

## รายงานตลาดบรรจุภัณฑ์ในมาเลเซีย 2567

### 1. สรุปภาพรวมตลาด

ตลาดบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญในประเทศที่มีธุรกิจค้าปลีกที่ทันสมัยและก้าวหน้า ประเทศที่ต้องพึ่งพาการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคไปยังตลาดที่กำลังพัฒนาและพัฒนาแล้ว ดังเช่น ประเทศมาเลเซีย ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ผู้ผลิตยังให้ความสำคัญต่อรูปลักษณ์ การออกแบบและความเหมาะสมในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์สินค้าอีกด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ที่มีความรู้และมีปัจจัยการเลือกในการจับจ่ายซื้อของแตกต่างจากผู้บริโภคในอดีต อีกทั้งกลุ่มผู้บริโภคที่มีความรู้ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ผู้ผลิตสินค้าป้อนตลาดค้าปลีกควรให้ความสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

จากการสำรวจของ Utility Bidder ผู้ให้บริการด้านพลังงานจากสหราชอาณาจักร รายงานว่า มาเลเซียอยู่อันดับ 5 ประเทศที่ทิ้งขยะและขยะพลาสติกลงทะเลมากที่สุดในโลก โดยทิ้งพลาสติกประมาณ 2.29 กิโลกรัมต่อคนในแต่ละปีลงสู่มหาสมุทร สำหรับ 10 อันดับแรก มีเพียงฟิลิปปินส์และมาเลเซียเท่านั้นที่มาจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในขณะที่ประเทศอื่นๆ มาจากทวีปแอฟริกาและอเมริกาใต้ (ที่มา : สำนักข่าว New Straits Times)

เพื่อตอบสนองต่อสิ่งนี้จึงเกิดความร่วมมือ Malaysian Recycling Alliance (MAREA) จับมือเป็นพันธมิตรรวมตัวกัน ได้แก่ Coca-Cola Malaysia, Colgate-Palmolive Malaysia, Dutch Lady Milk Industries, Etika Group of Companies, Fraser & Neave Holdings Bhd, Mondelez International Malaysia, Nestlé Malaysia, Spritzer, Tetra Pak Malaysia, L'Oréal Malaysia Sdn Bhd, SIG Combibloc Malaysia Sdn Bhd and Unilever Malaysia มุ่งมั่นจะร่วมมือกับรัฐบาล และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผลักดันให้มาเลเซียเป็นธุรกิจหมุนเวียนสีเขียวที่ยั่งยืนและลดขยะในอนาคต โดยให้คำมั่นสัญญาว่าจะรีไซเคิลขยะพลาสติกจำนวน 5,000 ตันภายในสิ้นปี 65 ด้วยเหตุนี้ ส่งผลให้ภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงตัวผู้บริโภคเองตระหนักถึงการรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อเป็นประเทศสีเขียวมากขึ้น



## 2. ประเภทของบรรจุภัณฑ์

- **บรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้** นิยมใช้ประเภทกระดาษรูปทรงอิฐสี่เหลี่ยม เนื่องจากใช้งานง่ายและพกพาสะดวก ช่วยปกป้องผลิตภัณฑ์จากแสงและออกซิเจน ซึ่งช่วยลดโอกาสการเน่าเสียและรักษาความสดของน้ำผลไม้ได้เป็นระยะเวลาานาน รูปทรงบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวยังมีหลายขนาดซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน สามารถวางซ้อนกันได้และใช้พื้นที่บนชั้นวางน้อยลง ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้ผลิต ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค
- **บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม** นิยมใช้ขวดชุ่น (HDPE) เนื่องจากมีคุณสมบัติต้านทานสารเคมีสูง โดยเฉพาะสำหรับ แชมพู การใช้ HDPE เป็นบรรจุภัณฑ์ช่วยลดความเสี่ยงที่สารเคมีจะซึมเข้าสู่พลาสติกของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ขวด ยังมีน้ำหนักเบาแต่ทนทาน ทำให้ง่ายต่อการจัดการและขนส่ง สามารถขึ้นรูปได้ง่ายและสามารถออกแบบให้มีรูปทรง ขนาด และฝาปิดได้หลายแบบ
- **บรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องตีแอลกอฮอล์ (เหล้ารัม, วิสกี้, ไวน์)** ยังคงเป็นขวดแก้ว รูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งช่วยปกป้องความสมบูรณ์ของเครื่องดื่ม มีความหรรษาและซับซ้อนมากกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบอื่นๆ เช่น กระป๋องโลหะ นอกจากนี้ แก้วยังสามารถรีไซเคิลได้ ซึ่งทำให้เป็นตัวเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรม แก้วยังมีความสามารถในการซึมผ่านได้สูง ซึ่งทำให้เหมาะสำหรับกระบวนการชราของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางชนิด
- **บรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทอาหาร** เช่น ถังสำหรับบรรจุขนมขบเคี้ยว ถังสำหรับอาหารแช่แข็ง นิยมใช้พลาสติกอ่อนตัว (flexible plastics) เพื่อช่วยรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น ความชื้นและอากาศ มีความยืดหยุ่นสามารถปิดผนึกด้วยความร้อนได้ ขึ้นรูปได้หลายรูปทรงและขนาด ซึ่งเหมาะสำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมหลากหลายประเภท ช่วยให้ผู้ผลิตลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์โดยรวมได้ พกพาได้ เปิดง่าย และสามารถออกแบบให้มีตัวเลือกแบบปิดผนึกได้ ซึ่งเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค
- **บรรจุภัณฑ์ยาฆ่าแมลง** นิยมใช้กล่องกระดาษแข็งพับขึ้นรูป (folding carton) โดยใช้วัสดุที่ทำเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับการมุ่งเน้นที่ความยั่งยืนของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น

## 3. นโยบายบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของมาเลเซีย : Malaysia Plastics Sustainability

### Roadmap 2021-2030

เมื่อเปรียบเทียบกับหลายๆประเทศในยุโรปหรือแม้กระทั่งญี่ปุ่นและไต้หวัน มาเลเซียยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควรทางด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่หน่วยงานภาครัฐของมาเลเซียยังคงพยายามสร้างและส่งเสริมแนวคิดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไม่หยุดยั้ง โดยเมื่อเดือนธันวาคม 2564 รัฐบาลมาเลเซียประกาศแผนแม่บทการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับพลาสติก พ.ศ. 2564 – 2573 หรือ Malaysia Plastics Sustainability Roadmap 2021-2030 เพื่อบรรลุวงจรการใช้พลาสติกที่ยั่งยืนภายในประเทศ ภายในแผนฯ

นำเสนอแนวคิดและกลไกของเศรษฐกิจหมุนเวียน วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของมาตรการทางนโยบาย กฎระเบียบ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา รวมถึงเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพลาสติกตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ พร้อมทั้งกำหนดแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกัน นอกเหนือจากการกำหนดเป้าหมายไปจนถึงปี 2573 แผนแม่บทนี้ ยังกล่าวถึง Extended Producer Responsibility (EPR) ความรับผิดชอบที่แบรนด์มีต่อโลก-ผู้บริโภค ซึ่งจะนำมาปรับใช้ในภาคธุรกิจ โดยจะต้องชำระค่าธรรมเนียมแบบปรับตามระบบนิเวศ (eco-modulated fee) สำหรับกองทุนตามประเภทของพลาสติก ความสามารถในการนำกลับมาใช้ใหม่ และความสามารถในการรีไซเคิล รวมถึงปริมาณการผลิตและผลประกอบการ กองทุนที่จัดเก็บ

**วัตถุประสงค์ :** แผนแม่บทนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ดังนี้

- เพื่อแก้ไขปัญหามลพิษจากพลาสติกในมาเลเซียอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม และความมั่นคงของสังคม
- เพื่อให้คำแนะนำและส่งเสริมแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน เพื่อให้แน่ใจว่าพลาสติกมีการหมุนเวียนและความยั่งยืนผ่านแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน
- เพื่อบูรณาการการดำเนินการตลอดห่วงโซ่คุณค่าของพลาสติก ผ่านการนำแนวทางวัฏจักรชีวิตมาใช้

**เป้าหมายขอแผนแม่บท สามารถแยกเป็นรายการสำคัญ ดังนี้**

- การยกเลิกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้ง (เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ รีไซเคิล หรือย่อยสลายได้ หรือมีสารเคมีอันตราย)
- ภายในปี 2568 เกิดอัตราการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์พลาสติกร้อยละ 25 และ ร้อยละ 100 ภายในปี 2603
- ภายในปี 2573 บรรลุเป้าหมายสัดส่วนการใช้วัสดุพลาสติกรีไซเคิล เฉลี่ยร้อยละ 15
- ภายในปี 2573 บรรลุอัตราการรวบรวมเพื่อรีไซเคิล (CFR) เฉลี่ยร้อยละ 76
- ภายในปี 2565 พัฒนามาตรฐานการรับรองฮาลาลสำหรับวัสดุ PET รีไซเคิล (rPET)
- นำระบบ EPR แบบบังคับสำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกมาใช้ภายในปี 2569
- กำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำของสัดส่วนการใช้วัสดุพลาสติกรีไซเคิลภายในปี 2569
- กำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำของสัดส่วนการใช้วัสดุรีไซเคิลสำหรับยานยนต์ภายในปี 2572

#### 4. แนวโน้มความต้องการของตลาด

ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ด้วยเหตุผลที่ค่าเงินริงกิตมาเลเซียอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐ ซึ่งเป็นเงินสกุลหลักที่ใช้ในการทำการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ราคาสินค้านำเข้ามีราคาสูงขึ้น ดังนั้น ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางจึงใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น และชะลอการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยและไม่จำเป็น สำหรับกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคนั้น ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แบบเติมได้ (refillable) โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้ประจำวัน อาทิเช่น สบู่เหลว น้ำยาสระผม ครีมนวดผม น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม หรือแม้กระทั่งสินค้าบริโภคที่ใช้หรือทานเป็นประจำ เช่น กาแฟ ครีมเทียม ไมโล นมผงสำหรับเด็กทารก เป็นต้น จึงเป็นสาเหตุให้บรรจุภัณฑ์สำหรับชนิดใช้เติม (refillable packaging) เป็นที่นิยมสำหรับผู้ผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคดีังกล่าว โดยนำสินค้าตัวหลักจับคู่กับสินค้าสำหรับเติมได้และจำหน่ายคู่กันในราคาพิเศษ ซึ่งทำให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเพิ่มปริมาณยอดขายเพิ่มขึ้นเช่นกัน ดังเห็นได้ในท้องตลาด คือ สินค้ากลุ่มดูแลรักษาความสะอาด เช่น น้ำยาล้างมือ น้ำยาล้างพื้นตรา Dettol สบู่เหลวตรา Shokubutsu ซึ่งใช้กลยุทธ์ดังกล่าวจนผู้บริโภคสามารถซื้อโปรโมชันดังกล่าวได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องรอช่วงโปรโมชันเลยทีเดียว

นอกจากนี้ ความกังวลของผู้บริโภคต่อการรักษาสมดุลสิ่งแวดล้อมนั้นมีเพิ่มขึ้น ผลักดันให้สินค้าหลายแบรนด์ปรับตัวเข้าสู่การใช้บรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อม อาทิ

- Sephora Southeast Asia จึงเปิดตัว Clean + Planet Positive Seal ในการได้รับตราประทับ แกรนด์จะต้องมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งรวมถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน หลีกเลี่ยงการใช้สิ่งของแบบใช้ครั้งเดียวหรือวัสดุที่ไม่จำเป็นในบรรจุภัณฑ์ของตน นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ต้องมีส่วนประกอบแบบที่กลับมาใช้ใหม่ได้ วัสดุที่ได้มาจากสิ่งของ หรือของใช้ประจำวันที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (PCR) วัสดุชีวภาพ หมึกจากพืช ฯลฯ



- The Body Shop Malaysia ได้เปิดตัวแนวคิดร้านค้าแห่งแรกๆ ที่เรียกว่าร้านเวิร์กช็อป "The Body Shop Activist Makers" เพื่อเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ภายในร้าน มีขวดอลูมิเนียมแบบรีฟิลจำหน่าย ผู้บริโภคสามารถทำความสะอาดขวดเหล่านี้และส่งคืนที่ร้านได้ ใช้ได้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท 12 รายการ เช่น เจลอาบน้ำ แชมพู ครีมนวดผม เจลล้างมือ เป็นต้น



- Coca-Cola ได้เปิดตัวข้อความ "Recycle Me" บนฉลากของแบรนด์และผลิตภัณฑ์ทั้งหมดภายในประเทศ



