

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาชีพเกษตรกรถือเป็นอาชีพหลักของคนไทยมาตั้งแต่สมัยอดีตจนกระทั่งปัจจุบัน ประเทศไทยมีผลผลิตทางการเกษตรส่งออกไปยังต่างประเทศและนำรายได้มหาศาลเข้าประเทศ แต่ฐานะของเกษตรกรไทยยังคงยากจนอยู่ ถึงแม้กระทรวงเกษตรโดยกรมส่งเสริมการเกษตรจะทำการช่วยเหลือ โดยพยายามให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างรายได้ เช่น กลุ่มสตรีพัฒนา กลุ่มเยาวชนเกษตร ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร” มีจำนวนถึง 14,000 กลุ่มทั่วประเทศไทย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2541) จับกลุ่มกันเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรออกจำหน่าย แต่ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จในการจำหน่าย

ปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามารถผลิตสินค้าที่หลากหลาย ทั้งสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์จากไม้ ยาง ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทั่วประเทศผลิต 16.2% คือ “กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป” (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2541) ซึ่งมีทั้งความหลากหลายและปริมาณเพิ่มมากขึ้นทุกปี หากแต่ในปัจจุบันอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไม่ประสบผลสำเร็จในการขาย เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าประเภทเดียวกันจากผู้ผลิตในระบบอุตสาหกรรมซึ่งเป็นผู้แข่งทางการตลาดได้ ทั้งที่มีราคาถูกกว่า และคุณภาพทัดเทียมกัน

จากการวิเคราะห์ของกลุ่มเคหกิจเกษตร (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2541) ถึงสาเหตุที่ทำให้อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ เกิดจากปัญหาด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคภายในประเทศ รวมทั้งยังขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ทำให้คนจดจำตราสินค้าได้

จากข้อสรุปของการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8” (2538) ที่ประชุมได้ให้แนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรว่า ควรจะพัฒนารูปแบบของ

บรรจุกฎหมายให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน และสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้ ขณะเดียวกันควรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นด้วย

จากแนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุกฎหมายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรให้สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดได้ และขณะเดียวกันก็แสดงออกถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของงานวิจัยฉบับนี้ เพื่อมุ่งที่จะสร้างรูปแบบวิชาชีพบรรจุกฎหมายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่สามารถสนองตอบวัตถุประสงค์ทางการตลาด และแสดงออกถึงภาพลักษณ์พื้นถิ่นไปพร้อมกัน โดยจะรวบรวมรูปแบบวิชาชีพที่ได้เป็นหนังสือคู่มือการออกแบบวิชาชีพบรรจุกฎหมายสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบบรรจุกฎหมายได้ด้วยตนเอง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อรวบรวมแนวทางการออกแบบวิชาชีพบรรจุกฎหมายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทย
- 2.2 เพื่อรวบรวมแนวทางการออกแบบวิชาชีพบรรจุกฎหมายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด
- 2.3 เพื่อสร้างรูปแบบวิชาชีพบรรจุกฎหมายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยที่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาดและสะท้อนภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทย
- 2.4 เพื่อสร้างหนังสือคู่มือการออกแบบวิชาชีพบรรจุกฎหมายอาหารเกษตรแปรรูปสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย

3. ปัญหาของงานวิจัย

วิชาชีพบรรจุกฎหมายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยจะสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด และแสดงออกถึงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทยได้ในรูปแบบใด

4. ขั้นตอนการดำเนินงาน

- 4.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อจำกัดต่างๆ ในการพัฒนารูปแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
- 4.2 ศึกษาและรวบรวมทฤษฎีการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด
- 4.3 ศึกษารวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างหลักการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศญี่ปุ่นที่ถือว่าประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับระดับสากล ว่าสามารถใช้เรขศิลป์แสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ได้
- 4.4 ศึกษาและรวบรวมรูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทยเพื่อเทียบเคียงให้เข้ากับทฤษฎีการออกแบบเรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นที่ได้จากประเทศญี่ปุ่น เพื่อสรุปเป็นหลักการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของไทย
- 4.5 รวบรวมกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และของกลุ่มผู้ผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่จัดจำหน่ายอยู่ในตลาดปัจจุบัน
- 4.6 วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด และหลักการออกแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทย
- 4.7 สรุปผลการวิเคราะห์ พร้อมอภิปรายผลเทียบเคียงกับข้อจำกัดต่างๆ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เพื่อให้ได้ข้อสรุปแนวทางการพัฒนารูปแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย
- 4.8 ออกแบบและพัฒนารูปแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตามผลการวิจัย
- 4.9 รวบรวมรูปแบบเรขศิลป์ที่ได้เป็นหนังสือคู่มือแนวทางการพัฒนารูปแบบเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย
- 4.10 ประเมินผลการวิจัยโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย

5. ขอบเขตของการวิจัย

- 5.1 ศึกษาและวิเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาเฉพาะส่วนของเรขาคณิตบนบรรทัดท่านั้น โดยจะศึกษาการออกแบบโครงสร้างบรรทัดเฉพาะที่จำเป็นและเกี่ยวข้องกับการออกแบบเรขาคณิตสำหรับประเด็นปัญหาอื่น ๆ ที่ไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยเรขาคณิตบนบรรทัดที่ถือว่าอยู่นอกเหนือขอบเขตของงานวิจัย
- 5.2 รวบรวมกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่เป็นบรรทัดอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมที่เป็นบรรทัดเพื่อขายปลีก (Consumer Package) และจัดจำหน่ายภายในประเทศโดยใช้ตราสินค้าของไทย
- 5.3 เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ออกแบบเรขาคณิตบนบรรทัดอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้นแบบ 3 ชนิด ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว ก๋วยจั๊บ และน้ำพริก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตมากที่สุด
- 5.4 การนำผลการวิจัยมาทำการออกแบบจะไม่ทำการออกแบบสัญลักษณ์ เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีตราสัญลักษณ์ของทางราชการใช้อยู่แล้วไม่สามารถออกแบบเปลี่ยนแปลงได้

6. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 ได้แนวทางการออกแบบเรขาคณิตบนบรรทัดอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทยและเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด
- 6.2 ได้รูปแบบเรขาคณิตบนบรรทัดอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยที่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด และสะท้อนภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทย
- 6.3 ได้หนังสือคู่มือการออกแบบเรขาคณิตบนบรรทัดอาหารเกษตรแปรรูปสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบเรขาคณิตบนบรรทัดของตนเอง จนสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมในท้องตลาดได้

7. คำจำกัดความ

เรขศิลป์ (Graphic) หมายถึง ภาพที่เกิดจากองค์ประกอบศิลป์ ได้แก่ ภาพ สี ช่องว่าง และ ลักษณะพื้นผิวที่ประกอบกันบนพื้นระนาบหรือวัสดุ 2 มิติ ที่มีแต่ความกว้างและความยาวเท่านั้น (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2535: 14)

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง สิ่งห่อหุ้มรองรับผลิตภัณฑ์ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์จากความเสียหายต่างๆ และเพื่อเก็บรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตมากที่สุด ตลอดจนช่วยแจ้งรายละเอียดผลิตภัณฑ์ และกระตุ้นการซื้อ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, 2537: 132) ในที่นี้ไม่รวมถึงภาชนะบรรจุ และหีบห่อที่ใช้ในการขนส่ง

บรรจุภัณฑ์อาหาร (Food packaging) หมายถึง วัสดุที่ใช้บรรจุอาหาร ไม่ว่าจะด้วยการใส่หรือห่อด้วยวิธีใดๆ (พระราชบัญญัติอาหาร, 2522)

บรรจุภัณฑ์เพื่อขายปลีก (Consumer Package) คือบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท: 2537, 135)

ฉลาก (Label) หมายถึง รูป รอยประดิษฐ์ กระดาษหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น (พระราชบัญญัติอาหาร, 2522)

อาหารเกษตรแปรรูป (Processed food) หมายถึง อาหารที่ได้จากการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปที่ใช้กรรมวิธีการผลิตที่ไม่สลับซับซ้อน รวมทั้งการแปรรูปผลิตผลเกษตรในระดับไร่นาและการแปรรูปผลิตผลเกษตรในระดับครัวเรือน (ฝ่ายอุตสาหกรรมเกษตร, 2539: 19)

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (Farm women groups) หมายถึง สตรีในภาคเกษตรที่รวมตัวกันเพื่อพัฒนาความสามารถในการตัดสินใจ และการแก้ไขปัญหา ตลอดจนความรับผิดชอบงานที่ดำเนินการของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้พึ่งพาตนเองและพึ่งพากันเองได้ จึงได้ชื่อว่า "เป็นแกนนำที่สำคัญในการรับและถ่ายทอดความรู้ไปสู่ครอบครัวเกษตรกรและชุมชน "

ทั้งนี้ กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบให้การส่งเสริม และสนับสนุนตั้งแต่การจัดตั้งกลุ่มจนถึงการดำเนินกิจกรรมกลุ่มในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การเกษตร การแปรรูปผลผลิตเกษตร ทัศนกรรมการเกษตร สมนุไพร การจัดตั้งกองทุนการส่งเสริมการออม เป็นต้น (กรมส่งเสริมการเกษตร, <http://www.doac.go.th>, 28 สิงหาคม 2543)

วัตถุประสงค์ทางการตลาด สำหรับงานวิจัยฉบับนี้หมายถึง คุณสมบัติพึงมีของเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อสนองตอบการตลาด ซึ่งหมายถึง กระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อกลุ่มเป้าหมายโดยการค้นหาความต้องการและสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไรตามที่ต้อง เช่น การส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ฯลฯ (ปูน คงเจริญเกียรติ, 2541:180)

คุณสมบัติที่เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์พึงมีเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด ได้แก่ การบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์ การบ่งชี้ผู้ผลิตและตราสินค้า การแสดงบุคลิกของตราสินค้า การแสดงคุณประโยชน์ของสินค้า การดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค การส่งเสริมการโฆษณาารณรงค์ การอำนวยความสะดวก และคงรักษาเอกลักษณ์ในเครื่องผู้ผลิต (รายละเอียดในบทที่ 3)

ภาพลักษณ์พื้นถิ่น (Folk Image) ในทางสังคมวิทยาหมายถึง รูปแบบทางทัศนศิลป์หรือมโนทัศน์ ซึ่งเป็นที่คุ้นเคยของประชาชนในชนบท และได้รับการยอมรับสืบต่อกันมาโดยทั่วไป หรือทัศนศิลป์และมโนทัศน์ซึ่งชวนให้ระลึกถึงชนบท (สมควร กวียะ, 2528:8)

กลุ่มงานเคหกิจการเกษตร คือ หน่วยงานหนึ่งในสังกัดกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานและส่งเสริมงานพัฒนาอาชีพสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทั่วประเทศไทย