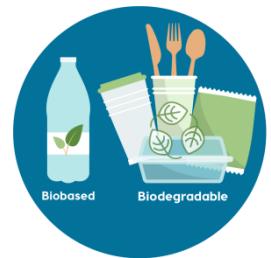




## ตลาดบรรจุภัณฑ์สีเขียวมีแนวโน้มรุ่งเรืองในสหรัฐอเมริกา

### ประเด็นข่าว



ตลาดบรรจุภัณฑ์สีเขียว (Green Packaging) หรือจะเรียกได้ในหลายๆ ชื่อ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์แบบยั่งยืน (Sustainable packaging) ผลิตภัณฑ์ทางเลือกใหม่ แนวรักษ์โลก หรือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลาดในปีที่ 2563 ผ่านมามีมูลค่าทั่วโลก 232 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และคาดว่าช่วงระหว่างปี 2565-2570 ตลาดบรรจุภัณฑ์สีเขียวจะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 319 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือจะมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 5.5 ตามข้อมูลในรายงานการศึกษาตลาดบรรจุภัณฑ์เชิงลึกของของบริษัทวิจัย IMARC Group ในสหรัฐฯ

บรรจุภัณฑ์สีเขียวมีหลายรูปแบบ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ทำจากพืช หรือไบโอดีกรีเซล หรือแบบที่ย่อยสลายทางชีวภาพ ซึ่งกระบวนการผลิตมีทั้งการใช้แหล่งพลังงานหมุนเวียนจากแหล่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นพลังงานลม พลังงานแสงอาทิตย์หรือเชื้อเพลิงชีวภาพ ซึ่งล้วนเป็นกระบวนการที่ช่วยลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์หรือปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยเข้าบรรยากาศ

การติดตามและเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องของบริษัท IMARC Group พบว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบตลาดและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคทั่วโลกในหลายๆ ประเทศที่หันมาให้ความสำคัญและสนับสนุนเรื่องสิ่งแวดล้อมและสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งปัจจัยทางด้านค่าขนส่งและต้นทุนด้านพลังงานเชื้อเพลิงที่เพิ่มสูงขึ้นได้มีส่วนช่วยผลักดันการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์สีเขียว

นอกจากนี้แล้ว ในเดือนมกราคม 2563 ที่ผ่านมามีบริษัท Nestle ได้ขานรับตลาดบรรจุภัณฑ์สีเขียว ด้วยการลงทุนมูลค่า 2.1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพื่อปรับเปลี่ยนการใช้บรรจุภัณฑ์จากพลาสติกบริสุทธิ์เป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลเกรดอาหาร อีกทั้งบริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนแก่บริษัทสตาร์ทอัพสีเขียวอีกหลายบริษัทด้วยเงินลงทุน 260 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากนี้แล้ว บริษัท H & M AB ผู้ค้าปลีกยักษ์ใหญ่วงการธุรกิจแฟชั่นที่หันไปใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพและวัสดุจากกระดาษแบบยั่งยืน

ที่มา: [www.digitaljournal.com](http://www.digitaljournal.com) วันที่ 11 เมษายน 2565

### บทวิเคราะห์

#### ตลาดบรรจุภัณฑ์สีเขียวในสหรัฐฯ

ตลาดบรรจุภัณฑ์สีเขียวในประเทศสหรัฐฯ มีมูลค่าตลาด 25.8 พันล้านเหรียญฯ ในปี 2563 และคาดว่ามูลค่าตลาดจะเพิ่มขึ้นเป็น 34.5 ในปี 2568 หรือขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละร้อยละ 6

บรรจุภัณฑ์สีเขียวในสหรัฐฯ แยกเป็น 3 กลุ่ม คือ บรรจุภัณฑ์รีไซเคิล คิดเป็นร้อยละ 60 บรรจุภัณฑ์ Reusable คิดเป็นร้อยละ 30 และ บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพร้อยละ 10

บรรจุภัณฑ์สีเขียวส่วนใหญ่จะใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและบริการ อาหารคิดเป็นร้อยละ 60 ใช้ในอุตสาหกรรม Healthcare ร้อยละ 19 ใช้ในอุตสาหกรรมสินค้า Personal care ร้อยละ 10 และอื่นๆ ร้อยละ 11

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการรายสำคัญในวงการสินค้าอาหารสหรัฐฯ เช่น บริษัท Mondelez ยักษ์ใหญ่แห่งวงการอาหารได้ประกาศแผนการใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งหมดเป็นแบบรีไซเคิลภายในปี 2568 บริษัท Nestle, Unilever และ PepsiCo ได้ตกลงที่จะดำเนินการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนผสมหรือผลิตจากรีไซเคิลและย่อยสลายได้ทางชีวภาพภายในปี 2568 เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการบรรจุภัณฑ์สีเขียวในอนาคตของตลาดสหรัฐฯ

ผู้ประกอบการรายสำคัญด้านการผลิตในวงการธุรกิจบรรจุภัณฑ์สีเขียวในสหรัฐฯ ได้แก่ บริษัท DuPont, Sealed Air Corporation, PlastiPaK Holdings, Bemis, Crown Holdings, Sonoco Products, Bell Corporation, Evergreen Industry สำหรับผู้ประกอบการจากต่างประเทศ ได้แก่ บริษัท Uflex Limited (India) ELOPAK Group (Norway), Amcor Limited (Switzerland), Mondi Limited (UK), Ardagh Group Company (Luxemburg), TetraPak International S.A. (Switzerland)

### แนวโน้มบรรจุภัณฑ์อาหารสหรัฐฯ

**Package Planet:** วัฒนธรรมแบบใช้แล้วโยนทิ้งจะได้รับการวิวัฒนาการให้เป็นบรรจุภัณฑ์ยุคใหม่ที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยลดเศษอาหารของโลก บรรจุภัณฑ์จึงต้องสื่อและให้ข้อมูลและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบ

**Re-package:** ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ธุรกิจอีคอมเมิร์ซจะมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มยอดขาย ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องดึงดูดและสะท้อนถึงความคาดหวังให้ผู้บริโภคได้เพิ่มประสบการณ์ในการช้อปปิ้งทางออนไลน์มากขึ้น

**Clean Label:** บรรจุภัณฑ์สินค้าได้รับการออกแบบในการสื่อข้อความที่ชัดเจนและเหมาะสม มีข้อมูลไม่น้อยหรือมากเกินไปและไม่สร้างความสับสนซึ่งจะช่วยให้การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

**Re-navigate:** พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปร้านซูเปอร์มาร์เก็ตปรับปรุงรูปแบบการจัดวางสินค้าในช่องทางเดินเพื่อให้สินค้าได้รับความสนใจจากผู้บริโภค ผู้ผลิตสินค้านำเสนอการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบร่วมสมัยเพื่อที่จะเป็นศูนย์รวมและสร้างจุดสนใจในช่องทางเดินของร้านซูเปอร์มาร์เก็ต

## โอกาสการขยายตลาดบรรจุภัณฑ์ยั่งยืนในสหรัฐฯ

1. เพื่อสนองความต้องการบรรจุภัณฑ์ยั่งยืนที่จะเพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐฯ การนำเสนอบรรจุภัณฑ์ยั่งยืนควรพิจารณาให้ครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ยั่งยืนไม่เฉพาะมีแต่ในวงการธุรกิจบริการอาหาร ผู้บริโภคมองหาสินค้าต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน และยินดีที่จะจ่ายเพิ่มเพื่อซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ยั่งยืน

2. การนำเสนอบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการ จากข้อมูลการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคอเมริกันต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าจัดทำโดยบริษัท McKinsey & Company พบว่า ประเภทของบรรจุภัณฑ์ยั่งยืน 5 อันดับแรกที่ผู้บริโภคอเมริกันต้องการใช้ คือ (1) บรรจุภัณฑ์ยั่งยืนในอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง เนื้อสัตว์ (2) อาหารสัตว์เลี้ยง (3) ผักและผลไม้ (4) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ครว้เรือน และ (5) เครื่องดื่ม

3. ตลาดบรรจุภัณฑ์สำหรับธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ มีแนวโน้มขยายตัวและมีความต้องการมากขึ้น ด้วยปัจจัยอัตราการเติบโตของประชากรในสหรัฐฯ การขยายตัวของกลุ่มประชากรวัยทำงาน การขยายตัวของรายได้ประชากร รวมทั้งไลฟ์สไตล์ on-the-go ของผู้บริโภค ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารประเภท packaged and ready to eat food มีจำนวนมากขึ้น

4. แนวโน้มของตลาดบรรจุภัณฑ์จะมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อช่วยปรับปรุงคุณภาพอาหาร การรักษาคุณภาพอาหารให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีการเก็บรักษาอาหารให้มีความสด ปลอดภัยจากการปนเปื้อน การใช้ระบบ sensor, RFID, smart indicators ซึ่งช่วยตรวจสอบความสดของอาหาร การตรวจออกซิเจน หรือ คาร์บอนไดออกไซด์ ระบบบาร์โค้ด หรือ QR code

5. การเสริมศักยภาพของบรรจุภัณฑ์ ด้วยการการแจ้งข้อมูลที่มาของบรรจุภัณฑ์และการแสดงตราหรือเครื่องหมายรับรองคุณสมบัติบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงความยั่งยืน เพื่อเป็นจุดดึงดูดความสนใจ

6. การพิจารณาการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า National Restaurant Show (NRA Show) ในนครชิคาโก ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าสำหรับตลาดธุรกิจบริการอาหารที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอเมริกาเหนือ และเป็นช่องทางสำคัญในการนำเสนอบรรจุภัณฑ์สีเขียวเพื่อธุรกิจบริการอาหาร งานฯ กำหนดจัดขึ้นทุกปี ในช่วงเดือนพฤษภาคมที่นครชิคาโก สหรัฐฯ