

อภิธาน์นทาการ



การออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่อง "My Little Cafe"
The guide book about Coffee Business

จิตภัสร์ วิมาลา

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
วันลงทะเบียน..... ๒๔ มี.ค. ๒๕๕๗
เลขทะเบียน..... 1.6733218 C.2
เลขเรียกหนังสือ.....

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญา ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม

พฤษภาคม 2557

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์

3D Book Design
of “My Little Cafe” The guide book about Coffee Business



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment
Of the Requirements for the Bachelor of fine and Applied Arts in
Innovative Media design
May 2014
Copyright 2014 by Naresuan University

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาภาคินิพนธ์ของ นางสาวจิตภัทร วิมาลา "การออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่อง 'My Little Cafe' The guide book about Coffee Business" แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ วิชาเอกการออกแบบสื่อนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยนเรศวร



(ดร.ดนัย เรียนสกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษา

พฤษภาคม 2557

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร. ศุภรัก สุวรรณวัจน์)

หัวหน้าสาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ

พฤษภาคม 2557

ชื่อเรื่อง	การออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่อง "My Little Cafe" The guide book about Coffee Business
ผู้ศึกษาค้นคว้า	จิตภัทร วิมาลา
ที่ปรึกษา	ดร.दनัย เรียบสกุล
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศป.บ. (การออกแบบสื่อนวัตกรรม) มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2557
คำสำคัญ	หนังสือสามมิติ ธุรกิจ กาแฟ

บทคัดย่อ

โครงการการออกแบบ การออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่อง "My Little Cafe" The guide book about Coffee Business มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและสร้างสรรค์ในด้านการทำหนังสือสามมิติ ให้มีความเข้าใจกระชับสวยงามเหมาะสม สิ่งที่สำคัญที่ตามมาคือ ช่วยเป็นสื่อเพื่อให้ทุกคนหรือสำหรับผู้ที่มีความสนใจในเรื่องของการเปิดร้านกาแฟ จะช่วยให้เห็นช่องทางการเปิดร้านกาแฟที่เป็นไปได้จริง ตั้งแต่การเลือกรูปแบบร้านให้เหมาะกับตัวเอง เคนดิ้งการชง และวิธีการขายให้ได้ใจลูกค้า รวมเรื่องที่ต้องรู้ในการทำธุรกิจกาแฟ

โดยการดำเนินงานวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการทำงานเป็น 3 ขั้นตอน อันประกอบด้วยขั้นตอนแรก ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอาทิเช่น หนังสือ บทความ สื่อสิ่งพิมพ์และสอบถามข้อมูลจากผู้ที่มีความรู้ความเกี่ยวข้องกับงาน เมื่อเก็บข้อมูลขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการย่อยข้อมูลและออกแบบสร้างสรรค์ผลงาน โดยมีการออกแบบกราฟิกที่จะนำมาใช้ในงานและคิดขั้นตอนการดำเนินเรื่อง ส่วนขั้นตอนการทำงานสุดท้ายคือการสร้างสรรค์ผลงานออกมา โดยตลอดระยะเวลาการทำงานผู้วิจัยได้คิดพัฒนาและปรับแก้ผลงานให้ออกมาสมบูรณ์มากขึ้น

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี เนื่องจากการได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ที่มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ พ่อ แม่ ที่เคารพรัก เพื่อนๆทุกท่าน ที่มอบความรัก กำลังใจ คำแนะนำที่ดีและการสนับสนุนในการศึกษาที่มอบให้กับผู้วิจัยเสมอมา

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ดุษฎี เรียบสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ ที่ได้สละเวลา ให้คำแนะนำ ปรีกษา และสร้างมุมมองใหม่ๆในการทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ ตรวจสอบข้อบกพร่องต่างๆด้วยความเอาใจใส่ และขอขอบพระคุณสำหรับคำติชมที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง ที่เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยให้สำเร็จด้วยดี ตลอดระยะเวลาในการศึกษาและทำการวิจัย

ขอขอบพระคุณอาจารย์ประจำภาควิชาศิลปะและการออกแบบคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน มอบความรู้ ให้อำนาจ คำปรึกษาที่ดี ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณเพื่อนๆพี่น้องๆทุกคนในภาควิชาศิลปะและการออกแบบที่คอยร่วมทุกข์ร่วมสุข ให้การช่วยเหลือ ให้กำลังใจซึ่งกันและกันเสมอมาในหลายๆด้าน จนสำเร็จไปด้วยดี

และบุคคลที่ข้าพเจ้ามิได้กล่าวถึง ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมี ผู้วิจัยขอขอบและอุทิศแก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

นางสาวจิตภัสร์ วิมาลา

สารบัญ

บทที่	หน้า
1. บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ขอบเขตการวิจัย.....	2
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	3
ระยะเวลาการทำงาน.....	3
คำสำคัญ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลการออกแบบ.....	6
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลการออกแบบหนังสือสามมิติ.....	17
2.1 การออกแบบหนังสือ.....	18
2.2 องค์ประกอบหนังสือ.....	24
3. เอกสารที่เกี่ยวข้องข้อมูลเรื่องกาแฟและธุรกิจ.....	31
4. เอกสารที่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกิจกาแฟ.....	71
3. วิธีดำเนินการวิจัย	
ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	70
4. ผลการวิจัย	
ขั้นตอนที่ 4.1 Pre-production.....	41
ขั้นตอนที่ 4.2 Production.....	75
ขั้นตอนที่ 4.3 Post-production.....	82

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
5.บทสรุป	
สรุปผลการวิจัย.....	106
การออกแบบวิธีการดำเนินเรื่อง.....	107
ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน.....	107
ข้อเสนอแนะ.....	107
ภาคผนวก.....	109
บรรณานุกรม.....	120
ประวัติผู้วิจัย.....	121



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 Line.....	7
2 Grid.....	8
3 Shape.....	9
4 Texture.....	10
5 Pastel Color.....	11
6 Typography.....	14
7 Popup Book.....	17
8 Book Design.....	19
9 Coffee Cup.....	31
10 Red Coffee.....	34
11 Coffee beans.....	35
12 การคั่วเมล็ดกาแฟ.....	37
13 ระดับความเข้มของเมล็ดกาแฟคั่ว.....	38
14 Espresso machine and Coffee grinder.....	40
15 Moka pot.....	42
16 French Press.....	43
17 Coffee menu.....	46
18 Coffee Beans.....	50
19 วงผู้ได้ประโยชน์ธุรกิจ.....	63
20 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาษ.....	73
21 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาษ.....	73
22 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาษ.....	74
23 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาษ.....	74
24 การออกแบบภาพประกอบครั้งที่ 1.....	75
25 การออกแบบภาพประกอบครั้งที่ 2.....	75

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
26 การออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 1.....	76
27 การออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 2.....	76
28 ออกแบบ Mock up.....	77
29 ออกแบบ Mock up.....	77
30 ออกแบบ Mock up.....	78
31 ออกแบบ Mock up.....	78
32 ออกแบบ Mock up.....	79
33 ออกแบบ Mock up.....	79
34 ออกแบบ Mock up.....	80
35 ออกแบบ Mock up.....	80
36 ออกแบบ Mock up.....	81
37 ออกแบบ Mock up.....	81
38 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 1.....	82
39 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 1.....	82
40 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2.....	83
41 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2.....	83
42 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2.....	84
43 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2.....	84
44 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2.....	85
45 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2.....	85
46 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2.....	86
47 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2.....	86
48 การออกแบบรูปแบบป๊อปอัพ (กระดาษหน้าหลัง).....	87
49 การออกแบบรูปแบบป๊อปอัพ.....	87
50 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	88
51 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	89
52 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	89
53 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	90
54 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	90
55 การออกแบบรูปแบบป๊อปอัพ (พิมพ์แบบหน้าหลัง).....	91

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
56 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	92
57 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	93
58 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	93
59 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	94
60 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	94
61 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	95
62 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง.....	95
63 ปกด้านหน้าผลงาน.....	96
64 ปกด้านหลังผลงาน.....	96
65 ผลงาน.....	97
66 ผลงาน.....	97
67 ผลงาน.....	98
68 ผลงาน.....	98
69 ผลงาน.....	99
70 ผลงาน.....	100
71 ผลงาน.....	100
72 ผลงาน.....	101
73 ผลงาน.....	101
74 ผลงาน.....	102
75 ผลงาน.....	102
76 ผลงาน.....	103
77 ผลงาน.....	103
78 ผลงาน.....	104
79 ผลงาน.....	104
80 ผลงาน.....	105
81 ผลงาน.....	105
82 กลุ่มอาจารย์ที่ปรึกษา.....	110
83 ผลงาน.....	110
84 แสดงผลงาน.....	111
85 แสดงผลงาน.....	112

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
86 แสดงผลงาน.....	112
87 แสดงผลงาน.....	113
88 แสดงผลงาน.....	113
89 นำเสนอผลงาน.....	114
90 นำเสนอผลงาน.....	114
91 ผู้เข้าชมผลงาน.....	115
92 ผู้เข้าชมผลงาน.....	116
93 ผู้เข้าชมผลงาน.....	117
94 แบบบันทึกการให้คำปรึกษาวิทยานิพนธ์.....	118
94 แบบบันทึกการให้คำปรึกษาวิทยานิพนธ์.....	119



ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางเชิงธุรกิจ.....	58

บทที่ 1

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ผู้คนมากมายทั่วโลกที่หลงเสน่ห์ของกลิ่นและรสชาติ หรือแม้กระทั่งคุณสมบัติและสรรพคุณของกาแฟ จนกลายเป็นเครื่องดื่มที่นิยมดื่มอย่างแพร่หลายและการดื่มกาแฟได้ถูกพัฒนาให้มีหลากหลายชนิดมาตามสมัยและกลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของโลก และยังมีบทบาทต่อสังคมมนุษย์ ประเทศไทยมีศักยภาพมากพอที่จะเสริมจุดยืนของตนเองให้เข้มแข็งในตลาดกาแฟโลก

กาแฟยังมีในแบบต่างๆอีกมากมายมากที่ถูกคิดค้นมาเพื่อตอบโจทย์ทางการตลาดจนมีบทบาทที่สำคัญต่อทางสังคมและเศรษฐกิจ เพราะกาแฟคือเครื่องดื่มที่นิยมจนชาวโลกรู้จักและเป็นที่ยอมรับกันมาก และในประเทศไทยกาแฟที่เป็นรสดั้งเดิมก็คือโอเลี้ยงซึ่งกลายเป็นสัญลักษณ์ของกาแฟไทย อีกทั้งในยุคสมัยปัจจุบันกาแฟได้พัฒนาให้มีความหลากหลายอยู่ในรูปแบบที่น่าสนใจมากขึ้นแต่หลายคนยังไม่ทราบถึงชนิดของกาแฟที่มีหลากหลายชนิด หลากหลายสายพันธุ์ ลักษณะของเมล็ดกาแฟที่มีกลิ่นหอมแตกต่างกัน รวมไปถึงลักษณะเมล็ดพันธุ์ของกาแฟที่มีปริมาณคาเฟอีนในแต่ละสายพันธุ์ไม่เท่ากัน อีกทั้งลักษณะของการแปรรูปให้เกิดเป็นเมนูกาแฟในแบบต่างๆ ที่มีกรรมวิธีการชงและการปรุงแต่ง ในลักษณะที่ต่างกัน

การจะทำให้บุคคลทั่วไปหรือผู้ประกอบการเกี่ยวกับกาแฟได้รับความรู้และเป็นสื่อที่สามารถให้ความรู้และเสนอกระบวนการที่มาของกาแฟได้อย่างเข้าใจและสามารถทำตามได้โดยที่มีเทคนิคที่จะช่วยให้เข้าใจได้มากกว่าหนังสือทั่วไป จึงต้องการนำเสนอผ่านหนังสือสามมิติที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับที่มาและกระบวนการผลิตการของกาแฟ และเทคนิคการสอนทำกาแฟที่หลากหลายชนิดที่แตกต่างไปจากหนังสือกาแฟทั่วไปที่จะนำเสนอเรื่องราวของกาแฟแต่ยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่สนใจกาแฟได้มากนัก จึงจัดทำหนังสือสามมิติที่นำเสนอเรื่องราวให้ทราบถึงรายละเอียดปริมาณและส่วนผสมต่างๆของกาแฟ นอกจากนี้จะมีภาพมีตัวหนังสือแล้วยังมีจุดเด่นที่แปลกไปจากหนังสือธรรมดา กล่าวคือ ภาพในเล่มนี้ของหนังสือสามมิติจะเป็นการนำเสนอข้อมูล

และในลักษณะของหนังสือสามมิติเพื่อเป็นการเพิ่มความตื่นตาตื่นใจและความเข้าใจต่อเนื้อหา
ของกาแฟและความสนุกสนานในการอ่านการที่หนังสือสามมิติมีกลไกที่ออกแบบมาเพื่อเพิ่มความ
รู้ความเข้าใจและที่สำคัญเป็นการส่งเสริมความรู้และเป็นคู่มือที่ดีและคุ้มค่าต่อคนที่รักและสนใจ
เรื่องกาแฟเป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 2.1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์การออกแบบหนังสือ 3 มิติ
- 2.2. เพื่อออกแบบหนังสือสามมิติที่นำเสนอเรื่องราวที่มาและธุรกิจของกาแฟ
- 2.3. เพื่อให้ประชาชนผู้สนใจได้รู้ความเป็นมาเรื่องราวที่มาและธุรกิจของกาแฟ

3. ขอบเขตการศึกษา

- 3.1. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย
บุคคลทั่วไปที่ความสนใจในเรื่องที่มาและธุรกิจของกาแฟ
- 3.2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นเนื้อหาประกอบไปด้วย
 - 3.2.1. ศึกษาเรื่องของกาแฟ
 - ความหมายของกาแฟ
 - ประเภทของกาแฟ
 - เมล็ดพันธุ์ของกาแฟ
 - การผลิตและการชงกาแฟ
 - ธุรกิจกาแฟ
 - 3.2.2. ศึกษาเรื่องการออกแบบ
 - การออกแบบหนังสือ
 - เทคนิคการสร้างสรรค์งานออกแบบจากกระดาษ
 - กราฟิกภาพประกอบ
 - เทคนิคการทำหนังสือสามมิติ

3.2.3 ขอบเขตด้านงานออกแบบ

- ขนาดของหนังสือ 27x22cm
- จำนวน 22 หน้า

แต่ละหน้าประกอบด้วย

- เทคนิคป๊อปอาร์ตจำนวน 6 หน้า
- เทคนิคกระดาษชานต่ำ 4 หน้า
- เทคนิคหมึกกระดาษจำนวน 3 หน้า
- เทคนิคการพับและดัดกระดาษจำนวน 10 หน้า
- และเทคนิคอื่นๆ

4. ข้อตกลงเบื้องต้น

การศึกษาในเรื่องนี้เกี่ยวกับการออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่องกาแฟ โดยมีความสนใจในการศึกษาในเรื่องดังต่อไปนี้

- 4.1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราวของกาแฟ
- 4.2. ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการออกแบบหนังสือสามมิติ

5. ระยะเวลาการทำงาน

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาดำเนินการตั้งแต่เดือนตุลาคม – พฤษภาคม 2557

กิจกรรม	เดือน							
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
1. ค้นหาเอกสารร่างโครงการ								
2. เก็บรวบรวมข้อมูล/สรุป								
3. การออกแบบ								
4. ผลิตผลงาน								
5. ประเมินผลงาน								
6. วิเคราะห์								
7. เขียนรายงาน								
8. เผยแพร่ผลงานวิจัย								

6. คำสำคัญ

การออกแบบ (Design) หมายถึงการถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็นรับรู้หรือสัมผัสได้เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกันโดยมีความสำคัญอยู่หลายประการกล่าวคือในแง่ของการวางแผน การการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างเหมาะสมและประหยัดเวลาดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบคือการวางแผนการทำงานก็ได้ในแง่ของการนำเสนอผลงานนั้นผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจนดังนั้นความสำคัญในด้านนี้คือเป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจระหว่างกัน เป็นสิ่งที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมายผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องและผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้นหรืออาจกล่าวได้ว่าผลงานออกแบบคือตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้

หนังสือสามมิติ (3D Book) เป็นหนังสือกิ่งของเล่น ที่สร้างความตื่นตาตื่นใจหนังสือประเภทนี้มักให้ความสำคัญกับเทคนิคและความหวิหรือหว่า รูปเล่มนอกจากจะมีภาพมีตัวหนังสือแล้วยังมีสิ่งอื่นที่แปลกแยกไปจากหนังสือธรรมดา กล่าวคือภาพในเล่มนี้จะโผล่ออกมาจากพื้นของกระดาษได้ลักษณะเด่นของหนังสือประเภทนี้อยู่ที่ความน่าตื่นเต้นการมีกลไกที่ซับซ้อนสามารถดึงดูดความสนใจของได้

ธุรกิจ (Business) หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่ดำเนินงานเกี่ยวกับสถาบันการผลิตการจำหน่ายและการให้บริการโดยกลุ่มบุคคลมีการกระทำร่วมกันเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเดียวกันคือกำไรหรือรายได้เป็นการตอบแทนการลงทุนด้วยทรัพย์สินและแรงงานในกิจกรรมนั้นการกระทำดังกล่าวอาจจะเสี่ยงต่อการขาดทุนด้วย ความหมายของธุรกิจอาจกล่าวได้กว้างๆว่าธุรกิจเป็นกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจและการพาณิชย์ที่มีเป้าหมายทางด้านกำไรในการจัดหาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

กาแฟ (coffee) เป็นเครื่องดื่มที่ทำจากเมล็ดซึ่งได้จากต้นกาแฟ หรือมักเรียกว่า เมล็ดกาแฟ คั่วมีการปลูกต้นกาแฟในมากกว่า 70 ประเทศทั่วโลกกาแฟเขียว (กาแฟซึ่งยังไม่ผ่านการคั่ว) เป็นหนึ่งในสินค้าทางการเกษตรซึ่งมีการซื้อขายกันมากที่สุดในโลก กาแฟมีส่วนประกอบของคาเฟอีนทำให้มันมีสรรพคุณชูกำลังในมนุษย์ปัจจุบันกาแฟเป็นเครื่องดื่มซึ่งได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 7.1 ได้รู้ถึงกระบวนการสร้างสรรค์และออกแบบหนังสือ 3 มิติ
- 7.2 ได้ออกแบบหนังสือ 3 มิติ เรื่องกาแฟและธุรกิจกาแฟ
- 7.3 ประชาชนผู้สนใจได้รับความรู้ถึงเรื่องราวความเป็นมาและธุรกิจของกาแฟ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลการออกแบบ
2. ข้อมูลการออกแบบหนังสือสามมิติ
3. ข้อมูลเรื่องกาแฟ
4. ข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกาแฟ

1.เอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลการออกแบบ

1.1ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบ คือ กระบวนการสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุและลักษณะของทัศนธาตุเป็นองค์ประกอบ ใช้ทฤษฎีต่างๆเป็นแนวทางในการคิดสร้างสรรค์ โดยนักออกแบบจะต้องมีขั้นตอนในการปฏิบัติงานหลายขั้นตอนตลอดกระบวนการสร้างสรรค์นั้น ผลงานออกแบบจะเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ให้มีความสะดวกสบายขึ้น หรือเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นทางกายภาพ หรือเพื่อพัฒนาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ให้มีคุณภาพสูงขึ้นกว่าเดิม แบ่งออกเป็น 3 ข้อหลักๆ ได้ดังนี้

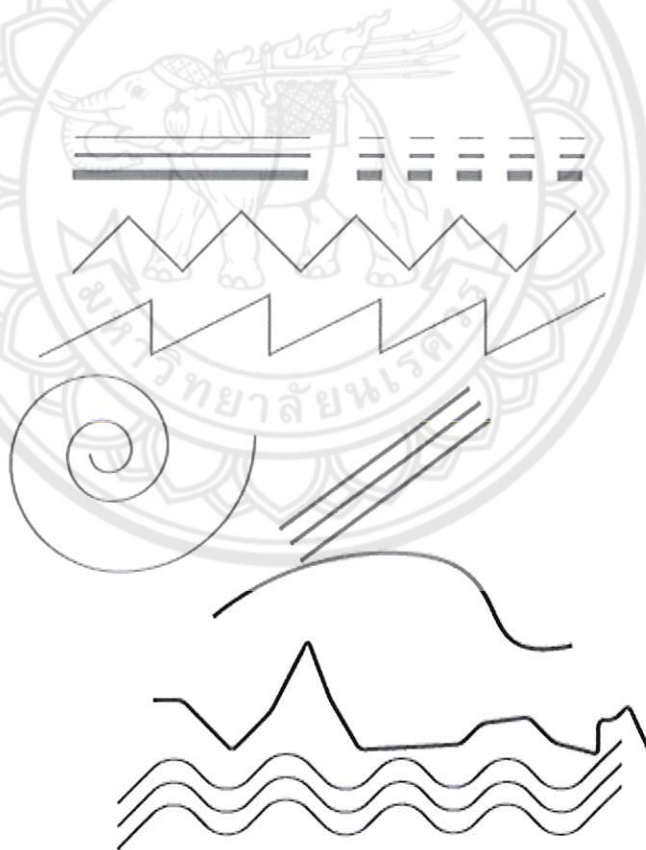
1.1.1 ความสวยงาม เป็นสิ่งแรกที่เราได้สัมผัสก่อน คนเราแต่ละคนต่างมีความรับรู้เรื่องความสวยงาม กับความพอใจ ในทั้ง 2 เรื่องนี้ไม่เท่ากัน จึงเป็นสิ่งที่ถกเถียงกันอย่างมาก และไม่มีเกณฑ์ ในการตัดสินใดๆ เป็นตัวที่กำหนดอย่างชัดเจน ดังนั้นงานที่เราได้มีการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมนั้น ก็จะมองว่าสวยงามได้เหมือนกัน

1.1.2 มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี เป็นเรื่องที่สำคัญมากในงานออกแบบทุกประเภท เช่นถ้าเป็นการออกแบบสิ่งของ เช่น แก้ว, โศฟา นั้นจะต้องออกแบบมาให้มันสบาย ไม่ปวดเมื่อย ถ้าเป็นงานกราฟฟิค เช่น งานสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ตัวหนังสือจะต้องอ่านง่าย เข้าใจง่าย ถึงจะได้ชื่อว่า เป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดีได้

1.1.3 มีแนวความคิดในการออกแบบที่ดี เป็นหนทางความคิด ที่ทำให้งานออกแบบสามารถตอบสนอง ต่อความรู้สึกพอใจ ชื่นชม มีคุณค่า บางคนอาจให้ความสำคัญมากหรือน้อย หรืออาจไม่ให้ความสำคัญเลยก็ได้ ดังนั้นบางครั้งในการออกแบบ โดยใช้แนวความคิดที่ดี อาจจะทำให้ผลงาน หรือสิ่งที่ออกแบบมีคุณค่ามากขึ้นก็ได้

1.2 องค์ประกอบของการออกแบบ

องค์ประกอบต่างๆของการออกแบบสามารถนำมาใช้ประกอบกันเมื่อเริ่มคิดแบบและวางเลย์เอาต์ เป็นสิ่งที่ช่วยให้มีจุดยืนในการเริ่มต้นออกแบบและเพิ่มความหลากหลายของงานองค์ประกอบของการออกแบบได้แก่



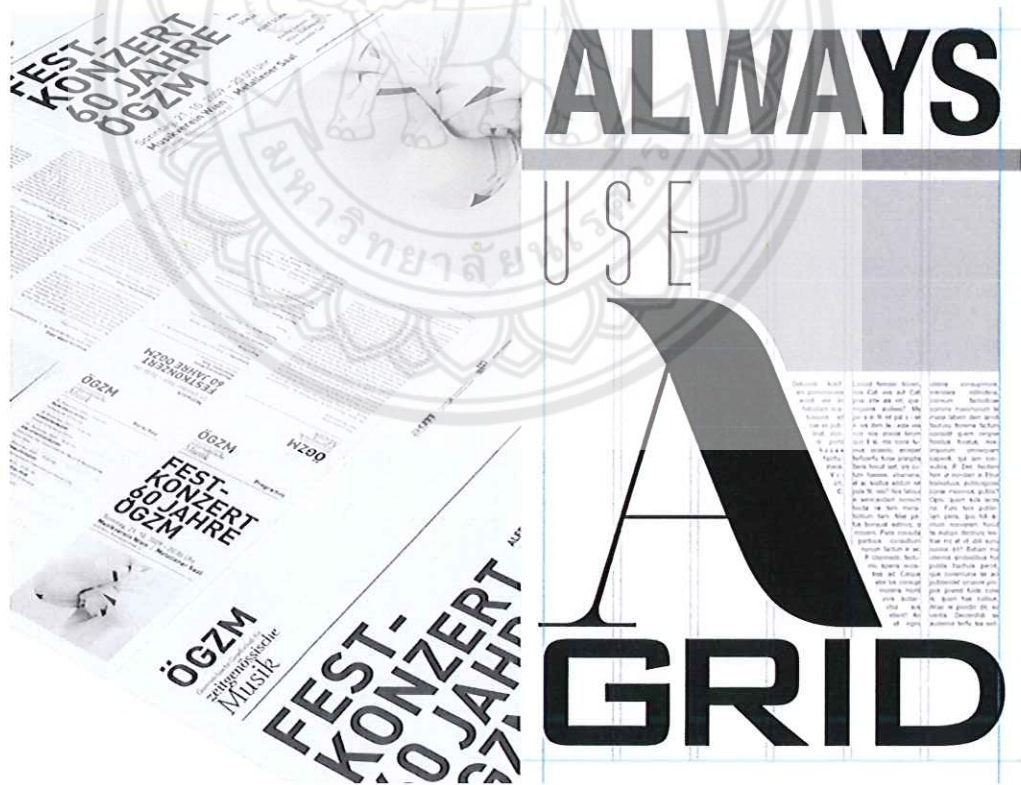
ภาพ 1 Line

ที่มา www.aksorn.com

1.2.1 เส้น(Line) เส้นคือการเชื่อมต่อของจุดสองจุดด้วยจุดหรือเครื่องหมายใด ๆ อย่างต่อเนื่องกัน เส้นมีหลายลักษณะเช่นเส้นตรงเส้นโค้งเส้นหนาเส้นบางเส้นประเป็นต้น

การใช้เส้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

- เป็นเส้นกรอบของรูปภาพหรือข้อความ
- สร้างกริด (Grid)
- จัดข้อมูลให้เป็นระเบียบ
- เน้นส่วนสำคัญ
- เชื่อมส่วนประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
- สร้างกราฟหรือผังข้อมูล
- สร้างลวดลายด้วยเส้นสายรูปแบบต่าง ๆ
- นำสายตาผู้ดูไปยังจุดที่ต้องการหรือสร้างความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว
- สร้างอารมณ์หรือโน้มนำความรู้สึก



ภาพ 2 Grid

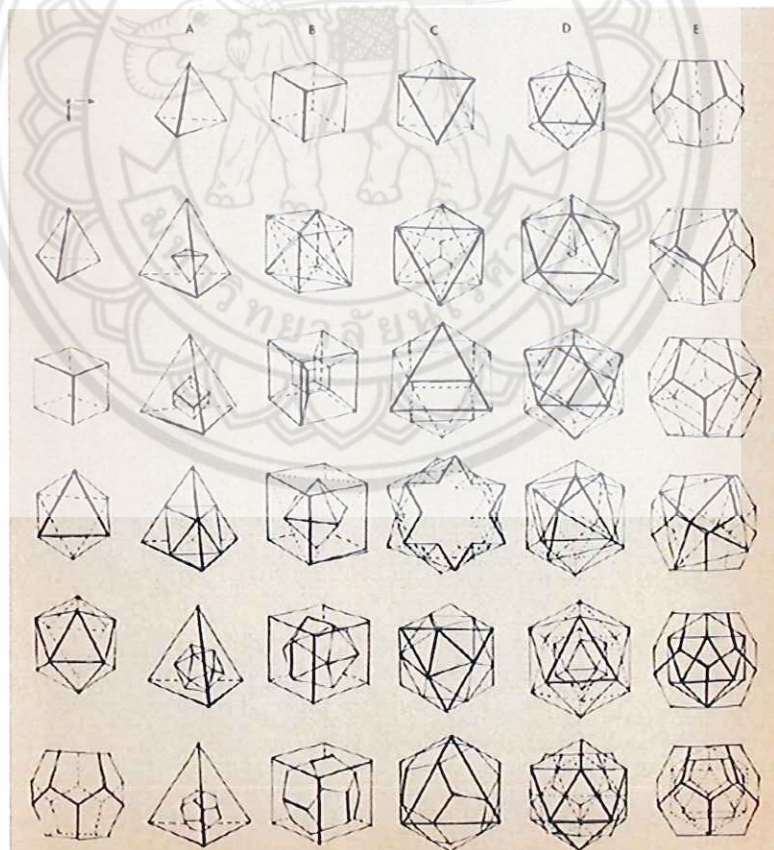
ที่มา www.goodcop-foragirl.tumblr.com

1.2.2 รูปทรง (Shape) รูปทรงคือสิ่งที่มีความกว้างและความสูงมี 3 แบบคือ

1. รูปทรงเรขาคณิต ได้แก่สามเหลี่ยมสี่เหลี่ยมวงกลม เป็นต้น
2. รูปทรงตามธรรมชาติเช่นภูเขา รูปร่างของคนและสัตว์ต่าง ๆ
3. รูปทรงดัดแปลงซึ่งได้มาจากการนำรูปร่างธรรมชาติมาทำให้เรียบง่ายขึ้น

2. การใช้รูปร่างในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

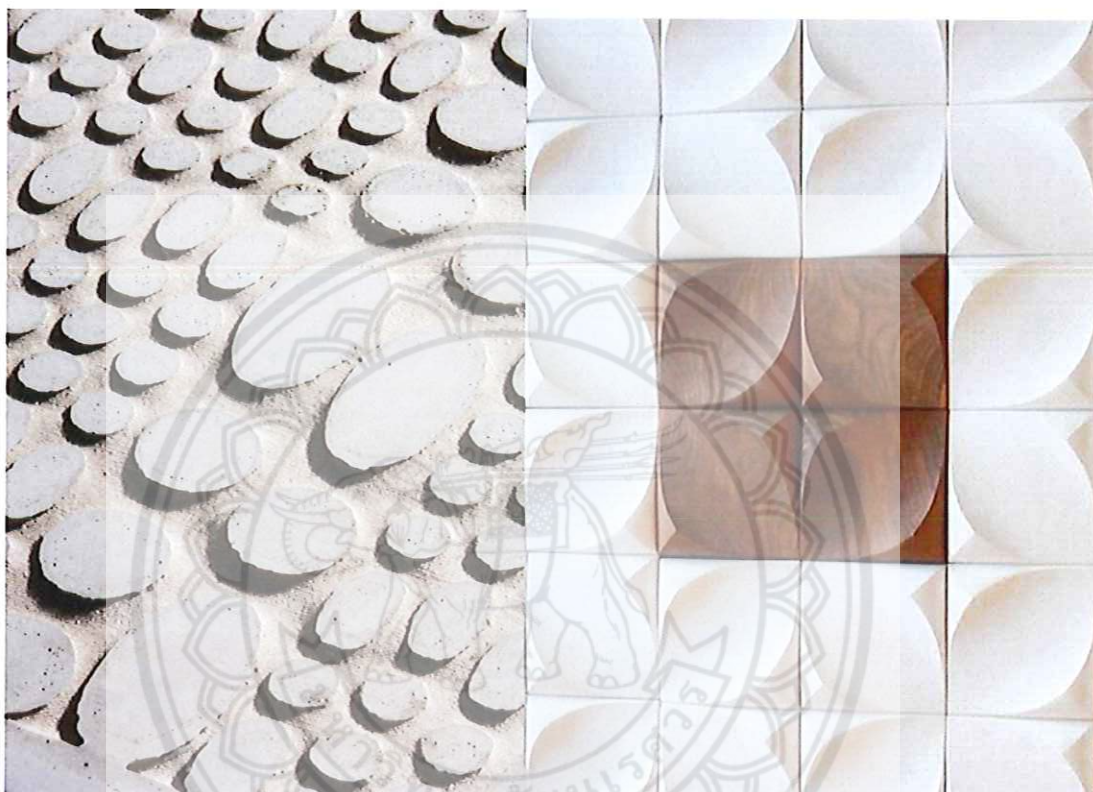
- จัดวางข้อความอยู่ภายในกรอบที่มีรูปทรงแบบต่าง ๆ
- สร้างรูปแบบใหม่ ๆ
- ไล่สีเป็นรูปทรงต่าง ๆ บนข้อความที่ต้องการเน้นหรือดึงดูดความสนใจ
- ทำรูปทรงเฉพาะขึ้นแทนสัญลักษณ์ต่าง ๆ
- ตัดกรอบภาพเป็นรูปทรงที่แปลกออกไปเพื่อให้ดูน่าสนใจขึ้น



ภาพ 3 Shape

ที่มา www.pinterest.com

1.2.3 พื้นผิว (Texture) พื้นผิวคือสิ่งที่มองเห็นหรือสัมผัสได้บนผิวหน้าของงานพื้นผิวที่ไม่เหมือนกันทำให้งานออกแบบเดียวกันดูแตกต่างกันพื้นผิวจะเพิ่มมิติให้กับงานและผู้ดูสามารถสัมผัสกับพื้นผิวที่นักออกแบบใช้กับงานได้



ภาพ 4 Texture

ที่มา <http://kleidersachen.tumblr.com/>

การใช้พื้นผิวในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

- เพื่อกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึก
- สร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจ
- ทำให้งานมีเอกลักษณ์
- ลงสายตาด้วยลวดลายและแสงเงาของพื้นผิว
- สร้างมิติและความลึก

1.2.4 ช่องไฟ (Space) ช่องไฟคือพื้นที่ว่างที่อยู่ระหว่างหรือโดยรอบวัตถุหรือตัวอักษร ช่องไฟทำให้สิ่งที่นำมาใส่ไว้ในหน้างานแยกออกจากกันหรือดูเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทำให้เกิดการเน้นและเป็นจุดพักสายตา

การใช้ช่องไฟในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

- ช่วยให้เรื่องราวในเลย์เอาต์ง่ายต่อการติดตาม
- ช่วยให้แต่ละองค์ประกอบของงานดูเสมอกัน
- เป็นจุดพักสายตา
- ช่วยเน้นส่วนประกอบที่สำคัญเช่นปล่อยให้ช่องว่างรอบๆส่วนประกอบนั้นมากกว่า
- ทำให้ตัวอักษรดูเด่นชัดขึ้น

1.2.5 ขนาด (Size) ขนาดของวัตถุทั้งใหญ่หรือเล็กเป็นส่วนประกอบกันที่ทำให้เลย์เอาต์มีรูปแบบขึ้นมา การจัดขนาดส่วนประกอบต่าง ๆ ได้ดีจะทำให้เลย์เอาต์น่าสนใจยิ่งขึ้นและดูเป็นระเบียบขึ้นขนาดจะทำให้เห็นความสำคัญของสิ่งที่ต้องการเน้นช่วยดึงดูดความสนใจและช่วยให้เลย์เอาต์ประกอบเข้าด้วยกันได้อย่างเหมาะสม

การใช้ขนาดในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

- แสดงความสำคัญขององค์ประกอบ
- ดึงดูดความสนใจเช่นใช้ขนาดที่ต่างกันเพื่อให้เกิดการตัดกัน
- ทำให้มองเห็นองค์ประกอบแต่ละส่วนได้ง่ายขึ้น
- ทำให้งานดูมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งหน้า

1.2.6 ค่าความดำ (Value) ค่าความดำคือความมืดหรือความสว่างของพื้นที่หนึ่ง ๆ ซึ่งเกิดจากการไล่ค่าระดับความสว่างหรือความมืดที่อยู่ระหว่างขาวไปจนถึงดำ ค่าความดำนี้จะแสดงเฉดของสีต่าง ๆ เป็นเฉดของสีเทาเฉดสีเทาเหล่านี้จะมีค่าความดำจากอ่อนที่สุดไปถึงเข้มที่สุดค่าความดำทำให้เกิดอารมณ์ความหม่นมัวและความลึก

การใช้ค่าความดำในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

- ทำให้สิ่งของดูมีมิติมีความลึกและมีแสงเงา
- ทำให้รู้สึกถึงสิ่งของโดยอยู่ด้านสิ่งโดยอยู่ด้านหลัง

- ทำให้ภาพรวมเป็นภาพประเภทสว่างหรือมืดตามปริมาณค่าความดำรวม
- ใช้เน้นส่วนสำคัญโดยให้ค่าความดำของส่วนที่ต้องการเน้นแตกต่างกับส่วนที่อยู่โดยรอบ
- ให้นำสายตาไปยังจุดที่ต้องการ

1.2.7 สี (Color) สีเป็นองค์ประกอบของการออกแบบที่มีความสำคัญมากเพราะสีจะมีผลด้านอารมณ์และความรู้สึกซึ่งทำให้เกิดภาพดึงดูดความสนใจและบอกความรู้สึกของสิ่งต่าง ๆ ก่อนจะเลือกใช้สีต้องพิจารณาก่อนว่าต้องการใช้สีทำให้เกิดผลในลักษณะใด และสีใดที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์นั้น ๆ



ภาพ 5 Pastel Color
ที่มา www.pinterest.com

การใช้สีในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

- สามารถดึงดูดสายตาให้เกิดความสนใจ
- ช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึก
- ช่วยดึงสายตาว่าจุดใดเป็นจุดแรกที่ต้องการให้มอง
- สามารถจัดองค์ประกอบงานรวมกลุ่มกันหรือจะแยกมันออกจากกันด้วยการเลือกใช้สีที่ต่างกันไป
- ช่วยผสมผสานให้ภาพรวมมีความสมดุล
- ใช้เน้นข้อความสำคัญหรือหัวเรื่อง

1.2.8 ตัวอักษร(Typography) ตัวอักษรเป็นองค์ประกอบที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่นตัวอักษรสามารถเรียงร้อยบอกเล่าเรื่องราวให้ผู้อ่านได้โดยตรงไม่ต้องแปลความหมายเหมือนเช่นองค์ประกอบอื่นในขณะเดียวกันเราก็สามารถตกแต่งตัวอักษรโดยใช้รูปแบบขนาดและสีเส้นมาจัดวางเป็นรูปแบบต่าง ๆ สร้างแรงดึงดูดให้สนใจและน่าติดตาม

การใช้ตัวอักษรในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

- ใช้บอกกล่าวข้อความที่องค์ประกอบอื่นไม่สามารถสื่อออกมาได้
- ดึงดูดให้เกิดความสนใจด้วยขนาดสีเส้นและข้อความที่เร้าใจ
- จัดลำดับความสำคัญและบอกเล่ารายละเอียดโดยจัดทำหัวข้อหลักหัวข้อรองและเนื้อหา
- สามารถจัดเรียงตัวอักษรประกอบเป็นภาพหรือรูปทรงต่าง ๆ โดยใช้แบบอักษรขนาดและสีเส้นที่ต่าง ๆ กัน
- สามารถจัดแบ่งเป็นกลุ่มก้อนจัดวางและใช้ช่องไฟสีเส้นตลอดจนองค์ประกอบอื่นในการแบ่งแยกให้เป็นระเบียบง่ายต่อการสื่อสารและดูสวยงาม
- ใช้ขยายความหรืออธิบายภาพประกอบต่าง ๆ



ภาพ 6 Typography

ที่มา <http://www.fernaly.com/2012/12/07/coffee-typography/coffee-typography-menu/>

1.3 หลักการออกแบบสิ่งพิมพ์ (The Principles of Design)

หลักการออกแบบสิ่งพิมพ์เป็นหลักในการพิจารณาว่าจะใช้องค์ประกอบของการออกแบบอย่างไร และช่วยให้สามารถผสมผสานส่วนประกอบต่าง ๆ ของงานจนจัดวางเป็นเลย์เอาต์ที่ดีได้ หลักการออกแบบมี 4 ข้อดังนี้

1.3.1 ความสมดุล (Balance) สมดุลคือการกระจายอย่างทั่วถึงของน้ำหนักในงานออกแบบสิ่งพิมพ์น้ำหนักของส่วนประกอบต่าง ๆ เป็นน้ำหนักที่สายตารู้สึกเมื่อมองส่วนประกอบ

บนนั้นๆ ทุกส่วนบนเลย์เอ้าท์มีน้ำหนักซึ่งรู้สึกได้จากขนาดความมืดหรือความสว่างสีและความเข้มของสีความหนาและบางของเส้นความสมดุลมีสองแบบคือสมดุลที่กระจายเท่ากันทั้งซ้ายขวาของศูนย์กลาง (Symmetrical Balance) และความสมดุลที่เกิดจากการนำส่วนประกอบที่มีขนาดไม่เท่ากันมาจัดวางแต่เมื่อดูโดยรวมแล้วน้ำหนักทั้งหมดสมดุลกัน (Asymmetry Balance) องค์ประกอบของการออกแบบที่นำมาใช้เพื่อสร้างความสมดุลได้แก่รูปร่างขนาดค่าความดำสี

การสร้างความสมดุล

- กำหนดจุดศูนย์กลางของชิ้นงาน
- ส่วนประกอบเล็กๆหลายชิ้นสามารถสมดุลกับส่วนประกอบใหญ่หนึ่งชิ้น
- ใช้รูปร่างที่แปลกออกไปหนึ่งหรือสองชิ้นร่วมกับรูปร่างทั่ว ๆ ไป
- เว้นช่องว่างสีขาวให้มากรอบ ๆ คอลัมน์สีเข้มหรือรูปภาพมืด ๆ
- ตัวอักษรที่หนาหนักควรมีภาพสีสว่างสดใสมาช่วยให้สว่างขึ้น
- ภาพถ่ายหรือภาพประกอบสีที่มืดควรวางตัวหนังสือขึ้นเล็กๆหลายชิ้นประกอบเข้าไปและเว้นช่องไฟสีขาวโดยรอบเยอะ ๆ

1.3.2 จังหวะ (Rhythm) จังหวะคือรูปแบบที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบต่างๆการซ้ำกันขององค์ประกอบเดียวกันในลักษณะที่สม่ำเสมอและความแตกต่างเช่นการเปลี่ยนรูปร่างขนาดหรือตำแหน่งขององค์ประกอบเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการมองเห็นจังหวะในงานออกแบบการวางองค์ประกอบซ้ำ ๆ กันที่ระยะห่างเท่า ๆ กันทำให้เกิดความรู้สึกราบเรียบจังหวะที่เท่า ๆ กันสงบและผ่อนคลาย การเปลี่ยนขนาดและช่องไฟของส่วนประกอบอย่างฉับพลันจะทำให้เกิดจังหวะเร็วและมีชีวิตชีวา และสร้างความรู้สึกน่าตื่นเต้น

การสร้างจังหวะในงานออกแบบ

- วางองค์ประกอบเดิมซ้ำกันและให้มีช่องไฟเท่ากัน
- วางองค์ประกอบเดิมในขนาดที่ใหญ่ขึ้นเรื่อย ๆ และขยายช่องไฟขึ้นให้รับกัน
- มีการกลับความหนาบางของตัวอักษรเช่นให้มีตัวอักษรบางเบาสลับกับตัวทึบหนา
- วางองค์ประกอบเดิมในหลาย ๆ จุดบนเลย์เอ้าท์
- ถ้ามีหลายหน้าอาจวางองค์ประกอบเดิมที่จุดเดียวกันบนทุก ๆ หน้า

1.3.3 การเน้น (Emphasis) การเน้นคือการทำให้องค์ประกอบหนึ่งเป็นที่สังเกตเห็นก่อนส่วนอื่น จะเกิดขึ้นเมื่อองค์ประกอบนั้นแตกต่างจากองค์ประกอบอื่น บนงานออกแบบทุกชิ้นควรมี

จุดเด่นนี้เพื่อดึงดูดสายตาของผู้ดูไปสู่ส่วนสำคัญของงาน แต่ถ้ามีจุดเด่นมากเกินไปก็อาจไม่เกิดผลตามที่ต้องการ

การทำให้เกิดจุดสนใจ

- วางรูปภาพที่ต้องการเน้นให้กรอบภาพมีรูปทรงแปลกออกไปท่ามกลางรูปที่มีกรอบสี่เหลี่ยม และมีช่องไฟเท่า ๆ กัน

- ใช้เส้นโค้งเป็นรูปร่างของตัวอักษรที่จะเน้นท่ามกลางตัวอักษรตรง ๆ

- ใช้ตัวอักษรสีหรือรูปแบบตัวอักษรที่ต่างออกไปเมื่อต้องการเน้น

- ใช้ตัวอักษรขาวบนพื้นสีสำหรับสิ่งที่จะเน้น

- ใช้ตัวหนาสำหรับหัวข้อและตัวอักษรที่บางลงสำหรับเนื้อหา

1.3.4 เอกภาพ (Unity) เอกภาพทำให้งานออกแบบดูเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันซึ่งจะช่วยให้ผู้อ่านรู้ว่าเป็นงานชิ้นเดียวกันใช้กริด (Grid) เพื่อวางกรอบโครงร่างของงาน (การเว้นคั่นหน้าคั่นหลัง คอลัมน์การเว้นช่องไฟและสัดส่วน) ให้เป็นระบบระเบียบ การจัดกลุ่มให้องค์ประกอบเป็นอันหนึ่งอันเดียวให้ดูเรื่องการซ้ำกันของสี รูปร่างและพื้นผิวเพื่อทำให้ผู้อ่านเห็นตัวอักษรหัวเรื่องรูปภาพถ่ายเป็นงานเดียวกัน

การสร้างเอกภาพ

- ใช้ตัวอักษรเพียงหนึ่งหรือสองแบบตลอดชิ้นงานถ้าจะให้มีการตัดกันให้ใช้ขนาดที่แตกต่างกัน

- ให้มีความสม่ำเสมอในเรื่องแบบตัวอักษรขนาดของหัวข้อหัวข้อย่อยและข้อความ

- เลือกภาพที่มีโครงสร้างคล้ายคลึงกัน

- วางรูปภาพและคอลัมน์ในเส้นกริดเดียวกัน

- เลือกใช้สีจากชุดสีเดียวกันตลอดทั้งงาน

- ให้มีการซ้ำกันของสีรูปร่างและพื้นผิวในที่ต่าง ๆ ตลอดทั้งงาน

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลการออกแบบหนังสือสามมิติ

Pop-up Book คือหนังสือสามมิติที่ประกอบด้วยแผ่นกระดาษที่นำมาตัด, พับและจัดองค์ประกอบที่สัมพันธ์กันซึ่งแผ่นกระดาษสองมิตินั้นเมื่อมีการพับและดึงอย่างเป็นระบบ สามารถแปรเปลี่ยนเกิดเป็นรูปทรงสามมิติระหว่างหน้ากระดาษสองมิติได้ ซึ่ง Pop up Book ในยุคแรกนั้นจะประกอบไปด้วยกลไกการพับและการหมุนกระดาษเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการเขียนเชิงปรัชญาที่มุ่งตั้งคำถามถึงธรรมชาติและคุณสมบัติของสรรพสิ่งรอบตัวเทคนิคการทำระนาบสองมิติให้เป็นสามมิติในช่วงแรกนั้นเป็นการซับซ้อนโดยอาศัยจุดหมุนเป็นแกนที่เรียกว่า Volvelle ซึ่งได้ถูกใช้และมีการพัฒนาการเรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบันเกิดเป็นPop-Upเทคนิคหลากหลายเพื่อสื่อสารและเล่าเรื่องราวต่างๆกันไป



ภาพ 7 Popup Book

ที่มา http://www.etsy.com/search?ref=empty_redirect

งานประดิษฐ์และเทคนิคกระดาษพับนั้นแม้ปัจจุบันจะถูกใช้เป็นการเล่าเรื่องสำหรับเด็ก แต่มีพื้นฐานทางปรัชญาที่เกี่ยวกับการรับรู้และความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น 2 มิติและ 3 มิติ ที่เกี่ยวกับวัตถุร่างกายและสภาพแวดล้อมโดยการเกิดของภาพ Pop-up นั้นไม่ได้เป็นการนำเสนอ ลักษณะของที่ว่างและรูปทรงตามที่เป็นจริงแต่เป็นการแปลงระนาบสองมิติเพื่อให้เกิดการรับรู้สาม มิติด้วยกรอบของแนวความคิดดังกล่าวการสร้างภาพ Pop-up จึงมีนัยยะที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบทางสถาปัตยกรรมหลายประการได้แก่ การเกิดของพื้นที่จากระนาบการซ้อนทับของ องค์ประกอบการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่องค์ประกอบการรับรู้มิติการเคลื่อนที่การเคลื่อนไหวและ กลไกในงานสถาปัตยกรรมวิทยานี้จึงมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาความสัมพันธ์แนวความคิด ระหว่างการเกิด Pop-Up Image และการสร้างพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมเพื่อนำไปสู่การออกแบบ สถาปัตยกรรมที่สามารถนำปรัชญาข้อคิดทฤษฎีและเทคนิคของ Pop-Up image มาใช้ในการสร้าง พื้นที่ที่มีการแปรเปลี่ยนหรือรองรับการแปรเปลี่ยนของมิติได้

2.1 การออกแบบหนังสือ

วิวัฒนาการในการจัดรูปเล่มหนังสือนั้น อาจกล่าวได้ว่าเกิดจากการเปลี่ยนแปลงลักษณะ ของหนังสือ ตามความจำเป็นในแต่ละยุคแต่ละสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการพิมพ์หนังสือในสมัย แรก ๆ นิยมพิมพ์เป็นแผ่น ๆ และเป็นม้วน ดังตัวอย่าง การพิมพ์หนังสือวัชรสูตรของจีนซึ่งถือว่าเป็น การพิมพ์ครั้งแรกในลักษณะที่เป็นม้วน ต่อมาพบว่ารูปเล่มของหนังสือที่เป็นม้วนนั้นมีความยุ่ง ยากต่อการที่จะตรวจค้นเนื้อหาที่อยู่ในตอนกลาง ๆ ม้วน ผู้จัดพิมพ์ชาวจีนจึงได้คิดวิธีการพับ กระดาษที่พิมพ์แล้วกลับไปกลับมาซึ่งมีลักษณะคล้ายหีบเพลงชัก ที่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับสมุด ข่อยโบราณของไทย ทำให้การเปิดค้นคว้าตอนใดตอนหนึ่งกระทำได้ง่ายขึ้นในปี ค.ศ.1116 ชาวจีน ได้รู้จักการเย็บหนังสือด้วยเชือกทางด้านข้างของหนังสือซึ่งกลายเป็นจุดเริ่มต้นของการจัดรูปเล่ม หนังสือ ต่อมาความเจริญด้านการพิมพ์ได้แพร่หลายไปสู่ทวีปยุโรปทำให้มีการพัฒนารูปแบบของ การจัดรูปเล่มหนังสือ จนมีลักษณะรูปเล่มใกล้เคียงกับหนังสือในปัจจุบัน แต่ในด้านศิลปะการ ออกแบบจัดหน้าหนังสือนั้นยังไม่สู้จะพิถีพิถันมากนัก โดยขอให้มีเพียงตัวหนังสือก็ถือว่าเป็น หนังสือแล้ว จนในปี ค.ศ.1888 William Morris ได้จัดตั้งสำนักพิมพ์ขึ้นในประเทศอังกฤษ โดยย้ำ ความสำคัญของการออกแบบรูปเล่มหนังสือในการจัดพิมพ์ว่า "เป็นศิลปะที่ต้องจัดทำด้วยความ ประณีตรอบคอบ" จึงทำให้ผู้จัดพิมพ์หนังสือต่าง ๆหันมาให้ความสำคัญต่อ การออกแบบและจัด ทำหนังสือยิ่งขึ้น และทำให้ศิลปะการพิมพ์หนังสือพัฒนามากกว้างขวางมาจนถึงปัจจุบัน



ภาพ 8 Book Design

ที่มา <http://lemonni.com/productionroad/2012/04/edible-book/>

ความหมายของการออกแบบหนังสือ

หนังสือเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาเป็นเรื่องเดียวกันตลอดเล่ม เย็บรวมเป็นรูปเล่มถาวร มีส่วนประกอบของรูปเล่มที่สมบูรณ์ ประกอบด้วย ปกหน้า ปกใน คำนำ สารบัญ เนื้อเรื่องบรรณานุกรม เป็นต้น และการออกแบบเป็นการวางแผน หรือความตั้งใจว่าจะดำเนินการอย่างไรโดยหนึ่งที่เป็นระบบและมีแบบแผนตามที่ได้กำหนดล่วงหน้าไว้

ดังนั้นการออกแบบหนังสือ (book design) หมายถึงการกำหนดความคิดรวบยอดการวางแผน และกำหนดโครงสร้างทางกายภาพของหนังสือเล่ม โดยคำนึงถึงการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ของหนังสือให้เป็นรูปร่าง และได้สัดส่วนของหนังสือที่ออกมาเป็นระเบียบ สวยงามอ่านง่าย และมีความน่าสนใจ ตลอดจนมีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการจัดพิมพ์หนังสือนั้นๆ ด้วย

นักออกแบบจะต้องหาวิธีที่ชวนผู้อ่านให้ติดตามอ่านหนังสือเล่มนั้น ตั้งแต่ปกหน้าไปจนถึงปกหลังด้วยความสนใจ การจะดูว่าการออกแบบหนังสือประสบความสำเร็จหรือไม่จะดูจากรูปเล่มของหนังสือนั้น ๆ ว่าน่าจับต้องหรือไม่ มีการจัดวางองค์ประกอบหน้าอ่าน น่าสนใจเพียงใดผลงานออกแบบนั้นจะต้องไม่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกสับสน หรือเบื่อหน่าย ตรงกันข้ามนักออกแบบจะต้องใช้ความพยายามทุก ๆ ทางที่จะทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกสะดุดตาในรูปเล่มทางกายภาพเบื้องต้น และเมื่อพลิกเข้าไปด้านในก็เกิดความรู้สึกอยากติดตามอ่านเนื้อเรื่องในหนังสือไม่ว่าเรื่องนั้นจะเป็นเรื่องหนักหรือเรื่องเบา การออกแบบและจัดทำหนังสือที่ดีควรเป็นการทำให้ผู้อ่านสามารถติดตามอ่านเนื้อหาของหนังสือเล่มนั้นต่อไปได้อย่างสบายตา มีความเข้าใจเนื้อหาประโยคต่อประโยคย่อหน้าต่อย่อหน้า เรื่องต่อเรื่อง สัมพันธ์กันไปตลอดทั้งเล่ม ซึ่งถือว่าเป็นลักษณะที่สำคัญอันเกิดจากการได้มีการออกแบบหนังสือไว้ได้นั่นเอง

ประเภทของหนังสือ

การออกแบบและจัดทำหนังสือต้องมีโครงสร้างที่ดี แน่นอน รอบคอบ และสมบูรณ์แบบเพื่อนำเสนอข้อมูลปริมาณมากให้ง่ายแก่การอ่าน และสามารถติดตามเนื้อหาได้โดยไม่สับสนหรือเบื่อหน่าย ในขณะที่การออกแบบและจัดทำหนังสือพิมพ์ต้องการความยืดหยุ่นเพื่อรองรับความหลากหลายของเรื่องที่เป็นข่าวสารและความรวดเร็วในการผลิต ส่วนการออกแบบและจัดทำนิตยสารหรือวารสารต้องการความพิเศษในการสร้างเอกลักษณ์ให้แตกต่างจากนิตยสารหรือวารสารฉบับอื่น ๆ ในประเภทเดียวกัน ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์และนิตยสารแล้วจะพบว่าหนังสือจะมีกลุ่มเป้าหมายที่แคบกว่าซึ่งผู้เขียนจะทราบแน่นอนว่าต้องการสื่อสารกับผู้ใดโดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือประเภทเฉพาะทาง เช่น หนังสือวิชาการต่าง ๆ กลุ่มเป้าหมายเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบและจำนวนขององค์ประกอบต่าง ๆ ในหนังสือ เช่น ควรใช้ภาพประกอบหรือไม่ หากใช้จะใช้ภาพประกอบรูปแบบใด จำนวนเท่าใด เป็นต้น

นอกจากผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะเนื้อหาหนังสือก็เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการออกแบบหนังสือ ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องรู้ว่าหนังสือนั้นมีประเภทใดบ้างตาม ซึ่งการแบ่ง

ประเภทของหนังสือสามารถทำได้หลายวิธีแล้วแต่จะยึดหลักเกณฑ์ใดวิธีที่นิยมแบ่งกัน คือการแบ่งตามเนื้อหา และการแบ่งตามลักษณะการแต่ง

1. การแบ่งประเภทหนังสือตามลักษณะเนื้อหา สามารถแบ่งย่อยเป็น 2 วิธีคือการแบ่งตามเนื้อหากว้าง ๆ และการแบ่งตามเนื้อหาย่อย

1.1 การแบ่งประเภทตามเนื้อหากว้าง ๆ ได้แก่

1.1.1 หนังสือตำราและสารคดี ตำราเป็นหนังสือที่เขียนขึ้นตามหลักสูตรการเรียนการสอนในระดับและแขนงวิชาต่าง ๆ มีเนื้อหาวิชาการล้วน และมีลักษณะเหมือนหนังสือสารคดี คือ มุ่งให้ความรู้ ต่างกันแต่ว่า หนังสือสารคดีนอกจากจะให้สาระประโยชน์ในขอบเขตที่ไม่จำกัดแล้วยังให้ความเพลิดเพลินจากสำนวนภาษา สีสันการเขียนหรือเนื้อหาด้วย

1.1.2 หนังสือบันเทิงคดี หรือหนังสือประเภทนวนิยาย เป็นหนังสือที่เขียนขึ้นจากประสบการณ์หรือจินตนาการของผู้ประพันธ์ โดยอาศัยเค้าความจริงของชีวิตและสังคม มุ่งหมายให้ความเพลิดเพลิน กระบอบอารมณ์ยังผู้อ่านเป็นสำคัญ ในขณะที่เดียวกันผู้อ่านจะได้รับข้อคิดคติชีวิตที่น่าสนใจ ซึ่งผู้เขียนแทรกไว้ในเรื่องด้วย

1.2 การแบ่งประเภทตามเนื้อหาย่อย ได้แก่

1.2.1 หนังสือสารคดี (non – fiction) เป็นหนังสือที่ให้ความรู้ในด้านต่างๆ คือ หนังสือตำรา หนังสืออ่านประกอบ หนังสือความรู้ทั่วไป และหนังสือทางด้านสันตนาการ

1.2.2 นวนิยาย (fiction) เป็นหนังสือที่เสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากจินตนาการของผู้เขียน เรียบเรียงขึ้นเพื่อความเพลิดเพลิน

1.2.3 หนังสืออ้างอิง (reference book) เป็นหนังสือที่ช่วยตอบปัญหาทั้งทางด้านวิชาการและเรื่องทั่วไป ผู้อ่านใช้ประกอบหรือเพื่อค้นคว้าในบางเรื่องตอน

2. การแบ่งตามลักษณะการแต่ง อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

2.1 ร้อยแก้ว (prose) เป็นหนังสือที่ใช้ความเรียงไม่มีการกำหนดลักษณะบังคับในการแต่งแต่ประการใด หนังสือส่วนใหญ่จะแต่งด้วยร้อยแก้ว ไม่ว่าจะเป็นหนังสือสารคดี หรือ นวนิยาย

2.2 ร้อยกรอง (verse) เป็นหนังสือที่มีการกำหนดลักษณะบังคับในการแต่ง เช่น กำหนดจำนวนคำในแต่ละบท กำหนดสัมผัสกำหนดเสียงหนักเบา บังคับวรรคตอน บังคับครุฑ เป็นต้น ซึ่งแบ่งย่อยตามลักษณะการแต่งได้อีกหลายประเภท เช่น โคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน ร่ายกลบท ลิลิต เป็นต้น การแบ่งหนังสือประเภทร้อยกรองนี้ถ้าแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้ อาจแบ่ง

เป็นบทละคร ใช้สำหรับแสดงละคร บทเสภา ใช้สำหรับขับเสภาหรือเล่านิทาน เพลงยาวใช้เป็นบท
ฝากรัก นิราศใช้แสดงความรัก ความอาลัย หรือคร่ำครวญยามจากกันไกล เป็นต้น

นอกจากการแบ่งประเภทหนังสือดังที่กล่าวมาแล้วเราอาจแบ่งย่อย ๆ ลงไปอีกตาม
ความต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์อะไรตายตัว เช่น แบ่งเป็นหนังสือนิยาย หนังสือวิชาการ หนังสือ
วิชาชีพ หนังสือสารคดี หนังสือกวีบทละคร หนังสือการ์ตูน เป็นต้น และจะเห็นได้ว่าหนังสือมีความ
แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ในหลายประเด็น เช่น หนังสือมีขนาดเล็ก มีปกหุ้มและเย็บเล่มใน
ขณะที่หนังสือพิมพ์มีขนาดใหญ่วางกระดาษซ้อนกัน ไม่มีปก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความแตกต่าง
กันทางด้านเนื้อหา ตลอดจนวัตถุประสงค์ในการจัดทำ ลักษณะและการจำหน่ายหนังสือนั้นบาง
ประเภทสามารถแยกออกได้อย่างชัดเจนในขณะที่บางประเภทไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างเด่นชัด
แต่อย่างไรก็ตามการได้ทราบถึงผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและประเภทเนื้อหาของหนังสือ
จะช่วยให้สำนักออกแบบสามารถวางแผนและออกแบบหนังสือได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ข้อดีและข้อจำกัดของหนังสือ

หนังสือนั้นถึงแม้ว่าจะมีหลากหลายประเภทเพื่อสนองตอบความต้องการด้านข้อมูล
ข่าวสารและเรื่องราวต่างๆ หากพิจารณาในภาพรวมทั่วไปก็พบว่าทั้งข้อดีและข้อจำกัดบาง
ประการดังนี้

1. ข้อดีของหนังสือ

- 1.1 มีความคงทนถาวรในด้านเนื้อหาสาระ เก็บสะสมไว้อ่านได้โดยไม่ล้าสมัย
- 1.2 ให้อยู่ละเอียดเนื้อหาหลักซึ่ง
- 1.3 ให้ความรู้ น่าเชื่อถือ สามารถอ้างอิงได้
- 1.4 เนื้อหามีความหลากหลาย
- 1.5 ให้ความสนุกเพลิดเพลิน เช่น หนังสือการ์ตูน
- 1.6 เจาะกลุ่มเป้าหมายได้ชัด เช่น ตำราเรียน สำหรับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา
- 1.7 สามารถพกพาไปได้ไกล ทุกสถานที่
- 1.8 ราคาถูก คนทุกระดับชั้นสามารถหาซื้ออ่านได้

2. ข้อเสียของหนังสือเล่ม

- 2.1 เนื้อหาเป็นวิชาการไม่น่าสนใจ เช่น ตำราเรียน เป็นต้น
- 2.2 ผลิตได้ช้า เพราะไม่มีกำหนดระยะเวลาออกที่แน่นอน เช่น ตำราทางวิชาการ

2.3 ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกทำความเข้าใจเนื้อหาได้ยาก

2.4 รูปเล่มอาจจิกขาดได้ง่าย

2.5 เนื้อหาที่มีความเป็นสากลน้อยกว่าวิทยุโทรทัศน์ คือ หนังสือบางเล่มกำหนดออกซ้ำ เนื้อหาจึงไม่ทันสมัย แต่วิทยุโทรทัศน์เมื่อมีรายการใหม่ๆสดๆ ก็สามารถนำเสนอได้ทันที

ข้อแตกต่างระหว่างหนังสือกับสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างหนังสือกับสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆพบว่ามีความแตกต่างกันหลายประการดังนี้

1. เนื้อหาเป็นแนววิชาการ ในเล่มหนึ่งๆ เนื้อหาจะจบในเล่มเสมอ
2. ไม่มีกำหนดออกที่แน่นอนเหมือนหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร
3. ไม่มีโฆษณาในเล่ม
4. หนังสือเล่มหนึ่งๆ มักจะแต่งด้วยผู้เขียนคนเดียว และเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
5. สามารถนำมาอ้างอิง หรือใช้ทำรายงานได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบและจัดทำหนังสือ

หนังสือในแต่ละประเภทดังกล่าว จะสังเกตได้ว่ามีรูปเล่มและลักษณะที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด และปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบและจัดทำรูปเล่มหนังสือให้มีลักษณะแตกต่างกันนั้นมีอยู่ 2 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความงาม (beauty) และการรับรู้ (perception) ของมนุษย์ โดยหลักการของการรับรู้ของมนุษย์ในแต่ละเพศ แต่ละวัย แต่ละระดับการศึกษา ย่อมมีการรับรู้ทางความงามแตกต่างกัน เช่น เด็กเล็กๆ จะชอบสีสันที่สดใส แต่พอโตเป็นผู้ใหญ่จะหันมาชอบสีที่คล้ำหม่นลงหรือเด็กๆ อาจชอบรูปภาพง่ายๆ แบบการ์ตูน แต่ผู้ใหญ่จะชอบรูปภาพที่มีรายละเอียด เช่น ภาพถ่าย ดังนั้นผู้จัดทำหนังสือจึงจำเป็นต้องออกแบบหนังสือให้มีความเหมาะสมกับความสนใจของผู้อ่าน หรือกลุ่มเป้าหมายของหนังสือเป็นสำคัญ

2. ปัจจัยด้านประโยชน์ใช้สอย (function) หนังสือที่มีลักษณะแตกต่างกัน เช่น หนังสือตำราวิชาการกับหนังสือพจนานุกรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์การใช้ต่างกันก็ย่อมมีผลต่อการออกแบบและจัดรูปเล่มต่างกัน โดยหนังสือตำราผู้อ่านจำเป็นต้องอ่านตั้งแต่หน้าแรกถึงหน้าสุดท้ายตามลำดับ การออกแบบตัวหนังสือหรือภาพประกอบจำเป็นต้องจัดทำให้มีลักษณะที่อ่านได้ง่าย แต่ในกรณีพจนานุกรมนั้นผู้อ่านไม่จำเป็นต้องอ่านทุกหน้าแต่จะมุ่งอ่านเฉพาะคำศัพท์ ที่ต้องการศึกษา

ค้นคว้า จึงอาจใช้ตัวอักษรเล็กๆ เพื่อจะทำให้สามารถบรรจุคำจำนวนมากๆ ได้ นอกจากนี้ปัจจัยด้านประโยชน์ใช้สอยยังมีผลต่อการเลือกใช้วัสดุในการพิมพ์ด้วย เช่นหนังสือพิมพ์มีอายุในการอ่านสั้น ไม่จำเป็นต้องเก็บรักษาไว้นานๆ กระดาษที่ใช้จึงเป็นกระดาษชนิดราคาถูก เช่นกระดาษปรีฟสำหรับตำรา เป็นหนังสือที่ผู้อ่านย่อมเก็บรักษาเป็นเวลานาน กระดาษที่ใช้จึงควรใช้กระดาษชนิดดี เช่น กระดาษปอนด์ หรือกระดาษอาร์ต เป็นต้น

องค์ประกอบของการออกแบบหนังสือ

การออกแบบหนังสือก็มีหลักการเหมือนกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์อื่นซึ่งได้กล่าวถึงไปบ้างแล้ว หากว่าหนังสือมีส่วนประกอบที่แตกต่างกับจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่นเพิ่มเติมสำหรับใช้เป็นประโยชน์ในการออกแบบ ซึ่งส่วนประกอบของหนังสือที่สำคัญแต่ละส่วนมีดังนี้

1. ปกหน้า ปกหน้าของหนังสือเป็นหน้าที่สำคัญที่สุดเช่นเดียวกับหน้าแรกของหนังสือพิมพ์และปกหน้าของนิตยสาร โดยปกหน้าจะต้องทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นให้อยากจะหยิบขึ้นมาดูจากชั้นหนังสือ ในขณะที่เดียวกันปกหน้าของหนังสือก็ต้องทำหน้าที่สื่อสารให้เห็นถึงความคิดเบื้องหลังรวมทั้งบุคลิกลักษณะของเนื้อเรื่องภายในหนังสือด้วย เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทั้งสองส่วนนี้ นักออกแบบจะต้องทำการออกแบบส่วนต่างๆ ในปกหน้าของหนังสือ

1.1 ชื่อหนังสือหรือชื่อเรื่อง เป็นองค์ประกอบในส่วนของตัวอักษรที่จะต้องได้รับการออกแบบให้ดูโดดเด่นกว่าตัวอักษรอื่นๆ ขนาดของตัวอักษรที่ใช้เป็นชื่อหนังสือนี้มักจะมีขนาดใหญ่เพื่อให้ผู้ที่เดินผ่านชั้นหนังสืออ่านเห็นได้ ส่วนรูปแบบของตัวอักษรนั้นจะต้องสะท้อนบุคลิกภาพของหนังสือว่าเนื้อเรื่องมีลักษณะเป็นประเภทใด เช่น หากเป็นนวนิยายรักหวานชื่นก็อาจใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบโค้งมนและมีการลากหางยาวๆ เป็นต้น รูปแบบของตัวอักษรของชื่อหนังสือนี้อาจจะเลือกเอาจากแบบตัวอักษรที่มีใช้กันอยู่ทั่วไป หรืออาจจะมีการนำตัวอักษรเหล่านี้มาจัดเรียงในลักษณะที่พิเศษเป็นตราสัญลักษณ์ก็ได้ เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วจะไม่มีตัวอักษรมากมายหลายตัวนักทำให้ไม่ยากที่จะนำมาออกแบบให้มีความพิเศษกว่าที่จะใช้แบบตัวอักษรสำเร็จรูป ส่วนตำแหน่งของชื่อหนังสือนี้อาจจะอยู่ที่ใดในปกหน้าก็ได้ แต่ส่วนใหญ่แล้วนิยมวางไว้ในส่วนบนของหน้าเพราะเป็นตำแหน่งที่ผู้พบเห็นจะมองก่อนส่วนอื่นๆ

1.2 ชื่อผู้แต่งหรือชื่อผู้แปล เป็นองค์ประกอบในส่วนของตัวอักษรที่มีความสำคัญลงมาจากชื่อหนังสือ และในกรณีที่ผู้แต่งหรือผู้แปลเป็นนักเขียนหรือนักแปลที่มีชื่อเสียงและมีผู้



ติดตามผลงานเป็นประจำก็ยิ่งมีความจำเป็นที่จะต้องทำให้องค์ประกอบในส่วนนี้มีความเด่น
อย่างไรก็ตามก็ต้องไม่เด่นไปกว่าชื่อหนังสือ ดังนั้นขนาดของตัวอักษรที่เป็นชื่อนี้จึงควรจะมีขนาด ๒๔ มิ.ค. ๒๕๕๗
เล็กกว่าตัวอักษรที่เป็นชื่อหนังสืออย่างน้อยครึ่งหนึ่ง เพื่อไม่ให้แย่งกันเด่น ส่วนรูปแบบนั้นมักจะ
นิยมทำกันเป็นสองลักษณะคือใช้ตัวอักษรสำเร็จรูปที่มีลักษณะเหมาะสมกับบุคลิกภาพของหนังสือ
มาเรียงเป็นชื่อ หรืออาจจะมีการใช้ลายเส้นหรือลายมือชื่อของผู้แต่งหรือผู้แปลมาขยายได้ตำแหน่ง
ของชื่อมักจะวางไว้ที่ได้ชื่อหนังสือให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หากผู้แต่งหรือผู้แปลมีชื่อเสียงก็อาจ
จะวางไว้ที่เหนือชื่อหนังสือเพื่อให้ผู้พบเห็นได้เห็นในทันทีก็ได้ หากไม่วางประกอบกับชื่อหนังสือ ก็
สามารถนำมาวางแยกออกมาในตอนล่างของหน้าปกหน้าเพื่อให้เหมือนเป็นข้อความทิ้งท้ายก็ได้

1.3 ภาพประกอบปกหน้า เนื่องจากในปกหน้านั้นไม่มีส่วนที่เป็นข้อความอะไรที่
จำเป็นนอกจากชื่อหนังสือและชื่อผู้แต่ง จึงมีการนำเอาส่วนประกอบที่เป็นภาพเข้ามาใช้เพื่อทำให้
เนื้อหาหน้ากระดาษน่าสนใจยิ่งขึ้น ภาพประกอบปกหน้านี้มีลักษณะที่สามารถดึงดูดความสนใจ
ของผู้พบเห็น และต้องสื่อสารความคิดเบื้องหลังรวมทั้งบุคลิกลักษณะของเนื้อเรื่องให้ผู้พบเห็น
สามารถเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว สำหรับหนังสือนวนิยายแล้วอาจจะใช้ภาพตัวละครหรือฉากใดฉาก
หนึ่งในหนังสือตามจินตนาการของผู้เขียนมาวาดหรือถ่ายภาพเพื่อใช้เป็นภาพประกอบ หากไม่ใช้
ภาพที่เป็นรูปธรรมชาติก็สามารถเลือกใช้สัญลักษณ์ต่างๆ มาจัดองค์ประกอบเป็นภาพ เป็นต้น
นอกจากภาพเหมือนจริงและสัญลักษณ์แล้ว ก็ยังมีการใช้ภาพนามธรรมต่างๆ คือภาพที่ดูแล้วไม่รู้
ว่าเป็นรูปของอะไร หากภาพนั้นสามารถให้ความรู้สึกที่บ่งบอกถึงบุคลิกภาพของหนังสือได้การใช้
ภาพนามธรรมก็มีข้อดีในแง่ที่จะส่งเสริมให้ผู้พบเห็นได้ใช้จินตนาการของตนเองมากกว่าภาพ
เหมือนจริงหรือสัญลักษณ์

ส่วนการนำเสนอภาพประกอบในปกหน้านั้น อาจจะทำได้ทั้งแบบที่เป็นภาพอยู่ใน
กรอบแยกส่วนกันกับชื่อเรื่องและชื่อผู้เขียน หรือเป็นภาพขยายตัดตกเต็มหน้าปกแล้วเจาะชื่อเรื่อง
และชื่อผู้เขียนเจาะอยู่ในภาพก็ได้ แต่ถ้าหากภาพประกอบนั้นมีองค์ประกอบของภาพที่ดูสับสน
หรือมีสีเส้นมากมายหลายสีในภาพ นักออกแบบก็ควรพิจารณาจัดภาพนั้นไว้ในกรอบแยกจากชื่อ
เรื่องและชื่อหนังสือ เพราะหากใช้แบบเจาะตัวอักษรในภาพก็อาจจะทำให้ยากแก่การอ่านได้ แม้ว่า
หนังสือส่วนใหญ่เลือกที่จะมีภาพประกอบปกหน้า แต่อย่างไรก็ตามหนังสือบางเล่มอาจเลือกที่จะ
ไม่ใช่ภาพประกอบก็ได้ โดยอาจจัดวางตัวอักษรของชื่อหนังสือและชื่อผู้แต่งให้น่าสนใจร่วมกับการ
ใช้พื้นหลังที่เป็นสีหรือแถบสีสื่อบุคลิกภาพของหนังสือ

1.4 ข้อความประกอบหน้าปกหน้า เป็นองค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรหรือองค์ประกอบหนึ่งซึ่งอาจมีในหนังสือบางเล่ม เพื่อให้รายละเอียดที่สำคัญเพิ่มเติม เช่น เป็นหนังสือในชุดที่มีหลายเล่ม หรือ เป็นหนังสือที่ได้รับรางวัล เป็นต้น ข้อความเหล่านี้ควรได้รับการออกแบบให้มีความสำคัญ รองจากชื่อหนังสือและชื่อผู้แต่งหรือผู้แปลทั้งในด้านขนาด และรูปแบบ ส่วนตำแหน่งก็มักจะอยู่เหนือชื่อหนังสือ เช่น ที่มุมขวาบน เป็นต้น

1.5 ตราสัญลักษณ์ของสำนักพิมพ์ เป็นองค์ประกอบซึ่งอาจจะอยู่ที่ปกหน้าหรือใน ส่วนอื่นๆ เช่น สันหนังสือ โดยมักไม่ให้มีขนาดใหญ่มากนัก และวางอยู่ในตำแหน่งที่แยกออกจาก องค์ประกอบอื่นๆ อย่างชัดเจน

2. ไบฮัมปก หนังสือบางเล่มอาจมีไบฮัมปก การออกแบบไบฮัมปกให้ใช้หลักการเดียวกันกับการออกแบบปกหน้าที่ได้กล่าวไปแล้ว ส่วนใหญ่สำหรับหนังสือที่มีไบฮัมปกนั้น ตัวปกจริง จะไม่มีองค์ประกอบอะไรมากนอกจากชื่อหนังสือและชื่อผู้แต่ง

3. หน้าลิขสิทธิ์ หน้าลิขสิทธิ์ เป็นหน้าที่ถือว่าเป็นทางการที่สุดของหนังสือ เนื่องจากเป็น หน้าที่มีรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับหนังสือ เป็นข้อมูลที่จะต้องถูกต้องและนำมาใช้อ้างอิงได้ทั้งในทางวิชาการและทางกฎหมาย ในการออกแบบหน้านี้นี้จึงควรจะเน้นความเรียบง่าย ไม่มีการประดับ ตกแต่ง ขนาดตัวอักษรที่ระบุข้อมูลต่าง ๆ เป็นตัวอักษรขนาดเล็กกว่าตัวอักษรในหน้าเนื้อเรื่องเล็กน้อยและวางเรียงกันเป็นแถว จะเสมอหน้าหรือเสมอลงก็ได้

4. หน้าคำอุทิศ หน้าคำอุทิศเขียนเพื่อให้ผู้เขียนใช้ในการอุทิศหนังสือให้แก่ผู้ใดผู้หนึ่งโดยการจัดวางองค์ประกอบมักเน้นความเรียบง่ายเพื่อแสดงความเคารพ หรือซาบซึ้งในบุญคุณจึงต้อง ออกแบบให้หน้ามีลักษณะที่ดูจริงใจ การไม่ใช้องค์ประกอบอื่นใดมาประดับตกแต่งก็เป็นวิธีเหมาะสมที่จะทำให้เกิดผลลัพธ์นั้น ส่วนขนาดของตัวอักษรที่เป็นคำอุทิศมักไม่ใช้ตัวอักษรที่มีอักษรที่มี ขนาดใหญ่เกินไปนัก ตัวอักษรขนาดระหว่าง 16-24 พอยต์ ถือเป็นขนาดที่เหมาะสมส่วนตำแหน่ง นั้นจะอยู่ในส่วนใดของหน้าก็ได้

5. หน้าคำนำ องค์ประกอบในหน้าคำนำนี้จะประกอบไปด้วยข้อความคำนำ ชื่อผู้เขียนและ บางครั้งก็อาจจะมีภาพของผู้เขียนด้วย ในส่วนข้อความคำนำนั้นมักจะใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใกล้เคียงกับตัวอักษรที่ใช้เป็นเนื้อเรื่อง และมีการจัดเรียงที่ดูเรียบง่ายแบบสุภาพ อาจจะเป็นการเรียงแบบเสมอหน้า หรือแบบเสมอลงหลังชื่อผู้เขียนก็อาจจะใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันหรือใหญ่คำนำ นี้บางครั้งก็อาจจะมีภาพถ่ายของผู้เขียนขนาดไม่ใหญ่ประกอบด้วย ปกติแล้วภาพของผู้เขียนนี้นิยมวางไว้ที่ปกหลังของหนังสือร่วมกับคำวิจารณ์หนังสือ

6. หน้ากิตติกรรมประกาศ หน้ากิตติกรรมประกาศมีเพื่อให้ผู้เขียนหรือสำนักพิมพ์ใช้ในการแสดงความขอบคุณต่อผู้ที่มีส่วนในการจัดทำหนังสือ หรือเป็นผู้ที่ให้การสนับสนุนด้านต่างๆ ในการจัดวางองค์ประกอบก็มักจะเน้นความเรียบง่ายเพื่อแสดงความขอบคุณ เน้นลักษณะที่ดูจริงใจ ในลักษณะเดียวกับหน้าคำอุทิศ

7. หน้าคำนิยม หน้าคำนิยมเป็นหน้าที่ผู้เขียนหรือสำนักพิมพ์ขอให้ผู้อื่นชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในด้านที่เกี่ยวข้องกับหนังสือนั้นเขียนขึ้นเพื่อแนะนำหนังสือ หรือแนะนำผู้เขียน มีหลักการในการใช้องค์ประกอบเช่นเดียวกับคำนำ

8. หน้าสารบัญ เนื่องจากหน้าสารบัญเป็นหน้าที่เน้นด้านประโยชน์ใช้สอยเพื่อบ่งบอกเนื้อหาที่อยู่ในหนังสือว่าเรื่องใดหรือตอนใดอยู่ที่หน้าไหน การออกแบบหน้าสารบัญจึงต้องเน้นความสะดวกรวดเร็วในการอ่านเป็นหลัก องค์ประกอบในหน้านี้จึงมีเฉพาะส่วนที่เป็นชื่อตอนและเลขหน้า ไม่ควรองค์ประกอบตกแต่งอื่นๆ เพราะจะทำให้หน้ากระดาษดูรกและทำให้ค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ยากขึ้น โดยใช้ตัวอักษรขนาดใกล้เคียงกันกับเนื้อเรื่องและจัดเรียงแบบเสมอหน้า ส่วนเลขหน้านั้นก็ต้องเรียงให้เป็นแนวเดียวกันทุกบรรทัด

การออกแบบหน้าสารบัญของหนังสือ มักจะออกแบบให้มีระเบียบและอ่านง่ายคำนึงถึงความสะดวกของผู้อ่านในการค้นหาเรื่องราวภายในเล่มหนังสือเป็นหลัก เพื่อให้ผู้อ่านเปิดหาได้โดยง่ายว่าเรื่องใดอยู่หน้าใด การออกแบบหน้าสารบัญของหนังสือเล่ม จึงไม่ใช่เทคนิคสร้างสรรค์ที่หวือหวาเท่าการออกแบบหน้าสารบัญของนิตยสาร

9. หน้าเนื้อเรื่อง หน้าเนื้อเรื่องในหนังสือนี้นี้เป็นส่วนที่มีเนื้อเรื่องมากที่สุด มีการแบ่งออกเป็นบทตามลำดับมากที่สุดตามแต่ผู้เขียนจะต้องการนำเสนอ อาจแบ่งในเชิงองค์ประกอบได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

9.1 หนังสือที่ไม่มีภาพประกอบหน้าเนื้อเรื่อง คือในหน้าเนื้อเรื่องทั้งหมดจะมีแต่องค์ประกอบที่เป็นตัวอักษรของข้อความเนื้อเรื่องเท่านั้น ขนาดของตัวอักษรก็จะขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และกลุ่มผู้อ่านที่ต้องการจะสื่อสารด้วย ปกติแล้วตัวอักษรที่ง่ายต่อการอ่านเป็นปริมาณมากอย่างต่อเนื่องจะอยู่ระหว่าง 14-16 พอยต์ การจัดองค์ประกอบในหน้าเนื้อเรื่องประเภทนี้มักจะเป็นแบบเรียบๆ ซ้ำๆ กันไปทุกหน้า ระบบกริดที่ใช้ก็ไม่จำเป็นจะต้องมีความซับซ้อนมาก โดยอาจใช้ระบบกริดที่ใช้กันทั่วไปก็ได้

9.2 หนังสือที่มีภาพประกอบหน้าเนื้อเรื่อง คือในหน้าเนื้อเรื่องทั้งหมดหรือบางหน้าจะมีองค์ประกอบที่เป็นภาพร่วมอยู่กับเนื้อเรื่องด้วย ตำแหน่งของภาพประกอบนี้ควรจะได้รับ

วางให้อยู่ใกล้เคียงกับเนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับภาพให้มากที่สุด นอกจากนี้การใส่คำบรรยายภาพก็จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและเสริมความเข้าใจในการอ่านเนื้อเรื่อง โดยคำบรรยายภาพก็มักจะเป็นตัวอักษรที่แตกต่างจากเนื้อเรื่อง ตำแหน่งของคำบรรยายภาพควรอยู่ใต้หรืออยู่ใกล้ภาพที่จะบรรยายให้มากที่สุด การจัดวางองค์ประกอบในหน้าเนื้อเรื่องประเภทนี้มักจะมีหลากหลายในแต่ละหน้า นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงจังหวะในการนำเสนอเนื้อหา เช่น อาจจะมีภาพใหญ่เต็มหน้าแล้วอีกสลับหน้าต่อไปเป็นเนื้อเรื่องกับภาพเล็กๆ แล้วค่อยเป็นหน้าที่มีภาพใหญ่อีกครั้งเป็นต้น การออกแบบหนังสือลักษณะนี้ให้สวยงาม นักออกแบบควรพิจารณาการใช้ระบบกริดที่ออกแบบพิเศษ เพื่อให้หนังสือมีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

การออกแบบหน้าเนื้อเรื่อง องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของหนังสือคือ ส่วนที่เป็นเนื้อเรื่อง เนื่องจากเป็นส่วนที่ผู้อ่านสนใจติดตาม และใช้ประโยชน์มากกว่าส่วนอื่น ๆ ของหนังสือ ในการออกแบบหน้าเนื้อเรื่องนี้ ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการอ่านง่ายเป็นหลัก นั่นก็คือทำอย่างไรจะให้อ่านเข้าใจเนื้อหาในหนังสือนั้นได้ดีและรวดเร็วที่สุด เช่น การออกแบบโดยใช้ขนาดตัวอักษรช่วยเน้นให้เห็นความแตกต่างระหว่างหัวข้อใหญ่กับหัวข้อย่อยเพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถึงโครงสร้างของเนื้อหาให้การย่อหน้าช่วยแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ และให้ออกแบบผู้อ่านได้พักสายตา ใช้ความหนา ความเข้ม หรือลักษณะที่แตกต่างกันของอักษรเพื่อเน้นข้อความสำคัญเป็นต้น อย่างไรก็ตาม ต้องคำนึงถึงความมีเอกภาพด้วยการรักษาแนวการออกแบบให้เป็นแนวเดียวกันตลอดเล่มหรือหากต้องการให้มีการเน้นหรือความแตกต่างบ้างก็ควรเป็นความแตกต่างที่ไม่ขัดกับแนวการออกแบบในภาพโดยรวมของหนังสือเล่มนั้น

10. หน้าภาคผนวก ภาคผนวกเป็นส่วนของหนังสือที่แยกไว้ท้ายเรื่องทั้งหมด การออกแบบหน้าภาคผนวกนี้ก็ดำเนินการเช่นเดียวกับหน้าเนื้อเรื่อง หากมีเนื้อหาจำนวนมากก็อาจลดขนาดตัวอักษรให้เล็กลงกว่าที่ใช้ในหน้าเนื้อเรื่องก็ได้เพราะไม่ใช่เนื้อเรื่องโดยตรง หากผู้เขียนเห็นว่าเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน เช่น หนังสือประเภทวิชาการ อาจใช้หน้านี้เพื่อบ่งบอกถึงที่มาต่างๆ ของข้อมูลที่ผู้เขียนใช้ในการอ้างอิง

11. หน้าเชิงอรรถ อาจจะได้มาจากหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ หรือการสัมภาษณ์บุคคลก็ได้ จะมีเฉพาะหนังสือประเภทวิชาการ

12. หน้าบรรณานุกรม หน้าบรรณานุกรมมีเฉพาะในหนังสือที่เป็นหนังสือประเภทวิชาการเท่านั้น หน้านี้ก็ไปอีกหน้าหนึ่งที่ต้องออกแบบอย่างเรียบง่าย และควรศึกษาระเบียบวิธีแสดง

บรรณานุกรมให้ถูกต้องว่าควรจะมีตัวอักษรตัวหนา ตัวเอน หรือย่อหน้าที่ใดบ้าง ขนาดตัวอักษรควรจะเป็นขนาดที่ใกล้เคียงกับตัวอักษรที่เป็นเนื้อเรื่อง

13. หน้าดชนี หน้าดชนีมักจะมีเฉพาะในหนังสือประเภทวิชาการเท่านั้น โดยอาจจะมีการเปลี่ยนลักษณะตัวอักษรเพื่อให้แยกการมองเห็น เช่น ส่วนที่เป็นชื่อใช้ตัวตรง ตามด้วยเลขหน้าที่มีชื่อเสียงเหล่านั้นปรากฏอยู่ซึ่งเป็นตัวเอน เป็นต้น ขนาดตัวอักษรควรจะเป็นขนาดเล็กกว่าตัวอักษรที่เป็นเนื้อเรื่อง

14. ปกหลัง เป็นหน้าที่อาจเว้นว่างไว้หรือใส่ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียนหนังสือ เช่น ประวัติหรือผลงานในอดีต ซึ่งอาจจะมีไว้ในปกหลังด้านในก็ได้

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและจัดทำหนังสือ

การสร้างสรรคิรูปแบบหนังสือเล่มนั้นต้องสอดคล้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้งานการผลิตหนังสือเล่มนั้นเป็นที่ประทับใจแก่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้อ่านหนังสือเล่มนั้น ซึ่งข้อควรพิจารณาดังกล่าว ได้แก่

1. เนื้อหาของหนังสือ นักออกแบบต้องรู้ว่าหนังสือที่จะออกแบบนั้นมีเนื้อหาเป็นลักษณะใด โดยทั่วไปแล้วสามารถจำแนกประเภทของหนังสือออกตามลักษณะเนื้อหาได้เป็น 2 ประเภทคือ หนังสือสารคดีและหนังสือบันเทิงคดี

หนังสือทั้งสองประเภทนี้จะมีแนวทางการออกแบบที่แตกต่างกัน กล่าวคือ หากเป็นหนังสือสารคดี แนวทางการออกแบบมักมีลักษณะเป็นทางการ มีการจัดรูปแบบที่เป็นมาตรฐาน ดูน่าเชื่อถือ ส่วนหนังสือประเภทบันเทิงคดีจะมีความเคร่งครัดน้อยกว่า อาจใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบให้มีรูปแบบน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น พิมพ์ด้วยกระดาษสาตลอดเล่ม หรือเย็บเข้าเล่มโดยใช้เชือกปอร้อย หรือหากเป็นหนังสือแนวโรแมนติกาจจัดทำกล่อง (case) หุ้มหนังสืออีกชั้นหนึ่งเพื่อไว้สำหรับมอบเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ เป็นต้น

2. ผู้อ่าน จุดมุ่งหมายสำคัญของการออกแบบหนังสือ คือดึงดูดความสนใจของผู้อ่านและช่วยให้ผู้อ่านอ่านเรื่องราวที่ปรากฏในหนังสือเล่มนั้นโดยสะดวกจนตลอดเล่ม นักออกแบบจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงผู้อ่านซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายว่ามีลักษณะอย่างไร เช่น เพศ วัย การศึกษาอาชีพ ลักษณะสังคม ฯลฯ ซึ่งเป็นปัจจัยแสดงถึงปฏิกริยาการตอบสนองและการยอมรับในหนังสือเล่มนั้น ๆ การกำหนดรูปแบบ การเลือกใช้ภาพประกอบ การเลือกใช้ตัวอักษรสำหรับข้อความต่าง ๆ จะต้องให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน เช่น งานออกแบบหนังสือสำหรับเด็ก รูปแบบของภาพและข้อความต้อง

ตรงไปตรงมา, ชัดเจน, สะดุดตาและสวยงาม ถ้าเป็นหนังสือสำหรับผู้ใหญ่ อาจนำเสนองานออกแบบในลักษณะที่มีความสลับซับซ้อนได้

อย่างไรก็ตามสิ่งที่ควรตระหนักอยู่เสมอในการออกแบบหนังสือคือ การจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ที่ปรากฏในหนังสือนั้นจะต้องไม่ขัดต่อการรับรู้ และลักษณะวัฒนธรรมจารีตประเพณีของสังคมนั้นด้วย

3. วัตถุประสงค์ในการใช้ ในการออกแบบหนังสือเล่มแต่ละครั้ง จะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการใช้งานของหนังสือเล่มนั้นๆ เป็นหลักว่า ผู้อ่านมักจะใช้หนังสือเล่มนั้นเพื่ออะไร และในลักษณะใด เมื่อเวลาออกแบบจึงต้องออกแบบให้สะดวกแก่การใช้งานเป็นสำคัญเช่น หนังสือพจนานุกรม สารานุกรม หนังสืออ้างอิง เป็นหนังสือซึ่งผู้ใช้ไม่ได้อ่านทุกหน้าหรือเรียงลำดับตั้งแต่หน้าแรกไปจนถึงหน้าสุดท้าย หากแต่ใช้สำหรับการค้นคว้าอ้างอิงโดยการเปิดหาเฉพาะส่วนที่ต้องการเท่านั้น การออกแบบจึงควรให้สะดวกแก่การค้นหาคำและความหมายที่ปรากฏอยู่ในหนังสือนั้น ส่วนหนังสือประเภทเรื่องสั้น ผู้อ่านมักจะถือติดตัวไปเพื่ออ่านในยามว่างการออกแบบรูปเล่มก็ควรให้สะดวกแก่การพกพา และมีขนาดพอเหมาะแก่การถือเปิดอ่านในที่ต่างๆ เป็นต้น

3.เอกสารที่เกี่ยวข้องเรื่องกาแฟและธุรกิจ



ภาพ 9 Coffee Cup

ที่มา <http://www.flickr.com/photos/bridge0814/10582222713/>

3.1 ประวัติของกาแฟ

การค้นพบกาแฟและการนำผลผลิตออกสู่โลกภายนอกมีตำนานเล่าขานกันมาไม่แพ้ นิทานพื้นบ้านที่เล่าสืบทอดกันมากล่าวกันว่าในต้นศตวรรษที่ 6 มีชายหนุ่มคนหนึ่งชื่อคาลดี เป็น ชาวอาบิสซีเนียหรือเอธิโอเปียในปัจจุบันหนุ่มน้อยผู้นี้มีอาชีพเลี้ยงแพะ ทุกวันเขาจะนำฝูงแพะออกไปหาอาหารกินตามทุ่งนาและตามเนินเขาต่างๆเมื่อเจอแหล่งหญ้าและพุ่มไม้ที่อุดมสมบูรณ์เขาก็ จะปล่อยให้ฝูงแพะหากินตามสบาย ส่วนตัวเขาตามประสาหนุ่มชู้ก็มักจะหาที่ร่มเพื่อนอนพักตก เย็นก็ดื่มนมฝูงแพะกลับบ้านนี่คือกิจวัตรประจำวันของเขาแม้เขาจะเป็นคนชู้ก็จริงแต่เขายังมีความดี อยู่อย่างหนึ่งคือเป็นคนช่างสังเกตวันหนึ่งเขาสังเกตเห็นความผิดปกติของฝูงแพะหลังจากที่มันไป หากินตามบริเวณเนินเขาดูเหมือนว่ามันจะกระปรี้กระเปร่าขึ้นเจ้าหนุ่มคาลดีก็เริ่มจับตาดูว่าฝูงแพะ

มันไปกินอะไรเข้าจึงเกิดอาการเช่นนี้และก็สังเกตเห็นว่ามีผลไม้ลูกเล็กๆสีแดงชนิดหนึ่งซึ่งเขาไม่เคยเห็นมาก่อนเป็นอาหารที่ฝูงแพะของเขากินจากการเฝ้าสังเกตติดต่อกันหลายวันเขาจึงสันนิษฐานว่า จะต้องเป็นผลไม้สีแดงนี้แน่ที่เป็นสาเหตุให้ฝูงแพะกระปรี้กระเปร่าขึ้น เพื่อความแน่ใจเขาจึงเด็ดผลไม้ชนิดนี้ติดตัวกลับบ้านและทดลองกินดูเขาก็เลยกลายเป็นหนุ่มคนแรกที่ได้ลิ้มรสชาติของผลไม้พิเศษที่มีชื่อเรียกกันภายหลังว่า "กาแพ" นับว่าเป็นโชคดีของชาวโลกที่เจ้าหนุ่มศาลดีไม่ได้เก็บการค้นพบโดยบังเอิญนี้ไว้คนเดียว เขานำสิ่งที่พบไปเล่าให้นักบวชที่อยู่ในหมู่บ้านฟังความที่เป็นพระและมีความรู้ทางสมุนไพรพระรูปนี้จึงได้นำผลไม้ลูกเล็กๆสีแดงนี้ไปลอกเปลือกออกและนำไปตากแห้งจากนั้นนำไปต้มน้ำดื่มเป็นน้ำสมุนไพรและสังเกตความเปลี่ยนแปลงของตนเอง ก็พบว่าความง่วงหงาวหาวนอนในระหว่างที่สวดมนต์ตอนเย็น ได้หายไปและมีความกระปรี้กระเปร่าเข้ามาแทนที่ ทำให้การสวดมนต์สรรเสริญพระเจ้าในตอนเย็นมีชีวิตชีวาขึ้น และจากที่วัดนี้เองการดื่มผลไม้ลูกเล็กๆสีแดงที่เรียกว่า"กาแพ" ก็ได้แพร่หลายออกไปสู่บริเวณใกล้เคียง

จากการค้นพบครั้งแรกในศตวรรษที่ 6 เรื่อยมาจนถึงศตวรรษที่ 16 การดื่มกาแพและขายเมล็ดพันธุ์ยังคงจำกัดอยู่ในวงแคบและอยู่ในมือของชาวอาหรับเท่านั้นชาวอาหรับหวงแหนเมล็ดกาแพมากและเก็บเป็นความลับสุดยอด

เมล็ดกาแพที่จะส่งออกไปจำหน่ายให้พ่อค้าจะต้องผ่านการต้มสุกเสียก่อนเพื่อป้องกันการนำไปขยายพันธุ์แต่ในที่สุดเมล็ดกาแพที่เป็นของหวงแหนของชาวอาหรับก็ถูกมือดีชาวอินเดียลักลอบนำออกไปสู่โลกภายนอกจนได้

ในระหว่างเดินทางกลับจากการไปแสวงบุญที่กรุงเมกกะนายบาบาบูดาน ผู้มีถิ่นพำนักอยู่ที่ไมซุทางภาคกลางของประเทศอินเดียได้ลักลอบนำผลกาแพสุกสีแดง 6-7 เมล็ด ซุกไว้ที่ผ้าคาดเอวและนำมาปลูกที่หลังบ้านของเขาเมื่อผลกาแพที่เพาะเจริญเติบโตขึ้นนายบาบา บูดานก็ได้แบ่งต้นกล้าที่เพาะได้ต้นหนึ่งให้แก่พ่อค้าชาวดัตช์นำไปทดลองปลูกที่เกาะชวาและประสบผลสำเร็จ พ่อค้าชาวดัตช์จึงได้นำพันธุ์มาปลูกที่สวนพฤกษชาติในกรุงอัมสเตอร์ดัม ต้นกล้าในสวนพฤกษชาติแห่งนี้จึงกลายเป็นต้นพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ของกาแพในยุโรป ส่วนต้นกล้าของนายบาบาบูดานก็กลายเป็นต้นพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ของต้นกาแพในอินเดีย

การขยายพันธุ์ไปยังทวีปอเมริกา นั้นมีตำนานเล่าว่าในปีค.ศ. 1723 มีทหารเรือชาวฝรั่งเศส ชื่อกาเบรียลแมทธิวเดอควิ ได้อุทิศสำหรับทะนุถนอมต้นกาแฟ 6 ต้นที่เขานำลงเรือมาด้วยในระหว่างเดินทางจากยุโรปไปยังทวีปอเมริกา เขายอมสละน้ำใจของเขา มารดต้นกล้ากาแฟเพื่อไม่ให้มันตาย แต่มันก็ตายไปที่ละต้นและเมื่อเรือเดินทางมาถึงเมืองท่ามาร์ตีนิกในหมู่เกาะแคริบเบียน เขาก็เหลือต้นกล้าที่รอดตายเพียงต้นเดียว เขาเฝ้าทะนุถนอมต้นกาแฟที่รอดตายนี้ดูจ้ะในหินและสามปีต่อมา ต้นกาแฟต้นนี้ก็เริ่มผลิตดอกออกผล 50 ปีให้หลังก็ได้ขยายพันธุ์ไปมากกว่า 20 ล้านต้นและต่อมาอีก 250 ปี ดินแดนแห่งนี้ก็ได้กลายเป็นดินแดนที่ปลูกกาแฟมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก

3.2 เมล็ดพันธุ์กาแฟ

ในโลกนี้กาแฟมีหลากหลายพันธุ์หลายชนิดที่ถูกค้นพบแต่ที่นิยมปลูกและมีขายกันโดยทั่วไปมีอยู่ 2 พันธุ์คืออราบิก้าและโรบัสต้าซึ่งกาแฟสองชนิดนี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน

อราบิก้าเป็นสายพันธุ์ที่นิยมปลูกและบริโภคกันมากที่สุดในโลกมีปริมาณการผลิตถึง 80 เปอร์เซ็นต์ในตลาดกาแฟโลกแต่จะมีจำนวนเพียง 1 ใน 8 เท่านั้นที่เป็นกาแฟที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับกาแฟชนิดนี้ให้ผลผลิตที่มีคุณภาพและปริมาณสารกาแฟชั้นดีมีกลิ่นและรสชาติดีที่สุดเมล็ดพันธุ์อราบิก้าจะมีรูปทรงค่อนข้างเรียวยาวอมรอยผ่าได้กลางมีลักษณะคล้ายตัว S เมื่อผ่านกระบวนการผลิตแล้วกาแฟพันธุ์นี้จะมีกลิ่นหอมหวานอบอวลซับซ้อนคล้ายกลิ่นช็อกโกแลตและดอกไม้รสชาตินุ่มละมุนมีปริมาณคาเฟอีนประมาณ 1.1 - 1.7 เปอร์เซ็นต์หรือประมาณครึ่งหนึ่งของพันธุ์โรบัสต้าในปริมาณเท่ากันดินแดนอเมริกาใต้ถือได้ว่าเป็นเจ้าแห่งการปลูกกาแฟพันธุ์อราบิก้าในศตวรรษนี้โดยเฉพาะประเทศบราซิลเรียกได้ว่าเป็นอันดับหนึ่งในการส่งออกถัดมาคือประเทศโคลัมเบียกาแฟอราบิก้าชอบความเย็นเจริญเติบโตและให้ผลผลิตดีในพื้นที่ที่มีระดับความสูงตั้งแต่ 800 - 2,000 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล



ภาพ 10 Red Coffee

ที่มา <http://www.pinterest.com/pin/308778118171806857/>

ในประเทศไทยบนเขาสูงในจังหวัดทางภาคเหนือเช่นเชียงใหม่ เชียงราย ตาก ลำปาง จึงเป็นแหล่งที่ดีในการปลูกกาแฟพันธุ์อราบิก้า

โรบัสต้าเป็นกาแฟพันธุ์ที่ต้องการความชุ่มชื้นสูงปลูกง่ายให้ปริมาณผลผลิตมากนิยมปลูกกันมากในทวีปอาฟริกาและเอเชียสามารถปลูกในพื้นที่ที่มีระดับความสูงตั้งแต่ 500 – 600 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลสำหรับประเทศไทยนิยมปลูกกันทางภาคใต้เช่นที่จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช เมล็ดพันธุ์ของโรบัสต้าจะอวบอ้วนด้านหลังมีลักษณะนูนเป็นหลังเต่ารอยผ่าได้ กลางเมล็ดจะเป็นเส้นค่อนข้างตรงกาแฟสายพันธุ์นี้กลิ่นไม่หอมหวานอบอวลไม่ซับซ้อนรสชาติฝาดกว่าพันธุ์อราบิก้าและมีปริมาณคาเฟอีนสูงกว่า 1 – 2 เท่าตัวหรือประมาณ 2 – 4.5 เปอร์เซ็นต์ถึงแม้ว่าจะให้รสชาติดียกว่ามีรสฝาดมากกว่าแต่บดดีของกาแฟพันธุ์นี้จะมีมากกว่าสามารถรับรู้ได้ เวลาดื่มส่วนใหญ่จะนำมาผลิตเป็นกาแฟสำเร็จรูปหรือนำมาผสมกับกาแฟพันธุ์อราบิก้าเพื่อให้ได้รสชาติที่แตกต่างออกไป

นอกจากนี้ยังมีพันธุ์กาแฟที่อาจพบได้อีก 2 สายพันธุ์คือลิเบอริก้า (Liberica) และเอ็กซ์เซลซ่า (Excelsa) แต่กาแฟทั้ง 2 สายพันธุ์นี้ไม่เป็นที่นิยมในการค้าเนื่องจากรสชาติไม่ค่อยดีนัก



ภาพ 11 Coffee beans

ที่มา <http://www.pinterest.com/pin/213428469813731954/>

3.3 กระบวนการผลิตเมล็ดกาแฟ

เมล็ดกาแฟเป็นผลผลิตอันทรงคุณค่าที่ในแต่ละปีต้นกาแฟจะสามารถให้ผลผลิตได้เพียงปีละ 1 ครั้งเท่านั้น ระยะเวลาตั้งแต่ออกดอกสีขาวบานสะพรั่งจนกระทั่งกลายเป็นผลกาแฟสุกสีแดงอร่ามไปทั่วต้นนั้น กินเวลานานถึง 10 เดือนโดยประมาณ ผลกาแฟสุกสีแดงอร่ามนั้นมักเรียกกันว่าผลเชอร์รี่กาแฟชาวไร่จะเลือกเก็บผลเชอร์รี่เฉพาะผลที่มีสีแดงจัดเท่านั้นแล้วนำมาแปรรูปเป็นเมล็ดกาแฟดิบหรือที่นิยมเรียกกันว่าสารกาแฟขบวนการในการแปรรูปจากผลเชอร์รี่มาเป็นสารกาแฟนั้นมีอยู่ด้วยกัน 2 วิธีคือวิธีการแบบเปียกหรือ Wet Method และวิธีการแบบแห้งหรือ Dry Method

วิธีการแบบเปียกหรือ Wet Method

วิธีการแปรรูปแบบเปียกนั้นใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์มีขั้นตอนมากต้นทุนสูงแต่จะได้สารกาแฟที่มีคุณภาพและรสชาติดีนิยมนำมาใช้กับกาแฟพันธุ์อาราบิก้า

กรรมวิธีนี้เริ่มต้นจากการนำผลเชอร์รี่ที่เก็บได้มาปอกเปลือกออกซึ่งจะต้องทำในวันเดียวกันกับที่เก็บผลเชอร์รี่เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้ผลเชอร์รี่นั้นเน่าเสียก่อน จากนั้นต้องทำการกำจัดเมือกที่ติดอยู่ออกไปโดยนำไปแช่น้ำและหมักไว้ประมาณ 24 – 36 ชั่วโมง ก่อนที่จะล้างด้วยน้ำสะอาดแล้วนำไปตากแดดให้แห้งบนลานซีเมนต์ หรือตากในตะแกรงที่ทำด้วยตาข่ายและยกให้สูงขึ้นจากพื้นดินเพื่อให้ความชื้นระบายออกได้มากยิ่งขึ้น

กว่าเมล็ดกาแฟจะแห้งดีต้องใช้เวลาประมาณ 7 วันกาแฟที่ได้ในขั้นตอนนี้เรียกว่ากาแฟกะลา เนื่องจากยังมีเปลือกแข็งห่อหุ้มเมล็ดกาแฟอยู่จากนั้นจะต้องนำไปสีเอากะลาออกจึงจะได้เป็นสารกาแฟหรือเมล็ดกาแฟดิบที่เราเห็นกันทั่วไป

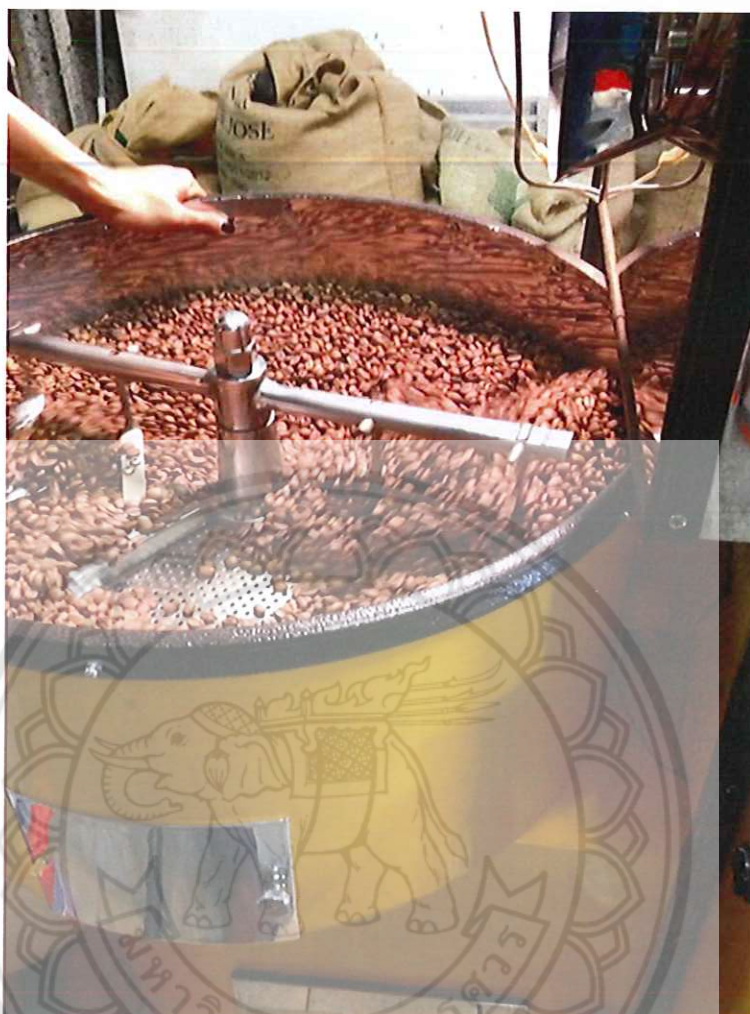
วิธีการแบบแห้งหรือ Dry Method

วิธีการแปรรูปแบบแห้งนั้นง่ายต้นทุนต่ำมีความยุ่งยากน้อยกว่าแบบเปียกแต่จะใช้เวลานานกว่า และสารกาแฟที่ได้เมื่อเปรียบเทียบกับกรรมวิธีแบบเปียกแล้วคุณภาพจะดีน้อยกว่ากรรมวิธีนี้เหมาะกับการผลิตสารกาแฟในปริมาณมาก ๆ นิยมใช้กับกาแฟพันธุ์โรบัสต้า

ขั้นตอนการทำคือนำผลเชอร์รี่ที่เก็บได้มาตากบนลานในระหว่างวันต้องหมั่นไถกลับด้านเพื่อให้เมล็ดกาแฟแห้งอย่างทั่วถึง ซึ่งต้องใช้เวลาประมาณ 15 วันหรือจนกว่าจะแห้งดีเมื่อเมล็ดกาแฟแห้งดีแล้วจะต้องนำไปสีเอาเปลือกแห้งออกจึงจะได้สารกาแฟแบบที่เห็นกัน

สารกาแฟที่ผลิตโดยกรรมวิธีนี้จะมีคุณภาพต่ำกว่าสารกาแฟที่ผลิตโดยกรรมวิธีแบบเปียก เพราะในช่วงระหว่างการตากที่ผลเชอร์รี่กาแฟยังไม่แห้งดีนั้นจะเกิดการหมักตัวของเมือกที่อยู่ภายในผลเชอร์รี่อันมีผลทำให้กลิ่นและรสของสารกาแฟที่ได้ด้อยลง

เนื่องจากกาแฟมีคุณสมบัติไวต่อการดูดกลืนการตากกาแฟไม่ว่าจะเป็นกรรมวิธีแบบเปียกหรือแบบแห้งจึงไม่ควรตากบนลานดินเพราะกลิ่นของสารกาแฟที่ผลิตได้จะมีกลิ่นดินปนอยู่ด้วยซึ่งมีผลทำให้คุณภาพของสารกาแฟที่ได้ลดลงไป



ภาพ 12 การคั่วเมล็ดกาแฟ

ที่มา <http://www.sainampingcoffee.com/roasting.html>

3.3.1 การคั่ว

การคั่วกาแฟคือกระบวนการที่ทำให้เมล็ดกาแฟอุณหภูมิสูงขึ้นจากระดับอุณหภูมิห้องไปจนถึง 200 – 230 องศาเซลเซียสหรือประมาณ 400 – 450 องศาฟาเรนไฮต์

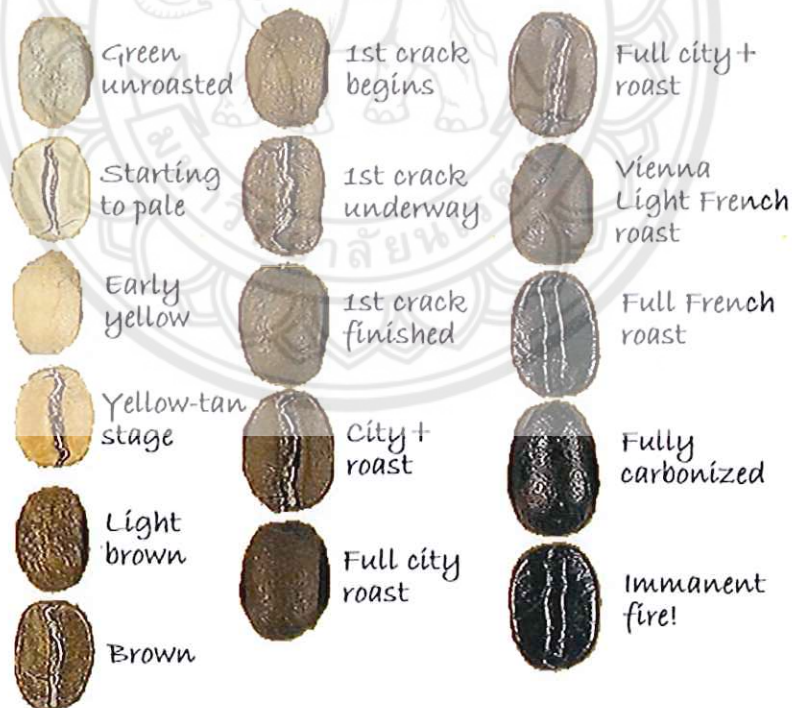
ในระหว่างการคั่วน้ำและความชื้นที่อยู่ภายในเมล็ดกาแฟจะถูกไล่ออกไปทำให้สีของเมล็ดกาแฟเริ่มเปลี่ยนจากสีเขียวแห้ง ๆ เป็นสีเขียวมันเงาแล้วกลายเป็นสีน้ำตาลชืดจากนั้นจะค่อย ๆ เข้มขึ้นตามลำดับหากคั่วจนเข้มมาก ๆ น้ำมันที่อยู่ภายในเมล็ดกาแฟจะหลั่งออกมาและเคลือบเมล็ดกาแฟจนเป็นเงามัน

เมล็ดกาแฟที่คั่วสุกแล้วน้ำหนักจะเบาขึ้นประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์เนื่องจากน้ำและความชื้นถูกไล่ออกไปแต่จะมีขนาดใหญ่ขึ้นประมาณ 1 เท่าตัวเลยทีเดียวยิ่งคั่วเข้มมากน้ำหนักก็จะหายไปมากแต่ขนาดก็จะใหญ่มากขึ้น

เครื่องคั่วกาแฟนั้นมีหลายแบบหลายขนาดตั้งแต่เครื่องคั่วขนาดเล็กแบบที่ใช้ได้ตามบ้านหรือห้องทดลองไปจนถึงขนาดกลางและขนาดใหญ่แบบที่ใช้ในร้านหรือโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งมีทั้งแบบที่ใช้ความร้อนโดยตรงหรือแบบที่ใช้อากาศร้อนเป็นตัวทำให้เมล็ดกาแฟสุก

ผู้คั่วหรือผู้ควบคุมเครื่องคั่ว (Roast Master) ต้องมีความเชี่ยวชาญในการดูสีหรือเทียบสีของเมล็ดกาแฟที่คั่วได้และจะต้องทราบถึงคุณสมบัติของเมล็ดกาแฟแต่ละชนิดเป็นอย่างดีจึงจะได้เมล็ดกาแฟคั่วที่มีคุณภาพและรสชาติตามที่ต้องการ

ในขั้นตอนการคั่วสีของเมล็ดกาแฟเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะโดยส่วนใหญ่เราจะใช้สีของเมล็ดกาแฟที่คั่วแล้วเป็นตัวแบ่งระดับความเข้มของกาแฟ ซึ่งหมายถึงการบ่งบอกคุณสมบัติและรสชาติของกาแฟด้วยเช่นกัน



ภาพ 13 ระดับความเข้มของเมล็ดกาแฟคั่ว

ที่มา www.pinterest.com/pin/264656915575579673/

การแบ่งระดับความเข้มของกาแฟด้วยสีนั้นไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวในแต่ละระดับจะมีความแตกต่างกันไปโดยทั่วไปแล้วจะแบ่งออกเป็น 4 ระดับ

ระดับแรกสุดคือระดับอ่อนหรือ Light Roast มีชื่อเรียกต่าง ๆ เช่น Half City หรือ Cinnamon Roast กาแฟที่คั่วระดับนี้จะมีสีน้ำตาลอ่อนคล้ายสีของซินนามอนหรืออบเชยนั่นเอง การคั่วระดับนี้เรียกได้ว่าเป็นระดับการคั่วที่คงความหอมและคุณสมบัติดั้งเดิมของกาแฟไว้ได้มากที่สุด ส่วนใหญ่แล้วจะมี Acidity หรือความเปรี้ยวสดชื่นสูงและมีรสฝาดอยู่มาก

ระดับปานกลางหรือ Medium Roast ซึ่งในบางครั้งจะมีผู้เรียกว่า Full City บ้างหรือ American บ้างเมล็ดกาแฟจะมีสีน้ำตาลเข้มปานกลางให้รสชาติขมปนหวานมีความเปรี้ยวเล็กน้อย เป็นระดับการคั่วที่ให้ความกลมกล่อมของกลิ่นและรสชาติของกาแฟได้ดีที่สุด

ระดับเข้มหรือ Dark Roast และยังมีชื่อเรียกอื่น ๆ อีกเช่น Continental Roast หรือ Vienna Roast เมล็ดกาแฟที่คั่วในระดับนี้จะมีสีน้ำตาลค่อนข้างเข้มมีรสชาติขมปนหวานเล็กน้อยแต่ไม่เปรี้ยวมีกลิ่นของกาแฟคั่วปนกับกลิ่นหอมของกาแฟแท้ ๆ

สุดท้ายคือระดับเข้มมากหรือ Very Dark Roast ซึ่งยังเรียกกันไปต่าง ๆ อีกเช่น French Roast , Italian Roast หรือ Espresso เมล็ดกาแฟจะมีสีน้ำตาลเข้มเกือบดำมีน้ำมันเคลือบอยู่จนมันเป็นเงารสชาติค่อนข้างขมมีความหวานอยู่บ้างเล็กน้อยไม่มีความเปรี้ยวหลงเหลืออยู่เลยและมีกลิ่นกาแฟคั่วที่ฉุนกว่าระดับอื่น

3.3.2 การบด

ความละเอียดของกากที่ได้จากการบดมีผลอย่างมากต่อรสชาติ ยิ่งบดกาแฟละเอียดเท่าไร ก็จะได้รสชาติที่เข้มข้นและครบบริบูรณ์มากขึ้นเท่านั้นเหตุผลหลักที่บางคนไม่บดละเอียดมากนักคือเพื่อไม่ให้กากสามารถผ่านตัวกรองชนิดหยาบๆ ออกไปได้ การผลิตกาแฟพร้อมชงมีสาวิธิตัวด้วยกัน



ภาพ 14 Espresso machine and Coffee grinder

ที่มา http://www.appliancist.com/espresso_machines

การโม่ : กดเมล็ดโดยใช้อุปกรณ์หมุนสองตัวใช้การหมุนเพื่อให้เมล็ดแตก วิธีนี้มีความเสียงน้อยที่เมล็ดจะไหม้เครื่องบด

อาจมีลักษณะเป็นแบบล้อหรือแบบกรวย โดยที่แบบกรวยจะทำงานได้เงียบกว่าและมีโอกาสเกิดการอุดตันน้อยกว่า

- ตัวโม่แบบกรวย ช่วยรักษากลิ่นส่วนใหญ่ไว้ได้ และสามารถบดได้ละเอียดมาก อีกทั้งกากที่ได้ก็จะมีกลิ่นละเอียดสม่ำเสมออีกด้วย โม่ที่ทำจากเหล็กซึ่งมีการออกแบบที่ยุ่ยากซับซ้อน อาจทำให้ลดประสิทธิภาพของเฟืองลง ส่งผลให้การบดทำได้ช้าลง ยิ่งการบดช้าลงเท่าไร ก็ยิ่งมีความร้อนเข้าไปในกากกาแฟน้อยลงเท่านั้นด้วยเหตุนี้จึงสามารถรักษากลิ่นไว้ได้อย่างดีเนื่องจากสามารถปรับความละเอียดได้หลายระดับมา การบดวิธีนี้จึงเหมาะกับกาแฟทุกประเภท ทั้งแบบที่ทำด้วยเครื่องชงเอสเพรสโซ (Espresso) แบบหยด (Drip) แบบใช้เครื่องต้มให้น้ำซึมเข้า และแบบเฟรนช์เพรส (French Press) เครื่องโม่แบบกรวยที่คุณภาพดียังสามารถบดให้ละเอียดเป็นพิเศษสำหรับใช้ในการทำกาแฟแบบตุรกี ความเร็วในการบดโดยทั่วไปไม่เกิน 500 รอบต่อนาที

- เครื่องไม่ประเภทจันทมน สามารถบดได้รวดเร็วกว่าแบบกรวย(10,000 ถึง 20,000 รอบต่อนาที) และจะส่งผลให้มีความร้อนเข้าไปในกาแฟเล็กน้อย เครื่องแบบนี้เป็นวิธีที่ประหยัดที่สุดในการผลิตกากละเอียดสม่ำเสมอที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายแบบกากแบบนี้เหมาะสมมากกับเครื่องชงเอสเพรสโซ่แบบปั๊มไปตามบ้าน อย่างไรก็ตามมันไม่สามารถบดให้ละเอียดได้เท่ากับเครื่องแบบกรวย

การสับ : 'เครื่องบด' สมัยใหม่มักใช้วิธีการหันเมล็ดกาแฟออกเป็นชิ้นๆ ถึงแม้จะให้ผลเหมือนกับการบดดีๆ โดยทั่วไป คนที่พิถีพิถันมักตำหนิว่าวิธีนี้ให้กาแฟคุณภาพสู้วิธีแบบเก่าไม่ได้

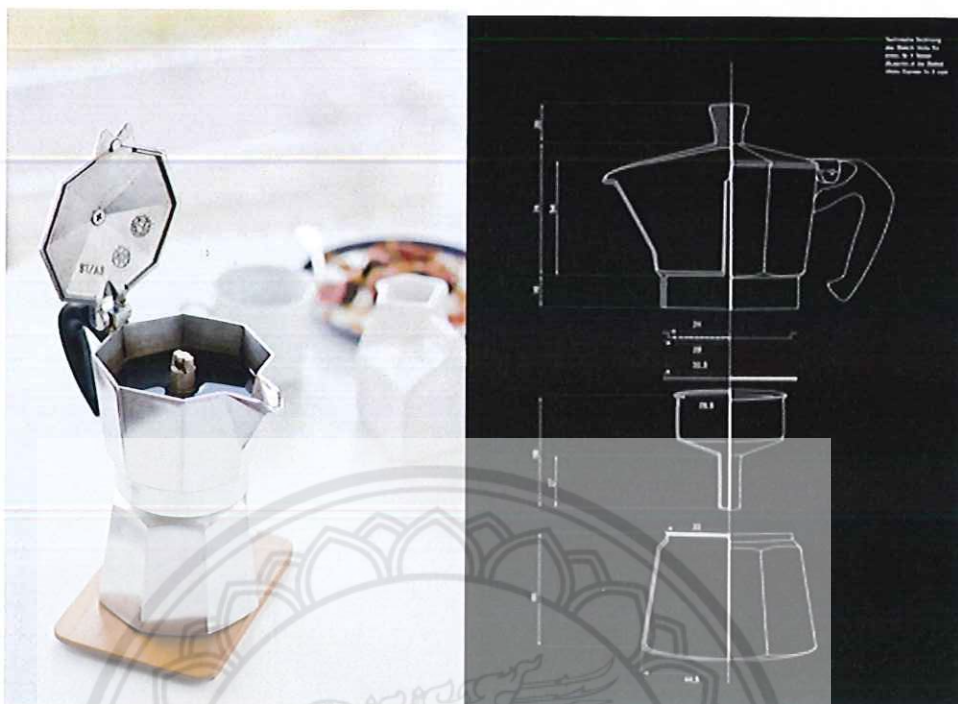
- เครื่องบดแบบโบริมิต "ปั่น" เมล็ดให้ละเอียดโดยใช้โบริมิตหมุนด้วยความเร็วสูง(20,000 ถึง 30,000รอบต่อนาที) กากกาแฟที่ได้จะไม่ละเอียดสม่ำเสมอ และจะได้รับความร้อนมากกว่าการใช้เครื่องไม่ เครื่องบดโบริมิตจะก่อให้เกิด "ฝุ่นกาแฟ" ซึ่งอาจทำให้ตะแกรงร้อนของเครื่องชงเอสเพรสโซ่และ เครื่องชงเฟรนช์เพรสเกิดการอุดตันได้ ดังนั้นเครื่องบดแบบนี้ จึงเหมาะสมกับเฉพาะเครื่องชงแบบหยด และมันยังสามารถใช้บดเครื่องเทศและสมุนไพรได้เป็นอย่างดี เครื่องชนิดนี้ไม่ควรใช้กับเครื่องชงเอสเพรสโซ่แบบปั๊ม

การบดเป็นผง : กาแฟตุรกีใช้การละลายผงกาแฟซึ่งถูกบดจนแทบจะเป็นฝุ่นด้วยการตำครกวิธี การนี้ให้กากซึ่งละเอียดเกินไปสำหรับการทำกาแฟแบบอื่นๆ

3.3.3 การชง การชงกาแฟมีหลากหลายวิธี ซึ่งสามารถแบ่งเป็นประเภทตามการให้น้ำกับ กากกาแฟ ได้สี่ประเภทหลักๆดังนี้

การต้มเดือด :

- กาแฟตุรกี วิธีการดั้งเดิมในการชงกาแฟ ซึ่งยังคงใช้อยู่ในตะวันออกกลาง แอฟริกาเหนือ ตุรกี และกรีซได้แก่การต้มผงกาแฟละเอียดเข้ากับน้ำในหม้อคอคอด ซึ่งเรียกว่าโอบริกใน ภาษาอารบิก, เซสฟ์ ในภาษาตุรกี, และเซสวาในภาษาเซอร์โบ-โครเอเชีย และปล่อยให้เดือดเล็กน้อยบางครั้งก็จะเติมน้ำตาลเข้าไปในหม้อด้วยเพื่อเพิ่มรสหวาน และยังเพิ่มรสและกลิ่นด้วย ผลที่ได้คือกาแฟเข้มข้นถ้วยเล็กๆ มีฟองอยู่ข้างบนและกากกาแฟกองหนาเหมือนโคลนอยู่ที่ก้น



ภาพ 15 Moka pot

ที่มา <http://www.pinterest.com/pin/11822017745168195/>

การใช้ความดัน :

- เอสเพรสโซ ถูกชงด้วยน้ำเดือดอัดความดัน และมักเป็นพื้นฐานนำไปผสมกาแฟหลายๆชนิด หรือไม่ก็เสิร์ฟเปล่าๆ ก็ได้(มักจะเป็นหลังจากมื้อค่ำ) กาแฟชนิดนี้เป็นหนึ่งในประเภทที่แรงที่สุดที่ดื่มกันโดยทั่วไปและมีรสชาติและความมัน(crema)ที่เป็นเอกลักษณ์
- เครื่องชงกาแฟแบบใช้น้ำร้อนซึม (หรือหม้อม็อคค่า) มีลักษณะแบ่งออกเป็นสามส่วน โดยส่วนล่างใช้สำหรับต้มน้ำ เพื่อให้ไอลอยขึ้นไปยังกากกาแฟซึ่งอยู่ในส่วนตรงกลางน้ำกาแฟที่ได้ซึ่งมักมีความเข้มข้นระดับเดียวกับเอสเพรสโซ จะถูกเก็บอยู่ในส่วนบนสุด ส่วนที่มักวางติดกับเครื่องช้อนหรือเตา เครื่องบางแบบยังอาจมีฝา 5 แก้วหรือพลาสติกใสเพื่อเอาไว้ดูกาแฟตอนที่มันลอยขึ้นข้างบน

การใช้แรงโน้มถ่วง

- การชงแบบหยด(หรือแบบกรอง) เป็นการหยดน้ำร้อนผ่านกากกาแฟที่วางอยู่ในที่กรอง (อาจเป็นกระดาษ หรือโลหะเจาะรู) ความเข้มข้นอยู่กับสัดส่วนระหว่างน้ำกับกาแฟ แต่โดยปกติแล้วจะไม่เข้มข้นเท่าเอสเพรสโซ

- เครื่องชงกาแฟแบบใช้น้ำร้อนซึมประเภทที่สอง ก็เป็นแบบที่ใช้แรงโน้มถ่วงดึงให้น้ำไหลผ่านกากกาแฟแต่ให้ความเข้มข้นมากกว่า

การจุ่ม

- เฟรนช์เพรส (เป็นกระบอกแก้วที่สูงและแคบ ประกอบด้วยลูกสูบที่มีตัวกรอง กาแฟและน้ำร้อนจะถูกผสมกันในกระบอก(ประมาณ2-3นาที)ก่อนที่ตัวลูกสูบ ซึ่งอยู่ในรูปพอยล์โลหะจะถูกกดลงเพื่อให้เหลือแต่น้ำกาแฟอยู่ข้างบนพร้อมเสิร์ฟ



ภาพ 16 French Press

ที่มา <http://www.pinterest.com/pin/312296555381944182/>

- **ถุงกาแฟ** (ลักษณะเดียวกับถุงชา) เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมน้อยกว่าการใช้ถุงชงชา มาก เนื่องจากมันมีขนาดใหญ่กว่ามาก (ปริมาณกาแฟที่ต้องใส่เข้าไปในถุงมากกว่าปริมาณชา มาก)

กาแฟทุกแบบที่ได้กล่าวมานี้ต่างใช้กากกาแฟชงกับน้ำร้อน กาแฟอาจถูกปล่อยค้างอยู่หรือไม่ก็ถูกรองออกไปแต่ละวิธีต่างต้องการความละเอียดของการบดแตกต่างกันไป

เครื่องทำกาแฟแบบไฟฟ้าสามารถต้มน้ำและชงผงที่ละลายได้ โดยไม่ต้องพึ่งคนมากนัก และบางประเภทก็มีตัวตั้งเวลาด้วย พวกที่ดื่มกาแฟอย่างจริงจังมักจะรังเกียจวิธีการที่สะดวกสบาย แบบนี้ ซึ่งมักจะทำให้สูญเสียรสชาติและกลิ่นที่ดีไป คนกลุ่มนี้มักจะโปรดปรานกาแฟที่เพิ่งบด ใหม่ ๆ และวิธีการชงแบบดั้งเดิมมากกว่า

การคั่วเมล็ดกาแฟ (Coffee Roast) หมายถึงการนำเมล็ดกาแฟดิบมาผ่านความร้อนหรือ พ้อไอน้ำร้อน

ภายในถังคั่ว โดยใช้อุณหภูมิตั้งแต่ 120-300 องศาเซลเซียส ซึ่งการคั่วเมล็ดกาแฟแบ่งเป็น 3 แบบ

3.3.4 การคั่วเมล็ดกาแฟ

1. การคั่วอ่อน (Light Roast)

หรือเรียกอีกอย่างว่า Cinnamon Roast หรือ Light Chocolate เป็นการคั่วแบบอ่อนที่สุด โดยเมล็ดกาแฟดิบจากสีชาว หรือ เขียวอมเทาเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลปานกลาง และไม่มีน้ำมัน เกาะติดเมล็ดกาแฟการคั่วแบบนี้จะให้ความเป็นกรดสูงและมีความเข้มข้นน้อย การคั่วแบบนี้ ได้แก่ Blue Mountain, Mocca Coffee

2. การคั่วกลาง (Medium Roast หรือ

(City and Full City Roast) เป็นการคั่วเมล็ดกาแฟดิบจากสีชาวหรือเขียวอมเทา เป็นสีน้ำตาลที่เข้มขึ้น กว่าสีอบชวย โดยจะเห็นเมล็ดกาแฟมีลักษณะ เป็นผิวมันเหมือนผ้าแพร แต่ ยังไม่มีน้ำมันเกาะติด ซึ่งการคั่ว แบบนี้ ได้แก่ American Coffee, Irish Coffee, Java Coffee, Bracilian Coffee

3. การคั่วแบบเข้ม (Dark Roast)

เป็นการคั่วแบบที่เข้มขึ้นโดยสีของเมล็ดกาแฟดิบจากสีเขียวหรือเขียวอมเทาจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลแก่ จนถึงน้ำตาลดำ เมล็ดกาแฟจะมีน้ำมันเกาะติดตั้งแต่ก่อนเมล็ดกาแฟจนถึงทั่ว เมล็ดกาแฟ ซึ่งมีการคั่วจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันเช่น Vienna Roast, Italian Roast (Espresso), French Roast อุณหภูมิที่ใช้ 250-300 องศาเซลเซียส

3.3.5 สูตรการชงกาแฟ

การชงกาแฟสดให้รสชาติดี มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ

- เมล็ดกาแฟต้องเลือกที่คั่วใหม่ที่ดีที่สุดคือ วันที่ 2 หลังจากคั่วเสร็จและไม่เกิน 21 วัน นับจากวันที่คั่ว
- เครื่องชงกาแฟได้ มาตรฐาน แรงดันไม่น้อยกว่า 15 บาร์ ซีตชงกาแฟมีขนาดใหญ่ระดับมาตรฐาน
 - น้ำที่ใช้ชงกาแฟต้องเป็นน้ำสะอาด ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น ไม่มีรส และไม่ใช่น้ำกะด้าง
 - ต้อง बदกาแฟใหม่ทุกครั้งที่ชงกาแฟ ไม่ควรใช้ผงกาแฟที่บดไว้แล้ว นานเกิน 3 ชั่วโมง

กาแฟ เอสเปรสโซ่ (ขนาดแก้ว : 2 ออนซ์)

ใช้ ผงกาแฟ 1 ซีต (8 กรัม) ชง น้ำกาแฟให้ได้ระดับ 2/3 ของแก้วเสิร์ฟให้ลูกค้าเลือกเติมน้ำตาลหรือครีมเอง โดยปกติคนดื่ม กาแฟชนิดนี้จะไม่เติมอะไรเลยแต่ก็ควรมีน้ำตาลชองและครีมชอง เผื่อไว้ให้

กาแฟลาเต้ (ขนาดแก้ว : 4 ออนซ์)

ใช้ ผงกาแฟ 1 ซีต (8 กรัม) ชง น้ำกาแฟให้ได้ระดับ 1/3 ของแก้วอุ่นนมร้อน แล้วจึงเทนมร้อน ลงแก้วให้ได้ระดับเกือบๆเต็มแก้วเสิร์ฟให้ลูกค้าเติมน้ำตาลหรือ ครีมเอง

กาแฟมีอคค่า (ขนาดแก้ว : 4 ออนซ์)

ใช้ ผงกาแฟ 1 ซีต (8 กรัม) ชง น้ำกาแฟให้ได้ระดับ 1/3 ของแก้ว แล้วเติมผงโกโก้ 1 ช้อนชาอุ่นนมร้อน แล้วจึง เทนมร้อน ลงแก้วให้ได้ ระดับเกือบๆ เต็มแก้ว เสิร์ฟให้ลูกค้าเติมน้ำตาลหรือครีมเอง

กาแฟร้อนคาปูชิโน (ขนาดแก้ว : 4 ออนซ์)

ก่อนชงต้องทำฟองนมให้ฟูได้ที่ก่อนแล้วจึงชงกาแฟ ใช้ ผงกาแฟ 1 ช้อนต (8 กรัม) ชงน้ำกาแฟให้ได้ระดับ 1/3 ของแก้ว แล้วจึงเทนมร้อนลงแก้วให้ได้ระดับ 2/3ของแก้วแล้วจึงใช้ช้อนตักฟองนมที่เหลือเติมให้ เต็มแก้ว ให้พูนเล็กน้อยเสิร์ฟให้ลูกค้าเลือกเติมน้ำตาลเองเมนูนี้ ควรเตรียม ผงอบเชยป่น(ซินนามอน)หรือผงโกโก้ให้ลูกค้าเผื่อต้องการ โรยหน้าเพื่อเพิ่มความหอมด้วย



ภาพ 17 Coffee menu

ที่มา <http://www.espressomachinereviews.org>

3.3.6 ประโยชน์ของกาแฟ

นับตั้งแต่สมัยโบราณ คนเรารู้จัก "กาแฟ" มาเป็นระยะเวลากว่าพันปีแล้วจวบจนปัจจุบัน กาแฟนับเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมยิ่งและนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก แต่จะมีอีกกี่คนที่ทราบว่านอกจากรสละมุนลิกล้าแล้ว หากรับประทานในปริมาณที่เหมาะสม "คาเฟอีน" ในกาแฟมีประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจในหลายด้านด้วยกัน

คาเฟอีนกระตุ้นให้สมองตื่นตัว ซึ่งจะเร่งความเร็วของการประมวลผลข้อมูลในสมองและย่นระยะเวลาในการตอบสนอง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของงานที่ต้องการสมาธิ การใช้เหตุผลและความจำ คาเฟอีนในปริมาณที่พอเหมาะช่วยลดความหงุดหงิด อารมณ์ซึมเศร้าและความเครียดได้ ทำให้ผู้ดื่มรู้สึกพึงพอใจและมีความสุข

ด้านโภชนาการ การดื่มกาแฟช่วยให้ร่างกายได้รับของเหลวเข้าไปในปริมาณที่เพียงพอต่อวัน อีกทั้งเนื้อกาแฟยังมี แร่ธาตุไนแทสเซียมและไนอาซีน ซึ่งเป็นวิตามินบีชนิดหนึ่งที่มีประโยชน์ นอกจากนี้ยังมีรายงานวิจัยว่าคาเฟอีน ช่วยกระตุ้นการใช้พลังงานของร่างกาย ทำให้ไขมันสลายตัวเพิ่มขึ้น จึงอาจดื่มกาแฟเป็นเครื่องดื่มในการลดน้ำหนัก และเนื่องจากคาเฟอีนและสารอื่นที่มีอยู่ในกาแฟช่วยกระตุ้นการหลั่งกรดและน้ำย่อย กาแฟจึงช่วยในการย่อยอาหารเป็นเหตุให้คนจำนวนมากดื่มกาแฟหลังอาหารแต่ละมื้อ

จากการวิจัยทางการแพทย์สหรัฐฯ โดยดร.จี เวสเตอร์ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบประสาทและคณะจากศูนย์การแพทย์นครฮอนโนลูลู สหรัฐฯ พบว่าผู้ชายที่ไม่ดื่มกาแฟมีโอกาสที่จะป่วยเป็นโรคพาร์คินสันมากกว่าพวกที่ดื่มกาแฟมากกว่าวันละ 5 ถ้วย ถึง 5 เท่า ผลกระทบของคาเฟอีนต่อเส้นเลือด มีประโยชน์ต่อวงการแพทย์ เพราะคาเฟอีนช่วยไปขยายหลอดเลือดแดงที่หล่อเลี้ยงหัวใจ ทำให้เลือดไปเลี้ยงหัวใจได้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้เส้นเลือดแดง บริเวณที่ศีรษะหดตัวซึ่งช่วยลดอาการปวดหัวจากไมเกรนได้ จากการศึกษาของนายแพทย์ วินเซนต์ ทูบิโอลิแห่งศูนย์การแพทย์ยูซีแอลเอ-ฮาร์เบอร์ ได้ตั้งทฤษฎีใหม่ว่า การรับคาเฟอีนจำนวน 400 มิลลิกรัมต่อวัน อาจช่วยลดอาการแพ้เกสรดอกไม้ได้

จากรายงานการวิจัยในกลุ่มสตรีที่ดื่มกาแฟไม่เกิน 5 ถ้วยต่อวันพบว่า กาแฟไม่มีส่วนทำให้เป็นการเสี่ยงต่อการเป็นโรคของหัวใจมากขึ้น แม้นิยายที่มีปัญหาเส้นเลือดอุดตันหรือหัวใจเต้นไม่

สม่ำเสมอ สำหรับผู้ที่ดื่มกาแฟทุกวันวันละหกถ้วยขึ้นไปก็ไม่มีอัตราหัวใจสูงกว่าปกติ และจากการสำรวจหลายครั้ง รวมทั้งการวิจัยโดยมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดพบว่าผู้ที่ดื่มกาแฟมีอัตราการเป็นมะเร็งเต้านมต่ำกว่าผู้ที่ไม่ดื่มกาแฟ ส่วนการศึกษาของมหาวิทยาลัยบอสตันพบว่า คนใช้ที่ดื่มกาแฟอย่างน้อยห้าถ้วยต่อวัน มีความเสี่ยงเป็นมะเร็งลำไส้ต่ำกว่ากลุ่มอื่นถึงร้อยละ 40

กาแฟยังกลายเป็นข่าวดีสำหรับผู้ชายทั่วโลก เมื่อดร.ดาร์ซี โรแบร์โตลิมา ผู้เชี่ยวชาญด้านเภสัชวิทยาของมหาวิทยาลัยยริโอ เดอจาเนโร ในบราซิล เปิดเผยว่า ผู้ที่มีปัญหาหย่อนสมรรถภาพทางเพศอันเนื่องมาจากการดื่มสุรา การเสพยา ภาวะซึมเศร้าและอายุขัย สามารถแก้ปัญหานี้ได้ด้วยการดื่มกาแฟในปริมาณที่พอเหมาะในแต่ละวัน

โดยในที่นี้ พอดีจะสรุปคุณประโยชน์ของ กาแฟ ออกมาเป็นข้อๆ ได้ดังนี้ คือ

1. ป้องกันโรคไวรัสตับอักเสบบี

2. ป้องกันโรคหอบ

โรคนี้ คือ อากาศภูมิแพ้ชนิดหนึ่งโดยทั่วไปเมื่อมีประสาทสำรองไม่ถูกกระตุ้นจะไม่มีอาการหอบเกิดขึ้นง่ายๆ แต่ถ้าหากประสาทสัมผัสสำรองถูกกระตุ้น จะเกิดอาการหอบทันทีและคาเฟอีนในกาแฟจะระงับการตีงเครียดของประสาทสัมผัสสำรอง ลดการเกิดโรคหอบ

3. ลดการเกิดโรคตับจากสุรา

ตามที่นักวิชาการสำรวจแล้วพบว่า กาแฟช่วยลดผลร้ายที่จะมีต่อดับ แต่ยังคงต้องวิจัยต่อไปว่าสารใดที่มี ประโยชน์ดังกล่าว และมีผลต่อสาเหตุอื่นที่ทำให้เกิดโรคตับแข็งหรือไม่ นอกจากนี้ แอลกอฮอล์

4. ป้องกันมะเร็งตับ มะเร็งลำไส้ และมะเร็งในช่องปาก

จากผลการทดลองจริง พบว่ากาแฟมีประสิทธิภาพป้องกันโรคขั้นต้นโดยเฉพาะในคาเฟอีนมีกรดอะซิติกที่ช่วยป้องกันโรค

5. ขับไล่ความชรา

ออกซิเจน เป็นสารที่ร่างกายต้องการมากก็จริงแต่ถ้ามีออกซิเจนมากไปทำให้มีโอกาสเป็นมะเร็งสูงและแก่เร็ว โดยเฉพาะกาแฟที่เข้มข้นจะทำให้ออกไซด์แตกตัวลดการเกิดมะเร็งได้ กระตุ้นการเผาผลาญอาหารในร่างกาย

6. กาแฟลดอัตราคอเลสเตอรอล ป้องกันโรคหัวใจ

ในกาแฟมีนิโคติน แต่ไม่ใช่ชนิดเดียวกับในบุหรี่ย แต่เป็นวิตามิน B รวมชนิดหนึ่งที่ร่างกายต้องการ ช่วยลดคอเลสเตอรอลในเส้นเลือดจึงป้องกันโรคหัวใจและหลอดเลือดแข็งตัว

3.3.7 บทบาทของกาแฟในประเทศไทย

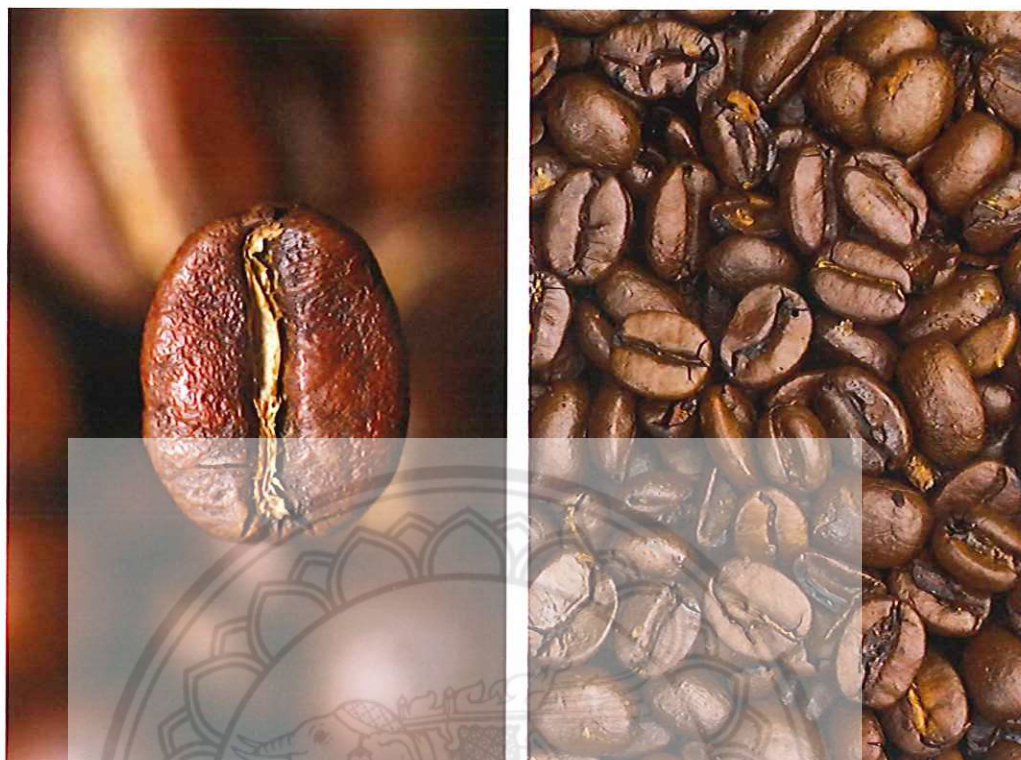
ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเทศไทยในแง่มุมมองเกี่ยวกับการผลิตกาแฟ

ประเทศไทยสามารถปลูกกาแฟได้เป็นอันดับที่ 3 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้(รองจากอินโดนีเซีย และเวียดนาม)มีพันธุ์กาแฟมากมายในโลกแต่มีเพียงสองสายพันธุ์เท่านั้นที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดซึ่งได้แก่พันธุ์อาราบิก้าและโรบัสต้าทั้งสองพันธุ์นี้สามารถปลูกได้ในประเทศไทย จำนวนโดยประมาณที่ประเทศไทยสามารถผลิตได้ในปัจจุบัน :

- กาแฟโรบัสต้า 80,000 ตัน จำนวน 40% เป็นวัตถุดิบใช้ภายในประเทศ (จำนวน30,000 ตัน)และส่งออกประมาณ 60% (จำนวน 50,000 ตัน)
- กาแฟอาราบิก้าจำนวนสองถึงสามร้อยตันซึ่งผ่านกรรมวิธีการผลิตเกือบทุกขั้นตอนภายในประเทศ

กาแฟโรบัสต้าของไทย

ไร่กาแฟโรบัสต้าตั้งอยู่ทางใต้ของประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะอยู่ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี, ชุมพร, ระนอง, นครศรีธรรมราช, พังงาและกระบี่ กาแฟโรบัสต้าสามารถปลูกได้ดีในที่ราบต่ำ กาแฟพันธุ์นี้ให้ข้อดีแก่ผู้เพาะปลูกมากมาย เช่น ต้นกาแฟโรบัสต้าสามารถเพาะปลูกได้ง่าย มีความต้านทานสูงต่อการติดเชื้อ สามารถที่จะทนต่ออุณหภูมิ และระดับความชื้นที่สูง อีกทั้งพันธุ์โรบัสต้ายังให้ผลผลิตเมล็ดกาแฟมากกว่า และผลของมันยังสุกเร็วกว่าเมื่อเทียบกับพันธุ์อาราบิก้า อย่างไรก็ตามเมล็ดกาแฟพันธุ์โรบัสต้าเมื่อพิจารณาแล้วจะมีคุณภาพต่ำกว่าพันธุ์อาราบิก้าและมีราคาถูกกว่าอีกด้วยกาแฟโรบัสต้าพันธุ์ไทยเป็นชนิดที่มีคุณภาพดี และมีการยอมรับอย่างกว้างขวางในนานาชาติตลาดส่งออกหลักของเราคือสหรัฐอเมริกา, แคนาดา, ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ในตลาดท้องถิ่น กาแฟโรบัสต้าได้ผ่านการแปรรูปเป็นเครื่องดื่มกาแฟกระป๋อง หรือกาแฟสำเร็จรูปชนิดผงเสียส่วนใหญ่ ด้วยกรรมวิธี และเทคโนโลยีการการคั่วกาแฟแบบใหม่ในปัจจุบันสามารถทำให้กาแฟโรบัสต้าพันธุ์ไทยเป็นกาแฟที่มีรสชาติกลมกล่อม และมีคุณภาพดีได้



ภาพ 18 Coffee Beans

ที่มา <http://www.pinterest.com/pin/539024649122257891/>

กาแฟอาราบิก้าของไทย

ไทยสามารถปลูกไร่กาแฟอาราบิก้าได้ทางภาคเหนือโดยเฉพาะที่จังหวัดเชียงใหม่, เชียงราย, ลำปาง, แม่ฮ่องสอนและตาก กาแฟพันธุ์อาราบิก้าเจริญเติบโตที่บริเวณที่ราบสูงประมาณ 800 ถึง 1,500 เมตร ที่ความสูงระดับนี้จะมีผล ให้กาแฟเจริญเติบโตไปอย่างช้าๆ ซึ่งจะทำให้ผลผลิตเมล็ดกาแฟที่มีรสชาติดี การเพาะปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าในประเทศไทยยังอยู่ในขั้นทดลองจึงไม่สามารถทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตต่อปีได้มากนักส่วนใหญ่แล้วผู้เพาะปลูกกาแฟอาราบิก้าพันธุ์ไทยคือเจ้าของไร่รายย่อยเช่น ครอบครัวชาวเขา และชาวบ้านเช่นเดียวกับที่สถานีทดลองเช่น วาวี และ ช้างเขียน อีกทั้งยังมีโครงการพัฒนาอีกมากมาย เมล็ดกาแฟจำนวนสองถึงสามร้อยตันที่เก็บเกี่ยวได้ต่อปีโดยพ่อค้า ในท้องถิ่น และจากโรงงานเพื่อผลิตเป็นกาแฟเม็ดอบ และกาแฟผงต่อไป

โถเหล็ก เครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมายาวนานเมื่อพูดถึง"กาแฟไทย" แล้วคนส่วนใหญ่มักจะนึกถึงโถเหล็กดำ เกือบจะกลายเป็นสัญลักษณ์ของกาแฟไทยไปแล้วแต่ในความจริงนั้นความหมายของคำว่า โถเหล็กบ่งบอกถึงความเป็นเครื่องดื่มชนิดหวานมากกว่าเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ซึ่งตรงกันข้ามกับความเชื่อของคนทั้งหลายโดยสิ้นเชิง ปกติแล้วโถเหล็กมีส่วนผสมของกาแฟไม่ถึง 25% และส่วนผสมส่วนใหญ่คือน้ำตาล(ประมาณ 40-50%) นอกจากนั้นยังมีส่วนผสมอื่นๆที่เป็น"สิ่งที่ใช้แทนกาแฟ" อาทิเช่น งาม ข้าวโพด และถั่วเหลือง

การบริโภคกาแฟ

แม้ว่าการดื่มกาแฟจะเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น อัตราการบริโภคกาแฟในประเทศไทยยังคงอยู่ในระดับต่ำมากกล่าวคือที่น้อยกว่าครึ่งกิโลกรัมต่อคนต่อปี (ในขณะที่ประเทศฟินแลนด์อัตราโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 14 กิโลกรัม เยอรมันนี 8 กิโลกรัม อิตาลี 5 กิโลกรัม สหรัฐอเมริกา 4.5 กิโลกรัม และญี่ปุ่น 2.5 กิโลกรัม) การคาดคะเนอัตราการเติบโตของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาแฟอยู่ระหว่าง 20-30% ต่อปี ผู้บริโภคนิยมดื่มกาแฟร้อนจากกาแฟสำเร็จไปและนิยมดื่มแบบเย็นจากกระป๋องส่วนกาแฟที่ซื้จากเครื่องชงกาแฟ ส่วนใหญ่จะอยู่ตามโรงแรม ภัตตาคาร ผับสโมสร และร้านอาหาร และเครื่องดื่ม

ก้าวไปข้างหน้าสู่อนาคต

ประเทศไทยมีศักยภาพมากพอที่จะเสริมจุดยืนของตนเองให้เข้มแข็งในตลาดกาแฟโลก ผลจากการทดลองในสถานีวิจัยทางภาคเหนือและภาคใต้ของประเทศไทยพบว่าเมล็ดกาแฟพันธุ์อาราบิก้า และโรบัสต้าคุณภาพสูงสามารถเพาะปลูกได้อย่างดี หากได้รับการจัดการดูแลที่เหมาะสมจากรายงานตลาดกาแฟโลกปี1993สถาบันราโบแบงค์แห่งเนเธอร์แลนด์ผู้ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการเศรษฐกิจภาคเกษตรกรรมกล่าวไว้ว่า"ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะประเทศไทยเวียดนาม และประเทศไทยมีโอกาสดีที่จะเป็นประเทศผลิตกาแฟเป็นสินค้าออกเพราะมีต้นทุนในการผลิตต่ำ"เมื่อกำแพงปิดกั้นทางการค้าทลายลง ตลาดก็เริ่มมีสัญญาณเตือนถึงอันตรายอันเนื่องมาจากกาแฟสมัยใหม่รูปแบบต่างๆที่นำเข้ามาจากต่างประเทศได้ทะลักเข้าไทย ดังนั้นจึงทำให้ตลาดกาแฟไทยต้องพบกับความท้าทายใหม่สองประการประการแรกเราต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพการที่เกิดขึ้น และประการที่สองคือเราต้องเร่งสร้างภาพพจน์ที่ดีของกาแฟไทยท่ามกลางตลาดท้องถิ่น และในสากล

หลักการประกอบธุรกิจสมัยใหม่

1. ความหมายของธุรกิจ

ธุรกิจ (Business) หมายถึงความพยายามของผู้ประกอบการที่จะผลิตหรือซื้อขายสินค้า (Products) หรือบริการ (Services) เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม (ลูกค้า) โดยหวังที่จะได้ผลกำไร และยอมรับความเสี่ยงในการขาดทุนหรือไม่ได้ผลกำไรตามต้องการ โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีจริยธรรมทางธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องทุ่มเทเวลา ความพยายามและเงินทุนเพื่อดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งด้านประสิทธิผล (Effectiveness) และประสิทธิภาพ (Efficiency)

2. ประเภทของธุรกิจ

อาจจะแบ่งธุรกิจออกเป็น 3 ประเภท คือ

2.1 ธุรกิจการผลิต (Manufacturing Business) หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการแปรรูป (Transforming) วัตถุดิบให้เป็นสินค้า เช่น ธุรกิจการผลิตอาหาร ธุรกิจการทอผ้า ธุรกิจการผลิตรถยนต์ เหล่านี้เป็นต้น

2.2 ธุรกิจบริการ (Service Business) หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการให้บริการลูกค้า เช่น ธุรกิจการเงิน ธนาคาร ร้านค้า ศูนย์การค้า ธุรกิจการบิน ธุรกิจการท่องเที่ยว เหล่านี้เป็นต้น

2.3 ธุรกิจการค้า (Trading Business) หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อ-ขายสินค้า หรือเป็นคนกลางในการซื้อขายสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ธุรกิจการค้าปลีก ธุรกิจการค้าส่ง เหล่านี้เป็นต้น

3. รูปแบบของการประกอบธุรกิจ

อาจจะแบ่งรูปแบบของการประกอบธุรกิจออกเป็น 6 แบบ คือ

3.1 กิจการเจ้าของเพียงคนเดียว (Sole Proprietorship) หมายถึง ธุรกิจที่เจ้าของและดำเนินการโดยคนเพียงคนเดียว เป็นธุรกิจซึ่งสามารถจัดตั้งและดำเนินการได้เองเพียงคนเดียว แต่ต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย ถ้าดำเนินการในกรุงเทพมหานครจะต้องขอ

* เรียบเรียงโดย อาจารย์ ดร. สุธรรม รัตนโชติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, 2548

อนุญาตประกอบการค้าที่กระทรวงพาณิชย์ หากอยู่ในต่างจังหวัดจะต้องขออนุญาตทำการค้า ณ ที่ทำการพาณิชย์กรมจังหวัดนั้น ๆ กิจกรรมที่ดำเนินการโดยเจ้าของคนเดียวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ได้แก่ กิจกรรมขายปลีก ร้านอาหารขนาดเล็ก ร้านขายก๋วยเตี๋ยว เหล่านี้เป็นต้น

3.2 ห้างหุ้นส่วน (Partnership) ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1012 บัญญัติว่า "อันสัญญาจัดตั้งห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทนั้น คือสัญญาซึ่งบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป ตกลงกันเพื่อกระทำกิจการร่วมกัน ด้วยประสงค์จะแบ่งผลกำไรพึงได้แก่กิจการที่กระทำนั้น" ห้างหุ้นส่วนจึงเป็นการประกอบการของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และแบ่งห้างหุ้นส่วนออกเป็น 2 ชนิด คือ

3.2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญ (General Partnership) หมายถึงห้างหุ้นส่วนที่ทุกคนต้องรับผิดชอบร่วมกัน โดยเฉพาะหนี้ทั้งปวงโดยไม่จำกัด ห้างหุ้นส่วนประเภทนี้จะจดทะเบียนหรือไม่จดทะเบียนก็ได้ ซึ่งอาจจะเพียงแต่แสดงด้วยวาจา หรือ ลายลักษณ์อักษรว่าเป็นห้างหุ้นส่วนกัน

3.2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership) หมายถึง ห้างหุ้นส่วน ซึ่งมีหุ้นส่วนสองจำพวกคือ

- เป็นหุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคนซึ่งจำกัดความรับผิดชอบไม่เกินจำนวนเงินที่ตนรับหรือลงทุนในห้างหุ้นส่วนนั้น
- เป็นหุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคน ซึ่งต้องรับผิดชอบร่วมกันในบรรดาหนี้ของห้างหุ้นส่วนไม่จำกัดจำนวน

ห้างหุ้นส่วนจำกัดต้องจดทะเบียนให้หุ้นส่วนรับผิดชอบเฉพาะวงเงินที่ระบุไว้ หากไม่จดทะเบียนจะถือว่ารับผิดชอบทั้งหมดหรือไม่จำกัดจำนวนดังกล่าว
การจัดตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัดควรมีสาระสำคัญดังนี้

- ชื่อห้างหุ้นส่วน
- ข้อความที่แสดงว่าเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด
- วัตถุประสงค์ของห้างหุ้นส่วน
- ที่ตั้งสำนักงาน/ห้างร้าน และสาขา
- ชื่อ ที่อยู่ และอาชีพของผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคน
- ชื่อ ผู้จัดการ
- ข้อจำกัดอำนาจของห้างหุ้นส่วน
- ตราสำคัญของห้างหุ้นส่วน

3.3 บริษัทจำกัด (Corporation)

บริษัทจำกัด หมายถึงบริษัทที่ผู้ถือหุ้นรับผิดชอบหนี้สินเฉพาะจำนวนจำกัดที่จดทะเบียนไว้ อาจแบ่งบริษัทจำกัดได้เป็น 2 ประเภท คือ

3.3.1 บริษัทเอกชน จำกัด (Company Limited, Co., Ltd) หมายถึง บริษัท จำกัดที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 1096 ซึ่งบัญญัติว่า "อันว่าบริษัทจำกัดนั้น คือ บริษัทประเภทซึ่งตั้งขึ้นด้วยการแบ่งทุนเป็นหุ้น ซึ่งมีมูลค่าเท่า ๆ กัน โดยผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบ จำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ตนถือ" มาตรา 1097 บัญญัติว่า "บุคคลใด ๆ ตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปจะเริ่มก่อนการและตั้งเป็นบริษัทจำกัดก็ได้ ด้วยการเข้าชื่อกันทำ หนังสือบริคณห์สนธิและกระทำการอย่างอื่นตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้

3.3.2 บริษัทมหาชน (Public Company) หมายถึงบริษัทมหาชนที่จัดตั้งขึ้น ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 ซึ่งมาตรา 15 บัญญัติว่า "บุคคลธรรมดา ตั้งแต่สิบห้าคนขึ้นไป จะเริ่มจัดตั้งบริษัทมหาชนจำกัดได้โดยจัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ และ ปฏิบัติการอย่างอื่นตามพระราชบัญญัตินี้

การจัดตั้งบริษัทเอกชน จำกัด หรือบริษัทมหาชน จำกัด ควรมีสาระสำคัญดังนี้

ชื่อบริษัท

- บริษัทเอกชน จำกัด ต้องมีคำว่า "จำกัด" ไว้ปลายชื่อเสมอ
- บริษัทมหาชน จำกัด ต้องมีคำว่า "มหาชน" ไว้ปลายชื่อเสมอ
- ที่ตั้งสำนักงาน
- วัตถุประสงค์ของบริษัท
- ต้องมีถ้อยคำที่แสดงว่า ผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบ จำกัด
- ชื่อบริษัทและลายมือชื่อของบรรดาผู้เริ่มก่อนการและจำนวนหุ้นที่เริ่มก่อนการแต่ละคน
- คณะก่อตั้งตามกฎหมาย 7 คนขึ้นไปสำหรับบริษัทเอกชน จำกัด และ 15 คนขึ้นไป สำหรับบริษัทมหาชน จำกัด เมื่อจัดตั้งบริษัทแล้ว ต้องดำเนินการดังต่อไปนี้
- สำหรับบริษัทเอกชน จำกัด จัดให้มีผู้ถือหุ้นจนครบจำนวนทั้งหมด และบริษัทมหาชน

จำกัด จัดให้มีผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ที่กำหนดไว้ในหนังสือบริคณห์สนธิ จัดให้มีการประชุม จัดตั้งบริษัท ซึ่งถือเป็นการประชุมครั้งแรก เพื่อตกลงเรื่องเกี่ยวกับ

- ระเบียบข้อบังคับของบริษัท
- ให้สัตยาบันแก่บรรดาสัญญาซึ่งผู้เริ่มก่อนการทำไว้

- ค่าใช้จ่ายที่ออกไปในการเริ่มก่อตั้งบริษัท
 - กำหนดจำนวนเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิ
- กำหนดจำนวนหุ้นสามัญ

เลือกตั้งกรรมการ

- แต่งตั้งคณะกรรมการและรับมอบการทั้งปวงจากผู้เริ่มก่อการ
- คณะกรรมการดำเนินการเรียกหุ้น โดยบริษัทเอกชน จำกัด กฎหมายกำหนดให้เรียกหุ้นครั้งแรกต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ส่วน บริษัทมหาชน จำกัด ต้องชำระครั้งเดียวครบ และให้ธนาคารเป็นผู้ดำเนินการ

ประเภทของหุ้นของบริษัทจำกัด ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

หุ้นสามัญ (Common Stock) หมายถึง หลักทรัพย์ที่แสดงความเป็นเจ้าของบริษัทจำกัด ซึ่งมีสิทธิได้ส่วนแบ่งจากผลกำไรในรูปของเงินปันผล และผู้ถือหุ้นสามัญถือเป็นเจ้าของบริษัท และมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน 1 เสียง ต่อ 1 หุ้น และมีสิทธิมอบฉันทะให้ผู้อื่นไปออกเสียงแทนได้

หุ้นบุริมสิทธิ (Preferred Stock) หมายถึงหุ้นที่มีลักษณะถึงเจ้าของและถึงเจ้าหนี้ ไม่มีสิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น แต่มีสิทธิเหนือผู้ถือหุ้นสามัญในการรับเงินปันผล และรับคืนทุนเมื่อบริษัทเลิกกิจการก่อนผู้ถือหุ้นสามัญ แบ่งหุ้นบุริมสิทธิออกเป็น 3 ชนิดคือ

หุ้นบุริมสิทธิชนิดสะสม-สะสมเงินปันผลในปีถัดไป

- หุ้นบุริมสิทธิชนิดไม่สะสม-ถ้าได้กำไรไม่เพียงพอสามารถยกเลิกเงินปันผลได้
- หุ้นปรับสิทธิชนิดรวมรับ-ร่วมรับเงินปันผลกับผู้ถือหุ้นสามัญได้

3.4 ธุรกิจขนาดย่อม (Small and Medium Business)

ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินการโดยบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลโดยบริหารด้วยตนเองโดยเงินทุนไม่มากนัก เช่น Schermerhorn ให้ธุรกิจขนาดย่อมหมายถึง ธุรกิจที่มีคนงานน้อยกว่า 500 คน เป็นธุรกิจที่เจ้าของมีอิสระในการบริหารงานด้วยตนเองและไม่เป็นธุรกิจนำ (Leading Business) ในธุรกิจประเภทเดียวกัน ส่วนกระทรวงอุตสาหกรรม ให้ความหมายธุรกิจขนาดย่อมว่า เป็นวิสาหกิจการผลิต หรือโรงงานที่มีทุนจดทะเบียนหรือลงทุนซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์ต่าง ๆ ต่ำกว่า 200 ล้านบาท ถ้าเป็นภาคบริการลงทุนต่ำกว่า 200 ล้านบาท ถ้าเป็นภาคการค้าส่งลงทุนต่ำกว่า 100 ล้านบาท และถ้าเป็นการค้าปลีกลงทุนต่ำกว่า 60 ล้านบาท ถือเป็นธุรกิจขนาดย่อม ปัจจุบัน (2546) ประเทศไทยมีโรงงานอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนกับกระทรวงอุตสาหกรรมอยู่

ประมาณ 135,000 โรงงาน ประมาณร้อยละ 95 หรือ ประมาณ 128,250 โรงงาน เป็นธุรกิจขนาดย่อม และประมาณว่า ธุรกิจขนาดย่อมมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 0.8 พันล้านบาท และมีการจ้างแรงงานกว่า 4.0 ล้านคน

ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม ธุรกิจขนาดย่อมสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

3.4.1 ธุรกิจการผลิต (Manufacturing) เป็นอุตสาหกรรมการแปรรูปวัตถุดิบไปเป็นสินค้า ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

- ธุรกิจการผลิตเกี่ยวกับการเกษตร เช่น การปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ทำสวนผลไม้ สวนผัก ฯลฯ
- ธุรกิจร้านอาหาร เช่น ร้านอาหารเดี่ยว ร้านข้าวแกง ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่ ภัตตาคาร ร้านฟาสต์ฟู้ด ฯลฯ
- ธุรกิจโรงงาน เช่น โรงงานผลิตน้ำดื่ม ผลิตปุ๋ย ผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยว ทำรูป โรงงานน้ำแข็ง โรงงานอาหารกระป๋อง ฯลฯ
- ธุรกิจหัตถกรรมและงานศิลปะใช้ฝีมือ เช่น เครื่องปั้นดินเผา ดอกไม้ประดิษฐ์ ของขวัญ ของชำร่วย ทำป้ายโฆษณา ฯลฯ
- ธุรกิจอื่น ๆ เช่น ร้านขายต้นไม้ ร้านถ่ายรูป ทำเหล็กดัดและมุ้งลวด ทำเฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ

3.4.2 ธุรกิจค้าส่ง (Wholesale) เป็นธุรกิจการเป็นพ่อค้าคนกลาง ซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตมาขายส่งให้กับผู้ขายสินค้า เช่น ค้าส่งอะไหล่รถยนต์ ค้าส่งยา ค้าส่งเหล็ก ค้าส่งบุหรี่ย ฯลฯ

3.4.3 ธุรกิจค้าปลีก (Retailing) เป็นธุรกิจซื้อสินค้าไปขายให้กับลูกค้าโดยตรง และเป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากที่สุด ซึ่งแบ่งได้เป็น 8 กลุ่ม คือ

- ร้านค้าปลีกสายเดี่ยว (Single-Line store) หมายถึงร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าหลายประเภท แต่ต่างก็มีความสัมพันธ์กัน เช่น ร้านขายเครื่องประดับ ร้านขายรองเท้า ร้านขายน้ำหอม
- ร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง (Specialty store) หมายถึงร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าชนิดเดียว แต่อาจจะหลายแบบ (styles) เช่น ร้านขายเนคไท ร้านค้ารองเท้ากีฬา ร้านค้าเฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ
- ร้านค้าปลีกสินค้าเบ็ดเตล็ด (Variety store) หมายถึงร้านค้าปลีกที่ขายสินค้ามากมายหลายชนิด โดยแต่ละชนิดมีจำนวนน้อย เช่น ร้านขายของชำ ร้านโชห่วย ฯลฯ
- ห้างสรรพสินค้า (Department store) หมายถึง ร้านขายปลีกขนาดใหญ่ มีสินค้ามากมายหลายชนิด และมักจะแบ่งเป็นแผนก เช่น ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ฯลฯ
- ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าตามสะดวก (Convenience store) หมายถึงร้านค้าที่ขายสินค้าหลายชนิด หลายประเภท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม และอาจจะมีอย่างอื่น

ด้วย และให้ลูกค้าบริการตัวเอง เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านสรรพสินค้าขนาดเล็ก (Minimart หรือ Ministore)

- E-Commerce, E-mail Business เป็นการขายสินค้าโดยผ่าน Internet ซึ่งทำได้หลายอย่าง เช่น B2B (Business toBusiness) B2C (Business to Customer) C2B (Customer to Business) C2C (Customer to customer) ฯลฯ

3.5 ธุรกิจบริการ (Service) เป็นธุรกิจที่ผลิตและขายบริการต่อกัน และธุรกิจที่ไม่มีการผลิตแต่เพียงขายบริการ เช่น ร้านอาหาร ธุรกิจการเงิน ฯลฯ ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 10 กลุ่ม คือ

- ธุรกิจเกี่ยวกับการเงิน-การธนาคาร เช่น ธนาคาร บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ บริษัทเครดิตฟองซิ แอร์ รับรับจำนำ ฯลฯ

- ธุรกิจเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ได้แก่ หอพัก บ้านเช่า บ้านรับรอง โรงแรม รับสร้างบ้าน ฯลฯ

- ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและพลาณามัย เช่น โรงพยาบาล คลินิกแพทย์ สถานที่ออกกำลังกาย นวดแผนโบราณ ฯลฯ

- ธุรกิจเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง เช่น รถประจำทาง รถแท็กซี่ รถบรรทุก รถไฟฟ้า รถใต้ดิน

- ธุรกิจเกี่ยวกับความบันเทิง เช่น สวนสนุก สวนสัตว์ โรงภาพยนตร์ ไนท์คลับ ค็อกเทลเล้าจน์ ดิสโก้เธค ฯลฯ

- ธุรกิจเกี่ยวกับการศึกษา เช่น โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัยสถาบันการศึกษา ฯลฯ

- ธุรกิจเกี่ยวกับกีฬา เช่น สนามกอล์ฟ ยิงปืน ว่ายน้ำ สนามเทนนิส สนามมวย ธุรกิจกีฬา ฟุตบอล ฯลฯ

- ธุรกิจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารและบริการข้อมูล เช่น สำนักงานนักสืบ บริษัทรับจ้างโฆษณา หนังสือพิมพ์ บริการ โทรศัพท์ทางไกล ฯลฯ

- ธุรกิจเกี่ยวกับการประกันภัยและคลังสินค้า เช่น การให้เช่าห้องเย็น เช่าโกดัง ประกันชีวิต ประกันภัย ประกันวินาศภัย ฯลฯ

- ธุรกิจเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เช่น ร้านตัดผม บริการกำจัดปลวก ซ่อมเครื่องยนต์ ซ่อมเครื่องไฟฟ้า ฯลฯ

3.6. ธุรกิจเหมืองแร่ (Mining) เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการขุดหาทรัพยากรธรรมชาติแหล่งแร่ วัตถุดิบจากพื้นดิน ทั้งเป็นโลหะและอโลหะ เช่น ฟอสฟอไรต์ ฟอสเฟต ถ่านหิน น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ หินปูน แร่เหล็ก แร่สังกะสี แร่ทองคำ แร่เงิน ฯลฯ

4. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ หมายถึง ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ในการเกิดปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและความสูญเสีย (Loss) ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากความไม่แน่นอน ความเสี่ยงทางธุรกิจจึงเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอน และการสูญเสียซึ่งเป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าความไม่แน่นอนเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ทำให้เกิดการสูญเสีย ซึ่งเป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) ทั้งนี้เพราะความไม่แน่นอน ทำให้เกิดการสูญเสีย โดยทั่วไปการสูญเสียเป็นผลมาจากความไม่แน่นอนหลายประการ ซึ่งอาจจะเขียนเป็น ตัวแบบการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model) ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางเชิงธุรกิจ

เมื่อ	y	=	$a+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3+\dots+b_nx_n+e$
	y	=	การสูญเสีย
	x_1	=	ความไม่แน่นอน 1
	x_2	=	ความไม่แน่นอน 2
	x_3	=	ความไม่แน่นอน 3
	x_n	=	ความไม่แน่นอน n
	a	=	ค่าคงที่
	b_1	=	สัมประสิทธิ์การถดถอย 1
	b_2	=	สัมประสิทธิ์การถดถอย 2
	b_3	=	สัมประสิทธิ์การถดถอย 3
	b_n	=	สัมประสิทธิ์การถดถอย n
	e	=	error

ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจมี 4 ประเภท คือ

4.1 ความเสี่ยงที่แท้จริง (Pure Risk) หมายถึง การเสี่ยงที่จะทำให้เกิดการสูญเสีย โดยไม่มีโอกาสที่จะได้ประโยชน์เลย เช่น ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ จะมีแต่ความสูญเสีย โดยไม่มีประโยชน์เลย แบ่งการเสี่ยงที่แท้จริงออกเป็น 3 ประเภท คือ

- ความเสี่ยงที่เกิดแก่บุคคล ทำให้บุคคลต้องสูญเสียผลประโยชน์ เช่น การสูญเสียรายได้ การสูญเสียโอกาสที่จะมีผลประโยชน์ (Opportunity cost) ฯลฯ

- ความเสี่ยงที่เกิดแก่ทรัพย์สิน เช่น เกิดเพลิงไหม้หรือภัยธรรมชาติอื่น ๆ ที่ทำให้สูญเสีย หรือทรัพย์สินเสียหาย

- ความเสี่ยงที่เกิดแก่ความรับผิดชอบ เป็นการสูญเสียที่เกิดจากการขาดความรับผิดชอบของบุคคล เช่น ความสูญเสียซึ่งเกิดจากการส่งสินค้าไม่ทันเวลา ความสูญเสียซึ่งเกิดจากการผิดนัด ฯลฯ

4.2 ความเสี่ยงจากการคาดการณ์ (Speculative Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากการคาดการณ์ที่ผิดพลาด การตัดสินใจผิดพลาดหรือการคาดคะเนที่ผิดพลาด ซึ่งมี 3 ประเภทคือ

- ความเสี่ยงในการจัดการ เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการตัดสินใจในการบริหารจัดการที่ผิดพลาด เช่น การตัดสินใจลงทุนที่มีความเสี่ยง การตัดสินใจในปริมาณการผลิตที่มีความเสี่ยงทางการตลาด ฯลฯ

- ความเสี่ยงทางการเมือง เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เช่น การก่อการร้าย การก่อการจลาจล การประท้วงของคนงาน ฯลฯ

- ความเสี่ยงจากนวัตกรรม เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการผลิตสินค้าใหม่ ๆ ซึ่งอาจจะมีปัญหาทางการตลาด เช่น ผลิตสินค้าที่ตลาดยังไม่ต้องการ ผลิตสินค้าที่มีราคาแพงเกินไป ฯลฯ

4.3 ความเสี่ยงพื้นฐาน (Fundamental Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดกับคนจำนวนมาก เช่น ภาวะเงินเฟ้อ-เงินฝืด ภาวะสงคราม ภัยธรรมชาติที่กระทบกับคนจำนวนมาก ฯลฯ

4.4 ความเสี่ยงจำเพาะ (Particular Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่ทำให้คนหนึ่งคนใด กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเสียหาย เช่น ไฟไหม้บ้าน อุบัติเหตุทางรถยนต์ ฯลฯ

4.5 ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงได้ (Dynamic Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ เช่น ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ หรือของโลก ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงตามรสนิยมของลูกค้า ฯลฯ

4.6 ความเสี่ยงคงที่ (Static Risk) หมายถึงความเสี่ยงที่ไม่เปลี่ยนแปลง หรือเปลี่ยนแปลงไม่ได้ เช่น ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการเชื่อของคนซึ่งเปลี่ยนแปลงได้ยาก ฯลฯ

4.7 ความเสี่ยงที่เอาประกันได้ (Insurable Risk) หมายถึง ความเสี่ยงแท้จริง และความเสี่ยงจำเพาะที่เอาประกันได้ ซึ่งมีลักษณะ 5 ประการคือ

- จะต้องมึลักษณะสำคัญ (Importance) คือเกิดความเสียหายจริง และมีความรุนแรงตามที่บริษัทประกันภัยกำหนด หรือต้องมีความสำคัญพอที่จะประกันได้

- จะต้องมึลักษณะเป็นอุบัติเหตุ (Accidental nature) คือ เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากอุบัติเหตุ ไม่ใช่ตั้งใจ หรือจงใจให้เกิดเหตุการณ์ขึ้น

- จะต้องคำนวณได้ (Calculability) คือ เป็นความเสี่ยงที่สามารถคำนวณหรือหาค่าทางสถิติได้ หรือสามารถประเมินราคาได้

- จะต้องเป็นความสูญเสียอย่างแท้จริง (Definiteness Loss) คือ เป็นความสูญเสียจริง ซึ่งระบุไว้ในสัญญาประกันภัย

- จะต้องไม่ใช่ความสูญเสียมากเกินไป (No excessively catastrophic loss) คือ ต้องไม่เป็นความสูญเสียขนาดใหญ่มากจนไม่สามารถจ่ายค่าประกันได้ เช่น ความสูญเสียที่เกิดจากสงคราม ความสูญเสียซึ่งเกิดจากน้ำท่วมโลก ฯลฯ

4.8 ความเสี่ยงที่เอาประกันไม่ได้ (Uninsurable Risk) หมายถึงความเสี่ยงภัยที่บริษัทประกันภัยจะไม่รับทำการประกันภัยให้ซึ่งอาจจะจำแนกได้หลายประการ คือ

- การขาดตัวเลขสถิติ คือ บริษัทประกันภัยจะให้ประกันก็ต่อเมื่อมีสถิติที่ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าสามารถให้ประกันได้ เช่น จะให้ประกันสินค้าก็ต่อเมื่อมีสถิติของสินค้าตัวนั้น

- ภัยต่อสาธารณะ คือ บริษัทประกันภัยจะไม่ให้ประกันสิ่งที่เป็นภัยต่อสาธารณะหรือขัดผลประโยชน์ต่อสาธารณะ หรือผู้ประกันทำผิดกฎหมาย เช่น จะไม่ให้ประกันภัยการทำผิดกฎหมาย

- การขาดผลประโยชน์ คือ ผู้เอาประกันไม่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการเงินก็จะเอาประกันไม่ได้ ซึ่งถ้าบริษัทประกันได้ทำประกันก็จะเป็นการเข้าข่ายการพนันไป

- ความเสี่ยงที่มีความเสี่ยงมากเกินไป คือ ความเสี่ยงมากเกินไปที่บริษัทประกันภัยไม่มีความสามารถที่จะให้การประกันได้ เช่น ผู้ที่มีโรคภัยแรง ภัยสงคราม ฯลฯ

5. ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน

ใช้คำว่า "ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน" (Corporate Social Responsibility, CSR) แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม อาจสรุปได้ว่า

"ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชน หมายถึง การบริหารจัดการที่เป็นการปกป้องและปรับปรุงสวัสดิการของสังคม (Welfare of society) โดยรวมและผลประโยชน์ขององค์กร (Interest of organization)"

ในความหมายนี้ ผู้จัดการต้องบริหารองค์กรโดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ด้านสังคมเท่า ๆ กับผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

ตัวแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชนของ Davis

ตัวแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชนที่ยอมรับกันทั่วไปคือ "ตัวแบบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเอกชนของ Davis (The Davis Model of Corporate Social Responsibility) ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย Keith Davis ตัวแบบนี้มีข้อเสนอ (proposition) 5 ข้อ เพื่ออธิบายว่า ธุรกิจปกป้องและปรับปรุงสวัสดิการของสังคมพร้อมกับการปกป้องและปรับปรุงผลประโยชน์ขององค์กรได้อย่างไร

ข้อเสนอที่ 1 : ความรับผิดชอบต่อสังคมเกิดขึ้นจากการกระทำของธุรกิจ

ข้อเสนอนี้เกิดขึ้นจากความคิดที่ว่าธุรกิจมีอิทธิพลหรือมีอำนาจทำให้เกิดปัญหาทางสังคม เช่น ทำให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดสังคมแตกแยก เหล่านี้เป็นต้น ซึ่ง Davis ให้เหตุผลว่า ธุรกิจมีอำนาจเหล่านี้เหนือสังคม สังคมต้องผลักดันให้ธุรกิจรับผิดชอบต่อปัญหาทางสังคมซึ่งเกิดขึ้นจากการกระทำของธุรกิจ

ข้อเสนอที่ 2 : ธุรกิจจะดำเนินการเป็นระบบเปิด 2 ทางโดยการรับความคิดเห็นจากสังคมและเปิดเผยการดำเนินการต่อสาธารณะ

ข้อเสนอนี้เชื่อว่าธุรกิจต้องรับฟังความคิดเห็นจากสังคมในส่วนของที่จะรักษาหรือปรับปรุงสวัสดิการสังคมและในทางตรงกันข้าม สังคมต้องรับฟังรายงานของธุรกิจด้วย โดยเฉพาะในส่วนที่ให้ความรับผิดชอบต่อสังคม Davis เสนอว่า ระหว่างธุรกิจและตัวแทนของสังคมต้องมีความซื่อสัตย์และเปิดเผยซึ่งกันและกันในการรักษาไว้หรือปรับปรุงสวัสดิการสังคม

ข้อเสนอที่ 3 : ค่าใช้จ่ายทางสังคมและรายได้ของบริษัทควรจะพิจารณาให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอนี้เน้นที่การพิจารณากิจกรรมของบริษัทไม่เพียงแต่พิจารณาเฉพาะกำไร ขาดทุน แต่ต้องพิจารณารายจ่ายทางสังคมควบคู่กันไปด้วย โดยต้องกำหนดรายจ่ายทางสังคมให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับรายรับ-จ่ายของบริษัท

ข้อเสนอที่ 4 : ค่าใช้จ่ายทางสังคมควรจะเป็นส่วนที่ผู้บริโภครับผิดชอบด้วย

ข้อเสนอนี้ไม่หวังว่าบริษัทจะต้องรับผิดชอบต่อการใช้สวัสดิการแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่เสนอให้บริษัทคิดค่าใช้จ่ายทางสังคมบางส่วนจากลูกค้าได้ ซึ่งจะช่วยให้สินค้าหรือบริการราคาสูงขึ้นบ้างตามความเหมาะสม

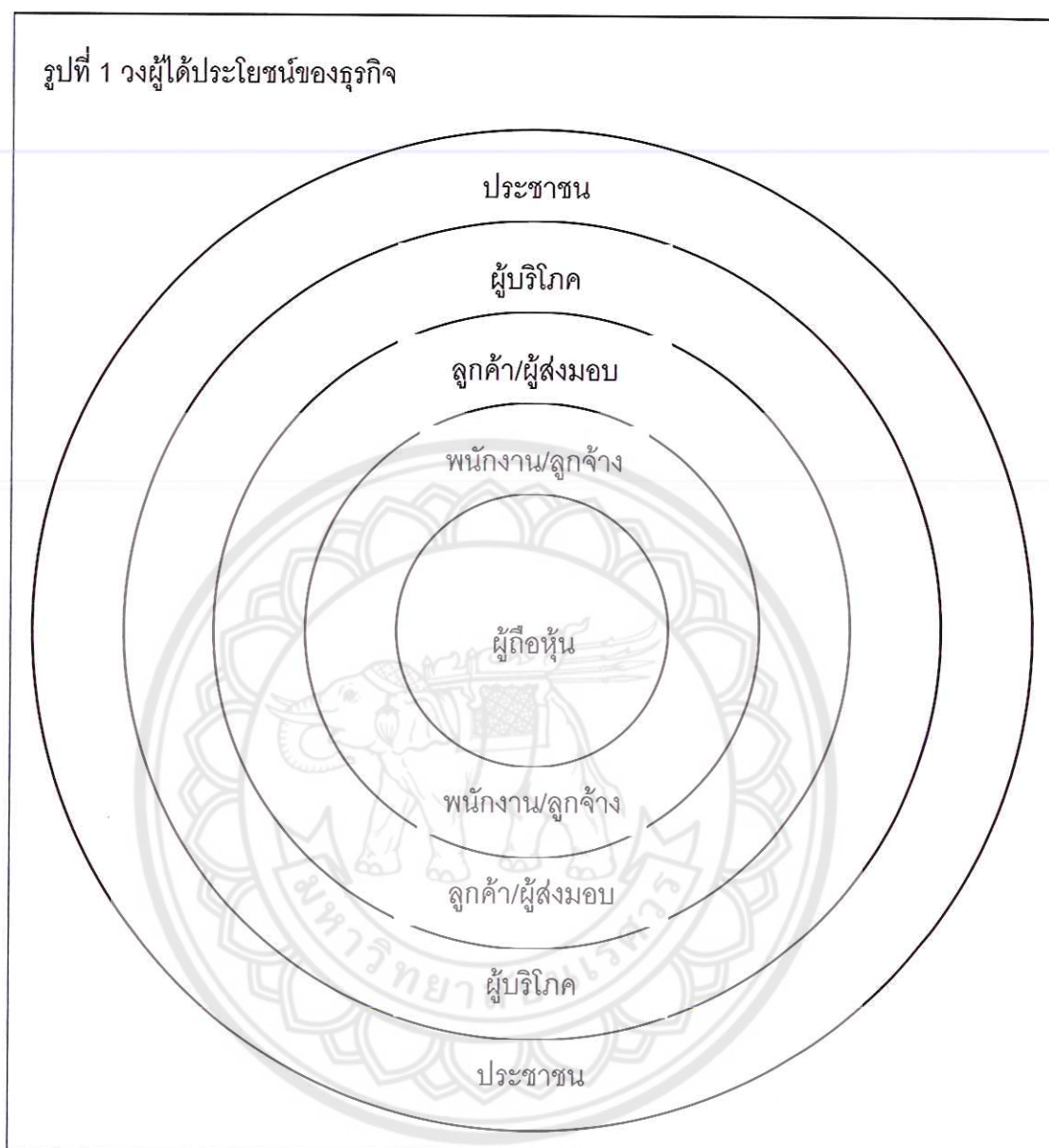
ข้อเสนอที่ 5 : ธุรกิจเป็นสถาบันของสังคมที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของสังคม

ข้อเสนอนี้เน้นที่ธุรกิจต้องให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาของสังคมทั้งสังคมในองค์กร และสังคมทั่วไป Davis ให้เหตุผลว่า เนื่องจากธุรกิจได้ประโยชน์จากสังคม เพราะฉะนั้น ธุรกิจควรมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของสังคมและผลประโยชน์จากการแก้ปัญหาของสังคม จะย้อนกลับมาสู่ธุรกิจในที่สุด

6. จริยธรรมทางธุรกิจ

Albert Schweitzer⁴ พูดถึงจริยธรรมว่า "เป็นความห่วงใยต่อพฤติกรรมที่ดี "เป็นการพิจารณาไม่เพียงความเป็นอยู่ที่ดีของตัวเองแต่ต่อคนอื่น ๆ ด้วย" และ "ปฏิบัติต่อคนอื่นให้เหมือนกับปฏิบัติต่อตัวเอง" ในที่นี้ผู้เขียนจึงให้ความหมายจริยธรรมว่า "เป็นพฤติกรรมที่ดีที่กระทำแล้วทำให้เกิดผลดีต่อตนเองเท่ากับต่อผู้อื่น"

จริยธรรมทางธุรกิจจึงหมายถึงความสามารถของธุรกิจที่จะสะท้อนคุณค่าของกระบวนการตัดสินใจให้เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ได้ประโยชน์ (Stakeholder) ด้วยความเป็นธรรม กลุ่มผู้ได้ประโยชน์ของธุรกิจ หมายถึง ผู้ถือหุ้น พนักงาน/ลูกจ้าง ลูกค้า/ผู้ส่งมอบ ผู้บริโภค ประชาชน ซึ่งแบ่งเป็นวงตามผลประโยชน์จากมากไปหาน้อยตามลำดับตามรูปที่ 1 คือ



ภาพ 19 วงผู้ได้ประโยชน์ธุรกิจ

ที่มา www.businesssthai.com

ความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรมทางธุรกิจมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง John F. Akers อดีตประธานคณะกรรมการอำนวยการของ IBM เห็นว่าถ้าปราศจากจริยธรรมทางธุรกิจแล้ว บริษัทจะไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้เลยแม้ในระดับชาติหรือระดับนานาชาติก็ตาม อย่างไรก็ตาม จริยธรรมทางธุรกิจจะเป็นประโยชน์อย่างน้อย 3 ประการ คือ

การเพิ่มผลผลิต (Productivity) การจัดสรรผลประโยชน์ด้วยความเป็นธรรม จะทำให้พนักงาน/ลูกจ้าง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผู้ได้ประโยชน์จะมีความกระตือรือร้นและมีขวัญกำลังใจในการทำงาน ก็จะทำให้สามารถเพิ่มผลผลิตได้ ตัวอย่างเช่น Control Data Corporation พบว่าหลังจากที่บริษัทมีโครงการ Employees Advisory Program (EAP's) ซึ่งเป็นโครงการให้คำแนะนำเกี่ยวกับปัญหาทางครอบครัว การงาน การเงิน และกฎหมายแล้วทำให้บริษัทมีผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน⁷

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ได้ประโยชน์ (Stakeholder Relations) การจัดการที่มีจริยธรรม (Ethical Management) จะส่งผลทางบวกไปสู่ผู้ได้ประโยชน์วงนอก ๆ ด้วย โดยเฉพาะผู้ส่งมอบ (Supplier) และลูกค้า ผู้บริโภค ตลอดจนประชาชนทั่วไป โดยการจัดการที่มีคุณธรรมจะสามารถดึงดูดลูกค้าให้มีธุรกรรมร่วมกับบริษัท

ระเบียบของราชการ (Government Regulation) การจัดการอย่างมีจริยธรรมจะเป็นการปฏิบัติตามระเบียบทางราชการอย่างเคร่งครัด ซึ่งจะส่งผลดีให้บริษัทสามารถสนองความต้องการหรือขัดต่อความต้องการของสาธารณะ (Public Interesting)

จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Ethics) หมายถึง ข้อความที่กำหนดขึ้นอย่างเป็นทางการ (Formal Statement) เพื่อเป็นแนวในการดำเนินการอย่างมีความผิดชอบต่อสังคมและมีจริยธรรม ซึ่ง S.C. Certo ระบุว่า จากการสำรวจบริษัท 500 แห่งในสหรัฐอเมริกาพบว่า มีถึงร้อยละ 50 ที่มีจรรยาบรรณทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่น จรรยาบรรณทางธุรกิจของ The Johnson & Johnson คือ

1. บริษัทเชื่อในความสามารถของหมอ พยาบาล แม่ และ ผู้ใช้สินค้าหรือบริการของบริษัททุกคน และบริษัทจะสนองความต้องการด้วยสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่สุด
2. บริษัทพยายามที่จะลดค่าใช้จ่ายในทุกกรณีเพื่อรักษาราคาเดิมของสินค้า หรือบริการของบริษัทไว้ให้ได้
3. บริษัทมีความรับผิดชอบต่อบุคลากรของบริษัทที่กระจายอยู่ทั่วโลก โดยยอมรับความสามารถและความทะเยอทะยานของแต่ละคน
4. บริษัทมีผู้บริหารที่มีความสามารถ มีคุณธรรม และมีจรรยาบรรณ
5. บริษัทมีความรับผิดชอบต่อชุมชนรอบข้างบริษัททุกแห่ง รวมทั้งสังคมระดับประเทศ และระดับโลก

6. บริษัทเป็นพลเมืองดีของประเทศที่บริษัทตั้งอยู่โดยการสนับสนุนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ให้ความช่วยเหลือสังคมและเสียภาษีอย่างถูกต้อง
7. บริษัทส่งเสริมการพัฒนาประเทศที่บริษัทอยู่อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะด้านสุขภาพและการศึกษา

จรรยาบรรณ

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

1. มุ่งมั่นต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ
2. ยึดมั่นต่อการทำงานที่เป็นเลิศ
3. เชื่อมั่นในคุณค่าของคน
4. ตั้งมั่นต่อการบริหารด้วยคุณภาพและความซื่อสัตย์
5. ถือมั่นต่อการมีส่วนร่วมในสังคมและประเทศชาติ

7. บรรษัทภิบาล

บรรษัทภิบาล (Corporate Governance) หมายถึง วิธีแห่งการดำรงอยู่ของบริษัทหรือธุรกิจเอกชนและแนวทางหรือวิธีแห่งการปฏิบัติตนของคนในบริษัท หรือธุรกิจเอกชนเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ คือ การเติบโตที่ยั่งยืน อย่างมีจริยธรรมและคุณธรรม

บรรษัทภิบาลที่ดี คือการหล่อหลอมมิติด้าน โครงสร้างและกระบวนการ (Structure and Process) จริยธรรมและคุณธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics and Integrity) และความสามารถและภูมิปัญญา (Competence and Wisdom) เข้าด้วยกันอย่างมีเอกภาพ ตามรูปที่ 3 คือ

- มิติที่ 1 : โครงสร้างและกระบวนการ หมายถึง โครงสร้างองค์กรและกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ โครงสร้างและกระบวนการที่ดีจะนำไปสู่การผลิตที่มีประสิทธิภาพ
- มิติที่ 2 : จริยธรรมและคุณธรรมของคนในองค์กร หมายถึงจรรยาบรรณของบริษัทและของบุคคลในบริษัท ซึ่งจะนำไปสู่การสนองความต้องการของสังคมและประเทศชาติ
- มิติที่ 3 : ความสามารถและภูมิปัญญา หมายถึง ความสามารถของบริษัทและของคนในบริษัทซึ่งจะทำให้บริษัทบรรลุเป้าหมายในทางธุรกิจโดยมีจริยธรรมและคุณธรรม

บรรษัทภิบาลที่ดีจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างน้อย 3 ประการคือ

- ศักยภาพในการสร้างสมรรถนะการแข่งขันให้แก่บริษัททั้งในระดับประเทศและระดับโลก

- เพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดทุนของโลก
- เพิ่มโอกาสในการเสาะหาพันธมิตรทางธุรกิจได้ง่ายขึ้นและเป็นพันธมิตรที่มีบรรษัทภิบาลที่ดี

4. เอกสารข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกาแฟ

ขายให้ได้ใจ ไม่ใช่ขายเอากำไรเพียงอย่างเดียว

สุดยอดเทคนิคการขาย เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อ ดึงลูกค้าให้เป็นขาประจำ คงฐานลูกค้าเดิม ต่อ ยอดสร้างธุรกิจให้เติบโต

4.1. ลงรายละเอียดใส่ใจใจทุกเรื่องได้ใจลูกค้าทุกราย

หากคุณเปิดร้านเป็นของตนเอง นอกจากต้องใส่ใจเรื่องรสชาติแล้ว ยังมีเรื่องอื่นที่ต้องรับผิดชอบด้วย โดยเฉพาะเรื่องสถานที่ เช่น ยังไม่ได้เช็ดโต๊ะที่เปียกน้ำ แอร์ไม่เย็น ร้านมีกลิ่น พื้นเลอะเทอะ เลยไปจนถึงห้องน้ำไม่สะอาด เรื่องเล็กๆน้อยๆเช่นนี้อาจเป็นเรื่องใหญ่ของลูกค้า ใช่ เพียงว่าคุณซังกาแฟรสชาติดีแล้วจะไม่ต้องง้อลูกค้า เพราะหัวใจของการขายคือการบริการที่ดีในทุกรูปแบบ

พ่อค้าแม่ค้าใส่ใจ ใครก็อยากมาเป็นลูกค้าขาประจำ

นอกจากจะดูแลเรื่องรสชาติแล้วยังต้องดูแลความรู้สึกของลูกค้าให้ประทับใจด้วย

4.2. รสชาติเฉพาะแก้ว เพราะลูกค้าคือคนพิเศษ

แม้จะเป็นรายละเอียดเล็กๆน้อยๆของลูกค้า แต่การจดจำชนิด รสชาติเครื่องดื่มของลูกค้าประจำนั้นทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจได้แน่นอน เพราะเขาารู้ได้ทันทีว่า ผู้ขายใส่ใจและจดจำเขาได้ โดยเฉพาะลูกค้า ที่ดื่มเมนูเดิม คุณควรจำเขาให้ได้เป็นลำดับแรก

4.3. สร้างมิตรภาพ สร้างรายได้

ร้านกาแฟไม่ได้ทำหน้าที่ เพียงขายความสดชื่นให้กับลูกค้าเท่านั้น แต่ยังสร้างมิตรภาพและความ เป็นเพื่อนกับลูกค้าด้วยแต่อย่างไรก็ตามในฐานะแม่ค้าพ่อค้า คุณต้องสร้างบรรยากาศให้รู้สึกได้ถึง

"มิตรภาพ" เช่น ยิ้ม ทักทาย เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกคุ้นเคยและเป็นกันเองกับคุณ

เพียงแต่มอบรอยยิ้มที่จริงใจให้กับลูกค้า ก็ถือว่าเริ่มต้นได้ดีแล้ว

4.4. ลด – แลกอย่างไร ให้ยอดขายทะลุเป้า

หลักการแลกสะสมแต้มแลกกาแฟฟรียังใช้ได้ดีเสมอ โดยเฉพาะลูกค้าขาประจำที่มาซื้อ กาแฟร้านคุณทุกวัน

วิธีการไม่ยุ่งและไม่ยาก กำหนดเป็นชื่อ 10 แก้วแถม 1 แก้ว บางร้านอาจมีเงื่อนไขแตกต่างกันไป พิเศษขึ้นมาอีกนิด ร้านไหนตั้งอยู่ใกล้ที่สถานศึกษา เพิ่มเปอร์เซ็นต์ส่วนลดหรือเพิ่มดาวสะสมแต้มเพื่อดึงดูดใจเหล่าลูกค้านักเรียน นักศึกษา

4.5. เพิ่มทางเลือกต่อยอดกำไร

บางร้านนอกจากจะมีเมนูน้ำอื่นๆ ขายเสริมแล้ว การวางขนมหน้าร้านก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ดีเพื่อหากำไรเพิ่มให้ร้าน โดยเฉพาะในช่วงที่พนักงานออฟฟิศส่วนใหญ่ที่ชอบอาหารที่ทานง่าย รongห้องพร้อมกาแฟ

4.6. ร้านนี้ดียังไง เข้าได้ไม่มีเบื่อ

คุณสามารถสร้างกิจกรรมให้ลูกค้ามีส่วนร่วม อย่างติดบอร์ดให้ลูกค้า แสดงความคิดเห็น ความรู้สึกต่างๆ ตามสถานการณ์

4.7. อิ่มท้อง อิ่มใจ สร้าง "การให้" กับสังคม

คุณสามารถสนับสนุนการทำดี เพื่อสังคมได้ง่ายๆ อย่างการตั้งกล่องรับบริจาค และต้องระบุให้ชัดเจนว่าเงินที่ลูกค้าบริจาคมันนำไปทำอะไร ที่ไหน ถ้าเป็นกล่องที่คุณรับฝากมาอีกทีแล้วละก็ ควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าเขาไม่ได้มาหลอกเรา

คุณนำเงินบริจาคของเขาไปช่วยเหลือจริง ไปแล้วอย่าลืมถ่ายรูปมายืนยันให้ลูกค้าสบายใจว่าได้บุญ

เช็คทุกเรื่อง หลังเคาน์เตอร์

- นอกจากเรื่องหน้าร้าน อย่างการควบคุมรสชาติ ชง ให้ได้มาตรฐานและให้การบริการที่ดีแล้ว การทำบัญชีถือเป็น เรื่องที่ห้ามละเลย เพราะบัญชีมีประโยชน์ ทำให้รู้ว่าลงทุนไปเท่านี้ในช่วงได้กำไรหรือขาดทุนจะคืนทุนได้เมื่อไหร่ บัญชีบอกให้เรารู้ทุกเรื่องเกี่ยวกับยอดเงิน และยังมีผลต่อเรื่องคือทำให้เรามองเห็นถึงการขึ้นลงของราคาสินค้าด้วย
- หากเรายิ่งทำบัญชีอย่างละเอียดและรอบคอบเราจะสังเกตเห็นได้ว่าส่วนผสมไหนในเมนูใดขายดี ต้องซื้อวัตถุดิบมากน้อยหรือบ่อยแค่ไหน เพื่อไม่ให้เสียเวลา เสียค่าค่าเดินทางไปจ่ายตลาดบ่อยๆ เรื่องเงิน เรื่องง่าย

เพียงเริ่มต้นจากเงินลงทุนที่มีอยู่ตอนนี้ 10,000 บาท สำหรับชงกาแฟแบบขายส่ง นำมาจัดสรรแบ่งเป็น 3 ก้อนหลัก

ก้อนที่ 1 60 % ค่าอุปกรณ์หลักสำหรับการชงกาแฟ

ก้อนที่ 2 30 % ค่าวัตถุดิบและอุปกรณ์อื่นๆ

ก้อนที่ 3 10 % เก็บเป็นเงินทุนหมุนเวียนหรือเป็นเงินฉุกเฉิน

เมื่อเราขายของเดือนแรกจบ ให้แบ่งเงินเก็บไว้สำหรับเงินเดือนของเรา และเก็บอีกก้อนไว้สำหรับลงทุนครั้งต่อไป หากยังไม่ได้กำไรจากก้อนแรกให้ดึงเงินสำรองก้อนที่ 3 มาใช้หมุนเวียนก่อน เมื่อขายของได้กำไรแล้วอย่าลืมแบ่งเงินเก็บไว้สำรองให้เท่าเดิมหรือมากกว่าด้วยหากเกิดเหตุฉุกเฉินจะได้หยิบยืมก้อนนี้มาใช้ได้ตลอด

คำนวณบัญชีรับ - จ่าย และรายได้ให้สมดุล

การขายเครื่องดีมีอาจจะเป็นเรื่องจุกจิกสำหรับบางคน ยังมีเมนูมากก็ยิ่งใช้ส่วนผสมมากตามไปด้วย การทำบัญชีต้องละเอียดมากขึ้น ตั้งแต่ระบุขนาด ปริมาณจำนวน หรือยี่ห้อที่ใช้ เพราะของที่เรายกก็เป็นสินค้าอุปโภค ราคาส่วนใหญ่มีแต่ขึ้น ไม่ค่อยลดลงเท่าไรนักจึงจำเป็นต้องจด จด และจด

หมายเหตุ กาแฟ 1 กิโลกรัมสามารถชงกาแฟบรรจุขวดพร้อมดื่มได้ถึง 40-60 ขวด ขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของชนิดกาแฟ ทั้งนี้ยังไม่รวมค่าเช่าที่ ค่าใช้จ่ายิปาณะอื่นๆ ที่ต้องคิดคำนวณให้ถี่ถ้วน รวมถึงกำลังซื้อของลูกค้าในแต่ละร้าน

ตอนนี้ในตำแหน่งนักบัญชีพอจะทราบว่า ในแต่ละวันแต่ละเดือนขายเครื่องดื่มได้กี่แก้ว ก็ชวด ใช้ส่วนผสมไปมากน้อยแค่ไหน คุณจำเป็นต้องมีบัญชีรายเดือนเพื่อห้กลับต้นทุนออกไป คำนวณกำไรให้เห็นว่า เมื่อไหร่ถึงจะได้ทุนคืน 1 วัน ต่อ จำนวนแก้ว

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าเรื่องการออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่อง "My little cafe" The guide book about coffee business มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มบุคคลหรือผู้ที่สนใจในเรื่องของธุรกิจกาแฟ เพื่อให้ทราบถึงที่มา ประวัติและความเป็นมาของกาแฟ แต่ละประเภทรวมถึงข้อมูลของกาแฟในเชิงเศรษฐกิจ และสามารถนำข้อมูลเพื่อนำกาแฟไปต่อยอดเพื่อสร้างธุรกิจในการเปิดร้านกาแฟ

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเกี่ยวกับงานที่ใกล้เคียง และข้อมูลต่างๆที่รวบรวมมาศึกษา ทำให้ได้ข้อมูล ที่จะนำมาเพื่อพัฒนาในงานการออกแบบหนังสือสามมิติเรื่อง "My little cafe" The guide book about coffee business มีดังนี้

- รูปแบบของรูปเล่มและภายในเล่มมีการจัดวางระเบียบของตัวอักษรและภาพต่างๆที่ชัดเจน สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย
- มีการใช้วาดภาพประกอบ และการใช้สีที่สดใสไม่จัดจ้านมากเกินไปเพื่อความสบายตาและน่าสนใจมากขึ้น
- นำเฉพาะข้อมูลสำคัญและจำเป็นมาใช้อธิบาย ใช้คำที่เป็นกันเองและสั้นกระชับ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจข้อมูลได้ง่าย
- สร้าง pop-up และเทคนิคลูกเล่นต่างๆไว้ภายในเล่ม เพื่อให้ไม่ให้เกิดกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกเบื่อที่จะอ่าน

3. เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

3.1 เป็นการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นพื้นฐาน ในการศึกษา เรื่องการออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่อง "My little cafe" The guide book about coffee business โดยให้ความรู้ในเรื่องของกาแฟที่นำมาสร้างรายได้ในเชิงธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลความรู้ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน

3.2 ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการพัฒนาสื่อ

- 1) Adobe Illustrator CS 6
- 2) Adobe Photoshop CS 6

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูล ที่เกี่ยวข้องโดยการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับที่มาและประวัติความเป็นมาของสายพันธ์กาแฟ และศึกษาข้อมูลของกาแฟในเชิงเศรษฐกิจที่สามารถนำมาสร้างรายได้ เพื่อนำมาสร้างธุรกิจได้โดยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและสอบถามข้อมูลจากบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางข้อมูลในเรื่องของกาแฟธุรกิจ

5. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย และความรู้หรือเทคนิคพิเศษ ในเรื่องของการเปิดธุรกิจกาแฟ

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์ และพัฒนาให้สอดคล้องกับการออกแบบหนังสือสามมิติ เรื่อง "My little cafe" The guide book about coffee business

ขั้นตอนที่ 3 ร่างแบบ เกี่ยวกับรูปร่างของหน้ารูปแบบแต่ละหน้า ตัวละคร จากและโครงสร้างของหนังสือสามมิติ ศึกษาโปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบ ตรวจสอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการ เพื่อนำไปสู่ขั้นตอนการผลิตสื่อ

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการสร้างหนังสือสามมิติ "My little cafe" The guide book about coffee business โดยนำผลสรุปที่ได้จากแบบร่างและความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการ นำมาพัฒนาเพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการตรวจสอบอีกครั้ง

ขั้นตอนที่ 5 การนำเสนอผลงาน การออกแบบตัวหนังสือสามมิติเรื่อง "My little cafe" The guide book about coffee business ในรูปแบบการจัดนิทรรศการ

บทที่ 4

ผลงานการออกแบบ

การศึกษาค้นคว้าเรื่องการออกแบบหนังสือสามมิติเรื่อง "My little cafe" The guide book about coffee business มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 4.1 Pre-production

4.1.1 สืบค้นข้อมูล

4.1.2 แนวทางในการออกแบบ

4.1.3 การออกแบบดำเนินเนื้อหา

4.1.5 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาษ

ขั้นตอนที่ 4.2 Production

4.2.1 ออกแบบคาแรคเตอร์ภาพประกอบ

4.2.2 ออกแบบฉากและทำแบบจำลอง Mock up

ขั้นตอนที่ 4.3 Post-production

4.3.1 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหา

4.3.2 ทำรูปแบบโปสเตอร์และวางข้อมูลต่างๆ

4.3.3 การนำเสนอผลงาน

ขั้นตอนที่ 4.1 Pre-production

4.1.1 สืบค้นข้อมูล

หลังจากที่ได้สืบค้นข้อมูลเราได้นำข้อมูลที่ได้มาคัดกรองเพื่อให้การออกแบบหนังสือสามมิติเรื่อง "My Little Cafe" มีความกระชับและชัดเจน สามารถสื่อความหมายได้ง่ายโดยจะเน้นไปที่

- ความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาของกาแฟ
- ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจกาแฟ

4.1.2 แนวคิดในการออกแบบ

แนวคิดหลัก คือการออกแบบหนังสือสามมิติเรื่อง "My little cafe" The guide book about coffee business ต้องการสื่อถึงข้อมูลของกาแฟในรูปแบบต่าง โดยมีเรื่องของการประกอบธุรกิจ โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายธุรกิจเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือ 'cafe' เป็นหนังสือที่มีภาพประกอบแล้ว ข้อมูลสามารถเข้าใจได้ง่าย

4.1.3 การออกแบบดำเนินเนื้อหา

การดำเนินเนื้อหานั้นจะแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ โดยแต่ละหัวข้อจะมีรายละเอียดของข้อมูลเรื่องกาแฟเบื้องต้นไปจนถึงเรื่องข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเปิดร้านกาแฟ มีดังนี้

หัวข้อที่ 1 History of coffee

- ประวัติกาแฟโลก
- กาแฟไทย
- สายพันธุ์ของเมล็ดกาแฟ

หัวข้อที่ 2 How coffee is made

- เมล็ดกาแฟมาได้อย่างไร
- การเก็บเมล็ดกาแฟ
- การคั่วเมล็ดกาแฟ

หัวข้อที่ 3 Coffee Machinery

- เครื่องชงกาแฟ
- อุปกรณ์สำหรับร้านกาแฟ

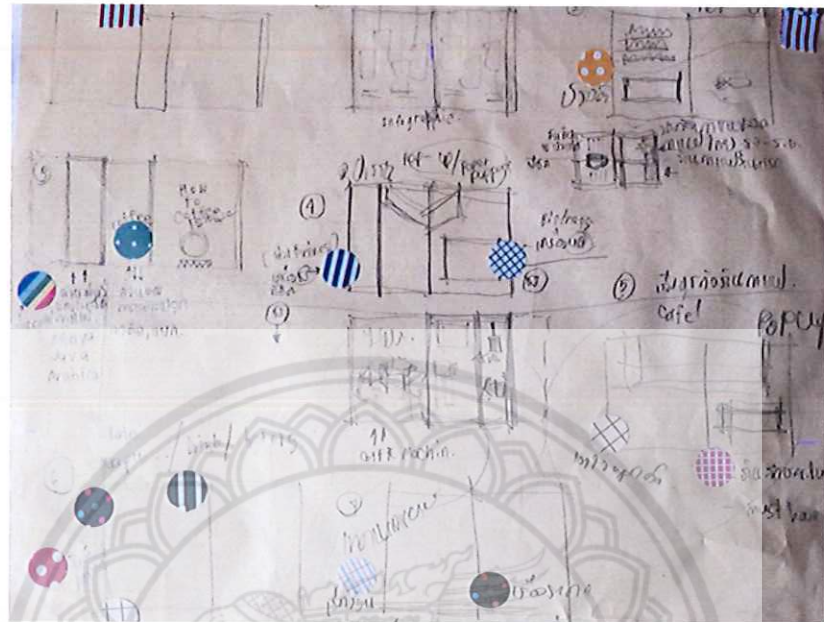
หัวข้อที่ 4 My Little Cafe'

- ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจร้านกาแฟ

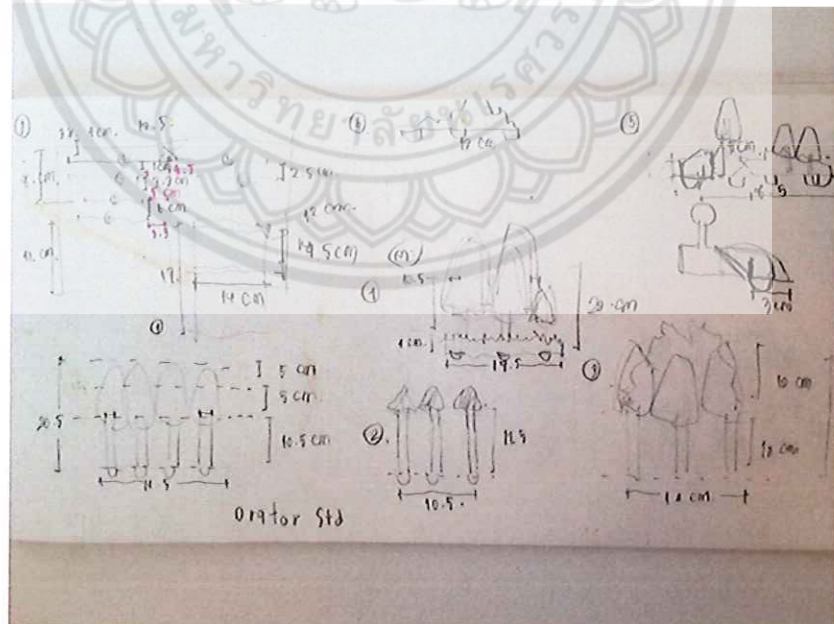
หัวข้อที่ 5 Drinks&Bakery

- ข้อมูลชนิดกาแฟ
- การชงกาแฟ และเครื่องดื่มอื่นๆ
- เบเกอรี่อื่นๆ

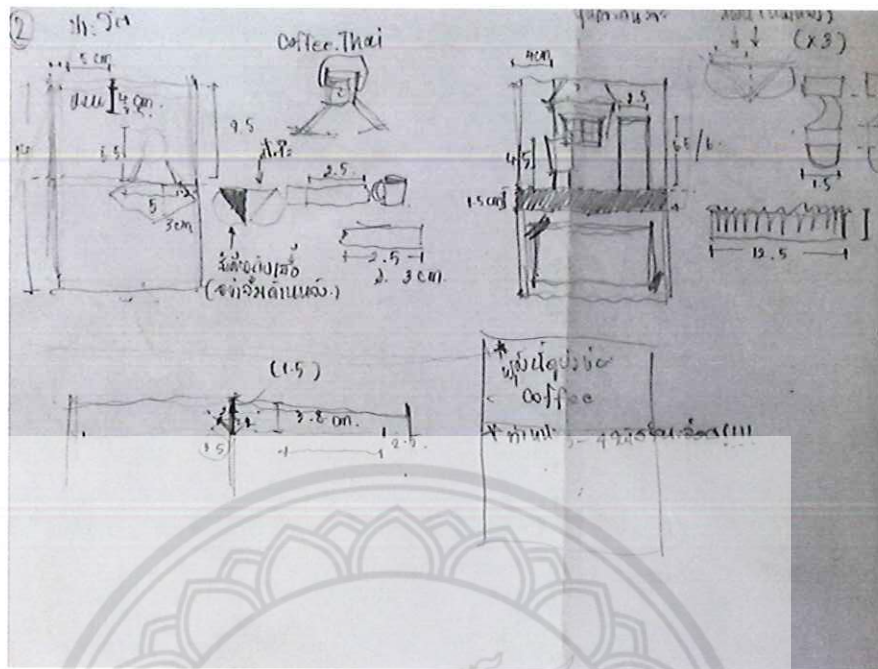
4.1.4 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาศ



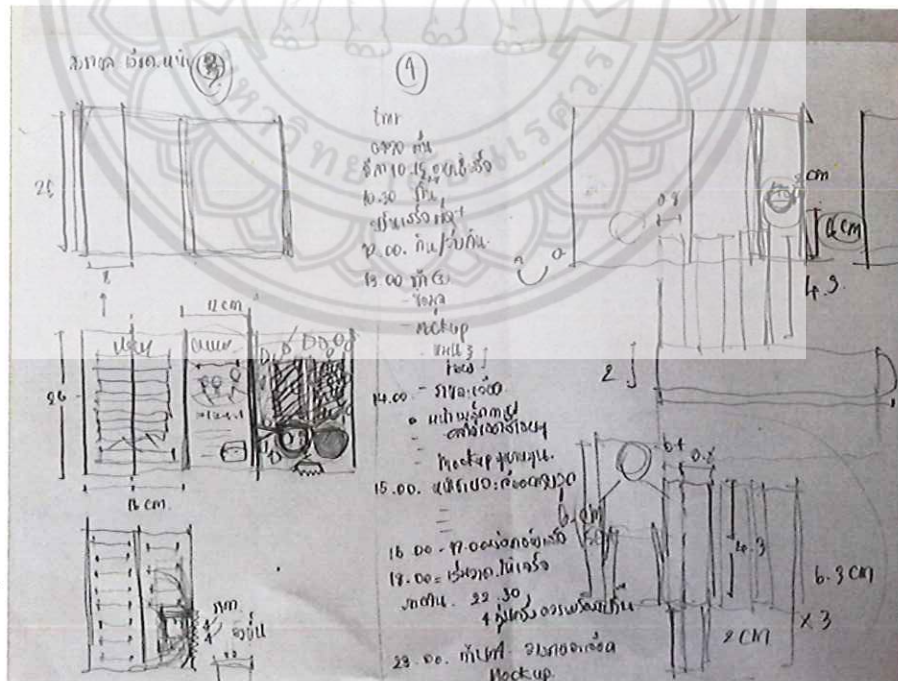
ภาพ 20 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาศ
ที่มา: จิตภัสร์, 2557



ภาพ 21 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาศ
ที่มา: จิตภัสร์, 2557



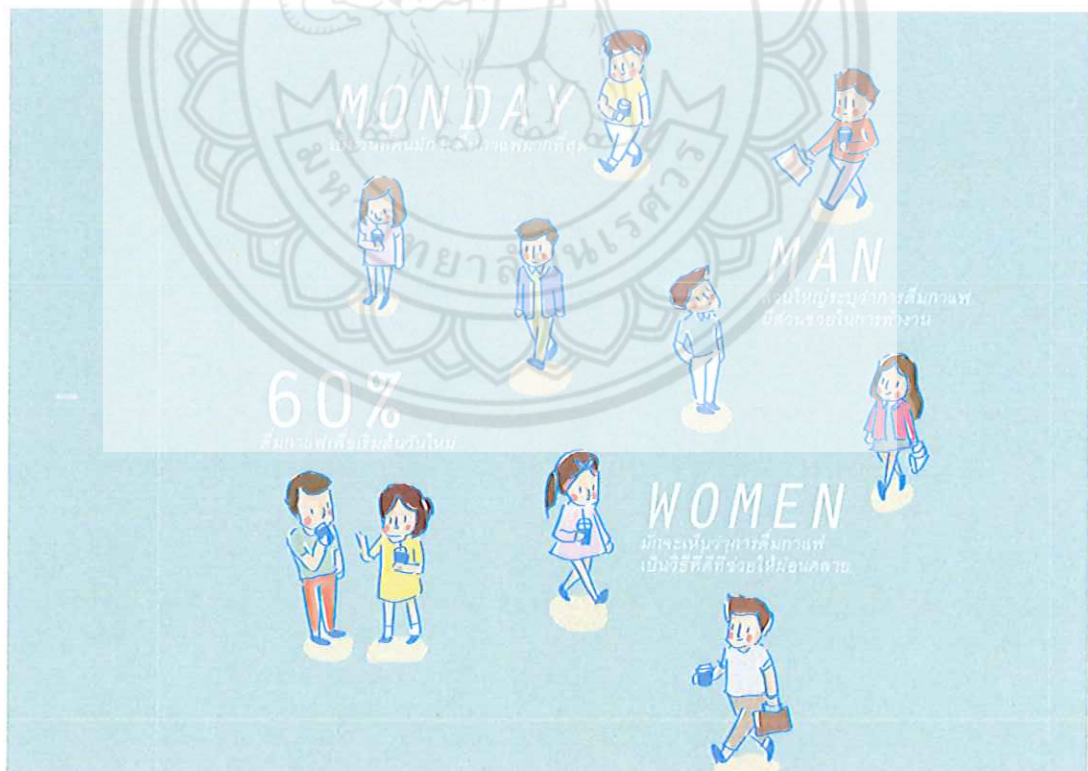
ภาพ 22 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาษ
 ที่มา: จิตภัสร์, 2557



ภาพ 23 การร่างแบบภาพและเทคนิคกระดาษ
 ที่มา: จิตภัสร์, 2557

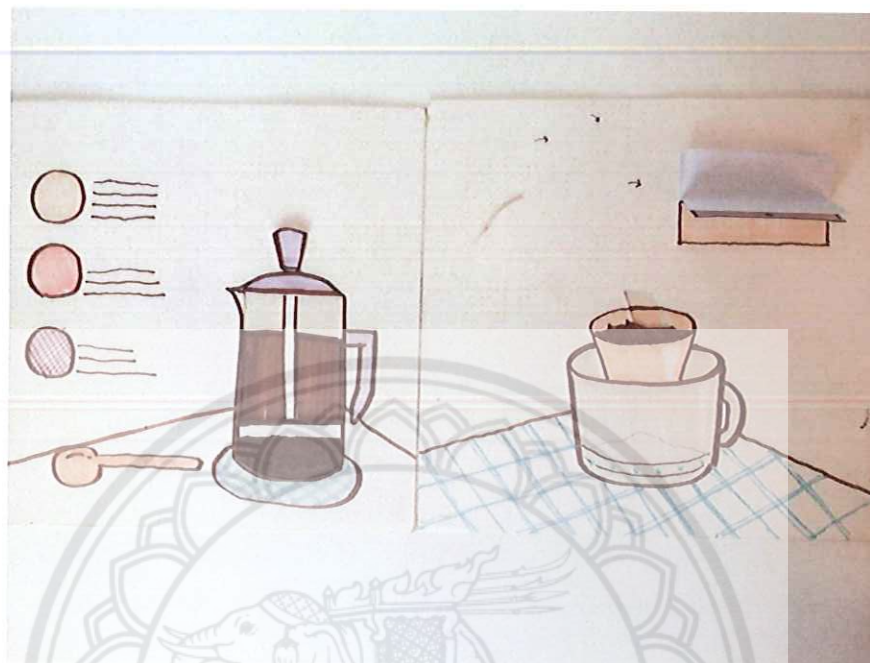


ภาพ 26 การออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 1
ที่มา: จิตภัทร , 2557

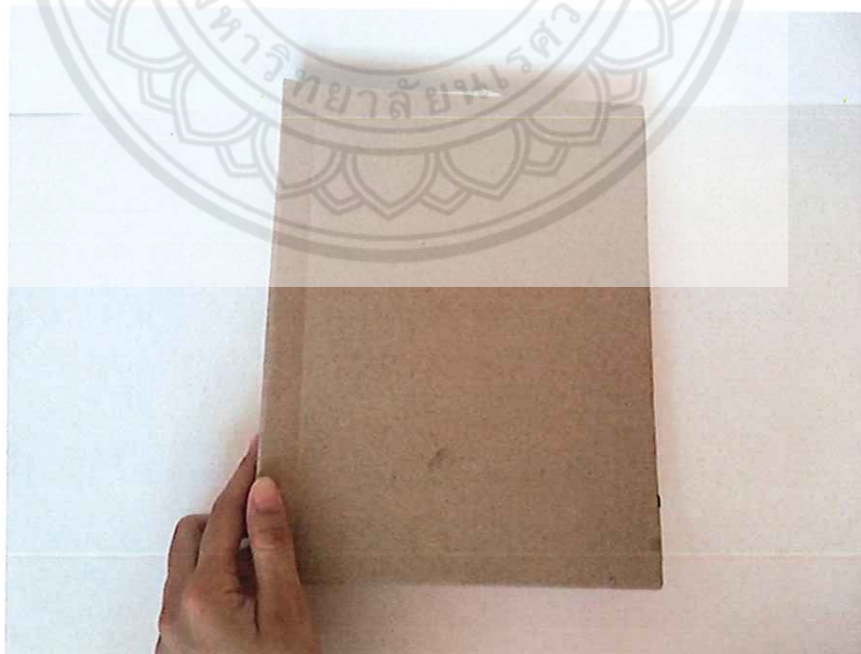


ภาพ 27 การออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 2
ที่มา: จิตภัทร , 2557

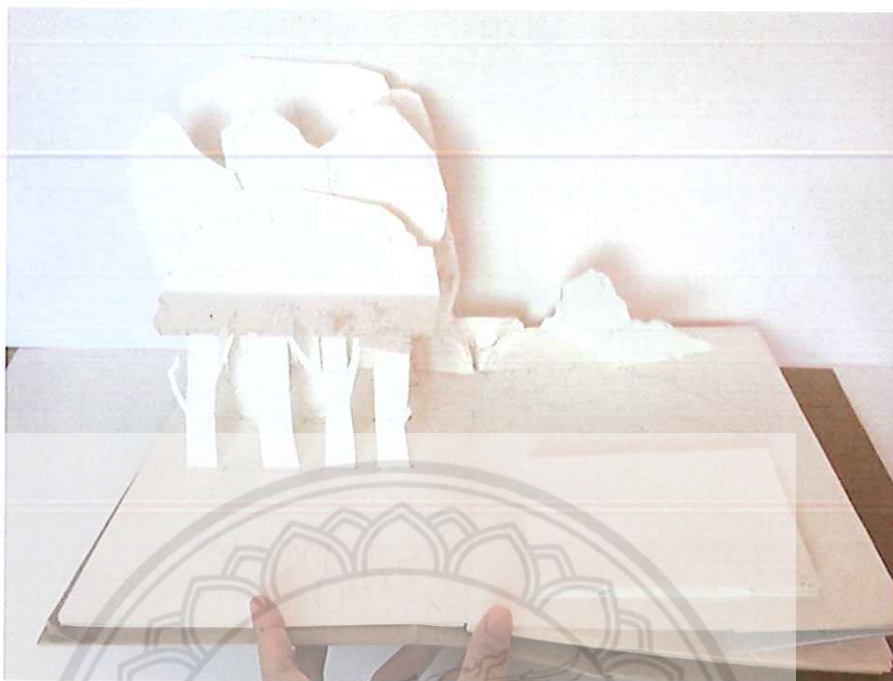
4.2.2 ออกแบบจากและทำแบบจำลอง



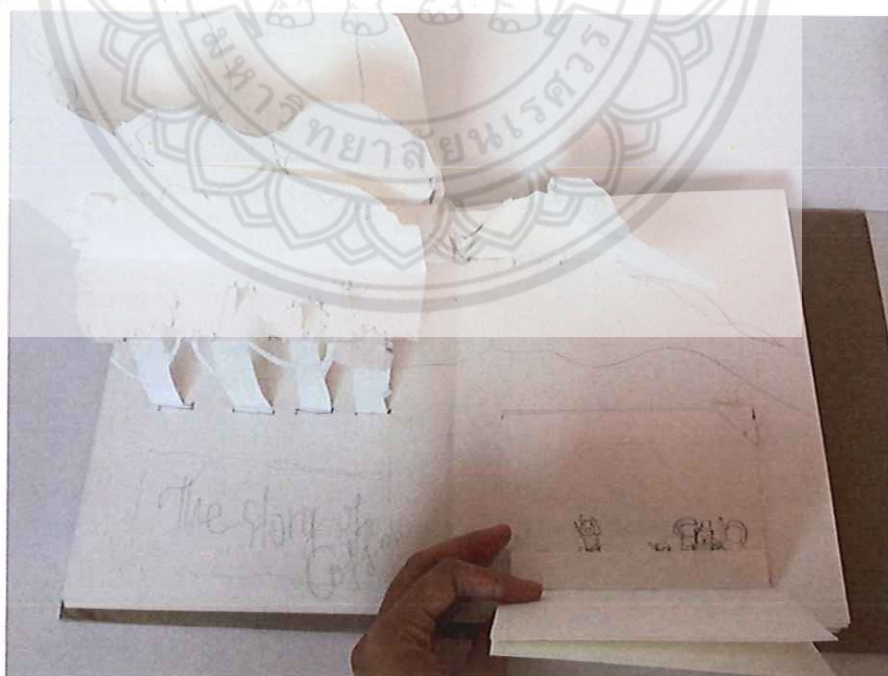
ภาพ 28 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัทร , 2557



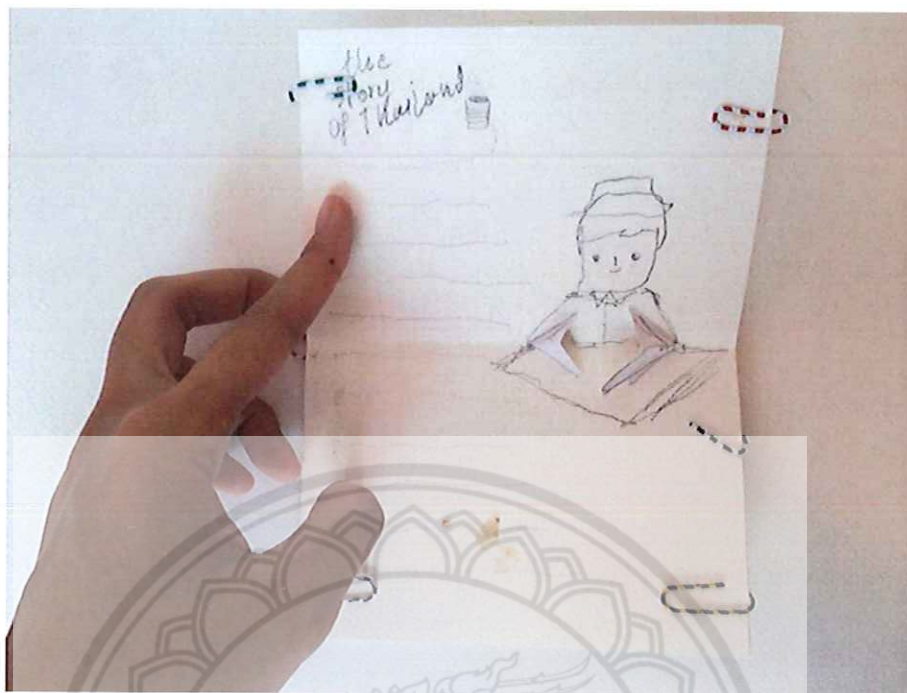
ภาพ 29 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัทร , 2557



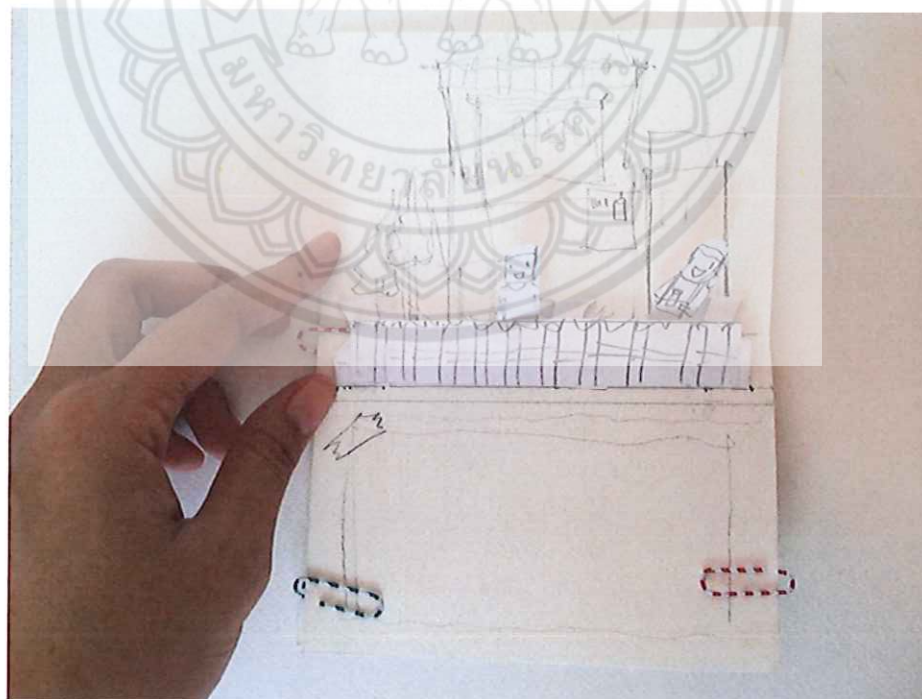
ภาพ 30 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



ภาพ 31 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



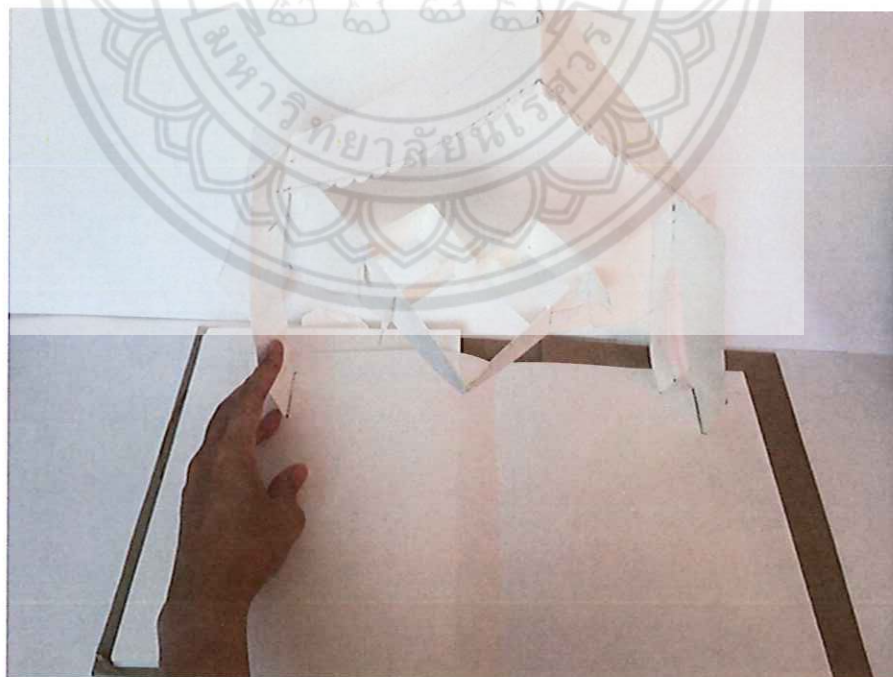
ภาพ 32 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 33 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัทร , 2557



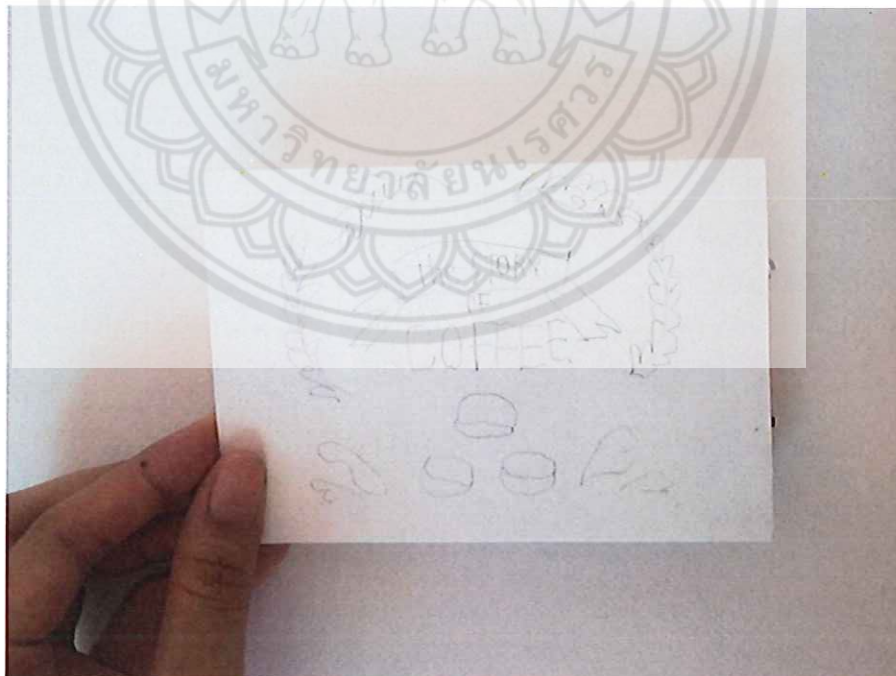
ภาพ 34 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



ภาพ 35 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



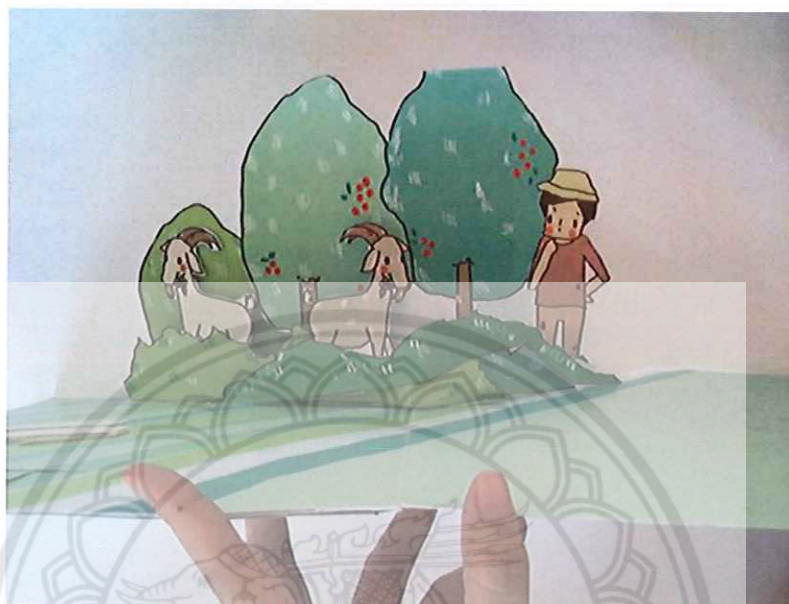
ภาพ 36 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 37 ออกแบบ Mock up
ที่มา: จิตภัทร , 2557

ขั้นตอนที่ 4.3 Post-production

4.3.1 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหา



ภาพ 38 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้ง 1
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 39 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้ง 1
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 40 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 41 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 42 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



ภาพ 43 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้งที่ 2
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



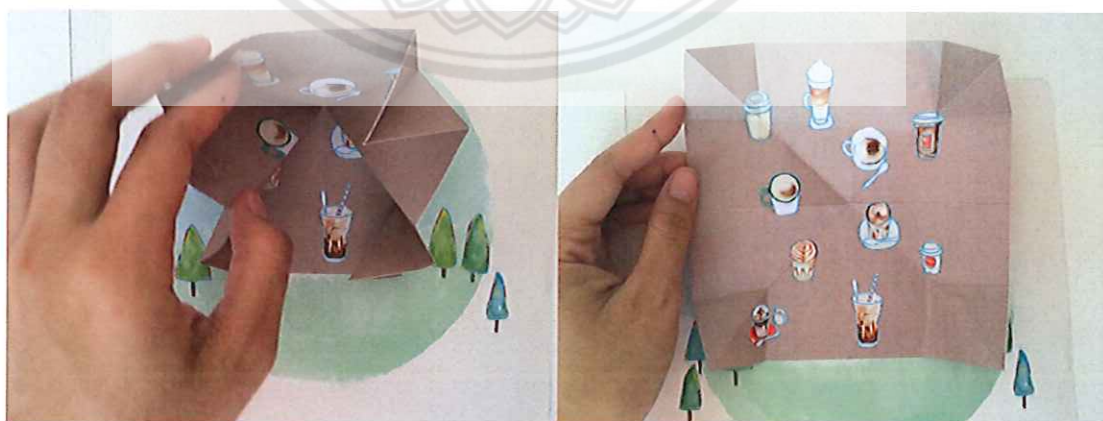
ภาพ 44 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้ง 2
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 45 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้ง 2
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 46 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้ง 2
 ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 47 จัดวางแผนผังการดำเนินเนื้อหาครั้ง 2
 ที่มา: จิตภัทร , 2557

4.3.2 ทำรูปแบบป๊อปอัพและวางข้อมูลต่างๆ

เป็นการออกแบบภาพประกอบและวางข้อมูลต่างๆบนขนาดหน้ากระดาษที่ได้กำหนดการตั้งค่าไว้ ก่อนนำไปพิมพ์ลงบนกระดาษจริง เพื่อนำมาสร้างเป็นหนังสือและหน้าที่มีฉากป๊อปอัพจริง



ภาพ 48 การออกแบบรูปแบบป๊อปอัพ (กระดาษหน้าหลัง)
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



ภาพ 49 การออกแบบรูปแบบป๊อปอัพ
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



Coffee in Thai Land

๙ คนไทยสมัยก่อน
เคยเรียก "กาแฟ"
ว่า "ข้าวฝ"

๖ กาแฟเข้ามาในไทย
ตั้งแต่สมัยอยุธยา
โดยเรือและปลูก
ในสมัยรัตนโกสินทร์

๗ สมัยรัชการที่ ๓
เริ่มมีการติดต่อ
ค้าขายกาแฟ
กับต่างประเทศ

๘ สมัยรัชการที่ ๖
โปรดเกล้าฯ ให้ตั้ง
สถานเพาะหมักรับ
และได้ให้ความสำคัญ
มาจนถึงปัจจุบัน

๕ สมัยรัชการที่ ๕
มีร้านขายกาแฟ
ชื่อ "สูงๆ"
ถือว่าเป็นกาแฟ
เจ้าแรกของไทย

COFFEE OF THE WORLD

- 1.ค.ศ. 1554 ร้านกาแฟร้านแรกของโลกเกิดขึ้นที่กรุงคอนสแตนติโนเปิล
- 2.ค.ศ. 1645 เกิดร้านกาแฟร้านแรกในอิตาลี
- 3.ค.ศ. 1650 ร้านกาแฟแรกในอังกฤษเปิดตัวครั้งแรกที่เมือง Oxford
- 4.ค.ศ. 1674 ผู้หญิงอังกฤษตั้งคำถามที่ร้านกาแฟเนื่องจากพวกผู้ชายพากันไปชุมนุมกันที่ร้านกาแฟมากกว่าจะยอมอยู่ติดบ้าน
- 5.ค.ศ. 1689 ร้านกาแฟแรกในปารีส
- 6.คริสต์ศตวรรษที่ 16 ชาวยุโรปเริ่มผสมรสคอกเทลลงในกาแฟ
- 7.ค.ศ. 1721 ร้านกาแฟแรกในเบอร์ลิน
- 8.ค.ศ. 1763 มีร้านกาแฟกว่า 200 ร้านในเวนิส
- 9.ค.ศ. 1822 เครื่องรอกกาแฟ เอส.พรตโรถูกคิดขึ้นครั้งแรกที่ประเทศฝรั่งเศส
- 10.ค.ศ. 1901 กาแฟสำเร็จรูปถูกคิดค้นเป็นครั้งแรก

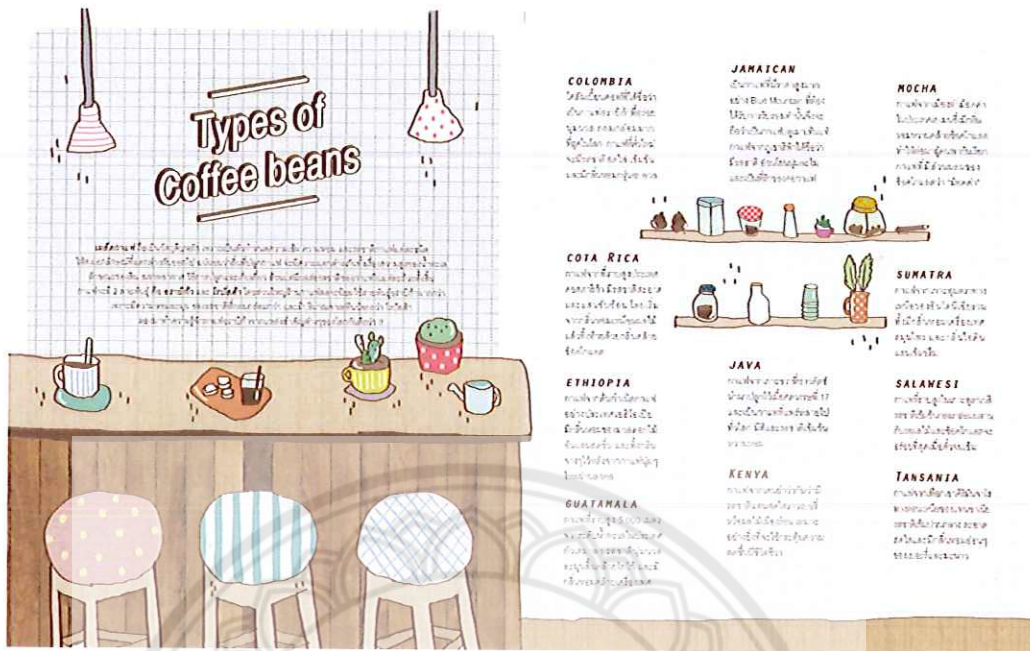




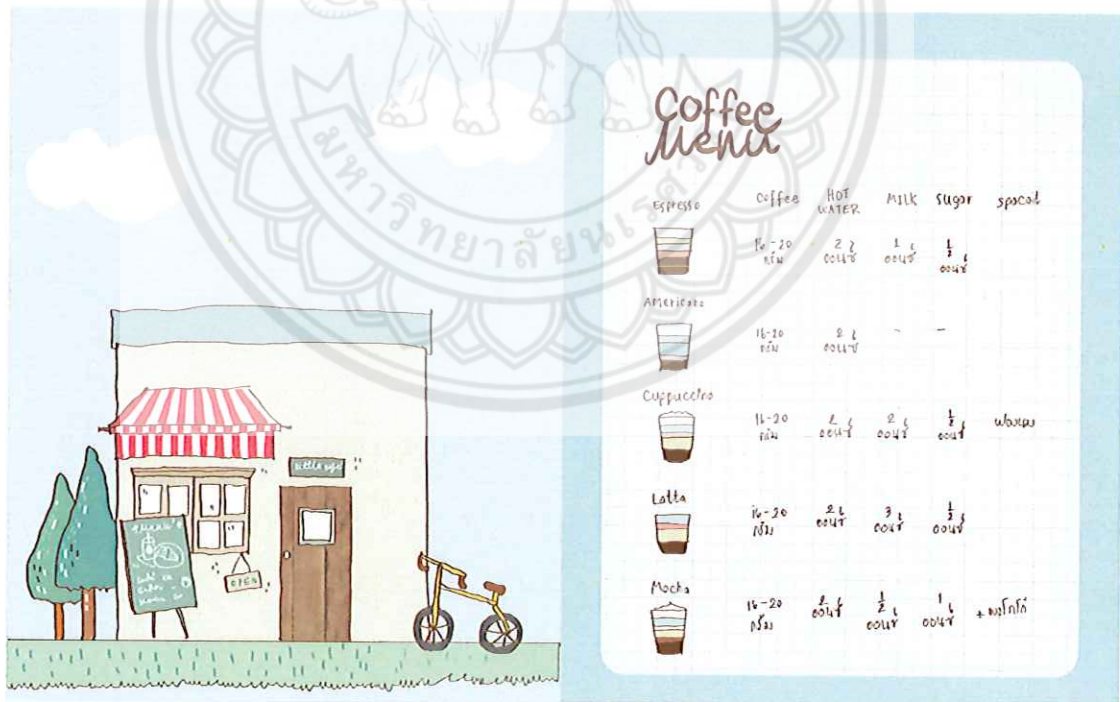
10 เกรดรู้ อันดับ กาแฟ

1.บราซิล (22.5 ล้านกระสอบ)	4.เวียดนาม (5.8 ล้านกระสอบ)
2.โคลัมเบีย (10.5 ล้านกระสอบ)	5.เม็กซิโก (5 ล้านกระสอบ)
3.อินโดนีเซีย (6.7 ล้านกระสอบ)	6.เอธิโอเปีย (3.8 ล้านกระสอบ)
	7.อินเดีย (3.8 ล้านกระสอบ)
	8.กัวเตมาลา (3.5 ล้านกระสอบ)
	9.Cote d'Ivoire (3.3 ล้านกระสอบ)
	10.ตุรกี (3 ล้านกระสอบ)

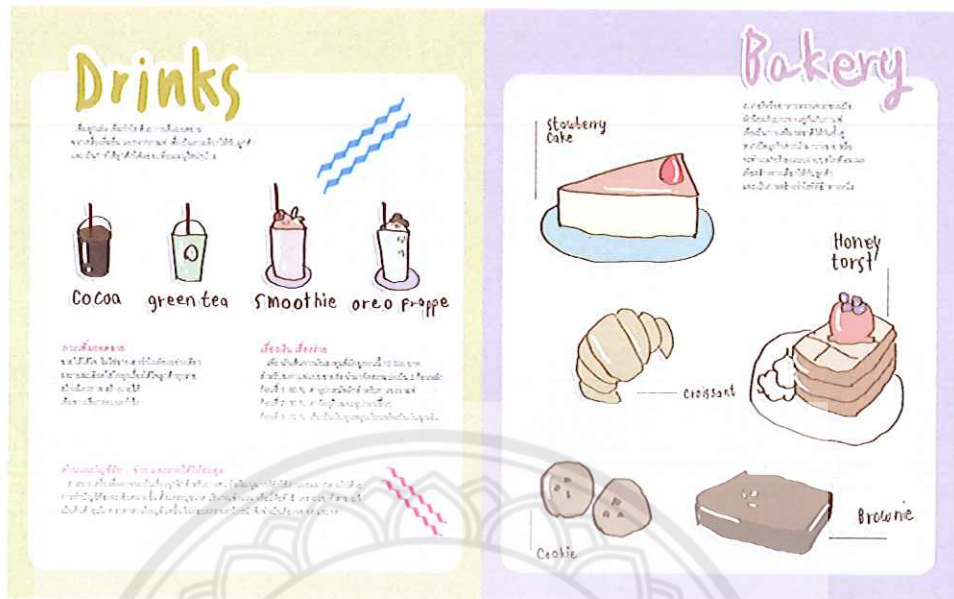
ภาพ 50 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
ที่มา: จิตภัทร , 2557



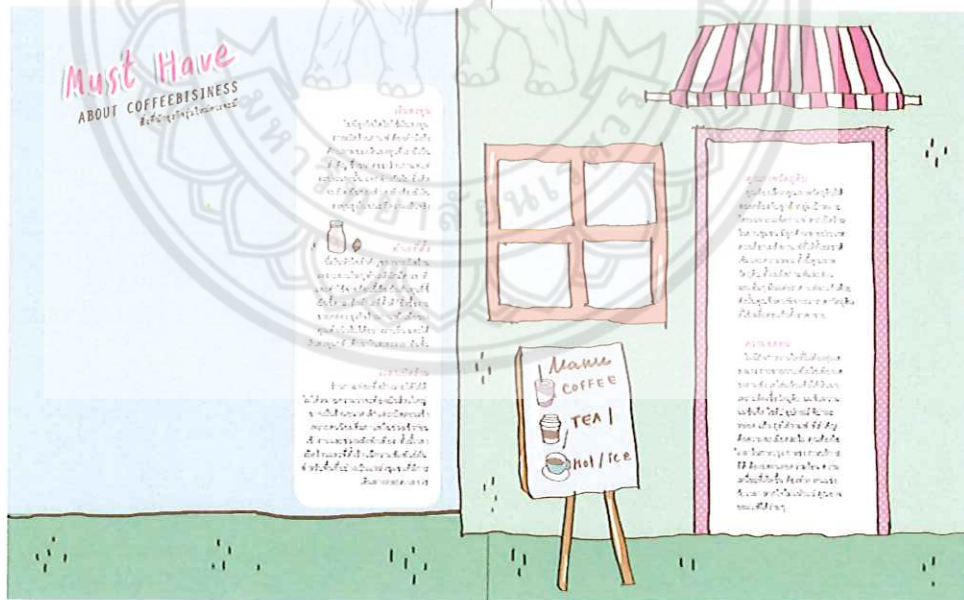
ภาพ 51 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
ที่มา: จิตภัทร , 2557



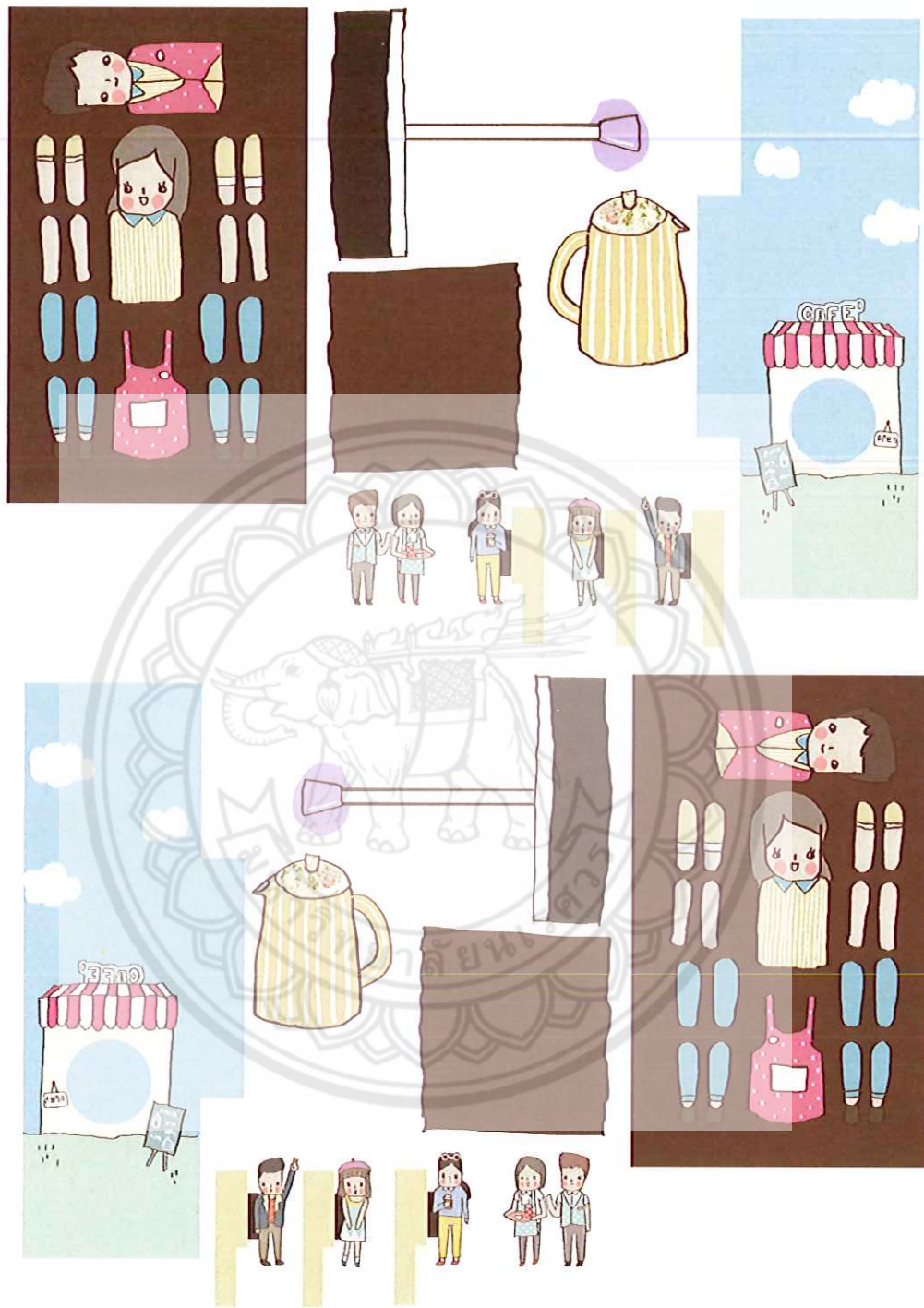
ภาพ 52 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 53 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
 ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 54 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
 ที่มา: จิตภัทร , 2557



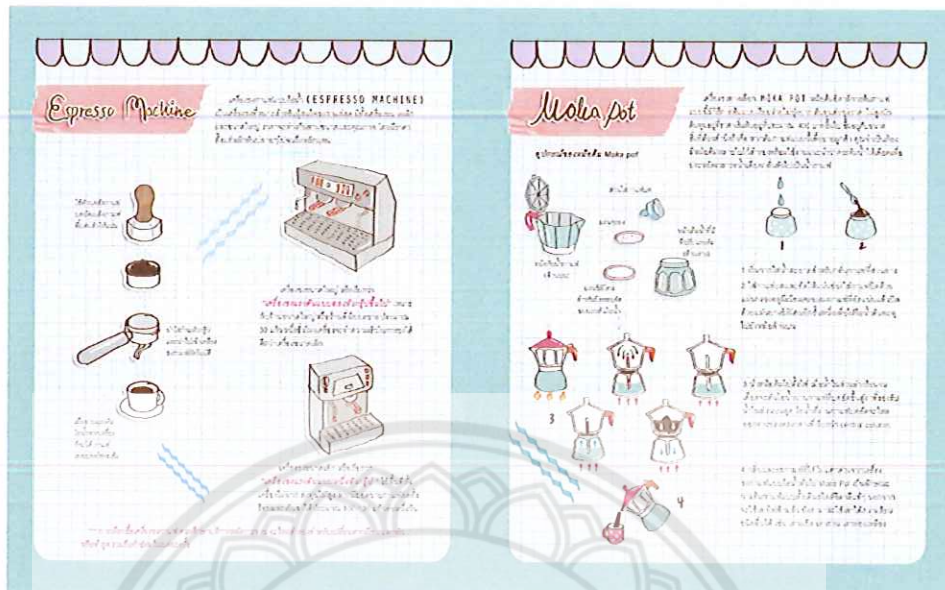
ภาพ 55 การออกแบบรูปแบบป๊อปอัพ (พิมพ์แบบหน้าหลัง)

ที่มา: จิตภัทร , 2557

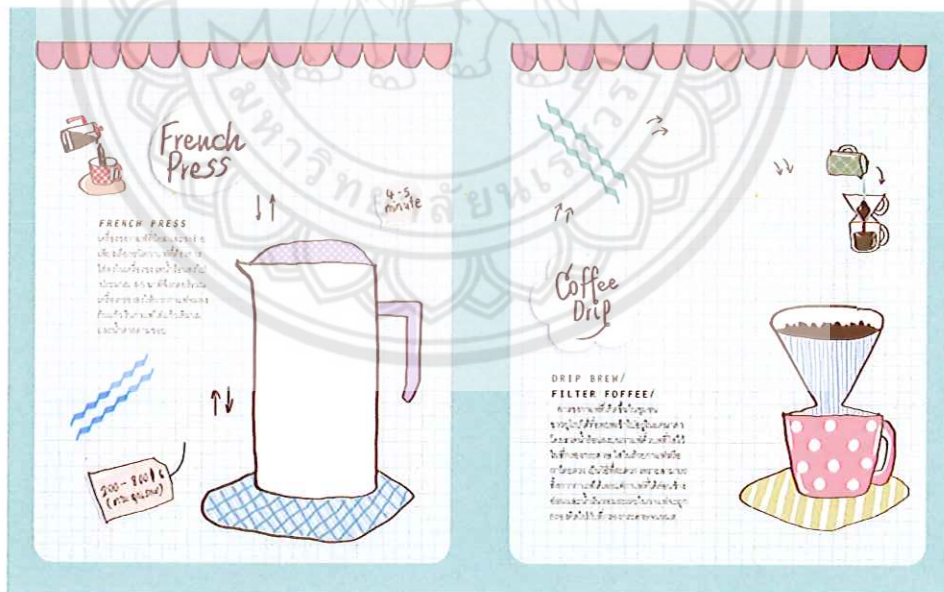


ภาพ 56 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง

ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 57 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
 ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



ภาพ 58 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
 ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



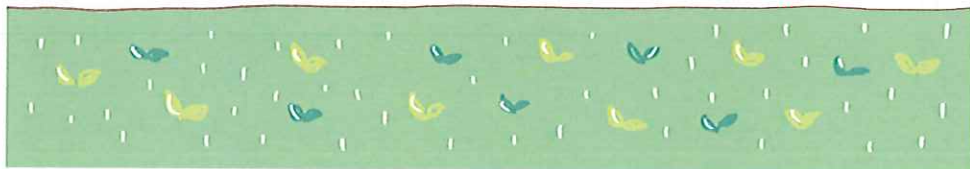
ภาพ 59 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
 ที่มา: จิตภัทร , 2557



MY LITTLE CAFE
 เป็นหนังสือที่จัดทำขึ้นเพื่อ
 เป็นแนวทางในการจัดทำหนังสือ
 และสื่อการเรียนรู้สำหรับเด็ก
 ในระดับประถมศึกษา โดยเนื้อหา
 ครอบคลุมเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับ
 เครื่องมือที่ใช้ในการทำกาแฟ
 และขั้นตอนในการทำกาแฟ
 ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์
 ในการเรียนการสอนได้



การออกแบบหนังสือก่อนพิมพ์
 เป็นสิ่งสำคัญในการจัดทำ
 หนังสือเรียนสำหรับเด็ก
 เพราะช่วยให้เด็กสามารถ
 เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น
 และสามารถนำไปใช้ประโยชน์
 ในการเรียนการสอนได้



ภาพ 60 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
 ที่มา: จิตภัทร , 2557

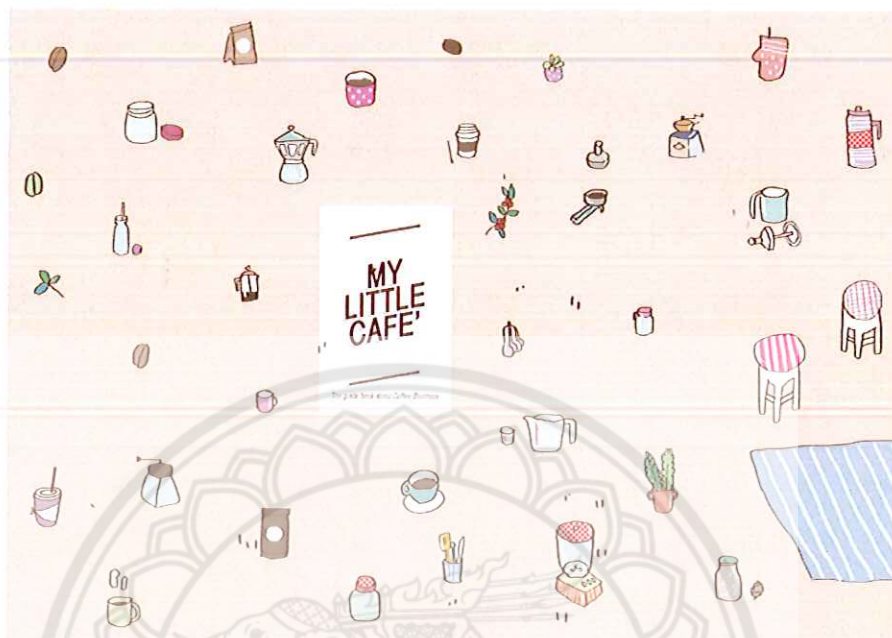


ภาพ 61 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
 ที่มา: จิตภัทร , 2557

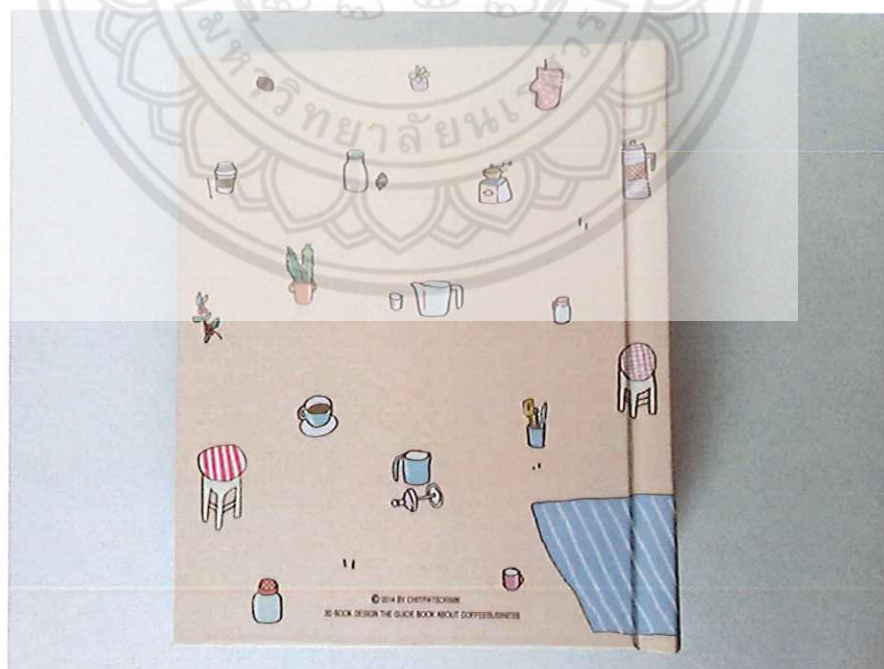


ภาพ 62 การออกแบบรูปแบบหนังสือก่อนพิมพ์จริง
 ที่มา: จิตภัทร , 2557

4.3.3 การนำเสนอผลงาน



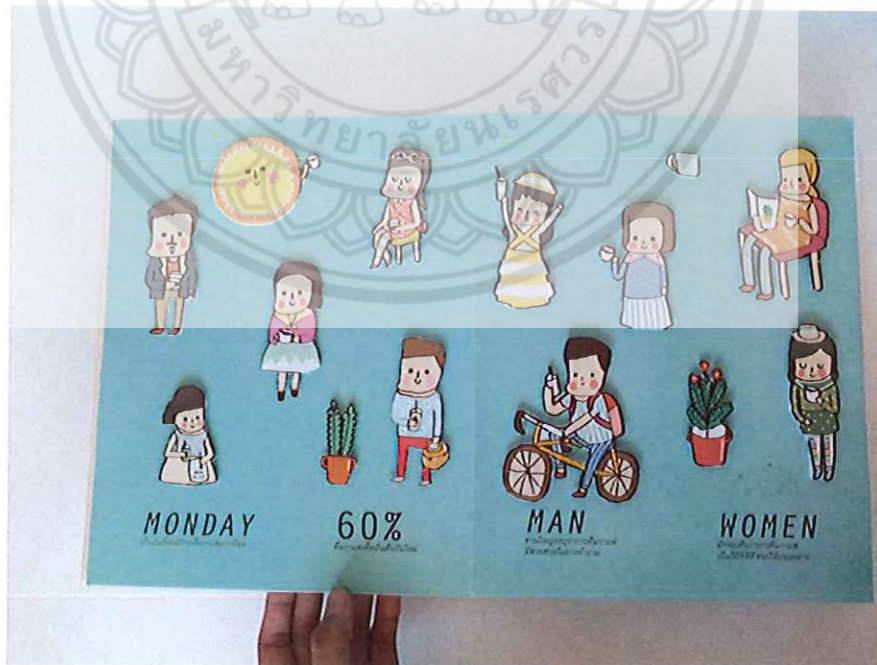
ภาพ 63 ปกด้านหน้าผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



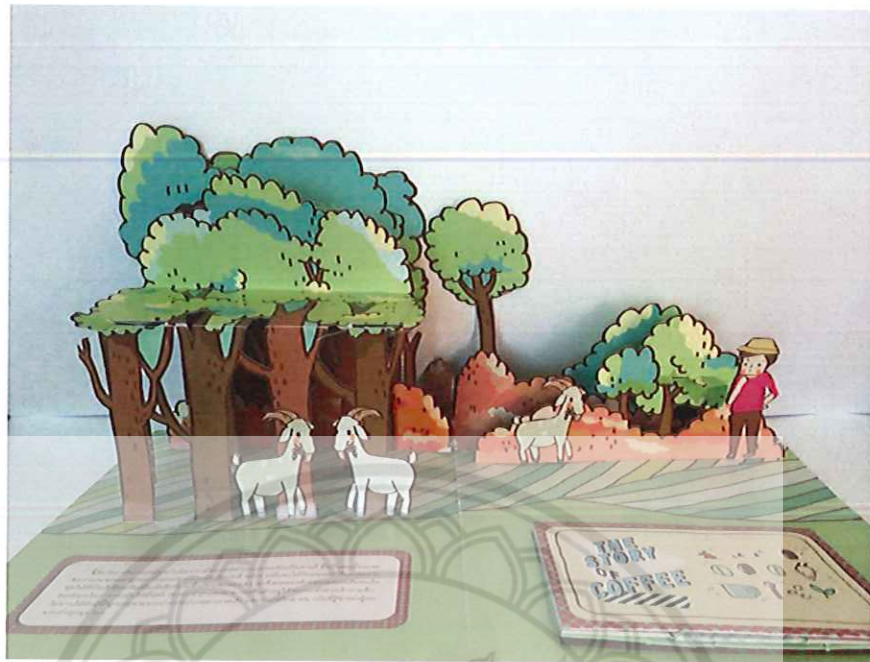
ภาพ 64 ปกด้านหลังผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 65 ผลงาน
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



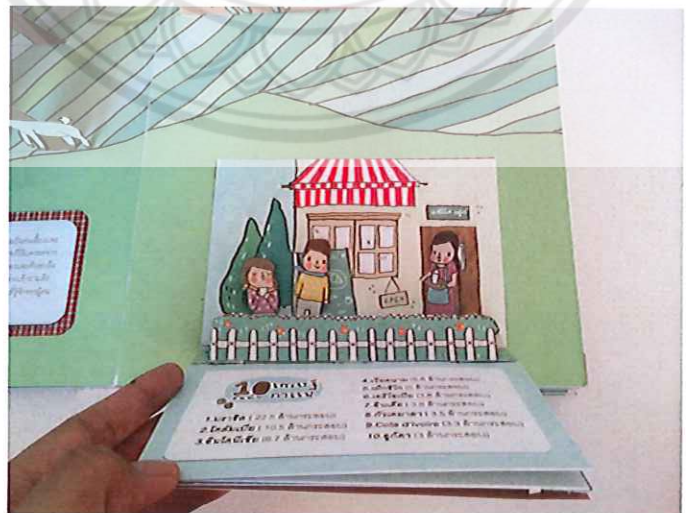
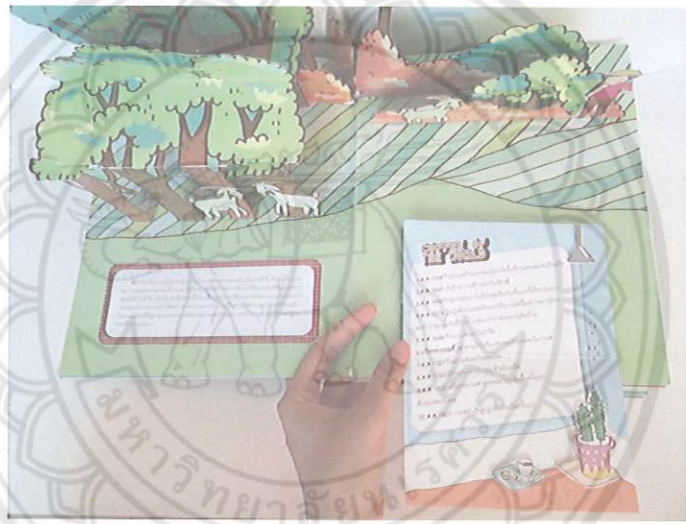
ภาพ 66 ผลงาน
ที่มา: จิตภัสร์ , 2557



ภาพ 67 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 68 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



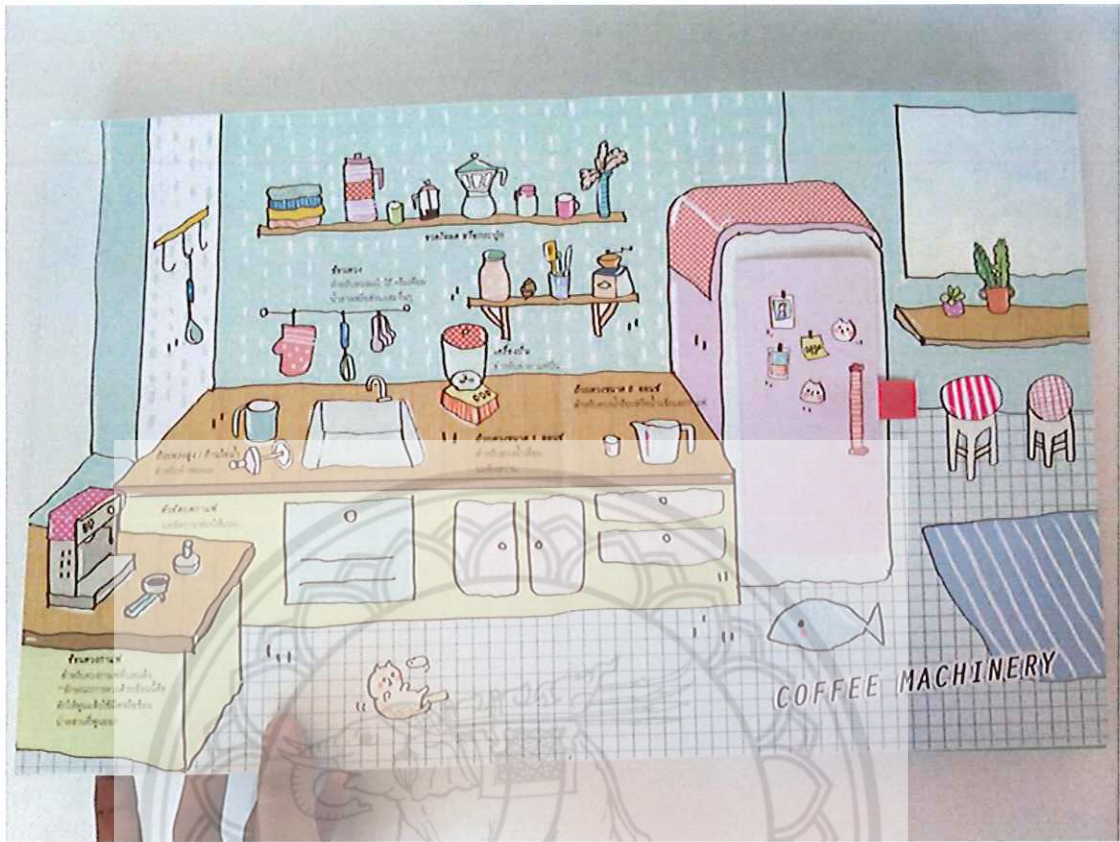
ภาพ 69 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร วิมาลา , 2557



ภาพ 70 ผลงาน
 ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 71 ผลงาน
 ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 72 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 73 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 74 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 75 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 76 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 77 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 78 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 79 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 80 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557



ภาพ 81 ผลงาน
ที่มา: จิตภัทร , 2557

บทที่ 5

บทสรุป

จากการศึกษาวิจัย การออกแบบหนังสือสามมิติเรื่อง “My little cafe” The guide book about business of coffee ครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้า และ วิธีดำเนินการศึกษาตามหัวข้อ ดังนี้

1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อออกแบบหนังสือสามมิติเรื่อง “My little cafe” The guide book about business of coffee เพื่อให้ประชาชนผู้สนใจทั่วไป ได้ศึกษาและเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกาแฟและทราบหลักการของการทำธุรกิจกาแฟเบื้องต้น โดยต้องทำการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ให้มีความสวยงาม เหมาะสมแก่การนำไปเผยแพร่ออกไปโดยผลการวิจัย โดยสรุปผลดังต่อไปนี้

1.1 ขอบเขต

กลุ่มเป้าหมายของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ บุคคลทั่วไปที่มีความสนใจในเรื่องของกาแฟและธุรกิจการเปิดร้านกาแฟ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือการออกแบบหนังสือสามมิติเรื่อง “My little cafe”

The guide book about business of coffee

1.1.1 ศึกษาเรื่องกาแฟ

หัวข้อที่ 1 History of coffee

- ประวัติศาสตร์กาแฟโลก
- กาแฟไทย
- สายพันธุ์ของเมล็ดกาแฟ

หัวข้อที่ 2 How coffee is made

- เมล็ดกาแฟมาได้อย่างไร
- การเก็บเมล็ดกาแฟ
- การคั่วเมล็ดกาแฟ

หัวข้อที่ 3 Coffee Machinery

- เครื่องชงกาแฟ
- อุปกรณ์สำหรับร้านกาแฟ

หัวข้อที่ 4 My Little Cafe'

- ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจร้านกาแฟ

หัวข้อที่ 5 Drinks&Bakery

- ข้อมูลชนิดกาแฟ
- การชงกาแฟ และเครื่องดื่มอื่นๆ
- เบเกอรี่อื่นๆ

1.1.2 ศึกษาเรื่องการออกแบบ

- การออกแบบเทคนิคภาพประกอบ
- การจัดวางองค์ประกอบภาพ

2 การออกแบบวิธีการดำเนินเรื่อง

การดำเนินเรื่องคือเริ่มจากการเล่าประวัติกาแฟและที่มาของเมล็ดกาแฟแต่ละชนิด แต่ละประเทศว่ามีความแตกต่างของรสชาติและกลิ่นอย่างไร ไปถึงขั้นตอนของกระบวนการผลิตเมล็ดกาแฟ การคัดแยกเมล็ด การคั่วในระดับต่างๆกัน ขั้นตอนต่อไปคืออธิบายด้วยภาพผ่านหนังสือเรื่องเครื่องชงกาแฟ และอุปกรณ์สำหรับร้านกาแฟที่ควรมี และจบที่การอธิบายเกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟ ว่ามีนักธุรกิจควรจะต้องมีสิ่งใดบ้างก่อนการคิดเริ่มต้นธุรกิจ

3 ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน

เนื่องจากหัวข้อที่ผู้วิจัยไม่เคยลองทำหนังสือสามมิติมาก่อนจึงจำเป็นต้องศึกษาโดยละเอียด ด้วยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือสามมิติจริง และศึกษาผ่านอินเทอร์เน็ต ต้องนำเทคนิคกระดาษต่างๆมาดัดแปลง เพื่อให้สอดคล้องกับหัวข้อเรื่องที่ทำในงานวิจัย ผู้วิจัยจึงต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ใส่ใจในรายละเอียดของการทำงานด้วยตัวเอง ต้องมีความรอบคอบซึ่งผลงานที่ทำมีความละเอียดต่างๆที่ควรให้ความสำคัญอย่างมาก และมีขั้นตอนในการดำเนินการทำชิ้นงานค่อนข้างยากพอสมควร

4 ข้อเสนอแนะ

4.1 ควรมีการวางแผนและคำนวณขนาดกระดาษที่ดี และใส่ใจในเรื่องของรายละเอียดเล็กน้อยของกระดาษ เช่น คำนวณขนาดของเทคนิคการพับกระดาษเมื่อนำมาประกอบเพื่อใส่ภายในเล่มหนังสือสามมิติ

4.2 ควรทำเล่มหนังสือและเทคนิคกระดาษต้นแบบหรือการทำ Mock up ต้นแบบชิ้นงานทั้งหมดขึ้นมาก่อน เพื่อให้สะดวกต่อการวัดขนาดกระดาษที่จะนำมาดำเนินการขึ้นต่อในขั้นตอนของการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำงานได้เป็นระบบมากขึ้น

4.3 การออกแบบรูปแบบของหนังสือสามมิติ ต้องคำนึงถึงในเรื่องของการพิมพ์อย่างละเอียดเช่น ในกระดาษแผ่น จะมีทั้งด้านหน้าและด้านหลัง เพราะฉะนั้นเราจึงต้องออกแบบชิ้นงานทั้งด้านหน้าและหลัง เพื่อเสริมให้งานดูมีความน่าสนใจ และเพื่อความเรียบร้อยของผลงาน

4.4 ให้ความสำคัญในเรื่องรายละเอียดต่างๆ เช่น ความหนาและบางของกระดาษแต่ละชนิด กาวชนิดไหนที่สามารถติดทนกับกระดาษที่จะนำมาใช้ หรือกระดาษชนิดไหนที่จะสามารถนำมาทำงานชิ้นงานป๊อปอัพได้

4.5 ควรมีความละเอียดรอบคอบในการใช้สมาธิเพื่อใช้อุปกรณ์ต่างๆในการตัดหรือกรีดกระดาษให้มีความเรียบร้อยสวยงาม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอุปกรณ์ที่นำมาใช้ด้วย ซึ่งอุปกรณ์ที่ใช้ในการตัดหรือกรีดกระดาษเป็นสิ่งสำคัญมากในการทำงานหนังสือสามมิติ ควรมีอุปกรณ์หลากหลายเช่น คัตเตอร์ปากกาใช้กับงานที่มีความโค้งมนมากเพราะจับสะดวกและสามารถกรีดลงในงานที่รายละเอียดเล็กๆของกระดาษมาก หรือกรรไกรขนาดเล็กใช้กับการกระดาษขนาดเล็กเพราะสามารถช่วยให้ทำงานง่าย รวดเร็ว สะดวก และมีความละเอียดของงานมากขึ้น





ภาพ 82 กลุ่มอาจารย์ที่ปรึกษา



ภาพ 83 ผลงาน



ภาพ 84 แสดงผลงาน



ภาพ 85 แสดงผลงาน



ภาพ 86 แสดงผลงาน



ภาพ 87 แสดงผลงาน



ภาพ 88 แสดงผลงาน



ภาพ 89 นำเสนองาน



ภาพ 90 นำเสนองาน



ภาพ 91 ผู้เข้าชมผลงาน



ภาพ 92 ผู้เข้าชมผลงาน



ภาพ 93 ผู้เข้าชมผลงาน

บันทึกวัน เวลา การให้คำปรึกษาวิทยานิพนธ์ ปีการศึกษา..... ภาคเรียนที่ 1				
ครั้งที่	วัน เดือน ปี	เรื่องที่ปรึกษา (สรุปสั้น ๆ)	ลงนามนิสิต	ลงนามอาจารย์ ผู้ให้คำปรึกษา
1	15 ต.ค 56	ส่งข้อมูลบทที่ 1	จิตภัสร์	ด.พี.ช
2	29 ต.ค 56	- รับบทที่ 1 ไปแก้ไข - พาสื่อผลบทที่ 2 นำเสนอต่อคณาจารย์	จิตภัสร์	ด.พี.ช
		ถัดไป		
3	12 พ.ย 56	- รับบทที่ 1 และบทที่ 2 - นำเสนอต่อ คณาจารย์ที่ปรึกษา - นำไปดูทางลัด: เนื้อหาเรื่องบทที่ 2 เกี่ยวกับ เนื้อหาที่ปรึกษาขนาดพอเหมาะ	จิตภัสร์	ด.พี.ช
4	16 พ.ย 56	- รับเอกสารคืน - นำเสนอ ข้อมูล และ เสนอ: อธิบายประเด็น ขอ เห็น ข้อ ใน ไปเลือกหัวข้อข้อมูลชัดเจน	จิตภัสร์	ด.พี.ช
5	19 พ.ย 56	- แก้ไข ข้อ ข้อ ที่ชัดเจนมากขึ้น แก้ไขบทที่ 1 ส่งข้อมูลชัดเจนมากขึ้น - นำนำเสนอข้อ ข้อ ที่ชัดเจนมากขึ้น ทบทวนอีกครั้ง	จิตภัสร์	ด.พี.ช
6	26 พ.ย 56	- ส่งข้อ ข้อ ขอรานแนว Mood TONE ขอราน - อภิปราย 1 และ 2 ในหัวข้องาน	จิตภัสร์	ด.พี.ช
หมายเหตุ ถ้าให้การติดต่อทางโทรศัพท์, จดหมาย, E-mail หรืออื่น ๆ โปรดบันทึกไว้ด้วย				

ภาพ 94 แบบบันทึกการให้คำปรึกษาวิทยานิพนธ์

บรรณานุกรม

นันทนา พวงนาค. รายได้ไม่ยาก จากร้านกาแฟ . พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
อัมรินทร์ How to ,2556

สิริยากร บุญนาค. Cafe' Culture . พิมพ์ครั้งที่7. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ OOM ,2552

กฤษฎณา กันจู. (2554). ประวัติของกาแฟ. สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2556, จาก

<http://student.nu.ac.th/phung/index.html>

บริษัท สุพรีมพริ้นท์ จำกัด. (2553). องค์ประกอบและหลักการออกแบบสิ่งพิมพ์. สืบค้นเมื่อ

24 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.supremeprint.net/>

ละออ ศิริบรรลือชัย. Coffee mania คอกาแฟ. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์

Fullstop ,2545

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2556). ความหมายของเมล็ดกาแฟ. สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2556,

จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/กาแฟ>

สุรนาถ ปุชนีย์พงศกร. (2547). ความหมายธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม 2557, จาก

<http://krusuranart.com/>

Simon and Schuster. The Little Mermaid. พิมพ์ครั้งที่ 1. ประเทศอังกฤษ : สำนักพิมพ์

A CBS Company Originally published, 2013

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวจิตภัสร วิมาลา
ที่อยู่ 323/1 หมู่ 5 ต.หล่มเก่า อ.หล่มเก่า จ.เพชรบูรณ์ 67120
เบอร์โทรศัพท์ 088-2737372
E-mail eingwimala@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2552 ชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่6 โรงเรียนหล่มเก่าพิทยาคม
พ.ศ.2557 ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบสื่อนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

