

บริการการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์
(Printing and Packaging)

1. ลักษณะธุรกิจ

1.1 กิจกรรมบริการสาขาการพิมพ์ และการบรรจุภัณฑ์

การค้าบริการในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการเจริญเติบโตค่อนข้างมาก ทั้งในเรื่องมูลค่าตลาด จำนวนผู้ประกอบการ และประเภทของธุรกิจ ในแต่ละสาขาบริการได้มีการแตกกิจกรรมย่อยออกไปอีกหลากหลายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในการเจรจาเพื่อเปิดตลาดการค้าบริการระหว่างกันจำเป็นต้องมีความชัดเจนในสาขาบริการต่าง ๆ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในระหว่างประเทศสมาชิก องค์การการค้าโลก (WTO) จึงได้กำหนดสาขาบริการโดยแบ่งเป็น 12 สาขา ซึ่งในแต่ละสาขายังจำแนกออกเป็นสาขาย่อยหรือกิจกรรมต่าง ๆ ลงไปอีก โดยให้สอดคล้องกับที่องค์การสหประชาชาติ (United Nation : UN) กำหนดตาม Provisional Central Product Classification (CPC) ในส่วนบริการสาขาการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์ อยู่ภายใต้บริการสาขา Business Services สาขาย่อย Other Business Services ภายใต้เอกสาร MTN.GNS/W/120¹

ตารางที่ 1 : การจำแนกบริการการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์ตาม CPC Provisional ของ UN และ W120 ของ WTO

CPC	Sub-sectors	Descriptions
876	Packaging services	บริการบรรจุสินค้า บริการห่อหุ้มและแพคสินค้า ซึ่งรวมถึงการติดป้ายสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ บริการห่อพัสดุ และบริการห่อของขวัญ โดย ไม่รวม บริการด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง /บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ /บริการการพิมพ์เฉพาะข้อความบนวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ /บริการด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการแปรรูปวัตถุดิบของลูกค้าเป็นสินค้าอื่น (เช่น ผสมน้ำ และหัวเชื้อเข้มข้นเพื่อผลิตน้ำอัดลม ทำปลาให้สุกก่อนบรรจุกระป๋อง ผสมครีมและสีในเครื่องสำอาง)
88442	Printing and Publishing	บริการด้านการพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์

ทั้งนี้ ในเอกสาร CPC Version 1.1 มีการจำแนกบริการการพิมพ์ และการบรรจุภัณฑ์ใหม่ ดังนี้

ตารางที่ 2 : การจำแนกบริการการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์ตาม CPC version 1.1

CPC version 1.1	Sub-sectors	Descriptions
85400	Packaging services	บริการบรรจุสินค้า บริการห่อหุ้มและแพคสินค้า ซึ่งรวมถึงการ

¹ องค์การการค้าโลก ได้จัดทำเอกสาร MTN.GNS/W/120 โดยจำแนกบริการออกเป็น 12 สาขา ซึ่งเอกสารนี้จำแนกประเภทบริการโดยอิงกับ Central Product Classification (CPC:) ของสหประชาชาติ และในการเจรจา FTA ของไทยจะใช้การจำแนกประเภทบริการตาม WTO เป็นแนวทาง

CPC version 1.1	Sub-sectors	Descriptions
		ติดป้ายสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ บริการห่อพัสดุ บริการห่อของขวัญ บริการห่อเหรียญและธนบัตร (coin and currency packing services) เป็นต้น โดย ไม่รวม บริการด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อที่เกี่ยวกับการขนส่ง /บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ /บริการการพิมพ์เฉพาะข้อความบนวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ /บริการด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการแปรรูปวัตถุดิบของลูกค้าเป็นสินค้าอื่น (เช่น ผสมน้ำ และหัวเชื้อเข้มข้นเพื่อผลิตน้ำอัดลม ทำปลาให้สุกก่อนบรรจุกระป๋อง ผสมครีมและสีในเครื่องสำอาง)
89110	Publishing, on a fee or contract basis	
89121	Printing services and services related to printing on a fee or contract basis	บริการด้านการพิมพ์ และบริการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ เช่น บริการพิมพ์หนังสือพิมพ์ บริการพิมพ์หนังสือ บริการเข้าเล่มหนังสือ เป็นต้น
89122	Reproduction services of recorded media, on a fee or contract basis	บริการผลิตซ้ำสื่อบันทึกสารต่าง ๆ เช่น แผ่นดิสก์ เทป วีดีโอเทป ซอฟต์แวร์

ล่าสุด ในเอกสาร CPC Version 2.1 มีการจำแนกบริการการพิมพ์ใหม่ ดังนี้

ตารางที่ 3 : การจำแนกบริการการพิมพ์ และการบรรจุภัณฑ์ตาม CPC version 2.1

CPC	Sub-sectors	Descriptions
89110	Publishing, on a fee or contract basis	
89121	Printing services	บริการด้านการพิมพ์ เช่น บริการพิมพ์หนังสือพิมพ์ บริการพิมพ์หนังสือ บริการพิมพ์บนวัสดุต่าง ๆ อาทิ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ และเซรามิค เป็นต้น
89122	Services related to printing	บริการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ เช่น บริการเข้าเล่ม เย็บเล่ม ทำสันกาว เจาะรู ฯลฯ
89123	Reproduction services of recorded media, on a fee or contract basis	บริการผลิตซ้ำสื่อบันทึกสารต่าง ๆ เช่น แผ่นดิสก์ เทป วีดีโอเทป ซอฟต์แวร์

1.2 ลักษณะธุรกิจ/การให้บริการ

ตารางที่ 4 รูปแบบการให้บริการสาขาการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์

รูปแบบการค้าบริการ	ตัวอย่าง
Mode 1: การให้บริการข้ามพรมแดน (Cross-border Supply) ผู้ให้บริการและผู้รับบริการอยู่คนละประเทศ โดยให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	เช่น กรณีคนออสเตรเลียสั่งให้โรงพิมพ์ในไทยจัดพิมพ์หนังสือ
Mode 2: การเดินทางไปใช้บริการในต่างประเทศ (Consumption Abroad) ผู้บริโภคเดินทางจากประเทศหนึ่งเข้าไปใช้บริการในประเทศที่ตั้งของผู้ให้บริการ	เช่น กรณีคนไทยเดินทางไปสั่งพิมพ์หนังสือในญี่ปุ่น หรือชาวออสเตรเลียเข้ามาใช้บริการบรรจุภัณฑ์สินค้าในไทย
Mode 3: การตั้งกิจการในต่างประเทศ (Commercial Presence) ผู้ให้บริการจากประเทศหนึ่งเข้าไปลงทุนจัดตั้งธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ ในประเทศผู้ให้บริการ	เช่น กรณีผู้ประกอบการไทยเข้าไปลงทุนเปิดกิจการโรงงานบรรจุภัณฑ์อาหารในสวีเดนแลนด์ เป็นต้น
Mode 4: การเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดา (Presence of Natural Persons) บุคคลธรรมดาจากประเทศหนึ่งเข้าไปทำงาน หรือให้บริการในอีกประเทศหนึ่ง แต่ไม่ใช่แรงงาน	เช่น ผู้เชี่ยวชาญชาวไทยด้านการพิมพ์เข้าไปให้บริการด้านการพิมพ์สิ่งพิมพ์แบบ Hybrid ในประเทศจีน เป็นต้น

2. หน่วยงานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2.1 กระทรวงพาณิชย์

- พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 บัญชีท้ายของ พ.ร.บ. บัญชี 1 กำหนดว่าการทำกิจการหนังสือพิมพ์ กิจการสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ เป็นกิจการที่ไม่อนุญาตให้คนต่างด้าวประกอบกิจการด้วยเหตุผลพิเศษ

- พระราชบัญญัติมาตรการขังดวงวัด พ.ศ. 2542 ได้กำหนดนิยามของ "สินค้าหีบห่อ" ว่า หมายถึง สินค้าที่ได้บรรจุหรือมีสิ่งหุ้มห่อซึ่งเจตนาจะซื้อขายหรือจำหน่ายกันตามปริมาณที่บรรจุหรือหุ้มห่อไว้ นั้น ไม่ว่าจะซื้อ ขายหรือจำหน่ายสิ่งที่ใช้บรรจุหรือสิ่งหุ้มห่อด้วยหรือไม่ก็ตาม และนิยาม "ผู้บรรจุ" ว่า หมายถึงผู้ผลิตสินค้าหีบห่อ และให้หมายความรวมถึงผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรหรือผู้แบ่งบรรจุซึ่งสินค้าหีบห่อ แต่ทั้งนี้ไม่รวมถึงผู้แบ่งขายหรือจำหน่ายสินค้าจากสิ่งที่ใช้บรรจุหรือสิ่งหุ้มห่อโดยมีเจตนาให้เป็นสินค้าหีบห่ออีกต่อไป นอกจากนี้พระราชบัญญัตินี้ ยังได้กำหนดหลักเกณฑ์ให้ผู้บรรจุสินค้าหีบห่อจะต้องปฏิบัติตาม เช่น แสดงปริมาณของสินค้าตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนด บรรจุสินค้าตามปริมาณที่กำหนด เป็นต้น รวมทั้งกำหนดบทลงโทษหากฝ่าฝืน

2.2 กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม

- พระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ประกาศใช้เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2550 มี

วัตถุประสงค์เพื่อวางหลักเกณฑ์ในการรับจดทะเบียนการพิมพ์และเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบของประชาชนผู้ที่ได้รับความเสียหายจากการกระทำผิดกฎหมาย เนื่องจากผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา บรรณาธิการ หรือเจ้าของกิจการสิ่งพิมพ์นั้น ๆ โดยมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจและการทำงานของคนต่างด้าว ดังนี้

สิ่งพิมพ์

มาตรา 7 ผู้พิมพ์หรือผู้โฆษณาสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์และเผยแพร่ในราชอาณาจักรต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

- (1) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) มีถิ่นที่อยู่ประจำในราชอาณาจักร
- (3) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (4) ไม่เคยต้องโทษตามคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่จะพ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่า

สามปีหรือเป็นความผิดโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

ในกรณีนิติบุคคลเป็นผู้พิมพ์หรือผู้โฆษณา กรรมการ ผู้จัดการ หรือผู้แทนอื่นของนิติบุคคลนั้นต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามวรรคหนึ่งด้วย

หนังสือพิมพ์

มาตรา 14 บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังนี้

- (1) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) มีสัญชาติไทย หรือสัญชาติแห่งประเทศซึ่งมีสนธิสัญญากับประเทศไทย
- (3) มีถิ่นที่อยู่ประจำในราชอาณาจักร
- (4) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (5) ไม่เคยต้องโทษตามคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่จะพ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่า

สามปีหรือเป็นความผิดโดยประมาท หรือความผิดลหุโทษ

มาตรา 15 เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ที่เป็นบุคคลธรรมดา ผู้พิมพ์ หรือผู้โฆษณาต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังนี้

- (1) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) มีสัญชาติไทย
- (3) มีถิ่นที่อยู่ประจำในราชอาณาจักร
- (4) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (5) ไม่เคยต้องโทษตามคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่จะพ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่า

สามปีหรือเป็นความผิดโดยประมาท หรือความผิดลหุโทษ

มาตรา 16 เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ที่เป็นนิติบุคคลต้องมีบุคคลซึ่งมีสัญชาติไทยถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของหุ้นทั้งหมด และต้องมีกรรมการไม่น้อยกว่าสามในสี่ของจำนวนกรรมการทั้งหมดเป็นผู้มีสัญชาติไทยด้วย

ห้ามมิให้บุคคลใดถือหุ้นแทนบุคคลซึ่งมิได้มีสัญชาติไทยในนิติบุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ตามวรรคหนึ่ง

เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ที่เป็นนิติบุคคลมีบุคคลสัญชาติไทยถือหุ้นหรือมีกรรมการเป็นผู้มีสัญชาติไทยน้อยกว่าจำนวนที่กำหนดในวรรคหนึ่ง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เพิกถอนการจดทะเบียนนี้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

2.3 กระทรวงอุตสาหกรรม

- พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 กำหนดเกี่ยวกับการควบคุมการประกอบกิจการโรงงาน โดยได้กำหนดขั้นตอนหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการตั้งโรงงาน การดำเนินการของโรงงานรวมถึงการกำกับดูแลโรงงาน โดยได้แบ่งโรงงานเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- (1) โรงงานจำพวกที่ 1 ได้แก่ โรงงานที่สามารถประกอบกิจการโรงงานได้ทันทีตามความประสงค์ของผู้ประกอบกิจการโรงงาน
- (2) โรงงานจำพวกที่ 2 ได้แก่ โรงงานที่เมื่อจะประกอบกิจการโรงงานต้องแจ้งให้ผู้อนุญาตทราบก่อน
- (3) โรงงานจำพวกที่ 3 ได้แก่ โรงงานที่การตั้งโรงงานจะต้องได้รับใบอนุญาตก่อนจึงจะดำเนินการได้

ทั้งนี้ ตามกฎกระทรวง (พ.ศ. 2535) ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 กำหนดให้โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการพิมพ์ การทำแท็บเล็ตเอกสาร การเย็บเล่ม ทำปก หรือตบแต่งสิ่งพิมพ์ เข้าข่ายเป็นโรงงานจำพวกที่ 1 2 หรือ 3 ตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

ประเภทโรงงาน	โรงงานจำพวกที่ 1	โรงงานจำพวกที่ 2	โรงงานจำพวกที่ 3
โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการพิมพ์ การทำแท็บเล็ตเอกสาร การเย็บเล่ม ทำปก หรือตบแต่งสิ่งพิมพ์	เครื่องจักรไม่เกิน 20 แรงม้า	เครื่องจักรไม่เกิน 50 แรงม้าและไม่จัดอยู่ในจำพวก 1	เครื่องจักรเกิน 50 แรงม้า

- พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ.2535 เนื่องจากมีการนำเข้าวัตถุอันตรายมาใช้ในกิจการประเภทต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งรวมถึงธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์/สิ่งพิมพ์ โดยวัตถุอันตรายบางชนิดอาจก่อให้เกิดอันตรายอย่างร้ายแรงแก่บุคคล สัตว์ พืช ทรัพย์ และสิ่งแวดล้อมได้ แม้ว่าจะมีกฎหมายของหน่วยงานต่าง ๆ ออกใช้ควบคุมอยู่บ้างก็ตาม แต่ก็ไม่ครอบคลุมเพียงพอ จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการควบคุมวัตถุอันตรายให้เหมาะสมยิ่งขึ้นพร้อมกับจัดระบบบริหารให้มีการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้

- พระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 เพื่อความปลอดภัยหรือเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับประชาชน หรือแก่กิจการอุตสาหกรรมหรือเศรษฐกิจของประเทศ จึงมีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมตลอดจนสิ่งบรรจุ หีบห่อ สิ่งหุ้มห่อหรือสิ่งผูกมัด

3. สถานการณ์ภาพรวม

3.1 ภาพรวมบริการสาขาการพิมพ์

อุตสาหกรรมการพิมพ์เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกวัย เนื่องจากในชีวิตประจำวันของทุกคนล้วนเกี่ยวข้องกับการใช้สิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หนังสือเรียน นิตยสาร หนังสือพิมพ์ การ์ด นามบัตร โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว ฉลาก หรือสิ่งพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ที่มาพร้อมกับสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ

อุตสาหกรรมการพิมพ์อยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่าน การเติบโตของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ตลาดการพิมพ์เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน สิ่งพิมพ์หลายประเภทเปลี่ยนรูปแบบเป็นอิเล็กทรอนิกส์ เช่น e-book e-magazine หรือ e-brochure ในขณะเดียวกัน การทำธุรกรรมด้านการเงินผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้การใช้ธนบัตรหรือเช็คลดลง ด้วยปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้ความต้องการสิ่งพิมพ์หลายประเภทลดน้อยลง อย่างไรก็ตาม ในทางตรงข้าม ธุรกิจการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์หรือการพิมพ์ตราสินค้าต่าง ๆ มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลสืบเนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจออนไลน์ (e-commerce) เพราะสินค้าต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคสั่งผ่านระบบออนไลน์จำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการห่อหุ้มสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

ในแง่ของเทคโนโลยีการพิมพ์ ปัจจุบันเทคโนโลยีการพิมพ์แบบดิจิทัลได้รับการพัฒนาและถูกนำมาใช้ในแวดวงการพิมพ์อย่างกว้างขวาง รวมทั้งมีแนวโน้มที่จะถูกนำมาใช้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต เนื่องจากการพิมพ์แบบดิจิทัลมีข้อดีหลายประการ เช่น ผลงานพิมพ์มีคุณภาพ คมชัด ติดทน พิมพ์ได้ปริมาณมาก และรวดเร็ว อีกทั้งสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ในปี 2563 การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการพิมพ์ มาตรการยับยั้งการแพร่ระบาดต่าง ๆ เช่น มาตรการ lockdown ที่ห้ามไม่ให้ประชาชนออกจากที่พักอาศัยทำให้ยอดขายสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ลดลง เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสาร รวมทั้งทำให้กิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานแสดงสินค้า มหากรรมกีฬา การประชุม สัมมนา งานแต่งงาน ต้องเลื่อนออกไป ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเหล่านั้น อาทิ โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว และบัตรเชิญ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ตั้งแต่ปี 2565 พบว่าอุตสาหกรรมการพิมพ์ฟื้นตัวจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 แม้ว่าอาจจะฟื้นตัวแตกต่างกันไปในแต่ละสาขา โดยในปี 2565 อุตสาหกรรมการพิมพ์มีมูลค่ารวมอยู่ที่ 821 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายเพิ่มตัวขึ้นจากปี 2564 ที่มีมูลค่า 760.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นการขยายตัวร้อยละ 7.9 ขณะที่ปี 2566 อุตสาหกรรมการพิมพ์มีมูลค่ารวมอยู่ที่ 889.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายเพิ่มตัวขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 8.3 จากข้อมูลของ Smithers research คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมการพิมพ์จะเติบโตจนมีมูลค่าสูงถึง 1.16 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2571 โดยมีธุรกิจการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ และการพิมพ์

ตราสินค้าเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ² ทั้งนี้ ในปี 2566 ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกถือเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลกของอุตสาหกรรมกราฟิก โดยมีภูมิภาคอเมริกาเหนือเป็นตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับที่สอง³

สำหรับประเทศไทย ในปี 2566 มีปัจจัยบวกที่หนุนอุตสาหกรรมกราฟิก อาทิ 1) การเลือกตั้งทั่วไปทำให้เม็ดเงินในอุตสาหกรรมกราฟิกขยายตัว เนื่องจากความต้องการในการพิมพ์ป้ายหาเสียงและสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงบัตรเลือกตั้ง โดยมีเม็ดเงินสะพัดในอุตสาหกรรมกราฟิกประมาณ 30,000 ล้านบาทในช่วงเวลาดังกล่าว 2) นโยบายรัฐบาลเปิดพรีรีซ่าทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประเทศไทยเยอะขึ้น จึงมีการบริโภคและการใช้สิ่งพิมพ์เพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะสินค้าหรือสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ และ 3) นโยบายการลดค่าไฟทำให้ต้นทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกราฟิกของไทยลดลงจนสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้เนื่องจากค่าไฟเป็นต้นทุนหลักของการผลิตสิ่งพิมพ์⁴

แนวโน้มที่สำคัญของอุตสาหกรรมกราฟิกในปัจจุบัน – ปี 2569⁵ ได้แก่

- ผู้บริโภคจะนิยมพึ่งพิงห่วงโซ่อุปทานการพิมพ์ในระดับท้องถิ่น (local print supply chain) มากกว่าห่วงโซ่อุปทานการพิมพ์ระดับโลก นอกจากนี้ ผู้บริโภคจะไม่พึ่งพิงเฉพาะผู้ให้บริการการพิมพ์เพียงรายเดียว แต่จะพึ่งพิงผู้ให้บริการที่หลากหลายที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสภาวะการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

- อุปสงค์ต่ออุตสาหกรรมกราฟิกจะยังคงอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนผ่าน อุปสงค์ต่อการพิมพ์เพื่อการพาณิชย์ (commercial print) เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และสิ่งพิมพ์ต่างๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แคตตาล็อก จะยังคงมีปริมาณลดลงเรื่อย ๆ ในทางกลับกัน อุปสงค์ต่อการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ตราสินค้าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ความสนใจของผู้ให้บริการการพิมพ์และการพัฒนาเทคโนโลยีการพิมพ์จะเน้นไปที่การพิมพ์ประเภทดังกล่าว