## 5. ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในมาเลเซียรายหลักในมาเลเซีย

- บริษัท Nature's Harmony Industries (NHI) จำกัด ผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารทำจากแป้ง มันสำปะหลัง โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในระบบการผลิต
- Tetra Pak Malaysia เป็นบริษัทชั้นนำระดับโลกด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์อาหาร โดยเป็นหนึ่งในซัพพลายเออร์ระบบบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดสำหรับนม น้ำผลไม้ และเครื่องดื่ม บริษัทฯ ทำงานร่วมอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าและซัพพลายเออร์ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย สร้างสรรค์ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- บริษัท Daibochi Plastic & Packaging Industry (มหาชน) จำกัด ถือเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียนด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะกลุ่ม FMCG และอุตสาหกรรมผู้ผลิตยาและอุปกรณ์การแพทย์ โดยให้บริการครบวงจร เน้นด้านคุณภาพ ราคา ย่อมเยา และการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลาซึ่งมีความสำคัญมากสำหรับวงการนี้

- บริษัท CGM Berhad (SCGM) และบริษัทในเครือ Lee Soon Seng Plastic Industry Sdn Bhd เป็นผู้ดำเนินการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดเทอร์โมพลาสติก เพื่อใช้สำหรับสินค้าที่ต้องการแพ็คแบบสุญญากาศ และยังเป็นผู้ผลิตถาดและถ้วยพลาสติกหลากหลายทรงเพื่อรองรับอุตสาหกรรมเบเกอรี่ในประเทศมาเลเซียและในภูมิภาค
- ผู้ผลิตกระดาษแข็งรายหลักของมาเลเซีย คือ บริษัท GS Paper Packaging จำกัด เป็นผู้ผลิตกระดาษแข็งและกล่องกระดาษ GS Paper มีโรงงานกระดาษและบรรจุภัณฑ์ และเน้นการรองรับผู้ผลิตในตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค
- บริษัท Malex Paper Products จำกัด จัดตั้งมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2519 เป็นผู้ผลิตกระดาษการ์ด เน้นผลิตให้แก่อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเป็นหลัก อาทิเช่น ถ้วยกระดาษและจานชามกระดาษที่ใช้แล้วทิ้ง กล่องกระดาษสำหรับบรรจุอาหารจานด่วน และยังเป็นหนึ่งในผู้นำด้านโรงงานที่ริเริ่มการผลิตกระดาษรีไซเคิล สำหรับผู้ผลิตอาหารที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอีกด้วย
- บริษัท Glaspak จำกัด เป็นหนึ่งในผู้จำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วที่ใหญ่ที่สุดในประเทศมาเลเซีย และยังเป็นผู้จำหน่ายคำสั่งบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วเหยือกแก้วพร้อมฝาปิดรายหลักในประเทศมาเลเซียที่ให้บริการครบวงจร ตั้งแต่จัดหาบรรจุภัณฑ์แก้วพร้อมฝาปิดที่มีให้เลือกหลากหลาย ให้บริการด้านการออกแบบให้แก่เจ้าของผลิตภัณฑ์ ผลิตและบรรจุตามสูตรของลูกค้า และส่งถึงโกดังเก็บของหรือบริษัทของลูกค้า อุตสาหกรรมหลักที่ Glaspak มุ่งเน้นคือกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค และผู้ผลิตยาสามัญ
- บริษัท Kian Joo Canpack Sdn Bhd (KJCP) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัทมหาชน Kian Joo Can Factory Berhad (KJCF) เป็นบริษัทรับจ้างบรรจุสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดใหญ่ในประเทศมาเลเซียและระดับต้นๆในตลาดอาเซียน KJCP รับจ้างบรรจุสินค้าอุปโภคบริโภค ขำนาญในการบรรจุในวัสดุจากพวกกระป๋องอลูมิเนียม และงานบรรจุภัณฑ์จากเหล็ก อลูมิเนียมที่ต้องใช้เทคนิคงานไคคัท ในปัจจุบัน KJCP เป็นผู้บรรจุหลักของผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง นมพร้อมมันเนย ลูกอมบรรจุในกระป๋องอลูมิเนียม

## 6. กฎระเบียบของบรรจุภัณฑ์

### ➤ กฎระเบียบการติดฉลากบนบรรจุภัณฑ์

- บรรจุภัณฑ์ ใช้สำหรับการบรรจุอาหารโดยตรง ส่วนผสมของวัตถุดิบที่ใช้จะต้องไม่มีสารเคมีภัณฑ์ที่เป็นพิษ
- ภาษาที่ใช้พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์และฉลาก จะต้องเป็นภาษามลายูหรือภาษาอังกฤษสำหรับสินค้านำเข้า

- หน่วยการวัดน้ำหนักสินค้า เป็นระบบเมตริก
  - ระบุแหล่งผลิตสินค้า “Made In...” หรือ “Product of...”
  - ข้อมูลบนฉลาก ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า หากเป็นฉลากสำหรับสินค้าอาหาร จะต้องระบุ ข้อมูลทางด้านโภชนาการ สินค้านำเข้าจะต้องระบุ ชื่อและที่อยู่ผู้นำเข้าบนฉลาก สินค้าจำพวกยา จะต้อง มีคำอธิบายสรรพคุณ ส่วนผสมและวิธีการใช้เป็นภาษามลายูและภาษาอังกฤษ
  - หากเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาล ไม่ว่าจะ เป็นอาหารหรือเครื่องสำอาง จะต้อง มีโลโก้และหมายเลขอนุมัติ จากหน่วยงานที่เป็นผู้ออกเครื่องหมายฮาลาล สำหรับประเทศมาเลเซีย เนื่องจากประชากรมากกว่า ร้อยละ 60 ของประเทศนับถือศาสนาอิสลาม ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคต้องคำนึงถึง หลักเกณฑ์การใส่ข้อความบนฉลากสินค้าฮาลาลให้ดี อย่งไรก็ดี หากเป็นสินค้าอาหารที่มีส่วนผสม ของหมูหรือแอลกอฮอล์ ก็สามารถจำหน่ายในประเทศมาเลเซียได้ เพียงต้องระบุบนฉลากให้ชัดเจน เพื่อผู้จัดจำหน่ายจะได้นำไปวางแยกจำหน่ายจากชั้น เรียงปกติ โดยทั่วไปบนฉลากของบรรจุภัณฑ์ อาหาร ควรมีข้อความ เป็นภาษามลายูสำหรับสินค้าผลิตในประเทศ และภาษาอังกฤษและมาลายู หากเป็นสินค้านำเข้า
- การระบุสารก่อภูมิแพ้บนฉลาก สินค้าที่มีส่วนประกอบของสารก่อภูมิแพ้ จะต้องระบุบนฉลากให้ชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอาหารและวัตถุดิบ ดังนี้
- สินค้าจำพวกธัญพืช ที่มีส่วนผสมของข้าวสาลี ข้าวไรย์ ข้าวบาร์เลย์ และข้าวโอ๊ต
  - สินค้าจำพวกถั่ว ถั่วลิสงและถั่วเหลือง
  - ปลา และสินค้าที่มีส่วนผสมของปลา
  - นม และสินค้าที่มีส่วนผสมของนม และแล็กโตส
  - ไข่ และสินค้าที่มีส่วนผสมของไข่

## 7. โอกาสทางตลาดสถานการณ์ปัจจุบัน ความท้าทายสำหรับสินค้าไทย และแนวทางการขยายตลาด

หลังจากโควิด-19 กลายเป็นโรคประจำถิ่น ผู้บริโภคชาวมาเลเซียผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางจำเป็นต้องปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น โดยเริ่มชะลอซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยและไม่จำเป็น สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดเติม (Refillable Packaging) แทนในบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้ง (Single Use Packaging) เนื่องจากมีราคาประหยัดกว่า โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่เหลว น้ำยาสระผม ครีมนวดผม น้ำยาล้างมือ น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม หรือแม้กระทั่ง สินค้าบริโภคที่ใช้หรือทานเป็นประจำ เช่น กาแฟ ครีมน้ำนม ไม้เล นมผงสำหรับเด็กทารก เป็นต้น ดังนั้น จึงเป็นถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดของพลาสติกที่จะมาเจาะตลาดมาเลเซีย ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์

ชนิดเติมหรือของพลาสติกเป็นที่นิยมสำหรับผู้ผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคในมาเลเซียเป็นอย่างมาก โดยผู้ผลิตจะนำสินค้าตัวหลักจับคู่กับสินค้าชนิดเติม และจำหน่ายคู่กันในราคาพิเศษ ซึ่งทำให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสามารถเพิ่มปริมาณยอดขายได้มากขึ้น ดังเห็นได้ชัดในท้องตลาด คือ สินค้ากลุ่มดูแลรักษาความสะอาด เช่น น้ำยาล้างมือ หรือ สบู่เหลวหลายแบรนด์ใช้กลยุทธ์ดังกล่าว ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อในราคาประหยัดได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องรอช่วงโปรโมชั่น

ตามที่รัฐบาลมาเลเซียมีแผนจะสั่งห้ามการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในมาเลเซียที่เริ่มตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตต้องเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นกับสิ่งแวดล้อมหรือชนิดที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ เช่น rPET โดยมีการคาดการณ์ว่า ยอดขายที่จะเพิ่มขึ้นจะมาจากการขายตัวของยอดขายสินค้าในกลุ่มบริโภคผ่านช่องทางจัดจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อที่เริ่มมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้สะดวก รวดเร็ว และบ่อยขึ้น อาทิเช่น 7-11, 99 Speedmart, KK Supermart, MyDin, Mr. D.I.Y. เป็นต้น อีกทั้ง ซูเปอร์มาเก็ตระดับพรีเมียม อาทิ Jaya Grocers, Village Grocers, Cold Storage, Ben's Independence Grocer, HERO Market มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการขยายตัวของชุมชนเมืองและการเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง ดังนั้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่สามารถผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิด rPET ที่จะเริ่มสำรวจและเจาะตลาดมาเลเซีย อย่างไรก็ตาม บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยังคงมีต้นทุนที่สูง ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าของผู้ผลิตในมาเลเซียสูงขึ้นไปด้วย ดังนั้น จึงถือเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการไทยเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการไทยจะต้องวางกลยุทธ์ให้ดี หากจะเจาะตลาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในมาเลเซีย

นอกจากนั้น บรรจุภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานหรืออาหารแช่แข็งยังเป็นอีกกลุ่มสินค้าที่น่าจะมีศักยภาพในตลาดมาเลเซีย ด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบของคนรุ่นใหม่ที่อาศัยอยู่ในเมือง ทำให้ผู้บริโภคต้องการความสะดวกและรวดเร็วในบริโภค ดังนั้น จึงเป็นโอกาสของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารในกลุ่ม Ready-to-Eat หรือ แช่แข็งที่จะมาเจาะตลาดมาเลเซีย ทั้งนี้ ร้านค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อที่ให้บริการอาหารพร้อมรับประทาน เช่น Family Mart Nice to CU และร้านมินิมาร์ทที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนและเข้าถึงได้สะดวก เช่น 99Speedmart, KK Mart ก็มีการเติบโตที่รวดเร็ว เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการความสะดวกรวดเร็วในการจับจ่ายและมักจะซื้อสินค้าในปริมาณไม่มากแต่บ่อยครั้งขึ้น ในขณะที่ไฮเปอร์มาเก็ตต่างๆ เช่น MyDin, Lotus's และ Giant มีการปรับขนาดของห้างให้เล็กลงและขายสินค้าพร้อมรับประทานและแช่แข็งมากขึ้น นอกจากนี้ ช่องทางการค้าอีกรูปแบบที่กำลังขยายตัวคือ NSK Trade City ซึ่งเป็นตลาดค้าส่งค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ผู้ประกอบการร้านอาหารรายย่อย (hawkers) และร้านค้าปลีกรายย่อยจะมาซื้อสินค้าเพื่อจำหน่ายต่อ รวมทั้งประชาชนทั่วไปก็นิยมไปซื้อสินค้าจาก NSK มากขึ้น เนื่องจากมีราคาย่อมเยากว่าไฮเปอร์มาเก็ตต่างๆ ดังนั้นจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะเจาะตลาดบรรจุภัณฑ์ในมาเลเซียได้เช่นเดียวกัน



ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้าสู่ตลาดบรรจุภัณฑ์ในมาเลเซีย สามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าดังนี้

- Malaysian International Food & Beverage Trade Fair: MIFB
- Food & Hotel Malaysia: FHM
- Malaysia International Halal Showcase : MIHAS
- Malaysian Café & Beverage Show : ICBS

ที่ประกอบไปด้วยกลุ่มสินค้า ได้แก่ อาหารฮาลาล สินค้าออร์แกนิกและสินค้าเพื่อสุขภาพ อาหารสำเร็จรูปพร้อมทาน เทคโนโลยีอาหาร ผลิตภัณฑ์นม โวน์ สินค้าของใช้ในครัวเรือนและเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และอื่นๆ เพื่อสร้างความร่วมมือทางการค้าและทราบถึงความต้องการตลาดของผู้บริโภคมาเลเซียเพิ่มขึ้น



28 มีนาคม 2567

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์  
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์