

รายงานผลการสัมมนา

อนาคตธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ ทางรอด และการปรับตัว
Future Trends of Printing & Packaging Business

จัดโดย

สหพันธ์อุตสาหกรรมการพิมพ์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 18 กันยายน 2558

ณ ห้องไพลิน โรงแรม Winsor Suite Hotel กรุงเทพมหานคร

ผู้จัดทำ

รองศาสตราจารย์ศุภณีย์ เรียบเลิศหิรัญ

รายงานผลการสัมมนา
อนาคตธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ ทางรอด และการปรับตัว
Future Trends of Printing & Packaging Business
จัดโดย
สหพันธ์อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. ผู้รายงาน

ชื่อ ศุภณีย์ นามสกุล เรียบเลิศศิริญ ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์

เข้าร่วม การฝึกอบรม

เรื่อง อนาคตธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ ทางรอด และการปรับตัว

Future Trends of Printing & Packaging Business

สถานที่ ณ ห้องโพลิน โรงแรม Winsor Suite Hotel กรุงเทพมหานคร

ตั้งแต่ วันที่ 18 กันยายน 2558 ถึง 18 กันยายน 2558 รวมระยะเวลา 1 วัน

จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด ประมาณ 200 คน

2. รายละเอียดเกี่ยวกับการไปฝึกอบรม ดูงาน ประชุม และสัมมนา

รายงานการสัมมนา เรื่อง อนาคตธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ ทางรอด และการปรับตัว

Future Trends of Printing & Packaging Business

1.1 วัตถุประสงค์:

- 1) เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับอนาคตและแนวโน้มการปรับตัวของธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ที่จะเป็นทางรอดในการดำเนินธุรกิจ
- 2) เพื่อนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการเขียนเอกสารการสอนและสื่อประกอบการเรียนการสอน

วิธีการสัมมนา : การบรรยาย

เข้าร่วมสัมมนา : ในฐานะผู้เข้าร่วมฝึกอบรม

คำชี้แจงการใช้เอกสาร ขอขอบคุณที่ท่านให้ความสนใจศึกษาเอกสารเผยแพร่ความรู้ (KM) ของสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มสธ. ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์เชิงวิชาการในวงกว้าง ทั้งนี้หากท่านนำข้อมูล จากเอกสารนี้ไปใช้ ขอให้อ้างอิงแหล่งที่มาจากรายชื่อ พร้อมทั้งแจ้งให้เราทราบแหล่งที่ท่านนำไปอ้างอิง โดยแจ้งทางอีเมลล์ที่ stoffice@stou.ac.th เพื่อประโยชน์ในการบูรณาการข้อมูลร่วมกัน

2.2 สรุปสาระสำคัญจากการบรรยาย

วิทยากรบรรยาย คือ คุณเกรียงไกร เชียรบุญกุล รองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและประธานคลัสเตอร์การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ สหพันธ์อุตสาหกรรมการพิมพ์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย



สรุปสาระสำคัญจากการบรรยายได้ดังนี้

ในสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยประกอบด้วยกลุ่มอุตสาหกรรม 14 กลุ่ม ที่จัดเป็นคลัสเตอร์ต่าง ๆ ได้จำนวน 12 คลัสเตอร์ ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เดิมโครงสร้างของคลัสเตอร์การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ในส่วนของบรรจุภัณฑ์เป็นอุตสาหกรรมที่เพิ่มมูลค่าให้กับบรรจุภัณฑ์ทั้งงานพิมพ์และงานหลังพิมพ์ แต่ปัจจุบันทางสภาอุตสาหกรรม ฯ ได้เพิ่มกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์หลักอีก 4 อุตสาหกรรมเข้าไปด้วย ได้แก่ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ พลาสติก แก้ว และโลหะ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุทั้ง 4 ประเภทถือได้ว่าเกือบครอบคลุมบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ทั่วโลก อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมีอุตสาหกรรมต้นน้ำและอุตสาหกรรมปลายน้ำแตกต่างกัน อาทิ อุตสาหกรรมต้นน้ำของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก คือ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี อุตสาหกรรมปลายน้ำที่สำคัญ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ยา และเครื่องสำอาง เป็นต้น ซึ่งอุตสาหกรรมแต่ละส่วนจะมีการพัฒนาาร่วมกันและทำให้คลัสเตอร์การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์เติบโตได้อย่างไรเป็นเรื่องที่ต้องช่วยกันมุ่งสร้างนวัตกรรมและการออกแบบต่าง ๆ โดยทางภาครัฐและภาคเอกชนต้องจับมือร่วมกันทำงานจริง ๆ ทั้งนี้รัฐบาลเองได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจ SME และผลิตภัณฑ์ OTOP และมอบนโยบายให้หลายกระทรวงที่เกี่ยวข้องรับไปดำเนินการผลักดันร่วมกัน

สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันสะท้อนถึงการส่งออกและการบริโภคภายในประเทศที่ยังมีปัญหาคอขวดต่ออุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ อาทิ social media และ digital media ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ โรงพิมพ์และสำนักพิมพ์หลายแห่งที่ก่อนหน้านี้เคยมีผลประกอบการที่เติบโตต่อเนื่อง 5-7% แต่ในระยะ 2-3 ปีมานี้ปิดตัวเองลงหรือลดขนาดของกิจการลง หรือปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจที่ขาย content ทางออนไลน์แทน ในฐานะประธานคลัสเตอร์การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์จึงต้องหากกลยุทธ์และแนวทางที่จะทำให้ผู้ประกอบการก้าวไปข้างหน้า มีความรู้เท่าทันเทคโนโลยีใหม่ และเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ ในโลกโซเชียลมีเดีย

สำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ พลาสติก แก้ว และโลหะที่เพิ่งเข้ามาร่วมอยู่ในคลัสเตอร์นี้ แต่ละอุตสาหกรรมต่างมีห่วงโซ่อุปทานที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำที่ครบวงจรในตัวเอง ส่วนใหญ่มีการผลิตได้เองภายในประเทศ และมีความเข้มแข็งแตกต่างกัน เช่น

- อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เยื่อกระดาษและกระดาษ มีเส้นใยไม้เป็นวัตถุดิบโดยมีอุตสาหกรรมป่าไม้รองรับเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่เข้มแข็ง

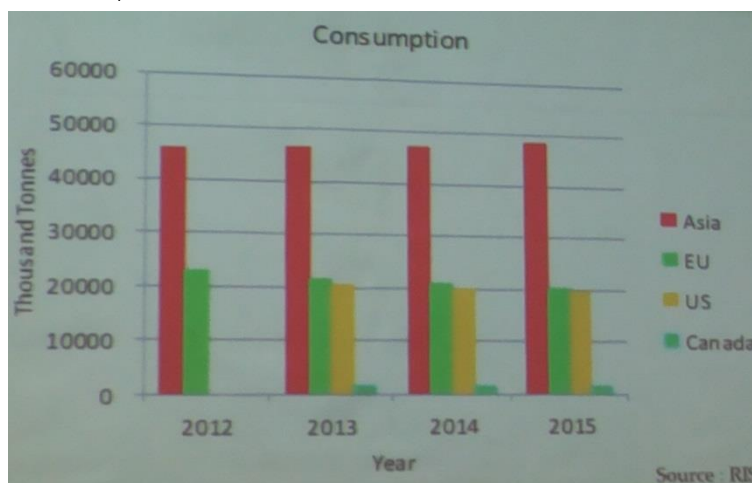
- อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้เม็ดพลาสติกเป็นวัตถุดิบมีอุตสาหกรรมปิโตรเคมีรองรับเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่เข้มแข็ง สำหรับบริษัท ปตท. ของไทยที่แข็งแกร่งที่สุดของไทยยังมีกำลังการผลิตเม็ดพลาสติกที่ต่ำกว่าบริษัท Petronas ของมาเลเซียราว 10 เท่า

- อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์แก้วที่ใช้ทรายเป็นวัตถุดิบ ไทยมีโรงงานผลิตแก้วที่แข็งแกร่งที่สุดในภูมิภาค สาเหตุเพราะไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะ เบียร์ที่คนไทยนิยมดื่มจากขวดแก้ว

- อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โลหะ ไทยยังเสียเปรียบ เพราะต้องนำเข้าวัตถุดิบแผ่นโลหะ เช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ ใน AEC แต่ไทยเก่งในอุตสาหกรรมแปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์โลหะ

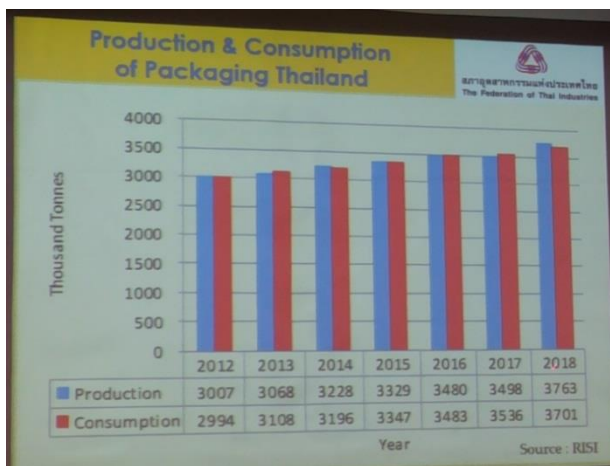
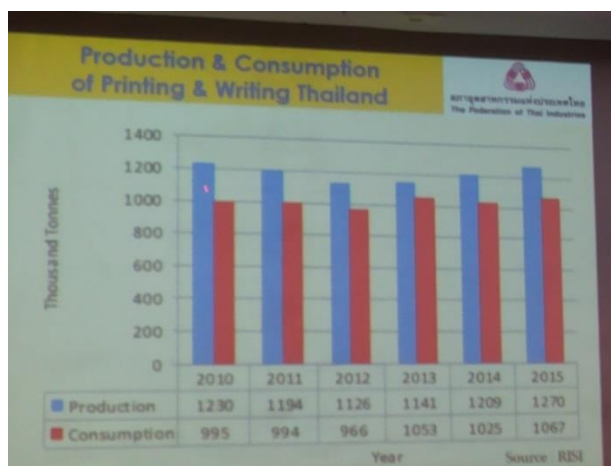
อุตสาหกรรมใดในประเทศไทยที่แข็งแกร่งและแข่งขันได้เมื่อเข้าสู่ AEC ที่มีประชากรรวมกันกว่า 600 ล้านคน เป็นตลาดที่ใหญ่มากโดยเฉพาะอินโดนีเซีย ซึ่งเราต้องสร้างโอกาสเข้าถึงให้ได้มากที่สุด ในบรรดา 14 กลุ่มอุตสาหกรรมของไทยนั้นประเมินได้ว่ามีกว่าครึ่งที่เรายังสู้กับประเทศอื่นได้เมื่อเข้าสู่ AEC และหนึ่งในนั้น คือ อุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ เพราะการบริโภคสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์นั้นเติบโตตาม GDP ของโลก เมื่อตัวเลข GDP สูงขึ้น เท่ากับว่าคนมีกำลังซื้อมากขึ้น

ข้อมูลสถิติส่วนการเติบโตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในปี 2013 จากเว็บไซต์สภาอุตสาหกรรม ฯ พบว่ามีสัดส่วนเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ 40% อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก 25% อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โลหะ 20% และอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์แก้ว 15% โดยมีข้อสังเกตว่าสาเหตุหลักของการเติบโตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกน่าจะมาจากการผลิตอาหารแช่แข็งตามนโยบายครัวไทย ครัวโลก



ในช่วงปี 2012-2015 กำลังการบริโภคสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ในทวีปเอเชียยังเติบโต แต่ในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกากลับลดลง โดยในตลาดทวีปเอเชียขนาดของตลาดบรรจุภัณฑ์ใหญ่ที่สุดที่ 8.0 รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ (3.0) นิตยสาร (2.1) หนังสือเล่ม (1.6) และ แค็ตตาล็อก (0.9) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์มีความเสี่ยงสูง เพราะคนอ่านน้อยลง ชาวที่ตีพิมพ์ในแต่ละวันกลายเป็นชาวเก่าเพราะไม่เรียลไทม์เท่ากับชาวออนไลน์จากสื่อโซเชียล

ในช่วงปี 2010-2015 ในประเทศไทย กำลังการผลิตสิ่งพิมพ์ (ระหว่าง 1126-1270 ล้านต้น) สูงกว่ากำลังการบริโภคสิ่งพิมพ์ (ระหว่าง 994-1067 ล้านต้น) แต่ละกำลังการผลิตและกำลังการบริโภคมีค่าใกล้เคียงกันในแต่ละปีและสูงขึ้นเล็กน้อยในปี 2013, 2014 และ 2015 แต่ในช่วงปี 2012-2015 นั้น พบว่ากำลังการผลิตบรรจุภัณฑ์ (จาก 3007 ถึง 3763 ล้านต้น) และกำลังการบริโภคบรรจุภัณฑ์ (จาก 2994 ถึง 3701 ล้านต้น) มีค่าสูงขึ้นตามลำดับ โดยประมาณว่าจะมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในปี 2016, 2017 และ 2018 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามกำลังการผลิตใกล้เคียงกับกำลังการบริโภค จึงไม่เหลือในการส่งออก และบางส่วนยังต้องนำเข้า ตัวอย่างเช่น ในปี 2012 (พ.ศ. 2555) ไทยมีมูลค่านำเข้าบรรจุภัณฑ์ราว 3800 ล้านบาท



เมื่อเปรียบเทียบตลาดนิตยสารในประเทศภาคีสมาชิก ASEAN บางประเทศ ในปี 2009 กับ ปี 2014 พบว่ามีการเติบโตเพิ่มขึ้นในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม ยกเว้นสิงคโปร์ที่มีค่าใกล้เคียงกันมาก โดยตลาดนิตยสารในตลาดนิตยสารมีขนาดใหญ่ที่สุด รองลงมา คือ มาเลเซีย

การเติบโตและทางรอดของอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์นั้นมาจากการร่วมทำงานด้วยกันในรูปแบบ คลัสเตอร์เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สำคัญ คือ การปรับตัวอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์เกี่ยวข้องกับสู่เทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัล การเติบโตของการพิมพ์ดิจิทัลเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับดังสถิติข้อมูลตั้งแต่ปี 2007 ถึง 2014 โดยเป็นการพิมพ์ดิจิทัลทั่วไปเพิ่มขึ้น 2.75% และเป็นการพิมพ์ดิจิทัลจากเครื่องพิมพ์อินดิโก 5.9% เมื่อเทียบกับการพิมพ์แอนะล็อกที่การเติบโตคงที่

การสั่งพิมพ์ในอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ที่เดิมเคยมีข้อจำกัดตรงที่ถูกกำหนดด้วยการต้องคิดถึงจำนวนพิมพ์อย่างน้อยที่สุดเท่าไรก่อนจึงจะคุ้มทุนและมีกำไร แต่ปัจจุบัน มีการใช้ระบบการพิมพ์และเครื่องพิมพ์

ดิจิทัลมากขึ้น ข้อจำกัดนี้จึงไม่มีอีกต่อไป ลูกค้าผู้สั่งพิมพ์จะเลิกเก็บสต็อกของ ต้องการพิมพ์เมื่อไร จึงจะสั่งพิมพ์ ดังนั้น การพิมพ์ตามต้องการ (Print on Demand) จึงเป็นกุญแจสำคัญสำหรับทางรอดของอุตสาหกรรมการพิมพ์ และบรรจุกู้ชีพ ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว จะใช้แนวคิดเดิม ๆ ในการทำธุรกิจไม่ได้อีกต่อไป ลูกค้าในยุคดิจิทัลไม่ผูกพันกับการใช้บริการของโรงพิมพ์เดิมหรือไม่มีลักษณะจงรักภักดีต่อโรงพิมพ์ที่เคยให้บริการ แต่เป็นลักษณะของการค้นหาบริการที่ตรงใจที่สุดจากโรงพิมพ์ ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว กล้าที่จะอยู่ และก้าวให้ทันไปกับเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ทำให้อุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุกู้ชีพเปลี่ยนแปลงไป ได้แก่

- การออกแบบและการสร้างสรรค์แบบดิจิทัล (digital design & creative job) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุกู้ชีพทั้งความสวยงาม รูปแบบ โครงสร้าง และกราฟิก ด้วยการใช้ระบบ software digital media โดยสามารถสร้างต้นแบบขึ้นมาก่อนให้มีความแตกต่าง โดดเด่น ดึงดูดผู้บริโภค เมื่อวางบนชั้นจำหน่าย ถ้าเป็นบรรจุกู้ชีพต้องเลือกวัสดุที่เหมาะสมกับสินค้า ปกป้อง ยืดอายุสินค้าได้ ขนส่งได้รวดเร็ว ปลอดภัย และเก็บรักษาสะดวก

- การพิมพ์แบบ personalization ได้ งานพิมพ์แต่ละชิ้น แต่ละแผ่น/ใบ ไม่จำเป็นต้องพิมพ์เหมือนกัน สามารถใส่ข้อมูลเฉพาะในแต่ละใบให้ตามใจและถูกใจลูกค้า ที่เรียกว่า ข้อมูลแปรเปลี่ยน (variable data) ยกตัวอย่างการพิมพ์ฉลากสินค้าเพื่อทดลองตลาด จะทำได้สะดวกขึ้น โดยสั่งพิมพ์ทีละน้อย หลาย ๆ แบบ ไปทดลองขาย ว่าฉลากแบบใด ผู้บริโภคชอบมากที่สุด จึงค่อยเลือกสั่งพิมพ์เพื่อใช้งานจริง ตัวอย่างอื่น ๆ เช่น ใบแจ้งค่าสาธารณูปโภค บัตรเครดิต direct mail รวมถึง digital publication ต่าง ๆ อาทิ E-book, digital magazine และ customized education book การพิมพ์แบบ personalization ที่มีการพิมพ์ชื่อสกุลของลูกค้าหรือผู้รับแต่ละคนบนฉลาก ยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับบรรจุกู้ชีพนั้น ทำให้ผู้รับเกิดความพึงพอใจเป็นพิเศษ กรณีศึกษาการพิมพ์แบบ personalization ที่สร้างกระแสความแปลกใหม่และประสบความสำเร็จมากทางการตลาด คือ การส่งเสริมการขายด้วยแคมเปญ เรียกว่า one to one digital printing campaign ด้วยการพิมพ์ชื่อบุคคลชื่อต่าง ๆ บนกระป๋องและขวดน้ำอัดลมให้แตกต่างกัน และการพิมพ์ลวดลายบนตัวขวดแต่ละขวดให้มีสีสันสดใสและแตกต่างกันในแต่ละขวด



- การนำเทคโนโลยีดิจิทัลด้านภาพเคลื่อนไหวและเสียงใส่ลงไปในสิ่งพิมพ์ (video in print technology) เช่น การ์ดหรือกล่องพูดได้ ร้องเพลงได้ เหมาะกับการโฆษณา ร้าน มีปุ่มกดให้เปลี่ยนช่อง เพิ่ม/ลดเสียงได้

- เทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ (3D printing technology) มีบทบาทสำคัญทั้งการพิมพ์ การแพทย์ แพชชั่น การก่อสร้าง และอื่น ๆ

- การพิมพ์ที่เพิ่มมูลค่าได้สูง (High value added printing) ด้วยหมึกพิมพ์พิเศษ อาทิ หมึกกันปลอมแปลง หมึกล่องหน (invisible ink) หมึกเรืองแสง (electroluminescent ink) หมึกที่เหนียวนำไฟฟ้าได้ (conductive ink, graphene ink) หมึกถ่ายโอนด้วยน้ำ (water transfer ink) หมึกพิมพ์บรรจุภัณฑ์อาหาร (food grade ink)

- การใช้วัสดุทดแทนใหม่ๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน เช่น พลาสติกชีวภาพ

- การพิมพ์บรรจุภัณฑ์ฉลาดหรือบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ (smart packaging) ด้วยหมึกที่เปลี่ยนสีได้ตามสภาพ ปัจจุบันของสินค้าที่บรรจุ เพื่อบ่งบอกให้ลูกค้าทราบประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ

- การพิมพ์ฉลากอัจฉริยะ (smart label) ที่เป็น QR code เพื่อให้สามารถติดตามและตรวจสอบสินค้าได้ตลอดเส้นทางจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค ตัวอย่างที่ควรนำฉลากอัจฉริยะไปติดบนกระสอบข้าวสารเพื่อแก้ปัญหาการเวียนเทียน และติดบนบรรจุภัณฑ์ยาที่ผู้ป่วยสามารถอ่านข้อมูลยาและวิธีการรับประทานได้ครบถ้วนและชัดเจนขึ้น

- การพิมพ์บนป้ายหรือตู้แสดงและจำหน่ายสินค้า (display) ที่สั่งซื้อโดยใช้ smart phone สแกนไปบนภาพพิมพ์สินค้าหรือตัวสินค้า และสินค้าจะถูกส่งไปที่บ้าน เป็นวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจสั่งซื้อสินค้าแบบออนไลน์ ต้องการลดเวลาการซื้อสินค้าที่ร้าน

- การเชื่อมเทคโนโลยีการพิมพ์กับเทคโนโลยีฐานข้อมูลดิจิทัล (cross media printing) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทำให้ทราบพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

- การพิมพ์งานจำนวนพิมพ์น้อย ๆ ด้วยเครื่องพิมพ์ดิจิทัลที่ใช้คนคนเดียวควบคุม

- การพิมพ์หนังสือด้วยเทคโนโลยี AR ที่ผู้อ่านสามารถโหลดแอปพลิเคชันบน smart phone แล้วนำไปสแกนและชมภาพเคลื่อนไหวบนหนังสือได้ ทำให้ตลาดหนังสือป๊อปปูล่าเริ่มหายไปจากตลาด

ผู้บริหารชุดปัจจุบันของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยได้ตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตด้านอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของอาเซียน เมื่อเข้าสู่ AEC แล้ว เพราะไทยมีจุดแข็งแกร่งมากในด้านที่มีความหลากหลายของผู้ผลิต มีผู้จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร (supplier) ที่มากถึง 80% ของสินค้าที่ผลิตได้เองภายในประเทศ ยกเว้นสินค้าแบรนด์ดังที่ยังต้องนำเข้า ทั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีการเติบโตอย่างมาก และมีนโยบายที่เน้นการกระตุ้นเศรษฐกิจและมองตลาด AEC เป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ระยะเร่งด่วน มุ่งที่ประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดกับไทย ได้แก่ กัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ ซึ่งประชากรของทั้งสามประเทศขึ้นขอบในภาพลักษณ์ที่ดีและเชื่อถือคุณภาพสินค้าไทย ทำให้ตลาดการค้าชายแดนไทยกับทั้งสามประเทศเติบโตต่อเนื่องมาตลอด ปีละ 5-6%

ระยะที่ 2 ระยะกลาง มุ่งไปที่ประเทศภาคีสมาชิกอาเซียนที่มีจำนวนประชากรสูงมาก ๆ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม หากเปิดตลาดสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ให้เติบโตสูงได้ จะคุ้มค่าการลงทุนมาก ควรหาคู่ค้าที่เป็นคนของประเทศนั้น ๆ แล้วผลิตสินค้าส่งไปขาย ทั้งนี้การเติบโตของตลาดสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ไทยเป็นผลมาจาก GDP 2 ส่วน คือ จากการบริโภคภายในประเทศและจากการส่งออก

ระยะที่ 3 มุ่งสู่ตลาดใหม่ ๆ แทนตลาดเดิม เช่น ประเทศในกลุ่ม BRICS ได้แก่ บราซิล รัสเซีย อินเดีย จีน แอฟริกาใต้ มีจำนวนประชากรรวมกันสูงถึงครึ่งหนึ่งของจำนวนประชากรโลก ยกตัวอย่างตลาดอินเดีย ที่สินค้ายังคงห่อด้วยกระดาษ แต่ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ดี อินเดียเป็นประเทศที่มีช่องว่างมากระหว่างคนรวยกับคนจน ส่วนชนชั้นกลางมีน้อยไม่ถึง 30% กำลังซื้อของแต่ละกลุ่มจึงแตกต่างกันมาก สำหรับตลาดแอฟริกากำลังเป็นที่สนใจเช่นกันเพราะมีแนวโน้มว่าจะเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตสูงต่อจากเอเชีย

วิทยากรได้กล่าวสรุปว่าทางรอดของอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ คือ การยกระดับภาคการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้นอีกระดับหนึ่งให้เข้าสู่ Industry 4.0 ให้สอดคล้องกับที่ภาครัฐได้ตั้งเป้าหมายไว้ให้ได้ และโดยให้ความสำคัญการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งแรก (Industry 1.0) ที่มีการสร้างเครื่องจักรไอน้ำนำไปสู่การสร้างรถไฟและเครื่องจักรในโรงงาน การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 2 (Industry 2.0) เป็นการเปลี่ยนจากการใช้เครื่องจักรไอน้ำมาใช้พลังงานไฟฟ้า การปฏิวัติอุตสาหกรรม ครั้งที่ 3 (Industry 3.0) เป็นการใช้ระบบอัตโนมัติในการผลิตแทนที่แรงงานคน และการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 หรือ Industry 4.0 คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการผลิตสินค้า สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายตามความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคแต่ละราย นอกจากนี้ยังต้องสอดคล้องกับสภาพสังคมยุคใหม่ที่กำลังเป็น paperless society และนโยบาย Digital Economy ของรัฐบาล รวมทั้งการผลักดันยุทธศาสตร์ Trading Nation ที่จะทำให้ไทยเป็นชาติการค้าในภูมิภาคและระดับโลก โดยมองตลาดโลกเป็นตลาดเป้าหมาย

ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้รับความรู้เกี่ยวกับอนาคตและแนวโน้มการปรับตัวของธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ที่จะเป็นทางรอดในการดำเนินธุรกิจและนำความรู้ที่ได้รับไปใช้เขียนเอกสารการสอน จัดทำสื่อและกิจกรรมประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับโครงสร้างและสภาพของภาคอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันและอนาคตจากแนวโน้มการปรับตัวของธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ที่จะเป็นทางรอดในการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

นำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในเป็นแนวทางในการวางแผนทำงานวิจัยที่ตอบโจทย์ของภาคอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจงการใช้เอกสาร

ขอขอบคุณที่ท่านให้ความสนใจศึกษาเอกสารเผยแพร่ความรู้ (KM) ของสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มสธ. ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์เชิงวิชาการในวงกว้าง ทั้งนี้หากท่านนำข้อมูลจากเอกสารนี้ไปใช้ ขอให้อ้างอิงแหล่งที่มาจากรเราด้วย พร้อมทั้งแจ้งให้เราทราบแหล่งที่ท่านนำไปอ้างอิง โดยแจ้งทางอีเมลล์ที่ stoffice@stou.ac.th เพื่อประโยชน์ในการบูรณาการข้อมูลร่วมกัน