

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐอเมริกา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก
ttcc@thaitradechicago.com

ประเด็นสำคัญ:

- มูลค่าตลาดสินค้าบรรจุภัณฑ์สหรัฐฯ มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 2.21 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2567 เป็น 2.44 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2572 คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 3.97 ต่อปี
- ผู้บริโภคในตลาดในปัจจุบันให้ความสำคัญและสนใจเลือกซื้อสินค้าที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ กลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเรียบง่าย และกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ได้
- ในระหว่างเดือนมกราคม - กันยายน 2567 ไทยมีมูลค่าส่งออกสินค้าบรรจุภัณฑ์ไปสหรัฐฯ ทั้งสิ้น 238.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 97.17) เป็นสินค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติก ส่วนที่เหลือ (ร้อยละ 2.38) เป็นสินค้าบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ
- แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคประกอบกับนโยบายภาครัฐที่ระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายเรียกเก็บภาษีสินค้านำเข้าจากจีนร้อยละ 60 ของรัฐบาลสหรัฐฯ ชุดใหม่ล้วนมีส่วนสนับสนุนช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทย
- ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาใช้โอกาสดังกล่าวหาโอกาสเจรจาการค้าเพื่อเร่งขยายตลาด นอกจากนี้ การพิจารณาออกแบบพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของตลาดประหยัดต้นทุนจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดของสินค้าไทยได้ในอนาคต

เทรนด์สินค้าบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ยังคงมาแรงในสหรัฐฯ



“ผู้บริโภคในสหรัฐฯ มีพฤติกรรมกรบริโภคสนับสนุนสินค้าบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความยั่งยืน”

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีมูลค่าการบริโภคสินค้าอุปโภคบริโภคขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงต่อเนื่องมาโดยตลอด ซึ่งทำให้ตลาดสินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้ คาดว่า ตลาดบรรจุภัณฑ์สหรัฐฯ จะมีมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 2.21 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2567 อีกทั้ง ยังจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 2.44 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2572 หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.97 ต่อปี (Compound Average Growth Rate หรือ CAGR)

ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคชาวอเมริกันในตลาดปัจจุบันที่หันมาให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้กลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก



dtp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago

โลกเข้ามามีบทบาทและได้รับความนิยมในตลาดมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากผู้บริโภคในตลาดเชื่อว่ากลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์เหล่านี้จะมีส่วนช่วยลดปริมาณขยะและปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ออกสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Sustainability) ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบสนองต่อกระแสพฤติกรรมและแนวโน้มผู้บริโภคในตลาด ผู้ประกอบการในสหรัฐฯ โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคในตลาดจึงต่างหันไปเลือกใช้บรรจุภัณฑ์สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อีกทั้ง ยังต่างหันไปให้ความสำคัญกับการลงทุนพัฒนาและออกแบบสินค้าบรรจุภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อรองรับกับกระแสนิยมดังกล่าวมากขึ้นด้วย

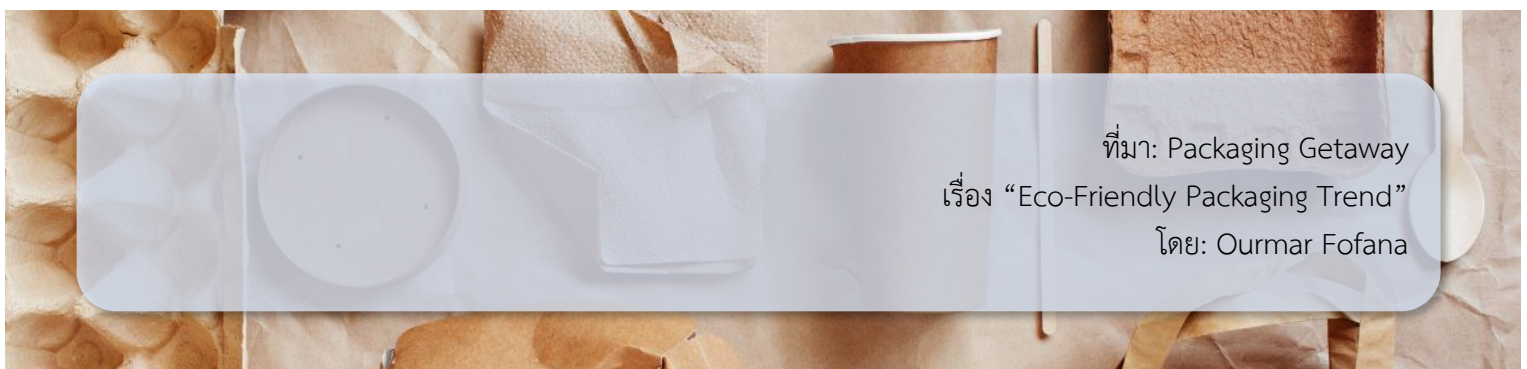
ทั้งนี้ สามารถสรุปเทรนด์บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกที่กำลังเป็นที่นิยมในตลาดสหรัฐฯ ในปัจจุบันได้ 3 ประการสำคัญ ดังนี้

