

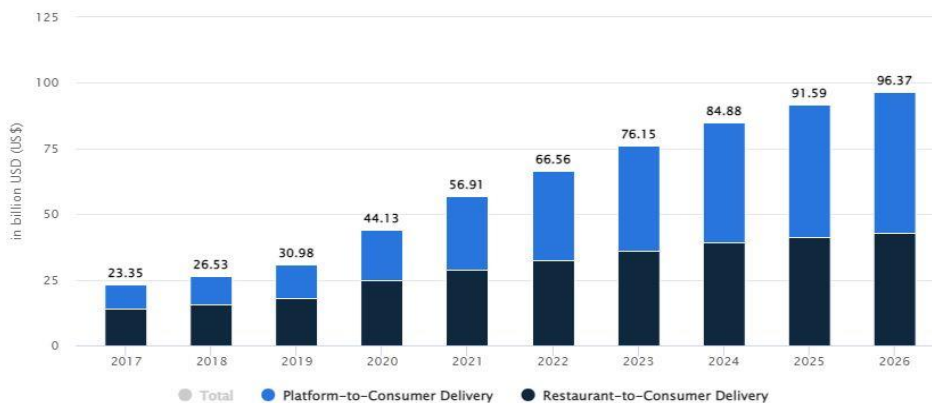


ฉบับที่ 477 16-20 พฤษภาคม 2565  
 ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครนิวยอร์ก  
 (WEEKLY NEWS FROM NEW YORK)

**Online Food Delivery ยังคงเติบโต ส่งผลดีต่อความต้องการบรรจุภัณฑ์อาหาร**

ธุรกิจ Food Delivery หรือบริการส่งอาหารถึงบ้านยังคงได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในสหรัฐอเมริกา เป็นผลจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปโดยผู้บริโภคเริ่มหันมาสั่งอาหารให้มาส่งและรับประทานที่บ้านหรือที่ทำงานมากกว่าที่จะออกไปนั่งรับประทานในร้าน นอกจากนี้ ในช่วงการระบาดของ Covid-19 ส่งผลให้รัฐบาลท้องถิ่นต้องออกมาตรการระงับการดำเนินธุรกิจ ส่งผลกระทบต่อร้านอาหารจำนวนมากต้องปรับตัวมาให้บริการ Food Delivery หรือ To-Go มากขึ้น เพื่อเป็นช่องทางในการหารายได้ ปัจจุบันร้านอาหารในสหรัฐฯ จึงมองเห็นโอกาสของการให้บริการ Food Delivery หรือ To-Go เพิ่มมากขึ้น และไม่เน้นหนักไปที่การขายอาหารที่เหมาะสมกับการนั่งรับประทานในร้านเพียงอย่างเดียวเช่นในอดีต

Statista คาดการณ์ว่า ธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ (Online Food Delivery) ของสหรัฐฯ ในปี 2565 จะมีมูลค่าสูงถึง 66.56 พันล้านเหรียญสหรัฐ และจะสูงถึง 96.37 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2569 โดยจะเติบโตในอัตราประมาณ 9.69% ต่อปี



