

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย เพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยและข้อจำกัดต่างๆ ที่ต้องคำนึงถึง ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบวิชาชีพบรรจุกิจกรรมอาหารเกษตรแปรรูปที่มีความเหมาะสมและใช้งานได้จริงโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยมากที่สุด เนื้อหาทั้งหมดจะประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
2. ผลผลิตอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
3. ปัญหาและสถานการณ์ตลาดสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปในปัจจุบัน
4. ทิศทางการพัฒนารูปแบบบรรจุกิจกรรมอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
5. ตลาดจัดจำหน่ายและกลุ่มเป้าหมายใหม่ในอนาคต
6. แนวทางการพัฒนาโครงสร้างและวัสดุบรรจุกิจกรรม

1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร อันประกอบด้วยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลด้านจิตภาพ ลักษณะการดำเนินงาน งบประมาณและรายได้ จะช่วยให้รู้จักวิถีชีวิตของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมากขึ้น รวมทั้งยังชี้ให้เห็นแนวทางในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการเผยแพร่งานวิจัยให้เป็นที่ยอมรับและเข้าใจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมากที่สุด

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (Farm women groups) หมายถึง สตรีในภาคเกษตรที่รวมตัวกันเพื่อพัฒนาความสามารถในการตัดสินใจ และการแก้ไขปัญหา ตลอดจนความรับผิดชอบงานที่ดำเนินการของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้พึ่งพาตนเองและพึ่งพากันเอง ทั้งนี้ กรมส่งเสริมการเกษตรจะเป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบให้การส่งเสริม และสนับสนุนตั้งแต่การจัดตั้งกลุ่มจนถึงการดำเนินกิจกรรมกลุ่มในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การเกษตร การแปรรูปผลผลิตเกษตร หัตถกรรมเกษตร สมนุไพร การจัดตั้งกองทุนการส่งเสริมการออม เป็นต้น (กรมส่งเสริมการเกษตร,

<http://www.doac.go.th>, 28 สิงหาคม 2543)

ปัจจุบันมีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทั่วประเทศรวม 14,000 กลุ่ม ประกอบด้วยสมาชิก 533,735 คน กระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ จากข้อมูลสำรวจการประกอบกิจกรรมแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรอย่างง่ายของครัวเรือนในชนบททั่วประเทศพบว่า มีครัวเรือนที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นร้อยละ 16.2 (ฝ่ายอุตสาหกรรมเกษตร, 2541: 37)

ประเภทอุตสาหกรรม	ทั่วประเทศ	กลาง	เหนือ	ตะวันออก	ใต้
				เชียงใหม่	
อาหาร เครื่องดื่ม ยาสูบ	16.2	21.7	17.0	20.1	8.2
สิ่งทอ สิ่งถัก เครื่องแต่งกาย	22.8	16.0	15.1	42.0	8.0
ผลิตภัณฑ์จากไม้และเครื่องเรือน	24.5	27.5	60.1	20.9	3.6
เคมีภัณฑ์ ยาง พลาสติก	23.3	0.7	0.8	-	78.4
อุตสาหกรรมการผลิตอย่างอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเกษตร	13.2	34.8	7.0	17.0	1.8
รวมทุกประเภท	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 1 อัตราร้อยละของครัวเรือนอุตสาหกรรม จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมเป็นรายภาค ที่มา: อุตสาหกรรมเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ.2541 ตารางที่ 2 หน้า 37

1.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (Demographic)

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรถือเป็นการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ แต่ได้รับการรับรองให้ถูกต้องตามกฎหมาย เพราะอยู่ภายใต้การดูแลของกรมส่งเสริมการเกษตร ผ่านสำนักงานเกษตรจังหวัด หรือเกษตรอำเภอของแต่ละภูมิภาค

จากการสัมภาษณ์คุณไพรวรรณ สุวรรณธาดา (2542) นักวิชาการเกษตรฝ่ายเคหกิจการเกษตรผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย พบว่าโดยทั่วไปกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนึ่งกลุ่มจะประกอบด้วยสมาชิก 5-10 คนขึ้นไป สมาชิกส่วนใหญ่เป็นสตรีที่มีอายุระหว่าง 30-45 ปี ที่แต่งงานและส่วนใหญ่มีบุตรแล้ว ระดับการศึกษาไม่เกินมัธยมต้น อาศัยอยู่ในเขตชนบทของจังหวัดต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก แล้วใช้เวลาว่างหลังจากประกอบอาชีพ

หรือนอกฤดูกาลเก็บเกี่ยวรวมกลุ่มกันแปรรูปวัตถุดิบการเกษตรที่หาได้ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าประเภทต่างๆ เพื่อใช้ภายในครัวเรือน และนำออกจำหน่ายเป็นอาชีพ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเกษตรกรในประเทศไทย โดยทั่วไปจะมีฐานะยากจนกว่าคนในเมือง มาตรฐานการครองชีพต่ำอันเนื่องมาจากการประกอบอาชีพที่ต้องขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ การขาดความรู้ที่จำเป็นและขาดโอกาสทางการศึกษา ทำให้กลุ่มเกษตรกรมีอำนาจต่อรองน้อยและต้องพึ่งพาอาศัยพ่อค้าคนกลางในการกระจายสินค้า นอกจากนี้ยังมีลักษณะเฉพาะตัวของกลุ่มเกษตรกรบางประการที่ไม่เอื้อประโยชน์ต่อกิจกรรมการค้า เช่น การแบ่งกันเป็นหมู่เหล่าอยู่ในวงเครือญาติและจะไม่เข้าไปยุ่งในเรื่องราวของคนอื่น ทำให้ชุมชนใหญ่เกิดความกดดันทางสังคมที่รุนแรงไม่สามารถควบคุมสมาชิกในชุมชนได้ ปัญหาที่เกิดตามมาคือเกษตรกรมักไม่ค่อยจะเคารพสัญญาที่ทำไว้กับภาคเอกชน เช่น ผลิตสินค้าไม่เป็นไปตามที่ตกลงไว้หรือไม่ตรงต่อเวลา ทั้งนี้เนื่องจากอุปนิสัยส่วนตัวที่ชอบทำงานตามอำเภอใจและขาดนิสัยในการทำงานร่วมกัน (เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง, 2524: 11-12)

1.2 ลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (Psychographic)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นพื้นฐานที่ทำให้เกิดลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ที่แสดงออกมาในเชิงทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งมีรูปแบบเฉพาะตัวตามแบบอย่างของกลุ่มเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในเขตชนบททั่วไปของประเทศไทย ตามบทวิเคราะห์ของเจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2524) ดังนี้

1. ลักษณะทางจิตภาพที่ดี

ลักษณะบุคลิกภาพที่ดีของเกษตรกรในประเทศไทย คือ มีความอดทนต่อความยากลำบาก ความมีใจหนักแน่น การให้การต้อนรับอย่างดีต่อแขกที่มาจากภายนอก การริเริ่มใหม่ๆ และความเป็นคนใจกว้างเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ซึ่งถือเป็นบุคลิกภาพที่มีได้ก่อปัญหาแต่อย่างใด

2. ลักษณะทางจิตภาพที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน

กลุ่มเกษตรกรในประเทศไทยยังมีลักษณะทางจิตวิทยาบางอย่างที่เป็นปัญหาและถือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาตนเอง และต่อผู้ทำงานร่วมกัน ทั้งในแง่ทัศนคติและพฤติกรรม ดังนี้

กลุ่มเกษตรกรมักเชื่อถือโชคลางและยอมรับชะตากรรมของตนเองโดยไม่ได้แย้ง จนเกิดทัศนคติแบบปฏิบัตินิยม (Practical outlook) คือเกษตรกรมักไม่ยอมรับการริเริ่มใหม่หรือการกระทำใหม่ๆ นอกจากพวกเขาเห็นว่าจะให้ประโยชน์โดยตรงแก่ตนเองเพียงผู้เดียวเท่านั้น และมักคำนึงถึงแต่ประโยชน์ระยะสั้นที่เห็นผลเป็นรูปธรรม

สังคมทั่วไปมักดูถูกและจัดให้เกษตรกรเป็นกลุ่มชนชั้นต่ำที่ยากจน ทำให้เกษตรกรเกิดความอิจฉาริษยา ดูถูกอาชีพของตนเองและกลัวคนภายนอกดูถูก ดังนั้นจึงเป็นการยากที่บุคคลภายนอกจะได้รับข้อมูลข่าวสารและความร่วมมือที่แท้จริงจากเกษตรกร แต่มักให้ความยอมรับนับถือบุคคลที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจดี เช่น ผู้มีอำนาจ ชำราชากร ที่พวกเขาคาดหวังว่าจะพึ่งพาได้

ในแง่พฤติกรรมที่อาจเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานร่วมกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคือเกษตรกรส่วนใหญ่มักไม่นิยมลงทุนเพื่อปรับปรุงผลผลิตของตนเองเพราะไม่เห็นความจำเป็นและผลประโยชน์ที่จะได้รับในทันที ตรงกันข้ามกลับลงทุนมหาศาลในงานประเพณีและงานบุญต่างๆ เนื่องจากจะได้รับการยกย่องจากคนในชุมชนอย่างชัดเจน

เกษตรกรไทยมักไม่เคยรับการฝึกฝนให้คุ้นเคยกับการทำงานเป็นกลุ่ม จึงไม่มีความสามารถในการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ และไม่มีกำหนดเวลาที่แน่นอนในการดำเนินงาน รวมทั้งความขาดแคลนข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดต่างๆ ทำให้การพัฒนาผลผลิตเป็นไปได้อย่างล่าช้า

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และลักษณะทางจิตภาพของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำให้ทราบแนวทางในการออกแบบหนังสือคู่มือการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป ที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรให้เกิดการยอมรับและความเข้าใจที่ถูกต้อง ดังต่อไปนี้

เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่ในประเทศไทยมีระดับการศึกษาไม่สูงนัก การสร้างสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจึงควรมีความชัดเจนเข้าใจง่าย โดยใช้ภาพประกอบ และใช้ภาษาที่เรียบง่ายไม่สลับซับซ้อน มีการลำดับความคิดอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามารถติดตามเนื้อหาต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ไม่เกิดความเบื่อหน่าย

เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมักยึดถือผลประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก การจะนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ให้เป็นที่ยอมรับจึงต้องเริ่มต้นด้วยการนำเสนอถึงประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับอย่างเป็น

รูปธรรมชัดเจน ตัวอย่างเช่น หากเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามแบบที่แนะนำไปแล้วจะทำให้ขายสินค้าได้มากขึ้น มีเงินเพิ่มขึ้น เป็นต้น ผลการวิจัยจึงจะเป็นที่ยอมรับ และก่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติจริง

นอกจากนี้ภายในหนังสือคู่มือยังควรแนะนำถึงวิธีนำข้อมูลต่างๆ ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงอย่างถูกต้อง เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความสามารถในการวางแผนงาน จึงอาจมีการแนะนำถึงขั้นตอนการดำเนินงานอย่างละเอียด และมีตัวอย่างให้เห็นอย่างสมจริงมากที่สุด

1.3 การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

การดำเนินการเพื่อจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เริ่มต้นจากการรวบรวมสมาชิกแล้วแสดงความจำนงในการจัดตั้งกลุ่มไปยังสำนักงานเกษตรภายในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ ภายหลังจากจดทะเบียนและได้รับการอนุมัติให้ดำเนินงานภายใต้ชื่อกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแล้ว ผู้นำหรือตัวแทนของกลุ่มจะมีโอกาสเข้าฝึกอบรมวิชาชีพในสาขาต่างๆ ที่สนใจ เพื่อนำมาถ่ายทอดให้สมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่มได้เข้าใจและนำไปเริ่มดำเนินการผลิตสินค้าตามแผนการที่วางไว้ต่อไป

แบบแผนการดำเนินงานภายในกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยใช้หลักประชาธิปไตย โดยสมาชิกทุกคนมีสิทธิหรือออกความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ แต่โดยมากจะเชื่อตามการตัดสินใจของผู้ นำเป็นหลัก เนื่องจากสมาชิกทุกคนเชื่อว่าผู้นำเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถมากที่สุด

ในการผลิตสินค้ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจะต้องดำเนินงานด้วยตนเองทั้งหมด ตั้งแต่การวางแผนงาน จัดสรรหน้าที่รับผิดชอบของสมาชิกในกลุ่ม การกำหนดรูปแบบของสินค้า จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ กรรมวิธีการผลิต รวมไปถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และจัดหาตลาดเพื่อวางจำหน่าย ซึ่งถือเป็นงานที่หนักและยากมากสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีระดับศึกษาไม่สูงและไม่เคยผ่านการอบรมเฉพาะด้านมาก่อน ทำให้ผลผลิตและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันยังไม่ได้มาตรฐาน และคุณภาพเป็นที่น่าพอใจ (ไพรวรรณ สุวรรณธาดา, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2542)

วิธีการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในแต่ละวันสมาชิกจะมารวมตัวกันที่ลานบ้าน ใต้ถุนบ้าน หรือโถงของบ้านที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งมักเป็นบ้านของผู้นำกลุ่ม โดยมีอุปกรณ์เป็นเครื่องมือทำครัวแบบง่ายๆ ที่หาได้ในครัวเรือน เช่น มีด เขียง กระทะ ฯลฯ สำหรับอุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับบรรจุก็ใช้แบบง่ายๆ ตัวอย่างเช่น กล่องหรือถุงแบบสำเร็จรูปที่หาซื้อได้ทั่วไป เทปกาว ลวดหนีบกระดาษ เป็นต้น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางกลุ่มอาจได้รับเงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาลในการ

ซื้อเครื่องบรรจุที่ทันสมัย เช่น เครื่องบรรจุของสุญญากาศ และเครื่องบรรจุกระป๋อง ซึ่งกลุ่มแม่บ้านที่จะได้รับเครื่องมือเหล่านี้มักเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ และมีมูลค่าผลผลิตสูงตลอดปีเท่านั้น

ช่วงเวลาในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีข้อจำกัด 2 ประการ ประการแรกคือ สมาชิกไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างสม่ำเสมอตามเวลาที่กำหนด เนื่องจากเป็นสตรีที่มีภาระในการดูแลครอบครัว จึงอาจเริ่มงานประมาณ 10.00 น. และสิ้นสุดในเวลา 13.00 น. ของทุกวัน หรือมาทำงานเพียงสัปดาห์ละ 2-3 วัน ขึ้นอยู่กับความพอใจเป็นหลัก

