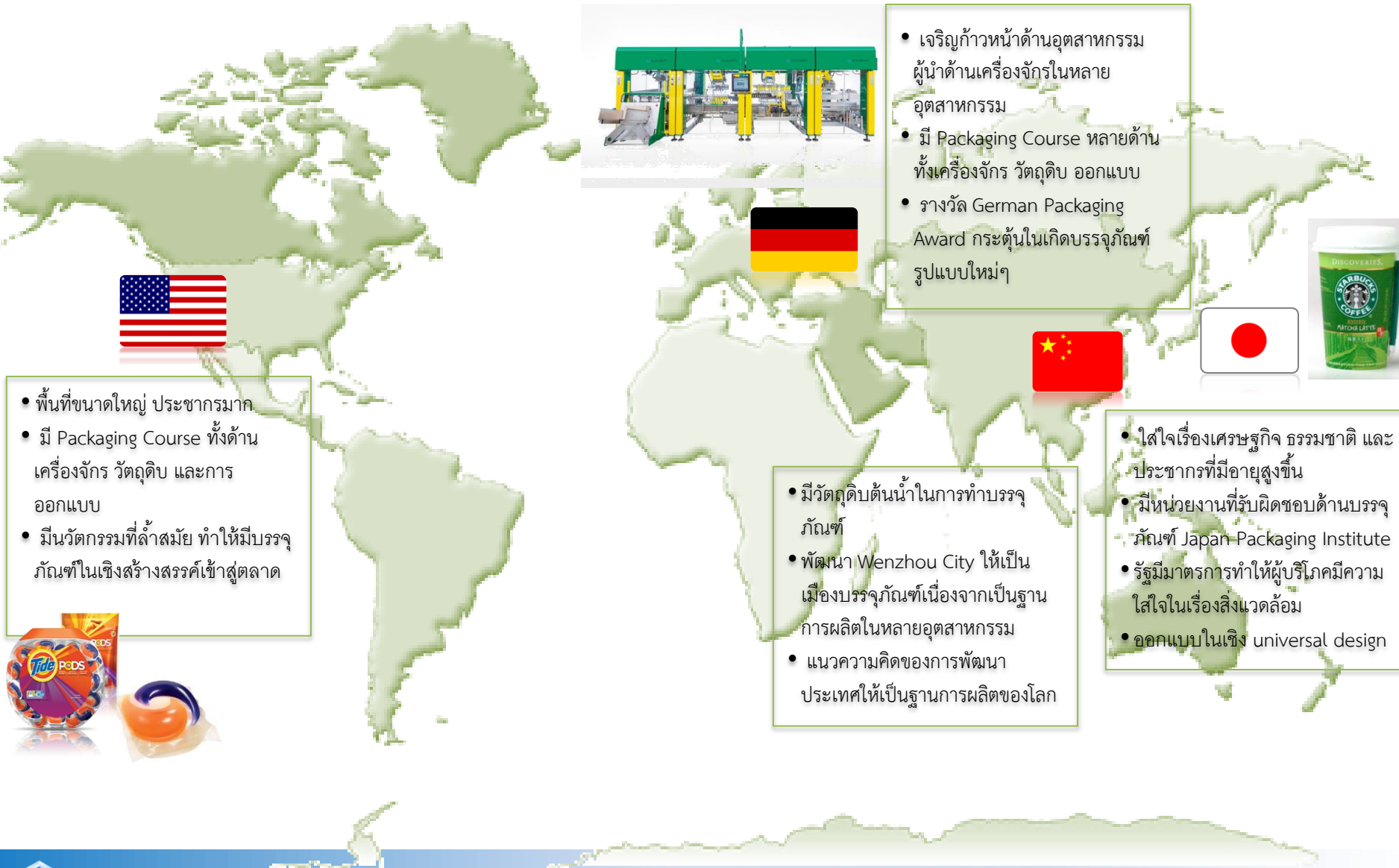


M = การเลือกใช้พลาสติก PET เพื่อสะดวกในการขนส่ง และมีน้ำหนักเบา

F & E = ด้านการใช้งาน และการออกแบบเบียร์ที่เก็บในถังนี้จะคงความสดใหม่นานถึง 30 วันหลังจากเปิดครั้งแรก และมีตัวตรวจวัดความดันที่มีลักษณะเหมือนก๊อกเปิดปิด (Lever-style tap actuator) เพื่อควบคุมฟองเบียร์ที่ออกมาจากถังซึ่งง่ายและสะดวกในการใช้งาน เพื่อให้การใช้งานมีประสิทธิภาพสูงสุด มีการออกแบบฉลากบนถังเบียร์นี้มีตัวตรวจวัดอุณหภูมิโดยการเปลี่ยนสี (Thermo-chromic indicator) เพื่อเป็นการส่งสัญญาณว่าเบียร์มีอุณหภูมิที่เหมาะสมในการดื่ม

C = ถังเบียร์ Heineken นี้เปิดตัวเข้าสู่ตลาดครั้งแรกภายใต้แบรนด์ Maes ในเนเธอร์แลนด์และได้รับความสนใจอย่างมาก

กรณีศึกษาประเทศที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์





★ แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ★

แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์



	ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมตามกรอบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์
ทุนมนุษย์ (HUMAN CAPITAL)	การพัฒนาทุนมนุษย์นั้นจำเป็นต้องเริ่มต้นพัฒนาที่ตัวบุคคล โดย ส่วนหนึ่งมาจากพรสวรรค์ที่มีมาแต่กำเนิด และอีกส่วนหนึ่งมาจากการเรียนรู้สิ่งรอบตัวและพัฒนาตนเอง โดยการส่งเสริมประสบการณ์ ดังนั้นการพัฒนาตัวบุคคลจึงมีความสำคัญในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างดี
ทุนสังคม (SOCIAL CAPITAL)	ทุนสังคมก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดยเริ่มต้นจากการยกระดับความร่วมมือในองค์กรก่อน ทั้งนี้การประชุมระดมสมอง การพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันจะช่วยให้เกิดแรงบันดาลใจและนำไปสู่การสร้างสรรค์สินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นได้
ทุนความรู้/ปัญญา (KNOWLEDGE CAPITAL)	ทุนด้านปัญญา เป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ ซึ่งทุนด้านปัญญามีความสำคัญค่อนข้างมาก เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างสินค้ามูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าบรรจุภัณฑ์ในอนาคต
ทุนโครงสร้าง (INFRASTRUCTURE CAPITAL)	โครงสร้างสนับสนุนเป็นปัจจัยหนึ่งที่คอยสนับสนุนให้การพัฒนาในทุกด้านนั้นสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่อง โดยจำเป็นต้องเริ่มต้นจากการปรับปรุงกฎระเบียบและวางนโยบายต่างๆ ให้สอดคล้อง ตลอดจนสนับสนุนในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสร้างสภาวะแวดล้อมให้มีการความเหมาะสมและเอื้อต่อการสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ

ความเชื่อมโยงระหว่างทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปสู่แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ยกระดับศักยภาพของ
ทรัพยากรบุคคลของ
อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

เพิ่มขีดความสามารถด้าน
การบริหารจัดการภายใน
องค์กร

ยกระดับและส่งเสริมการนำ
เทคโนโลยีในอุตสาหกรรม
บรรจุภัณฑ์

ปรับปรุง และพัฒนา
กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ
บรรจุภัณฑ์

