

ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

ทางรอดธุรกิจบรรจุภัณฑ์ไทย
ภายใต้การแข่งขันที่รุนแรง

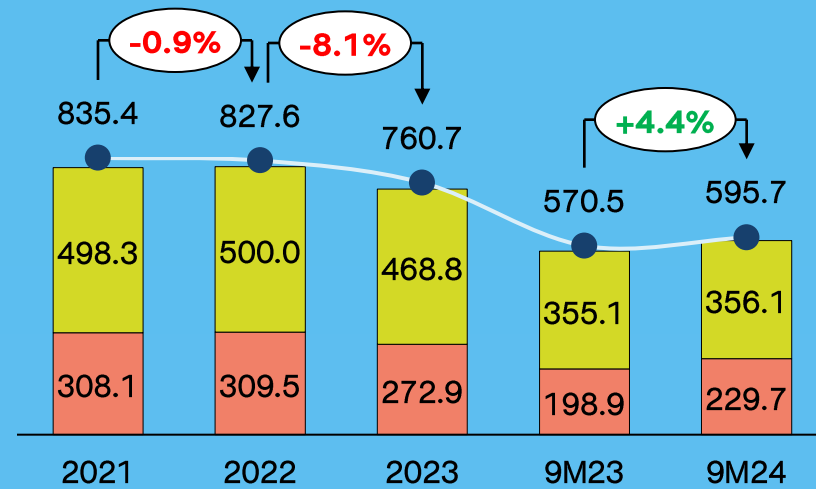
วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์

ภาพรวมธุรกิจ

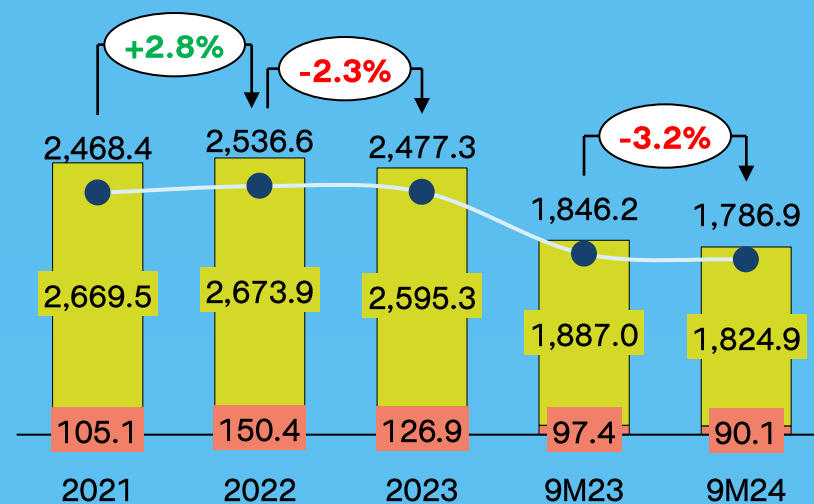
ปริมาณการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์

● Production ■ Domestic Sales ■ Export

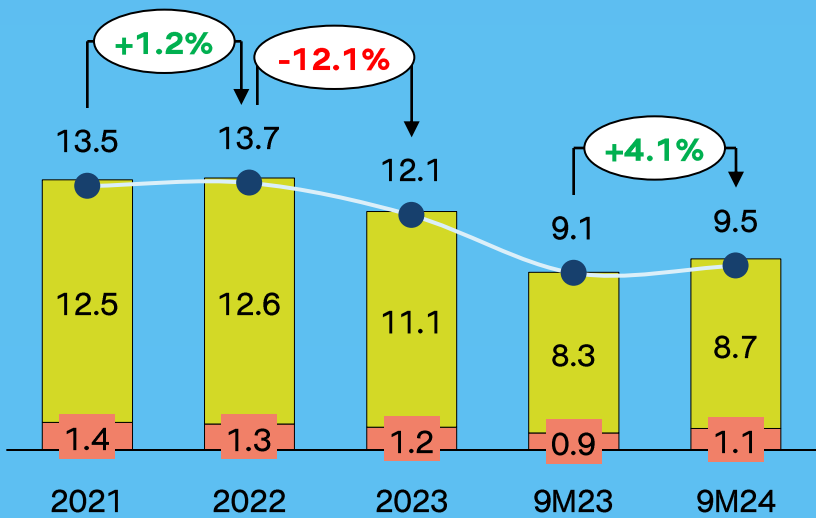
พลาสติก (พันตัน)