ข้อจำกัดประการที่สอง คือ ช่วงเวลาที่สามารถผลิตสินค้าได้ เนื่องจากวัตถุประสงค์ทางการเกษตรบางชนิดสามารถทำให้ผลได้ตลอดปี ตัวอย่างเช่น การผลิตลำไยอบแห้งจะสามารถทำได้เฉพาะ 2-3 เดือนในช่วงฤดูหนาวที่ลำไยออกผลมากเท่านั้น ข้อจำกัดเช่นนี้ทำให้ผลผลิตอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรออกสู่ตลาดไม่ต่อเนื่องตลอดปี และไม่สามารถกำหนดปริมาณการผลิตที่แน่นอนได้

1.4 งบประมาณและรายได้ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

แหล่งเงินทุนที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้รับบางส่วนได้มาจากทุนทรัพย์ส่วนตัวของสมาชิกภายในกลุ่ม และอีกส่วนหนึ่งได้มาจากการสนับสนุนของรัฐบาล โดยแต่ละปีกลุ่มแม่บ้านจะจัดทำแผนการดำเนินการเสนอต่อสำนักงานเกษตรประจำจังหวัด เพื่อทำการพิจารณาคัดเลือกกลุ่มที่มีความเหมาะสมที่จะได้รับเงินสนับสนุนจำนวนจังหวัดละ 1-2 กลุ่ม เป็นเงินจำนวน 50,000-100,000 บาทต่อปี สำหรับนำไปใช้เป็นเงินทุนเริ่มแรกในการก่อตั้งกิจการ ภายหลังจากที่กลุ่มแม่บ้านได้นำเงินทุนช่วยเหลือจากรัฐบาลไปใช้ในการดำเนินงานครบตามกำหนด 1 ปี ทางกลุ่มจะต้องแสดงบัญชีค่าใช้จ่ายและผลกำไรให้เจ้าหน้าที่รับทราบ และนำผลกำไรที่ได้ส่งคืนให้กับรัฐบาลตามจำนวนเงินที่ได้รับได้โดยไม่คิดดอกเบี้ย โดยเงินส่วนที่ส่งคืนให้แก่รัฐบาลนี้จะนำไปใช้เป็นกองทุนให้กับกลุ่มแม่บ้านรายอื่นๆ ปีต่อไป

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ได้รับเงินช่วยเหลือจากรัฐบาลจะต้องจัดสรรงบประมาณต่างๆ อย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้ผลกำไรเพียงพอในการส่งคืนให้กับรัฐ ซึ่งส่วนมากเงินทุนเหล่านี้มักถูกใช้ในการจัดซื้อเครื่องมือจักรและอุปกรณ์การผลิตที่มีราคาสูง ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้หากทางกลุ่มเลิกใช้งานแล้วก็จะส่งคืนให้กับรัฐบาลด้วยเช่นกัน เพื่อนำไปจัดสรรให้กับกลุ่มที่มีความต้องการได้นำไปหมุนเวียนใช้ต่อไป

การจัดสรรรายได้ภายในกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือจัดแบ่งผลกำไรเฉลี่ยให้กับสมาชิกทุกคนเท่าๆ กัน หรือโดยการจัดแบ่งให้ในรูปแบบของค่าจ้างแรงงานซึ่งจะจ่ายให้ตามระยะเวลาการทำงานของสมาชิกแต่ละคน

ประเภท	ทั่วประเทศ	กลาง	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ใต้
อุตสาหกรรม					
อาหาร เครื่องดื่ม ยาสูบ	130,521	280,994	209,841	48,379	65,694
สิ่งทอ สิ่งถัก	22,454	46,848	58,870	7,564	47,485
ไม้และผลิตภัณฑ์	18,839	67,395	11,737	5,203	6,613
ยาง	34,544	483,549	166,833	899,524*	31,694
เฉลี่ย	44,869	56,659	39,976	47,714	40,998

*ตัวอย่างต่ำกว่า 5 ครัวเรือน

ตารางที่ 2 มูลค่าผลผลิตเฉลี่ยต่อครัวเรือนอุตสาหกรรม จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมเป็นรายภาคทั่วประเทศ ปี 2534 (บาท/ครัวเรือนอุตสาหกรรม)

ที่มา: อุตสาหกรรมเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ.2541 ตารางที่ 3 หน้า 37

จากตารางที่ 2 มูลค่าผลผลิตโดยรวมที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทั้งประเทศจะได้รับจากการผลิตอาหารเกษตรแปรรูป สามารถสร้างรายได้เฉลี่ยให้กับครัวเรือนเกษตรกรสูงสุดถึง 130,521 บาทต่อปี (ตารางที่ 2) ซึ่งจะทำให้แม่บ้านได้รับรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเดือนละประมาณ 500-2,000 บาท มูลค่าผลผลิตที่สูงสะท้อนถึงศักยภาพในการผลิตอาหารเกษตรแปรรูปที่เหนือกว่าการแปรรูปผลผลิตในด้านอื่นๆ ซึ่งยังทำให้สามารถคาดการณ์แนวโน้มของการขยายตัวของอาชีพเสริมในอนาคตว่าน่าจะมีทิศทางที่สดใส หากมีการพัฒนาคุณภาพและรูปของสินค้าให้สามารถแข่งขันกับสินค้าจากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมได้ (ไพรวรรณ สุวรรณธาดา, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2542)

อุปสรรคในปัจจุบันที่ทำให้ไม่สามารถพัฒนาสินค้าเพื่อการแข่งขัน เนื่องจากปัญหาด้านงบประมาณของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรซึ่งมีอยู่จำกัด ถึงแม้จะมีรายได้บ้างแต่ก็ไม่เพียงพอสำหรับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทัดเทียมกับผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมได้ ดังนั้น ข้อจำกัดด้านงบประมาณจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงในการออกแบบ เพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานจริงโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมากที่สุด โดยข้อจำกัดต่างๆ มีดังต่อไปนี้

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปที่พัฒนาขึ้นจะต้องอยู่ในขอบข่ายที่กลุ่มแม่บ้านจะสามารถจัดทำได้ในงบประมาณที่จำกัด และสามารถจัดหาได้ง่ายในชนบทห่างไกล โดยในแง่วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ ควรเป็นวัสดุแบบมาตรฐานทั่วไปที่มีราคาถูก และหาซื้อได้ง่าย เช่น ถุงพลาสติกขนาดมาตรฐาน กระป๋องหรือขวดพลาสติกราคาถูก เป็นต้น

ในแง่กรรมวิธีการผลิตก็เช่นกัน ควรเลือกกรรมวิธีแบบง่าย ๆ ที่ใช้ต้นทุนไม่มากนัก และสามารถจัดหาผู้ผลิตได้ง่ายในเขตชนบทห่างไกล ตัวอย่างเช่น การพืมห็อฟเซต 1-2 สีซึ่งสามารถหาโรงพืมหอได้ทั่วไปในประเทศไทย หรือเลือกใช้กรรมวิธีการผลิตที่กลุ่มแม่บ้านสามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเอง เช่น การพืมหอฟิล์มพลาสติก เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้รูปแบบของเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย

2. ผลผลิตอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

การศึกษาเกี่ยวกับประเภทผลผลิตอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เพื่อให้ทราบข้อจำกัดในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันของอาหารแต่ละชนิด และเนื่องจากปัจจุบันมีอาหารเกษตรแปรรูปที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตมากมายหลายชนิด ซึ่งเกินกว่าจะสามารถนำมาออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้องคัดเลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตจำนวนมาก และสามารถใช้เป็นตัวแทนของผลผลิตทั้งหมดได้ เพื่อนำมาออกแบบเรขศิลป์เป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนารูปแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยต่อไป

“อาหารเกษตรแปรรูป” หมายถึง อาหารซึ่งได้จากกิจกรรมการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป ที่ใช้กรรมวิธีการผลิตไม่สลับซับซ้อน รวมทั้งการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในระดับไร่นาและการแปรรูปผลิตผลเกษตรในระดับครัวเรือน (ฝ่ายอุตสาหกรรมเกษตร, 2539: 31-35)

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษารวบรวมเฉพาะผลผลิตอาหารเกษตรแปรรูปที่จัดจำหน่ายภายใต้ชื่อของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย เฉพาะที่เป็นอาหารสำเร็จรูปประเภทพร้อมรับประทานที่จัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งโดยมากมักใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับการค้าปลีก (Individual packaging) ที่จำเป็นจะต้องมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดมากกว่าอาหารประเภทกึ่งสำเร็จรูปซึ่งมักจำหน่ายแบบค้าส่งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตและไม่ต้องคำนึงถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์มากนัก

ประเภทอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในปัจจุบัน จากการรวบรวมของฝ่ายอุตสาหกรรมเกษตร (2542) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ตามกรรมวิธีการผลิตและลักษณะทางกายภาพของอาหารและลักษณะบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์หมักดอง เชื่อม แซ่ฉิม

ผลิตภัณฑ์หมักดอง เชื่อม และแซ่ฉิม ตัวอย่างเช่น ก้วยตาก มะม่วงดอง กระท้อนแซ่ฉิม คืออาหารที่มีความขึ้นสูงและยังคงเป็นเนื้อของผลไม้เดิมอยู่มาก จากผลการสำรวจของกลุ่มงานเคหกิจเกษตร (2542) พบว่ามีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจากทุกภูมิภาคในประเทศไทยผลิตอาหารเกษตรแปรรูปประเภทนี้จำนวน 193 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นผู้ผลิตก้วยตากมากที่สุด 19.6% (ตารางที่ 3)

ประเภทอาหาร	จำนวนกลุ่มผู้ผลิต (กลุ่ม)	คิดเป็นร้อยละ
ก้วยตาก	38	19.6
มะม่วงดอง	19	9.8
มะพร้าวแก้ว	12	6.2
มะม่วงแซ่ฉิม	11	5.6
มะขามแซ่ฉิม	9	4.6
ผลไม้อื่นๆ แซ่ฉิม	104	53
รวม	193	100

ตารางที่ 3 จำนวนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยที่ผลิตอาหารเกษตรแปรรูปประเภทหมักดอง เชื่อม แซ่ฉิม

ที่มา: ผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร, กลุ่มงานเคหกิจเกษตร, 2542

2.2 ผลิตภัณฑ์กวน หยี

ผลิตภัณฑ์กวนและหยี ตัวอย่างเช่น ก้วยกวน มะขามแก้ว มะยมหยี เป็นอาหารที่มีความขึ้นสูงแต่เห็นเนื้อเดิมของผลไม้น้อยกว่าประเภทแรก โดยมากมักปั้นขึ้นรูปใหม่เป็นเม็ดเล็ก จากผลการสำรวจของกลุ่มงานเคหกิจเกษตร (2542) พบว่ามีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจากทุกภูมิภาคในประเทศไทยผลิตอาหารเกษตรแปรรูปประเภทนี้จำนวนมากที่สุด 93 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นผู้ผลิตก้วยตากมากที่สุด 27.9% (ตารางที่ 4)

ประเภทอาหาร	จำนวนกลุ่มผู้ผลิต (กลุ่ม)	คิดเป็นร้อยละ
กล้วยกวน	26	27.9
มะขามแก้ว	26	27.9
ทุเรียนกวน	19	20.4
ลิ้นปี่กวน	11	11.8
มะม่วงกวน	9	9.6
มะม่วงหึ	2	2.1
รวม	93	100

ตารางที่ 4 จำนวนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยที่ผลิตอาหารเกษตรแปรรูปประเภทกวนหึ

ที่มา: ผลิตภัณฑักลุ่มแม่บ้านเกษตรกร, กลุ่มงานเคหกิจเกษตร, 2542

2.3 ผลิตภัณฑัเคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด คั่ว

ผลิตภัณฑัอาหารเกษตรแปรรูปประเภทเคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด และคั่ว อาหารประเภทนี้มีลักษณะแห้งและกรอบ โดยรวมทุกภูมิภาคในประเทศไทยมีผู้ผลิตอยู่ถึง 281 กลุ่ม แบ่งออกเป็นผู้ผลิตกล้วยฉาบและกล้วยอบมากที่สุด 39.5% (ตารางที่ 5)

ประเภทอาหาร	จำนวนกลุ่มผู้ผลิต (กลุ่ม)	คิดเป็นร้อยละ
กล้วยฉาบและอบ	111	39.5
ข้าวเกรียบฝักและผลไม้	102	36.2
ถั่วทอดและคั่ว	36	12.8
ทุเรียนทอด	22	7.8
ข้าวทอด	10	3.5
(ข้าวแต๋น, นางเล็ด)		
รวม	281	100

ตารางที่ 5 จำนวนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยที่ผลิตอาหารเกษตรแปรรูปประเภทเคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด คั่ว

ที่มา: ผลิตภัณฑักลุ่มแม่บ้านเกษตรกร, กลุ่มงานเคหกิจเกษตร, 2542

2.4 ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทขนม เครื่องดื่ม น้ำพริก ฯลฯ

กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปประเภทสุดท้ายนี้จัดเป็นเป็นกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในการผลิตและรูปแบบที่ไม่เข้าพวกกับทั้ง 2 กลุ่มที่กล่าวมาแล้ว อาหารประเภทนี้ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมประเภทต่างๆ เครื่องดื่ม และน้ำพริก ซึ่งมีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทั่วประเทศผลิตอยู่รวมทั้งสิ้น 224 กลุ่ม ผลิตมากที่สุดคือน้ำพริกคิดเป็น 58% ของทั้งหมด (ตารางที่ 6)

ประเภทอาหาร	จำนวนกลุ่มผู้ผลิต (กลุ่ม)	คิดเป็นร้อยละ
น้ำพริก	130	58.0
ขนม	88	39.2
เครื่องดื่ม	6	2.6
รวม	224	100

ตารางที่ 6 จำนวนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยที่ผลิตอาหารเกษตรแปรรูปประเภทอื่นๆ ที่มา: ผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร, กลุ่มงานเคหกิจเกษตร, 2542