แผนที่นำทางการพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์



แผนที่นำทางการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์						
ประเด็นยุทธศาสตร์	การดำเนินการ	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	ปี 5
ยกระดับศักยภาพของ ทรัพยากรบุคคลของ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์	จัดหาแรงงานให้กับผู้ประกอบการ	จัดทำรายงานโครงการวันสมัครจากแหล่งแรงงานต่างๆ ในประเทศ	ประสานงานกับหน่วยงานรัฐท้องถิ่นนำเจ้าแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน			
	พัฒนาคุณภาพของแรงงานในอุตสาหกรรม	จัดทำหลักสูตรทวิภาคี จะโรงเรียนเทคนิคทางไกล				
	พัฒนาคุณภาพของบุคลากรในด้านการออกแบบ	เปิดอบรมทักษะที่ใช้สำหรับการผลิตให้กับแรงงาน	ให้วิทยากรสนับสนุนด้านการศึกษาเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์			
				จัดทำหลักสูตรด้านการออกแบบสำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์		
เพิ่มขีดความสามารถด้าน การบริหารจัดการภายใน องค์กร ให้เป็นระดับสากล	การเพิ่มผลิตภาพ (productivity) ในการผลิต	ฝึกอบรมผู้ผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และผลผลิต โดยลดของเสียในกระบวนการผลิต รักษามาตรฐานการผลิต และลดต้นทุน				
	การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร	ฝึกอบรมในเชิงกลยุทธ์ในการบริหาร และการตลาด				
	สนับสนุนด้านเงินทุน			จัดประกวดรางวัลอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ดีเด่น ด้านการบริหารจัดการองค์กร		
				สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ สำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์		
				จัดทำ credit ranking		
ยกระดับและส่งเสริมการ นำเทคโนโลยีมาใช้ใน อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์	ส่งเสริมการตลาด	ให้สิทธิพิเศษทางภาษี สำหรับร้านค้า นำเข้าเครื่องจักร วัตถุดิบ โคมไฟและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวเนื่องกับบรรจุภัณฑ์		จัดประกวดรางวัลอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ดีเด่น ด้านการบริหารจัดการองค์กร		
				สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ สำหรับสินค้าที่ผลิตจากโรงงานวิจัยเพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์		
				จัดทำ credit ranking		
				สนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ สำหรับสินค้าที่ผลิตจากโรงงานวิจัยเพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์		
				จัดทำ credit ranking		
ยกระดับและส่งเสริมการ นำเทคโนโลยีมาใช้ใน อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์	ศูนย์กลางข้อมูลเทคโนโลยี / การผลิต / การตลาด/งานวิจัย และอื่นๆ	จัดทำศูนย์ข้อมูลกลาง มีการจัดรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น กระดาษพลาสติก แก้ว โลหะ เช่น ข้อมูลข่าวสาร สถิติ production technology โรงงาน เป็นต้น (Packaging intelligence unit)				
	ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการผลิต/การวิจัยและพัฒนา/ออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (technology and design)	จัดทำฐานข้อมูล ผลงานวิจัยของไทย และคัดสรรงานวิจัยระดับโลกที่น่าสนใจ เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการไทย				
		ส่งเสริมการใช้/ทางเทคโนโลยีการผลิต/เทคโนโลยีระดับโลกสู่ผู้ประกอบการไทย				
		สนับสนุนเงินทุนสำหรับงานวิจัยและการผลิตบรรจุภัณฑ์				
		พัฒนาต่อผลงานวิจัยและการผลิตบรรจุภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์เพื่อรองรับตลาดในระดับภูมิภาคและสากล				
ปรับปรุง และพัฒนา กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ บรรจุภัณฑ์	เสริมสร้างความมั่นคงด้านวัตถุดิบ สำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์	มีการพัฒนา วิจัย ด้านวัตถุดิบ ที่สอดคล้องไปกับแนวโน้มของตลาด				
	ยกระดับห้องปฏิบัติการทดสอบสำหรับบรรจุภัณฑ์	จัดทำฐานข้อมูล สร้างเครือข่ายห้องปฏิบัติการทดสอบ สำหรับบรรจุภัณฑ์				
	ยกระดับห้องปฏิบัติการทดสอบสำหรับบรรจุภัณฑ์	พัฒนา กระบวนการห้องปฏิบัติการทดสอบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานระดับสากล				
		สร้างห้องปฏิบัติการทดสอบบรรจุภัณฑ์ที่มั่นคงถาวร เพื่อใช้รับรองสินค้าเพื่อการส่งออก และป้องกันการค้าสินค้าดัดแปลงคุณภาพ				
ปรับปรุง และพัฒนา กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ บรรจุภัณฑ์	กำหนดและปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ	จัดทำฐานข้อมูล การดำเนินงานประเภทของบรรจุภัณฑ์ตามทิศทางการค้า				
		จัดทำมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมาตรฐานและปลอดภัย				
	การพัฒนาการบริหารจัดการและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	จัดทำมาตรการ/กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม				

