

# 4 เทรนด์บรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ รักโลก และกินได้



แพคเกจจิ้ง หรือ บรรจุภัณฑ์ เป็นสิ่งห่อหุ้มที่นอกจากจะปกป้องสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เป็นแรงสนับสนุนให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

แต่การสร้างบรรจุภัณฑ์ในยุคนี้คงไม่ง่ายเหมือนในอดีต เพราะบรรจุภัณฑ์ยุคใหม่นอกจากความสวยงาม คงทน โดดเด่น ยังต้องตอบโจทย์ด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และการสร้างคุณค่าต่อสังคมด้วย

ยกตัวอย่างผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกซึ่งมีส่วนการใช้งานมากที่สุด จะต้องมีการพัฒนาที่ตอบโจทย์ความคิดสร้างสรรค์ต่อแนวทางการบริโภคที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลกที่มุ่งไปสู่การใช้ **Recycled PET Recycled PP** รวมถึงการลงทุนเพื่อผลิตไบโอพลาสติก (PLA) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมยิ่งขึ้นอีกด้วย

งานวิจัยของ Westrock เรื่อง ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการซื้อของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ประกอบด้วย

65% เป็นลูกค้าใหม่ที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าครั้งแรกจากบรรจุภัณฑ์

55% เป็นลูกค้าเดิมที่ซื้อสินค้าซ้ำเนื่องจากประทับใจในบรรจุภัณฑ์

50% เป็นลูกค้าที่เปลี่ยนแบรนด์เพราะมีประสบการณ์ที่ไม่ประทับใจในบรรจุภัณฑ์

จากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ามีลูกค้าใหม่ถึง 65% ตัดสินใจซื้อสินค้าครั้งแรกจากบรรจุภัณฑ์ นั่นหมายความว่าบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญอย่างมากต่อยอดขายสินค้า รวมถึงยังสามารถสร้างความภักดีจากผู้บริโภคได้ พิสูจน์ได้จากมีลูกค้าถึง 50% เปลี่ยนไปหาแบรนด์ใหม่เพราะไม่ประทับใจในบรรจุภัณฑ์ ถือเป็นอาวุธที่ทรงพลังอย่างมาก

จึงไม่แปลกที่หลายบริษัทจะยอมทุ่มงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ด้วย อาทิ กล่องยืดอายุผลไม้ เราเคยคิดบ้างไหมว่ามะม่วงที่เก็บไว้ประมาณ 1 อาทิตย์ จะสามารถยืดอายุออกไปได้อีก 1 อาทิตย์ด้วยกล่องกระดาษที่ดูจากภายนอกแล้วแทบไม่แตกต่างจากกล่องทั่วไป แต่ภายในกล่องกระดาษเป็นลูกฟูกที่ใช้เทคโนโลยีเคลือบผิวด้วยสารเคลือบชนิดพิเศษ ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาผลไม้ในระหว่างการขนส่ง ภายใต้อุณหภูมิที่เหมาะสม ให้คงสภาพอยู่ได้นานขึ้น ทำให้สินค้าที่ส่งไปขายในต่างประเทศสามารถคงความสดได้นานขึ้น แก้ปัญหาเน่าเสียระหว่างทางหรือระหว่างรอการจำหน่าย

แพคเกจจิ้งที่ดีต้องมีเอกลักษณ์และความโดดเด่น ถ้าเป็นยุคนี้ก็ต้องใส่ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเข้าไปด้วย ในเวทีการประกวดออกแบบบรรจุภัณฑ์ **WorldStar Packaging Awards 2019** ที่จัดโดย **World Packaging Organization (WPO)** ณ กรุงปารีส สาธารณรัฐเช็ก นักออกแบบไทยสามารถคว้ารางวัลชนะเลิศการออกแบบบรรจุภัณฑ์ระดับโลกมาได้หลายรายการ เช่น รางวัลชนะเลิศประเภท Luxury Packaging โดย **รศกัญญา บ่อเพชร** จากบริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) กับผลงาน **Happiness under the Moon (Salute to joyful life)** ออกแบบกล่องขนมไหว้พระจันทร์โดยนำเรื่องราวของพระจันทร์กับกระต่ายมาถ่ายทอดบนชิ้นงานผ่านลวดลายกราฟิกสะดุดตา จุดเด่นคือการออกแบบและผลิตจากกระดาษรีไซเคิล ลดการใช้ถุง และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้



**รางวัล Happiness under the Moon (Salute to joyful life) โดย รศกัญญา บ่อเพชร**

ขณะที่ในระยะ 5 ปีข้างหน้า ธุรกิจบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมน่าจะยังมีโอกาสในการขยายตลาดได้ ภายใต้ปัจจัยด้านความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ประกอบกับเงื่อนไขสนับสนุนการผลิต เช่น มาตรการส่งเสริมการลงทุน ความพร้อมด้านวัตถุดิบทดแทน รวมทั้งมาตรการภาครัฐเพื่อสร้างระบบการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ ทำให้มูลค่าบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมิตรต่อ

สิ่งแวดล้อมน่าจะขยายตลาดได้เพิ่มขึ้นไปแต่ละระดับ 13,000-16,000 ล้านบาท ในปี 2568 ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นไปอยู่ที่ 8-10% ของมูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มรวม

จากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ในฐานะหน่วยงานหลักในการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมของไทยที่เข้าใจภาพรวมของอุตสาหกรรม และทิศทางการเปลี่ยนแปลงผู้บริโภค ได้เปิดเผยถึงแนวโน้มของเทรนด์บรรจุภัณฑ์ในปี 2564 เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Sustainable) เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly) เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผ่าน 4 องค์ประกอบสำคัญ ประกอบด้วย



ภาพจาก [Thaifarmerlibrary](#)

### บรรจุภัณฑ์กินได้

เนื่องจากผู้บริโภคยุคปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการหันมาใส่ใจและดูแลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ประกอบกับสถานการณ์ในประเทศไทยที่มีปริมาณขยะพลาสติกและโฟมมากถึง 2.7 ล้านตัน แม้ว่าหลายธุรกิจจะปรับตัวมาใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติมากขึ้นแล้ว แต่ก็ถือได้ว่าเป็นการทำร้ายสิ่งแวดล้อมทางอ้อมอยู่ดี ดังนั้นหากบรรจุภัณฑ์สามารถรับประทานได้จะช่วยให้ปริมาณขยะลดลง อย่างเช่น **ฟิล์มแคร์รอด** ผลงานการวิจัยจาก กรมวิชาการเกษตรที่สามารถรับประทานได้ ทั้งยังมีสารเบต้าแคโรทีนอีกด้วย (beta-Carotene)



ภาพจาก Salika.co

### บรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์

บรรจุภัณฑ์ที่เน้นแข่งขันกันในด้านของความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาให้บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน ในรูปแบบสิ่งของ หรือแม้แต่ต่อยอดให้สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องประดับตกแต่งบ้านได้อีก ด้วย จึงถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ภาคอุตสาหกรรมไม่ควรมองข้าม



### บรรจุภัณฑ์ไบโอ

หรือบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ 100% ถือเป็นอีกหนึ่งเทรนด์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับ สถานการณ์ ขยะล้นโลก ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมอย่างเลี่ยงไม่ได้ ทำให้ทั่วโลกกลับมา ตระหนักถึงปัญหานี้ จนนำมาสู่การวิจัยและพัฒนาพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ หรือที่ เรียกว่า ไบโอพลาสติก (Bioplastic) ในช่วงที่ผ่านมา จึงจะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ สามารถย่อยสลายได้เองนั้น ถือเป็นทางเลือกการทำลายสิ่งแวดล้อม และปริมาณขยะจากการใช้พลาสติกได้ เป็นอย่างดี



ภาพจาก [naibann.com](http://naibann.com)

### บรรจุภัณฑ์รีไซเคิล

การนำขยะมารีไซเคิล ทั้งขยะพลาสติก โลหะ ขยะอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ กระดาษจากกล่องบรรจุสินค้าออนไลน์ และ กล่องไปรษณีย์ ที่มีแนวโน้มเพิ่มปริมาณขยะประเภทกระดาษมากยิ่งขึ้น การที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลเพื่อสอดคล้องกับเทรนด์รักโลก หรืออาจนำบรรจุภัณฑ์กระดาษไปพัฒนาเป็นสินค้าใหม่ ถือเป็น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากขยะได้อีกทางหนึ่ง อาทิ การนำกระดาษรีไซเคิลมาเป็นขวด และโต๊ะเรียนหนังสือจากกล่องไปรษณีย์ไทย เป็นต้น

นี่คือส่วนหนึ่งของนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เปลี่ยนไปในโลกยุคใหม่ ซึ่งถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาสังคม และอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค ไม่ใช่เฉพาะบริษัทใหญ่เท่านั้นที่ต้องดำเนินการ แม้กระทั่งธุรกิจเล็ก ๆ ก็ต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์ในยุคนี้.../\*



Cr. [suksawad.com](http://suksawad.com)

Cr. [salika.co](http://salika.co)