

บทที่ ๑

บทนำ



ลักษณะของปัญหา

หีบห่อ (Package)^๑ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญยิ่งของผลิตภัณฑ์ (Product) การหีบห่อ (Packaging) นับว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการวางแผนผลิตภัณฑ์ สินค้าแต่ละชนิดแต่ละประเภท มีความจำเป็น และลักษณะความต้องการในการหีบห่อที่ต่างกัน อันขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ อาทิเช่น ด้านการเงิน การตลาด การผลิต ลักษณะเฉพาะตัวของสินค้านั้น ๆ ฯลฯ

ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในฐานะผู้บริโภคมีโอกาสเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับหีบห่ออยู่ตลอดเวลา และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสินค้าประเภทอาหาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อการบริโภค เพื่อการดำรงชีวิตอยู่ของผู้บริโภค หีบห่ออาหารที่เราได้พบเห็นอยู่ทุกวันนี้ ทั้งที่สมบูรณ์ และไม่สมบูรณ์ ซึ่งส่วนดีและส่วนบกพร่องของหีบห่อในบางลักษณะอาจนำผลดีผลเสียมาสู่ผู้บริโภคอย่างเห็นได้ชัด แต่ในบางลักษณะอาจมองได้ยาก รวมทั้งผลที่จะมีต่อหน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย อาทิเช่น บริษัทผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับหีบห่อของสินค้าประเภทอาหารนี้ เพื่อวัตถุประสงค์หลายประการอันได้แก่

๑. เพื่อทราบถึงลักษณะของหีบห่อสินค้าที่เป็นมาตรฐาน

^๑หีบห่อ (Package) หมายถึงสิ่งห่อหุ้ม หรือบรรจุผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เพื่อจุดประสงค์เบื้องต้นในการป้องกัน และรักษาผลิตภัณฑ์ ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกับ เมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด

๒. เพื่อศึกษาถึงสถานะการหีบห่อของสินค้าที่ทำกันอยู่จริง ๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอาหาร เปรียบเทียบกับหีบห่อที่เป็นมาตรฐาน

๓. เพื่อทราบความสัมพันธ์ระหว่างหีบห่อกับผู้บริโภค ตลอดจนหน่วยงานรัฐบาล เอกชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับงานการผลิตและการหีบห่อสินค้าประเภทอาหาร

๔. เพื่อทราบถึงความต้องการของตลาด ความสามารถในการสนองความต้องการ ตลอดจนกำลังการผลิตในปัจจุบัน อุปสรรคต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดปัญหาในการหีบห่อที่มีประสิทธิภาพ เพื่อวางแนวทางขจัดปัญหา และส่งเสริมให้มีการหีบห่อที่สมบูรณ์แบบ

๕. เพื่อทราบความจำเป็นของการมีหีบห่อที่เป็นมาตรฐาน ความบกพร่องที่ควรแก้ไข และเพื่อหาข้อมูลเป็นแนวทางในการปรับปรุงหีบห่อสินค้าประเภทอาหารให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

๑. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้มีการหีบห่ออย่างมีประสิทธิภาพ
๒. เพื่อกระตุ้นให้บุคคลผู้เกี่ยวข้องในทุกวงการหันมาสนใจ และเห็นความสำคัญของการหีบห่อสินค้าที่เป็นมาตรฐาน เป็นการยกระดับมาตรฐานการหีบห่อสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอาหาร ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับชีวิตประจำวัน และได้เห็นโทษของการบริโภคสินค้าที่มีหีบห่อไม่ได้มาตรฐาน
๓. เป็นประโยชน์ต่อการจัดการด้านการตลาด การวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางสำหรับการจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด
๔. เพื่อทราบความต้องการของตลาด ปัญหาต่าง ๆ ที่แต่ละสถาบันประสบในงานด้านการหีบห่อ อันเป็นอุปสรรคที่ทำให้งานด้านนี้ในประเทศ ยังไม่อยู่ในระดับมาตรฐานที่สมบูรณ์ รวมทั้งหนทางในการขจัดปัญหาเหล่านี้
๕. เป็นประโยชน์โดยตรงต่อผู้บริโภค ที่จะสามารถพิจารณาซื้อสินค้าได้โดยอาศัยการตัดสินใจอย่างมีหลักเกณฑ์และมีเหตุผล

ขอบเขตในการวิจัย

เนื่องจากคำว่า หีบห่อ (Package) และ การหีบห่อ (Packaging) ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในหมู่นักบริโภคทั่ว ๆ ไป มีเฉพาะนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนี้เท่านั้นที่สนใจในรายละเอียด ซึ่งก็เป็นเพียงส่วนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้บริโภคทั้งหมด ผู้บริโภคส่วนมากจะเรียนรู้จากการบอกเล่าสืบกันมา หรือจากประสบการณ์ที่เคยพบเห็น แม้ว่า จะมีหน่วยงานบางหน่วยที่ให้ความสนใจศึกษาค้นคว้า เผยแพร่ข้อมูล แต่การศึกษาค้นคว้า การทำวิจัย ตลอดจนการส่งเสริมดังกล่าว ยังอยู่ในระหว่างเริ่มต้น ไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าที่ควร จึงยังไม่สามารถรวบรวมข้อเท็จจริง หรือตัวเลขได้อย่างแน่นอน ฉะนั้น รายละเอียดต่าง ๆ จึงเป็นเพียงขั้นเริ่มแรก เพื่อใช้อาศัยเป็นแนวทางในการศึกษารายละเอียดขั้นต่อไป

อย่างไรก็ตาม ในเรื่องของการหีบห่ออาหารที่กล่าวนี้ หากจะกล่าวถึงโดยทั่วไป เนื้อหาสาระจะกว้างขวางมาก คืออาจมองได้ในหลายแง่หลายมุม เช่น การหีบห่ออาหารในแง่ของการขนส่ง การหีบห่ออาหารเพื่อการส่งออก การหีบห่ออาหารเพื่อการค้าส่ง ฯลฯ หรือหากจะมองในแง่ของรายละเอียดวิธีการหีบห่ออาหาร โดยพิจารณาวัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นเกณฑ์แล้วก็มีอยู่มากมาย เช่น การหีบห่ออาหารโดยใช้วัสดุพลาสติก แก้ว โลหะ กระดาษ ฯลฯ ซึ่งในแต่ละวิธีการก็สามารถแยกแยะรายละเอียดได้มากมาย และรายละเอียดเฉพาะเนื้อหาของแต่ละเรื่องดังกล่าวนี้ มากมายเกินกว่าจะนำมากล่าวถึงพร้อม ๆ กันหมดได้ และที่สำคัญคือ เนื้อหารายละเอียดในบางเรื่อง บางสถานการณ์ มิได้มีปรากฏอยู่ในภาวะการณ้จริงของประเทศไทย

ฉะนั้น เพื่อเป็นการเน้นให้เป็นไปตวิมวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ว่าจะศึกษาถึงสถานะของการหีบห่อสินค้าประเภทอาหารในประเทศไทย การศึกษาและรายละเอียดการวิจัยต่อไปนี้ จึงจะเน้นหนักไปในแนวทางการวิจัยเฉพาะสภาวะของการหีบห่อสินค้าประเภทอาหารที่เป็นอยู่ และเกิดขึ้นในประเทศไทยจริง ๆ เท่านั้น โดยจะเน้นหนักในเรื่องของการหีบห่อสินค้าประเภทอาหารสำหรับการบริโภคของผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumers) และวิจัยในแนวทางการตลาดเป็นสำคัญ ส่วนรายละเอียดปลีกย่อยอื่น ๆ ที่อาจนำมาประกอบก็เพื่อให้เนื้อหา

สาระสมบูรณ์ขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ผลที่ได้จากการวิจัยอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมในการชี้สถานะของ การรับประทานอาหารในประเทศที่เป็นอยู่จริง และสามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการส่งเสริมหรือแก้ไขปรับปรุงได้ในโอกาสต่อไป

วิธีการศึกษาค้นคว้า

เนื่องจากมีข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้น การศึกษาในขั้นนี้ซึ่งจะทำในรูปของการวิจัย เริ่มแรก (Preliminary Research) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ และการออกสำรวจในภาคสนาม (Field Research) ซึ่งได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูลดังนี้

๑. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสังเกตการณ์ในการสำรวจ ภาคสนาม ประกอบด้วย

๑.๑ การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง และนักวิชาการที่มีประสบการณ์ในด้านการ รับประทานอาหาร เช่น ผู้ผลิต เจ้าหน้าที่ส่วนราชการต่าง ๆ ผู้ทรงคุณวุฒิ ฯลฯ ทั้งนี้ครอบคลุมทั้งหน่วยงานของรัฐบาลและของเอกชน

๑.๒ การออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจทัศนคติของผู้บริโภค เพื่อศึกษาถึง ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหาร แนวทางการปฏิบัติและสิ่งจูงใจในการ เลือกใช้ โดยกำหนดจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น ๖๐๐ ชุด กระจายไปยังประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์การแบ่งโดยดูอาชีพเป็นหลัก คือ กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพ เป็นพนักงานในกิจการ เอกชน และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา

อนึ่ง การกระจายแบบสอบถาม จะใช้วิธีการแจกแบบสอบถามถึงตัวผู้ตอบ โดยแจกตามสถานที่ทำงานของแต่ละบุคคล

๒. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าหนังสืออ้างอิง และเอกสารประกอบทางวิชาการต่าง ๆ หรือจากข้อมูลและตัวเลข ตลอดจนบันทึกข้อมูล ที่จัดเก็บโดยหน่วยราชการ องค์กรการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของเอกชนที่เกี่ยวข้อง กับงานด้านนี้