DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, Royal Thai Government

รายงานตลาดเชิงลึกสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

มิถุนายน 2566

สารบัญ

ลำดับ	หัวข้อ	หน้า
1.	ข้อมูลทั่วไปของบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม	1
2.	ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและบรรจุภัณฑ์	2
3.	ตลาดบรรจุภัณฑ์ของฟิลิปปินส์	3
4.	ความพยายามของภาคเอกชนในการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม	6
5.	ตัวอย่างผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์	8
6.	รูปแบบการจำหน่ายและการทำธุรกิจบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์	11
7.	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และราคาของบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์	12
8.	นโยบายของรัฐบาลฟิลิปปินส์ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์	14
9.	กฎระเบียบของสินค้าบรรจุภัณฑ์ในฟิลิปปินส์	15
10.	งานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง	16
11.	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ความเสี่ยงของผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของไทยในฟิลิปปินส์	17
12.	สรุปและข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สำหรับสำหรับผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์	18
13.	แหล่งที่มา	20

1. ข้อมูลทั่วไปของบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลจากสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ ระบุว่า eco-packaging คือ บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตออกมาโดยคำนึงถึงผลกระทบ ความเป็นมิตรและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม โดยการเลือกใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิตจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ หรือวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่ สำหรับข้อดีของ eco-packaging นอกจากการบรรจุสินค้าและป้องกันรักษาคุณภาพสินค้าภายในแล้วยังสามารถบรรจุสิ่งของได้ทั้งร้อนและเย็น บรรจุของเหลวได้โดยที่ไม่รั่วซึม สามารถนำบรรจุภัณฑ์เข้าไมโครเวฟได้ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์อาหารที่ใช้แนวคิดเลียนแบบธรรมชาติให้มากที่สุดด้วยการนำหลักการของธรรมชาติมาประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์ และพยายามลดการใช้สารเคมีในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยมากขึ้น ทั้งนี้ วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ใช้ผลิตเป็น eco-packaging สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1.Bio-Based คือ วัตถุดิบจากธรรมชาติ นำมาใช้ผลิตเป็นไบโอพลาสติก เช่น ข้าวโพด มันสำปะหลัง และอ้อย เป็นต้น

2. Fiber-Based คือ วัตถุดิบที่ทำมาจากไฟเบอร์หรือเส้นใยธรรมชาติ ซึ่งเป็นวัสดุที่ใช้เส้นใยมากที่สุด รวมถึงกากใยจากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เช่น ชานอ้อย ฟางข้าวสาลี ลินิน และไม้ไผ่ เป็นต้น

3. Biomass (ชีวมวล) คือ วัตถุดิบที่ได้จากเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เช่น แกลบ เปลือกชานอ้อย กากปาล์ม และซังข้าวโพด เป็นต้น

สำหรับตัวอย่าง eco-packaging ที่เริ่มมีใช้ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะใช้ในบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหาร เช่น ภาชนะใส่อาหารที่ทำจากมันสำปะหลัง รำข้าวสาลี กาบหมาก ช้อนส้อมจากไม้ไผ่หรือกะลามะพร้าว กระบอกน้ำหรือกล่องใส่อาหารไบโอพลาสติก ผลิตจากพลาสติกที่ย่อยสลายได้โดยธรรมชาติ แก้วกาแฟจากกากกาแฟ และแคปซูลใส่ซอสที่ทำจากสาหร่ายทะเล เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมประเภทอื่นๆ เช่น

- บรรจุภัณฑ์กินได้ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยลดปริมาณขยะพลาสติก และช่วยให้ปริมาณขยะโดยรวมลดลง ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์กินได้ เช่น ฟิล์มแครอท ที่นำมาห่อลูกอมและผลไม้กวน แก้วน้ำกินได้ที่ทำจากสาหร่ายทะเล สารอินทรีย์ที่ให้ความหวาน สี และรสชาติมาจากผักและผลไม้ เป็นต้น

- บรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาให้สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน และบรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ยังเป็นตัวแทนที่สามารถสื่อสารแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนอีกด้วย เช่น การออกแบบโหลน้ำผึ้งที่มีรูปทรงหกเหลี่ยมซึ่งสามารถเป็นตัวแทนของน้ำผึ้ง และยังสามารถนำมาวางซ้อนกันเป็นรูปทรงของรังผึ้งได้ด้วย หรือที่แขวนชาทรงไม้แขวนเสื้อ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจประเภทอื่นๆ ที่เห็นความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อมและได้ปรับบรรจุภัณฑ์มาใช้เป็น eco-packaging เช่น หลอดบีบเครื่องสำอางที่ทำจากกระดาษการบรรจุเมล็ดพันธุ์พืชลงในวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้เพื่อนำไปปลูกเป็นต้นไม้ เป็นต้น

2. ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและบรรจุภัณฑ์

ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของคนสนิทหรือสังคมโดยทั่วไปจะมองพฤติกรรมของตนเอง โดยเฉพาะพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ วัฒนธรรมยังอาจมีผลต่อพฤติกรรมดังกล่าวด้วย เนื่องจากการปฏิบัติตามคนส่วนใหญ่หรือบรรทัดฐานทางสังคมยังเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมฟิลิปปินส์ รวมทั้งความสะดวกในการหาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความสามารถในการซื้อ (เช่น รายได้และการมีสินค้า เป็นต้น) และคุณภาพก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน และยังมีอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ส่งผลต่อการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ คือ การให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภครายบุคคล รวมถึงทัศนคติและความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสิ่งแวดล้อมจากพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง โดยพบว่าแนวโน้มผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีความรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม มลพิษที่เกิดจากพลาสติก และทางเลือกในการรักษาสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้ ข้อมูลจาก Kantar บริษัทที่ปรึกษาชั้นนำด้านวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์ระบุผลสำรวจที่น่าสนใจไว้ ดังนี้

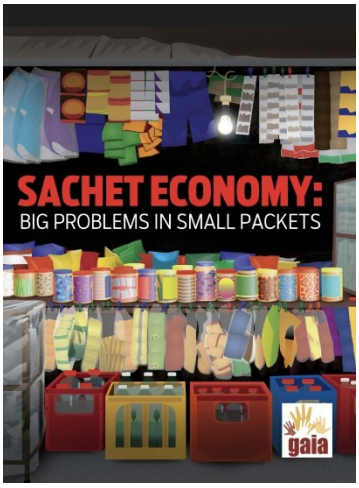
(1) ปัจจุบันผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีความต้องการผลิตภัณฑ์และมีวิถีชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยกว่าร้อยละ 75 ของผู้บริโภคชอบที่จะซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยั่งยืน และร้อยละ 74 มีความตั้งใจที่จะสนับสนุนแบรนด์ที่มีการส่งเสริมวิถีชีวิตที่มีความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ร้อยละ 92 ชอบสินค้าที่ทำจากวัตถุดิบทางธรรมชาติมากกว่า รวมทั้งมากกว่าร้อยละ 70 ยังลดการใช้พลาสติก รีไซเคิลขยะ และลดขยะที่เกิดจากอาหารด้วย โดยเฉพาะในกลุ่ม Baby boomer ซึ่งผู้บริโภคมีพฤติกรรมดังกล่าวคิดเป็นกว่าร้อยละ 80

(2) ในขณะที่ร้อยละ 90 ของผู้บริโภคฟิลิปปินส์ต้องการซื้อสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ เนื่องจากเชื่อว่าผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบทางธรรมชาติและสินค้าที่ผลิตภายในประเทศจะช่วยให้ชาวฟิลิปปินส์มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น รวมถึงช่วยให้เกิดการจ้างงานในประเทศด้วย

(3) การมีวิถีชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ได้เป็นเรื่องของผู้บริโภคที่มีฐานะร่ำรวยเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของชาวฟิลิปปินส์ทุกคนเริ่มหันมาใส่ใจมากขึ้น โดยกว่าร้อยละ 54 ของผู้บริโภคที่มีฐานะระดับปานกลาง-ล่าง เป็นครัวเรือนที่ eco-active กล่าวคือ มีพฤติกรรมในการบริโภคที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง หรือเป็น eco-considerer กล่าวคือ มีพฤติกรรมในการบริโภคที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมบ้าง โดยพฤติกรรมสำคัญของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เช่น การใช้ถุงผ้าซ้ำในการซื้อของ และการลดขยะพลาสติก เป็นต้น นอกจากนี้ ชาวฟิลิปปินส์จำนวนมากระบุว่า มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในกลุ่มเพื่อนและครอบครัวในเรื่องของสิ่งแวดล้อม

(4) อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์กว่าร้อยละ 55 ระบุว่าการใช้ชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องยาก เนื่องจากหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ยากหรือมีราคาแพงกว่า ทั้งนี้ ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบซองขนาดเล็ก (Sachet) กว่า 164 ล้านซองต่อวัน โดยร้อยละ 62 หรือประมาณ 101 ล้านซองเป็นซองแบบหลายชั้น (Multi-layer) ซึ่งซองดังกล่าวเป็นสารผสมระหว่างอลูมิเนียม

กาว และพลาสติก (PVC หรือ polystyrene) และส่วนใหญ่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ของเหลว เช่น ยาสระผม เครื่องดื่มชง เช่น นม น้ำผลไม้ กาแฟ ในขณะที่อีกร้อยละ 38 เป็นซองแบบชั้นเดียว (Single layer sachet) ซึ่งนิยมใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทขนมขบเคี้ยว และผงซักฟอกเป็นหลัก ทั้งนี้ จากผลการศึกษาจาก GAIA study ระบุว่า ซองขนาดเล็กที่ถูกทิ้งใน 1 ปี มีปริมาณเพียงพอที่จะฝังกรุงมะนิลาได้ 1 ฟุต และแนวโน้มการใช้ซองดังกล่าวพบว่ามีจำนวนมากขึ้นในกลุ่มผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ต่ำกว่า รวมทั้ง การใช้ซองขนาดเล็กในชุมชนเมืองมีมากกว่าในชนบท สำหรับประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้ซอง Sachet มากที่สุดได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป ตามมาด้วยสบู่ แชมพู ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดครัวเรือน และเครื่องปรุงรส โดยบรรจุภัณฑ์กลุ่มนี้สามารถหาได้ในช่องทางค้าปลีกหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นตลาด ร้านอาหารขนาดเล็ก ร้านค้าโชห่วย ทั้งนี้ สาเหตุสำคัญที่ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เลือกซื้อสินค้าที่เป็นบรรจุภัณฑ์แบบ Sachet เนื่องจากความสะดวกและมีราคาที่จับต้องได้ และทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแบรนด์ที่มีคุณภาพดีได้ ในราคาที่ไม่แพง รวมทั้งสามารถหาซื้อได้จากร้านค้าปลีกในชุมชน ส่งผลให้พฤติกรรมดังกล่าวกลายเป็นวัฒนธรรมการซื้อสินค้าขนาดเล็กหรือ tingi culture ในที่สุด และจากพฤติกรรมดังกล่าวทำให้แบรนด์ต่างๆ ต้องจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์แบบซองขนาดเล็ก เพื่อตอบสนองกับผู้ที่มีรายได้น้อยดังกล่าว



3. ตลาดบรรจุภัณฑ์ของฟิลิปปินส์

ในปี 2564 ฟิลิปปินส์มีการใช้บรรจุภัณฑ์กว่า 60,000 ล้านชิ้น และคาดว่าจะมีการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์ร้อยละ 4 ต่อปี ในระหว่างปี 2564 – 2571 โดยบรรจุภัณฑ์หลักที่มีการใช้ในตลาดฟิลิปปินส์แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

(1) **บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบแข็งตัว**

สินค้าที่ใช้มาก : เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ อาหาร

ปัจจัยผลักดันที่สำคัญ : ความสะดวก ต้นทุนต่ำ ความง่ายในการผลิต

วิถีชีวิตของผู้บริโภคที่ยังต้องการความสะดวก และสามารถพกพาผลิตภัณฑ์ไปตามสถานที่ต่างๆ ได้ง่าย ทำให้นิยมใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบแข็งตัวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ความต้องการในการบริโภคในปริมาณที่ไม่มากนักของผู้บริโภค ก็ทำให้มีการใช้ขวดพลาสติก PET เพิ่มขึ้นเช่นกัน

(2) **บรรจุภัณฑ์โลหะแบบแข็ง**

สินค้าที่ใช้มาก : เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ อาหาร

ปัจจัยผลักดันที่สำคัญ : ความคงทน ความทนต่อความร้อนและความชื้น สามารถใช้ซ้ำได้

ผลิตภัณฑ์อาหารจำนวนมากมักนิยมใช้กระป๋องโลหะเป็นบรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองต่อวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เร่งรีบ นอกจากนี้ ยังถูกนำไปใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์จำนวนมาก เนื่องจากความสะดวก ขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เล็ก และสามารถออกแบบให้ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้

(3) **บรรจุภัณฑ์กระดาษและกระดาษแข็ง**

สินค้าที่ใช้มาก : ยาสูบและผลิตภัณฑ์ยาสูบ อาหาร

ปัจจัยผลักดันที่สำคัญ : ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืน น้ำหนักเบา

สินค้าที่มี Shelf-life นาน ไม่จำเป็นต้องแช่ในตู้เย็น รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มักใช้กระดาษหรือกระดาษแข็งเป็นบรรจุภัณฑ์ โดยคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวสามารถนำมารีไซเคิลและทำการย่อยสลายได้ ทำให้บรรจุภัณฑ์กระดาษและกระดาษแข็งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ

4) **บรรจุภัณฑ์อ่อนตัว (Flexible packaging)**

สินค้าที่ใช้มาก : อาหาร เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ Personal care

ปัจจัยผลักดันที่สำคัญ : สามารถเก็บได้ง่าย น้ำหนักเบา

บรรจุภัณฑ์อ่อนตัว เช่น พลาสติกกระดาษ ฟิล์ม และฟอยด์ เป็นต้น เป็นที่นิยมจากคุณสมบัติที่สามารถรีไซเคิลหรือใช้ใหม่ได้หลายครั้งในการจัดเก็บหรือรักษาอาหาร นอกจากนี้ ความต้องการของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ Personal care ทำให้บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นด้วย

5) **บรรจุภัณฑ์แก้ว**

สินค้าที่ใช้มาก : เครื่องดื่มแอลกออฮอล์ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

ปัจจัยผลักดันที่สำคัญ : สามารถรีไซเคิลได้ ทนความร้อน เพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์แก้วช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงช่วยรักษารสชาติและคุณภาพ นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์แก้วยังเป็นที่นิยมอุตสาหกรรมอาหาร เนื่องจากช่วยยืดอายุของสินค้าให้ยาวนานขึ้น

เมื่อพิจารณาสถานการณ์ของตลาดบรรจุภัณฑ์ในฟิลิปปินส์ล่าสุดพบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อตลาดบรรจุภัณฑ์ของฟิลิปปินส์ในอุตสาหกรรมต่างๆ โดยในอุตสาหกรรมอาหาร พบว่า บรรจุภัณฑ์อ่อนตัว และบรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากพลาสติก ฟิล์ม ฟอล์ย และกระดาษ และกระป๋องโลหะได้รับความนิยมค่อนข้างมาก เนื่องจากสะดวกและมีราคาถูก ในขณะที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กลง เพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อจำกัดจากผลกระทบทางเศรษฐกิจจากโควิด-19 นอกจากนี้ ผู้ผลิตสินค้ายังมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มของผู้บริโภคที่ใช้แพลตฟอร์ม e-commerce มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าจากที่บ้านมากขึ้น นอกจากนี้ ในประเทศฟิลิปปินส์ รัฐบาล บริษัทเอกชน และผู้บริโภคค่อนข้างให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์แบบยั่งยืนมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามหลายแบรนด์หันมาใช้บรรจุภัณฑ์แบบ refill มากขึ้นในระยะหลัง นอกจากนี้ ระบบคืนขวดแก้วยังเป็นที่นิยมมากขึ้นหลังจากการยกเลิกมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์จะยังมีความต้องการที่จะใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น แต่ด้วยข้อจำกัดด้านการเงินจึงยังไม่ต้องการที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้น รวมถึงผลกระทบด้านเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูงในปัจจุบัน ทำให้ผู้ผลิตมีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ หรือนำบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ เพื่อให้ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ไม่สูงจนเกินไป ทั้งนี้ สำหรับขนาดของบรรจุภัณฑ์ในฟิลิปปินส์มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคและฐานะทางเศรษฐกิจ โดยผู้บริโภคบางส่วนที่มีกำลังซื้อมักนิยมเลือกสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ เนื่องจากมีราคาต่อหน่วยที่ต่ำกว่า ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซึ่งไม่มีกำลังซื้อมากพอมักนิยมซื้อสินค้าในบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก แต่ซื้อบ่อย ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสินค้าแต่ละประเภท พบว่าบรรจุภัณฑ์ของสินค้าประเภทต่างๆ มีแนวโน้มตลาดที่สำคัญ ดังนี้

1) **อาหารสำเร็จรูปบรรจุห่อ**

บรรจุภัณฑ์อ่อนตัว (Flexible Packaging) ยังเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มากที่สุดสำหรับสินค้าจำพวกของหวานและช็อคโกแลตทั้งแบรนด์ฟิลิปปินส์และแบรนด์ต่างประเทศ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวสามารถใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ในทุกระดับตั้งแต่สินค้าราคาประหยัดจนถึงสินค้าราคาพรีเมียม นอกจากนี้ สินค้าจำพวกของหวานยังมีแนวโน้มที่มีบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กลงหลังผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ต้องการประหยัดการใช้จ่ายจากภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้น และผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ โลหะยังเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมสำหรับอาหารกระป๋องและอาหารพร้อมรับประทาน แม้ว่าจะมีการเปิดตัวบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างซองก้นตั้ง (Standup pouch) แต่กระป๋องโลหะยังคงเป็นที่นิยมมากที่สุด ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าในอนาคตจะมีผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งจะออกมาสู่ตลาดในฟิลิปปินส์มากขึ้น และคาดว่าจะมีการใช้พลาสติกที่ยืดหยุ่นและพลาสติกแบบบางมากขึ้นด้วย

2) **เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์**

ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้ผลิตสินค้าเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์หันมาปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากขวดแก้วเป็นขวดพลาสติก PET เนื่องจากผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีความลังเลที่จะคืนขวดแก้วน้ำอัดลมจากความกังวลในการออกจากบ้านและกลัวการติดเชื้อ ทำให้สินค้าเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในบรรจุภัณฑ์แบบพลาสติก PET ได้รับความนิยมมากกว่าขวดแก้ว อย่างไรก็ตาม หลังการแพร่ระบาดฯ คลี่คลายลงบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วก็กลับมาได้รับความนิยมมากขึ้นอีกครั้ง สำหรับสินค้ากาแฟซึ่งเป็นเครื่องดื่มร้อนที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในฟิลิปปินส์พบว่า บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกอลูมิเนียมแบบยืดหยุ่นเป็นทางเลือกที่ถูกที่สุด โดยเฉพาะกาแฟสำเร็จรูป นอกจากนี้ สินค้าเครื่องดื่มร้อนอื่นๆ รวมถึงเครื่องดื่มแบบชงก็มีการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกอลูมิเนียมแบบยืดหยุ่นมากที่สุดเช่นเดียวกัน

3) **ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม**

หลังรัฐบาลฟิลิปปินส์เริ่มผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดฯ ทำให้ประชาชนชาวฟิลิปปินส์มีความมั่นใจออกจากบ้านและไปทำงานตามสถานที่ต่างๆ มากขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เป็นต้น ส่งผลให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสจิกและกระป๋องโลหะเพิ่มมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาว

ฟิลิปปินส์มีความต้องการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตเริ่มหันมาใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าว นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ เช่น ขวดพลาสติก HDPE ปริมาณ 375 และ 400 มิลลิลิตรมีการเติบโตค่อนข้างมากในกลุ่มผลิตภัณฑ์แชมพู เนื่องจากขวดขนาดใหญ่มีราคาเฉลี่ยถูกกว่าบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก

4. ความพยายามของภาคเอกชนในการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

ประเทศฟิลิปปินส์มีองค์กรพันธมิตรเพื่อการรีไซเคิลและความยั่งยืนของวัตถุดิบ คือ The Philippine Alliance for Recycling and Materials Sustainability (PARMS) มีวัตถุประสงค์ในการจัดการบรรจุภัณฑ์พลาสติกและลดขยะของประเทศฟิลิปปินส์ โดยองค์กรดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนหลายบริษัท เช่น Mondelez Philippines, Coca-Cola FEMSA Philippines, Liwayway Marketing Corporation, Pepsi-Cola Products Philippines, Unilever, Universal Robina Corporation, Nestlé Philippines, Monde Nissin Corporation และ Procter & Gamble Philippines และได้ตั้งเป้าหมายในการสร้างระบบนิเวศเศรษฐกิจหมุนเวียนและเปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์แบบยั่งยืนทั้งหมดภายในปี 2573

นอกจากนี้ บริษัทขนาดใหญ่และบริษัทข้ามชาติในฟิลิปปินส์จำนวนมาก มีความพยายามที่จะหันมาผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมหรือมีโครงการเพื่อลดการใช้พลาสติก ยกตัวอย่างของบริษัทที่มีโครงการที่เกี่ยวข้องกับการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม มีดังนี้

1. **Unilever** มีนโบยายใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วซ้ำ และรีไซเคิลได้หรือย่อยสลายได้ภายในปี 2568 โดยได้ร่วมมือกับสถาบันเทคโนโลยีแห่งชาติฟิลิปปินส์ เพื่อจัดการแข่งขันโดยให้นักเรียนออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมที่มีศักยภาพที่จะสามารถทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบ Sachet ได้

2. **Coca-Cola Philippines** มีโครงการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนและกำจัดขยะ เช่น การตั้งศูนย์รีไซเคิล PETValue Philippines ในเมือง General Trias จังหวัด Cavite ซึ่งสามารถรีไซเคิลขวดพลาสติกได้มากกว่า 2 พันล้านขวด การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สามารถรีไซเคิลได้ทั้งหมด และการร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรเพื่อสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์เก็บขยะพลาสติก PET 800 แห่งทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับร้านโชห่วย ผู้เก็บขยะ และร้านรับซื้อขยะในการเป็นศูนย์เก็บขยะผ่านโปรแกรม Tapon to Ipon – Basta Klaro, Panalo! รวมทั้งร่วมกับองค์การการพัฒนาทักษะและอาชีวศึกษา (TESDA) เพื่อสร้างหลักสูตรสำหรับแรงงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมขยะอีกด้วย

3. **Monde Nissin** ได้ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมที่มีชื่อเสียงอย่าง Monde Special Mamon, Breadstix และ Eggnog รวมทั้งลดการใช้พลาสติกในกระบวนการการผลิตอีกด้วย โดยได้ลงนามข้อตกลง Ambisyon 2030 ร่วมกันแก้ปัญหาการจัดการขยะในระดับประเทศ เพื่อให้ประชากรและโลกมีความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ในร้อยละ 94 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัท รวมถึงการลดขยะกว่าร้อยละ 20 และการลดการปล่อยแก๊สเรือนกระจก ทั้งนี้ นอกจากการลดขยะแล้ว บริษัทยังมีความพยายามในการลดการใช้น้ำมันปาล์มในการผลิตสินค้า การให้ความรู้แก่ผู้บริโภค การแก้ปัญหาความมั่นคงทางอาหาร และภาวะทุพโภชนาการ

4. **Procter and Gamble (P&G)** ให้ความสำคัญกับการบริโภคที่มีความรับผิดชอบ โดยได้จัดทำโครงการเพื่อความยั่งยืนใน 4 มิติหลัก ได้แก่ นวัตกรรมของแบรนด์ การดำเนินการในห่วงโซ่อุปทาน ความร่วมมือกับภาคประชาสังคม และการสร้างความเข้มแข็งให้กับพนักงาน โดยด้านบรรจุภัณฑ์ได้ยกเลิกการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ของสบู่ Safeguard ซึ่งสามารถลดขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกได้กว่า 8,500 กิโลกรัมต่อปี และผลิตภัณฑ์ยาสระผม Herbal Essences bio ที่มีการใช้พลาสติกรีไซเคิลเป็นบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังร่วมกับองค์กร World Vision จัดทำโครงการ PagAsa sa Basura ซึ่งดำเนินการ Upcycle ซองพลาสติกกว่า 3.2 ล้านชิ้น และขวดหลายแสนขวด เพื่อเปลี่ยนเป็นเก้าอี้ในโรงเรียนของรัฐ และสนับสนุนให้พนักงานกว่า 2,000

คนมีวัฒนธรรมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงาน รวมทั้งมีการรีไซเคิลและนำน้ำเสียและขยะกลับมาใช้ใหม่ในโรงงานผลิตของตนในเมือง Laguna โดยขยะพลาสติกจะผ่านการรีไซเคิล ในขณะที่ ขยะชีวภาพจะนำไปทำเป็นปุ๋ยต่อไป ทั้งนี้ บริษัทยังตั้งเป้าว่าภายในปี 2573 บริษัทจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ซ้ำหรือรีไซเคิลได้ทั้งหมดและจะลดการใช้พลาสติกทำบรรจุภัณฑ์ร้อยละ 50

5. **Johnson & Johnson** ร่วมกับกลุ่มบริษัทเอคอมเมิร์ซ กรุ๊ป (aCommerce Group) ผู้ให้บริการสนับสนุนธุรกิจอีคอมเมิร์ซครบวงจรรายใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก่อตั้งกิจการร่วมค้าผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และผลิตภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ 100 % ในฟิลิปปินส์ และมีเป้าหมายหลักเพื่อลดขยะที่เกิดจาก e-commerce โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีการเปิดตัวตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2565 ที่ผ่านมาและมีแผนที่จะร่วมมือกับ Shopee, Lazada ต่อไป ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตโดยบริษัทดังกล่าวสามารถรีไซเคิลได้ 100% ไม่มีสารพิษ และย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ โดยมีนวัตกรรม VoidFill ทำหน้าที่เป็นตัวเติมเต็มกล่อง แทนพลาสติกอัดลม ให้การปกป้องความเสียหายโดยการเติมพื้นที่ส่วนเกินในกล่องเพิ่มชั้นกันกระแทกเพิ่มเติมในการขนย้ายเพื่อให้แน่ใจว่าสามารถควบคุมการกระแทกและการสั่นสะเทือนได้อย่างดีเยี่ยม และการใช้เลเยอร์ Geami WrapPak ในชั้นสุดท้าย เพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดรอยถลอกที่พื้นผิวหรือความเสียหายเล็กน้อยในการจัดส่งที่จะส่งผลกระทบภายใน

นอกจากผู้ประกอบการแบรนด์ใหญ่ดังกล่าวแล้ว ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กจำนวนหนึ่งยังเริ่มหันมาใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจของตนเอง รวมถึงเป็นการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ จากความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมของทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงภาคประชาชนในฟิลิปปินส์ นับเป็นโอกาสที่สำคัญของผู้ประกอบการไทยในการพัฒนาและขยายตลาดผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในประเทศฟิลิปปินส์

5. ตัวอย่างผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์

ในประเทศฟิลิปปินส์มีผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์รายใหญ่ทั้งที่เป็นบริษัทท้องถิ่น และบริษัทข้ามชาติที่จำหน่ายสินค้าบรรจุภัณฑ์แก่ผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ ยกตัวอย่างสำคัญของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์รายใหญ่ในประเทศฟิลิปปินส์ แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวอย่างผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์รายใหญ่ของฟิลิปปินส์

บริษัท	รายละเอียด
Papercorn Philippines Inc.	ก่อตั้งในปี 2506 เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมและมาตรฐานคุณภาพบรรจุภัณฑ์กว่า 50 ปี โดยเฉพาะในด้านบรรจุภัณฑ์กระดาษและกระดาษแข็งของสินค้าอุปโภคบริโภค อาหาร การพิมพ์เชิงพาณิชย์

บริษัท	รายละเอียด
PAPERCON (PHILS.), INC. Since 1963	โดยมีผลิตภัณฑ์หลายประเภท ขนาด รูปร่าง และสี ทั้งนี้ บริษัทปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมของฟิลิปปินส์ รวมถึงได้รับการรับรองมาตรฐานสากลหลายมาตรฐานด้วย เช่น Global Food Safety Initiative (GFSI)
Kanepackage Inc.	เป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่ประกอบกิจการการออกแบบ การผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ วัสดุกันกระแทก และวัสดุสำหรับขนส่งสำหรับหลายอุตสาหกรรม เช่น กระดาษลูกฟูก กระดาษรีไซเคิล เยื่อกระดาษ และโฟมพลาสติก เป็นต้น โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและความมีประสิทธิภาพของระบบการจัดการ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ ยังมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ISO 9001, ISO 14001, และ ISO 45001 ด้วย
Bonflex Packaging Corporation	ประกอบกิจการผลิตบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพชั้นเยี่ยม โดยมีโรงงานผลิตขนาด 4 เฮกเตอร์ อยู่ในจังหวัด Laguna นอกจากนี้ บริษัทมีการดำเนินโครงการ Food Packaging Safety Program เพื่อผลิตบรรจุภัณฑ์อาหาร ได้แก่ การปฏิบัติตามกฎหมายและการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยบรรจุภัณฑ์อาหารที่ปลอดภัย การสร้างความรู้ความเข้าใจ รวมถึงการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ด้านความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์อาหารและการสื่อสารด้านความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์อาหารแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
Korpack Philippines Corporation KPC KORPACK CORPORATION	ก่อตั้งในปี 2540 ประกอบกิจการผลิตและส่งออกบรรจุภัณฑ์อ่อนตัว สำหรับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตั้งแต่อาหาร เครื่องดื่ม กาแฟ ขนม ขบเคี้ยว อาหารสัตว์เลี้ยง สารเคมีและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน โดยมีลูกค้าที่เป็นแบรนด์สำคัญในฟิลิปปินส์ เช่น Lucky Me, Nissin และ Voice เป็นต้น

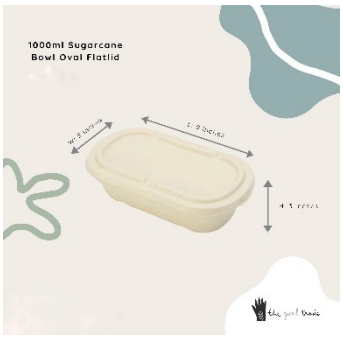
สำหรับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมยังถือว่าค่อนข้างเป็นสิ่งใหม่ แต่มีผู้ประกอบการที่มีความโดดเด่นในการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและเป็นที่นิยมในตลาด ซึ่งอาจเป็นทั้งผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ดังนี้

1. **Econest** ก่อตั้งโดย Nikki Sevilla และ Angel Rodriguez ที่ต้องการลดปริมาณการปล่อยแก๊สเรือนกระจก โดยการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยั่งยืน และสามารถเข้าถึงได้ง่าย สำหรับ

Econest ถือเป็นแบรนด์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมสำหรับอาหาร โดยผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น ได้แก่ ถุงที่ทำจากมันสำปะหลังซึ่งสามารถย่อยสลายได้ทั้งหมดภายใน 105 วัน และสามารถละลายได้น้ำร้อนโดยไม่เป็นอันตรายเมื่อสิ่งมีชีวิตรับประทานบรรจุภัณฑ์ที่ละลายน้ำดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีบรรจุภัณฑ์จากชานอ้อย ตะเกียบจากไม้ไผ่ และแก้วกระดาษคราฟท์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งดีกว่าถุงกระดาษทั่วไป โดย Econest มีทั้งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในฟิลิปปินส์ และนำเข้ามาจากประเทศอื่นๆ ในเอเชีย

2. **Sip PH** เป็นบริษัทสัญชาติฟิลิปปินส์ก่อตั้งโดย Poch Espina จำหน่ายบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ บรรจุภัณฑ์อาหารที่ทำจากชานอ้อยซึ่งสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ และแผ่นกันกระแทกที่ทำจากสาหร่าย ซึ่งใช้แทนแผ่นกันกระแทกที่ทำจากพลาสติกได้ นอกจากนี้ ยังมีกระติกน้ำที่รักษาความร้อนได้กว่า 8 ชั่วโมง และน้ำแข็งได้ 16 ชั่วโมง รวมทั้งหลอดที่ใช้ซ้ำได้ ทั้งนี้ Sip PH ยังมีองค์กรย่อยที่ไม่แสวงหากำไรคือ The Last Straw ซึ่งร่วมมือกับเจ้าของธุรกิจกว่า 60 แห่งเพื่อลดการใช้หลอด โดยได้สร้างองค์ความรู้และให้หลอดที่ทำจากเหล็กแก่ธุรกิจดังกล่าวด้วย

3. **The Good Trade PH** เป็นแพลตฟอร์มจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมอเนกประสงค์ผ่าน https://thegoodtrade.ph/ ก่อตั้งในปี 2561 และมีลูกค้ากว่า 50,000 ราย โดยมีผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่สามารถใส่อาหารและผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น เครื่องสำอาง แว่นตา และเทียน รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับครัวเรือน ธุรกิจ โดยเฉพาะ โดยมีแบรนด์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของ The Good Trade PH เช่น Feel Good Grocer และ Penny Pairs นอกจากนี้ The Good Trade PH ยังมีการจัดทำโครงการพิเศษ เช่น The Traders Circle ซึ่งเป็นชุมชนของนักธุรกิจที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน รวมถึงผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม ซึ่งการเข้าร่วมโครงการจะทำให้ผู้ที่เข้าร่วมสามารถเข้าร่วมกิจกรรมงานแสดงสินค้า การจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เร็วกว่าคนทั่วไป หรือเป็นกิจกรรมเฉพาะกลุ่มสมาชิกเท่านั้น รวมทั้งผู้เข้าร่วมโครงการยังสามารถเข้าร่วมเครือข่ายกับนักธุรกิจกว่า 1,000 คนที่เป็นสมาชิกของ The Traders Circle ด้วย



4. **Starchware PH** จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารที่สามารถย่อยสลายและผลิตจากข้าวโพดและมันเทศรายแรกของฟิลิปปินส์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่มีสารพิษ รวมถึง

มีคุณสมบัติอื่นๆ ได้แก่ สามารถเข้าไมโครเวฟได้ กันน้ำและน้ำมัน ทนทานต่ออุณหภูมิ -20°C - 150°C มีราคาถูก และสามารถย่อยสลายในดินได้หลัง 102 วัน

5. **The Bamboo Company** เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่มีจุดประสงค์เพื่อแก้ปัญหามลพิษจากพลาสติกและความยากจนในชนบทโดยใช้ไม้ไผ่เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหา โดยบริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่หลายชนิด เช่น สบู่ ยาสีฟัน แก้ว มีดโกน รวมถึงยังมีบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ผลิตจากไม้ไผ่ เช่น บรรจุภัณฑ์ใส่อาหารที่ทำจากไม้ไผ่ นอกจากนี้ บริษัทยังมีความร่วมมือกับองค์กรอย่าง WWF ด้วย

6. **Eco Shop** เป็นร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ปลอดจากพลาสติกและขยะที่ใหญ่ที่สุดในฟิลิปปินส์ โดยวางตำแหน่งของร้านเป็น One-stop shop สำหรับผลิตภัณฑ์ในชีวิตประจำวันที่ไม่ใช้พลาสติก ตัวอย่างผลิตภัณฑ์สำคัญ เช่น โถที่มีฝาเป็นไม้ไผ่ ซึ่งสามารถรักษาความสดของอาหาร และป้องกันไม่ให้อากาศเข้าข้างในได้ นอกจากนี้ ร้าน Eco Shop ยังสามารถปรับผลิตภัณฑ์ (Personalize) ให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าได้อีกด้วย

6. รูปแบบการจำหน่ายและการทำธุรกิจบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์

การจำหน่ายสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่เป็นลักษณะการจำหน่ายแบบ B2B เป็นหลัก โดยมีการสั่งซื้อในปริมาณมาก ในขณะเดียวกันก็มีการจำหน่ายสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้บริโภคในลักษณะ B2C ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ เงื่อนไขในการทำธุรกิจบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปเป็น ดังนี้

- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการปรับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่มีการสั่งซื้อในปริมาณมากได้
- ผู้ประกอบการบางส่วนมีมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์ เช่น SGS, Us FDA และ TUV Compostable certification เป็นต้น
- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดทำเว็บไซต์ แคตาล็อก และ FAQ เพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าและผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ ช่องทางการจัดจำหน่ายค่อนข้างหลากหลาย โดยผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทั้งจากการโทรศัพท์สั่งซื้อ การสั่งซื้อผ่านหน้าเว็บไซต์ และบนแพลตฟอร์ม e-commerce ที่เป็นที่นิยมในฟิลิปปินส์ เช่น Shopee และ Lazada เป็นต้น

● ผู้ประกอบการบางส่วนยังมีสาขาในร้านค้าปลีกต่างๆ เช่น SM, Robinsons, S&R, Puregold, Landmark, Waltermart หรือมีการจำหน่ายผ่านช่องทางพันธมิตรต่างๆ โดยอาจจำหน่ายควบคู่กับสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ

● ผู้ประกอบการบางส่วนอาจมีการกำหนดปริมาณสั่งซื้อสินค้าขั้นต่ำสำหรับแต่ละ SKU

● ผู้ประกอบการรับการชำระเงินผ่านหลายรูปแบบ ตั้งแต่เงินสดการโอนเงินผ่านธนาคาร บัตรเดบิต บัตรเครดิต Gcash, Paymaya, Paypal และ Cash on delivery

● ผู้ประกอบการมีการส่งสินค้าถึงมือลูกค้าผ่านบริษัทขนส่งต่างๆ เช่น Quicktime Courier Express, Blitz Delivery PH, 2GO delivery และ Lalamove เป็นต้น โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 2-5 วัน หลังการสั่งซื้อ โดยมีค่าขนส่งประมาณ 80-270 เปโซ ขึ้นอยู่กับขนาดของสินค้าและระยะทาง ในขณะที่ผู้ประกอบการบางรายมีการจัดโปรโมชันส่งฟรี เมื่อมียอดสั่งซื้อมากกว่าที่กำหนด และบางรายอาจมีการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศด้วย

● ผู้ประกอบการบางส่วนมองหาเครือข่าย ผู้ค้าส่ง และผู้กระจายสินค้าในฟิลิปปินส์ เพื่อเพิ่มยอดขาย และหานักลงทุนเพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนในบริษัท และสร้างโอกาสในการทำกำไรเพิ่มเติม

7. ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และราคาของบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์

ตัวอย่างของราคาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตัวอย่างของราคาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์

ผลิตภัณฑ์	รูปภาพ	ราคา (เปโซ)
ถุงที่ทำจากมันสำปะหลัง จากร้าน Sip 50 ชิ้น		600
Wrapper ที่ทำมาจากสาหร่าย จากร้าน Sip (ยาว 100 เมตร)		750

ผลิตภัณฑ์	รูปภาพ	ราคา (เปโซ)
กล่องใส่อาหารทำจากชานอ้อย ขนาด 450 มิลลิลิตร 100 ชิ้น จากร้าน The good trade		615
เชือกที่ทำจากใยปอ จากร้าน The good trade ความยาว 100 เมตร		75
ซองจดหมายขนาดกลางที่ทำจากพืช จากร้าน The good trade ขนาด 100 ซอง		980
ถ้วยชานอ้อย ความจุ 400 มิลลิลิตร จำนวน 100 ชิ้น จากร้าน Econest		950
หลอดชานมที่ผลิตจากเยื่อไม้ไผ่ จำนวน 100 ชิ้น จากร้าน Econest		276

ผลิตภัณฑ์	รูปภาพ	ราคา (เปโซ)
เทปกาวรักษ์สิ่งแวดล้อม ความยาว 50 หลา จากร้าน Econest		70
กล่องใส่อาหารทำจากชานอ้อย ขนาด 850 มิลลิลิตร 100 ชิ้น จากร้าน Econest		1,075

8. นโยบายของรัฐบาลฟิลิปปินส์ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2565 ฟิลิปปินส์ประกาศใช้กฎหมาย Republic Act (RA) No. 11898 หรือ Extended Producer Responsibility Act (EPR law) โดยกำหนดให้องค์กรขนาดใหญ่ต้องนำขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกกลับมาใช้ใหม่ให้ได้มากถึงร้อยละ 80 (องค์กรขนาดใหญ่หมายถึง องค์กรที่มีสินทรัพย์มากกว่า 100 ล้านเปโซ) และยังกำหนดให้องค์กรที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายจะต้องก่อตั้งหรือเริ่มโครงการเพื่อนำบรรจุภัณฑ์พลาสติกมาใช้ใหม่ (ERP Program) ภายใน 6 เดือนหลังกฎหมายบังคับใช้ เพื่อให้สามารถจัดการกับขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการผลิต การนำเข้า และการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยองค์กรต่างๆ สามารถใช้องค์กรที่เรียกว่า Product Recovery Organizations (PRO) เพื่อดำเนินโครงการดังกล่าวได้

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมตามกฎหมายดังกล่าว ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์พลาสติก ที่ใช้เพื่อบรรจุ ป้องกัน และห่อผลิตภัณฑ์สำหรับการขนส่ง การกระจายสินค้า และการขาย ได้แก่

- ซองขนาดเล็ก (Sachet) ฉลาก ลามิเนต และผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบยืดหยุ่นทั้งแบบชั้นเดียวและหลายชั้น
- ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกแข็ง (Rigid plastic) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ใส่เครื่องดื่ม อาหาร ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์ Personal care เครื่องสำอาง รวมถึงหีบห่อ ฝาปิด และอุปกรณ์ต่างๆ เช่น มีดพลาสติก จาน หลอด ป้าย

- ถุงพลาสติก รวมถึงถุงพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียว ใช้สำหรับขนส่งหรือบรรจุสินค้า หรือที่มีการแจกให้ ณ จุดที่มีการจำหน่ายสินค้า

นอกจากนี้ กฎหมายดังกล่าวยังกำหนดให้องค์กรที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้ เช่น การซื้อขยะจากผู้บริโภค การจัดตั้งจุดเก็บขยะเพื่อให้ผู้บริโภคนำบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมาทิ้งเพื่อนำมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิล และการทำความสะอาดหรือเก็บขยะจากพื้นที่ชายฝั่ง ถนนสาธารณะและสถานที่อื่นๆ และการรีไซเคิล รวมถึงการบำบัดด้วยความร้อนและการจัดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในการแยกหรือกำจัดของเสียอื่นๆ สำหรับองค์กรที่ดำเนินโครงการ PRO จะต้องมีการเสนอโครงการดังกล่าวกับ National Solid Waste Management Committee (NSWMC) ด้วย โดยจะต้องมีข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น

- ข้อมูลขององค์กรหรือ PRO และข้อมูลติดต่อหรือผู้ที่รับผิดชอบ
- ประเภทของบรรจุภัณฑ์และแบรนด์สินค้า
- แนวทางการดำเนินโครงการ ERP (ดำเนินการเอง ร่วมกับหน่วยงานอื่น หรือผ่าน PRO)
- ปริมาณหรือน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่จะออกสู่ตลาดในช่วงเวลาที่กำหนด
- น้ำหนักหรือปริมาณขยะเป้าหมายที่จะมีการนำมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิล

ทั้งนี้ องค์กรขนาดใหญ่หรือ PRO สามารถขอสิทธิประโยชน์ทางภาษีและหักค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรม EPR ได้ หากได้รับการอนุมัติจากภาครัฐ อย่างไรก็ตาม องค์กรที่ไม่ได้มีโครงการ EPR หรือละเมิดกฎหมายจะต้องเสียค่าปรับ 5 ล้าน – 20 ล้านเปโซ และหากไม่สามารถทำตามเป้าหมายได้ องค์กรจะต้องจ่ายค่าปรับหรือ 2 เท่าของต้นทุนในการฟื้นฟูหรือการบำบัดขยะ แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า

นอกจากการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวแล้ว หน่วยงานรัฐบาลระดับท้องถิ่นตั้งแต่ระดับ Barangay (หมู่บ้าน) จนถึงจังหวัด มีการนำกฎหมายควบคุมขยะพลาสติกมาใช้เช่นกัน เช่น รัฐบาลของเมือง Quezon มีการเก็บค่าถุงพลาสติกในร้านค้าปลีก 2 เปโซ ตั้งแต่ปี 2555 รวมถึงการห้ามใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในอาคารของเทศบาลและโรงพยาบาลบางแห่ง รวมถึงในปี 2563 ได้ห้ามการใช้ถุงพลาสติกในร้านค้าปลีกและการใช้ภาชนะพลาสติกในร้านอาหารด้วย นอกจากนี้ เมือง San Fernando ซึ่งเป็นต้นแบบของเมืองปลอดขยะ มีการใช้กฎระเบียบเกี่ยวกับถุงพลาสติกตั้งแต่ปี 2557 โดยให้เวลาประชาชนปรับตัว 1 ปี และมีการดำเนินโครงการ “Plastic Regulation Day” ทุกวันศุกร์ และเก็บค่าถุงพลาสติกกว่า 4 เปโซต่อถุง ซึ่งโครงการดังกล่าว ได้รับความร่วมมือจากประชาชนทั่วไปกว่าร้อยละ 85 รวมทั้งจังหวัด Siquijor มีการออกกฎระเบียบห้ามใช้พลาสติกทั้งเกาะ ในปี 2561 และตั้งเป้าหมายเป็นเกาะที่ปลอดขยะ

9. กฎระเบียบของผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ในฟิลิปปินส์

การส่งออกผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมายังประเทศฟิลิปปินส์ ผู้ส่งออกไทยไม่จำเป็นต้องใช้เอกสารด้านการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมจากปกติ อย่างไรก็ตาม สำหรับบรรจุภัณฑ์บางประเภทมีการนำมาตรฐานบางมาตรฐานมาใช้เพิ่มเติม และผู้ส่งออกไทยควรศึกษามาตรฐานดังกล่าว ก่อนส่งออกมายังประเทศฟิลิปปินส์ ดังนี้

1. **อาหาร** – ฟิลิปปินส์ใช้มาตรฐาน Codex Alimentarius และองค์การอาหารและยาของประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นมาตรฐานอ้างอิงหลักสำหรับแนวทางการผลิตที่ดีและความเหมาะสมสำหรับบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหาร โดยมีกฎหมาย Food Safety Act 2013 ซึ่งให้หน่วยงาน Food and Drug Administration ของฟิลิปปินส์เป็นผู้กำกับดูแลกระบวนการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์อาหารทั้งหมด

2. **อาหารประเภทเนื้อ** – บรรจุภัณฑ์ที่มีการสัมผัสกับเนื้อหรือผลิตภัณฑ์เนื้อโดยตรง จะต้องมีคุณภาพและมีความปลอดภัยสำหรับการบรรจุอาหาร ตามมาตรฐานที่กำหนดโดย Codex หรือมาตรฐานเทียบเท่าที่กำหนดโดยกระทรวงเกษตรของฟิลิปปินส์

3. **อาหารประเภทปลาและผลิตภัณฑ์และอาหารทะเล** - ผลิตภัณฑ์ปลาและอาหารทะเลทุกประเภทต้องมีการบรรจุในสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขอนามัย เพื่อกำจัดการปนเปื้อนของน้ำมันหรือสารอันตรายอื่นๆ และบรจุภัณฑ์จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ประมง และต้องไม่แพร่สารที่เป็นอันตราย

4. **บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยไม้** - ฟิลิปปินส์ใช้มาตรฐาน ISPM 15 สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตด้วยไม้ (เช่น กล่องไม้) ตั้งแต่ปี 2548

5. **บรรจุภัณฑ์สำหรับอุปกรณ์เล่นการพนัน** – บรรจุภัณฑ์จะต้องมีคุณสมบัติป้องกันการงัดแงะได้ และหน่วยงาน Philippine Amusement and Gaming Corporation (PAGCOR) ได้สนับสนุนให้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพสำหรับอุปกรณ์เล่นการพนันก่อนการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก

10. งานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง

ProPak Philippines เป็นงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติที่จัดแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีด้านกระบวนการผลิต การแปรรูปอาหาร และบรรจุภัณฑ์ จัดโดยบริษัท Informa market สำหรับในปี 2566 งานแสดงสินค้า ProPak Philippines 2023 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1 – 3 กุมภาพันธ์ 2566 ณ World Trade Center เมืองปาไซ กรุงมะนิลา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ บนพื้นที่ 5,500 ตารางเมตร ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมฟิลิปปินส์ และหน่วยงานภาคเอกชน เช่น Packaging Institute of the Philippines และ Filipino International Franchise Association เป็นต้น โดยมีผู้เข้าร่วมแสดงสินค้ากว่า 190 คูหา ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศกว่า 26 ประเทศ เช่น อิตาลี ออสเตรเลีย สหรัฐฯ มาเลเซีย สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม จีน เกาหลี และญี่ปุ่น เป็นต้น และมีผู้เข้าเยี่ยมชมงาน 8,110 ราย ทั้งนี้ ภายในงานมีการจัดแสดงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมล่าสุดจากผู้ผลิตและซัพพลายเออร์ระดับนานาชาติในภาคส่วนต่าง ได้แก่ การบรรจุ การแปรรูป การประกันคุณภาพ การทดสอบและการวัด และการติดฉลาก และอื่นๆ นอกจากนี้ ยังมีการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ เครื่องจักรและเทคโนโลยี ในอุตสาหกรรมการผลิตและแปรรูปอาหาร เทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและเครื่องดื่ม เครื่องจักรพิมพ์ข้อความและฉลากบนบรรจุภัณฑ์ เครื่องจักรบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ เครื่องทำความเย็น และอุปกรณ์ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการผลิต เป็นต้น

PROPAK PHILIPPINES

นอกจากงานแสดงสินค้า Propak แล้ว ผู้ประกอบการไทยที่สนใจสามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Thailand Week จัดโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ของไทย ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าไทยที่ใหญ่ที่สุดในฟิลิปปินส์ และจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีมากว่า 10 ปี โดยในปี 2566 มีกำหนดจัดงานแสดงสินค้า Thailand Week 2023 ระหว่างวันที่ 30 มีนาคม – 2 เมษายน 2566 ณ SMX Convention Center (Hall 4) เมืองปาไซ กรุงมะนิลา

11. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ความเสี่ยงของผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของไทยในฟิลิปปินส์

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง (SWOT) ของผู้ประกอบการสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไทยในฟิลิปปินส์ สามารถวิเคราะห์ได้ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง (SWOT) ของผู้ประกอบการสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไทยในฟิลิปปินส์

มิติ	รายละเอียด
จุดแข็ง (Strengths)	1. ผู้ผลิตไทยมีเทคโนโลยการผลิตที่ทันสมัย สามารถสร้างความแตกต่างของสินค้า ทำให้สินค้ามีคุณภาพและหลากหลาย เช่น บรรจุภัณฑ์กระดาษสัมผัสอาหาร และหีบห่อกระดาษกันน้ำที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ขั้นปฐมภูมิ เป็นต้น 2. มีวัตถุดิบต้นน้ำ และห่วงโซ่อุปทานในประเทศที่แข็งแกร่ง 3. มีผู้ผลิตทั้งรายใหญ่และรายเล็ก ส่งผลให้สินค้าในตลาดมีหลากหลายทั้งด้านชนิด คุณภาพ และราคา 4. บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 5. มีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์ที่โดดเด่น สวยงาม มากขึ้น 6. ตลาดบรรจุภัณฑ์ของไทยมีขนาดใหญ่ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นได้ทั้งบรรจุภัณฑ์ขั้นปฐมภูมิและ ทุติยภูมิ รวมทั้งสามารถตอบสนอง

มิติ	รายละเอียด
	อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องได้หลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เป็นต้น
จุดอ่อน (Weaknesses)	1. ผู้ผลิตรายเล็กจำนวนมากมีการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรง เนื่องจากสินค้าไม่มีความแตกต่าง ดังนั้น จึงมุ่งเน้นการลดต้นทุนทำให้สินค้ามีคุณภาพลดลง 2. ผู้ผลิตรายเล็กขาดศักยภาพการลงทุนด้านเทคโนโลยีการผลิต รวมถึงขาดสภาพคล่องทาง การเงิน ส่งผลให้เกิดความเสียเปรียบด้านการผลิต การจัดหาวัตถุดิบคุณภาพสูง ที่จะช่วยสร้างจุดแข็งและศักยภาพการแข่งขัน 3. ผู้ผลิตในประเทศส่วนใหญ่ยังไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ไปสู่การผลิตบรรจุภัณฑ์ อัจฉริยะได้
โอกาส (Opportunities)	1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของไทยอยู่ที่ร้อยละ 0 2. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง 3. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ทุกเพศทุกวัย รวมทั้งภาครัฐและเอกชน หันมาให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น 4. รัฐบาลออกกฎหมายเพื่อควบคุมการใช้พลาสติก ทำให้ภาคเอกชนเหต้องใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมากขึ้น 5. ช่องทางการจำหน่ายผ่าน e-commerce ทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น
ความเสี่ยง (Threats)	1. ตลาดฟิลิปปินส์ยังเป็นตลาดที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีรายได้ไม่สูงมากนัก ทำให้มีข้อจำกัดในการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม 2. กฎระเบียบการนำเข้าของฟิลิปปินส์ยังคงมีความยุ่งยากซับซ้อน รวมทั้งการขอใบอนุญาต่างๆ ค่อนข้างใช้ระยะเวลานาน 3. สภาวะเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูงในปัจจุบัน ส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงและกำลังซื้อของผู้บริโภคชะลอตัวลง

12. สรุปและข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์สำหรับสำหรับผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์

1. ตลาดบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์เป็นตลาดที่มีศักยภาพจากปัจจัยบวกหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการออกกฎหมายเพื่อควบคุมการใช้พลาสติก ความตระหนักรู้ของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์และภาคเอกชนเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม การจัดทำโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมของภาคเอกชน ทำให้เป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเข้าสู่ตลาดฟิลิปปินส์มากขึ้น

2. ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าสู่ตลาดบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมฟิลิปปินส์ได้หลายช่องทาง เช่น การหาคู่ค้าหรือตัวแทนจำหน่ายในการนำเข้าเพื่อกระจายไปตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ หรือการทดลองเปิดร้านค้าออนไลน์ในแพลตฟอร์ม e-commerce ที่เป็นที่นิยมในฟิลิปปินส์ เช่น Shopee และ Lazada เป็นต้น ทั้งนี้ ในระยะแรกอาจพิจารณาเจาะตลาดชนชั้นกลาง - สูง และผู้ประกอบการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมก่อน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีกำลังซื้อ และมีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า สำหรับผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นที่นิยมในฟิลิปปินส์ เช่น หลอด กล่องใส่อาหาร ถุงใส่สินค้า เชือก เทปติด ซองจดหมาย ถ้วย จาน และอุปกรณ์สำหรับรับประทานอาหาร เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีมาตรฐานรองรับ เช่น มาตรฐาน ISO และมาตรฐานอื่นๆ ด้านสิ่งแวดล้อม ถือเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญที่จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ และสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้มากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยจำเป็นจะต้องศึกษากฎระเบียบและมาตรฐานการนำเข้าสินค้าบรรจุภัณฑ์บางประเภทให้สอดคล้องด้วย

4. วิธีการค้นหาผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่าย สามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง เช่น งาน Propak Philippines ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะ หรือเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Thailand Week จัดโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ กรุงมะนิลา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้ สามารถติดต่อกับ สคต. ณ กรุงมะนิลา เพื่อขอรับคำปรึกษาต่างๆ ได้ รวมถึงรายชื่อผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าในฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการไทยต้องการใช้ผู้นำเข้าหลายราย อาจต้องกำหนดขอบเขตของตลาดให้ชัดเจน เช่น อาจกำหนดโดยใช้เขตพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่จะกระจายสินค้าหรือประเภทของร้านที่จำหน่าย นอกจากนี้ หากเลือกใช้ผู้นำเข้าเพียงรายเดียว ผู้ประกอบการไทยควรเลือกผู้นำเข้าที่มีศักยภาพสูงสุดที่สามารถกระจายสินค้าได้อย่างครอบคลุมทั่วทั้ง 3 เกาะหลักของประเทศฟิลิปปินส์ ได้แก่ เกาะลูซอน เกาะวิสายาส์ และเกาะมินดาเนา

5. นอกจากนี้ ควรเลือกผู้นำเข้าหรือผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของฟิลิปปินส์จำเป็นจะต้องมีเว็บไซต์หรือช่อทางออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคหรือลูกค้าเป้าหมายได้ รวมทั้งควรมีบริการส่งสินค้า ช่องทาการชำระเงินที่ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค เช่น Gcash, paymaya บัตรเครดิต และการเก็บเงินสดปลายทาง เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

มิถุนายน 2566

แหล่งที่มา

https://www.tatlerasia.com/dining/food/11-brands-that-offer-sustainable-food-packaging-utensils-and-accessories
https://www.philstar.com/business/2022/10/15/2216710/coca-cola-steps-sustainable-packaging-efforts
https://projectrebound.inquirer.net/8085/with-ambisyon-2030-fmcgs-make-positive-green-impact/
https://www.designforsocialchange.org/journal/index.php/DISCERN-J/article/view/90/48
https://www.acnnewswire.com/press-release/english/77676/acommerce-and-johnson-&-johnson-launch-sustainable-packaging-solution-for-a-better-e-commerce-future-in-the-philippines
https://www.rappler.com/brandrap/goodrap/list-businesses-philippines-offer-sustainable-alternatives/
https://www.coca-cola.com.ph/news/coca-cola-philippines-driving-progress-towards-packaging-circularity-ph
https://www.pwc.com/ph/en/publications/2022/pwc-ph-highlights-of-the-extended-producer-responsibility-act.pdf
https://mb.com.ph/2021/04/25/75-of-filipino-consumers-prefer-eco-friendly-brands/
https://www.no-burn.org/wp-content/uploads/2021/11/Sachet-Economy-spread-.pdf
https://pkp.msgfocus.com/files/amf_ubm_asia/project_2964/PKP23_MAIN_BROCHURE_LR_v3.pdf
https://packaging.oie.go.th/new/search_standard_agreement_law.php#
https://packaging.oie.go.th/new/admin_control_new/html-demo/analysis_file/9328147056.pdf
https://pidswebs.pids.gov.ph/CDN/PUBLICATIONS/pidsdps1834.pdf
https://www.oie.go.th/assets/portals/1/files/study_report/packaging_praveera.pdf