

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ผลไม้ไทยนับเป็นหนึ่งในสินค้าทางการเกษตรที่สำคัญในการสร้างการเจริญเติบโตและพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะมังคุด ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงและเป็นอีกหนึ่งแหล่งรายได้ของประเทศ โดยจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่ศักยภาพของประเทศไทย โดยเป็นแหล่งเพาะปลูกมังคุดที่สำคัญ 5 อันดับแรกของประเทศ โดยมีพื้นที่ปลูกมังคุดทั้งหมด 132,911 ไร่ (ศูนย์ข้อมูลผลไม้ไทย, 2560) และจากสถานการณ์ด้านราคาของมังคุดในปีที่ผ่านมา พบว่าชาวสวนผู้เพาะปลูกมังคุดในจังหวัดจันทบุรีได้ประสบปัญหาราคามังคุดตกต่ำ โดยในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวที่ผ่านมามังคุดมีราคาเฉลี่ยเพียง 6 - 15 บาทต่อกิโลกรัม ส่งผลทำให้ชาวสวนมังคุดจังหวัดจันทบุรีเกิดปัญหาขาดทุนเป็นจำนวนมาก โดยในปัจจุบันช่องทางการขายผลผลิตมีเพียง 2 ช่องทาง คือ การขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งชาวสวนมีอำนาจในการต่อรองราคาน้อย และช่องทางการขายผลผลิตโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงจึงเป็นช่องทางการจำหน่ายมังคุดของชาวสวนที่จะทำให้ชาวสวนได้กำไรเพิ่มมากขึ้น

ปัจจุบันในยุคไทยแลนด์ 4.0 การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการค้าขายเป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น การดำเนินการในด้านการตลาดให้ความสนใจในการขายผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นช่องทางการซื้อขายที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และคาดว่าในปี 2561 - 2563 บรรจุกภัณฑ์เพื่อการขนส่งจะมีมูลค่าตลาดถึงประมาณ 8,000-9,000 ล้านบาท ตามการเติบโตของตลาด E-Commerce ในรูปแบบ Business To Consumer -- B2C (ภาคการค้าปลีก) ที่คาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 3.5 แสนล้านบาท โดยคาดว่าบรรจุกภัณฑ์กระดาษและพลาสติกจะได้รับความนิยมสูง เนื่องจากมีความเหมาะสมในการปกป้องสินค้าระหว่างขนส่งและมีต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) ในการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์ชาวสวนมังคุดในจังหวัดจันทบุรี พบว่า ชาวสวนมีความสนใจในการค้าขายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคในเรื่องปัญหาคุณภาพของมังคุดซึ่งเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งผลผลิต เนื่องจากการขายผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชาวสวนจะต้องดำเนินการส่งสินค้าให้แก่ผู้บริโภคด้วยตนเอง ไม่ได้ส่งผ่านทางพ่อค้าคนกลาง หรือผู้รวบรวมสินค้าที่มีระบบจัดการคุณภาพสินค้า เช่น ห้องเย็น แต่ชาวสวนต้องส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ไทยหรือบริษัทขนส่งเอกชน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีบรรจุกภัณฑ์ที่รองรับและสามารถรักษาระดับคุณภาพของสินค้าตั้งแต่ต้นทางจนถึงมือผู้บริโภคได้

จากที่มาและความสำคัญของประเด็นปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้บริโภค และนำผลการวิเคราะห์มาออกแบบนวัตกรรมบรรจุกภัณฑ์สำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยหากมีนวัตกรรมที่สามารถช่วยในการรักษาคุณภาพของ

มั่งคุดให้ตรงตามความคาดหวังของผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคจะให้การตอบรับและสั่งซื้อผลผลิตจากช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นการเพิ่มโอกาสและอำนาจในการแข่งขันของชาวสวนมั่งคุดในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นการส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรีอีกทางหนึ่ง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์มั่งคุดที่ขายผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์และออกแบบบรรจุภัณฑ์มั่งคุดสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ตรงตามความคาดหวังของผู้บริโภค

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และออกแบบนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์จากผลการวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้บริโภค โดยเป็นการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบเชิงวิศวกรรมเพื่อการขนส่งมั่งคุดสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการออกแบบและทดลองใช้ร่วมกับชาวสวนกลุ่มตัวอย่าง ในพื้นที่ตำบลแสง อำเภอมะเมือง จังหวัดจันทบุรี

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านวิชาการ

ได้กระบวนการองค์ความรู้เพื่อนำไปพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับการสั่งซื้อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริม วางแผนการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งผลไม้อื่นในอนาคต

ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์

ได้ต้นแบบนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งมั่งคุด ที่ชาวสวนมั่งคุดจังหวัดจันทบุรีสามารถนำไปใช้ได้ เป็นแนวทางเพื่อสร้างความยั่งยืนของระบบการขนส่งสาธารณะให้แก่ชุมชน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี