



K SME Analysis

ส่งออก-ออนไลน์ โต บรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์อื่น



บรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ปี 2561

ประเด็นสำคัญ

✓ แนวโน้มภาพรวมธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ในปี 2561 ให้ภาพที่ปะปนกัน โดยธุรกิจบรรจุภัณฑ์คาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 3-5 โดยได้รับปัจจัยหนุนสำคัญคือภาวะเศรษฐกิจภายในและต่างประเทศมีทิศทางฟื้นตัวดีขึ้น ทำให้ความต้องการใช้ในภาคการผลิตสินค้าทั้งในและต่างประเทศมีเพิ่มขึ้น ขณะที่ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ยังคงมีภาพไม่สดใส อาจให้ภาพที่ทรงตัวเทียบกับปีก่อน เนื่องจากยังคงได้รับแรงกดดันจากการเติบโตของสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมและติดตามจากคนไทยมากขึ้น

✓ ในปี 2561 ปัจจัยบวกที่อาจช่วยหนุนธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ อาทิ การแข่งขันฟุตบอลโลกช่วงกลางปี รวมถึงการเลือกตั้งในแต่ละระดับที่คาดว่าจะเริ่มทยอยเกิดขึ้น อาทิ การเลือกตั้งท้องถิ่นที่น่าจะเกิดขึ้นในปีนี้ และการเลือกตั้งทั่วไปในช่วงต้นปี 2562 ทำให้การวางแผนใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในช่วงครึ่งปีหลังมีความชัดเจนมากขึ้น ขณะที่การเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ก็ช่วยสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งโดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์กระดาษให้เติบโตเช่นกัน

✓ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ท่ามกลางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยเฉพาะการหาหนทางปรับลดต้นทุนการผลิต ภายใต้อาชีพการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น อาทิ การปรับเปลี่ยนเครื่องจักรที่ทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ลดขนาดคำสั่งซื้อลง ขณะเดียวกัน ทั้งผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์รวมถึงผู้สั่งซื้อ ควรมีการวิเคราะห์และวางแผนร่วมกัน เพื่อให้การผลิตสามารถตอบสนองการใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในปี 2561 คาดว่าธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ จะได้รับอานิสงส์จากภาวะการฟื้นตัวของเศรษฐกิจต่อเนื่องจากปี 2560 ที่ผ่านมา ส่งผลให้ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองกิจกรรมเศรษฐกิจทั้งภายในและต่างประเทศมีเพิ่มขึ้น สำหรับธุรกิจสิ่งพิมพ์ แม้ว่าจะได้รับอานิสงส์จากภาวะเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน แต่แรงกดดันจากความนิยมในสื่อออนไลน์ก็ส่งผลต่อธุรกิจไม่น้อย อย่างไรก็ตาม ในปี 2561 ยังคงมีปัจจัยบางประการนอกเหนือจากเศรษฐกิจ ที่หนุนธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้



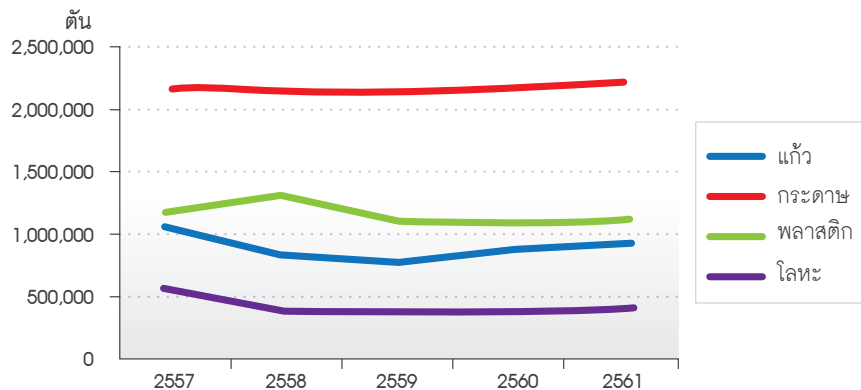
4 บรรจุภัณฑ์ยอดนิยม

- ▶ กระดาษ 48 %
- ▶ พลาสติก 23.5 %
- ▶ แก้ว 20 %
- ▶ โลหะ 8.5 %



อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์...ปัจจัยเศรษฐกิจ & ธุรกิจ E-Commerceหนุนความต้องการโต

ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ในปี 2561 ประมาณ 4.63 ล้านตัน เติบโตร้อยละ 3.9 (YoY)



ที่มา : Packaging Intelligence Unit สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม *ปี 2561 ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ความต้องการบรรจุภัณฑ์ในปี 2561 คาดว่าจะอยู่ที่ประมาณ 4.63 ล้านตัน เติบโตประมาณร้อยละ 3.9 (YoY) เทียบกับที่เติบโตประมาณร้อยละ 2.9 ในปี 2560 ที่ผ่านมา¹ โดยแยกเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษสัดส่วนร้อยละ 48.0 บรรจุภัณฑ์พลาสติกร้อยละ 23.5 บรรจุภัณฑ์แก้วร้อยละ 20.0 และบรรจุภัณฑ์โลหะร้อยละ 8.5 ซึ่งเป็นไปตามเศรษฐกิจในและต่างประเทศที่ฟื้นตัวดี ทำให้ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตสินค้าที่จำหน่ายในประเทศและส่งออกมีสูงขึ้น โดยคาดว่าบรรจุภัณฑ์แก้วและโลหะ จะมีอัตราการเติบโตสูง (ร้อยละ 6.8 และร้อยละ 5.5 ตามลำดับ) ซึ่งเป็นไปตามความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ที่ได้รับอานิสงส์จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ สำหรับบรรจุภัณฑ์กระดาษ และพลาสติก (เติบโตร้อยละ 3.2 และร้อยละ 2.3 ตามลำดับ) คาดว่า จะได้รับอานิสงส์จากการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่เติบโต



โอกาสธุรกิจบรรจุภัณฑ์ไทย



- ▶ การขยายตัวของการค้าออนไลน์
- ▶ การส่งออกไปตลาดโลก

โอกาสสำหรับธุรกิจในปี 2561

✓ การขยายบทบาทของการค้าออนไลน์ (E-Commerce) ส่งผลให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง (Business to Consumer : B2C) หรือบรรจุภัณฑ์ตติยภูมิ (Tertiary Packaging)

¹ Packaging Intelligence Unit-สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

เช่น กลุ่มกระดาษแข็ง กลุ่มวัสดุโปรเซสส์ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการผลิตเพื่อตอบสนองผู้ประกอบการ E-Commerce รายกลางและรายเล็กหรือ SME ที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินเบื้องต้นพบว่า ในปี 2560 ที่ผ่านมา ความต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งสำหรับสินค้า E-Commerce คิดเป็นปริมาณ 300 ล้านหน่วย รวมมูลค่าตลาดประมาณ 4,500 ล้านบาท และคาดว่าในปี 2561 ตลาด E-Commerce ในรูปแบบ B2C (ภาคการค้าปลีก) จะมีมูลค่าประมาณ 3.05 แสนล้านบาท² ส่งผลให้ตลาดบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งจะมีมูลค่าถึงประมาณ 5,300 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 17.8 (YoY)

✔ **โอกาสด้านการส่งออก** เป็นที่น่าสังเกตว่า ไทยมีการส่งออกบรรจุภัณฑ์ไปยังตลาดโลกมีมูลค่าค่อนข้างสูง ถึง 60,000 ล้านบาท (ปี 2560) ซึ่งในภาวะที่เศรษฐกิจโลกอยู่ในช่วงฟื้นตัว ทำให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์ของประเทศต่างๆมีเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนที่เป็นตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญของไทย เนื่องจากการผลิตบรรจุภัณฑ์ยังไม่เพียงพอ อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ต้องติดตามต่อไปก็คือ การลงทุนขยายการผลิตบรรจุภัณฑ์ในประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้การลงทุนจากไทยและประเทศอื่นๆ อาจจะส่งผลกระทบต่อตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์ของไทยไปต่างประเทศในภาพรวมที่อาจมีแนวโน้มชะลอตัวลงในระยะข้างหน้า



