

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยถือเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์เพื่อการส่งออกให้แก่หลายประเทศทั่วโลก โดยสินค้าเกษตรและอาหารสามารถแบ่งได้เป็นกลุ่มเกษตรและวัตถุดิบอาหาร อันได้แก่ ข้าว น้ำตาล มันสำปะหลัง ผลไม้สด/แห้ง น้ำมันปาล์ม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่นับเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า ได้แก่ กุ้ง ทุเรียนแปรรูป ไข่ ผลไม้แปรรูป หมัก ผักแปรรูป เป็นต้น และกลุ่มอื่น ๆ อุตสาหกรรมอาหารจึงนับเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมหลัก ที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ โดยปี 2549 สินค้าอาหารของไทยมีมูลค่าการส่งออก ที่ 563,911 ล้านบาท¹ คิดเป็นร้อยละ 11.40 ของสินค้าส่งออกของประเทศ

หากพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารของประเทศนั้น สามารถแบ่งได้เป็นปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ อันได้แก่ สถานการณ์ในปัจจุบัน เช่น ความผันผวนของราคาน้ำมัน ผลกระทบจากสภาวะโลกร้อน เศรษฐกิจโลก ความเปลี่ยนแปลงของค่าเงินในแต่ละสกุล ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการควบคุม แต่หากพิจารณาในด้านปัจจัยภายในนั้นถือว่าหน่วยงานภาครัฐมีอิทธิพลอย่างสูงในการกำกับดูแลการดำเนินการ ทั้งนี้บทบาทหน้าที่ของรัฐบาลที่พึงปรารถนา คือ “บทบาทหน้าที่ในการบริหารประเทศ ให้ระบบสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและการปกครองได้รับการพัฒนาเจริญก้าวหน้า และเติบโตอย่างสมดุล ก่อให้เกิดความสมบูรณ์พูนสุขให้กับประชาชน ควบคู่กับการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศโดยรวมด้วย”² ดังนั้น การออกนโยบาย การกำหนดมาตรฐาน กฎเกณฑ์การควบคุม การส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา อันจะเป็นการสนับสนุนและช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารเติบโตและเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศจึงนับเป็นบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของรัฐบาล

¹ ศุภย์อัชฌริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, “ข้อมูลเบื้องต้น อุตสาหกรรมอาหารไทย,” <<http://www.nfi.or.th/infocenter/th/thaifood/default.asp>>, 12 เมษายน 2551.

² ธงชัย สันติวงษ์, เอกสารวิชาการ ปีแห่งการส่งเสริมการบริหารประชาชนของรัฐ ลำดับที่ 7 คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ สำนักนายกรัฐมนตรี (กรุงเทพมหานคร: บริษัทกราฟิคฟอรัม (ไทยแลนด์) จำกัด, 2539), น. 7.

ทั้งนี้ มีหน่วยงานภาครัฐเป็นจำนวนมากที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อดูแลและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารให้เป็นไปอย่างถูกวิธี ตอบสนองกับความต้องการของตลาด สามารถแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศเพื่อแข่งขันในตลาดทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล

หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทต่ออุตสาหกรรมอาหารของประเทศที่สำคัญ ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการเกษตรกรรม การจัดหาแหล่งน้ำและพัฒนาาระบบชลประทาน ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร ส่งเสริมและพัฒนาาระบบสหกรณ์ รวมถึงดูแลทั้งกระบวนการผลิตและสินค้าเกษตรกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมที่ต้องกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการให้ก้าวหน้า นำการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกและส่งเสริมการลงทุนกิจการที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศ กระทรวงพาณิชย์ที่มีพันธกิจในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ สร้างความแข็งแกร่งให้ระบบเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศ และสร้างความเข้มแข็งและพิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภค และกระทรวงสาธารณสุขที่หนึ่งในภารกิจหลัก คือการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านบริการสุขภาพและด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้ประชาชนสามารถดูแลตนเองและได้รับบริการจากหน่วยบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

อย่างไรก็ดี จากแผนการพัฒนาประเทศในการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตและผู้ประกอบการในด้านอุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหารจึงถูกจัดตั้งขึ้น โดยมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2539 และวันที่ 12 พฤศจิกายน 2539 และคำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรมที่ 440/2539 ลงวันที่ 28 พฤศจิกายน 2539 เพื่อดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยให้ยังคงเจริญเติบโตต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก โดยสถาบันอาหารจะทำหน้าที่เป็นองค์กรหลักในการสนับสนุนทางด้านเทคนิควิชาการ เป็นหน่วยศึกษา และติดตามทิศทางความเคลื่อนไหวของมาตรฐานอาหารโลก เป็นเวทีในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อการแก้ไขปัญหา และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

สถาบันอาหารจัดเป็นสถาบันเครือข่ายภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ซึ่งมีอุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิรองรับการดำเนินงานของสถาบัน โดยการบริหารงาน ไม่ผูกพันกับกฎ ระเบียบปฏิบัติ และข้อบังคับของราชการและวิสาหกิจ มีคณะกรรมการสถาบันอาหาร ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนทั้งจากภาครัฐและเอกชน

สถาบันอาหารได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการ เป็นสถาบันหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารสู่มาตรฐานสากล โดยมีภารกิจหลัก คือ การดำเนินภารกิจตามแนวนโยบาย การพัฒนา

และยกระดับมาตรฐาน อุตสาหกรรม อาหารของไทย สู่ระดับสากล เพื่อสร้างศักยภาพ ในการแข่งขันในตลาดเสรี

สถาบันอาหารได้วางนโยบาย กำหนดแผนและเป้าหมายการทำงาน โดยสถาบัน อาหารจะดำเนินการตามภารกิจที่สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรมใน 3 ด้าน ได้แก่ การให้บริการ (Service Provider) แก่ภาครัฐและเอกชน การให้บริการข้อมูล (Intelligence Unit) และการประสานงาน (Facilitator) ในการแก้ไขปัญหาแก่ภาคอุตสาหกรรม

ในด้านการให้บริการแก่ภาครัฐและเอกชน และด้านการให้บริการข้อมูลนั้น สถาบันอาหาร จะเป็นแหล่งข้อมูลงานวิจัยและงานด้านวิชาการ ตลอดจนข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับอุตสาหกรรม เกษตรและอาหารตั้งแต่ต้นทางการผลิต จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ทั้งตัวเลขสถิติ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายทางการค้า งานวิจัย เทคโนโลยี การตลาด เพื่ออ้างอิงให้กับภาคอุตสาหกรรม อาหารของประเทศ และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการประสานงานด้านการส่งเสริมและพัฒนา อุตสาหกรรมอาหารระหว่างรัฐกับเอกชนและเอกชนกับเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมอาหาร และการศึกษาวิจัยเชิงนโยบายในด้านต่าง ๆ ส่วนด้าน การประสานงานนั้นสถาบันอาหารมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานทั้งระหว่างภาครัฐ และระหว่างภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม SMEs (Small and Medium Enterprises) ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมาตรฐาน อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย และการพัฒนาการผลิตเพื่อมุ่งสู่ตลาดส่งออก ทั้งนี้โดยความร่วมมือ กับหน่วยงานที่รับผิดชอบและเกี่ยวข้อง รวมทั้งการยกระดับมาตรฐานการผลิตของผู้ประกอบการสู่ ระบบรับรองคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับของสากลโลก อันได้แก่การเข้าสู่ระบบ GMP (Good Manufacturing Practice), HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) และระบบ ISO 9000 และ ISO 17025/IEC

สถาบันอาหารได้วางบทบาทองค์กรไว้ 4 ด้านหลัก คือ

1. ความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) โดยสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานหลัก คือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อส่งเสริมให้สินค้า อาหารของไทยมีความปลอดภัย และสนับสนุนให้เกิดมาตรฐานการควบคุมด้านอาหารปลอดภัย ตามมาตรฐานที่กำหนด โดยองค์การการค้าโลก และองค์การด้านอาหารระหว่างประเทศ กิจกรรม และหน้าที่ที่สำคัญประกอบ อาทิ ตรวจวิเคราะห์สารปนเปื้อนตามมาตรฐานการค้าต่าง ๆ ทั้งด้าน เคมี จุลชีวภาพ ภายภาพ รวมทั้ง GMO สารเร่งการเจริญเติบโต ยาฆ่าแมลง และสารตกค้างต่าง ๆ ให้ คำปรึกษา และจัดฝึกอบรมด้านระบบคุณภาพที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการเป็นสากล อาทิ GAP / GMP / HACCP / ISO14000 / ISO9000 / ISO / IEC17025 / Clean Technology เป็นต้น

2. การวิจัยและพัฒนา (Research & Development) โดยให้การสนับสนุนและวางนโยบายแผนยุทธศาสตร์การวิจัยและการพัฒนาด้านนวัตกรรมอาหารของประเทศให้มีประสิทธิภาพในการสร้างศักยภาพการแข่งขัน แก่อุตสาหกรรมอาหารไทย ทั้งทางด้านการผลิต การแปรรูป และการจำหน่าย ในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่อาหาร โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา กิจกรรมและหน้าที่ที่สำคัญประกอบ อาทิ ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์อาหารในรูปแบบเพิ่มมูลค่า ให้กับสินค้าเกษตรและอาหาร ที่ตรงกับความต้องการของตลาดโลก ให้คำปรึกษา วิจัยและพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับอาหาร เป็นต้น

3. แห่งข้อมูลเชิงลึก (Intelligence Unit) โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานหลัก อันได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ รวบรวมวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูลเชิงลึก ที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์ สำหรับงานภาครัฐและเอกชน เพื่อนำข้อมูล ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ อาทิ การเจรจาทางการค้า การจัดทำมาตรฐาน การตัดสินใจในเชิงการค้า ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และเสถียรภาพของอุตสาหกรรมอาหารของประเทศ กิจกรรมและหน้าที่ที่สำคัญ อาทิ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบของประเทศต่าง ๆ รวมทั้งวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรมอาหาร พยากรณ์สถานการณ์ในอนาคตด้านการผลิต การตลาดและการบริโภค รวบรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่ ข้อมูล/สารสนเทศ ด้านการผลิต ต้นทุน ราคาส่งออก ปริมาณ การบริโภคทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น

4. พัฒนาธุรกิจ (Business Development) โดยให้การสนับสนุน สร้างความเข้มแข็ง และพัฒนาตลาดอาหารครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำหรือการผลิตจนถึงปลายน้ำหรือผู้บริโภค ให้เกิดการรวมกลุ่มก่อให้เกิดประสิทธิภาพ ทั้งด้านผู้ผลิต การกระจายสินค้า และการสนองตอบตามความต้องการ ของตลาด ทั้งที่มีอยู่ในปัจจุบันและตลาดใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต กิจกรรมและหน้าที่ที่สำคัญประกอบ อาทิ สร้างช่องทางเชื่อมโยงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจากทั่วโลก และงานประชาสัมพันธ์อาหารไทย สนับสนุนและวางแนวทางการผลิต ให้ได้สินค้าที่มีปริมาณและคุณภาพ รวมถึงการมีระยะเวลาในการจัดส่งตรงตามความต้องการของตลาด อีกทั้งช่วยสร้างตราสินค้าของไทยในระยะยาว รวมทั้งการสนับสนุนและวางแนวทางในการทำตลาด ในตลาดที่สำคัญโดยเฉพาะการกระจายสินค้าไปสู่จุดกระจายสินค้า รวมทั้งช่วยเปิดตลาดใหม่ที่มีช่องทางและโอกาส

จากบทบาทหน้าที่ขององค์กร สถาบันอาหารได้จัดบริการไว้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. บริการด้านวิชาการ อันประกอบไปด้วยการบริการให้คำปรึกษาระบบ HACCP ซึ่งเป็นระบบวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการชี้เฉพาะเจาะจงประเมินและควบคุมอันตรายที่มีโอกาสเกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์อาหาร นอกจากนี้ยังมีบริการฝึกอบรมที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ข้อมูลต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ อาทิ เทคโนโลยีการใช้บรรจุภัณฑ์อ่อนตัวสำหรับอาหารที่มีความเป็นกรดต่ำ การใช้วัตถุเจือปนอาหารในอุตสาหกรรมอาหาร การควบคุมคุณภาพภายในของห้องปฏิบัติการจุลชีววิทยา เป็นต้น และบริการงานวิจัยและพัฒนาที่มีกิจกรรมยกระดับความปลอดภัยในการผลิตอาหารที่ฆ่าเชื้อด้วยความร้อนและอาหารแปรรูป เป็นต้น

2. บริการห้องปฏิบัติการ อันประกอบไปด้วยการบริการวิเคราะห์อาหาร ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) การวิเคราะห์การดัดแปรพันธุกรรมหรือพันธุวิศวกรรม (Genetically Modified Organisms) GMOs ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง การแสดงฉลากอาหารที่ได้จากเทคนิคการดัดแปรพันธุกรรม หรือพันธุวิศวกรรม การตรวจวิเคราะห์น้ำ (Water analysis) รับรองโดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม เลขที่ ว-070 การบริการตรวจวิเคราะห์ทางเคมี การบริการตรวจวิเคราะห์ทางจุลชีววิทยา การสอบเทียบเครื่องมือ การทดสอบความชำนาญ การทดสอบนอกสถานที่ รวมทั้งการบริการให้คำปรึกษาแบบ ISO/IEC 17025

3. บริการข้อมูล ทั้งนี้มีบริการข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ วารสารสถาบัน จดหมายข่าว คอลัมน์น้ำมันมากับอาหาร หนังสือวิชาการ รวมทั้งข้อมูลที่บริการผ่านศูนย์สารสนเทศหรือศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (Food Intelligence Center, Thailand) ที่เป็นศูนย์บริการข้อมูลออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ของสถาบันอาหาร (www.nfi.or.th)

ถึงแม้สถาบันอาหารจะก่อตั้งและดำเนินการในอุตสาหกรรมอาหารมากกว่า 10 ปี แต่สถาบันอาหารยังเป็นองค์กรที่ไม่เป็นที่รู้จัก และบ่อยครั้งที่สถาบันอาหารถูกเข้าใจผิดในบทบาทหน้าที่และการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งการไม่เป็นที่รู้จักนี้สร้างความสับสนในการทำงาน เกิดความยุ่งยากในการติดต่อประสานงาน ส่งผลต่อการทำงานขององค์กร และในฐานะที่สถาบันอาหารเป็นฟันเฟืองชิ้นสำคัญในอุตสาหกรรมอาหาร ผลกระทบที่เกิดต่อองค์กรย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารของประเทศในองค์กรรวม หากจะพิจารณาสาเหตุที่มาของความไม่เป็นที่รู้จักของสถาบันอาหารนั้น นอกจากการพิจารณาการดำเนินงานขององค์กรแล้วคงต้องพิจารณาการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอาหารประกอบด้วย ซึ่งจากการผู้ศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันอาหารในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา³ จะพบว่า สถาบันอาหารทำการประชาสัมพันธ์องค์กรในระดับความถี่ที่ต่ำ

³ ภาคผนวก ก

โดยจะเป็นลักษณะของการประชาสัมพันธ์เชิงรับ คือ การออกข่าวตามเหตุการณ์ที่มีความสำคัญกับองค์กร อาทิ ข่าวพิธีลงนามบันทึกความร่วมมือด้านการพัฒนา ศักยภาพสถาบัน ระหว่างสถาบันอาหาร และสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล หรือ การแถลงข่าวสถานการณ์ธุรกิจเกษตรและอาหารในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต เป็นต้น โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้นำมาใช้ถึงแม้จะมีมากมายหลายรูปแบบ ทั้งสื่อมวลชน ประเภท หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อเฉพาะกิจ อาทิ เว็บไซต์ เอกสารประกอบการสัมมนา เป็นต้น ซึ่งเครื่องมือการสื่อสารที่สถาบันอาหารนำมาใช้นั้นนับเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งความเฉพาะในการครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายนี้ส่งผลต่อการจำกัดกลุ่มผู้รับสารขององค์กร ผนวกกับความถี่ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ จึงอาจเป็นสาเหตุที่สถาบันอาหารยังไม่เป็นที่รู้จัก

การสร้างชื่อให้สถาบันอาหารเป็นที่รู้จักจึงนับเป็นกลยุทธ์เบื้องต้นที่องค์กรควรเร่งดำเนินการ ยุทธวิธีในการจัดการชื่อเสียงขององค์กร คือ การสร้างภาพลักษณ์องค์กร ภาพลักษณ์คือ ภาพในใจที่เกิดจากการรับรู้ ได้เห็น ได้ประสบในด้านต่าง ๆ ผ่านการสะสมอย่างยาวนาน และต่อเนื่องจนเกิดเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ภาพลักษณ์การดำเนินงานขององค์กรจึงเปรียบเสมือนภาพที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ การได้สัมผัสการทำงานองค์กรของบุคคลผ่านระยะเวลาที่ยาวนานและต่อเนื่อง ภาพลักษณ์ขององค์กรจะแตกต่างกันไปตามแต่ประสบการณ์ของบุคคลที่ได้สัมผัสองค์กร ความแตกต่างในการรับรู้ ได้เห็นหรือประสบของบุคคลนั้น ๆ จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีภาพลักษณ์ต่อองค์กรที่แตกต่างกัน การบริหารจัดการภาพลักษณ์เพื่อให้บุคคลซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น เพราะภาพลักษณ์ที่ดีและแข็งแกร่งนั้นจะนำมาซึ่งการสนับสนุน การให้ความร่วมมือในการทำงานอันจะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินการขององค์กร ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์จึงนับเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินธุรกิจของทุก ๆ องค์กรในปัจจุบัน

และในฐานะที่ผู้ศึกษาทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานของสถาบันอาหาร จึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาภาพลักษณ์องค์กร เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารในปัจจุบัน อันจะเป็นการศึกษาเบื้องต้นเพื่อได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการนำมาปรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างและมีความชัดเจนให้กับองค์กร เพื่อที่สถาบันอาหารจะสามารถแสดงจุดยืนในบทบาทและความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่ออุตสาหกรรมอาหาร

กลุ่มเป้าหมายการศึกษาคือการรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารนี้ คือ กลุ่มเป้าหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จขององค์กรโดยตรง ซึ่งก็คือ กลุ่มผู้ใช้บริการของสถาบันอาหาร ทั้งนี้เพราะถึงแม้สถาบันอาหารจะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงอุตสาหกรรม แต่องค์กรยังมีความจำเป็นที่จะต้องหารายได้เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งรายได้ของสถาบัน

อาหารนั้นมาจากกาให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น อย่างไรก็ตามก็ดีกลุ่มผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารนั้นประกอบไปด้วยกลุ่มคนจากหลากหลายกลุ่ม อาทิ ประชาชนทั่วไป หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชน อาทิ สถาบันการวิจัยและพัฒนา สถาบันการศึกษา กลุ่มผู้ประกอบการเกษตรกรรม รวมทั้งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ที่เป็นกลุ่มผู้ผลิต จำหน่าย แปรรูปและส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารไทย เพื่อให้การศึกษาเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ได้มากที่สุด ผู้ศึกษาจึงเลือกศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารของผู้ใช้บริการองค์กรภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้เพราะกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักขององค์กรและเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมอาหาร

ผู้ศึกษาเชื่อว่าข้อมูลที่ได้จากการรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหาร ของผู้ใช้บริการองค์กรภาครัฐและเอกชนนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงสถาบันอาหาร รวมทั้งนำมาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์สถาบันอาหารที่ปรารถนา อันจะเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบัน สร้างรายได้ให้แก่องค์กร อีกทั้งพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารของประเทศด้วยเช่นกัน

ปัญหาคำวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารเป็นอย่างไร
2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารสถาบันอาหารของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารเป็นอย่างไร
3. ความรู้ในสถาบันอาหารของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารเป็นอย่างไร
4. ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างไร
5. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการและการรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหาร
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารสถาบันอาหารของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหาร
3. เพื่อศึกษาความรู้ในสถาบันอาหารของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหาร
4. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์สถาบันอาหารที่ผู้บริโภครู้ในด้านต่าง ๆ อันได้แก่ ด้านองค์กร ด้านการดำเนินงาน ด้านผู้บริหารระดับสูง ด้านพนักงาน ด้านการบริการ อาทิ

ด้านบริการห้องปฏิบัติการ บริการด้านงานวิจัยและพัฒนา บริการฝึกอบรม บริการให้คำปรึกษา และบริการด้านข้อมูลเชิงลึก และด้านสภาพแวดล้อม

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการและการรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหาร

สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารที่แตกต่างกันรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารแตกต่างกัน

1. เพศของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารที่แตกต่างกันรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารแตกต่างกัน

2. อายุของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารที่แตกต่างกันรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารแตกต่างกัน

3. ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารที่แตกต่างกันรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารแตกต่างกัน

4. อาชีพของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารที่แตกต่างกันรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารแตกต่างกัน

5. ตำแหน่งของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารที่แตกต่างกันรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารแตกต่างกัน

6. ลักษณะงานขององค์กรของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารที่แตกต่างกันรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารแตกต่างกัน

7. ประเภทขององค์กรของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารที่แตกต่างกันรับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษารับรู้ภาพลักษณ์สถาบันอาหารนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะมุมมองของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหารที่เป็นนิติบุคคลและ/หรือองค์กรภาครัฐและเอกชน อันได้แก่ สถาบันการวิจัยและพัฒนา สถาบันการศึกษา สมาคม มูลนิธิ กลุ่มผู้ประกอบการเกษตรกรรม ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ที่เป็นกลุ่มผู้ผลิต จำหน่าย แปรรูปและส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารไทย ที่ก่อตั้งและดำเนินการอยู่ภายในประเทศไทยเท่านั้น

นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพศูนย์รวมของความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสถาบันอาหาร อันเกิดมาจากการรับรู้ของกลุ่มผู้ใช้บริการจากประสบการณ์ทางตรง อาทิ จากการสังเกต การสัมผัสกับบุคลากรขององค์กร และประสบการณ์ทางอ้อม อาทิ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ที่ ในด้านต่าง ๆ อันได้แก่ ด้านองค์กร ด้านการดำเนินงาน ด้านผู้บริหารระดับสูง ด้านพนักงาน ด้านการบริการ อาทิ ด้านบริการห้องปฏิบัติการ บริการด้านงานวิจัยและพัฒนา บริการด้านข้อมูลเชิงลึก และบริการให้คำปรึกษาและด้านสภาพแวดล้อม

การรับรู้ หมายถึง การได้รับสารหรือสื่อผ่านสัมผัสของร่างกาย เกิดเป็นความเข้าใจในแบบเฉพาะที่แต่ละบุคคลได้จากการตีความในสิ่งที่ได้สัมผัสนั้น

องค์กรภาครัฐ หมายถึง กระทรวง ทบวง กรม ตลอดจนถึงรัฐวิสาหกิจและหน่วยงาน หรือองค์กรที่มีสังกัดหรืออยู่ภายใต้การดำเนินงานหรือควบคุม ดูแลขององค์การที่รัฐบาลเป็นผู้บริหาร และจัดการ โดยในการศึกษานี้ จะรวมทั้งองค์กรรัฐวิสาหกิจและองค์กรอิสระ

อุตสาหกรรมอาหาร หมายถึง กิจกรรมที่ใช้ทุนและแรงงานเพื่อผลิตสิ่งของหรือจัดให้มีบริการด้านสินค้าอาหาร

สถาบันอาหาร หมายถึง สถาบันอาหารซึ่งนับเป็นอีกหน่วยงานของรัฐภายใต้การกำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีฐานะเป็นองค์กรอิสระที่ได้มีการจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2539 โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน สถาบันอาหารมีบทบาทใน 3 ด้าน ได้แก่ การให้บริการแก่ภาครัฐและเอกชน การให้บริการข้อมูล และการประสานงานในการแก้ไขปัญหาแก่ภาคอุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหารได้วางบทบาทขององค์กรไว้ 4 ด้านหลัก คือ 1. ความปลอดภัยของอาหาร 2. การวิจัยและพัฒนา 3. แหล่งข้อมูลเชิงลึก และ 4. พัฒนารูรจิก

การบริการ หมายถึง สิ่งที่สถาบันอาหารจัดเตรียมหรือมีไว้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มีความสนใจและแสดงความจำนงค์ โดยบริการของสถาบันอาหาร ประกอบด้วย บริการห้องปฏิบัติการ บริการด้านงานวิจัยและพัฒนา บริการฝึกอบรม บริการให้คำปรึกษา และบริการด้านข้อมูล

ผู้ใช้บริการ หมายถึง นิติบุคคลและองค์กรภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ที่เคยมีการติดต่อกับสถาบันอาหาร เพื่อขอรับบริการในฝ่ายต่าง ๆ ของสถาบันอาหาร โดยอ้างอิงข้อมูลจากการบันทึกผู้ใช้บริการ ปี 2550 จากฝ่ายข้อมูลและฝ่ายการตลาดสถาบันอาหารได้รวบรวมไว้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับตำแหน่งงาน ประเภทขององค์กร และลักษณะงาน

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การเปิดรับข้อมูล ข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสาร ในสื่อต่าง ๆ อันได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ด้วยความถี่ ในการเปิดรับที่แตกต่างกัน

ความรู้ หมายถึง ความเข้าใจที่ถูกต้องที่มีต่อสถาบันอาหารและเป็นไปในทิศทางที่ตรงกับสภาพที่สถาบันอาหารเป็นหรือมีอยู่จริง

องค์กรอิสระ หมายถึง องค์กรที่มีสภาพเป็นองค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย โดยเป็นหน่วยงานที่มีนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านใดด้านหนึ่ง อันจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนคนไทยโดยรวม หากแต่การบริหารจัดการองค์กรนั้นเป็นไปอย่างอิสระ

ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่มีคนงานน้อยกว่า 500 คน เป็นธุรกิจที่เจ้าของมีอิสระ ในการบริหารงานด้วยตนเองและไม่เป็นผู้นำในธุรกิจประเภทเดียวกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหาร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินการขององค์กรโดยตรง
2. ได้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการของสถาบันอาหาร อันจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพได้ต่อไป
3. ได้ทราบความรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถาบันอาหาร ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรแก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป
4. ได้ทราบถึงภาพลักษณ์สถาบันอาหาร ในด้านต่าง ๆ ที่เกิดจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปพิจารณาปรับปรุงแก้ไขการบริการขององค์กร รวมทั้งการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการภาพลักษณ์สถาบันอาหารได้ต่อไปในอนาคต