



## บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาจเติบโตไปแตะ 1.3-1.6 หมื่นล้านบาท ในปี 2568

CURRENT ISSUE

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3137

วันที่ 17 กันยายน 2563

### ▶ ประเด็นสำคัญ

- ปัจจุบันทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยต้องเผชิญปัญหาวิกฤติขยะบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้น ตามการขยายตัวของบริการบริโภค ซึ่งมีปัจจัยกระตุ้นเพิ่มเติมจากการเติบโตของอาหารและเครื่องดื่มแบบสะดวกซื้อ และธุรกิจส่งอาหาร ทำให้ทุกภาคส่วนต่างหันมาให้ความสำคัญการส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า มูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในปี 2563 น่าจะเติบโตเฉลี่ย 25% จากปีก่อนหน้า คิดเป็นมูลค่าประมาณ 2,100-2,400 ล้านบาท ซึ่งชะลอลงจากปี 2562 ที่เติบโตเกือบเท่าตัว ภายใต้ปัจจัยกดดันด้านสถานะเศรษฐกิจ แต่ก็ยังทำให้ส่วนแบ่งตลาดในปี 2563 จะเพิ่มขึ้น จากประมาณ 1% ไปอยู่ที่ 2% ของมูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มรวม
- ในระยะ 5 ปีข้างหน้า มูลค่าบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคาดว่าจะยังเติบโตได้ต่อเนื่องไปแตะระดับ 13,000-16,000 ล้านบาท มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 8-10% ของมูลค่าบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด ภายใต้เงื่อนไขกลไกสนับสนุนด้านการผลิต และการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

### วิกฤติขยะบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มทำให้ทุกภาคส่วนหันมาให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหา

การเติบโตของธุรกิจส่งอาหาร (Food Delivery) รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มแบบสะดวกซื้อ (Convenience Food) ตามการขยายตัวของประชากรและการบริโภค โดยเฉพาะในพื้นที่เมือง ซึ่งจะเน้นรูปแบบการบริโภคที่สะดวกรวดเร็ว มีปริมาณและขนาดสำหรับการพกพา ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า เฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับ Food Delivery ในปี 2563 น่าจะไม่ต่ำกว่า 250 ล้านชิ้น ทำให้ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มในภาพรวม ซึ่งครอบคลุมทั้งบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร รวมถึงร้านอาหารรายย่อยอื่นๆ นอกเหนือจาก Food Delivery น่าจะมากกว่านี้อีกพอสมควร สถานการณ์ดังกล่าวจะนำไปสู่วิกฤติการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์จากการบริโภคที่เป็นประเด็นปัญหาที่ทั่วโลกให้ความสำคัญในการจัดการบรรจุภัณฑ์ตลอด Life Cycle โดยในบริบทของประเทศไทยจำเป็นต้องอาศัยกลไกสนับสนุนจากทุกภาคส่วนเพื่อรับมือวิกฤติดังกล่าว ตั้งแต่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม<sup>1</sup>

<sup>1</sup> บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุที่รีไซเคิลได้ แดกสลายและย่อยสลายได้ทางชีวภาพ รวมไปถึงการมีกระบวนการผลิตที่ลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ออกแบบสินค้าและส่งเสริมลดการใช้บรรจุภัณฑ์เท่าที่จำเป็น ไปจนถึงการสร้างกลไกการเรียกคืนและคัดแยกบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งน่าจะดำเนินควบคู่ไปกับการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์

**มูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังเติบโตได้ในปี 2563 และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องไปแต่ละระดับ 1.3-1.6 หมื่นล้านบาท ในอีก 5 ปีข้างหน้า**

ท่ามกลางวิกฤติขยะพลาสติกที่เพิ่มสูงขึ้น และไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศที่ปล่อยขยะพลาสติกลงสู่มหาสมุทรมากเป็นลำดับต้นของโลก ซึ่งตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 ที่ผ่านมามีเห็นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการรณรงค์และมีมาตรการจูงใจในการลดใช้พลาสติก ทั้งการงดแจกจ่ายเงินเพิ่มเพื่อรับถุงพลาสติกหิ้ว ให้ผู้บริโภคเลือกว่าต้องการซื้อหรือไม่ รวมทั้งร้านค้า ผู้ประกอบการที่ใช้แก้วเครื่องดื่มสามารถดื่มได้สะดวกโดยไม่ใช้หลอดพลาสติก หรือใช้หลอดกระดาษแทน ทั้งนี้ การดำเนินการที่ผ่านมาถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการก้าวไปสู่เป้าหมาย Zero Single-use Plastic ในปี 2568 ซึ่งยังจำเป็นต้องอาศัยความสอดคล้องกันในการดำเนินการของผู้เล่นทั้งห่วงโซ่ ตั้งแต่อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และผู้ประกอบการร้านค้า ทั้งด้านต้นทุนการผลิต ฟังก์ชันการใช้งาน และการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภค เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการลดขยะบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการบริโภคอย่างยั่งยืนในระยะยาว

เมื่อพิจารณาสัดส่วนปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค (Fast-moving Consumer Goods: FMCG) พบว่า บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและเครื่องดื่มมีส่วนแบ่งตลาดทั่วโลกมากที่สุด ประมาณ 65% ของรายได้ในธุรกิจบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด และเป็นบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจากพลาสติกมากกว่า 40%<sup>2</sup> เนื่องจากเป็นวัสดุที่น้ำหนักเบา ยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนลักษณะได้ตามความต้องการ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสถานการณ์ในประเทศไทยที่มีปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ส่งผลต่อปัญหาการจัดการขยะพลาสติกหลังการบริโภคจำนวนมาก อีกทั้งสถานการณ์ในช่วงที่มีมาตรการกึ่งล็อกดาวน์เพื่อเฝ้าระวังการระบาดของโควิด-19 ผู้บริโภคใช้บริการ Food Delivery มากขึ้น ขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติกจึงเพิ่มขึ้นจากช่วงปกติกว่า 15% จาก 5,500 ตันต่อวัน เป็น 6,300 ตันต่อวัน<sup>3</sup> แสดงให้เห็นว่า ไทยจำเป็นต้องเร่งกำหนดแนวทางการปรับตัว โดยมีปัจจัยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคเข้าถึงบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบที่รีไซเคิลได้ แดกสลายและย่อยสลายได้ทางชีวภาพ รวมไปถึงการมีกระบวนการผลิตที่ลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงการสร้างกลไกจัดการขยะหลังการบริโภคที่สร้างการมีส่วนร่วมและมีประสิทธิภาพเพื่อแก้ไขปัญหาขยะบรรจุภัณฑ์ในระยะยาว

ตัวอย่างคุณสมบัติบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ตัวอย่างเกณฑ์ชีวิต (แต่ละประเทศ/มาตรฐานกำหนดเกณฑ์ที่แตกต่างกัน)
สามารถรีไซเคิลได้ : Recyclable	ขึ้นส่วนใหญ่ ไม่น้อยกว่า 60% สามารถนำกลับไปใช้ได้
มีส่วนผสมจากวัตถุดิบรีไซเคิล : Recycled content	เป็นวัตถุดิบที่แยกออกจากกระบวนการใช้งาน
สามารถแตกสลายได้ทางชีวภาพ : Degradable	แตกสลายได้ทั้งหมด ภายใน 180 วัน หลังจากเข้าสู่ระบบกำจัด
สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ : Compostable	มีส่วนผสมของวัตถุดิบที่ย่อยสลายได้ในสภาวะที่เหมาะสมไม่น้อยกว่า 90% และย่อยสลายได้ภายในระยะเวลา 180 วัน หรือเทียบเคียงกับระยะเวลาย่อยสลายของวัสดุใกล้เคียงอื่น
มีส่วนผสมของวัตถุดิบที่นำกลับมาใช้ใหม่ : Renewable materials	ผลิตจากวัตถุดิบมวลชีวภาพ (bio-based) 100% หรือต้องระบุสัดส่วนการใช้วัตถุดิบ กรณีที่มีส่วนผสมของวัตถุดิบอื่น
ชดเชยการปล่อยคาร์บอน : Carbon Offset	ลดการปล่อยคาร์บอนได้ตลอด Life Cycle เทียบเคียงไม่น้อยกว่าปริมาณคาร์บอนที่ปล่อยออกอย่างน้อย 2 ปี

ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

<sup>2</sup> Mordor Intelligence

<sup>3</sup> กรมควบคุมมลพิษ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ภายใต้ปัจจัยท้าทายด้านมาตรฐานความปลอดภัยและความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม น่าจะเป็นโอกาสในการขยายตลาดบรรจุภัณฑ์ทางเลือก โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging) ในไทย ซึ่งถูกกระตุ้นด้วยสถานการณ์วิกฤติขยะบรรจุภัณฑ์ที่ยังเน้นให้เห็นถึงความเร่งด่วนในการปรับตัวของผู้ประกอบการ แม้ว่าในปี 2563 ธุรกิจจะต้องเผชิญภาวะเศรษฐกิจที่ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับลดต้นทุนบางส่วนลง ด้วยการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิมที่มีราคาต่ำกว่าในระยะนี้ แต่มูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน่าจะยังเติบโตเฉลี่ย 25% จากปีก่อนหน้า คิดเป็นมูลค่าประมาณ 2,100-2,400 ล้านบาท ซึ่งชะลอลงจากปี 2562 ที่เติบโตเกือบเท่าตัว แต่ก็ยังทำให้ส่วนแบ่งตลาดในปี 2563 จะเพิ่มขึ้น จากประมาณ 1% ไปอยู่ที่ 2% ของมูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มรวม

อย่างไรก็ดี ในระยะ 5 ปีข้างหน้า ธุรกิจบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน่าจะยังมีโอกาสในการขยายตลาดได้ ภายใต้ปัจจัยด้านความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับเงื่อนไขสนับสนุนด้านการผลิต เช่น การมีมาตรการจูงใจให้ผู้ประกอบการ ความพร้อมด้านวัตถุดิบทดแทน รวมทั้งมาตรการของภาครัฐในการสร้างระบบการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ที่ทั้งระบบอย่างมีประสิทธิภาพ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า มูลค่าบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน่าจะขยายตลาดได้เพิ่มขึ้นไปแตะระดับ 13,000-16,000 ล้านบาท ในปี 2568 ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไปอยู่ที่ 8-10% ของมูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มรวม

**การปรับตัวของธุรกิจบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มน่าจะสอดคล้องกับแนวทางการยกระดับมาตรฐานและความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับโอกาสในการขยายตลาดในระยะยาว**

การปรับตัวของผู้ประกอบการไทยเพื่อตอบโจทย์การลดขยะบรรจุภัณฑ์และความต้องการใช้งานของผู้บริโภค จะสอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มในตลาดโลก ซึ่งประกอบด้วย 2 แนวทางหลัก ได้แก่

### 1) มาตรฐานบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เข้มข้นขึ้นทั่วโลก

การกำหนดคุณภาพและมาตรฐานสำหรับภาชนะบรรจุอาหารจะยึดหลักด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยเพื่อการบริโภคเป็นหลัก ซึ่งเป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) สำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม เช่น มาตรฐานสำหรับภาชนะพลาสติกบรรจุน้ำบริโภค ถุงพลาสติกสำหรับบรรจุอาหาร ภาชนะพลาสติกบรรจุอาหารสำหรับเตาไมโครเวฟ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังจำเป็นต้องยกระดับกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานการผลิตระดับสากลและการพัฒนาของเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตามแนวทางมาตรฐานการผลิตที่ดี Good Manufacturing Practice (GMP) อีกทั้ง ยังต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาและกระบวนการผลิต ซึ่งจะเห็นได้จากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบ Smart Packaging ที่แสดงข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของทั้งบรรจุภัณฑ์และอาหารที่บรรจุ

### 2) บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Packaging) ที่สอดคล้องกับเทรนด์ความยั่งยืน

ผู้ประกอบการทั้งห่วงโซ่อุปทานอาหารและเครื่องดื่มต่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจและเลือกใช้วัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ เช่น การซื้อสินค้าแบบ

**บริการทุกระดับประทับใจ**

Refillable โดยผู้บริโภคสามารถนำบรรจุภัณฑ์มาบรรจุสินค้าได้เอง หรือธุรกิจให้บริการแบบเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ ในขณะที่ตัวกันก็มีการพัฒนาวัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหลายประเภท เช่น บรรจุภัณฑ์กระดาษเคลือบกันความร้อน บรรจุภัณฑ์ที่ไบโอพลาสติกที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติด้วยการฝังกลบอย่างเหมาะสม รวมถึงการนำพลาสติกกลับมารีไซเคิลใช้ได้อย่างปลอดภัยสูงสุดถึง 95-100% แต่ในทางปฏิบัติจำเป็นต้องมีระบบการคัดแยกขยะและเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วถูกนำมารีไซเคิลหรือกำจัดอย่างถูกวิธี

ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบดั้งเดิม เช่น Polyethylene Terephthalate (PET) และ Polypropylene (PP) ยังคงมีส่วนการใช้งานในบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ดังนั้นการปรับตัวของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกน่าจะส่งผลกระทบต่อภาพรวมของตลาด ทั้งในแง่ของการผลิตพลาสติกทางเลือก หรือการเพิ่มสัดส่วนบรรจุภัณฑ์ชนิดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับพลาสติกแบบดั้งเดิม โดยการปรับตัวของตลาดน่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการร้านค้าเริ่มใช้งานพลาสติก Oxo-(bio)degradable ที่มีการเติมสารเพิ่มเติมเพื่อช่วยลดระยะเวลาการแตกตัวได้เร็วขึ้น โดยอาศัยแสงอาทิตย์ ความร้อน และออกซิเจน แต่พลาสติกชนิดนี้ยังคงก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ทำให้หลายประเทศทั่วโลกอย่างสหภาพยุโรปมีมาตรการยกเลิกการใช้ Oxo-(bio)degradable และพิจารณาส่งเสริมพลาสติกชนิดอื่นทดแทน โดยแนวโน้มธุรกิจส่วนใหญ่ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยอาจจะมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการรีไซเคิลพลาสติกเพื่อบรรจุอาหารและเครื่องดื่มที่ปลอดภัย เนื่องจากปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ผลิตและระบบรีไซเคิลที่สามารถต่อยอดจากระบบการผลิตเดิม เช่น Recycled PET และ Recycled PP ซึ่งเอื้อให้ผู้ประกอบการทั้งรายกลางและรายย่อยสามารถปรับตัวได้ง่ายกว่าโดยเปรียบเทียบกับการผลิตไบโอ

พลาสติก เช่น Polylactic Acid (PLA) ซึ่งต้องมีแผนในการจัดหาวัตถุดิบ ลงทุนในเครื่องจักร และออกแบบกระบวนการผลิตเพิ่มเติม อีกทั้งในระยะแรกยังต้องอาศัยการทำตลาดที่เฉพาะเจาะจงเพื่อรองรับการผลิตไว้ล่วงหน้า เช่น การผลิตสำหรับธุรกิจในเครือที่มีคำสั่งซื้อแน่นอน ส่งผลให้การผลิตไบโอพลาสติกที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติยังคงอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความพร้อมและเงินลงทุน

	ข้อดี	ข้อจำกัด
 <p><b>Oxo-(bio)degradable</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ต้นทุนการผลิตต่ำกว่า PLA</li> <li>ลดระยะเวลาการสลายตัวและแตกตัวได้ด้วยการผ่านแสงอาทิตย์ ความร้อน และออกซิเจน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผลิตจากปิโตรเคมี ทำให้ยังคงแตกตัวเป็นไมโครพลาสติกที่มองไม่เห็น ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และใช้ระยะเวลาในการย่อยสลาย</li> </ul>
 <p><b>Recycled PET / PP</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>สามารถใช้เคลือบขยะบรรจุภัณฑ์ที่มีการใช้งานในระบบอย่างกว้างขวางอยู่แล้ว</li> <li>ผู้ผลิตสามารถต่อยอดจากระบบไลน์การผลิตเดิมได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ยังมีข้อจำกัดของกฎหมายในการนำวัสดุรีไซเคิลมาใช้บรรจุอาหาร</li> <li>ต้องสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค</li> </ul>
 <p><b>Bioplastic เช่น PLA</b> Compostable not Degradable</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติในสภาวะที่เหมาะสม</li> <li>ผลิตได้จากพืชเศรษฐกิจสำคัญของไทย เช่น ข้าวโพด มันสำปะหลัง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ต้องลงทุนในการพัฒนาวัสดุเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตใหม่</li> <li>ปัจจุบันตลาดยังมีจำกัด เนื่องจากต้นทุนราคาที่สูงกว่า</li> </ul>

ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

อย่างไรก็ตาม การปรับตัวดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยกลไกสนับสนุนเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขข้อกฎหมายให้สามารถใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิลที่ได้มาตรฐานมาใช้ในการบรรจุอาหารและเครื่องดื่มได้ ซึ่งจำเป็นต้องมีการลงทุนในระบบติดตามและจัดการสำหรับขยะบรรจุภัณฑ์หลังใช้มาเข้าสู่การกำจัดอย่างเหมาะสม เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเรียกคืนบรรจุภัณฑ์หลังการบริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค เช่น การร่วมลงทุนสร้างระบบการติดตามเรียกคืนและกำจัดขยะบรรจุภัณฑ์ระหว่างภาครัฐและเอกชนในประเทศสวีเดน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ผลิตทำตลาดได้ง่ายยิ่งขึ้น และเพิ่มโอกาสความ

## บริการทุกระดับประทับใจ

ค้ำค่าการลงทุนในระยะยาว นอกจากนี้ ภาครัฐยังจำเป็นต้องมีมาตรการจูงใจในการลงทุน โดยเฉพาะ ผู้ผลิตรายกลางและรายย่อยให้สามารถปรับเปลี่ยนไปสู่การผลิตไบโอพลาสติกได้ในอนาคต ประกอบกับมาตรการเพิ่มแรงจูงใจของผู้บริโภค เพื่อให้ตลาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถขยายตลาดได้ในวงกว้าง และตอบโจทย์ปัญหาวิกฤติขยะบรรจุภัณฑ์ในระยะยาวได้



-----  
Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในการการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบต่อผู้หรือบุคคลใดในความเสี่ยงใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็น การให้ความเห็น หรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