



สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
สำหรับเยาวชน

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

ความเป็นมา ในยุคหินเมื่อมนุษย์มีการล่าสัตว์ได้มักจะใช้หนังสัตว์หรือใบไม้ห่อหุ้มเนื้อสัตว์ที่หามาได้ เพื่อป้องกันพวกแมลงและเพื่อความสะอาดตลอดจนการขนย้าย การรู้จักนำเอาวัตถุจากธรรมชาติมาเป็นอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ทำให้มนุษย์ได้เริ่มมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และต่อมาก็มีบทบาทสำคัญต่อการค้าและบริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่การขนส่ง (Transportation Aided) ดังนั้นการบรรจุภัณฑ์จึงทำหน้าที่พื้นฐานคือ การปกป้องสินค้าให้ปลอดภัย ไม่เสียหายและการปนเปื้อนที่ไม่พึงประสงค์ที่อาจเกิดขึ้นในขณะขนส่ง

ความหมายของการบรรจุภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางตลาด เพราะในปัจจุบันผู้ผลิตได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) จะเห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม หรือการพัฒนาใหม่อีกแล้วเพราะได้มีการพัฒนาจนถึงขั้นสุดยอดแล้วผู้ผลิตหลายรายจึงได้หันมาเน้นทางด้านการบรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ ซึ่งทั้งสองคำนี้ถือว่าเป็นคำคำเดียวกันแล้วแต่ใครจะเลือกใช้

ประเภทของการบรรจุภัณฑ์ ประเภทของการบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้ 1. แบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่าย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท 1.1 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชิ้นแรก 1.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สองมีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด และ 1.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Outer Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง

2. การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้ บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Consumer Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อใช้ไป อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ซึ่งอาจเป็นบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ (Primary Package) หรือบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ (Secondary Package) ก็ได้ บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping หรือ Transportation Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นทุติยภูมิ

3. การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป 3.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (Rigid Forms) ได้แก่ เครื่องแก้ว เซรามิกและพลาสติก

จำพวก Thermosetting 3.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว (Semirigid Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกอ่อน กระดาษแข็งและอะลูมิเนียมบาง และ 3.3 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น (Flexible Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง

4. แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ การจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ทรงสนของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต หรือนักการตลาดแตกต่างกันไป บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักคล้ายกันคือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ เพื่อกระจายผลิตภัณฑ์และเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์

บทบาทของบรรจุภัณฑ์ ในสมัยก่อนนั้นการใช้บรรจุภัณฑ์ก็เพื่อเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ แต่เมื่อมีการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทในด้านการส่งเสริมการตลาด เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา ตลอดจนความสะดวกในการนำไปใช้ บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีหน้าที่ 1. ทำหน้าที่รองรับ (Contain) บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมเป็นกลุ่มน้อยตามรูปร่างของภาชนะ 2. ป้องกัน (Protect) บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ป้องกันสินค้าไม่ให้เสียหายอันเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อม 3. ทำหน้าที่รักษา (Preserve) คุณภาพสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย 4. บ่งชี้ (Identify) หรือแจ้งข้อมูล (Inform) รายละเอียดต่างๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด คุณภาพ และแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทางโดยหีบห่อต้องแสดงข้อมูลอย่างชัดเจน 5. ดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) และช่วยชักจูงในการซื้อสินค้า เนื่องจากสินค้าชนิดใหม่มีเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลาการแข่งขันทางด้านตลาดก็เพิ่มมากขึ้นหีบห่อจึงต้องทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ ต้องดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ 6. ช่วยเพิ่มผลกำไร (Profit Enhanced) เนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าใดได้รับการออกแบบเป็นอย่างดีจะสามารถดึงดูด ดึงดูดใจผู้บริโภคและก่อให้เกิดการซื้อในที่สุด 7. สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค 8. การส่งเสริมการขาย (Promotion) สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจผู้บริโภค 9. การแสดงตัว (Presentation) คือ การสื่อความหมาย บุคลิก ภาพพจน์ การออกแบบและสีสรรแห่งคุณภาพ และ 10. การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรมของการซื้อขายเอื้ออำนวย การแยกขาย ส่งต่อ การตั้งโชว์ การกระจายด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล ไม่ซ้ำรุดตั้งแต่จุดผลิตและบรรจุจนถึงมือผู้ซื้อ

สมัครใจ เปรมประสงค์

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)