

Sustainable Packaging ... ปกป้องผลิตภัณฑ์ ปกป้องโลก และปกป้องธุรกิจ

บรรจุกัญท์ นอกจากทำหน้าที่ปกป้องสินค้าและยืดอายุสินค้าแล้ว ยังมีส่วนอย่างยิ่งในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และช่วยให้สินค้ามีโอกาสเข้าถึงลูกค้าใหม่มากขึ้น เพราะบรรจุกัญท์เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ขณะเดียวกันบรรจุกัญท์ก็ถูกมองว่าเป็นหนึ่งในตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดขยะล้นโลก โดยเฉพาะบรรจุกัญท์แบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single Use Packaging) เช่น ขวดพลาสติก โฟม และกล่องอาหาร ซึ่งไม่เพียงส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม แต่ยังกระทบถึงสิ่งมีชีวิต เช่น เต่าทะเลที่อาจกินขยะพลาสติกที่ถูกร้างในทะเล

Sustainable Packaging หรือ**บรรจุกัญท์ที่ยั่งยืน** จึงเป็นคำตอบสำหรับธุรกิจในปัจจุบัน เพราะไม่เพียงทำหน้าที่ปกป้องสินค้า แต่ยังปกป้องโลก และปกป้องธุรกิจไปพร้อมๆ กันอีกด้วย เนื่องจาก**ผู้บริโภคให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ** กับการเลือกซื้อ**ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุกัญท์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** โดยข้อมูลจาก The 2023 Buying Green Report ชี้ให้เห็นว่าแม้ราคาสินค้าในปี 2566 จะสูงขึ้นตามภาวะเงินเฟ้อทั่วโลก แต่กลับมีผู้บริโภคจำนวนมากขึ้นที่ยังเต็มใจจ่ายเงินเพิ่มสำหรับสินค้าที่ใช้บรรจุกัญท์ที่ยั่งยืน บ่งชี้ว่าแม้ในสถานการณ์เศรษฐกิจที่เลวร้ายลง สิ่งแวดล้อมก็ยังคงเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ นอกจากนี้ **บางประเทศได้ออกมาตรการเกี่ยวกับบรรจุกัญท์ที่เข้มงวดขึ้นเพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม** อาทิ EU ออกมาตรการห้ามใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง ส่งผลให้บรรจุกัญท์ที่ยั่งยืนทวีบทบาทมากขึ้นในภาคธุรกิจ สะท้อนได้จากมูลค่าตลาดบรรจุกัญท์ที่ยั่งยืนของโลกที่ Straits Research คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 2.4 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2565 เป็น 4 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2574 หรือเพิ่มขึ้นปีละ 7.7% ในช่วงปี 2566-2574 ส่องเทรนด์โลกฉบับนี้จึงขอนำทุกท่านไปทำความรู้จักกับบรรจุกัญท์ที่ยั่งยืนที่น่าสนใจ โดยเฉพาะบรรจุกัญท์ที่ได้มาจากการ **Upcycle** และ **Recycle** ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเหมือนกัน แต่มีลักษณะแตกต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจ



สร้างชีวิตที่ 2 ให้บรรจุกัญท์ด้วยการ Upcycle

บรรจุกัญท์จากการ Upcycle คือ การออกแบบให้วัสดุที่ผ่านการใช้งานมาแล้วให้กลายร่างมาเป็นบรรจุกัญท์ เพื่อยืดอายุวัสดุดังกล่าวไม่ให้มีจุดจบเป็นขยะเร็วเกินไป เช่น การนำกระป๋องที่ใช้จนแล้วมาดัดแปลงเป็นกระถางที่มีลวดลายสวยงามสำหรับใส่ต้นไม้ที่วางจำหน่าย และการนำเสื้อผ้าใช้แล้วมาดัดแปลงเป็นถุงผ้าบรรจุสินค้า อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ประกอบการจะ Upcycle วัสดุอื่นๆ มาเป็นบรรจุกัญท์ของผลิตภัณฑ์อาจมีข้อจำกัดในการทำบรรจุกัญท์จำนวนมากๆ แต่มีอีกวิธีที่ทำให้การ Upcycle บรรจุกัญท์กลายเป็นกลยุทธ์ใหม่ของธุรกิจ คือ **การออกแบบบรรจุกัญท์ให้ผู้บริโภคสะดวกที่จะนำไป Upcycle เพื่อใช้ประโยชน์ในรูปแบบอื่น** เช่น การออกแบบให้บรรจุกัญท์เสื้อผ้าสามารถนำไปดัดแปลงเป็นไม้แขวนเสื้อได้ ขณะเดียวกันบางแบรนด์ยังได้นำแนวคิดดังกล่าวมานำเสนอเป็นจุดเด่นและทำให้ผลิตภัณฑ์น่าสนใจมากขึ้น พร้อมเปิดพื้นที่ให้ลูกค้าแบ่งปันไอเดียการ Upcycle บรรจุกัญท์ของแบรนด์ไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวจะเป็นช่องทางให้แบรนด์ได้สื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอีกด้วย

