

วิชาการระบบบรรจุภัณฑ์
สำหรับโลจิสติกส์

สัปดาห์ที่ 2

- การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าไทย



- ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าไทย

มนุษย์เรารู้จักการบรรจุภัณฑ์มาตั้งแต่สมัยโบราณ ในอดีตการบรรจุภัณฑ์มีวัตถุประสงค์เพื่อการป้องกันและรักษาคุณภาพของสินค้าในระหว่างการขนส่งและการจัดเก็บเท่านั้น แต่ในปัจจุบันการบรรจุภัณฑ์มีวัตถุประสงค์เพื่อการป้องกันและการรักษาคุณภาพของสินค้า เพื่อความสะดวกในการขนย้าย เก็บรักษา และการจัดจำหน่าย ช่วยสื่อความหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในและเพื่อส่งเสริมการขาย

การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าไทย

การบรรจุภัณฑ์ในสมัยอดีตได้มีการนำเอาวัสดุธรรมชาติมาดัดแปลงตกแต่ง และ
แปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ เช่น ใบตอง ใบมะพร้าว ใบบัว ใบไผ่ หวาย ใบจาก เป็นต้น จำทำ
ให้ผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่ภายในเกิดมีมูลค่าเพิ่ม เกิดความสวยงามน่าสนใจ ปลอดภัย
ต่อสุขภาพ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย



การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าไทย

จนกระทั่งสงครามโลกครั้งที่ 2 วิทยาการทางด้านบรรจุภัณฑ์ได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง เริ่มจากการใช้วัสดุจากธรรมชาติในอดีต มาเป็นวัสดุสมัยใหม่ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เช่น พลาสติก กระดาษ แก้ว และโลหะ เป็นต้น มีการคิดค้นพัฒนาและสังเคราะห์วัสดุใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีคุณสมบัติเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่จะหีบห่อ ส่งเสริมการขายและลดต้นทุนการผลิต

การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าไทย

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน มีการแข่งขันกันสูงมาก เพราะการบรรจุภัณฑ์เป็นตัวแปรที่สำคัญในการแข่งขันเพื่อแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ อุตสาหกรรมการผลิตในระดับต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จได้ให้ความสำคัญต่อการออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เทียบเท่ากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสม จำเป็นต้องมีความรู้ในการเลือกใช้วัสดุ คุณสมบัติของวัสดุ และการใช้เทคโนโลยีในการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

การบรรจุภัณฑ์ของสินค้าไทย

ในปัจจุบันองค์การต่างๆ ได้ให้การยอมรับว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทอย่างยิ่งต่อความสำเร็จทางธุรกิจ จนนักการตลาดหลายคนกำหนดให้ P (Packaging) เป็น P ตัวที่ 5 ของกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย

1. P = Produce (ผลิตภัณฑ์)
2. P = Price (ราคา)
3. P = Place (สถานที่)
4. P = Promotion (การส่งเสริมการขาย)
5. P = Packaging (บรรจุภัณฑ์)

ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

1. การบรรจุและการคุ้มครองป้องกัน (Containment and Protection) บรรจุภัณฑ์ที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องเอื้ออำนวยหน้าที่ต่อการบรรจุและการคุ้มครอง ซึ่งภาชนะจะต้องได้รับการออกแบบให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย อันเนื่องจากการขนส่ง ป้องกันการเน่าเสีย เก็บรักษาได้ง่ายไม่เสื่อมสลายไว ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคย่อมไม่ต้องการที่จะได้รับอันตรายจากอาหารที่เป็นพิษ หรือบาดแผล อันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์

ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

2. การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (Identification) บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นด้วยผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคทันที โดยการใช้ชื่อการค้า (Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trademark) ของผู้ผลิต แสดงชนิดและลักษณะประเภทของสินค้าเข้ามาเป็นเครื่องบ่งชี้ให้ผู้บริโภคมองเห็นได้ง่าย ด้วยการใช้อักษร รูปทรง ขนาด ตัวอักษร สี สัน ที่เด่นชัดและแสดงความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์แข่งขันอื่น ๆ เพื่อให้จดจำได้ง่าย

ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

3. การอำนวยความสะดวก (Convenience) ในแง่ของการผลิตและการตลาด นั้น บรรจุภัณฑ์ต้องเอื้ออำนวยความสะดวกต่อการขนส่งและการเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งต้องมีความมั่นคงแข็งแรง สามารถที่จะวางเรียงซ้อน (Stacking) กันได้ง่าย ขนาดและรูปร่างจึงต้องมีความพอเหมาะ (Fitness Size) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกต่อผู้บริโภคนั้น เป็นการอำนวยความสะดวกในแง่ของการนำไปใช้สอยตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ดังนั้นผู้ออกแบบจึงต้องออกแบบให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น มีขนาดที่เหมาะสมกับมือสะดวกต่อการจับ ถือ หิ้ว มีความปลอดภัยและเหมาะสมกับภาวะของการใช้งาน เป็นต้น

ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

4. การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (Consumer Appeal) การที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ดีนั้น เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง อาทิเช่น ขนาด รูปร่าง รูปทรง สี สัน วัสดุ ข้อความ ตัวอักษร การแนะนำวิธีใช้ ฯลฯ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า สิ่งที่ปรากฏเห็นเป็นบรรจุภัณฑ์มีการดึงดูดความสนใจผู้บริโภคนี้เป็นหน้าที่ ของนักออกแบบที่จะต้องสร้างสรรค์สิ่งประกอบต่าง ๆ นี้ ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารและให้เกิดผลกระทบทางจิตใจ จิตวิทยาต่อผู้บริโภค หรือตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (To Fit the Consumer's Need)

ระดับชั้นของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามีลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันตามบทบาทหน้าที่ซึ่งสามารถจำแนกระดับชั้นของบรรจุภัณฑ์ (Levels of Packaging) ได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 หรือชั้นปฐมภูมิ (Primary Packaging) บางทีก็เรียกบรรจุภัณฑ์หลักหรือบรรจุภัณฑ์ชั้นในสุด เพราะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ติดกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้า มีหน้าที่ในการรองรับ ปกป้องและรักษาให้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าอยู่ในสภาพสมบูรณ์ จนถึงการใช้ของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ต้องมีการออกแบบให้สวยงามเมื่อนำวางบนชั้นขาย เพื่อที่จะดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ เน้นความสวยงาม ความโดดเด่นบรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ เช่น ซองพลาสติก ขวดพลาสติก ขวดแก้ว กระจกระเบิด ชองกระดาษ กล่องน้ำผลไม้ เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 หรือชั้นปฐมภูมิ (Primary Packaging)



ระดับชั้นของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามีลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันตามบทบาทหน้าที่ซึ่งสามารถจำแนกระดับชั้นของบรรจุภัณฑ์ (Levels of Packaging) ได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่

2.บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 หรือชั้นทุติยภูมิ (Secondary Packaging) บางทีก็เรียกบรรจุภัณฑ์รองบรรจุภัณฑ์กลุ่ม (Group Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีหน้าที่ในการรวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 เข้าด้วยกันหรือเพื่อให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้มากขึ้นกว่าหนึ่งหน่วย หรืออาจเพื่อสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย การเก็บสินค้า หรือการขนส่ง บรรจุภัณฑ์รองยังมีความจำเป็นต้องออกแบบให้มีความสวยงามดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อเช่นเดียวกับบรรจุภัณฑ์หลัก เพราะยังต้องมีการนำบรรจุภัณฑ์วางบนชั้นขายเช่นเดียวกัน บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ เช่น กล่องกระดาษ พลาสติกหัดตัว ถุงพลาสติก เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 หรือชั้นทุติยภูมิ (Secondary Packaging)



ระดับชั้นของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามีลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันตามบทบาทหน้าที่ซึ่งสามารถจำแนกระดับชั้นของบรรจุภัณฑ์ (Levels of Packaging) ได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่

3.บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 หรือชั้นตติยภูมิ (Tertiary Packaging) บางทีก็เรียกบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งสินค้า (Shipping Packaging) บรรจุภัณฑ์เพื่อการกระจายสินค้า (Distribution Packaging) หรือบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Transport Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีหน้าที่ในการรวบรวมบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 เข้าด้วยกัน เพื่อการจัดเก็บสต็อกสินค้า (Stock) เพื่อรอการจัดส่ง และเพื่อการขนส่งจากแหล่งผลิตไปสู่แหล่งจำหน่าย บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้ต้องมีการออกแบบให้มีความแข็งแรงต่อการขนส่งที่ต้องมีการเคลื่อนที่ การซ้อนทับและการใช้เครื่องจักรช่วยในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้มักไม่ออกแบบเพื่อความสวยงามเหมือนบรรจุภัณฑ์หลักและบรรจุภัณฑ์รอง แต่เน้นเพื่อความสะดวกในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ เช่น กล่องกระดาษลูกฟูก ลังไม้ ลังพลาสติก เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 หรือชั้นตติยภูมิ (Tertiary Packaging)



สัดส่วนการผลิตบรรจุภัณฑ์

สัดส่วนการผลิตบรรจุภัณฑ์

