

รายงานสถานการณ์ของตลาดบรรจุภัณฑ์ในอินเดีย

1. ภาพรวมและทิศทางของตลาดบรรจุภัณฑ์ในอินเดีย

1.1 ขนาดและแนวโน้มการเติบโตในอินเดีย

อินเดียเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับสินค้าและบริการด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งข้อมูลของ Indian Institute of Packaging (IIP) ระบุว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ในอินเดียเพิ่มขึ้นหนึ่งเท่าตัว จาก 4.3 กก. ต่อคนต่อปี เป็น 8.6 กก.ต่อคนต่อปี โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์เพื่อทำความสะอาด/ของใช้ส่วนตัว ซึ่งสมาคมบรรจุภัณฑ์ของอินเดีย (Packaging Industry Association of India) คาดการณ์ว่าตลาดจะขยายตัวจากมูลค่า 5.05 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐในปี 2562 เป็น 2.05 แสนเหรียญสหรัฐในปี 2568 โดยในช่วงปี 2563 – 2568 จะเติบโตเฉลี่ยปีละประมาณ 26.7% ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราเติบโตสูงหนึ่งในห้าของอินเดีย และมีแนวโน้มจะขยายตัวต่อเนื่องรับการบริโภคและการจัดส่งแบบ home delivery รวมถึงการส่งออกของอินเดียในกลุ่มสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่รัฐบาลอินเดียพยายามส่งเสริมเป็นพิเศษด้วย

บรรจุภัณฑ์ในอินเดียแบ่งเป็นสองประเภทคือบรรจุภัณฑ์แบบคงรูปและแบบยืดหยุ่น (Rigid and Flexible Packaging) แบ่งเป็นบรรจุภัณฑ์แบบคงรูปในสัดส่วน 64% ของมูลค่าในตลาด และบรรจุภัณฑ์แบบยืดหยุ่น 38% ซึ่งวัสดุที่ใช้ในอุตสาหกรรมนี้กว่าครึ่งหนึ่ง (55%) เป็นพลาสติก ตามด้วยกระดาษ/กระดาษแข็ง (20%) และแก้ว (10%) โดยบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ถูกป้อนเข้าสู่โรงงานอาหารและเครื่องดื่ม (45%) ตามด้วยสินค้ายา/เวชภัณฑ์ (25%) และของใช้ส่วนตัว (10%) ดังนั้น ธุรกิจค้าปลีกและการจับจ่ายซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจึงมีส่วนสะท้อนแนวโน้มปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ในอินเดีย ซึ่งผลการศึกษาของ Euromonitor (2021) ได้คาดการณ์แนวโน้มความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าต่างๆ ไว้ ดังนี้

บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า		แนวโน้มการขยายตัวของตลาด
1.	ผักและผลไม้แปรรูป	- ในปี 2563 มีจำนวน 155 ล้านหน่วย ขยายตัว 6% โดยตลาดกำลังต้องการบรรจุภัณฑ์แบบใส สามารถมองเห็นผลไม้ได้ - คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 6% และในปี 2568 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 210 ล้านเหรียญหน่วย
2.	เนื้อสัตว์ และ อาหารทะเล	- ในปี 2563 มีจำนวน 241 ล้านหน่วย ขยายตัว 2% โดยตลาดกำลังต้องการอาหารแช่แข็ง และบรรจุภัณฑ์แบบ plastic pouch - คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 6% และในปี 2568 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 320 ล้านเหรียญหน่วย
3.	ซอส เครื่องปรุง	- ในปี 2563 มีจำนวน 9.3 พันล้านหน่วย ขยายตัว 17% โดยตลาดกำลังถูกขับเคลื่อนโดยการทำอาหารที่บ้านที่เพิ่มขึ้น - คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 9% และในปี 2568 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 13.9 พันล้านเหรียญหน่วย

บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า		แนวโน้มการขยายตัวของตลาด
4.	อาหารพร้อมรับประทาน	- ในปี 2563 มีจำนวน 643 ล้านหน่วย ขยายตัว 19% - คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 9% และในปี 2568 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 999 ล้านเหรียญหน่วย
5.	ขนมขบเคี้ยว/ของหวาน	- ในปี 2563 มีจำนวน 157 พันล้านหน่วย ขยายตัว 5% - คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 7% และในปี 2568 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 216.2 พันล้านหน่วย
6.	อาหารเด็กทารก	- ในปี 2563 มีจำนวน 321 ล้านหน่วย ขยายตัว 2% - คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 2% และในปี 2568 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 358 ล้านเหรียญหน่วย
7.	อาหารสัตว์เลี้ยง	- ในปี 2563 อาหารแมวแบบเปียกในบรรจุภัณฑ์แบบซองโลหะ ขยายตัวมากที่สุด 15% และกำลังมีความต้องการแบบบรรจุภัณฑ์แบบปิดที่สามารถเก็บรักษาอาหารที่เหลือได้ - คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 5% และในปี 2568 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 73 หน่วยล้านหน่วย
8.	เครื่องดื่มประเภทนม	ในปี 2563 ขยายตัว 5% คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 8%
9.	เครื่องดื่มร้อน	ในปี 2563 ขยายตัว 6% คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 5%
10.	เครื่องดื่มเย็น	ในปี 2563 ลดลง 3% คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 12%
11.	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	- ตลาดต้องการบรรจุภัณฑ์แบบกระป๋องเพิ่มขึ้น เช่น ไวน์กระป๋อง - คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 1% โดยในปี 2567 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 13.7 พันล้านหน่วย
12.	ของใช้ในบ้าน	- คาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ยปีละ 2% และในปี 2568 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 24.8 พันล้านหน่วย
13.	ของใช้ส่วนตัวและเครื่องประทีนผิว	- คาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ยปีละ 3% และในปี 2567 จะมีความต้องการใช้ประมาณ 27 พันล้านหน่วย

1.2 ตลาดมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อเข้าถึงตลาดในเมืองรองและเมืองเล็ก: การผลิตบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ยังคงมีอยู่เช่นเดิมเพราะสังคมอินเดียเป็นครอบครัวขนาดใหญ่และมักทำอาหารที่บ้าน โดยครอบครัวที่มีสมาชิกในครอบครัวค่อนข้างเยอะมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีขนาด 1,000 - 2,000 กรัม ในขณะที่ครอบครัวที่มีขนาดเล็กหรือพักอาศัยอยู่คนเดียวมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีขนาดบรรจุ 50 กรัม 100 กรัม และ 200 กรัม อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตรายใหญ่เริ่มมีการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กเพิ่มขึ้น เพื่อสนองตอบการบริโภคในเมืองรองและเมืองเล็กที่กำลังเพิ่มจำนวนในอินเดีย รวมถึงการเข้ามาของสินค้าใหม่ๆ ที่ยังอยู่ในช่วงทดลองตลาดและ

แนะนำให้ผู้บริโภคจู้จี้จุกจิกคุ้นเคยและลองซื้อไปใช้ ซึ่งคนอินเดียมีพฤติกรรมการบริโภคที่ค่อนข้างอนุรักษ์นิยม จึงมักมีการทดลองใช้สินค้าในปริมาณน้อยๆ ก่อน โดยเฉพาะอาหารที่มีความแปลกใหม่ อาทิ ซอสหรือเครื่องปรุงต่างๆ ยกตัวอย่างเช่นผลิตภัณฑ์นมตรา AMUL ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายสำคัญของอินเดีย ได้ออกผลิตภัณฑ์นมและไอศกรีมในขนาดเล็กลงเพื่อสอดรับครอบครัวเดี่ยวในเขตเมืองที่มีขนาดเล็ก และเข้าถึงคนชนบท/ชุมชนผู้มีรายได้ระดับปานกลาง-ล่างได้ง่ายขึ้น ซึ่งยังมีการบริโภคที่จำกัดแต่เติบโต และเริ่มมีค่านิยมบริโภคนมที่มีคุณภาพมากขึ้น

1.3 **กระแสการคำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อมที่พัฒนากลายเป็นกฎระเบียบ:** สังคมอินเดียเริ่มตระหนักถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการไม่รักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยในแง่ของสุขภาพ เป็นที่ทราบกันทั่วไปในอินเดียแล้วว่า การบริโภคแป้งและน้ำตาลกำลังส่งผลให้คนอินเดียจำนวนมากต้องเสียค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และสิ้นเปลืองทรัพยากรของรัฐในการรักษาพยาบาล ทำให้ค่านิยมการบริโภคขนมหวานที่เริ่มลดลง อาทิ การหันมาเลือกซื้อช็อกโกแลตที่มีขนาดเล็กลงและอาหารพร้อมรับประทานที่มีขนาดประมาณ 285-300 กรัม นอกจากนี้ อาหารและเครื่องดื่มในบรรจุภัณฑ์ (Packaged Food) ยังเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นจากภาวะโรคระบาด เนื่องจากสามารถมั่นใจในความสะอาดและปลอดภัยจากเชื้อโรค

ในขณะเดียวกัน คนอินเดียในเมืองใหญ่กำลังตระหนักในปัญหาที่เกิดจากขยะที่มีมากเกินไป ซึ่งอินเดียมีปริมาณขยะพลาสติกจำนวนมากถึงปีละ 9.46 ล้านตัน โดยกว่าครึ่งหนึ่งเป็นภาชนะบรรจุอาหารและเครื่องดื่มแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use) และแบบรีไซเคิล ซึ่งกระบวนการแปรสภาพเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ก็มีต้นทุนและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน เช่น การนำเศษกระดาษที่ใช้แล้วมาผลิตเป็นกระดาษใหม่จะต้องใช้น้ำมากถึง 10 ลิตรต่อกระดาษที่ได้ 1 กก. เป็นต้น ดังนั้น ตั้งแต่ปี 2562 เป็นต้นมา รัฐบาลจึงประกาศนโยบายลดปริมาณขยะเพื่อให้ผู้ผลิตสินค้าในอินเดียทยอยปรับเปลี่ยนวัสดุและกระบวนการผลิตรองรับกับกฎระเบียบด้านบรรจุภัณฑ์ที่จะบังคับใช้ในปี 2565 รวมทั้งเป็นการปฏิบัติตามความต้องการของประเทศคู่ค้าอย่างสหภาพยุโรปด้วย อาทิ การระบุข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ให้ละเอียดมากขึ้นว่าอาหารในบรรจุภัณฑ์มีระดับน้ำตาล โซเดียม และไขมันมากน้อยเพียงใด ตามมาตรฐานของ WHO

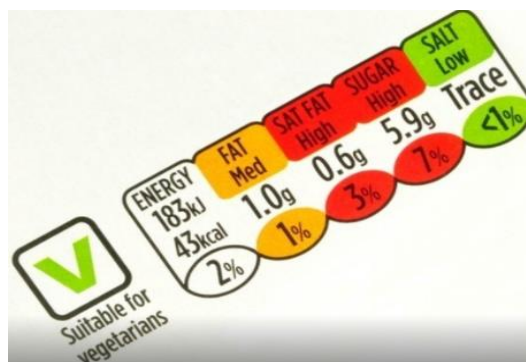
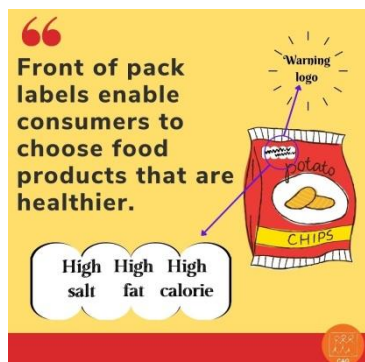
2. โอกาสและความท้าทายของบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าต่างๆ

2.1 **บรรจุภัณฑ์สำหรับร้านอาหาร:** จากแนวโน้มการระบาดของโควิด-19 ที่น่าจะดำเนินต่อไปอีกหลายระลอก ทำให้เกิดความจำเป็นที่ต้องสั่งอาหารมารับประทานที่บ้านหรือสำนักงาน โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ในอินเดียจึงเร่งผลิตภาชนะและอุปกรณ์ (Compostable Tableware & Packaging) สำหรับการให้บริการของร้านอาหารและการจัดเลี้ยงต่างๆ ที่ต้องใช้ภาชนะแบบใช้แล้วทิ้งแต่ย่อยสลายได้เอง อาทิ ถ้วย/จาน ช้อน/ส้อม ถัง ขวด หลอด และแก้ว โดยเฉพาะร้านอาหารจานด่วน (Quick-Service Restaurant/Fast Food Chain) ที่ให้บริการแบบ Takeaway และ Delivery โดยภาชนะเหล่านี้มักทำมาจากกากอ้อยที่ทนความร้อนและความเย็นได้สูงสุด 140°C และ -20°C และสามารถย่อยสลายในดินได้ภายใน 90 วัน โดยไม่ต้องใช้สารเคมีในการเร่งปฏิกิริยา นอกจากภาชนะเหล่านี้แล้ว ภาชนะโรคระบาดกำลังทำให้เกิดความต้องการฟิล์มสำหรับห่ออาหารสด (Food Wrap) เพิ่มขึ้นด้วย ทั้งเพื่อการจำหน่ายในประเทศและการส่งออก



www.financialexpress.com

2.2 บรรจุกฎบัตรสำหรับอาหารพร้อมปรุง/พร้อมทาน: การคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพส่งผลให้หน่วยงานของรัฐต้องปรับกฎระเบียบให้เข้มงวดขึ้นตามลำดับ โดยล่าสุด องค์การด้านมาตรฐานและความปลอดภัยทางอาหาร (Food Safety and Standards Authority of India: FSSAI) ได้ประกาศแผนที่จะบังคับใช้ข้อกำหนดใหม่เกี่ยวกับฉลากของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูป (Front-of-Package Labeling: FOPL) โดยในเดือนพฤศจิกายน 2564 โดยจะต้องมีการระบุบนบรรจุกฎบัตรว่าสินค้านั้นๆ มีปริมาณไขมัน เกลือ และ น้ำตาลอยู่ในปริมาณมากน้อยเพียงใด นอกเหนือจากคุณค่าทางโภชนาการต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคที่เป็นโรคอ้วน เบาหวาน และความดันโลหิตสูง ซึ่ง FSSAI คาดว่าจะอ้างอิงแนวทางปฏิบัติของ WHO ในการกำหนดเกณฑ์การจัดระดับปริมาณไขมัน เกลือ และ น้ำตาลของผลิตภัณฑ์อาหาร



www.cag.org.in

ในแง่ของค่านิยมการบริโภค คนอินเดียจำนวนหนึ่งกำลังตระหนักถึงปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการบริโภค โดยตัวเลขสถิติจากหลายสถาบันในอินเดียสะท้อนถึงความจำเป็นที่คนอินเดียต้องปรับพฤติกรรมทางอาหาร รวมถึงการให้ความรู้ทางโภชนาการผ่านทางบรรจุกฎบัตรมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่นข้อมูลจาก National Family Health Survey ของอินเดียที่ระบุว่า 28% ของประชากรอินเดียมีความดันโลหิตสูง และพบว่าประชากรในเขตเมืองเกือบครึ่งหนึ่งมักมีน้ำหนักมากเกินไป ซึ่งเกิดจากบริโภคอาหารแปรรูปและอาหารแปรรูปแบบพิเศษ (Processed and Ultra-processed Food) เป็นประจำ จากการศึกษาของหลายสถาบันประกอบการผลักดันของผู้ผลิตหลายราย ทำให้รัฐบาลปรับกฎระเบียบว่าด้วยฉลากบนบรรจุกฎบัตรให้มีข้อมูลที่ละเอียดขึ้น เพื่อลดการสูญเสียค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ข้อกำหนดและค่านิยมเหล่านี้จึงสะท้อนโอกาสของสินค้าที่คำนึงถึงสุขภาพ รวมถึงการออกแบบบรรจุกฎบัตรที่จะสื่อสารกับผู้บริโภคได้มากขึ้นตามไปด้วย

2.3 บรรจุภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง: สถานการณ์ในช่วงโควิดทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องซื้ออาหารสำหรับสุนัขและแมวในขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อเตรียมตัวหากเกิดภาวะสินค้าขาดแคลน และลดความเสี่ยงจากการเดินทางออกไปนอกบ้าน รวมถึงการได้ของแถมจากการซื้อคราวละมากๆ ด้วย พฤติกรรมเหล่านี้ส่งผลให้มีการซื้อสินค้าในหีบห่อที่มีขนาดใหญ่ขึ้นและส่งผลกระทบต่อความต้องการบรรจุภัณฑ์ตามไปด้วย โดยบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าสุนัขและแมวมีแนวโน้มจะขยายตัวต่อเนื่อง คาดว่าในปี 2025 จำนวนบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 73 ล้านยูนิต สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเริ่มมีให้เห็นในตลาดบ้างแล้ว อาทิ บรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขยี่ห้อ Choostix และ Meat up ที่หันมาใช้กระปุกแบบ PET

2.4 บรรจุภัณฑ์สำหรับของใช้ส่วนตัว (Personal Care): บรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอาง/เครื่องประทินผิวมีจำนวนมากขึ้นตามจำนวนประชากรที่ขยายตัว ผู้ผลิตในอินเดีย ยกตัวอย่างเช่น L'Oreal, Procter & Gamble และ Unilever ได้ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์มาใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว โดยสื่อสารให้สังคมได้รับรู้ผ่านการโฆษณาและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อความแตกต่างว่าสินค้าของตนไม่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีสารเคมีเป็นส่วนประกอบ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปฏิกิริยาและผลกระทบต่อร่างกายแบบสะสมได้ในระยะยาว รวมทั้งเป็นการเตรียมสนองต่อกฎระเบียบที่ห้ามไม่ให้ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง นอกจากนี้ สถานการณ์โควิดยังได้ส่งผลให้คนอินเดียคำนึงถึงความปลอดภัยจากเชื้อโรคและเกิดการความต้องการใช้ถุงซิปล็อคเพิ่มขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการจัดเก็บของใช้ส่วนตัวให้เป็นสัดส่วนและไม่ปนเปื้อนกับอากาศภายนอกด้วย

IMPROVING SAFETY STANDARDS

- To launch any cosmetic in India, importer/ manufacturer have to seek approval with data on safety and effectiveness
- All cosmetics sold in India must comply with BIS labelling norms
- No cosmetic may purport or claim to purport any idea which is false or misleading
- No use of animals for testing of cosmetics
- In case of voluntary recall, state and central regulators have to be informed about the move as well as the action taken to prevent any risk
- No cosmetic shall be imported unless 'use before or use by' date is later than six months from date of import



www.nkgabc.com



www.nspackaging.com/analysis/eco-friendly-cosmetics-packaging/

ในแง่ของขนาด ผู้ผลิตยังคงใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น สเปรย์ดับกลิ่นกายและเครื่องสำอางของผู้หญิง เช่น ครีมกันแดด และ น้ำหอม เป็นต้น ได้มีการผลิตสินค้าขนาดพกพาได้มากขึ้น เพื่อสามารถนำไปใช้ในระหว่างวันหรือภายหลังจากการออกกำลังกาย รวมทั้งเป็นขนาดที่ผู้บริโภครุ่นใหม่สามารถทดลองซื้อไปใช้ได้ง่าย ทำให้เกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์ประเภทหลอดใส่ครีม ขวดโลหะขนาด 120 ml และขวด HDPE ขนาด 18 ml อย่างไรก็ตาม บรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ยังคงเป็นที่นิยมอยู่สำหรับสินค้าพื้นฐาน อาทิ ครีมอาบน้ำ และยาสระผม เนื่องจากเหตุผลด้านความคุ้มค่าและมักจะมีส่วนลดเมื่อเทียบกับการซื้อผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กสำหรับฉลากบนบรรจุภัณฑ์ ตลาดมีแนวโน้มจะเพิ่มการสื่อสารให้มีรายละเอียดมองเห็นได้

ชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กที่จะต้องไม่ทำให้เกิดการระคายเคือง รวมถึงความเสี่ยงต่อผู้ที่อาจมีอาการแพ้ด้วย

2.5 บรรจุภัณฑ์สำหรับของใช้ทำความสะอาดบ้าน (Homecare): สถานการณ์โควิดและการทำงานที่บ้านทำให้เกิดความต้องการสินค้าประเภทน้ำยาฆ่าเชื้อมากขึ้น อาทิ สเปรย์แอลกอฮอล์ เจลล้างมือ น้ำยาล้างผัก/ผลไม้ และ น้ำยาล้างจาน ส่งผลต่อความต้องการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเหล่านี้เพิ่มขึ้นด้วย ทั้งสำหรับการใช้ในบ้านและสำนักงาน โดยภาชนะพลาสติก HDPE ซึ่งตลาดมีความต้องการสูงขึ้นในช่วงปี 2563 ที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นวัสดุที่คงทนต่อสารเคมี ราคาถูกกว่าและสามารถนำมาใช้ใหม่ได้ นอกจากนี้ ข้อมูลจาก Procter & Gamble ระบุว่าตลาดมีแนวโน้มที่จะต้องการบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีสีสันดึงดูดสายตาได้มากขึ้น เพื่อการแข่งขันกันในสื่อออนไลน์และตลาด e-commerce ด้วย

2.6 บรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดส่ง/โลจิสติกส์: สถานการณ์โควิดทำให้ธุรกิจค้าปลีกและบริการร้านอาหารต้องปรับตัวไปสู่การส่งสินค้าทางออนไลน์และการจัดส่งของถึงบ้าน ส่งผลให้เกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะความต้องการใช้กล่องลูกฟูกที่เพิ่มขึ้นประมาณ 50% ซึ่งเป็นสินค้าที่ผลิตจากกระดาษคราฟท์ในอินเดีย ทั้งนี้ คาดว่าอินเดียจะขาดแคลนบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งอย่างต่อเนื่อง



www.recyclingtoday.com

ความต้องการดังกล่าวส่งผลให้เกิดความต้องการนำเอาวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตเป็นเยื่อกระดาษ ได้แก่ เศษกระดาษ แผ่นกระดาษแข็ง และกล่องกระดาษเก่าที่นำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งอินเดียต้องพึ่งพาการนำเข้าเศษกระดาษเหล่านี้มากถึง 70% ของวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในอินเดีย โดยนำเข้าจากประเทศในยุโรปและสหรัฐฯ แต่ในระยะ 6-7 เดือนที่ผ่านมา การจัดเก็บกระดาษที่ไม่ใช่แล้ว (Waste Paper) ในยุโรปและสหรัฐฯ ทำได้ลดลงประมาณ 30% จากปริมาณการใช้กระดาษคนยุโรปที่ลดลงในช่วงโรคระบาด ประกอบกับการที่ผู้ผลิตเยื่อกระดาษในอินเดียหันไปส่งออกเยื่อกระดาษรีไซเคิลให้กับจีนแทนการขายให้โรงงานผลิตกระดาษในอินเดียอันเนื่องมาจากราคาที่จีนรับซื้อสูงกว่าเยื่อกระดาษที่ขายในอินเดีย ซึ่งเป็นผลจากการที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้นำเข้าเยื่อกระดาษได้ (Recycled Pulp) โดยไม่มีข้อจำกัดตั้งแต่ต้นปี 2564

ทั้งนี้ คาดว่าในปีต่อไปความต้องการนำเข้าเยื่อกระดาษของจีนจะเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 20% จึงมีแนวโน้มว่าอินเดียจะขาดแคลนเยื่อกระดาษเพื่อนำมาป้อนห่วงโซ่การผลิตกล่องกระดาษอย่างต่อเนื่องต่อไปด้วย สถานการณ์

ข้างต้นจึงสะท้อนถึงโอกาสสำหรับบรรจุกภัณฑ์ประเภทกล่องลูกฟูก รวมถึงวัสดุหีบต่างๆ ที่ไทยอาจเข้ามาแทรกช่องว่างในตลาดได้ หากสามารถเทียบเคียงตลาดกับจีนและเวียดนาม

3. คู่แข่งในตลาดและบริบทการแข่งขัน

อินเดียมีผู้ผลิตบรรจุกภัณฑ์ที่เป็นเจ้าตลาดอยู่หลายราย อย่างไรก็ตาม รัฐบาลอินเดียโดยหน่วยงานด้านการส่งเสริมการลงทุน (Invest India) ก็ส่งเสริมให้ผู้ผลิตต่างชาติเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้เช่นกัน เพื่อเป็นการสร้างงานและใช้วัตถุดิบในประเทศ และยกระดับคุณภาพสำหรับการส่งออก โดยเฉพาะบรรจุกภัณฑ์ที่ช่วยพัฒนาการจับเก็บสินค้าให้สามารถคงสภาพความสดและยืดอายุ (shelf life) ได้นานขึ้น รองรับการกระจายสินค้าภายในอินเดียและการส่งออก รวมถึงบรรจุกภัณฑ์และภาชนะประเภท bio/eco-friendly และบรรจุกภัณฑ์ที่ต้องอาศัยการออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์ด้วย

Profiles of Packaging Manufacturers

Company	Description
Jindal Poly Films Limited	B.C. Jindal Group company; Established in 2003; Manufacturing unit at Nasik - world's largest single location BOPTE and BOPP film plant; Among the 10 largest BOPET companies in the world; Products: PET films, BOPP films, metallised films and coated films.
Positive Packaging Industries Limited	Enpee Group company; Manufacturing units in India, Nigeria and UAE; Products: printed and laminated barrier grade flexible packaging materials.
Uflex Limited	Inception in 1983; Manufacturing units in India and Dubai- FDA and BGA approved; Products: polyester chip, BOPET, BOPP and CPP films (plain and laminated), coated films, laminates, pouches, holographic films, inks and adhesives.
Essel Propack	Part of Essel Group; 23 facilities in 12 countries; Products: laminated tubes, plastic tubes, caps and closures, Etain and Egnite; World's largest manufacturer of laminated tubes.
Paharpur 3P	Established in 1987 by Paharpur Cooling Towers; Located in Delhi-NCR; Products: aluminium foil, laminates, pouches and specialty films.
Multi-Flex Lami-Print Limited	Manufacturing unit at Mahad, Maharashtra; Products: polyester, BOPP, metallised polyester, aluminium-foil, polyethylene and cast polypropylene (CPP).
Cosmo Films	Established in 1981; Manufacturing units in India, Korea and Netherlands; Products: BOPP, wet laminating, printing and pouching, label films, soap wrap films, over wrap films, value added films and, tapes and textiles.
The Paper Products Limited	Established in 1935; Products: foil and paper laminates, high barrier products, holographic images, hot melt and cold seal coatings, preformed pouches.
Jhaveri Flexo India Limited	Established in 1998; Manufacturing units at Silvassa and Aurangabad; Products: durable laminates, cling film, stretch film, surface protection film, stretch hood film and 5-layer CPP barrier film.
Garware Polyester Limited	Among the largest polyester film companies with 20 years of operations; Manufacturing units at Aurangabad; Products: clear film with heat seal layer on one side, laminates and packaging grade metallised film.
Polyplex Corporation Limited	Established in 1984; Among the five largest polyester film companies in the world; Manufacturing units in India, Thailand and Turkey; Products: polyester film.
Umax Packaging	Manufacturing unit at Mogra, Rajasthan; Products: stand-up pouches, shrink films and LDPE shrink films.

Sources: IMaCS Research

นโยบายส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้สะท้อนถึงความพยายามที่อินเดียจะลดการนำเข้าและพึ่งพาตนเองให้ได้ในระยะยาว ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปตั้งโรงงานและสร้างช่องทางการจำหน่ายในอินเดีย โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีสูง อาทิ ถุงที่ใช้ในทางการแพทย์ (medical device packaging) ถุงขยะทางการแพทย์ ถุงเก็บนมแม่ กระดาษห่อ/กล่องของขวัญ และสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ รวมทั้งการเข้าไปให้บริการวางระบบการผลิตบรรจุภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร อาทิ ฟางข้าว มันสำปะหลัง ชานอ้อย และใบไม้ ซึ่งสร้างรายได้ให้เกษตรกร จึงมีโอกาสนี้ผู้ประกอบการจะได้รับการสนับสนุนด้านการลงทุนจากหน่วยงานในท้องถิ่นด้วย

4. แนวทางการปรับตัวรองรับสถานการณ์ด้านบรรจุภัณฑ์ในอินเดีย

4.1 การเตรียมพร้อมรับกฎระเบียบด้านฉลากบนบรรจุภัณฑ์อาหาร: จากแผนการบังคับใช้ข้อกำหนดของ FSSAI ที่ให้มีการระบุระดับความหวาน-มัน-เค็มของอาหารแปรรูป ผู้ผลิตและส่งออกสินค้าจากไทยควรพิจารณาปรับสูตรของอาหารพร้อมรับประทาน ขนมขบเคี้ยว ไอศกรีม และ เครื่องดื่มต่างๆ ให้มีปริมาณพลังงานอยู่ในระดับที่ไม่ส่งผลให้เกิดระดับน้ำตาลและไขมันในเลือดสูง รวมทั้งออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีการแสดงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดโรคที่เกิดจากพฤติกรรมบริโภค โดยใช้ถ้อยคำและสัญลักษณ์ที่เห็นได้ชัดเจน

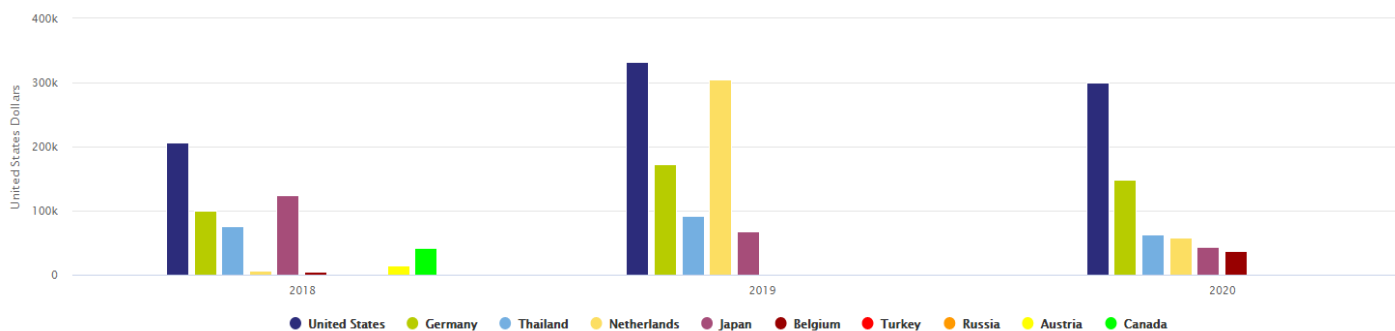
4.2 แสวงหาตลาดสำหรับสินค้าชั้นกลางเพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับบรรจุภัณฑ์: การที่รัฐบาลอินเดียจะประกาศห้ามการใช้พลาสติกแบบใช้ได้ครั้งเดียวโดยมีผลบังคับใช้ทั่วประเทศในปี 2565 ที่จะมาถึงนี้ จะทำให้ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ชีวภาพในอินเดียจำเป็นต้องจัดหาโพลีเมอร์ชีวภาพและกระดาษชนิดที่ใช้ทำภาชนะใส่อาหาร (HS Code 4804.42.10 / 4804.52.10) โดยเฉพาะในช่วงแรกๆ อินเดียยังอยู่ระหว่างการยกระดับอุตสาหกรรมนี้และอาจขาดแคลนวัตถุดิบ/สินค้าชั้นกลาง

สำหรับแนวโน้มการขาดแคลนกล่องกระดาษ (4819.10) ข้อมูลสถิติพบว่าในปี 2563 อินเดียนำเข้าจากเวียดนามและมาเลเซียเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง 1,096% และ 118% ตามลำดับ ในขณะที่ มีการนำเข้าจากไทยเล็กน้อยในสัดส่วนเพียง 0.48% ของการนำเข้าทั้งหมด ด้วยมูลค่า 1.36 แสนเหรียญสหรัฐ ขยายตัว 19% อย่างไรก็ตาม การนำเข้ากล่องกระดาษจากไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงสามปีที่ผ่านมา สะท้อนความเป็นไปได้ว่าไทยน่าจะสามารถขยายตลาดในอินเดียได้อย่างน้อยในช่วงที่ภาวะโรคระบาดยังคงอยู่ เช่นเดียวกับกับการส่งออกกระดาษคราฟท์ไปยังอินเดีย ซึ่งไทยยังสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้อีก โดยในปีที่ผ่านมา อินเดียนำเข้าจากคู่แข่งอย่างเวียดนามและอินโดนีเซีย เพิ่มขึ้นถึง 7,067% และ 187% ตามลำดับ

ในส่วนของเยื่อกระดาษซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตบรรจุภัณฑ์ (4706.20) อินเดียนำเข้าจากสหรัฐฯ ในสัดส่วน 46% ของการนำเข้าทั้งหมด ตามด้วยเยอรมนี (22%) ไทย (9%) เนเธอร์แลนด์ (8.9%) และ ญี่ปุ่น (6.6%) ทั้งนี้ การขนส่งจากยุโรปมีระยะทางไกล ในขณะที่ ยุโรปเริ่มนำเศษกระดาษมาผลิตเป็นกระดาษรีไซเคิลเพื่อใช้เองมากขึ้นด้วย จึงน่าจะเป็นปัจจัยบวกสำหรับไทยในการเข้าไปแทนที่ส่วนแบ่งตลาดของยุโรป

นอกจากนี้ ไทยอาจมีโอกาสดึงดูดวัสดุที่ใช้ทดแทนเศษกระดาษไปยังอินเดียด้วย อาทิ เศษไม้/ขี้เลื่อย (4401.40) ซึ่งในขณะนี้ อินเดียนำเข้าจากเวียดนามอยู่เป็นมูลค่าประมาณ 1 แสนเหรียญสหรัฐ ขยายตัวต่อเนื่องสามปี โดยในปี 2563 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 11% และครองตลาดในสัดส่วน 34%

India Import Statistics, Products: 470620 (Pulps Of Fibers Derived From Recovered (Waste And Scrap) Paper Or Paperboard), Value: Annual through 2020



ที่มา: Global Trade Atlas

4.3 ผู้ประกอบการไทยที่มีความพร้อมควรพิจารณาเข้ามาลงทุนตั้งโรงงานหรือเป็นที่ปรึกษาในการติดตั้งและจัดระบบการผลิตบรรจุภัณฑ์ชีวภาพ โดยควรศึกษารูปแบบและราคาสินค้าจากคู่แข่งในอินเดีย อาทิ Plastobags, True Green, Ecolife, Envigreen, Earthware, Earthsoul และ papermart.com เพื่อใช้ในการวางแผนการแข่งขันในตลาด โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีสูง เช่น บรรจุภัณฑ์ที่สามารถทนต่ออุณหภูมิ ความเป็นกรด/ด่าง และแรงดัน รวมทั้งสามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือย่อยสลายเองได้ (recyclable and bio-degradable) ซึ่งจะช่วยให้อินเดียนำไปใช้ในการส่งออกไปยังประเทศที่ต้องการมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมต่อไปได้ ทั้งนี้ อาจพิจารณานำเข้าวัตถุดิบต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากแป้งมันสำปะหลังของไทยมาใช้ในกระบวนการผลิตได้ด้วย

สศต. ณ เมืองมุมไบ
thaitrademumbai@gmail.com