

สนค. แนะนำผู้ประกอบการยกระดับบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มด้วยนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลก

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ติดตามสถานการณ์แนวโน้มตลาดบรรจุภัณฑ์ พบการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มทั่วโลก แนะนำผู้ประกอบการยกระดับบรรจุภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และเป็นโอกาสในการขยายตลาดสู่ตลาดโลก

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) กระทรวงพาณิชย์เปิดเผยว่า บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มมีสัดส่วนค่อนข้างมากในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เห็นได้จากข้อมูล ของ Precedence Research ผู้ให้บริการชั้นนำด้านข้อมูลตลาดเชิงลึก ระบุว่า ในปี 2023 อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ทั่วโลกมีมูลค่า 1.10 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 44.65 หรือมูลค่ากว่า 4.91 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดการณ์ว่าจะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 49.07 หรือมูลค่ากว่า 6.77 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2029 โดยบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ในการรักษาคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม ปกป้องจากการปนเปื้อน ความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษา รวมถึงยังเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค เช่น ส่วนประกอบ วิธีการใช้ วันหมดอายุ และข้อมูลทางโภชนาการ

สำหรับประเทศไทย ในปี 2023 การค้าบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่ารวม 763.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 8.08 จากปีก่อนหน้า (ปี 2022 อยู่ที่ 830.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยสัดส่วนการค้าสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากพลาสติก (HS392310, HS392330) มากที่สุด มีมูลค่า 594.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 9.32 รองลงมา ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากแก้ว (HS701090) มูลค่า 138.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 7.02 และบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ (HS482369) มูลค่า 31.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.56

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค อาทิ บรรจุภัณฑ์อัจฉริยะที่สามารถรักษาความสดและคุณภาพของอาหาร ใช้งานง่ายและสะดวกสบาย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความสร้างสรรค์และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตัวอย่างบริษัทที่มีการพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่น่าสนใจ เช่น บริษัท SCGP ได้พัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ยืดอายุการเก็บรักษาผักและผลไม้ที่มีชื่อว่า “OptiBreath” โดยใช้เทคโนโลยี Modified Atmosphere Packaging (MAP)¹ ซึ่งจะช่วยปกป้องอาหารจากการปนเปื้อน รักษาความสด สี กลิ่น และรสชาติ รวมถึงชะลอการเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ ทำให้อาหารคงคุณค่าได้นานขึ้น หรือบริษัท Magical Mushroom ได้พัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากเห็ดซึ่งสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ โดยใช้เทคโนโลยี Mycelium² นอกจากนี้ ยังมีบริษัท Notpla ได้พัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มที่ทำจากสาหร่ายทะเลซึ่งสามารถกินได้ และช่วยลดการเกิดขยะพลาสติกที่มีชื่อว่า “Ooho” อีกตัวอย่างที่น่าสนใจ คือ บริษัท Sprinkle แบรินด์น้ำดื่มรายใหญ่ของไทย ที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ โดยจำลองภาพการละลายของธาร์น้ำแข็งทั่วโลก เพื่อสะท้อนประเด็นปัญหาโลกร้อน อีกทั้งใช้วิธีการบีบโลโก้แทนการสกรีนลงบน

¹ Modified Atmosphere Packaging (MAP) เป็นการปรับสัดส่วนบรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ ให้มีอัตราส่วนของก๊าซชนิดต่าง ๆ แตกต่างไปจากบรรยากาศปกติ เพื่อลดการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ที่ทำให้อาหารเน่าเสียและจุลินทรีย์ก่อโรค รวมถึงลดปฏิกิริยาออกซิเดชัน ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาอาหารให้นานขึ้น

² Mycelium คือ การใช้เส้นใยเห็ดมาสร้างเป็นบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ และหมึกที่ใช้พิมพ์ข้อความบนฉลากก็สามารถล้างออกได้ด้วยกระบวนการรีไซเคิล ซึ่งหมึกที่ถูกล้างออกมาจะไม่เป็นพิษ ทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถรีไซเคิลได้ง่าย

ผอ.สนค. ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ **กระทรวงพาณิชย์** ให้การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มไทยสู่เวทีการค้าระดับโลกผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การจัดกิจกรรมสัมมนาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการเกี่ยวกับการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์อาหาร เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับความรู้ความเข้าใจถึงแนวโน้มและทิศทางของผู้บริโภค รวมถึงเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านกฎหมายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องในประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวสอดคล้องกับกฎระเบียบและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านการนำบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงสินค้าอื่น ๆ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อเปิดโอกาสให้สินค้าของผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักและเป็นการขยายตลาดคู่ค้าให้กว้างยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ภายใต้การเจรจาการค้าความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (Thailand-Australia Free Trade Agreement : TAFTA) ได้ให้ความสำคัญในด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งสร้างเครือข่ายและจับคู่ธุรกิจ รวมถึงให้ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและมาตรฐานสากล

ผอ.สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มไม่เพียงแต่ช่วยรักษาคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า แต่ยังช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจึงจำเป็นต้องมีการยกระดับบรรจุภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม ผ่านการออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์หรือใช้วิธีการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบอย่างสร้างสรรค์และน่าสนใจยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่วัฒนธรรมและค่านิยมของประเทศ (Soft Power) ผ่านการใช้ภาพลักษณ์ วัฒนธรรม และสัญลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศในบรรจุภัณฑ์ แนวทางเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ แต่ยังเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน รวมถึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มไทยในการขยายตลาดสู่ตลาดโลกอีกด้วย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

15 สิงหาคม 2567