\*\*\*\*\*

**รูปประกอบข่าว**

\*\*\*\*\*



ชาวอเมริกันรุ่นใหม่นิยมความสะดวก Food Delivery จึงเป็นเรื่องพบเห็นได้ตลอดเวลา



บรรจุภัณฑ์จากกระดาษเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น

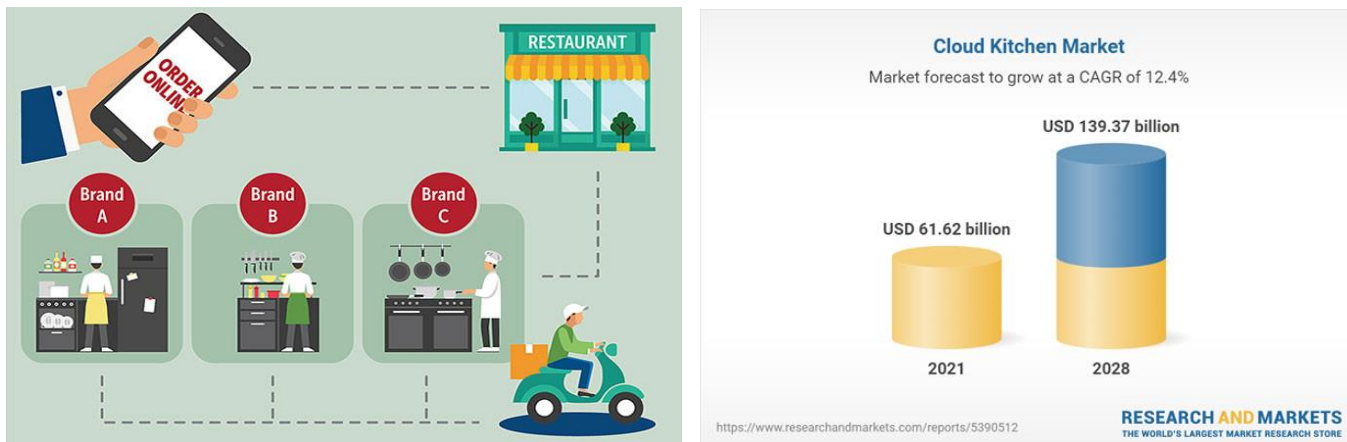


การทานอาหารจากกล่อง Delivery เป็นเรื่องปกติของชาวอเมริกัน

\*\*\*\*\*

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

นอกจากร้านอาหารที่ปรับตัวมาให้บริการ Online Food Delivery หรือ To-Go มากขึ้นแล้ว ยังมีธุรกิจอื่นๆ ที่เริ่มเข้ามาแย่งส่วนแบ่งของธุรกิจ Online Food Delivery เช่น Food Truck ธุรกิจ Home Cook Meal และที่น่าจับตามองคือธุรกิจ Cloud Kitchen (Commissary Kitchen, Shared Kitchen, Kitchen Pods) ซึ่งเป็นร้านอาหารที่ไม่มีหน้าร้าน เปิดให้ลูกค้าเข้ามารับประทาน แต่จะเป็นเพียงครัวกลางที่เอาไปปรุงอาหารสำหรับการจำหน่ายผ่านช่องทาง Online Food Delivery เท่านั้น Market and Research รายงานว่าธุรกิจ Cloud Kitchen ทั่วโลก (Global Cloud Kitchen Market) มีมูลค่า 61.62 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2564 และคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 139.37 พันล้านในปี 2571 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 12.40%



การคาดการณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าธุรกิจ Online Food Delivery น่าจะยังมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าสถานการณ์ Covid-19 จะคลี่คลายลงในหลายพื้นที่ ซึ่ง Online Food Delivery นี้ ยังส่งผลให้ทำให้ความต้องการสินค้าบรรจุภัณฑ์อาหาร (Food Containers) ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ทั้งนี้ในปี 2562 เทศบาลนครนิวยอร์กได้ประกาศห้ามใช้บรรจุภัณฑ์อาหารประเภทโฟม ถือเป็นหนึ่งในนโยบายของรัฐบาลท้องถิ่นจำนวนมากในสหรัฐฯ ที่ต้องการแก้ไขปัญหาขยะและปัญหาสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงหันมาใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีราคาถูกลงมาจากกล่องโฟม อย่างไรก็ตาม การแบนโฟมก็ถือเป็นการเปิดทางให้กับบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเข้ามาในตลาดมากขึ้นอีกด้วย

ในปัจจุบัน ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จำนวนมากได้นำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านการใช้งาน ความคงทน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย ประหยัดพื้นที่ในการเก็บสต็อก และสะดวกต่อการขนส่ง โดยบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุกระดาษเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเนื่องจากสามารถตอบโจทย์ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมได้ โดยเน้นการผลิตบรรจุภัณฑ์จากกระดาษรีไซเคิลและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายหรือสามารถนำไปรีไซเคิลต่อได้อีก นอกจากนี้ยังมี วัสดุที่ทำจากพลาสติกกรีซไคลที่มีราคาถูกและได้รับความนิยมเช่นกัน

