



K SME Analysis

SME จับเทรนด์รักษ์โลก

เร่งสร้างเม็ดเงิน



ประเด็นสำคัญ

- ปัจจุบัน กระแสการตื่นตัวทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะประเด็นปัญหาด้านขยะพลาสติก ทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องเพิ่มการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ขณะเดียวกัน ก็อาจต้องติดตามประเด็นเกี่ยวกับมาตรการทางด้านภาษีที่ภาครัฐผลักดันออกมา ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการเก็บภาษีในอัตราที่สูงสำหรับผู้ผลิตขยะออกมา และลดหย่อนภาษีเพื่อสร้างแรงจูงใจต่อผู้ผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจัยนี้อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนทางธุรกิจในระยะข้างหน้า
- **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** ประเมินว่า กระแสการใส่ใจสิ่งแวดล้อมในเวลานี้ น่าจะมีความยั่งยืน และได้รับการตอบรับจากทุกภาคส่วนอย่างรวดเร็วกว่าช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งประเด็นดังกล่าวนำมาซึ่งโอกาสสำหรับธุรกิจใหม่ๆ อาทิ ผลิตภัณฑ์ทดแทนต่างๆ ที่ผลิตจากธรรมชาติ หรือธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าแบบเติม หรือ Refill Shop/Station ขณะเดียวกัน ถือเป็นความท้าทายสำหรับธุรกิจเดิมได้แก่ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ที่อาจต้องปรับโมเดลธุรกิจไปผลิตสินค้าอื่นทดแทน เช่น ผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวภาพจากธรรมชาติที่ย่อยสลายได้ หรืออาจต้องหาช่องทางขยายการลงทุนในสินค้าใหม่ๆ เพิ่มเติม
- **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** เห็นว่า การปรับธุรกิจให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แม้ว่าในระยะสั้นอาจจะเป็นการเพิ่มต้นทุนต่อธุรกิจ ทั้งทางด้านการลงทุนวิจัยและพัฒนาหรืออาจต้องลงทุนด้านเครื่องจักรใหม่ๆ รวมถึงอาจได้การตอบรับทางด้านยอดขายในระดับที่ไม่สูง แต่สำหรับในระยะยาวแล้ว ผู้ที่เริ่มต้นปรับเปลี่ยนธุรกิจได้ก่อนจะสามารถเรียนรู้และเข้าใจสภาพความต้องการ ปัญหาและอุปสรรคของตลาด ขณะเดียวกันยังช่วยสร้างภาพลักษณ์เป็นที่จดจำของผู้บริโภคและช่วยทางด้าน การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ดีว่าธุรกิจที่เข้ามาทีหลัง

สถานการณ์ขยะในไทย

ขยะพลาสติก **2 ล้านตัน**

25%

รีไซเคิลได้

75%

ตกค้างในสิ่งแวดล้อม



ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา กระแสความใส่ใจทางด้านสิ่งแวดล้อม มีการตื่นตัวมากขึ้น ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งกระแสหนึ่งที่มีการตื่นตัวค่อนข้างมากคือปัญหาเกี่ยวกับขยะพลาสติก ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก โดยจากข้อมูลพบว่า ทั่วโลกมีการผลิตขยะพลาสติกประมาณ 302 ล้านตัน (2558) แต่หากพิจารณาทางด้านมาตรการจัดการที่ถูกต้องหรือการนำกลับไปใช้ใหม่ พบว่าสามารถทำได้เพียง 19.5% ที่เหลือถูกเผา 25.5% และทิ้งไปในสิ่งแวดล้อม 55.0% ขณะที่ประเทศไทยเอง พบว่ามีขยะพลาสติก ประมาณ 2 ล้านตัน แต่หากพิจารณามาตรการจัดการที่ถูกต้องพบว่า สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือรีไซเคิล ได้เพียง 0.5 ล้านตัน หรือ 25.0% ส่วนที่เหลือถูกนำไปฝังกลบ/เผาหรือตกค้างในสิ่งแวดล้อม

ปริมาณและวิธีการจัดการขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นในไทยและของโลก



ปริมาณขยะพลาสติกของโลก

302 ล้านตัน

- นำกลับไปใช้ประโยชน์ (recycle) **19.5%**
- เผา/ ฝังกลบ/ ตกค้างในสิ่งแวดล้อม **80.5%**



ปริมาณขยะพลาสติกของไทย

2 ล้านตัน

- นำกลับไปใช้ประโยชน์ (recycle) **25.0%**
- เผา/ ฝังกลบ/ ตกค้างในสิ่งแวดล้อม **75.0%**

ประเภทขยะพลาสติกที่ถูกเผา/ ฝังกลบ/ ตกค้างในสิ่งแวดล้อม

95.3%

พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง อาทิ
ถุง แก้ว ภาชนะ โฟม ขวดพลาสติก

4.7% อื่นๆ

ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ, Ourworldindata.org (2-9-2018)

ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้เกิดกระแสการตื่นตัวขึ้นในภาคส่วนต่างๆ ที่สรุปได้ ดังนี้



การตื่นตัวของภาคส่วนต่างๆ

ประชาชน	
☑ ใส่ใจสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	☑ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใส่ซ้ำได้

ธุรกิจ	รัฐบาล
☑ ผลิตสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	☑ ดันแผนปฏิบัติการจัดการขยะพลาสติก
☑ ใช้โมเดลเศรษฐกิจหมุนเวียน	☑ มาตรการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่

- **การตื่นตัวในภาคประชาชน** จากการรณรงค์ รวมถึงการนำเสนอผลกระทบจากขยะพลาสติกอย่างต่อเนื่อง ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภค มีการปรับเปลี่ยน โดยหันมาให้ความสนใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยบางส่วนหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้ซ้ำได้ อาทิ ถุงผ้า ตะกร้า ขณะที่บางส่วนเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

- **การตื่นตัวของภาคธุรกิจ** ซึ่งหลายรายเริ่มปรับการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ รวมถึงการปรับโมเดลธุรกิจโดยนำระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาใช้ในภาคธุรกิจ ซึ่งระบบนี้มุ่งเน้นไปที่การวางแผนใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าและมีประสิทธิภาพมากที่สุด เริ่มตั้งแต่การวางแผนลดการใช้ทั้งในภาคการผลิตและภาคของผู้ใช้ (Reduce) การนำมาใช้ซ้ำเพื่อลดการผลิตสินค้าใหม่ (Reuse) และการทำให้เกิดของเสียน้อยที่สุด โดยการนำกลับมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ (Recycle) ซึ่งระบบนี้ช่วยให้ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์มีแนวโน้มปรับลดลง ขณะเดียวกัน ก็ช่วยลดต้นทุนของธุรกิจในระยะข้างหน้า หากภาครัฐมีการใช้มาตรการภาษีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมาใช้

- **การตื่นตัวด้านภาครัฐ** ซึ่งหันมาใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์และกฎหมายมากขึ้น อาทิ การห้ามใช้หรือเก็บภาษีถุงพลาสติกในหลายประเทศ ขณะที่กลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป มีมติเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2561 ที่ผ่านมา เห็นชอบรายละเอียดเกี่ยวกับกฎหมายห้ามใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้งที่มักพบในทะเล อาทิ จาน มีด ช้อน ส้อม หลอดดูดน้ำ ก้านคอตตอนบัด และกล่องโฟม เพื่อแก้ปัญหามลพิษในทะเล โดยมีเป้าหมายเลิกใช้ในปี 2564 และขวดน้ำพลาสติก 90% จะถูกนำมารีไซเคิลใช้ใหม่ภายในปี 2568 ขณะที่ในส่วนของภาครัฐของไทยเอง ล่าสุดในช่วงปลายปี 2561 ที่ผ่านมา ได้มีการผลักดันร่างแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะพลาสติก 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) โดยตั้งเป้าหมายลดการใช้พลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง 7 ประเภท โดยในปี 2562 กำหนดให้เลิกใช้จำนวน 3 รายการได้แก่ พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (Cap Seal) ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มี

ส่วนผสมของสารประเภทออกไซด์ (Oxo) และไมโครบีดจากพลาสติก (Microbead) ขนาดที่ปี 2565 เลิกใช้จำนวน 2 รายการ คือ ถุงพลาสติกหูหิ้วขนาดความหนาน้อยกว่า 36 ไมครอน และกล่องโฟมบรรจุอาหาร ส่วนปี 2568 จะเลิกใช้แก้วน้ำพลาสติก (ใช้ครั้งเดียว) และหลอดพลาสติก โดยทั้ง 7 ประเภทจะแทนที่ด้วยวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังรวมถึงมาตรการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ และการลดปริมาณขยะพลาสติกในทะเลไทย ซึ่งเป้าหมายทั้งหมดกำหนดให้ลดลง 70% ภายในปี 2580

3 ธุรกิจ SME

ตอบรับ **กระแส**

- ผู้ผลิตในห่วงโซ่พลาสติกชีวภาพ
- ผลิตภัณฑ์ทดแทนต่างๆ
- ธุรกิจใหม่ๆ



ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า กระแสการตื่นตัวทางด้านสิ่งแวดล้อม ของทุกภาคส่วนจะทวีความเข้มข้นมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ ต้องปรับตัวมุ่งไปสู่การปรับโมเดลธุรกิจ ที่ใส่ใจหรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Go Green) ซึ่งประเด็นดังกล่าวนำมาสู่โอกาสสำหรับธุรกิจใหม่ๆ ขณะเดียวกัน ก็ยังมีความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการบางกลุ่มหรือบางราย ที่อาจได้รับผลกระทบเชิงลบจากระแสรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะ SMEs ที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

โอกาสทางธุรกิจ (Opportunity)

โอกาสของผู้ผลิตในห่วงโซ่พลาสติกชีวภาพ ความต้องการพลาสติกชีวภาพที่ผลิตจากพืชเกษตร อาทิ มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีแนวโน้มปรับเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม พลาสติกชีวภาพเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างต้องใช้เงินลงทุนสูง ดังนั้นธุรกิจ SME ที่สนใจมีส่วนร่วม อาจสามารถเข้าเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่การผลิต อาทิ การเป็นผู้รวบรวมวัตถุดิบทางการเกษตร อาทิ มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด เพื่อป้อนโรงงานผลิตพลาสติกชีวภาพ ที่คาดว่าในระยะถัดไปจะมีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นในไทย จากการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานชีวภาพของภาครัฐ

โอกาสของผลิตภัณฑ์ทดแทนต่าง ๆ ที่สามารถทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) หรือนำกลับมาแปรรูปเพื่อใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) อาทิ ถูผ้า แก้ว กระดาษ โลหะ ปิ่นโต หรือวัสดุจากธรรมชาติอื่นๆ ที่ย่อยสลายได้ อาทิ ก่อ่ง จาน ชาม หรือแก้วที่ผลิตจากขานอ้อย แป้งมันสำปะหลัง หรือแป้งข้าวโพด ที่เริ่มมีการผลิตออกมาในตลาดมากขึ้น และมีเทคโนโลยีไม่ซับซ้อน เหมาะสำหรับผู้ประกอบการ SMEs อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ผลิตสินค้าทั่วไปมีความเคยชินกับการใช้บรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม ทำให้ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ทดแทนต่าง ๆ อาจจำเป็นต้องวิจัยหรือวางแผนร่วมกับผู้ผลิตสินค้า เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบหรือคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ทดแทน ที่เหมาะสมกับประเภทสินค้า หรือการแสดงสัญลักษณ์ที่สะดวกในการเก็บรวบรวมเพื่อกำจัด ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากธรรมชาติ อาจมีวิธีการกำจัดที่แตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ทั่วไป

โอกาสของธุรกิจใหม่ ๆ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ในการลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ อาทิ ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าแบบเติม หรือ Refill Shop/Station โดยให้ผู้ซื้อนำบรรจุภัณฑ์มาใส่เอง และคิดราคาตามน้ำหนัก ซึ่งธุรกิจแบบนี้ค่อนข้างได้รับความนิยมในต่างประเทศ ในการจำหน่ายสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิ เครื่องปรุงรส น้ำหอม สบู่ แชมพู น้ำยาชำระล้างต่างๆ โดยจุดเด่นของธุรกิจประเภทนี้คือ ราคาจำหน่ายต่ำกว่าสินค้าปกติทั่วไป เนื่องจากไม่มีต้นทุนด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าโฆษณา และค่าแบรนด์สินค้า ขณะเดียวกัน ลูกค้ายังกำหนดปริมาณที่จะซื้อได้ตามต้องการ ทั้งนี้ธุรกิจประเภทนี้ อาจยังมีไม่มากนักในประเทศไทย เพราะเป็นธุรกิจแนวใหม่ที่ต้องใช้ระยะเวลาการรับรู้ของประชาชน แต่หากสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้เร็ว จะช่วยเพิ่มการรับรู้และจดจำให้กับธุรกิจ ฉะนั้น SME ที่สนใจธุรกิจนี้ อาจจำเป็นต้องเริ่มต้นศึกษาวิจัย เพื่อเข้าใจพฤติกรรมหรือความต้องการของตลาด ว่าต้องการสินค้าแบบ Refill ประเภทใด รวมถึงการศึกษาทำเลที่ตั้งธุรกิจซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ ตลาด หอพัก หรือชุมชนที่มีชาวต่างชาติอาศัย ประการสำคัญก็คือ การร่วมมือกับซัพพลายเออร์ เกี่ยวกับการจัดส่งสินค้า อาทิ การส่งมาในภาชนะขนาดใหญ่แล้วมาแบ่งขายในภายหลัง หรือปริมาณการสั่งซื้อสินค้าที่สอดคล้องกับตลาด เพื่อลดปัญหาสินค้าในสต็อกหมดอายุ เป็นต้น

ความท้าทายทางธุรกิจ (Challenge)

ภาคธุรกิจเดิมที่ได้รับผลกระทบจากกระแสตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมากคือ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ที่ปัจจุบันมีผู้ประกอบการประมาณ 1,565 ราย และมีมูลค่าการผลิตประมาณ 1.9 แสนล้านบาทต่อปี โดยเฉพาะผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง ซึ่งเผชิญกับปัจจัยจากปริมาณการใช้ที่อาจลดลงในอัตราที่สูงกว่าช่วงที่ผ่านมา (เฉลี่ย 0.0% ต่อปี ช่วงปี 2553-2561) หรือการมีต้นทุนการจัดการที่เพิ่มขึ้น หากภาครัฐนำมามาตรการด้านภาษีมาใช้ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการเก็บภาษีในอัตราที่สูงสำหรับผู้ผลิตขยะออกมา และลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจลดการใช้ หรือหาวิธีในการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงการปรับเปลี่ยนไปใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งธุรกิจในกลุ่มนี้อาจต้องปรับตัวโดยการวิจัยกระบวนการผลิตใหม่ที่สามารถนำวัสดุที่ย่อยสลายได้มาใช้ อาทิ พลาสติกชีวภาพจากธรรมชาติ ซึ่งสามารถนำมาใช้แทนพลาสติกทั่วไป และคาดว่าในระยะข้างหน้าเมื่อมีการผลิตในเชิงพาณิชย์

มากขึ้น จะทำให้ต้นทุนการผลิตปรับลดลงจนใกล้เคียงกับพลาสติกที่มาจากปิโตรเคมี ขณะที่ตลาดทั้งในและต่างประเทศต่างยอมรับพลาสติกชีวภาพ ซึ่งสามารถนำมาใช้ทำผลิตภัณฑ์พลาสติกได้โดยมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยนอกจากนี้ ภาคธุรกิจอาจจำเป็นต้องศึกษาเพื่อหาช่องทางลงทุนในโมเดลธุรกิจใหม่ๆ มาทดแทนสินค้าเดิม ที่อาจได้รับผลกระทบจากปริมาณความต้องการที่ปรับลดลงในระยะข้างหน้า

ศูนย์วิจัยสิทธิกรไทย เห็นว่า กระแสการตื่นตัวทางด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับที่พัฒนาและกระจายอย่างรวดเร็วไปในทุกภาคส่วน ซึ่งต่างมุ่งมั่นและร่วมมือเพื่อลดหรือแก้ปัญหาดังกล่าวอย่างจริงจัง อย่างไรก็ตาม ในเบื้องต้น คาดว่ายังพอมีระยะเวลาสำหรับการปรับตัวของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นที่น่าสังเกตว่าการลงทุนวิจัยและพัฒนาหรือลงทุนด้านเครื่องจักรใหม่ๆ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ทดแทนสินค้าเดิม อาจเพิ่มต้นทุนต่อธุรกิจ SME ที่มีเงินทุนจำกัด ขณะที่ธุรกิจที่นำเสนอโมเดลใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม ในช่วงแรกอาจต้องเผชิญการตอบรับทางด้านยอดขาย จากผู้บริโภค รวมถึงภาคธุรกิจต่างๆ ในระดับที่ไม่สูง อย่างไรก็ตาม สำหรับในระยะยาวแล้ว ผู้ที่เริ่มต้นปรับเปลี่ยนธุรกิจได้ก่อน จะสามารถเรียนรู้และเข้าใจสภาพความต้องการ ปัญหาและอุปสรรคของตลาด ขณะเดียวกัน ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์เป็นที่จดจำ และช่วยทางด้านการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ดีว่าธุรกิจที่เข้ามาทีหลัง

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จบ
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่    

