

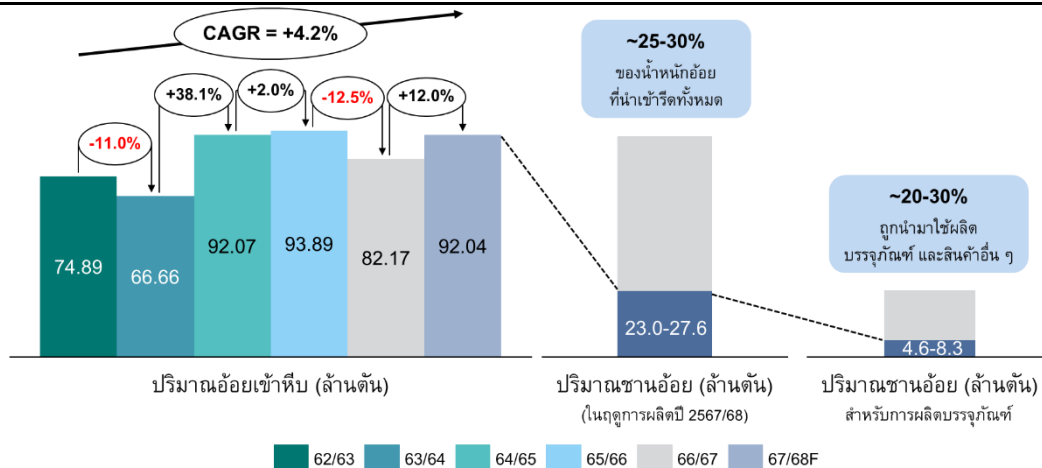
ภาพรวมธุรกิจ

- ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้จากชานอ้อย (**Bagasse Packaging**) ผลิตผ่านกระบวนการทำเยื่อจากชานอ้อย (**Bagasse Pulping**) และขึ้นรูปด้วยแม่พิมพ์ (**Molding**) ที่อุณหภูมิสูง เช่น 170-200 องศาเซลเซียส ความท้าทายหลักด้านเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตอยู่ที่การพัฒนาเทคโนโลยีเคลือบกันน้ำและกันน้ำมัน โดยเทคโนโลยีเคลือบที่มีประสิทธิภาพสูงมักมีราคาแพงและต้องการความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน นอกจากนี้ เครื่องจักรสำหรับขึ้นรูปและเคลือบผิวมีราคาลงทุนสูง ซึ่งกลายเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการเข้าสู่ตลาด ปัญหาอีกประการหนึ่งคือการควบคุมความสม่ำเสมอของคุณภาพชานอ้อยที่มาจากแหล่งต่าง ๆ เนื่องจากคุณสมบัติของชานอ้อยขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น พันธุ์อ้อย สภาพดินฟ้าอากาศในแหล่งปลูก และกระบวนการรีดน้ำของแต่ละโรงงาน ความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพชานอ้อยจากแหล่งต่าง ๆ จึงอาจส่งผลกระทบต่อการผลิตบรรจุภัณฑ์
- ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จากชานอ้อยจัดอยู่ในกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (**Biodegradable Packaging**) มีคุณสมบัติสำคัญคือสามารถย่อยสลายในธรรมชาติภายในระยะเวลาประมาณ 30-45 วัน โดยไม่ปล่อยสารพิษตกค้างหรือไม่ก่อมลพิษสิ่งแวดล้อม ไม่มีสารอันตรายในกระบวนการผลิตและการฟอกขาวสามารถบรรจุของเหลวได้เป็นเวลานานโดยไม่เปื่อยยุ่ย และยังสามารถนำเข้าไมโครเวฟได้
- นอกเหนือจากบรรจุภัณฑ์จากชานอ้อย บรรจุภัณฑ์ที่เป็น **Biodegradable Packaging** ยังประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ทางเลือกอื่น ๆ ที่สำคัญ อาทิ พลาสติกชีวภาพ Polylactic Acid หรือ PLA ซึ่งผลิตจากพืช เช่น ข้าวโพดหรืออ้อย ซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านความใสและรูปลักษณะที่คล้ายพลาสติกทั่วไป เหมาะสำหรับบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มและสินค้าพรีเมียม (Premium) รวมถึงมีความแข็งแรงสูงกว่าชานอ้อย อย่างไรก็ตาม ข้อเสียสำคัญของ PLA คือไม่สามารถนำรีไซเคิลร่วมกับพลาสติกทั่วไปได้ เนื่องจากจะปนเปื้อนและทำให้พลาสติกที่รีไซเคิลได้มีคุณภาพต่ำลง กระดาษคราฟท์ ซึ่งผลิตจากเยื่อไม้ และผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานเส้นใยจากแหล่งต่าง ๆ (**Blended Materials**) เช่น การผสมชานอ้อยกับไม้ไผ่ สำหรับห่อหุ้ม หรือวัสดุชีวภาพอื่นเพื่อเพิ่มความแข็งแรงและคุณสมบัติพิเศษ

สถานการณ์ด้านวัตถุดิบ (ชานอ้อย)

- ชานอ้อยเป็นผลพลอยได้จากกระบวนการผลิตน้ำตาลในโรงงานน้ำตาล โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 25-30% ของน้ำหนักอ้อยที่นำเข้ารีดทั้งหมด ปัจจุบันชานอ้อยส่วนใหญ่ประมาณ 70-80% ถูกนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงในกระบวนการผลิตไฟฟ้าและความร้อนภายในโรงงานน้ำตาลเอง เฉพาะส่วนที่เหลือประมาณ 20-30% เท่านั้นที่ถูกนำไปใช้ผลิตผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มอื่น ๆ เนื่องจากชานอ้อยมีคุณสมบัติการย่อยสลายได้ จึงมักถูกนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่อาหารและเครื่องดื่มเพื่อทดแทนพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง เป็นทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคที่ยั่งยืนในปัจจุบัน
- ปริมาณอ้อยเข้าหีบในฤดูกาลผลิตปี 2567/68 อยู่ที่ระดับ 92.04 ล้านตัน ปรับตัวเพิ่มขึ้น 12.0%YoY เนื่องจากการฟื้นตัวของปริมาณผลผลิตอ้อย ทั้งผลผลิตต่อไร่และพื้นที่เพาะปลูก ซึ่งได้รับผลกระทบจากปัญหาภัยแล้งในฤดูกาลผลิตก่อนหน้านี้ การเพิ่มขึ้นของปริมาณอ้อยเข้าหีบส่งผลโดยตรงต่อปริมาณชานอ้อย โดยประมาณการว่าจะมีชานอ้อยที่เกิดขึ้นประมาณ 23.0-27.6 ล้านตันจากปริมาณอ้อยทั้งหมดในฤดูกาลผลิตปี 2567/68 อย่างไรก็ตาม เนื่องจากชานอ้อยส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงในโรงงานน้ำตาล ปริมาณชานอ้อยที่พร้อมสำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์ (รวมถึงสินค้าอื่น) จึงคาดการณ์อยู่ในช่วง 4.6-8.3 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็นประมาณ 20-30% ของปริมาณชานอ้อยทั้งหมด