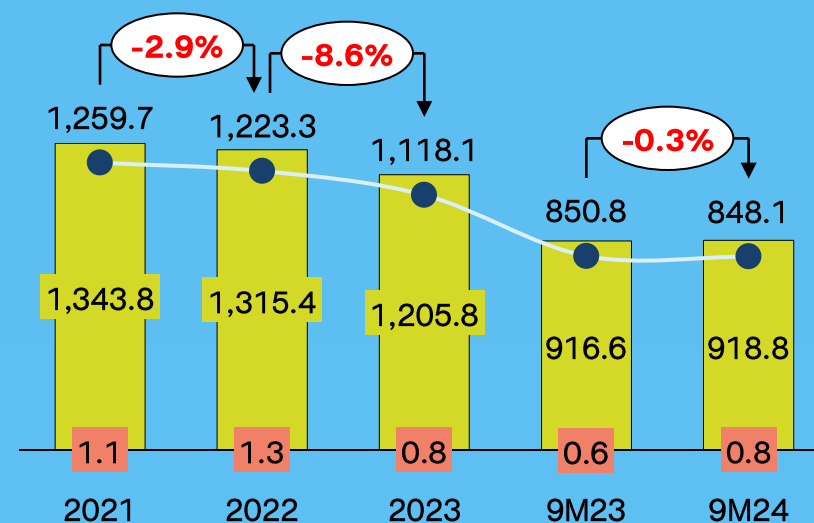
แก้ว (พันตัน)



กระป๋อง (พันล้านชิ้น)



กระดาษ (พันตัน)



*ตัวเลขใน ○ แสดงการเปลี่ยนแปลง (%YoY) ของยอดการผลิต (Production)

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมหลายภาคส่วน โดยเฉพาะในยุคที่ตลาดอีคอมเมิร์ซยังเติบโตดี ความตื่นตัวด้านความยั่งยืนของผู้บริโภคได้ผลักดันให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ในวงการบรรจุภัณฑ์ ทำให้มีการใช้วัสดุรีไซเคิลและการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

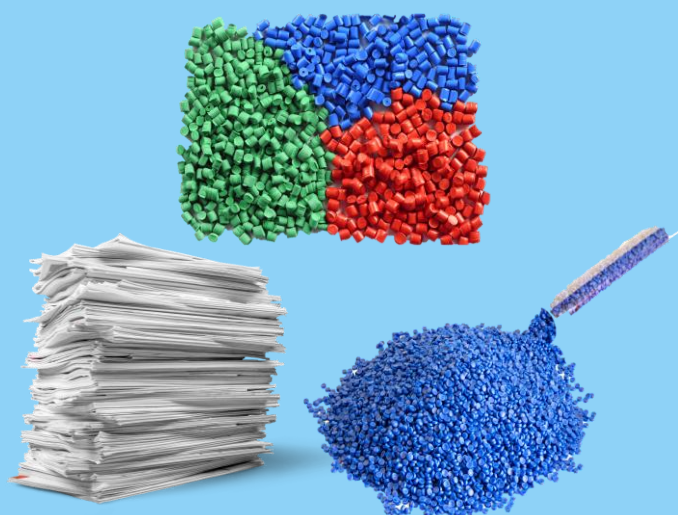
จากข้อมูลสถิติการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ พบว่า บรรจุภัณฑ์พลาสติกและกระป๋องมีสัญญาณฟื้นตัวในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2024 เนื่องจากการส่งออกที่เริ่มปรับตัวดีขึ้นและการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกระแสรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการพัฒนาบรรจุภัณฑ์พลาสติกชีวภาพและกระป๋องที่รีไซเคิลได้ 100% ในขณะที่บรรจุภัณฑ์แก้วยังคงเผชิญกับการลดลงของการผลิตและจำหน่าย เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่สูงและการแข่งขันที่รุนแรงจากบรรจุภัณฑ์ทางเลือกอื่น ส่วนบรรจุภัณฑ์กระดาษแม้จะมีการผลิตที่ลดลงเล็กน้อยแต่มียอดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นสะท้อนถึงความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามนโยบายสนับสนุนของภาครัฐ รวมถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

ห่วงโซ่อุปทาน

01

วัตถุดิบ

ห่วงโซ่อุปทานบรรจุภัณฑ์ในไทยเริ่มต้นจากการจัดหาและผลิตวัตถุดิบ ซึ่งรวมถึงกระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ และวัสดุอื่นๆ วัสดุเหล่านี้จะถูกนำไปแปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย



02

ผู้ผลิต

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในแต่ละประเภทจะดำเนินการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบ เช่น กล่องกระดาษ ขวดพลาสติก กุญแจพลาสติก และบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ



03

ผู้จัดจำหน่าย

ผู้จัดจำหน่ายรับผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิตเพื่อส่งต่อไปให้กับผู้ค้าปลีก-ค้าส่ง และอาจมีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ผู้ค้าปลีก / ค้าส่ง

ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งรับผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากผู้จัดจำหน่ายเพื่อขายให้กับลูกค้ารายย่อยและธุรกิจอื่นๆ

04

ผู้บริโภค

ผู้บริโภคเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย โดยมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวโน้มและความต้องการในตลาดบรรจุภัณฑ์ เช่น ความนิยมในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ

ปัจจัยบวก



การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

การฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศและภาคการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นส่งผลให้ความต้องการบรรจุกภัณฑ์เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่ม



กระแสความยั่งยืนและ ESG

ผู้ประกอบการ SMEs มีมุมมองเชิงบวกต่อกระแส ESG และเริ่มปรับตัวโดยเน้นการผลิตบรรจุกภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ



การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม

SMEs เริ่มให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูงขึ้น ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจัยลบ



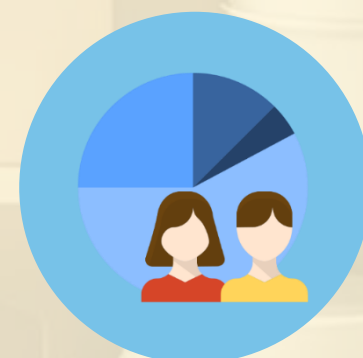
ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

ราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต ทำให้อัตรากำไรของผู้ประกอบการลดลง



การแข่งขันที่รุนแรง

SMEs กำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งจากคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นและการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง



การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

ผู้ประกอบการ SMEs ที่ผลิตบรรจุกภัณฑ์พลาสติกแบบดั้งเดิมต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวและลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

แนวโน้มธุรกิจ

01

การเติบโตอย่างต่อเนื่อง
ตลาดบรรจุภัณฑ์ในไทยคาดว่าจะ
เติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต

03

การใช้เทคโนโลยี
การใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในการ
ออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์

02

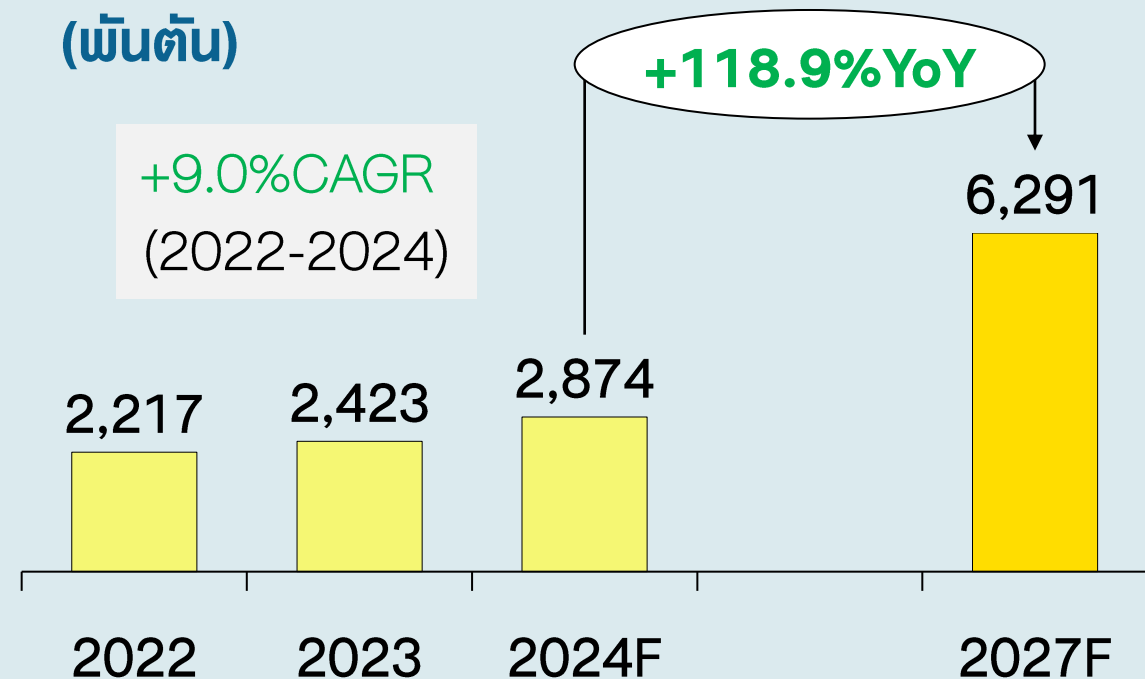
ความสำคัญของความยั่งยืน
ความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนจะเพิ่มขึ้น

04

การแข่งขันในระดับสากล
ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ในไทยจำเป็นต้อง
ปรับตัวเพื่อแข่งขันในระดับสากล

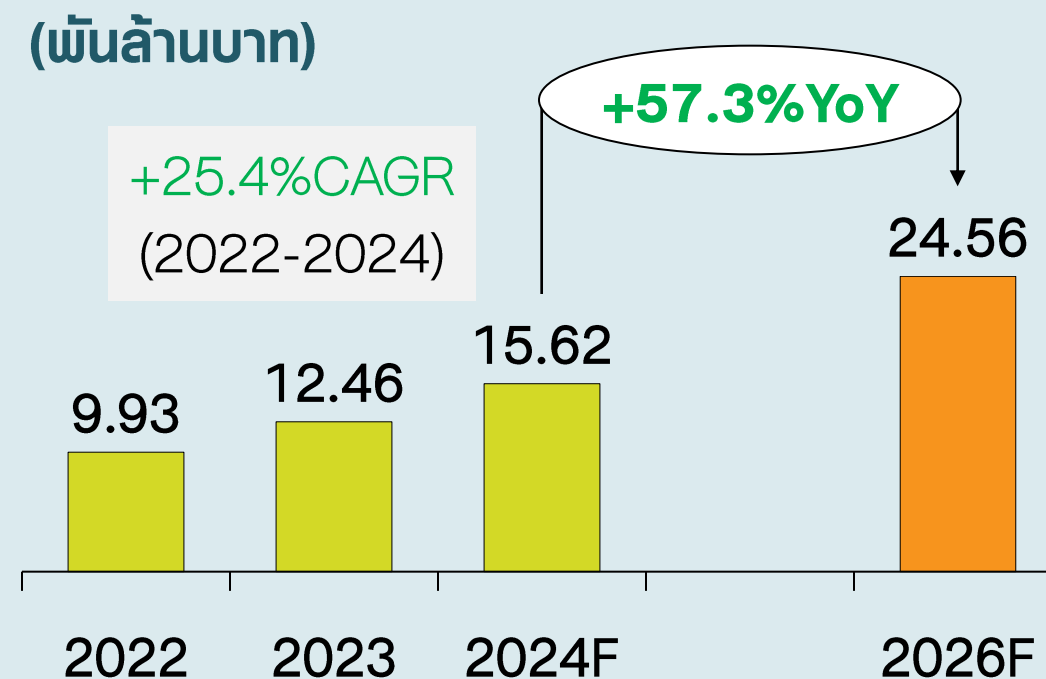
แนวโน้มการเติบโตของกำลังการผลิต พลาสติกชีวภาพทั่วโลก

(พันตัน)



แนวโน้มการเติบโตของการส่งออก พลาสติกชีวภาพของไทย

(พันล้านบาท)



Thank You

LH BANK



「BUSINESS RESEARCH」

Disclaimer

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. รณพล ศรีรัฐพงษ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬห์หัตถ์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



เชี้ยวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วัชรพันธ์ นียม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ศรีอำไพ อังคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



รัทนล ศรีทองเต็ม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วิสันดา ดิศเรตติวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด

(มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบใจทุก



Scan Here

For More Articles

<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>