

ปีที่ 39 ฉบับที่ 14028 วันอาทิตย์ที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2559 หน้า 5



ไอเดีย
กฤษกร ศรีเมือง

'บรรณกร จันทรกษา'

จับดีไซน์+ความคิดสร้างสรรค์ ใส่ 'NPP Box' พลิกฟื้นธุรกิจกล่องลูกฟูก

ความคิดสร้างสรรค์ จะเรียกว่าเป็นส่วนผสมพิเศษในการทำธุรกิจยุคดิจิทัลก็ได้ อย่างกล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุสินค้า ไม่ใช่แค่หีบห่อที่ทำหน้าที่เพียงส่งสินค้าถึงมือผู้รับเท่านั้น แต่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มดีไซน์เล็กๆ น้อยๆ เข้าไป จนบางครั้งผู้รับก็ไม่อยากทิ้ง สามารถนำไปใช้ต่อได้

"บรรณกร จันทรกษา" หรือคุณอุณกร กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็นพีพี บ็อกซ์ จำกัด ผู้ผลิตกล่องลูกฟูก กล่องไปรษณีย์ ภายใต้แบรนด์ NPP Box เปิดเผยความมหัศจรรย์ของความคิดสร้างสรรค์ และการนำหลักคิดการออกแบบ (ดีไซน์) มาพลิกฟื้นกิจการกล่องลูกฟูกธรรมดาที่เกือบล้ม ผู้ธุรกิจขนาดกลางและย่อม (เอสเอ็มอี) ที่มีรายได้หลักล้าน

NPP Box เป็นธุรกิจขายกล่องกระดาษทางออนไลน์ 100% เอสเอ็มอีคือลูกค้าหลัก โดยเฉพาะที่ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งต้องการใช้กล่องบรรจุสินค้าต่อรายได้เฉลี่ยต่อจำนวนไม่มากนัก ต้องการต้นทุนต่ำ และมีดีไซน์เฉพาะตัว

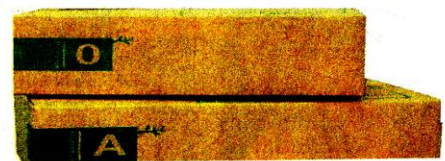
ก่อนหน้านี้จะมาเป็น NPP Box คุณอุณกรให้ความหวังว่า รับช่วงต่อมาจากกิจการครอบครัวที่ผลิตกล่องลูกฟูกส่งให้อุตสาหกรรม ผลิตต่อครั้งจำนวนมาก แต่มีรายได้ต่อหน่วยต่ำ และเป็นตลาดที่แข่งขันสูง มีโรงงานผลิตกล่องกระดาษอยู่จำนวนมาก ส่งผลให้กิจการมีปัญหาจะต้องปิดลง ส่วนตัวไม่ยอมให้ปิด จึงตัดสินใจเจรจากับธนาคารเพื่อซื้อกิจการคืนมา "มากำธุรกิจเดิมตัวเมื่อมกราคม 2558 เปลี่ยนมาจับลูกค้าเอสเอ็มอีทดแทนลูกค้าอุตสาหกรรม โชคดีว่าตอนเริ่มทำเอสเอ็มอีกำลังเติบโตจึงเป็นจังหวะของเรา"

NPP Box แปรพันธุ์ใหม่ ที่รีแบรนด์จาก "ณัฐพลบรรจุภัณฑ์" เริ่มต้นธุรกิจด้วยสินค้าตัวเดิมแต่ขายราคาถูกกว่าตลาด จากนั้นจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์มาเรื่อยๆ จากกล่องสำเร็จรูปก็เพิ่มกล่องที่พิมพ์โลโก้หรือแบรนด์บนกล่องขนาดมาตรฐาน ตามลูกค้าต้องการ



เข้าไป "กล่องกลุ่มนี้เรียก My box ผลิตขึ้นจากไอเดียที่ลูกค้ามาบอกว่าใช้กล่องสำเร็จรูปแล้วต้องมานั่งเขียนชื่อผู้ส่งทุกกล่อง จึงคิดวิธีช่วยลูกค้าไม่ต้องเสียเวลายานั่งเขียนพิมพ์ชื่อผู้ส่ง นอกจากนี้มี My design ผลิตกล่องให้มีขนาดพอดีกับสินค้าที่บรรจุด้านใน ออกแบบลวดลายโลโก้ภายนอกกล่องตามที่ลูกค้าต้องการ และ My Packing มีอุปกรณ์แพคเกจจิ้งให้กับลูกค้าครบวงจร ตั้งแต่เทปใส จนถึงบรรจุหีบห่อแล้วเสร็จ"

คุณอุณกรบอกเล่าว่าเดิมสัดส่วนยอดขายกล่องสำเร็จรูปมีประมาณ 80% แต่ปัจจุบันยอดขายกล่องพิมพ์แบรนด์มีสัดส่วนเพิ่ม 80% แล้ว "ส่วนรายได้ เราโตพร้อมกับลูกค้า ยิ่งธุรกิจออนไลน์เติบโตมากเท่าไร ธุรกิจเราก็เติบโตตามด้วย โดยจำนวนกล่องที่ส่งลูกค้าตอนนี้เฉลี่ยประมาณ 1 ล้านกล่องต่อเดือน แรกเริ่มทำธุรกิจมียอดขาย 5,000 บาทต่อเดือน ตอนนี้ผ่านไประยะหนึ่งแล้วลูกค้ามีทั้งเป็นเอสเอ็มอีทำอาหารเสริม สินค้าแฟชั่น เครื่องสำอาง ของตกแต่งบ้าน อาหารสดก็มี เช่น ปูทะเล ผลไม้"



วัยเพียง 28 ปี แต่จับธุรกิจที่
เดียวปัง มีรายได้หลักล้าน ต้องจบ
ด้านการตลาดมาแน่นอน แต่คุณ
อุณเฉลยว่าจบด้านรัฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ แต่เธอย้ำว่าชอบงานการตลาด
เป็นทุน เช่นเดียวกับงานออกแบบก็เป็นสิ่ง
ที่ชอบ การจับธุรกิจจึงเริ่มต้นด้วยการเรียนรู้
จากพนักงานจริง ซิมซิปไปเรื่อยๆ “ช่วงแรกที่
รื้อพื้นที่ธุรกิจ ได้บุกเบิกกับลูกที่ลูกน้องอีกคน
ทำกันเองทุกอย่างตั้งแต่คู่มือจนถึงซักรีด
ส่งของให้ลูกค้า หรือแม้แต่งานออกแบบกล่อง
ก็ทำเอง พิกัดออกแบบ ใช้โปรแกรมช่วย
สนุกก็ได้คิดแบบกล่องออกมาไม่ซ้ำกัน โดย
คิดแบบไปพร้อมกับลูกค้า ดังนั้นกล่องจึงไม่
ได้แค่ไว้ใส่สินค้าเพื่อส่ง แต่เป็นแพคเกจจิ้ง”

คุณอุณเฉลยเพิ่มเติมว่า แต่ระยะหลังไม่ได้คิด
แบบเอง ด้วยปริมาณจัดส่งเพิ่มขึ้นมากจึง
ต้องจ้างมืออาชีพมาออกแบบ “เพิ่งลงทุน
ไป 1 ล้านบาท ซื้อเครื่องจักรใหม่เข้าโรงงาน
ผลิตที่พระประแดง จ.สมุทรปราการ ตั้งใจว่า
เป็นผู้ผลิตกล่องที่อยู่ในใจนักธุรกิจชายของ
ออนไลน์ต้องนึกถึงเราเป็นเจ้าแรก และมีแผน
จะมีตัวแทนขายกล่องสำเร็จรูปทั่วประเทศ
อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าที่ต้องการใช้
เดี๋ยวนี้ วันนี่”

มีสูตรสำเร็จจับธุรกิจให้รวยหรือไม่ คุณ
อุณเฉลยบอกว่าใช้ Sense (ความรู้สึก) ในการ
ทำธุรกิจ ด้วยเป้าหมายที่ต้องรอด แต่ก็
ต้องหาความรู้ได้ไปอบรมขายของออนไลน์
กับหน่วยงานรัฐเพื่อให้รู้การทำตลาด
ออนไลน์ การทำตลาดออนไลน์ก็
เป็นสิ่งสำคัญ บริษัทใช้เฟซบุ๊ก
เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์แบรนด์
แน่นอนว่าเนื้อหา ภาพ การ
ตกแต่งเพจ ทำเองทั้งหมด
ด้วยเหตุผลว่าตัวเราเอง
จะเข้าใจแบรนด์ของเรา
ได้ดีที่สุด

ทิ้งท้ายคำแนะนำ
อีกนิดสำหรับการสื่อสาร
ผ่านเฟซบุ๊กกับลูกค้า โดยเฉพาะการตอบคำถามผ่าน
ข้อความ ได้วางแบบการ
ตอบให้เป็นอย่างเดียวกัน
ทั้งบริษัท ต้องแนะนำตัว
ก่อน ตอบให้ตรงคำถาม

เพิ่มความรู้สึกเข้าไป ไม่ใช่ทำเหมือนคัดลอก
ข้อความมาตอบ จะให้ความรู้สึกที่อูๆ “เคยเป็น
ลูกค้ามาก่อน รู้สึกได้เลย ดังนั้นประทับใจแบบ
ไหนก็เลือกทำอย่างนั้นกับลูกค้า”

บริการประทับใจบวกกับการ
สร้างสรรค์สินค้าให้โดดเด่นต่างจาก
คู่แข่ง นับเป็นต้นทุนที่สร้างได้แม้
เพียงเพิ่งเริ่มเตาะแตะจากเอส
เอ็มอี ก็สู้ได้ไม่แพ้ใคร

