

5 ประโยชน์เด็ดของ Packaging ที่อาจไม่มีใครเคยบอกคุณ!



เรื่อง เจษฎา ปุรินทวรกุล

สำหรับการขายสินค้าแล้ว การพัฒนาบรรจุภัณฑ์หรือแพ็คเกจจิ้งขึ้นมา ถือได้ว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้อย่างคุ้มค่ามากๆ แต่หารู้ไม่ว่า ผู้ประกอบการตามท้องตลาดทั่วไปกลับมองว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์คือการเพิ่มต้นทุนให้กับสินค้า และผลักราคาให้กับผู้บริโภค

เช่น ร้านค้า A ขายกล้วยฉาบกล่องละ 100 กรัม ในราคา 3 กล่อง 100 บาท แต่เมื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์แล้ว หากขาย 3 กล่อง 100 บาท จะได้กำไรน้อยลง และร้านค้าคู่แข่งก็ขายแข่งอยู่แถมกำไรมากกว่าตัวเอง โดยไม่ได้มองเลยว่า เมื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์แล้ว ลูกค้าจะมีโอกาสซื้อสูงขึ้น แถมร้านค้า A สามารถใส่กล้วยฉาบให้น้อยลงเหลือเพียงกล่องละ 50-75 กรัม ด้วยซ้ำ เพราะลูกค้าอาจถูกใจที่ตัวบรรจุภัณฑ์มากกว่าสนใจปริมาณกล้วยฉาบที่อยู่ภายในถุง

ถามว่าการสร้างบรรจุภัณฑ์ หรือ แพ็คเกจจิ้ง (Packaging) นั้น หมายถึงอะไร ก็หมายถึงการใช้แนวคิดที่สร้างสรรค์ เพื่อออกแบบวัสดุที่จะนำมาใช้บรรจุสินค้า ให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่เราผลิตขึ้นมา เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านการขนส่ง (ขนส่งง่ายขึ้น เสียหายยากขึ้น) จำหน่าย (สวยงาม ดึงดูด น่าหยิบจับ น่าซื้อมาสะสม) เก็บรักษาให้อายุสินค้านานขึ้น (เช่น การดูดอากาศออกจากถุงบรรจุภัณฑ์ให้หมดก่อนปิดผนึก) และที่สำคัญคือ ด้านการตลาดซึ่งผู้ประกอบการอาจไม่เคยรู้มาก่อนว่า แพ็คเกจจิ้งสามารถทำการตลาดแทนเราได้ สื่อสารแทนเราได้ และประโยชน์อีกมากมาย ดังนี้

1. ปกป้องและป้องกัน (Protect)

แพ็คเกจจิ้งจะทำหน้าที่คุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้ยุบ สลาย เสียรูป หรือคงสภาพของตัวบรรจุภัณฑ์ให้เหมือนกับตอนออกจากโรงงานให้มากที่สุด และเสียหายน้อยที่สุด อีกส่วนคือการป้องกันฝุ่น แสง ความชื้น ออกซิเจน ฯลฯ เพื่อให้สินค้า (ส่วนใหญ่เป็นของกิน) มีความสด และสามารถวางขายได้นานขึ้น

2. สื่อสาร และให้ข้อมูล (Inform)

ยิ่งข้อมูลเด่นชัดมากเท่าไร ยิ่งเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้ซื้ออย่างมากขึ้นเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นชื่อสินค้า สิ่งของที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์คืออะไร หน้าตาเป็นอย่างไร ใช้ภาพประกอบหรือใช้แพ็คเกจจิ้งแบบใสเพื่อให้ลูกค้ามองเห็นสินค้าได้โดยตรงเลย ผลิตจากที่เห็น ส่วนประกอบ วันที่ผลิต วันหมดอายุ ข้อมูลด้านโภชนาการ มาตรฐานสินค้าต่างๆ เช่น ออย. หรือ GMP เป็นต้น

3. ดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal)

ด้วยความที่สินค้าชนิดใหม่ๆ นั้น เกิดขึ้นตามท้องตลาดอยู่ทุกวัน การจะทำให้สินค้าของเราโดดเด่น และทำให้ลูกค้าหยิบสินค้าของเราขึ้นมาดูได้ แพ็คเกจจิ้งนั้นมีผลอย่างมหาศาล เพราะถ้าแพ็คเกจจิ้งของเราสวยงาม น่าสนใจ จูงใจให้เกิดการซื้อได้ (เป็นผลมาจากปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น ขนาด รูปร่าง สี สัน รูปทรง วัสดุที่ใช้ ข้อความ ฯลฯ) ที่สำคัญคือสินค้าต้องดี มีคุณภาพ เพื่อให้เกิดการใช้ซ้ำและบอกต่อ

4. ช่วยเพิ่มกำไร (Profit) และสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added)

นี่คือหน้าที่หลักของแพ็คเกจจิ้ง ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้เป็นอย่างดี อย่างเช่นในญี่ปุ่น ร้านค้าแถวฟูซาไฟฟูจิ จะสร้างแพ็คเกจจิ้งเป็นกล่องทรงภูเขาไฟขนาดเล็ก ทาด้วยสีฟ้าอ่อน บริเวณปล่องเป็นสีขาว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า ซึ่งบางครั้งผู้ซื้อแทบจะไม่สนใจด้วยซ้ำว่าสินค้าภายในกล่องภูเขาไฟคืออะไร แต่เขาซื้อเพราะแพ็คเกจจิ้งสวย และสามารถนำไปเป็นของฝากได้ สิ่งนี้คือตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นว่าบางครั้งเราไม่ต้องเน้นที่ปริมาณของสินค้า เพราะบางครั้งแพ็คเกจจิ้งก็สามารถขายได้ด้วยตัวเอง ส่งผลให้มีกำไรสูงขึ้น

5. โปรมอชั่น (Promotion)

ข้อดีข้อนี้เป็นเรื่องของการตลาด แพ็คเกจจิ้งสามารถถูกสร้างขึ้นตามเทศกาล และช่วงเวลาที่สำคัญได้ด้วย เช่น วันปีใหม่ วันวาเลนไทน์ เป็นต้น ช่วงปีใหม่เราอาจควมรวมสินค้าหลายๆ ประเภทเข้าด้วยกันเพื่อสร้างแพ็คเกจจิ้งที่ดึงดูดใจ พร้อมกับมอบส่วนลดไปด้วยในตัว เพื่อสร้างยอดขายให้สูงขึ้นในเทศกาลต่างๆ

เห็นประโยชน์ที่มากมายขนาดนี้แล้ว ยังมีใครบอกว่าแพ็คเกจจิ้งไม่สำคัญอยู่อีกไหมเอ่ย

ที่มา:

เจษฎา บุรินทวรกุล ผู้เขียน

จาก www.smethailandclub.com

วันที่ 31 กค. 2017

ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่:

www.smethailandclub.com

ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี