

2. บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

2.1 บทบาทหน้าที่ด้านโลจิสติกส์ มีบทบาทในการรองรับงานโลจิสติกส์ดังนี้

1. การรับรองสินค้า (Contain) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมกันอยู่เป็นกลุ่มหรือตามรูปร่างของภาชนะ ทำให้สะดวกในการเก็บรักษา ขนส่งลำเลียง และการบริโภค

2. การป้องกัน (Protection) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่อยู่ภายในจากความเสียหายด้วยเหตุต่างๆ ทั้งจากสภาพแวดล้อม มนุษย์ สัตว์ การขนส่งโยกย้ายหรือเหตุอื่นๆ เพื่อให้สินค้าคงสภาพเดิมเหมือนเมื่อออกจากแหล่งผลิต หรือโรงงานได้มากที่สุด มิให้เกิดการขีดข่วน ยุบ สลาย แตกหัก เสียรูป รั่วซึม ระเหย สูญหาย ถูกลักขโมย ขึ้นสนิม

3. การรักษา (Preserve) บรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาคุณภาพของสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมทั้งในระหว่างการใช้งานของผู้บริโภคด้วย เช่น สินค้าประเภทอาหาร บรรจุภัณฑ์จะต้องทำหน้าที่ถนอมและช่วยรักษาคุณภาพ รสชาติ คุณค่าทางอาหาร มิให้เน่าเสีย เหม็นหืน ขึ้นรา หรือเสียความสดใหม่ ความกรอบ ฯลฯ ขวดแชมพู หลอดยาสีฟันช่วยรักษาแชมพูและยาสีฟัน ให้คงมีคุณภาพได้ในระยะเวลาหนึ่ง ในขณะที่ผู้บริโภคยังใช้สินค้าไม่หมด โดยที่บรรจุภัณฑ์อาจมีคุณสมบัติในการรักษาสินค้าที่เก็บไว้ในอุณหภูมิห้องปกติ หรืออาจมีการใช้ระบบควบคุมอุณหภูมิเข้ามาช่วย

4. การขนส่ง (Transportation) บรรจุภัณฑ์ช่วยทำให้การขนส่งสินค้าไปยังแหล่งตลาดเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย ใช้ต้นทุนที่เหมาะสม เช่น การใช้ตู้คอนเทนเนอร์ (Container) ในการขนส่งสินค้าจำนวนมากไปยังระยะทางไกลๆ รวมทั้งการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping Packaging) แบบต่างๆ เช่น กล่อง ลัง กระบะ (Pallet) ฯลฯ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นในการกระจายสินค้าเป็นระบบที่ทำให้ผลผลิตเกษตรและอุตสาหกรรมสามารถเคลื่อนย้ายจากไร่และโรงงานไปยังผู้บริโภคได้

2.2 บทบาทหน้าที่ทางการตลาด มีบทบาทในการรองรับงานด้านการตลาดดังนี้

2.2.1 การสื่อสารทางการตลาด (Communication) การบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคได้ในหลายแนวทาง ดังนี้

● การบ่งชี้ (Identify) บรรจุภัณฑ์บอกให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าคืออะไร เป็นสินค้าของบริษัทใด เป็นสินค้าตราใด (Brand) ตรงกับที่ผู้บริโภคกำลังหาหรือต้องการหรือไม่

● การให้ข้อมูล (Inform) บรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนของฉลาก (Label) ช่วยให้ข้อมูลกับผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น สรรพคุณ ส่วนผสม วิธีการใช้งาน ข้อควรระวังเรื่องอื่นๆ ทั้งเพื่อการจูงใจ สร้างความมั่นใจ รวมทั้งการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายในสินค้าบางประเภท (เช่น อาหารและยา)

