

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาสินค้าพื้นเมืองภายใต้แนวคิดของโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในประเทศไทยนั้นมีมาช้านานแล้ว และหากจะกล่าวถึงแนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของไทยน่าจะกำเนิดขึ้นและพัฒนามาก่อนเมือง โออิตะก็ไม่น่าจะเกินจากความเป็นจริง คำขวัญของเมืองต่าง ๆ ที่แนะนำของดีของจังหวัด เช่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีคำขวัญประจำจังหวัดว่า “เมืองร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรมะ” หรือจังหวัดสุรินทร์ ที่ว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมดี มากมีปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม พร้อมวัฒนธรรม” จึงเป็นหลักฐานยืนยันได้ดี อย่างไรก็ตาม นับแต่ปี พ.ศ. 2537 ประเทศไทยก็ได้เข้าร่วมกิจกรรมกับเมือง โออิตะ มาโดยลำดับ เช่น การส่งผู้แทนเข้าร่วมการประชุม The First ASIA – KYUSHU Local Summit มีการจัดตั้งสมาคมชาวโออิตะในประเทศไทยขึ้นในปี พ.ศ.2539 รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนคณะผู้แทน จากจังหวัดสงขลา กับ เมืองโออิตะ นอกจากนี้ มีการเยือนของผู้แทนรัฐบาล สถาบันการศึกษา การเชิญ Mr. Morihiko Hiramatsu ผู้ว่าเมืองโออิตะมาบรรยายในการสัมมนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่ประเทศไทยเมื่อเดือนมีนาคม 2544 การเยือนโออิตะของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ทักษิณ ชินวัตร เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2544 และมีอีกคณะหลังจากนั้น ซึ่งทำให้ก็สามารถนำ ประสบการณ์ของเมืองโออิตะมาปรับใช้ในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” สร้างความ เข้าใจและทำให้มีความชัดเจนในกลุ่มผู้ทำงาน ทั้งวิธีการสร้างแรงกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่น เข้ามามีส่วนร่วม การวางเครือข่ายทำงานและประสานงานของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และ แผนการนำสินค้าออกสู่ตลาด โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของไทยจึงมีความคืบหน้า อย่างรวดเร็ว (นางอัมพวัน พิชาลัย 2545 : 9)

รัฐบาล ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร ได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภา ประกาศทำ สงครามกับความยากจน ด้วยการจัดทำโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” วัตถุประสงค์ เพื่อให้ชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้พัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมจะให้ความช่วยเหลือด้าน ความรู้ สมัยใหม่ การบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและ ต่างประเทศได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ขึ้นเมื่อ เดือนกันยายน 2544

ทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์และแผนแม่บทของการพัฒนาโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยมุ่งให้เป็นกลไกหนึ่งที่ตั้งสร้างงาน สร้างความเข้มแข็งและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน จากการใช้ภูมิปัญญาภายในท้องถิ่นมาคิดประดิษฐ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าคุณภาพมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของคนเองที่จะสามารถนำออกขายทั้งตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศ

ในช่วงที่ผ่านมาของการดำเนินโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของรัฐบาล ทำให้มีการแนะนำสินค้าของชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาการพัฒนา บรรลุภัณฑ์ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสงขลาซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีรากฐาน ของการค้าและการผลิตจากภาคเกษตรกรรมเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน ดังนั้นสินค้าที่สำคัญหมวด หนึ่งคือสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป เช่น การทำเต้าหู้จากถั่วเหลือง เครื่องดื่มสมุนไพร ไข่เค็ม และขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นของดีของจังหวัดสงขลา และโดยเฉพาะวันนี้ผลิตภัณฑ์ขนม ถั่ว – งา อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ก็เริ่มเป็นที่รู้จักกว้างขึ้นยิ่งกว่านั้น ผลการคัดสรร OTOP Product Champion ระดับประเทศ ปี พ.ศ. 2547 ประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสงขลา ชื่อผลิตภัณฑ์ ขนมถั่ว – งา ได้รับการคัดสรร ระดับ 5 ดาว และ 4 ดาวตามลำดับ ซึ่งจากการ สัมภาษณ์ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร พบว่า ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ยังคงใช้บรรจุภัณฑ์แบบ ธรรมดา คือ บรรจุถุงพลาสติกและมีการบรรจุกล่องซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบ้างเป็นครั้ง คราว ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ดึงดูดความสนใจเท่าที่ควร เนื่องจากมีความเรียบง่ายและลักษณะที่ คล้ายกันจนเกินไป และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผู้ผลิตเองก็ไม่เห็นความสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มากนัก ผู้วิจัย คิดว่า บทบาทของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็นตลาด ภายในหรือต่างประเทศ ทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ สืบเนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายได้ เปลี่ยนแปลงมาเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายแบบช่วยตัวเอง (Self Service) และแบบมวลมาก (Mass Merchandise) สินค้าที่มีคุณภาพเป็นเลิศอาจมีโอกาที่จะขายได้ลดน้อยลง ถ้าขาดการ ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ดี ประกอบกับในปัจจุบันการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารประเภท ขนมขบเคี้ยวมีเพิ่มมากขึ้น การจะผลิตขนมขบเคี้ยวให้มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของ ผู้บริโภคนั้น อีกปัจจัยที่มีความสำคัญนอกเหนือจากตัวผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ของอาหาร การผลิตอาหารที่คุณภาพมาตรฐานและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค จะไม่มีประโยชน์เลยหาก บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ไม่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์นั้นไว้ได้ตลอดอายุการเก็บรักษา ดังนั้นหากมีการ เลือกลงใช้และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารแต่ละชนิดแล้วจะเป็นการช่วยคงคุณภาพและ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นไว้ รวมถึงเป็นการช่วยยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ที่จะส่งผล ถึงคุณภาพโดยรวมของตัวผลิตภัณฑ์ให้ดีและเป็นไปตามที่ผู้บริโภคต้องการด้วย

ขนมถั่ว – งา เป็นอาหารขบเคี้ยวจากพวกถั่วและงาที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นอาหารที่สามารถรับประทานได้ง่าย มีปริมาณโปรตีนสูง แต่ขาดปัจจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทำให้ไม่สามารถสร้างจุดขายและมีช่องทางการจำหน่ายที่น้อยและแคบ เนื่องจากความไม่ทันสมัยในการออกแบบและกราฟิกทางด้านบรรจุภัณฑ์หรือไม่สามารถปกป้องสินค้าให้เดินทางจนถึงมือผู้บริโภคในสภาพที่ปลอดภัยหรือสมบูรณ์เหมือนกับตอนออกจากแหล่งผลิต อันสืบเนื่องมาจากการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมหรือขาดความรู้พื้นฐานทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

นอกจากนี้ในปัจจุบันผู้บริโภคได้ตระหนักถึงความสำคัญในการบริโภคอาหารที่ดี มีประโยชน์แก่ร่างกายเพิ่มมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์อาหารประเภทหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคมีความนิยมบริโภคเพื่อรักษาสุขภาพอย่างมากในปัจจุบัน คือ ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นอาหารขบเคี้ยวที่มีประโยชน์ต่อร่างกายผู้บริโภค สามารถรับประทานได้ง่าย กล่าวคือ ถั่วให้ปริมาณโปรตีนสูงมีคุณสมบัติช่วยซ่อมส่วนที่สึกหรอ ทำให้ร่างกายแข็งแรง ไม่เจ็บป่วยง่ายและแก่ก่อนวัย งามีคุณสมบัติให้พลังงานความร้อน มีวิตามินและเกลือแร่ที่ช่วยให้การทำงานของอวัยวะต่างๆ ในร่างกายสมบูรณ์และช่วยป้องกันโรคหัวใจ เนื่องจากมีกรดที่จำเป็นต่อร่างกายมากและช่วยบำรุงประสาทและช่วยให้ความทรงจำดี ซึ่งผู้บริโภคมีความนิยมบริโภคเพื่อบำรุง รักษาสุขภาพอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน แต่ขาดปัจจัยสนับสนุนในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ไม่สามารถสร้างจุดขายและมีช่องทางการจำหน่ายที่น้อยและแคบ เนื่องจากความไม่ทันสมัยในการออกแบบและกราฟิกทางด้านบรรจุภัณฑ์ หรือไม่สามารถปกป้องสินค้าให้เดินทางจนถึงมือผู้บริโภคในสภาพที่ปลอดภัยหรือสมบูรณ์เหมือนกับตอนออกจากแหล่งผลิต สาเหตุหนึ่งมาจากการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม หรือขาดความรู้พื้นฐานทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

กล่าวโดยทั่วไปแล้ว ผู้ผลิตขนมถั่ว – งา อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา มักจะใช้วิธีการเลียนแบบการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ทำให้สินค้าและบรรจุภัณฑ์ไม่แสดงความแตกต่าง ณ สถานที่จำหน่าย (Point of Sales) ดังนั้น การพัฒนารูปหน้าตาของบรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ซึ่งเป็นด่านแรกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า ให้มีความเหมาะสมต่อตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งในเรื่องของขนาด รูปแบบ ความแข็งแรง ทนทาน และคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาจัดทำบรรจุภัณฑ์ และการทำหน้าที่ถนอมอาหารและเก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้สูงสุด คงจะสามารถไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์สินค้า โดยไม่กระทบต่อยอดขายได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ การศึกษาบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP : กรณีศึกษา ขนมถั่ว – งา อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อ ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สภาพทั่วไป ความต้องการใช้ การพัฒนารูปแบบ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขนมถั่ว – งา อันนำไปสู่การยกระดับสินค้าโดยการ

สร้างมูลค่าเพิ่มและการเอื้ออำนวยความสะดวกของบรรจุภัณฑ์และเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพการผลิตอาหารพื้นบ้าน รวมทั้งเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งสามารถสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สร้างความจดจำได้ง่าย สามารถจำหน่ายสินค้าสำหรับเป็นของฝาก ของที่ระลึกประจำจังหวัดได้ และที่สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาและยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น สมดังเจตนารมณ์ของรัฐบาล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP : กรณีศึกษาขนมถั่ว – งา อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สภาพทั่วไปการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ของกลุ่มสตรีบ้านชะแม ตำบลดีหลวง อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความต้องการใช้และการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ของกลุ่มสตรีบ้านชะแม ตำบลดีหลวง อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ของกลุ่มสตรีบ้านชะแม ตำบลดีหลวง อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP : กรณีศึกษาขนมถั่ว – งา อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความต้องการใช้และการพัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา และปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อันจะนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ การปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิต ขนมถั่ว – งา ให้เหมาะสมกับความต้องการตลาดและผู้บริโภค ให้สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการเป็นของฝาก ของที่ระลึก ที่จะเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มากขึ้น พร้อมทั้งสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา กลุ่มสตรีบ้านชะแม ตำบลดีหลวง อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลาอีกด้วย

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP : กรณีศึกษาขนมถั่ว – งา อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. กำหนดขอบเขตของวัตถุดิบที่ใช้ในการศึกษาและประเภทของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่จะใช้ในการศึกษา ได้แก่

1.1 ชนิดของวัตถุดิบที่ใช้ในการศึกษา

1.1.1 ถั่ว

1.1.2 งา

1.2 ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องทำการศึกษา

1.2.1 อาหารขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

1.3 ชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องในการศึกษา

1.3.1 บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก เช่น ถุง และกล่อง

2. กำหนดขอบเขตของสถานที่ในการทำวิจัย

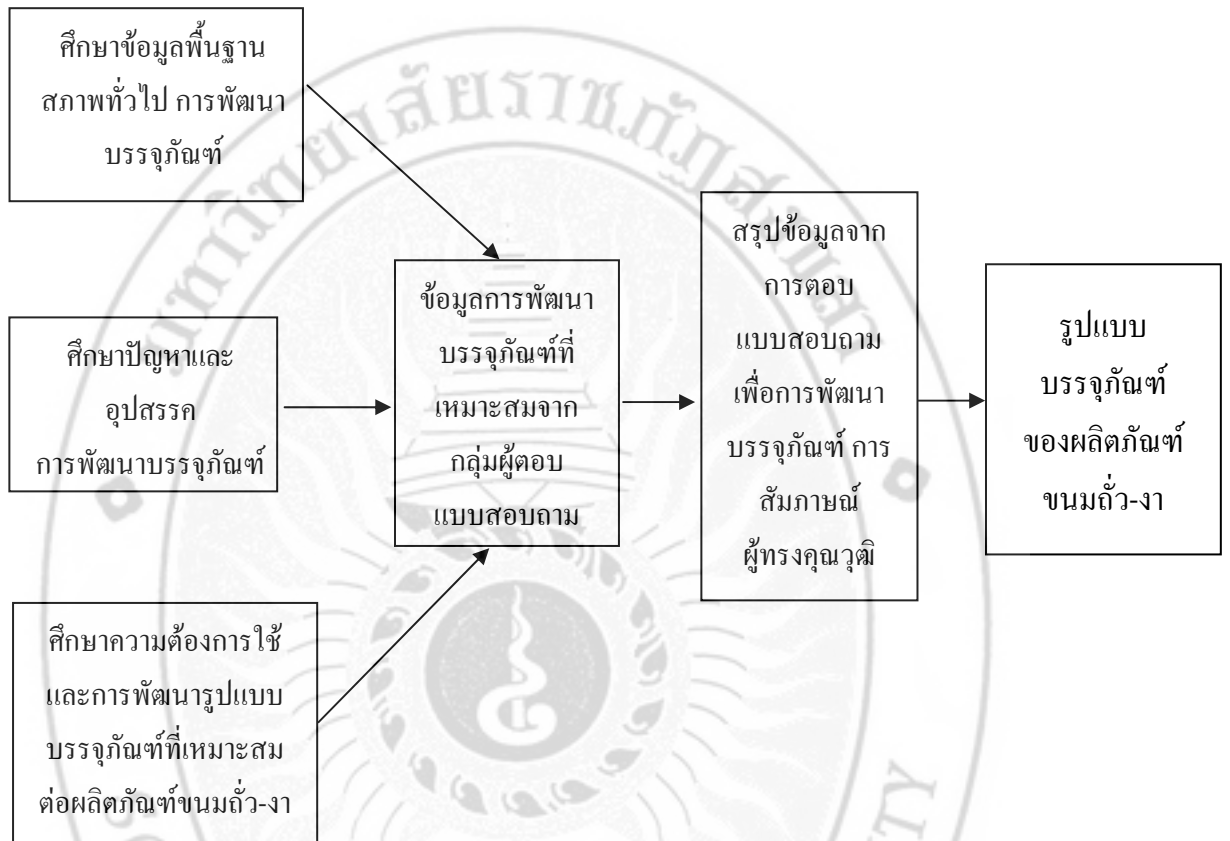
2.1 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3. กำหนดขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP : กรณีศึกษาขนมถั่ว – งา อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในจังหวัดสงขลา ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในจังหวัดสงขลา ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นกลุ่มสตรีบ้านชะแม เลขที่ 39/1 หมู่ 6 ตำบลดีหลวง อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP : กรณีศึกษาขนมถั่ว – งา อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ทั้งหมดจำนวน 135 คน ประกอบด้วย ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จำนวน 120 คน ได้มาจากการวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จำนวน 5 คน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นกลุ่มสตรีบ้านชะแม เลขที่ 39/1 หมู่ 6 ตำบลดีหลวง อำเภอสีทิงพระ จำนวน 5 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คัดเลือกจากบุคคลผู้มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน ได้มาจากการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจัดจำหน่ายเพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคด้วยวัสดุ เทคโนโลยีของเครื่องจักรและต้นทุนที่เหมาะสมอันส่งผลต่อสินค้าที่สามารถเชิญชวนให้เกิดการอยากซื้อตามความพอใจของกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

ขนมถั่ว – งา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำถั่วลิสงและงาขาวหรืองาดำมาคัดเลือกล้างเจือปนออก ล้างให้สะอาด คั่วหรืออบให้สุก คลุกกับส่วนผสมของน้ำ เกลือ น้ำตาลทราย น้ำตาลโตนด และเบะแซ่ที่เคี้ยวจนมีความเหนียวพอเหมาะ อัดในพิมพ์ให้เป็นแผ่นกลมหรือทำเป็นรูปร่างอื่นตามต้องการ อบไล่ความชื้น (มพช.๑๐๑๑/๑๕๔๘ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขนมถั่วงา)

ผลิตภัณฑ์ OTOP หมายถึง สินค้า หรือ บริการ หรือ แหล่งท่องเที่ยวที่มาจากกระบวนการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน หรือศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน ประกอบไปด้วยหลักพื้นฐานที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล
2. พึ่งตนเองและความคิดสร้างสรรค์
3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา หมายถึง การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ความต้องการ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะของบรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จากกลุ่มสตรีบ้านชะแม ตำบลดีหลวง อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงหารูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้มีเหมาะสมมากที่สุด