โอกาสธุรกิจ สิ่งพิมพ์ไทย

- ▶ **โฆษณา :** กฎการเลือกตั้งใหม่
- ▶ **หนังสือ :** การแข่งขันฟุตบอลโลก
- ▶ **บรรจุภัณฑ์ :** ภาวะเศรษฐกิจเติบโต



ธุรกิจสิ่งพิมพ์...ความนิยมในสื่อออนไลน์ยังเป็นแรงกดดันสำคัญ
แต่อาจได้รับอานิสงส์จากปัจจัยอื่นหนุน

ในปี 2561 คาดว่าภาพรวมธุรกิจสิ่งพิมพ์จะยังคงได้รับแรงกดดันจากพฤติกรรมติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของคนไทยที่ยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยจากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) พบว่าในปี 2560 คนไทยใช้เวลากับการเล่นอินเทอร์เน็ตประมาณวันละ 5-6 ชั่วโมงต่อวัน และเป็นการติดตามอ่านหนังสือทางออนไลน์เฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าว กระทบต่อตลาดธุรกิจสิ่งพิมพ์ (โรงพิมพ์ สำนักพิมพ์) ที่มีปริมาณงานลดลง อย่างไรก็ตาม สำหรับในปี 2561 คาดว่าผลจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโต ประกอบกับปัจจัยจากการแข่งขันฟุตบอลโลกช่วงกลางปี รวมกับประเด็นการเลือกตั้งที่อาจจะเคลื่อนไหวในช่วงครึ่งปีหลัง น่าจะช่วยเพิ่มรายได้จากค่าโฆษณา รวมถึงงานพิมพ์สิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ แผ่นพับให้มีเพิ่มขึ้น

² สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

โดยคาดว่าธุรกิจสิ่งพิมพ์ จะอยู่ในภาวะที่ทรงตัวเมื่อเทียบกับปี 2560 ที่มีมูลค่าประมาณ 135,000 ล้านบาท³ ซึ่งเป็นสิ่งท้าทายสำหรับธุรกิจสิ่งพิมพ์ในปีถัดไปที่หากไม่มีปัจจัยพิเศษดังกล่าว ธุรกิจอาจจะลดตัวจากผลกระทบของสื่อออนไลน์ดังเช่นปีก่อนๆ

สำหรับในปี 2561 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่ายังมีปัจจัยพิเศษสนับสนุนธุรกิจสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

มูลค่าตลาดสิ่งพิมพ์ปี 2561 135,000 ล้านบาท ทรงตัวเทียบกับปี 2560*	
ปัจจัยสนับสนุน	ประเภทสิ่งพิมพ์
การเลือกตั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ	สิ่งพิมพ์โฆษณา • โปสเตอร์ แผ่นป้าย แผ่นพับ
การแข่งขันฟุตบอลโลกและการเลือกตั้ง	สิ่งพิมพ์หนังสือ • นิตยสาร หนังสือพิมพ์ พ็อกเก็ตบุ๊ก
การเติบโตของธุรกิจ E-Commerce	สิ่งพิมพ์บนบรรจุกู้

ที่มา : กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และบรรจุกู้ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย *ปี 2561 ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