- ปริมาณการพิมพ์จะเพิ่มขึ้นอย่างมากในประเทศเศรษฐกิจเปลี่ยนผ่าน (transitional economies) ในทวีปต่างๆ ได้แก่ ละตินอเมริกา ยุโรปตะวันออก ตะวันออกกลางและแอฟริกา และเอเชีย

- อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตสิ่งพิมพ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีการสร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมไม่น้อยไปกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ ประกอบกับความต้องการของผู้บริโภคที่มองหาสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งมีแนวโน้มสูงมากขึ้น โดยมีแนวคิดในการกำหนดเป้าหมายเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในการผลิตสิ่งพิมพ์ตลอดกระบวนการผลิตที่แต่ละโรงพิมพ์ควรกำหนดให้เป็นนโยบายหลัก โดยใช้การคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับองค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) ซึ่งประกอบด้วย 1) การคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ทางตรง (Direct Emissions) เช่น การเผาไหม้ของเครื่องจักร

² Smithers, The Future of Global Printing to 2028 (<https://www.smithers.com/services/market-reports/printing/the-future-of-global-printing-to-2028>)

³ The Business Research Company, Printing Global Market Report 2024 (<https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/printing-global-market-report>)

⁴ ประชาชาติธุรกิจ, “พรีรีซ่า-ลดค่าไฟ” หนุน ธุรกิจการพิมพ์ปี 2566 โต 3% (13 ตุลาคม 2566) <https://www.prachachat.net/economy/news-1412625>

⁵ Smithers, The Future of Global Printing to 2026 (<https://www.smithers.com/services/market-reports/printing/the-future-of-green-printing-to-2026>)

2) การคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ทางอ้อมจากการใช้พลังงาน (Energy Indirect Emissions) เช่น การซื้อพลังงานมาใช้ และ 3) การคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ทางอ้อมด้านอื่นๆ เช่น การเดินทางของพนักงานด้วยยานพาหนะ

- การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัลในอุตสาหกรรมการพิมพ์มากขึ้น โดยปัจจุบัน อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีการลงทุนเพื่อนำเข้าเครื่องพิมพ์ดิจิทัลอย่างต่อเนื่องเพื่อผลิตสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ เทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัลมีจุดเด่นที่สำคัญ คือ เป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิตงานพิมพ์จำนวนตามสั่ง (Print on Demand) และตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค (Custom-made products) ทั้งนี้ ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ยอดนิยมของอุตสาหกรรมการพิมพ์ในยุคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป อาทิ 1) การตั้งบูธส่งเสริมการตลาดตามสถานที่ต่าง ๆ โดยการจัดแสดงบูธที่สามารถออกแบบเองได้จะเป็นทางเลือกยอดนิยมสำหรับธุรกิจที่ต้องการดึงดูดความสนใจของลูกค้า ซึ่งจะเป็นการพิมพ์ด้วยกราฟิกและข้อความคุณภาพสูง ทำให้เป็นวิธีที่ประหยัดต้นทุนในการแสดงผลิตภัณฑ์และบริการ 2) แบนเนอร์โฆษณาทั้งในร่มและกลางแจ้ง ซึ่งยังคงเป็นตัวเลือกยอดนิยมตลอดกาล และด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการพิมพ์ ทำให้สามารถพิมพ์แบนเนอร์ที่มีความละเอียดสูงและสีสันสะดุดตาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดลูกค้าจากระยะไกล 3) สติกเกอร์ ซึ่งเป็นวิธีการในการโปรโมตธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและราคาประหยัด อาทิ สติกเกอร์ที่ใช้สำหรับฉลากสินค้า ของสมนาคุณ หรือของตกแต่ง โดยคาดว่าจะมีการพิมพ์สติกเกอร์เพิ่มขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด และ 4) คุปองและบัตรกำนัล เนื่องจากผู้บริโภคในสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันให้ความสำคัญเรื่องค่าใช้จ่ายและมองหาวิธีประหยัดเงินในการใช้จ่าย โดยเฉพาะส่วนลดในการซื้อสินค้า จึงทำให้การพิมพ์คุปองและบัตรกำนัลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง⁶

3.2 ภาพรวมบริการสาขาการบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ (Packaging) เป็นการบรรจุผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น อาหาร ยา โดยการห่อหุ้มหรือใส่ลงในภาชนะบรรจุต่าง ๆ ซึ่งอาจมีการใช้กระบวนการทางเทคนิคที่หลากหลาย เช่น เครื่องบรรจุสุญญากาศ เครื่องห่อที่มีการทำงานด้วยเชิงกล การใช้ฟิล์มหดรูป และฟิล์มยืด ฯลฯ และรวมถึงการติดฉลาก (Label) บนผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการห่อพัสดุ (parcel packaging) และการห่อของขวัญด้วย

การบรรจุภัณฑ์มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า 2) เพื่อประโยชน์ใช้สอย เช่น ความสะดวกสบาย ในการหอบหิ้ว การพกพา 3) เพื่อความสวยงาม สร้างภาพพจน์ที่ดี ตลอดจนทำให้ผู้ซื้อสินค้าจดจำ และเกิดความพึงพอใจ โดยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการบรรจุภัณฑ์หมายรวมถึงทั้งการออกแบบ และการผลิตภาชนะบรรจุหรือสิ่งหุ้มห่อสินค้าด้วย

⁶ Gogoprint, เทรนด์การพิมพ์แห่งปี2023: ประยุกต์ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในโลกดิจิทัลได้อย่างไร

(<https://www.gogoprint.co.th/%E0%B8%9A%E0%B8%A5%E0%B9%8A%E0%B8%AD%E0%B8%81/%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A5%E0%B9%87%E0%B8%94%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94/%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%99%E0%B8%94%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B9%8C%E0%B8%9B%E0%B8%B5%202023/>)

ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท⁷ ดังนี้

(1) บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ (primary packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นในสุดติดกับตัวสินค้า ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้ในการป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากการปนเปื้อนต่าง ๆ นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้อาจช่วยให้หยิบใช้สินค้าได้สะดวกขึ้น และเป็นช่องทางให้รายละเอียดข้อมูลของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคด้วย

(2) บรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ (secondary packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นในอีกที โดยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนี้ มีไว้เพื่อรวบรวมสินค้าต่าง ๆ ให้เป็นกลุ่มก้อนหรือเป็นแพค เพื่อให้สะดวกต่อการจัดจำหน่าย โดยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนี้อาจอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กล่อง ถุงพลาสติก ถุงกระดาษ เป็นต้น

(3) บรรจุภัณฑ์ตติยภูมิ (tertiary packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับบรรจุสินค้าเพื่อให้ง่ายต่อการจัดเก็บหรือการขนส่ง โดยจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองอีกทีให้เป็นกลุ่มก้อนขนาดใหญ่ (bulk)



ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ



ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ



ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ตติยภูมิ

จ

จากการศึกษาของบริษัทที่ปรึกษา Smithers คาดว่าอุตสาหกรรมการบรรจุภัณฑ์จะเติบโตประมาณร้อยละ 3.9 ต่อปี ในระหว่างปี 2566-2571 โดยจะมีมูลค่าสูงถึง 1.42 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2571⁸ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบรรจุภัณฑ์⁹ ได้แก่


⁷ Primary, Secondary and Tertiary Packaging: What's the Difference? (<https://www.emballagecartier.com/en/article/primary-secondary-and-tertiary-packaging-whats-the-difference/>)

⁸ Smithers, The Future of Global Packaging to 2028 (<https://www.smithers.com/services/market-reports/packaging/the-future-of-global-packaging-to-2028>)


⁹ Four key trends that will shape the future of packaging to 2028 (<https://www.smithers.com/resources/2019/feb/future-packaging-trends-2018-to-2028>)

FOUR TRENDS THAT WILL INFLUENCE THE GLOBAL PACKAGING INDUSTRY


ECONOMIC/DEMOGRAPHIC GROWTH
 The global economy is expected to perform relatively well over the next decade, boosted by growth in emerging economies.



PACKAGING TECHNOLOGY
 Companies will address sustainability issues alongside an increase of flexible packaging which is driven by demand for more light-weight, convenient and portable products.



CONSUMER TRENDS
 The global market will continue to rise as consumers are purchasing more things online, which will drive demand for specific types of packaging and packaging products.



BRAND OWNER TRENDS
 There will be a greater role for packaging in helping brand owners to protect against fake or counterfeit goods, via increased usage of technological innovations.





SMITHERS
www.smithers.com

ที่มา : บทความเรื่อง Four key trends that will shape the future of packaging to 2028

(1) **การเติบโตทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของประชากร** การเติบโตทางเศรษฐกิจช่วยสร้างงาน ทำให้ประชากรมีรายได้ ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของประชากร ทำให้ประชากรที่เป็นชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งชนชั้นกลางเหล่านี้มีอำนาจซื้อและมีความต้องการในการจับจ่ายใช้สอยสินค้า นั่นหมายความว่าความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้ามีเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การที่ประชากรมีอายุยืนยาวมากขึ้นส่งผลให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับยาและเวชภัณฑ์ รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อการอยู่อาศัยตามลำพัง (single-person household) เป็นที่นิยมมากขึ้นก็ส่งผลให้ความต้องการสินค้าที่บรรจุหีบห่อขนาดเล็กมีเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

(2) **ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี** การตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่ออุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เช่น การลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกและเลือกใช้วัสดุอื่น ๆ ที่ย่อยสลายได้ทดแทน หรือ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (recycle) ได้ นอกจากนี้ ยังมีการใช้เทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยซึ่งช่วยยืดอายุผลิตภัณฑ์เพื่อลดการสูญเสีย และทำให้ผลิตภัณฑ์คงคุณภาพและมีความปลอดภัยเมื่อถึงมือผู้บริโภค เช่น การใช้ retort pouch ซึ่งเป็นภาชนะบรรจุชนิดอ่อนตัว ที่สามารถปิดผนึกสนิท มีความแข็งแรง สามารถทนต่อความร้อนและความดันสูงเพื่อบรรจุอาหารที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน หรือใช้ฟิล์มที่เคลือบสารฆ่าเชื้อแบคทีเรีย หรือฟิล์มที่ช่วยปรับสภาพอากาศภายในบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับอาหารแต่ละประเภท

(3) **พฤติกรรมของผู้บริโภค** ผู้บริโภคนิยมซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นทำให้ความต้องการการบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อห่อหุ้มตัวสินค้าและการขนส่งเพิ่มขึ้นตามมา เช่น บรรจุภัณฑ์กระดาษลูกฟูก (corrugated board)

(4) พฤติกรรมของเจ้าของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากการขายสินค้ามีตลาดที่หลากหลายมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ทำให้เจ้าของผลิตภัณฑ์มีความต้องการการบรรจุภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการปลอมแปลงหรือสามารถติดตามการขนส่ง/เคลื่อนย้ายสินค้าของตนเพิ่มขึ้น เช่น การติดระบบ Radio Frequency Identification (RFID)¹⁰ หรือ การติด smart tag บนบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ เนื่องจากผู้บริโภคศตวรรษที่ 21 ให้ความสำคัญกับตราของสินค้าน้อยลง ดังนั้น เจ้าของผลิตภัณฑ์จึงให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความน่าสนใจและจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเพิ่มมากขึ้น

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ทั้งทางด้านบวกและด้านลบ อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ แล้ว ในภาพรวมถือว่าการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากในช่วงการแพร่ระบาด มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดทำให้ประชาชนไม่สามารถออกจากบ้านได้ จึงสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งความต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้านั้นเพิ่มขึ้นตามมา นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ยังทำให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น

(1) ผู้บริโภคหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ใช้แล้วทิ้งมากขึ้น ก่อนหน้านี้ผู้บริโภคจำนวนมากนิยมเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวก ปลอดภัยและการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคมกกว่าการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้งมากขึ้น เช่น แก้วพลาสติก และถุงพลาสติก

(2) ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีการบรรจุหีบห่อแล้ว แทนการเลือกซื้อสินค้าที่ไม่มีหีบห่อ เช่น ผลไม้ที่วางขายเป็นลูก ๆ หรือผักที่แยกขายเป็นมัด ๆ เนื่องจากกังวลว่าสินค้าที่ไม่มีหีบห่ออาจมีเชื้อไวรัสปนเปื้อน ดังนั้น ความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเพื่อวางจำหน่ายจึงเพิ่มขึ้น

(3) ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่ละจำนวนมาก มาตรการควบคุมการแพร่ระบาด ทำให้มีการจำกัดเวลาการออกจากที่พักอาศัยหรือจำกัดเวลาในการเปิดปิดร้านค้าต่าง ๆ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหันมาเลือกซื้อสินค้าหน่วยใหญ่/สินค้าขนาดครอบครัว (family pack) มากขึ้น ทำให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าหน่วยใหญ่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ดี เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศต่าง ๆ เริ่มคลี่คลาย ประชาชนในหลายประเทศได้รับการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันไวรัสโควิด-19 และมีการผ่อนคลายมาตรการยับยั้งการแพร่ระบาดทำให้ประชาชนบางส่วนสามารถกลับไปใช้ชีวิตได้ตามปกติในยุคชีวิตวิถีใหม่ (new normal) โดยในยุคชีวิตวิถีใหม่ ผู้บริโภคมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะสำคัญ¹¹ ดังนี้

(1) บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แม้ในช่วงของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อสุขอนามัยมากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่

¹⁰ Radio Frequency Identification (RFID) เป็นระบบระบุลักษณะของวัตถุด้วยคลื่นความถี่วิทยุที่ได้ถูกพัฒนาขึ้นในปี พ.ศ. 2523 โดยจุดเด่นของ RFID อยู่ที่การอ่านข้อมูลจาก Tag แบบหลาย ๆ Tag แบบไร้สัมผัสและสามารถอ่านค่าได้แม้ในสภาพที่ทัศนวิสัยไม่ดี ทนต่อความเปียกชื้น แรงสั่นสะเทือน การกระทบกระแทก สามารถอ่านข้อมูลได้ด้วยความเร็วสูง

¹¹ David Feber, Lea Kobeli, Oskar Lingqvist, and Daniel Nordigården, Beyond COVID-19: The next normal for packaging design (July 2020) (<https://www.mckinsey.com > industries > our-insights>)

เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของคลัสเตอร์ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมก็ยังเป็นทางเลือกแรก ๆ ของผู้บริโภคจำนวนมาก ทั้งนี้ ในอนาคตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะไม่ใช่เพียงแค่บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุที่นำมาใช้ใหม่ (recycled content) เท่านั้น แต่รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะหรือรูปร่างที่ง่ายต่อการนำกลับมาใช้ใหม่ (recycle) ด้วย โดยสหภาพยุโรปได้ออกมาตรการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการ EU Green Deal ที่กำหนดเป้าหมายให้ทุกบรรจุภัณฑ์ภายในตลาดสหภาพยุโรปต้องเป็นวัสดุที่นำมาใช้ใหม่ได้ (reusable or recyclable) ภายในปี 2573

(2) บรรจุภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับความสะอาดและสุขอนามัย ในช่วงต้นของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ประชาชนนิยมใช้บรรจุภัณฑ์ใช้แล้วทิ้งมากขึ้น ซึ่งในระยะยาวแม้ว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 จะหมดไป แต่ประชาชนมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับความสะอาดปลอดภัยต่อเนื่อง ดังนั้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงประเด็นดังกล่าว โดยจะต้องเลือกใช้วัสดุสำหรับการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการปนเปื้อนเนื่องจากเชื้อโรคสามารถอยู่บนพื้นผิวของวัสดุแต่ละชนิดในระยะเวลาที่แตกต่างกัน เช่น จากข้อมูลขององค์การอนามัยโลกพบว่า เชื้อโควิด-19 อยู่บนพื้นผิวอะลูมิเนียมได้ 2 - 8 ชั่วโมง พลาสติกและกระดาษอยู่ได้ 4 - 5 วัน นอกจากนี้ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ปิดมิดชิดยากต่อการรั่วหรือฉีกขาดก็เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญในยุคที่ผู้บริโภคห่วงกังวลกับเชื้อโรคและการปนเปื้อนต่าง ๆ

(3) บรรจุภัณฑ์เพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ป้องกันความเสียหายของสินค้าและง่ายต่อการขนส่ง การซื้อขายสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการผลิตบรรจุภัณฑ์โดยทั่วไปมีเป้าหมายเพื่อใช้สำหรับสินค้าที่วางขายตามช่องทางร้านค้าปกติ แต่ในระยะยาวการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องมุ่งตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยในอนาคตบรรจุภัณฑ์ที่จะเป็นที่ต้องการของตลาด เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยปกป้องไม่ให้สินค้าเสียหายและสามารถใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งในคราวเดียวกัน หรือบรรจุภัณฑ์ที่ติดตั้งระบบติดตามทำให้สามารถตรวจสอบตำแหน่งของสินค้าที่ขนส่งได้

3.3 ศักยภาพสาขาการพิมพ์ และการบรรจุภัณฑ์ของไทย

ไทยถือเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการพิมพ์ในภูมิภาค โดยไทยเป็นผู้ส่งออกสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์รายสำคัญในอาเซียน อุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยประกอบด้วยบริษัทมากกว่า 5,000 แห่ง แบ่งเป็นธุรกิจประเภทโรงพิมพ์/สำนักพิมพ์ประมาณ 2,000 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก และส่วนที่เหลือเป็นธุรกิจประเภทบรรจุภัณฑ์¹²

อุตสาหกรรมการพิมพ์ไทยประกอบด้วย 3 กลุ่มธุรกิจ คือ กลุ่มธุรกิจสิ่งพิมพ์ กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มธุรกิจการพิมพ์สกรีน ซึ่งอุตสาหกรรมการพิมพ์นี้ถือเป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำ ต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมต้นน้ำอย่างอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ อุตสาหกรรมผลิตกระดาษ โดยมีโครงสร้างอุตสาหกรรม ดังนี้

¹²“Thailand's Printing Industry”, (https://www.boei.go.th/upload/content/Printing_20180501_5ae820e0c85a4.pdf)

อุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ ซึ่งจะป้อนต่อไปยังอุตสาหกรรมกระดาษ รวมถึง ผู้ผลิต/ซัพพลายเออร์วัสดุที่ใช้ในการพิมพ์ เช่น พลาสติก แก้ว โลหะ ผ้า ไม้ เซรามิก ฟิล์ม ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีอุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักร อุปกรณ์การพิมพ์ หมึกพิมพ์และเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการพิมพ์ เช่น ตัวเติม สารต้านกันชื้นน้ำ และสารเพิ่มความเหนียว

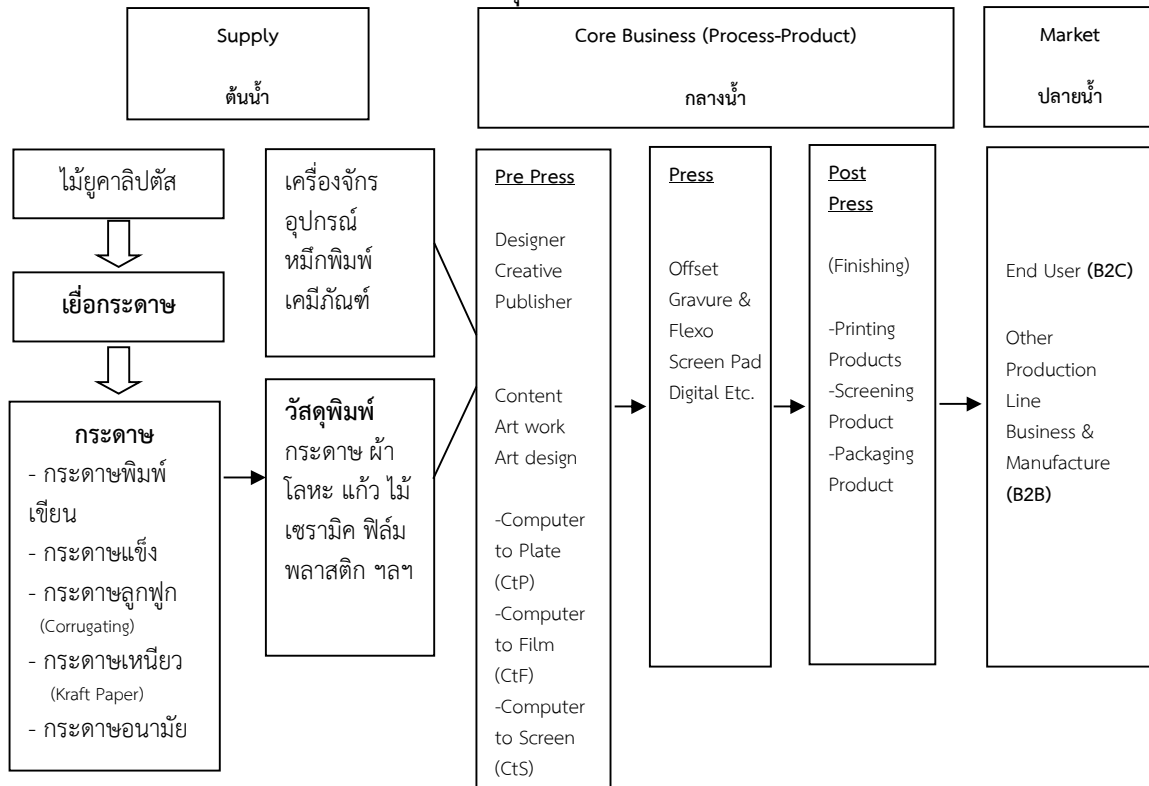
อุตสาหกรรมกลางน้ำ ได้แก่ **อุตสาหกรรมการพิมพ์** ซึ่งเป็นธุรกิจหลัก (Core Business) ในสายห่วงโซ่การผลิต และสามารถแบ่งการดำเนินการออกได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ

- **ก่อนการพิมพ์ (Pre Press)** ได้แก่ การผลิตเนื้อหา ข้อมูล รูปแบบและการออกแบบเพื่อผลิตสิ่งพิมพ์ รวมถึงธุรกิจสำนักพิมพ์ต่าง ๆ
- **การพิมพ์ (Press)** มีหลายระบบ เช่น การพิมพ์ Offset การพิมพ์ดิจิทัล การพิมพ์สกรีน การพิมพ์ Pad
- **หลังการพิมพ์ (Post Press)** คือ ขั้นตอนการ Finishing เช่น การเคลือบสี ขัดเงา เข้าเล่ม/จัดรูปเล่ม บรรจุหีบห่อ เป็นต้น ซึ่งจะได้ผลผลิตเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์สิ่งพิมพ์ (Printing Product) ประกอบด้วย หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ การ์ด เอกสารสิ่งพิมพ์ทั่วไป โปสเตอร์ เอกสารต่าง ๆ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ (Packaging Product) ประกอบด้วย กล่องกระดาษ กล่องลูกฟูก บรรจุภัณฑ์อ่อน เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์พิมพ์สกรีน (Screening Product) ประกอบด้วย ฉลากสินค้า ป้ายต่าง ๆ เป็นต้น

อุตสาหกรรมปลายน้ำ ได้แก่ การขายปลีกไปยังผู้บริโภคและการขายทางธุรกิจเพื่อนำไปผลิตต่อหรือขายต่อ

โครงสร้างอุตสาหกรรมการพิมพ์



ที่มา : การศึกษาโครงสร้างธุรกิจและโอกาสทางการตลาด “ธุรกิจการพิมพ์ “ , กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ในช่วงที่ผ่านมา อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของไทยได้รับผลกระทบอย่างมากจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันไปติดตามข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ รวมทั้งภาคธุรกิจที่เลือกโฆษณาผ่านช่องทางดังกล่าวมากขึ้น ส่งผลทำให้ธุรกิจโรงพิมพ์/สำนักพิมพ์ต่าง ๆ มีปริมาณงานลดลง จนกระทั่งหลายแห่งต้องปิดกิจการ ในขณะที่ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสารก็ทยอยปิดตัวลง นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ยิ่งซ้ำเติมอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ของไทยมากขึ้น เช่น มาตรการควบคุมการแพร่ระบาด ทำให้ไม่สามารถเปิดร้านหนังสือหรือจัดงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติได้ตามปกติ นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ธุรกิจหลายอย่างหยุดชะงัก ต้องตัดลดงบประมาณรายจ่าย ทำให้ยอดสั่งพิมพ์สิ่งพิมพ์หลายประเภทลดลง เช่น ปฏิทิน ไดอารี่ และการดอวยพรปีใหม่ ที่มียอดลดลงประมาณร้อยละ 10-15 เมื่อเทียบกับปี 2562 ที่เศรษฐกิจไทยยังไม่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19¹³

แม้ว่า ในปี 2565 ธุรกิจหลายภาคส่วนทยอยกลับมาฟื้นตัวจากโควิด-19 แต่วงการสื่อสิ่งพิมพ์หลายแห่งยังคงไม่ใช่หนึ่งในธุรกิจที่ฟื้นตัว เนื่องจากวิกฤติโควิด-19 มีส่วนทำให้ผู้บริโภคเสพคอนเทนต์ผ่านจอคอมพิวเตอร์และมือถือกันมากขึ้น ส่งผลให้เม็ดเงินโฆษณาถูกโยกไปลงทุนกับสื่อดิจิทัล โดยข้อมูลจากสมาคมมีเดียเอเยนซี และธุรกิจสื่อโฆษณาแห่งประเทศไทย (MAAT)¹⁴ ชี้ให้เห็นว่า มูลค่าการโฆษณาสำหรับหนังสือพิมพ์ในปี 2565 ลดลงมาอยู่ที่ 2,365 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปี 2564 ที่มีมูลค่า 2,455 ล้านบาท ในขณะที่เม็ดเงินโฆษณาสำหรับนิตยสารในปี 2565 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็น 640 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2564 ที่ระดับ 610 ล้านบาท แต่ยังคงเป็นสื่อที่มีมูลค่าการโฆษณาน้อยที่สุด

สำหรับปี 2566 มูลค่าการโฆษณาของหนังสือพิมพ์ลดลงมาอยู่ที่ 1,922 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับปี 2565 ในขณะที่เม็ดเงินโฆษณาสำหรับนิตยสารในปี 2566 เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 9 เป็น 690 ล้านบาท ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่ามูลค่าการโฆษณาของหนังสือพิมพ์ในปี 2567 จะลดลงมาอยู่ที่ 1,615 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 19 จากปี 2566 ส่วนมูลค่าการโฆษณาของนิตยสารในปี 2567 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากปี 2566 เป็น 702 ล้านบาท

ด้านมูลค่าการส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์ของไทย ในภาพรวมจะพบว่า มีแนวโน้มลดลงในช่วงปี 2562 - 2564 จาก 2,319.71 ล้านบาท ในปี 2562 มาอยู่ที่ 1,818.45 ล้านบาท ในปี 2564 อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกในปี 2565 มีมูลค่า 2,165.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 19.11 โดยในปี 2565 ตลาดส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของไทย 10 อันดับแรก ได้แก่ ฮองกง สหรัฐอเมริกา กัมพูชา เมียนมา ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม สำหรับปี 2566 การส่งออกมีมูลค่า 1,923.59 ล้านบาท กลับมาลดลงอีกครั้ง โดยลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 11.19 โดยปี 2566 มีตลาดส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของไทยใน 10 อันดับแรก ได้แก่ ฮองกง สหรัฐอเมริกา เมียนมา กัมพูชา ญี่ปุ่น เวียดนาม สเปน ลาว

¹³ ผู้จัดการออนไลน์, โควิด-19 อดพิมพ์ปฏิทินรับปีใหม่เหงาต่อ ส่งออก-ชอปปออนไลน์ดันบรรจุกฎันท์โตสวนกระแส (15 พฤศจิกายน 2564) (<https://mgronline.com/business/detail/9640000113036>)

¹⁴ Media Agency Association of Thailand, 2024 Media Industry Update “Emerging of OOH Commerce” (https://mediaagencythai.com/wp-content/uploads/2024/02/2024-Spending-and-Inflation_20240221.pdf)

ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ในส่วนของปี 2567 ในช่วง 3 เดือนแรก (ม.ค.-มี.ค.) การส่งออกมีมูลค่า 500.14 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2566 ร้อยละ 5.18 โดยมีตลาดส่งออกหนังสือและสิ่งพิมพ์ที่สำคัญของไทยในช่วงเวลาดังกล่าว 10 อันดับแรก ได้แก่ ฮองกง กัมพูชา สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินเดีย อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย¹⁵



ที่มา: วารสารการพิมพ์ไทย ฉบับที่ 147 (กรกฎาคม 2567)

ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีต่าง ๆ มีความก้าวหน้าขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป อีกทั้งอาจมีความท้าทายใหม่ ๆ ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ ธุรกิจสิ่งพิมพ์ของไทยพยายามปรับตัวหรือปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น¹⁶ เช่น

- รับผลิตสื่อสิ่งพิมพ์โดยสามารถส่งได้ตลอดเวลา โรงพิมพ์หรือสำนักพิมพ์ที่สามารถรับงานพิมพ์ต่าง ๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นที่นิยมอย่างมาก เนื่องจากสามารถสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้ายุคปัจจุบัน
- รับพิมพ์งานพร้อมจัดส่งแบบด่วน นอกจากจะสามารถส่งพิมพ์ได้ตลอดเวลาแล้ว ธุรกิจที่สามารถจัดทำและจัดส่งงานพิมพ์แบบด่วนให้แก่ลูกค้าได้ โดยไม่ต้องใช้ระยะเวลานาน ก็จะสามารถดึงดูดให้ลูกค้าใช้บริการได้มากขึ้น
- สิ่งพิมพ์งานผ่านทางช่องทางออนไลน์ได้ โดยไม่จำเป็นต้องไปปรากฏตัว แต่เดิมในการสิ่งพิมพ์งานต่าง ๆ ลูกค้ามักจำเป็นต้องนำไฟล์งานไปส่งให้ที่โรงพิมพ์หรือสำนักพิมพ์ แต่ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีที่

¹⁵ วารสารการพิมพ์ไทย ฉบับที่ 147 ซึ่งเผยแพร่โดยสมาคมการพิมพ์ไทย ทางเว็บไซต์ <https://www.thaiprint.org> เมื่อเดือนมิถุนายน 2567

¹⁶ เชียงใหม่นิวส์, อยากเริ่มต้นธุรกิจรับผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ต้องรู้ 4 เทรนด์ธุรกิจมาแรง (26 พฤศจิกายน 2564) (<https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/1852213/>)

ก้าวหน้า ธุรกิจรับผลิตสิ่งพิมพ์เป็นผู้ให้บริการแบบออนไลน์ให้มากขึ้น โดยสามารถรับพิมพ์งานจากไฟล์งานของลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ระบบ Cloud storage ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ โปรแกรมสนทนาออนไลน์

- มีระบบติดตามงานอย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบว่างานที่สั่งพิมพ์อยู่ในขั้นตอนใดแล้ว และจะได้รับผลงานที่สั่งพิมพ์เมื่อไร ซึ่งเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสบายใจและเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการการพิมพ์ดังกล่าว

สำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของไทย ในทางกลับกันมีโอกาสเติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะในระยะหลังที่ประชาชนปรับเปลี่ยนมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับห่อหุ้มสินค้าเพื่อการขนส่งและป้องกันความเสียหายมีมากขึ้น ประกอบกับเมื่อเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ความต้องการบรรจุภัณฑ์ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารทั้งบรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียว (single-use food container) สำหรับอาหารที่บริการจัดส่งถึงบ้าน (food delivery) เช่น ถาดหรือจานหลุมพลาสติกใส่อาหาร และบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารพร้อมรับประทาน (ready to eat) อาทิ ถ้วยกระดาษ กระจ่าง โลหะ ถ้วยพอยล์มีจุกเปิด-ปิด ถ้วยพอยล์กันตั้ง ฯลฯ ที่ใช้สำหรับใส่อาหารพร้อมรับประทานต่าง ๆ เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป โจ๊ก/ข้าวต้มสำเร็จรูป และอาหารกระป๋อง เนื่องจากในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ประชาชนปฏิบัติตามมาตรการรักษาระยะห่าง (social distancing) ไม่ออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน จึงเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารถึงบ้านมากขึ้นหรือเลือกซื้ออาหารพร้อมรับประทานไว้ติดบ้านมากขึ้น ทั้งนี้ แม้ปัจจุบันจะมีการผ่อนคลายมาตรการต่างๆ แต่ผู้บริโภคจำนวนมากก็ยังคงนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และมีแนวโน้มจะมากขึ้นเรื่อย ๆ

จากการเปิดเผยของประธานกลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) พบว่า สำหรับปี 2567 แนวโน้มอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์คาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 4-5 จากปี 2566 โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่ไทยส่งออกทั้งทางตรงและทางอ้อมเนื่องจากไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารที่ต้องใช้บรรจุภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์จะมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการยังคงต้องปรับตัวเพื่อเปลี่ยนผ่านเข้าสู่บริบทใหม่ให้สอดคล้องกับปัญหาภาวะโลกร้อนที่ต้องใช้วัตถุดิบที่ต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดใช้วัตถุดิบที่ย่อยสลายยาก เช่น การนำพลาสติกชีวภาพมาใช้ทดแทนพลาสติกและโฟม การใช้หมึกพิมพ์ที่ผลิตจาก Plant-Based เพื่อให้เกิดการย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์จะต้องสามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือใช้ซ้ำได้ตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Economy) และยังคงสอดคล้องกับมาตรการปรับคาร์บอนก่อนเข้าพรมแดนของสหภาพยุโรป (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) ที่เป็นเงื่อนไขให้ผู้ผลิตสินค้าของไทยหันมาลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก¹⁷

หากพิจารณาด้านมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ (หีบ กล่อง ซองฯ) ของไทยในภาพรวมจะพบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2563 การส่งออกมีมูลค่า 7,163.19 ล้านบาท ในปี 2564

¹⁷ ผู้จัดการออนไลน์, ส.อ.ท. ชี้อยอดพิมพ์ปฏิทิน-ไดอารี่พันตัวอุตสาหกรรมพิมพ์บรรจุภัณฑ์ปี 67 โตต่อ (26 ธันวาคม 2566) (<https://mgronline.com/business/detail/9660000115647>)

การส่งออกมีมูลค่า 9,022.22 ล้านบาท และมูลค่าการส่งออกในปี 2565 มีมูลค่า 10,079.44 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2564 ร้อยละ 11.72 โดยในปี 2565 ตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษที่สำคัญของไทย 10 อันดับแรก ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม ไต้หวัน เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย สเปน ลาว มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น สำหรับปี 2566 การส่งออกมีมูลค่า 10,000.09 ล้านบาท ลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 0.79 โดยมีตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษที่สำคัญของไทย 10 อันดับแรก ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม อินเดีย ไต้หวัน ออสเตรเลีย สเปน ลาว มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ ในส่วนของปี 2567 ในช่วง 3 เดือนแรก (ม.ค.-มี.ค.) การส่งออกมีมูลค่า 2,559.08 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2566 ร้อยละ 5.18 โดยมีตลาดส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษที่สำคัญของไทยในช่วงเวลาดังกล่าว 10 อันดับแรก ได้แก่ เวียดนาม อินเดีย อินโดนีเซีย ไต้หวัน สเปน ลาว ออสเตรเลีย มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา ฟิลิปปินส์ และเมียนมา¹⁸

4. ข้อผูกพันการเปิดตลาดของไทยในเวทีต่าง ๆ ในสาขาบริการการพิมพ์ และการบรรจุภัณฑ์

ไทยได้เข้าร่วมการเจรจาเปิดเสรีธุรกิจบริการสาขาการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์ตั้งแต่การเจรจากรอบการค้าเสรีอาเซียน และการเจรจาความตกลงการค้าเสรีในระดับทวิภาคี ปัจจุบัน ไทยมีข้อผูกพันการเปิดตลาดในสาขาบริการการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์ภายใต้ความตกลงต่าง ๆ ตามตารางที่ 5 -7 ดังนี้ (ข้อมูลสถานะล่าสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2567)

¹⁸ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางที่ 5: การเปิดตลาดบริการการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์ของไทย

ความตกลง	ไทย		ประเทศคู่ภาคี	
	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
รูปแบบการให้บริการ (1) การให้บริการข้ามพรมแดน (cross-border supply) (2) การบริโภคในต่างประเทศ (consumption abroad) (3) การจัดตั้งธุรกิจ (commercial presence) (4) การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (presence of natural persons)				
WTO				
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียน ในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และ จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวน ผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน		
	Publishing and printing services excluding publishing newspaper บริการด้านการพิมพ์และสื่อ สิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ (CPC 88442)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียน ในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และ จำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวน ผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน		
JTEPA				
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด

ความตกลง	ไทย		ประเทศคู่ภาคี	
	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
		(3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน		(3) ไม่มีข้อจำกัด (4) ไม่มีข้อจำกัด
	Publishing and printing services excluding publishing newspaper บริการด้านการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ (CPC 88442)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน	Publishing and printing services (CPC 88442)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด (4) ไม่มีข้อจำกัด
THAILAND-CHILE FTA				
	Packaging services (CPC 1.1 : 85400) ยกเว้น - บริการด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (cf.64-67) - บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (cf.83490) - บริการการพิมพ์เฉพาะ ข้อความบนวัสดุที่ใช้ทำบรรจุ	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน และต้องเป็นการลงทุนลักษณะ Joint Venture กับนิติบุคคลไทย (4) ไม่ผูกพัน	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้นบุคลากรอาวุโส บุคลากรเชี่ยวชาญ พิเศษ และ Business Visitors (BV) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

ความตกลง	ไทย		ประเทศคู่ภาคี	
	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
	<p>ภัณฑ์ (cf.89121)</p> <p>- บริการด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการแปรรูปวัตถุดิบของลูกค้าเป็นสินค้าอื่น (เช่น ผสมน้ำ และหัวเชื้อเข้มข้น เพื่อผลิตน้ำอัดลม ทำปลาให้สุกก่อนบรรจุกระป๋อง ผสมครีมและสีในเครื่องสำอาง) (cf. 88 and 89)</p>			
THAILAND-SRI LANKA FTA				
	<p>Packaging services (CPC 876)</p>	<p>(1) ไม่ผูกพัน</p> <p>(2) ไม่มีข้อจำกัด</p> <p>(3) ไม่มีข้อจำกัด</p> <p>(4) ไม่ผูกพัน</p>		
	<p>Packaging services (CPC Version 1.1: 85400)</p> <p>ยกเว้น</p> <p>- บริการด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (cf.64-67)</p> <p>- บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (cf.83490)</p> <p>- บริการการพิมพ์เฉพาะ</p>	<p>(1) ไม่ผูกพัน</p> <p>(2) ไม่มีข้อจำกัด</p> <p>(3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน และจัดตั้งในรูปการร่วมทุนกับบริษัทไทย (Joint Venture)</p> <p>(4) ไม่ผูกพัน</p>		

ความตกลง	ไทย		ประเทศคู่ภาคี	
	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
	<p>ข้อความบนวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ (cf.89121)</p> <p>- บริการด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการแปรรูปวัตถุดิบของลูกค้าเป็นสินค้าอื่น (เช่น ผสมน้ำ และหัวเชื้อเข้มข้น เพื่อผลิตน้ำอัดลม ทำปลาให้สุกก่อนบรรจุกระป๋อง ผสมครีมและสีในเครื่องสำอาง) (cf. 88 and 89)</p>			
	<p>Publishing and printing services excluding publishing newspaper</p> <p>บริการด้านการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ (CPC 88442)</p>	<p>(1) ไม่ผูกพัน</p> <p>(2) ไม่มีข้อจำกัด</p> <p>(3) ไม่มีข้อจำกัด</p> <p>(4) ไม่ผูกพัน</p>		
ASEAN-CHINA FTA				
	<p>Packaging services (CPC 876)</p>	<p>(1) ไม่ผูกพัน</p> <p>(2) ไม่มีข้อจำกัด</p> <p>(3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท</p>	<p>Packaging services (CPC 876)</p>	<p>(1) ไม่มีข้อจำกัด</p> <p>(2) ไม่มีข้อจำกัด</p> <p>(3) อนุญาตให้จัดตั้งสาขาย่อย (subsidiary) ที่มีต่างชาติถือหุ้นทั้งหมด</p> <p>(4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น managers,</p>

ความตกลง	ไทย		ประเทศคู่ภาคี	
	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
		(4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น Business Visitors (BV) และ Intra Corporate Transferees (ICT) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด		executives and specialists/ services salespersons/ Installers และ Servicors ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
	Packaging services (CPC Version 1.1: 85400) ยกเว้น - บริการด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (cf.64-67) - บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (cf.83490) - บริการการพิมพ์เฉพาะข้อความบนวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ (cf.89121) - บริการด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการแปรรูปวัตถุดิบของลูกค้าเป็นสินค้าอื่น (เช่น ผสมน้ำ และหัวเชื้อเข้มข้น เพื่อผลิตน้ำอัดลม ทำปลาให้สุกก่อนบรรจุกระป๋อง ผสมครีมและสีในเครื่องสำอาง)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน		

ความตกลง	ไทย		ประเทศคู่ภาคี	
	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
	(cf. 88 and 89)			
	<p>Publishing and printing services excluding publishing newspaper บริการด้านการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ (CPC 88442)</p>	<p>(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น Business Visitors (BV) และ Intra Corporate Transferees (ICT) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด</p>	<p>Printing of packaging materials, on a fee or contract basis (เฉพาะการพิมพ์วัสดุเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์)</p>	<p>(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่ผูกพัน (3) อนุญาตให้จัดตั้งบริษัทที่มีต่างชาติถือหุ้นทั้งหมด โดยจะต้องผ่าน economic need test ตามที่กำหนด (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น managers, executives and specialists/ services salespersons/ /Installers และ Servicers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด</p>
ASEAN-KOREA FTA				
	<p>Packaging services (CPC 876)</p>	<p>(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน</p>	<p>Packaging services (CPC 876)</p>	<p>(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น Intra – Corporate Transferee (ICT)/ Business Visitors (BV)/Service Salesperson ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด</p>

ความตกลง	ไทย		ประเทศคู่ภาคี	
	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
	Publishing and printing services excluding publishing newspaper บริการด้านการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ (CPC 88442)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน	Printing (CPC 88442*) * เฉพาะ Screen painting, gravure printing และ services related to printing ภายใต้ CPC 88442	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น Intra – Corporate Transferee (ICT)/ Business Visitors (BV)/Service Salesperson ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
AANZFTA				
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น Business Visitors (BV) และ Intra Corporate Transferees (ICT) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด		
	Publishing and printing services excluding publishing newspaper บริการด้านการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่ง		

ความตกลง	ไทย		ประเทศคู่ภาคี	
	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
	(CPC 88442)	หนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น Business Visitors (BV) และ Intra Corporate Transferees (ICT) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด		
ASEAN-Hong Kong FTA				
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น Intra – Corporate Transferee (ICT)/ และ Business Visitors (BV) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
	Publishing and printing services excluding publishing newspaper บริการด้านการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ (CPC 88442)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน	Publishing and printing services (CPC 88442)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น Intra – Corporate Transferee (ICT)/ และ Business Visitors (BV) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
ASEAN-JAPAN FTA				
	Packaging services	(1) ไม่ผูกพัน	Packaging services	(1) ไม่มีข้อจำกัด

ความตกลง	ไทย		ประเทศคู่ภาคี	
	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
	(CPC 876)	(2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน	(CPC 876)	(2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด (4) ไม่มีข้อจำกัด
	Publishing and printing services excluding publishing newspaper บริการด้านการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ (CPC 88442)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน	Printing and publishing services (CPC 88442)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด (4) ไม่มีข้อจำกัด

ตารางที่ 6 : ข้อผูกพันการเปิดตลาดบริการการพิมพ์ และการบรรจุภัณฑ์ของไทยและอาเซียนอื่น ๆ ภายใต้
กรอบความตกลงว่าด้วยบริการของอาเซียนชุดที่ 10 (AFAS 10th Package)¹⁹

ประเทศ	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
รูปแบบการให้บริการ	(1) การให้บริการข้ามพรมแดน (cross-border supply) (2) การบริโภคในต่างประเทศ (consumption abroad) (3) การจัดตั้งธุรกิจ (commercial presence)	
ไทย		
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียนและจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท
	Packaging services (CPC Version 1.1: 85400) ยกเว้น -บริการด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อที่เกี่ยวกับการขนส่ง (cf.64-67) -บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (cf.83490) -บริการการพิมพ์เฉพาะข้อความบนวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ (cf.89121) - บริการด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการแปรรูปวัตถุดิบของลูกค้าเป็นสินค้าอื่น (เช่น ผสมน้ำ และหัวเชื้อเข้มข้นเพื่อผลิตน้ำอัดลม ทำปลาให้สุกก่อนบรรจุ	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน และจัดตั้งในรูปแบบการร่วมทุนกับบริษัทไทย (Joint Venture)

¹⁹ สำหรับฟิลิปปินส์อยู่ระหว่างการจัดทำข้อผูกพันการเปิดตลาดชุดที่ 10 (AFAS 10th package)

ประเทศ	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
	กระป๋อง ผสมครีมและสีในเครื่องสำอาง) (cf. 88 and 89)	
	Publishing and printing services excluding publishing newspaper บริการด้านการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ (CPC 88442)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท
	Book binding services (CPC 1.1 part of 89121)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน และจัดตั้งในรูปการร่วมทุนกับบริษัทไทย (Joint Venture)
บรูไน		
	Packaging services (CPC 876/8760)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน
	Printing, publishing services (CPC 88442)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน
กัมพูชา		
	Printing, publishing, excluding publishing newspapers (CPC 88442)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน
อินโดนีเซีย		
	Packaging Services (CPC 87600)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด

ประเทศ	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
		(3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน
	Packaging Services (CPC 87600) เฉพาะภายนอกของอินโดนีเซีย	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน
	Printing, Publishing on a fee or contract basis (CPC 88442) เฉพาะการตีพิมพ์แบบเรียนภาษาอังกฤษสำหรับบริการการศึกษาในระดับสูง	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ต่างชาติจะต้องร่วมทุนกับสำนักพิมพ์ท้องถิ่น โดยต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน ซึ่งแบ่งเป็นการลงทุนทางตรงไม่เกิน 51% และส่วนที่เหลือเป็นการลงทุนผ่านช่องทางอื่น ๆ
ลาว		
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ต่างชาติจะต้องร่วมทุนกับผู้ให้บริการของลาว
	Printing and Publishing (CPC 88442)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน
เมียนมา		
	Packaging Services (CPC 87600)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติให้เข้ามาตั้งกิจการภายใต้เงื่อนไขของกฎหมาย/ระเบียบที่เกี่ยวข้อง
	Printing and Publishing (CPC 88442)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติให้เข้ามาตั้งกิจการภายใต้เงื่อนไขของ Myanmar Companies Act 1914 and the Republic of the Union of Myanmar Foreign Investment Law (2012) ทั้งนี้ ภายใต้ Myanmar Foreign Investment Law (2012) อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

ประเทศ	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
		<ul style="list-style-type: none"> - ต่างชาติถือหุ้นได้ 100% ในธุรกิจที่ได้รับอนุญาต - ต่างชาติร่วมทุนกับชาวเมียนมาหรือหน่วยงานภาครัฐของเมียนมา - เข้ามาดำเนินการภายใต้สัญญาที่ทำระหว่างคู่ภาคี <p>ทั้งนี้ ต่างชาติไม่สามารถเป็นเจ้าของที่ดินในเมียนมา ยกเว้นในกรณีของภาครัฐต่างชาติอาจเป็นเจ้าของที่ดินได้</p>
มาเลเซีย		
	Packaging Services (CPC 87600) ยกเว้นบริการการพิมพ์ เฉพาะข้อความบนวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด แต่จะต้องเป็นการลงทุนผ่านสำนักงานตัวแทน สำนักงานภูมิภาค หรือบริษัทร่วมทุนที่จดทะเบียนท้องถิ่นโดยมีคนมาเลเซียหรือบริษัทที่ควบคุมโดยคนมาเลเซียเป็นผู้ดำเนินการหรือควบคุม โดยสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติจะต้องไม่เกิน 70%
	Printing and Publishing (CPC 88442) รวมทั้งบริการเข้าเล่มหนังสือ	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด แต่จะต้องเป็นการลงทุนผ่านสำนักงานตัวแทน สำนักงานภูมิภาค หรือบริษัทร่วมทุนที่จดทะเบียนท้องถิ่นโดยมีคนมาเลเซียหรือบริษัทที่ควบคุมโดยคนมาเลเซียเป็นผู้ดำเนินการหรือควบคุม โดยสัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติจะต้องไม่เกิน 70%
ฟิลิปปินส์		
	Packaging services (876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน
	Printing and Publishing (CPC 88442) รวมทั้งบริการเข้าเล่มหนังสือ	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70% ของทุนจดทะเบียน

ประเทศ	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
สิงคโปร์		
	Packaging services (876)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่มีข้อจำกัด
	Printing and Publishing (CPC 88442)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่ผูกพัน
เวียดนาม		
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตให้บริษัทร่วมทุนที่มีต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70%
	Printing, publishing (CPC 88442) เฉพาะสำหรับการบรรจุ ภัณฑ์	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตให้บริษัทร่วมทุนที่มีต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 70%

ตารางที่ 7 : ข้อผูกพันการเปิดตลาดบริการการพิมพ์และการบรรจุภัณฑ์ของไทยและคู่เจรจาภายใต้
ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP)²⁰

(1) ประเทศที่จัดทำข้อผูกพันแบบ Positive List

ประเทศ	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
ไทย		
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน
	Publishing and printing services excluding publishing newspaper บริการด้านการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ (CPC 88442)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติลงทุนในรูปแบบบริษัทจำกัดจดทะเบียนในไทย โดยถือหุ้นไม่เกิน 49% ของทุนจดทะเบียน และจำนวนผู้ถือหุ้นต่างชาติต้องน้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัท (4) ไม่ผูกพัน
กัมพูชา		
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่ผูกพัน (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น BV, ICT และ Persons Responsible for Setting Up of a Commercial Establishment ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

²⁰ RCEP มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2565

ประเทศ	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
ลาว		
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่ผูกพัน (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น BV, ICT ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
เมียนมา		
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติให้เข้ามาตั้งกิจการในรูปแบบของบริษัทร่วมทุนกับชาวเมียนมา (4) ไม่ผูกพัน
	Printing and publishing (CPC 88442)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่ผูกพัน (4) ไม่ผูกพัน
ฟิลิปปินส์		
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 51% ของทุนจดทะเบียน (4) ไม่ผูกพัน
	Printing, publishing - Bookbinding services (CPC 88442**)	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 51% ของทุนจดทะเบียน (4) ไม่ผูกพัน
เวียดนาม		
	Packaging services for food	(1) ไม่มีข้อจำกัด

ประเทศ	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
	products (CPC 876**)	(2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่ผูกพัน ยกเว้นบริษัทร่วมทุนที่ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 49% สำหรับบริการบรรจุภัณฑ์เพื่อสินค้าที่ผลิตในเขตอุตสาหกรรม (industrial zones) (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น BV, ICT, Service Sales Persons, Persons Responsible for Setting Up of a Commercial Establishment, Contractual Service Suppliers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
	Packaging services for household cleaners (CPC 876**)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่ผูกพัน ยกเว้นบริษัทร่วมทุนที่ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 49% สำหรับบริการบรรจุภัณฑ์เพื่อสินค้าที่ผลิตในเขตอุตสาหกรรม (industrial zones) (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น BV, ICT, Service Sales Persons, Persons Responsible for Setting Up of a Commercial Establishment, Contractual Service Suppliers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
	Packaging services for hardware (CPC 876**)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) ไม่ผูกพัน ยกเว้นบริษัทร่วมทุนที่ต่างชาติถือหุ้นไม่เกิน 49% สำหรับบริการบรรจุภัณฑ์เพื่อสินค้าที่ผลิตในเขตอุตสาหกรรม (industrial zones) (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น BV, ICT, Service Sales Persons, Persons Responsible for Setting Up of a Commercial Establishment, Contractual Service Suppliers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
จีน		
	Packaging services (CPC 876)	(1) ไม่มีข้อจำกัด (2) ไม่มีข้อจำกัด (3) อนุญาตให้บริษัทย่อย (subsidiaries) ที่ต่างชาติถือหุ้น 100% ลงทุนได้ (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น BV, ICT, CSS, Installers and Servicers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
	Printing of packaging materials, on a fee or contract basis (Only limited to the printing of	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่ผูกพัน (3) อนุญาตให้บริษัทย่อย (subsidiaries) ที่ต่างชาติถือหุ้น 100% ลงทุนได้ ภายใต้เงื่อนไขของ economic need test (4) ไม่ผูกพัน ยกเว้น BV, ICT, CSS, Installers and Servicers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

ประเทศ	กิจกรรมที่ผูกพัน	รายละเอียดข้อผูกพัน
	packaging materials)	
นิวซีแลนด์		
	Printing and publishing Packaging Services	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่ผูกพัน (3) ไม่ผูกพัน (4) ผูกพันเฉพาะ BV, ICT, Independence service suppliers, Installer ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

(2) ประเทศที่จัดทำข้อผูกพันแบบ Negative List

ประเทศ	กิจกรรม	รายละเอียดข้อผูกพัน
บรูไน		
	Packaging services	- สงวนสิทธิ์ในการออกหรือบังคับใช้มาตรการที่เกี่ยวข้องในสาขานี้ทั้งหมด - Mode 4: ผูกพัน ICT ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
	Printing, Publishing, and Reproduction of Newspapers including matters relating to the collection and publication of news and the distribution of newspapers	- สงวนสิทธิ์ในการออกหรือบังคับใช้มาตรการที่เกี่ยวข้องในสาขานี้ทั้งหมด - Mode 4: ผูกพัน ICT ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
อินโดนีเซีย		
	Packaging Services (CPC 876)	- สงวนสิทธิ์ในการออกหรือบังคับใช้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการค้าบริการข้ามพรมแดน - สงวนสิทธิ์ในการออกหรือบังคับใช้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโดยการเข้ามาจัดตั้งธุรกิจ โดยจะเข้ามาจัดตั้งได้เฉพาะบริษัทร่วมทุนภายใต้เงื่อนไข ดังนี้ (1) ต่างชาติถือหุ้นได้ไม่เกิน 70% และ (2) จัดตั้งในภาคตะวันออกของอินโดนีเซีย - Mode 4: ผูกพัน BV ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
มาเลเซีย		
	Packaging Services (CPC 8760) Excludes services that consist solely of printing	(1) ไม่ผูกพัน (2) ไม่มีข้อจำกัด

ประเทศ	กิจกรรม	รายละเอียดข้อผูกพัน
		<p>(3) เฉพาะบริษัทร่วมทุนกับชาวมาเลเซียหรือบริษัทที่ควบคุมโดยชาวมาเลเซีย จดทะเบียนในมาเลเซีย และมีสัดส่วนของหุ้นต่างชาติไม่เกิน 51%</p> <p>- Mode 4: ไม่ผูกพัน</p>
	Cultural Services	<p>- สงวนสิทธิ์ในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าและจัดจำหน่ายในมาเลเซียเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่เหมาะสม ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) หนังสือ นิตยสาร วารสารหรือหนังสือพิมพ์ หรืองานศิลปะและภาพยนตร์ที่นำเข้ามาในประเทศมาเลเซีย และ 2) รายการที่ได้รับอนุญาตให้ออกอากาศทางโทรทัศน์ เคเบิลทีวี และสถานีดาวเทียม นอกจากนี้ ศิลปินต่างชาติจะต้องได้รับการอนุมัติล่วงหน้าสำหรับการถ่ายทำ และการแสดงใด ๆ และกิจกรรมดังกล่าวจะต้องเป็นไปตามแนวทางของ Central Agency for Application for Filming and Performance by Foreign Artists (PUSPAL) <p>- สงวนสิทธิ์ในการออกหรือคงไว้ซึ่งมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการประติบัติที่แตกต่างกับประเทศต่าง ๆ ภายใต้ข้อตกลงระหว่างประเทศระดับทวิภาคีหรือพหุภาคีที่มีอยู่หรือจะมีในอนาคต ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ข้อตกลงความร่วมมือด้านอุตสาหกรรม</p> <p>- Mode 4 : ไม่ผูกพัน</p>
สิงคโปร์		
	Distribution, Publishing and Printing of Newspapers	<p>- สงวนสิทธิ์ในการออกหรือบังคับใช้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์หนังสือพิมพ์ รวมถึงการจำกัดสัดส่วนผู้ถือหุ้นและการบริหารจัดการ</p> <p>- การจำหน่ายหนังสือพิมพ์ไม่ว่าจะตีพิมพ์นอกประเทศหรือในประเทศสิงคโปร์ ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายของสิงคโปร์</p> <p>- “หนังสือพิมพ์” หมายถึง สิ่งพิมพ์ใด ๆ ที่มีข่าวสาร ข่าวกรอง รายงานเหตุการณ์ หรือข้อสังเกต ข้อสังเกต หรือความคิดเห็นใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข่าว ข่าวกรอง รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือเรื่องใด ๆ ที่เป็นสาธารณประโยชน์ พิมพ์ในภาษาใด ๆ และพิมพ์เพื่อการขายหรือการแจกจ่าย แต่ไม่รวมถึงสิ่งพิมพ์ใด ๆ ที่ตีพิมพ์โดยรัฐบาลสิงคโปร์หรือสำหรับรัฐบาลสิงคโปร์</p> <p>- Mode 4: ไม่ผูกพัน</p>
	Packaging Services (CPC 876)	- ไม่มีข้อสงวน

ประเทศ	กิจกรรม	รายละเอียดข้อผูกพัน
		- Mode 4: ผู้ผูกพัน ICT ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
ออสเตรเลีย		
	Printing and publishing Packaging Services	- ไม่มีข้อสงวน - Mode 4: ผู้ผูกพัน BV, ICT, Independence Executives, Contractual Service Suppliers, Spouses ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
ญี่ปุ่น		
	Printing and publishing Packaging Services	- ไม่มีข้อสงวน - Mode 4: ผู้ผูกพัน Short-Term Business Visitor, ICT, Investor Independent Professionals และ Contractual Service Suppliers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
เกาหลีใต้		
	Publishing of Newspapers and Periodicals	- สงวนสิทธิ์ในการออกหรือคงไว้ซึ่งมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ (รวมถึงการพิมพ์และการจัดจำหน่าย) หนังสือพิมพ์และวารสาร - Mode 4: ผู้ผูกพัน BV, ICT และ Contractual Service Suppliers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
	Distribution Services Related to Publications	- สิ่งตีพิมพ์เพื่อวัตถุประสงค์ในการจำหน่ายในประเทศ ต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบเป็นการเฉพาะ - Mode 4: ผู้ผูกพัน BV, ICT และ Contractual Service Suppliers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
	Packaging services	- ไม่มีข้อสงวน - Mode 4: ผู้ผูกพัน BV, ICT และ Contractual Service Suppliers ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

แหล่งข้อมูล

- การเลื่อนหายของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ (26 กุมภาพันธ์ 2564) (<https://www.mettheater.com>)
- การศึกษาโครงสร้างธุรกิจและโอกาสทางการตลาด " ธุรกิจการพิมพ์ ", กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- วารสารการพิมพ์ไทย ฉบับที่ 133 (22 พฤศจิกายน 2564)
- ประชาชาติธุรกิจ, Hygienic Packaging โอกาสเพิ่มมูลค่าสินค้าในยุคโควิด-19 (20 สิงหาคม 2564) (<https://www.pracha chat.net /columns/news-740584>)

- ประชาชาติธุรกิจ, โควิดดันกระแสรั้งโลก ส่งธุรกิจบรรจุมณฑลพุ่งกว่า 1 แสนล้านเหรียญ (20 กรกฎาคม 2564) ([https:// www.prachachat.net/economy/news-718672](https://www.prachachat.net/economy/news-718672))
- เชียงใหม่นิวส์ อยากริเริ่มต้นธุรกิจรับผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ต้องรู้ 4 เทรนด์ธุรกิจมาแรง (26 พฤศจิกายน 2564) (<https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/1852213/>)
- “Thailand's Printing Industry”, (https://www.boi.go.th/upload/content/Printing_20180501_5ae820e0c85a4.pdf)
- David Feber, Lea Kobeli, Oskar Lingqvist, and Daniel Nordigården, Beyond COVID-19: The next normal for packaging design (July 2020) (<https://www.mckinsey.com/industries/our-insights>)
- Four key trends that will shape the future of packaging to 2028 (<https://www.smithers.com/resources/2019/feb/future-packaging-trends-2018-to-2028>)
- How will the COVID-19 crisis impact the packaging sector? (<https://www.propakvietnam.com/how-will-the-covid-19-crisis-impact-the-packaging-sector/>)
- Primary, Secondary and Tertiary Packaging: What’s the Difference? (<https://www.emballagecartier.com/en/article/primary-secondary-and-tertiary-packaging-whats-the-difference/>)
- Print Media Global Market Report 2021: COVID 19 Impact and Recovery to 2030 (<https://www.researchandmarkets.com/reports/5240321/print-media-global-market-report-2021-covid-19>)
- The Future of Print to 2030 (<https://www.smithers.com/services/market-reports/printing/the-future-of-print-to-2030>)

สำนักเจรจาการค้าบริการและการลงทุน
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
สิงหาคม 2567