● การแสดงตัวของสินค้า (Presentation) บรรจุภัณฑ์ ช่วยสื่อความหมายแก่สินค้าในแง่ของบุคลิกภาพของสินค้า (Product Personality) ภาพลักษณ์ของสินค้า (Product Image) อาจสื่อโดยผ่านรูปร่างลักษณะ การออกแบบ การใช้สีหรือพื้นผิวต่างๆ ตัวอย่างเช่นขวดแชมพูสำหรับเด็ก Johnson kid ที่ใช้สีเหลือง สีชมพู หรือสีสดใสตัดกัน หรือขวดเครื่องสำอางที่มีรูปร่างโค้งมน แสดงถึงความเป็นผู้หญิง ขวดทรงเหลี่ยมดูบึกบึนแสดงถึงความเป็นชาย สีทองแสดงถึงความหรูหราสูงค่า ดังนี้ เป็นต้น

● นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ได้โดยการแสดงคุณลักษณะหรือตำแหน่งสินค้าผ่านบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว หรือจากลักษณะการบรรจุหีบห่อ ที่แตกต่างจากขนาดที่แตกต่างกัน เช่น ขนาดใหญ่สำหรับครอบครัว ขนาดเล็กสำหรับคนโสด นม UHT สำหรับเด็ก สำหรับคนทั่วไป สำหรับผู้ต้องการแคลเซียมสูง แต่ไขมันต่ำ เป็นต้น

● การดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบให้มีความสะดุดตา ช่วยกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ ตัวอย่างเช่น สินค้าที่ขายผ่านช่องทางที่สินค้าต้องขายตัวมันเอง เช่น ตามซูเปอร์มาร์เกต บรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนมากต่อความสนใจของผู้ซื้อที่จะหยุดดู หยิบชม และเลือกซื้อสินค้า โดยดูจากบรรจุภัณฑ์ เรียกว่า บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นพนักงานขายแบบเงียบ สำหรับสินค้าอื่นที่อาศัยพนักงานขายความสวยงามเหมาะสมของการออกแบบ และวัสดุที่ใช้ก็มีส่วนสร้างความสนใจจากผู้ซื้อได้เช่นกัน

2.2.2 การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) การบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการตลาด ได้ในหลายแนวทาง ดังนี้

● การสร้างเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบใหม่ หรือปรับปรุงใหม่ ช่วยส่งเสริมการจำหน่าย เพราะทำให้สินค้าดูดีมีเก๋มากขึ้น ในสายตาผู้ซื้อบรรจุภัณฑ์ที่ดีมีส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่สินค้าได้

● การส่งเสริมการขาย เช่น การหีบห่อรวม (Multiple Pack) ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าไปในจำนวนมากขึ้นต่อครั้ง การแถมสินค้ากับหีบห่อ เช่น ซื้อยาสีฟันที่มีการแถมแปรงสีฟัน ทำให้ขายได้มากขึ้น

● ช่วยกระตุ้นการซื้อแบบฉับพลัน (Impulse Buying) หีบห่อรวมกับการแสดงสินค้า (Display) ณ จุดขาย ช่วยให้ผู้บริโภคสะดุดใจ และตัดสินใจซื้อโดยมิได้วางแผนมาก่อน

● ผลด้านการขาย เช่น การขายตลาด รักษาส่วนครองตลาด โดยผ่านกลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ เช่น การหีบห่อของสายผลิตภัณฑ์ (Packaging for Product Line) ทำให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้ง่าย สร้างเอกลักษณ์ของสินค้า ช่วยแนะนำสินค้าใหม่สู่ตลาดได้ง่ายขึ้น การเปลี่ยนแปลงหีบห่อ (Changing the Package) ช่วยในการจำหน่ายสินค้า เพราะทำให้เกิดความตื่นตัวในสายตาผู้บริโภคจึงกระตุ้นยอดขายได้

2.3 บทบาทต่อผู้บริโภค สังคม และเศรษฐกิจ มีบทบาทดังต่อไปนี้

2.3.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้บริโภค มีบทบาทต่อผู้บริโภคดังต่อไปนี้

● บรรจุภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า และการบริโภค บรรจุภัณฑ์ที่ดีทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิในการเลือกซื้อสินค้าได้ตามใจตามชอบทั้งของในประเทศและจากต่างประเทศ เพราะการบรรจุภัณฑ์ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้หลากหลายจากแหล่งต่างๆ ถ้าปราศจากสิ่งบรรจุภัณฑ์แล้วจะทำให้เกิดการจำกัดขอบเขตในการเลือกซื้อผู้บริโภคได้บริโภคเฉพาะสินค้าที่มีในท้องถิ่น

● บรรจุภัณฑ์ให้ความสะดวกในการดำรงชีวิตแก่ผู้บริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง ต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ในการคุ้มครอง และรักษาจนถึงขณะที่ผู้บริโภคต้องการบริโภค นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังให้ความสะดวกในการใช้งานสินค้าต่างๆ เช่น การเปิด-ปิด การเท การเก็บไว้เมื่อยังใช้ไม่หมด การบรรจุเป็นส่วนย่อย เป็นขนาดเล็ก ขนาดพกพา และบรรจุภัณฑ์ยังช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อไม่ต้องรอคนขายมา ชั่ง ตวง วัด

● การบรรจุภัณฑ์ช่วยให้ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคที่จะใช้สินค้านั้น เช่น การป้องกันไม่ให้สินค้าเน่าเสีย ป้องกันเชื้อโรค บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันความปลอดภัยจากผลิตภัณฑ์เคมีหลายชนิดที่ทำให้เกิดพิษภัยอันตราย เช่น ยาฆ่าแมลง ยาอันตราย ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เช่น การใช้ฝาขวดที่เด็กเล็กเปิดไม่ได้ บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบพิเศษและได้พิสูจน์แล้วว่าปลอดภัยจึงจะใช้ขนส่งสินค้าที่มีอันตราย

● บรรจุภัณฑ์ช่วยลดค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อและเตรียมอาหาร

2.3.2 บทบาทต่อสังคม และเศรษฐกิจ มีบทบาทต่อสังคมและเศรษฐกิจ ดังต่อไปนี้

● การบรรจุภัณฑ์ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตและขนส่ง เช่น โรงงานอุตสาหกรรมบรรจุสินค้าโดยใช้เครื่องจักรอัตโนมัติจะลดค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน

● การบรรจุภัณฑ์ที่มีน้ำหนักเบาและรูปแบบกะทัดรัดจะช่วยลดค่าขนส่งบรรจุภัณฑ์ที่ดีช่วยลดความเสียหายในการขนส่ง จึงช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและทรัพยากร

● บรรจุภัณฑ์ช่วยลดราคาขายปลีกของสินค้า เช่น ในเมืองใหญ่ๆ ซึ่งระบบการจำหน่ายสินค้าเป็นแบบลูกค้าบริการตนเองนั้น สินค้าแทบทุกชนิด จะบรรจุปริมาณคงที่โดยใช้หีบห่อ โดยไม่ต้องอาศัยคนขายมาชั่งและบรรจุ ทำให้ทางร้านลดค่าใช้จ่ายด้านพนักงานลงทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาต่ำลง

● ระบบการผลิตและการบรรจุสินค้าในโรงงานอุตสาหกรรมใหญ่ช่วยทำให้มีการนำทรัพยากรเหลือใช้มาทำประโยชน์ได้ เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในโรงงานผลิตอาหารกระป๋องจะมีส่วนเหลือทิ้งซึ่งมากพอจะนำไปใช้ประโยชน์ ในการทำวัตถุพลอยได้อื่นๆ เช่น ปุ๋ย อาหารสัตว์

● บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันความเสียหายของผลผลิต เช่น ผลผลิตทางการเกษตร ถ้าปราศจากการบรรจุภัณฑ์ สินค้าจะมีความเสียหายในปริมาณมาก เนื่องจากเชื้อจุลินทรีย์ และการขนส่งตลอดจนจากสภาพแวดล้อม มีผู้เสนอข้อมูลว่า องค์การสหประชาชาติแสดงข้อมูลไว้ว่าประเทศที่กำลังพัฒนาได้สูญเสียรายได้ไปถึงร้อยละ 30 เนื่องจากการบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดีพอ

● บรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มเงินตราของประเทศจากการส่งออก สินค้าส่งออกมักได้รับการดูแลและใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อคุ้มครองในการขนส่ง เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับของประเทศผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมช่วยให้สามารถบรรจุสินค้าและตู้ขนส่งสินค้าได้ในปริมาณมาก ทำให้ประหยัดต้นทุนและสามารถแข่งขันด้านราคาบรรจุภัณฑ์หรือการส่งออกที่ดีเหมาะสมกับความต้องการของผู้ซื้อในต่างประเทศ ทำให้สินค้าขายได้ และได้รับการยอมรับ บรรจุภัณฑ์จึงมีส่วนช่วยในการนำเข้าเงินตราจากต่างประเทศ

● บรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วเป็นส่วนที่สำคัญของขยะมูลฝอยวัสดุบรรจุภัณฑ์หลายชนิดย่อยสลายได้ยากตามธรรมชาติ เมื่อประกอบกับพฤติกรรมกาทิ้งไม่เลือกที่ของประชาชนด้วยแล้วจึงก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ในกระบวนการผลิต การใช้หรือทำการทำลายบรรจุภัณฑ์ยังมีผลต่อการเกิดมลภาวะในสิ่งแวดล้อม หรือทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้สารซีเอฟซีทำลายโอโซนในบรรยากาศของโลก ขบวนการผลิตและทำลายพลาสติก โฟม ทำให้เกิดมลภาวะทางอากาศมลพิษทางน้ำในแม่น้ำลำคลอง น้ำใต้ดิน ทะเล มีส่วนเกิดจากบรรจุภัณฑ์ เช่น การนำบรรจุภัณฑ์และขยะไปถมที่ทำให้เกิดมลพิษในชั้นน้ำใต้ดิน สารอันตรายปนเปื้อนในแม่น้ำลำคลอง บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้งลงในทะเลสะสมกันอยู่บนหาดทรายบางครั้งเป็นอันตรายต่อสัตว์ทะเล ดังนี้ เป็นต้น

● บรรจุภัณฑ์ที่มีผลด้านสาธารณสุข การบรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญต่อสุขภาพของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์อาหาร ยา ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการแพทย์ สารพิษ และสินค้าอันตราย เช่น ในโรงพยาบาลได้มีการใช้อุปกรณ์การแพทย์ที่บรรจุและฆ่าเชื้อแล้วเฉพาะอัน เช่น หลอดและเข็มฉีดยา ผ้าทำแผล ระบบการบรรจุที่สะอาดได้มาตรฐานทำให้มาตรฐานการแพทย์ดีขึ้น ระบบการบรรจุหีบห่อที่ดีช่วยรักษาคุณภาพของอาหารจนถึงมือผู้บริโภค

บทบาทของบรรจุภัณฑ์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและจ้างงาน การบรรจุภัณฑ์เป็นกิจกรรมที่สำคัญทางธุรกิจเพราะการแข่งขันในตลาดมีสูงขึ้น การพัฒนาการบรรจุและหีบห่อมีส่วนสำคัญต่อการแข่งขัน ทำให้มีการพัฒนาในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านวัสดุ เทคโนโลยี เครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ กระบวนการบรรจุและหีบห่อ ทำให้เกิดการจ้างงานบุคลากรฝ่ายต่างๆ จำนวนมาก ทั้งในระดับการออกแบบ เช่น อาชีพนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Designer) งานด้านกราฟฟิคดีไซน์ (Graphic Design) ตลอดจนระดับแรงงานที่ใช้ในการบรรจุหีบห่อ

3. ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์

จากบทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ในหลายด้านหลายระดับ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว คงทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนว่าบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญทั้งต่อตัวบุคคล (ผู้บริโภค) แต่ละคน ต่อองค์การทั้งด้านการผลิตและการจำหน่าย ทั้งยังมีผลต่อสังคมและเศรษฐกิจส่วนรวมในหลายด้าน นอกจากนี้ในปัจจุบันซึ่งมีการแข่งขันในตลาดอย่างรุนแรงนั้น การบรรจุภัณฑ์จึงเพิ่มความสำคัญต่อการอยู่รอดและความก้าวหน้าของสินค้ามากขึ้นทำให้เกิดการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ตามมากลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีมูลค่าการผลิตมหาศาล ทำให้เกิดงานหลายประเภทเกิดขึ้น เช่น งานการออกแบบงานวิจัยบรรจุภัณฑ์ เทคโนโลยีด้านวัสดุ โรงงานต่างๆ เช่น โรงงานผลิตฝาขวด หล่อพลาสติก รับล้างขวด โรงพิมพ์ โรงงานแก้ว ฯลฯ สาเหตุที่ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน มีดังนี้

ปัจจัย

3.1 การแข่งขันที่รุนแรงในตลาด ทำให้ผู้ผลิตสินค้าต่างๆ ได้พยายามทำการวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีในการพัฒนาสินค้าของตนให้เหนือคู่แข่ง ในด้านคุณภาพ สูตรการผลิตต่างๆ ซึ่งจะสามารถสร้างจุดเด่นของสินค้าตนได้ในระยะหนึ่ง แต่การเรียนรู้เทคโนโลยี หรือการลอกเลียนแบบของสินค้าตราอื่นก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็วตามมา ทางออกในการรักษาสถานการณ์แข่งขันก็คือ การพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ ธุรกิจผู้นำตลาดได้ใช้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการแข่งขันทางการตลาด ทั้งการคิดค้นการบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ ที่ทันสมัยมีเอกลักษณ์ของตนเอง ให้ความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภคที่บริษัทอื่นยังทำไม่ได้ หรือการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมยิ่งขึ้นให้กับสินค้าเดิม เพื่อแสดงถึงความเป็นผู้นำ เพื่อกระตุ้นความสนใจของตลาด หรือแม้กระทั่งการใช้กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดขายแบบต่างๆ

3.2 การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ อาทิเช่น รูปแบบการดำเนินชีวิต (life style) ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการบริโภค และการจับจ่ายใช้สอย จึงต้องพัฒนาสินค้าที่มีการบรรจุหีบห่อตรงกับที่เขาต้องการ เช่น อาหารสำเร็จรูป สินค้าที่บรรจุสะดวกต่อการพกพา สินค้าขนาดใหญ่แล้วทั้งในแต่ละครั้ง ผู้บริโภคนิยมจับจ่ายในร้านค้าแบบบริการตัวเองตามร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถทำหน้าที่ให้สินค้า ขายตัวเองได้ (Silent Salesman) ผู้บริโภคส่วนหนึ่ง ยอมจ่ายเงินเพิ่มเพื่อซื้อสินค้าที่อำนวยความสะดวก หรือเพื่อแสดง ความมีระดับของตนเอง โดยไม่สนใจราคาที่สูงขึ้น ธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบ และเลือกใช้ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมที่จะบ่งบอกถึงระดับและภาพลักษณ์ของสินค้าได้

3.3 แรงกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อม สาธารณชน และกฎหมาย ปัญหาด้านมลภาวะในสิ่งแวดล้อมมีความรุนแรงมากขึ้น ประชาชนและสาธารณชนเริ่มตระหนักถึงประเด็นเหล่านี้เพิ่มมากขึ้นธุรกิจต่างๆ ย่อมไม่สามารถเพิกเฉยต่อเรื่องนี้ได้อีกต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการขนาดใหญ่ ซึ่งการรักษา

ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของตนมีความสำคัญต่อสายตาและความเชื่อถือจากสาธารณชน จึงต้องเริ่มหันมาหาวิธีการหรือใช้กลยุทธ์ต่างๆ เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ ในส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การตลาดที่เรียกว่า Green Marketing เพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านสิ่งแวดล้อมกันมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ภาครัฐบาลเองยังได้มีการออกกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และมีองค์การของรัฐที่ทำหน้าที่ดูแลในเรื่องนี้และยังมีการเพิ่มเติม เปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่างๆ อยู่เสมอ ธุรกิจจึงต้องติดตาม และให้ความสำคัญกับประเด็นนี้ด้วย

4. ประเภทของบรรจุภัณฑ์

สามารถจำแนกประเภทบรรจุภัณฑ์ โดยใช้เกณฑ์ต่างๆ ได้ดังนี้

4.1 จำแนกตามวัตถุประสงค์ของบรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การบรรจุภัณฑ์เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ การบรรจุประเภทนี้จะต้องมีความแข็งแรงทนทานต่อความชื้น หรือการถูกฉีกขาดได้ ดังเช่น ผลิตภัณฑ์มันทอดจะต้องรักษาความกรอบเอาไว้จนถึงมือผู้บริโภค จึงจำเป็นที่จะต้องใช้พลาสติก หรืออะลูมิเนียมฟอยล์ในการบรรจุเพื่อป้องกันความชื้น แล้วบรรจุลงลังกระดาษ เพื่อป้องกันการแตกละเอียดอีกครั้ง
2. การบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จะมีสีสัน และรูปแบบที่สะดุดใจผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะซื้อ การบรรจุในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อบริโภคโดยตรง ดังเช่น กล่องผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลต ขนมห้างกระป๋อง และผลิตภัณฑ์ประเภทที่มีการโฆษณาที่ท่านจะหาดูได้จากรายการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์
3. การบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์อื่น การบรรจุประเภทนี้การบรรจุหรือภาชนะที่บรรจุจะช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น เช่น การใช้พลาสติกในการบรรจุภัณฑ์เพื่อกันอากาศและกันน้ำ ฉะนั้นแทนที่การบรรจุภัณฑ์จะส่งเสริมที่ตัวผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอย่างเดียว ก็เป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ต้องมีการป้องกันความชื้นไปด้วย
4. การบรรจุภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ภาชนะที่ใช้ในการบรรจุทำด้วยชิ้นส่วนหรือส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น พกทัฟเพอร์แวร์ที่บรรจุโดยการประกอบกันเป็นชิ้นเดียวเมื่อเก็บรักษาหรือจัดส่ง แต่เมื่อผู้ใช้ต้องการจะใช้ก็สามารถถอดออกมาเป็นชิ้นๆ ได้
5. การบรรจุที่ให้ความสะดวกต่อพ่อค้าคนกลาง ซึ่งการบรรจุประเภทนี้จะมีลักษณะที่สะดวกต่อการจัดส่งและสะดวกต่อการแบ่งจำหน่าย เช่น บรรจุกล่องเล็กในกล่องกลาง และบรรจุกล่องกลางในกล่องใหญ่ เป็นต้น
6. การบรรจุประเภทป้องกันการฉกฉวย การบรรจุประเภทนี้จะต้องเป็นการบรรจุอย่างแน่นหนาและมิดชิด เช่น บรรจุลงในกล่องโลหะหรือลังไม้ และยังไปกว่านั้นถ้าเป็นการขนส่งจำนวนมากมักจะบรรจุลงคอนเทนเนอร์อีกครั้ง เพื่อไม่ให้เกิดการลักขโมย การบรรจุในลักษณะนี้มักจะเป็นสินค้าที่มีการขโมยได้ง่าย
7. การบรรจุเพื่อประหยัดเนื้อที่ การบรรจุประเภทนี้จะคำนึงถึงการเก็บรักษาและการขนส่งเป็นสำคัญ คือจะบรรจุให้สามารถใช้พื้นที่ได้พอดี ไม่เสียเนื้อที่ เช่น ผลิตภัณฑ์บางประเภทจะเก็บรักษาโดยการเรียงบนชั้นวางของในคลังสินค้า ขนาดของการบรรจุจะต้องให้สามารถวางบนชั้นวางของได้พอดี หรือในกรณีขนส่งโดยใช้คอนเทนเนอร์ก็จำเป็นจะต้องบรรจุให้พอดีกับขนาดของคอนเทนเนอร์ เช่น กิจการผลิตตุ๋น

ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ออกต่างประเทศจะต้องคำนึงถึงตัวผลิตภัณฑ์และขนาดการบรรจุให้สามารถบรรจุลงตู้คอนเทนเนอร์เพื่อการขนส่งได้ดี

8. การบรรจุเพื่อเป็นการป้องกันเด็ก การบรรจุประเภทนี้เป็นการบรรจุเพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับเด็กได้ คือผลิตภัณฑ์บางประเภทเป็นสิ่งอันตราย ซึ่งเด็กอาจจะนำไปเล่นแล้วทำให้เกิดอันตรายได้ การบรรจุจึงต้องกระทำอย่างแน่นหนา และมีฉลากบอกว่าเป็นอันตรายต่อเด็ก ดังเช่น การบรรจุยาฆ่าแมลง หรือแม้กระทั่งยารักษาโรคก็ตาม

9. การบรรจุที่เป็นการลดต้นทุนในการจัดจำหน่าย การบรรจุประเภทนี้เป็นการบรรจุที่ใช้ภาชนะ ราคาถูก สะดวกและประหยัดต่อการจัดส่ง และการเก็บรักษาซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในด้านการจัดจำหน่าย

4.2 จำแนกตามวิธีการบรรจุและการขนถ่าย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือบรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์หรือใช้รองรับ ห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์จริงๆ อาจเรียกว่า บรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Package) เช่น หลอดยาสีฟัน ตลับแป้งทาหน้า กล่องนม ขวดน้ำหอม บรรจุภัณฑ์ขั้นแรกเฉพาะหน่วยนี้อาจกำหนดให้มีรูปร่างลักษณะต่างๆ เช่น เป็นขวด กระป๋อง หลอด ถัง กล่อง หรืออาจมีลักษณะพิเศษเฉพาะ ทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน ในขณะที่ทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย บางกรณีบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเพื่อความสะดวกและสามารถใช้สินค้าได้ในปริมาณที่ต้องการ เช่น แปรงของยาทาเล็บ จุกขวดของยาหยอดตา ฟองน้ำที่ใช้จุ่มยาขัดรองเท้า

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) หรือบรรจุภัณฑ์รอง หรือชั้นหุ้มห่อหุ้ม หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 (Secondary Package) หมายถึงบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สองอาจทำหน้าที่รองรับ หรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นปฐมภูมิอีกชั้นหนึ่ง รวมทั้งต้องการผลในการกระตุ้นการซื้อ เช่น กล่องยาสีฟัน กล่องหุ้ม ตลับแป้ง กล่องน้ำหอม หรือทำหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (เฉพาะหน่วย) เข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด อาจเพื่อป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การจำหน่าย เช่น फिल्मหดรัดรูป กล่องนม 6 กล่องเข้าด้วยกล่องกระดาษแข็ง บรรจุผลไม้กระป๋อง จำนวน 4 กระป๋อง กล่องกระดาษบรรจุนม UHT จำนวน 1 โหล

3. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Outer Package) หมายถึงบรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ในการขนส่งอาจเรียกว่า บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping or Transportation Package) บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้ใช้รองรับ ห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 หรือ 2 (ถ้ามี) ทำหน้าที่รวบรวมสินค้าเข้าด้วยกันเป็นหน่วยใหญ่เพื่อความปลอดภัย และความสะดวกในการเก็บรักษาและการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุเบียร์ 2 โหล ลังบรรจุขวดน้ำอัดลม กล่องกระดาษบรรจุนม UHT 3 โหล และหีบไม้

4.3 จำแนกตามระดับบรรจุภัณฑ์ของการจำหน่าย แบ่งตามระดับของการจำหน่ายได้ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ผู้บริโภค (Consumer Package) หรือบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Retail Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้รับ หรือซื้อไปใช้ หรือใช้ในการวางจำหน่ายในร้านค้าปลีก อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ เช่น การซื้อน้ำหอม ในขณะที่วางโชว์ในตู้โชว์จะโชว์เฉพาะขวดน้ำหอม มิได้บรรจุในกล่องอีก แต่เมื่อผู้บริโภคซื้อไป จะได้รับบรรจุภัณฑ์ทั้ง 2 ชั้น คือ ขวดน้ำหอม และบรรจุลงกล่อง (กระดาษหรือกล่องแบบอื่นๆ) อีกชั้น บางกรณีภาชนะหรือหีบห่อชั้นเดียวอาจเป็นทั้งบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคและบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งด้วย เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุเครื่องรับโทรทัศน์

2. **บรรจุภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Package)** หรืออาจเรียกว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง มีลักษณะเช่นเดียวกับ บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด ดังอธิบายมาแล้วคือเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เพื่อการรวบรวมสินค้าเข้าเป็นหน่วยใหญ่ เพื่อการปกป้องรักษา เพื่อความสะดวกในการขนส่ง มากกว่าการจูงใจผู้บริโภค

4.4 จำแนกตามวัสดุที่ใช้ผลิต สามารถแบ่งตามวัสดุที่ใช้ผลิตได้เป็น 5 ประเภทดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์พลาสติก เป็นชนิดที่ใช้กันแพร่หลายมากในปัจจุบัน ในรูปร่างลักษณะต่างๆ เช่น ขวด กล่อง ลัง ถัง กระป๋อง ฟิล์มพลาสติก ทั้งในระดับบรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคและบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งด้วย
2. บรรจุภัณฑ์แก้ว เซรามิกส์ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องกระเบื้อง เครื่องลายคราม เป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทหนึ่งที่มีการผลิตและใช้กันมายาวนานตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน
3. บรรจุภัณฑ์ที่ได้จากพืช - ผัก ที่สำคัญคือ บรรจุภัณฑ์กระดาษ ซึ่งมีการผลิตในหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น กล่อง ลัง ถัง แผ่นกระดาษ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากไม้ สิ่งทอ เช่น ผ้าเครื่องจักสานแบบต่างๆ
4. บรรจุภัณฑ์โลหะ เช่น แผ่นเหล็กอาบดีบุก (Tinplate) อลูมิเนียม แผ่นเหล็กไร้ดีบุก (Tin free) ทองแดง โลหะผสม (Alloy) ฯลฯ ที่ทำเป็นภาชนะหีบห่อในรูปต่างๆ เช่น กระป๋อง (can) ถังโลหะ (drum) ปิ๊ป แผ่นเปลวโลหะ เช่น อลูมิเนียมฟอยล์ (Aluminum Foil)
5. บรรจุภัณฑ์ชนิดวัสดุผสม ในปัจจุบันมีการผสมผสานการใช้วัสดุหลายชนิดร่วมกันในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เช่นที่เรียกว่าระบบลามิเนต (laminated) อาจเป็นการใช้วัสดุ 2-3 ชนิด ประกบกัน เช่น พลาสติก-กระดาษ พลาสติก-กระดาษ-โลหะ พลาสติก-กระดาษ-พลาสติก เป็นต้น