

การสร้างรายได้ จากการแปรรูปผลไม้ และช่องทางการตลาด



หนังสือเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจการสร้างอาชีพจากผลไม้ ได้เข้าใจตั้งแต่พื้นฐานของการแปรรูป การเลือกวัตถุดิบ การสร้างแบรนด์ ไปจนถึงการหาช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ไม่ว่าคุณจะเป็นเกษตรกรรายย่อย ผู้ประกอบการมือใหม่ หรือคนทั่วไปที่อยากเริ่มต้นทำธุรกิจเล็ก ๆ จากครัวของตัวเอง - หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณมองเห็นภาพรวมทั้งหมดของ “เส้นทางอาชีพจากผลไม้ไทย” อย่างเป็นขั้นตอน

เขียนและเรียบเรียงโดย
ดร.วัชร ไตรเจริญกุลภักดี (ดร.ฝน)
Watcharee Tricharoenkullpak, Ph.D.

การสร้างรายได้ จากการแปรรูปผลไม้ และช่องทางการตลาด

การสร้างรายได้
จากการแปรรูปผลไม้
และช่องทางการตลาด

QUALITY



หนังสือเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สนใจการสร้างอาชีพจากผลไม้ ได้เข้าใจตั้งแต่พื้นฐานของการแปรรูป การเลือกวัตถุดิบ การสร้างแบรนด์ ไปจนถึงการหาช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรรายย่อย ผู้ประกอบการมือใหม่ หรือคนทั่วไปที่อยากเริ่มต้นทำธุรกิจเล็ก ๆ จากครัวของตัวเอง - หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณมองเห็นภาพรวมทั้งหมดของ "เส้นทางอาชีพจากผลไม้ไทย" อย่างเป็นขั้นตอน

เขียนและเรียบเรียงโดย
ดร.วิชัย ไตรเจริญกุลภักดิ์ (ดร.ฟู)
Watcharee Tricharoenkulpak, Ph.D.

Copyright by Watcharee©2025. All Rights Reserved.

คำนำ

ในยุคที่เศรษฐกิจเต็มไปด้วยความผันผวน การมี “อาชีพเสริม” หรือ “รายได้จากสิ่งที่มีอยู่แล้ว” กลายเป็นทางรอดที่สำคัญของผู้คนจำนวนมาก ประเทศไทยของเราเป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ มีผลไม้หลากหลายชนิด ทั้งที่ขึ้นตามฤดูกาลและผลไม้ท้องถิ่นที่ปลูกได้ตลอดทั้งปี ผลไม้เหล่านี้ไม่เพียงเป็นอาหารที่ให้คุณค่าทางโภชนาการเท่านั้น แต่ยังเป็น ทรัพยากรที่สามารถต่อยอดเป็นรายได้ได้อย่างยั่งยืน หากเรา รู้จัก “แปรรูป” และ “ทำการตลาด” อย่างมีระบบ

หนังสือเรื่อง **การสร้างรายได้จากการแปรรูปผลไม้และช่องทางการตลาด** เล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจการสร้างอาชีพจากผลไม้ ได้เข้าใจตั้งแต่พื้นฐานของการแปรรูป การเลือกวัตถุดิบ การสร้างแบรนด์ ไปจนถึงการหาช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ไม่ว่าคุณจะเป็นเกษตรกรรายย่อย ผู้ประกอบการมือใหม่ หรือคนทั่วไปที่อยากเริ่มต้นทำธุรกิจเล็ก ๆ จากครัวของตัวเอง — หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้คุณมองเห็นภาพรวมทั้งหมดของ “เส้นทางอาชีพจากผลไม้ไทย” อย่างเป็นขั้นตอน

ผู้เขียนเชื่อว่า “โอกาส” มักซ่อนอยู่ในสิ่งรอบตัว หากเราเปิดใจ เรียนรู้และลงมือทำอย่างตั้งใจ การแปรรูปผลไม้ไม่ใช่เพียงแค่การ เปลี่ยนรูปร่างของวัตถุดิบ แต่คือการ “เปลี่ยนชีวิต” ให้ผลไม้หนึ่งลูก กลายเป็นความหวังของครอบครัวและชุมชน

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นแรงบันดาลใจและคู่มือ ที่ช่วยให้ผู้อ่านทุกคน ได้มองเห็นศักยภาพของผลไม้ไทย และสามารถ นำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืน

ด้วยความตั้งใจจากหัวใจของผู้เขียน

เพื่อให้ “ผลไม้ไทย” ไม่เพียงหอมหวานในรสชาติ แต่ยัง “ออก งามในคุณค่าและรายได้” ของคนไทยทุกคน

ดร.วัชรวิ ไตรเจริญกุลภักดี (ดร.ฝน)

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	9
บทที่ 1 : ผลไม้ไทยกับศักยภาพทางเศรษฐกิจ	12
ภาพรวมของอุตสาหกรรมผลไม้ไทย	14
ผลไม้ที่นิยมปลูกและส่งออก	17
ผลไม้ตามฤดูกาลและนอกฤดูกาล	22
โอกาสทางเศรษฐกิจจากผลผลิตส่วนเกิน	25
บทที่ 2 : แนวคิดการแปรรูปผลไม้เพื่อเพิ่มมูลค่า	28
ทำไมต้องแปรรูปผลไม้	30
ประโยชน์ของการแปรรูปต่อเกษตรกรและชุมชน	33
การเพิ่มมูลค่า: จากกิโลละไม่กี่บาท สู่สินค้าหลักร้อย	36
ตัวอย่างแรงบันดาลใจ: เกษตรกรผู้เปลี่ยนชีวิตจากผลไม้	38
บทที่ 3 : ประเภทของการแปรรูปผลไม้	41
การแปรรูปแบบอบแห้ง	45
การแปรรูปแบบแช่แข็ง / แช่เย็น / ดอง	45
การแปรรูปเป็นน้ำผลไม้ / แยม / เยลลี่ / ไวน์ผลไม้	48
การทำผงผลไม้ (Fruit Powder) และการใช้ฯ	51

สารบัญ

	หน้า
การแปรรูปเชิงสร้างสรรค์	53
บทที่ 4 : ขั้นตอนการผลิตเบื้องต้น	56
การคัดเลือกวัตถุดิบ	58
การล้าง ทำความสะอาด	60
การตัดแต่ง แช่ บ่ม อบ ฯลฯ	62
การบรรจุภัณฑ์	65
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับผู้เริ่มต้น	68
บทที่ 5 : มาตรฐานความปลอดภัยอาหารและกฎหมาย	71
มาตรฐาน อย., GMP, HACCP คืออะไร	72
วิธีขอการรับรองเบื้องต้น	75
ข้อควรระวังในการผลิตอาหาร	78
การใช้วัตถุดิบและสารปรุงแต่งอย่างถูกต้องตามกฎหมาย	81
บทที่ 6 : การสร้างแบรนด์สินค้าผลไม้แปรรูป	84
ตั้งชื่อแบรนด์ให้จำง่ายและสื่อถึงธรรมชาติ	85
การออกแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์	87
เคล็ดลับการสร้างความแตกต่างในตลาด	90

สารบัญ

	หน้า
การสร้างเรื่องราว (Brand Story) ให้ผู้บริโภคจดจำ	92
บทที่ 7 : ช่องทางการตลาดและการขายยุคใหม่	95
ตลาดออฟไลน์: ตลาดนัด, ร้านค้า OTOP, ร้านของฝาก	96
ตลาดออนไลน์: Facebook, TikTok, Shopee, Lazada	98
การทำคอนเทนต์ให้สินค้าดูน่าซื้อ	101
การสร้างเชื่อมั่นผ่านรีวิวและลูกค้าประจำ	103
บทที่ 8 : การส่งออกผลไม้แปรรูป	106
ความต้องการของตลาดต่างประเทศ	107
ขั้นตอนการขออนุญาตส่งออก	110
การหาคู่ค้าต่างประเทศ	114
การบรรจุภัณฑ์สำหรับการส่งออก	119
ตัวอย่างแบรนด์ไทยที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศ	124
บทที่ 9 : การบริหารต้นทุนและกำไร	129
การคำนวณต้นทุนการผลิต	130
การกำหนดราคาขาย	133
การจัดการรายได้-รายจ่าย	136

สารบัญ

	หน้า
การบริหารความเสี่ยงในการผลิตและตลาด	139
บทที่ 10 : สร้างรายได้อย่างยั่งยืนด้วยความคิดสร้างสรรค์	143
การพัฒนาสินค้าใหม่ต่อเนื่อง	144
การรวมกลุ่มชุมชนสร้างมูลค่าเพิ่ม	146
การใช้เทคโนโลยีช่วยขยายธุรกิจ	147
แนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” กับธุรกิจแปรรูปผลไม้	149
ภาคผนวก	151
ตัวอย่างสูตรการแปรรูปผลไม้ 5 ชนิดยอดนิยม	151
แหล่งเรียนรู้ / หน่วยงานที่ให้คำปรึกษา / แหล่งทุน	154



บทนำ

จากผลไม้ในสวน...

สู่โอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ของคนไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ด้วยผลไม้หลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นทุเรียน มะม่วง มังคุด ลำไย เงาะ กล้วย หรือ สับปะรด ผลไม้เหล่านี้ไม่เพียงสร้างชื่อเสียงให้ประเทศในฐานะ “ดินแดนแห่งผลไม้เมืองร้อน” แต่ยังเป็นแหล่งรายได้สำคัญของเกษตรกรทั่วทุกภูมิภาค

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกปีคือ “ผลผลิตล้นตลาด” เมื่อถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว ผลไม้จำนวนมากขายไม่หมด ราคาตกต่ำ เกษตรกรจำใจขายในราคาถูกลงกว่าต้นทุน บางส่วนถึงขั้นต้องปล่อยให้เน่าเสียไปต่อหน้าต่อตา ปัญหานี้ไม่เพียงทำให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ แต่ยังส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนในชุมชน

คำถามคือ...

เราจะทำอย่างไรให้ผลไม้ที่ปลูกด้วยแรงกายและแรงใจของเกษตรกรไทย “ไม่สูญเปล่า”?

คำตอบนั้นอยู่ในคำว่า “การแปรรูป” — กระบวนการเปลี่ยนผลไม้สดให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกล้วยตาก มะม่วงอบแห้ง แยม สับปะรดกวน น้ำผลไม้พร้อมดื่ม หรือแม้แต่ไวน์ผลไม้ เมื่อผลไม้ถูกเปลี่ยนรูปร่างอย่างสร้างสรรค์ มันก็กลายเป็นสินค้าพร้อมขายที่เก็บได้นาน ขนส่งง่าย และขายได้ในราคาที่สูงกว่าเดิมหลายเท่า

แต่เพียงแค่แปรรูปอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ — เพราะโลกทุกวันนี้หมุนเร็วด้วยเทคโนโลยีและการตลาดออนไลน์ การรู้จักช่องทางขาย การสร้างแบรนด์ที่น่าเชื่อถือ การสื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อดิจิทัลล้วนเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้สินค้าจากผลไม้ไทยก้าวไกลไปถึงตลาดโลก

หนังสือเล่มนี้จึงถือกำเนิดขึ้นด้วยความตั้งใจที่จะพาผู้อ่านไปรู้จัก “เส้นทางของผลไม้ไทย” ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ — จากสวนผลไม้สู่กระบวนการแปรรูป จากครัวเล็ก ๆ ในบ้านสู่ตลาดออนไลน์ และจากการขายหน้าร้านสู่การส่งออกต่างประเทศ

เนื้อหาในเล่มจะค่อย ๆ พาไปเรียนรู้ว่า

- เราจะเริ่มต้นแปรรูปผลไม้อย่างไรให้ได้คุณภาพ
- จะสร้างแบรนด์ให้โดดเด่นได้อย่างไร
- จะขายสินค้าผ่านช่องทางใดให้เข้าถึงลูกค้าได้จริง
- จะรักษาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนได้อย่างไร

ไม่ว่าคุณจะเป็นเกษตรกรรายย่อย คนทำงานที่อยากมีรายได้เสริม หรือคนรุ่นใหม่ที่อยากทำธุรกิจจากสิ่งที่รัก หนังสือเล่มนี้จะเป็นเพื่อนคู่คิด พาคุณเดินไปบนเส้นทางแห่ง “โอกาส” ที่อยู่ใกล้กว่าที่คิด — โอกาสที่เริ่มต้นจากผลไม้เพียงลูกเดียว แต่สามารถงอกงามเป็นรายได้ และกลายเป็นธุรกิจที่ภาคภูมิใจของคนไทยทั่วประเทศ

เพราะผลไม้ไทย...ไม่ได้มีดีแค่รสชาติ แต่ยังซ่อน “คุณค่า” ที่พร้อมให้เราต่อยอดได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

บทที่ 1

ผลไม้ไทยกับศักยภาพทางเศรษฐกิจ

หลังจากเราได้มองเห็นภาพรวมของแนวคิดการแปรรูปผลไม้ในบทนำแล้ว สิ่งต่อไปที่ควรทำความเข้าใจ คือ “รากฐานของความอุดมสมบูรณ์” ที่ประเทศไทยมีอยู่ — ผลไม้ไทยของเรานั้นไม่ใช่เพียงของกินเล่นหลังมื้ออาหาร แต่คือสมบัติของชาติที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงอย่างมหาศาล

ลองมองย้อนกลับไปในวิถีชีวิตของคนไทยตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ คนไทยเราอยู่กับผลไม้มาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นสวนผลไม้ของภาคตะวันออกที่มีทุเรียน มังคุด เงาะ สละ หรือสวนกล้วยและมะม่วงที่แผ่กว้างในภาคเหนือและภาคกลาง ทุกพื้นที่ล้วนมีผลไม้เฉพาะถิ่นที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาและความชาญฉลาดของชาวสวนไทยที่รู้จักใช้ธรรมชาติสร้างรายได้เป็นอย่างดี

แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป โลกการค้าและเศรษฐกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว ผลไม้ที่เคยขายกันตามตลาดท้องถิ่นกลับกลายเป็นสินค้าส่งออกที่มีมูลค่ามหาศาล ทุเรียนไทยถูกขนไปจำหน่ายในจีน มะม่วง

น้ำดอกไม้เป็นที่นิยมในญี่ปุ่น และมังคุดกลายเป็น “ราชินีแห่งผลไม้เมืองร้อน” ที่ต่างประเทศยอมรับในคุณภาพ สิ่งเหล่านี้คือหลักฐานชัดเจนว่า “ผลไม้ไทยมีศักยภาพมากกว่าที่เราคิด”

แต่ในขณะเดียวกัน ความท้าทายก็เกิดขึ้น — ราคาที่ผันผวน ผลผลิตล้นตลาด และการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก ทำให้เกษตรกรจำนวนไม่น้อยต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง ขายผลผลิตในราคาต่ำ ไม่สามารถกำหนดราคาด้วยตัวเองได้

และนี่เองคือจุดเริ่มต้นของแนวคิด “การเพิ่มมูลค่าผลไม้ด้วยการแปรรูป” ที่กำลังจะกลายเป็นทางออกสำคัญของเกษตรกรยุคใหม่

ในบทที่ 1 ต่อไปนี้ จะพาไปทำความรู้จักกับ “ศักยภาพของผลไม้ไทย” ในมิติทางเศรษฐกิจ — ทั้งภาพรวมของการผลิต การส่งออก และโอกาสที่รออยู่ข้างหน้า เพื่อให้เห็นว่าแท้จริงแล้ว “ผลไม้หนึ่งลูกในสวน” อาจมีมูลค่ามากกว่าที่เราคิด หากเราเรียนรู้วิธีต่อยอดอย่างถูกทาง

ภาพรวมของอุตสาหกรรมผลไม้ไทย

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้ผลิตผลไม้เขตเมืองร้อนที่สำคัญของโลก ด้วยภูมิประเทศที่หลากหลายและสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการปลูกผลไม้หลายชนิด ทำให้ผลไม้ไทยมีความหลากหลายทั้งด้านสายพันธุ์ รสชาติ และฤดูกาลผลิต ซึ่งถือเป็นจุดแข็งสำคัญของอุตสาหกรรมผลไม้ในประเทศ

ผลไม้ที่มีการผลิตและจำหน่ายมากในประเทศไทย ได้แก่ ทุเรียน มังคุด มะม่วง เงาะ ลำไย กัลล้วย และสับปะรด โดยผลไม้เหล่านี้กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค เช่น ภาคตะวันออกเป็นแหล่งผลิตทุเรียน และมังคุด ภาคเหนือมีลำไยและมะม่วง ภาคกลางเป็นแหล่งปลูกกัลล้วยและส้มโอ ส่วนภาคใต้มีมังคุด เงาะ และสละเป็นผลผลิตหลัก ความแตกต่างของภูมิอากาศในแต่ละพื้นที่ช่วยให้ผลไม้ไทยสามารถผลิตได้ตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการตลาดเมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตรายอื่น

ในด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมผลไม้มีบทบาทสำคัญต่อระบบการเกษตรของประเทศ ผลไม้สดและผลไม้แปรรูปเป็นสินค้าส่งออกที่

สร้างรายได้ให้ประเทศหลายแสนล้านบาทต่อปี โดยตลาดส่งออกหลักของไทย ได้แก่ จีน เวียดนาม ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง ความต้องการผลไม้ไทยในตลาดต่างประเทศยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะผลไม้ที่มีเอกลักษณ์ เช่น ทุเรียนและมังคุด ซึ่งได้รับความนิยมสูงในตลาดเอเชีย

นอกจากการส่งออกในรูปแบบผลไม้สดแล้ว อุตสาหกรรมการแปรรูปผลไม้ในประเทศก็มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โรงงานและผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการพัฒนาและผลิตสินค้าผลไม้แปรรูปหลายรูปแบบ เช่น ผลไม้อบแห้ง แยม น้ำผลไม้ ผลไม้แช่อิ่ม รวมถึงสินค้าพร้อมรับประทานที่ตอบโจทย์ผู้บริโภครุ่นใหม่ การเติบโตของตลาดแปรรูปนี้มีส่วนช่วยลดปัญหาผลผลิตล้นตลาดและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผลไม้ไทยอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมผลไม้ไทยยังคงเผชิญกับข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความไม่แน่นอนของสภาพอากาศที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพผลผลิต การขาดมาตรฐานด้านการเก็บรักษาและการขนส่ง

รวมถึงการพึ่งพาตลาดส่งออกบางประเทศมากเกินไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระยะยาว นอกจากนี้ เกษตรกรจำนวนหนึ่งยังขาดความรู้ด้านการตลาดและการบริหารจัดการต้นทุน ทำให้รายได้จากการขายผลผลิตยังไม่คงที่เท่าที่ควร

ในปัจจุบัน ภาครัฐและเอกชนได้พยายามร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมผลไม้ไทยให้มีความยั่งยืนมากขึ้น ผ่านการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาเกษตรแปรรูป การส่งเสริมมาตรฐานสินค้า และการสร้างช่องทางการจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นเครื่องมือช่วยขยายตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง

ภาพรวมของอุตสาหกรรมผลไม้ไทยในปัจจุบันจึงอยู่ในช่วงของการปรับตัวและพัฒนา จากระบบเกษตรแบบดั้งเดิมสู่การผลิตเชิงธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐาน และการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ผลไม้ไทยสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกอย่างต่อเนื่องและมั่นคง