

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมา

ความหลากหลายขององค์กร วิสาหกิจชุมชนทั่วพื้นที่ประเทศไทย เป็นต้นเหตุของสำคัญที่ทำให้เกิดสินค้าที่เป็นประเภทเดียวกันหากแต่แตกต่างกันในคุณภาพและชนิดพันธ์ ของการผลิตสินค้าในภูมิภาคประเทศไทย ความซ้ำซ้อนกันเป็นปัญหาในการสร้างอัตลักษณ์บนฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการสื่อสารให้สินค้าเป็นที่จดจำได้ว่าผลิตจากพื้นที่ใดในภูมิภาคนั้น อาทิ ผลผลิตข้าว ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์เดิมซ้ำหรือการแนะนำสินค้าของผู้บริโภคภายใต้ความเชื่อใจในการแนะนำแบบปากต่อปาก ในการออกแบบจึงต้องมีอัตลักษณ์หรือสัญลักษณ์ที่ระบุตัวตนและเกิดการจดจำได้อย่างใดอย่างหนึ่ง ต้องอาศัยการแทนค่าการเป็นตัวแทนของบุคคล แทนสินค้า แทนพื้นที่ เพื่อสื่อสารเรื่องราวของพื้นที่ชุมชนนั้นๆให้ติดอยู่ในฉลากของผู้บริโภคจนเกิดเป็นการรักดีต่อแบรนด์สินค้าตามมา

ในภาวะการจำเป็นของประเทศบนพื้นฐานทางวัฒนธรรมของชาติ และท้องถิ่นตามยุทธศาสตร์การพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 – 2554 การส่งเสริมการศึกษาในรูปแบบการออกแบบตราสินค้าที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ตราสินค้า และชี้แนะแนวทางในการนำไปใช้งานในส่วนงานในส่วนพัฒนาผลิตภัณฑ์ งานบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ หรือประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของชุมชน เป็นรูปธรรมที่เหมาะสมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นหรือพื้นที่กลุ่มอย่างแท้จริง ด้วยเพราะปัญหาด้านความหลากหลายสินค้าข้าว มักเกิดปัญหาในการขายปลีกที่ยากต่อการจดจำโดยที่ผ่านมาสินค้าข้าว โดยเฉพาะข้าวไทยมีสายพันธุ์หลากหลายตลอดจนปัจจุบันนิยมมีลักษณะการปลูกเพิ่มเพิ่มมูลค่า ราคาในท้องตลาด อาทิข้าวจากการปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ การบรรจุในลักษณะถุงปลูก เพื่อจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์สินค้า เป็นช่องทางในการเพิ่มมูลค่าของข้าวทั้งในประเทศไทยและส่งออกนอก ตลาดข้าวเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 4.0 ของปริมาณข้าวเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตได้ทั้งหมด โดยข้าวเกษตรอินทรีย์ที่จำหน่ายในประเทศแบ่งออกเป็น 2 ตลาด ข้าวเกษตรอินทรีย์ที่จำหน่ายในช่องทางโมเดิร์นเทรด และช่องทางตรงซึ่งมีราคาสูง แต่ก็เป็นข้าวมาตรฐานเดียวกับส่งออก ส่วนอีกตลาดเป็นตลาดข้าวเกษตรอินทรีย์ที่วางจำหน่ายโดยชุมชนเกษตรกรซึ่ง ในชุมชนที่เป็นพื้นที่แหล่งผลิตและร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยเฉพาะนั้นมีการกำหนดราคาว่าข้าวเกษตรอินทรีย์ประเภทแรกแต่ก็ยิ่งสูงกว่าราคาข้าวสารปกติ ( ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2550:ระบบออนไลน์) ข้าวเกษตรอินทรีย์นั้นได้มีลักษณะการบรรจุในตลาดไม่แตกต่างกันโดยนิยมการบรรจุในลักษณะถุงปลูก เพื่อจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์สินค้า โดยบรรจุภัณฑ์ข้าวเกษตรอินทรีย์มีการแบ่งตามปริมาณการบรรจุหน่วยเพื่อการสะดวกใน

การซื้อไปใช้งานของผู้บริโภคเองและแตกต่างกันตามความต้องการนำไปใช้งานในโอกาสแตกต่างกันออกไป อันเป็นช่องทางในการเพิ่มมูลค่าของข้าวทั้งในประเทศไทยและส่งออกนอกประเทศนั้นยังไม่สามารถสร้างจุดสนใจในการแข่งขันด้านการค้าปลีกที่เด่นชัดได้

จากที่มาและปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของออกแบบตราสินค้าเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเกษตรอินทรีย์บ้านบางเต็อภายใต้แบรนด์ข้าวชั้นเลิศ จังหวัดนครสวรรค์ที่สามารถส่งเสริมและสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่มผลิตข้าวเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถแก้ปัญหาด้านการที่ผู้บริโภคไม่สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ข้าวของกลุ่มและเพื่อสร้างความโดดเด่นเป็นที่จดจำและระลึกถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตข้าวจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้กับการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวท้องถิ่นนครสวรรค์ให้เพิ่มคุณค่าและเข้าถึงช่องทางการตลาดและสร้างมูลค่าในด้านต่าง ๆ ตรงตามยุทธศาสตร์ประเทศในเรื่องเศรษฐกิจ โดยใช้การพัฒนาการออกแบบตราสินค้าและฉลากสินค้าปลีก ให้กับหีบห่อบรรจุภัณฑ์ข้าว ที่สามารถในการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีประสิทธิภาพตามแนวคิดยุทธศาสตร์ข้าวไทย

## 1.2 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1.2.1 ศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของสหกรณ์เกษตรอินทรีย์จังหวัดนครสวรรค์

1.2.2 เพื่อสรุปแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ ลวดลาย และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าและฉลากสินค้าข้าวให้มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดค้าปลีกข้าวเกษตรอินทรีย์

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้แนวทางการพัฒนาตราสัญลักษณ์สินค้าเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่ม รวมถึงได้แนวทางการออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยการศึกษาวิเคราะห์ SWOT ของการตลาดค้าปลีกข้าวเกษตรอินทรีย์นครสวรรค์เพื่อประเมินโอกาส และรับทราบจุดแข็ง จุดอ่อนของกลุ่ม

1.3.2 ด้านวิชาการ: ได้รู้กระบวนการด้านการค้นหาอัตลักษณ์ ที่สามารถส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ ที่เหมาะกับการนำไปใช้งานในที่ต่างๆ อาทิ บนสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

1.3.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงตราสัญลักษณ์สินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์ จังหวัดนครสวรรค์เพื่อพัฒนาความสามารถในการขายปลีก

## 1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์สินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์ของวิสาหกิจชุมชนบางเต็อภายใต้แบรนด์สินค้า ข้าวชั้นเลิศ ดังนั้นขอบเขตการศึกษาในการ ออกแบบเพื่อให้ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์กำหนดได้ดังนี้

### ตัวแปรที่ทำการศึกษา

1. ข้อมูลพื้นฐานการผลิตข้าวพื้นที่นครสวรรค์ และลักษณะผลิตภัณฑ์ข้าว พื้นฐานการผลิตข้าวพื้นที่นครสวรรค์ และลักษณะผลิตภัณฑ์ข้าวของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อศึกษาออกแบบตราสัญลักษณ์ และ ออกแบบพัฒนา ตราสัญลักษณ์ข้าว ได้แก่

2. ประชากรของการวิจัยที่ใช้ในการทดสอบตลาดได้แก่ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์และผู้รักสุขภาพ

3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบความพึงพอใจต่อ ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า ในจังหวัดนครสวรรค์ ที่เคยเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนข้าวในจังหวัดนครสวรรค์ โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 100 คน และประชากรที่ปลูกข้าวแบบเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดนครสวรรค์ หรือบุคลากรในการบรรจุข้าว หีบห่อข้าวของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดนครสวรรค์ 1 คน

### ตัวแปรที่ทำการศึกษา

**ตัวแปรต้น** คือ รูปแบบตราสัญลักษณ์และฉลากบรรจุภัณฑ์สินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์ จังหวัดนครสวรรค์ภายใต้แบรนด์ ข้าวชั้นเลิศ

**ต้นแปรตาม** คือ ผลของการทดสอบตลาด สินค้าด้านความพึงพอใจต่อตราสัญลักษณ์ด้านสี และรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ข้าวเกษตรอินทรีย์ จังหวัดนครสวรรค์

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาตัวแปรวิจัยเชิงคุณภาพ

- ประชากรที่ปลูกข้าวแบบเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดนครสวรรค์ หรือบุคลากรในการบรรจุข้าว หีบห่อข้าวของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดนครสวรรค์ 1 คน

ประชากรในการศึกษาตัวแปรวิจัยเชิงปริมาณ

- ประชากรชายหญิงทุกเพศทุกวัย ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ข้าวเกษตรอินทรีย์และรักสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างคือ ชายหญิง ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ข้าวเกษตรอินทรีย์และรักสุขภาพ จำนวน 100 คนเพื่อหาแนวทางในการออกแบบ

## 1.5 ขั้นตอนการดำเนินงาน

### วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาข้อมูลพื้นฐานการผลิตข้าวพื้นที่นครสวรรค์ และลักษณะผลิตภัณฑ์ข้าวของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ ในเขตพื้นที่นครสวรรค์ ผู้วิจัยได้ใช้ลำดับขั้นตอนของการออกแบบของที่ระลึกอันมาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างแนวทางตลอดจนการกำหนดวิธีการเพื่อให้มีความหมายต่อความรู้สึกนึกคิดในทางการกระตุ้นเร้าจงใจให้คิดและระลึกถึงผลิตภัณฑ์ข้าว ที่สามารถสร้างความจดจำในตัวสินค้าจากการเป็นของของที่ระลึกเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบรูปแบบโครงสร้าง ลวดลายและการ

พัฒนาภาพตัวแทน ที่สามารถสร้างความจดจำในตัวสินค้าข้าวเกษตรอินทรีย์ของวิสาหกิจชุมชน โดยผู้วิจัยได้วางลำดับขั้น ของการออกแบบดังกล่าวต่อไปนี้

1) ศึกษาข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ เพื่อให้ได้ความรู้และข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์ข้าวในด้านข้อมูลหลักเกณฑ์ รายละเอียดเกี่ยวกับการเพาะปลูกข้าว ลักษณะเฉพาะของข้อมูลบนฉลากบรรจุภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ รายละเอียดเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อ สถานะในปัจจุบันของเพาะปลูกข้าวเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดนครสวรรค์ เช่นพื้นที่เพาะปลูก ผลผลิต ผลิตภัณฑ์ ต้นทุน ปัจจัยการผลิต วิธีการเพาะปลูก ตลอดจนการวิเคราะห์วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค โอกาส SWOT Analysis การเพาะปลูกข้าวบริเวณจังหวัดนครสวรรค์

2) ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามในด้านความต้องการเชิงสัญลักษณ์ภาพ ตัวแทนความเป็นตราสินค้า ภายใต้กรอบแนวคิดกลุ่มข้าวเกษตรอินทรีย์ เป็นการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดนครสวรรค์ รวมถึง ศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องอินทรีย์ของสหกรณ์เกษตรอินทรีย์จังหวัดนครสวรรค์

3) วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร และข้อมูลจากการลงพื้นที่ ชุมชนข้าวเกษตรอินทรีย์จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อหาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ ลวดลาย และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตราสินค้าและฉลากสินค้าข้าวให้มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดค้าปลีก

4) สร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำไปทดสอบกลุ่มตัวอย่าง โดยประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์แบบเดิม และโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทดสอบแบบสอบถามภาพลักษณ์และความต้องการของผู้บริโภค จำนวน 100 คน ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย จากผู้บริโภคทั่วไปที่เคยใช้เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน หรือเคยบริโภคผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ข้าวเกษตรอินทรีย์และรักสุขภาพ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นแบบมาตรวัด 5 ระดับ

5) ปรับปรุงแก้ไข สรุปประเมินผล อภิปราย นำเสนอผลงานแนวออกแบบในขั้นตอนจัดพิมพ์ และเผยแพร่

**1.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์จากการสำรวจ และการวิเคราะห์ข้อมูล สุดท้ายจึงนำมาสรุปจัดกลุ่มข้อมูล และเรียบเรียงเป็นประเด็นต่างๆเพื่อเสนอแนะในบทต่อไป ระยะเวลาในการทำวิจัย 12 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ปีงบประมาณ 2560 ประกอบด้วยรายละเอียดและแผนการดำเนินงาน ดังนี้

- |  |         |
|--|---------|
| 1. รวบรวมข้อมูล/วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง       | 2 เดือน |
| 2. ศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ | 2 เดือน |
| 3. ศึกษาข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้งาน             | 2 เดือน |
| 4. ศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริโภค  | 2 เดือน |
| 5. วิเคราะห์ สรุปผล จัดพิมพ์ และเผยแพร่                | 4 เดือน |

ตารางที่ 1.1 ขั้นตอนการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลา สถานที่ รูปแบบดำเนินการ และเป้าหมาย

แผนการดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการวิจัย (เดือน)												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. รวบรวมข้อมูล/วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	■	■											
2. ศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการปลูกข้าว เกษตรอินทรีย์และผู้ที่เกี่ยวข้อง ศึกษาข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานบรรจุภัณฑ์			■	■									
3. จัดทำแบบสอบถามโดยประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์แบบเดิม และสร้างแบบสอบถามภาพลักษณ์ และความต้องการของผู้บริโภค					■	■							
4. ทดสอบกลุ่มตัวอย่าง							■	■					
5. วิเคราะห์ สรุปผล จัดพิมพ์ และเผยแพร่									■	■	■	■	■