ตัวอย่าง : กล่องเครื่องใช้ไฟฟ้าของ SAMSUNG ที่เป็นลูกฟูกถูกรวบรวมไว้ทั้งหมด เพื่อให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปนำกล่องดังกล่าวมา Upcycle ได้ง่าย พร้อมกันนี้ยังติด QR Code คู่มืองานประดิษฐ์จากกล่องกระดาษให้ลูกค้านำไปเป็นไอเดียอีกด้วย



ที่มา : <https://news.samsung.com/global/interview-the-story-of-eco-packaging-how-upcycling-is-transforming-tv-packaging>
และ <https://www.blockdit.com/posts/5e9afe775a53550c9b23f4f7>



ลดการใช้ทรัพยากรใหม่ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ด้วยแนวคิด Recycle

บรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิด Recycle คือ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่นำไป Recycle ได้ง่าย เช่น อะลูมิเนียม ขวดแก้ว กระดาษ และพลาสติกที่ Recycle ได้ 100% หรือบรรจุภัณฑ์ที่ถูกออกแบบให้สามารถนำไป Recycle ได้สะดวก เช่น การลดใช้วัสดุที่ไม่จำเป็นบนบรรจุภัณฑ์อย่างฉลาก ป้ายห้อย และฟิล์มหุ้มบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบใส่แทนการใช้สี และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุพลาสติกประเภทเดียวกันทั้งหมด เพื่อให้ง่ายต่อการ Recycle และบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุที่ผ่านกระบวนการ Recycle แล้ว เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเม็ดพลาสติกที่ได้จากการ Recycle ขวดพลาสติกชนิด PET (Polyethylene Terephthalate) และบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษ Recycle สำหรับผู้ประกอบการที่ใช้บรรจุภัณฑ์แนวคิด Recycle ควรประชาสัมพันธ์เรื่องราวและแหล่งที่มาของวัสดุ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคทราบว่าตนเองจะมีส่วนในการช่วยปกป้องและรักษาสิ่งแวดล้อมหากเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นี้



ตัวอย่างการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ด้วยแนวคิด Recycle

Crate ไวน์ไร้ฉลากบนขวดเป็นแบรนด์แรกของโลก โดยผู้บริโภคสามารถดูข้อมูลต่างๆ ของไวน์ อาทิ พันธุ์องุ่นที่ใช้ ปีที่บ่ม วิธีการเพาะปลูก และภูมิภาคที่เพาะปลูก ผ่าน QR Code ที่ติดอยู่บนฝาขวด ทั้งนี้ นอกจากการไม่ติดฉลากบนขวดจะช่วยลดขยะฉลากจากกระดาษแล้ว ขวดไวน์และกล่องไวน์ Crate ก็ยังผลิตจากวัสดุ Recycle อีกด้วย

แม้บรรจุภัณฑ์จากการ Upcycle และ Recycle จะมีเป้าหมายเพื่อสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน แต่มีรายละเอียดแตกต่างกัน โดยบรรจุภัณฑ์จากการ Upcycle นั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการยืดอายุบรรจุภัณฑ์ให้เป็นขยะช้าลง ขณะที่บรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิด Recycle นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อลดการใช้ทรัพยากรใหม่ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผู้ประกอบการอาจเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสินค้าและความพร้อมของตนเอง ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่สามารถปรับบรรจุภัณฑ์ของตนเองให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในโลกธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้นได้เร็ว จะยังมีโอกาสคว้าตลาดได้ก่อน และได้เปรียบกว่า

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด