



K SME Analysis


บรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ ปรับตัวไว รอดได้แน่



บรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ ปรับตัวไว รอดได้แน่



เทรนด์เทคโนโลยีดิจิทัลและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ โดยความนิยมที่เพิ่มขึ้นมากในสื่อออนไลน์ ทำให้ธุรกิจสำนักพิมพ์และโรงพิมพ์ดั้งเดิมหลายรายต้องปรับโครงสร้างธุรกิจ ทั้งการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจการ หรือแม้กระทั่งควบรวมหรือปิดกิจการ ในอีกด้านหนึ่ง การที่ผู้บริโภคเชื่อมั่นในการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์หรือ E-Commerce มากขึ้น กลับสนับสนุนให้ธุรกิจงานพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์หรืองานพิมพ์ซิลค์สกรีน รวมถึงธุรกิจบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งมีโอกาสเติบโต ซึ่งก็อาจจะทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องได้รับอานิสงส์ อย่างไรก็ตาม ด้วยโอกาสที่เปิดกว้างสำหรับการเข้ามาประกอบกิจการของผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ หรือ Start-up ที่มีความสร้างสรรค์และมีความสามารถที่จะเกาะไปกับเทรนด์นี้ได้ ก็ทำให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาดอยู่แล้วจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อรับมือกับความท้าทายจากการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น



ภาพรวมของธุรกิจบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ปี 60

- มูลค่าตลาดรวม 3 แสนล้านบาท
- ธุรกิจบรรจุภัณฑ์มูลค่า 1.8 แสนล้านบาท โตร้อยละ 5
- ธุรกิจสำนักพิมพ์และโรงพิมพ์มูลค่า 1.2 แสนล้านบาท โตร้อยละ 0 ถึงหดตัวร้อยละ 3

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ธุรกิจบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ซึ่งมีมูลค่าตลาดกว่า 3 แสนล้านบาทต่อปี (รวมเฉพาะบรรจุภัณฑ์กระดาษ) โดยแยกเป็นธุรกิจบรรจุภัณฑ์ประมาณ 1.8 แสนล้านบาทเติบโตประมาณร้อยละ 5 และธุรกิจสำนักพิมพ์และโรงพิมพ์มูลค่า 1.2 แสนล้านบาทเติบโตร้อยละ 0 ถึงหดตัวร้อยละ 3 ซึ่งธุรกิจนี้จะมีแนวโน้มเผชิญความยากลำบากอย่างต่อเนื่องในปี 2560 เนื่องจากปริมาณงานพิมพ์สิ่งพิมพ์ที่มีแนวโน้มลดลง จากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และการบริโภคสื่อของประชาชนไปสู่สื่อออนไลน์ สะท้อนจากเม็ดเงินสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์และนิตยสารที่มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ (จาก 18,113 ล้านบาทในปี 2557 ลงมาเหลือเพียง 12,772 ล้านบาทในปี 2559) สวนทางกับการขยายตัวของสื่ออินเทอร์เน็ตในช่วงปี 2557-2559 ในขณะที่ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์โดยรวมที่มักแปรผันตามการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ก็ยังได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของเศรษฐกิจที่ยังไม่เกิดขึ้นอย่างครอบคลุมทั่วถึงทุกภาคส่วน เห็นได้จากดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรม (MPI) ที่บ่งชี้ถึงภาวะการผลิตสินค้าของผู้ประกอบการที่มีตลาดทั้งในประเทศและส่งออก ยังคงหดตัวเล็กน้อยร้อยละ 0.1 ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2560

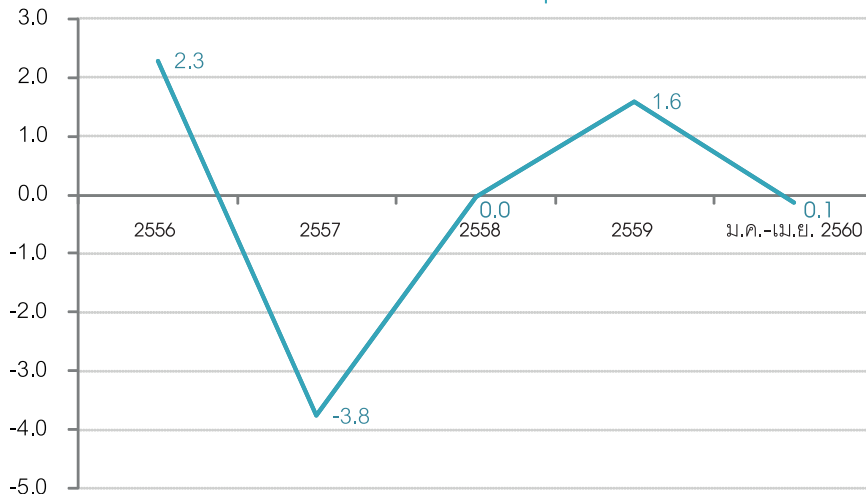
เม็ดเงินสินเชื่อโฆษณา : สื่อสิ่งพิมพ์มีแนวโน้มหดตัวต่อเนื่อง

	฿ 2557		฿ 2558		฿ 2559		฿ ม.ค. - พ.ค. 2560	
	ล้านบาท	%YoY	ล้านบาท	%YoY	ล้านบาท	%YoY	ล้านบาท	%YoY
หนังสือพิมพ์	13,182	-13.6	12,323	-6.5	9,843	-20.1	3,261	-20.1
นิตยสาร	4,931	-13.1	4,268	-13.4	2,929	-31.4	807	-37.2
อินเทอร์เน็ต	950	+8.3	1,058	+11.4	1,731	+63.6	637	-6.3

ที่มา: Nielsen

การผลิตรายการอุตสาหกรรมที่อ่อนแอ กระทบธุรกิจบรรจุก๊าซและการพิมพ์

อัตราการขยายตัวของดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (%YoY)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบรรจุก๊าซและการพิมพ์บางประเภท อาทิ งานพิมพ์บนบรรจุก๊าซเพื่อการขนส่งหรืองานพิมพ์ซิลค์สกรีน รวมถึงบรรจุก๊าซเพื่อการขนส่ง น่าจะยังมีแนวโน้มขยายตัวได้ สอดคล้องกับการเติบโตในอัตราเลขสองหลักของธุรกิจ E-Commerce ในไทย โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า มูลค่าธุรกิจการซื้อขายสินค้าออนไลน์จากผู้ขายไปถึงผู้บริโภค (Business-to-Consumer E-Commerce) น่าจะอยู่ที่ประมาณกว่า 2 แสนล้านบาทในปี 2560 และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องไปอยู่ที่ราว 3.5 แสนล้านบาทในปี 2563

SMEs ธุรกิจบรรจุก๊าซและการพิมพ์... ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

หากพิจารณาถึงผู้ประกอบการในสายโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของธุรกิจบรรจุก๊าซและการพิมพ์ อันประกอบไปด้วย ธุรกิจสิ่งพิมพ์ (สำนักพิมพ์ และธุรกิจโรงพิมพ์) ธุรกิจพิมพ์ซิลค์สกรีน และธุรกิจบรรจุก๊าซที่มีจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) แต่ส่วนแบ่งตลาดกลับถูกครอบครองโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีธุรกิจครบวงจรทั้งโรงพิมพ์และสำนักพิมพ์ และอาจรวมถึงธุรกิจ

บรรจุกฎณ์ในบางราย ดังนั้น จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการให้ตอบรับสื่อดิจิทัล อาทิ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น E-Book, E-Magazine และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ที่เข้ามาแทนที่สื่อดั้งเดิมของผู้บริโภคในปัจจุบัน¹ และสภาพการแข่งขันในตลาดที่ต้องแย่งกันรับงานพิมพ์หรืองานโฆษณาที่มีจำกัด จึงส่งผลให้ธุรกิจ SMEs บางส่วนที่สายป่านสั้นจำเป็นต้องปิดกิจการไป หรือบางรายก็มีการควบรวมกิจการเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองทางด้านการสั่งซื้อวัตถุดิบ หรือการบริหารต้นทุนพนักงานให้ลดลง รวมทั้งบางรายมีการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจด้วยการขยายไปทำธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ที่กำลังเติบโตแทน

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ : สิ่งพิมพ์

คนอ่านหนังสือที่น้อยลง

สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ใช้แทนสิ่งพิมพ์ได้

ธุรกิจจำนวนมากหันมาโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ : บรรจุกฎณ์และการพิมพ์ซิลค์สกรีน

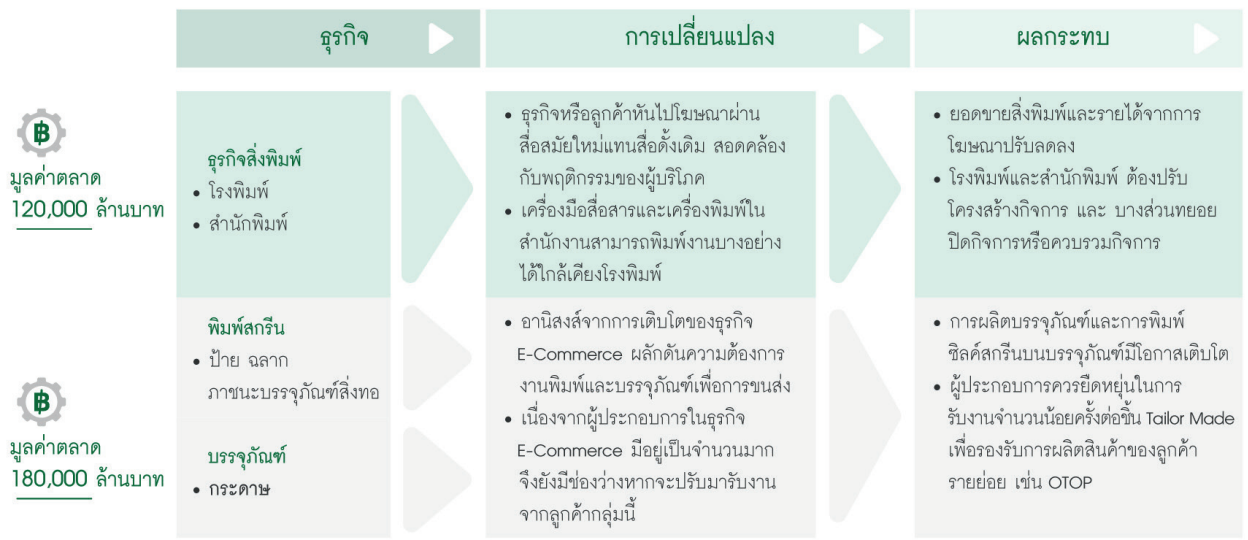
- ลูกค้าหลักเปลี่ยนจากรายใหญ่เป็นรายย่อย

สำหรับธุรกิจ SMEs สิ่งพิมพ์ ต้องเผชิญความท้าทายเพิ่มขึ้น เนื่องจากประชาชนให้เวลากับการอ่านหนังสือที่น้อยลง และให้เวลากับกิจกรรมอื่นๆ มากขึ้น อาทิ การเล่นเกม การติดต่อสื่อสารรวมถึงการติดตามข่าวสาร ความบันเทิงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีการอัปเดตเนื้อหาได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ รวมทั้งสามารถสื่อสารสองทางกับผู้อ่าน ขณะเดียวกัน เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ก็พัฒนาจนสามารถใช้แทน

¹ ผู้ใช้ Facebook ในไทยมีจำนวน 41 ล้านราย, Line 33 ล้านราย, Instagram 7.8 ล้านราย และ Twitter 5.3 ล้านราย (ที่มา: Thoth Zocial, พ.ศ. 2560)

สิ่งพิมพ์บางประเภทได้เช่น สมุดโน้ต รวมถึงการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ประการสำคัญ ธุรกิจ/องค์กรจำนวนมากหันมาโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่อย่างสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายคนรุ่นใหม่ได้ดีกว่า ทำให้รายได้ของสื่อสิ่งพิมพ์หดหายไปจำนวนมาก (รายได้โฆษณาคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 ของรายได้สื่อสิ่งพิมพ์) ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีการผลิตครบวงจร เช่น สำนักพิมพ์ที่ผลิตสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภท มีโรงพิมพ์ มีระบบการจัดส่งสินค้า สามารถรองรับความท้าทายได้ดีกว่าผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งต้องเผชิญกับการแข่งขันเพื่อแย่งงานที่มีจำกัดทั้งนิตยสาร วารสาร สิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาที่มีความต้องการลดลง จึงคาดว่าธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่เป็น SMEs จำเป็นต้องปรับโครงสร้างกิจการ โดยหันไปหาสิ่งพิมพ์บางประเภทที่ยังสามารถเติบโตได้ดี รวมถึงการนำเอาเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ ขณะที่บางรายที่ปรับตัวไม่ทันก็อาจต้องปิดกิจการลง

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ มูลค่าตลาดกว่า 3 แสนล้านบาท



ที่มา: กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย KRResearch

ส่วนธุรกิจ SMEs บรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ซิลค์สกรีน อาจเผชิญแรงกดดันน้อยกว่าธุรกิจสิ่งพิมพ์ เนื่องจากความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ยังคงมีอยู่ เพียงแต่กลุ่มลูกค้าจะเริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็นผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ที่มีการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ครั้งละมากๆ กลายมาเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือ E-Commerce โดยปัจจุบันผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์รายใหญ่มีส่วนแบ่งในตลาดค่อนข้างมากเนื่องจากบางส่วนมีพันธมิตรเป็นผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้ารายใหญ่ อย่างไรก็ตาม หากผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์ SMEs มีความยืดหยุ่นในการปรับกระบวนการผลิตให้สามารถรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณน้อยได้หรือเลือกเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม อาทิ ผู้ผลิตสินค้า OTOP ในพื้นที่จังหวัดนั้นๆ หรือบริเวณใกล้เคียงที่ทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อและส่งมอบงาน ก็น่าจะสามารถเข้ามาจับตลาดบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า E-Commerce ได้ทั้งในส่วนของบรรจุภัณฑ์สำหรับห่อหุ้มสินค้า รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เพื่อการขนส่ง เพราะผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์รายใหญ่อาจยังจำเป็นต้องผลิตในปริมาณมากเพื่อความคุ้มค่าหรืออาจจะยังให้บริการไปไม่ได้ไม่ทั่วถึงในทุกพื้นที่

แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจบรรจุภัณฑ์ และการพิมพ์



5 แนวทางปรับตัวรับความท้าทาย

- เปลี่ยนเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิต
- รับงานที่ยังมีโอกาและลู่ทางในอนาคต
- เข้าสู่ธุรกิจออนไลน์
- มองหาตลาดต่างประเทศ
- ใช้ประโยชน์จากการสนับสนุนภาครัฐ

เพื่อรับมือกับความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จำเป็นต้องเร่งปรับตัว โดยอาจพิจารณาแนวทางการดำเนินการดังต่อไปนี้

ปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิต งานพิมพ์ยุคใหม่จำเป็นต้องผลิตได้รวดเร็ว ภายใต้อาชีพราคาที่ไม่สูงเกินไป รวมถึงสามารถรับงานผลิตได้ในปริมาณสิ่งต่อครั้งที่ไม่สูงมากนัก โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็น SMEs และกลุ่มที่จำหน่ายสินค้าผ่าน E-Commerce ดังนั้น เครื่องจักรระบบอัตโนมัติที่ใช้คนน้อยลง และลดขั้นตอนการผลิตจึงเข้ามาตอบโจทย์ อาทิ เครื่องพิมพ์แบบ Digital Printing (การพิมพ์แบบไร้แม่พิมพ์ โดยใช้คอมพิวเตอร์ต่อกับเครื่องพิมพ์หรือพรีนเตอร์ต่อพ่วงกับเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท หรือเครื่องพิมพ์เลเซอร์) รวมถึงเครื่องพิมพ์ซิลค์สกรีนแบบดิจิทัล จึงมีความเหมาะสมสำหรับรับงาน Print on Demand ซึ่งเครื่องพิมพ์เหล่านี้ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่สูงมากนักเพียง 2-3 ล้านบาท ส่งผลให้ผู้ประกอบการ SMEs เดิม รวมถึงผู้ประกอบการ Start-up รายใหม่ มีความสามารถที่จะลงทุนหรือเข้าสู่ธุรกิจได้

การปรับรับงานที่ยังมีโอกาและลู่ทางในอนาคต งานพิมพ์หลาย ๆ ประเภทยังคงเป็นที่ต้องการของตลาด เช่น สิ่งพิมพ์สำหรับคนบางวัยที่ยังต้องการในรูปแบบรูปเล่ม เพื่อพัฒนาจินตนาการและสะดวกต่อการอ่าน อาทิ สิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก เพื่อกระตุ้นหรือพัฒนาการของเด็ก และสิ่งพิมพ์เพื่อรองรับสังคมสูงอายุ ซึ่งสิ่งพิมพ์กลุ่มนี้ควรเน้นวัสดุการพิมพ์ที่เหมาะสม เช่น การใช้กระดาษถนอมสายตา ลดการสะท้อนแสง การปรับโทนสีหมึกพิมพ์ให้อ่านสบาย นอกจากนี้ อีกหนึ่งสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจและคาดว่าจะมีความต้องการสูง ได้แก่ สิ่งพิมพ์ประเภท แจกฟรี (Free Copy) ที่มีรายได้ค่าโฆษณาจากสินค้า ขณะที่ต้นทุนการผลิตไม่สูงมากนัก (ลดลงมากกว่าครึ่งของสิ่งพิมพ์ปกติ) เนื่องจากใช้บุคลากรน้อย รวมทั้งหน้าสิ่งพิมพ์ที่ลดลงทำให้ประหยัดค่ากระดาษ โดยปัจจุบันสื่อประเภทนี้ยังมีผู้เล่นน้อยรายในตลาด ซึ่งสิ่งพิมพ์เหล่านี้ ไม่จำเป็นต้องแจกทุกวัน อาจทำแจกเป็นรายสัปดาห์หรือรายปักษ์ โดยสิ่งพิมพ์แจกฟรีที่น่าสนใจ คือสิ่งพิมพ์ที่จับตลาดประชากรภาคเกษตรที่มีจำนวนมากในต่างจังหวัด เนื้อหาเน้นสภาพตลาด เทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มผลผลิต สินค้าใหม่ที่กำลังนิยม (โฆษณามาจากผู้ผลิตเคมีภัณฑ์การเกษตร/เครื่องจักรกลการเกษตร/เมล็ดพันธุ์ รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ) ขณะเดียวกันตามเมืองใหญ่หรือในกรุงเทพฯเอง สิ่งพิมพ์เกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ เช่น สุขภาพ ท่องเที่ยว กีฬา ภาพยนตร์ รถยนต์ ก็เป็นสื่อที่สังคมสนใจติดตาม

การเข้าสู่ธุรกิจออนไลน์ ที่ใช้เงินลงทุนและจำนวนบุคลากรน้อย ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีทุนไม่สูงสามารถเข้ามาในธุรกิจการพิมพ์ได้ง่ายขึ้น ทั้งการสร้างเว็บไซต์ออนไลน์ การทำ E-book หรือ E-Magazine ที่ช่วยประหยัดทางด้านวัตถุดิบทั้งกระดาษ หมึกพิมพ์ แม่พิมพ์ รวมถึงค่าใช้จ่ายดำเนินการต่างๆ อาทิ ค่าขนส่ง ค่าส่วนแบ่งให้กับคนกลางเช่นสายส่งหรือร้านหนังสือ (ส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 35-40 จากหน้าปก) นอกจากนี้ การจ้างนักเขียนอิสระหรือฟรีแลนซ์ก็น่าจะช่วยลดต้นทุนพนักงานลงได้ อย่างไรก็ตาม รายได้จากสื่อออนไลน์ในส่วนของยอดขายสิ่งพิมพ์จะหายไป (ประมาณร้อยละ 40-50 แต่อาจได้ค่าดาวน์โหลด E-book E-Magazine ขาดเพียงบางส่วน) และแทนที่ด้วยรายได้จากการโฆษณา อย่างไรก็ตาม การทำสื่อผ่านช่องทางออนไลน์ สิ่งสำคัญก็คือการมีเนื้อหาที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดให้คนติดตาม และกระตุ้นให้สินค้าสนใจโฆษณา

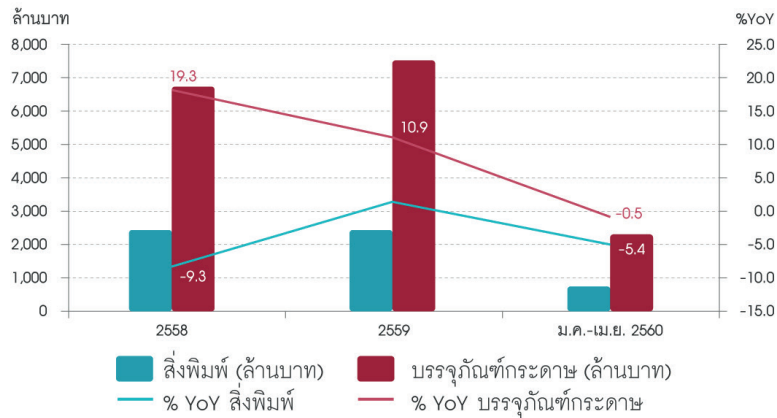
การให้บริการลูกค้าในลักษณะ Solutions เนื่องจากการพิมพ์รุ่นใหม่ปรับเปลี่ยนไปตามตลาด โดยเฉพาะการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ การนำเสนอสินค้าเพื่อเข้าถึงกลุ่มคนเหล่านี้จึงอาจทำผ่านสื่อ Social Media ขณะเดียวกัน ควรนำระบบการให้บริการครบวงจรแบบ One-Stop Service เริ่มตั้งแต่การวางแผนการผลิตร่วมกับลูกค้า ไปจนถึงการส่งมอบสินค้า นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดรวมถึงการออกแบบให้มีความเชี่ยวชาญหลากหลายตามสินค้า E-commerce ที่มีจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันบุคลากรด้านนี้ไม่เพียงพอและยังขาดทักษะกับงานพิมพ์และการตลาดรูปแบบใหม่

การมองหาตลาดต่างประเทศ ประเทศไทยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์จนเป็นผู้นำด้านการพิมพ์ในภูมิภาค ส่งผลให้ไทยมีการรับงานพิมพ์จากต่างประเทศและมีการส่งออกไปยังต่างประเทศปีละกว่า 1 หมื่นล้านบาท โดยส่วนใหญ่ส่งออกไปยังประเทศในเอเชีย อาทิ ฮองกง ญี่ปุ่น และที่กำลังมีบทบาทสูงคือกลุ่มประเทศใน CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา เวียดนาม) ซึ่งภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้ความต้องการสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เช่น นิตยสาร วารสาร รวมถึงแบบพิมพ์ที่ใช้ในอาคารสำนักงาน บริษัท ห้างร้านต่างๆ รวมถึงสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีเพิ่มขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการ SMEs ที่ตั้งอยู่ใกล้กับประเทศเพื่อนบ้านสามารถรับงานการพิมพ์ได้ แต่ผู้ประกอบการก็ควรจะต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าและรักษาคุณภาพในการให้บริการเพื่อสร้างความไว้วางใจ นอกจากนี้ หากมีจังหวะอาจเข้าไปร่วมทุนกับนักลงทุนท้องถิ่นในประเทศเหล่านี้ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญตลาดเพื่อช่วยเหลือลูกค้าให้

การใช้ประโยชน์จากการสนับสนุนภาครัฐ ผู้ประกอบการการพิมพ์ อาจใช้โอกาสที่ภาครัฐได้มีการสนับสนุนให้ภาคธุรกิจสิ่งพิมพ์ในการออกไปร่วมกันหาลูกค้าในต่างประเทศ ทั้งการจัดงานแสดงสินค้า การพบปะลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ซึ่งจะทำให้การหาตลาดในต่างประเทศมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งมีอุปสรรคในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ



การส่งออกสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทยไปตลาดโลก



ตลาดส่งออกที่ยังเติบโตในช่วง 4 เดือนแรกปี 2560 (ตัวเลขในวงเล็บ คือ %YoY)
 สิ่งพิมพ์ ได้แก่ ฮองกง (24.6%) ญี่ปุ่น (4.5%) เกาหลี (63.3%) เยอรมนี (193.6%) เมียนมา (20.5%)
 บรรจุภัณฑ์กระดาษ ได้แก่ ฮองกง (2.619%) มาเลเซีย (39.0%) ญี่ปุ่น (17.8%) สปป.ลาว (27.1%) สิงคโปร์ (34.6%)

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

บทสรุป

SME ต้องปรับ รับกระแสโลก

- ผลิตงานให้เร็วขึ้น ใช้แรงงานลดลง
- รับงานจำนวนน้อยได้
- รุกตลาดต่างจังหวัดที่ใช้ออนไลน์สูง
- ขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ธุรกิจบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ น่าจะยังไม่สูญหายไปจากตลาดในระยะเวลาดังกล่าว แต่อาจทยอยปรับลดลง โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่ไม่มีกระบวนการผลิตแบบครบวงจรแบบผู้ประกอบการรายใหญ่ ขณะที่ผู้ประกอบการที่เหลืต้องแข่งขันแย่งลูกค้าที่มีจำกัด และแทนที่ด้วยสื่อรูปแบบใหม่มากขึ้น ขณะที่การเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัล ทำให้เกิดรูปแบบการค้าแบบใหม่ผ่านโลกออนไลน์ที่ต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อสินค้า E-Commerce มากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งมีคำสั่งซื้อแต่ละครั้งจำนวนไม่มาก ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ทำให้จำเป็นต้องมีการปรับธุรกิจที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิ การปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ผลิตงานได้เร็วขึ้น ใช้แรงงานลดลง สามารถรับงานที่มีจำนวนน้อยได้ รวมถึงการมุ่งเข้าหาผู้ประกอบการ SMEs

ในต่างจังหวัดที่กำลังมีบทบาทในธุรกิจ E-Commerce ขณะเดียวกัน ก็ควรขยายช่องทางไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านที่ยังคงมีความต้องการสินค้าการพิมพ์ที่มีคุณภาพเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งไทยเองก็มีศักยภาพการพิมพ์ที่โดดเด่นในภูมิภาค

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จบ
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่    

