

บรรจุภัณฑ์ข้าว

การบรรจุภัณฑ์ หมายถึงรูปแบบวัสดุภายนอกที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์ทางการค้าของผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายและการนำไปใช้ของผู้บริโภค การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีปัจจัยหลายอย่างที่จะทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจจากรูปลักษณะภายนอกก็คือ การจับถนัดมือ สี สัน ขนาด สิ่งเหล่านี้ดู เหมือนจะเป็นรายละเอียดปลีกย่อย แต่จริงๆ แล้วเป็นสิ่งที่สำคัญและมีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคค่อนข้างมาก ซึ่งในปัจจุบันนี้การทำธุรกิจที่จะต้องคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นอันดับแรก เนื่องจากการแข่งขันกันทางธุรกิจสูง ถ้าหากไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูสวยงามแล้วส่วนแบ่งการตลาดก็จะถูกแบ่งไปอย่างแน่นอน ซึ่งแตกต่างกับการทำธุรกิจเมื่อสมัย 20-30 ปีที่ผ่านมา จะเห็นว่าในแต่ละปีอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีมูลค่า 5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐของมูลค่าโดยรวมของโลก (วัตถุดิบใช้ทำบรรจุภัณฑ์ 80%, ส่วนประกอบอื่นๆ 12% เครื่องจักรขึ้นรูป 8%) ทั้งนี้เนื่องจากว่าสินค้าที่มีคุณภาพมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม จะทำให้สินค้ามีคุณค่าเพิ่มขึ้นนอกจากจะจำหน่ายได้มากขึ้นแล้วยังมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการยกระดับราคา สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์



ประเภทของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าและความต้องการของลูกค้า ตลาดบรรจุภัณฑ์แบ่งออกตามวัสดุหลักที่ใช้ ดังนี้

- บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยกระดาษ ประมาณ 36%
- บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยพลาสติก 24%
- บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยโลหะ 20%
- บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยแก้ว 10%

ลักษณะที่ดีของบรรจุภัณฑ์

ด้านผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย

1. สะดวกต่อการจัดเก็บและการรักษา
2. สะดวกต่อการจัดส่งและการเคลื่อนย้าย
3. สะดวกต่อการแยกประเภทและจัดหมวดหมู่
4. เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์
5. ยกระดับราคา สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์
6. ช่วยดึงดูดความสนใจแก่ลูกค้า
7. ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านผู้บริโภค/ลูกค้า

1. พกพาเคลื่อนย้ายสะดวก
2. สามารถรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุการใช้งานได้มากขึ้น
3. ช่วยให้ทราบรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์
4. ช่วยสร้างความภูมิใจในการซื้อ
5. สามารถแปรรูปประยุกต์ใช้งานอื่นได้

บรรจุภัณฑ์ในอนาคต

- มีตรารับรองคุณภาพสินค้า เช่นตรา Q
- มีเรื่องราวที่น่าสนใจบนบรรจุภัณฑ์
- แสดงคุณภาพสินค้าในระบบดิจิทัลหรือ e-packaging



บทบาทของกรมการข้าวต่อการบรรจุภัณฑ์ข้าว

กรมการข้าวโดยสำนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว มีกลุ่มงานพัฒนาการเพิ่มมูลค่าสินค้าข้าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมพัฒนารูปแบบและคุณภาพของบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าข้าว ทั้งในตลาดเฉพาะ (Niche Market) และตลาดทั่วไป โดยเน้นความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค ดังนั้นเพื่อให้งานบรรจุภัณฑ์ ได้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น จึงได้ดำเนินการจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าและเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการได้เป็นแนวทางในการนำรูปแบบไปใช้พัฒนาและประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มรายได้ให้สูงขึ้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายได้แก่กลุ่มแม่บ้าน อุตสาหกรรมขนาดย่อย นักศึกษาผู้สนใจ บุคคลทั่วไป และภาคเอกชน



ที่มา :: กองวิจัยและพัฒนาข้าว กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

<http://brrd.in.th/rkb/contents/view/category:12/title:index.php-file=content.php&id=16.htm>