จากข้อมูลเกี่ยวกับประเภทผลผลิตอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในปัจจุบัน สามารถสรุปประเภทของอาหารเกษตรแปรรูปสำหรับการศึกษาตามกรรมวิธีการผลิตและลักษณะทางกายภาพออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทหมักดอง เชื่อม แซ่ฉิม ทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ซึ่งมีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตสูงสุด 19.6% เป็นตัวแทนที่ใช้ในการออกแบบ
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทกวน หยี ทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์กล้วยกวน ซึ่งมีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตสูงสุด 27.9% เป็นตัวแทนที่ใช้ในการออกแบบ
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด คั่ว ได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ประเภทกล้วยฉาบและอบ ซึ่งมีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตสูงสุด 39.5% เป็นตัวแทนที่ใช้ในการออกแบบ
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ เลือกผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก ซึ่งมีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตสูงสุด 58%

3. ปัญหาและสถานการณ์ตลาดในปัจจุบัน

สภาวะการตลาดปัจจุบันมีการขยายตัวของธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ทำให้สภาพสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมธุรกิจ ประชาชนไทยมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบแต่ต้องแข่งขันกับเวลา ทำให้คนหันมาบริโภคอาหารสำเร็จรูปแบบพร้อมรับประทานมากขึ้น (สุทธิพันธุ์ บงสุนันท์, 2537, 87) ประกอบกับกระแสการห่วงใยในสุขภาพทำให้คนหันมานิยมบริโภคอาหารที่ได้จากธรรมชาติมากขึ้น ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ชี้ให้เห็นความต้องการอาหารเกษตรแปรรูปในประเทศไทยที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือเป็นโอกาสอันดีในการขยายตลาดอาหารเกษตรแปรรูปในปัจจุบันและอนาคต

แต่อาหารเกษตรแปรรูปที่ผลิตโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรของไทยกลับไม่ได้รับการพัฒนาไปตามโอกาสทางการตลาดดังกล่าว เพราะไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าประเภทเดียวกันจากกลุ่มผู้ผลิตในระบบอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาดได้ เนื่องจากยังประสบปัญหาสำคัญหลายด้าน ทั้งที่เกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เอง ปัญหาด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบ ซึ่งสามารถแยกแยะตามหลักทางการตลาดได้ ดังต่อไปนี้

3.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์

ตามหลักการตลาดแล้ว ผลไม้แปรรูปจัดเป็นสินค้าบริโภค (Consumer goods) ประเภทสินค้าสะดวกซื้อ (Convenience goods) เนื่องจากเป็นสินค้าซึ่งมีลักษณะที่ผู้บริโภคไม่ได้ใช้เวลาในการวางแผน หรือมีความตั้งใจซื้อไว้ล่วงหน้า ผู้บริโภคมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี สามารถตัดสินใจซื้อได้ในทันที และมักมีสินค้าแทนกันได้ คือมีสินค้าประเภทเดียวกันให้เลือกหลายยี่ห้อ ผู้บริโภคจึงมักไม่ยึดติดในตราสินค้าและมีโอกาสเลือกซื้อยี่ห้อใหม่ๆ อยู่เสมอ (สุทธิพันธุ์ บงสุนันท์: 2537, 113-114)

จากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าถึงแม้จะมีคู่แข่งจำนวนมากอยู่ในตลาด แต่ก็ยังมีช่องทางที่จะขยายตลาดสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรให้เข้าสู่ตลาดได้ โดยการพัฒนาคุณภาพของสินค้า ควบคู่ไปกับการพัฒนาภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์

สำหรับปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรปัจจุบันได้รับการส่งเสริมและพัฒนาโดยหน่วยงานของกระทรวงเกษตร ให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับทัดเทียมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สิ่งที่ยังขาดหายไปและทำให้สินค้าไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคก็คือ การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งหากมีการ

พัฒนาดังกล่าวเกิดขึ้น ก็สามารถคาดการณ์ได้ว่าสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจะเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน และสามารถแข่งขันกับสินค้าจากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมได้อย่างแน่นอน

3.2 ราคา

การกำหนดราคาขายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยมากใช้วิธีคำนวณหาต้นทุนการผลิต ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแก๊ส ค่าแรงงาน และค่าขนส่งรวมกัน แล้วจึงนำไปบวกกำไร 50% (กรมการศึกษานอกโรงเรียน: 2540, 28) จะได้ราคาขายที่ต้องการ ซึ่งราคาขายเมื่อเทียบกับสินค้าจากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมถือว่าใกล้เคียงกัน ตัวอย่างเช่น กลัวยตากของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรขายราคา 30 บาทเท่ากับกลัวยกวนจากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม และกลัวยตากของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรราคา 20-30 บาท ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมราคา 20-35 บาท เป็นต้น

ถึงแม้ว่าราคาขายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจะใกล้เคียงกับราคาของกลุ่มผู้ผลิตอุตสาหกรรม แต่กลับประสบปัญหาในด้านการขยายตลาดทำให้ขายได้น้อยและผลกำไรน้อย

3.3 สถานที่จัดจำหน่ายและกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน

ตลาดที่จำหน่ายสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในปัจจุบันยังคงค่อนข้างแคบและไม่เพียงพอต่อปริมาณผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยกลุ่มแม่บ้านมักประสบปัญหาไม่สามารถกระจายสินค้าออกไปไกลจากท้องถิ่นของตนเองได้มาก เนื่องจากขาดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถเก็บรักษาอาหารได้เป็นเวลานาน

ไพรวรรณ สุวรรณธาดา (2542) กล่าวว่าตลาดที่จัดจำหน่ายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแบบค้าปลีกในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในท้องถิ่น ในเขตหมู่บ้าน ตำบล อำเภอและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งแต่ละแห่งจะมีกลุ่มผู้บริโภคแตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้

1. ร้านจำหน่ายของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

ปัจจุบันร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ทั้งประเทศไทย ถือเป็นตลาดหลักของอาหารเกษตรแปรรูป เนื่องจากมีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก สม่ำเสมอตลอดปี โดยจะมีปริมาณการซื้อเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษในช่วงเทศกาลวันหยุดพักผ่อนต่างๆ กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนกันมาไม่ใช่ลูกค้าประจำ และส่วนใหญ่ซื้อสินค้ากลับไปเพื่อเป็นของฝาก

2. ร้านสหกรณ์และร้านค้าขนาดเล็กในท้องถิ่น

ตลาดขนาดเล็กภายในท้องถิ่นถือเป็นตลาดสำคัญที่ช่วยระบายสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้ เป็นตลาดที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามารถนำสินค้าไปวางจำหน่ายได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด ได้แก่ ร้านสหกรณ์ประจำอำเภอ ร้านขายของชำ และรถเร่ขายของ รวมไปถึงการที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรนำสินค้าออกวางขายด้วยตนเองภายในท้องถิ่น โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเป็นชาวชนบทซึ่งมีกำลังซื้อต่ำ เลือกซื้อสินค้าเฉพาะที่จำเป็นแก่การครองชีพ ราคาถูก และคุณภาพปานกลางเท่านั้น (รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์: 2538, 367) ส่งผลให้ต้องจำหน่ายสินค้าในราคาถูก และได้ผลตอบแทนต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

3. ศูนย์แสดงสินค้าประจำจังหวัด

ปัจจุบันกรมส่งเสริมการเกษตรได้ส่งเสริมให้มีศูนย์สำหรับจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าจากกลุ่มเกษตรกรต่างๆ ในท้องถิ่นขึ้น โดยให้มีประจำทุกจังหวัดแบบถาวร เพื่อประชาสัมพันธ์ และขยายตลาดสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ศูนย์แสดงสินค้าประจำจังหวัดส่วนมากมักตั้งอยู่ที่ศาลากลางจังหวัดทั่วประเทศไทย ภายใต้การวางสินค้าจำแนกหมวดหมู่อย่างเป็นระเบียบ และจำหน่ายสินค้าในราคาถูก แต่ในศูนย์แสดงสินค้าต่างๆ เหล่านี้ยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เนื่องจากมีผู้สนใจเข้าไปเยี่ยมชมจำนวนน้อยมาก กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ของตลาดประเภทนี้คือกลุ่มข้าราชการ คนในท้องถิ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง

4. งานแสดงสินค้าของหน่วยงานราชการต่างๆ

การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรของหน่วยงานราชการต่างๆ ถือเป็นอีกความสนับสนุนหนึ่งที่รัฐบาลพยายามผลักดันให้สินค้าเหล่านี้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในกลุ่มคนทั่วไปมากขึ้น โดยการจัดงานดังกล่าวเป็นแบบชั่วคราว และกระจายไปยังจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ เช่น งานเกษตรแฟร์ งานกาชาดจังหวัด ฯลฯ

การจัดจำหน่ายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปในตลาดประเภทนี้ค่อนข้างจะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคที่เป็นประชาชนทั่วไปมากกว่าตลาดประเภทอื่นๆ แต่เนื่องจากการจัดงานแบบชั่วคราว จึงไม่สามารถสร้างความต้องการที่ต่อเนื่องจากผู้บริโภคให้เป็นลูกค้าระยะยาวได้

จากการศึกษาสถานที่จัดจำหน่ายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในปัจจุบัน พบว่ามีการกระจายสินค้าอยู่ในวงแคบ และมีกลุ่มผู้บริโภคไม่แน่นอน ทั้งยังกำลังซื้อต่ำ ส่งผลให้ไม่ได้รับผลกำไรอย่างที่ควรจะเป็น เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันจากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมซึ่งสามารถหาซื้อได้ง่ายในร้านค้าทั้งขนาดเล็ก กลางและใหญ่ที่ตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ ซึ่งมีกลุ่มผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำ และมีกำลังซื้อสูงกว่า

ปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรประสบปัญหาไม่สามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มร้านค้าในเมืองใหญ่ได้ เนื่องจากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือจึงไม่เป็นที่ยอมรับจากร้านค้าและกลุ่มผู้บริโภคในเมืองใหญ่ หนทางแก้ไขทำได้โดยการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าเชื่อถือสามารถแข่งขันกับสินค้าจากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมได้ ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสในการขยายตลาดไปสู่เมืองใหญ่ที่จะให้ผลกำไรที่มากกว่า ประเด็นเองนี้ถือเป็นวัตถุประสงค์หลักสำหรับงานวิจัยฉบับนี้

3.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ปัจจุบันยังไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายกับสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เนื่องจากสินค้านี้มีมูลค่าค่อนข้างต่ำ จึงไม่คุ้มที่จะลงทุนสำหรับการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ

เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมซึ่งมีกำลังทรัพย์มากกว่า ก็มีการส่งเสริมการขายให้เห็นเพียงเล็กน้อยเท่านั้นด้วยเหตุผลที่สินค้ามีมูลค่าต่ำเช่นเดียวกัน โดยการส่งเสริมการขายที่พบมักแฝงอยู่บนบรรจุภัณฑ์ เช่น การเพิ่มปริมาณ

และของแถม หรือการใช้แผ่นพับเพื่อแนะนำสินค้าของผู้ผลิตเท่านั้น (สุทธิพันธุ์ บงสุนันท์: 2537, 71-72)

3.5 จุดแข็งของผลิตภัณฑ์

จุดแข็งที่เป็นคุณสมบัติเด่นของอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งซึ่งเป็นสินค้าจากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม ได้แก่

1. มีความพิถีพิถันในกรรมวิธีการผลิตมากกว่าในระบบอุตสาหกรรมเพราะผลิตด้วยมือที่ละชั้น ทำให้ผู้บริโภคอยากสนับสนุนสินค้าของชาวบ้านมากขึ้น
2. ผลิตด้วยกรรมวิธีง่ายๆ ด้วยวัตถุดิบจากธรรมชาติ ไม่ใช้วัตถุปรุงแต่งหรือสารเคมีใดๆ
3. แสดงออกว่าเป็นสินค้าไทยที่ผลิตโดยฝีมือคนไทยอย่างเด่นชัด

3.6 จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาถึงปัญหาของอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทยโดยกลุ่มงานเคหกิจการเกษตร (2537) สามารถจำแนกจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ได้ ดังต่อไปนี้

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐานที่สม่ำเสมอเท่ากันทุกชิ้น
2. ผลิตได้จำนวนน้อยและไม่สม่ำเสมอเนื่องตลอดทั้งปี
3. บรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่สามารถรักษาคุณภาพของสินค้า
4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และไม่สามารถตอบสนองของวัตถุประสงค์ทางการตลาด
5. การจัดจำหน่ายกระจายอยู่ในวงแคบ ไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ในปัจจุบัน
6. ขาดการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม
7. มีอุปสรรคในการขนส่งทั้งงบประมาณและการถนอมสินค้า

3.7 สถานการณ์ได้เปรียบ

สภาวะการในสังคมปัจจุบันยังมีปัจจัยภายนอกหลายประการที่เป็นตัวส่งเสริมการขายตลาดสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้ ดังนี้

1. กระแสนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทำให้มีผู้นิยมบริโภคสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติเพิ่มขึ้น
2. คนไทยเอาใจใส่ดูแลสุขภาพมากขึ้นทำให้เกิดความต้องการอาหารประเภทผักและผลไม้ต่างๆ มากขึ้น
3. การรณรงค์ให้ใช้สินค้าไทยและรับประทานผลไม้ไทย ช่วยให้ผู้บริโภคหันมาสนใจในสินค้าจากผู้ผลิตที่เป็นคนไทยมากขึ้น
4. ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้คนนิยมซื้อของที่มีราคาถูก

3.8 สถานการณ์เสียเปรียบ

นอกจากปัจจัยภายนอกจะช่วยส่งเสริมตลาดการขายสินค้าได้มากขึ้นแล้ว ยังมีปัจจัยบางประการที่ส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการขายสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ซึ่งควรพิจารณาเพื่อหามาตรการป้องกันหรือหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ไม่เอื้อประโยชน์ทางการตลาดเหล่านี้

1. เนื่องจากปัจจุบันมีสินค้าในตลาดให้เลือกเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคจึงมีความพิถีพิถันในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น โดยมักเลือกแต่สินค้าที่ดูสะอาดได้มาตรฐาน อันเป็นคุณสมบัติที่อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรยังขาดอยู่
- 2.ทัศนคติของกลุ่มคนเมืองที่ดูถูกคนชนบทว่าไร้ความสามารถ ทำให้เกิดความเชื่อผิดว่าสินค้าจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเป็นสินค้าที่ไม่มีคุณค่าและไม่น่าเชื่อถือ

จากข้อสรุปที่กล่าวมาทั้งหมดผู้วิจัยจะนำเอาปัญหาเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเรซินีปมาทำการศึกษาเพื่อหาแนวทางแก้ไข โดยผลวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดในปัจจุบันตามหลักทางการตลาดพบว่าปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรประสบปัญหาในการขยายตลาดเนื่องจากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือไม่เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคและขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ทำให้คนจดจำ

แต่จากการศึกษาพบว่าสถานการณ์ได้เปรียบซึ่งทำให้ผู้บริโภคยอมรับในสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้คือความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ที่ผลิตอย่างพิถีพิถันจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของประเทศไทย ประเด็นนี้สามารถนำมาใช้เป็นจุดขายที่จะสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นกว่าสินค้าจากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้อยู่แล้ว แนวทางแก้ปัญหานี้ถือว่าสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาภาคเกษตรกรรมของรัฐบาล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4. ทิศทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

แนวโน้มของการพัฒนาด้านเกษตรกรรมของประเทศไทยจะมีอนาคตที่สดใส เนื่องจากพื้นที่ทำการเกษตรในประเทศต่างๆ ทั่วโลกลดน้อยลง อัตราการสั่งซื้ออาหารจากประเทศไทยจึงเพิ่มขึ้นทุกปี ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารรายใหญ่รายหนึ่งของโลก รัฐบาลจึงเล็งเห็นความสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาด้านเกษตรกรรม และการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรมากขึ้น

นอกจากนี้รัฐบาลเล็งเห็นว่าการพัฒนาการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในระดับครัวเรือนและชุมชนซึ่งใช้วัตถุดิบและแรงงานในท้องถิ่น จะช่วยยกระดับรายได้ของคนในชนบทโดยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรและการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทและช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน อันจะช่วยให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาสมรรถนะทางเศรษฐกิจภายในประเทศ และการกระจายความเจริญในภูมิภาคได้อีกทางหนึ่ง (ฝ่ายอุตสาหกรรมเกษตร: 2539)

4.1 นโยบายส่งเสริมของรัฐบาล

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (2540-2544) มีแนวทางที่กำหนดไว้ชัดเจนว่า รัฐบาลจะยกระดับการแปรรูปผลผลิตการเกษตรอย่างง่ายในระดับชุมชนที่มีอยู่ ให้กลายเป็น “อุตสาหกรรมเกษตรขนาดเล็ก” โดยให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองจนสามารถผลิตสินค้าภายใต้ตราสัญลักษณ์ของตนเอง

ตามทฤษฎีของตราสินค้า (Branding) คือการทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่งโดยการเพิ่มคุณค่า และสร้างภาพพจน์ของสินค้า ด้วยการตั้งชื่อ การใช้บรรจุภัณฑ์ และการโฆษณา เพื่อช่วยส่งเสริมภาพพจน์นั้น (ปิ่น คงเจริญเกียรติ, 2541: 187)

ดังนั้นสิ่งที่รัฐบาลพยายามส่งเสริมให้เกษตรกรทำก็คือการมีชื่อเป็นของตัวเอง ซึ่งปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแต่ละกลุ่มมีชื่อเป็นของตนเองอยู่แล้วโดยใช้คำนำหน้าว่า “กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร” เช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านราษฎร์พัฒนา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านคอนสมบูนร์ เปียบเสมือนตราสินค้าเฉพาะของแต่ละกลุ่ม ขั้นตอนที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาต่อก็คือการหาภาพพจน์เฉพาะตัวเพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งภาพลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อดีและสถานการณ์ได้เปรียบของสินค้ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในปัจจุบัน (หน้า 21-23)

4.2 เป้าหมายในการพัฒนา

ปัจจุบันประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาเกษตรกรรมและสินค้าเกษตรแปรรูป โดยเฉพาะอาหาร โดยได้ทำการศึกษารายละเอียดและกำหนดเป็นเป้าหมายในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับเกษตรกรรายย่อยเอาไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ด้วย

เป้าหมายในพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเกษตรแปรรูประดับชุมชนตามนโยบายของรัฐบาล คือมุ่งที่จะขยายโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าประเภทนี้มากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าสินค้าเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ด้านสุขอนามัยที่เป็นอาหาร เช่น ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และอาหารปลอดสารพิษ เป็นต้น

ตามข้อสรุปจากการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง "กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8" (พ.ศ.2540-2544) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรระดับชุมชน ว่าส่วนหนึ่งเกิดจาก "รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัยและไม่ดึงดูดใจของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าคุณภาพสินค้าจะทัดเทียมคุณภาพระดับโรงงาน" อันเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้สินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไม่เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค และไม่สามารถขยายตลาดได้ในปัจจุบัน

คำว่า "รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัยและไม่ดึงดูดใจของผู้ซื้อ" ถือเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของกลุ่มเป้าหมาย ที่ตรงกับหลักการตลาด ซึ่งหมายถึง กระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อกลุ่มเป้าหมายโดยโดยการค้นหาความต้องการและสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไรตามที่ต้องการ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ, 2541:180)

การพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาดจึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งซึ่งเป็นผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมในตลาดปัจจุบันได้ (รายละเอียดในบทที่ 3)

4.3 แผนการดำเนินงาน

แผนดำเนินงานโครงการแก้ไขปัญหาด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปตามโครงการส่งเสริมการเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีการออกแบบ และหรือจัดทำป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นต้นแบบสำหรับผลผลิตการเกษตร โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ผลิต (ข้าวสาร, ไม้ผล, พืชผัก, ไม้ประดับ) ที่มีศักยภาพ มีการจัดการขายผลผลิตในรูปกลุ่ม มีความประสงค์ใช้ตราสินค้า ป้าย ฉลาก และบรรจุภัณฑ์แก่ผลผลิตของกลุ่ม โดยให้อยู่ภายใต้ความรับชอบของสำนักงานส่งเสริมการเกษตรภาค (ฝ่ายธุรกิจเกษตร) และสำนักงานเกษตรจังหวัด (ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาการผลิต) ซึ่งมีประจำอยู่ในทุกจังหวัด ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ (กองส่งเสริมธุรกิจเกษตร, 2542: 23-26)

สิ่งที่มุ่งเน้นให้เกิดการแก้ไขปรับปรุงบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป ตามแผนการดำเนินงานข้างต้น ได้แก่ ตราสินค้า ป้าย ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งประเด็นไปที่การออกแบบ (Design) ทั้งนี้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาต้นแบบ ที่สัมผัสรับรู้ได้ด้วยตา (Visual Communication) ซึ่งก็หมายถึงการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์นั่นเอง

5. ตลาดจัดจำหน่ายและกลุ่มเป้าหมายใหม่ในอนาคต

จากการศึกษาแนวโน้มการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามนโยบายของภาครัฐบาลในปัจจุบันพบว่ารัฐจะให้มีการแก้ปัญหาด้านรูปแบบเรขศิลป์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสมัยใหญ่ เพื่อการแข่งขันกับผู้ผลิตอุตสาหกรรมซึ่งมีตลาดในเมืองเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใหญ่ๆ ในแต่ละภูมิภาคของประเทศ

สาเหตุที่มุ่งพัฒนารูปแบบเพื่อให้สอดคล้องตลาดในเมืองใหญ่เนื่องจากปัจจุบันประชากรของประเทศไทยกว่า 20 ล้านคนอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ คิดเป็นหนึ่งในสามของประชากรทั้งประเทศ บุคคลกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงจึงมีรายได้เฉลี่ยสูงกว่าคนในชนบทซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเก่าของสินค้ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (ปราโมทย์ ประสากุล: 2540) การที่ตลาดในเมืองใหญ่มีจำนวนคนอยู่มากย่อมหมายถึงตลาดมีความต้องการสินค้ามากกว่า และการที่คนมีรายได้สูงก็หมายถึงกำลังซื้อและโอกาสที่จะขายสินค้าได้ง่ายและราคาดีจะมีสูงขึ้น ดังนั้น กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่รัฐบาลพยายามส่งเสริมในการขยายตลาดอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

จากการวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย" โดย สุทิพันธ์ บงสุนันท์ พ.ศ. 2537 ได้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารผลไม้แปรรูปที่เป็นกลุ่มคนในเมืองไว้ดังนี้

5.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

สุทิพันธ์ บงสุนันท์ (2537) ได้ทำการสำรวจผู้บริโภคที่ซื้อผลไม้แปรรูปในห้างสรรพสินค้าและผู้บริโภคผลไม้แปรรูปพบว่า กลุ่มที่บริโภคผลไม้แปรรูปมากที่สุดคือกลุ่มเพศหญิง ซึ่งคิดเป็น 56% ของทั้งหมด มีอายุระหว่าง 20-30 ปีมากที่สุดคิดเป็น 46% (ตารางที่ 7)

อายุ	ชาย	หญิง	รวม
น้อยกว่า 20 ปี	6.0	7.0	13.0
20-30 ปี	20.5	26.5	46.5
31-40 ปี	13.0	18.0	31.0
มากกว่า 40 ปี	4.5	5.0	9.5
รวม	44.0	56.0	100.0

ตารางที่ 7 ผู้บริโภคผลไม้แปรรูปแยกตามเพศและอายุ (ร้อยละ)

ที่มา: การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย, ตารางที่ 55 ,หน้า 123, 2537.

กลุ่มผู้บริโภคผลไม้แปรรูปมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุด คิดเป็น 39.5% รองลงมาคือกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา ข้าราชการ และอาชีพอื่น ๆ คิดเป็น 20.5% 18.0% และ 15.0% ตามลำดับ และมีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไปจำนวนมากที่สุดคิดเป็น 32.5% (ตารางที่ 8)

รายได้ (บาท)	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	รวม
น้อยกว่า 3,000	14.5	-	-	-	2.5	17.0
3,000-6,000	6.0	5.5	6.0	-	7.0	24.5
6,000-10,000	-	7.5	15.0	1.0	2.5	26.0
มากกว่า 10,000	-	5.0	18.5	6.0	3.0	32.5
รวม	20.5	18.0	39.5	7.0	15.0	100.0

ตารางที่ 8 ผู้บริโภคผลไม้แปรรูปแยกตามอาชีพและรายได้ (ร้อยละ)

ที่มา: การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย, ตารางที่ 56 , หน้า 124, 2537.

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ได้ข้อสรุปว่า กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ของอาหารเกษตรแปรรูปในปัจจุบันคือกลุ่มผู้หญิงที่อาศัยอยู่ในเมือง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท อายุระหว่าง 20-30 ปี รายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 10,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

กล่าวโดยสรุปกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคอาหารเกษตรแปรรูปที่คาดว่าจะจะเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ของสินค้ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจึงเป็นกลุ่มผู้หญิงทำงาน อาศัยอยู่ในเมือง อายุระหว่าง 20-30 ปี และมีรายได้เฉลี่ย 10,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

5.2 ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภค

ลักษณะทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มพนักงานบริษัทที่อาศัยอยู่ในเมือง เป็นกลุ่มบุคคลที่มีรายได้ระดับปานกลาง แต่มีความต้องการด้านสังคมสูง โดยปกตินิยมซื้อสินค้าเฉพาะที่จำเป็น และจะพิจารณาเลือกซื้อด้วยหลักเหตุผลและผลอย่างพิถีพิถันทุกครั้ง แต่จะยอมลงทุนสูงสำหรับสินค้าที่ดูมีรสนิยม ซึ่งเชื่อว่าจะช่วยยกระดับทางสังคมให้กับตนเองได้ (รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์: 2538, 368-369)

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงทำงาน (Working Women) โดยเฉพาะ มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าโดยจะใช้เวลาเลือกซื้อสินค้าน้อยกว่าเนื่องจากความเร่งรีบต้องแข่งกับเวลา กลุ่มผู้หญิงทำงานจึงมักเลือกซื้อจากสินค้าที่เป็นที่นิยมรู้จักโดยทั่วไป ตราสินค้าที่คุ้นเคยเห็นบ่อยๆ และรู้จักดี เพราะตราสินค้าเหล่านั้นความน่าเชื่อถือทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการพิจารณานาน (รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์: 2538, 381-384)

จากพฤติกรรมดังกล่าวของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเกษตรแปรรูปทำให้สรุปได้ว่าการเน้นย้ำตราสินค้าและภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมียุบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าเป็นที่คุ้นเคยและได้ยอมรับจากกลุ่มสตรีวัยทำงานกลุ่มนี้ได้ในที่สุด

5.3 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเกษตรแปรรูป

จากการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย” (2537) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ใหม่ที่สุดเกี่ยวกับผู้บริโภคอาหารเกษตรแปรรูปในประเทศไทยที่ค้นหาได้ในปัจจุบันพบว่าปัจจัยที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อผลไม้แปรรูปมากที่สุด คือปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้า คิดเป็น 86% รองลงมาคือราคา ตราสินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และการโฆษณาตามลำดับ (ตารางที่ 9)

ปัจจัย	จำนวนผู้บริโภค (ร้อยละ)
คุณภาพ	86.0
ราคา	42.0
ชื่อตราสินค้า	40.5
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	39.0
การโฆษณา	11.5
อื่นๆ	8.0

ตารางที่ 9 ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคพิจารณาเพื่อตัดสินใจซื้อผลไม้แปรรูป

ที่มา: การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย, ตารางที่ 60 ,หน้า 126, 2537.

