

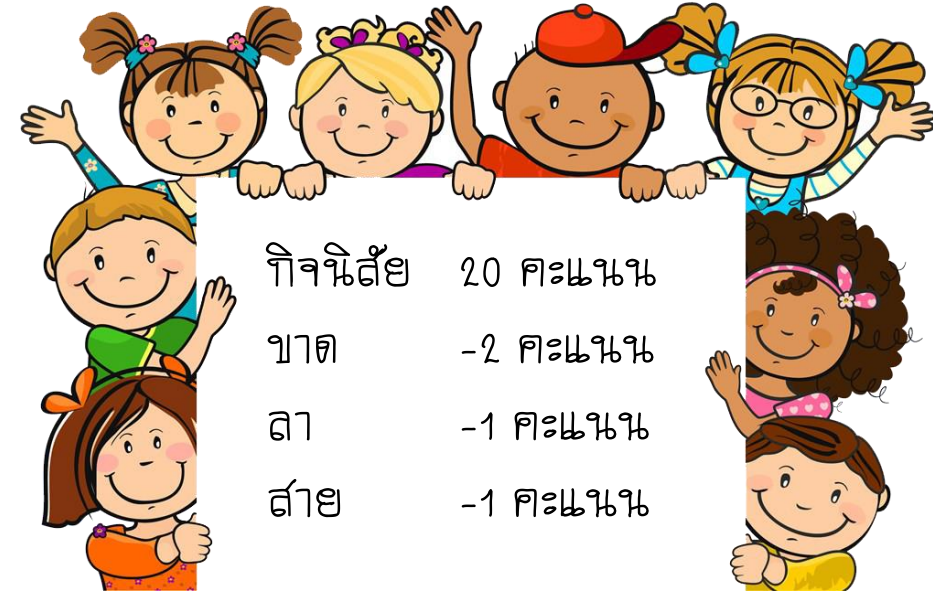
วิชาการระบบบรรจุภัณฑ์
สำหรับโลจิสติกส์

เกณฑ์การวัดผลประเมินผล

4 หมายถึง	ผลการเรียนดีเยี่ยม	(80 - 100 คะแนน)
3.5 หมายถึง	ผลการเรียนดีมาก	(75 - 79 คะแนน)
3 หมายถึง	ผลการเรียนดี	(70 - 74 คะแนน)
2.5 หมายถึง	ผลการเรียนค่อนข้างดี	(65 - 69 คะแนน)
2 หมายถึง	ผลการเรียนน่าพอใจ	(60 - 64 คะแนน)
1.5 หมายถึง	ผลการเรียนพอใช้	(55 - 59 คะแนน)
1 หมายถึง	ผลการเรียนผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ	(50 - 54 คะแนน)
0 หมายถึง	ผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์	(0 - 49 คะแนน)

กฎกติกาในการเรียนรู้

- คะแนนเก็บใบความรู้ที่ 1  คะแนน
- คะแนนเก็บใบความรู้ที่ 2  คะแนน
- คะแนนเก็บใบความรู้ที่ 3  คะแนน
- กลางภาค  คะแนน
- ปลายภาค  คะแนน
- ทักษะ  คะแนน



ขาดได้ 3 ครั้งมากกว่านี้ไม่มีสิทธิ์สอบ

หน่วยที่ 1

หลักการและเทคนิคของระบบ
บรรจุภัณฑ์

หน่วยที่ 2

หน้าที่และความสำคัญของระบบบรรจุภัณฑ์
ในงานโลจิสติกส์

หน่วยที่ 3

วัสดุต่าง ๆ ที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อ

หน่วยที่ 4

การวางแผนและวิเคราะห์ระบบ
บรรจุภัณฑ์ในงานโลจิสติกส์

หน่วยที่ 1

หลักการและเทคนิคของระบบบรรจุภัณฑ์

- ความหมายของบรรจุภัณฑ์
- ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
- การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าไทย
- ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

- การพิจารณาเลือกใช้บรรจุภัณฑ์
- ข้อกำหนดของบรรจุภัณฑ์
- หลักการของระบบบรรจุภัณฑ์
- เทคนิคของระบบบรรจุภัณฑ์

ลำดับที่ 1

- ความหมายของบรรจุภัณฑ์

- ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์

- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์



ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ ซึ่งในภาษาอังกฤษเรียกว่า Packaging มีผู้ให้ความหมายไว้เป็นจำนวนมากเพราะบรรจุภัณฑ์เกี่ยวข้องกับศาสตร์ต่าง ๆ หลายด้าน ทั้งด้านวิทยาศาสตร์ ด้านการออกแบบ ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยี จะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งต้องนำศาสตร์ต่าง ๆ เหล่านี้มาสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายของบรรจุภัณฑ์ จึงขอยกตัวอย่างความหมายของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย [1] ให้ความหมายว่า การบรรจุภัณฑ์การบรรจุหีบห่อ การหีบห่อ (Packaging) คือ ระบบรวมในการเตรียมสินค้าสำหรับขนส่ง จัดจำหน่าย เก็บรักษาและตลาด โดยใช้ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผลิตภัณฑ์

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

สมพงษ์ เฟื่องอารมย์ [2] ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการตลาด ในการใช้วัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งมาสรรค์สร้าง ภาชนะบรรจุ หรือ หีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ปกป้องความเสียหายของผลิตภัณฑ์รักษาคุณภาพ เกิดความสะดวกในการใช้สอย สะดวกในการขนส่งและเพื่อการสื่อสารต่าง ๆ และการตลาด โดยมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม โดยการใช้ทั้งศาสตร์ ศิลปะ และเทคโนโลยีร่วมกัน

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

ศูนย์เทคโนโลยีการออกแบบเพื่อความบันเทิง เขตภาคเหนือ [3] ให้ความหมายว่าการ บรรจุภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้าหรือบริการ ได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และจะได้เห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม (Innovation) หรือการพัฒนาอะไรใหม่อีกแล้ว ฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนามานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ (Packaging) บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ (Package) ถือว่าเป็นคำคำเดียวกัน ทั้งนี้สุดแล้วแต่ผู้ใดประสงค์หรือชอบที่จะใช้คำใด

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

ประชิด ทิณบุตร [4] ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หรือ การบรรจุหีบห่อ นั้น เป็นสิ่งที่มีความสำคัญทั้งในทางเศรษฐกิจ การขนส่ง และการจำหน่ายสินค้า ทุกประเภท ทั้งนี้เพราะสินค้าแทบทุกชนิดจำเป็นต้องอาศัยการบรรจุหีบห่อแทบทั้งสิ้น เพื่อทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาวะสิ่งแวดล้อมภายนอกและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ ยังมีส่วนในการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์และเร่งเร้าให้เกิดความต้องการเพื่อผลทางการตลาดอีกด้วย

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

สถาบัน กศน.ภาคกลาง [5] ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ไว้ในเว็บไซต์ e-learning รายวิชาบรรจุผลิตภัณฑ์ว่า บรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ หมายถึงศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการคุ้มครองปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยด้วยต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ได้มีผู้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลายซึ่งสามารถสรุปได้ว่าบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งห่อหุ้ม ปกป้อง รักษาคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในให้มีสภาพคงอยู่ บรรจุภัณฑ์จะได้รับการออกแบบทั้งด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในด้านวิทยาศาสตร์ด้านวัสดุศาสตร์ ด้านเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ และการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ที่จะช่วยให้บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม เป็นที่น่าสนใจ สร้างเอกลักษณ์ สร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องอาศัยความรู้ด้านการออกแบบ ทำให้บรรจุภัณฑ์เป็นงานที่ใช้ทั้งศาสตร์ ศิลป์และเทคโนโลยี ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์ต้องมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ไม่ทำให้บรรจุภัณฑ์มีราคาสูงเกินไป

คำที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์มีคำที่เกี่ยวข้องหลายตัว ซึ่งอาจก่อให้เกิดความสับสนหากไม่ทำความเข้าใจในความหมายให้ดี ซึ่งคำที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึงตัวบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้น เพื่อบรรจุผลิตภัณฑ์ มีการออกแบบโครงสร้าง และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจัดจำหน่าย เพื่อการขนส่ง เพื่อรักษาคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ Packaging จะเป็นในลักษณะเพื่อการค้าเพื่ออุตสาหกรรม

2. ภาชนะบรรจุ หีบห่อ (Package) หมายถึง ภาชนะบรรจุเพื่อใส่ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าซึ่งจะมีการผ่านหรือไม่ผ่านกระบวนการออกแบบก็ได้ ซึ่งจะแตกต่างจาก Packaging ซึ่งต้องมีกระบวนการออกแบบทั้งโครงสร้างและออกแบบกราฟิก Package อาจเป็นเพียงถุงพลาสติกธรรมดา เช่น การซื้อกระเทียมจากตลาดแม่ค้าก็จะใส่ถุงพลาสติกมาให้ ถุงพลาสติกก็จะเป็น Package แต่ไม่ใช่ Packaging

3. การบรรจุ (Packing) หมายถึง การบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์ด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ในภาชนะบรรจุสามารถรวบรวมเป็นหน่วยเดียวกันคงอยู่ในบรรจุภัณฑ์ในสภาพที่สมบูรณ์จนถึงการเปิดใช้ หรือเพื่อการขนส่งซึ่งอาจใช้วัสดุอื่น ๆ ช่วยในการป้องกันความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์

ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์

1. การป้องกัน (Protection) เช่น กันน้ำ กันความชื้น กันแสง กันแก๊ส เมื่ออุณหภูมิสูงหรือต่ำ ด้านทานมิให้ผลิตภัณฑ์แปรสภาพไม่แต่ไม่ฉีกขาดง่าย ปกป้องให้สินค้าอยู่ในสภาพใหม่สดอยู่ในสภาวะแวดล้อมของตลาดได้ในวงจรรยาว โดยไม่แปรสภาพขนานแท้และดั้งเดิม

2. การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรมการซื้อขายเอื้ออำนวยการแยกขาย ส่งต่อ การตั้งโชว์ การกระจาย การส่งเสริมจูงใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลังสินค้า ด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล ไม่เกิดรอยขีดข่วน / ช้ำรูด ตั้งแต่จุดผลิตและบรรจุจนถึงมือผู้ซื้อ / ผู้ใช้ / ผู้บริโภค ทนทานต่อการเก็บไว้นานได้

ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์

3. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่น โชว์ตัวเองได้อย่างสะดุดตา สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจผู้บริโภค เมื่อต้องการจัดรายการเพื่อเสริมพลังการแข่งขัน ก็สามารถเปลี่ยนแปลงและจัดทำได้สะดวก ควบคุมได้และประหยัด

4. การบรรจุภัณฑ์กลมกลืนกับสินค้า และกรรมวิธีการบรรจุ (Packaging) เหมาะสมทั้งในแง่การออกแบบ และเพื่อให้มีโครงสร้างเข้ากับขบวนการบรรจุ และเอื้ออำนวยความสะดวกในการหิ้ว - ถือกลับบ้าน ตลอดจนการใช้ได้กับเครื่องมือการบรรจุที่มีอยู่แล้ว หรือจัดหามาได้ ด้วยอัตราความเร็วในการผลิตที่ต้องการ ต้นทุนการบรรจุภัณฑ์ต่ำหรือสมเหตุสมผล ส่งเสริมจรรยาบรรณและรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ก่อให้เกิดมลพิษและอยู่ในทำนองคลองธรรมถูกต้องตามกฎหมายและพระราชบัญญัติต่าง ๆ

5. เพิ่มยอดขาย เนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าใดได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี จะสามารถดึงดูดตา ดึงดูดใจผู้บริโภคและก่อให้เกิดการซื้อขายในที่สุด รวมทั้งการลดต้นทุนการผลิต

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. แบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่าย
2. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้
3. แบ่งตามความคงรูป
4. แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

1. ประเภทบรรจุภัณฑ์แบ่งตามวิธีบรรจุและวิธีการขนถ่าย
สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท

1.1 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package)

1.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package)

1.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Out Package)

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

1.1 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package)

คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชิ้นแรก เป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ชิ้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

1.2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package)

คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 – 24 ชั้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรก คือ การป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระแทกกระเทือน และออกนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เป็นต้น ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มจำนวน 1 โหล , สบู่ 1 โหล เป็นต้น

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

1.3. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Out Package)

คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หีบ ไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

2. การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Consumer Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ไป อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ซึ่งอาจเป็น Primary Package หรือ Secondary Package ก็ได้

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shopping หรือ Transportation Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ขั้นทุติยภูมิ ทำหน้าที่รวบรวมเอาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกเข้าด้วยกัน ให้เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกในการเก็บรักษา และการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุยาสีฟัน กล่องละ 3 โหล

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

3. การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป

3.1. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (Rigid Forms) ได้แก่ เครื่องแก้ว (Glass Ware) เซรามิกส์ (Ceramic) พลาสติกจำพวก Thermosetting ขวดพลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกฉีด เครื่องปั้นดินเผา ไม้ และโลหะ มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทานเอื้ออำนวยต่อการใช้งาน และป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ดี



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

3. การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป

3.2. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว (Semi rigid Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกอ่อน กระดาษแข็งและอลูมิเนียมบาง คุณสมบัติทั้งด้านราคา น้ำหนักและการป้องกันผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับปานกลาง



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

3. การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป

3.3. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น (Flexible Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง ได้รับความนิยมนิยมสูงมากเนื่องจากมีราคาถูก (หากใช้ในปริมาณมากและระยะเวลาานาน) น้ำหนักน้อย มีรูปแบบและโครงสร้างมากมาย



ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

4. แบ่งตามวัตถุประสงค์ที่ใช้

การจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ในทรรศนะของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต หรือนักการตลาด จะแตกต่างกันออกไป บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทก็ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักใหญ่ (Objective Of Package) ที่คล้ายกัน คือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products)

