



ปัญหาของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องในปัจจุบัน

พัฒนาการของผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องในประเทศไทยทุกวันนี้ อาจจะกล่าวได้ว่า ค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากกิจการโรงงานของเอกชนมีเงินทุนจำกัดและภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลกระทบต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องให้เป็นที่ไปอย่างระมัดระวัง ในขณะที่เกี่ยวกับวิกฤตการณ์ขาดแคลนเชื้อเพลิงที่ทั่วโลกประสบอยู่ในขณะนี้มีส่วนทำให้ราคาวัตถุดิบของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องมีราคาสูงขึ้น ในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องในประเทศไทย จำเป็นที่จะต้องพิจารณาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เผชิญอยู่ในขณะนี้ เพื่อหาทางแก้ไขเบื้องต้นเป็นเบา เพื่อให้อุตสาหกรรมเหล่านี้ดำเนินกิจการลุล่วงไปโดยดี อุปสรรคและข้อจำกัดต่าง ๆ ที่พอจะรวบรวมได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในวงการอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องมีดังต่อไปนี้

4.1 ปัญหาด้านค่าจ้างแรงงาน

เนื่องจากโรงงานอาหารกระป๋อง ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ตาม ต่างก็เผชิญกับปัญหาการเรียกร้องค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้นของแรงงาน เนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ผลของการตกลงระหว่างนายจ้างหรือตัวแทนนายจ้างกับคนงานอาจจะเป็นไปได้ในทางที่ดีหรือผันแปรไปในทางที่ตกลงกันไม่ได้ ซึ่งย่อมจะทำให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้าเสียหาย หมายถึงโรงงานจะต้องเสียทั้งเงินและเวลา นอกจากนี้ในกรณีที่โรงงานอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องแห่งหนึ่งประสบปัญหาเช่นนี้แล้ว ยังจะเป็นตัวอย่างที่ทำให้เกิดปัญหาเช่นเดียวกันนี้กับโรงงานแห่งอื่น ๆ อีกก็ได้

ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองการจ้างของกรมแรงงาน ฉบับที่ ปี พ.ศ. 2517 ว่าด้วยข้อบังคับในการกำหนดค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉพาะในเขต 5 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร, นครปฐม, นนทบุรี, ปทุมธานี และสมุทรปราการ ได้กำหนดว่าจ้างอัตราแรงงานขั้นต่ำไว้ไม่น้อยกว่า 25 บาทต่อวัน ซึ่งหมายถึงชั่วโมงการทำงานไม่เกิน 8 ชั่วโมงในหนึ่งวัน ปกติโรงงานต่าง ๆ ก็ได้ให้มากกว่าข้อกำหนดนี้อยู่แล้ว¹ แต่เนื่องจากคนงานใน

¹ ชาวพาณิชย์ บทความเรื่องแรงงานสัมพันธ์กับภาวะการขยายตัวของอุตสาหกรรม

ประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นผู้พื้นฐานการศึกษาต่ำและมีปัญหาการครองชีพที่ย่ำแย่ จึงได้มีการ
เรียกร้องค่าแรงเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นอุปสรรคส่วนหนึ่งของการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง

4.2 ปัญหาค่าน้ำเชื้อเพลิง

โรงงานอาหารกระป๋องส่วนใหญ่ต้องอาศัยพลังงานจากเชื้อเพลิง เพื่ออำนวยความสะดวก
สะดวกในการผลิต ปัจจุบันปัญหาการขาดแคลนเชื้อเพลิงเป็นปัญหาระดับโลก และราคาเชื้อ
เพลิงที่สูงขึ้นมีผลให้ราคาวัตถุดิบทุกประเภทสูงขึ้น ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมชะงักการผลิต
และราคาผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดสูงขึ้น จึงเป็นผลให้การซื้อขายโดยทั่วไปเกิดความชะงักงัน

4.3 ปัญหาค่าน้ำวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง ส่วนใหญ่มีผลผลิตคล้ายคลึงกัน เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการ
แข่งขันในการซื้อวัตถุดิบ มีผลให้เกิดช่องว่างของความต้องการ คือ ความต้องการวัตถุดิบ
มีจำนวนมากกวาปริมาณวัตถุดิบ และวัตถุดิบสูงขึ้น โรงงานบางแห่งที่ตระหนักถึงปัญหาที่
จึงมีการแก้ไขดังนี้ คือ

4.3.1 สร้างแหล่งวัตถุดิบเอง หมายถึงการเพาะปลูกวัตถุดิบหรือเลี้ยงสัตว์
ที่โรงงานอุตสาหกรรมนั้น ๆ ได้จัดทำขึ้น เพื่อสนองความต้องการของตนเอง อันเป็นทางที่จะขจัดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบและยังให้เกิดผลดีคือ

4.3.1.1 ประกันความมั่นคงในการผลิตสินค้าได้ตลอดปี

4.3.1.2 ช่วยลดต้นทุนผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของผู้ผลิต

4.3.1.3 สามารถวางรากฐานเกี่ยวกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบได้แน่นอน

การแก้ปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบวิธีนี้มีโรงงานอุตสาหกรรมบางแห่งได้เริ่มดำเนินการ
แล้ว เช่น บริษัท โกลด์ไทยแลนด์ บริษัทอาหารสากล จำกัด และบริษัทสับปะรดไทย จำกัด
 เป็นต้น

- 4.3.2 การทำสัญญาซื้อขายกันกับผู้ผลิตวัตถุดิบโดยตรง ในกรณีที่โรงงานไม่มีการ
ดำเนินการกสิกรรมและเลี้ยงสัตว์เอง ก็อาจจะทำการตกลงราคากับผู้
ผลิต โดยใช้การประเมินผลการผลิตในฤดูนั้น ๆ แล้วเขาคำเนินการดูแล
ผลผลิตเองจนเสร็จสิ้นการเก็บเกี่ยวแล้ว
- 4.3.3 การประกันราคา วิธีการนี้ให้ทั้งผลดีและผลเสีย กล่าวคือ เมื่อมีการ
ประกันราคาแล้วย่อมจะส่งผลให้ผู้ผลิตวัตถุดิบเกิดความแน่ใจในราคา
สินค้าของตน เช่น โรงงานแห่งหนึ่งต้องการแห้วจีนเพื่อใช้ในการผลิตเป็น
จำนวนมาก และได้ทำการตกลงกับกลุ่มเกษตรกรที่มีอาชีพปลูกแห้วจีน เช่น
กลุ่มเกษตรกร อ. ศรีประจัน จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มที่เพาะปลูกแห้วจีน
อย่างเป็นลำเป็นสัน ผู้ผลิตอาจจะไปติดต่อกับหัวหน้ากลุ่ม โดยเสนอการลงทุน
ขั้นต้นให้ เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวแล้ว ก็รับซื้อในราคาที่ได้ทำการตกลงกันไว้
โดยหักค่าใช้จ่ายในการลงทุนขั้นต้นไว้ เป็นต้น ซึ่งข้อเสนอเช่นนี้ เป็น
การจูงใจให้เกษตรกรหันมาเพาะปลูกกันอย่างจริงจัง และเป็นผลใหญ่ที่ไม่เคย
ปลูกมาก่อนหันมาดำเนินการ เช่นเดียวกัน ทางด้านผลเสียหายคือ อาจ
ทำให้มีวัตถุดิบเกินความต้องการ สุดท้ายอาจมีการตัดราคาจำหน่ายในหมู่
ผู้ผลิตเอง
- 4.3.4 การประมูลราคา กรรมวิธีการประมูลราคาในการซื้อวัตถุดิบมีปฏิบัติอยู่ทั้ง
ในส่วนของรัฐบาลและเอกชน วิธีการนี้ก็เช่นเดียวกัน กล่าวคือ ทำให้
ผู้ค้าวัตถุดิบด้วยกันมีการแข่งขันกันตัดราคาขาย เมื่อเปรียบเทียบกับภาวะ
เศรษฐกิจในปัจจุบันแล้วมีทั้งผลดีและผลเสีย ทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลง
อันเป็นผลให้ราคาขายของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปถูกลง แต่ผลเสียของการประมูล
ราคาดังนั้นจะเป็นผลต่อเนื่องหากวัตถุดิบนั้น ๆ เป็นผลิตเฉพาะฤดูกาล จะทำ
ให้ราคาวัตถุดิบมีการเคลื่อนไหว เป็นสามระยะคือ
- ก. ระยะที่หนึ่ง ต้นฤดูเก็บเกี่ยว มีวัตถุดิบออกสู่ตลาดเป็นจำนวนน้อย
ในระยะแรก จะทำให้ราคาวัตถุดิบค่อนข้างสูง

- ข. ระยะที่สอง กลางฤดูเก็บเกี่ยวจะมีวัตถุดิบออกสู่ตลาดมีปริมาณมากขึ้น จนถึงขั้นเกินความต้องการ ราคาวัตถุดิบจึงค่อนข้างต่ำ
- ค. ระยะปลายฤดูเก็บเกี่ยว จะมีปริมาณวัตถุดิบน้อยลง ราคาขอมจะสูงขึ้น และจะมีแนวโน้มสูงขึ้นจนถึงฤดูเก็บเกี่ยว

4.4 ปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพ

โรงงานอุตสาหกรรมทุกประเภทจำเป็นต้องมีการควบคุมคุณภาพ เนื่องจากได้ตระหนัก ชัดแล้วว่า การวางระบบควบคุมคุณภาพถ้ากระทำถูกหลัก จะช่วยลดค่าใช้จ่ายได้มาก เพราะการผลิตสินค้าจำนวนมาก ๆ โดยไม่มีการสูญเสีย หรือมีการสูญเสียแต่น้อย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายได้มาก ในปัจจุบันนี้โรงงานต่าง ๆ จึงนิยมที่จะให้มีการควบคุมคุณภาพสินค้ามากยิ่งขึ้น แต่เนื่อง จากค่าใช้จ่ายที่สิ้นเปลืองไปในด้านการควบคุมคุณภาพนั้นมองไม่เห็นโดยตรง² เพราะเป็นการ เพิ่มค่าใช้จ่าย แมว่าคุณภาพสินค้าจะดีขึ้นก็ตาม

หลักเกณฑ์การควบคุมคุณภาพแบ่งออกเป็น 3 วิธี คือ

- 4.4.1 การควบคุมวัตถุดิบ
- 4.4.2 การควบคุมเครื่องจักร
- 4.4.3 การควบคุมงานและคนงานระหว่างผลิต

4.4.1 การควบคุมวัตถุดิบ วัตถุดิบเป็นส่วนสำคัญในการควบคุมวัตถุดิบ จึงเป็น สิ่งสำคัญสำหรับโรงงานทุกประเภท เพราะถ้าได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพไม่คงที่ จะทำให้ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมีคุณภาพไม่คงที่ด้วย จึงต้องวางมาตรฐานวัตถุดิบไว้ให้แน่นอน แล้วทำการตรวจสอบวัตถุดิบทุกครั้งที่มีการสั่งซื้อว่า วัตถุดิบ ที่สั่งซื้อนั้นจำนวนน้อยต้องตรวจสอบทุกหีบห่อ ถ้าสั่งซื้อมากต้องตรวจสอบโดย การชักตัวอย่าง (Sampling Technique) เช่นการชักตัวอย่าง ทุก ๆ 5 หีบห่อ ถ้าพบข้อบกพร่องหรือมีอะไรผิดปกติ ผิดจากมาตรฐานของโรงงาน จะต้องตรวจซ้ำทุก ๆ หีบห่อจนกว่าจะแน่ใจว่า วัตถุดิบนั้นมีคุณภาพดีพอ และ สม่่าเสมอกันตลอดทั้งรุ่น จึงจะรับไว้ผลิตได้

² เจริญ วลัยเสถียร การควบคุมคุณภาพ นิตยสาร อก. หน้า 19 - 21

4.4.2 การควบคุมเครื่องจักร เป็นหน้าที่ของนายช่าง หรือวิศวกรที่ควรจะต้องเอาใจใส่ดูแลเสมอ เพราะเครื่องจักรเป็นตัวกลไกที่สำคัญ ที่จะทำให้คุณภาพสินค้าหรือคอยไต่ตลอดเวลา นายช่างประจำเครื่องจักรต้องคอยสอดส่องดูแลเครื่องจักรของตนให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ พร้อมทั้งจะทำงานด้วยประสิทธิภาพสูงคงที่ตลอดเวลา เช่นการตรวจสอบดูแลแผงไฟฟ้า ควบคุมเครื่องมืออัตโนมัติ (Automatic Control) ไต่แกเครื่องควบคุม

อุณหภูมิ, ควบคุมความดัน, เครื่องควบคุมสูญญากาศ หรือแผนผังควบคุมสวิชสายพาน เป็นต้น ถ้าพบว่ามีสิ่งใดชำรุดบกพร่อง จะเกิดความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์จะต้องหยุดเครื่องและซ่อมทันที การเดินเครื่องจักรทั้ง ๆ ที่ชำรุดจะควยสาเหตุใดก็ตามไมใช่ในนโยบายที่ดีของโรงงานอุตสาหกรรมทุกประเภทเลย มีแนวโน้มเสียมาสู่โรงงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลทางตรงเป็นเหตุให้ผลิตผลที่ไต่จากการผลิตชำรุดเสียหาย อาจต้องคัดเลือกทิ้ง บางส่วนที่ไต่ไต่ก็คอยคุณภาพถึงขายออกไปก็เสียชื่อกิจการ ส่วนผลทางอ้อมนั้นเป็นเหตุให้เครื่องจักรทรุดโทรมเร็วกว่ากำหนด เสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมมาก อายุการใช้งานสั้นลง โรงงานที่คำนึงถึงผลประโยชน์ในค่านี้อาจทำการอบรมวิศวกรตลอดจนคนงานให้ช่วยกันดูแลรักษา ถนอมเครื่องจักรทุกชิ้นในโรงงานให้อยู่ในสภาพดีพร้อมอยู่เสมอ รวมทั้งการทำความสะอาดเครื่องทุกชนิด ควย

4.4.3 การควบคุมงานและคนงานระหว่างผลิต ผู้ควบคุมคนงานจะต้องมีความระมัดระวังและเอาใจใส่ ตลอดจนต้องมีความชำนาญเฉพาะสายงานเมื่อมีสิ่งใดผิดปกติในการบวนการผลิตจะต้องรู้ไต่ทันทีและแก้ไขให้ทันต่อเหตุการณ์

การควบคุมคุณภาพในระหว่างการผลิตมีความสำคัญไม่น้อยกว่าคานอื่น ๆ เพราะเป็นการระวังมิให้มิของชำรุดออกมาไต่ ถ้าปล่อยให้ผลิตจนเรียบร้อยแล้ว จึงมาตรวจสอบคุณภาพก็จะไม่ทันการ³ โรงงานที่ตั้งขึ้นใหม่จะประสบกับปัญหานั้นมาก เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีสถาบันโดยเฉพาะ

³ระเบียบ ภูมิรัตน์ "Food Quality Control" เอกสารประกอบการศึกษาระยะสั้น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมษายน 12, 1972

ในการอบรมหัวหน้างาน, ผู้ควบคุมงาน ตลอดจนคนงานให้รู้จักหน้าที่รับผิดชอบ มีความเสียสละเพื่อส่วนรวม ตลอดจนความซื่อสัตย์ต่อโรงงานหรือนายทุนที่จ้างตนมาทำงาน เมื่อขาดคุณสมบัติดังกล่าว ผู้ที่ปฏิบัติงานย่อมไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับโรงงานนั้นสะท้อนมาถึงคนอย่างไร คงหวังผลในการทำงานง่าย ๆ สะดวกสบาย ไม่ต้องรับผิดชอบ ผลงานจึงไม่ดีเท่ากับการอุตสาหกรรมของประเทศอื่น ๆ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศที่ก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมมานาน สามารถอบรมคนงานทั้งร่างกายและจิตใจให้เป็นผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง

4.4.4 การควบคุมผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป หมายถึงลำดับการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นับตั้งแต่ระยะแรกของการผลิต ซึ่งจะต้องผ่านกระบวนการควบคุมทุกขั้นตอนอย่างละเอียดเพื่อความแน่ใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และพร้อมที่จะออกสู่ตลาด สามารถแบ่งออกเป็น 3 ชั้นดังต่อไปนี้

4.4.4.1 การตรวจสอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูประหว่างการผลิต การตรวจสอบ ชั้นนี้มีความสำคัญมาก เพราะสามารถป้องกันมิให้มีของชำรุดออกมามาก ถ้าระหว่างกำลังผลิตอยู่ตรวจพบว่าผลิตภัณฑ์เริ่มชำรุดจะสามารถสั่งหยุดการผลิตได้ทันที และแก้ไขข้อบกพร่องในส่วนที่ชำรุด เพื่อจะได้ผลิตของที่มีคุณภาพต่อไป ตัวอย่างเช่น การผลิตอาหารกระป๋อง เครื่องจักรที่ใช้ในการฉีกฝา ส่วนใหญ่จะมีอัตราส่วนสัมพันธ์กับแผ่นโลหะ หากฝาที่ใช้ในการฉีกมีได้มาตรฐาน อาจจะทำให้การฉีกไม่เรียบร้อย ซึ่งทำให้เกิดการซึมออกของเนื้ออาหารได้ภายหลัง หรือเกิดการบวมของกระป๋อง เป็นต้น โรงงานที่เข้าขั้นมาตรฐานจึงสนใจและพยายามที่จะเพิ่มขั้นตอนการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ระหว่างการผลิต

- 4.4.4.2 การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ระยะที่สอง เมื่อการผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก่อนส่งออกจำหน่าย การตรวจสอบขั้นนี้มิได้เป็นการช่วยขจัดปัญหาการผลิต เพราะถ้าตรวจสอบแล้วพบว่าเกิดการชำรุดก็จะต้องส่งทิ้งไป เป็นเพียงแต่การตรวจสอบขั้นสุดท้ายที่คอยระมัดระวังมิให้ของชำรุดหลุดไปถึงมือลูกค้าได้เท่านั้น แต่ก็จำเป็นจะต้องมีการตรวจสอบขั้นนี้เพื่อรักษาชื่อเสียงของโรงงาน
- 4.4.4.3 การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ชำรุดเพื่อหาทางแก้ไขในการตรวจสอบขั้นนี้ขึ้นอยู่กับแผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เมื่อพบว่าผลิตภัณฑ์เสียหายมาก ควรจะหาทางค้นหาสาเหตุและวิธีการแก้ไขมิใช่ปล่อยให้ของชำรุดเสียหายอยู่อย่างเดิม ถึงแม้จะเสียค่าใช้จ่ายในการค้นคว้า บางทีจะได้ผลคุ้มค่าในระยะยาว

จะเห็นได้ว่าปัญหาในการควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นปัญหาสำคัญอันหนึ่งของโรงงานอาหารกระป๋อง หากได้มีการควบคุมกันอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วก็จะช่วยลดอุปสรรคและค่าใช้จ่ายในการผลิตลงได้มากเช่นกัน

4.5 ปัญหาด้านความล่าช้าของกฎหมายควบคุมและการแข่งขันถ่วงปราศจากกฎหมายควบคุม

ในการผลิตอาหารกระป๋องชนิดใดก็ตาม โรงงานอุตสาหกรรมย่อมจะต้องคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ เพื่อสร้างความเชื่อถือให้แก่มวลผู้บริโภค ซึ่งเป็นทางหนึ่งที่ทำให้กิจการสามารถดำรงอยู่ได้ ประกอบกับกฎข้อบังคับของรัฐบาลว่าด้วยคุณภาพและมาตรฐานสินค้า เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเป็นเครื่องถ่วงดุลย์ ระหว่างการกระทำของผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปกับสวัสดิภาพของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้า ซึ่งกฎข้อบังคับนี้จะควบคุมได้เฉพาะโรงงานที่มีการจดทะเบียนกับกองการทะเบียนพาณิชย์และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเท่านั้น ยังมีโรงงานอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้มีการจดทะเบียนสำนักงานดังกล่าว และทำการลักลอบผลิตสินค้า ทำให้โรงงานที่ถูกตองตามกฎหมายมีผลกระทบกระเทือนไปด้วย ตัวอย่างเช่น กิจการอุตสาหกรรมโรงงานฆ่าสัตว์ของรัฐประสบกับการลักลอบฆ่าเถื่อน ดังเช่นขอเปรียบเทียบกับต่อไปนี้

<u>การผลิตเนื้อสัตว์เคี้ยวเอื้อง</u>	<u>การผลิตโดยการลวกฆ่าสัตว์</u>
1. มีการขออนุญาตจดทะเบียนเป็นหลักฐาน	1. ไม่มีการขออนุญาต
2. มีการตรวจสอบสุขภาพของสัตว์ที่จะนำมาฆ่า	2. การตรวจสอบสภาพสัตว์ไม่รัดกุมอันเป็นผลเสียต่อบุขวิโรค
3. มีการเสียอากรและอาชญาบัตรต่อจำนวนสัตว์ที่จะต้องฆ่า	3. ไม่มีการเสียอากรและค่าธรรมเนียมอาชญาบัตร
4. ราคาอยู่ภายใต้การควบคุมของกรมการค้าภายใน	4. ราคาขึ้น-ลง ตามความพอใจ อาจจะถูกกว่าราคาควบคุมและ เป็นคู่แข่งกับโรงงานของรัฐ
5. มีสถานที่ฆ่าถูกต้องตามกฎหมายกระทรวงสาธารณสุขและมีสถานที่แน่นอน	5. ไม่มีสถานที่แน่นอน อาจเคลื่อนย้ายอยู่เสมอ

จากข้อเปรียบเทียบนี้มีผลให้ราคาสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรมของรัฐสูงกว่าโรงงานที่มีใ้จดทะเบียน เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องที่มีการทำเลียนแบบและปลอมแปลงผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมอื่น ๆ จึงทำให้อุตสาหกรรมอาหารกระป๋องที่ใ้มาตรฐานพยายามหาทางป้องกันโดยสำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนดคุณภาพและมาตรฐานของอาหารกระป๋องไว้เป็นขั้นตอนดังนี้

- 4.5.1 กำหนดองค์ประกอบและคุณลักษณะที่ต้องการ
- 4.5.2 สุขลักษณะของภาชนะที่บรรจุ และการบรรจุ
- 4.5.3 สารเจือปน
- 4.5.4 มาตรฐานการชั่งตวง วัด
- 4.5.5 ฉลาก
- 4.5.6 เกณฑ์การตัดสิน

อนึ่ง ในการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาดของผู้ผลิตอาหารกระป๋อง ปัจจุบันใ้การโฆษณาซึ่งเปรียบเหมือนกระบอกเสียงของผู้ผลิตนั้น ๆ ที่เรียกร่องใ้บุขวิโรคหันความสนใจมายังสินค้าของตน การโฆษณาส่วนใหญ่มักจะเปรียบเทียบหรือพาดพิงถึงผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น จึงทำให้เกิดปัญหาดังต่อไปนี้

ก. การโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่เกินความจริง (Over Advertisement) หมายถึง การยกย่องสรรเสริญผลิตภัณฑ์ของตนเกินความเป็นจริงว่ามีคุณภาพเยี่ยมยอดเป็นที่ยอมรับของ ผู้บริโภคมากมาย

ข. การโฆษณาพาดพิงหรือเปรียบเทียบ (false presentation advertisements) หมายถึงการโฆษณาที่ไทรายกับผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น หรืออาจจะกล่าวร้ายโดยการสร้างข่าวลือ ซึ่ง ทำให้ผู้อื่นต้องเสียประโยชน์ในการสร้างอำนาจในการขาย โดยมากมิได้เจาะจงตราผลิตภัณฑ์ หาก เป็นการชี้ชวนในทางที่ทำให้ผู้บริโภคเสื่อมศรัทธาต่อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีชื่อของตน

ค. การแข่งขันโดยการลอกเลียนแบบ หมายถึงการที่บริษัทหนึ่งสร้างผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่ง ขึ้นมาเทียบเคียงกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทอื่นที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปแล้ว ซึ่งการสร้างผลิตภัณฑ์จะ ทำให้มีคุณภาพตลอดจนส่วนประกอบ เช่น สี สรรของฉลากหรือกล่องให้มีส่วนใกล้เคียงมากที่สุด โดยเฉพาะราคาของผลิตภัณฑ์ใหม่จะถูกกว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมใช้ในห้องตลาดแล้ว เพื่อหวังผล ที่ผู้บริโภคมิได้ตรวจตราอย่างละเอียดละออ ย่อมจะเกิดความเข้าใจผิดและซื้อผลิตภัณฑ์ที่เลียนแบบนี้

ดังที่กล่าวมานี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการขาดความควบคุมที่มองเห็นได้ชัดๆ เนื่องจาก จากผู้ดำเนินกิจกรรมที่ใ้รับอนุญาตให้จดทะเบียนกับหน่วยงานของรัฐกับเจ้าหน้าที่ควบคุมด้าน สาธารณสุขของรัฐ ขาดความร่วมมือประสานงานกันอย่างใกล้ชิด จึงทำให้ผู้ที่ฉวยโอกาสปลอมแปลงสินค้ามีโอกาสได้กระทำการที่ไม่สมควร อันเป็นผลร้ายต่อกิจการอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกิดผลร้ายกับประชาชนที่บริโภคสินค้านั้น ๆ อนึ่ง การจัดเกณฑ์คุณภาพ สินค้า เนื่องจากรัฐบาลยังมีข้อกำหนดแน่นอนเป็นข้อบังคับ จึงทำให้ผู้ที่ต้องการผลิตสินค้านั้น ๆ มีโอกาสจดทะเบียนได้ง่าย โดยเพียงแต่เสนอกรรมวิธีการผลิตของตนต่อกระทรวง อุตสาหกรรมและส่งตัวอย่างสินค้าให้ทำการตรวจสอบ ในด้านสุขลักษณะของอาหารกระป๋อง เท่านั้น เมื่อรัฐบาลได้รับคำร้องไว้พิจารณาและตรวจสอบซึ่งส่วนใหญ่ก็จะได้รับอนุญาตให้ดำเนินการเป็นทางการได้ง่ายดาย หากมีการควบคุมอย่างใกล้ชิดแล้ว คาดว่าอุตสาหกรรมอาหาร กระป๋องสามารถที่จะเจริญรุดหน้าและเพิ่มปริมาณการผลิตที่ดียิ่ง โดยไม่ต้องประสบกับปัญหาในการ ควบคุมคุณภาพ

4.6 ปัญหาความรับผิดชอบของนักธุรกิจที่มีต่อสังคม

เมื่ออุตสาหกรรมการผลิตอาหารกระป๋องได้ดำเนินการผลิตจนวัตถุดิบเหล่านั้นเป็นวัตถุดิบสำเร็จรูปแล้ว ซึ่งหมายถึงพร้อมที่จะออกสู่ตลาดในรูปของการบริการทางการค้า นั้นหมายถึงถึงบุคคลส่วนหนึ่งที่มีหน้าที่รับผิดชอบแตกต่างกันในสังคม ซึ่งปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้นำการรับช่วงการกระจายสินค้าจนถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งได้แก่ กลุ่มบุคคลต่อไปนี้

4.6.1 กลุ่มบุคคลที่ประกอบอาชีพในการจำหน่าย

4.6.2 กลุ่มผู้บริหารภาคผลิตภัณฑ์

4.6.1 กลุ่มบุคคลที่ประกอบอาชีพในการจำหน่าย ในสังคมปัจจุบันประชากรส่วนหนึ่งของประชากรทั้งหมดของประเทศมักจะมีการประกอบอาชีพในด้านการค้าขาย บุคคลกลุ่มนี้มีความสำคัญคนหนึ่งผูกพันกับกิจการที่ตนยึดเป็นอาชีพ และอีกคนหนึ่งเป็นการผูกพันกับสังคมในรูปของการบริการความต้องการผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มผู้บริหาร ซึ่งจะต้องรับผิดชอบต่อภาระกิจซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมดังต่อไปนี้

4.6.1.1 บำเพ็ญตนเป็นผู้บริการที่ดีต่อลูกค้า

4.6.1.2 ถือเป็นการกระทำของคนที่รองรับทุกข้อของลูกค้า

4.6.1.3 ปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มแข็งต่อการหาลูกค้าใหม่ ๆ

4.6.1.4 ดำเนินการตามนโยบายและระเบียบการของบริษัทให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

4.6.1.5 เก็บรักษารายงานและสถิติต่าง ๆ ของลูกค้าและบริษัท

4.6.1.6 ช่วยเหลือเกี่ยวกับการทวงหนี้และการเปิดบัญชีเงินเชื่อของลูกค้า

- 4.6.1.7 ทำรายงานเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของตลาดและสถานการณ์ของคู่แข่ง
- 4.6.1.8 เสนอความคิดเห็นต่อบริษัทเกี่ยวกับวิธีการต่าง ๆ ที่จะช่วยเพิ่มปริมาณการขาย
- 4.6.1.9 มีส่วนร่วมเมื่อบริษัทมีการประชุมเกี่ยวกับกิจการขายหรือมีการอบรมต่าง ๆ
- 4.6.1.10 รวมมือกับเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายเกี่ยวกับการดำเนินกิจการให้เป็นไปตามแผนงาน
- 4.6.1.11 ปฏิบัติตนเป็นพลเมืองดี มีบทบาทต่าง ๆ ในด้านให้ความร่วมมือต่อสังคมเพื่อผลสะท้อนในด้านประชาสัมพันธ์ของบริษัท

จากที่กล่าวมานี้เป็นส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมของนักธุรกิจซึ่งผู้ดำเนินการด้านการตลาดของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องก็จะต้องประพฤติปฏิบัติดังนี้เช่นกัน กลุ่มผู้บริโภคเช่นเดียวกันก็ย่อมมีจุดประสงค์คล้ายกับกลุ่มธุรกิจ โดยทั่วไปกลุ่มธุรกิจพึงหวังผลกำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ส่วนผู้บริโภคย่อมมีเป้าหมายที่จะหาสินค้าและบริการมาตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ของตน⁵ ซึ่งข้อจำกัดสำหรับผู้บริโภคในภาพแวดล้อมย่อมมีผลกระทบต่อเป้าหมายของผู้บริโภคและการดำเนินการของผู้ขาย และประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญดังนี้คือ

- ก. ข้อจำกัดที่เป็นสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจอันเป็นผลสืบเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ เช่น เมื่ออุตสาหกรรมมีการผลิตน้อย เนื่องจากรายได้ประชาชาติน้อย ผู้บริโภทย่อมมีรายได้น้อยตามสภาพอำนาจการซื้อชาย่อมลดน้อยลงด้วย
- ข. ข้อจำกัดของอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม กลุ่มทางสังคมต่าง ๆ มักจะมีอิทธิพลจำกัดการซื้อชาย ซึ่งทำให้ผู้ชายและผู้บริโภคเผชิญกับปัญหาการแก้ไขสิ่งเหล่านี้ เช่น ค่ายการโนมน้าวระหว่างกลุ่ม อาจทำให้หยุดการซื้อโดยผู้บริโภค

⁵ ชงชัย วันคิงษ์ "พฤติกรรมผู้บริโภค" โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช หน้า 213 - 223

หรือหันเหความต้องการเป็นอย่างอื่น ควบคู่ความสัมพันธ์จากการรับผิดชอบ
ต่อครอบครัว ซึ่งอาจทำให้ตกอยู่ในเงื่อนงำที่ตรงระหว่างการซื้อไปเป็นอย่าง
อื่น

สำหรับวัฒนธรรม ซึ่งมีอิทธิพลกลายเป็นข้อจำกัดสำคัญที่ทำให้ทางเลือกทั้งสองฝ่ายถูกจำกัดลง⁶
เช่น การผลิตอาหารกระป๋องประเภทหมู เพื่อการจำหน่ายทางภาคใต้ แต่เนื่องจากวัฒนธรรม
ของชาวมุสลิม จึงทำให้จำกัดการสนับสนุนเป็นต้น ซึ่งผลทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมีน้ำหนักเอนเอียง
เกือบเท่า ๆ กัน

4.7 ปัญหาการเลือกตลาดภายในประเทศ

ในวงการอุตสาหกรรมต้องการแหล่งรับสินค้าสำเร็จรูป ตลาดจึงเป็นแหล่งรับสินค้า
ตลาดจึงเป็นแหล่งรับสินค้าก่อนที่จะถึงมือผู้ใช้ สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์
ประเภทอุปโภคบริโภค (Consumer Product) และมีคู่แข่งชั้นอาหารสดและอาหารกระป๋อง
ที่ส่งมาจากต่างประเทศ

4.7.1 ตลาดภายในประเทศ กรุงเทพฯเป็นศูนย์กลางการค้าที่ใหญ่ที่สุดการค้า
กว้างกว่าแหล่งอื่นทั้งหมดในประเทศไทย

4.7.1.1 เป็นศูนย์กลางการติดต่อทั้งของรัฐและเอกชน

4.7.1.2 เป็นแหล่งที่มาของการเงินตลอดจนหลักทรัพย์อื่น ๆ

4.7.1.3 เป็นแหล่งขนส่งสินค้าต่าง ๆ

4.7.1.4 เป็นที่ประกอบอาชีพของชนชั้นต่าง ๆ ตลอดจนวิทยาการทุกชนิด ซึ่ง
นับว่าเป็นส่วนที่มีความเจริญมากกว่าส่วนอื่น ๆ ของประเทศ

4.7.1.5 จำนวนประชากรมีมากและมีความเป็นอยู่ดีกว่าส่วนอื่น ๆ

4.7.1.6 ในทัศนะของการค้า ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง ความต้องการของผู้
บริโภคในปัจจุบันยังไม่อิ่มตัวแสดงว่าปริมาณความต้องการมีมากพอที่
จะขยายตลาดได้

⁶ Ibid page 245 - 253

- 4.7.2 สถานะภาพทางการค้า ในกรุงเทพมหานครมีจำนวนตัวแทนมากพอที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง หนึ่ง ตัวแทนการค้าส่วนใหญ่จะมีสาขาดำเนินการในต่างจังหวัด เพียงพอต่อการกระจายสินค้าในประเทศ
- 4.7.3 สภาพทางการจำหน่าย ตลาดการค้าในกรุงเทพมหานครสามารถใช้เป็นแนวทางในการขยายการค้าดำเนินการได้เป็นอย่างดี เช่น ในการทดลองตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ หากไม่ได้รับผลดีแล้วเป็นการแสดงออกถึงผลที่จะขยายตลาดออกสู่ส่วนต่างจังหวัดได้ยาก ซึ่งเปรียบเสมือนการพยากรณ์การขายสำหรับบริษัทผู้ผลิตอาหารกระป๋อง การเลือกแหล่งการค้า โดยมากแล้ว กรุงเทพมหานครจะเป็นเป้าหมายแรกของการเลือกทำเล

4.8 ปัญหาด้านการเลือกตลาดต่างประเทศ

แนวความคิดในเรื่องการส่งสินค้าออกนั้นมีอยู่ว่าฝ่ายจัดการจะต้องยอมรับถึงความสำคัญในการส่งสินค้าออกและยอมรับว่าการได้ประโยชน์อย่างมากในการที่จะทำการวิจัยตลาดเป็นงานเริ่มแรก และควรจะมีการจัดตั้งงบประมาณจำนวนหนึ่งสำหรับการวิจัยตลาด การเดินทาง การส่งเสริมการขายและขอมูลต่าง ๆ สำหรับตลาดต่างประเทศ ควรจะเป็นขอมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ บางครั้งอาจจำเป็นต้องแบ่งปริมาณการผลิตส่วนหนึ่งสำหรับการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะ ในการเลือกตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่จะส่งออก จะต้องวิเคราะห์ที่ปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

8.1 วิเคราะห์สินค้าที่จะทำการส่งออก เมื่อเริ่มจะส่งสินค้าออก ผู้จัดการบริษัทนั้น ๆ ต้องพิจารณาปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะทำการส่งออกดังนี้คือ