1. เทรนด์วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ (Biodegradable and Compostable Materials) เพื่อลดการผลิตขยะจากพลาสติกที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ โดยวัสดุที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวจะไม่ก่อให้เกิดมลพิษที่จะส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

อีกทั้ง วัสดุชีวภาพประเภทยังให้ประโยชน์ช่วยเพิ่มแร่ธาตุและสารอาหารในดินอีกด้วย เช่น บรรจุภัณฑ์จากพลาสติก Polylactic Acid หรือ PLA ที่ผลิตจากแป้งมัน ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติ และเชื้อราไมซีเลียม (Mycelium) ซึ่งกำลังได้รับความนิยมใช้ทดแทนวัสดุบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกมากขึ้นในตลาด

โดยวัสดุจากเชื้อราไมซีเลียมมีคุณสมบัติแข็งแรงทนทานคล้ายกับวัสดุจากพลาสติกแต่เป็นวัสดุที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสูงสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติไม่ต้องผ่านกระบวนการย่อยสลายที่ซับซ้อน ผู้ประกอบการในตลาดจึงนิยมนำไปใช้สำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับนำกลับไปรับประทานที่บ้าน (Take Out) รวมถึงใช้ผลิตเป็นชิ้นส่วนกันกระแทกภายในสำหรับกล่องบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง เป็นต้น

2. เทรนด์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เรียบง่าย (Minimalist Packaging Design) เป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน โดยเทรนด์ดังกล่าวนอกจากจะมีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแล้วยังช่วยลดต้นทุนสำหรับกิจกรรมด้วย ทั้งนี้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะเน้นความเรียบง่ายใช้วัสดุในปริมาณที่จำเป็น เช่น ลดการใช้กระดาษห่อหลายชั้น และลดการใช้กล่องที่มีขนาดใหญ่เกินจำเป็น อีกทั้ง ยังเน้นบรรจุภัณฑ์แบบน้อยแต่มาก (Less is More) เพื่อลดขยะ ลดต้นทุนขนส่ง และส่งเสริมความยั่งยืนด้วย



ที่มา: Packaging Getaway
เรื่อง “Eco-Friendly Packaging Trend”
โดย: Ourmar Fofana



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago

โดยเทรนด์ดังกล่าวมักจะเลือกใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ (Recyclable) หรือ วัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ (Biodegradable) เช่น กระดาษลูกฟูก (Cardboard) หรือกระดาษเป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงการลดขนาดบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนานวัตกรรมสินค้าเพื่อลดการใช้กาวยืดซึ่งจะช่วยให้การนำกลับไปใช้หรือการย่อยสลายทำได้ง่ายขึ้นด้วย

3. เทรนด์บรรจุภัณฑ์ประเภทสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือเติมใหม่ได้ (Reusable and Refillable Packaging Solutions) กระแสนิยมในการลดขยะ (Zero-Waste Movement) ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นส่งผลทำให้สินค้าบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ (Reusable) หรือ เติมนิใหม่ได้ (Refillable) ซึ่งมีส่วนช่วยลดการสร้างขยะได้รับความนิยมนิยมมากขึ้นในตลาด โดยเฉพาะเทรนด์สินค้าแบบนำไปเติม (Refill) ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมในกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง ของใช้ส่วนบุคคล เช่น ยาสระผม ครีม นวด และโลชั่น รวมไปถึงกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกไม่ได้เป็นเพียงแค่กระแสนิยมระยะสั้น แต่ถือเป็นรากฐานการเปลี่ยนแปลง

ที่สำคัญด้านมุมมองของผู้ประกอบการต่อสินค้าบรรจุภัณฑ์ในตลาดอนาคต

อีกทั้ง กระแสความนิยมเลือกใช้วัสดุย่อยสลายได้ (Biodegradable and Compostable) การออกแบบบรรจุภัณฑ์เรียบง่าย (Minimalist Design) และการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ (Reusable Packaging) ยังเป็นสัญญาณแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกำลังปรับตัวเพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่หันไปให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ การที่ผู้ประกอบการปรับตัวไปเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกมากขึ้นไม่เฉพาะช่วยลดการก่อให้เกิดขยะออกสู่สิ่งแวดล้อม และลดต้นทุนสำหรับกิจการเท่านั้น แต่ยังจะมีส่วนช่วยเพิ่มความจงรักภักดีต่อสินค้าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับแบรนด์สินค้าในกลุ่มผู้บริโภคด้วย ซึ่งจะมีส่วนสำคัญช่วยสนับสนุนการขยายตัวของกิจการในตลาด

ปัจจุบันผู้บริโภคในตลาดสหรัฐฯ มีพฤติกรรมให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

และสิ่งแวดล้อมมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประกอบกับแนวโน้มกฎระเบียบภาครัฐท้องถิ่นหลายพื้นที่ต่างเริ่มบังคับใช้บรรจุภัณฑ์ที่สนับสนุนความยั่งยืนมากขึ้น เช่น ระเบียบห้ามแจกถุงพลาสติกเมื่อลูกค้าซื้อสินค้า ห้ามใช้กล่องโฟมบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม และห้ามใช้หลอดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวล้วนส่งผลทำให้สหรัฐฯ มีความต้องการบริโภคสินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ทั้งนี้ เป็นที่ตระหนักกันโดยทั่วไปว่า สหรัฐฯ เป็นประเทศบริโภคนิยมทำให้ในแต่ละปีสหรัฐฯ มีความต้องการนำเข้าสินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์สำหรับใช้บรรจุสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นมูลค่าสูง โดยในปี 2566 สหรัฐฯ มีมูลค่านำเข้าสินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์จากทั้งวัสดุพลาสติกและกระดาษเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้นกว่า 1.17 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งเป็น บรรจุภัณฑ์จากพลาสติก (HS Code 3923) มูลค่าทั้งสิ้น 8.55 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 73.08) และบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ (HS Code 4819) มูลค่าทั้งสิ้น 3.15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 26.92) อีกทั้ง ยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นราวร้อยละ 10 ในปี 2567 โดยแหล่งนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ แคนาดา (ร้อยละ 25.95) จีน (ร้อยละ



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago

22.34) เม็กซิโก (ร้อยละ 16.74) เวียดนาม (ร้อยละ 4.63) และ ไต้หวัน (ร้อยละ 4.48)

ในส่วนของไทยนั้นในระหว่างเดือนมกราคม - กันยายน 2567 มีมูลค่าส่งออกสินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์ไปตลาดสหรัฐฯ ทั้งสิ้น 238.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (อันดับที่ 8) แบ่งเป็น บรรจุภัณฑ์พลาสติกมูลค่าทั้งสิ้น 231.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 97.17) และบรรจุภัณฑ์จากกระดาษมูลค่าทั้งสิ้น 6.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 2.83) ซึ่งโดยรวมสินค้าไทยยังคงน่าจะมีโอกาสขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นสูงในระยะสั้น เนื่องจากปัจจัยด้านแนวโน้มนโยบายทางการค้าด้านภาษีของว่าที่ประธานาธิบดีสหรัฐฯ ที่ประกาศจะเพิ่มอัตราภาษีนำเข้าสินค้าทุกรายการจากจีนอย่างน้อยร้อยละ 60 โดยจีนเองเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่อันดับที่ 2 ใน

ตลาดสินค้าบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้ผู้ประกอบการในสหรัฐฯ ต่างเร่งที่จะแสวงหาแหล่งผลิตสินค้าใหม่ในภูมิภาคเพื่อลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะน่าจะไม่ได้รับผลกระทบรุนแรงจากนโยบายการค้าสหรัฐฯ มากนักในการขยายสัดส่วนตลาดกลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์ในตลาดสหรัฐฯ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์จากกระดาษที่สินค้าไทยยังคงได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า ในขณะที่สินค้าจากจีนจะต้องจ่ายชำระภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 35

นอกจากนี้ จากการสำรวจตลาดในพื้นที่อาณานิคมล่าสุดยังพบว่า ผู้ประกอบการในสหรัฐฯ มีความสนใจนำเข้าสินค้ากลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารจากวัสดุอะลูมิเนียมเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเพื่อทดแทนปริมาณการ

นำเข้าสินค้าจากจีนบรรจุภัณฑ์อะลูมิเนียมนำเข้าจากจีนที่มีแนวโน้มจะได้รับผลกระทบรุนแรงจากแผนการดำเนินนโยบายการค้าด้านภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ในอนาคต

โดยรวมปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ มีอิทธิพลสำคัญทั้งต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภคในสหรัฐฯ ดังนั้น ผู้ส่งออกไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการออกแบบและวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้าที่ได้รับความสะดวกและเป็นกระแสเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในตลาด อีกทั้ง การพิจารณาออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าให้เรียบง่าย ทันสมัย กระทัดรัด ประหยัดพื้นที่ในการเก็บรักษาและคงคลังสินค้า ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนด้านการขนส่งและเก็บคงคลังสินค้าให้กับผู้ประกอบการยังน่าจะมีส่วนช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าไทยในตลาดในอนาคตด้วย



ที่มา: Packaging Connections

“ตัวอย่างสินค้าบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติออกแบบเพื่อประหยัดพื้นที่ในการขนส่งและเก็บรักษา”



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago