



### ความต้องการบรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียว สำหรับตลาดธุรกิจบริการอาหารเพิ่มสูงขึ้น

#### ประเด็นข่าว



สถาบันบรรจุภัณฑ์เพื่อธุรกิจบริการอาหาร (Foodservice Packaging Institute หรือ FPI) ของสหรัฐฯ ได้รายงานผลการสำรวจแนวความคิด การรับรู้ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในสหรัฐฯ เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจบริการอาหาร ซึ่งเป็นการสำรวจครั้งที่สอง โดยก่อนหน้านี้มีการสำรวจเมื่อปี 2562 ก่อนการระบาดของโควิด-19 และได้นำผลการสำรวจทั้งสองครั้งมาเปรียบเทียบ จึงได้รายงานข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

- ความต้องการบรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียว (single-use packaging) ภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่ม อาทิ จาน ชาม แก้ว ซ้อนส้อม ถ้วยกาแฟ ฯลฯ) เพิ่มสูงขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19
- ผู้บริโภคในสหรัฐฯ ให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียว เป็นอันดับหนึ่ง ด้วยการให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาด สุขอนามัย
- การแพร่ระบาดของโควิดได้มีอิทธิพลต่อแนวความคิด พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียว
- ความสำคัญอันดับรองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกัน การแกะ (protective/tamper proof) และป้องกันของเหลวหก/ไหล ออกมาจากบรรจุภัณฑ์ซึ่งอาจจะทำให้เปื้อนเสื้อผ้าหรือเบาะรถยนต์ เป็นต้น
- ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 50 ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียวอย่างน้อยอาทิตย์ละครั้ง
- ผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียวในทุกๆ วัน และผู้ที่การศึกษาระดับสูง มีการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียวมากกว่า ผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

ที่มา: <https://cstoredecisions.com> วันที่ 27 กรกฎาคม 2564

#### บทวิเคราะห์

#### อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของสหรัฐฯ

ตลาดบรรจุภัณฑ์สำหรับธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐอเมริกา มีมูลค่า 18.60 ล้านเหรียญฯ ในปี 2561 และคาดว่าจะในช่วงระหว่างปี 2562 - 2570 จะมีอัตราการเติบโต CAGR อยู่ที่ร้อยละ 6 และคาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 31.69 ล้านเหรียญฯ ภายในปี 2570

บรรจุภัณฑ์สำหรับธุรกิจบริการอาหารมีการผลิตในประเทศในอัตราสูงหรือประมาณร้อยละ 78 ผู้นำในการผลิตของสหรัฐฯ ได้แก่ Dart Container, Georgia-Pacific, Graphic Packaging, Novolex, Pactiv และ West Rock และนำเข้าเพียงร้อยละ 22 โดยมีจีนเป็นแหล่งนำเข้าสำคัญที่สุด

### แนวโน้มความต้องการบรรจุภัณฑ์

1. **บรรจุภัณฑ์ที่มีความต้องการสูง** ได้แก่ ภาชนะแบบ To Go ชนิดต่างๆ ทั้งประเภทพลาสติกและกระดาษ และภาชนะที่ใช้วัสดุทางเลือกในการผลิตหรือวัสดุย่อยสลายทางชีวภาพ เนื่องจากช่วยลดปริมาณขยะของโลก
2. **บรรจุภัณฑ์ที่มีความต้องการระดับปานกลาง** ได้แก่ ถุงพลาสติก Carry Out กล่องใส่พิซซ่า และบรรจุภัณฑ์ที่มีฝาพับครึ่ง (Clamshell)
3. **บรรจุภัณฑ์ที่มีความต้องการต่ำกว่าระดับปานกลาง** - ภาชนะโพลี

### ช่องทางและโอกาสของสินค้า

แม้ว่าภาวะการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ได้ทุเลาลง แต่ก็ไม่ได้ทำให้ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์จะลดลงไป ผลกระทบจากภาวะการระบาดได้ทำให้พฤติกรรมของผู้ให้บริการอาหารและผู้บริโภค เปลี่ยนไปในทางสนับสนุนและเพิ่มความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารมากขึ้น จึงเป็นช่องทางและโอกาสในการขยายตลาดบรรจุภัณฑ์เพื่อธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ

1. การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อช่วยปรับปรุงคุณภาพบรรจุภัณฑ์เพื่อการรักษาคุณภาพอาหารให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีการเก็บรักษาอาหารให้มีความสด ถูกสุขอนามัย (Hygiene) และปลอดภัยจากการปนเปื้อน (Contamination Free)

2. ธุรกิจบรรจุภัณฑ์อาหารมีการแข่งขันสูงและมีผลกำไรในอัตราต่ำ ในตลาดสหรัฐฯ การขยายการส่งออกบรรจุภัณฑ์ของไทยไปสหรัฐฯ ต้องเสี่ยงการแข่งขันกับบรรจุภัณฑ์จากคู่แข่ง ที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทย และมุ่งนำเสนอบรรจุภัณฑ์ทางเลือก ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติภายในประเทศที่มีอยู่มากมาย หรือเน้นสร้างความยั่งยืนของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ (Sustainability) ในกระบวนการผลิต

3. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สำคัญของสหรัฐฯ ได้แก่

3.1 NRA Restaurant Show ณ นครชิคาโก

[www.nationalrestaurantshow.com](http://www.nationalrestaurantshow.com)

3.2 Western Foodservice Show ณ เมืองอนาไฮม์ แคลิฟอร์เนีย

[www.westernfoodexpo.com](http://www.westernfoodexpo.com)

3.3 Pack Expo International ณ นครชิคาโก

[www.packexpointernational.com](http://www.packexpointernational.com)

\*\*\*\*\*