8.1.1 สินค้าที่จะส่งออกมีลักษณะพิเศษที่จะทำให้ขายได้หรือไม่

- 4.8.1.2 สินค้าที่จะส่งออกจะสามารถรักษามาตรฐานไว้เสมอไปเพื่อสนองความต้องการ ของลูกค้าต่างประเทศได้หรือไม่
- 4.8.1.3 ประสิทธิภาพในการผลิตของโรงงานเพียงพอที่จะสนองความต้องการ ของตลาดทั้งในและนอกประเทศได้หรือไม่
- 4.8.1.4 ถ้าจำเป็นที่จะต้องเสนอบริการควบคู่ไปกับการส่งสินค้าออกแล้วจะเป็นปัญหาต่อกิจการหรือไม่
- 4.8.1.5 สำหรับตัวสินค้า สามารถที่จะปรับปรุงเพื่อสนองความต้องการที่แตกต่างออกไปสำหรับตลาดต่างประเทศได้หรือไม่
- 4.8.1.6 ต้นทุนในการจัดส่งสินค้าออกสูงเกินไปหรือไม่
- 4.8.1.7 จำเป็นที่จะต้องจัดหาเครื่องมือการขายเป็นภาษาต่างประเทศหรือไม่

จากปัจจัยเกี่ยวกับตัวสินค้าเหล่านี้เป็นแนวทางที่จะช่วยเลือกตลาดสำหรับการส่งสินค้าออก ถ้าลักษณะสินค้าโดยพื้นฐานแล้วเหมือน ๆ กับสินค้าที่ขายในหลาย ๆ ประเทศ โอกาสที่จะส่งสินค้าออกจะเป็นเรื่องยาก หรืออาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงสำหรับการส่งเสริมการขาย และสถานที่ที่ส่งออกอยู่ทางไกลย่อมทำให้ต้นทุนค่าขนส่งสูง มีผลต่อเนื่องอาจจะทำให้สินค้านั้นมีราคาสูงขึ้น และเสียลูกค้าได้

- 4.8.2 การวิเคราะห์ตลาดที่จะส่งออก จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ดำเนินการต้องคำนึงถึงปัจจัยบางประการในการที่จะประเมินค่าของตลาด เช่น
 - 4.8.2.1 การศึกษาสถิติของประเทศต่าง ๆ โดยการแยกตามชนิดของสินค้าหรือกลุ่มของสินค้า มีคุณลักษณะเหมือนกับสินค้าที่ส่งออกหรือไม่
 - 4.8.2.2 ขอความช่วยเหลือจากสมาคมการค้า
 - 4.8.2.3 ใช้บริการคานต่างประเทศซึ่งมีประจำอยู่ตามธนาคารต่าง ๆ
 - 4.8.2.4 คำแนะนำจากยูแทนการค้าของประเทศต่าง ๆ

4.8.3 การศึกษาตลาดโดยอาศัยข้อมูลเหล่านี้

4.8.3.1 ข้อมูลขั้นคนที่จำเป็น

- ก. อาณาเขตของแหล่งการค้าในลักษณะของภูมิประเทศ ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความต้องการในสินค้า
- ข. ขนาดและการกระจายของอายุและความหนาแน่นของประชากร
- ค. รัศมีรายได้และการกระจายรายได้ประชาชนระดับใด ควรจะซื้อสินค้าที่ส่งออกไปจำหน่าย
- ง. ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศนั้น ๆ
- จ. การขยายตัวของอุตสาหกรรมในประเทศนั้น ๆ
- ฉ. ฐานะทางเศรษฐกิจปัจจุบันของประเทศนั้น ๆ

4.8.3.2 ข้อมูลที่จะเข้าถึงตลาดต่างประเทศ

- ก. ขอบจำกัดในการส่งสินค้าเข้า เช่นการขออนุญาตหรือการกำหนดโควตา
- ข. อัตราการเสียภาษีศุลกากรและอภิสีทธิต่าง ๆ ที่พึงได้รับ หรือการปฏิบัติในระบบเสมอภาคของทุกประเทศ
- ค. วิธีการตราสินค้าเพื่อเสียภาษี
- ง. ความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตรา
- จ. กฎข้อบังคับเกี่ยวกับการจัดทำตราสินค้า ซึ่งจำเป็นสำหรับสินค้าพืชและสัตว์ ซึ่งต้องรับรองคุณภาพ

4.8.3.3 ข้อมูลในคานศักยภาพของตลาด

- ก. ความต้องการสินค้ามีมากน้อยแค่ไหน
- ข. ระบบการผลิต สถานที่ตั้ง ในประเทศนั้น ๆ ข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนการลงทุนของสินค้าที่ผลิตในประเทศซึ่งคล้ายคลึงกับสินค้าที่จะขาย

- ค. ราคาและคุณภาพสินค้าที่นำเข้าและของสินค้าภายในประเทศนั้น ๆ รวมทั้งอัตราการจำหน่ายทั้งปัจจุบันและที่คาดว่าจะขายได้
- ง. การปฏิบัติการของผู้ขายในตลอดจนการยอมรับในสินค้าใหม่ ๆ

4.8.3.4

ข้อมูลเกี่ยวกับระบบการจำหน่าย

- ก. ศึกษาผู้นำเข้าและตัวแทน คานายหนา
- ข. วิธีการจำหน่ายที่นิยมปฏิบัติกันในเขตนั้น ๆ
- ค. พฤติกรรมการส่งสินค้าของผู้นำเข้า
- ง. ตัวแทนหรือผู้นำเข้านั้น ๆ ต้องการความช่วยเหลือทางด้านกำไร โฆษณาหรือไม่