แม้ว่าเทรนด์บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในสหรัฐอเมริกาจะได้รับความนิยมขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ต้องยอมรับว่าในร้านอาหารและ Cloud Kitchen บางส่วนก็ยังคงนิยมการใช้กล่องอาหารพลาสติกอยู่ เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย มีราคาถูก และคงทน โดยส่วนมากมักมีขนาดที่นิยมคือ ถ้วยซอส ขนาด 1-2 ออนซ์ ถ้วยกลม 8 ออนซ์ สำหรับอาหารว่างหรือเครื่องดื่ม ถ้วยกลมขนาด 16 ออนซ์ สำหรับซุปรและสลัด และขนาด 32-38 ออนซ์สำหรับอาหารจานหลัก ทั้งนี้ข้อดีของกล่องพลาสติกคือสามารถบรรจุน้ำแกงและซุปรได้ดีกว่ากล่องกระดาษและสามารถเก็บไว้ได้นานกว่า กล่องกระดาษจึงเป็นที่นิยมสำหรับอาหาร



ประเภทแห้งหรือสไลด์ นอกจากนี้ ร้านค้าส่วนใหญ่ยังต้องการใช้กล่องแบบที่สามารถใช้ในเครื่องไมโครเวฟได้อย่างปลอดภัยอีกด้วย เนื่องจากผู้บริโภคอาจเก็บอาหารไว้ในตู้เย็นเพื่อเก็บไว้ทานในอนาคตจึงจำเป็นต้องอุ่นอาหารก่อนทาน

โดยที่ผ่านมาสหรัฐฯ มียอดการนำเข้าสินค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติก (HS Code 392310) ในปี 2564 มีมูลค่า 1.263 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 30.72% จากปี 2020

HS Code	สินค้า	2562	2563	2564
392310	Boxes, Cases, Crates And Similar Articles, Of Plastics	995,067,423 USD	966,227,345 USD	1,263,061,120 USD

ที่มา: Global Trade Atlas

และมียอดการนำเข้าสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ (HS Code 481910) ในปี 2564 มีมูลค่า 616 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 11.41% จากปี 2020

HS Code	สินค้า	2562	2563	2564
392310	Cartons, Boxes And Cases Of Corrugated Paper And Paperboard Used In Offices, Shops, Or The Like	504,428,502 USD	553,268,211 USD	616,379,318 USD

ที่มา: Global Trade Atlas

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก มองว่าการเติบโตของธุรกิจ Cloud Kitchen และธุรกิจ Online Food Delivery เป็นโอกาสที่ดีของผู้ผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ประเภท Eco-Friendly ของไทยที่สามารถเข้ามาสำรวจตลาดและหาแนวทางสำหรับสินค้าของตน โดย สคต. ณ นครนิวยอร์กมีข้อคิดเห็นดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารมักใช้เกณฑ์ด้านราคาเป็นตัวตัดสินใจเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์อาหาร เนื่องจากเป็นต้นทุนในการดำเนินกิจการ เจ้าของร้านอาหารจำนวนมากจึงเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกหากมีคุณภาพไม่แยเกินไป เพื่อเป็นการเพิ่มกำไรให้แก่ธุรกิจ ผู้ผลิตจึงควรคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวและหาทางใช้เทคโนโลยีหรือการลดต้นทุนเพิ่มกำไร (economic of scale)
2. สหรัฐฯ มีการใช้หน่วยวัดตวงที่แตกต่างกับไทย โดยปกติจะใช้ขนาดออนซ์ในการวัดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผู้ผลิตไทยควรให้ความสำคัญกับขนาดของสินค้าและควรสื่อสารกับลูกค้าเรื่องหน่วยวัดขนาดให้ชัดเจน
3. ติดตามแนวโน้มสินค้าบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าของตน รวมทั้ง อาจประยุกต์ใช้วัสดุธรรมชาติที่สามารถหาได้ในประเทศไทยเพื่อสร้างความเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะที่ยากต่อการเลียนแบบ

แหล่งที่มาขอข้อมูล: Market And Research, Business Wire, TechNavio

พฤษภาคม 2565