โอกาสสำหรับธุรกิจในปี 2561

✔ **สิ่งพิมพ์โฆษณา** ประเภท โปสเตอร์ แผ่นป้าย ใบปลิว แผ่นพับ จากแนวโน้มการเลือกตั้งท้องถิ่นที่น่าจะเริ่มในปีนี้ ประกอบกับการเลือกตั้งระดับประเทศที่น่าจะเริ่มในช่วงต้นปี 2562 ส่งผลให้ความต้องการสิ่งพิมพ์ประเภทโฆษณามีเพิ่มขึ้น (คาดว่าช่วงครึ่งปีหลังจะเริ่มเห็นการติดต่อและสั่งทำสิ่งพิมพ์เข้ามา) โดยคาดว่าผู้ประกอบการ โรงพิมพ์ SME ต่างจังหวัด น่าจะได้รับอานิสงส์จากกฎระเบียบการเลือกตั้งใหม่ ที่กำหนดให้ผู้สมัครพรรคเดียวกันได้เบอร์แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ทำให้พรรคการเมืองทั้งเก่าหรือพรรคที่ดั่งขึ้นใหม่ บางส่วนอาจใช้บริการโรงพิมพ์ในท้องถิ่น ซึ่งต่างจากแบบเดิมที่ให้ผู้สมัครและพรรคใช้เบอร์เดียวกันทั่วประเทศ ทำให้สามารถสั่งพิมพ์โปสเตอร์ ใบปลิว แผ่นพับ จากโรงพิมพ์ขนาดใหญ่ในส่วนกลางที่ละมากๆ ได้ (พรรคใหญ่บางรายอาจยังคงพิมพ์จากส่วนกลางและนำไปติดสติ๊กเกอร์เบอร์ผู้สมัครที่หลัง) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้ธุรกิจสิ่งพิมพ์ SME ในต่างจังหวัดอาจจำเป็นต้องเตรียมวางแผนสต็อกวัตถุดิบ การเคลียร์คิวงานเพื่อรองรับงานในช่วงดังกล่าวล่วงหน้า รวมถึงการเตรียมบุคลากรการทำอาร์ตเวิร์คเพื่อให้คำแนะนำสำหรับลูกค้าที่ยังไม่มีรูปแบบงานพิมพ์ของตนเอง

✔ **สิ่งพิมพ์หนังสือ** ประเภทนิตยสาร หนังสือพิมพ์ พ็อกเก็ตบุ๊ก ได้รับผลกระทบจากกระแสสื่อออนไลน์มากกว่าสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า การแข่งขันฟุตบอลโลกในช่วงกลางปี 2561 รวมถึงปัจจัยทางด้านการเลือกตั้ง อาจส่งผลดีต่อรายได้การจำหน่ายสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับการแข่งขันที่ประชาชนสนใจเก็บเป็นที่ระลึก และเม็ดเงินโฆษณาลงสื่อที่เข้าถึงคนจำนวนมาก อาทิ หนังสือพิมพ์ ซึ่งเข้าถึงคนรุ่นเก่าที่มีสิทธิ์เลือกตั้งจำนวนมาก และเป็นที่น่าสังเกตว่า มีสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือบางประเภทที่น่าจะยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์อาจใช้เป็นช่องทางในการเข้าถึงตลาด อาทิ สิ่งพิมพ์ที่จับกลุ่มเฉพาะสำหรับเด็ก

³ กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และบรรจุกู้ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ที่เกี่ยวกับการสร้างเสริมประสบการณ์ ซึ่งพ่อแม่ผู้ปกครองยังนิยมส่งเสริมให้เด็กอ่าน หรือสิ่งพิมพ์สำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงสิ่งพิมพ์แจกฟรี ซึ่งสิ่งพิมพ์เหล่านี้ยังมีการผลิตน้อย และคอนเทนต์ยังไม่หลากหลายครอบคลุมแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

✔ **สิ่งพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์** คาดว่าจะได้รับอานิสงส์จากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโต ทำให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าจำหน่ายในและต่างประเทศมีเพิ่มขึ้น รวมถึงสิ่งพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่รองรับการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ซึ่งกลุ่มนี้นับเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นที่เป็น SME เนื่องจากผู้ผลิตสินค้าที่จำหน่ายในออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในแต่ละจังหวัด ทำให้การส่งพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์สามารถทำได้ในแต่ละพื้นที่ผลิต โดยธุรกิจสิ่งพิมพ์อาจต้องเข้าไปนำเสนอแผนการผลิตร่วมกับผู้ผลิตสินค้า รวมถึงผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้งานพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อไปถึงผู้บริโภคสินค้า ได้รับความพึงพอใจและจดจำสินค้าได้มากที่สุด



3 อุปสรรค ที่ SME ต้องเผชิญ

- ▶ การซื้อต่อครั้งลดลง แต่มีความถี่มากขึ้น
- ▶ ถูกแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่ง
- ▶ ความต้องการที่เปลี่ยนไป

ประเด็นความท้าทายและการปรับตัวของธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ในปี 2561

ในปี 2561 ธุรกิจบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ แม้ว่าจะได้รับอานิสงส์จากการเติบโตของเศรษฐกิจรวมถึงปัจจัยพิเศษอื่นๆ แต่ธุรกิจนี้ก็ยังคงมีความท้าทายที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางรับมือ ซึ่งมีดังนี้

✔ **คำสั่งซื้อต่อครั้งที่มีแนวโน้มลดลงแต่มีความถี่มากขึ้น** การเติบโตของผู้ประกอบการ SME ที่เพิ่มขึ้น ภายหลังจากธุรกิจ E-Commerce ขยายบทบาท โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง และของใช้ส่วนบุคคล ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ส่วนใหญ่มียอดจำหน่ายต่อครั้งไม่สูงมากนัก อีกทั้งยอดขายยังไม่สม่ำเสมอเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายใหญ่ ส่งผลให้การสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ต่อครั้งอาจมีจำนวนไม่สูงมาก แต่มีความถี่บ่อยตามยอดขายที่เข้ามาในแต่ละเดือน อาทิ ผู้ผลิตสินค้า SME ที่จำหน่ายผ่าน E-Commerce หรือผู้ผลิตหนังสือที่ไม่ใช่สำนักพิมพ์ อาทิ นักเขียนอิสระ (จะพิมพ์งานต่อครั้งจำนวนไม่มากเพื่อทดสอบตลาด หากได้รับความนิยมจึงจะพิมพ์เพิ่ม) รวมถึงแต่ละรายยังมีความต้องการบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์รูปแบบแตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความยุ่งยากในการวางแผนสต็อกวัตถุดิบ การเตรียมบุคลากรด้านการออกแบบ รวมถึงความต่อเนื่องของการเดินเครื่องจักร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่อาจสูงหากเทียบกับการผลิตที่ละมาก ๆ

แนวทางการปรับตัว

วิธีลดต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และรองรับงานที่ไม่สามารถกำหนดปริมาณผลิตขั้นต่ำ อาจจำเป็นต้องติดต่อบริษัทกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการคล้ายๆกัน เพื่อให้การสั่งซื้อวัตถุดิบ อาทิ กระจก พลาสติก สี หมึกพิมพ์ เป็นล็อตใหญ่และอยู่ในประเภทเดียวกัน เพื่อให้ได้ราคาที่ต่ำลง ขณะเดียวกัน อาจวางแผนร่วมกับลูกค้าเกี่ยวกับงานที่อาจมีหลากหลายรูปแบบ ให้รวมหรือแบบที่น้อยลงเพื่อลดต้นทุนค่าออกแบบและผลิตต่อแบบได้ครั้งละมากขึ้น ขณะเดียวกัน อาจผลิตบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบสำเร็จรูปจำนวนมากเพื่อจำหน่ายให้กับประชาชนผ่านช่องทางการขนส่ง (ไปรษณีย์ไทย หรือบริษัทขนส่งเอกชนต่างๆ) นอกจากนี้ อาจเพิ่มสายการผลิต โดยปรับเปลี่ยนมาใช้เครื่องจักรการผลิตที่มีราคาต่ำ และสามารถผลิตงานจำนวนน้อย อาทิ เครื่องจักรบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ที่ประหยัดพลังงาน ลดการสูญเสียวัสดุ ในกระบวนการผลิต และใช้ดิจิทัลควบคุมการผลิต รวมถึง เครื่องพิมพ์ดิจิทัล ที่มีราคาไม่สูงมากเพียง 1-2 ล้านบาท เพื่อรับงานสั่งพิมพ์ครั้งละไม่มากที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะช่วยประหยัดเงินลงทุนค่าเครื่องจักรแล้ว ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรที่ใช้น้อยลง ซึ่งอาจเหลือเพียง 2 คน จากเดิมระบบการพิมพ์แบบออฟเซต ต้องลงทุนเครื่องจักร 20-30 ล้านบาท และต้องจ้างบุคลากรหลายคน

✓ การถูกแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่ง ผลจากการค้าไร้พรมแดน ทำให้การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ

โดยเฉพาะ E-Commerce ทำได้ง่ายและมีค่าใช้จ่ายถูกลง ซึ่งอาจทำให้บรรจุภัณฑ์ติดมากับตัวสินค้าตั้งแต่ต้นทางจากต่างประเทศ ซึ่งหากการนำเข้าสินค้าในส่วนนี้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตสินค้าในประเทศที่อาจมียอดขายลดลง และอาจเป็นภัยคุกคามต่อความต้องการบรรจุภัณฑ์ในประเทศเช่นเดียวกัน ขณะที่ในส่วนของธุรกิจสิ่งพิมพ์นั้น แม้ว่าการเติบโตของความต้องการในสื่อออนไลน์อาจจะอยู่ในอัตราที่ชะลอตัวลง เมื่อเทียบกับช่วงแรกของการเข้ามาของสื่อออนไลน์ แต่ก็ยังเป็นภัยคุกคามที่สำคัญต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ เนื่องจากหลายๆ ธุรกิจรวมถึงประชาชนยังคงให้น้ำหนักการใช้สื่อออนไลน์ในการติดตามข้อมูลข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายและรายได้จากการโฆษณาของสิ่งพิมพ์อย่างต่อเนื่อง

แนวทางการปรับตัว

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ควรขยายช่องทางไปสู่ตลาดที่ยังมีคู่แข่งทางเดียว อาทิ ตลาดประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งการผลิตบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ หรือคุณภาพการผลิตยังไม่เทียบเท่าไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่มีพื้นที่ใกล้หรือติดกับชายแดน ที่สามารถข้ามไปรับงานจากเพื่อนบ้านซึ่งส่วนใหญ่ก็ยังเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SME และมีความต้องการบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ใกล้เคียงกับไทย นอกจากนี้ ธุรกิจสิ่งพิมพ์เองควรเน้นสิ่งพิมพ์ที่เป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche) ที่ยังมีผู้บริโภคให้ความสนใจ Content ที่มีคุณภาพและแตกต่างจากข้อมูลที่ได้จากช่องทางออนไลน์ รวมถึงอาจเพิ่มช่องทางการรับงานรูปแบบใหม่ๆ ที่กำลังได้รับความนิยม อาทิ การพิมพ์แบบ 3D ที่เหมาะสำหรับงานที่ผลิตจำนวนไม่มาก สำหรับธุรกิจขนาดกลางและเล็กที่ต้องการชิ้นงานต้นแบบเพื่อนำเสนอหรือใช้รับสินค้า ขณะเดียวกัน ต้องผสมผสานสื่อออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ก็จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างและคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากสิ่งพิมพ์ที่ผลิต อาทิ การใช้กระดาษแบบถนอมสายตาสำหรับกลุ่มเด็กและผู้สูงอายุซึ่งยังนิยมสิ่งพิมพ์อยู่

✔ **รูปแบบความต้องการที่เปลี่ยนไป** การที่ภาครัฐพยายามผลักดันให้ไทยปรับเปลี่ยนการผลิตภาคอุตสาหกรรมซึ่งเป็นฐานการผลิตเดิม ไปสู่ฐานเศรษฐกิจใหม่ (New S-Curve) ที่เน้นนวัตกรรมมากขึ้น อาทิ สินค้ากลุ่มเทคโนโลยีชีวภาพ เทคโนโลยีทางการแพทย์ กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้บรรจุกู้หรือสิ่งพิมพ์บนบรรจุกู้รูปแบบเดิมที่ผลิตแบบแมสอาจไม่สามารถตอบโจทย์สินค้าใหม่ๆ ที่จะถูกผลิตออกมาได้ 100% ขณะที่การผลิตที่ตอบโจทย์และเหมาะสมก็อาจมีอุปสรรคจากเครื่องจักรการผลิตที่มีอยู่เดิม รวมถึงบุคลากรทางด้านการผลิตและออกแบบก็อาจยังไม่มี ความเชี่ยวชาญหรือคุ้นเคยกับสินค้ารูปแบบใหม่ที่มีบทบาทมากขึ้น

แนวทางการปรับตัว

ผู้ผลิตบรรจุกู้และสิ่งพิมพ์ จำเป็นต้องเรียนรู้และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มฐานเศรษฐกิจใหม่ (New S-Curve) ว่ามีความต้องการสินค้าหรือวัสดุรูปแบบใด อาทิ วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่นไบโอพลาสติกที่ได้รับการยอมรับจากตลาดโลก พร้อมทั้งเตรียมหาเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับรูปแบบหรือวัสดุที่อาจเปลี่ยนไป รวมถึงการเตรียมพัฒนานักบุคลากรทั้งด้านช่างเทคนิคการผลิต และการออกแบบ เพื่อให้มีองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบสินค้าใหม่และสามารถตอบสนองการใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเพื่อให้บรรจุกู้และสิ่งพิมพ์เข้าไปช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ อีกด้วย



Guru Suggestion : คุณพิมพ์นารา จิรานิสนนท์

ประธานกลุ่มอุตสาหกรรม การพิมพ์และบรรจุกู้ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และนายกสมาคม การพิมพ์ไทย กล่าวว่า ผลจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล ที่เป็นปัจจัยเข้า มากระทบต่ออุตสาหกรรม ดังนั้นอุตสาหกรรมบรรจุกู้และการพิมพ์จึงจำเป็นต้อง ปรับตัวให้เข้ากับยุค Thailand 4.0 โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย นวัตกรรมใหม่ๆ มาเพิ่มขีดความสามารถแข่งขัน ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีที่พัฒนาออกมามีราคาที่ถูกลง และสามารถรับงานผลิตจำนวนน้อยภายใต้ต้นทุนที่ไม่สูง ซึ่งต่างจากเดิมที่ต้องผลิตงาน

จำนวนมากจึงจะมีต้นทุนต่อหน่วยถูกลง

ขณะเดียวกันก็ต้องผลิตสินค้าที่มีความแตกต่าง โดยนำจุดแข็งของตนเอง อาทิ ความเชี่ยวชาญด้าน งานออกแบบที่สวยงามมีคุณค่า ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดไปสู่ตลาดใหม่ที่ยังมีอนาคต อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ อาจได้รับผลกระทบจากสื่อออนไลน์ที่เข้ามา แต่ตลาดบรรจุกู้ยังคงเติบโตโดยเฉพาะบรรจุกู้สำหรับ E-Commerce ดังนั้น ผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์ก็อาจขยับปรับตัวไปสู่งานพิมพ์บนบรรจุกู้หรือฉลากมากขึ้น

คุณพิมพ์นารา กล่าวว่า ปัจจุบันอุตสาหกรรมบรรจุกู้และการพิมพ์ของไทย มีจุดแข็งของการเป็น ผู้ผลิตกระดาษบรรจุกู้รายใหญ่ที่สุดในอาเซียน และไทยยังเป็นศูนย์กลางในการจัดหาและจัดซื้อสำหรับ เทคโนโลยีการพิมพ์ รวมถึงความต้องการบรรจุกู้ในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป เครื่องสำอาง ซึ่งเป็นปัจจัยหนุนให้อุตสาหกรรมนี้ยังคงเติบโต

สัมภาษณ์หนังสือ SME THAILAND Magazine ตุลาคม 2560

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จัก
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่    

