

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิกสำหรับวิสาหกิจชุมชน



ศิลปนิพนธ์เสนอคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ธันวาคม 2560

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

DESIGN PACKAGING OF ORGANIC PROCESSED AGRICULTURAL
PRODUCTS FOR COMMUNITY ENTERPRISE




Arts Thesis Submitted to the Faculty of Architecture of Naresuan University
In Partial Fulfillment of the Requirement for the
Bachelor of Fine and Applied Arts Degree in Product and Package Design

December 2017


Copyright 2016 by Naresuan University

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิกสำหรับวิสาหกิจชุมชน” ของ นายคุณากร ลอยมา เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานที่ปรึกษา
(รศ.ดร.จิรวัดน์ พิระสันต์)


.....กรรมการที่ปรึกษา
(รศ.ดร.นิรัช สุดสังข์)


.....กรรมการที่ปรึกษา
(ดร.เจนยุธ ศรีหิรัญ)



ประกาศคุณูปการ

ภาคนิพนธ์สำหรับนี้เสร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับการอนุเคราะห์ และให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากผู้มีพระคุณหลายท่าน จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จิรวัดน์ พิระสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์และคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ ปรึกษาตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และพี่ ๆ น้องทุกท่าน ผู้ซึ่งเป็นกำลังให้ความรักความอบอุ่น เอาใจใส่ สนับสนุนส่งเสริมแก่ผู้วิจัยในทุก ๆ ด้าน ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งการศึกษาวิจัยได้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งอย่างยิ่งอย่างหาที่เปรียบมิได้

ขอกราบขอบพระคุณ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรต่างๆ ที่ให้ความรู้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก เพื่อที่จะให้นำมาเป็นข้อมูลในการทำวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ น้องๆ สาขาภาควิชาศิลปะและการออกแบบ ที่ให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยในการทำวิจัยครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ สินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิกสำหรับวิสาหกิจชุมชน ในประเทศและผู้สนใจบ้างไม่มากก็น้อย

คุณากร ลอยมา

ชื่อเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก
สำหรับวิสาหกิจชุมชน

ผู้วิจัย นายคุณากร ลอยมา

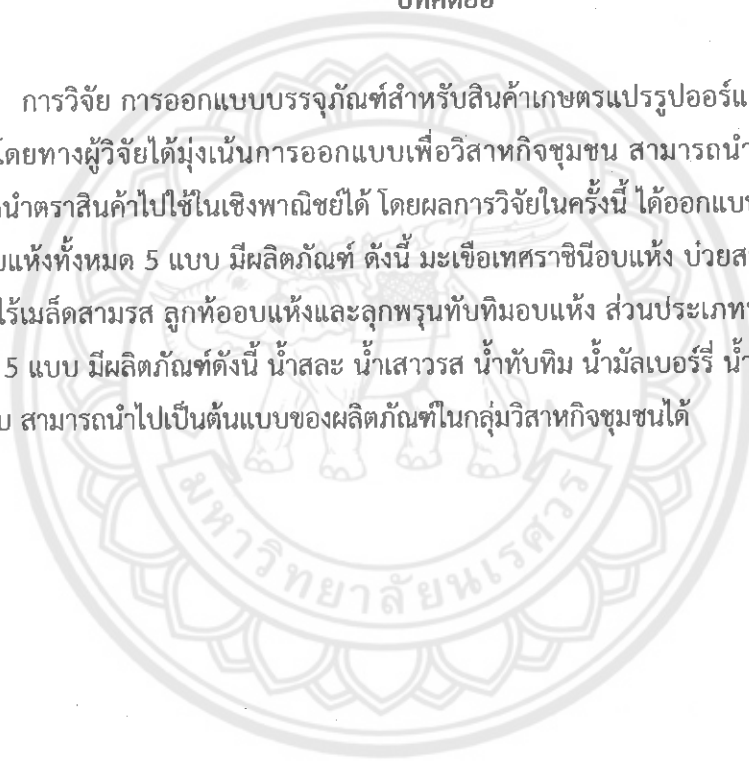
สถานที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. จีรวัดน์ พิระสันต์

ประเภทสารนิพนธ์ ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, พ.ศ. 2560

คำสำคัญ สินค้าเกษตรแปรรูป ออร์แกนิก วิสาหกิจชุมชน

บทคัดย่อ

การวิจัย การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิกสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยทางผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการออกแบบเพื่อวิสาหกิจชุมชน สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ สามารถนำตราสินค้าไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ โดยผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทผลไม้อบแห้งทั้งหมด 5 แบบ มีผลิตภัณฑ์ ดังนี้ มะเขือเทศราชินีอบแห้ง บัวสามารถอบแห้ง มะขามอบแห้ง ไร้เมล็ดสามารถส ลูกท้ออบแห้งและลูกพรุนทับทิมอบแห้ง ส่วนประเภทน้ำผลไม้ ได้ออกแบบทั้งหมด 5 แบบ มีผลิตภัณฑ์ดังนี้ น้ำสละ น้ำเสาวรส น้ำทับทิม น้ำมัลเบอร์รี่ น้ำมะขาม โดยผลงานที่ออกแบบ สามารถนำไปเป็นต้นแบบของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	2
ขอบเขตงานวิจัย.....	2
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	3
นิยามศัพท์.....	3
กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
สินค้าเกษตรแปรรูป.....	5
สินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก.....	9
วิสาหกิจชุมชน.....	11
การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	24
การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด.....	43
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	48
ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	48
แบบร่างครั้งที่ 1.....	49
แบบร่างครั้งที่ 2	49
4 ผลการวิจัย.....	54
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง.....	54
รูปแบบบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้.....	54
รูปแบบกล่อง.....	55
บรรจุภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ CHIMIRA.....	55

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 บทสรุป.....	56
สรุปผลการวิจัย.....	56
อภิปรายผลการวิจัย.....	56
ข้อเสนอแนะ.....	56
บรรณานุกรม.....	56
ประวัติผู้วิจัย.....	59



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	4
2 โลโก้วิสาหกิจชุมชน.....	12
3 ของกระดาศ.....	29
4 ดุงกระดาศ.....	29
5 ดุงกระดาศหลายชั้น.....	30
6 เยื่อกระดาศขึ้นรูป.....	31
7 กระดาศกระป๋อง.....	32
8 ถังกระดาศ.....	32
9 กล่องกระดาศแข็ง.....	34
10 กล่องกระดาศลูกฟูก.....	34
11 ขนาดของลอนลูกฟูก.....	35
12 กระดาศลูกฟูก.....	35
13 แผ่นลูกฟูก.....	36
14 น้ำผลไม้ห้องตลาดทั่วไป.....	43
15 น้ำเต้าหู้ตามห้องตลาด.....	44
16 น้ำผลไม้ห้องตลาดทั่วไป(2).....	44
17 น้ำผลไม้ห้องตลาดทั่วไป(3).....	45
18 น้ำผลไม้ห้องตลาดทั่วไป(4).....	45
19 เนื้อลำไยอบแห้ง.....	46
20 ลำไยอบแห้ง.....	46
21 มะม่วงอบแห้ง.....	47
22 แบบร่างครั้งที่ 1.....	49
23 โลโก้สินค้า CHIMERA.....	49
24 ลูกพรุนทับทิมอบแห้ง.....	50
25 ลูกท้ออบแห้ง.....	50

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
26 มะเขือเทศราชินี ออบแห้ง.....	50
27 บัวยสามรสอบแห้ง.....	51
28 บัวยสามรสอบแห้งมะขามอบแห้ง ไร้เมล็ดสามรส.....	51
29 น้ำมะขามพร้อมดื่ม.....	51
30 น้ำสละพร้อมดื่ม.....	52
31 น้ำเสาวรสพร้อมดื่ม.....	52
32 น้ำทับทิมพร้อมดื่ม.....	52
33 น้ำมัลเบอร์รี่พร้อมดื่ม.....	53



สารบัญตาราง

ตาราง

หน้า

1 แสดงการแยกประเภทของบรรจุภัณฑ์.....	26
--------------------------------------	----



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันรายได้ส่วนใหญ่ที่ได้มาจากผลผลิตและผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรและกลุ่มชุมชนที่จัดตั้งขึ้นภายในหมู่บ้านของในแต่ละจังหวัด ซึ่งในอดีตเรามีชุมชนที่เข้มแข็งสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยการพึ่งพาอาศัยกันและกันมีขนบธรรมเนียมที่ดีงามสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนและทรงคุณค่าในเอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนท้องถิ่น

ในกระแสของสังคมปัจจุบัน ภาครัฐได้มีการสนับสนุนสิ่งใหม่ๆให้เกิดขึ้นมาหลายด้าน สิ่งหนึ่งที่ประสบความสำเร็จ ก็คือ สินค้าภูมิปัญญาไทย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเองก็เป็นหนึ่งทางเลือกที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือกลุ่มแม่บ้านโดยมีวิสัยทัศน์ที่ว่า “ชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเอง สร้างรายได้และคุณภาพชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงโดยกระบวนการวิสาหกิจชุมชน ” โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ชุมชนสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนได้โดยชุมชนเอง และเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายได้รับการสนับสนุนอย่างเป็น

แต่เนื่องจากเป็นสินค้าภูมิปัญญาแล้วมักก็ตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสิ่งที่เราพบเห็นด้วยไปคือรูปแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ยังไม่มีความทันสมัย เนื่องจากเป็นสินค้าของชุมชน บุคลากรอาจจะยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาให้สินค้าสามารถขายที่อื่นได้ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ยังไม่มีความทันสมัย ยังไม่สามารถที่จะแข่งขันในตลาดได้เท่าที่ควร ถ้าเราขายในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงเราอาจจะไม่สนใจในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ แต่เมื่อไรที่เราต้องการขยายตลาด สินค้าเข้าห้างสรรพสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมายการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นส่วนสำคัญมากในขั้นตอนการผลิตสินค้า (ชัยรัตน์ อัครวงกูร. 2548) โดยเฉพาะประเทศชั้นนำของโลกให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยกตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 1980 สหรัฐอเมริกาใช้เงินมากกว่า 50 พันล้านเหรียญ ไปใช้ในการจ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในจำนวนนี้ เป็นการใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์มากกว่าการโฆษณา โดยมีเหตุผลว่าการ บรรจุภัณฑ์

เป็นแนวโน้มต่อไปในการที่จะเข้าถึงการบริการตนเอง (Trend Toward Self Service) ที่ต้องการให้บรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทหลัก 2 ประการไปพร้อม ๆ กันคือ ทั้งโฆษณาและ การขาย (Advertising And Selling) ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่แสดงรวมไว้ซึ่งรูปร่างลักษณะของภาชนะบรรจุ (Container) และการออกแบบ สี สัน รูปร่าง ตราฉลาก ข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2548)

ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้ทางผู้วิจัยได้ออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์สำหรับแปรรูปออร์แกนิกเพื่อวิสาหกิจชุมชน สามารถนำรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของเราไปใช้ในทางการค้า เพื่อเป็นการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย จึงเป็นที่มาของงานวิจัยเล่มนี้ คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิกสำหรับวิสาหกิจชุมชน (Design Packaging of Organic processed Agricultural Products for Community enterprise)

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัญหาของบรรจุภัณฑ์ที่มีขายในปัจจุบัน
2. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิกให้มีความทันสมัย
3. วิสาหกิจชุมชน สามารถนำเอาต้นแบบของงานวิจัยไปใช้ เพื่อการพัฒนาและปรับปรุง

บรรจุภัณฑ์

ขอบเขตของงานวิจัย

ในงานวิจัย เราจะศึกษารูปแบบทั่วไปของสินค้าเกษตรแปรรูปที่มีขายอยู่ตามท้องตลาดทั่วไป โดยจะศึกษาเฉพาะสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก โดยมีขอบเขตดังนี้

โครงสร้างตราสินค้า	1	โครงสร้าง
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งสินค้า	1	โครงสร้าง
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทผลไม้อบแห้ง	6	โครงสร้าง
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มผลไม้แท้ 100%	5	โครงสร้าง

ข้อตกลงเบื้องต้น

ในงานวิจัยเล่มนี้เป็นการศึกษาสินค้าทางเกษตรที่มีจัดจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด โดยทางผู้วิจัยได้รวบรวมศึกษารูปแบบต่างๆ จนพัฒนาเป็นต้นแบบสินค้าทางเกษตรแปรรูปออร์แกนิก โดยใช้ชื่อแบรนด์สินค้า ว่า CHIMERA เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรแปรรูปออร์แกนิก

นิยามศัพท์เฉพาะ

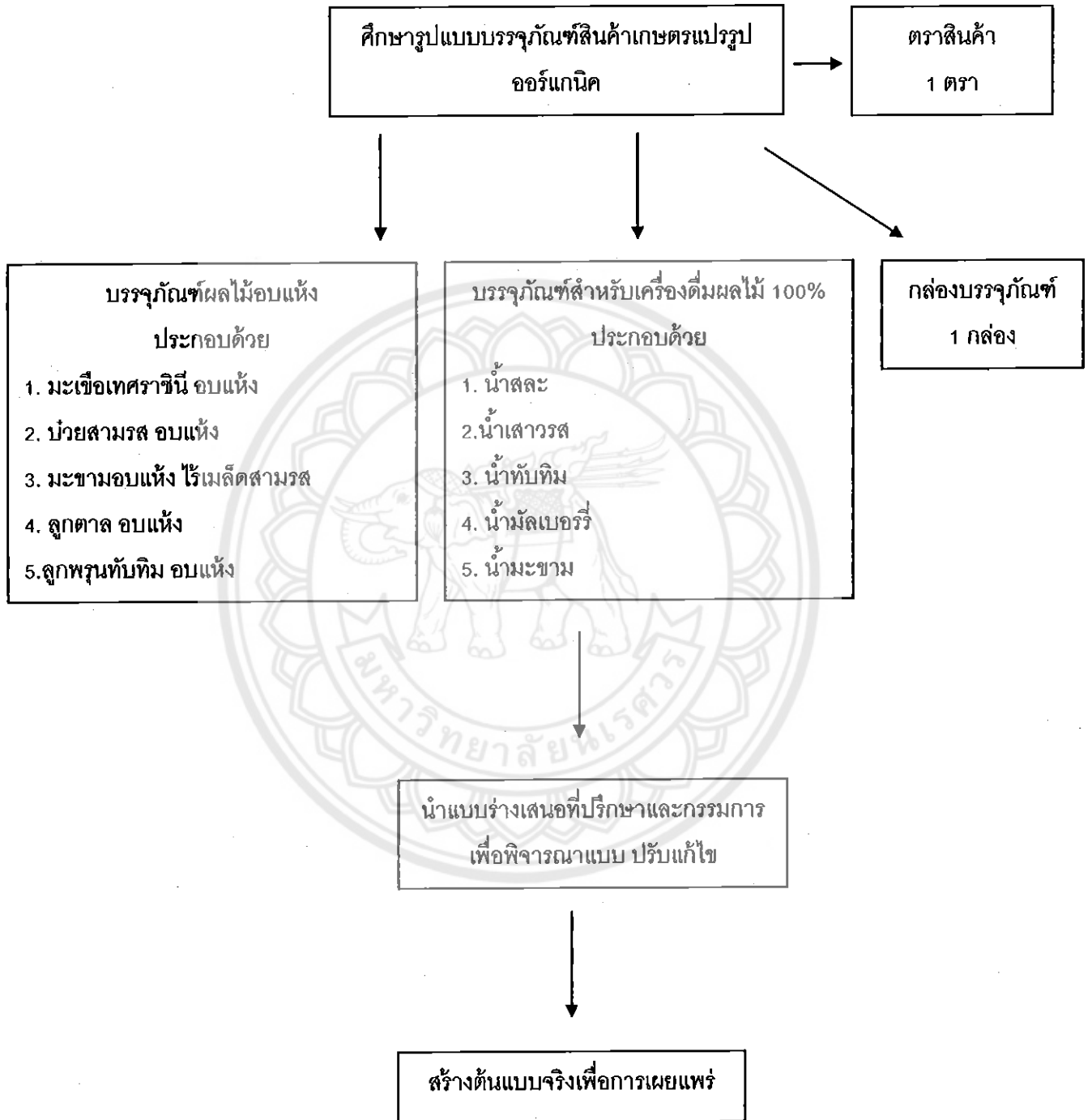
บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะที่บรรจุหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันความเสียหายแตกหักที่จะเกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ตัวสินค้ารวมกับความพึงพอใจ และผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับการซื้อสินค้านั้น รวมถึงการบรรจุหีบห่อ และยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่นำออกสู่ตลาด ต้องมีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

แปรรูป หมายถึง กรรมวิธีการถนอมผลิผลการเกษตรหรือการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก มีนิยามมากมาย แต่หลักใหญ่ใจความคือ ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดสารเคมี ไม่มีการตัดแปลง ไม่ใช่ผลิตผลจากพืชตัดต่อพันธุกรรม (GMOs - genetically modified organisms) หากเป็นปศุสัตว์และสัตว์ปีก จะไม่มีการใช้สารเร่งและยาปฏิชีวนะทั้งสิ้น อีกทั้งระบบการผลิตต้องปลอดภัยต่อดิน น้ำ อากาศ รวมทั้งผู้ผลิตเอง

ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่รวมกันเป็นสังคมขนาดเล็ก อาศัยอยู่อาณาบริเวณเดียวกันและมีผลประโยชน์ร่วมกัน กลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกัน และมีการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นปกติ

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเล่มนี้ทางผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลศึกษาเอกสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

1. สินค้าเกษตรแปรรูป

1.1 ความหมายสินค้าเกษตรแปรรูป

1.2 สินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก

2. วิสาหกิจชุมชน

2.1 ข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1 ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.3 องค์ประกอบการออกแบบ

3.4 การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดของสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก

1.สินค้าเกษตรแปรรูป

1.1 ความหมายของสินค้าเกษตรแปรรูป

การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร หมายถึง การนำผลผลิตจากการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์มาเปลี่ยนแปลงสภาพด้วยวิธีการต่าง ๆ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่างลักษณะแตกต่างไปจากเดิม เช่น ข้าวสามารถแปรรูป เป็น แป้ง เส้นก๋วยเตี๋ยว , พืชตระกูลถั่ว แปรรูปเป็น น้ำมันพืช นมถั่วเหลือง ครีมหิยาม แป้ง เป็นต้น

การนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปจะช่วยป้องกันการล้นตลาดของผลิตผลสด ซึ่งช่วยยกระดับราคาสินค้า ไม่ให้ตกต่ำ การเพิ่มมูลค่าของผลิตผลทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นอาหารระดับอุตสาหกรรม ที่สามารถรับวัตถุดิบเพื่อผลิตเป็นอาหารจำนวนมากได้ การผลิตอาหารให้ได้มาตรฐาน เพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค การส่งเสริม ให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารให้เป็นที่ยอมรับ และสามารถขยายตลาดการค้าออกไปสู่ต่างประเทศ จะช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ประเทศได้เป็นอย่างดี

เทคนิคในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรมีหลายขั้นตอน แต่ที่สำคัญจะเป็นแรงจูงใจสามารถทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า คุ้มราคา และผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีความอร่อย

ไม่ใช่ทำครั้งแรกอร่อยทุกคน ตัดใจในรสชาติ สามารถทำรายได้ให้มากมาย พอเริ่มมีคนรู้จัก คู่ค้า ชิน ต่อรสชาติ ก็จะเริ่มทำผลิตภัณฑ์เพื่อให้มี ผลกำไรมาก ๆ ความสำคัญของรสชาติอาจต่อไป สิ่งเหล่านี้ จะทำให้ทุกคนเสื่อมความศรัทธาได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ จะต้องคำนึงถึง

1. ความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า
2. ต้องมีการวางแผนผลิตสินค้าที่ล่วงหน้า และเหมาะสมกับฤดูกาล เพื่อสินค้าจะมี ต้นทุนต่ำขายได้ ราคาสูง

3. ต้องมีความสนใจ และตั้งใจต่อการทำผลิตภัณฑ์นั้น เพื่อให้มีความสม่ำเสมอของรสชาติ และคุณภาพที่ดี

4. ต้องคำนึงถึงความสะอาดความปลอดภัยเสมอ

5. ต้องมีความรู้ในสารปรุงแต่งอาหารที่ใช้อย่างแม่นยำ การแปรรูปผลการเกษตร ถ้า ต้องการให้ ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพดี จะต้องให้ความสนใจต่อสิ่งเหล่านี้

5.1 การคัดเลือกวัตถุดิบเพื่อการแปรรูปจะต้องมีลักษณะและคุณภาพตรงตามชนิดของ อาหาร และต้องคำนึง ถึงเวลา แรงงาน และค่าใช้จ่ายในการเตรียมวัตถุดิบด้วย

5.2 การแปรรูปเพื่อถนอมอาหารแบบใช้ความร้อนสูง จะช่วยทำลายจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรค ซึ่งทำให้ อาหารเน่าเสีย ทำลายเอ็นไซม์ สารพิษ พยาธิที่ไม่ทนต่อความร้อน การแปรรูปโดยใช้ความร้อน กระทำได้ 2 วิธี คือ

5.2.1 การพาสเจอร์ไรซ์ คือ วิธีที่ถนอมอาหาร โดยใช้ความร้อนที่อุณหภูมิไม่สูง มากนักเพื่อทำลายแบคทีเรีย พวกที่ไม่สร้างสปอร์ และพวกที่ก่อให้เกิดโรคแก่คน ส่วนจุลินทรีย์อื่น ๆ ที่ทนความร้อนระดับพาสเจอร์ไรซ์ จะเป็น สาเหตุทำให้อาหารเสียได้ ดังนั้น อาหารที่ผ่านการพาส เจอร์ไรซ์ต้องอาศัยความเย็นช่วยเก็บรักษา

5.2.2 การสเตอริไลซ์ คือ วิชาการถนอมอาหารโดยใช้ความร้อนที่อุณหภูมิสูงกว่า การพาสเจอร์ไรซ์ ซึ่ง อาจเป็นอุณหภูมิสูงกว่าน้ำเดือด เพื่อทำลายจุลินทรีย์ทั้งหมดรวมทั้งสปอร์อาหาร ที่ได้จากการสเตอริไลซ์ จึงเป็น อาหารปลอดเชื้อ เก็บรักษาไว้ได้นาน โดยไม่ต้องใช้ความเย็นช่วย การส เตอริไลซ์น้ำนมวัว กระบวนการ UHT (Ultra high temperature) นิยมใช้อุณหภูมิ 135 - 150 องศา เซลเซียส นาน 1-4 วินาที ซึ่งมีวิธีให้ความร้อน 2 แบบ คือ

ก. ทางอ้อม เป็นการให้ความร้อนผ่านแผ่นแลกเปลี่ยนความร้อน

ข. ทางตรง เป็นการใช้อิอน้ำร้อนจัด เป็นตัวกลางให้ความร้อน โดยอัดลงไปในอาหารโดยตรง แล้วจึงผ่านไปยัง เครื่องระเหยน้ำส่วนที่เกินออกไปภายใต้ภาวะสุญญากาศ

การแปรรูปอาหารโดยการทำให้แห้ง คือ การลดความชื้นของอาหารจนถึงระดับที่สามารถยับยั้งการเจริญเติบโต ของเชื้อจุลินทรีย์ได้ คือ มีค่าวอเตอร์แอกติวิตี (water activity : Aw) ต่ำกว่า 0.70 ทำให้เก็บอาหารได้นาน อาหารแห้งแต่ละชนิดจะมีความชื้นในระดับที่ปลอดภัยไม่เท่ากัน เช่น ผลไม้แช่อิ่มเก็บที่ความชื้น ร้อยละ 15-20 ถ้าเป็นเมล็ดธัญชาติความชื้นระดับนี้จะเกิดรา

การทำแห้งอาหารโดยทั่วไปจะอาศัยความร้อนส่งผ่านเข้าไปให้น้ำในอาหาร เพื่อให้ น้ำใน อากาศเคลื่อนที่และ ระเหยออกจากผิวอาหาร และประสิทธิภาพในการเคลื่อนของน้ำมาที่ผิวอาหาร ธรรมชาติของอาหาร ถ้าเป็นผักก็จะ แห้งเร็วกว่าผลไม้ เพราะผลไม้มีน้ำตาลเป็นองค์ประกอบอยู่ด้วย

การทำให้แห้งโดยใช้ความร้อนจากแสงอาทิตย์ ในสมัยโบราณมักจะทำตากแดด ซึ่งไม่สามารถ ควบคุมความร้อน และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ จึงมีการสร้างตู้อบโดยใช้ความร้อนจากแสงอาทิตย์ ประกอบด้วยแผงรับแสงอาทิตย์ ซึ่งทำด้วยวัสดุใส แสงอาทิตย์ตกลงบนแผงรับแล้วทะลุผ่านไปยังวัสดุสี ดำภายในตู้ และเปลี่ยนเป็นรังสีความร้อน ไปกระทบอาหาร ความชื้นระเหยออกจากอาหารจะระบาย ไปโดยการหมุนเวียนของอากาศทางช่องลม นอกจากนี้ยังมี กระบวนการทำให้แห้งได้อีกหลายวิธี คือ

- การทำให้แห้งโดยใช้ลมร้อน (ตู้อบลมร้อน)
- การทำให้แห้งโดยใช้ลูกกลิ้ง
- การทำให้แห้งแบบเยือกแข็ง
- การทำให้แห้งโดยใช้ไมโครเวฟ
- การทำให้แห้งโดยใช้วิธีออสโมซิส

วัตถุประสงค์ของการใช้วัตถุเจือปนอาหาร

1. เพื่อสงวนคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร
2. เพื่อยืดอายุการเก็บหรือช่วยให้อาหารนั้นมีคุณภาพคงที่ หรือช่วยปรับปรุงคุณภาพในด้านเกี่ยวกับ สี กลิ่น รส ลักษณะสัมผัสและลักษณะปรากฏ โดยที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติหรือคุณค่าอาหาร
3. เพื่อประโยชน์ในด้านเกี่ยวกับเทคนิคในการแปรรูปกรรมวิธีการแปรรูปการเตรียมวัตถุดิบ การบรรจุ การขนส่ง และอายุของการเก็บของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ชนิดของสารเจือปนที่นิยมใช้ในผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้

กรด การใช้กรดในผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้ เพื่อช่วยปรับปรุงกลิ่น รส และสีของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ป้องกัน ปฏิกิริยาการเกิดสีน้ำตาล และยังช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ ทำให้เก็บผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น นอกจากนี้กรดยังช่วยลดอุณหภูมิที่ต้องใช้ในการแปรรูปของผลิตภัณฑ์ประเภทผักและผลไม้ การเลือกใช้กรด จะขึ้นอยู่กับชนิดของกรดที่มีอยู่มากในผลไม้/ผักนั้น ผลไม้ทั่วไปส่วนมากจะมีกรดซิตริก (กรดมะนาว) องุ่นมี กรดทาร์ทาริก (หรือเรียกว่ากรดมะขาม) เป็นต้น

สารที่ให้คงรูป (แคลเซียมคลอไรด์) สารคงรูป เพื่อปรับปรุงคุณภาพทางด้านเนื้อสัมผัสของผัก และผลไม้ ให้ดีขึ้น สารคงรูปที่รู้จักกันตั้งแต่สมัยโบราณ คือ ปูนขาว ปูนแดง และสารส้ม แต่เนื่องจากสารเหล่านี้ มักมี องค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันในอุตสาหกรรมการแปรรูปผักและผลไม้จึงใช้ แคลเซียมคลอไรด์

สารที่ใช้เพื่อป้องกันการเกิดสีน้ำตาล ส่วนมากใช้วัตถุเจือปนอาหารเพื่อป้องกันการปฏิกิริยาดังกล่าว ได้แก่ ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ และสารประกอบซัลไฟต์

วัตถุติดกันเสีย เป็นสารประกอบเคมีที่ช่วยในการถนอมหรือยืดอายุการเก็บอาหาร หรือช่วยยับยั้ง การเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ ซึ่งเป็นสาเหตุในการเสียของผลิตภัณฑ์ประเภทผักและผลไม้

สารเจือปนที่ใช้เพื่อปรับปรุงคุณภาพผักและผลไม้อบแห้ง

1. โซเดียมโบคาร์บอเนต (ผงโซดา) เป็นสารเคมีที่มีคุณสมบัติเป็นด่างอ่อน นิยมเติมลงไป ในน้ำลวก/น้ำแช่ หลังลวก จุดประสงค์เพื่อปรับสภาพน้ำลวกให้เป็นด่าง ช่วยรักษาสีให้คงความเขียวสด ปริมาณที่ใช้ประมาณร้อยละ 0.5 นาน 5 นาที (คือ น้ำ 1 ลิตร ใช้ 5 กรัม)

2. โซเดียมเมตาไบซัลไฟท์ใช้กรดสำหรับอาหาร เป็นสารเคมีที่มีคุณสมบัติ ช่วยป้องกันไม่ให้เกิดเชื้อรา ในผักและผลไม้ นอกจากนี้ช่วยให้ผลไม้คงสีธรรมชาติไว้มักจะผสมลงไป ในน้ำเชื่อม ร่วมกับกรดมะนาว ในการแปรรูปผักและผลไม้แช่อิ่มแห้ง ควรใช้ในปริมาณร้อยละ 0.01 - 0.02 ก่อนใส่ลงในน้ำเชื่อม ควรละลายน้ำ ให้เข้ากันก่อน จึงใส่ป้องกันไม่ให้สารอยู่รวมตัวกันที่เดียว (น้ำเชื่อม 1 ลิตร ใช้กรดมะนาว 1 กรัม โซเดียม เมตาไบซัลไฟท์ 0.1 - 0.2 กรัม)

3. กรดซิตริก (กรดมะนาว) ใช้กรดสำหรับอาหารนิยมเติมลงในน้ำลวก หรือน้ำสำหรับแช่ผักและผลไม้ก่อนนำไปแปรรูป เพื่อช่วยปรับปรุงสีของผัก/ผลไม้ให้ขาว (น้ำ 1 ลิตร ใช้กรดมะนาว 5 กรัม แช่นาน 10 - 15 นาที)

4. แคลเซียมคลอไรด์ ใช้กรดสำหรับอาหาร นิยมเติมลงในน้ำลาวก/น้ำแช่ เพราะจะช่วยเพิ่มความคงตัวให้แก่ ลักษณะเนื้อสัมผัส ผลิตภัณฑ์จะมีเนื้อแน่นขึ้น (น้ำ 1 ลิตร ใช้แคลเซียมคลอไรด์ 5 กรัม แช่นาน 15 - 20 นาที)

1.2 สินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก

กล่าวคือสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก นั้นคือ การแปรรูปสินค้าที่มาจากเกษตรโดยรูปแบบทั่วไป แต่เน้นออร์แกนิก คือ ออร์แกนิก มีนิยามมากมาย แต่หลักใหญ่ใจความคือ ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดสารเคมี ไม่มีการดัดแปลง ไม่ใช่ผลิตผลจากพืชตัดต่อพันธุกรรม (GMOs - genetically modified organisms) หากเป็นปศุสัตว์และสัตว์ปีก จะไม่มีการใช้สารเร่งและยาปฏิชีวนะทั้งสิ้น อีกทั้งระบบการผลิตต้องปลอดภัยต่อดิน น้ำ อากาศ รวมทั้งผู้ผลิตเอง

“ออร์แกนิก” มีความหมายว่า “ปลอดสารพิษ”

หากพูดถึงผัก (และผลไม้) นอกจากผักออร์แกนิก เรายังเห็นผักชนิดอื่นวางขายในท้องตลาดทั่วไป

ผักปลอดภัยจากสารพิษ (ผักปลอดสารพิษ) หมายถึง พืชผักที่มีการจำกัดการใช้สารเคมี ปุ๋ยเคมี และฮอร์โมนในการปลูก ไม่ใช่สารกำจัดแมลง โดยปริมาณสารตกค้างของผลผลิต ต้องไม่เกินมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

ผักอนามัย หรือผักกางมุ้ง มีการใช้ปุ๋ยเคมีและสารกำจัดแมลง ที่พืชตกค้างในระยะสั้น และหยุดใช้ก่อนระยะเวลาเก็บเกี่ยวที่กำหนด โดยใช้ตาข่ายหรือมุ้งคลุมแปลงเพาะปลูกเพื่อป้องกันแมลงศัตรูพืช

ผักไร้ดิน หรือผักไฮโดรโปนิกส์ เป็นผลผลิตจากการปลูกแบบไม่ใช้ดิน มีการให้สารอาหารสังเคราะห์จากสารเคมีและฮอร์โมน

ผักไร้สารพิษ คือผักที่ไม่มีการใช้สารเคมีใดๆ ทั้งสิ้น ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทั้งหมด และไม่มีสารพิษตกค้างเมื่อเก็บเกี่ยว แต่การใส่ใจสิ่งแวดล้อมไม่ใช่ปัจจัยในการผลิต

ออร์แกนิกในงานวิจัย

ถ้าเทียบกับผลิตภัณฑ์ทั่วไป ว่ากันว่าออร์แกนิกมีสารอาหารสูงกว่า ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมกว่า ปศุสัตว์มีสุขภาพดีกว่า จึงทำให้ความนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกเพิ่มสูงขึ้น แต่เหล่านักวิทยาศาสตร์ยังไม่เห็นพ้องว่าข้อดีต่างๆ ของออร์แกนิกเป็นตามที่ว่ากัน

ในปี 2009 รายงานของ Food Standards Agency ระบุว่าผลผลิตออร์แกนิกไม่มีประโยชน์อย่างเด่นชัดเมื่อเทียบกับพืชผักแบบเดียวกัน

พบว่า มีข้อพิสูจน์มากมายว่าผลผลิตออร์แกนิกมีวิตามิน แร่ธาตุ โอเมก้า-3 มากกว่า ส่วนผลไม้มีออร์แกนิกมีวิตามินและสารต้านอนุมูลอิสระมากกว่าผักและผลไม้ไม่ออร์แกนิก (บางชนิด) และมีสารพิษตกค้างจากยาฆ่าแมลงและโลหะหนักน้อยกว่า

และในปัจจุบันคนนิยมนทานออร์แกนิกกันมากขึ้น และในช่วงปี 2560 ยังเป็นปี เทรนด์แห่งกันรักสุขภาพ จึงทำให้มีผลิตภัณฑ์สินค้าที่มาจากออร์แกนิกมากมาย มีหลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือก

2. วิสาหกิจชุมชน

2.1 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน

อานันท์ ตะนัยศรี (2555) อธิบายไว้ว่า “วิสาหกิจชุมชน” อาจจะเป็นคำใหม่ที่หลาย ๆ คนยังไม่เข้าใจ และเข้าใจผิดไปว่าเป็นการช่วยเหลือของภาครัฐในด้านการสนับสนุนเงินทุนเพื่อประกอบอาชีพเหมือนหลาย ๆ โครงการที่ผ่านมา ซึ่งวิสาหกิจชุมชน เกิดขึ้นหลังจากที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจพอเพียงควบคู่ขนานไปกับเศรษฐกิจกระแสหลัก อันเนื่องมาจากว่าเศรษฐกิจกระแสหลักก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างรายได้ของประชาชนและก่อให้เกิดปัญหาสังคมตามมามากมาย

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” นั้นสามารถใช้คำว่า “ธุรกิจชุมชน” แทนได้ อันเนื่องมาจากว่าชุมชนไม่ใช่รัฐ ดังนั้นสถาน-ประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของก็ต้องจัดว่าเป็นของภาคเอกชนเช่นเดียวกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วถ้าหากใช้คำว่าธุรกิจนั้นก็หมายถึงการแสวงหากำไรเป็นที่ตั้ง แต่สถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของนั้นก็กลับมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร ดังนั้นจึงควรใช้คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” เช่นเดียวกับ “รัฐวิสาหกิจ” ที่หลายคนรู้จัก โดยวิสาหกิจชุมชนนั้นจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนคิดได้จากการเรียนรู้ ไม่ใช่กิจกรรมเดี่ยว ๆ ที่ทำเพื่อมุ่งสู่ตลาดใหญ่ และไม่ใช่งานที่จับช้อนอะไร ล้วนแล้วแต่เป็นการทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อจากตลาดได้ และเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการเรื่องข้าว หมู เห็ด เป็ด ไก่ ผัก ผลไม้ น้ำยาสระผม สบู่ น้ำยาล้างจาน หรืออื่น ๆ ที่

ชุมชนทำได้เองโดยไม่ยุ่งยากนัก การทำกินทำให้ทดแทนการซื้อเป็นการลดรายจ่ายและยังช่วยให้ระบบเศรษฐกิจใหญ่เข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการจัดระบบเศรษฐกิจใหม่ให้เป็นฐานที่เป็นจริงในชุมชน เพราะถ้าชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ กระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเปรียบเศรษฐกิจพอเพียงเหมือนเสาเข็มของตึกที่ทำให้ตึกมั่นคงแข็งแรงเศรษฐกิจของประเทศก็จะเข้มแข็งและอยู่ได้ ที่ผ่านมาระบบเศรษฐกิจในประเทศเปรียบเหมือนการสร้างตึกที่มีฐานแคบ ถ้าฐานไม่แข็งแรง ตึกก็พังลงมา ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญในการสร้างฐานมั่นคงให้กับประเทศได้ โดยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้เข้มแข็งและกระจายโอกาสการประกอบอาชีพให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และลดภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

“วิสาหกิจชุมชน” จัดเป็นองค์กรภาคประชาชนที่ไม่มีรูปแบบ ไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การสนับสนุนจึงไม่เป็นระบบและไม่มีเอกภาพ ส่งผลให้มีปัญหาในการดำเนินงานเพราะวิสาหกิจชุมชนบางแห่งไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน และบางครั้งมีการสนับสนุนจากภาครัฐแต่ไม่ตรงความต้องการที่แท้จริง พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จึงได้ถูกประกาศใช้อย่างเป็นทางการและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2548 เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว



ภาพ 1 โลโก้วิสาหกิจชุมชน

ที่มา: <http://waengnoi.khonkaen.doae.go.th>

ได้ให้คำนิยามคำว่า วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro community Enterprise - SMCE) หมายถึง “การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน ทุน ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทาง

สังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่น้องไว้ใจกัน) ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน ยังประโยชน์ให้ชุมชนผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้นเป็นหลัก”

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอนโดยมีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย

วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตนี้ให้เกิดดอกผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ ด้านสังคม คือ การยึดโยงร้อยรัดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ แบ่งทุกข์แบ่งสุขซึ่งกันและกัน โดยผ่านการประกอบกระบวนการของชุมชน

สำหรับความหมายของวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 นั้น วิสาหกิจชุมชน หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด

ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

จากความหมายของวิสาหกิจชุมชนข้างต้นนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 7 อย่างด้วยกัน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน คือ

1. ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง แต่อย่างไรก็ดี คนนอกอาจมีส่วนร่วมโดยอาจมีการถือหุ้นได้เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือ และให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ถือหุ้นใหญ่ทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจ
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน ซึ่งอาจจะนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้ แต่เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด
3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนซึ่งมีความรู้ภูมิปัญญา หากมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมเกิดมีความเชื่อมั่นในตัวเองก็จะริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้โดยไม่เอาแต่เลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จ

4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น

5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ไม่ใช่ทำแบบโครงการเดียว คล้ายกับปลูกพืชเดียว แต่เป็นการทำแบบวนเกษตร คือ มีหลาย ๆ กิจกรรมประสานผลึกพลัง (synergy) และเกื้อกูลกัน (cluster)

6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก การเรียนรู้คือหัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีแต่การเลียนแบบ การหาสูตรสำเร็จโดยไม่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้ แต่บนฐานความรู้สึก ความอยาก ความต้องการตามทีสื่อในสังคมกระตุ้นให้เกิด ทำให้ความอยากกลายเป็นความจำเป็นสำหรับชีวิตไปหมด

7. มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย การพึ่งตนเองคือเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน ถ้าหากพลาดเป้าหมายนี้คือพลาดเป้า วิสาหกิจชุมชนจะกลายเป็นธุรกิจที่มีเป้าหมายที่กำไรก่อนที่จะคิดทำให้รอด ไม่พัฒนาเป็นขั้นเป็นตอนให้เกิดความมั่นคงก่อนที่จะก้าวไปพัฒนาธุรกิจประเภทของวิสาหกิจชุมชน

ในการแบ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชน สามารถมองได้หลายมิติ กล่าวคือ แบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก และแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน

การแบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งมีอยู่ 5 อย่าง คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของท้องถิ่น ต้องใช้ประจำวัน มีมูลค่ามากกว่าครึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งปีของ แต่ละครัวเรือน แต่ชาวบ้านทั่วไป ไม่ว่าจะอยู่ใกล้เมืองหรือไกลเมืองต่างก็ซื้อกินซื้อใช้

2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ ได้เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า

ส่วนการแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ระดับครอบครัว คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง เป็นการประกอบกิจกรรมเพื่อกินใช้ในครอบครัว เพื่อทดแทนการพึ่งพาจากภายนอก เช่น การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรไว้ใช้กินในครอบครัว

2. ระดับชุมชนและเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียง เป็นการประกอบกิจการโดยกลุ่ม เพื่อตอบสนองการอุปโภคบริโภคในชุมชนและเครือข่าย ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าได้ เพื่อที่จะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้

ทั้งนี้การประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่จะเน้นที่การลดค่าใช้จ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ความแตกต่างของวิสาหกิจชุมชนกับสิ่งที่ชุมชนทำมาก่อน

วิสาหกิจชุมชนนั้นเป็นเรื่องเก่าแต่นำมาคิดใหม่ มีการทำอย่างมีแบบแผน มีระบบ มีขั้นตอน เริ่มต้นจากการเรียนรู้ การคิดก่อนแล้วค่อยลงมือทำ วิสาหกิจชุมชนเน้นความร่วมมือในการทำกิจกรรมเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ แตกต่างจากอุตสาหกรรมชุมชนและธุรกิจชุมชนซึ่งเน้นที่กระบวนการผลิต การแปรรูป การบริหารจัดการ ที่มุ่งสู่ตลาดใหญ่

วิสาหกิจชุมชนเป็นระบบที่มีความหลากหลายของกิจกรรม เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน เป็นการประกอบการบนพื้นฐานของการใช้ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรมและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชน โดยมุ่งประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด และมุ่งต่อการรักษาระบบนิเวศน์ของสังคมโดยรวม ถ้าเปรียบกับอุตสาหกรรมชุมชนและธุรกิจชุมชนกับการทำการเกษตร ก็คล้ายกับการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ขณะที่วิสาหกิจชุมชนจะคล้ายกับการปลูกพืชผสมผสาน

นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนจะเน้นในเรื่องของวิถีคิดและกระบวนการเรียนรู้มากที่สุด ปัญหาที่ผ่านมาจากชุมชนนั้นเป็นปัญหาวิถีคิดมากกว่าวิธีทำ ชุมชนสามารถผลิตได้มากมาย แต่ขายไม่ออก ขาดทุน หาดตลาดไม่ได้ เพราะเริ่มต้นจากวิธีทำ จากสูตรสำเร็จ จากการเลียนแบบ การทำวิสาหกิจชุมชนนั้น จึงควรเริ่มต้นจัดทำเพื่อให้พอกินพอใช้ก่อนแล้วค่อยพัฒนาไปสู่การจัดการเชิงธุรกิจ เมื่อพอเพียงและพึ่งตนเองได้ก็สามารถผลิตให้เหลือเพื่อตลาดได้ และการคิดจะนำผลผลิตออกสู่ตลาดนั้นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มาจากการรู้จักใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพหรือ

ทรัพยากรในท้องถิ่นบวกกับความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสม โดยควรเริ่มจากเล็กไปหาใหญ่เพื่อที่จะสร้างรากฐานเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งก่อน ทำกินทำใช้ก่อน ทำทดแทนสิ่งที่จะต้องซื้อให้ได้มากที่สุด หากต้องการที่จะนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ก็ควรเรียนรู้การจัดการและกลไกทางการตลาดให้ดี ไม่หวังพึ่งตลาดเป็นหลัก แต่ควรพึ่งตนเองและพึ่งพากันเองให้ได้มากที่สุด

วิสาหกิจชุมชนกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน โดยนำเอา เศรษฐศาสตร์ชุมชนหรือเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ยกตัวอย่างเช่น ในตำบลหนึ่งวิสาหกิจชุมชน 20-30 อย่าง และทำการผลิตเพื่อบริโภคในท้องถิ่น ลดการซื้อจากภายนอกได้ประมาณหนึ่งในสี่ วิสาหกิจชุมชนที่ตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานและวงจรชีวิตของชุมชนจะทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจชุมชน ระบบที่พึ่งพาตนเองได้ ชุมชนมีรายรับมากกว่ารายจ่ายผลิตอาหารและปัจจัยพื้นฐานได้เอง ถ้าไม่มีวิสาหกิจชุมชน ไม่มีเศรษฐกิจชุมชน ชุมชนก็ได้แต่รอรับความช่วยเหลือจากรัฐหรือจากภายนอก ต้องขึ้นอยู่กับคนอื่นพึ่งตนเองไม่ได้ กลายเป็นระบบอุปถัมภ์ที่ชุมชนต้องพึ่งพาคนอื่นตลอดไป ยกตัวอย่าง ตำบลไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ปลูกลำไยเป็นหลักและทำสวนผลไม้บ้าง มีรายได้จากการปลูกลำไยและสวนผลไม้ปีละประมาณ 100 ล้านบาท มีรายจ่ายประมาณ 200 ล้านบาท ทำให้อยู่ในวังวนของหนี้สินที่เพิ่มขึ้นทุกปี แต่วันนี้ชาวบ้านเหล่านี้ได้เรียนรู้ได้เข้าใจสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองดีขึ้น ได้รู้ว่าทำไมต้องเป็นหนี้มากขนาดนั้น จึงตัดสินใจทำแผนวิสาหกิจชุมชนจากที่ทำเริ่มต้น 2-3 อย่างมาเป็น 60 อย่างในปัจจุบัน มีการจัดระบบชุมชนใหม่ โดยใช้ทุนของชุมชนให้มากที่สุด ทำให้เกิดระบบอาหาร ระบบของใช้ ระบบทุน ระบบการผลิต ระบบการจัดการการผลิตและระบบตลาดขึ้นมา โดยระบบต่าง ๆ เหล่านี้มีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น โรงงานยาง การเลี้ยงไก่ กบ ปลา การปลูกลูกผสมสมุนไพร ยาสมุนไพร ปุ๋ย น้ำหมักชีวภาพ ทั้งนี้ยังไม่ได้รวมกับการท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมด้านสุขภาพต่าง ๆ ซึ่งตำบลไม้เรียงกำลังพัฒนาเริ่มต้นมาพร้อม ๆ กัน เหล่านี้ถือว่าอยู่ในระบบและวิถีชุมชนที่พวกเขากำหนดเองและให้ชุมชนได้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา

ทุนของวิสาหกิจชุมชน

ทุนของวิสาหกิจชุมชนนั้นมีทั้งทุนที่เป็นเงิน ทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะต่าง ๆ วัฒนธรรม ทุนทางสังคม หรือความเป็นพี่น้อง ความไว้ใจกันของชุมชน เครือข่ายความสัมพันธ์ของสมาชิกชุมชนวิสาหกิจชุมชนจะใช้ทุนตัวเองเป็นหลัก แต่ก็ไม่ปฏิเสธเงินจากภายนอก เพียงแต่รับเงินทุนจากภายนอกบนพื้นฐานความคิดใหม่ คือ การพึ่งตนเอง พึ่งทุนที่ตนเองมีเป็นหลัก โดยเงินทุนจากภายนอกจะเข้าไปสมทบทุนของชุมชน ในขณะที่ชุมชนมีทรัพยากร ความรู้ มีปัญญาและอื่น ๆ ซึ่งดีเป็นเงินหรือประเมินค่าไม่ได้ แต่ในกรณีที่ชุมชนมีความต้องการเพิ่มทุนเพื่อลงทุนในวิสาหกิจชุมชน โดยสามารถไปขอกู้จากธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้จัดงบประมาณไว้ถึง 10,000 ล้านบาท เพื่อรองรับวิสาหกิจชุมชนหรือกองทุนต่าง ๆ ที่มีนโยบายในช่วยเหลือการประกอบการวิสาหกิจชุมชน

การจัดการการผลิตและการตลาดของวิสาหกิจชุมชน

การจัดการการผลิตและการตลาดเป็นเรื่องที่ชุมชนต้องเรียนรู้ โดยเรียนรู้ว่าจะจัดการอย่างไร ให้ชุมชนมาร่วมกันวางแผนการผลิต การตลาด การบริโภคร่วมกัน ไม่ใช่ต่างคนต่างทำ และในที่สุดก็ทำซ้ำกันผลิตล้นเกินและขายไม่ออก ชุมชนต้องสร้างวงจรเศรษฐกิจชุมชนขึ้นมาใหม่ เชื่อมโยงทุกเรื่องที่ทำได้ อาหาร ข้าวของเครื่องใช้ และทำแบบประสานพลังให้เกิดผลทวีคูณ ไม่ใช่ทำเพื่อแข่งขันกันขายเหมือนทำกล้วยฉาบทั้งตำบล ทำแชมพูทุกหมู่บ้าน หรือคนปลูกข้าวก็ปลูกได้ข้าวมากก็เอาไว้กินส่วนหนึ่งที่เหลือก็ขายให้กับพ่อค้า พ่อค้าก็เอาไปแปรรูปแล้วเอาข้าวสารกลับไปขายในหมู่บ้าน คนปลูกข้าวขายข้าวเปลือกราคาถูก แต่คนซื้อข้าวสารกลับซื้อข้าวในราคาแพง

ในการที่จะทำตลาดของวิสาหกิจชุมชนนั้น ต้องมีเป้าหมายในการผลิตก่อนว่า ต้องการทำการผลิตเพื่อบริโภคภายในครอบครัว ในชุมชนหรือระหว่างชุมชน ทำการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการ และจัดการผลผลิตให้ได้ก่อน ถ้าผลผลิตนั้นไปได้ดีแล้วจึงค่อยเพิ่มปริมาณการผลิตหรือหากว่าผลิตภัณฑ์บางตัวในชุมชนนั้นมีความโดดเด่นมีคุณภาพ มีลักษณะเฉพาะตัวพอที่นำออกไปจำหน่ายสู่ท้องตลาดได้ ก็เป็นเรื่องของกลไกการตลาดที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งตลาดวิสาหกิจชุมชนนั้น แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ตลาดพอเพียง หมายถึง ตลาดท้องถิ่น ตลาดภายในชุมชนและระหว่างชุมชน หรือใน

เครือข่าย

2. ตลาดผูกพัน หมายถึง ตลาดที่มีการตกลงหรือเซ็นสัญญาซื้อขายระหว่างองค์กร
หน่วยงานนอกชุมชน เช่น โรงพยาบาลหนึ่งตกลงซื้อข้าวกล้องจากชุมชนปีหนึ่ง 10 ตัน รัฐวิสาหกิจแห่ง
หนึ่งตกลงซื้อผ้าฝ้ายทอมือจากชุมชนปีละ 10,000 เมตร เพื่อให้พนักงานตัดชุดใส่วันศุกร์ เป็นต้น
3. ตลาดทั่วไป หมายถึง ตลาดที่ต้องแข่งขันกับคนอื่น ในเมือง หรือส่งออกไปต่างประเทศ

ความพร้อมของชุมชนเพื่อการทำวิสาหกิจชุมชน

ความพร้อมของชุมชนเพื่อการทำวิสาหกิจชุมชนนั้น อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติของชุมชนที่
มีจุดแข็ง 3 อย่าง กล่าวคือ

1. ความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นชุมชนที่ยังมีป่า มีดิน น้ำ ธรรมชาติ ที่มากด้วยสิ่งที่มี
คุณค่าต่อชีวิต เป็นอาหาร เป็นยา เป็นของใช้ต่าง ๆ ถ้าหากค้นให้พบคุณค่า สิ่งเหล่านั้นก็จะมีมูลค่า ดู
แต่หญ้าแห้วหมู หญ้าคา หญ้าแพรก ซึ่งคนยุคใหม่วันนี้เรียกกันว่า “วัชพืช” และพยายามทำลายด้วย
สารเคมีก็ล้วนมีคุณค่าเป็นยาอายุวัฒนะ เป็นยาขับปัสสาวะ ลดความดัน สามารถใช้แทนยาสมัยใหม่ได้
2. ภูมิปัญญาของท้องถิ่น แม้ว่าในปัจจุบันเรื่องภูมิปัญญาของท้องถิ่นจะหายไปพร้อมกับ
คนรุ่นเก่า แต่ก็ยังมีเหลืออยู่ไม่น้อยหากรู้จักค้นหานำมาประยุกต์และผสมผสานกับความรู้ใหม่ ๆ ใน
ปัจจุบันก็อาจจะได้สิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่า
3. เครือข่ายของความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในชุมชน คนในชุมชนนั้นต้องมีความร่วมมือ
ร่วมใจกันจัดการองค์กรชุมชนและเครือข่าย สามารถพึ่งพาอาศัยกัน ร่วมกันจัดการทรัพยากร ผลผลิต
ต่าง ๆ แบ่งกันผลิตและร่วมกันบริโภค เป็นชุมชนพึ่งตนเองได้

วิสาหกิจชุมชนกับแผนแม่บทชุมชน

เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการเรียนรู้และการจัดการแบบใหม่ ซึ่งการทำแผนชุมชน
ถือว่าเป็นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้ชุมชนได้ค้นหาศักยภาพ
ตนเอง และสามารถพัฒนาศักยภาพดังกล่าวไปสู่การพึ่งตนเองได้ แผนแม่บทชุมชนใช้เครื่องมือในการ
ทำวิจัยชุมชนที่เรียกว่า “ประชาพิจัย” หรือชื่อเต็มว่า “ประชาพิจัยและพัฒนา (People Research
and Development--PR&D) ซึ่งหมายถึง การวิจัยของชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชน เพราะฉะนั้น
แผนแม่บทชุมชนจึงไม่ได้เป็นการนั่งคิดเอาเอง เป็นแผนที่เกิดจาก “ข้อมูล” แต่ก็ไม่ใช่ข้อมูลที่เพียง

ปัญหาและความต้องการของชุมชนเท่านั้น แต่รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและสถานการณ์โลกในปัจจุบันที่มีผลต่อวิถีชีวิตของชุมชน ประวัติความเป็นมา รวมไปถึงรากเหง้าที่ช่วยกันสืบค้นเพื่อค้นหาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง เรียนรู้ว่ามีทรัพยากรอะไรบ้าง โดยเฉพาะทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน มีผลผลิต รายรับ รายจ่าย มากน้อยเท่าใดในชุมชน เพื่อที่จะได้ค้นหาสภาพแวดล้อมที่แท้จริงและหาทางแก้ไขปัญหาของชุมชนได้อย่างถูกต้องและยั่งยืน

ในการทำแผนแม่บทชุมชนนั้น แต่ละชุมชนก็ใช้ระยะเวลาไม่เท่ากัน ปกติใช้เวลาประมาณ 5-6 เดือน ถ้าหากไม่มีปัญหาและอุปสรรคมากเกินไป แต่หากชุมชนมีปัญหา มีความแตกแยก เป็นกลุ่มเป็นพวก รวมกันไม่ติด หรือคนน้อย คนอื่นไปทำงานต่างถิ่นกันหมด ในกระบวนการเรียนรู้ก็อาจเป็นปีหรือมากกว่า อย่างไรก็ตามวิธีการที่ถูกต้องเหมาะสม คือ ให้ชาวบ้านเป็นคนคิดทำแผนเองทุกขั้นตอน เพื่อเป็นแผนชีวิตของชุมชนเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่บอกว่าชุมชนต้องการจะไปไหนและทำอย่างไรให้ไปถึงจุดหมาย เป็นแผนที่ประกอบไปด้วยวิสัยทัศน์พร้อมทั้งแผนงานและโครงการต่าง ๆ ที่ชุมชนร่วมกันคิดร่วมกันทำด้วยทุนตนเอง และหากมีทุนของทางราชการหรือองค์กรภายนอกเข้าไปเสริม การดำเนินงานของชุมชนจึงจะทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น แทนที่จะสะสมทุนของชุมชนเองเป็นระยะเวลานาน หลายชุมชนได้แผนแม่บทแต่ไม่เกิดวิสาหกิจชุมชนเนื่องจากกระบวนการเรียนรู้ไม่มีประสิทธิภาพพอ ฐานคิดไม่แน่นรวมถึงการบริหารจัดการแผนแม่บทในชุมชนไม่เกี่ยวเนื่องหรือกิจกรรมไม่สนับสนุนเกื้อกูลกัน การทำแผนที่ดินนอกจากจะรู้ปัญหา ความต้องการของชุมชนแล้ว ยังจะได้รู้ว่ามีทุนท้องถิ่นอะไรบ้าง เช่น บางชุมชนจับปลากระตักได้คิดเป็นมูลค่าปีละ 5 ล้านบาท แต่ซื้อน้ำปลากินปีละ 700,000 บาท แต่ถ้าพวกเขานำปลากระตักมาแปรรูปเป็นน้ำปลาจะสามารถทดแทนการซื้อจากตลาดได้ การมีข้อมูลการบริโภคอุปโภคก็จะทำให้การจัดการการผลิตและการอุปโภคบริโภคได้สามารถที่จะช่วยให้วางแผนได้ ว่าควรผลิตเท่าไร จึงจะเพียงพอต่อความต้องการของชุมชน การมีข้อมูลบริโภค รายรับ รายจ่าย หนี้สิน เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะทำให้ชุมชนตระหนักถึงสภาพที่แท้จริงของชุมชน อันเกิดจากพฤติกรรมของตนเอง และสามารถที่จะทำให้ชุมชนนั้นปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำรงชีวิตจากการที่เคยซื้อกิน สามารถที่จะลงมือทำเอง ปลูกเอง เลี้ยงเอง แปรรูปเอง และบริโภคเองได้

วิสาหกิจชุมชนนั้นมีหลายระดับทั้งระดับครอบครัว ชุมชนและเครือข่ายระหว่างชุมชนในตำบลเดียวกันหรือระหว่างตำบล แล้วแต่จะมีการจัดการอย่างไร บางแห่งร่วมกันผลิต ร่วมกันบริโภค บางแห่งกระจายกันผลิตแล้วร่วมกันบริโภค บางแห่งร่วมกันเรียนรู้ให้มีกลุ่มผลผลิต แล้วชุมชนร่วมกัน

บริโศก หรือบางเรื่องครอบครัวเอาไปทำเอง ทำกันแบบผสมผสานหลายลักษณะ แต่การทำแผนแม่บทชุมชนจะทำงานในระดับตำบล เพราะเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ทำให้ร่วมกันคิดร่วมกันทำ จัดการผลิต การตลาด การบริโศกได้ดีกว่าการทำเพียงหมู่บ้านเดียว

การลดรายจ่ายเพิ่มรายได้ของวิสาหกิจชุมชน

การส่งเสริมให้ชาวบ้านทำกิจกรรมต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะขาดการส่งเสริมให้ลดรายจ่าย ผลก็คือ ยิ่งรายได้เพิ่มรายจ่ายก็เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว ทำให้เกิดหนี้สินพอกพูนจนแก้ไขไม่ได้ ดังนั้นการเพิ่มรายได้และการลดรายจ่ายจึงถือว่าเป็นวิธีที่ง่ายที่สุด การลดรายจ่ายอาจจะไม่เห็นผลถ้าคิดในเรื่องเดียวหรือเดือนเดียว แต่ถ้าคิดในหลาย ๆ เรื่องรวมกันพบว่า เป็นเรื่องใหญ่เลยทีเดียว เช่น ครอบครัวหนึ่งเคยใช้จ่ายเดือนละ 4,000 บาท เมื่อครอบครัวนี้ลดรายจ่ายเป็น 3,000 บาท จะลดค่าใช้จ่ายได้ 1,000 บาท ในหนึ่งปีสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 12,000 บาท ทำนองเดียวกันถ้าคิดในแง่ของชุมชน ข้อมูลการเพิ่มขึ้นของรายได้ก็ยิ่งมากขึ้น การทำปุ๋ยอินทรีย์ บัญชีภาพใช้แทนการใช้ปุ๋ยเคมี สามารถประหยัดได้ถึงหลายล้านบาทต่อตำบล การทำกินเอง ทำใช้เอง เป็นการลดการใช้จ่ายลงได้มาก และทำให้รายรับเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด หรือใครมีปัญหาหนี้สินก็สามารถแก้ไขปัญหานี้สินได้เร็วขึ้น

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

คำว่า “เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน” มีความหมายหลายอย่างตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนเพื่อประกอบการวิสาหกิจชุมชน ในขณะที่ชาวบ้านทั่วไปและองค์กรพัฒนาเอกชนใช้คำนี้เพื่อหมายถึงองค์กรชุมชนต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กันเป็นเครือข่าย แม้จะมีความหมายต่างกัน แต่เนื้อหาสำคัญอันเดียวกันคือ ความสัมพันธ์ระหว่างคนหรือองค์กรในท้องถิ่น ซึ่งเกิดขึ้นเพราะมีคนเชื่อมโยงเครือข่าย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนั้นมี 2 ประเภท คือ (1) เครือข่ายภายใน เป็นเครือข่ายที่มีการจัดการความสัมพันธ์ในระดับหมู่บ้าน ตำบล และ (2) เครือข่ายภายนอก เป็นเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ในระดับอำเภอ จังหวัด ภาค แต่เนื่องจากระบบโครงสร้างสังคมสมัยใหม่ไม่ค่อยเอื้อให้คนในชุมชนมีความสัมพันธ์กันเหมือนเมื่อก่อน คนในหมู่บ้านเดียวกันไปมาหาสู่ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน พึ่งพาอาศัยธรรมชาติ ไม่ต้องออกไปหาเงินไกล ๆ ทำให้คนใกล้ชิดชิดกัน วันนี้สถานการณ์เปลี่ยนไป จำเป็นต้องมีคนเชื่อมคน เชื่อมองค์กร เพื่อให้ผู้คนมีความสัมพันธ์กันและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเหมือนที่เคยทำในอดีตแต่ต่างกันในรูปแบบ ซึ่งต้องพัฒนาให้เหมาะสมต่อไป

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญมาก ถ้ามีคนรวมกันตั้งเป็นองค์กรในชุมชนและเชื่อมโยงกันในตำบลหรือระหว่างตำบลก็จะเกิดพลัง ถ้ามีการจัดการที่ดีก็จะทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง เพราะจะมีการจัดการเรื่องการผลิต การบริโภค ใครจะผลิตอะไร จัดการอย่างไร ถ้ามีเครือข่ายกว้างก็จะทำให้จัดการการผลิตหลายอย่างได้คล่องตัว เช่น ปลุกผักแค้ไม่กี่แปลงก็กินได้ทั้งหมู่บ้าน ถ้าปลูกผักกันหลายคนก็คงต้องมีตลาดที่กว้างกว่า ซึ่งในกรณีนี้ตลาดเครือข่ายจะช่วยได้มาก ทำให้ปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ ผลิตปุ๋ย และอย่างอื่นได้ปริมาณมากและราคาก็จะถูกลง ในปีหนึ่ง ๆ แต่ละตำบลใช้จ่ายในเรื่องของข้าวปลาอาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ ปุ๋ยตำบลละกว่า 50 ล้านบาท บางแห่งมากกว่า 100 ล้านบาท ถ้ามีการจัดการดีตลาดท้องถิ่นก็จะเป็นของชุมชน วิสาหกิจชุมชนที่ดีชาวบ้านจะเป็นคนกำหนดราคาเองได้ โดยไม่ต้องไปถามพ่อค้าว่าจะซื้อเท่าไร ตลาดวิสาหกิจชุมชน ดังนั้นชุมชนจึงควรเป็นผู้กำหนดราคาเอง

วิสาหกิจชุมชนกับโครงการต่าง ๆ ของรัฐ

วิสาหกิจชุมชนนั้นเกี่ยวข้องกับโครงการของรัฐบาลที่ได้ดำเนินการมาแล้วอย่างเช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง 1 ล้านบาท โครงการพักชำระหนี้ กล่าวคือ เนื่องจากการคิดและการจัดการวิสาหกิจชุมชนทำให้ชุมชนมีระบบการคิด การจัดการที่ชัดเจน แยกแยะได้ว่าอะไรทำเพื่อกิน เพื่อใช้สินค้าอะไรดีพอที่จะเอาออกสู่ตลาดใหญ่แล้วเรียกผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้านมีความภาคภูมิใจในการนำเสนอสู่ตลาดใหญ่ว่า “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”

ในแง่ของการจัดการกองทุนชุมชน เงินกองทุนหมู่บ้าน 1 ล้านบาท เป็นแนวทางที่ชุมชนสามารถนำไปเสริมความเข้มแข็งของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันการขาดการจัดการกองทุนที่ดี ขาดความรู้ ความเข้าใจ มุ่งเน้นเพียงแต่การเพิ่มรายได้ อาจก่อให้เกิดหนี้สินเป็นปัญหาที่จะตามมา ดังนั้น การจัดระเบียบเศรษฐกิจใหม่ของชุมชน เรียนการรู้จักตนเอง ชุมชน โลก รวมไปถึงจนถึงการพัฒนาศักยภาพ ด้วยการจัดการอย่างพอเพียง ทำให้สามารถลดรายจ่ายและมีรายได้สูงขึ้น ในกรณีที่เป็นหนี้ระบบการจัดการนี้สามารถที่จะแบ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นไปใช้หนี้ได้

แนวทางการดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

จากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้กำหนดให้กรมส่งเสริม

การเกษตรเป็นแกนกลางในการดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน โดยกรมส่งเสริมการเกษตรมีหน้าที่เป็นผู้ให้การรับรองสถานภาพของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเป็นสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีบทบาทหน้าที่ 3 ส่วนด้วยกัน คือ

- (1) เป็นหน่วยงานในการรับจดทะเบียน/เพิกถอนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเลิกกิจการ
- (2) เป็นสำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และ
- (3) ดำเนินการให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายอย่างครบวงจรและเป็นเอกภาพ โดยแนวทางในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้

1. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายจะดำเนินการในลักษณะของการบูรณาการทั้งภายในหน่วยงานและร่วมกับภาคีทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ โดยมีกรมส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นแกนกลาง เพื่อให้เกิดการรวมพลังในการขับเคลื่อนการทำงานร่วมกับภาคีต่าง ๆ

2. การยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย จะเป็นไปโดยความสมัครใจและความพร้อมของชุมชน โดยไม่ได้ตั้งเป้าหมายจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จะต้องมาขึ้นทะเบียนในแต่ละปี แต่สิ่งสำคัญ คือ จะต้องสร้างความเข้าใจให้ประชาชนและชุมชนได้รับทราบถึงสิทธิประโยชน์ วิธีการและขั้นตอนในการขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 อย่างทั่วถึง

3. เจ้าหน้าที่ในภาครัฐ และเอกชนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรมีบทบาทเป็นผู้เชื่อมประสานกับวิสาหกิจชุมชนในเรื่อง การเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ (facilitator) การเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลง (catalyst) และการเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดเครือข่าย (networker)

4. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจะมุ่งเน้นส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการทุนของชุมชน ทั้งที่เป็นเงิน ทรัพยากร ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเพื่อการพึ่งพาตนเอง และเกื้อหนุนกิจการของชุมชนมากกว่าสนับสนุนในรูปของปัจจัยและเงินให้เปล่าแก่ชุมชน

5. พัฒนาระบบข้อมูลวิสาหกิจชุมชน และเครือข่าย เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารและความรู้ในระหว่างวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง

6. พัฒนาวិสาหกิจชุมชนต้นแบบในทุกจังหวัดในปี พ.ศ. 2548

ประโยชน์ที่ได้รับจากการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

เมื่อได้มีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนแล้วตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จะทำให้ได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. เกิดการรวมตัวกันของคนในชุมชนในการประกอบกิจการในระดับชุมชนเป็นวิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองตามกฎหมาย
2. มีสิทธิในการขอรับการส่งเสริมหรือสนับสนุนความต้องการที่แท้จริงจากคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
3. มีสิทธิในการได้รับการส่งเสริมหรือการสนับสนุนการพัฒนากิจการตามมาตรการที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจัดให้มี คือ วิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิ ซึ่งมีการประกอบกิจการอย่างครบวงจร ทำให้วิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้วได้มีการพัฒนาที่สูงขึ้น วิสาหกิจชุมชนประสงค์จะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือดำเนินการจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจใด ๆ การพัฒนามาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ และมีการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการส่งเสริมสนับสนุนเกี่ยวกับเงินทุน การจัดการฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์และเป็นไปตามความต้องการของวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งแก้ไขกฎหมายระเบียบข้อบังคับที่อุปสรรคต่อการดำเนินงานและนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้และพร้อมสำหรับการพัฒนาเพื่อที่จะแข่งขันทางการค้าในอนาคต

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1 ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ได้เกิดขึ้นมาพร้อมกับผลิตภัณฑ์และมีบทบาทสำคัญกับนักธุรกิจ บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ห่อหุ้มสินค้าเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมองเห็นเป็นอันดับแรกเนื่องจากสามารถเป็นสื่อโฆษณา จุดขายปลีกไปสู่ มือผู้ซื้อโดยตรง แสดงถึงชื่อเสียงของผู้ผลิต ราคาสินค้า คุณสมบัติ สรรพคุณ และวิธีการใช้ของสินค้าภาพลักษณ์ของสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องสามารถสร้างความสะอาดและสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค และเพิ่มแรงกระตุ้นในการซื้อให้กับผู้บริโภค (อมรรัตน์ สวัสดิ์หัตต. 2534: 44)

การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่ การ

ผลิตภัณฑ์ หรือบริการได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และจะให้เห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม (Innovation) หรือการพัฒนาอะไรใหม่อีกแล้วฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนากันมานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ (Packaging) บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ (Package) ถือว่าเป็นคำ คำเดียวกัน ทั้งนี้สุดแล้วแต่ผู้ใดประสงค์หรือชอบที่จะใช้คำไหน

ความหมายของการบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ (Packaging) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมายพอสรุปได้ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ Packaging หมายถึง งานเทคนิคที่ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในอันที่จะออกแบบและผลิตหีบห่อให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตขึ้นมา ให้ความคุ้มครองสินค้า ห่อหุ้มสินค้าตลอดจนประโยชน์ใช้สอย อาทิเช่น ความสะดวกสบายในการหอบหิ้ว พกพาหรือการใช้ เป็นต้น
2. บรรจุภัณฑ์ Packaging หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมในการวางแผนเกี่ยวกับการออกแบบ การผลิตภาชนะบรรจุหรือสิ่งหุ้มห่อสินค้าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับฉลาก(Label) และตราชื่อ (Brand name)
3. บรรจุภัณฑ์ Packaging หมายถึง ผลรวมของศาสตร์ (Science) ศิลป์ (Art) และเทคโนโลยีของการออกแบบ การผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า เพื่อการขนส่งและการขายโดยเสียค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม
4. บรรจุภัณฑ์ Packaging หมายถึง การใช้เทคโนโลยีและเศรษฐศาสตร์ เพื่อหาวิธีการรักษาสภาพเดิมของสินค้าจนกว่าจะถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อให้ยอดขายมากที่สุดและต้นทุนต่ำสุด
5. บรรจุภัณฑ์ Packaging หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตรูปร่างหน้าตาของภาชนะบรรจุ สิ่งห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์

3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

1. ทำหน้าที่รองรับ (Contain) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมกันอยู่เป็นกลุ่มน้อยหรือตามรูปร่างของภาชนะนั้น ๆ
2. ป้องกัน (Protect) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้ยุบ

สลาย เสียรูหรือเสียหายอันเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยสภาพของดินฟ้าอากาศ ระยะเวลาในการเก็บรักษา สภาพการขนส่ง กล่าวคือให้คงสภาพลักษณะของสินค้าให้เหมือนเมื่อผลิตออกจากโรงงานให้มากที่สุด

3. ทำหน้าที่รักษา (Preserve) คุณภาพสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

4. บ่งชี้ (Identify) หรือแจ้งข้อมูล (Inform) รายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด

คุณภาพและแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทาง โดยหีบห่อต้องแสดงข้อมูลชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในคืออะไร ผลิตจากไหน มีปริมาณเท่าใด ส่วนประกอบ วันเวลาที่ผลิต วันเวลาที่หมดอายุ การระบุข้อความสำคัญ ๆ ตามกฎหมาย โฉนดเฉพาะสินค้าประเภทอาหารและยาชื่อการค้า (Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trade Mark)

5. ดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) และช่วยชักจูงในการซื้อสินค้า เนื่องจากสินค้าชนิดใหม่มีเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันทางด้านตลาดก็เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ผู้ซื้อสินค้าย่อมไม่อาจติดตามการเคลื่อนไหวทางด้านตลาดได้ทัน หีบห่อจึงต้องทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่ให้กับผู้ซื้อด้วย ต้องดึงความสนใจของผู้ซื้อที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้สนใจในการใช้ และหลังจากใช้แล้วเกิดความพอใจที่จะซื้อใช้อีก หีบห่อจะทำหน้าที่ขายและโฆษณาสินค้าควบคู่กันไปในตัวด้วย เสมือนหนึ่งเป็น พนักงานขายเงียบ (Silent Salesman) ดังนั้นการที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจและชักจูงให้เกิดการซื้อได้จึงเป็น ผลจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ขนาด รูปร่าง สี รูปทรงวัสดุ ข้อความรายละเอียด ตัวอักษร ฯลฯ

6. ช่วยเพิ่มผลกำไร หีบห่อจะทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ไม่ได้ ถ้าหากหีบห่อไม่สามารถช่วยเพิ่มผลกำไรให้กับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ หีบห่อสามารถช่วยส่งเสริมยุทธวิธีการตลาดโดยการเปิดตลาดใหม่หรือเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าแต่ละชนิด

7. สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

8. การแสดงตัว (Presentation) คือ การสื่อความหมาย บุคลิก ภาพพจน์ การออกแบบ และสี สันแห่งคุณภาพ ความคุ้มค่าต่อผู้บริโภค / ผู้ใช้ / ผู้ซื้อ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชัดเจน สร้างความมั่นใจ เห็นแล้วอดซื้อไม่ได้ (ปูน คงเจริญเกียรติ และ สมพร คงเจริญเกียรติ, 2541: 8-9)

ประโยชน์ ของบรรจุภัณฑ์

1. การป้องกัน (Protection) เช่น กันน้ำ กันความชื้น กันแสง กันแก๊ส เมื่ออุณหภูมิสูงหรือต่ำ ด้านทานมิให้ผลิตภัณฑ์แปรสภาพไม่แตกไม่ฉีกขาดง่าย ปกป้องให้สินค้าอยู่ในสภาพใหม่สดอยู่ในสภาวะแวดล้อมของในตลาดได้ในวงจรรยาว โดยไม่แปรสภาพขนานแท้และดั้งเดิม

2. การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อขาย เอื้ออำนวยแก่การขาย ส่ง ต่อ การตั้งโชว์ การกระจาย การส่งเสริมจูงใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลังสินค้า ด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล ไม่เกิดรอยขีดข่วน / ชำรุด ตั้งแต่จุดผลิตและบรรจุ จนถึงมือผู้ซื้อ / ผู้ใช้/ ผู้บริโภค ทนทานต่อการเก็บไว้นานได้

3. การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่น โชว์ตัวเองได้อย่างสะดุดตา สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภค เมื่อต้องการจัดรายการเพื่อเสริมพลังการแข่งขัน ก็สามารถเปลี่ยนแปลงและจัดทำได้สะดวกควบคุมได้และประหยัด

4. การบรรจุภัณฑ์กลมกลืนกับสินค้าและกรรมวิธีการบรรจุ (Packaging) เหมาะสมทั้งในแง่การออกแบบ และเพื่อให้มีโครงสร้างเข้ากับขบวนการบรรจุ และเอื้ออำนวยความสะดวกในการหิ้ว ถือ กลับบ้าน ตลอดจนการใช้ได้กับเครื่องมือการบรรจุที่มีอยู่แล้ว หรือจัดหามาได้ ด้วยอัตราความเร็วในการผลิตที่ต้องการ

5. การเพิ่มยอดขาย เนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี จะสามารถดึงดูดตา ดึงดูดใจผู้บริโภคและก่อให้เกิดการซื้อในที่สุด รวมทั้งการลดต้นทุนการผลิต ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ที่ดีจึงต้องทำให้เกิดการสะดุดตาเป็นเด่นชัด (Attract Attention) ดึงดูดความสนใจและสร้างความสนใจ (Hold Their Interest) ก่อให้เกิดความอยากได้ (Build Their Desire)

ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ตามนิยามที่กล่าวมาแล้ว บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นพาหะ นำผลผลิตจากกระบวนการผลิต ผ่านการขนย้าย เก็บในคลังสินค้า ระบบการขนส่ง ระบบการจัดจำหน่ายเปิดโอกาสให้เลือกซื้อ เอื้ออำนวยความสะดวกในการบริโภคพร้อมทั้งกำจัดซากบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย จากขั้นตอนต่าง ๆ เหล่านี้ การแยกประเภทของบรรจุภัณฑ์อาจแยกได้หลายลักษณะแล้วแต่จุดมุ่งหมาย การแยกประเภทดังแสดง ในตาราง

ตาราง 1 การแยกประเภทของบรรจุภัณฑ์

	วิธีการจัดมุ่งหมาย	ประเภทของบรรจุภัณฑ์
1.	การออกแบบ	1.1 บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging) 1.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging) 1.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary Packaging)
2.	วัสดุที่ใช้	2.1 เยื่อและกระดาษ 2.2 พลาสติก 2.3 แก้ว 2.4 โลหะ

บรรจุภัณฑ์แบ่งตามการออกแบบ

ด้วยหลักการในการออกแบบ สามารถจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ได้เป็น 3 จำพวก คือ

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อจะได้สัมผัสเวลาที่จะบริโภค บรรจุภัณฑ์นั้นจะได้รับการโยนทิ้งเมื่อมีการเปิดบริโภคสินค้าภายในจนหมด เช่น ซอง
2. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าด้วยกัน เพื่อเหตุผลในการป้องกันหรือจัดจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น หรือด้วยเหตุผลในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองที่เห็นได้ทั่วไป เช่น กล่องกระดาษแข็งของหลอดยาสีฟัน ถุงพลาสติกใส่ ซองน้ำตาล 50 ซอง เป็นต้น

3. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary Packaging) หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์นั้นคือการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ขนส่งนี้ อาจแบ่งย่อยเป็น 3 ประเภท คือ

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีกเมื่อสินค้าได้รับการจัดเรียงวางบนหิ้งหรือคลังสินค้าของแหล่งขายปลีกแล้ว บรรจุภัณฑ์ขนส่งก็หมดหน้าที่การใช้งาน บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ เช่น แคร่และกะบะ (Pallet) เป็นต้น

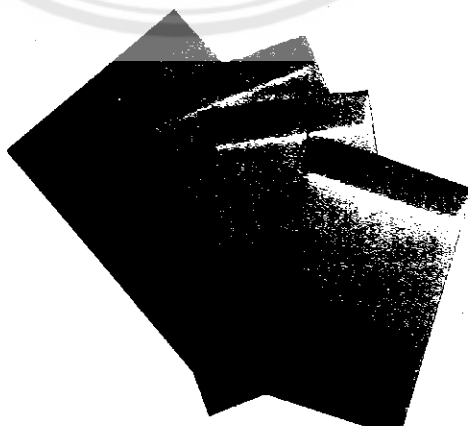
บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงาน เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ จัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน ตัวอย่าง เช่น ลังใส่ ซองพริกป่น ถุงน้ำจิ้ม เป็นผลผลิตจากโรงงานหนึ่งส่งไปยังโรงงานอาหารสำเร็จรูปเพื่อทำการบรรจุไปพร้อมกับอาหารหลัก เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปยังมือผู้บริโภค เช่น ถุงต่าง ๆ ที่ร้านค้าใส่ สินค้า

บรรจุภัณฑ์กระดาษ

กระดาษมีหลายชนิด ผลิตมาจากเยื่อกระดาษที่มีคุณภาพแตกต่างกันตามความเหนียวความทนทานต่อการฉีกขาด ดึงขาด ดันทะลุ สามารถตัด ดัด พับ งอ ได้ง่าย สามารถออกแบบได้มากแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกที่สุดและน้ำหนักเบาที่สุด โดยทั่วไปกระดาษจะยอมให้น้ำและก๊าซซึมผ่านได้ดี ไม่สามารถป้องกันความชื้น เสียความแข็งแรงเมื่อถูกน้ำหรืออยู่ในสภาวะที่เปียกชื้นมี ความคงรูปพิมพ์ได้คงตาม และสามารถใช้หมุนเวียน (Recycle) ได้จึงไม่ก่อปัญหามลภาวะ สามารถทำเป็นหีบห่อได้มากมาย ตั้งแต่ถุงชนิดต่าง ๆ กล่องกระดาษ ฯลฯ ซึ่งแต่ละชนิดมีความเหมาะสมกับ การใช้งานแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสินค้าและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นคุณสมบัติกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติจึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพขึ้น โดยการผสมหรือ เคลือบเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เพื่อให้สร้างสรรค์เป็นโครงสร้างใหม่ของบรรจุภัณฑ์และทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้น เช่น กระดาษเคลือบฟิล์มพลาสติก (Plastic Coated Paper) กระดาษเคลือบขี้ผึ้ง (Wax Laminated Paper) กระดาษทนน้ำมัน (Greaseproof Paper) เป็นต้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาดทั่วไป มี 8 รูปแบบ ดังนี้ คือ

1. ซองกระดาษ (Paper Envelope) ใช้บรรจุสินค้าต่าง ๆ เช่น ใบปลิว หัวส่วน ยาเม็ดเมล็ดพืช จดหมาย ฯลฯ การเลือกใช้ขนาดและชนิดของซองขึ้นกับชนิดของสินค้าและความแน่นหนาที่ต้องการ กระดาษที่ใช้ทำซองต้องพิจารณาถึงความคุ้มครอง รูปร่าง และราคาเป็นหลัก



ภาพ 3 ซองกระดาษ

ที่มา: <http://sahaoffice.co.th>

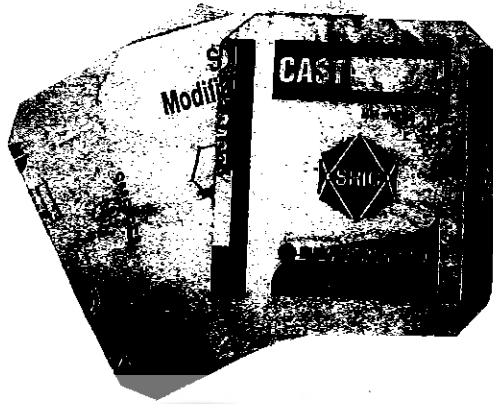
2. ถุงกระดาษ (Paper Bag) มีทั้งแบบแบนราบ (ใช้ใส่ อาหารชิ้นเล็ก ๆ ที่มีน้ำหนักเบา) แบบมีขยายข้างและกัน (ใช้บรรจุสินค้าที่มีปริมาณมาก เช่น แป้ง คุกกี้ ข้าวสาร ฯลฯ หรือใช้บุเป็นถุงในกล่องกระดาษแข็ง) และแบบผนึก 4 ด้าน บรรจุสินค้าประเภทเครื่องเทศ คุณสมบัติของกระดาษที่ใช้ขึ้นกับการใช้งานเป็นหลัก กล่าวคือ สินค้าที่มีน้ำหนักมากควรใช้กระดาษเหนียวซึ่งมีค่าของการต้านแรงดันทะลุ และการต้านแรงดึง ขาด อยู่ในเกณฑ์สูง หากสินค้านั้นมีความชื้นสูงหรือเก็บในสภาวะเปียกชื้น กระดาษที่มีค่าการดูดซึมน้ำต่ำ ๆ เช่น กระดาษเคลือบไข กระดาษเคลือบพลาสติก เป็นต้น



ภาพ 4. ถุงกระดาษ

ที่มา: <http://www.b2bthai.com/Search/Product/Detail/>

3. ถุงกระดาษหลายชั้น (Multiwall Paper Sack) สำหรับขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมากกว่า 10 กิโลกรัม สินค้าที่นิยมคือ ปูนซีเมนต์ อาหารสัตว์ สารเคมี เม็ดพลาสติก ถุงประเภทนี้ มีทั้งแบบปากเปิด และแบบมีลิ้น แต่ละแบบอาจจะมีส่วนขยายข้างด้วยก็ได้ วัสดุที่ใช้ทำมาจากกระดาษเหนียวที่ทากจากเยื่อเส้นใยยาว เพื่อให้มีความเหนียวสูง หากต้องการเพิ่มคุณสมบัติในด้านป้องกันความชื้นก็อาจเคลือบด้วยพลาสติก หรือยางมะตอยอีกชั้นหนึ่งวัสดุที่ใช้ทำถุงและช่องกระดาษส่วนใหญ่นิยมใช้กระดาษคราฟต์ (Kraft) ซึ่งมีความหนาบางนำมาซ้อนเป็นผนังหลายชั้น (Multi Wall Bag) หรือเคลือบผิวแตกต่างกันไปตามหน้าที่ใช้สอย เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันมากสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องอุปโภคบริโภคในหน่วยขายแบบปลีกย่อยซึ่งจัดได้ว่าเป็น Individual package อีกแบบหนึ่ง ที่มีความใกล้ชิดกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ที่แสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ดีอีกด้วย



ภาพ 5 ถุงกระดาษหลายชั้น

ที่มา: <http://kadassrongroj.yellowpages.co.th>

4. เยื่อกระดาษขึ้นรูป (Moulded Pulp Container) มีทั้งชนิดที่ทำจากเยื่อบริสุทธิ์ ซึ่งใช้บรรจุอาหารสำเร็จรูปและอาหารที่เข้าตูอบไมโครเวฟได้ และชนิดที่ทำจากเยื่อเศษกระดาษซึ่งใช้บรรจุไข่ ผัก ผลไม้สดและทำเป็นวัสดุกันกระแทก การเลือกใช้ต้องคำนึงถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จะบรรจุเป็นสำคัญ เพราะเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของผู้บริโภค



ภาพ 6 เยื่อกระดาษขึ้นรูป

ที่มา: <http://www.wkrecyclepack.com>

5. กระดาษกระป๋อง (Paper / Composite Can) เป็นบรรจุภัณฑ์รูปทรงกระบอกที่ได้จากการพันกระดาษทับกันหลาย ๆ ชั้น พันแบบเกลียวหรือแบบแนวตรง ถ้าใช้กระดาษเหนียวแต่เพียงอย่างเดียวจะเรียกว่า Paper Can นิยมใช้บรรจุของแห้ง แต่ถ้าใช้วัสดุร่วมระหว่าง กระดาษเหนียวอลูมิเนียมฟอยล์/พลาสติก จะเรียกว่า Composite Can ซึ่งมักจะบรรจุอาหารประเภทนมขบเคี้ยวต่าง ๆ ฝากระป๋องมักเป็นโลหะหรือพลาสติกบางครั้งจะใช้ฝาแบบมีห่วงเปิดง่าย (Easy Opening End) ก็ได้การ

เลือกใช้ต้องพิจารณาคุณภาพของตะเข็บระหว่างตัวกระป๋อง ฝาและรอยต่อของการพัน เพื่อป้องกันมิให้เกิดการรั่วซึม



ภาพ 7 กระดาษกระป๋อง

ที่มา: <https://www.ceediz.com>

6. ถังกระดาษ (Fibre Drum) มีลักษณะเช่นเดียวกับกระป๋องกระดาษ แต่มีขนาดใหญ่ใช้เพื่อการขนส่งสินค้าที่นิยมบรรจุคือ สารเคมี เม็ดพลาสติก ฯลฯ การเลือกใช้ต้องคำนึงถึงความแข็งแรงเมื่อเรียงซ้อนเป็นหลักโดยการทดสอบค่าของการต้านแรงกด



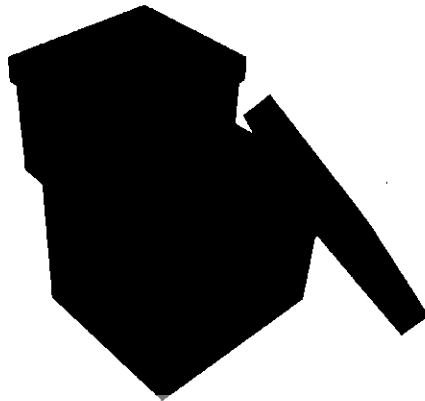
ภาพ 8 ถังกระดาษ

ที่มา: <http://www.paltech.co.th>

7. กล่องกระดาษแข็ง (Paperboard Box) เป็นบรรจุภัณฑ์ขายปลีกที่ได้รับความนิยมสูงสุด สามารถทำจากกระดาษแข็งได้หลายชนิด อาทิ กระดาษไม่เคลือบ (กระดาษขาว – เทา) กระดาษเคลือบ กระดาษการ์ด กระดาษอาร์ตมัน กระดาษฮาร์ดบอร์ด เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถเคลือบวัสดุอื่น เช่น วานิช พลาสติก ใย เพื่อปรับคุณสมบัติให้ดีขึ้น รูปแบบของกล่องกระดาษแข็งแบ่งได้ เป็น 2 ประเภท คือ กล่องแบบพับได้ (Folding Carton) หรือ (Cardboard) กล่องแบบคงรูป (Set-Up Box) ส่วนกระดาษแข็งที่ใช้ทำกล่องมี 2 ประเภท ดังนี้

(1) กระดาษกล่องขาวไม่เคลือบ กระดาษชนิดนี้คล้ายกับชนิดเคลือบแต่เนื้อหยาบกว่า สีขาวของกระดาษไม่สม่ำเสมอ แต่ราคาถูกกว่า ต้องพิมพ์ด้วยระบบธรรมดา เช่น กล่องใส่ รองเท้า กล่องใส่ ขนมไหว้พระจันทร์ เป็นต้น

(2) กระดาษกล่องขาวเคลือบ กระดาษชนิดนี้ นิยมใช้ในการบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภค กันมากเพราะสามารถพิมพ์ระบบออฟเซตสี ได้หลายสี สวยงาม และทำให้สินค้าบรรจุภายในกล่องดูมีคุณค่าขึ้น มีขายตามร้านขายเครื่องเขียนทั่วไป เรียกอีกชื่อว่ากระดาษแข็งเทา – ขาว ในการทำกล่องบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารนิยมใช้กระดาษชนิดนี้เพราะหาซื้อง่าย การเลือกใช้กล่องกระดาษแข็ง ต้องพิจารณาคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเป็นหลัก เช่น ความชื้น การต้านแรงดัน ทะลุ ความสามารถในการรับน้ำหนักได้ประมาณ 2 – 3 ปอนด์ แล้วแต่ขนาดและความหนาของกระดาษ ความเรียบของผิวกระดาษ ความหนา ความขาว สว่าง สามารถพิมพ์สีสันได้ดี คงทนต่อการโค้งงอ สามารถพับเป็นแผ่นแบนได้ไม่เปื่อยเนื่องจากการเก็บและขนส่ง มีขนาดมากมายให้เลือกได้ตามต้องการ ง่ายที่จะตัด เจาะหรือบิด มีราคาถูก ทั้งวัสดุและกรรมวิธีการผลิตในการออกแบบกล่องกระดาษแข็งนั้น การเลือกขนาดของกระดาษและแบบของกล่องจะขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าและความต้องการของตลาด การตั้งวางต้องคงตัวแข็งแรง ให้ความสวยงามเมื่อตั้งวางเป็นกลุ่ม ง่ายแก่การหยิบและถือ กล่องที่หนักอาจมีหูหิ้วก็ได้ ฯลฯ



ภาพ 9 กล่องกระดาษแข็ง

ที่มา: <http://promtpunpackaging.weebly.com>

8. กล่องกระดาษลูกฟูก (Corrugated Fibreboard Box) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีบทบาทและปริมาณการใช้สูงสุด กล่องกระดาษลูกฟูกมีน้ำหนักเบา สามารถออกแบบให้มีขนาดรูปทรงและความแข็งแรงได้ตามต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถพิมพ์ข้อความ หรือ รูปภาพบนกล่องให้สวยงามเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค ปัจจุบันนิยมใช้กล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น ผักและผลไม้สดได้ เริ่มมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาและปรับปรุงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกล่องบรรจุผลไม้สดเพื่อการส่งออก เพื่อให้เหมาะสมกับผักและผลไม้แต่ละชนิด เช่น กล่องบรรจุมะม่วง มะละกอ ทุเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ เงาะ ฯลฯ ทำให้สะดวกแก่การลำเลียงขนส่ง การเก็บในคลังสินค้า การรักษาคุณภาพสินค้า และความสวยงามเพื่อวางขาย ทั้งในซูเปอร์มาเก็ตและตลาดทั่วไป ทำให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศมากขึ้นอย่างรวดเร็ว



ภาพ 10 กล่องกระดาษลูกฟูก

ที่มา: <http://www.vsjbox.co>

กระดาษลูกฟูกเป็นกระดาษที่ประกอบด้วยแผ่นเรียบ 2 ด้าน ติดกาวประกบไว้กับกระดาษลูกฟูก (Corrugated Paper) จะเป็นชั้นเดียว 2 ชั้น หรือ 3 ชั้นก็ได้ คุณสมบัติทั่ว ๆ ไปจะคล้ายกับกล่องกระดาษแข็ง คือ ราคาถูก ทำรูปร่างต่าง ๆ ได้ รับน้ำหนักได้มากกว่ากล่องกระดาษแข็ง สามารถพิมพ์สี สั้นได้ แต่มักจะพิมพ์ 2 สี เพื่อความประหยัด

กล่องกระดาษลูกฟูก (ตามมาตรฐานของ สมอ. เลขที่ มอก. 321 – 2522) ได้นิยาม คำต่างๆไว้ดังนี้

1.กระดาษทำลูกฟูก (Corrugating Medium) หมายถึง กระดาษที่นำมาใช้ทำเป็นลอนเพื่อประกอบเป็นแกนกลางของแผ่นลูกฟูก

ลอน A		4.0 - 4.8	38	เหมาะกับการรับน้ำหนัก การเขียงขอบมากจะไม่เน้นการพิมพ์
ลอน B		2.1 - 3.0	49	เหมาะกับการรับน้ำหนักได้ ด้วยตัวมันเอง เช่น กระจังเหล็ก
ลอน C		3.2 - 3.9	41	เป็นที่นิยมใช้กันมากเหมาะกับการรับน้ำหนักที่รับน้ำหนักได้ดี
ลอน D		1.0 - 1.8	59	เหมาะกับการรับน้ำหนักที่รับน้ำหนักได้ดี

ภาพ 11 ขนาดของลอนลูกฟูก

ที่มา: <http://www.kpnpacking.com>

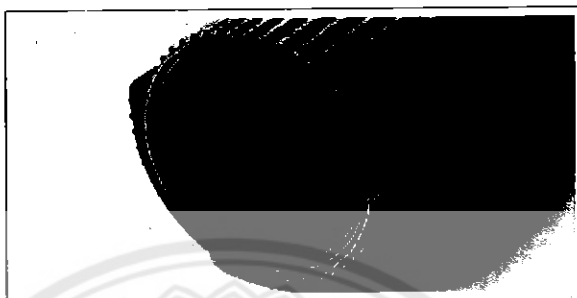
2. กระดาษลูกฟูก หมายถึง กระดาษที่ได้นำมาขึ้นลอนเป็นลูกฟูกแล้ว



ภาพ 12 กระดาษลูกฟูก

ที่มา: <http://www.amarillasinternet.com>

3. แผ่นลูกฟูก (Corrugated Board) หมายถึง กระดาษที่มีโครงสร้างประกอบด้วยกระดาษแผ่นเรียบ สำหรับทำผิวกล่องอย่างน้อย 2 แผ่น ประกบกับกระดาษลูกฟูกอย่างน้อย 1 แผ่น สำหรับนำไปใช้ในการทำกล่อง



ภาพ13 แผ่นลูกฟูก

ที่มา: <http://www.jtp1991.com>

3.3 องค์ประกอบการออกแบบ

ตามที่ได้ทราบกันแล้ว องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีอยู่หลากหลายประเภท ณ จุดขายที่มีสินค้าเป็นร้อยให้เลือก องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ออกแบบไว้บนบรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์และสินค้านั้น รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงออกถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตสินค้าและสถานะ (Class) ของบรรจุภัณฑ์ซึ่งสามารถขยับเป็นสื่อโฆษณาระยะยาว ส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์อย่างน้อยที่สุดควรประกอบด้วย

1. ชื่อสินค้า
2. ตราสินค้า
3. สัญลักษณ์ทางการค้า
4. รายละเอียดของสินค้า
5. รายละเอียดส่งเสริมการขาย
6. รูปภาพ
7. ส่วนประกอบของสินค้า
8. ปริมาตรหรือปริมาณ
9. ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย (ถ้ามี)
10. รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น

เมื่อมีการเก็บข้อมูลของรายละเอียดต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วจึงเริ่มกระบวนการออกแบบด้วยการเปลี่ยนข้อมูลที่ได้รับมาเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จุดมุ่งหมายทั่ว ๆ ไปในการออกแบบมีดังนี้

1. เต็ม (Stand Out) ภายใต้สภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง ตัวบรรจุภัณฑ์จำต้องออกแบบให้สะดุดตา (Catch the Eye) จึงจะมีโอกาสได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเมื่อวางประกบกับบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง เทคนิคที่ใช้กันมากคือ รูปทรงและขนาดซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของบรรจุภัณฑ์หรืออาจใช้การตั้งตราสินค้าให้เด่น เป็นต้น

2. ตราภาพพจน์และความแตกต่าง (Brand Image Differentiate) เป็นความรู้สึกจะต้องก่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายเมื่อมีการสังเกตเห็น แล้วจงใจให้อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบภาพพจน์ให้มีความแตกต่าง

3. ความรู้สึกร่วมที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นพาณิชย์ศิลป์ ที่สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปะที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยรวมทั้งหมด เริ่มจากการก่อให้เกิดความสนใจ ด้านความเด่น เปรียบเทียบรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อจงใจให้ตัดสินใจซื้อ สร้างความมั่นใจเพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม และจบลงด้วยความรู้สึกที่ดีที่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อได้ ก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ “ซื้อฉันสิ” (Buy Me) จึงนับเป็นรูปธรรมสุดท้ายที่บรรจุภัณฑ์ต้องทำให้ได้

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สิ่งที่ผู้ซื้อเสียความรู้สึกมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถทำงานได้ตรงตามความต้องการหรือไม่สามารถทำงาน ได้ ตามที่บรรยายบนบรรจุภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น มีการโฆษณาบนบรรจุ ภัณฑ์ ว่า เป็นซองออกแบบใหม่ฉีกเปิดได้ง่าย แต่พอเปิดซองแล้ว สินค้าเคลื่อนกระจายไปทั่วพื้น เป็นต้น เหตุการณ์ เช่นนี้ผู้บริโภคจะ ไม่ตำหนิบรรจุภัณฑ์ แต่จะไม่ยอมรับสินค้านั้น ๆ เพราะถือว่า ถูกหลอก ไม่ว่าบรรจุภัณฑ์ที่ว่าจะออกแบบมาสวยงามน่าประทับใจเพียงใด ในฐานะเจ้าของสินค้า จำต้อง ยอมรับว่า ออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ มาไม่ดี จากตัวอย่างที่ยกมานี้เป็นที่ประจักษ์ว่าจุดมุ่งหมายในการออกแบบไม่รอบคอบ โดยไม่ใส่ใจในสิ่งเล็กน้อยดังกล่าว นี้ จะมีผลกระทบต่อยอดขายของสินค้า เนื่องจากประสบการณ์ อันเลวร้าย ที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์จำต้อง มีการวางแผนงาน และกำหนดจุดมุ่งหมายรองรับ ซึ่งมีหลาย ประการไว้อย่างชัดเจน ขั้นตอนการออกแบบอย่างสังเขปแสดงดังนี้

1. เริ่มต้นด้วยการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์อาหารที่จำหน่าย และตั้งชื่อตราสินค้า พร้อมรูปแบบตัวอักษรที่สอดคล้องกับจุดยืน ของสินค้า

2. เมื่อใส่รายละเอียดลงไปบนบรรจุภัณฑ์ ด้วยการเน้น จุดขายว่าใช้ส่วนผสมอาหารจากธรรมชาติ พบว่าตราสินค้า นั้นเล็กเกินไปจึงขยายตราสินค้าให้ใหญ่ขึ้น ลองเปลี่ยนพื้นข้าง หลังเป็นพื้นสีเขียวและสีแดงเพื่อเปรียบเทียบความเด่นสะดุดตา ของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ มีการทดลองเอาบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ ลองวางขึ้นหิ้ง ณ จุดขายเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และสำรวจ ความเห็นของกลุ่มเป้าหมาย บรรจุภัณฑ์สุดท้ายที่ทดสอบแล้วว่า กลุ่มเป้าหมายยอมรับมากที่สุดและสนองความต้องการของผู้ซื้อ ขั้นตอนการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์จะคล้ายคลึง กับขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ แต่อาจจะมีส่วนปลีกย่อยที่ควร คำนึงถึงดังต่อไปนี้

1. การตั้งจุดมุ่งหมาย ในการออกแบบกราฟิก ของ บรรจุภัณฑ์ มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของ คู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณี ที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว การทราบถึงตำแหน่ง ย่อมทำให้ ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่าย นอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้อง คำนึงออกมา คือ จุดขายหรือ UPS (Unique Selling Point) ของสินค้า ที่จะโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็น องค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2. การวางแผน ปัจจัยต่างๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลขั้นตอนเพื่อเตรียมร่างจุดมุ่งหมาย และขอบเขตการ ออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนที่จะปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

2.2.1 ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง

2.2.2 ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถแข่งขัน กับคู่แข่งชั้นโดยตรงได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า หรือด้วยค่าใช้จ่าย ที่ถูกกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวย่อมต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง พร้อมกับล่วง รู้ถึงนโยบายของบริษัทตัวเอง และกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งกับ คู่แข่งขัน การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดังนี้

1. WHY (ทำไม) เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้อง ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากลัฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่นฯ แทน

2. WHO (ใคร) ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

3. WHERE (ที่ไหน) สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบ ครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

4. WHAT (อะไร) จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้า คืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร

5. WHEN (เมื่อไร) ควรจะเริ่มงานการพัฒนาเมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร

6. HOW (อย่างไร) จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้วัดความสนใจของบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบ

7. HOW MUCH (เท่าไร) ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการ พัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณเท่าไร

ขั้นตอนการวางแผนออกแบบบรรจุภัณฑ์

การวางแผนเริ่มต้นด้วยจุดประสงค์ของการพัฒนา พร้อม ด้วยข้อจำกัดต่างๆ รายละเอียดการวางแผนต้องประกอบด้วยองค์ ประกอบต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน

- 1.1 กำหนดเวลา
- 1.2 ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นทำงาน
- 1.3 รายละเอียดของตราสินค้า (Branding)
- 1.4 ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 2 การรวบรวมข้อมูล อันได้แก่

- 2.1 ข้อมูลการตลาด
- 2.2 สถานะ การแข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อ จำกัด (SWOT)
- 2.3 ข้อมูลจากจุดขาย
- 2.4 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.5 เทคโนโลยีใหม่ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ระบบ บรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบร่าง

- 3.1 พัฒนาความคิดริเริ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 ร่างต้นแบบ ประมาณ 3-5 แบบ

3.3 ทำต้นแบบ ประมาณ 2-3 แบบ

ขั้นตอนที่ 4 การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

4.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค

4.2 วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

4.3 เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

ขั้นตอนที่ 5 การทำแบบเหมือนร่าง

5.1 เลือกวัสดุที่จะทำแบบ

5.2 ออกแบบกราฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้าและ สัญลักษณ์ทางการค้า

5.3 ขึ้นแบบ

ขั้นตอนที่ 6

การบริหารการออกแบบ เริ่มจากการติดต่อโรงงานผู้ผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์ จนถึง การควบคุมงานผลิตให้ได้ตามแบบที่ต้องการ พร้อมทั้งจัดเตรียม รายละเอียดการสั่งซื้อ (Specification) เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ ออกแบบสามารถผลิตได้ตามต้องการ ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการ ติดตามผลของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วว่าสามารถสนองตาม จุดมุ่งหมาย ของการออกแบบและบรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร เพียงใด

เทคนิคการออกแบบ

1.การออกแบบเป็นชุด (Package Uniform) การ ออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่มีความนิยมมาก จากกราฟิกง่ายๆ ที่ เป็น จุด เส้น และภาพ มาจัดเป็นรูปบนบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ ดูง่าย สะอาดตา แต่ต้องทันสมัยและเหมาะสมแก่การใช้งาน ความ ง่ายสะอาดตามีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วย สร้างความแปลกใหม่ ความรู้สึกว่าคุณค่าเงิน และความมั่นใจใน ตัวสินค้า จากการออกแบบเป็นชุดของสินค้า มีผลต่อการทำให้ผู้ บริโภคเกิดความทรงจำที่ดีถ้าออกแบบได้ตรงกับ รสนิยมของกลุ่ม เป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดเปรียบเสมือน ชุดแบบ ฟอรัมของเสื้อผ้าคนที่ใส่ เช่น มีชุดสูท ชุดพระราชทาน ชุด ม่อฮ่อม เป็นต้น การออกแบบเสื้อผ้าที่เป็นชุดนี้เมื่อใครเห็น ก็ทราบว่าเป็นชุด อะไร แม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าและสีสันทันที่แตกต่างกัน การออกแบบบรรจุ ภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็มีการคล้ายคลึงกัน

2. การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย เทคนิคการออกแบบ วิธีนี้ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ ดูเป็น ภาพที่ปะติดปะต่อหรืออาจเป็นภาพกราฟิกขนาดใหญ่ โดยมีจุด มุ่งหมาย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในระยะทางไกล ตาม รายละเอียดเรื่องสรีระในการอ่าน และ ประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ จะสามารถ มองเห็นในระยะเกิน 10 เมตรขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนที่วางสินค้านั้น จัดเป็นภาพใหญ่เพื่อ ดึงดูดความสนใจ สิ่งพึงระวังในภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุ ภัณฑ์นั้น จะต้อง เป็นภาพที่สร้างความประทับใจหรือกระตุ้นให้ เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมาย ที่อาจเคยเห็นภาพ ดังกล่าว จากสื่ออื่นๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภคหรือสื่อโฆษณา ต่างๆ เป็นต้น การต่อเป็น ภาพของบรรจุภัณฑ์นี้ยังต้องระมัดระวัง ขั้นตอนการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ เช่น การพับเส้น และระบบ การพิมพ์ บนบรรจุภัณฑ์จะต้องแน่นอนมีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะ เป็นภาพที่สมบูรณ์และ สวยงาม

3. การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น เทคนิคการออกแบบ วิธีนี้ มีจุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายใน ท้องถิ่นเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว ให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้า ดังกล่าวได้รับความนิยม ในวงกว้างก็สามารถนำออกขาย ในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น หรืออาจส่งขายไป ยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพ การผลิต และมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการ ผลิต แบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานการผลิต ได้ รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมาย เพื่อเป็นของฝาก นี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปพระเจ้าชาลส์วัน ของจังหวัดพิจิตร รถม้าของจังหวัดลำปาง ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้ เป็นบรรจุ ภัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่ นอกเหนือจากรายละเอียด ของกราฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อซื้อไปเป็นของฝากจำต้องพิจารณาถึง ความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ และความแข็งแรงของ บรรจุ ภัณฑ์ในการนำไปมอบเป็นของขวัญ มีการออกแบบหุหิ้ว เพื่อความ สะดวก ในการนำกลับ

4. การออกแบบของขวัญ เทคนิคในการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ แบบของขวัญค่อนข้างจะ แตกต่างจากเทคนิคต่างๆ ที่ได้ กล่าวมา สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้าที่เป็นของขวัญไม่มีโอกาส บริโภค และหลายครั้งที่ การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วย เหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของขวัญที่ดีจึง มีบทบาทสำคัญมาก ต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาล ต่างๆ

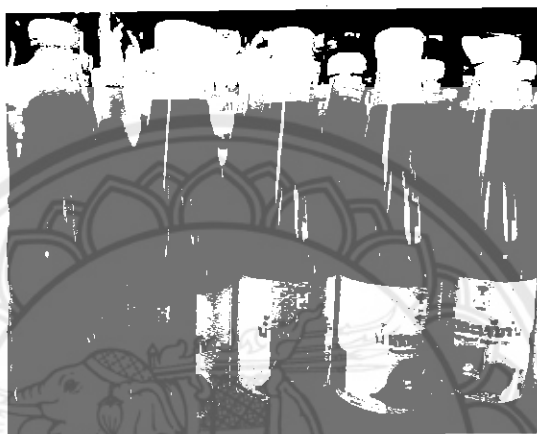
เทคนิคต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วนี้ เป็นเทคนิคที่นิยมใช้ อย่างแพร่หลาย นอกเหนือจากเทคนิคการออกแบบกราฟิกแล้วใน ฐานะนักออกแบบกราฟิกยังจำต้องรู้ ถึงข้อมูลทางด้าน เทคโนโลยี ทั้งในด้านการบรรจุ และการพิมพ์ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลของเครื่องจักรที่จะ ใช้ในการบรรจุ เช่นการขึ้น รูป การบรรจุ การปิด การขนย้ายวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้
2. ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ หรือการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่มีโครงสร้างซับซ้อนมาก ผลการ ทดสอบความเข้ากันได้ ของผลิตภัณฑ์อาหาร และวัสดุบรรจุภัณฑ์ ควรแจ้ง ไปยังนักออกแบบกราฟิกด้วย
3. นักออกแบบกราฟิก ควรจะทราบถึงข้อจำกัดของ โครงสร้างที่พัฒนา โดยฝ่ายเทคโนโลยี เช่น ช่องปากที่เปิดของ บรรจุภัณฑ์ ความเหนียวชั้น ของผลิตภัณฑ์ อายุขัยของ ผลิตภัณฑ์ อาหาร การเก็บ การขนส่ง เป็นต้น
4. รายละเอียดเกี่ยวกับการพิมพ์ ระบบการพิมพ์ ที่จะ ใช้กับวัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่จะเลือกใช้ จำนวนสีที่จะพิมพ์ได้ วิธีการ เคลือบ ข้อจำกัดใดๆ ที่เกี่ยวกับการพิมพ์เหล่านี้ เป็น รายละเอียด ที่จำเป็นมาก สำหรับการออกแบบกราฟิก
5. ในกรณีที่สินค้าเดียวกันบรรจุในบรรจุภัณฑ์ ต่าง ประเภทกัน เช่น อาหารเหลวบรรจุในขวดและซอง นักออกแบบ กราฟิก มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงข้อจำกัด ของบรรจุ ภัณฑ์แต่ละระบบ
6. ในการออกแบบกราฟิก สำหรับวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่าง ประเภทกัน จะใช้เทคนิคการออกแบบที่แตกต่างกัน ฤๅญแจสำคัญ ของการออกแบบให้สัมฤทธิ์ผล คือ การสื่อสารระหว่าง แต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ นักออกแบบกราฟิกสามารถใช้ความคิด ริเริ่มต่างๆ สร้างสรรค์งานทางศิลปะให้สอดคล้องกับเป้าหมายใน การออกแบบ เนื้อหาที่กล่าวมาข้างต้นเป็นฤๅญแจสำคัญต่อความเป็น นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบกราฟิก และผู้ผลิตสินค้า ความเข้าใจต่อฤๅญแจเหล่านี้ อันได้แก่ วัตถุประสงค์ของการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งเทคนิคการออกแบบ จะนำไปสู่การออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มสูงขึ้น อันจะส่งผลต่อ ความก้าวหน้าในธุรกิจไปได้ในระยะยาว ผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ตลอด จนความเป็นที่ยอมรับของตลาดนั่นเอง

3.4 การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดของสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก

ผลิตภัณฑ์ทั่วไปตามท้องตลาดนั้นมีรูปแบบเหมือนกันทั่วไป เนื่องจากสะดวกในการผลิต
 ครั้งมากๆ เพื่อลดต้นทุน ทางผู้วิจัยเลยวิเคราะห์รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ เพื่อเก็บข้อมูลนำไปออกแบบ
 ในงานวิจัยต่อไป

ประเภทน้ำผลไม้



ภาพ14 น้ำผลไม้ท้องตลาดทั่วไป

ที่มา: <http://www.chulthai.com>

- มีรูปแบบเหมือนน้ำผลไม้ทั่วไป ไม่โดดเด่น
- รูปบรรจุภัณฑ์ยังไม่ทราบสื่อสารกับผู้บริโภคได้ชัดเจน ทำให้ต้องอ่านฉลากก่อน



ภาพ 15 น้ำเต้าหู้ตามท้องตลาด

ที่มา: <http://zappnuar.com>

- รูปแบบทั่วไป ใช้สีดีโดดเด่น แต่ไม่มีโลโก้ที่ชัดเจน ว่าเป็นอะไร ข้อเสียอาจจะทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้ ตัวป้ายสินค้าสีค่อนข้างกลืนกับตัวผลิตภัณฑ์
- รูปแบบบรรจุภัณฑ์ความทันสมัย



ภาพ 16 น้ำผลไม้ตามท้องตลาด(2)

ที่มา: <http://www.chulthai.com>

- ตัวโลโก้เน้นกลืนไปกับสีตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งสีค่อนข้างฉูดฉาด ไม่โดดเด่น



ภาพ 17 น้ำผลไม้ตามท้องตลาด(3)

ที่มา: <https://www.rbru.ac.th>

- โลโก้มีความโดดเด่น แต่เปลี่ยนแค่รูปสี ทำให้งานมีความโดดเด่น แต่ยังไม่เป็นที่น่าสนใจ เนื่องจากผู้บริโภคอาจสังเกต ทำให้เกิดการหยิบผลิตภัณฑ์ที่ผิดได้

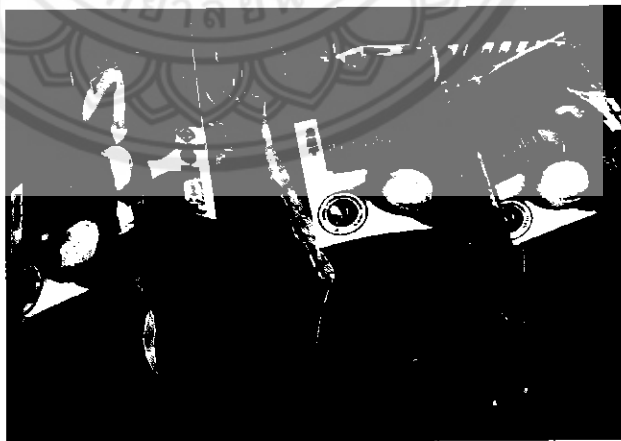


ภาพ 18 น้ำผลไม้ตามท้องตลาด(4)

ที่มา: <https://www.amazon.com/Giffarine-Granada>

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม แต่สีของป้ายโฆษณาสินค้ามีความกลมกลืนกับสีขวดผลิตภัณฑ์ อาจทำให้โลกโกไม่มีความเด่นชัด

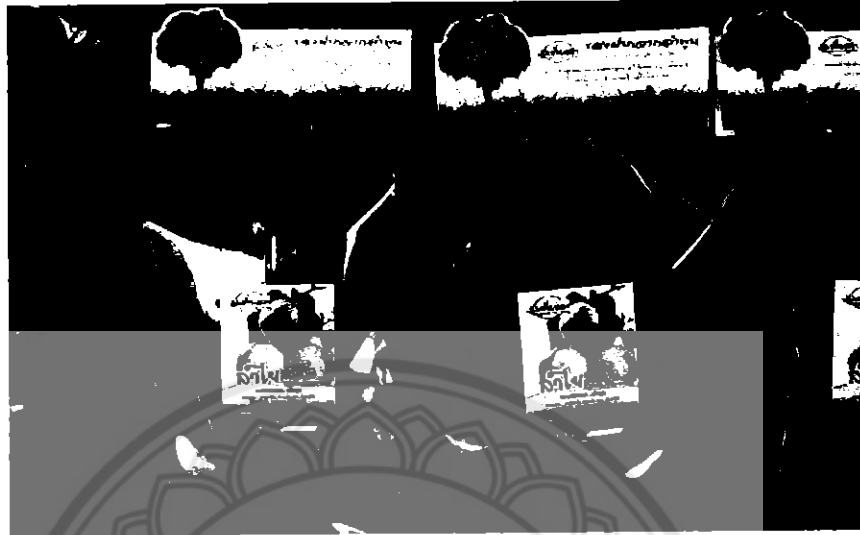
ประเภทผลไม้อบแห้ง



ภาพ 19 เนื้อลำไยอบแห้ง

ที่มา: <https://www.sentangsedtee.com>

- ใส่บรรจุภัณฑ์แบบโปร่งใส เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเห็นตัวผลิตภัณฑ์
- ตัวป้ายสินค้ามีความชัดเจน สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ดี



ภาพ 20 ลำไยอบแห้ง

ที่มา: <https://www.sadoodta.com/content>

- ไส้บรรจุภัณฑ์แบบโปร่งใส เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเห็นตัวผลิตภัณฑ์
- ตัวป้ายสินค้ามีความชัดเจน สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ดี ด้านบนมีการใส่ภาพต้นลำไย เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคสนใจ

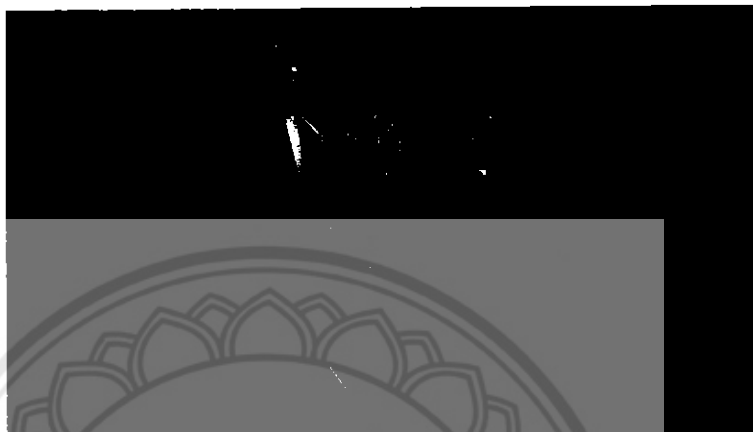


ภาพ 21 มะม่วงอบแห้ง

ที่มา: <http://www.nationtv.tv>

- ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ สามารถปรับตัวให้กับยุคสมัยได้ที่

- สีสัน สดใส ตัวโลโก้มีความทันสมัย ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี เหมาะกับปัจจุบัน การใช้สี การใช้ฟอนต์ การทำโลโก้รูปมะม่วง



ภาพ 22 มะม่วงอบแห้งจากธรรมชาติ

ที่มา: <http://www.spcfruit2536.com>

- ตัวบรรจุภัณฑ์ใช้แบบโปร่งใสโชว์ตัวสินค้า แต่ยังไม่บรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่มีความโดดเด่น
- ตัวโลโก้สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน น่าจะการปรับออกแบบให้มีความทันสมัยมากขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

สำหรับการออกแบบวิจัยในครั้งนี้ เป็นการออกแบบเพื่อเป็นต้นแบบให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถนำรูปแบบไปใช้ในการค้า หรือ ต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ โดยทางผู้วิจัยมีการดำเนินวิธีการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษารูปแบบของการดำเนินวิสาหกิจชุมชน เพื่อศึกษาถึงภาพรวมขององค์กรว่ามีการบริหารจัดการอย่างไร เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ปัญหาที่พบเจอ

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่เราต้องการออกแบบ ขอบเขตคือสินค้าเกษตรแปรรูปออร์แกนิก มี 2 ผลิตภัณฑ์คือ น้ำผลไม้แท้ 100% กับ ผลไม้อบแห้ง

โครงสร้างตราสินค้า	1	โครงสร้าง
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งสินค้า	1	โครงสร้าง
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทผลไม้อบแห้ง	6	โครงสร้าง
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มผลไม้แท้ 100%	5	โครงสร้าง

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบร่างบรรจุใหม่ โดยได้ทำการออกแบบทั้งหมด 3 ครั้ง ดังนี้

1.แบบร่างครั้งที่ 1

ในการออกแบบครั้งที่ ทางผู้วิจัยเน้นการออกแบบเป็นตัวกล่องที่สามารถถือคัตวบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้การขนส่งที่ง่ายขึ้น แต่เนื่องจากเป็นวิสาหกิจชุมชน การออกแบบแบบนี้ อาจทำให้ต้นทุนสูงขึ้น



ภาพ 22 แบบร่างครั้งที่ 1

ที่มา: คุณากร ลอยมา, 2560

2.แบบร่างครั้งที่ 2

การออกแบบครั้งที่ 2 นั้นมีแนวคิด

Mood Tone “Charm (ดูมีเสน่ห์) + Colorful(สีสัน)”

Element “Picture (รูปผลไม้) + สีส้นของผลไม้

จนทำให้สามารถออกแบบ โลโก้ ต้นแบบ ของ CHIMERA คือ แบรินด์ที่เราตั้งขึ้นมาเพื่อทำเป็นต้นแบบ
ให้กลุ่มวิสาหกิจ



ภาพ 23 โลโก้สินค้า CHIMERA

ที่มา: คุณากร ลอยมา, 2560

และในการออกแบบครั้งที่ 2 ยังได้ออกแบบสินค้าแปรรูป ทั้งหมด 2 ชนิด คือ

1.สินค้าแปรรูปประเภทผลไม้อบแห้ง 6 กราฟิก

1.1 ลูกพรุนทับทิมอบแห้ง



ภาพ 24 ลูกพรุนทับทิม อบแห้ง

ที่มา: คุณากร ลอยมา, 2560

1.2 ลูกท้อ อบแห้ง



ภาพ 25 ลูกท้อ อบแห้ง

ที่มา: คุณากร ลอยมา, 2560

1.4 มะเขือเทศราชินีอบแห้ง



ภาพ 26 มะเขือเทศราชินี อบแห้ง

ที่มา: คุณากร ลอยมา, 2560

2.2 น้ำสละพร้อมดื่ม



ภาพ 30 น้ำสละพร้อมดื่ม

ที่มา: คุณากร ลอยมา, 2560

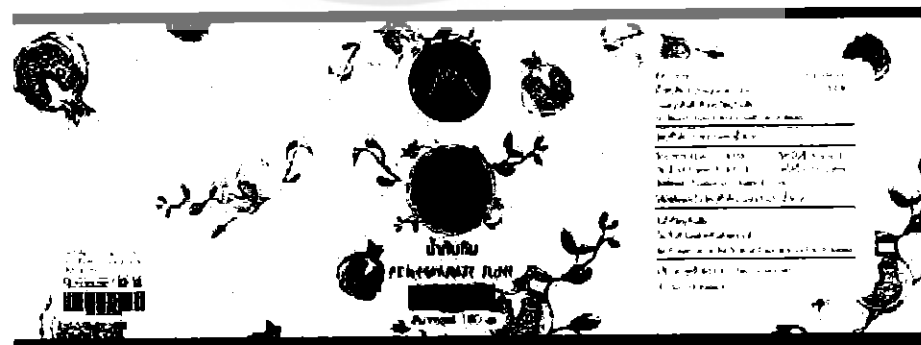
2.3 น้ำเสาวรสพร้อมดื่ม



ภาพ 31 น้ำเสาวรสพร้อมดื่ม

ที่มา: คุณากร ลอยมา, 2560

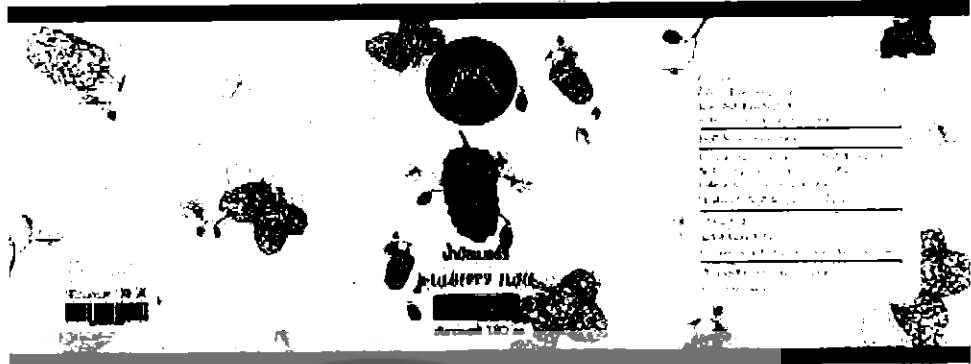
2.4 น้ำทับทิมพร้อมดื่ม



ภาพ 32 น้ำทับทิมพร้อมดื่ม

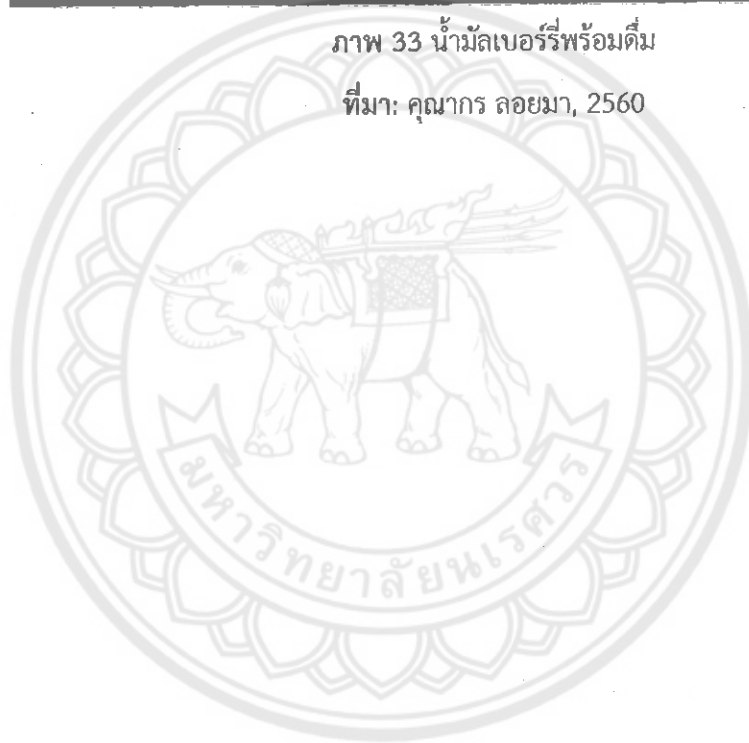
ที่มา: คุณากร ลอยมา, 2560

2.5 น้ำมัลเบอร์รี่พร้อมดื่ม



ภาพ 33 น้ำมัลเบอร์รี่พร้อมดื่ม

ที่มา: คุณากร ลอยมา, 2560



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การออกแบบได้ผ่านพิจารณาจากที่ปรึกษา จึงสรุป ผลการวิจัย ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้ น้ามัลเบอร์รี่



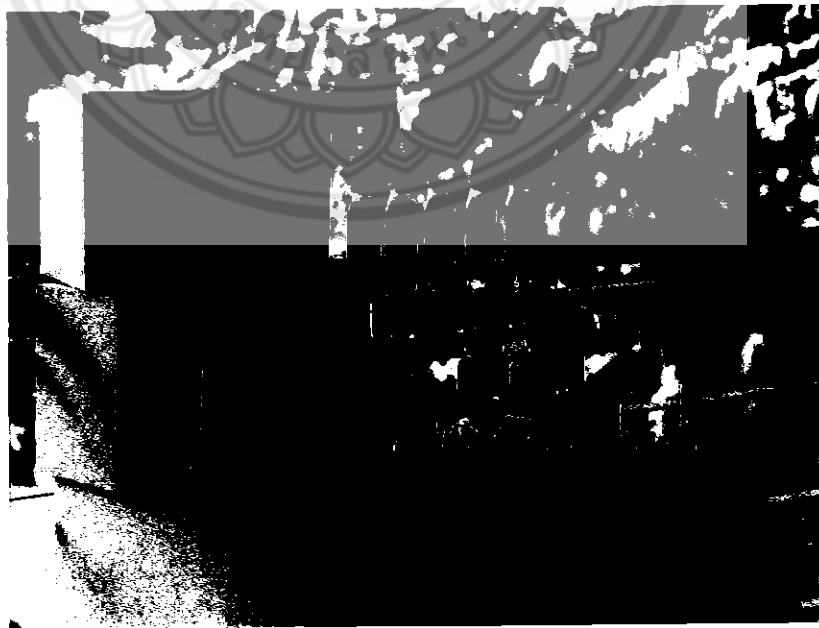
2. ลูกพรุนทับทิมอบแห้ง



3. กล่องบรรจุภัณฑ์ สำหรับใส่ผักและผลไม้สด กว้าง 30*25*40
สามารถรองรับน้ำหนักได้ 5- 10 กิโลกรัม



4. ผลิตภัณฑ์รวม ภายใต้ชื่อสินค้า CHIMIRA



บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย

ในงานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบงานให้เป็นต้นแบบของวิสาหกิจชุมชน ที่ทำสินค้าเกษตรแปรรูป โดยเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าทางเกษตรในกลุ่มออร์แกนิก โดยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ในประเภทผลไม้อบแห้งทั้งหมด 6 แบบ และประเภทน้ำผลไม้ทั้งหมด 5 แบบ กล่องบรรจุภัณฑ์ 1 แบบ

อภิปรายผล

ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกนั้น ผู้บริโภคจะนิยมสินค้าที่โดดเด่นในเรื่องของการออกแบบ ให้มีความสดใส น่ารับประทาน การบรรจุภัณฑ์ต้องมีการบ่งบอกถึงตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกนั้นมีหลากหลายสินค้า ในงานวิจัยได้นำเอาผลไม้อบแห้งและน้ำผลไม้มาเป็นตัวต้นแบบของวิสาหกิจชุมชน ถ้าวิสาหกิจชุมชน สนใจสามารถนำไปเป็นต้นแบบ เพื่อทางการค้าได้ ต้นแบบตอนแรกทางผู้วิจัยได้วางเอาไว้ อยากให้สินค้าเน้น การขายในห้างสรรพสินค้า จึงออกแบบที่ค่อนข้างไม่เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากถ้าเราปรับมากไป อาจทำให้ต้นทุนที่สูงขึ้นตามมา และยังคงมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ในการขนส่ง ซึ่งอาจจะเพิ่มต้นทุน แต่ถ้าในเรื่องของความสะดวก การพัฒนาถือว่าต้นแบบ CHIMIRA อาจจะเป็นต้นแบบหนึ่งของวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้

ข้อเสนอแนะ

1. ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรออกแบบสินค้าอื่นในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปทั้งธรรมดาและออร์แกนิก เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้วิสาหกิจชุมชน
2. สามารถนำตราสินค้าไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆได้



บรรณานุกรม

- กลุ่มงานเคหะกิจการเกษตร. (2537). *ผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กาญจนา ทุมนานนท์. (2542). *หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์*. วารสารการบรรจุภัณฑ์ .
เคียง เมฆวเศรษฐ์พันธ์, ปุ่น คงเจริญ ญเกียรติและวิบูลย์ โมฬีตานนท์. (2540). *คู่มือบรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปขนาดเล็กและครัวเรือน*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- จุฑามาศ เจริญพงษ์มาลา. (2543). *การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์*. วารสารศิลปกรรมวิชาการ.
- จิราภรณ์ ตูลยานนท์. (2542). *ออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาหารอย่างไรให้ ถูกใจผู้บริโภคตลาดยุคนี้* ผู้ส่งออก. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ดารณี พานทอง. (2525). *สถานการณ์ หนีบห่อสินค้าประกอบอาหารในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ พ.บ. (พัฒนาการสุขภาพ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ทวีเดช จิวบาง. (2540). *เรียนรู้ทฤษฎีสี*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรี นติ้งเฮ้าส์ .
- ทองเจือ เขียดทอง. (2542). *การออกแบบสัญลักษณ์* . กรุงเทพฯ: สีปประภา.
- ธมน จิตต์แจ้ง. (2545). *ภารกิจหลังของบรรจุภัณฑ์*. *อุตสาหกรรมสาร*. 45(4): 16-18.
- นิธิมา ธรรมพิภพ. (2546). *บรรจุภัณฑ์กับกลยุทธ์ใหม่ทางการตลาด*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.
- นภสร ลิ้มไชยรัตน์. (2543). *ประสิทธิผลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีต่อผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ประชิด พิณบุตร. (2540). *การออกแบบผลิตภัณฑ์* . กรุงเทพฯ: วีเจ.พรีนติ้ง.