

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

“มายาคติ” เป็นระบบสื่อความหมายซึ่งมีลักษณะพิเศษตรงที่มันก่อตัวขึ้นบนกระแสการสื่อ
หมายที่มีอยู่ก่อนแล้ว จึงถือได้ว่า มายาคติเป็นระบบสัญญาณในระดับที่สอง สิ่งที่เป็นหน่วยสัญญาณ
(ผลลัพธ์จากการประกอบของรูปสัญญาณกับความหมาย) ในระบบแรก กลายมาเป็นเพียงรูปสัญญาณใน
ระบบที่สอง ขอย้ำในที่นี้ว่า วัสดุสำหรับสร้างวาทะแห่งมายาคติ (เช่น ภาษา ภาพถ่าย ภาพวาด
โปสเตอร์ พิธีกรรม วัตถุ ฯลฯ) ไม่ว่าในเบื้องต้นจะมีความแตกต่างหลากหลายเพียงใดก็ตาม แต่ครั้ง
เมื่อถูกจับยึดโดยมายาคติแล้ว ก็จะถูกกลดทอนให้เหลือเป็นเพียงรูปสัญญาณเพื่อสื่อถึงสิ่งอื่นเสมอ”
(นพพร ประชากุล, 2547) รูปลักษณะ ที่มีผลกระทบต่อผัสสะและจิตได้สำนึกรับรู้ของผู้คน เป็น
เสมือน “ความหมายเบื้องต้น” ที่เอื้อให้กลุ่มคนในสังคมแสวงหาความหมายทางวัฒนธรรมทับลงไป
บนวัตถุเหล่านั้นอย่างง่ายดาย นั่นเท่ากับว่า มายาคติเป็นกระบวนการสื่อความหมายที่อาศัย “การเข้า
ไปยึดครอง” (Appropriation)

รัฐบาลได้กำหนดประโยชน์ใช้สอย (Function) ของ “ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5” เพื่อแสดงเป็น
สัญลักษณ์ (Signifier) บ่งบอกว่าอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้านั้นมีประสิทธิภาพประหยัดไฟสูง
(Signified) ตามระดับตัวเลข คือ 1 2 3 4 และ 5 รวมไปถึงรายละเอียดต่างๆ ที่ปรากฏบนฉลาก
ประหยัดไฟเบอร์ 5 โดยกลยุทธ์การใช้ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ได้เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่อยู่ใน
โครงการ “ประชาชนร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า” ซึ่งเป็นโครงการที่ กฟผ.จัดตั้งขึ้น ตั้งแต่ พ.ศ. 2536
มาจนถึงปัจจุบัน การรับรู้เชิงผัสสะหรือประโยชน์ใช้สอย ได้เปลี่ยนให้ผู้บริโภคหันมาเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีสัญลักษณ์ ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ติดอยู่ เพราะเชื่อว่า เมื่อมีฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5
ติดอยู่กับอุปกรณ์ไฟฟ้าแล้วสามารถทำให้เราประหยัดไฟได้



ภาพที่ 1.1 แสดงฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5

ศ.ดร.ประภาศรี อมรสิน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด กล่าวว่า “การร่วมแคมเปญเบอร์ 5 กับหน่วยงานรัฐจะช่วยให้โอกาสการตลาดดีขึ้น เพราะลูกค้าที่เลือกใช้สินค้าดังกล่าวจะมีความรู้ลึกซึ้งพึงพอใจในคุณค่าที่ได้รับ ด้านผู้ประกอบการก็สามารถนำประเด็นนี้มาเป็นจุดขายนอกเหนือจากเรื่องผลิตภัณฑ์แล้ว” (มติชนไทย พ.ศ. 2544) ได้พบว่า ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 เป็นหนึ่งในปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ และเป็นหนึ่งในกลไกการตลาดของผู้ผลิต ทั้งนี้จึงทำให้เห็นว่าฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ในปัจจุบันไม่ได้เป็นแค่ฉลากแสดงระดับประสิทธิภาพอุปกรณ์ไฟฟ้า เท่านั้นแต่ยังเกี่ยวข้องกับเรื่องของการสร้างจุดขายของหลายแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้า ที่นำมาสู่ความสามารถในการประหยัด

ความมุ่งหวังของ กฟผ. คือ ให้ทุกครัวเรือนหันมาเลือกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพสูง โดยขอความร่วมมือจากบริษัทผู้ผลิตและผู้นำเข้า นำเครื่องใช้ไฟฟ้าเข้าทดสอบเพื่อติดฉลากแสดงประสิทธิภาพ ตามมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือ สมอ. เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานด้านประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลากแสดงระดับประสิทธิภาพเบอร์ 5 ไปแล้ว ทั้งยังเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค กฟผ. ได้ดำเนินการสุ่มซื้อผลิตภัณฑ์เบอร์ 5 ที่มีจำหน่ายในตลาดเพื่อนำกลับมาทดสอบอย่างต่อเนื่องทุกปีหาก ปรากฏว่าผลิตภัณฑ์รุ่นใดมีค่าประสิทธิภาพไม่เป็นไปตามค่ามาตรฐานที่ทดสอบไว้ จะถูกถอดฉลากขึ้นหรือเปลี่ยนค่าประสิทธิภาพบนฉลาก อีกทั้งห้ามทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ฉลากในรุ่นดังกล่าวอีกต่อไป (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2539:5) ยังเป็นการแสดงให้เห็นว่า กฟผ. ได้ให้ความสำคัญกับ

ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 เป็นอย่างมาก เพื่อสร้างมาตรฐานความเชื่อถือ ในการเลือกซื้ออุปกรณ์
เครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค ซึ่งหมายความว่า ภาพของฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 เป็นตัวแทนที่ถูก
แปะไว้บนสินค้าหรือบริการที่ได้มาตรฐาน และมีประสิทธิภาพ

ด้วยความเป็นธรรมชาติของฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 สิ่งที่ผู้บริโภคมักจะมองหาเมื่อตอนซื้อ
และมักจะละเลยไม่ได้ใส่ใจหลังจากการซื้อแล้ว มายาคติได้อำพรางให้ผู้บริโภคมองเห็นเพียงแค่
สัญลักษณ์ที่แสดงถึงประสิทธิภาพการประหยัดไฟเท่านั้น ซึ่งก็คือ ความหมายเบื้องต้น ที่ผู้บริโภค
ได้ให้ความหมายเท่านั้น โดยละเลยนึกถึงความสัมพันธ์ที่โยงใยระหว่าง สังคม การเมือง เศรษฐกิจ
และกลุ่มชนชั้น

ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะเข้าไปศึกษาเรื่องสัญลักษณ์ของฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ว่า นอกจากมี
ความหมายเชิงผัสสะหรือประโยชน์ใช้สอยแล้ว ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 มีผลเชิงสัญลักษณ์และมี
ความหมายทางมายาคติที่สื่อความหมายใหม่ในอีกระดับหนึ่งอย่างไรบ้าง หรือว่า ฉลากประหยัดไฟ
เบอร์ 5 เป็นเพียงแค่ตัวกลาง แสดงประสิทธิภาพหรือมาตรฐาน เท่านั้น

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์มายาคติและสัญลักษณ์ที่แฝงอยู่ในภาษาและภาพ ของฉลากประหยัดไฟเบอร์
5 ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค

1.2.2 เพื่อให้มองเห็นวิธีการใช้มายาคติและสัญลักษณ์ผ่านทางการใช้ภาษาในรูปแบบต่างๆ รวม
ไปถึงการออกแบบ ของฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทราบถึงลักษณะและความหมายของมายาคติและสัญลักษณ์ที่ปรากฏในฉลากประหยัดไฟ
เบอร์ 5 ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค

1.3.2 สามารถนำไปใช้ในการอธิบายพฤติกรรมกรบริโภคของคนสังคมปัจจุบันและการ
ออกแบบฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ได้

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

มายาคติ หมายถึง การสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทางวัฒนธรรมซึ่งถูกกลบเกลื่อนให้เป็น
ที่รับรู้เสมือนว่าเป็นธรรมชาติ หรืออาจกล่าวให้ถึงที่สุดเลยว่า เป็นกระบวนการของการลวงให้หลง
อย่างหนึ่ง แต่ทั้งนี้ก็ได้หมายความว่ามายาคติเป็นการ โกหกหลอกลวงแบบปั่นน้ำเป็นตัวหรือการ
โฆษณาชวนเชื่อที่บิดเบือนข้อเท็จจริง ตัวอย่างเช่น “ของเล่นเด็ก” ของเล่นแทบทุกอย่างของฝรั่งเศส

ที่ได้จำลองโลกของผู้ใหญ่ไว้หมดแล้วไม่ว่าจะเป็น ทหาร พนักงานไปรษณีย์ เครื่องอบผม ตุ๊กตานักโคดรัม รถไฟ เป็นต้น ทั้งหมดนี้เป็นตัวฝึกให้เด็กยอมรับ “ฟังก์ชัน” ต่างๆ ที่มีอยู่ในโลกดังกล่าว โดยยึดเยียดความคิดให้แก่เด็ก ว่าธรรมชาติได้สร้างสรรค์ให้มีทหาร พนักงานไปรษณีย์ มาตั้งแต่ไหนแต่ไร โดยทั่วไป ของเล่นฝรั่งเศสจะเป็นของเลียนแบบที่มุ่งฝึกให้เด็กเป็นผู้ใช้ มิใช่ผู้สร้าง (มายาคติ โรลิ่งดส์ บาร์ตส์ แปลโดย วรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2547)

สัญลักษณ์ หมายถึง การสื่อความหมายจากสัญลักษณ์หรือสิ่งนั้นๆ โดยผ่านการตีความในกรอบทฤษฎีของโซซูร์ ว่าด้วยความหมายของสัญลักษณ์ (The Meaning of The Sign) สัญลักษณ์ตามความเห็นของโซซูร์เกิดจากความสัมพันธ์ของ 2 สิ่ง คือ 1) **รูปสัญลักษณ์** (Signifier) คือรูปแบบที่สัญลักษณ์นั้นปรากฏ 2) **ความหมายสัญลักษณ์** (Signified) คือแนวคิดที่รูปสัญลักษณ์บ่งบอก ตัวอย่างเช่น คำว่า “แมว” รูปสัญลักษณ์คือ รูปและเสียงของคำว่า “แมว” ความหมายสัญลักษณ์คือแนวคิดของสัตว์ชนิดหนึ่ง ที่มีรูปร่างเล็ก ว่องไว ขี้อ้อนแฝงคร่ำย ดูได้จากตาที่น้ำกัว และเล็บที่แหลมคม

การรับรู้ หมายถึง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ติดฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงทัศนคติที่มีต่อฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ติดฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในเขต ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่

ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 หมายถึง ฉลากแสดงประสิทธิภาพในการประหยัดไฟสูงสุดของเครื่องใช้ไฟฟ้านั้น โดยผ่านการทดสอบและรับรองจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทใดประเภทหนึ่งของผู้บริโภคเป้าหมาย เช่น ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ราคา ยี่ห้อ การสื่อสาร การออกแบบ เป็นต้น

เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ติดฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 หมายถึง เครื่องใช้ไฟฟ้าที่เข้าร่วมโครงการฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 โดยมีประสิทธิภาพในการประหยัดไฟสูงสุด ได้แก่ หลอดประหยัดไฟฟ้า ตู้เย็นเบอร์ 5 เครื่องปรับอากาศเบอร์ 5 บัลดาสต์เบอร์ 5 นิรภัย พัดลมประหยัดไฟเบอร์ 5 และ ขีวกล็องเบอร์ 5

รูปลักษณะของฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 หมายถึง บทบาทและหน้าที่การทำงานของฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 รวมถึงลักษณะของเรื่อง องค์ประกอบ รูปทรง เส้น สี และการออกแบบสารสนเทศที่ใช้ในการสื่อสารบอกข้อมูลของฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5