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้ออาหารเกษตรแปรรูปพบว่าปัจจัยหลักที่ให้เลือกซื้อคือคุณภาพและราคาเป็นปัจจัยซึ่งไม่มีผลต่ออาหารของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เนื่องจากปัจจุบันคุณภาพและราคาของสินค้าจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีความใกล้เคียงกับสินค้าจากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมอยู่แล้ว (หน้า 18-19)

ปัจจัยเกี่ยวกับตราสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์จึงน่าจะเป็นตัวแปรหลักในการแข่งขัน ซึ่งได้ทราบจากการศึกษาลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคแล้วว่าการเน้นย้ำตราสินค้า “กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร” เป็นสิ่งจำเป็นมากที่จะทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค ส่วนการพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ก็ควรจะต้องคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาดและแสดงภาพลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นถิ่นชนบทไทยนั่นเอง (หน้า 23-25)

5.5 การขยายตลาดใหม่

ตลาดหรือสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำเป็นจะต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วยตามกลุ่มเป้าหมายใหม่ซึ่งเป็นสตรีในเมือง ดังนั้น รูปแบบตลาดใหม่จึงเป็นกลุ่มร้านค้าปลีกในเมือง จากการศึกษารวบรวมประเภทร้านค้าปลีกในเขตกรุงเทพและปริมณฑลที่จัดจำหน่ายสินค้าอาหารเกษตรแปรรูป พบว่ามีร้านค้าปลีกที่จัดจำหน่ายสินค้าเหล่านี้ อยู่ 4 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket)

ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน โดยให้ความสำคัญกับความสดใหม่และความหลากหลายของสินค้า เน้นการขายแบบบริการตนเอง สินค้าส่วนใหญ่ที่จัดจำหน่าย ได้แก่สินค้าประเภทอาหาร (นิตยสารคู่แข่งรายปักษ์ “ผ่าทางตันธุรกิจค้าปลีก”: มิถุนายน 2538, 90)

จากการสำรวจซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลในปัจจุบัน (2544) โดยผู้วิจัยเองพบว่า มีผู้ประกอบการที่สำคัญ 4 ราย มีจำนวนร้านค้าทั้งหมดประมาณ 59 แห่ง ดังนี้

ร้านค้า	จำนวนสาขา	สถานที่ตั้ง
1. ท็อปส์	30	รังสิต ดิوانนท์ อนุสาวรีย์ บางแค บางนา บางรัก แคมป์ส วอร์ค (เกษตรศาสตร์) ชิดลม แฟชั่นไอส์แลนด์ หัวหมาก เจริญสุขนิทวงศ์ ลาดพร้าว ลาดพร้าว 87 ลาดหญ้า มาบุญ ครอง เมเจอร์พระประแดง ปิ่นเกล้า สีลม พระราม 3 ราม อินทรา รัชดา อาร์ซีเอ ศรีนครินทร์ สีลมคอมเพล็กซ์ สีลม 1 สุขุมวิท สุขุมวิท 41 วัชรบุรพา เซน
2. สยามจัสโก้	8	-
3. เดอะมอลล์	6	รามคำแหง ท่าพระ งามวงศ์วาน บางแค บางกะปิ สุขุมวิท
4. ท็อปส์มาร์เก็ต เพลส	5	บางนา ชิดลม สุขุมวิท 19 สีลมคอมเพล็กซ์ เวิร์ดเทรดเซ็น เตอร์
5. อิมพีเรียล	5	-
6. อื่นๆ	5	(ฟู้ดแลนด์, ชั้นนี้ และฟูจิ)
รวม	59	

ตารางที่ 10 จำนวนซูเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี พ.ศ.2544

2. ซูเปอร์สโตร์ (Super store)

เป็นรูปแบบของร้านค้าปลีกที่พัฒนามาจากซูเปอร์มาร์เก็ตเพื่อตอบสนองความต้องการ
ของลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าได้ครบทุกประเภทภายในร้านค้าแห่งเดียว ดังนั้น ซูเปอร์สโตร์จึง
ประกอบด้วยซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนหนึ่ง และอีก 20-25% จะขายสินค้าในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า
และเสื้อผ้า ซึ่งโดยมากมักจำหน่ายสินค้าในราคาถูกลงกว่าซูเปอร์มาร์เก็ต จึงตอบสนองต่อกลุ่มชน
ชั้นกลางได้มากกว่า (นิตยสารคู่แข่งรายปักษ์ “ฝ่าทางตันธุรกิจค้าปลีก”: มิถุนายน 2538, 90)

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการซูเปอร์สโตร์ในประเทศไทยประมาณ 3 ราย มีจำนวนร้านค้าใน
เขตกรุงเทพมหานครทั้งสิ้นรวม 42 แห่ง ดังนี้

ร้านค้า	จำนวนสาขา	สถานที่ตั้ง
1. เทสโก้-โลตัส	25	-
2. บิ๊กซี	9	รัตนานิเบศร์ พระราม 2 วงศ์สว่าง แจ่งวัฒนะ รังสิต ราษฎร์บูรณะ ราชดำริ บางพลี หัวหมาก
3. คาร์ฟูร์	8	สุขาภิบาล 3 สุวินทวงศ์ รามอินทรา ศรีนครินทร์ เพชรเกษม บางใหญ่ เชียงวัฒนา (นนทบุรี) รังสิต
รวม	42	

ตารางที่ 11 จำนวนซูเปอร์สโตร์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี พ.ศ.2544

3. ร้านสะดวกซื้อ (Convenient store)

ร้านสะดวกซื้อเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้งอาหารเครื่องดื่มจานด่วน เน้นการอำนวยความสะดวกนับตั้งแต่ทำเลที่ตั้ง เวลาในการให้บริการ และสินค้าที่ให้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำที่พักอาศัยหรือที่ทำงานไม่ไกลไปจากร้าน แต่สินค้าที่จำหน่ายไม่หลากหลายเหมือนซูเปอร์มาร์เก็ต พฤติกรรมการซื้อจะเป็นในลักษณะเพราะขาดเหลือ หรือถึงยามจำเป็น (Full-in purchase) ร้านค้าแบบนี้แตกต่างจากมินิมาร์ทหรือร้านชำทั่วไปคือมีสินค้าที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่มมากกว่า (นิตยสารคู่แข่งรายปักษ์ "ผ่าทางตันธุรกิจค้าปลีก": มิถุนายน 2538, 90)

จากการสำรวจโดยผู้วิจัยเองพบว่าปัจจุบันมีผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งสิ้นประมาณ 8 ราย ดังต่อไปนี้

ร้านค้า	จำนวนสาขา	สถานที่ตั้ง
1. เซเว่นอีเลเว่น	970	-
2. เอเอ็ม-พีเอ็ม	120*	ภายในสถานีบริการน้ำมันปตท. และสถานที่อื่นๆ
3. เลมอนกรีน	100*	ภายในสถานีบริการน้ำมันบางจาก
4. ไทเกอร์มาร์ท	91	ภายในสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่
5. สตาร์มาร์ท	59	ภายในสถานีบริการน้ำมันทีพีไอ
6. ทีพีไอมาร์ท	15*	ภายในสถานีบริการน้ำมันทีพีไอ
7. ซีเล็ค	-	ภายในสถานีบริการน้ำมันเชลล์
8. เอวรี่เดย์	-	ภายในสถานีบริการน้ำมันคิวเอท
รวม	1355*	

*จำนวนโดยประมาณ

ตารางที่ 12 จำนวนร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี พ.ศ.2544

4. มินิมาร์ท (Minimart)

มินิมาร์ท หรือซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็ก เป็นการค้าปลีกของซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งด้านพื้นที่ ชนิด และปริมาณของสินค้า โดยคงวิธีการดำเนินงานและประเภทสินค้าที่จำหน่ายไว้ ตัวอย่างเช่น ร้านวิลล่าซูเปอร์มาร์เก็ต เซ็นทรัลมินิมาร์ท ปัจจุบันมีผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร 3 ราย จากการสำรวจโดยผู้วิจัย ดังนี้

ร้านค้า	จำนวนสาขา	สถานที่ตั้ง
1. แฟมิลีมาร์ท	40	-
2. วิลล่าซูเปอร์มาร์เก็ต	7	สุขุมวิท 99 สุขุมวิท 11 ปากเกร็ด เพลินจิต สุขุมวิท 49 สีลม เพลินจิต
3. เซ็นทรัลมินิมาร์ท	-	-
รวม	47*	

*จำนวนโดยประมาณ

ตารางที่ 13 จำนวนมินิมาร์ทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี 2544

ตลาดที่จัดจำหน่ายสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในปัจจุบัน ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์ ร้านสะดวกซื้อ และมินิมาร์ท เหล่านี้ถือเป็นตลาดใหม่ที่จะนำสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไปวางจำหน่ายแข่งขันกับสินค้าที่มีอยู่เดิม ดังนั้น การวิเคราะห์รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปที่จัดจำหน่ายอยู่ในร้านค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อแนวทางในการออกแบบเพื่อแข่งขันกับสินค้าเหล่านั้นต่อไป ตลาดใหม่เหล่านี้จึงถือเป็นแหล่งเก็บรวบรวมบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งชั้นโดยตรง ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดต่อไปในบทที่ 4

6. แนวทางการพัฒนาโครงสร้างและวัสดุบรรจุภัณฑ์

ถึงแม้ว่างานวิจัยฉบับนี้จะได้มีวัตถุประสงค์ที่มุ่งจะออกแบบพัฒนาโครงสร้างและวัสดุบรรจุภัณฑ์ แต่การกำหนดโครงสร้างและวัสดุบรรจุภัณฑ์ถือเป็นขั้นตอนแรกที่จะช่วยกำหนดพื้นที่และขอบเขตของการออกแบบเรขาคณิตของบรรจุภัณฑ์แต่ละชิ้น ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างและวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับงานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและคัดเลือกวัสดุ รวมทั้งรูปแบบของโครงสร้างที่มีความเหมาะสมจะให้บรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตามปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

6.1 การเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์

หลักการคัดเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์จะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมกับคุณสมบัติของสินค้าอาหารที่จะบรรจุเป็นหลัก โดยพิจารณาถึงคุณสมบัติทางกายภาพว่าอาหารนั้นมีลักษณะอย่างไร เช่น นิ่ม แข็ง แตกหักง่าย ฯลฯ รวมทั้งพิจารณาถึงลักษณะการเสื่อมเสียของอาหารเหล่านั้น ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดคุณสมบัติของวัสดุที่มีความเหมาะสมในการปกป้องและรักษาคุณสมบัติของอาหารที่บรรจุอยู่อย่างแท้จริง (ปุ่น คงเจริญเกียรติ, 2541, 74-76)

จากการศึกษาประเภทของผลผลิตอาหารเกษตรแปรรูป แบ่งออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หมักดอง เชื่อม แช่อิ่ม ผลิตภัณฑ์กวน หยี ผลิตภัณฑ์เคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด คั่ว และผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก มีคุณสมบัติทางกายภาพและลักษณะการเสื่อมเสียที่กำหนดคุณสมบัติของวัสดุบรรจุภัณฑ์ โดยอ้างอิงจากหนังสือ Food Packaging (1993) และยืนยันความถูกต้องโดยอาจารย์ นุชฤดี ศิริบุญ หัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีการอาหาร คณะเทคโนโลยีชีวภาพ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (2544) ดังต่อไปนี้

1. วัสดุบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หมักดอง เชื่อม แซ่อิม

ผลิตภัณฑ์อาหารหมักดอง เชื่อม แซ่อิม มีคุณสมบัติทางกายภาพภายนอกเป็นอาหารที่พื้นผิวมีความยืดหยุ่นสูง เป็นผิวนิ่มๆ ไม่แข็ง และมีความชื้นมาก และโดยมากมักจะเห็นเป็นชั้นของวัตถุคิปลึกลับเคียงกับตอนที่สดอยู่ สำหรับคุณสมบัติทางเคมีในเนื้อของอาหารประเภทเชื่อม และแซ่อิมประกอบด้วยส่วนประกอบของน้ำตาล ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทหมักดองด้วยกรดจะมีคุณสมบัติเป็นกรดอ่อนๆ

ลักษณะการเสื่อมเสียของผลิตภัณฑ์ประเภทหมักดอง เชื่อม แซ่อิม เป็นอาหารที่มีความชื้นสูง ทำให้เสื่อมเสียได้ง่ายโดยการปลอมปนของเชื้อรา และจุลินทรีย์ การเสื่อมเสียอื่นๆ ที่มีความเป็นไปได้ ได้แก่ การเปลี่ยนสีเข้มขึ้น อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติทางเคมีภายในตัวอาหารเอง การเสื่อมเสียอันเนื่องมาจากแมลงกัดแทะ และการระเหยแห้งของความชุ่มชื้นในพื้นที่ผิวที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ปิดไม่สนิททำให้มีอากาศผ่านเข้าออกได้

คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมจะต้องปิดมิดชิดไม่ให้อากาศผ่านเข้าออก และทนต่อสภาพความเป็นกรดอ่อนๆ ได้พอสมควร บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาบรรจุอาหารประเภทหมักดอง เชื่อม แซ่อิม ได้แก่ วัสดุพลาสติกชนิดต่างๆ ที่มีลักษณะเป็นกระปุกหรือเป็นถุง และวัสดุแก้ว

ภายหลังจากได้คุณสมบัติของวัสดุบรรจุภัณฑ์ขั้นต้นที่มีความเหมาะสมกับการปกป้องคุณสมบัติของอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแต่ละชนิดแล้ว จึงนำประเภทของวัสดุต่างๆ ที่ได้มาพิจารณาคัดเลือกตามความเหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ที่ว่าวัสดุที่เลือกใช้ควรมีราคาถูก และจัดหาได้ง่ายในเขตชนบทที่ห่างไกล ตามข้อสรุปจากการศึกษาการดำเนินงานและงบประมาณของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (หน้า 12-13)

จากการสัมภาษณ์คุณสุวิศิษฐ์ บุญญาภิสันท์ ส่วนบรรจุภัณฑ์ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2544) ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนารูปบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มเกษตรกร ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับความเป็นไปได้ในการผลิตและงบประมาณที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีอยู่ว่า ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทหมักดอง เชื่อม แซ่อิม ในทางกายภาพสามารถบรรจุในถุงพลาสติก กระปุกพลาสติก และกระปุกแก้วเพื่อรักษาคุณภาพของอาหารได้ แต่เนื่องจากกระปุกพลาสติก และกระปุกแก้วมีราคาแพงกว่าถุงพลาสติก รวมทั้งหาซื้อได้ยากกว่า จึงควรใช้ถุงพลาสติก ประกอบกับการพิมพ์ฉลากมาติด หรือการใช้กล่องกระดาษแบบ

พืชมามากขึ้นเพื่อความสวยงาม จะมีความเหมาะสมกับการใช้งานโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมากกว่า

2. วัสดุบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์กวน หยี

ผลิตภัณฑ์อาหารกวน หยี มีคุณสมบัติทางกายภาพภายนอกคล้ายกับผลิตภัณฑ์หมักดองเชื่อม แช่อิ่ม คือเป็นอาหารที่พื้นผิวมีความยืดหยุ่นสูง เป็นนิ่มไม่แข็ง และมีความชื้นสูง สำหรับแต่แตกต่างกันตรงที่ผลิตภัณฑ์ประเภทกวน หยี จะมองแทบไม่เห็นเค้าโครงเดิมของวัตถุดิบ โดยจะผ่านการกวนจนเหลวแล้วนำมาปั้นขึ้นรูปใหม่ ส่วนมากมักมีรูปร่างเป็นเม็ดเล็กๆ คุณสมบัติทางเคมีในเนื้อของอาหารประเภทเชื่อมและแช่อิ่มประกอบด้วยส่วนประกอบของน้ำตาล

ลักษณะการเสื่อมเสียของผลิตภัณฑ์ประเภทกวนและหยีก็คล้ายคลึงกับอาหารประเภทแรกคือเสื่อมเสียได้โดยการปลอมปนของเชื้อรา และจุลินทรีย์ การเปลี่ยนสีเข้มขึ้น อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติทางเคมีภายในตัวอาหารเอง การกัตตะของแมลง และการระเหยแห้งของความชุ่มชื้นในพื้นผิวทำให้แห้งแข็ง

และเนื่องจากอาหารมีลักษณะเป็นเม็ดๆ จึงมักบรรจุ 2 ชั้นโดยห่อด้วยกระดาษหรือแผ่นพลาสติกบางๆ แบบลูกอมเป็นชั้นแรก ก่อนที่จะบรรจุในถุงหรือกล่องใหญ่อีกเป็นชั้นที่สอง วัสดุที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาทำเป็นบรรจุชั้นในใช้ห่ออาหารประควรจะเป็นวัสดุที่มีผิวเรียบมันเพื่อไม่ให้ติดเนื้ออาหาร ได้แก่ แผ่นพลาสติกชนิดบาง หรือกระดาษไข

คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกจะต้องปิดมิดชิดไม่ให้อากาศผ่านเข้าออก และทนต่อสภาพความเป็นกรดอ่อนๆ ได้พอสมควร วัสดุที่เหมาะสมได้แก่ถุงพลาสติกที่ปิดสนิท

3. ผลิตภัณฑ์เคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด คั่ว

คุณสมบัติภายนอกของผลิตภัณฑ์ประเภทเคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด คั่ว เป็นอาหารแห้งแข็ง ร่วน กรอบและแตกหักได้ง่าย คุณสมบัติทางเคมีเฉพาะอาหารประเภททอดและคั่ว จะมีส่วนประกอบเป็นน้ำมันมาก

การเสื่อมเสียของอาหารประเภทนี้ที่พบบ่อยที่สุดคือการเสื่อมเสียจากการกระทบกระเทาะ ทำให้อาหารแตกหักเสียรูปทรง รองลงมาคือการเสื่อมเสียด้วยความชื้นที่มากับการปลอมปนของ

อากาศทำให้หายใจหอบ และมีกลิ่นเหม็นหืน (สำหรับอาหารที่มีส่วนประกอบของน้ำมัน) และการเสื่อมเสียโดยแมลงกัดแทะ

คุณสมบัติและวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อาหารเคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด และคั่ว จะต้องมีความสัมพันธ์กับน้ำมันได้ และสามารถป้องกันการกระทบกระเทือนได้ดี และทนต่อไขมันและป้องกันการรั่วซึมของอากาศได้ดี เช่น บรรจุภัณฑ์คงรูปแบบต่างๆ ซึ่งอาจทำจากกระดาษเคลือบอลูมิเนียมฟอยล์เป็นกระป๋อง หรือใช้พลาสติก และอลูมิเนียมฟอยล์ ทำเป็นถุงอัดลมภายในให้พอง หรือถุงพลาสติกธรรมดาไม่อัดลม แต่ใช้กล่องกระดาษแข็งเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกเพื่อป้องกันการกระทบ

สำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทเคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด คั่ว ที่สามารถบรรจุในถุงพลาสติก ถุงอลูมิเนียม และกระป๋องกระดาษเคลือบอลูมิเนียมได้ ถึงแม้ว่ากระป๋องกระดาษเคลือบอลูมิเนียม และถุงอลูมิเนียมจะมีคุณสมบัติในการป้องกันสินค้าได้ดีที่สุดสำหรับอาหารประเภทนี้ แต่วัสดุทั้งสองมีราคาต่อหน่วยสูงเกินกว่าระดับที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจะใช้งานได้ ดังนั้น วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถปกป้องสินค้าได้ดีในระดับที่น่าพอใจ คือ ถุงพลาสติกที่ใช้ประกอบกับกล่องกระดาษแข็งแบบพับเพื่อป้องกันการกระทบ ซึ่งเป็นวัสดุที่มีราคาต่อหน่วยค่อนข้างต่ำและมีโรงงานผู้ผลิตจำนวนมาก (สุรศิษฎ์ บุญญาภิสิทธิ์, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2544)

4. ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก

คุณสมบัติทางกายภาพของน้ำพริกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ น้ำพริกประเภทผัด เช่น น้ำพริกเผา จะมีเนื้อเหลว และอีกประเภทหนึ่งคือน้ำพริกประเภทคั่วแห้ง จะมีลักษณะเนื้อเป็นผงร่วน และแห้ง แต่ทั้ง 2 ประเภทมีคุณสมบัติทางเคมีที่ประกอบด้วยน้ำมันเป็นส่วนใหญ่

น้ำพริกทั้งประเภทผัดและคั่วแห้งจะมีการเสื่อมเสียของผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกัน คือ การเสื่อมเสียอันเกิดจากการปลอมปนของอากาศทำให้เกิดการเหม็นหืน การเสื่อมเสียด้วยเชื้อราและจุลินทรีย์อันเกิดจากความชื้น

คุณสมบัติและวัสดุที่เหมาะสมสำหรับบรรจุอาหารประเภทน้ำพริกจะต้องทนต่อไขมัน และป้องกันการรั่วซึมของอากาศได้ดี บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมได้แก่ บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดและกล่องที่ทำจากวัสดุพลาสติก และแก้ว

สำหรับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกที่เหมาะสมกับการใช้งานโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร สามารถบรรจุได้ทั้งในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระปุกแก้ว และกระปุกพลาสติก เพราะต่างมีข้อดีและข้อเสียที่ดัดเทียมกัน สำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกซึ่งมีราคาถูกกว่า การขนส่งง่ายกว่าเพราะมีน้ำหนักเบาแต่ก็สามารถเก็บรักษาคุณภาพของน้ำพริกได้ดีน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์แก้ว โดยเฉพาะกับการบรรจุน้ำพริกประเภทผัดซึ่งมีไขมันมาก เช่น น้ำพริกเผา ควรบรรจุในขวดแก้ว ซึ่งมีความคงทนต่อไขมัน และป้องกันการรั่วซึมได้ดีกว่า ดังนั้น กระปุกพลาสติกจึงเหมาะสำหรับบรรจุน้ำพริกคั่วแห้งที่มีราคาถูก ส่วนขวดแก้วเหมาะกับน้ำพริกประเภทผัดหรือน้ำพริกที่มีราคาสูงกว่า (สุรศิษฎ์ บุญญาภิสิทธิ์, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2544)

6.2 คุณสมบัติวัสดุบรรจุภัณฑ์

จากการศึกษาเกี่ยวกับการเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของอาหารเกษตรแปรรูปแต่ละชนิด และเหมาะสมกับการใช้งานโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ทำให้ทราบวัสดุที่มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้มากในการนำมาใช้บรรจุอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย 4 ประเภทด้วยกัน คือ กล่องกระดาษ ถุงพลาสติก กระปุกพลาสติก และกระปุกแก้ว ซึ่งวัสดุแต่ละประเภทมีคุณสมบัติและประเภทที่เหมาะสมกับการใช้งานแตกต่างกัน ดังนี้

1. กล่องกระดาษ

กล่องกระดาษที่ใช้สำหรับบรรจุอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีวัตถุประสงค์หลักใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกที่ช่วยปกป้องสินค้าจากการกระทบกระแทกที่อาจทำให้เกิดความเสียหายต่ออาหารที่อยู่ภายในได้

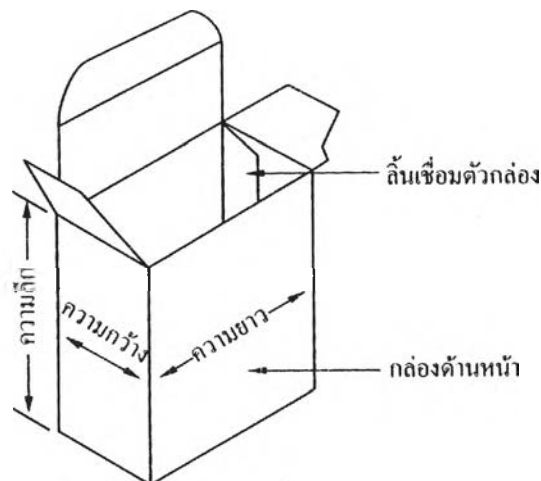
โดยทั่วไปกล่องกระดาษแข็งจะมีรูปแบบแตกต่างกัน 5 ประเภท คือ กล่องกระดาษแข็งพับได้ กล่องกระดาษแบบคงรูปเช่นกล่องสี่เหลี่ยม กว้างกล่องกระดาษแบบเคลือบหลายชั้นเช่นกล่องนม และกล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้ในการขนส่ง ซึ่งประเภทของกล่องกระดาษที่นิยมใช้บรรจุสินค้าแบบ

เฉพาะหน่วยเพื่อการค้าปลีกที่มีต้นทุนการผลิตต่ำที่สุดคือ กล่องกระดาษแข็งพับได้ (ปูน คงเจริญเกียรติ, 2541, 31-34)

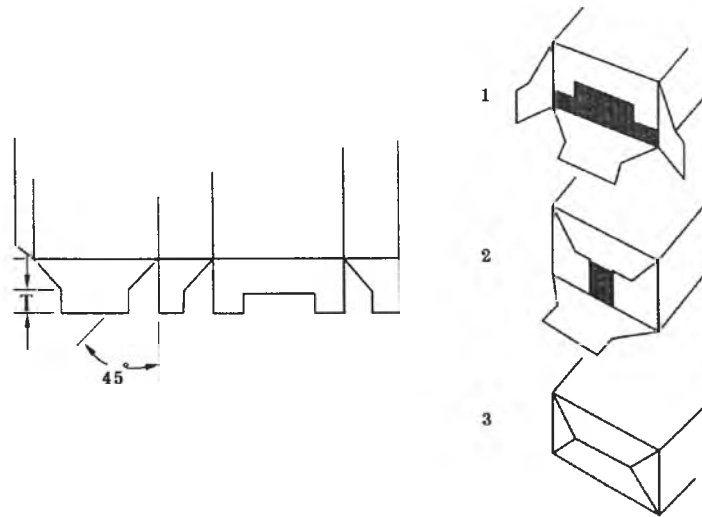
กล่องกระดาษแข็งพับได้ คือกล่องกระดาษแข็งที่สามารถขึ้นรูป และยุบเพื่อจัดส่งเป็นแผ่นราบได้เมื่อไม่มีสินค้าอยู่ภายใน (Flat Blanks) มีรูปแบบมาตรฐาน 2 แบบ คือ กล่องกระดาษแข็งแบบท่อ และกล่องกระดาษแข็งแบบถาด

1.1 กล่องกระดาษแข็งแบบท่อ (Tube)

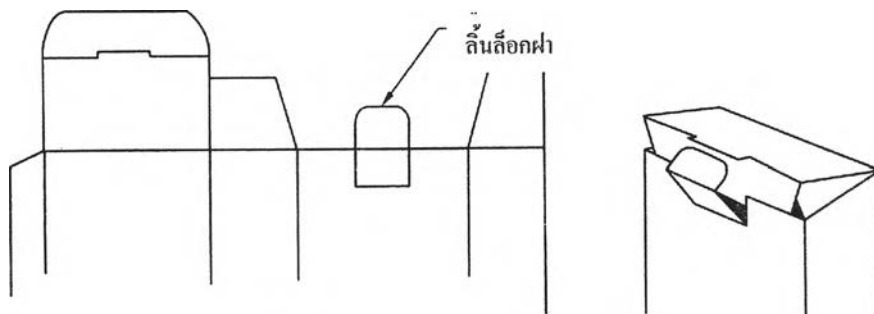
เป็นกล่องกระดาษแข็งที่มีตะเข็บแนวตั้ง เป็นรอยต่อตามแนวความสูงของบรรจุภัณฑ์ มีฝาและก้นกล่องแบบมาตรฐาน 3 แบบด้วยกันคือ (ปูน คงเจริญเกียรติ, 2541, 31-34)



ภาพที่ 1 ฝา-ก้นกล่องแบบสอดลิ้นเข้าไป หรือติดกาวตายตัวก็ได้
ที่มา: บรรจุภัณฑ์อาหาร, ภาพที่ 2.5 ,หน้า 37, 2541.



ภาพที่ 2 ก้นกล่องแบบล็อก (Lock Bottom) และแบบขึ้นรูปตัวเอง (Self-Erecting Cartons)
ที่มา: บรรจุกฎภัณฑ์อาหาร, ภาพที่ 2.7, หน้า 39, 2541.

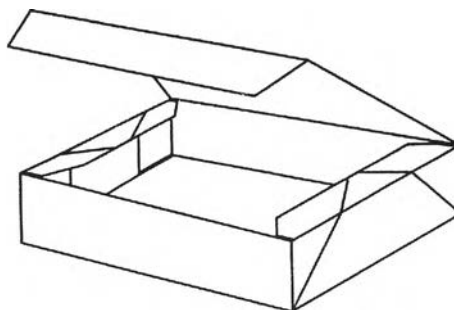


ภาพที่ 3 ฝากล่องแบบมีลิ้นล็อก

ที่มา: บรรจุกฎภัณฑ์อาหาร, ภาพที่ 2.8, หน้า 40, 2541.

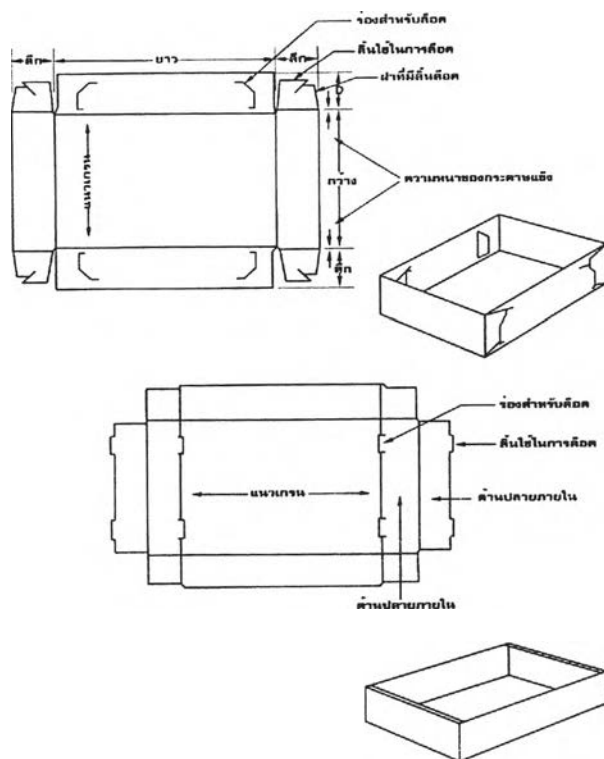
1.2 กล่องกระดาษแข็งแบบถาด

กล่องกระดาษแข็งแบบถาดเหมาะสำหรับบรรจุสินค้าที่มีรูปทรงในแนวนอน หรือแบนราบ เพราะมีลักษณะคล้ายถาดพื้นกว้าง และมีขอบขึ้นมาทั้ง 4 มุม แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบมาตรฐาน คือ ถาดแบบมีฝาในตัว กับแบบฝาแยกออกจากตัวกล่อง



ภาพที่ 4 กล่องกระดาษแข็งแบบถาดมีฝาในตัว

ที่มา: บรรจุกฎภัณฑ์อาหาร, ภาพที่ 2.9, หน้า 41, 2541.



ภาพที่ 5 กล่องกระดาษแข็งแบบถาดฝาแยกออกจากตัวกล่อง
ที่มา: บรรจุกฎเกณฑ์อาหาร, ภาพที่ 2.9, หน้า 41, 2541.

สำหรับการเลือกใช้รูปแบบของกล่องกระดาษแบบมาตรฐานทั้ง 2 แบบที่กล่าวมานี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความเหมาะสมหลายๆ ประการ หรืออาจมีการออกแบบดัดแปลงโครงสร้างขึ้นใหม่ได้ โดยสำหรับกล่องกระดาษถือว่ามีความจำกัดในด้านรูปแบบและขนาดมาตรฐานอยู่น้อยมาก จึงสามารถออกแบบรูปแบบของโครงสร้างได้หลากหลายแบบไม่มีขีดจำกัด แต่ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่จำเป็นในการกำหนดขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่จะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

2. ถุงพลาสติก

ถุงพลาสติกเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการปกป้องรักษาคุณสมบัติของอาหารเกษตรแปรรูปประเภทผลิตภัณฑ์หมักดอง เชื้ออม แอ้อิม ซึ่งจะต้องเป็นพลาสติกที่มีคุณสมบัติทนต่อกรดอ่อนๆ และป้องกันการรั่วซึมของอากาศได้ดี สำหรับผลิตภัณฑ์เคลือบ ฉาบ อบ

ตาก ทอด คั่ว พลาสติกควรมีคุณสมบัติทนต่อไขมัน และป้องกันการรั่วซึมของอากาศได้เช่นเดียวกัน

ปัจจุบันมีการพัฒนาประเภทของพลาสติกที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ขึ้นหลายร้อยชนิด แต่ที่นิยมใช้ผลิตเป็นถุงพลาสติกที่มีต้นทุนไม่มากนัก และมีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมากที่สุดคือ พลาสติกประเภทโพลิโพรพิลีน

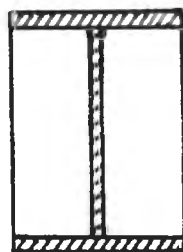
พลาสติกประเภทโพลิโพรพิลีน (Polypropylene) หรือ PP เป็นพลาสติกที่มีราคาถูก สามารถผลิตเป็นถุงพลาสติกขนาดต่างๆ ซึ่งสามารถหาซื้อได้ทั่วไปตามท้องตลาด มีคุณสมบัติยืดหยุ่นตัวสูง และเป็นแผ่นบาง มีความคงทน สามารถทนต่อความร้อนได้ดี และคุณสมบัติที่โดดเด่นกว่าพลาสติกประเภทอื่นๆ คือสามารถทนกับไขมันและใช้บรรจุอาหารที่มีไขมันสูง รวมทั้งยังเก็บรักษาอาหารได้เป็นเวลานานเพราะมีคุณสมบัติป้องกันการรั่วซึมของอากาศได้ดี มักใช้บรรจุอาหารประเภทถั่วทอด ข้าวเกรียบ เป็นต้น (ปิ่น คงเจริญเกียรติ, 2541)

โดยทั่วไปถุงพลาสติกมักมีการผลิตให้มีขนาดมาตรฐานเหมือนกันทุกแห่ง ขนาดที่นิยมใช้บรรจุอาหารเพื่อการค้าปลีกมีตั้งแต่ 4.5x7" 5x8" 6x9" 7x11" และ 8x12" ผู้ผลิตมักนิยมเลือกใช้ขนาดตามมาตรฐานที่เหมาะสมกับปริมาณสินค้าของตนมากกว่าจะสั่งผลิตขนาดใหม่ซึ่งจะต้องใช้ต้นทุนในการผลิตสูงกว่ามาก

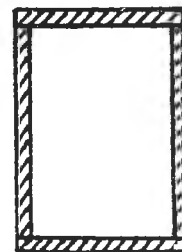
รูปแบบมาตรฐานของการปิดผนึกถุงแบ่งออกเป็น 3 วิธี คือ การปิดผนึกแบบ 2 ด้าน 3 ด้าน และ 4 ด้าน ซึ่งสามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสม และสามารถออกแบบให้มีโครงสร้างของกันและฝาในแบบต่างๆ ที่มีความหลากหลายได้เช่นเดียวกันกับบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ



ปิดผนึก 2 ด้าน



ปิดผนึก 3 ด้าน



ปิดผนึก 4 ด้าน






ภาพที่ 6 การปิดผนึกถุงพลาสติกแบบมาตรฐานแบบต่างๆ

ที่มา: คู่มือการใช้พลาสติกเพื่อการหีบห่อ, ภาพที่ 23, หน้า 29, 2533.

3. กระปุกพลาสติก

กระปุกพลาสติกที่มีความเหมาะสมที่จะใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกควรผลิตจากพลาสติกประเภทโพลิโพรพิลีน (PP) เช่นเดียวกับถุงพลาสติก เพราะสามารถทนต่อไขมัน ความร้อน และป้องกันการรั่วซึมของอากาศได้ดี นอกจากนี้ยังเหมาะสำหรับบรรจุน้ำพริกประเภทคั่วแห้ง ที่มีน้ำหนักเบา และราคาถูก

ปัจจุบันมีรูปแบบและขนาดมาตรฐานของกระปุกพลาสติกที่มีจำหน่ายในประเทศไทยและหาซื้อได้ทั่วไป ดังต่อไปนี้

รูปแบบ	ขนาด	ความจุ*
	8.5x4 ซม.	170 กรัม
	8.5x5 ซม.	150 กรัม
	7x4.8 ซม.	130 กรัม
	6.5x4.5 ซม.	90 กรัม
	4.5x2.7 ซม.	20 กรัม

ตารางที่ 14 รูปแบบและขนาดมาตรฐานของกระปุกพลาสติกที่วางจำหน่ายในประเทศไทย

ที่มา: พลาสติกไทย, <http://www.plasticthai.com>, 31 พฤษภาคม 2544.

*ขนาดบรรจุเมื่อวัดจากน้ำหนักของน้ำที่บรรจุในกระปุก

การเลือกรูปแบบและขนาดของกระปุกพลาสติกสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก ควรเลือกตามปริมาณบรรจุที่ต้องการ โดยสามารถพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุ ประเภทอื่นๆ ประกอบ เช่น ฉลาก เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดต่อไป

4. กระปุกแก้ว

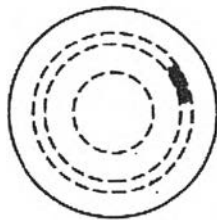
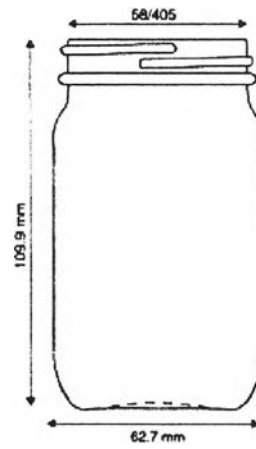
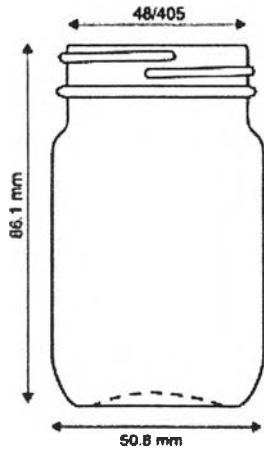
แก้วเป็นวัสดุที่มีความคงทนต่อไขมันและสามารถเก็บรักษาคุณภาพของน้ำพริกได้ดีที่สุด แต่เนื่องจากมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับการใช้กระปุกพลาสติก ดังนั้น กระปุกแก้วจึงเหมาะ สำหรับบรรจุน้ำพริกประเภทผัดที่มีไขมันสูงและมีราคาแพงกว่า

ลักษณะของกระปุกแก้วที่ใช้สำหรับการบรรจุน้ำพริก จัดอยู่ในประเภทขวดปากกว้าง ที่มี ขนาดของปากขวดตั้งแต่ 48 มิลลิเมตรขึ้นไป มาตรฐานบรรจุภัณฑ์แก้ว มีมาตรฐานของฝาที่ใช้กับ ขวดแก้วประเภทปากกว้างมีอยู่ 2 ประเภท คือ (ปูน คงเจริญเกียรติ, 2541)

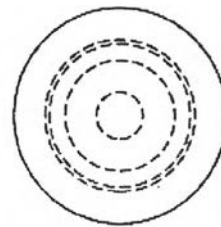
4.1 ฝาเกลียวธรรมดา (Screw Finish) เป็นฝาเกลียวแบบหมุนได้รอบปากขวด เป็นฝา แบบที่เห็นได้จากขวดอาหารสำเร็จรูปทั่วไป

4.2 ฝาเกลียวล็อก (Twist-off Finish) เป็นฝาเกลียวแบบหมุน 2 จังหวะเปิดและปิด ตัวอย่างเช่น ขวดแยม และขวดอาหาร ที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนก่อน ซึ่งเป็นแบบ ที่มีความเหมาะสมสำหรับทำเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทน้ำพริกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร มากที่สุด

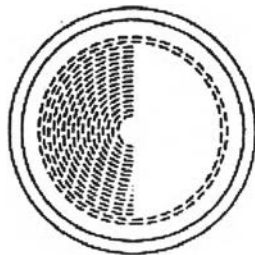
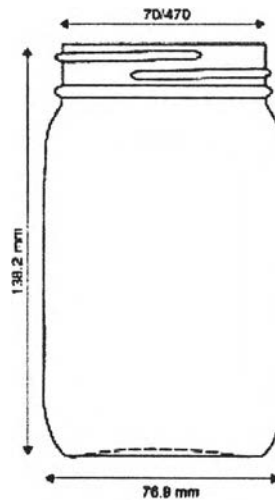
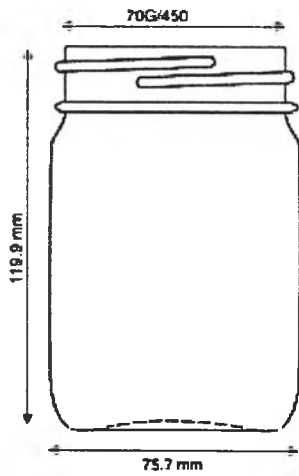
ขนาดสัดส่วนมาตรฐานของกระปุกแก้วที่มีจำหน่ายในประเทศไทย แบ่งออกตามขนาด ความจุของแต่ละแบบ ดังต่อไปนี้



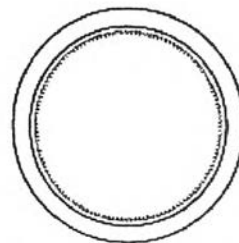
4 ออนซ์*



8 ออนซ์*



12 ออนซ์*



16 ออนซ์*

ภาพที่ 7 ขนาดสัดส่วนของกระปุกแก้วที่มีจำหน่ายในประเทศไทย

ที่มา: <http://www.calglass-pcc.com>, 28 มิถุนายน พ.ศ.2544

*ขนาดบรรจุเมื่อวัดจากน้ำหนักของน้ำที่บรรจุในกระปุก

ความจุ* (ออนซ์)	ความจุ (กรัม)	ความสูง	ปากแก้วกว้าง	ก้นแก้วกว้าง
4 – 4.25	113.4 – 120.5	86.1 ม.ม.	48 ม.ม.	50.8 ม.ม.
8 – 8.38	226.8 – 237.6	109.9 ม.ม.	58 ม.ม.	62.7 ม.ม.
12 – 13.4	340.2 – 380	119.9 ม.ม.	70 ม.ม.	75.7 ม.ม.
16 – 17	453.6 – 482	138.2 ม.ม.	70 ม.ม.	76.9 ม.ม.

ตารางที่ 15 ขนาดสัดส่วนของกระปุกแก้วที่มีจำหน่ายในประเทศไทย

ที่มา: <http://www.calglass-pcc.com>, 28 มิถุนายน พ.ศ.2544

*ขนาดบรรจุเมื่อวัดจากน้ำหนักของน้ำที่บรรจุในกระปุก

6.3 กรรมวิธีการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์

การพิมพ์ถือเป็นหัวใจหลักที่จะถ่ายทอดงานออกแบบเรขาคณิตลงบนบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด จึงจำเป็นจะต้องศึกษาเพื่อให้สามารถเลือกวิธีการพิมพ์ที่เหมาะสมทั้งในด้านคุณภาพและราคา กับการนำไปใช้งานกับวัสดุประเภทต่างๆ โดยในปัจจุบันมีระบบการพิมพ์ที่นิยมใช้กับการพิมพ์บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยเพื่อการค้าปลีก ที่มีต้นทุนการผลิตไม่สูงนัก และสามารถหาโรงพิมพ์งานได้ทั่วไป มีอยู่ด้วยกัน 2 วิธีที่เหมาะสมจะมาใช้ในการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร คือ (ประชิด ทิถบุตร, 2538: 156-169)

1. การพิมพ์ระบบออฟเซต

เป็นระบบการพิมพ์ที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายมากที่สุดเพราะต้นทุนต่ำ ในขณะที่ประสิทธิภาพสูงสามารถพิมพ์ได้ 4 สีเหมือนจริงด้วยระบบแยกเม็ดสีเป็นสีฟ้า ชมพู เหลือง และดำ ระบบการพิมพ์เป็นแบบแม่พิมพ์เรียบที่รับหมึกแล้วถ่ายทอดลงบนแผ่นยาง ก่อนที่จะพิมพ์ลงบนกระดาษ ทำให้ได้ภาพที่คมชัดและสามารถผลิตได้อย่างรวดเร็ว แต่ข้อเสียของระบบนี้คือสามารถพิมพ์ได้เฉพาะบนวัสดุกระดาษเท่านั้น

2. การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน เป็นการพิมพ์แบบใช้ผ้าแว่นร่อนเพื่อให้หมึกผ่านลงไปยังวัสดุพิมพ์เป็นรูปตามต้องการ สามารถพิมพ์ได้ที่ละหนึ่งสี ทับซ้อนกันไปเรื่อยๆ สีที่พิมพ์ออกมาเป็นสีทึบ และแบบไม่มีการไล่น้ำหนักของสี ให้คุณภาพการพิมพ์ในระดับปานกลาง แต่ข้อดีของการพิมพ์

ระบบนี้คือสามารถพิมพ์ได้กับวัสดุทุกชนิดไม่ว่าจะเป็น กระดาษ พลาสติก หรือแก้ว รวมทั้งยังพิมพ์บนพื้นผิวโค้ง เช่น ด้านข้างของขวดพลาสติก การพิมพ์ซิลค์สกรีนเป็นวิธีที่ง่าย และประหยัด โดยปัจจุบันมีการเปิดฝึกอบรมการพิมพ์ซิลค์สกรีนลงบนบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มเกษตรกรที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มเกษตรกรได้ในระดับหนึ่ง (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2543)

สำหรับการพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือวัสดุอื่นๆ ที่ไม่ใช่กระดาษ โดยมากจะไม่นิยมทำกัน เนื่องจากมีขั้นตอนยุ่งยากในการผลิต ทำให้ผลิตได้ช้า และมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าการพิมพ์ลงบนกระดาษหลายเท่า ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ประเภทถุงหรือกระปุกพลาสติก จึงนิยมใช้ฉลากหรือกล่องกระดาษที่พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตเพื่อการตกแต่ง มากกว่าการตกแต่งด้วยการพิมพ์ลงบนพื้นผิวพลาสติกโดยตรง

จากแบบแผนการปฏิบัติงานของฝ่ายพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2544) ที่ได้ดำเนินการออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มเกษตรกรรายย่อยมาเป็นเวลานานได้แบ่งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้จริงในงบประมาณที่กลุ่มเกษตรกรรายย่อยมี โดยบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต แบ่งออกเป็น 4 ระดับราคา โดยฝ่ายพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้ใช้แบบแผนนี้ในการดำเนินงานมาเป็นเวลานาน และใช้งานได้ผลเป็นอย่างดี จึงน่าจะใช้เป็นต้นแบบในการกำหนดระดับราคาของบรรจุภัณฑ์ที่จะพัฒนาสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้อย่างเหมาะสม ดังนี้

1. ฉลากกระดาษพิมพ์ 4 สี	งบประมาณ	15,000 บาท
2. ฉลากสติ๊กเกอร์พิมพ์ 4 สี	"	15,000-25,000 บาท
3. กล่องกระดาษพิมพ์ 4 สี	"	30,000 บาท
4. ถุงหรือกล่องพลาสติกพิมพ์ 6 สีขึ้นไป	"	30,000-100,000 บาท

7. การกำหนดขนาดและสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์

ขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนพื้นที่สำหรับการออกแบบเรขาคณิต ซึ่งการกำหนดขนาดและสัดส่วนบรรจุภัณฑ์นอกจากจะต้องสัมพันธ์กับปริมาณความจุของอาหารแล้วยังจะต้องสอดคล้องกับการวางจำหน่ายภายในร้านค้า เพื่อให้ได้ขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่

เหมาะสมสามารถบรรจุสินค้าได้จริง และวางจำหน่ายบนชั้นวางสินค้าได้อย่างเหมาะสม ตามรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

7.1 ปริมาณการบรรจุสินค้า

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และจากกลุ่มผู้ผลิตคู่แข่งที่จัดจำหน่ายอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เฉพาะกลุ่มสินค้าที่ได้รับเลือกเป็นตัวแทนของอาหารเกษตรแปรรูปประเภทต่างๆ ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว ก๋วยกวน ก๋วยฉาบ และน้ำพริกซึ่งเป็นอาหารที่มีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตมากที่สุด (หน้าที่ 16) พบว่าสินค้าแต่ละประเภทมีปริมาณการบรรจุแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

ประเภทผลิตภัณฑ์	ปริมาณการบรรจุ/หน่วย	
	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	กลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม
ก๋วยเตี๋ยว	250-300 กรัม	200-250 กรัม
ก๋วยกวน	50 กรัม	60-150 กรัม
ก๋วยฉาบและอบ	150 กรัม	150 กรัม
น้ำพริก	250 กรัม	80 กรัม และ 100-120 กรัม

ตารางที่ 16 ปริมาณบรรจุอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม

ตามเป้าหมายการพัฒนาสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมได้ (หน้า 19-21) ดังนั้นปริมาณบรรจุของสินค้าแต่ละประเภทก็ควรจะมีการปรับปรุงให้ใกล้เคียงกับมาตรฐานทั่วไปในท้องตลาดด้วย ปริมาณบรรจุสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่เหมาะสมจึงควรเปลี่ยนแปลงตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยวเดิมบรรจุระหว่าง 250-300 กรัมต่อหน่วย ส่วนของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมจะบรรจุน้อยกว่าเล็กน้อยคือ 200-250 กรัม เพื่อให้ปริมาณบรรจุสอดคล้องกับตลาดก๋วยเตี๋ยวของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจึงควรบรรจุที่ปริมาณ 250 กรัมต่อหน่วย

ผลิตภัณฑ์กล้วยกวนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเดิมบรรจุ 50 กรัมต่อหน่วย ควรปรับให้เข้า กับปริมาณมาตรฐานของตลาดปัจจุบันคืออยู่ที่ 150 กรัมต่อหน่วย

ปริมาณการบรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทกล้วยฉาบของทั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมมีความใกล้เคียงกันอยู่แล้ว คือ 150 กรัมต่อหน่วย จึงไม่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ

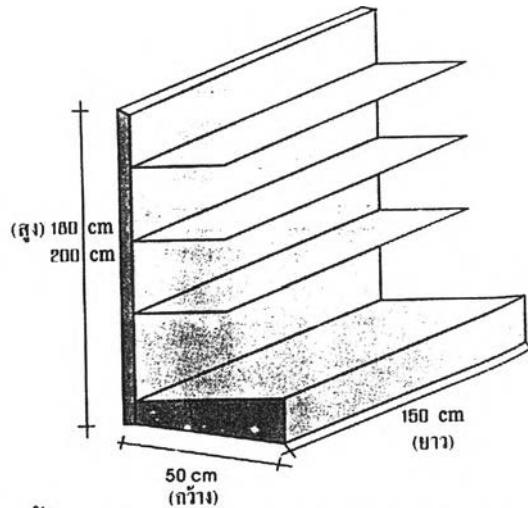
การบรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่พบ มีการบรรจุเพียงขนาดเดียวคือประมาณ 250 กรัมต่อหน่วย ส่วนน้ำพริกของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมมีการบรรจุแบ่งออกเป็น 2 ขนาด คือขนาดเล็ก 90 กรัม และขนาดใหญ่ 110-120 กรัม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันคือ น้ำพริกประเภทคั่วแห้งใช้รับประทานกับข้าว ผู้บริโภคจึงนิยมซื้อปริมาณน้อยให้เพียงพอสำหรับการทานครั้งเดียวหมด แต่สำหรับน้ำพริกผัดเช่นน้ำพริกเผาที่มักใช้สำหรับประกอบอาหารมีปริมาณใช้งานมากกว่าจึงมักซื้อปริมาณมาก

ดังนั้นปริมาณการบรรจุสำหรับน้ำพริกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจึงควรแบ่งออกเป็น 2 ขนาด คือขนาด 90 กรัม สำหรับน้ำพริกประเภทคั่วแห้ง และ 120 กรัม สำหรับน้ำพริกผัด เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

7.2 รูปแบบของชั้นวางสินค้า

การกำหนดขนาดสัดส่วนบรรจุให้สอดคล้องกับขนาดของชั้นวางสินค้า และวิธีการจัดจำหน่ายสินค้าภายในร้านค้าปัจจุบัน มีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะกับร้านค้าที่เป็นตลาดใหม่ ของอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ได้แก่ ชูเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์ ร้านสะดวกซื้อ และมินิมาร์ท ซึ่งล้วนเป็นร้านค้าที่มีพื้นที่จำกัดที่ต้องจัดจำหน่ายสินค้าจำนวนมากแออัดกันอยู่บนชั้นวางสินค้า ขนาดและรูปแบบของชั้นวางสินค้าในปัจจุบัน จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงในการกำหนดขนาดสัดส่วน และวิธีการวางจำหน่ายสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในปัจจุบัน

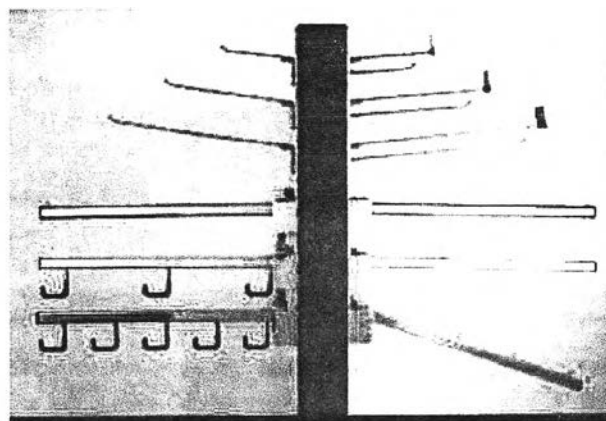
ปัจจุบันร้านค้าประเภทบริการตนเองทั้งซูเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์ ร้านสะดวกซื้อ และมินิมาร์ท ล้วนใช้ชั้นวางสินค้าที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกันและมีขนาดมาตรฐานเหมือนกัน ดังนี้



ภาพที่ 8 ขนาดสัดส่วนของชั้นวางสินค้าภายในร้านค้าแบบบริการตนเองในปัจจุบัน
ที่มา: ผ่าทางต้นธุรกิจค้าปลีก, ภาพที่ 6 ,หน้า 78, 2538.

จากภาพที่ 7 จะพบว่าขนาดพื้นที่บนชั้นที่จะวางจำหน่ายสินค้าได้ คือ วางสินค้าตามความสูงได้ไม่เกิน 45-50 เซนติเมตร และตามความลึกของชั้นวางได้ไม่เกิน 50 เซนติเมตร ส่วนการวางสินค้าตามความยาวของชั้นไม่จำกัด แต่ควรมีขนาดที่เหมาะสมไม่ใหญ่จนเกินไป เพราะสินค้าที่กินเนื้อที่บนชั้นวางสินค้านั้นถือเป็นความสิ้นเปลืองในสายตาของผู้ขายที่ต้องการจัดจำหน่ายสินค้าให้ได้หลายชนิดที่สุดในพื้นที่จำกัด

ลักษณะการจัดจำหน่ายอีกแบบหนึ่งนอกจากการวางสินค้าแบบปกติบนชั้นวางสินค้า คือ การแขวนสินค้า ซึ่งเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อย โดยเฉพาะในหมวดสินค้าอาหารที่บรรจุในถุงและซองที่ตั้งไม้ได้ เพราะจะช่วยให้เกิดความเป็นระเบียบ และช่วยประหยัดพื้นที่ในการจัดจำหน่ายลงได้มาก



ภาพที่ 9 รูปแบบของชั้นวางสินค้าแบบแขวนภายในร้านค้าแบบบริการตนเองในปัจจุบัน

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับลักษณะของการแขวนสินค้าคือจะต้องมีช่องหรือหู สำหรับแขวน ให้สามารถคล้องบรรจุภัณฑ์ให้เข้ากับราวแขวนซึ่งมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 8 มิลลิเมตรได้

สรุปปัญหาของบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัญหาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือปัญหาด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และปัญหาด้านราคา

สำหรับปัญหาด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถถนอมรักษาคุณภาพของสินค้าได้ เป็นระยะเวลานาน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงแนวทางการเลือกวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสมกับประเภทของอาหาร และสอดคล้องกับงบประมาณของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเรียบร้อยแล้ว รวมทั้งกำหนดปริมาณการบรรจุของอาหารแต่ละประเภทที่สอดคล้องกับมาตรฐานของตลาดไว้เรียบร้อยแล้ว ตามรายละเอียดในหน้า 34-50

ปัญหาด้านราคาถือได้ว่าเป็นปัญหาหลักที่ผู้วิจัยมุ่งหาคำตอบ โดยจากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรประสบปัญหาด้านราคา 3 ประการคือ

1. ไม่สามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด
2. ขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งในระบบอุตสาหกรรม
3. ขาดความน่าเชื่อถือ

นอกจากจะทราบประเด็นปัญหาแล้วจากการศึกษายังทำให้ทราบแนวทางในการแก้ปัญหาด้วย ดังนี้

1. ควรพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด (จะกล่าวถึงรายละเอียดในบทที่ 3)
2. สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้บรรจุภัณฑ์แสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่น ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของสินค้าจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (หน้า 23)
3. เน้นย้ำภาพลักษณ์ของตราสินค้า "กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร" ให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้นเคยและเชื่อถือ (หน้า 28-29)

สำหรับแนวทางที่ 3 ซึ่งจะเน้นย้ำภาพลักษณ์ของตราสินค้า จัดว่าเป็นหัวข้อย่อยในการ
ตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาดในหัวข้อของการคงรักษาเอกลักษณ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกัน
(หน้า 6) จึงจัดให้รวมอยู่ในหัวข้อเดียวกัน

ดังนั้นประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องแก้ไขจึงเหลือ
เพียง 2 ข้อซึ่งผู้วิจัยได้นำมาสร้างเป็นปัญหาคำวิจัยว่า “ทำอย่างไรรูปแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์
ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจึงจะสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด และแสดงภาพ
ลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทย”