

**อภิธาน์นทาการ**



การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เมล็ดกาแฟสดคั่ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ  
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

สำนักหอสมุด



|                                  |
|----------------------------------|
| สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรัตนนคร   |
| วันลงทะเบียน.....23 ต.ย. 2554... |
| เลขทะเบียน.....15518933.....     |
| เลขเรียกหนังสือ.....             |

ต.5.4  
พว.ก  
2554

พินธุ์ เวชไพธักกลาง

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์  
มีนาคม 2554  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยรัตนนคร

**THE DEVELOPMENT PACKAGING OF COFFEE BEAN ROASTED FOR  
TKAKO COFFEE A.MAESUAI CHIANGRAI**

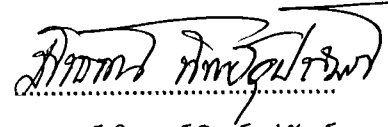


**AN INDEPENDENT STUDY SUMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR BACHELOR OF FINE AND APPLY ART  
IN PACKAGING DESIGN**

**MARCH 2011**

**COPYRIGHT 2011 BY NASESUAN UNIVERSITY**

ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เมล็ดกาแฟสดคั่ว กลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย" เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



(อาจารย์ขจรธรรม ทิพย์อุปถัมภ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา



(รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุตสังข์)

หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ

18 มีนาคม 2554



## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถอย่างยิ่งจาก อาจารย์ชโรธรณ์ ทิพย์อุบลวัฒน์ ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ และคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาค้นคว้า ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ และอาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษาอิสระทุกท่าน ได้แก่ ดร. ศุภรัก สุวรรณวัจน์ อาจารย์ ลัดดา วงศ์สวัสดิ์ อาจารย์ศุภเดช หิมะมาน อาจารย์ทวีรัศมี พรหมรัตน์ และอาจารย์ธีรภูมิ บุญศักดิ์เสรี กรุณาให้คำแนะนำ และตรวจสอบข้อบกพร่อง จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์ และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ อำเภอมแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ และให้ความสะดวก ในด้านการค้นคว้าเพิ่มเติมเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คุณพัทธธีรา ศรีปทุมภรณ์ หัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ และพนักงานทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล เปรียบเสมือนครู ผู้ให้ความรู้และข้อมูล เพื่อเป็นวิทยาทานแก่ผู้ศึกษาค้นคว้า พร้อมทั้งอำนวยความสะดวก และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดามารดา และพี่สาวที่ให้ความสนับสนุน ส่งเสริมผู้ศึกษาค้นคว้าในทุกด้าน ให้ความรัก ความเข้าใจตลอดการศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาค้นคว้ามีความซาบซึ้งอย่างยิ่งในชีวิตและหาที่เปรียบมิได้

และขอขอบคุณเพื่อนๆ สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ รุ่น 9 ออกแบบสื่อนวัตกรรมรุ่น 3 ทุกคน นางสาวชนานันท์ วงศ์พิทักษ์ที่คอยให้คำปรึกษาและเป็นกำลังใจให้อย่างสม่ำเสมอ

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ขอขอบพระคุณอย่างสูง

พีรณัฐ เวชโพธิ์กลาง

|                 |   |
|-----------------|---|
| ชื่อเรื่อง      | โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย |
| ผู้ศึกษาค้นคว้า | นายพีรณัฐ เวชโพธิ์กลาง  |
| ที่ปรึกษา       | อาจารย์ชโรธรณ์ ทิพย์อุบลัมภ์  |
| ประเภทภาคนิพนธ์ | การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศป.บ.<br>สาขาการออกแบบบรรจุภัณฑ์, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553              |

### บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย นั้นมิได้มีการออกแบบมาก่อนทั้งนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จึงได้ทำการออกแบบ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ดีย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอันจะส่งผลไปยังเรื่องของการตลาดที่ดี การเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงให้ทันกับกระแสความต้องการของตลาดจึงจะทำให้บรรจุภัณฑ์ถึงจุดประสงค์ได้ ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรอย่างยิ่งในการที่จะพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมายาวนานและได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ยังคงขาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มมูลค่า และส่งเสริมการตลาดที่ดี

## สารบัญ

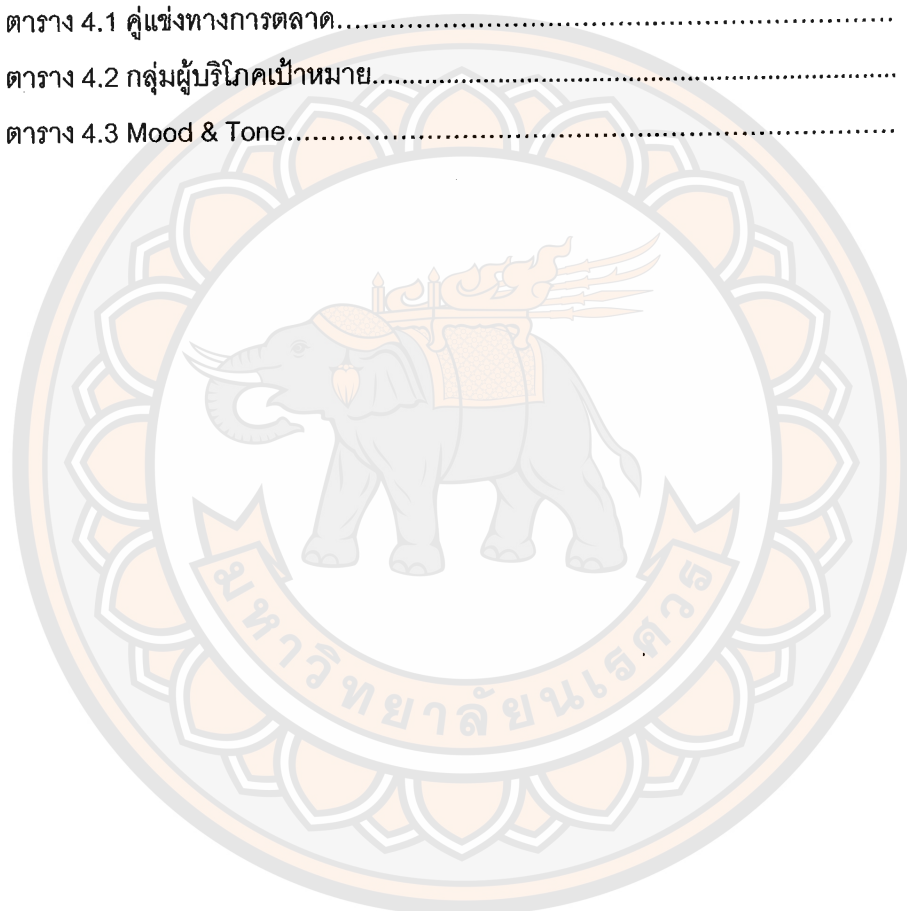
| บทที่  | หน้า |
|--|------|
| 1. บทที่ 1 .....                                       | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....                    | 1    |
| วัตถุประสงค์หลักของงานวิจัย.....                       | 3    |
| กรอบแนวคิดงานวิจัย.....                                | 3    |
| ขอบเขตของการวิจัย.....                                 | 4    |
| สมมติฐานงานวิจัย.....                                  | 5    |
| แผนการดำเนินการ.....                                   | 5    |
| ข้อตกลงเบื้องต้น.....                                  | 5    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....              | 5    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ.....                                   | 6    |
| 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                 | 7    |
| เอกสารที่เกี่ยวข้องของพื้นที่และชุมชนงานวิจัย.....     | 7    |
| สภาพทั่วไปของกลุ่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ..... | 7    |
| ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว.....        | 8    |
| เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และกรรมวิธี.....       | 9    |
| ข้อมูลทั่วไปกาแฟ.....                                  | 9    |
| ประวัติกาแฟ.....                                       | 11   |
| การปลูกกาแฟ.....                                       | 16   |
| การคั่วเมล็ดกาแฟ.....                                  | 19   |
| การเตรียมการสำหรับการชง.....                           | 21   |
| เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและจัดจำหน่าย.....        | 24   |
| หลักการตลาด P-4.....                                   | 24   |
| หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis.....                    | 26   |
| เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบ.....     | 27   |
| ทฤษฎีการออกแบบ.....                                    | 27   |

## สารบัญ (ต่อ)

| บทที่  | หน้า      |
|--|-----------|
| ขบวนการทำงานออกแบบ.....                            | 30        |
| องค์ประกอบพื้นฐานของการออกแบบ.....                 | 33        |
| ประเภทของการออกแบบ.....                            | 41        |
| ความรู้พื้นฐานการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....             | 43        |
| ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....                | 43        |
| ความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์.....                       | 48        |
| วัตถุประสงค์ของการออกแบบ.....                      | 56        |
| <b>3. วิธีดำเนินงานวิจัย.....</b>                  | <b>57</b> |
| ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาภาคสนาม.....                  | 57        |
| ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....              | 66        |
| ขั้นตอนที่ 3 การสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ.....         | 66        |
| ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ..... | 67        |
| ขั้นตอนที่ 5 การเขียนรายงานเสนอผลการวิจัย.....     | 67        |
| <b>4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างสรรค์.....</b>     | <b>68</b> |
| ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ..... | 68        |
| ส่วนที่ 2 การออกแบบและสร้างสรรค์.....              | 76        |
| ส่วนที่ 3 ผลงานที่สร้างสรรค์.....                  | 87        |
| <b>5. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....</b>         | <b>91</b> |
| 1. จุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....              | 91        |
| 2. ความสำคัญของการวิจัย.....                       | 91        |
| 3. ขอบเขตการวิจัย.....                             | 93        |
| 4. กรอบแนวความคิดงานวิจัย.....                     | 94        |
| 5. สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบ.....        | 95        |

## บัญชีตาราง

| ตาราง  | หน้า |
|--|------|
| ตาราง 3.1 กิจกรรมการทำงานในรอบปีของผู้ประกอบการ..... | 60   |
| ตาราง 3.2 แสดงพฤติกรรมของผู้ประกอบการขณะสำรวจ.....   | 61   |
| ตาราง 3.3 แนวโน้มของผลิตภัณฑ์.....                   | 62   |
| ตาราง 3.4 ประวัติกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก้อ.....   | 65   |
| ตาราง 4.1 คู่แข่งทางการตลาด.....                     | 72   |
| ตาราง 4.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย.....                | 73   |
| ตาราง 4.3 Mood & Tone.....                           | 74   |



## บัญชีภาพ

| ภาพ  | หน้า |
|--|------|
| ภาพ 2.1 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟทำมือ.....                            | 9    |
| ภาพ 2.2 เมล็ดกาแฟที่ยังไม่ผ่านการคั่ว (กาแฟเขียว).....           | 10   |
| ภาพ 2.3 ต้นกาแฟพันธุ์อาราบิก้า.....                              | 17   |
| ภาพ 2.4 การคั่วเมล็ดกาแฟโดยใช้เครื่อง.....                       | 21   |
| ภาพ 2.5 Latte art.....   | 23   |
| ภาพ 2.6 ภาพแสดงขบวนการทำงานออกแบบ.....                           | 30   |
| ภาพ 2.7 ตัวอย่างการใช้จุด.....                                   | 33   |
| ภาพ 2.8 ตัวอย่างการใช้เส้น.....                                  | 34   |
| ภาพ 2.9 ตัวอย่างเนื้อสี.....                                     | 35   |
| ภาพ 2.10 การผสมสีแบบบวก.....                                     | 36   |
| ภาพ 2.11 การผสมสีแบบลบ.....                                      | 36   |
| ภาพ 2.12 สีปฐมภูมิ Primary Colors.....                           | 37   |
| ภาพ 2.13 สีทุติยภูมิ Secondary Colors.....                       | 37   |
| ภาพ 2.14 สีตติยภูมิ Tertiary Colors.....                         | 37   |
| ภาพ 2.15 ใช้น้ำหนักแสดงแสงเงา.....                               | 38   |
| ภาพ 2.16 น้ำหนักสีต่างๆ.....                                     | 38   |
| ภาพ 2.17 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์.....                                 | 44   |
| ภาพ 2.18 ตัวอย่างการใส่บรรจุภัณฑ์ในยุคแรกเริ่ม.....              | 48   |
| ภาพ 2.19 การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากพืชในท้องถิ่น.....        | 50   |
| ภาพ 3.1 แผนที่ กลุ่มแปรรูปเมล็ดกาแฟสดคั่วทำมือ.....              | 64   |
| ภาพ 4.1 ตัวอย่างสัญลักษณ์แสดงบนบรรจุภัณฑ์.....                   | 71   |
| ภาพ 4.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย.....                              | 73   |
| ภาพ 4.3 อารมณ์ Old fashioned โดย โทนสี.....                      | 75   |
| ภาพ 4.4 อารมณ์ Masculine และ Rustic โดย เส้นสายและภาพประกอบ..... | 75   |
| ภาพ 4.5 โครงสร้าง 1 หน่วย.....                                   | 76   |
| ภาพ 4.6 โครงสร้าง เซท 3 หน่วย (Arabica).....                     | 77   |
| ภาพ 4.7 โครงสร้าง เซท 3 หน่วย (Robusta).....                     | 77   |

## บัญชีภาพ

| ภาพ  | หน้า |
|--|------|
| ภาพ 4.8 โครงสร้างแบบกล็องบรจรู 25 ของ.....                             | 78   |
| ภาพ 4.9 การพัฒนาตราสัญลักษณ์.....                                      | 78   |
| ภาพ 4.10 ต้นแบบ Arabica.....   | 79   |
| ภาพ 4.11 ต้นแบบ Robusta.....   | 79   |
| ภาพ 4.11 Arabica 1 หน่วย (ตรวจครั้งที่ 2 – 3).....                     | 80   |
| ภาพ 4.12 Robusta 1 หน่วย (ตรวจครั้งที่ 2 – 3).....                     | 81   |
| ภาพ 4.13 แบบกล็องบรจรู 25 ของ (ตรวจครั้งที่ 2 – 3).....                | 82   |
| ภาพ 4.14 แบบเซท 3 หน่วย (ตรวจครั้งที่ 2 – 3).....                      | 82   |
| ภาพ 4.15 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica คั่วแบบ Italian Roast.....        | 83   |
| ภาพ 4.16 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica คั่วแบบ French Roast.....         | 83   |
| ภาพ 4.17 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica คั่วแบบ Vienna Roast.....         | 83   |
| ภาพ 4.18 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta แบบ Espresso Blend.....           | 84   |
| ภาพ 4.19 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta แบบ Cappucino Blend.....          | 84   |
| ภาพ 4.20 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta แบบ Latte Blend.....              | 84   |
| ภาพ 4.21 บรจรูภัณฑ์ Robusta แบบ Espresso Blend กล็องบรจรู 25 ของ.....  | 85   |
| ภาพ 4.22 บรจรูภัณฑ์ Robusta แบบ Cappucino Blend กล็องบรจรู 25 ของ..... | 85   |
| ภาพ 4.23 บรจรูภัณฑ์ Robusta แบบ Latte Blend กล็องบรจรู 25 ของ.....     | 85   |
| ภาพ 4.24 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica แบบเซท 3 หน่วย.....               | 86   |
| ภาพ 4.25 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta แบบเซท 3 หน่วย.....               | 86   |
| ภาพ 4.26 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta (1 หน่วย).....                    | 87   |
| ภาพ 4.27 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica (1 หน่วย).....                    | 87   |
| ภาพ 4.28 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ แบบ เซท 3 หน่วย (1).....                  | 88   |
| ภาพ 4.29 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ แบบ เซท 3 หน่วย (2).....                  | 88   |
| ภาพ 4.30 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta บรจรู 25 ของ.....                 | 89   |
| ภาพ 4.31 บรจรูภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta บรจรู 25 ของ (P.O.P.).....        | 89   |
| ภาพ 4.32 นิทรรศการจัดแสดงผลงาน.....                                    | 90   |

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกธุรกิจยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางการค้าสูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งด้านการจัดการตลาด หรือการพัฒนาในรูปแบบคงจึงยังไม่เพียงพอ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจส่งเสริม เพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดเล็ก ให้มีความเข้มแข็งในการทำธุรกิจและขยายตลาด เบื้องต้นควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความเป็นมาตลอดจนความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ เป็นแนวคิดในการเรียนรู้อดีต ศึกษาปัจจุบัน เพื่อก้าวไปในอนาคต ความเข้าใจเรื่องราวของบรรจุภัณฑ์ในบทนี้จะช่วยให้การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเป็นทางเลือกของผู้ประกอบการ เล็งเห็นความ สำคัญในการเลือกพัฒนาบรรจุภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง ได้อย่างโดดเด่นน่าสนใจ

และถ้าจะกล่าวถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จากคำนิยาม ของคำว่าบรรจุภัณฑ์จากหลายสำนัก ดังเช่น กองส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวว่ “บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัดและปลอดภัย” นิไกโด เคล็คเจอร์ (Nikaido Clecture) กล่าวว่ “บรรจุภัณฑ์เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ระหว่างวัตถุกับภาชนะบรรจุ โดยมี ความมุ่งหมาย เพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่ง และการเก็บรักษาในคลัง” ดารณี พานทอง กล่าวว่ “บรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ จากแหล่งผู้ผลิตไปยัง แหล่งบริโภคหรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษา ผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อแรกผลิตให้มากที่สุดนอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่ หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในกระบวนการผลิตและหีบห่อ อาจสร้างขึ้นเพื่อ วัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษา เป็นต้น” ดังนั้นตัวข้าพเจ้าจึงสรุปได้ว่ บรรจุภัณฑ์นั้น มีหน้าที่ ที่ใช้ในการปกป้องผลิตภัณฑ์ จากอุปสรรคต่างๆ เช่น สภาพการนำเสีย และการขนส่ง จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค และสิ่งสำคัญอีกอย่างของบรรจุภัณฑ์ นั่นก็คือ การสื่อความหมาย ของผลิตภัณฑ์ ได้ตรงตามผู้ผลิตต้องการจะถ่ายทอด ไปยังผู้บริโภค กระผมจึงกล่าวได้ว่ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์นั้น มันก็คือ การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เดิม พัฒนาให้สัมพันธ์กับ หน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้าน จิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์

และการทำบรรจุภัณฑ์นั้นส่วนใหญ่ก็จะทำกับของบริโภค เนื่องจากมันจำเป็นในการเก็บรักษา ความสะอาด และการปลอดภัยในด้านการขนส่ง สินค้าอาหารหลายอย่างได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

อาจจะเป็นกระแสหรือว่ามนเสน่ห์ของมันก็ตาม และอีกหนึ่งสินค้าที่ทุกวันนี้ ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว กาแฟ กลิ่นหอมและรสชาติ อันมีมนเสน่ห์ มานานตั้งแต่ช่วงต้นยุค 1970 มีคำกล่าวต่าง ๆ นานาเกี่ยวกับมนเสน่ห์อันวิเศษนี้ หลายต่อหลายเรื่อง เรื่องหนึ่งเล่าขานกันมายาวนาน และแพร่หลาย คือ เรื่องของคนเลี้ยงแกะจากคาฟฟา เอธิโอเปีย ในปี ค.ศ.1000 เขาค้นพบว่า แทะในฝูงมักจะคึกคัก หลังจากกิน "ผลเชอร์รี่สีแดง" ชนิดหนึ่งเข้าไป วันหนึ่งเขาก็ลองกินดูบ้าง หลังจากนั้นเขาก็รู้สึกสดชื่น คึกคักไม่ต่างกับฝูงแกะของเขา บาทหลวงองค์หนึ่งดูค่าที่เขานำผลไม้แห้งชาตานั้นมาให้ผู้คนได้รู้จัก แต่เมื่อท่านบาทหลวงได้ลองลิ้มผลของต้นไม้ชนิดเดียวกันนี้ดูบ้าง ท่านก็พบว่า ตนไม่่วงนอนขณะสวมมนต์อีกต่อไป นั่นจึงเป็นที่มาของการนำผลเชอร์รี่สีแดงหรือลูกของต้นกาแฟมาเพื่อการบริโภค

ต้นกาแฟนั้นแรกมีที่เอธิโอเปีย ก่อนจะถูกนำไปปลูกที่อาระเบีย แรกนั้นก็ปลูกให้สัตว์เลี้ยงกินแต่ ว่าชาวเติร์กเป็นชนชาติแรกที่นำกาแฟมา ผ่านกรรมวิธีเพื่อทำเป็นเครื่องดื่ม โดยมักจะเติมเครื่องเทศเข้าไปด้วย ต่อมา กาแฟก็ถูกแนะนำออกไปสู่ดินแดนส่วนอื่นๆ ขณะนั้นคนบางกลุ่มคัดค้านและเรียกกาแฟว่าเป็น "เครื่องดื่มของปีศาจ" เมื่อไปปวินเซนต์ ที่ 3 ตัดสินพระทัยที่จะลองดื่ม พระองค์จึงได้ค้นพบความอร่อยลิ้มล้ำของเครื่องดื่มที่ได้รับการยอมรับกว้าง ขวางขึ้นจนถึงปัจจุบัน อิตาลีเป็นชาติหนึ่งที่มีกาแฟเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม คอฟฟี่เฮาส์แห่งแรกของโลกเกิดในอิตาลี เครื่องชงเอสเปรสโซเครื่องแรกก็กำเนิดที่นี่ จึงไม่แปลกที่ชื่อและศัพท์ที่ใช้ในแวดวงกาแฟส่วนใหญ่เป็นภาษาอิตาเลียน ด้วยคุณลักษณะอันโดดเด่นทำให้เครื่องดื่มชนิดนี้เป็นที่นิยมของผู้คนมาเนิ่นนาน ในบ้านเรานั้นความนิยมดื่มกาแฟนั้นวันดูเหมือนจะเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากการขยายสาขาของกาแฟยี่ห้อดังจากต่างประเทศ รวมทั้งการเปิดตัวของกาแฟแบรนด์ไทย อีกทั้งคอฟฟี่เฮาส์ขนาดเล็กอีกมากมาย ที่ทำให้คอกาแฟมีตัวเลือกในการบริโภค ในปัจจุบันมีผู้หันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องการทำอาชีพเสริมมากขึ้น บางคนไม่ได้ทำอาชีพเสริมเพียงอย่างเดียว แต่ได้มีการพัฒนาระบบและรูปแบบต่างๆ จนกลายเป็นธุรกิจขนาดย่อมของครอบครัวก็ยังมี อาชีพเสริมเหล่านี้ไม่ได้เพียงแค่ทำรายได้ให้กับคนในชุมชนเพียงเท่านั้น แต่เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนอีกด้วยเพราะได้มีการนำผลผลิตต่างๆที่มีอยู่ในพื้นที่ของตนมาแปรรูปสร้างเป็นจุดขายของชุมชนขึ้นมา และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี (ปัทภูมา อุดมสุข . 2546 . หน้า 4) และอีกไม่น้อยเหมือนกัน เกษตรกรชาวไทยก็นำเอาอาชีพการปลูกต้นกาแฟเข้ามาทำรายได้ในประเทศไทย หลายต่อหลายแห่งมีโรงคั่วเมล็ดกาแฟ เพื่อจะนำไปขายภายในประเทศ และเป็น การแสดงอัตลักษณ์ของคนในชุมชนที่ปลูกต้นกาแฟ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่ทางภาคเหนือ เนื่องจากความเหมาะสมทางภูมิประเทศและภูมิอากาศอีกกลุ่มชุมชนหนึ่งซึ่งตัวข้าพเจ้าเองก็ได้ทำการศึกษา ก็คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่รวมตัวกันผลิตสินค้าแปรรูปจากผลผลิตที่มีอยู่ในชุมชนของตนเอง มาสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ชื่อเสียง และรายได้ให้แก่ชุมชนของตนเอง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สะดุดตา สะอาด ถูกหลักอนามัย และอีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ ให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และอีกทั้งเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย อีกด้วย

4

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- 2 เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

วิจัยปี ๒๕๖๓-๖๔

## 3. กรอบแนวคิดของการวิจัย

ส่วนที่ 1 ศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัย ตลอดจนเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวข้อง
2. กำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูล ศึกษา
3. ศึกษาเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้เครื่องมือในงานวิจัย(สัมภาษณ์)
4. ศึกษา วิเคราะห์ เรียบเรียงข้อมูลตามขอบเขตงานวิจัย

ส่วนที่ 2 ศึกษาบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

1. ศึกษา และจัดเก็บข้อมูล
2. ประมวลผลข้อมูล

ส่วนที่ 3 พัฒนาบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

1. กำหนดแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ
2. นำเสนอต้นแบบที่พัฒนา

ส่วนที่ 4 ทดลองใช้บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ ที่ได้ออกแบบและวิจารณ์

ส่วนที่ 5 พัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ

#### 4.ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาโครงการนี้ เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

##### 1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตในพื้นที่ของโครงการหมายถึง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

1.2 นโยบายทางการตลาดเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

##### 2. ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์

ประเภทของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่ทำการศึกษาประกอบไปด้วย 6 ประเภท ดังนี้

- 2.1 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ อิตาลี (Italian roast)
- 2.2 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ ฝรั่งเศส (French roast)
- 2.3 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ เวียนนา (Vienna roast)
- 2.4 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ เอสเพรสโซ (Espresso)
- 2.5 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ คาปูชิโน่ (Cappucino)
- 2.6 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ ลาเต้ (Latte)

##### 3.ขอบเขตด้านบรรจุภัณฑ์

- 3.1 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า คั่วแบบ อิตาลี (1 หน่วย)
- 3.2 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า คั่วแบบ ฝรั่งเศส (1 หน่วย)
- 3.3 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า คั่วแบบ เวียนนา (1 หน่วย)
- 3.4 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ เอสเพรสโซ (1 หน่วย)
- 3.5 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ คาปูชิโน่ (1 หน่วย)
- 3.6 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ ลาเต้(1 หน่วย)
- 3.7 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (เซท)
- 3.8 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (เซท)
- 3.9 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ เอสเพรสโซ (ของเล็ก)
- 3.10 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ คาปูชิโน่(ของเล็ก)
- 3.11 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ ลาเต้ (ของเล็ก)

## 5. สมมติฐานงานวิจัย

1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์
2. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัด เชียงราย

## ๕ 6. แผนการดำเนินการ

โครงการนี้มีกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 เดือน ตั้งแต่ ตุลาคม 2553 – มีนาคม 2554 โดยมีโครงการจะดำเนินงานดังนี้

1. ศึกษาประวัติกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
2. ศึกษากลุ่มเป้าหมายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
3. ศึกษาตัวผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแพ่สดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
4. ศึกษาตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เพื่อนำมาพัฒนาโครงการ
5. วางแผนและร่างแผนการดำเนินงาน
6. ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์
7. ทดสอบและแก้ไขข้อผิดพลาด
8. จัดทำรายงาน

## 7. ข้อตกลงเบื้องต้น

โครงการนี้เป็นการศึกษาและกระทำร่วมกันระหว่างผู้วิจัยกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ลิขสิทธิ์บรรจุภัณฑ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

## 8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1 ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไป ของสภาพทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ท่าก้อ ที่ผลิตเมล็ดกาแพ่สดคั่ว อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- 2 ทำให้ได้ บรรจุภัณฑ์ เมล็ดกาแพ่สดคั่ว ของกลุ่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย จำนวน 6 โครงสร้าง 11 กราฟิก

## 9. นิยามศัพท์เฉพาะ

### 1. บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง

วัสดุที่นำมาห่อหุ้มป้องกันเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ. เชียงรายให้อยู่ในสภาพดี สะอาดถูกสุขลักษณะและเป็นอีกหนึ่งวิธีการที่ใช้จำแนกประเภทของเมล็ดกาแฟสดคั่วว่าเป็นเมล็ดกาแฟประเภทไหน พร้อมทั้งเป็นการจัดจำหน่าย และขนส่งเมล็ดกาแฟสดคั่วด้วย

### 2. กราฟิก (Graphic) หมายถึง

การสื่อความหมาย ถึงผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ. เชียงราย ให้ออกมาในรูปแบบของลวดลาย เส้น สี หรือรูปภาพ ที่ต้องแสดงออกมาและสื่อความหมายให้เข้ากับตัวผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ให้เข้าใจง่าย มองแล้วสามารถรับรู้ได้

### 3. การออกแบบ (Design) หมายถึง

3.1 การออกแบบด้าน โครงสร้าง ซึ่งต้องใช้เทคนิคในการเลือกใช้ชนิดของวัสดุ การกำหนดขนาด รูปแบบ วิธีการบรรจุ และส่วนประกอบต่างๆ เพื่อให้ภาชนะบรรจุนั้นสามารถทำหน้าที่ในการปกป้องผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ. เชียงราย ให้ได้ดีที่สุด

3.2 การออกแบบด้านกราฟิก คือ การออกแบบที่ให้ผลต่อการส่งเสริมการขาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับคุณภาพของการพิมพ์ การตกแต่งด้านสี สัน รูปภาพ รูปร่าง เพื่อให้ภาชนะบรรจุนั้นมีความสวยงาม ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ. เชียงราย นั้นได้เป็นอย่างดี

### 4. การคั่วกาแฟ หมายถึง

การนำเมล็ดกาแฟที่ได้จากไร่ มาผ่านเครื่องคั่วเมล็ดที่เวลาต่างๆกัน

### 5. เมล็ดกาแฟสดคั่ว หมายถึง

เมล็ดกาแฟจากไร่ที่ปลูกขึ้นเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ. เชียงราย นำมาผ่านการคั่วที่เวลาต่างกัน จนได้รสชาติ ที่แตกต่างกัน เป็นผลิตภัณฑ์ประจำชุมชนที่กำลังได้รับความนิยมเป็นวงกว้าง

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการค้นคว้าของโครงการการพัฒนaborรจุภัณฑ์ เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำเสนอ ตามลำดับดังนี้

#### 1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ และชุมชนงานวิจัย

1.1 สภาพทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ ที่ผลิตเมล็ดกาแฟสดคั่ว อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย

1.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย

#### 2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และกรรมวิธี

2.1 ข้อมูลทั่วไปของกาแฟ

2.2 การตลาดและจัดจำหน่าย

#### 3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบ

3.1 ทฤษฎีการออกแบบ

3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.2.1 ความหมาย ประวัติและประเภทของบรรจุภัณฑ์

3.2.2 นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์

#### 1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ และชุมชนงานวิจัย

1.1 สภาพทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ ที่ผลิตเมล็ดกาแฟสดคั่ว อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย

ชื่อประธานกลุ่ม คุณ พัทธิธีรา ศรีปทุมภรณ์

ที่อยู่ 100 หมู่ที่ 14 ถ.เชียงใหม่-เชียงราย ต.ท่ากอ อ.มะสรวย จ.เชียงราย 57180

#### ประวัติความเห็นมาพอสังเขปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ

เป็นกลุ่มเกษตรกร ที่เพาะปลูกกาแฟอยู่แล้วโดยดั้งเดิม โดยเป็นการเพาะปลูกกาแฟ อราบิก้า สายพันธุ์ คาร์ติมอร์ ซึ่งนิยมปลูกกันพื้นที่ภาคเหนือ ของประเทศไทย กาแฟท่ากอ ได้ใช้ชื่อของ ตำบลมาเป็นตรา ของผลิตภัณฑ์ กาแฟ ของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากความชำนาญในด้านการเพาะปลูก

ประกอบกับภายในพื้นที่ทางการเกษตรเป็นภูเขาสูง การปลูกกาแฟของชาว ตำบลท่าก้อ จึงให้ผลผลิตที่สมบูรณ์มาก ในแต่ละปีมีปริมาณกาแฟออกสู่ตลาดหลายร้อยตันและกำลังจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในอนาคต

ดังนั้นจึงได้รวมกลุ่มกันเพื่อที่จะผลิตกาแฟอาราบิก้า กรรมวิธีเปียก โดยได้ก่อตั้งเป็น โรงแปรรูปผลผลิตกาแฟ ที่รับซื้อจากเกษตรกรบนพื้นที่สูง และจากสวนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเอง โดยมีกำลังผลิตสามารถรับกาแฟดิบได้ ประมาณ 2,000 กิโลกรัม ต่อวัน ซึ่งจะแปรรูปไปเป็น กาแฟกะลา สีเป็นสารเพื่อจำหน่ายแก่ร้านกาแฟที่คั่วกาแฟ ได้เอง

พื้นที่ในการปลูกกาแฟ ในบริเวณตำบลท่าก้อ จะเป็นพื้นที่สูง ประมาณ 1,000 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล ซึ่งเป็น จุดเด่นของกาแฟไทยพื้นที่สูง ในเรื่องรสชาติ และความหอมกลมกล่อม ไม่แพ้กาแฟประเทศใดในโลก แห่งที่สำคัญ ที่เรา ได้รับซื้อเพื่อแปรรูปกาแฟ ได้แก่ ดอยแม่ น้ำซุ่น ( พื้นที่ติดดอยช้าง) ซึ่งมีอากาศเย็นตลอดทั้งปี ดอยหลวง ที่ กินพื้นที่ขนาดใหญ่ เกือบทั้งอำเภอแม่สรวย นอกจากนี้ก็ยังมีกาแฟ จากเชียงใหม่บริเวณดอยสูงในอำเภอพร้าวที่เป็นพื้นที่ติดบริเวณเดียวกันด้วย

ปัจจุบัน กาแฟภายในพื้นที่อำเภอแม่สรวยที่สามารถผลิตได้ ได้กระจายการจำหน่ายออกไปในรูปกะลา สารกาแฟ กาแฟคั่ว ซึ่งสำหรับกาแฟคั่วเรามีเครื่องคั่วที่ทันสมัย พร้อมด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านการคั่ว กาแฟมานาน ทำให้กาแฟคั่วที่ ออกไปจากทางวิสาหกิจชุมชน ได้รับไว้วางใจให้ใช้ เครื่องหมาย GMP อย. จากทางสำนักงาน สาธารณสุข จังหวัดเชียงราย

ที่ตั้งของ วิสาหกิจ อยู่ระหว่าง อำเภอเวียงป่าเป้า กับอำเภอแม่สรวย ระยะทางห่างจาก เชียงใหม่ 100 กิโลเมตร และจาก เชียงราย 70 กิโลเมตร ซึ่งระหว่างอำเภอแม่สรวย กับ อำเภอเวียงป่าเป้า จะเป็นหมู่บ้านใน ระหว่างหุบเขาสูง หนาอยู่ตรงกลางพื้นที่ราบ โดยมีดอยสูงที่สำคัญในการเพาะปลูกกาแฟ คือ ดอยช้าง ดอยแม่ น้ำซุ่น ดอยหลวง ดอยขุนแจ ดอยหมอก ซึ่งพื้นที่สูงประมาณ 1000-2000 เมตร จากระดับ น้ำทะเล ชาวไทยภูเขาที่อาศัย บนพื้นที่สูงที่สำคัญ ได้แก่ ชาวเผ่า อาข่า ะหู่ และคนจีน

การประกอบอาชีพโดยส่วนใหญ่เป็น ด้านการเกษตร ซึ่งประกอบด้วยการ ทำนาในพื้นที่ราบ ปลูกข้าวโพด ปลูกลำไย กาแฟ และผักผลไม้เมืองหนาว ซึ่งเป็นโครงการพระราชดำริ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว กระจาย อยู่ตามดอยสูงเหล่านี้ เนื่องจากปัจจุบัน กาแฟอาราบิก้าของไทยได้เริ่ม มีชื่อเสียงที่ดีในตลาดโลก และเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ดังนั้น สัดส่วนการเพาะปลูกกาแฟจึงเพิ่มมากขึ้นทุกปี

พื้นที่บริเวณนี้ใน หน้าหนาวอากาศจะเย็นมาก ตามหมู่บ้านชนบทบนที่ราบ มีอุณหภูมิประมาณ 14-20 องศา ส่วน บนยอดดอย บางครั้งมี น้ำค้างแข็ง และอุณหภูมิลดแล้ว ประมาณ 5-10 องศา

## 1.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

- 1.เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ อิตาลี (Italian roast)  
300 บาท / 1 กิโลกรัม
- 2.เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ ฝรั่งเศส (French roast)  
300 บาท / 1 กิโลกรัม
- 3.เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ เวียนนา (Vienna roast)  
300 บาท / 1 กิโลกรัม
- 4.เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ เอสเพรสโซ (Espresso)  
270 บาท / 1 กิโลกรัม
- 6.เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ คาปูชิโน (Cappucino)  
270 บาท / 1 กิโลกรัม
- 7.เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ ลาเต้ (Latte)  
270 บาท / 1 กิโลกรัม



ภาพ 2.1 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟท่าก้อ

## 2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และกรรมวิธี

### 2.1 ข้อมูลทั่วไปกาแฟ

กาแฟ เป็นเครื่องดื่มที่ทำจากเมล็ดซึ่งได้จากต้นกาแฟ หรือมักเรียกว่า เมล็ดกาแฟ คั่ว มีการปลูกต้นกาแฟในมากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก กาแฟเขียว (กาแฟซึ่งยังไม่ผ่านการคั่ว) เป็นหนึ่งในสินค้า

ทางการเกษตรซึ่งมีการซื้อขายกันมากที่สุดในโลก กาแฟมีส่วนประกอบของคาเฟอีน ทำให้มันมีสรรพคุณชูกำลังในมนุษย์ ปัจจุบัน กาแฟเป็นเครื่องดื่มซึ่งได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก

เป็นที่เชื่อกันว่าสรรพคุณชูกำลังจากเมล็ดของต้นกาแฟนั้นถูกพบเป็นครั้งแรกในเยเมน แถบอาระเบีย และทางตะวันออกเฉียงเหนือของเอธิโอเปีย และการปลูกต้นกาแฟในสมัยแรกได้แพร่ขยายในโลกอาหรับ หลักฐานบันทึกว่าการดื่มกาแฟได้ปรากฏขึ้นราวกลางคริสต์ศตวรรษที่ 15 อันเป็นหลักฐานซึ่งเชื่อถือได้และเก่าแก่ที่สุด ถูกพบในวิหารซูฟี ในเยเมน แถบอาระเบีย จากโลกมุสลิม กาแฟได้แพร่ขยายไปยังทวีปยุโรป อินโดนีเซีย และทวีปอเมริกา ในระหว่างที่กาแฟเริ่มเดินทางจากทวีปอเมริกาเหนือและตะวันออกเฉียงกลางสู่ทวีปยุโรป กาแฟได้ถูกส่งผ่านไปยังซิซิลีและอิตาลีในตอนต้นคริสต์ศตวรรษที่ 17 จากนั้นผ่านตุรกีไปยังกรีซ อังกฤษ และออสเตรเลียในตอนปลายคริสต์ศตวรรษที่ 17 จากอิตาลีและออสเตรเลีย กาแฟได้แพร่ขยายไปยังส่วนที่เหลือของทวีปยุโรป กาแฟได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมหลายแห่งตลอดประวัติศาสตร์ ในแอฟริกาและเยเมน มันถูกใช้ร่วมกับพิธีกรรมทางศาสนา ผลที่ตามมาคือ ศาสนจักรเอธิโอเปีย ได้สั่งห้ามการบริโภคกาแฟตลอดกาล จนกระทั่งถึงรัชสมัยของจักรพรรดิเมเนลิกที่ 2 มันยังได้ถูกห้ามในจักรวรรดิออตโตมันระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 17 เนื่องจากสาเหตุทางการเมืองและมีส่วนเกี่ยวพันกับกิจกรรมทางการเมืองหัวรุนแรงในทวีปยุโรป

ผลกาแฟ ซึ่งบรรจุเมล็ดกาแฟ เป็นผลผลิตจากไม้พุ่มไม้ผลัดใบขนาดเล็กในจีนัส *Coffea* หลายสปีชีส์ โดยสายพันธุ์ที่มีการปลูกโดยทั่วไปมากที่สุด ได้แก่ *Coffea arabica* และรูปแบบ "โรบัสต้า" ซึ่งมีรสเข้มกว่าของ *Coffea canephora* ซึ่งสายพันธุ์ดังกล่าวมีความทนทานต่อราสนิมใบกาแฟ (*Hemileia vastatrix*) ซึ่งสร้างความเสียหายอย่างใหญ่หลวง สายพันธุ์กาแฟทั้งคู่มีการปลูกในละตินอเมริกา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และทวีปแอฟริกา เมื่อสุกแล้ว ผลดังกล่าวจะถูกเก็บรวบรวม นำไปผ่านกรรมวิธีและทำให้แห้ง หลังจากนั้น เมล็ดจะถูกคั่วในอุณหภูมิที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับรสชาติที่ต้องการ และจะถูกบดและปรมเพื่อผลิตกาแฟ กาแฟสามารถเตรียมและนำเสนอได้ในหลายวิธี



ภาพ 2.2 เมล็ดกาแฟที่ยังไม่ผ่านการคั่ว (กาแฟเขียว)

## ประวัติกาแฟ

เป็นที่เชื่อกันว่า บรรพบุรุษชาวเอธิโอเปียของชาวโรมาในปัจจุบัน เป็นคนกลุ่มแรกซึ่งรู้จัก ผลกระทบกระตุ้นประสาทของเมล็ดจากต้นกาแฟ อย่างไรก็ตาม ไม่มีหลักฐานโดยตรงซึ่งชี้ชัดว่าต้น กาแฟมีการปลูกอยู่ที่ใดในทวีปแอฟริกา หรือผู้ใดในกลุ่มชาวพื้นเมืองซึ่งอาจใช้มันเป็นสารกระตุ้น หรือ แม้แต่รู้ถึงผลกระทบนั้น ก่อนหน้าคริสต์ศตวรรษที่ 17 เรื่องราวของ *คาลดี* เด็กเลี้ยงแกะชาวเอธิโอเปียใน ราวคริสต์ศตวรรษที่ 9 ผู้ซึ่งค้นพบต้นกาแฟนั้น มิได้ปรากฏชื่อในงานเขียนจนกระทั่งถึง ค.ศ. 1671 หรือ อาจเป็นเพียงเรื่องปลอมเท่านั้น จากเอธิโอเปีย สันนิษฐานว่ากาแฟได้แพร่กระจายไปยังเยเมน ที่ซึ่งมี การดื่มและผลิตขึ้นเป็นครั้งแรก จากนั้นได้แพร่ไปยังอียิปต์ ในขณะที่ หลักฐานซึ่งเชื่อถือได้สามารถสืบ ย้อนไปได้ไกลที่สุด ถึงการดื่มกาแฟในวิหารซูฟีในม็อคค่าในเยเมน ที่ซึ่งในอาระเบีย ได้มีการคั่วและชง เมล็ดกาแฟเป็นครั้งแรก อันเป็นวิธีที่คล้ายคลึงกับการเตรียมกาแฟ ภายในคริสต์ศตวรรษที่ 16 กาแฟได้ แพร่ขยายไปทั่วถึงตะวันออกกลาง เปอร์เซีย ตุรกี และแอฟริกาเหนือ

จากโลกมุสลิม กาแฟได้แพร่ขยายไปยังอิตาลี การค้าขายระหว่างเวนิซ กับแอฟริกาเหนือ อียิปต์ และตะวันออกกลางที่เจริญขึ้น ทำให้อิตาลีได้รับสินค้าใหม่ ๆ เข้ามาเป็นจำนวนมาก ซึ่งรวมไปถึงกาแฟ ด้วย หลังจากนั้น กาแฟก็ได้แพร่กระจายจากเมืองท่าเวนิซไปทั่วยุโรป กาแฟได้รับการยอมรับอย่าง แพร่หลายมากขึ้น หลังจากสมเด็จพระสันตะปาปาคลีเมนต์ที่ 8 ลงความเห็นว่ามันเป็นเครื่องดื่มสำหรับ คริสเตียน ในปี ค.ศ. 1600 แม้ว่าจะมีการร้องเรียนให้ยกเลิก "เครื่องดื่มมุสลิม" ก็ตาม ร้านกาแฟแห่งแรก ในทวีปยุโรปเปิดในอิตาลีในปี ค.ศ. 1645 ชาวดัตช์เป็นชนชาติแรกที่นำเข้ามาเป็นจำนวนมาก และ ฝ่าฝืนข้อห้ามของอาหรับเกี่ยวกับการส่งออกพืชและเมล็ดที่ยังไม่ได้คั่ว เมื่อ Pieter van den Broeck ลักลอบนำเข้ามาจากเอเดนไปยังยุโรปในปี ค.ศ. 1616 ในภายหลังชาวดัตช์ยังได้นำไปปลูกในเกาะ ชวาและซีลอน ซึ่งผลผลิตกาแฟจากเกาะชวาสามารถส่งไปยังเนเธอร์แลนด์ได้ในปี ค.ศ. 1711 และด้วย ความพยายามของ บริษัทอินเดียตะวันออกของอังกฤษ ทำให้กาแฟได้รับความนิยม ในประเทศอังกฤษ เช่นเดียวกัน กาแฟเข้าสู่ประเทศฝรั่งเศส ในปี ค.ศ. 1657 และเข้าสู่ออสเตรเลียและไปแลนด์ หลังจาก ยุทธการเวียนนา เมื่อปี ค.ศ. 1683 ซึ่งทหารสามารถยึดเสบียงของทหารอดโตมานเติร์กที่พ่ายแพ้ใน การรบครั้งนั้น

หลังจากนั้น กาแฟได้เข้าสู่ทวีปอเมริกาเหนือในช่วงยุคอาณานิคม แต่ยังไม่ได้รับความนิยมมาก เท่ากับในทวีปยุโรป อย่างไรก็ตาม ในช่วงสงครามปฏิวัติอเมริกัน ปริมาณความต้องการกาแฟได้เพิ่ม สูงขึ้นอย่างรวดเร็วจนพวกพ่อค้ากักตุนสินค้าเอาไว้และปั่นราคาขึ้นอย่างกะทันหัน ซึ่งบางส่วนเป็นผลมา จากการที่พ่อค้าชาวอังกฤษไม่สามารถนำเข้าชาได้มากนัก หลังจากสงครามปี 1812 ในช่วงที่อังกฤษงด การนำเข้าชาเป็นการชั่วคราว ชาวอเมริกันจึงหันมาดื่มกาแฟแทน และมีปริมาณความต้องการสูงมาก

ในช่วงสงครามกลางเมืองอเมริกัน ไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาของเทคโนโลยีการต้มเหล้าทำให้กาแฟกลายเป็นสินค้ายอดนิยมในสหรัฐอเมริกาจนถึงปัจจุบัน แต่ในอังกฤษ ปริมาณการบริโภคกาแฟกลับลดลง และชาวอังกฤษหันไปบริโภคชาแทนระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 18 เครื่องดื่มชาเป็นเครื่องดื่มซึ่งเตรียมขึ้นได้ง่ายกว่า และหาซื้อได้ในราคาถูกจากการยึดครองอินเดียและอุตสาหกรรมชาในอินเดียของอังกฤษ

**กาแฟสู่ยุโรป** พ่อค้าชาวเวนิสเป็นชาวยุโรปกลุ่มแรกที่ทำการค้ากาแฟกับอาหรับในปี ค.ศ. 1615 ชื่อกาแฟจากเมืองมอคค่า (Mocha) นำไปขายในยุโรปเป็นจุดเริ่มต้นการค้าที่สร้างความร่ำรวยให้กับพ่อค้าอาหรับผู้ส่งกาแฟ ต่อมาพ่อค้าชาวดัตช์ นำกาแฟไปเผยแพร่ในอัมสเตอร์ดัมที่ ชาวดัตช์ ได้พยายามศึกษาเก็บข้อมูลต่างๆ ของกาแฟทั้งด้านพฤกษศาสตร์ และการค้า ในปี ค.ศ.1616 ต้นกาแฟต้นแรกถูกนำไปยุโรปแล้วขยายพันธุ์ที่สวนพฤกษศาสตร์ในเมืองอัมสเตอร์ดัม และนำไปปลูกในเขตประเทศแถบหมู่เกาะอินเดียตะวันออก และชวาในปี ค.ศ.1663 ร้านกาแฟร้านแรกเปิดในอัมสเตอร์ดัม ทำให้ประชาชนทุกชนชั้นมีโอกาสลิ้มรสกาแฟ ร้านกาแฟจะตกแต่งอย่างประณีตสวยงามในบรรยากาศที่สะดวกสบาย

ในอิตาลีปกติชาวอิตาลี นิยมดื่มน้ำผลไม้ และเครื่องดื่มจากพืชต่างๆ ในปี ค.ศ.1625 มีการขายกาแฟในกรุงโรม โดยชาวอิตาลีเห็นว่ากาแฟเป็นสมุนไพรชนิดหนึ่ง ค.ศ.1645 ร้านขายกาแฟร้านแรกเกิดขึ้นในเวนิส จนในปี ค.ศ.1690 มีร้านกาแฟมากมายในเวนิส ร้านกาแฟเป็นที่ชุมนุมของชนชั้นสูง และในปี ค.ศ.1720 ร้านกาแฟที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในเวนิสคือ ร้านฟลอเรนท์ (Florian) เปิดให้บริการในฝรั่งเศส ปี ค.ศ.1644 มีการส่งเมล็ดกาแฟจากเมืองอเล็กซานเดรีย สู่มือง มาแธร์ ค . ศ .1671 ร้านกาแฟร้านแรกจึงเปิดขึ้นที่นี่ ในปี ค.ศ.1672 นายปาสคาล ชาวอามาเนีย เปิดขายกาแฟเป็นครั้งแรกที่ปารีสในงาน Saint Germain fair และได้เปิดร้านขึ้นหลังจากนั้น ในปี 1689 Procopio dei Coltelli ชาวอิตาลีได้เปิดร้านกาแฟที่มีชื่อเสียงขึ้นในกรุงปารีส มีบุคคลที่มีชื่อเสียงทั้งศิลปิน นักการเมือง ฯลฯ นิยมไปดื่มกาแฟที่ร้านนี้กันมาก จนในปี ค.ศ.1690 มีร้านกาแฟในปารีสมากกว่า 300 ร้าน ในสมัยพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมาก จนอาจเรียกได้ว่าเป็นเครื่องดื่มของพระราชามีคำโฆษณาขายกาแฟว่า “กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่คั่วและผสมในหม้อทองคำ โดยพระหัตถ์ของพระราชามี ”

ในปี ค.ศ.1714 เจ้าเมืองอัมสเตอร์ดัมส์ ได้ส่งต้นกาแฟมาถวายเป็นของขวัญแก่พระเจ้าหลุยส์ที่ 14 และได้นำมาปลูกในสวนพฤกษศาสตร์ กรุงปารีส เนื่องจากกาแฟไม่ทนทานต่อความหนาวเย็น จึงมีการสร้างเรือนกระจกเพื่อปลูกกาแฟนับเป็นเรือนกระจกพืชเรือนแรกของโลก ฝรั่งเศสได้พยายามนำกาแฟไปปลูกในดินแดนภายใต้ปกครองเช่นกัน โดยมีการนำกาแฟจากเยเมนไปปลูกในเกาะเบอร์บอน (Bourbon) (ปัจจุบันคือเกาะลาเรอูเนียน) เกาะภูเขาไฟเล็กๆ ในมหาสมุทรอินเดีย 800 กิโลเมตรจาก

เกาะมาดากัสการ์ ตั้งแต่ปี ค.ศ.1708 แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ จนในปี ค.ศ.1715-1718 มีการนำกาแฟมาปลูกอีกและประสบผลสำเร็จ จนในปี ค.ศ.1817 กาแฟให้ผลผลิตเป็นจำนวน ถึง 1,000 ตัน กาแฟจากเกาะเบอรับอน เป็นพันธุ์อาราบิก้าที่สำคัญคือชื่อพันธุ์เบอรับอน (Bourbon) เริ่มต้นจากเกาะแห่งนี้ และได้นำพันธุ์ลูกหลานไปปลูกในที่อื่นๆ เป็นที่รู้จักกันทั่วโลก

ในอังกฤษ จากบันทึกของ John Evelyn ค.ศ.1637 กล่าวถึงการดื่มกาแฟของสมาชิก Balliol College ในออกฟอร์ด (Oxford) กาแฟเป็นที่นิยมในหมู่อาจารย์และนักศึกษา เพราะกาแฟช่วยกระตุ้นให้สามารถอ่านหนังสือในเวลากลางคืนได้นานขึ้น ในปี ค.ศ.1650 จากอบ (Jacob) ชาวเลบานอนตั้งร้านกาแฟร้านแรกขึ้นชื่อ Angle Inn ที่ออกฟอร์ดต่อมามีร้านกาแฟเกิดขึ้นในลอนดอนที่ St Michael's Alley โดยชาวกรีกชื่อ ปาสควาลโรเซ่ (Pasqua Rosee) ร้านกาแฟเป็นสถานที่สำคัญของบุคคลทั่วไปเป็นที่พบปะของนักธุรกิจข้อตกลง การเซ็นสัญญา การแลกเปลี่ยนข่าวสารร้านกาแฟเป็นจุดกำเนิดสถาบันหลายอย่างเช่นตลาดหลักทรัพย์ บริษัทประกัน Baltic และ Lloyds ร้านกาแฟเป็นที่พักผ่อนของบรรดานักเขียน กวี ทนายความ นักปรัชญา นักการเมือง ร้านกาแฟ บางแห่งเก็บค่าธรรมเนียมเข้าใช้บริการอัตราคนละ 1 เพนนี เพื่อให้สามารถถกเถียงให้ความคิดเห็นในด้านการเมืองและวรรณกรรมจนเป็นที่รู้จักในนามมหาวิทยาลัยเพนนีภายในร้านมีกล่องทองเหลืองสลักคำว่า To Insure Promptness เพื่อความทันใจ ภายหลังถูกย่อให้สั้นเหลืออักษร ตัวแรกคือทิป (Tip) ในปี ค.ศ.1675 พระเจ้าชาร์ลที่ 2 ประกาศปิดร้านกาแฟ เนื่องจาก ผู้หญิงอังกฤษต่อต้านการดื่มกาแฟ เพราะผู้ชายใช้เวลาและเงินทองหมดไปที่ร้านกาแฟนอกบ้าน หลังจากนั้นไม่นานพวกพ่อค้ารายใหญ่ รายย่อยได้ถวายฎีกาให้ยกเลิกการปิดร้านกาแฟ ทำให้ร้านกาแฟเปิดขึ้นใหม่อีก ในช่วงต้นศตวรรษที่ 18 บรรยากาศร้านกาแฟมีการเปลี่ยนไป ร้านกาแฟมีการเสิร์ฟเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น กลุ่มลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลง นักธุรกิจนิยมดำเนินธุรกิจของตนในสถานที่ทำงานที่เป็นหลักแหล่ง ที่สะดวกปลอดภัยกว่า โรงงานและสถานที่ทำงานจัดให้มีห้องสมุด ทำให้หนังสือพิมพ์และหนังสือต่างๆ สามารถหาได้ง่ายขึ้น ร้านกาแฟจึงเสื่อมความนิยมในเวลาต่อมา

กาแฟสู่อเมริกา ราว ค.ศ.1655 ชาวดัตช์นำกาแฟเข้ามาจากประเทศเนเธอร์แลนด์เข้ามาในอเมริกา แก่ชุมชนชาวดัตช์ในนิวยอร์ก (นิวยอร์ก) ช่วงแรกถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ราคาสูง ในปี ค.ศ.1688 มีหลักฐานว่ามีการดื่มกาแฟผสมน้ำตาลหรือน้ำผึ้งและซินเนมอลในนิวยอร์ก ในปี ค.ศ.1670 โดโรธี โจนส์ (Dorothy Jones) ได้รับอนุญาตขายกาแฟในบอสตัน และมีการเปิดร้านกาแฟขึ้นหลายแห่งในบอสตัน นิวยอร์ก ฯลฯ ร้านกาแฟที่มีชื่อเสียงจะเป็นที่พบปะของบุคคลชั้นสูง นักการเมือง เจ้าหน้าที่อังกฤษ แต่เมื่อเกิดเหตุการณ์ Boston Tea Party จากประท้วงการเก็บภาษีชาต่อรัฐบาลอังกฤษในปี ค.ศ.1767 นับเป็นจุดเริ่มต้นของสงครามประกาศอิสรภาพของสหรัฐอเมริกาและต่อต้านสินค้าอังกฤษ ชาวอเมริกันปฏิเสธการดื่มชาหันมาดื่มกาแฟแทน ทำให้ชาวอเมริกันกลายเป็นนัก

ตีเมกาแฟ แม้ในสงครามกลางเมืองระหว่างฝ่ายเหนือ ฝ่ายใต้ ทหารฝ่ายเหนือต้องมีกาแฟเป็นสเบียงคนละ 8 ปอนด์ โดยมีพ่อค้าชาวฝรั่งเศสและดัตช์นำเข้ามาจากอาณานิคมของตน เช่น ประเทศหมู่เกาะในทะเลแคริบเบียนและคิวบา จนในปัจจุบันสหรัฐอเมริกายังเป็น ผู้นำเข้ามาแฟรายใหญ่ของโลก

กาแฟสู่ลาตินอเมริกาได้ ในช่วงต้น ค.ศ. 1718 มีการนำต้นกาแฟต้นแรกจากเนเธอร์แลนด์ไปปลูกในประเทศสุรินัม ดินแดนในปกครองของดัตช์ เป็นการเริ่มการปลูกกาแฟครั้งแรกที่ปออเมริกา ประมาณปี ค.ศ.1723 นายทหารเรือชาวฝรั่งเศส ชื่อ กาเบรียล เมธิว เดอคลิว (Gabriel Methieu de Clieu) นำต้นกาแฟจากฝรั่งเศสไปยังเกาะมาตินิก (Martinique) ประเทศกือานาของฝรั่งเศส การเดินทางเป็นไปด้วยความยากลำบากทั้งพายุ ใจอสลัด จนถึงต้องสละนำจืดส่วนตัวรอดต้นกาแฟ จนมาถึงจุดหมายปลายทาง ต้นกาแฟจึงให้ผลผลิต ในเวลาต่อมาชาวสเปนได้นำกาแฟเข้าสู่อาณานิคมในหมู่เกาะอินเดียตะวันตก ค.ศ.1748 มีการนำเมล็ดกาแฟจากสาธารณรัฐโดมินกันไปปลูกที่คิวบา ต่อมาหมอสอนศาสนาชาวสเปนนำเมล็ดกาแฟจากคิวบาไปปลูกที่ประเทศกัวเตมาลาและเปอร์โตริโก ในปี ค.ศ. 1779 นำเข้าไปปลูกในประเทศคอสตาริกา ค.ศ. 1783 เริ่มปลูกกาแฟในประเทศเวเนซุเอล่า ที่หมู่บ้านในหุบเขาคอสตาริกา ค.ศ. 1783 เริ่มปลูกกาแฟในประเทศเวเนซุเอล่า ที่หมู่บ้านในหุบเขาคาราคัส (Caracas) ปี ค.ศ. 1790 มีการปลูกกาแฟในเม็กซิโก ค .ศ .1825 มีการปลูกกาแฟในฮาวาย

โคลัมเบีย ในปลายศตวรรษที่ 18 มีการเมล็ดกาแฟจากดินแดนปกครองฝรั่งเศส มาปลูกครั้งแรกที่เมือง Cucuta ใกล้ดินแดนประเทศเวเนซุเอล่า พื้นที่ปลูกกาแฟของโคลัมเบียอยู่บนที่สูงตั้งแต่ 800-1900 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล ดินเป็นดินภูเขาไฟ อุดมสมบูรณ์ ทำให้กาแฟโคลัมเบียเป็นกาแฟที่มีคุณภาพสูงแห่งหนึ่งของโลก

บราซิล จากดินแดนประเทศกือานาของดัตช์และฝรั่งเศส มีการพยายามนำพันธุ์กาแฟมาปลูกในบราซิล แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากทั้งดัตช์และฝรั่งเศสดูแลอย่างเข้มงวด ผู้นำเมล็ดและต้นกาแฟออกไปอาจถูกประหารชีวิตใน ค.ศ. 1718 ฟรานซิสโก เดอ เมลโล (Francisco de Melo Palheta) นายทหารชาวบราซิล ถูกส่งไปเจรจาเรื่องปัญหาเขตชายแดนกับดัตช์และฝรั่งเศส เขาสามารถเข้าไปใกล้ชิดและสนิทสนมกับนายกผู้ปกครองกือานา ฝรั่งเศส เขาได้มีความสัมพันธ์ลึกซึ้งกับภรรยาของผู้ปกครอง เมื่อการเจรจาลิ้นสุดลง มีการจัดเลี้ยงภรรยาผู้ปกครองได้มอบช่อดอกไม้ที่มีต้นกาแฟจำนวน 5 ต้น และผลกาแฟจำนวน 30 เมล็ดบรรจุในถุงเล็กๆ ซ่อนอยู่ในช่อดอกไม้ เมื่อกลับมายังบราซิล เขาลาออกจากการเป็นทหารและปลูกกาแฟทำสวนอยู่ริมแม่น้ำ Ubituba จนในปี ค.ศ. 1727 กาแฟเริ่มให้ผลผลิต และในปี ค.ศ.1733 กาแฟจำนวน 50 ถุงถูกส่งไปยังโปรตุเกสในระยะแรกกาแฟไม่ค่อยได้รับความนิยมมากเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมน้ำตาลจากอ้อย จนกระทั่งงไปเลียน สนับสนุนการทำน้ำตาลจากหัวบีท ทำให้ความต้องการกาแฟในยุโรปและอเมริกา บราซิลมีพื้นที่เหมาะสมกับการปลูกกาแฟและ

ยังมีทาสใช้แรงงาน ทำให้มีการขยายพื้นที่ปลูกเป็นสวนขนาดใหญ่ (estate) ขึ้นอย่างมากมายรวดเร็ว ต่อมาเมื่อมีการเลิกทาส เกิดปัญหาขาดแคลนแรงงาน ทำให้ผลผลิตลดลงอย่างมาก รัฐบาลบราซิล จึงได้มีการฟื้นฟูโดยสนับสนุนให้ชาวยุโรป เช่น โปรตุเกส เยอรมัน เข้ามาตั้งถิ่นฐานดำเนินการทำสวนกาแฟ โดยมีรัฐบาลช่วยดูแล มีการเปิดพื้นที่ปลูกใหม่ โดยปลูกเป็นสวนขนาดใหญ่อยู่แถบรัฐเซาเปาโล และขยายออกไปทางตะวันตกและทางใต้ของประเทศจนปัจจุบันบราซิลเป็นผู้ผลิตกาแฟรายใหญ่ที่สุดของโลก

อินโดนีเซีย ในปี ค.ศ. 1696 นิโคลัส วิทเสน ผู้จัดการบริษัทดัตช์อินเดียตะวันออก ได้นำต้นกาแฟจากมาลาบาร์ (Malabar) รัฐเคลลล่า ประเทศอินเดีย ไปปลูกที่เกาะชวา เริ่มปลูกที่ Kedawoeng estate ใกล้ๆ เมืองปัตตาเวีย (จาร์การ์ต้า) ในปี ค.ศ. 1699 สวนกาแฟประสบความเสียหายเนื่องจากแผ่นดินไหวและน้ำท่วมในปีเดียวกันนี้มีการนำต้นกาแฟอาราบิก้า จากมาลาบาร์ของอินเดียมาปลูกอีกครั้ง กาแฟอาราบิก้าจึงได้รับการส่งเสริมพัฒนาขึ้น จนในปี ค.ศ. 1711 มีรายงานว่าได้มีการเก็บเกี่ยวกาแฟนำไปขายในตลาดประมุขสินค้าที่เนเธอร์แลนด์ ปี ค.ศ. 1880-1899 มีการระบาดของโรคคราสนิม ทำให้ไม่สามารถที่จะปลูกกาแฟอาราบิก้าให้ได้ผล จึงได้มีการเปลี่ยนพันธุ์กาแฟมาเป็นโรบัสต้า และลิเบอริก้า ในปี ค.ศ. 1900 ได้มีการส่งต้นกาแฟโรบัสต้า 150 ต้นจากประเทศเบลเยียมไปเกาะชวา ต่อมากาแฟโรบัสต้ารับการส่งเสริมและขยายการผลิตในอินโดนีเซียจนประสบความสำเร็จ สามารถผลิตและส่งออกไปขายในตลาดโลกได้

### การตั้งชื่อกาแฟ

การอ้างอิงคำว่า coffee ในภาษาอังกฤษ อยู่ในรูปของ chaoua ซึ่งสามารถสืบย้อนไปได้ถึง ค.ศ. 1598 ในภาษาอังกฤษและในภาษายุโรปอื่น ๆ coffee ได้ถูกดัดแปลงมาจากภาษาตุรกีออกโตมัน kahve ผ่านทางภาษาอิตาลี caffè ในขณะเดียวกัน คำดังกล่าวในภาษาตุรกีออกโตมันถูกยืมมาจากเกาะหุวะหุ ในภาษาอาหรับ (อาหรับ: قهوة; qahwah) ผู้เขียนพจนานุกรมชาวอาหรับ ยืนยันว่า เดิมเกาะหุวะหุ ไปคำที่หมายถึงไวน์ประเภทหนึ่ง และได้ให้นิรุกติศาสตร์กับคำกริยา qahiya ในความหมายว่า "ไม่มีความอยากอาหาร เนื่องจากเครื่องดื่มดังกล่าวถูกใช้เพื่อดับความหิวของผู้ที่ดื่มเข้าไป นิรุกติศาสตร์ทางอื่นอีกเป็นจำนวนมากกล่าวว่า คำดังกล่าวในภาษาอาหรับอาจเป็นการบิดเบือนคำยืมมาจากหลักฐานเอธิโอเปียหรือแอฟริกัน โดยเสนอว่าคำดังกล่าวมาจาก คัฟฟา ที่ราบสูงทางตะวันออกเฉียงใต้ของเอธิโอเปีย เนื่องจากต้นกาแฟเป็นพืชท้องถิ่นในบริเวณดังกล่าว อย่างไรก็ตาม คำว่า qahwah ไม่ได้ถูกใช้กับเบอรรี่หรือพืชซึ่งเป็นพืชท้องถิ่นในบริเวณดังกล่าว ซึ่งจะถูกรู้จักว่า bunn

กาแฟถูกจัดให้อยู่ร่วมกับพืชมีดอก ของวงศ์ Rubiaceae ถูกจัดเป็นต้นไม้ประเภทไม้ผลัดใบ ต้นกาแฟสามารถสูงได้ถึง 5 เมตรถ้าไม่เล็มออก ใบของต้นกาแฟมีสีเขียวเข้มและเป็นมัน ขนาดโดยเฉลี่ย

ยาว 10-15 เซนติเมตร และกว้าง 6 เซนติเมตร ดอกของต้นกาแฟมีสีขาว มีกลิ่นหอม และจะบานพร้อมกันทั้งต้น ผลกาแฟมีลักษณะรียาวประมาณ 1.5 เซนติเมตร ผลกาแฟอ่อนจะมีสีเขียว เมื่อสุก สีของเมล็ดจะเปลี่ยนเป็นสีเหลือง และเมื่อนำไปผึ่งให้แห้ง สีของเมล็ดจะเปลี่ยนเป็นสีแดงเข้มและสีดำในที่สุด ผลกาแฟแต่ละผลจะมีเมล็ดอยู่สองเมล็ด แต่ผลกาแฟประมาณ 5-10% จะมีเมล็ดเพียงเมล็ดเดียว เมล็ดจำพวกนี้จะเรียกว่า พีเบอร์รี่ โดยปกติแล้ว ผลกาแฟจะสุกภายในเจ็ดถึงเก้าเดือน

### การปลูกกาแฟ

กาแฟมักจะได้รับ การขยายพันธุ์โดยวิธีเพาะเมล็ด วิธีดั้งเดิมในการปลูกกาแฟคือการใส่เมล็ดกาแฟจำนวน 20 เมล็ดในแต่ละหลุม เมื่อย่างเข้าฤดูฝน เมล็ดกาแฟครึ่งหนึ่งจะถูกกำจัดตามธรรมชาติ เกษตรกรมักจะปลูกต้นกาแฟพร้อมกับพืชผลประเภทอื่น ๆ อย่างเช่น ข้าวโพด ถั่ว หรือ ข้าว ในช่วงปีแรก ๆ ของการเพาะปลูก

กาแฟสายพันธุ์หลักที่ปลูกกันทั่วโลกมีอยู่ 2 สายพันธุ์ คือ *Coffea canephora* และ *Coffea arabica* กาแฟอาราบิก้า (ผลผลิตจาก *Coffea arabica*) ถูกพิจารณาว่าเหมาะแก่การดื่มมากกว่ากาแฟโรบัสตา (ผลผลิตจาก *Coffea canephora*) เพราะกาแฟโรบัสตามักจะมีรสชาติขมกว่าและมีรสนาติน้อยกว่ากาแฟอาราบิก้า ด้วยเหตุผลดังกล่าว กาแฟที่เพาะปลูกกันจำนวนมากว่าสามในสี่ของโลกจึงเป็น *Coffea arabica* อย่างไรก็ตาม *Coffea canephora* สามารถพิสูจน์ได้ว่าสามารถก่อให้เกิดโรคได้น้อยกว่า *Coffea arabica* และสามารถปลูกได้ในสภาพแวดล้อมที่ *Coffea arabica* ไม่สามารถเจริญเติบโตได้ กาแฟโรบัสตามีปริมาณคาเฟอีนผสมอยู่มากกว่ากาแฟอาราบิก้าอยู่ประมาณ 40-50% ดังนั้น ธุรกิจกาแฟจึงมักใช้กาแฟโรบัสตาทดแทนกาแฟอาราบิก้าเนื่องจากมีราคาถูกกว่า กาแฟโรบัสตาคุณภาพดีมักจะใช้ผสมในเอสเพรสโซเพื่อให้เกิดฟองและลดค่าวัตถุดิบลง นอกจากนี้กาแฟทั้งสองสายพันธุ์นี้แล้วยังมี *Coffea liberica* และ *Coffea esliaca* ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นพืชท้องถิ่นของประเทศไลบีเรียและทางตอนใต้ของประเทศชูดานตามลำดับ

เมล็ดกาแฟอาราบิก้าส่วนใหญ่ปลูกในละตินอเมริกา แอฟริกาตะวันออก อาราเบียหรือเอเชีย ส่วนเมล็ดกาแฟโรบัสตาปลูกในแอฟริกาตะวันตกและแอฟริกากลาง ไปจนถึง เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และบางส่วนของประเทศบราซิล เมล็ดกาแฟที่ปลูกในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันส่งผลให้เมล็ดกาแฟของแต่ละท้องถิ่น ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะตัว อย่างเช่น รสชาติ กลิ่น สัมผัสและความเป็นกรด ลักษณะรสชาติของกาแฟนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่ปลูกเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับสายพันธุ์กาแฟและกระบวนการผลิตด้วย ซึ่งโดยปกติแล้ว ความแตกต่างนี้จะสามารถรับรู้กันในท้องถิ่นเท่านั้น

ด้วยมนต์แห่งกาแฟ ทำให้ในปัจจุบันความรู้ เรื่องเครื่องกาแฟก็เป็นที่ยอมรับศึกษา จากทั้งคนที่ปรารถนาจะมีธุรกิจเกี่ยวกับกาแฟ รวมทั้งคนที่เพียงรักการดื่มกาแฟ วชิรี ลีวุฒินันท์ ผู้อำนวยการ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและฝึกอบรมของโซลิดี เป็นอีกผู้หนึ่งซึ่งทำหน้าที่ฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับกาแฟให้กับบุคคลทั่วไปวชิรีได้ให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการดื่มประเภทนี้

สายพันธุ์ของกาแฟนั้นมีอยู่ทั้งหมด 50 กว่าสายพันธุ์ แต่ว่าสายพันธุ์ที่นิยมปลูกเพื่อการค้า มีอยู่ 2 สายพันธุ์คือ อราบิก้า และโรบัสต้า ในประเทศไทยนั้นจะนิยมปลูกกาแฟพันธุ์อราบิก้า ทางภาคเหนือ และพันธุ์โรบัสต้านิยมปลูกทางภาคใต้

กาแฟพันธุ์อราบิก้าได้รับความนิยมปลูกมากที่สุดในโลก เป็นกาแฟที่มีรสชาติกลมกล่อมและมีลักษณะเด่นที่ลักษณะของกลิ่น อโรมาหรือเฟลเวอร์ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่มีกาแฟอื่นน้อยกว่าโรบัสต้า พันธุ์โรบัสต้า มีรสชาติเข้มจนถึงขม เนื่องจากมีรสชาติที่เข้มจึงเป็นที่นิยมและเหมาะสม ในการผลิตเป็นกาแฟสำเร็จรูป ( Instant Coffee) หรือนำไปคั่วผสม (Blend) กับกาแฟสายพันธุ์อื่นมีกาแฟอื่นมากกว่าอราบิก้า

กาแฟมี 4 คุณลักษณะเด่นคือ อโรมา (Aroma) คือ กลิ่นหรือความรู้สึกแรกที่สัมผัส กาแฟ บอดี้ (Body) คือ ความรู้สึกเต็มอิมหรือน้ำหนักที่ทิ้งไว้ในปาก แอซิดิตี (Acidity) คือ ความซาบซ่าน กระชุ่มกระชวยที่ได้รับกาแฟและเฟลเวอร์ (Flavor) คือ ความรู้สึกโดยรวมที่รู้สึกได้ในปาก



ภาพ 2.3 ต้นกาแฟพันธุ์อราบิก้า

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในอดีต การปลูกต้นกาแฟจะทำในร่มเงาของต้นไม้ ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์และแมลงทั้งหลาย ทฤษฎีนี้มักจะเป็นไปตามทฤษฎีเงาดั้งเดิม ในปัจจุบัน เกษตรกร

จำนวนมากได้เปลี่ยนไปใช้วิธีการปลูกต้นกาแฟแบบทันสมัย โดยการใช้แสงอาทิตย์ในการปลูกต้นกาแฟ ซึ่งต้นกาแฟจะถูกปลูกเรียงกันเป็นแถวอยู่ใต้แสงอาทิตย์โดยมีปะรำป่าเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย การปลูกแบบใหม่这使得เมล็ดกาแฟสุกเร็วขึ้นและให้ผลผลิตมากขึ้น แต่การปลูกแบบดังกล่าวจำเป็นต้องตัดต้นไม้ ใช้น้ำและยาฆ่าแมลงจำนวนมาก อีกด้านหนึ่ง การปลูกต้นกาแฟแบบดั้งเดิมจะทำให้เมล็ดกาแฟสุกช้ากว่าการปลูกต้นกาแฟแบบใหม่และให้ผลผลิตน้อยกว่า แต่จะให้เมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพสูงกว่า นอกเหนือจากนั้น ทฤษฎีเงาดั้งเดิมยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยในกับสิ่งมีชีวิตจำนวนมาก นักวิจารณ์การปลูกกาแฟแบบใหม่กล่าวว่าปัญหาสิ่งแวดล้อม อย่างเช่น การตัดไม้ทำลายป่า มลภาวะที่เกิดจากยาฆ่าแมลง การทำลายที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า การเสื่อมคุณภาพของดินและน้ำ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผลข้างเคียงมาจากการปลูกต้นกาแฟแบบใหม่นี้ สมาคมคอกาแฟอเมริกันเป็นผู้นำการรณรงค์ "การปลูกในร่มเงา" และ กาแฟอินทรีย์ ซึ่งพวกเขาสนับสนุนให้เปลี่ยนแปลงการปลูกกาแฟให้เป็นแบบดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ขณะที่การปลูกต้นกาแฟในร่มหลายแบบแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างทางชีวภาพมากกว่าระบบการปลูกต้นกาแฟกลางแจ้ง มันก็ยังเทียบไม่ได้กับป่าท้องถิ่นในแง่ของที่อยู่อาศัยของสัตว์

อีกประเด็นหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คือ การใช้น้ำในการผลิตกาแฟ ตามที่นิตยสาร *New Scientist* ระบุว่า ต้องใช้น้ำจำนวนถึง 140 ลิตรในกระบวนการปลูกต้นกาแฟไปจนถึงผลผลิตกาแฟหนึ่งถ้วย และกาแฟมักจะถูกปลูกในประเทศที่มีการขาดแคลนน้ำ อย่างเช่น เอธิโอเปีย

### เศรษฐกิจกับกาแฟ

บราซิลเป็นประเทศที่ส่งออกกาแฟสูงที่สุดในโลก แต่ในช่วงไม่กี่ปีมานี้ เวียดนามกลายเป็นผู้ผลิตเมล็ดกาแฟโรบัสตารายใหญ่ของโลก<sup>[36]</sup> อินโดนีเซียเป็นประเทศส่งออกกาแฟรายใหญ่ที่สุดเป็นอันดับสาม และเป็นผู้ผลิตกาแฟอาราบิกาละลาย ราคาซื้อขายกาแฟโรบัสตาในลอนดอนมีราคาถูกกว่าในนิวยอร์ก ซึ่งทำให้ลูกค้าผู้ประกอบการอุตสาหกรรม อย่างเช่น บริษัทข้ามชาติและผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูป โอนเงินไปทางกาแฟในลอนดอนมากกว่า เพราะว่ามีราคาถูกกว่า บริษัทข้ามชาติสี่แห่ง (ประกอบด้วย คอฟฟี่ เนสเล่ พร็อกเตอร์แอนด์แกมเบลล์และซาร่า ลี) ได้ซื้อกาแฟคิดเป็นปริมาณ 50% ของผลผลิตต่อปี การเลือกซื้อกาแฟโรบัสตาราคาถูกของกลุ่มบริษัทยักษ์ใหญ่ทั้งสี่ของตลาดกาแฟทำให้เกิดความเชื่อว่าเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ราคากาแฟตกต่ำ และปริมาณความต้องการเมล็ดกาแฟอาราบิกาคคุณภาพสูงกระเตื้องขึ้นมาเพียงเล็กน้อย

ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเข้ามาล้มตลาดของกาแฟเขียวราคาถูกอย่างมหาศาล หลังจากการล่มสลายของข้อตกลงกาแฟสากลแห่งปี 1975-1989 ได้ส่งผลกระทบต่อวิกฤตการณ์ราคากาแฟตั้งแต่ปี ค.ศ. 1989 ถึงปี ค.ศ. 2004 ในปี ค.ศ. 1997 ราคาของกาแฟในนิวยอร์กแตะระดับที่

3 ดอลลาร์สหรัฐ/ปอนด์ แต่เมื่อถึงปลายปี ค.ศ. 2001 ราคาของกาแฟเหลือเพียง 0.43 ดอลลาร์สหรัฐ/ปอนด์ ในปี ค.ศ. 2007 ราคากาแฟขายส่งอยู่ที่ประมาณ 1 ดอลลาร์สหรัฐ/ปอนด์ (จาก 69 เซนต์ในลอนดอน เมื่อเดือนมีนาคม มาเป็น 134 เซนต์ในนิวยอร์ก เมื่อเดือนตุลาคม) และราคาของกาแฟโรบัสตาคิดเป็น 70% ของกาแฟอาราบิกา ราคาซื้อขายกาแฟผันผวนอย่างมากจากราคาโดยเฉลี่ย 3 ดอลลาร์สหรัฐในไปแลนด์ 3.5 ดอลลาร์สหรัฐในสหรัฐอเมริกาและ 17 ดอลลาร์สหรัฐในสหราชอาณาจักร

แนวคิดของการค้าโดยชอบธรรมให้การรับรองว่าเกษตรกรจะได้รับผลตอบแทนตามจำนวนราคาที่เจรจาไว้ก่อนการเพาะปลูก เริ่มจากมูลนิธิแมกซ์ ฮาเวลลาร์ ที่เริ่มต้นโครงการดังกล่าวในเนเธอร์แลนด์ ในปี ค.ศ. 2004 ผลผลิตกาแฟ 24,222 เมตริกตันจากผลผลิตกาแฟทั้งหมด 7,050,000 เมตริกตันทั่วโลกเป็นไปตามแนวคิดการค้าโดยชอบธรรม ปีต่อมา ผลผลิตกาแฟ 33,991 เมตริกตันจากทั้งหมด 6,685,000 เมตริกตันเป็นไปตามแนวคิดการค้าโดยชอบธรรม ปริมาณผลผลิตกาแฟที่ค้าอย่างชอบธรรมคิดเป็น 0.34% ในปี 2004 และ 0.51% ในปี 2005 จากการศึกษาจำนวนมากได้แสดงให้เห็นว่าผลผลิตกาแฟที่ค้าอย่างชอบธรรมมีผลกระทบในด้านบวกต่อชุมชนที่ปลูกกาแฟ การศึกษาครั้งหนึ่งในปี 2002 แสดงให้เห็นว่าการค้าอย่างชอบธรรมจะเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่บริษัทผู้ผลิต เพิ่มผลตอบแทนในการผู้ผลิตรายย่อย และส่งผลให้คุณภาพชีวิตของเกษตรกรดีขึ้น การศึกษาครั้งหนึ่งในปี 2003 สรุปว่าการค้าโดยชอบธรรมนั้น "ได้พัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของเกษตรกรปลูกกาแฟรายย่อยและครอบครัวอย่างมาก" ด้วยการเข้าถึงความน่าเชื่อถือและเงินทุนการพัฒนาจากภายนอก และการเข้าถึงการฝึกฝนได้มากขึ้น ทำให้มีโอกาสพัฒนาคุณภาพของกาแฟที่ปลูก ครอบครัวของเกษตรกรปลูกต้นกาแฟยังมีความมั่นคงมากกว่าผู้ที่ไม่อยู่ในการค้าโดยชอบธรรม และลูกของพวกเขา ก็สามารถเข้าถึงการศึกษาที่ดีขึ้น จากการศึกษาของบริษัทผู้ผลิตกาแฟแห่งหนึ่งในโบลิเวียในปี 2005 สรุปว่าการรับรองการค้าโดยชอบธรรมจะส่งผลกระทบในด้านบวกต่อราคากาแฟในท้องถิ่น และให้ผลประโยชน์ทางธุรกิจแก่ผู้ผลิตกาแฟทุกราย

การผลิตและการบริโภค กาแฟที่ค้าอย่างชอบธรรม ได้เพิ่มสูงขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากผู้ประกอบกาแฟท้องถิ่นและกาแฟระดับชาติได้ เริ่มมอบข้อเสนอทางเลือกการค้าโดยชอบธรรมให้แก่เกษตรกร

### การค้าเมล็ดกาแฟ

ผลกาแฟและเมล็ดกาแฟต้องผ่านกระบวนการมากมายก่อนที่จะกลายเป็นเมล็ดกาแฟคั่วชั้นแรก กาแฟจะถูกเลือกสรร โดยใช้มือเป็นส่วนใหญ่ จากนั้น นำมาจัดเรียงตามความสุก สี จากนั้นเนื้อกาแฟจะถูกนำออกโดยเครื่องจักร ส่วนเมล็ดกาแฟจะถูกหมักเพื่อกำจัดชั้นเมือกบาง ๆ ที่เกาะอยู่ตามเมล็ด เมื่อกระบวนการหมักเสร็จสิ้น เมล็ดกาแฟจะถูกล้างทำความสะอาดโดยใช้น้ำบริสุทธิ์คุณภาพสูง

เพื่อกำจัดกากที่เกิดจากการหมัก ซึ่งก่อให้เกิดน้ำเสียที่มีการปนเปื้อนสูงปริมาณมาก หลังจากนั้น เมล็ดกาแฟจะถูกนำไปตากแห้ง จัดเรียงและระบุว่าเป็นเมล็ดกาแฟเขียว

ขั้นตอนต่อไปคือการคั่วเมล็ดกาแฟเขียว โดยปกติแล้ว กาแฟมักจะถูกจำหน่ายหลังจากคั่วแล้ว และกาแฟทุกรูปแบบจำเป็นต้องคั่วก่อนที่จะบริโภค กาแฟสามารถคั่วได้โดยผู้ประกอบการหรือคั่วเองได้ที่บ้าน กระบวนการคั่วเมล็ดกาแฟจะส่งผลกระทบต่อรสชาติของเมล็ดกาแฟ เนื่องจากเมล็ดกาแฟมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางกายภาพและทางเคมี เมล็ดกาแฟที่ผ่านการคั่วจะมีมวลลดลงเพราะสูญเสียความชื้นไป แต่จะมีปริมาตรมากขึ้น ทำให้มันมีความหนาแน่นลดลง ความหนาแน่นของเมล็ดกาแฟเองก็ส่งผลกระทบต่อความเข้มของกาแฟและความจำเป็นในการบรรจุ กระบวนการคั่วจะเริ่มขึ้นเมื่ออุณหภูมิภายในเมล็ดกาแฟสูงถึง 200 °C แม้ว่าเมล็ดกาแฟแต่ละประเภทจะมีความชื้นและความหนาแน่นที่แตกต่างกัน และยังคงคั่วด้วยอัตราเร็วที่แตกต่างกัน ระหว่างการคั่ว ปฏิกิริยารีดอกซ์ของน้ำตาลจะเกิดขึ้นภายในเมล็ดกาแฟ หลังจากที่มีความร้อนมหาศาลได้เผาแบ่งที่อยู่ในเมล็ดกาแฟ และเปลี่ยนแบ่งให้เป็นน้ำตาลโมเลกุลเดี่ยวซึ่งจะเริ่มเกรียม และเปลี่ยนสีของเมล็ดกาแฟ ระหว่างกระบวนการคั่ว เมล็ดกาแฟจะสูญเสียซูโครสอย่างรวดเร็วและอาจสูญเสียไปทั้งหมดหากคั่วติดต่อกันเป็นเวลานาน ระหว่างการคั่ว น้ำมันหอม กรดและคาเฟอีนจะอ่อนลง ทำให้รสชาติของกาแฟเปลี่ยนไป ที่อุณหภูมิ 205 °C น้ำมันชนิดอื่นจะขยายขึ้น หนึ่งในนั้นคือ *caffeol* ซึ่งเกิดขึ้นที่อุณหภูมิ 200 °C ซึ่งทำให้กาแฟมีกลิ่นและรสชาติ

สีของเมล็ดกาแฟที่ผ่านการคั่ว สามารถแบ่งได้ด้วยสายตามนุษย์ออกเป็น อ่อน อ่อนปานกลาง ปานกลาง เข้มปานกลาง เข้มและเข้มมาก วิธีตรวจสอบที่มีความแน่นอนน้อยกว่าในการตรวจหาระดับของการคั่ว คือ การตรวจวัดแสงสะท้อนจากเมล็ดกาแฟหลังจากการคั่วแล้ว โดยอาศัยแสงจากแหล่งกำเนิดแสงที่ใกล้กับอินฟราเรดสเปคโตรมิ เครื่องวัดแสงอย่างประณีตใช้กระบวนการที่เรียกว่า สเปคโตรสโกปี เพื่อคืนจำนวนที่ไม่เปลี่ยนแปลงซึ่งจะบ่งบอกถึงความสัมพันธ์กับระดับการคั่วของเมล็ดกาแฟหรือการพัฒนารสชาติของมัน เครื่องมือดังกล่าวจะถูกใช้ในการรับประกันคุณภาพของกาแฟในธุรกิจคั่วกาแฟเท่านั้น

การคั่วให้เมล็ดกาแฟมีสีเข้มมักจะทำให้เมล็ดกาแฟมีผิวเรียบขึ้น เพราะว่าเมล็ดกาแฟเหลือใยอาหารอยู่น้อยและจะมีความหวานมากขึ้น การคั่วอ่อน ๆ เมล็ดกาแฟจะเหลือคาเฟอีนสะสมอยู่มาก ทำให้กาแฟมีรสชาติขมอ่อน ๆ และมีรสชาติเข้มขึ้นจากน้ำมันหอมและกรด ซึ่งจะสูญเสียไปหากคั่วเมล็ดกาแฟเป็นเวลานาน ระหว่างการคั่วเมล็ดกาแฟ จะก่อให้เกิดกากเล็กน้อยจากผิวของเมล็ดกาแฟภายหลังจากการคั่วแล้ว กากจะถูกกำจัดโดยการเคลื่อนไหวของอากาศ แม้ว่าในเมล็ดกาแฟคั่วที่มีสีเข้มกว่าจะมีการเติมกากเพื่อให้เมล็ดกาแฟมีน้ำมันชุ่ม นอกจากนี้ ระหว่างกระบวนการอาจมีการกำจัดคาเฟอีนด้วย เมล็ดกาแฟจะถูกกำจัดคาเฟอีนขณะยังเขียวอยู่ มีหลากหลายวิธีในการกำจัดคาเฟอีนออกจาก

กาแฟ เช่น การแช่เมล็ดกาแฟในน้ำร้อนหรือการอบเมล็ดกาแฟ จากนั้นใช้ตัวทำละลายในการละลายน้ำมันที่มีคาเฟอีนผสมอยู่ด้วย การกำจัดคาเฟอีนมักจะทำโดยบริษัทผู้ประกอบการ จากนั้นคาเฟอีนที่ถูกแยกออกมามักจะถูกจำหน่ายให้กับภาคอุตสาหกรรมทางยา



ภาพ 2.4 การคั่วเมล็ดกาแฟโดยใช้เครื่อง

#### การเก็บรักษาเมล็ดกาแฟคั่วแล้ว

เมล็ดกาแฟที่ผ่านการคั่วแล้วจำเป็นต้องได้รับการเก็บรักษาอย่างเหมาะสมเพื่อคงความสดของรสชาติเอาไว้ เงื่อนไขในการคงความสด คือ ความกดอากาศและความเย็น อากาศ ความชื้น ความร้อน และแสงสว่างถือว่าเป็นปัจจัยทางธรรมชาติที่สำคัญในการเก็บรักษาเมล็ดกาแฟ

ถุงที่พับขึ้นนับว่าเป็นวิธีการทั่วไปที่ลูกค้ามักจะใช้ในการซื้อกาแฟนั้นไม่เหมาะสำหรับการเก็บรักษาในเวลานาน เนื่องจากอากาศสามารถเข้าไปในถุงได้ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมควรจะเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทมีลิ้นทางเดียวเพื่อป้องกันอากาศไม่ให้เข้าไปในบรรจุภัณฑ์นั้น

#### การเตรียมการสำหรับการชง

เมล็ดกาแฟจะต้องถูกบดและชงเพื่อที่จะทำเป็นเครื่องดื่ม การบดเมล็ดกาแฟคั่วสามารถทำได้ที่เตาอบกาแฟ ในร้านขายของชำ หรือในบ้านก็ได้ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นที่เตาอบกาแฟจากนั้นจะบรรจุและจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้า เมล็ดกาแฟสามารถบดได้หลายวิธี เครื่องบดเลือกใช้การหมุนในการตัดเมล็ดให้

ขาดออกจากกัน เครื่องบดไฟฟ้าใช้การอัดกระแทกของใบมีดที่เคลื่อนที่ด้วยความเร็วสูง ไปจนถึงการใช้โกร่งบดยา

ประเภทของการบดจะตั้งชื่อตามวิธีการของการชงกาแฟที่ใช้กันโดยทั่วไป อย่างเช่น กาแฟตุรกีเป็นการบดที่ที่ดีที่สุด ในขณะที่เครื่องต้มกาแฟหรือหม้อต้มกาแฟเป็นการบดที่สิ้นเปลืองที่สุด ส่วนการบดแบบธรรมดาจะอยู่กึ่งกลางระหว่างการบดที่ดีที่สุดกับการบดที่สิ้นเปลืองที่สุดนี้ การบดแบบปานกลางมักจะทำให้กับเครื่องชงกาแฟทั่วไปตามบ้าน

กาแฟสามารถชงได้หลายวิธี การต้ม การคั่วหรือการใช้ความดัน การต้มกาแฟโดยใช้วิธีการต้มเป็นวิธีที่ง่ายที่สุด ยกตัวอย่าง กาแฟต้ม คือ กาแฟตุรกี โดยการตำเมล็ดกาแฟด้วยโกร่งบดยา จากนั้นนำผงกาแฟไปต้มกับน้ำจนเดือดในหม้อที่เรียกว่าเซสฟ์ หรือบริก ในภาษากรีก ซึ่งจะทำให้เกิดกาแฟที่มีรสเข้มและมีฟองเกาะอยู่บนผิวหน้าของกาแฟ

เครื่องจักรอย่างเช่น เครื่องต้มกาแฟ หรือ เครื่องทำกาแฟอัตโนมัติ ต้มกาแฟโดยใช้แรงโน้มถ่วง น้ำร้อนจะหยดสู่ผงกาแฟซึ่งถูกยึดไว้ในที่กรองกาแฟที่ทำจากกระดาษหรือโลหะที่เจาะรู เพื่อให้ น้ำค่อย ๆ ไหลซึมไปยังเมล็ดกาแฟ ขณะที่ดูดซึมน้ำมันไป แรงโน้มถ่วงทำให้ของเหลวสามารถผ่านขวดใส่น้ำหรือหม้อ ขณะที่ผงกาแฟยังคงเก็บไว้ในที่กรองกาแฟอยู่ ด้วยวิธีการดังกล่าว น้ำต้มเดือดจะถูกดันเข้าสู่ที่วางเหนือที่กรองกาแฟด้วยแรงดันไอน้ำที่เกิดจากการต้มน้ำ จากนั้นน้ำจะผ่านลงไปที่ด้านล่างผ่านผงกาแฟ โดยแรงโน้มถ่วง และกระบวนการจะเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่าจนกว่าจะถูกหยุดโดยตัวจับเวลาภายใน หรือถ้าโดยทั่วไปแล้วเครื่องบังคับความร้อนในการตัดตัวทำความร้อนเมื่ออุณหภูมิภายในหม้อสูงตามที่กำหนดแล้วแทน เครื่องบังคับความร้อนสามารถควบคุมอุณหภูมิของกาแฟให้คงที่ได้ เนื่องจากเมื่อกาแฟเย็นลง เครื่องบังคับความร้อนจะเปิดให้ตัวทำความร้อนทำงานอีกครั้ง แต่วิธีนี้จำเป็นต้องนำถาดรองผงกาแฟออกหลังจากการต้มครั้งแรกเสร็จแล้ว เพื่อป้องกันมิให้เกิดการต้มเพิ่มอีก ผู้ที่มีความพิถีพิถันจะรู้สึกว่าการต้มหลาย ๆ ครั้งจะทำให้กาแฟไม่ได้รสชาติที่ดีที่สุดของมัน

กาแฟยังสามารถต้มได้ด้วยวิธีการจุ่มในเครื่องต้มกาแฟ ผงกาแฟและน้ำร้อนจะถูกผสมรวมกันในเครื่องต้ม และใช้เวลาไม่กี่นาทีในการต้ม เครื่องแทงจะลดระดับลงเพื่อใช้แยกผงกาแฟ ซึ่งจะเหลืออยู่ที่ก้นของเครื่องต้ม เนื่องจากผงกาแฟสัมผัสกับน้ำโดยตรง น้ำมันกาแฟทั้งหมดจึงยังเหลืออยู่ในกาแฟนั้น ทำให้กาแฟมีรสชาติเข้มข้น และพบว่า มีตะกอนอยู่มากกว่ากาแฟซึ่งผลิตในเครื่องทำกาแฟอัตโนมัติ

ส่วนกาแฟเอสเพรสโซใช้วิธีการพาสเจอร์ไรซ์ร้อน แต่ไม่ถึงกับเดือด โดยให้น้ำไหลผ่านผงกาแฟ ผลจากการต้มภายใต้แรงดันสูงประมาณ 9-10 หน่วยบรรยากาศ ทำให้เครื่องต้มเอสเพรสโซมีรสแรงมาก คิดเป็น 10-15 เท่าของกาแฟที่ใช้วิธีแรงโน้มถ่วง และมีองค์ประกอบทางกายภาพและทางเคมีที่

ชั้นช้อน กาแฟเอสเพรสโซ่ชั้นดีจะมีครีมสีน้ำตาลแดงลอยอยู่บนผิวหน้า ที่เรียกว่า "ครีมา" ส่วนเครื่องดื่ม "อเมริกาโน" ซึ่งได้ชื่อมาจากทหารอเมริกันในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง หลังจากที่ทหารเหล่านั้นคิดว่า กาแฟเอสเพรสโซ่ในแบบของชาวยุโรปนั้นมีรสชาติแรงเกินไป จึงมีการทำให้เจือจางโดยใส่น้ำมากขึ้น กว่ากาแฟเอสเพรสโซ่

### การนำเสนอกาแฟ

เมื่อผ่านการดื่มแล้ว กาแฟสามารถนำเสนอได้ในหลายรูปแบบ การดื่มหยด ชิม หรือกาแฟที่ทำมาจากเครื่องดื่มกาแฟสามารถดื่มได้โดยไม่ต้องมีสารปรุงแต่งเพิ่มเติม หรืออาจจะใส่น้ำตาล นม ครีมหรือทั้งคู่ และยังสามารถเสิร์ฟในน้ำแข็งได้อีกด้วย

กาแฟประเภทเอสเพรสโซ่มีวิธีการนำเสนอหลากหลายรูปแบบ ในรูปแบบที่ง่ายที่สุด กาแฟเอสเพรสโซ่สามารถดื่มได้โดยไม่ต้องอาศัยสิ่งเพิ่มเติม หรือในรูปแบบที่มีการเจือจางด้วยน้ำมากขึ้น เรียกว่า "อเมริกาโน" ซึ่งประกอบด้วยเอสเพรสโซ่หนึ่งหรือสองช็อตผสมกับน้ำร้อน กาแฟอเมริกาโนควรเสิร์ฟพร้อมกับเอสเพรสโซ่ช็อตเพื่อรักษาครีมาเอาไว้ กาแฟเอสเพรสโซ่หลายรูปแบบสามารถใส่นมเพื่อปรุงแต่งได้ เมื่อเพิ่มนมร้อนในกาแฟเอสเพรสโซ่แล้ว จะเรียกว่า "ลาเต้" กาแฟเอสเพรสโซ่และนมในปริมาณที่เท่า ๆ กัน จะได้ "คาปูชิโน" และยังมีการใช้นมร้อนในการวาดลวดลายบนผิวหน้าของกาแฟ ซึ่งเรียกว่า ศิลปะลาเต้



ภาพ 2.5 Latte art





1.2 สินค้าที่มีราคาต่ำนั้นคือการยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป เช่นสินค้าที่ผลิตจากจีน จะมีคุณภาพไม่ดี นักพอใช้งานได้ แต่ถูกมากๆหรือ สินค้าที่เลียนแบบแบรนด์ต่างๆ ในซูเปอร์สโตร์ต่างๆ จริงๆแล้วสำหรับนักธุรกิจมือใหม่ควรเลือกในแนวทาง สร้างความแตกต่างสำนักพอสมควรมากกว่า การเป็นสินค้าราคาถูกเพราะ หากเป็นด้านการผลิตแล้วรายใหญ่ จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อย แต่หากเป็นด้านบริการ เราอาจจะเริ่มต้นที่ราคาถูกก่อน แล้วค่อยๆ หาดตลาดที่ราย ใหญ่ไม่สนใจ

10512933

## 2. Price

ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาด แต่ไม่ใช่ว่า คิดอะไรไม่ออกก็ลดราคาอย่างเดียว เพราะการลดราคาสินค้า อาจจะไม่ช่วยให้การขายดีขึ้นได้ หากปัญหาอื่นๆยังไม่ได้รับการแก้ไข การตั้งราคาในที่นี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายของเรา เช่นหากเราขายน้ำผลไม้ที่จตุจักร ราคาอาจจะต้องถูกหน่อย แต่หากขายที่สยาม หากตั้ง ราคาถูกไปเช่น 10 บาท กลุ่มที่เป็นเป้าหมายอยากให้อาจจะไม่ซื้อ แต่คนที่ซื้ออาจจะเป็นคนอีกกลุ่มซึ่งมีน้อยกว่า และไม่คุ้ม ที่จะขายแบบนี้ในสยาม ยิ่งไปกว่านั้นหากราคา และรูปลักษณะสินค้าไม่เข้ากัน ลูกค้ำก็จะเกิดความข้องใจ และอาจจะกังวลที่จะซื้อ เพราะราคาคือตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด อย่างไรก็ตาม ในด้านการทำธุรกิจขนาดย่อมแล้ว ราคาที่เราต้องการ อาจไม่ได้คิดอะไรลึกซึ้งขนาดนั้น แต่จะมองกันในเรื่องของตัวเลข ซึ่งจะมีวิธีกำหนดราคาง่ายๆดังนี้

2.1 กำหนดราคาตามลูกค้ำ คือการกำหนดราคาตามที่เราคิดว่า ลูกค้ำจะเต็มใจจ่าย ซึ่งอาจจะได้มาจากการทำสำรวจ หรือแบบสอบถาม

2.2 กำหนดราคาตามตลาด คือการกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาด ซึ่งอาจจะต่ำมากจนเราจะมีกำไรน้อยดังนั้นหาก เรา คิด ที่จะกำหนดราคาตามตลาด เราอาจจะต้องมานั่งคิดคำนวณย้อนกลับว่า ต้นทุนสินค้าควร เป็นเท่าไรเพื่อจะได้กำไร ตามที่ตั้งเป้า แล้วมาหาทางลดต้นทุนลง

2.3 กำหนดราคาตามต้นทุน+กำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนของเราอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเรา บวกกำไร จึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก เราอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์ หรือปรับภาพลักษณ์ ให้เข้ากับราคานั้น

### 3. Place

คือวิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า หากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลายๆแห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความสำคัญมาก หลักของการเลือกวิธีกระจายสินค้านั้นไม่ใช่ขายให้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอ เพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคือ อะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร เช่นของใช้ในระดับบน ควรจะจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียภาพ ลักษณะได้สิ่งที่เราควรคำนึงอีกอย่างของวิธีการกระจายสินค้าคือต้นทุนการกระจายสินค้า เช่นการขายสินค้าใน 7-eleven อาจจะ กระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมิต้นทุนที่สูงกว่า หากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน Place ในที่นี้ก็คือ ท่าเล ซึ่งก็ควรเลือกที่ ให้เหมาะสมกับสินค้าของเราเช่นกัน อย่าง มาบุญครองกับ สยามเซ็นเตอร์ จะมีกลุ่มคนเดินที่ต่างออกไปและลักษณะสินค้าและ ราคาก็ไม่เหมือนกันด้วยทั้งที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ท่านควรขายที่ใดก็ต้องพิจารณาตามลักษณะสินค้า

### 4. Promotion

คือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าของเรา เช่นโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือการทำกิจกรรม ที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าของเรา เช่นการทำการลดราคาประจำปี หากจะพูดในแง่ของธุรกิจขนาดย่อม การโฆษณาอาจจะเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นเพราะจะต้องใช้เงิน จะมากหรือน้อยก็ขึ้นกับ ช่องทางที่เราจะใช้ ที่จะดีและอาจจะฟรีคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นมากในแต่ละปี สื่ออื่นๆที่ถูกลง ก็จะเป็นพวก ไลน์ ไลน์โพสต์เตอร์ หากเป็นสื่อท้องถิ่นก็มี รถแห่ วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิธีในการเลือกสื่อนอกจากจะดูเรื่องค่าใช้จ่าย แล้วควรดูเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่นหากจะโฆษณาให้กลุ่มผู้ใหญ่ โดยเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต(เพราะฟรี) ก็อาจจะเลือก เว็บไซต์ที่ผู้ใหญ่เล่น ไม่ใช่เว็บที่วัยรุ่นเข้ามาคุยกัน เป็นต้น

### หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ของแผนการตลาด

กลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับองค์กรเพราะองค์กรใช้กลยุทธ์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของตน โดยกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรจะถูกกำหนดตามธรรมชาติและลักษณะขององค์กรนั้น ๆ ทั้งนี้องค์กรจะกำหนดกลยุทธ์ได้นั้นต้องรู้สถานภาพหรือสภาวะขององค์กรของตนเสียก่อน

นอกจากนี้ยังต้องมีกระบวนการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับตนเอง วิธีการและเทคนิคในการวิเคราะห์สภาวะขององค์กรและกระบวนการกำหนดกลยุทธ์มีหลายวิธีด้วยกัน หนึ่งในวิธีการเหล่านี้คือกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นวิธีการที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย

SWOT เป็นคำย่อมาจากคำว่า Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats โดย

Strengths คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี

Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี

Opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

Threats คือ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นปัญหาต่อองค์กร บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม

จุดแข็งและจุดอ่อน เป็นสิ่งที่ปรากฏในกิจการของเราเป็นปัจจัยภายในกิจการเราเอง เราสามารถควบคุมได้ การเปลี่ยนไปของปัจจัยภายในเราสามารถควบคุมได้ เช่น ชื่อเสียงของธุรกิจ ทำเลที่ตั้ง สถานภาพทางการเงิน ความสามารถของผู้บริหาร ถ้าเป็นข้อดีคือจุดแข็งข้อเสียคืออุปสรรค ซึ่งเวลาเขียนจะต้องแสดงจุดแข็งให้เห็นเด่นชัดจุดอ่อนที่มีแนวทางป้องกันได้ โดยไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายกับกิจการมากนักแต่ถ้าเป็น ปัจจัยภายนอก เราไม่สามารถควบคุมได้ เช่น คู่แข่งการเมือง และกฎหมาย กระแสแฟชั่นสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ข้อดีเราเรียกว่าโอกาส ส่วนข้อเสียเราเรียกว่า อุปสรรค

### 3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบ

#### 3.1 ทฤษฎีการออกแบบ

การออกแบบ (Design) คือศาสตร์แห่งความคิด การแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ เพื่อสนองต่อจุดมุ่งหมาย และนำกลับมาใช้งานได้อย่างน่าพึงพอใจ คราวนี้ประเด็นอยู่ที่คำว่า " พึงพอใจ " ความพึงพอใจนั้นมองหลัก ๆ มีอยู่ทั้งหมด 3 ประเด็นสำคัญคือ

### 1. ความสวยงาม (Aesthetics)

เป็นความพึงพอใจแรกที่คนเราสัมผัสได้ก่อน มนุษย์เราแต่ละคนต่างมีการรับรู้เรื่องความสวยงามและความพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน ความงามจึงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันมาก และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใด ๆ ที่เป็นตัวกำหนดความแน่ชัดลงไป แต่เชื่อว่างานที่มีการจัดองค์ประกอบที่ดี คนส่วนใหญ่ก็จะมองว่าสวยงามได้เหมือน ๆ กัน

### 2. มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี (Function)

การมีประโยชน์ใช้สอยที่ดีนั้นเป็นเรื่องสำคัญมากในงานออกแบบทุกประเภท เช่น ถ้าเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เก้าอี้ เก้าอี้มันจะต้องนั่งสบาย ถ้าเป็นบ้าน บ้านนั้นจะต้องอยู่แล้วไม่รู้สึกรำคาญ ถ้าเป็นงานกราฟิกสื่อสิ่งพิมพ์ ตัวหนังสือที่อยู่ในงาน จะต้องอ่านง่าย ไม่ต้องถึงขั้นเพ่งสายตา ถึงจะเรียกได้ว่าเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดีได้ เป็นต้น

### 3. มีแนวความคิดในการออกแบบที่ดี (Concept)

แนวความคิดในการออกแบบที่ดีนั้นคือ หนทางความคิดที่ทำให้งานออกแบบที่ได้ ตอบสนองต่อความรู้สึกพอใจ ชื่นชม เรื่องนี้บางคนให้ความสำคัญมาก บางคนให้ความสำคัญน้อย บางคนไม่ให้ความสำคัญ ให้แค่ 2 ข้อแรกก็พอ แต่เชื่อไหมว่างานออกแบบ บางครั้งจะมีคุณค่า (Value) มากขึ้น ถ้าได้ออกแบบงานจากแนวความคิดที่ดี

### ความคิดสร้างสรรค์

โดยแท้จริงแล้ว ความคิดสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่หาคำนิยามที่สมบูรณ์ ร้อยเปอร์เซ็นต์แทบจะเป็นไปไม่ได้เลย เพราะแต่ละคนก็มีความคิดแต่ละแบบ แต่ละสไตล์หลากหลายกันไป แต่มีนิยามที่พอจะใช้อธิบายความหมายได้ครอบคลุมก็คือ "การผนวกส่วนของความคิดเล็ก ๆ ภายใน ใจประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหา แก้ไขโจทย์และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีอยู่โดยมีรูปแบบค่อนข้างใหม่ไม่ซ้ำกับสิ่งที่มีอยู่แล้ว และมีคุณค่าในการตอบโจทย์เป้าหมาย หรือสิ่งที่เราต้องการได้เป็นอย่างดี"

ความคิดสร้างสรรค์พอจะแบ่งเป็นเกณฑ์ เป็นระดับได้ ดังนี้

#### 1. คิดแบบค้นพบ (Discovery)

เป็นการคิดที่ได้ไอเดียใหม่ (Original Idea) หรือทฤษฎีใหม่ เช่น การค้นพบทฤษฎีแรงดึงดูดของโลกของ เซอร์ไอแซค นิวตัน หรือทฤษฎีสัมพัทธภาพของ จอห์น แนช ซึ่งเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไปจะคิดได้

## 2. คิดเชิงนวัตกรรม (Innovative)

เป็นการคิดประยุกต์ที่นำหลักการทางวิทยาศาสตร์มาผนวกให้เกิดคุณค่าในการแก้ปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น การประดิษฐ์ทีวีขึ้นมา โดยนำหลักการเดินทางของคลื่นมาประยุกต์เป็นสิ่งประดิษฐ์

## 3. คิดเชิงสังเคราะห์ใหม่ (Synthesis)

เป็นความคิดที่นำสิ่งที่มีอยู่เดิมมารวบรวม หรือ "ยำ" ให้เกิดความคิดที่สร้างเป็นสิ่งใหม่ขึ้นมา

## 4. คิดแบบดัดแปลง (Mutation)

เป็นการนำปัญหาที่มีอยู่มาผนวกกับสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน แล้วเกิดการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของสิ่งที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นขนาด รูปร่าง รูปทรง เช่น ความคิดที่จะนำเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้านมาพกติดตัว เลยปรับขนาดกลายมาเป็นพ็อกเก็ตพีซี (Pocket PC) ในปัจจุบัน

ในการออกแบบนั้น เราจะใช้ความคิดในข้อที่ 3 และข้อที่ 4 มากที่สุด โดยความคิดที่ว่านี้เราจะใช้ในการคิดและผลิตงานออกแบบออกมาอย่างเป็นขั้นเป็นตอน

เราจึงต้องมีเกณฑ์หรือบรรทัดฐาน (Criteria) ในงานออกแบบขึ้นมาเพื่อเป็นตัววัด ตัวตัดสินใจได้ว่า งานไหนเป็นงานที่ไม่ดี งานไหนเป็นงานที่ดี บรรทัดฐานในงานออกแบบมีหลักอยู่ 3 ข้อ ได้แก่

### 1. การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

เป็นข้อสำคัญมากในการออกแบบทั้งหมด ในงานออกแบบกราฟิกนั้น ประโยชน์ใช้สอยมีอิทธิพลกับงานที่เราออกแบบ เช่น งานออกแบบหนังสือ ต้องอ่านง่าย ตัวหนังสือชัดเจน ไม่วางเกะกะกันไปซะหมด หรืองานออกแบบเว็บไซต์ ถึงจะสวยอย่างไร แต่ถ้าโหลดช้า ทำให้ผู้ใช้งานต้องรอนาน ก็ไม่นับว่าเป็นงานออกแบบเว็บไซต์ที่ดีหรืองานออกแบบซีดีรอม ถ้าปุ่มที่มีไว้สำหรับกดไปยังส่วนต่าง ๆ ของเนื้อหานั้นวางเรียงอย่างกระจัดกระจาย ทุกครั้งที่ผู้ใช้งานจะใช้ก็ต้องกวาดตามองหาอยู่ตลอด อย่างนี้ก็เรียกว่า เป็นการออกแบบที่ไม่สนองต่อประโยชน์ใช้สอยเป็นงานออกแบบไม่ดี ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรกในการออกแบบเสมอ

### 2. ความสวยงามพึงพอใจ Aesthetic

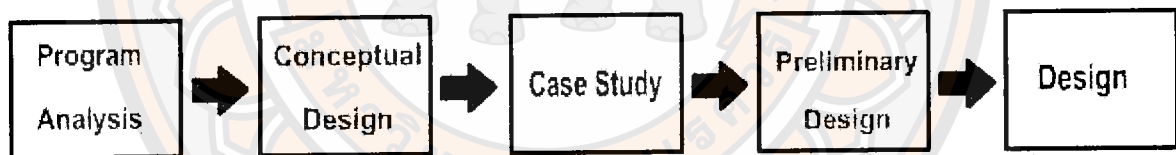
ในงานที่มีประโยชน์ใช้สอยดีพอ ๆ กัน ความงามจะเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของงานโดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิก ซึ่งถือเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยน้อยกว่างานออกแบบด้านอื่น อย่างงานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ฯลฯ ความสวยงามจึงเป็นเรื่องสำคัญและมีอิทธิพลในงานออกแบบกราฟิกอย่างมาก ส่วนจะทำอย่างไรให้ออกมาสวยงามเป็นที่น่าพึงพอใจ บทเรียนนี้จะมีคำตอบให้คุณ โปรดติดตามต่อไป

### 3. การสื่อความหมาย Meaning

อย่างที่ใดเกริ่นมาบ้างแล้วในบทนำว่า งานศิลปะนั้นจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อมันสื่อความหมายออกมาได้ งานกราฟิกก็คือนงานศิลปะเช่นกัน การสื่อความหมายจึงเป็นสิ่งที่นักออกแบบขาดเสียไม่ได้ในการออกแบบ ต่อให้งานที่ได้สวยงามอย่างไร แต่ไม่สามารถตอบโจทย์ของงานออกแบบ หรือสื่อสิ่งที่ผู้ออกแบบคิดเอาไว้ได้ งานกราฟิกนั้นก็จะมีคุณค่าลดน้อยลงไป

#### ขบวนการทำงานออกแบบ

ขบวนการทำงานในการออกแบบนั้นครอบคลุมตั้งแต่เริ่มมีโจทย์ มีปัญหาเข้ามาให้เราได้รับรู้ ให้เราได้แก้ไข จนไปถึงสิ้นสุดตอนส่งงาน



ภาพ 2.6 ภาพแสดงขบวนการทำงานออกแบบ

#### 1. วิเคราะห์โจทย์ ที่มีมาให้แก้ไข (Program Analysis)

จุดเริ่มต้นของงานออกแบบคือ ปัญหา ... มีปัญหา มีโจทย์ จึงมีการออกแบบแก้ไขโจทย์ที่ว่านั้นมีความยากง่ายต่างกันแล้วแต่ชนิดของงาน แต่โจทย์ไม่มีทางออกแบบได้ ถ้าปราศจากการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง การวิเคราะห์หลัก ๆ สำหรับโจทย์งานกราฟิกมักจะเป็นดังนี้

What เราจะทำงานอะไร ? กำหนดเป้าหมายของงานที่จะทำ ซึ่งเป็นเรื่องเบื้องต้นในการออกแบบที่เราจะต้องรู้ก่อนว่า จะกำหนดให้งานของเราบอกอะไร (Inform) เช่น เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ บอกทฤษฎี หรือหลักการเพื่อความบันเทิง เป็นต้น

Where งานของเราจะนำไปใช้ที่ไหน ? เช่น งานออกแบบผนังร้านหนังสือที่สยามสแควร์ที่เต็มไปด้วยร้านค้าแหล่งวัยรุ่น คงต้องมีสีสันฉูดฉาดสะดุดตามากกว่าร้านแถวสีลม ซึ่งสถานที่ในเขตคนทำงานซึ่งมีอายุมากขึ้น

Who ใครคือคนที่มาใช้งาน ? หรือกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมาย (User Target Group) เป็นเรื่องสำคัญที่สุดในการวิเคราะห์โจทย์เพื่อการออกแบบ เพราะผู้ใช้งานเป้าหมายอาจเป็นตัวกำหนดแนวความคิดและรูปลักษณะของงานออกแบบได้ เช่น งานออกแบบโปสเตอร์สำหรับผู้ใหญ่ เราต้องออกแบบโดยใช้สีจำนวนไม่มากไม่ฉูดฉาด และต้องใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ รวมถึงจัดวางอย่างเรียบง่ายมากกว่าผู้ใช้ในวัยอื่น ๆ

How แล้วจะทำงานชิ้นนี้อย่างไร ? การคิดวิเคราะห์ในขั้นสุดท้ายนี้อาจจะยากสักหน่อย แต่เป็นการคิดที่รวบรวมการวิเคราะห์ที่มีมาทั้งหมดกลั่นออกมาเป็นแนวทาง

## 2. สร้างแนวคิดหลักในการออกแบบให้ได้ (Conceptual Design)

งานที่ดีต้องมีแนวความคิด (Concept) แต่ไม่ได้หมายความว่างานที่ไม่มีแนวความคิดจะเป็นงานที่ไม่ดีเสมอไป งานบางงานไม่ได้มีแนวความคิด แต่เป็นงานออกแบบที่ตอบสนองต่อกฎเกณฑ์การออกแบบ (Design Criteria) ที่มีอยู่ก็เป็นงานที่ดีได้เช่นกัน เพียงแต่ถ้าเราลองเอางานที่ดีมาวางเทียบกัน 2 ชิ้น เราอาจจะไม่รู้ลึกถึงความแตกต่างอะไรมากมายนักในตอนแรก แต่เมื่อเรารู้ว่า งานชิ้นหนึ่งมีแนวความคิดที่ดี ในขณะที่อีกชิ้นหนึ่งไม่มี งานชิ้นที่มีแนวความคิดจะดูมีคุณค่าสูงขึ้นจนเราเกิดความรู้สึกแตกต่าง

## 3. ศึกษากรณีตัวอย่างที่มีอยู่แล้ว (Case Study)

การศึกษารณีตัวอย่างเป็นการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของงานที่มีอยู่แล้ว เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ออกแบบในงานของเรา สำหรับผมการทำกรณีศึกษานับเป็นเรื่องสำคัญมากทีเดียวในงานออกแบบ เพราะเปรียบเสมือนตัวชี้แนะหนทางในการออกแบบหรือแก้ไขปัญหาของเราได้ แต่จงระวังอย่าไปติดกับรูปแบบที่ชื่นชอบมากเกินไป เพราะ อาจจะทำให้เราติดกับกรอบความคิด ติดกับภาพที่เห็นจนบางครั้งไม่สามารถสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ ออกมาได้ ซึ่งการติดรูปแบบหรือภาพมากเกินไปนี้เอง มันจะซึบซับมาสู่งานของเรา จนกลายเป็นการตบแบบหรือลอกแบบชาวบ้านนั่นเอง

#### 4. ออกแบบร่าง (Preliminary Design)

การออกแบบร่างเป็นเรื่องสำคัญที่หลายคนมักมองข้าม การออกแบบร่างคือ การออกแบบร่างเอาแนวความคิดที่เราคิดออกมาตีความเป็นแบบ ซึ่งส่วนใหญ่เวลาทำงานเรามักจะสเก็ตงานด้วยมือออกมาเป็นแบบร่างก่อน (สเก็ตด้วยมือไม่ได้สวยอะไรมาก ให้เราเข้าใจคนเดียว หรือเพื่อนที่ร่วมงานกับเราเข้าใจก็พอ) เพราะการสเก็ตจากมือคือการถ่ายทอดสิ่งที่อยู่ในสมองของเรา สิ่งที่เป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรม ความคิดออกมาจากสมองกลายเป็นสิ่งที่เห็นได้ จับต้องได้บนกระดาษ แล้วจับได้นี่ที่เราสเก็ต หรือแบบร่างนั้นแหละ ไปทำต่อ โดยนำไปออกแบบในโปรแกรมที่ตนถนัด ไม่ว่าจะเป็น Photoshop, Illustrator หรือ Freehand ฯลฯ ซึ่งก็แล้วแต่คนออกแบบแต่ละคน

#### 5. ออกแบบจริง (Design)

ออกแบบจริงจากแบบร่างที่มีอยู่ จากแบบร่างทั้งหมดที่เราคัดเลือกแล้ว คราวนี้แหละที่เราต้องเลือกเอามาออกแบบในโปรแกรมที่เราถนัด ซึ่งขั้นตอนนี้น่าจะไม่บอกว่าจะทำอะไรเพราะเป็นเรื่องต่อไปที่ให้ได้ศึกษากัน

สิ่งสำคัญที่สุดของงานศิลปะ โดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิกคือ การสื่อความหมายสื่อสิ่งที่นักออกแบบคิดหรือพยายามถ่ายทอดออกมาได้ เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์หรือโจทย์ที่ตั้งขึ้นมา ใครก็ตามที่ตัดสินคุณค่าของงานออกแบบเพียงแค่ว่า "สวย" และ "ไม่สวย" เป็นตัวกำหนดงานว่า "ดี" และ "ไม่ดี" ใครคนนั้นกำลังคิดผิด เพราะคุณค่าของงานออกแบบที่ดี ไม่ได้มองกันที่ความสวยงาม (Aesthetic) เพียงอย่างเดียว ความสวยงามเป็นเพียงส่วนหนึ่งของงานเท่านั้น (ซึ่งเป็นส่วนที่ไม่มีเกณฑ์การตัดสินที่แน่นอนด้วยซ้ำ เพราะเกณฑ์การตัดสินเรื่องความสวยงามขึ้นอยู่กับความรู้สึกของแต่ละคน)

ในการสื่อความหมายนี้เองที่ผู้สร้างงานถือว่ามีอย่างหนึ่งที่จำเป็นต้องรู้ใจที่ว่าคืออะไร อาจจะไม่ต้องรู้สึก (แต่การรู้ยิ่งลึกจะทำให้ออกแบบได้ตรงตามโจทย์มากขึ้น) แต่แค่รู้จักก็พอ เพราะการรู้จักโจทย์ของตัวเองทำให้เรามีเกณฑ์ในการตัดสินงานออกแบบในด้านการสื่อความหมายขึ้นในใจ ยกตัวอย่าง เช่น รู้ว่าร้านซักผ้าที่ดีควรมีภาพลักษณ์ของความสะอาด คราวนี้เราลองมาอยู่ในฐานะผู้ออกแบบกันดูบ้าง เพื่อเรียนรู้ หลักในการออกแบบงานกราฟิก เพื่อให้งานสื่อความหมาย ตามที่โจทย์ต้องการ

หลักสำคัญในการออกแบบภาพให้สื่อความหมายนั้นเราจะต้องจับประเด็นสำคัญของโจทย์ หรือดีใจที่เรามีออกมาให้ได้ก่อน อาจจะใช้คำสำคัญ (Keyword) เป็นจุดกำเนิดในการคิดก่อน ลองพูดออกมาเรื่อยๆ และเขียนเก็บไว้จากนั้นค่อยเอาที่เขียนเก็บไว้มาลองพิจารณาสร้างความคิด เชื่อมโยงแบบอุปมาอุปไมย (Metaphor) ซึ่งอาจทำให้เราเห็นภาพคร่าว ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป

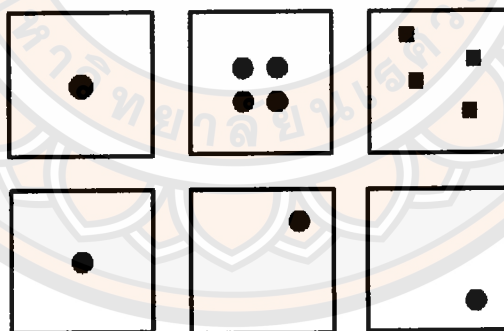
ได้ ในการออกแบบ การสื่อความหมายเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรข้ามไป การสื่อความหมายที่ดีต้องตอบสนองแนวความคิดที่เราวางกันไว้แต่ต้นในการออกแบบเชิงพาณิชย์ (Commercial Art) การสื่อความหมายเป็นเรื่องสำคัญที่สุด เช่น โปสเตอร์ร้านอาหารญี่ปุ่น ถ้าออกแบบให้คนเห็นแล้วนึกถึงและอยากทานอาหารญี่ปุ่นในร้านได้ รับรองว่างานออกแบบชิ้นนั้นประสบความสำเร็จไปกว่าคนอื่นแล้ว ถึงอาจจะไม่สวยเท่าไรหรอกก็ตาม งานออกแบบจึงเป็นศิลปะที่สื่อสารกันระหว่างมนุษย์ (Commercial Art) เช่น สื่อสารระหว่างเจ้าของร้านที่ต้องการให้คนเข้ามาทานอาหารกันคนทั่วไปที่อยากทานอาหาร หรือจะเป็นระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับลูกค้า เป็นต้น

### องค์ประกอบพื้นฐานของการออกแบบ : Basic Design Elements

ภาพใด ๆ ล้วนแต่มีองค์ประกอบอยู่ภายในทั้งสิ้น โดยองค์ประกอบที่อยู่รวมกันเป็นภาพจะมีองค์ประกอบพื้นฐาน ซึ่งได้แก่ จุด เส้น และ ระนาบ ดังนั้นต่อไปนี้จะเรามองภาพวิเคราะห์องค์ประกอบที่อยู่ข้างใน

#### จุด (Dot)

จุดเป็นองค์ประกอบที่มีขนาดเล็ก โดยมีขนาดความกว้าง และความยาวใกล้เคียงกัน จุดมีคุณสมบัติเด่นในการจัดวางทำให้เกิดการเรียกร้องความสนใจได้ดี



ภาพ 2.7 ตัวอย่างการใช้จุด

#### คุณสมบัติของจุด

เรียกร้องความสนใจของสายตาได้ดี

บอกและกำหนดตำแหน่งในภาพ

การวางจุด 2 จุด เราจะได้พื้นที่ระหว่างจุดที่ให้ความรู้สึกดึงดูดระหว่างกัน

## เส้น Line

เส้นเป็นองค์ประกอบที่มีขนาดยาว เกิดจากการนำจุดมาเคลื่อนที่หรือนำมาวางเรียงต่อ ๆ กัน  
เส้นมีคุณสมบัติเด่นในการนำสายตา เป็นแนวแบ่งภาพ

### คุณสมบัติของเส้น

เส้นมีความยาวมากกว่าความกว้างและความหนาอย่างเห็นได้ชัดจึงทำให้เกิดความรู้สึกไปทางด้านยาว  
ด้านเดียวนำสายตา กำหนดทิศทางและความต่อเนื่องแบ่งขอบภาพ



ภาพ 2.8 ตัวอย่างการใช้เส้น

ความรู้สึก อารมณ์ของเส้นต่าง ๆ ในภาพ

เส้นตรง ให้ความรู้สึกมั่นคงเป็นระเบียบ

เส้นนอน ให้ความสงบ นิ่ง เรียบร้อย

เส้นเฉียง ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว ความไม่หยุดนิ่ง พลังขับเคลื่อน

เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกถึงความไม่เป็นระเบียบ การไม่อยู่ในกรอบ

ความอิสระ หรือความสับสนวุ่นวายได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเส้นจะหยักมากน้อยแค่ไหน

เส้นเล็กและบาง ให้ความรู้สึกเบาและเฉียบคม ในขณะที่เส้นหนาให้

ความหนักแน่นในการนำสายตา

### ระนาบ

ระนาบ เป็นองค์ประกอบที่เกิดจากเส้นที่ขยายตัว หรือกลุ่มของจุดเกิดความกว้าง ความยาว  
เป็นองค์ประกอบที่เป็น 2 มิติ ระนาบมีอิทธิพลในภาพเป็นอย่างมาก เพราะมักจะครองพื้นที่โดยรวมของ  
ภาพเอาไว้

## สี Color

สีเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการออกแบบ สีมีอิทธิพลในเรื่องของอารมณ์การสื่อความหมายที่เด่นชัด และกระตุ้นต่อการรับรู้ของคนเราได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้เรื่องของสียังเป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบ เพื่อความสวยงาม สื่อความหมาย งานบางชิ้นที่ออกแบบมาดี แต่ถ้าใช้สีไม่เป็น อาจทำให้งานทั้งหมดที่ทำมาพังได้ง่าย ๆ ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องรู้จักสี และเลือกใช้สีให้เป็น

### องค์ประกอบของสี

องค์ประกอบของสีในงานออกแบบนั้น มีคุณสมบัติอยู่ 3 ประการคือ

1. สี,เนื้อสี (Hue)
2. น้ำหนักสี (Value / Brightness)
3. ความสดของสี (Intensity / Saturation)

### สี, เนื้อสี Hue

เนื้อสี หรือ Hue คือความแตกต่างของสีบริสุทธิ์แต่ละสี ซึ่งเราจะเรียกเป็นชื่อสี เช่น สีแดง สีน้ำตาล สีม่วง เป็นต้น โดยแบ่งเนื้อสีออกเป็น 2 ชนิด



ภาพ 2.9 ตัวอย่างเนื้อสี

#### 1. สีของแสง (Colored Light)

สีของแสง คือความแตกต่างสั้นยาวของคลื่นแสงที่เรามองเห็น เริ่มจากสีม่วงไปสีแดง (เหมือนรุ้งกินน้ำที่เรามองเห็นหลังฝนตก)

#### 2. สีของสาร (Colored Pigment)

สีของสาร คือสีที่เรามองเห็นบนวัตถุต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากการดูดซึมและสะท้อนของความยาวคลื่นแสง

จากการที่เรามองเห็นสีของสารต่าง ๆ นี้เองจึงค้นพบว่ามีสีอยู่ 3 สี ที่เป็นต้นกำเนิดของสีอื่น ๆ ที่ไม่สามารถสร้างหรือผสมให้เกิดจากสีอื่นได้ หรือที่เรียกกันว่า "แม่สี" ได้แก่ แดง, เหลือง, น้ำเงิน

## การผสมสี

จริง ๆ แล้วสีต่าง ๆ ที่เรามองเห็นเกิดจากการผสมสีใน 2 รูปแบบ คือ

### การผสมสีแบบบวก (Additive Color Mixing)

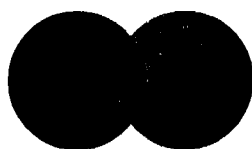
เป็นการผสมสีของ "แสง" ซึ่งอาจเข้าใจยากสักหน่อย เพราะแตกต่าง จากความคุ้นเคยที่เราเคยรู้กันมา แสงสีขาวที่เห็นทั่วไปนั้นประกอบด้วยแสงที่มีความยาวคลื่น ต่าง ๆ กันซ้อนทับรวมตัวกันเกิดเป็นสีอื่นต่าง ๆ จึงเรียกว่า "สีแบบบวก" โดยมีแม่สีพื้นฐานคือ สีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน (Red Green and Blue) เมื่อสามสีนี้ผสมกันจะได้สีขาว (สังเกต ว่าจะต่างจากที่เคยเรียนมาตอนเด็ก ๆ ที่มีแม่สีคือ สีแดง เหลือง น้ำเงิน ผสมกันได้สีดำ) หลักการนี้นำไปใช้กับการมองเห็นสีที่เกิดจากการผสมกันของแสง เช่น จอมอนิเตอร์ จอโทรทัศน์ ที่เรียกว่า RGB Mode



ภาพ 2.10 การผสมสีแบบบวก

### การผสมสีแบบลบ (Subtractive Color Mixing)

เป็นสีที่เกิดจากการดูดกลืนแสงสะท้อนจากวัตถุ คือเมื่อมีลำแสงสีขาวตกกระทบวัตถุสีต่าง ๆ คลื่นแสงบางส่วนจะถูกดูดกลืนไว้ และสะท้อนเพียงบางสีออกมา จึงเป็นที่มาของชื่อ "สีแบบลบ" มีแม่สีคือ สีฟ้าแกมเขียว (Cyan) สีม่วงแดง (Magenta) และสีเหลือง (Yellow) เมื่อสามสีผสมกันจะเป็นสีดำ เพราะแสงถูกดูดกลืนไว้หมด ไม่มีสีแสงสะท้อนมาเข้าตา จึงไม่เกิดสีอะไร ตาจึงเห็นเป็นสีดำ หลักการนี้ได้ นำไปใช้กับการผสมสี เพื่อใช้ในการพิมพ์ โดยใช้แม่สี แต่เพิ่มสีดำขึ้นมาอีกสีหนึ่งผสมกันเป็นโทนต่าง ๆ ด้วยใช้เม็ดสกรีน ทำให้ได้ภาพสีล้วนสมจริงดังนั้นหากต้องทำงานเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ต้องเตรียมภาพด้วยระบบสีนี้ ในโปรแกรมเรียกว่า CMYK Mode

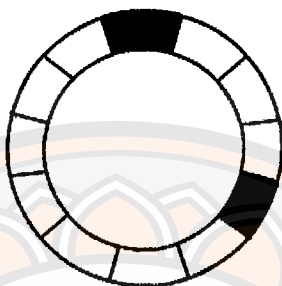


ภาพ 2.11 การผสมสีแบบลบ

## วงจรสี Color Wheel

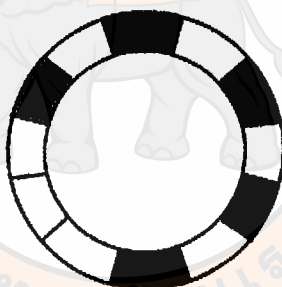
วงจรสีก็คือ การวางเนื้อสี เรียงกันตามการผสมสีของสารที่เรามองเห็นโดยตัวอย่างของแบบจำลอง เป็นแบบ 12 สี มาตรฐานที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

1. แรกเริ่มมี 3 สีเป็นต้นกำเนิด คือแม่สี หรือ สีปฐมภูมิ Primary Colors



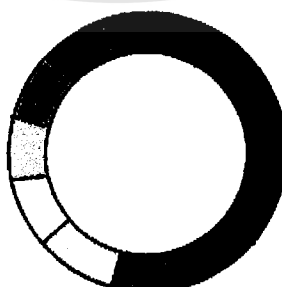
ภาพ 2.12 สีปฐมภูมิ Primary Colors

2. สีที่ได้จากการผสมแม่สีทั้ง 3 เข้าด้วยกัน เรียกว่า สีขั้นที่ 2 หรือ สีทุติยภูมิ Secondary Colors



ภาพ 2.13 สีทุติยภูมิ Secondary Colors

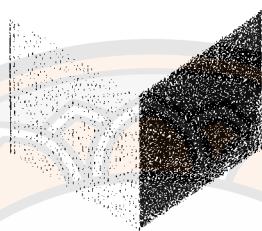
3. สีที่ได้จากการผสมแม่สี และสีขั้นที่ 2 ออกมากลายเป็นสีขั้นที่ 3 หรือ สีตติยภูมิ Tertiary Colors



ภาพ 2.14 สีตติยภูมิ Tertiary Colors

## น้ำหนักสี Value

จะว่าไปแล้วน้ำหนักสีก็คือเรื่องของความสว่างของสี หรือการเพิ่มขาว เต็มดำลงในเนื้อสีที่เรามีอยู่ และการปรับเปลี่ยนน้ำหนักสีนี้เองที่ทำให้ภาพดูมีมิติ ดูมีความลึก หรือที่เราเรียกกันว่า โทน Tone ซึ่งบางครั้งสร้างความน่าสนใจ ดึงดูดและความสมจริงให้กับงานที่เราออกแบบได้

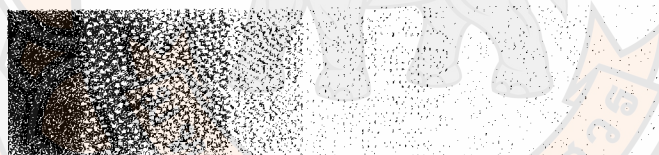


ภาพ 2.15 ใช้น้ำหนักแสดงแสงเงา

ค่าความสว่างสีต่ำ

ค่าความสว่างสีปานกลาง

ค่าความสว่างสีสูง



ภาพ 2.16 น้ำหนักสีต่างๆ

## ความสดของสี Intensity / Saturation

ความสดของสีหรือบางคนอาจเรียกว่า ความอึมตัวของสี เป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งในการออกแบบ การใช้สีบางครั้งเราอาจจะต้องลดหรือเพิ่ม ความสดของสีได้สีหนึ่ง หรือ ทั้ง 2 สีเลยก็ได้

ในกรณีลดความสดของสีก็เพื่อไม่ให้ภาพงานที่ออกมานั้นดูจืดจางจนเกินไป ลดความสดของสีจะเรียกอีกอย่างว่า เป็นการเบรกสีก็ได้ ในการเบรกสีของงานศิลปะ ศิลปินมักจะใช้สีน้ำตาลซีเปียมาเติมลงในสีที่เขาต้องการเพื่อให้สีที่ได้ออกมามีเนื้อสีเต็มแต่ดูหม่นลง

## สีและความหมาย Cooler Meaning

องค์ประกอบสียังมีคุณสมบัติที่เด่นอีกอย่างหนึ่งก็คือ การมีความหมายในตัวเองซึ่งความหมายเหล่านี้ให้การอ้างอิงจากประสบการณ์ในการเห็นสีต้นของสิ่งของต่าง ๆ เช่น สีเงินจากอะลูมิเนียม เป็นต้น หรือบางสีที่ถือกันว่ามีความหมายอย่างนั้นอย่างนี้โดยหาหลักฐานอ้างอิง ไม่ได้ก็มี ความหมายของสีนั้นจึงไม่ใช่หลักตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงความหมายได้ตามกาลเวลาที่ผ่านไปแต่ก็ควรที่จะรู้ความหมายของสีหลัก ๆ ซึ่งเป็นความหมายที่คนทั่วไปเข้าใจตรงกัน เพื่อประโยชน์ ในการออกแบบ ให้สื่อความหมายได้ในระดับหนึ่ง

**สีแดง** อ้างอิงมาจากดวงอาทิตย์ และไฟ ซึ่งให้ความสว่าง ความร้อน ทำให้เมื่อเห็นสีแดง เราจะรับรู้ได้ว่าสีแดงคือ ความร้อน พลัง พลังงาน ความแรงที่มีอยู่ อีกทั้งในความเชื่อของชาวจีน สีแดงยังเป็นสิมงคล นักออกแบบไม่น้อยเลยก็หยิบจุดนี้มาออกแบบเอาใจลูกค้า

**สีน้ำเงิน** ให้ความหมายของความสงบเยียบ ความสุขุม ความมีราคา ให้อารมณ์หรูหรา มีระดับ บางครั้งก็สื่อถึงความสุขภาพ ความหนักแน่น ผู้ชาย

**สีเหลือง** ให้อารมณ์ของความสดใส ปลอดภัย สีสเหลืองดึงดูดสายตาได้ดีและมองเห็นได้แต่ไกล ดังนั้นเราจะเห็นได้ว่าป้ายร้านอาหาร จึงมักมีสีเหลืองไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือหรือแผ่นพื้น เพื่อดึงดูดสายตาลูกค้าที่เดินผ่านไปผ่านมา

**สีส้ม** ให้ความรู้สึกดึงดูด ทันสมัย สดใส กระฉับกระเฉง มีพลัง

**สีเขียว** สีเขียวมาจากสีของต้นไม้ ซึ่งมาหลากหลายโทนสี แต่ด้วยความที่เรารับรู้ต้นไม้ให้ ความสดชื่น เราเลยอนุมานความหมายสีเขียวว่าเป็นสีที่หมายถึงธรรมชาติความเย็นสบาย ความชุ่มชื้น ความสบายตา

**สีม่วง** เป็นสีที่ให้อารมณ์หนักแน่น มีเสน่ห์ ความลับ สิ่งที่ปกปิด

**สีชมพู** ให้ความรู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล ความรัก วัยรุ่น ผู้หญิง

**สีน้ำตาล** ให้ความหมายถึงความสงบ ความเรียบ ความเป็นผู้ใหญ่ ความเก่าแก่ โบราณ บางครั้งเราก็มักสื่อถึงไม้ แผ่นไม้

**สีฟ้า** ให้ความรู้สึกโปร่งโล่งสบายตา สืบเนื่องมาจากท้องฟ้าที่เราเห็นกันอยู่ทุกวัน ในบางครั้งก็หมายถึงความนุ่มนวล ความสุขสบาย

**สีเงิน** สีเงินนั้นมาจากวัสดุประเภทมันวาว เช่นอะลูมิเนียม ซึ่งเป็นวัสดุใหม่ที่นิยมนำมาใช้ ในช่วงหลัง ๆ มีราคาแพง ดังนั้นมันจึงแทนความรู้สึก ทันสมัย และมีคุณค่า

**สีทอง** อ้างอิงมาจากแร่ทองคำ จึงเป็นตัวแทนของความหมายว่าความมีคุณค่าความมีราคา แพง ความหรูหรา

**สีขาว** สื่อถึงความบริสุทธิ์ ความสะอาด ความเรียบง่าย ความโล่ง ความไม่มี

**สีเทา** ให้อารมณ์เศร้า หม่นหมอง ไร้ชีวิตชีวา บางครั้งสื่อถึงความเป็นกลาง

**สีดำ** มาจากความมืด ความไม่เห็น ซึ่งซ่อนความไม่รู้ ความน่ากลัวเอาไว้

**การออกแบบ** จึงหมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงาน ที่ผู้อื่น สามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน ความสำคัญของการ ออกแบบ มีอยู่หลายประการกล่าวคือ

1. ในแง่ของการวางแผนการการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตาม ขั้นตอน อย่างเหมาะสมและประหยัดเวลาดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบคือการวางแผนการทำงานก็ได้

2. ในแง่ของการนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ ตรงกัน อย่างชัดเจน ดังนั้นความสำคัญในด้านนี้คือเป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจระหว่างกัน

3. เป็นสิ่งที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน งานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมาย ซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้อง และผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบคือตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

4. แบบ จะมีความสำคัญอย่างที่สุด ในกรณีที่ นักออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิต เป็นคนละ คนกัน เช่น สถาปนิกกับช่างก่อสร้าง นักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงาน หรือถ้าจะเปรียบไปแล้ว นัก ออกแบบก็เหมือนกับคนเขียนบทละครนั่นเอง

**แบบ** เป็นผลงานจากการออกแบบ เป็นสิ่งที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์และมีมือของ นัก ออกแบบแบบมีอยู่หลายลักษณะดังนี้คือ

1. เป็นภาพวาดลายเส้น (drawing) ภาพระบายสี (Painting) ภาพถ่าย (Pictures) หรือแบบร่าง (Sketch) แบบที่มีรายละเอียด (Draft) เช่น แบบก่อสร้าง ภาพพิมพ์ (Printing) ฯลฯ ภาพต่าง ๆ ใช้ แสดงรูปลักษณะของงานหรือแสดงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับงานที่เป็น 2 มิติ

2. เป็นแบบจำลอง (Model) หรือของจริง เป็นแบบอีกประเภทหนึ่งที่ใช้แสดง รายละเอียดของงาน ได้ชัดเจนกว่าภาพต่าง ๆ เนื่องจากมีลักษณะเป็น 3 มิติ ทำให้ สามารถเข้าใจในผลงานได้ดีกว่า

นอกจากนี้ แบบจำลองบางประเภทยังใช้งานได้ เหมือนของจริงอีกด้วยจึงสามารถใช้ในการทดลอง และทดสอบการทำงาน เพื่อหา ข้อบกพร่องได้

### ประเภทของการออกแบบ

1. การออกแบบทางสถาปัตยกรรม (Architecture Design) เป็นการออกแบบเพื่อ การก่อสร้าง สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ นักออกแบบสาขานี้ เรียกว่า สถาปนิก (Architect) ซึ่ง โดยทั่วไปจะต้องทำงานร่วมกับ วิศวกรและมัณฑนากร โดยสถาปนิก รับผิดชอบเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและความงามของสิ่งก่อสร้าง งานทางสถาปัตยกรรมได้แก่

- สถาปัตยกรรมทั่วไป เป็นการออกแบบสิ่งก่อสร้างทั่วไป เช่น อาคาร บ้านเรือน ร้านค้า โบสถ์ วิหาร ฯลฯ
- สถาปัตยกรรมโครงสร้าง เป็นการออกแบบเฉพาะโครงสร้างหลักของอาคาร
- สถาปัตยกรรมภายใน เป็นการออกแบบที่ต่อเนื่องจากงานโครงสร้าง ที่เป็นส่วนประกอบของ อาคาร
- งานออกแบบภูมิทัศน์ เป็นการออกแบบที่มีบริเวณกว้างขวาง เป็นการจัดบริเวณพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม
- งานออกแบบผังเมือง เป็นการออกแบบที่มีขนาดใหญ่ และมีองค์ประกอบซับซ้อน ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มอาคารจำนวนมาก ระบบภูมิทัศน์ ระบบสาธารณูปโภค ฯลฯ

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) เป็นการออกแบบเพื่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ ชนิดต่าง ๆ งานออกแบบสาขานี้ มีขอบเขตกว้างขวางมากที่สุด และแบ่งออกได้มากมาย หลาย ๆ ลักษณะ นักออกแบบรับผิดชอบเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามของ ผลิตภัณฑ์ งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่

- งานออกแบบเฟอร์นิเจอร์
- งานออกแบบครุภัณฑ์
- งานออกแบบเครื่องสุขภัณฑ์
- งานออกแบบเครื่องใช้สอยต่างๆ
- งานออกแบบเครื่องประดับ อัญมณี
- งานออกแบบเครื่องแต่งกาย
- งานออกแบบภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์
- งานออกแบบผลิตเครื่องมือต่าง ๆ ฯลฯ

3. การออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering Design) เป็นการออกแบบเพื่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เช่นเดียวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกัน ต้องใช้ ความรู้ความสามารถและเทคโนโลยีในการผลิตสูง ผู้ออกแบบคือ วิศวกร ซึ่งจะรับผิดชอบ ในเรื่องของประโยชน์ใช้สอย ความปลอดภัยและ กรรมวิธีในการผลิต บางอย่างต้องทำงาน ร่วมกันกับนักออกแบบสาขาต่าง ๆ ด้วย งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่

- งานออกแบบเครื่องใช้ไฟฟ้า
- งานออกแบบเครื่องยนต์
- งานออกแบบเครื่องจักรกล
- งานออกแบบเครื่องมือสื่อสาร
- งานออกแบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ฯลฯ

4. การออกแบบตกแต่ง (Decorative Design) เป็นการออกแบบเพื่อการตกแต่งสิ่งต่าง ๆ ให้สวยงามและเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น นักออกแบบเรียนว่า มัณฑนากร (Decorator) ซึ่งมักทำงานร่วมกับสถาปนิก งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่

- งานตกแต่งภายใน (Interior Design)
- งานตกแต่งภายนอก (Exterior Design)
- งานจัดสวนและบริเวณ (Landscape Design)
- งานตกแต่งมุมแสดงสินค้า (Display)
- การจัดนิทรรศการ (Exhibition)
- การจัดบอร์ด
- การตกแต่งบนผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ เป็นต้น ฯลฯ

5. การออกแบบสิ่งพิมพ์ (Graphic Design) เป็นการออกแบบเพื่อทางผลิตงานสิ่งพิมพ์ ชนิดต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ นามบัตร บัตรต่าง ๆ งานพิมพ์ลวดลายผ้า งานพิมพ์ภาพลงบนสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ งานออกแบบรูปสัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้า ฯลฯ

### 3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### ความรู้พื้นฐานการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในโลกธุรกิจยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางการค้าสูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งด้านการจัดการตลาด หรือการพัฒนารูปแบบคงจึ่งยังไม่เพียงพอ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจส่งเสริม เพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดเล็ก ให้มีความเข้มแข็งในการทำธุรกิจและขยายตลาด เบื้องต้นควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความเป็นมาตลอดจนความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ เป็นแนวคิดในการเรียนรู้อดีต ศึกษาปัจจุบัน เพื่อก้าวไปในอนาคต ความเข้าใจเรื่องราวของบรรจุภัณฑ์ในบทนี้จะช่วยให้การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเป็นทางเลือกของผู้ประกอบการ เล็งเห็นความ สำคัญในการเลือกพัฒนาบรรจุภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง ได้อย่างโดดเด่นน่าสนใจ

#### ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

##### 1. ความหมายของการออกแบบ

มีผู้เชี่ยวชาญได้ นิยามความหมายของการออกแบบ (Design) ไว้ ดังนี้

Good (2516 หน้า 165) กล่าวว่า การออกแบบ เป็นการวางแผนหรือกำหนดรูปแบบ รวมทั้งการตกแต่งในโครงสร้างรูปทรงของงานศิลปะ ทัศนศิลป์ดนตรี ตลอดจนวรรณกรรม

Gove (2499 หน้า 611) กล่าวว่า เป็นการจัดแต่งองค์ประกอบมูลฐานในการสร้างงาน ศิลปกรรม เครื่องจักร หรือประดิษฐ์กรรม

ศิริพงศ์ พยอมแย้ม(2537 หน้า 22) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง กระบวนการทาง ความคิดในอันที่จะวางแผนรวบรวมองค์ประกอบทั้งหลายเข้าด้วยกันอย่างเป็น ระบบเพื่อ สร้างสรรค์ หรือปรับปรุงประดิษฐ์กรรมต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยและ ด้านความงาม

วิรุณ ตั้งเจริญ (2539 หน้า 20) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบโดยการวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบ ให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และการผลิต

มาโนช กงกะนันท์ (2538 หน้า 27) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์หนึ่งของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุและลักษณะธาตุเป็นองค์ประกอบ

สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ (2540 หน้า 1) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง เป็นการสร้างสรรค์ที่มีผลปรากฏเป็นรูปธรรม คือ มีรูปร่างหรือรูปทรง ซึ่งต้องใช้พื้นที่ในการดำรงรูปร่างหรือรูปทรงนั้นๆ

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ (2530 หน้า 596) การออกแบบ คือ การทำเป็นต้นแบบทำเป็นแผนผัง

## 2. ความหมายของบรรจุภัณฑ์



ภาพ 2.17 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์

นิยามของคำว่าบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ได้กล่าวไว้ ดังนี้

กองส่งเสริมอุตสาหกรรม(2517 หน้า 19) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัดและปลอดภัย

นิโกโด เคล็คเจอร์(Nikaido Clecture) กล่าวว่า บรรจุกัณฑ์เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ระหว่างวัตถุประสงค์กับภาชนะบรรจุ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษาในคลัง

ในพจนานุกรมใหม่ของ เว็บบสเตอร์ (Webster's new collegiate Dictionary:1956) กล่าวว่า บรรจุกัณฑ์ คือ กล่องหรือหีบห่อที่ทำขึ้นเพื่อเก็บรักษาหรือเพื่อการขนส่ง

สุดาตวง เรื่องรุจิระ(2529 หน้า 128) กล่าวว่า บรรจุกัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

ประชิด ทิถบุตร(2531 หน้า 20) กล่าวว่า บรรจุกัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบของวัตถุภายนอกของผลิตภัณฑ์ ที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เกิดความเสียหาย สะดวกในการขนส่ง และเอื้อประโยชน์ในทางการค้าและต่อการบริโภค

บริสตันและเนลล์(Briston And Neill,1972 หน้า 1) ได้ให้ความหมายของบรรจุกัณฑ์ไว้ 2 ประการกว้างๆ คือ

- 1) การบรรจุกัณฑ์ คือ ศิลปะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่งและการขาย
- 2) การบรรจุกัณฑ์ คือวิธีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ และมีราคาที่เหมาะสม

ดารณี พานทอง (2524 หน้า 29) กล่าวว่า บรรจุกัณฑ์ คือ สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งบริโภคหรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อแรกผลิตให้มากที่สุดนอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่า หีบห่อหรือบรรจุกัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ใน

กระบวนการผลิตและหีบห่อ อาจสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการ  
เก็บรักษา เป็นต้น

จรรยา โกสีย์ไกรนิรมล (2528 หน้า 109) กล่าวว่า บรรจุกฎเกณฑ์ คือการนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ  
พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยที่มีความแข็งแรง  
สวยงามได้สัดส่วนที่ถูกต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดความพึงพอใจ  
จากผู้ซื้อสินค้า นอกจากนี้ยังมีผู้นิยามความหมายของบรรจุกฎเกณฑ์ในอีกหลายความหมาย ได้แก่

การบรรจุกฎเกณฑ์ หมายถึง การออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

การบรรจุกฎเกณฑ์ หมายถึง การนำวัสดุ (เช่น กระดาษ แก้ว โลหะ) มาประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้ม  
สินค้า เพื่อประโยชน์ด้านความแข็งแรง สวยงาม สร้างความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้านั้น

บรรจุกฎเกณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้ม หรือบรรจุผลิตภัณฑ์ รวมถึงภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่ง  
ผลิตภัณฑ์ จากแหล่งผลิต ไปยังแหล่งผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ในการป้องกัน รักษาผลิตภัณฑ์ไม่ให้  
ชำรุดเสียหาย

### 3. ความหมายการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์

การออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ (Packaging design) หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้าง  
ของบรรจุกฎเกณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหาย  
และเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์

1. เพื่อสร้างบรรจุกฎเกณฑ์ให้สามารถเอื้อประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัย  
ประหยัดและมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อสร้างบรรจุกฎเกณฑ์ให้สามารถสื่อสารและสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยใช้ความรู้แขนง  
ศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะ เช่น มีเอกลักษณ์มีลักษณะพิเศษที่ดึงดูดและสร้างการจดจำตลอดจน  
เข้าถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

3. เพื่อปกป้องคุ้มครองและรักษาคุณภาพสินค้า
4. เป็นตัวชี้บ่งและสื่อสารรายละเอียดสินค้า ดึงดูดผู้บริโภค แสดงถึงภาพลักษณ์
5. เป็นต้นทุนในการผลิตสินค้า เมื่อบรรจุภัณฑ์ดีเยี่ยมมีส่วนช่วยให้มูลค่าสินค้าสูงขึ้น

### ประเภทของบรรจุภัณฑ์

การแบ่งบรรจุภัณฑ์แบ่งได้หลายวิธี เช่น แบ่งประเภทตามลักษณะกรรมวิธีการผลิตและวิธีการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ การแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ อาจแตกต่างกันออกไป แต่มีวัตถุประสงค์หลักที่คล้ายกัน คือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์และเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ แบ่งออกได้ ดังนี้

#### 1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย

บรรจุภัณฑ์จะห่อหุ้มและสัมผัสกับผลิตภัณฑ์โดยตรง บรรจุภัณฑ์ชั้นในจะทำหน้าที่หลักในการป้องกันสินค้าจากความชื้นและอากาศ ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เสียคุณภาพ คุณลักษณะมีรูปร่างลักษณะต่าง ๆ เช่น เป็นขวด กระจ่าง หลอด ถุง กล่อง การออกแบบสามารถทำให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรง

#### 2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน

ทำหน้าที่ในการห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นในไม่ได้รับแรงกระแทกจากภายนอก บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองมีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกไว้ด้วยกัน หรือเป็นชุดในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 – 24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรกคือ ป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระแทกกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เพื่อความสะดวกในการป้องกันและขนส่ง และทำหน้าที่ขายด้วยจึงต้องทำการออกแบบให้สวยงามดึงดูดใจผู้บริโภค เช่น กล่องบรรจุเครื่องดื่มกระป๋องชนิด 6 กระป๋อง กล่องกาแฟชนิด 50 ซองหรือกล่องบรรจุหลอดยาสี่พัน

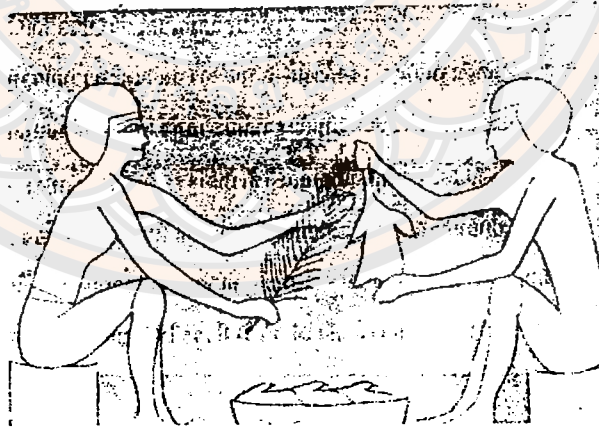
### 3. บรรจุกัณฑ์ชั้นนอกสุด

บรรจุกัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ ทำหน้าที่ในการป้องกันผลิตภัณฑ์ การขนถ่ายสินค้า เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วในระหว่างการขนส่ง ลักษณะของบรรจุกัณฑ์นี้ ได้แก่ หีบ ไม้ ลัง กล่องกระดาษค่อนข้างขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน

#### ความเป็นมาของบรรจุกัณฑ์

ความเป็นมาของบรรจุกัณฑ์ได้จากการสังเกตธรรมชาติสิ่งแวดล้อมรอบตัว แรงแบบดาลใจของมนุษย์ที่มีต่อบรรจุกัณฑ์เริ่มแรก จากการสังเกตธรรมชาติ ได้แก่ รูปทรงของไข่ รูปทรงโค้งของเปลือกไข่ ทำหน้าที่คอยปกป้องแรงกระแทกของไข่ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อเนื้อไข่ภายใน ลักษณะที่รีของเปลือกไข่ทำให้ไข่กลิ้งได้ไม่สะดวก พื้นผิวของเปลือกไข่มีรูพรุนทำให้มีอากาศภายในอย่างเหมาะสม รูปโค้งของเปลือกไข่ทำให้ความอบอุ่นจากการกักเก็บไปอย่างทั่วถึง เนื้อไข่ขาวภายในมีความเหนียวเหนียวทำหน้าที่ปกป้องไข่แดง

สิ่งที่ปรากฏในธรรมชาติอีกอย่างหนึ่ง ได้แก่ ฝักถั่วลิ้นเต่าที่นับว่าเป็นบรรจุกัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ เม็ดถั่วภายในเรียงตัวเป็นแถวตัวฝักมีลักษณะเปรียบเหมือนเคลือบฟิล์ม 2 ชั้น โดยมีชั้นนอกที่แข็งและชั้นในที่อ่อนนุ่ม ภายในฝักถั่วมีการปรับสภาพอากาศที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของเมล็ดถั่ว



ภาพ 2.18 ตัวอย่างการใช้บรรจุกัณฑ์ในยุคแรกเริ่ม

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์มีความจำเป็นที่ต้องบริโภคอาหาร ทำให้มนุษย์เรียนรู้การแก้ปัญหาและพัฒนาสิ่งที่อำนวยความสะดวกในการบริโภค โดยการดัดแปลงสิ่งของที่ถูกรอบตัวด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การใช้ใบไม้ เปลือกไม้ เปลือกหอย กระบอกไม้ กระเพาะสัตว์ มาผูกมัด เพื่อ

ประกอบการรับประทานอาหาร และพัฒนาตกแต่ง ประดิษฐ์ เปลี่ยนแปลง ให้เหมาะสมกับการใช้สอยมากขึ้นรวมถึงการอำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาและเคลื่อนย้ายอาหาร ได้แก่ การนำเอาส่วนต่างๆของพืชหรือสัตว์ มาขัดสาน เย็บ มัด ท่อหุ้ม เป็นกระจาด ชะลอม สิ่งท่อหุ้ม ซึ่งถือเป็นบรรพบุรุษในยุคแรกๆ

บรรพบุรุษยุคแรก เกี่ยวพันกับมนุษย์โครมันยอง (Cro-Magnon) ที่รู้จักการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นพวกแรก ซึ่งมีอายุประมาณ 10,000-20,000 ปีก่อนคริสตกาล เมื่อมีการผลิตก็สืบเนื่องต่อการแลกเปลี่ยนและค้าขายผลผลิต อันส่งผลต่อการคิดค้นบรรพบุรุษเพื่อใช้สอย

จากหลักฐานที่ปรากฏในสมัยประวัติศาสตร์ พบว่า เรื่องราวของภาพเขียนภายในพีระมิดในสมัยอียิปต์โบราณ มีภาพเขียนแสดงเรื่องราวการใช้ใบปาล์มห่อมัดไถ่สด เพื่อป้องกันการเน่าเสียปรากฏอยู่ด้วย

ได้มีการค้นพบหลักฐานหลายอย่างใน สมัยกรีกและโรมัน จากซากเรือที่จมในทะเลเมดิเตอร์เรเนียน อันเป็นเส้นทางค้าขายสินค้าในยุคนั้น พบสิ่งของต่างๆที่คาดว่าเป็นบรรพบุรุษ ได้แก่ ถังไม้ ถังไม้ ภาชนะเครื่องแก้ว เป็นต้น

การแบ่งยุคสมัยของบรรพบุรุษ จากการใช้วัสดุทำบรรพบุรุษ จำแนกออก ได้ดังนี้

ยุคโบราณมนุษย์ยุคแรกใช้บรรพบุรุษที่ได้จากวัสดุธรรมชาติ เช่น ใบไม้ เปลือกหอย หนัังสัตว์ เปลือกผลไม้ ไม้ที่กลวง ในอดีตมนุษย์ยังไม่รู้จักการเพาะปลูก จึงต้องออกหาอาหารในป่า จึงได้คิดหาสิ่งรอบตัวมาช่วยในการขนของเพื่อให้ได้ของคราวละมาก ๆ



ภาพ 2.19 การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากพืชในท้องถิ่น

ประมาณ 5,000 ปี ก่อนพุทธกาล นำวัสดุจากพืชและสัตว์ มาทำ ตะกร้า ถุง กระสอบ มนุษย์เริ่มประยุกต์สิ่งรอบตัวเดิมให้สะดวกต่อการใช้งานและ มีการใช้ดินเผา เพื่อทำภาชนะบรรจุภัณฑ์ เพื่อความทนทานมากขึ้น ปรากฏหลักฐานการใช้เครื่องปั้นดินเผาในประเทศกรีซ

ประมาณ 2,000 ปี ก่อนพุทธกาล เริ่มใช้บรรจุภัณฑ์แก้ว ในอารยธรรมแถบดินแดนเมโสโปเตเมียค้นพบเม็ดแก้วแต่ใช้ทำเป็นเครื่องประดับ ประมาณ 500 ปี ก่อนคริสตกาล เริ่มผลิตแก้วด้วยการเป่าแก้วประมาณ 600 ปี ก่อนคริสตกาล เริ่มมีการผลิตกระดาษ ครั้งแรก ในดินแดนอียิปต์โบราณ และประเทศจีนโบราณ

#### ยุคเริ่มแรก

ค.ศ. 1702 เริ่มมีการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษขึ้นใช้

ค.ศ. 1809 ใช้บรรจุภัณฑ์กระป๋อง สนองการค้นพบวิธีการถนอมอาหารด้วยความร้อน

ค.ศ. 1871 มีการจดสิทธิบัตรในการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก

ค.ศ. 1892 นายวิลเลียม เพ็นเทอร์ ชาวสหรัฐอเมริกา คิดค้นฝาจีบใช้กับขวดแก้วสำเร็จ

ค.ศ. 1894 มีการใช้กล่องกระดาษลูกฟูก เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งทางรถไฟ

ค.ศ. 1898 ใช้บรรจุภัณฑ์ระบบสุญญากาศ สำหรับยาสูบ ในประเทศอังกฤษ

ค.ศ. 1960 ผลิตถุงพลาสติกที่สามารถต้มในน้ำร้อนได้ ค.ศ. 1963 เริ่มผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมสำหรับเครื่องดื่มและกระป๋องสเปรย์

#### ยุคคลาสสิก

ระหว่างช่วง ค.ศ. 1960 – 1989 เริ่มมีการแบ่งบรรจุสินค้า มีการบ่งบอกยี่ห้อและสรรพคุณบนบรรจุภัณฑ์ พัฒนาการป้องกันบรรจุ ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับนุหรี และขนมปังกรอบ เกิดหลอดบีบ (collapsible tube) ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับยาสีฟัน เริ่มมีการขึ้นรูปของกระดาษ โดยเริ่มแรกมีลักษณะเป็นกล่อง

#### ยุคนุหรี

ระหว่างช่วง ค.ศ. 1900 – 1919 ใช้ศิลปะอาร์ตนูหรี ซึ่งมีลักษณะวิจิตรบรรจงนิยมใช้เส้นโค้งเลียนแบบธรรมชาติ เกิดบรรจุภัณฑ์ชนิดใหม่คือ อลูมิเนียม ฟอยล์ (aluminium foil) และ เซลโลเฟรนฟิล์ม (cellophane film)

#### ยุคเคเคโค

ระหว่างช่วง ค.ศ. 1920 – 1929 ฟิล์มบางใส นิยมใช้ในห่อขนมหรือหุ้มรอบซองและกล่อง ใช้อะลูมิเนียมทำหลอดยาสีฟัน ออกแบบกล่องกระดาษแข็งเคลือบไขสำหรับสินค้าที่ต้องการเก็บไว้ได้นาน ใช้ถ้วยกระดาษบรรจุไอศกรีม นม

#### ยุคเทคโนโลยีและนักออกแบบสร้างสรรค์

ระหว่างช่วง ค.ศ. 1960–1989 นิยมบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก กล่องกระดาษเคลือบไข กระป๋องโลหะนำมา บรรจุเครื่องดื่ม มีการใช้อลูมิเนียมฟอยล์ แพร่หลายยิ่งขึ้น เริ่มมีการใช้ฝาขวดที่เป็นอะลูมิเนียม และฝาขวดชนิดฝาเกลียว ขวดพลาสติก เพทบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มอัดลม บรรจุภัณฑ์พลาสติกระบบบรรจุภัณฑ์สุญญากาศ ค.ศ. 1981 เริ่มมีการนำกล่องกระดาษประกบกับฟิล์มพลาสติก เพื่อทำบรรจุภัณฑ์นมและเครื่องดื่ม

### ยุคปัจจุบัน

ระหว่างช่วง ค.ศ.1990-1999 ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ปลอดภัย คำนึงความปลอดภัยของผู้บริโภค นิยมใช้บรรจุภัณฑ์น้ำหนักเบา แบ่งการบรรจุออกเป็นหน่วยย่อย คำนึงถึงความสะดวกสบาย ความสวยงามมากขึ้น อีกทั้ง ยังคำนึงถึงต้นทุนบรรจุภัณฑ์ และการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ใช้หลัก 3 R (Recycle - Reuse - Reduce) เน้นสุขภาพของผู้บริโภค รูปแบบ ดึงดูดความสนใจ ใช้กราฟิกและรูปร่างแปลกใหม่ สิ่งแวดล้อม เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จุดเด่นของบรรจุภัณฑ์ปี ค.ศ. 2003 บรรจุภัณฑ์มีรูปทรง สี สันแปลกใหม่ เล่นลวดลายและกราฟิก พกพาง่าย สะดวกต่อการใช้งาน ขนาดเล็กลงมีการใช้วัสดุร่วม บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีหลากหลายเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค

จากอดีตถึงปัจจุบัน พัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความเจริญก้าวหน้าอย่างมาก สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก จากสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมอุตสาหกรรม และกำลังก้าวสู่สังคมวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์รูปแบบ และการใช้วัสดุแปลกใหม่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเดิมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อความจำเป็นในการดำรงชีวิต เปลี่ยนแปลงเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการค้า การขนส่ง การป้องกันตัวสินค้า มีระบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยีในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ถ้าหากจะสรุปปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนารูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น ความก้าวหน้าของกรรมวิธีการผลิตกระดาษและศิลปะการพิมพ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างเป็นระบบ มีมานานกว่าสองศตวรรษแล้ว โดยเริ่มต้นจากการ ที่ผู้ผลิตสินค้าต้องการ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าการทำงานของบรรจุภัณฑ์นั้น จะมีไว้เพียงเพื่อบรรจุ และเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันได้มีการพัฒนา และเพิ่มความหลากหลายมากขึ้น กว่าที่เคยมีมา ความก้าวหน้า ของเครือข่ายการคมนาคมขนส่งในโลกทุกวันนี้ รวมไปถึงความซับซ้อน

ของการค้าปลีก สมัยใหม่ ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด ในการเก็บรักษาและป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหาย ระหว่างการขนส่งจากโรงงานผลิต ไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภค

นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ ยังถูกใช้ให้เป็น สื่อโฆษณา ที่สามารถเคลื่อนที่ได้ ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์มีรอยขีดข่วน แสดงรายละเอียด การใช้ หรือแม้แต่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์เอง

ต้นกำเนิดของการบรรจุภัณฑ์ จากวันนี้ย้อนกลับไปในอดีต ช่วงปลายศตวรรษที่สิบแปด ในยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรม ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรมการผลิต ขณะที่ก่อนหน้านั้น กระบวนการผลิตส่วนใหญ่ที่เป็นงานหนัก ต้องอาศัยแรงงานของกรรมกร และผลผลิตที่ได้ ก็มีจำนวนน้อย เครื่องจักรที่สามารถผลิตสินค้าจำนวนมาก จึงได้ถูกนำไปใช้ เพื่อเพิ่มจำนวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ไม่เพียงแต่ผลิตสินค้า อย่างเดียวเท่านั้นยังรวมไปถึงการผลิตบรรจุภัณฑ์ด้วย

ในช่วงแรกอาหารจะนำไปบรรจุ ในภาชนะโลหะที่ปิดผนึกและถูกห่อหุ้มด้วยกระดาษ คีอกระป๋องบรรจุอาหารที่ทำจากดีบุกหรือกล่องกระดาษแข็ง ได้มีการนำไปใช้กันอย่างกว้างขวางเพราะมีน้ำหนักเบาและสามารถพิมพ์ข้อมูลหรือภาพที่ลงบนกระดาษ บนแผ่นกระดาษได้ง่ายและ

เป็นการประหยัดพื้นที่อีกด้วย กล่องโลหะก็ได้รับการพัฒนากันอย่างกว้างขวาง เช่น เดียวกันในเวลานั้น เพราะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ดีกว่าการใช้กล่องกระดาษแข็ง โดยเฉพาะสินค้าที่บูดเน่าได้ เช่น ขนมปังกรอบ หรือ ขนมหวาน ส่งผลให้ระดับความต้องการที่จะเก็บรักษาสินค้าเพิ่มจำนวนมากขึ้น

ปัจจุบันนี้เทคนิค ในการผลิตได้ก้าวไกล ทำให้บรรจุภัณฑ์โลหะเหล่านี้ มีรูปแบบหรือรูปทรงต่างๆได้ตามต้องการ ด้วยการนำเทคนิคคอมพิวเตอร์มาช่วยในการผลิต รวมถึงพลาสติกที่ได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จนสามารถนำมาใช้สอยในทุกวันนี้

เทคนิคการพิมพ์ที่เจริญก้าวหน้ามาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 19 ต้องการพัฒนาในเรื่องเทคนิคการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความรวดเร็ว ตราผลิตภัณฑ์หรือยี่ห้อที่ติดอยู่บนภาชนะบรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นวัสดุ ประเภท ขวดแก้ว หม้อดินเผา กล่อง กระป๋องโลหะ กล่องกระดาษแข็ง หรือกระดาษห่อ

ธรรมดาๆ ต้องมีฉลากที่จะบอกยี่ห้อของผลิตภัณฑ์นั้น ส่งผลในเรื่องของการเพิ่มคุณค่ามูลค่าและความสนใจให้กับสินค้าทั่วไป

การพิมพ์รูปภาพและข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ มีความสามารถสำคัญต่อการรับรู้ตราสัญลักษณ์ ยี่ห้อ และรายละเอียดของสินค้าให้เหมาะสมพอดี การพัฒนาของการพิมพ์สีทำให้ผู้ออกแบบ ได้สร้างสรรค์รูปแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

ปัจจุบันเครื่องหมายการค้าหรือตราของผลิตภัณฑ์ ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญเท่ากับตัวของผลิตภัณฑ์ และเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค รูปแบบที่ประสบความสำเร็จที่มีอยู่มากมาย มิติใหม่ของการบรรจุภัณฑ์ คือการนำหลักการทางศิลปะและการออกแบบมาพัฒนากราฟิกบรรจุภัณฑ์ให้ได้รูปแบบมาตรฐาน ให้เป็นที่ยอมรับกันในปัจจุบัน พร้อมไปกับความใหญ่โตและความสลับซับซ้อนของระบบธุรกิจอุตสาหกรรม สื่อโฆษณา การแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด

## สรุป

จากนิยามของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แสดงให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของ บรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการเพิ่มมูลค่า การส่งเสริมการขาย จึงควรเรียนรู้การนำองค์ความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตอบสนองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่อไปในอนาคต

กาลเวลาที่ผ่านไปส่งผลต่อการเลือกใช้วัสดุ พร้อมกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ได้อย่างน่าสนใจ โดยเริ่มต้นจากช่วงแรกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ รูปแบบเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน วัสดุยุคต่อมาเริ่มมีการพัฒนาเทคนิคการผลิตที่มีกระบวนการ ได้แก่ กระบวนการผลิตกระดาษ กระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น และล่วงเลยจนถึงยุคปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญกับแนวคิดบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการใช้บรรจุภัณฑ์เป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูล วัตถุประสงค์ดั้งเดิม เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ก็เปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ และสร้างเจตคติที่ดีระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคได้ชัดเจนมากขึ้น

และด้วยเนื่องจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว่นั้น เป็นการออกแบบ เพื่อพาณิชย์ ศิลป์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ก็อาศัยหลักการทางการออกแบบ และเพื่อช่วยเป็นการส่งเสริมทาง ชุมชนให้ดีขึ้น รวมถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ดูดีขึ้น ในบางครั้งรูปร่างที่ดีที่สุดสำหรับเน้นย้ำให้เห็น ถึงความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาจจะต้องนำเอาจำนวนที่ใช้จ่ายไปเข้ามากล่าวอ้าง เช่น ในปี ค.ศ. 1980 สหรัฐอเมริกา ใช้เงินมากกว่า 50 พันล้านเหรียญไปในการใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในจำนวนนี้เป็นการใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์มากกว่าการโฆษณา โดยมีเหตุผลว่าการบรรจุภัณฑ์ เป็นแนวโน้ม ต่อไปใน การที่จะเข้าถึงการบริการตนเอง ( trend toward self service) ที่ต้องการให้ บรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทหลัก 2 ประการไปพร้อมๆกันคือ ทั้งโฆษณาและ การขาย ( advertising and selling) ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่แสดงรวมไว้ซึ่งรูปร่างลักษณะของภาชนะบรรจุ (container) และ การออกแบบ สี สัน รูปร่าง ตราฉลาก ข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ใด ๆ ก็ ตามควรที่จะ มีข้อพิจารณาตามปัจจัยหลัก 3 ประการอย่างกว้างๆต่อไปนี้เป็นคือ

1. ทำอย่างไรบรรจุภัณฑ์ จึงจะสื่อสารได้ทั้งวจนสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์ (How it communicates verbally and nonverbally) เช่น ออกแบบภาชนะบรรจุห่อขนมปัง ด้วยพลาสติก ที่ นอกจากจะแสดงให้เห็นถึง ความสดชื่นด้วยสีและการตกแต่งแล้วก็ยังสามารถ สร้าง ความรู้สึกใหม่สดจากเตาอบให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้อีกด้วย

2. บรรจุภัณฑ์ควรจะสร้างความพึงพอใจ เกียรติ และศักดิ์ศรีสำหรับผู้ซื้อ ( the prestige desired) แม้ว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปนั้นควรต้องทำ หน้าที่ยาขยต่อไปได้อีก เพราะการขายนั้นมีได้สิ้นสุดเพียงที่จุดซื้อ ( point of purchase) เท่านั้น แต่บรรจุภัณฑ์ที่ดี ต้องสร้างความต่อเนื่อง ในการนำมาใช้และการขายหลังจากที่ถูกซื้อไปแล้ว ไม่ว่าจะบรรจุภัณฑ์นั้นจะถูก นำไปวางอยู่ที่ใดก็ตามหรือ จนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะใช้หมดหรือถูกทำลายไป จึงถือว่าเป็นที่สิ้นสุด ยกตัวอย่างเช่น สินค้าประเภทบุหรี่ปุหรี่และ ของบุหรี่ปุหรี่จะต้องถูกนำออกมาใช้จนกว่าบุหรี่ปุหรี่จะหมดถึง 20 ครั้งด้วยกัน และการนำบุหรี่ปุหรี่มาสูบแต่ละครั้งก็มักอยู่ในสายตาของเพื่อน ผู้ร่วมงานหรือผู้ ใกล้ชิดตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้เอง การออกแบบบรรจุภัณฑ์บุหรี่ปุหรี่จึงต้องออกแบบให้สามารถสร้างความ พึงพอใจ มั่นใจ และเกิดความรู้สึกว่าเหมาะสมกับศักดิ์ศรีของผู้ใช้ที่นำออกมา ถึงแม้ว่าบุหรี่ปุหรี่ จะเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็น ต่อชีวิต (irrational product) ก็ตามแต่ถ้าได้รับการออกแบบที่ดีก็สามารถจะนำมาซึ่ง การตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลเป็นส่วนตัวตามอำเภอใจและสามารถส่งเสริมการขายได้อีกด้วย

3. บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงความโดดเด่นออกมา ( its stand out appeal) ให้ชัดเจนจาก ผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ สามารถจดจำได้ ง่าย หรือหยิบฉวยได้ไวในร้านค้า เป็นที่ติดตามตรึงใจเรียกหาใช้ได้อีก

## วัตถุประสงค์ของการออกแบบ ส่วนใหญ่มี 2 ประการอย่างกว้างๆคือ

1. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถเชื่อมอำนวยความสะดวกประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัยจากการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ ในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่าย และการอุปโภค ซึ่งทั้งนี้การออกแบบต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยเป็นหลักใหญ่

2. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางแขนงศิลปะเข้าเข้ามาสร้างคุณลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ

- ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์
- ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และบริษัทผู้ผลิต
- ความมี ลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคตลอดจนให้เข้าใจ ถึงความหมาย

และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดังนี้

1. WHY ทำไม เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนารูปภาพของบรรจุภัณฑ์ ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น ๆ แทน

2. WHO ใคร ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

3. WHERE ที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

4. WHAT อะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร

5. WHEN เมื่อไร ควรจะเริ่มงานการพัฒนาเมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร

6. HOW อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้วัดความสนใจของบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบ

7. HOW MUCH ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณเท่าไร คำตอบที่ได้รับจากคำถาม 5W + H นี้จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้

## วิธีดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป กระบวนการผลิต และการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย เพื่อศึกษาถึงปัญหาและความต้องการในการบรรจุ และจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อการออกบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย โดยที่บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ในการดำเนินงานวิจัยเป็นหลัก

### ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ในแต่ละขั้นตอน จะมีกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ ทุกภาคที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอต่อสาธารณชน และเพื่อนำไปประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรมในรูปของนิทรรศการ และการแสดงความคิดเห็นของการประชุมวิชาการ ของภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

โดยการวิจัยประกอบด้วยวิธีวิทยาแบบผสมผสาน ได้แก่

- วิธีวิทยาเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Method)
- การศึกษาสำรวจ (Quantitative Method)
- วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Method)
- การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research)

มีขั้นตอนดังนี้

### ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาภาคสนาม

โจทย์ของการทำงานขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยต้องการคำตอบเชิงวิเคราะห์ในระดับลึก เพิ่มเติมจากการศึกษาภาคเอกสารในระดับเบื้องต้น ในขั้นตอนการเขียนโครงการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นฐานในการวางแผนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย ที่มีรูปแบบใหม่ ซึ่งมีกระบวนการ ดังนี้

1. การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย พัฒนาการของลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์และการจัดการผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสภาพด้านเศรษฐกิจและสังคมอันเป็นผลสืบเนื่องเกี่ยวกับการประกอบอาชีพศึกษาและ

เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก๊อ เก็บรวบรวมจากผลิตภัณฑ์อันเป็นวัตถุจริงที่ปรากฏอยู่ในชุมชนและหากผลงานบางส่วนที่ไม่สามารถเก็บรวบรวมจากวัตถุจริงได้ จะเก็บข้อมูลจากภาพถ่ายผลงานดังกล่าวหากมีปรากฏอยู่ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวิธีบันทึกข้อมูลด้านวัตถุผลิตภัณฑ์ ดังนี้

2.1 ด้านรูปแบบบันทึกข้อมูลด้วยภาพถ่ายสี

2.2 ด้านกลวิธีการผลิต ศึกษาถึงวัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการผลิตในแต่ละขั้นตอนทั้งจากการสัมภาษณ์และจากการสังเกต เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเทปสัมภาษณ์ จุดบันทึกและถ่ายภาพ

2.3 ด้านเนื้อหาศิลปะของ เก็บข้อมูลด้วยการจดบันทึกถ่ายภาพ ทั้งนี้เป็นเนื้อหาเป็นส่วนหนึ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ในรูปแบบ บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแพ่สดคั่ว อยู่แล้ว

3. การจัดกระทำข้อมูล จัดกระทำภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลตามข้อ 1 และ 2 ผู้วิจัยจะจัดกระทำข้อมูลตามลำดับขั้นตอน โดยคำนึงถึงลำดับช่วงเวลาเป็นสำคัญ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะจำแนกวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบ วิเคราะห์ประกอบภาพถ่าย ภายใต้ประเด็นหัวข้อสำคัญ ดังนี้

3.1 ประวัติความเป็นมาของชุมชน อันเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์ของเวลาและเชื่อมโยงในประวัติศาสตร์กับการผลิตของเมล็ดกาแพ่สดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก๊อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย

3.2 พัฒนาการของลักษณะรูปแบบศิลปกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแพ่สดคั่ว ในแต่ละลำดับช่วงเวลาของแต่ละชุมชน

3.3 พัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแพ่สดคั่ว ของชุมชน

3.4 วิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะรูปแบบศิลปกรรมและการผลิตผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแพ่สดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก๊อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย

3.5 สรุปและอภิปรายผล

## เครื่องมือในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือวิจัย โดยการทบทวนเอกสาร กำหนดประเด็นคำถามและประเด็นการสังเกต เป็นเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วยแบบสังเกต แบบสังเกตภาคสนาม แบบสัมภาษณ์เจาะลึก การสัมภาษณ์เจาะลึกและสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย

1. เครื่องมือในการวิจัยแบบสังเกต
  - กรอบในการสังเกต
2. เครื่องมือในการวิจัยแบบสังเกตภาคสนาม
  - กรอบในการสังเกต
  - เนื้อหาที่สังเกต
3. แบบวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม
  - แบบสำรวจชุมชน/ร้าน/บริษัท
  - ประวัติชุมชน/ร้าน/บริษัท (Time line)
4. แนวคำถามในการสัมภาษณ์เจาะลึกและสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
  - แนวคำถามในการสัมภาษณ์เจาะลึกและสนทนากลุ่ม

### 1. เครื่องมือในการวิจัยแบบสังเกตในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย

#### กรอบในการสังเกต

#### 1. ความรู้เรื่องกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ

เป็นกลุ่มเกษตรกร ที่เพาะปลูกกาแฟอยู่แล้วโดยดั้งเดิม โดยเป็นการเพาะปลูกกาแฟ อราบิก้าสายพันธุ์ คาร์ติมอร์ ซึ่งนิยมปลูกกันพื้นที่ภาคเหนือ ของประเทศไทย กาแฟท่ากอ ได้ใช้ชื่อของ ตำบลมาเป็นตรา ของผลิตภัณฑ์ กาแฟ ของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากความชำนาญในด้านการเพาะปลูก ประกอบกับภายในพื้นที่ทางการเกษตรเป็นภูเขาสูง การปลูกกาแฟของชาว ตำบลท่ากอ จึงให้ผลผลิตที่สมบูรณ์มาก ในแต่ละปีมีปริมาณกาแฟออกสู่ตลาดหลายร้อยตันและกำลังจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในอนาคต

ดังนั้นจึงได้รวมกลุ่มกันเพื่อที่จะผลิตกาแฟอราบิก้า กรรมวิธีเปียก โดยได้ก่อตั้งเป็น โรงแปรรูปผลผลิตกาแฟ ที่รับซื้อจากเกษตรกรบนพื้นที่สูง และจากสวนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเอง โดยมีกำลังผลิตสามารถรับกาแฟดิบได้ ประมาณ 2,000 กิโลกรัม ต่อวัน ซึ่งจะแปรรูปไปเป็น กาแฟกะลา สีเป็นสารเพื่อจำหน่ายแก่ร้านกาแฟที่คั่วกาแฟ ได้เอง

พื้นที่ในการปลูกกาแฟ ในบริเวณตำบลท่าก้อ จะเป็นพื้นที่สูง ประมาณ 1,000 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล ซึ่งเป็น จุดเด่นของกาแฟไทยพื้นที่สูง ในเรื่องรสชาติ และความหอมกลมกล่อม ไม่แพ้กาแฟประเทศใดในโลก แห่งที่สำคัญ ที่เรา ได้รับชื่อเพื่อแปรรูปกาแฟ ได้แก่ ดอยแม่ น้ำซุ่น ( พื้นที่ติดดอยช้าง ) ซึ่งมีอากาศเย็นตลอดทั้งปี ดอยหลวง ที่ กินพื้นที่ขนาดใหญ่ เกือบทั้งอำเภอแม่สรวย นอกจากนี้ก็ยังมีกาแฟ จากเชียงใหม่บริเวณดอยสูงในอำเภอพร้าวที่เป็นพื้นที่ติดบริเวณเดียวกันด้วย

ปัจจุบัน กาแฟภายในพื้นที่อำเภอแม่สรวยที่สามารถผลิตได้ ได้กระจายการจำหน่ายออกไปในรูปแบบ สรรกาแฟ กาแฟคั่ว ซึ่งสำหรับกาแฟคั่วเรามีเครื่องคั่วที่ทันสมัย พร้อมด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านการคั่ว กาแฟมานาน ทำให้กาแฟคั่วที่ ออกไปจากทางวิสาหกิจชุมชน ได้รับไว้วางใจให้ใช้ เครื่องหมาย GMP ออย. จากทางสำนักงาน สาธารณสุข จังหวัดเชียงราย

ที่ตั้งของ วิสาหกิจ อยู่ระหว่าง อำเภอเวียงป่าเป้า กับอำเภอแม่สรวย ระยะทางห่างจาก เชียงใหม่ 100 กิโลเมตร และจาก เชียงราย 70 กิโลเมตร ซึ่งระหว่างอำเภอแม่สรวย กับ อำเภอเวียงป่าเป้า จะเป็นหมู่บ้านใน ระหว่างหุบเขาสูง หนาวอยู่ตรงกลางพื้นที่ราบ โดยมีดอยสูงที่สำคัญในการเพาะปลูกกาแฟ คือ ดอยช้าง ดอยแม่ น้ำซุ่น ดอยหลวง ดอยขุนแจ ดอยหมอก ซึ่งพื้นที่สูงประมาณ 1000-2000 เมตรจากระดับ น้ำทะเล ชาวไทยภูเขาที่อาศัย บนพื้นที่สูงที่สำคัญ ได้แก่ ชาวเผ่า อาข่า ะหู่ และคนจีน

การประกอบอาชีพโดยส่วนใหญ่เป็น ด้านการเกษตร ซึ่งประกอบด้วยการ ทำนาในพื้นที่ราบ ปลูกข้าวโพด ปลูกลำไย กาแฟ และผักผลไม้เมืองหนาว ซึ่งเป็นโครงการพระราชดำริ ของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว กระจาย อยู่ตามดอยสูงเหล่านี้ เนื่องจากปัจจุบัน กาแฟอราบิก้าของไทย ได้เริ่ม มีชื่อเสียงที่ดีในตลาดโลก และเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ดังนั้น สัดส่วนการเพาะปลูกกาแฟจึงเพิ่มมากขึ้นทุกปี

พื้นที่บริเวณนี้ใน หน้าหนาวอากาศจะเย็นมาก ตามหมู่บ้านชนบทบนที่ราบ มีอุณหภูมิ ประมาณ 14-20 องศา ส่วน บนยอดดอย บางครั้งมี น้ำค้างแข็ง และอุณหภูมิลดลงแล้ว ประมาณ 5-10 องศา

## 2. การจัดการด้านการตลาด

ด้านการตลาด ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ จะจัดวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ตามชั้นวางสินค้าตรงบริเวณห้องโถงหน้าร้าน และการส่งของทางอินเทอร์เน็ต ในราคา กิโลกรัมละ 270 – 350 บาท

## 3. การทำงานในรอบปี

| ช่วงเวลา                              | กิจกรรม  |
|---------------------------------------|--|
| 08.00 – 17.00 น.<br>เว้นวันหยุดราชการ | ดำเนินการผลิตแปรรูปเมล็ดกาแฟสดคั่ว การเพาะปลูก และรับซื้อ กรรมวิธีแปรรูป<br>บรรจุหีบห่อ จัดจำหน่าย และวางแผนทางด้านการตลาด |

ตาราง 3.1 กิจกรรมการทำงานในรอบปีของผู้ประกอบการ

## 4. ความเป็นเหตุผลของพฤติกรรม

| พฤติกรรม                        | แนวคิด  | สาเหตุ   | ผลลัพธ์  | การแก้ไข |
|---------------------------------|---|--|--|----------|
| อึดยาคัยดี ให้ความ<br>ร่วมมือดี | ตอบปัญหาอย่าง<br>อึด-ยาคัยดี พร้อมให้<br>คำปรึกษา การให้<br>ความรู้ พุดจา<br>ไพเราะ พุดเล่น<br>หยอกล้อกัน | เนื่องจากเป็นกลุ่ม<br>ชุมชนชาวบ้านเลย<br>ให้คำปรึกษาที่ดีต่อผู้<br>ที่จะต้องการศึกษา<br>พร้อมทั้งเป็นการ<br>ช่วยเหลือกันของ<br>คนในชุมชน | ผลิตภัณฑ์เมล็ด<br>กาแฟสดคั่วมี<br>ความหลากหลาย<br>ยิ่งขึ้น เนื่องจากรับ<br>ฟังความเห็นของ<br>คนในชุมชน | -        |

ตาราง 3.2 แสดงพฤติกรรมของผู้ประกอบการขณะสำรวจ

## 5. การศึกษาแนวโน้มในการผลิต (trend analysis)

| หัวข้อ  | อดีต    | ปัจจุบัน | อนาคต      |
|---|---------|----------|------------|
| 1. ลักษณะเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่า<br>ก๊อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย           | ปานกลาง | ดีมาก    | คาดว่าจะดี |
| 2. คุณค่าเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่า<br>ก๊อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย           | ดีมาก   | ดีมาก    | คาดว่าจะดี |
| 3. การนำเมล็ดกาแฟสดคั่ว ไปบริโภค  | ปานกลาง | ดี       | คาดว่าจะดี |
| 4. การประเมินคุณค่าเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจ<br>ชุมชนกาแฟท่าก๊อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย | ดี      | ดีมาก    | คาดว่าจะดี |
| 5. การตัดสินคุณภาพเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจ<br>ชุมชนกาแฟท่าก๊อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย  | ปานกลาง | ดี       | คาดว่าจะดี |
| 6. ผลที่ได้รับจากการแปรรูปเมล็ดกาแฟสด   | ปานกลาง | ดีมาก    | คาดว่าจะดี |

|  |         |       |            |
|--|---------|-------|------------|
| 6.1 ด้านจิตใจ.....                             | ดี      | ดีมาก | คาดว่าจะดี |
| 6.2 ความภาคภูมิใจ.....                         | ดี      | ดีมาก | คาดว่าจะดี |
| 6.3 ด้านสังคม.....                             | ปานกลาง | ดี    | คาดว่าจะดี |
| 6.3.1 การช่วยเหลือกันในกลุ่ม .....             | ดีมาก   | ดีมาก | คาดว่าจะดี |
| 6.3.2 การถ่ายทอดความรู้.....                   | ดีมาก   | ดีมาก | คาดว่าจะดี |
| 6.3.3 การจัดตั้งกลุ่ม.....                     | ดีมาก   | ดีมาก | คาดว่าจะดี |
| 6.4 เศรษฐกิจ<br>รายได้ผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว | ดี      | ดี    | คาดว่าจะดี |

ตาราง 3.3 แนวโน้มของผลิตภัณฑ์

### เครื่องมือในการวิจัยแบบสังเกตภาคสนาม

วิธีสำรวจ สังเกตแบบมีส่วนร่วม

ชื่อ – สกุล นาย พีรณัฐ เวชโพธิ์กลาง อายุ 20 ปี รหัส 50710473 นิสิต สาขาวิชาการ  
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

วันที่ 8 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2553

สถานที่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย  
เวลา 10.00 น.

เหตุการณ์ พฤติกรรมในชีวิตประจำวัน ที่เป็นจริง

บุคคลที่ร่วมในเหตุการณ์ นายภูมิพงศ์ โพธิทา นิสิตสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์  
ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

สภาพแวดล้อม เป็นชุมชนที่อยู่บนภูเขาสูง อากาศหนาวเย็น  
ปฏิริยาของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นมิตร

### กรอบในการสังเกต

ลักษณะการสังเกต

1. สังเกตพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ วิถีชีวิตที่เป็นจริง
2. สังเกตพฤติกรรมที่เกิดขึ้นบ่อยเพื่อยืนยันข้อมูล
3. ลำดับในการเกิดพฤติกรรม การเรียงลำดับเหตุการณ์เพื่อหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรม

4. ความสำคัญของพฤติกรรมที่เกิดขึ้น สังเกตพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการทำงาน การดำรงชีวิต การสร้างงาน และความร่วมมือในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก้อ

### เนื้อหาที่สังเกต

1. พฤติกรรมในชีวิตประจำวัน ด้านชีวิตส่วนตัว ครอบครัว ญาติพี่น้อง
2. พฤติกรรมด้านการอาชีพ ลักษณะงาน การจัดการ อาชีพที่ส่งผลถึงความสัมพันธ์กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก้อ
3. พฤติกรรมด้านสังคม สังเกตลักษณะและประเภทกิจกรรมในชุมชน/ร้าน/บริษัท การให้ความร่วมมือ และประโยชน์ของกิจกรรมในชุมชน/ร้าน/บริษัท
4. พฤติกรรมการทำงานผลิตภัณฑ์ สังเกตเนื้อหาด้านความรู้ ทักษะขั้นตอนการทำงาน ระยะเวลาในการทำงาน ลักษณะการทำงาน
5. การสนทนาในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก้อ
6. สังเกตความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก้อ
7. สังเกตด้านรายได้และเศรษฐกิจในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก้อ

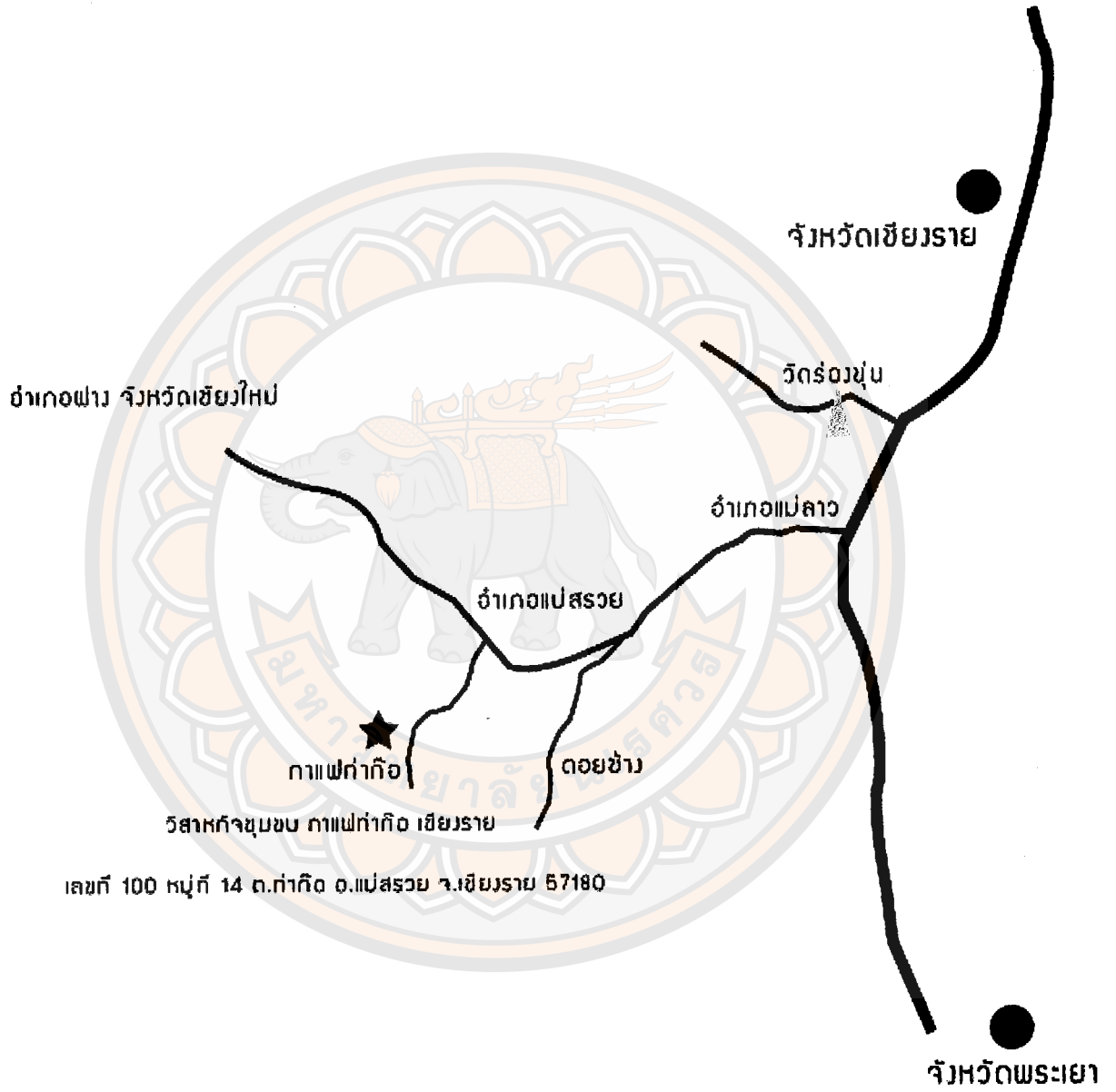
### 3. แบบวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม

ชื่อ - สกุล นาย พีรณัฐ เวชโพธิ์กลาง อายุ 20 ปี รหัส 50710473 นิสิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยรัตนนคร  
วันที่ 8 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2553  
สถานที่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย  
เวลา 10.00 น.

### แบบสำรวจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ทำก้อ

1. ที่ตั้ง  
100 หมู่ที่ 14 ถ.เชียงใหม่-เชียงราย ต.ท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย 57180  
สำรวจวันที่ 8 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2553

แผนที่ กลุ่มแปรรูปเมล็ดกาแฟสดคั่วทำก๊อ



ภาพ 3.1 แผนที่ กลุ่มแปรรูปเมล็ดกาแฟสดคั่วทำก๊อ

### ประวัติกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ

| เวลา             | เหตุการณ์สำคัญ  |
|------------------|---|
| 21 มิถุนายน 2544 | ก่อตั้งกลุ่มเกษตรกรตำบลท่าก้อ โดยมีหน่วยงานทางราชการที่คอยให้การช่วยเหลือ และสนับสนุน อาทิเช่น พัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลท่าก้อ |
| เมษายน 2549      | เปลี่ยนชื่อเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ   |

ตาราง 3.4 ประวัติกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ

#### 4. แนวคำถามในการสัมภาษณ์เจาะลึกและสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

วิธีสำรวจ สังเกตแบบมีส่วนร่วม

ชื่อ – สกุล นาย พีรณัฐ เวชโพธิ์กลาง อายุ 20 ปี รหัส 50710473 นิสิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

วันที่ 8 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2553

สถานที่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย

เวลา 10.00 น.

เหตุการณ์ พฤติกรรมในชีวิตประจำวัน ที่เป็นจริง

บุคคลที่ร่วมในเหตุการณ์ นายภูมิพงศ์ โพธิ์ทา นิสิตสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

สภาพแวดล้อม เป็นชุมชนที่อยู่บนภูเขาสูง อากาศหนาวเย็น

ปฏิริยาของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นมิตร

บันทึกพฤติกรรมและเหตุการณ์ที่สังเกตได้ขณะสัมภาษณ์ ยิ้มแย้ม และตอบคำถามอย่างครบถ้วน พร้อมทั้งให้ความรู้เพิ่มเติมในสิ่งที่ผู้วิจัยได้ประสบการณ

## \* ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การวิจัยพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะพิจารณาถึงการพัฒนารูปแบบองค์รวมของผลิตภัณฑ์โดยเน้นความงามทางด้านศิลปกรรมเป็นหลัก ผู้วิจัยจะร่วมกันวิเคราะห์ถึงศักยภาพผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟคั่วหิมพานต์แปรรูป ถึงลักษณะเฉพาะ ลักษณะเด่นทั้งด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิตด้านวัตถุดิบ เชื่อมโยงกับฐานความรู้ที่ได้จากการวิจัยขั้นที่ 1 แล้ววิเคราะห์ผลจากความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะระหว่างลักษณะรูปแบบและผลิตภัณฑ์ และกลุ่มตลาดเป้าหมาย ดังกล่าว แปรรูปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์และสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ อย่างมีเหตุผลด้านวิชาการรองรับ

พัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย ผู้วิจัยจะสร้างสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์อย่างน้อย 11 ชิ้น ประกอบด้วย

1. เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า คั่วแบบ อิตาลี (1 หน่วย)
2. เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า คั่วแบบ ฝรั่งเศส (1 หน่วย)
3. เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า คั่วแบบ เวียดนาม (1 หน่วย)
4. เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ เอสเปรสโซ่ (1 หน่วย)
5. เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ คาปูชิโน่ (1 หน่วย)
6. เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ ลาเต้ (1 หน่วย)
7. เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (เซท)
8. เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (เซท)
9. เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ เอสเปรสโซ่ (ของเล็ก)
10. เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ คาปูชิโน่ (ของเล็ก)
11. เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ ลาเต้ (ของเล็ก)

## \* ขั้นตอนที่ 3 การสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ผู้วิจัย จะทำการทดลองการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ จากขั้นตอนวิจัยที่ 2 ด้วยการตามลักษณะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ คือ

- 3.2.1 อาจารย์ที่ปรึกษา
- 3.2.2 ผู้ประกอบการ
- 3.2.3 ประชุมวิชาการ
- 3.2.4 แสดงนิทรรศการ

เพื่อให้ได้รับการวิจารณ์และข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ประกอบการ เพื่อจะปรับปรุงบรรณทัศน์ต่อไป

#### ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรณทัศน์ต้นแบบ

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดกลุ่มต่าง ๆ มาจากการพัฒนาและปรับปรุงบรรณทัศน์ให้เกิดความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์

ในการดำเนินกิจกรรมการวิจัย เป็นขั้นตอนการทำงานวิจัยร่วมกัน ระหว่างผู้วิจัยกับผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ่ท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย การวิจัยเพื่อการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดกลุ่มต่าง ๆ อย่างแท้จริง

#### ขั้นตอนที่ 5 การเขียนรายงานเสนอผลการวิจัย

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะทำการสรุปผลและประเมินผลโครงการวิจัย แล้วนำเสนอรายงานการวิจัยด้วยเอกสาร และการวิเคราะห์ที่ประกอบข้อมูล ภาพถ่าย ตารางต่างๆ และนำเสนอ

หมายเหตุ ระยะเวลาและการดำเนินกิจกรรม อาจยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้บ้าง ตามสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยน เพื่อให้วัตถุประสงค์การวิจัยบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างสรรค์

การนำเสนอในบทนี้เพื่อการออกแบบและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย ด้วยการศึกษารายละเอียดข้อมูลทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ อันเป็นข้อมูลเบื้องต้นมาวิเคราะห์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ

ส่วนที่ 2 การออกแบบและสร้างสรรค์

ส่วนที่ 3 ผลงานที่สร้างสรรค์

#### ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ

##### 1. ชื่อโครงการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เมล็ดกาแฟสดคั่ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย

##### 2. ข้อมูลผู้ประกอบการ

ชื่อผู้ประกอบการ : เมล็ดกาแฟสดคั่ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย

ที่อยู่ : เลขที่ 100 หมู่ที่ 14 ต.ท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย 57180

โทรศัพท์ : 086-7674869 , 085-7190206

Internet Address : [www.thakocoffee.com](http://www.thakocoffee.com)

##### 3. รายละเอียดผู้ประกอบการ

เป็นกลุ่มเกษตรกร ที่เพาะปลูกกาแฟอยู่แล้วโดยดั้งเดิม โดยเป็นการเพาะปลูกกาแฟ อราบิก้า สายพันธุ์ คาร์ติมอร์ ซึ่งนิยมปลูกกันพื้นที่ภาคเหนือ ของประเทศไทย กาแฟท่าก้อ ได้ใช้ชื่อของ ตำบลมาเป็นตรา ของผลิตภัณฑ์ กาแฟ ของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากความชำนาญในด้านการเพาะปลูก ประกอบกับภายในพื้นที่ทางการเกษตรเป็นภูเขาสูง การปลูกกาแฟของชาว ตำบลท่าก้อ จึงให้ผลผลิตที่สมบูรณ์มาก ในแต่ละปีมีปริมาณกาแฟออกสู่ตลาดหลายร้อยตันและกำลังจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในอนาคต

ดังนั้นจึงได้รวมกลุ่มกันเพื่อที่จะผลิตกาแฟอาราบิก้า กรรมวิธีเปียก โดยได้ก่อตั้งเป็น โรงแปรรูปผลผลิตกาแฟ ที่รับซื้อจากเกษตรกรบนพื้นที่สูง และจากสวนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเอง โดยมีกำลังผลิตสามารถรับกาแฟดิบได้ ประมาณ 2,000 กิโลกรัม ต่อวัน ซึ่งจะแปรรูปไปเป็น กาแฟกะลา สีเป็นสารเพื่อจำหน่ายแก่ร้านกาแฟที่คั่วกาแฟ ได้เอง

พื้นที่ในการปลูกกาแฟ ในบริเวณตำบลท่าก้อ จะเป็นพื้นที่สูง ประมาณ 1,000 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล ซึ่งเป็น จุดเด่นของกาแฟไทยพื้นที่สูง ในเรื่องรสชาติ และความหอมกลมกล่อม ไม่แพ้กาแฟประเทศใดในโลก แห่งที่สำคัญ ที่เรา ได้รับซื้อเพื่อแปรรูปกาแฟ ได้แก่ ดอยแม่ น้ำซุ่น ( พื้นที่ติดดอยช้าง ) ซึ่งมีอากาศเย็นตลอดทั้งปี ดอยหลวง ที่ กินพื้นที่ขนาดใหญ่ เกือบทั้งอำเภอแม่สรวย นอกจากนี้ก็ยังมีกาแฟ จากเชียงใหม่บริเวณดอยสูงในอำเภอพร้าวที่เป็นพื้นที่ติดบริเวณเดียวกันด้วย

ปัจจุบัน กาแฟภายในพื้นที่อำเภอแม่สรวยที่สามารถผลิตได้ ได้กระจายการจำหน่ายออกไปในรูปกะลา สารกาแฟ กาแฟคั่ว ซึ่งสำหรับกาแฟคั่วเรามีเครื่องคั่วที่ทันสมัย พร้อมด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านการคั่ว กาแฟมานาน ทำให้กาแฟคั่วที่ ออกไปจากทางวิสาหกิจชุมชน ได้รับไว้วางใจให้ใช้ เครื่องหมาย GMP ออย. จากทางสำนักงาน สาธารณสุข จังหวัดเชียงราย

ที่ตั้งของ วิสาหกิจ อยู่ระหว่าง อำเภอเวียงป่าเป้า กับอำเภอแม่สรวย ระยะทางห่างจากเชียงใหม่ 100 กิโลเมตร และจาก เชียงราย 70 กิโลเมตร ซึ่งระหว่างอำเภอแม่สรวย กับ อำเภอเวียงป่าเป้า จะเป็นหมู่บ้านใน ระหว่างหุบเขาสูง หนาวอยู่ตรงกลางพื้นที่ราบ โดยมีดอยสูงที่สำคัญในการเพาะปลูกกาแฟ คือ ดอยช้าง ดอยแม่ น้ำซุ่น ดอยหลวง ดอยขุนแจ ดอยหมอก ซึ่งพื้นที่สูงประมาณ 1000-2000 เมตร จากระดับ น้ำทะเล ชาวไทยภูเขาที่อาศัย บนพื้นที่สูงที่สำคัญ ได้แก่ ชาวเผ่า อาข่า ระบุ และคนจีน

การประกอบอาชีพโดยส่วนใหญ่เป็น ด้านการเกษตร ซึ่งประกอบด้วย การ ทำนาในพื้นที่ราบ ปลูกข้าวโพด ปลูกลำไย กาแฟ และผักผลไม้เมืองหนาว ซึ่งเป็นโครงการพระราชดำริ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว กระจาย อยู่ตามดอยสูงเหล่านี้ เนื่องจากปัจจุบัน กาแฟอาราบิก้าของไทยได้เริ่ม มีชื่อเสียงที่ดีในตลาดโลก และเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ดังนั้น สัดส่วนการเพาะปลูกกาแฟจึงเพิ่มมากขึ้นทุกปี

พื้นที่บริเวณนี้ใน หน้าหนาวอากาศจะเย็นมาก ตามหมู่บ้านชนบทบนที่ราบ มีอุณหภูมิประมาณ 14-20 องศา ส่วน บนยอดดอย บางครั้งมี น้ำค้างแข็ง และอุณหภูมิลดแล้ว ประมาณ 5-10 องศา

#### 4. ข้อมูลผลิตภัณฑ์

1.เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ อิตาลี (Italian roast)

300 บาท / 1 กิโลกรัม

2.เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ ฝรั่งเศส (French roast)  
300 บาท / 1 กิโลกรัม

3.เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ เวียนนา (Vienna roast)  
300 บาท / 1 กิโลกรัม

4.เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ เอสเพรสโซ (Espresso)  
270 บาท / 1 กิโลกรัม

6.เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ คาปูชิโน่ (Cappucino)  
270 บาท / 1 กิโลกรัม

7.เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ ลาเต้ (Latte)  
270 บาท / 1 กิโลกรัม

#### 5. ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ด้านกายภาพ และการมองเห็น

เนื่องจากตัวบรรจุภัณฑ์ยังคงไม่สมบูรณ์และขาดการเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ที่จะช่วยสร้างกลุ่มลูกค้าให้ได้รับรู้ต่อผลิตภัณฑ์ หากมีการออกแบบเปลี่ยนแปลงให้มีความดึงดูดต่อกลุ่มลูกค้าได้ ก็จะได้เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเป็นการขยายกลุ่มลูกค้า และเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการ และยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ ให้แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่วที่เคยมีมาอีกด้วย

ส่วนวิเคราะห์ : เนื่องจากผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่วของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ มีการตั้งมานานกว่า 5 ปี ดังนั้นผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือพอสมควร ผู้บริโภคมีความไว้วางใจพอสมควร

#### ข้อควรระวังในด้านกายภาพของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ควรเก็บไว้ในที่ที่เหมาะสมไม่โดนแดด หรือความชื้น เนื่องจากอายุของผลิตภัณฑ์มีอายุไม่เกิน 1 เดือน เก็บในที่อากาศถ่ายเท อุณหภูมิปกติไม่เกิน 35 องศาเซลเซียส

#### 6. ข้อมูลการใช้และจำหน่าย

Product name : เมล็ดกาแฟสดคั่ว

Brand name : กาแฟท่าก้อ

New Product      Line Extension      Redesign ✓

Domestic ✓      Export

**Product Use :**

สำหรับใช้เป็นของนำไปบริโภคตามครัวเรือน หรือสำหรับประกอบธุรกิจทำร้านอาหาร

**How Used/Prepared :**

นำไปปดผ่านเครื่องชงกาแฟ แบบต่างๆ ทำให้ได้กาแฟที่มีลักษณะ และคุณภาพ แตกต่างกันไป

เป็นสินค้าที่มีคุณค่าและเสน่ห์ในตัวของมันอยู่แล้วสำหรับผู้ที่ยินชมชอบกาแฟ และด้วยกาแฟ  
ชั้นดีกับการคั่วที่มีคุณภาพ ส่งเสริมให้ราคาสูงขึ้น และเป็นที่ยินชมของคนในวงกว้าง

**Displayed :**

การจัด display ไม่ค่อยมี เนื่องจากจะเป็นการสั่งซื้อและจัดส่งทาง อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์  
มากกว่า

**ข้อบังคับบรรจุภัณฑ์ :**

บอกตราสัญลักษณ์

ส่วนประกอบสำคัญ

ผู้ผลิต

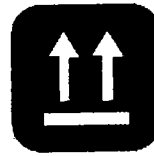
ขนาดบรรจุ

วิธีการใช้

วันเดือนปี ที่ผลิต , หมดอายุ

เครื่องหมายกำกับองค์การอาหารและยา

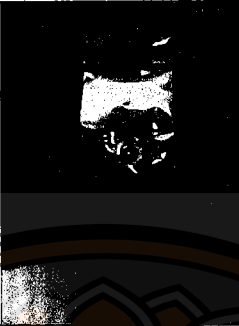

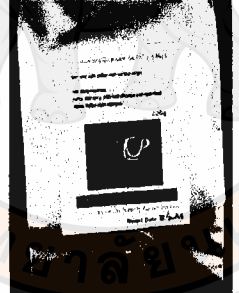
ส่วนวิเคราะห์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหารข้อที่สำคัญที่สุดคือ วันเดือน  
ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และเครื่องหมายกำกับองค์การอาหารและยา เมื่อมีทั้ง 2 อย่างนี้แล้วจะทำให้ตัว  
ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ และลูกค้าไว้วางใจในความปลอดภัย



ภาพ 4.1 ตัวอย่างสัญลักษณ์แสดงบนบรรจุภัณฑ์

## 7. ข้อมูลทางการตลาด

### คู่แข่งทางการตลาด

| Brand name        | Product Image   | Comments   |
|-------------------|---|--|
| กาแฟดอยช้าง       |    | - ราคาสูง<br>- ได้รับความนิยมมายาวนาน<br>เนื่องจากเป็นที่รู้จักระดับโลก  |
| Coffee dream      |   | - ไม่มีการเพาะปลูก มีเฉพาะ<br>การคั่ว  |
| Seat 2 Cup Coffee |  | - ไม่มีการเพาะปลูก มีเฉพาะ<br>การคั่ว<br>- มีร้านขายกาแฟเป็นของ<br>ตัวเองทำให้มีช่องทางการ<br>จำหน่ายเพิ่มขึ้น |

ตาราง 4.1 คู่แข่งทางการตลาด

ส่วนวิเคราะห์ : สังเกตได้ว่าในหลายๆผลิตภัณฑ์ที่เป็นโรงคั่ว จะไม่มีการเพาะปลูก เนื่องจากตัวโครงคั่วหรือบริษัทนั้นๆ ไม่ได้มีพื้นที่อยู่ในเขตที่สามารถปลูกกาแฟได้ ซึ่งต่างจาก กาแฟท่าก้อ ซึ่งมีทั้งระบบครบวงจร ทั้งการเพาะปลูก การแปรรูป และการจัดจำหน่าย มีก็แต่กาแฟดอยช้างที่มีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากมีพื้นที่ในการเพาะปลูกและจัดจำหน่ายใกล้ๆกัน แต่กาแฟดอยช้างมีราคาสูงกว่าและเป็นที่รู้จักมากกว่าก็เพราะ มีความยาวนานทางด้านประวัติศาสตร์มากกว่า

## 8. ข้อมูลบรรจุกัณฑ์

### กลุ่มเป้าหมาย

| กลุ่มเป้าหมายกายภาพ                   | กลุ่มเป้าหมายจิตภาพ    |
|---------------------------------------|------------------------|
| - ชาย                                 | - ชอบทานกาแฟ           |
| - อายุ 28 – 38 ปี                     | - หลงใหลชีวิตเรียบง่าย |
| - รายได้ 15000 บ. ขึ้นไป              | - รักธรรมชาติ          |
| - มีทุนทรัพย์พอที่จะเปิดกิจการส่วนตัว |                        |

ตาราง 4.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย



ภาพ 4.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

### Product/ SWOT

**จุดแข็ง(strength) :** เมล็ดกาแฟสดคั่วมีความพิเศษตรงที่เพาะปลูกเอง และคั่วเองจึงทำให้สามารถควบคุมในทุกๆส่วนของการผลิต ทำให้ลดต้นทุนการผลิตได้มากขึ้น ทำให้สินค้ามีราคาถูกลง สามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นและครบถ้วน โดยเฉพาะในกรรมวิธีการคั่วและเวลาในการคั่วลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความพอใจ

**จุดอ่อน (weakness) :** ด้วยตัวผลิตภัณฑ์เองเป็นบรรจุภัณฑ์อาหารจำเป็นอย่างยิ่งในเวลาการขนส่ง ซึ่งอาจจะเกิดความเสียหายได้ง่าย และไม่อาจเก็บไว้ได้นานเนื่องจากข้อจำกัดทางบรรจุภัณฑ์

**โอกาส(opportunity) :** ปัจจุบันนี้กาแฟได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ร้านขายกาแฟจึงได้รับความนิยมมากขึ้นไปด้วยจึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการจะหันมาประกอบธุรกิจประเภทนี้ และด้วยสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ด้วยราคาที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่นๆ ก็เป็นทางเลือกที่ดีต่อผู้บริโภคที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายขึ้น

**อุปสรรค (threat) :** ด้วยคู่แข่งทางการตลาดที่มีชื่อขึ้นเหนือกว่าอาจจะทำให้เป็นโอกาสยากที่จะไปแย่งชิงพื้นที่ทางการตลาดได้ด้วยค่านิยมของผู้บริโภคอาจจะติดชื่อสินค้ามากเกินไปและด้วยราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งอาจเป็นดาบ 2 คมทำให้ผู้บริโภคอาจมองว่ามีคุณภาพต่ำกว่ารายอื่นๆ เป็นเหตุทำให้ผู้บริโภคสนใจสินค้าคู่แข่งได้



Design concept :

“ตำนานแห่งความเข้ม”

Support :

ด้วยความยาวนาน ของการปลูกกาแฟของเกษตรกรภาคเหนือของไทย กาแฟทำก็คือหนึ่งในนั้น การส่งกาแฟออกอย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพ และด้วยความนิยมของตัวเองกาแฟเองที่มีความเป็นมาอันยาวนานมาหลายร้อยปี จนกล่าวได้ว่ากาแฟเป็นเครื่องดื่มที่มีเรื่องราวอันเป็นตำนาน ส่วนของความเข้มนั้น จะกล่าวถึงกลิ่นและรสชาติ อันเป็นแบบเฉพาะของกาแฟทั่วถึงซึ่งได้คัดพันธุ์เมล็ดกาแฟชั้นดี ผสมผสานกับความชำนาญในการเพาะปลูกของเกษตรกรภายในพื้นที่และวิธีการคั่วเมล็ดอันมีแบบแผน ทำให้กาแฟทำก็อมีกลิ่นและรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์และความเข้ม ตามแบบฉบับของกาแฟ

Mood & tone / personality :

| Concept  | Mood & Tone        | Visual Element      |
|----------|--------------------|---------------------|
| ตำนาน    | Old - fashioned    | Color Tone          |
| ความเข้ม | Masculine + Rustic | Illustrations, Line |

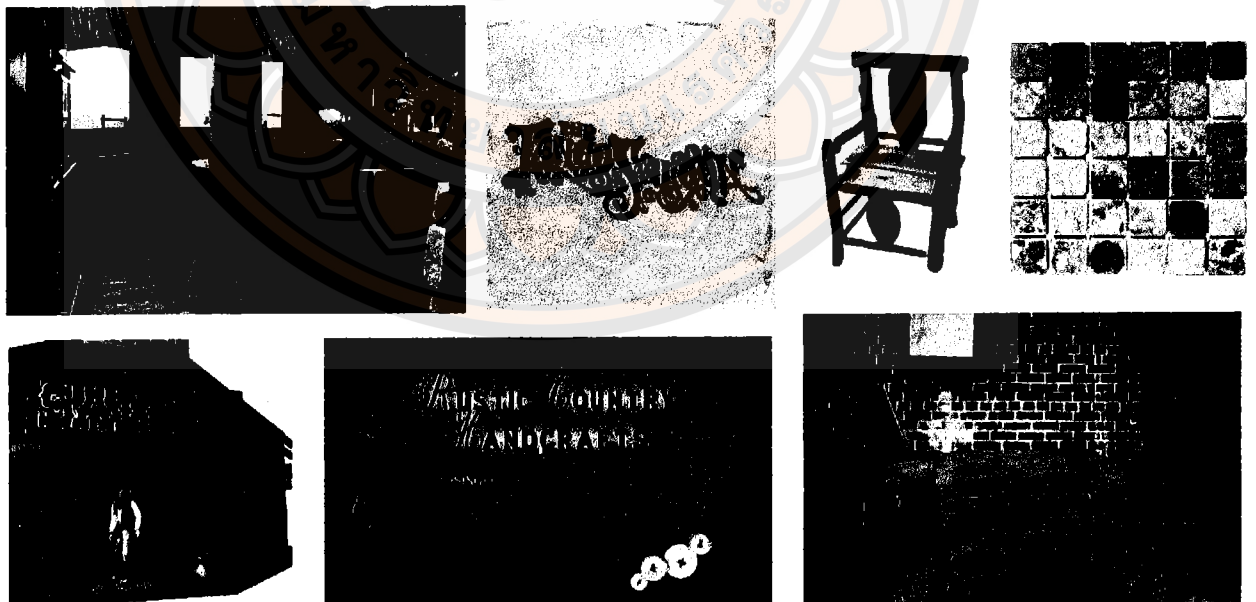
ตาราง 4.3 Mood & Tone

Old fashioned by color tone



ภาพ 4.3 อารมณ์ Old fashioned โดย โทนสี

Musculine & Rustic by illustrations



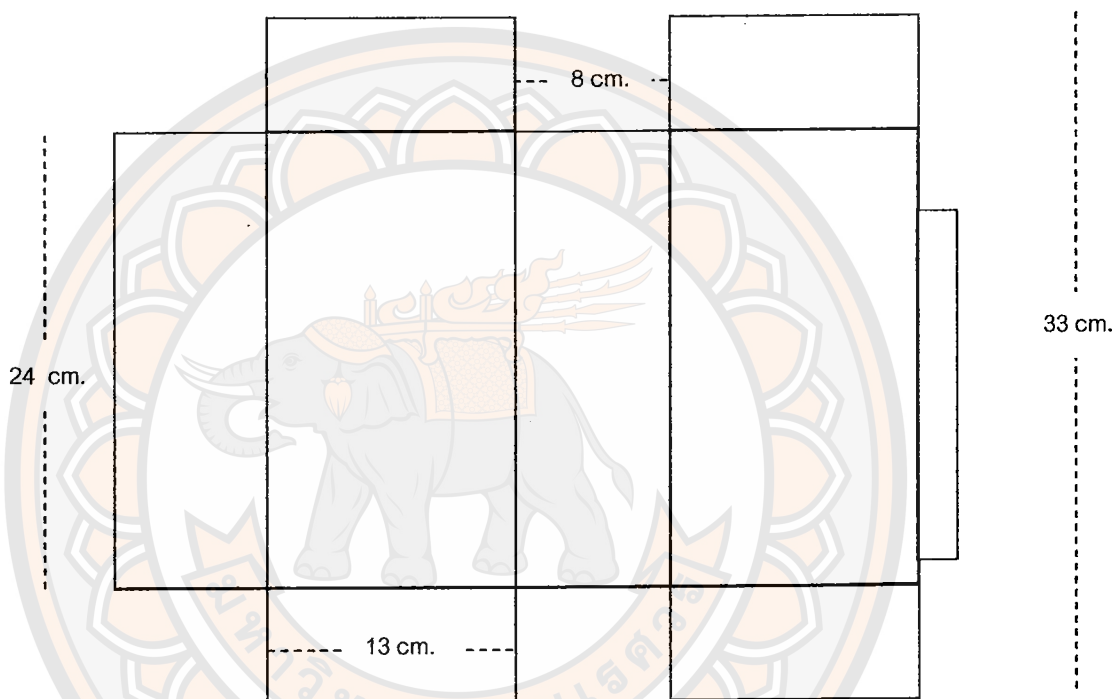
ภาพ 4.4 อารมณ์ Masculine และ Rustic โดย เส้นสายและภาพประกอบ

Desired response : (การตอบสนองที่ต้องการ)

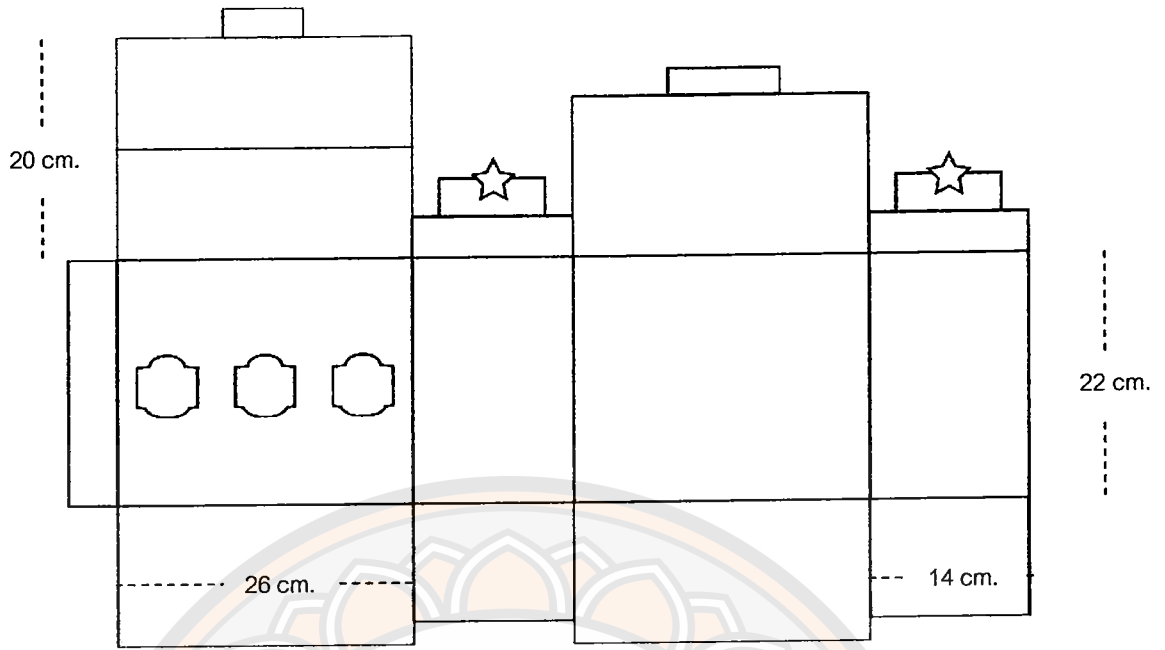
ว่าจะได้รับการตอบรับจากฐานผู้บริโภคมากขึ้น และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ได้ตัวบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ถูกตาต้องใจต่อผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

## ส่วนที่ 2 การออกแบบและสร้างสรรค์

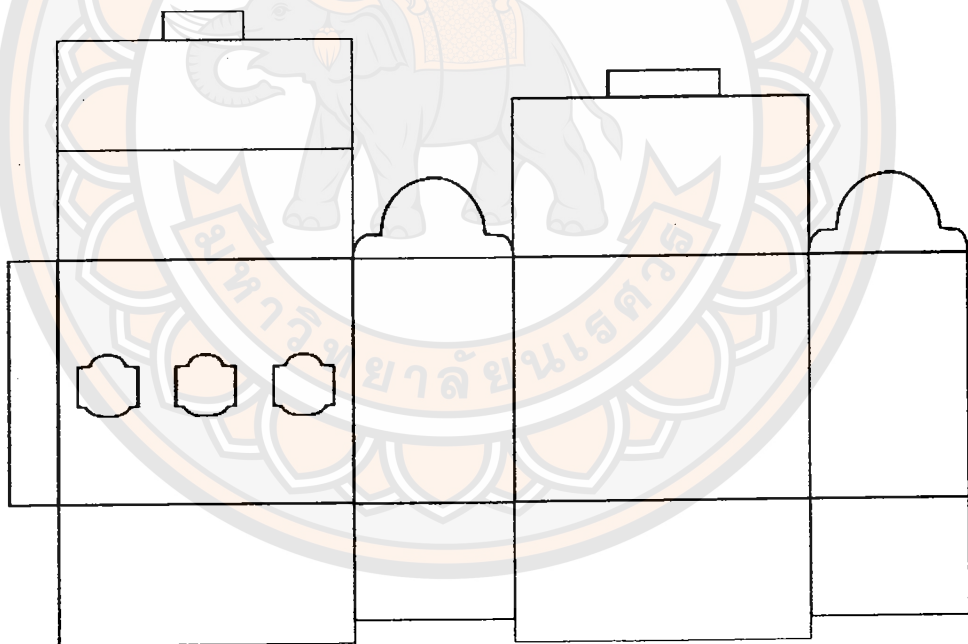
### 1. ส่วนโครงสร้าง (ภาพคลิ)



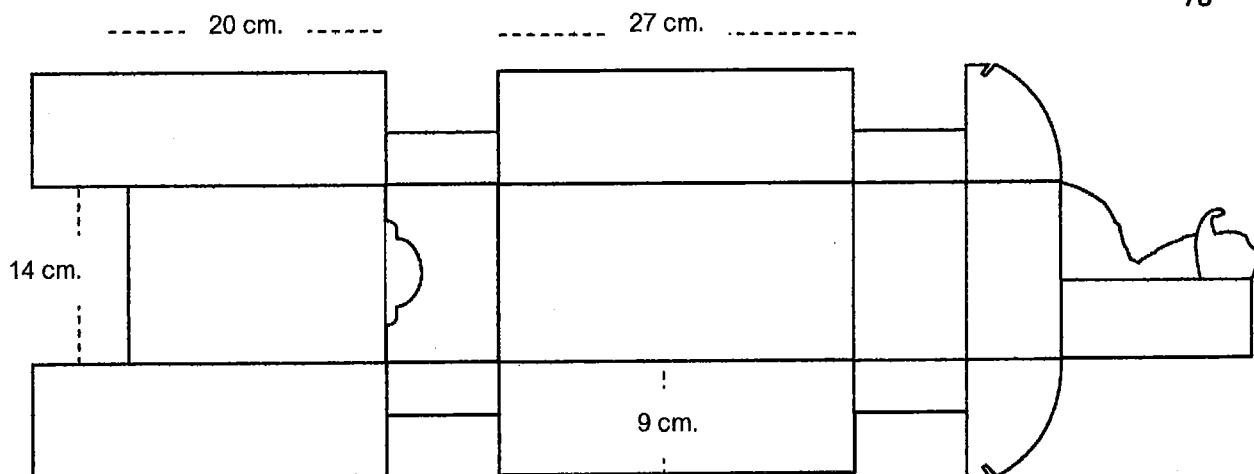
ภาพ 4.5 โครงสร้าง 1 หน่วย



ภาพ 4.6 โครงสร้าง เซท 3 หน่วย (Arabica)



ภาพ 4.7 โครงสร้าง เซท 3 หน่วย (Robista)



ภาพ 4.8 โครงสร้างแบบกล่องบรรจุ 25 ของ

## 2. ส่วนกราฟิก

ตราสินค้า



กาแฟทำมือ เชียงราย

1



2

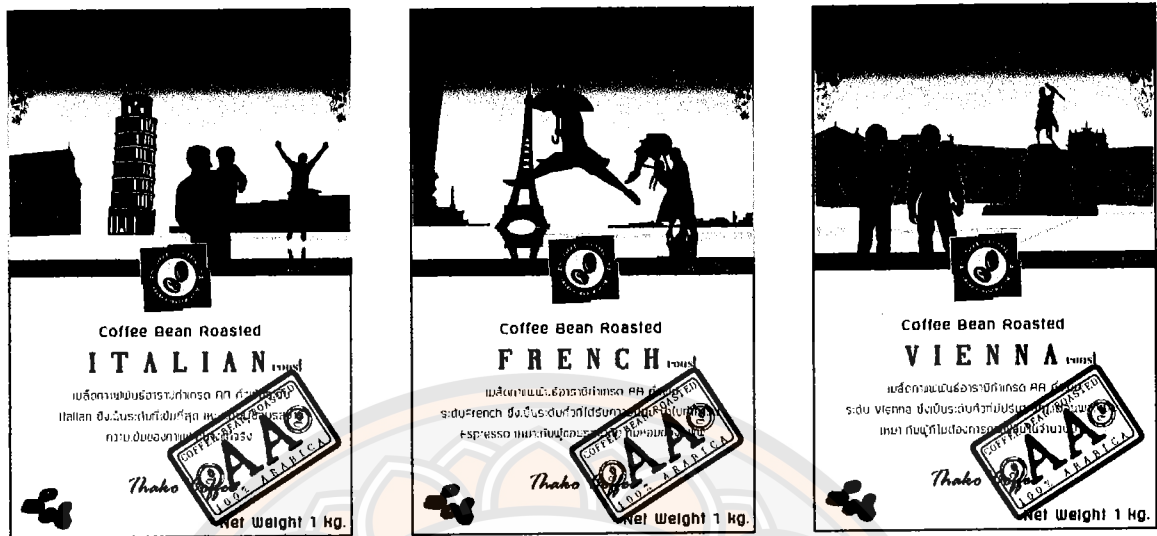


3

ภาพ 4.9 การพัฒนาตราสัญลักษณ์

1. ตราสินค้าดั้งเดิมของผลิตภัณฑ์
2. ปรับสีและเปลี่ยนฟอนต์
3. เพิ่มลายระเอียดและปรับสีให้เข้ากับบรรจุภัณฑ์

ตรวจแบบครั้งที่ 1



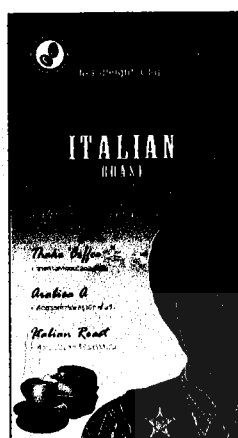
ภาพ 4.10 ต้นแบบ Arabica



ภาพ 4.11 ต้นแบบ Robusta

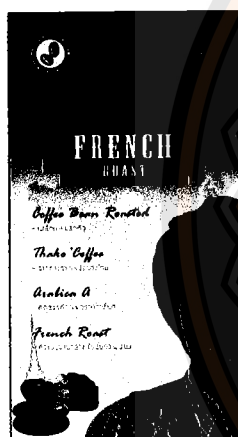
ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการให้ไปปรับเปลี่ยนทั้ง 2 แบบให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยใช้โทนสีและภาพประกอบในทางเดียวกัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ที่ไปในทิศทางเดียวกัน

### การพัฒนาตรวจแบบครั้งที่ 2 และ 3



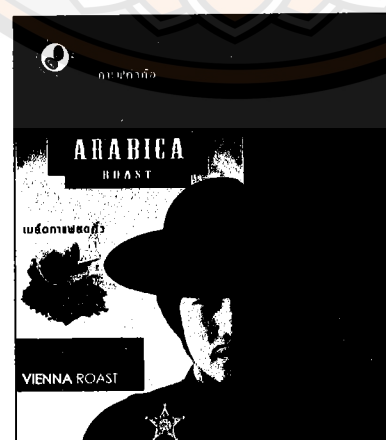
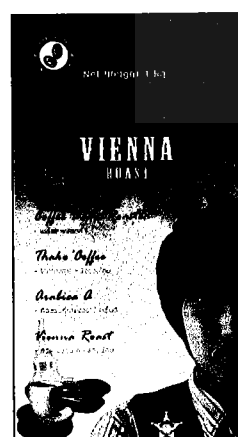
Arabica แบบ Italian Roast

ได้รับมอบหมายให้ไปพัฒนา  
ภาพประกอบและการจัดวาง



Arabica แบบ French Roast

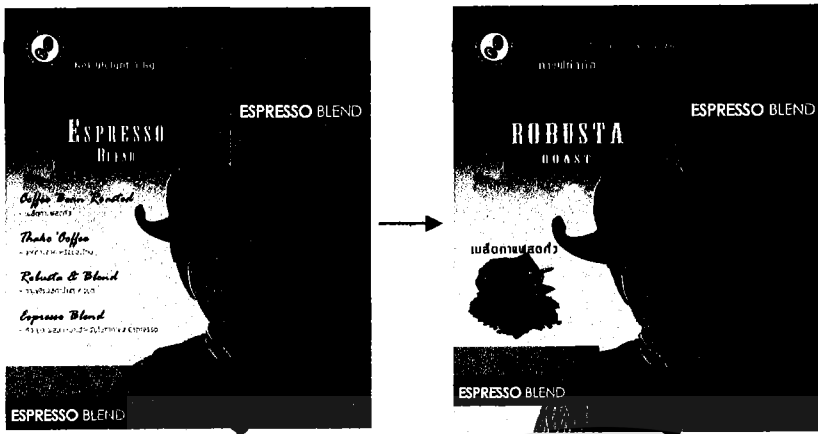
ได้รับมอบหมายให้ไปพัฒนา  
สี ภาพประกอบและการจัดวาง



Arabica แบบ Vienna Roast

ได้รับมอบหมายให้ไปพัฒนา  
สี ภาพประกอบและการจัดวาง

ภาพ 4.11 Arabica 1 หน่วย (ตรวจครั้งที่ 2 – 3)



Robusta แบบ Espresso Blend  
ได้รับมอบหมายให้ไปพัฒนา  
สี ภาพประกอบและการจัดวาง

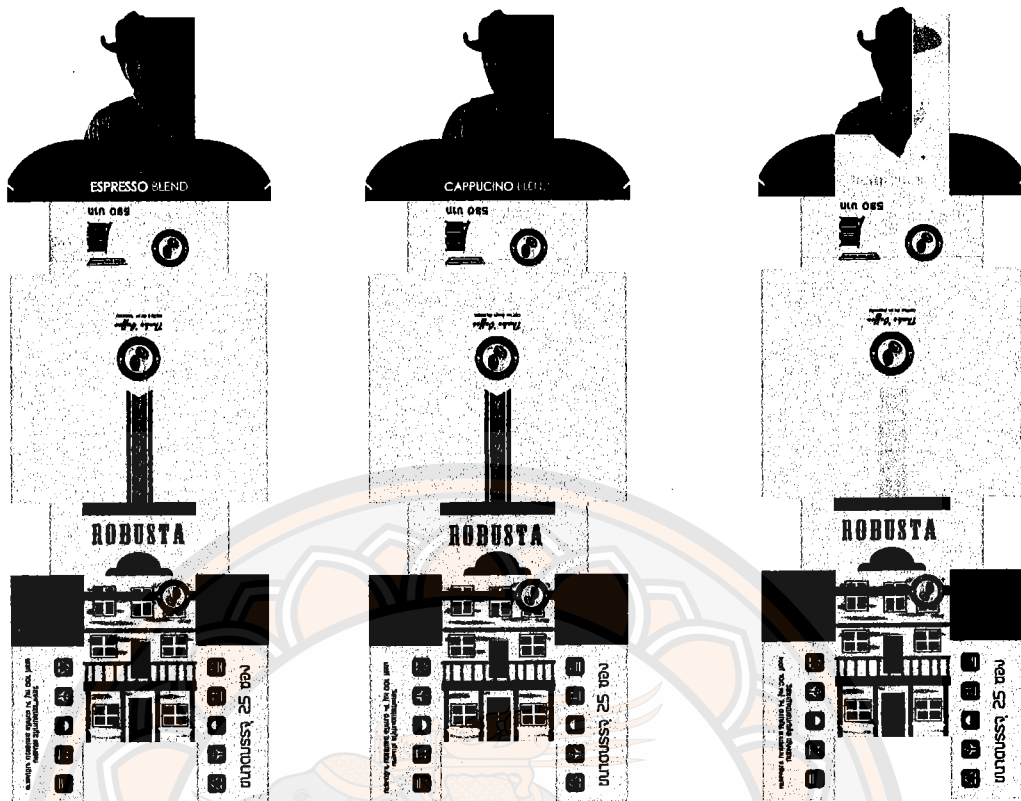


Robusta แบบ Cappucino Blend  
ได้รับมอบหมายให้ไปพัฒนา  
สี ภาพประกอบและการจัดวาง



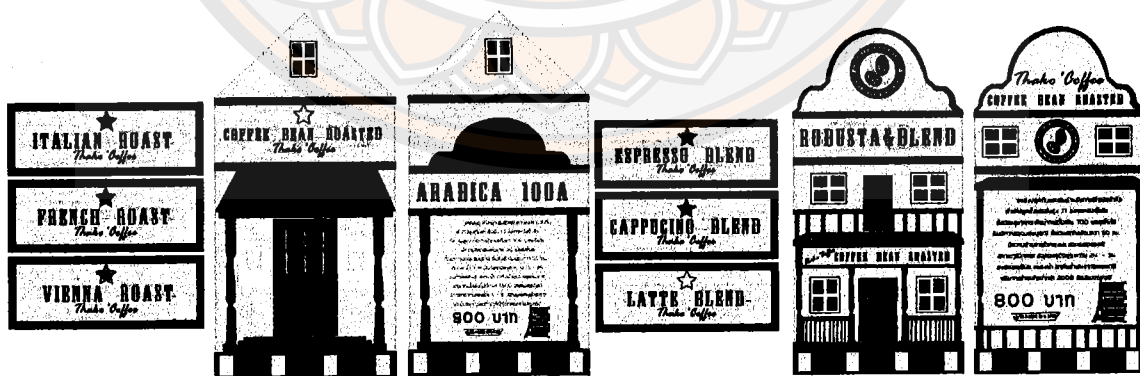
Robusta แบบ Latte Blend  
ได้รับมอบหมายให้ไปพัฒนา  
สี ภาพประกอบและการจัดวาง

ภาพ 4.12 Robusta 1 หน่วย (ตรวจครั้งที่ 2 - 3)



ภาพ 4.13 แบบกล่องบรรจุ 25 ของ (ตรวจครั้งที่ 2 – 3)

ได้รับมอบหมายให้ไปพัฒนาด้านกราฟิก การจัดวาง และอาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำให้ทำตัวฟรี เซนเตอร์แบบเต็มตัวแทนจะดูน่าสนใจมากกว่า



ภาพ 4.14 แบบเซต 3 หน่วย (ตรวจครั้งที่ 2 – 3)

ได้รับมอบหมายให้นำไปพัฒนาตัวกราฟิก ให้กล่องทั้ง 2 แบบ มีเอกลักษณ์ที่เป็นตัวของตัวเอง ไม่ดูเหมือนกันจนเกินไป

### การตรวจแบบครั้งที่ 4 (งานสมบูรณ์)



ภาพ 4.15 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica คั่วแบบ Italian Roast



ภาพ 4.16 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica คั่วแบบ French Roast



ภาพ 4.17 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica คั่วแบบ Vienna Roast



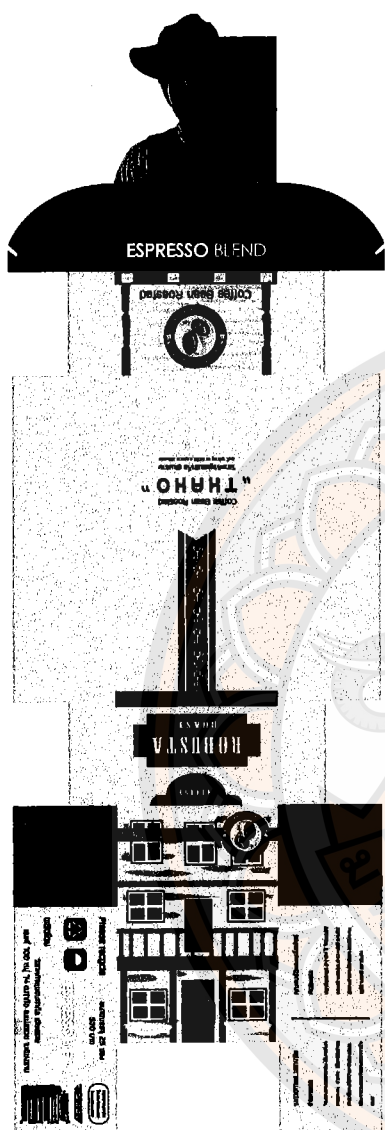
ภาพ 4.18 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta แบบ Espresso Blend



ภาพ 4.19 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta แบบ Cappuccino Blend

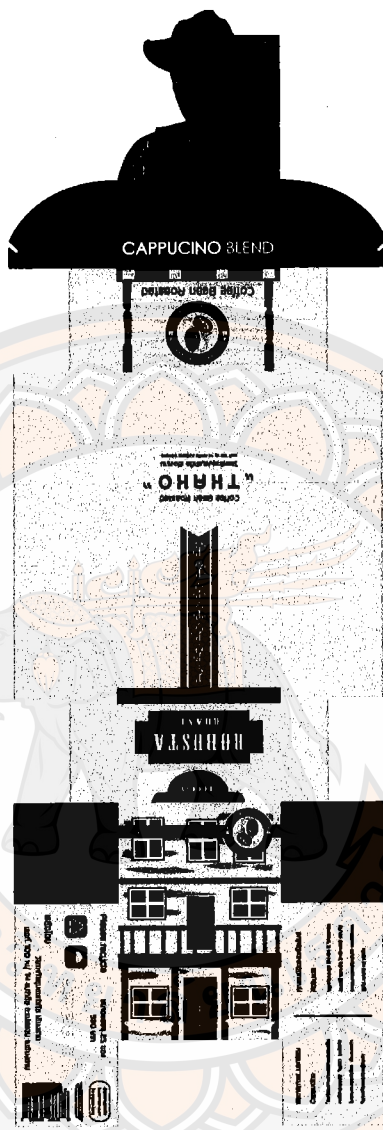


ภาพ 4.20 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta แบบ Latte Blend



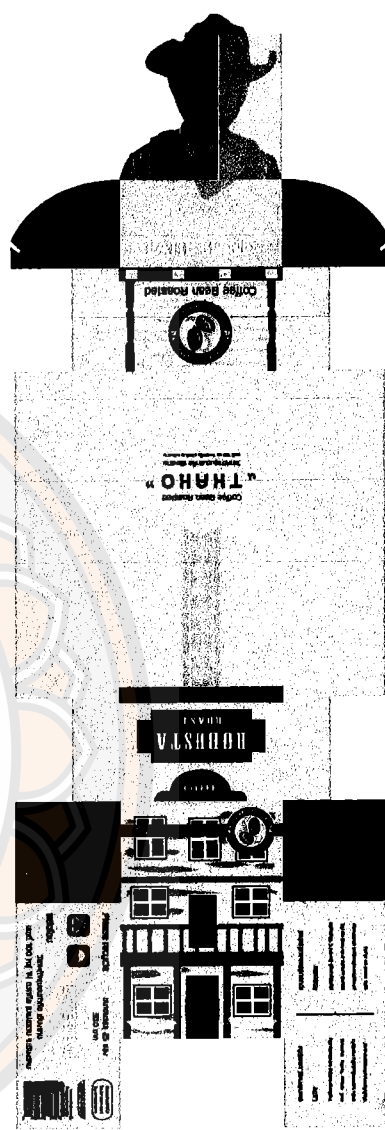
ภาพ 4.21

บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta  
แบบ Espresso Blend  
กล่องบรรจุ 25 ซอง



ภาพ 4.22

บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta  
แบบ Cappucino Blend  
กล่องบรรจุ 25 ซอง

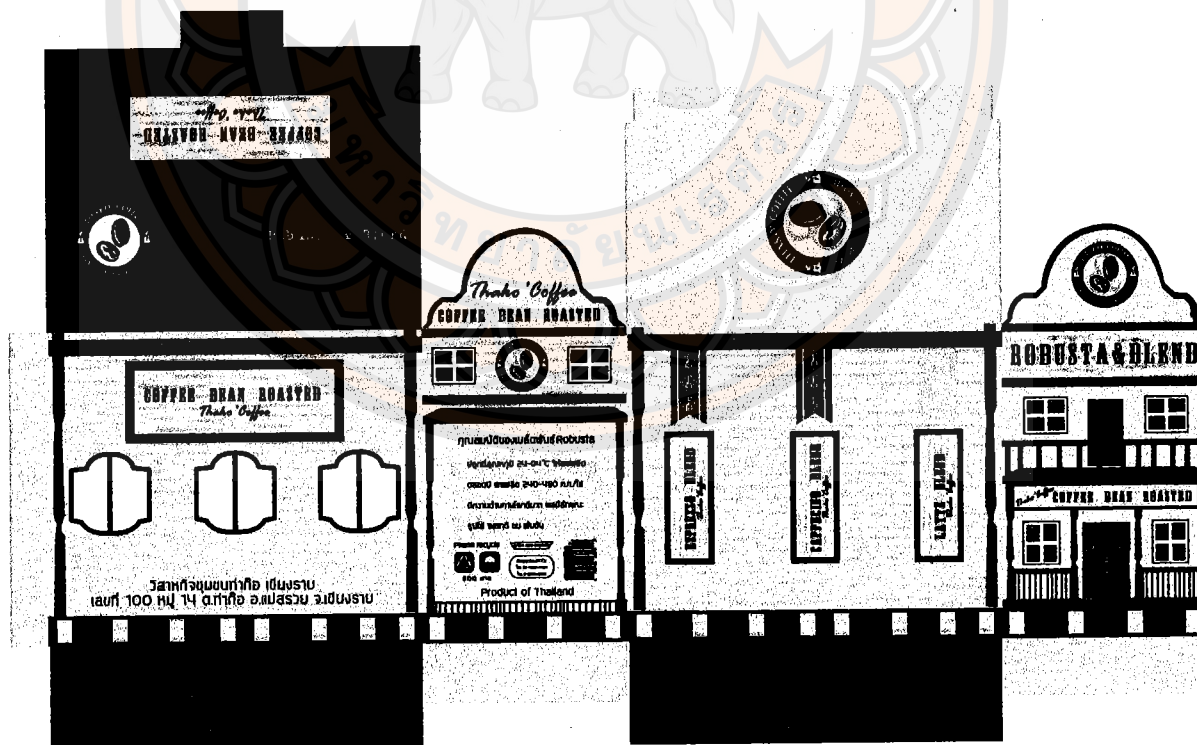


ภาพ 4.23

บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta  
แบบ Latte Blend  
กล่องบรรจุ 25 ซอง



ภาพ 4.24 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica แบบเซต 3 หน่วย

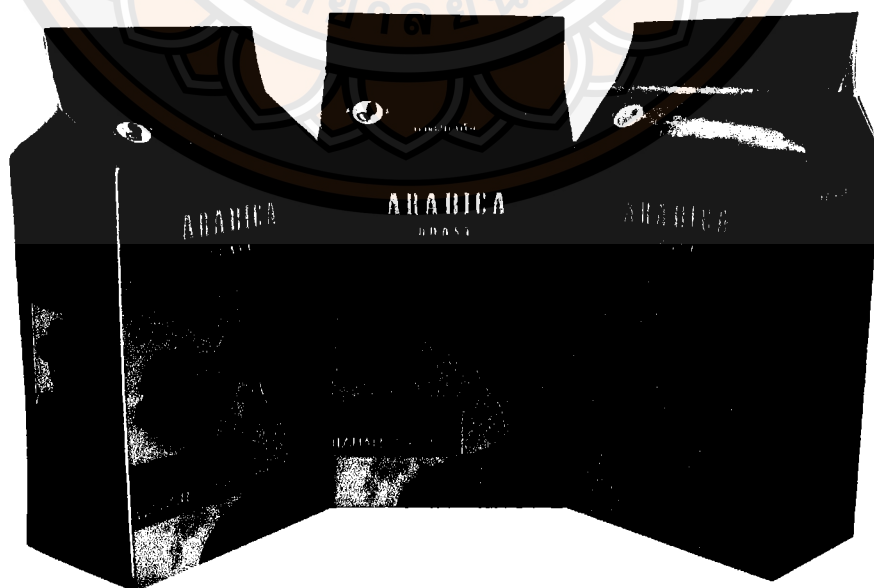


ภาพ 4.25 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta แบบเซต 3 หน่วย

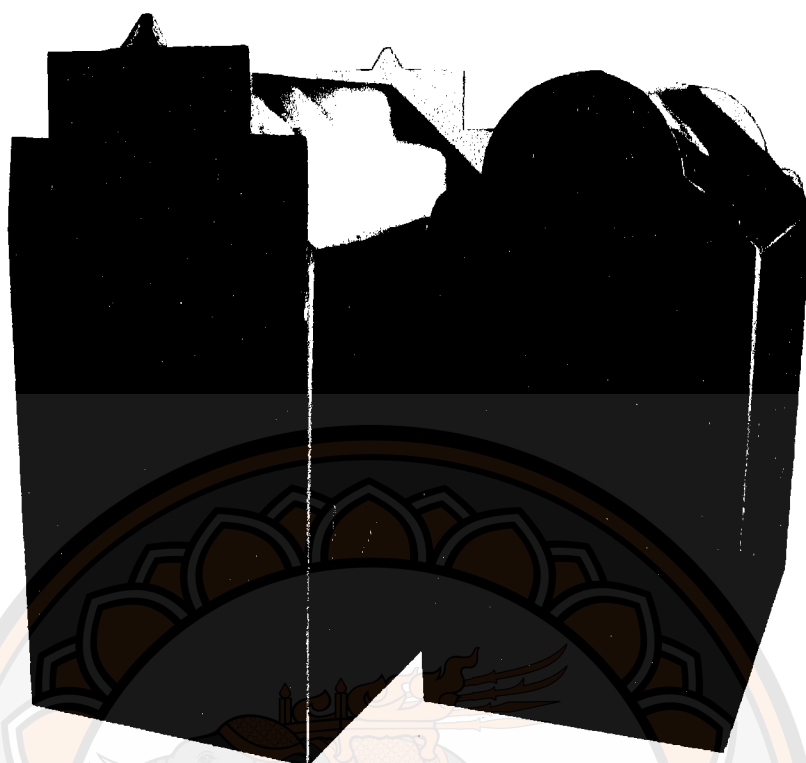
### ส่วนที่ 3 ผลงานที่สร้างสรรค์



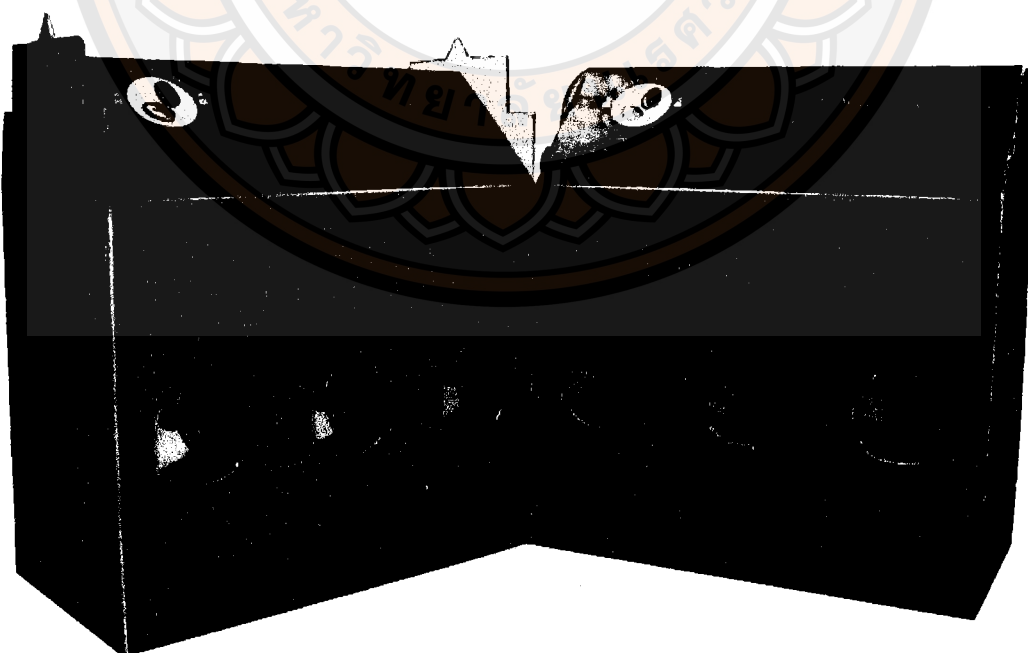
ภาพ 4.26 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta (1 หน่วย)



ภาพ 4.27 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Arabica (1 หน่วย)



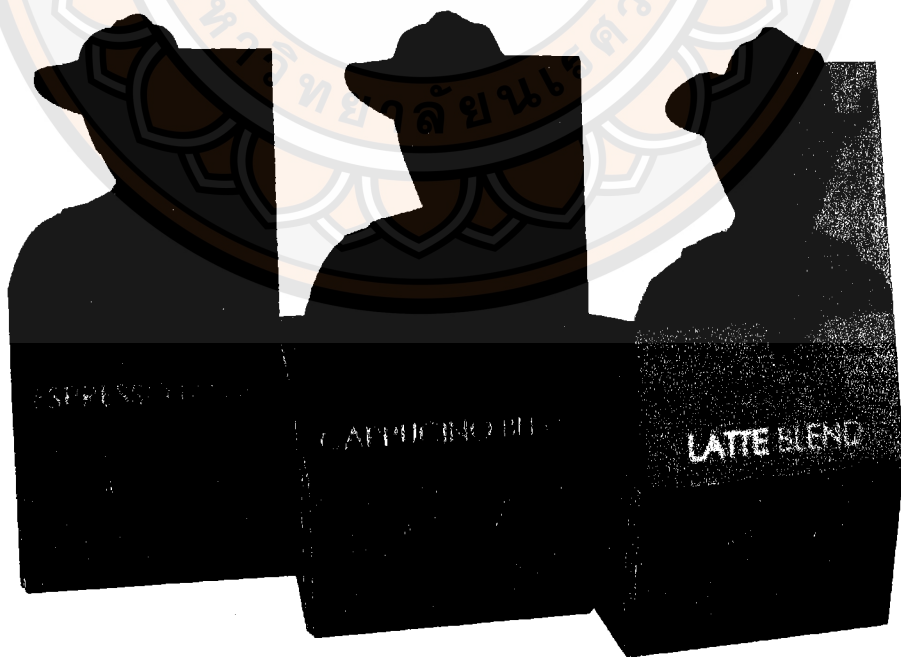
ภาพ 4.28 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ แบบ เซท 3 หน่วย (1)



ภาพ 4.29 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ แบบ เซท 3 หน่วย (2)



ภาพ 4.30 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta บรรจุ 25 ซอง



ภาพ 4.31 บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟ Robusta บรรจุ 25 ซอง (P.O.P.)



ภาพ 4.32 นิทรรศการจัดแสดงผลงาน

## สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ผู้วิจัยได้กำหนดจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยสามารถสรุปและดำเนินการตามหัวข้อดังต่อไปนี้

### 1. จุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ต้องการที่จะศึกษา เพื่อที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย

1 ศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย 2 เพื่อศึกษาถึงบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมสนับสนุน สร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ กลุ่มแปรรูปเมล็ดมะม่วงหิมพานต์หาดล้า ตำบลหาดล้า อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์

3 เพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อ.แม่สรวย จ.เชียงราย

### 2. ความสำคัญของการวิจัย

ในโลกธุรกิจยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางการค้าสูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งด้านการจัดการตลาด หรือการพัฒนารูปแบบคงจึ่งยังไม่เพียงพอ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจส่งเสริม เพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดเล็ก ให้มีความเข้มแข็งในการทำธุรกิจและขยายตลาด เบื้องต้นควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความเป็นมาตลอดจนความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ เป็นแนวคิดในการเรียนรู้อดีต ศึกษาปัจจุบัน เพื่อก้าวไปในอนาคต ความเข้าใจเรื่องราวของบรรจุภัณฑ์ในบทนี้จะช่วยให้การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเป็นทางเลือกของผู้ประกอบการ เล็งเห็นความ สำคัญในการเลือกพัฒนาบรรจุภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง ได้อย่างโดดเด่นน่าสนใจ

และถ้าจะกล่าวถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จากคำนิยาม ของคำว่าบรรจุภัณฑ์จากหลายสำนัก ดังเช่น กองส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวว่ "บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัดและปลอดภัย" นิไกโด เคล็คเจอร์ (Nikaido Clecture) กล่าวว่ "บรรจุภัณฑ์เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ระหว่างวัตถุกับภาชนะบรรจุ โดยมี ความมุ่งหมาย เพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่ง และการเก็บรักษาในคลัง" ดารณี พานทอง กล่าว

ว่า "บรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ จากแหล่งผู้ผลิตไปยัง แหล่งบริโภคหรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อแรกผลิตให้มากที่สุดนอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่า หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในกระบวนการผลิตและหีบห่อ อาจสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษา เป็นต้น" ดังนั้นตัวข้าพเจ้าจึงสรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์นั้น มีหน้าที่ ที่ใช้ในการปกป้องผลิตภัณฑ์ จากอุปสรรคต่างๆ เช่น สภาพการเน่าเสีย และการขนส่ง จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค และสิ่งสำคัญอีกอย่างของบรรจุภัณฑ์ นั่นก็คือ การสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ ได้ตรงตามกับผู้ผลิตต้องการจะถ่ายทอด ไปยังผู้บริโภค กระผมจึงกล่าวได้ว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์นั้น มันก็คือ การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เดิม พัฒนาให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์

และการทำบรรจุภัณฑ์นั้นส่วนใหญ่ก็จะทำกับของบริโภค เนื่องจากมันจำเป็นในการเก็บรักษาความสะอาด และการปลอดภัยในด้านการขนส่ง สินค้าอาหารหลายอย่างได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว อาจจะเป็นกระแสรูปร่างมนเส้นหรือของมันก็ตาม และอีกหนึ่งสินค้าที่ทุกวันนี้ ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว กาแฟ กลิ่นหอมและรสชาติ อันมีมนเสน่ห์ มานานตั้งแต่ช่วงต้นยุค 1970 มีคำกล่าวต่าง ๆ นานาเกี่ยวกับมนเสน่ห์อันวิเศษนี้ หลายต่อหลายเรื่อง เรื่องหนึ่งเล่าขานกันมายาวนาน และแพร่หลายคือ เรื่องของคนเลี้ยงแกะจากคาฟฟา เอธิโอเปีย ในปี ค.ศ.1000 เขาค้นพบว่า แกะในฝูงมักจะคิกคักหลังจากกิน "ผลเชอร์รี่สีแดง" ชนิดหนึ่งเข้าไป วันหนึ่งเขาก็ลองกินดูบ้าง หลังจากนั้นเขาก็รู้สึกสดชื่น คิกคักไม่ต่างกับฝูงแกะของเขา บาทหลวงองค์หนึ่งดูดำที่เขา นำผลไม้แห้งชาตานั้นมาให้ผู้คนได้รู้จัก แต่เมื่อทานบาทหลวงได้ลองลิ้มผลของต้นไม้ชนิดเดียวกันนี้ดูบ้าง ท่านก็พบว่า ตนไม่่วงนอนขณะสวมดมนต์อีกต่อไปนั่นจึงเป็นที่มาของการนำผลเชอร์รี่สีแดงหรือลูกของต้นกาแฟมาเพื่อการบริโภค

ต้นกาแฟนั้นแรกมีที่เอธิโอเปีย ก่อนจะถูกนำไปปลูกที่อาระเบีย แรกนั้นก็ปลูกให้สัตว์เลี้ยงกินแต่ ว่าชาวเติร์กเป็นชนชาติแรกที่นำกาแฟมา ผ่านกรรมวิธีเพื่อทำเป็นเครื่องดื่ม โดยมักจะเติมเครื่องเทศเข้าไปด้วย ต่อมา กาแฟก็ถูกแนะนำออกไปสู่ดินแดนส่วนอื่นๆ ขณะนั้นคนบางกลุ่มคัดค้านและเรียกกาแฟว่าเป็น "เครื่องดื่มของปีศาจ" เมื่อปีปฏิทินเซนต์ ที่ 3 ตัดสินพระทัยที่จะลองดื่ม พระองค์จึงได้ค้นพบความอร่อยลึกซึ้งของเครื่องดื่มที่ได้รับการยอมรับกว้าง ขวางขึ้นจนถึงปัจจุบัน อิตาลีเป็นชาติหนึ่งที่มีกาแฟเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม คอฟฟี่เฮาส์แห่งแรกของโลกเกิดในอิตาลี เครื่องชงเอสเปรสโซเครื่องแรกก็กำเนิดที่นี่ จึงไม่แปลกที่ชื่อและศัพท์ที่ใช้ในแวดวงกาแฟส่วนใหญ่เป็นภาษาอิตาลี ด้วยคุณลักษณะอันโดดเด่นทำให้เครื่องดื่มชนิดนี้เป็นที่นิยมของผู้คนมาเนิ่นนาน ในบ้านเรานั้นความนิยมดื่มกาแฟนั้นวันดูเหมือนจะเพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากการขยายสาขาของกาแฟชื่อดังจากต่างประเทศ รวมทั้งการเปิดตัวของกาแฟแบรนด์ไทย อีกทั้งคอฟฟี่เฮาส์ขนาดเล็กอีกมากมาย ที่ทำให้คอกาแฟมีตัวเลือกในการ

บริโภค ในปัจจุบันมีผู้หันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องการทำอาชีพเสริมมากขึ้น บางคนไม่ได้ทำอาชีพเสริมเพียงอย่างเดียว แต่ได้มีการพัฒนาระบบและรูปแบบต่างๆ จนกลายมาเป็นธุรกิจขนาดย่อมของครอบครัวก็ยังมี อาชีพเสริมเหล่านี้ไม่ได้เพียงแต่ทำรายได้ให้กับคนในชุมชนเพียงเท่านั้น แต่เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนอีกด้วยเพราะได้มีการนำผลผลิตต่างๆที่มีอยู่ในพื้นที่ของตนมาแปรรูปสร้างเป็นจุดขายของชุมชนขึ้นมา และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี (ปัทวิมา อุดมสุข , 2546 . หน้า 4) และอีกไม่น้อยเหมือนกัน เกษตรกรชาวไทยก็นำเอาอาชีพการปลูกต้นกาแฟเข้ามาทำรายได้ในประเทศไทย หลายต่อหลายแห่งมีโรงคั่วเมล็ดกาแฟ เพื่อจะนำไปขายภายในประเทศ และเป็น การแสดงอัตลักษณ์ของคนในชุมชนที่ปลูกต้นกาแฟ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อยู่ทางภาคเหนือ เนื่องจากความเหมาะสมทางภูมิประเทศและภูมิอากาศอีกกลุ่มชุมชนหนึ่งซึ่งตัวข้าพเจ้าเองก็ได้ทำการศึกษา ก็คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่รวมตัวกันผลิตสินค้าแปรรูปจากผลผลิตที่มีอยู่ในชุมชนของตนเอง มาสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ชื่อเสียง และรายได้ให้แก่ชุมชนของตนเอง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สะดุดตา สะอาด ถูกหลักอนามัย และอีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ ให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และอีกทั้งเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย อีกด้วย

### 3. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาโครงการนี้ เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

#### 2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ของเขตในพื้นที่ของโครงการหมายถึง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

##### 1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

##### 1.2 นโยบายทางการตลาดเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

#### 2. ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์

ประเภทของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่ทำการศึกษาประกอบไปด้วย 6 ประเภท ดังนี้

- 2.1 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ อิตาลี (Italian roast)
- 2.2 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ ฝรั่งเศส (French roast)
- 2.3 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) คั่วแบบ เวียนนา (Vienna roast)
- 2.7 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ เอสเพรสโซ (Espresso)
- 2.8 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ คาปูชิโน (Cappucino)
- 2.9 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (Robusta) รสชาติ ลาเต้ (Latte)

### 3. ขอบเขตด้านบรรจุกภัณฑ์

- 3.1 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า คั่วแบบ อิตาลี (1 หน่วย) 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
- 3.2 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า คั่วแบบ ฝรั่งเศส (1 หน่วย) 1 กราฟิก
- 3.3 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า คั่วแบบ เวียนนา (1 หน่วย) 1 กราฟิก
- 3.4 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ เอสเพรสโซ (1 หน่วย) 1 กราฟิก
- 3.5 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ คาปูชิโน (1 หน่วย) 1 กราฟิก
- 3.6 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติ ลาเต้ (1 หน่วย) 1 กราฟิก
- 3.7 เมล็ดกาแฟสดคั่วพันธุ์อาราบิก้า (เซท) 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
- 3.8 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า (เซท) 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
- 3.9 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติเอสเพรสโซ(ของเล็ก) 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
- 3.10 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติคาปูชิโน(ของเล็ก) 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก
- 3.12 เมล็ดกาแฟคั่วบดพันธุ์โรบัสต้า รสชาติลาเต้(ของเล็ก) 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก

### 4. กรอบแนวความคิดงานวิจัย

ส่วนที่ 1 ศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัย ตลอดจนเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวข้อง
2. กำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูล ศึกษา
3. ศึกษาเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้เครื่องมือในงานวิจัย(สัมภาษณ์)
4. ศึกษา วิเคราะห์ เรียบเรียงข้อมูลตามขอบเขตงานวิจัย

ส่วนที่ 2 ศึกษาบรรจุกภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

1. ศึกษา และจัดเก็บข้อมูล
2. ประมวลผลข้อมูล

ส่วนที่ 3 พัฒนابรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

1. กำหนดแนวคิดในการพัฒนابรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ
2. นำเสนอต้นแบบที่พัฒนา

ส่วนที่ 4 ทดลองใช้บรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ ที่ได้ออกแบบ และวิจารณ์

ส่วนที่ 5 พัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ

### 5. สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการออกแบบเพื่อส่งเสริมการขาย และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้ตัวบรรจุภัณฑ์ที่แสดงให้กับผลิตภัณฑ์ โดยที่ไม่ต้องทิ้งบรรจุภัณฑ์นั้นไป

1. สรุปสภาพทั่วไป เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นผลผลิตทางการเกษตร ที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมากทั้งทางด้านรสชาติและความนิยมสากล

2. การออกแบบขวดด้ายกราฟิก และโครงสร้าง ได้แนวคิดมาจาก การเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์นั้นๆ บรรจุภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับถึงความหมายของบรรจุภัณฑ์ มีความสวยงามและประโยชน์ในตัว สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี มีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด

### อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่าก้อ ต้องอาศัยความชำนาญ ฝีมือ

2. ด้านการบริโภค ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมแตกต่างกันไป

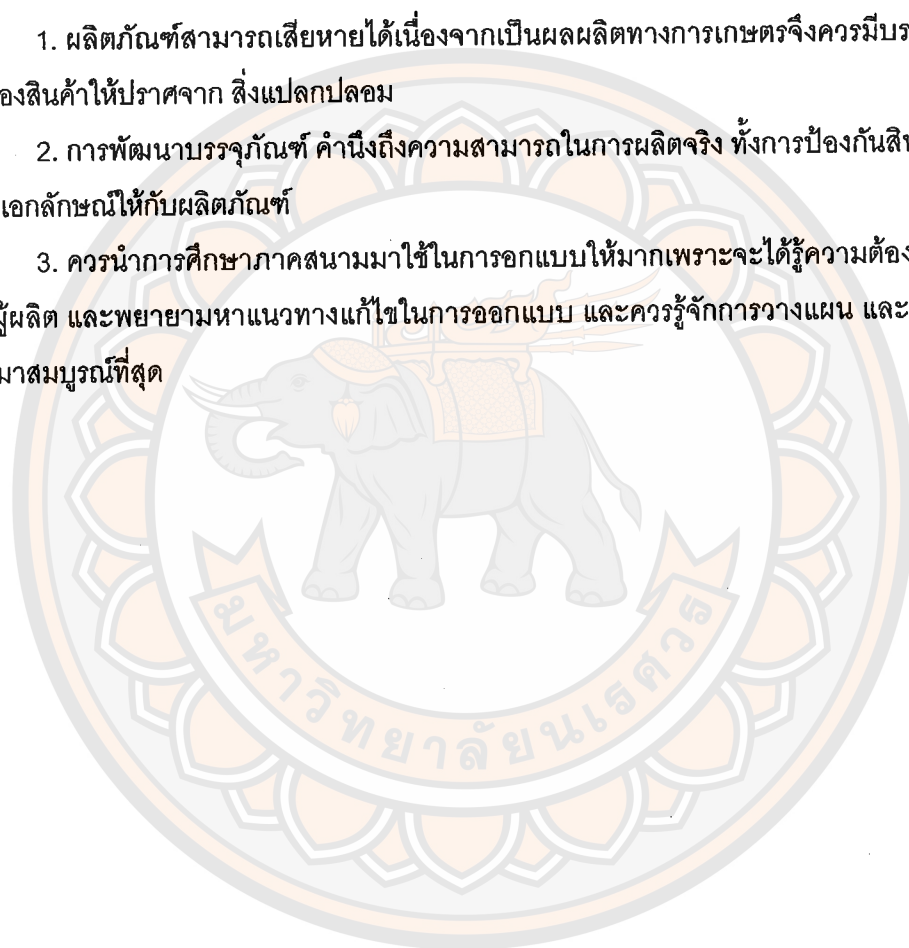
ด้านความนิยม บรรจุภัณฑ์มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้า เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมซื้อไปเป็นของฝาก

ผู้ประกอบการได้กำไรพอสมควร ถ้าหากบรรจุก๊าซไม่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ ไม่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค ก็จะส่งผลให้ยอดขายไม่เพิ่มขึ้น

การออกแบบบรรจุก๊าซเมล็ดกาแฟสดคั่ว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟท่ากอ อำเภอมะนังสวาย จังหวัดเขียงราย ในการออกแบบบรรจุก๊าซสามารถใช้งานได้ดี มีการออกแบบโลโก้ อีกทั้งยังมีรายละเอียด ในการใช้งานของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน จะเป็นการช่วยเพิ่มข้อมูลให้ลูกค้า รวมถึงสร้างความประทับใจน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคด้วย

#### ข้อเสนอแนะ

1. ผลิตภัณฑ์สามารถเสียหายได้เนื่องจากเป็นผลผลิตทางการเกษตรจึงควรมีบรรจุก๊าซเพื่อปกป้องสินค้าให้ปราศจาก สิ่งแปลกปลอม
2. การพัฒนาบรรจุก๊าซ คำนึงถึงความสามารถในการผลิตจริง ทั้งการป้องกันสินค้า และการสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์
3. ควรนำการศึกษาภาคสนามมาใช้ในการออกแบบให้มากเพราะจะได้รู้ความต้องการที่แท้จริงของผู้ผลิต และพยายามหาแนวทางแก้ไขในการออกแบบ และควรรู้จักการวางแผน และทำให้ผลงานออกมาสมบูรณ์ที่สุด



## บรรณานุกรม

- ทิพากร มกรเสน. (2550). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กาแฟร้านคอฟฟี่มาเนีย อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ธนารุจ จารุทัศน์. (2522) การถนอมอาหารเล่ม 1. กรุงเทพมหานคร : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- นวนน้อย บุญวงษ์. (2529). หลักการออกแบบ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นพวรรณ หมั่นทรัพย์. (2529). การออกแบบเบื้องต้น Basic Design. กรุงเทพมหานคร : โกลบอลวิชั่น
- บรรจง เทียนเจริญ (2552). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพรสำหรับผู้ชาย บริษัท เจมส์ ฟูด แอนด์ ดริงค์ จำกัด เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ประชิด ทิถบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์
- ประทีป กุณาศล. (2542). ท่องโลกพืชสวน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มติชน
- พิมพ์ วิริยา. (2550). กาแฟคอกใหม่. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซีเอ็ด ยูเดียน จำกัด มหาชน
- พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์. (2537). การปลูกและผลิตกาแฟอาราบิก้าบนที่สูง. กรุงเทพมหานคร
- ไพบูรณ์ ธรรมรัตน์वासิก. (2532). กรรมวิธีแปรรูปอาหาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียน สโตร์
- ร้อยตะวัน. (2548). คุณรู้เรื่องกาแฟ ดีแค่ไหน..?. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริก
- Joseph S.G. (2546). กาแฟ ชงให้เป็น ดีมให้อร่อย. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์ เดอะ โนเลจ เซ็นเตอร์