รูปที่ 1 ปริมาณอ้อยเข้าหีบ และคาดการณ์ปริมาณชาอ้อย ตามฤดูกาลผลิต



ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย

สถานการณ์ด้านการผลิตและการแข่งขัน

- ข้อมูลปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยในประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีมีการเก็บรวบรวมอย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม ในประเทศไทย มีผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยที่สำคัญหลายราย อาทิ บริษัท เอ็นไวรอนเม้นท์พัลพ์ แอนด์ แพคเกจจิ้ง จำกัด (EPAC) เป็นบริษัทในเครือ KTIS Group หรือกลุ่มบริษัทเกษตรไทย อินเตอร์เนชั่นแนล ซูการ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีการผลิตและจำหน่ายเยื่อกระดาษและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเยื่อชาอ้อยบริสุทธิ์ 100% ด้วยกำลังการผลิต 50 ตันต่อวัน บริษัท ซูการ์เคน อีโคแวร์ จำกัด (Sugarcane Ecoware: SEW) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือบริษัท น้ำตาลบุรีรัมย์ จำกัด (มหาชน) (Buriram Sugar: BRR) และมีการผลิตบรรจุภัณฑ์จากชาอ้อย 100% รวม 300 ล้านชิ้นต่อปี (ประมาณ 3,500 ตันต่อปี หรือ 10 ตันต่อวัน) บริษัท บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำกัด (มหาชน) เป็นผู้บุกเบิกบรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยรายแรกในประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อปี 2548 ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ชื่อแบรนด์ "Gracz" จำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ
- ด้านมูลค่าตลาดโดยรวม ข้อมูลจาก Data Bridge Market Research ประเมินว่ามูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly Packaging) ในประเทศไทยอยู่ที่ราว 1.42 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 และคาดว่าจะเติบโตไปสู่ระดับ 1.79 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2575 คิดเป็นอัตราการเติบโตสะสมเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ 2.9% โดยตลาดบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเส้นใยจากพืช (Alternate Fiber Packaging) ในปี 2567 มีมูลค่าประมาณ 0.53 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดที่ 37.6% ของมูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้งหมด มูลค่าตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตข้างต้นนี้ค่อนข้างเป็นข้อดีไปสะท้อนถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ซึ่งได้รับแรงหนุนจากหลายปัจจัย ได้แก่ การเข้มงวดของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม การตื่นตัวของผู้บริโภคเรื่องความยั่งยืน รวมถึงเจตนาของภาครัฐในการลดการใช้พลาสติก

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดการณ์ และความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

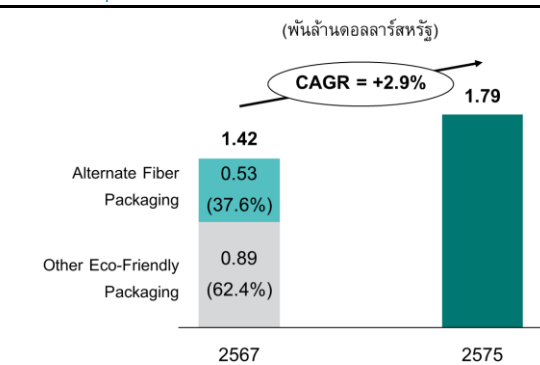
- ในด้านการแข่งขัน บรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยคงความได้เปรียบจากปริมาณวัตถุดิบในประเทศที่มีอยู่มากจากผลพลอยได้ของการผลิตน้ำตาล และคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหาร เช่น ความสามารถในการทนความร้อนและความชื้น อย่างไรก็ตาม บรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติกดั้งเดิม โดยบางผลิตภัณฑ์อาจมีต้นทุนสูงกว่าพลาสติกดั้งเดิมถึง **20-40%** กลายเป็นความท้าทายสำหรับผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยในการขยายส่วนแบ่งการตลาดเข้าไปในกลุ่มลูกค้าที่มีความอ่อนไหวต่อราคาในระดับสูง เช่น ร้านอาหารตามสั่ง ซึ่งอาจเป็นร้านขนาดเล็ก และยังเลือกใช้บรรจุภัณฑ์โฟมหรือพลาสติกเป็นหลัก

รูปที่ 2 ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยรายสำคัญในประเทศไทย

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์	กำลังการผลิต
EPAC บริษัท เอ็นไวรอนเม้นท์พาสท์ แอนด์ แพคเกจจิ้ง จำกัด เครือบริษัทเกษรไทย อินดอร์แพลนท์ กรุ๊ป โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (KTIS group)	50 ตันต่อวัน บรรจุภัณฑ์จากเยื่อชาอ้อย 100% (ข้อมูลจากบริษัท: 4 ม.ค. 2568)
Sugarcane Ecoware บริษัท ซูการ์เคน อีโคแวร์ จำกัด เครือบริษัท น้ำตาลบุรีรัมย์ จำกัด (มหาชน)	~100,000 ตันต่อปี บรรจุภัณฑ์จากเยื่อชาอ้อย 100% (ข้อมูลจากบริษัท: 4 ม.ค. 2568)
Graciz บริษัท บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำกัด (มหาชน)	300 ล้านชิ้นต่อวัน บรรจุภัณฑ์จากเยื่อชาอ้อย 100% (~3,500 ตันต่อวัน: 10 ตันต่อวัน) (ข้อมูลจากบริษัท: 4 ม.ค. 2568)
graciz บริษัท บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม จำกัด (มหาชน)	N/A บรรจุภัณฑ์จากเยื่อชาอ้อย 100% (ข้อมูลจากบริษัท: 4 ม.ค. 2568)

ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาकरแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากเว็บไซต์ของบริษัท

รูปที่ 3 มูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และตลาดบรรจุภัณฑ์จากเส้นใยจากพืชในประเทศไทย



ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาकरแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของ Data Bridge Market Research

สถานการณ์ด้านอุปสงค์ในประเทศ

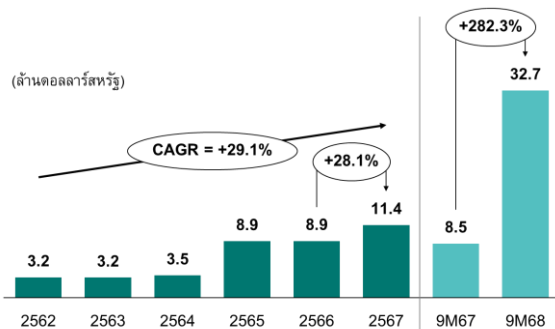
- ในปี 2568 ตลาด Food Delivery ในประเทศไทยคาดว่าจะมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 132,000 ล้านบาท เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นความสะดวกสบายและความเร่งรีบในชีวิตประจำวันมากขึ้น ความเคยชินของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้ในเขตเมือง ที่ขับเคลื่อนตลาดต่อเนื่อง แม้ภาวะเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นเต็มที่ ประกอบกับการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยเฉพาะร้านค้าขนาดเล็ก (Micro และ SMEs) ซึ่งปรับตัวมาใช้แพลตฟอร์ม Food Delivery เพื่อเข้าถึงลูกค้า สร้างยอดขาย และสร้างแบรนด์มากขึ้น ทั้งนี้ การเติบโตของตลาดนี้สร้างโอกาสสำหรับบรรจุภัณฑ์จากชาอ้อย เนื่องจากธุรกิจจัดส่งอาหารมีความต้องการบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ที่เพิ่มขึ้นและต่อเนื่อง ตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป
- นอกเหนือจาก Food Delivery แล้ว บรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยยังมีโอกาสและศักยภาพในภาคส่วนอื่น ๆ อาทิ อุตสาหกรรม Healthcare และเวชภัณฑ์ ซึ่งมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ปลอดเชื้อและย่อยสลายได้ เพื่อใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ต้องการความสะอาดและความปลอดภัยสูง สินค้าเกษตรและอาหารแปรรูป เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และเริ่มหันมาใช้บรรจุภัณฑ์/ถาดจากวัสดุที่ย่อยสลายได้แทนบรรจุภัณฑ์/ถาดพลาสติกมากขึ้น หรืออุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ผลิตเริ่มมองหาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนสำหรับใช้เป็นวัสดุกันกระแทกและบรรจุภัณฑ์ภายในกล่องแทนที่โฟมและพลาสติกแบบเดิม
- ปัจจัยอื่นที่เป็นตัวเร่งสำคัญต่อการเติบโตของบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ ได้แก่ กระแสรักษ์สิ่งแวดล้อมและการหลีกเลี่ยงพลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use) โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคคนรุ่นใหม่และคนในเมืองที่มีจิตสำนึกและความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม พร้อมจ่ายเงินเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยลดหรืองดใช้บรรจุภัณฑ์หรือภาชนะที่ทำจากวัสดุใช้ครั้งเดียวทิ้ง และกฎหมายและนโยบายของไทย โดยทิศทางนโยบายสิ่งแวดล้อมของไทย เช่น Roadmap การจัดการขยะ

พลาสติก พ.ศ. 2561-2573 มีเป้าหมายนำขยะพลาสติกเป้าหมายกลับมาใช้ประโยชน์ 100% ภายในปี 2570 และแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก ระยะที่ 2 พ.ศ. 2566-2570 ที่มุ่งเน้นการเลิกใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ประกอบกับร่างกฎหมายการจัดการบรรจุภัณฑ์อย่างยั่งยืนที่ยึดหลักการ Extended Producer Responsibility (EPR) หรือความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้นของผู้ผลิต ซึ่งคาดว่าจะมีผลบังคับใช้ภายในปี 2570 และจะผลักดันให้ภาคธุรกิจหลายภาคส่วนต้องเปลี่ยนมาใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้หรือรีไซเคิลได้ง่าย (เช่น ชาแนล) มากขึ้น เพื่อลดภาระต้นทุนการจัดการซากบรรจุภัณฑ์ของตนเอง

สถานการณ์ด้านการส่งออก

- ในปี 2567 มูลค่าส่งออกภาชนะกระดาษ (ซึ่งรวมไปถึงบรรจุภัณฑ์จากชาแนล) ของไทยอยู่ที่ 11.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 28.1%YoY โดยสินค้าดังกล่าวมีแนวโน้มการส่งออกขยายตัวต่อเนื่อง โดยระหว่างปี 2562-2567 การส่งออกมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) กว่า 29.1% ทั้งนี้ ตลาดส่งออกภาชนะกระดาษของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วน 58.0% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ตามด้วยสหราชอาณาจักร (8.8%) เวียดนาม (6.9%) ไอร์แลนด์ (6.3%) และญี่ปุ่น (3.9%) ตามลำดับ
- ส่วนในช่วง 9 เดือนแรกปี 2568 มูลค่าส่งออกภาชนะกระดาษของไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดดมาอยู่ที่ 32.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตสูงถึง 282.3%YoY โดยเฉพาะการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ ที่ขยายตัว 504.0%YoY จนทำให้สัดส่วนการส่งออกไปยังสหรัฐฯ มากถึง 92.3% ของการส่งออกทั้งหมดของไทย ซึ่งเป็นผลมาจากที่สมาคมผู้ผลิตจานกระดาษของสหรัฐฯ (The American Paper Plate Coalition: APPC) ได้ยื่นคำร้องต่อกระทรวงพาณิชย์ และคณะกรรมการการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐฯ เพื่อขอให้เปิดไต่สวนการตอบโต้การทุ่มตลาด (Antidumping: AD) และการอุดหนุนตลาด (Countervailing Duty: CVD) สินค้าจานกระดาษที่มีแหล่งกำเนิดจากไทย จีน และเวียดนาม เมื่อเดือนมกราคม 2567 และต่อมาเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2568 สหรัฐฯ ได้สรุปผลการสอบสวนว่าจานกระดาษจากไทย จีน และเวียดนามมีการทุ่มตลาด และจานกระดาษจากจีน-เวียดนามยังได้รับอุดหนุน จึงกำหนดจัดเก็บภาษี AD และภาษี CVD ต่อสินค้าจากทั้ง 3 ประเทศ ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 มีนาคม 2568 โดยบริษัทไทยบางรายจะถูกจัดเก็บเฉพาะภาษี AD ในอัตรา 5.57%-73.17% อย่างไรก็ดี ยังถือว่าต่ำกว่าบางบริษัทผู้ผลิตจีนที่ถูกระบุไว้ในรายชื่อการจัดเก็บภาษี AD และ CVD ซึ่งสูงถึง 504.86%

รูปที่ 4 มูลค่าส่งออกภาชนะกระดาษของไทย



ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

Note: HS482370 ของที่ได้จากการหล่อหรือการอัด ทำด้วยเยื่อกระดาษ

ตารางที่ 1 ตลาดส่งออกภาชนะกระดาษของไทย

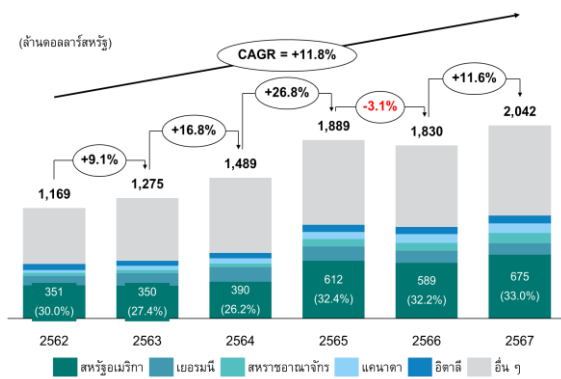
ประเทศ	มูลค่า (Mn USD)		สัดส่วน (%)		%YoY	
	2567	9M68	2567	9M68	2567	9M68
สหรัฐอเมริกา	6.6	30.1	58.0	92.3	44.7	504.0
สหราชอาณาจักร	1.0	0.1	8.8	0.2	-33.6	-92.9
เวียดนาม	0.8	0.8	6.9	2.5	-2.5	54.7
ไอร์แลนด์	0.7	0.0	6.3	0.1	125.0	-94.5
ญี่ปุ่น	0.5	0.2	3.9	0.7	-30.8	-27.3
ออสเตรเลีย	0.3	0.1	2.4	0.2	2,600.0	-50.0
กรีซ	0.3	0.1	2.2	0.4	N/A	-22.2
กัมพูชา	0.2	0.2	2.0	0.6	9.5	18.8
เบลเยียม	0.2	0.2	1.7	0.5	N/A	-16.7
โปแลนด์	0.2	0.1	1.7	0.2	90.0	-50.0
อื่น ๆ	0.7	24.6	6.1	2.3	-2.8	4,549.1
โลก	11.4	32.7	100.0	100.0	28.1	282.3

ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

Note: HS482370 ของที่ได้จากการหล่อหรือการอัด ทำด้วยเยื่อกระดาษ

- โลกต่างมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนสูงขึ้น สะท้อนจากมูลค่านำเข้าภาชนะกระดาษของโลกที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยระหว่างปี 2562-2567 เติบโต (CAGR) ที่ 11.8% สาเหตุหนึ่งมาจากความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อีกทั้งในหลายประเทศ ความนิยมใช้บริการส่งอาหารถึงบ้านเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยประเทศผู้นำเข้าภาชนะกระดาษอันดับ 1 ของโลกในปี 2567 คือสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการนำเข้าราว 675 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 33.0% ของการนำเข้าทั้งหมดของโลก ตามด้วยเยอรมนี (6.0%) สหราชอาณาจักร (5.2%) แคนาดา (5.1%) และอิตาลี (4.0%) ตามลำดับ
- ตลาดสหรัฐฯ มีการนำเข้าภาชนะกระดาษส่วนใหญ่จากจีน แคนาดา และเม็กซิโก โดยมีสัดส่วนการนำเข้าจากทั้ง 3 ประเทศเกินกว่า 80% ของการนำเข้าทั้งหมด โดยมูลค่าการนำเข้าปี 2567 สหรัฐฯ นำเข้าจากจีน คิดเป็นสัดส่วน 58.1% แคนาดา 13.9% และเม็กซิโก 11.0% (ตามลำดับ) ขณะที่สหรัฐฯ นำเข้าจากไทยคิดเป็นสัดส่วนเพียง 1.2% ซึ่งจัดอยู่ในอันดับที่ 10 อย่างไรก็ดี จะเห็นได้ว่าในช่วง 7 เดือนแรกปี 2568 สหรัฐฯ ลดการนำเข้าจากจีนลงกว่า 50.0% YoY อันเป็นผลจากข้อสรุปเรื่องการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนสินค้าจากกระดาษจากจีน ทำให้สหรัฐฯ นำเข้าภาชนะกระดาษจากประเทศอื่นมากขึ้น โดยเฉพาะนำเข้าจากกัมพูชา ไทย เวียดนาม และไต้หวัน แม้ว่าไทยและเวียดนามจะถูกจัดเก็บภาษีในลักษณะเดียวกับจีน แต่อยู่ในอัตราที่ต่ำกว่า

รูปที่ 5 ประเทศผู้นำเข้าภาชนะกระดาษสำคัญของโลก



ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากฐานข้อมูล Trade Map ของ International Trade Centre (ITC)
Note: HS482370 ของที่ได้จากการหล่อหรือการอัด ทำด้วยเยื่อกระดาษ

ตารางที่ 2 แหล่งนำเข้าภาชนะกระดาษของสหรัฐอเมริกา

ประเทศ	มูลค่า (Mn USD)		สัดส่วน (%)		%YoY	
	2567	7M68	2567	7M68	2567	7M68
จีน	391.9	111.1	58.1	34.6	11.4	-50.0
แคนาดา	94.1	58.6	13.9	18.2	27.1	9.4
เม็กซิโก	73.9	42.5	11.0	13.2	6.4	-0.5
เวียดนาม	26.5	31.2	3.9	9.7	4.7	172.0
กัมพูชา	14.1	7.3	2.1	2.3	175.613	478.6
ไต้หวัน	13.4	17.6	2.0	5.5	-34.5	114.1
เดนมาร์ก	10.5	3.7	1.6	1.2	-1.1	-18.7
เนเธอร์แลนด์	10.5	0.0	1.5	0.0	7,209.1	-100.0
สาธารณรัฐโดมินิกัน	8.6	7.9	1.3	2.5	236.6	98.7
ไทย	8.4	16.7	1.2	5.2	-40.6	231.6
อื่น ๆ	22.9	24.8	3.4	7.7	13.7	88.9
โลก	674.7	321.4	100.0	100.0	14.6	-14.7

ที่มา : วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ประมวลผลจากฐานข้อมูล Trade Map ของ International Trade Centre (ITC)
Note: HS482370 ของที่ได้จากการหล่อหรือการอัด ทำด้วยเยื่อกระดาษ

แนวโน้มธุรกิจในอนาคต

- ในระยะ 1 ปีข้างหน้า คาดว่าธุรกิจผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้จากชาอ้อยยังมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยได้รับแรงหนุนจากปัจจัยด้านอุปสงค์ ทั้งการเติบโตของตลาด Food Delivery การตื่นตัวของผู้บริโภคด้านสิ่งแวดล้อม และทิศทางนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญให้มีความต้องการบรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยกลายเป็นทางเลือกหลักในกลุ่มบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มทดแทนบรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้งที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ นอกจากนี้ยังมีอุตสาหกรรมอื่น เช่น Healthcare เกษตรและอาหารแปรรูป และอิเล็กทรอนิกส์ ที่เริ่มหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จากชาอ้อยได้รับประโยชน์และยังมีโอกาสในการขยายประเภทผลิตภัณฑ์ของตนไปสู่วัสดุกันกระแทกและบรรจุภัณฑ์ภายในกล่องสินค้า นอกเหนือจากบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและเครื่องดื่ม

- อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนี้อาจเผชิญความเสี่ยงจากความมั่นคงของแหล่งวัตถุดิบ เนื่องจากปริมาณชานอ้อยขึ้นกับปริมาณผลผลิตอ้อยที่เข้าหีบในแต่ละปี อีกทั้งผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ยังคงต้องแข่งขันกับโรงงานน้ำตาลที่ใช้ชานอ้อยเป็นเชื้อเพลิงผลิตไฟฟ้า ขณะเดียวกัน ในด้านการส่งออก ธุรกิจเผชิญทั้งโอกาสและความเสี่ยงจากการดำเนินจัดเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (AD) และภาษีตอบโต้การอุดหนุน (CVD) ของสหรัฐฯ โดยสหรัฐฯ เป็นตลาดส่งออกหลักของไทย ภาษีเหล่านี้จึงอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของผู้ส่งออกไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นที่ไม่ได้ถูกจัดเก็บภาษีเหล่านี้ เช่น แคนาดา เม็กซิโก เวียดนาม หรือไต้หวัน ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐฯ ในสัดส่วนที่สูงกว่าไทย (ข้อมูลช่วง 7 เดือนแรกปี 2568) นอกจากนี้ ตลาดบรรจุภัณฑ์จากชานอ้อยยังต้องเผชิญแรงกดดันจากการแข่งขันบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เช่น พลาสติก PLA กระดาษคาร์พัต และบรรจุภัณฑ์ที่ผสมผสานเส้นใยจากแหล่งต่าง ๆ (Blended Materials) ซึ่งอาจมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า และอาจมีคุณสมบัติที่เหนือกว่า เช่น พลาสติก PLA ได้เปรียบด้านความใสและมีรูปลักษณะคล้ายพลาสติกทั่วไป อีกทั้งยังเหมาะสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเช่นกัน

ผู้จัดทำวิเคราะห์

นายณัฐชาติ วิรุฬห์ศิว (nuttachativ@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. อนพล ศรีัญพงษ์

ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬห์ศิว

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธรัตน์ ศรีทองเต็ม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



เชียวชาญ ศรีชัยยา

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิสันดา ดิสรเตติวัฒน์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นิยม

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช

นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ศรีอำไพ อิงคกิตติ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบใจหาย



Scan Here
For More Articles

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

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อให้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง