



โครงการวิจัยที่ ภ.55-15/ย.1/รายงานฉบับที่ 1 (ฉบับสมบูรณ์)

ยกระดับและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ได้คุณภาพมาตรฐานสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ และพัฒนาขีดความสามารถ



สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

โครงการวิจัยที่ ภ.55-15

ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP

ด้วย วทน. 5 ภูมิภาค

โครงการย่อยที่ 1

ยกระดับและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้คุณภาพมาตรฐาน

สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และพัฒนาขีดความสามารถ

รายงานฉบับที่ 1 (ฉบับสมบูรณ์)

ยกระดับและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้คุณภาพมาตรฐาน

สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และพัฒนาขีดความสามารถ

โดย

ศักดิ์ แสนสุภา

กาญจนา ทูมมานนท์

จิระวรรณ สุทธิลักษณ์

ปริญญา ขำสาร

ไชยวุฒิ เกตุหลิม

บุญเรือน ชาวพร

พัชรนันท์ ปิ่นเพชรรัตน์

พิพัฒน์ เนียมเปรม

อรชรี ปรีชาชาญ

ละออ เชียงทอง

บรรณาธิการ

นฤมล รื่นไวย์

บุญเรียม น้อยชุมแพ

สลิลดา พัฒนศิริ

วว., ปทุมธานี 2559

สงวนลิขสิทธิ์

รายงานฉบับนี้ได้รับการอนุมัติให้พิมพ์โดย
ผู้ว่าการสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย



(นางลักขมี ปลั่งแสงมาศ)

ผู้ว่าการ

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้ดำเนินโครงการขอขอบคุณผู้ผลิตชุมชนโอท็อปที่เข้าร่วมโครงการทั้ง 12 จังหวัด 15 กลุ่มชุมชน ที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและตามต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนความร่วมมือในการจัดส่งผลิตภัณฑ์มาทดลองบรรจุเพื่อทดสอบความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น. ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านจากหน่วยงานของรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพัฒนาการอำเภอ พัฒนาการจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด เกษตรจังหวัด และพาณิชย์จังหวัด ในพื้นที่ดำเนินการเป้าหมายใน 15 พื้นที่ 12 จังหวัด ที่กรุณาช่วยประสานงานในการสำรวจข้อมูลและปฏิบัติงานในพื้นที่เป้าหมาย.

ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ใคร่ขอขอบคุณหน่วยงานต่างๆ ที่ได้กล่าวถึงที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการดำเนินงาน ประสานงาน สนับสนุนและให้ความร่วมมือ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะในโครงการประสบความสำเร็จโดยสมบูรณ์ นำไปสู่การสร้างชุมชนที่เข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ อีกทั้งยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์โอท็อป ให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในและต่างประเทศ.

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
สารบัญตาราง	ค
ABSTRACT	1
บทคัดย่อ	3
1. บทนำ	5
2. วิธีดำเนินการ	7
3. ผลการวิจัยและวิจารณ์	10
4. สรุปผลการวิจัย	32
5. แนวทางการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	34
6. ข้อเสนอแนะ	35
7. เอกสารอ้างอิง	36
ภาคผนวก	37

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1. แผนการดำเนินงานและเป้าหมาย	8
ตารางที่ 2. ผลการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการ	11
ตารางที่ 3. ผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับแผนงานที่กำหนดไว้	12
ตารางที่ 4. ผลการประเมินศักยภาพของผู้ผลิตชุมชน	13
ตารางที่ 5. ผลสำรวจความพึงพอใจการฝึกอบรม	23
ตารางที่ 6. ผลการดำเนินงานด้านการออกแบบและการพัฒนารรจภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์โอท็อป 15 ผลิตภัณฑ์	25
ตารางที่ 7. การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โอท็อป 15 ผลิตภัณฑ์	33

ENHANCEMENT AND DEVELOPMENT OF OTOP PRODUCTS TO ACHIEVE STANDARD QUALITY AND HIGHER ADDED VALUE AND UPGRADE OTOP MEMBERS' COMPETENCE

Sakkhee Sansupa, Kanjana Dummananda, Jeerawan Sutthilux,
Parinya Kamsathorn, Chaiwoot Gethlim, Boonruen Karporn, Patcharanun
Pinpetcharat, Pipat Neamprem, Oncharee Prechachan
and Laoa Siangwong

ABSTRACT

This report presents the development of packaging on One Tambon One Product (OTOP) to achieve standard quality and higher added value for 15 products. Packaging development was included on logo developing, graphic design and packaging structural design. According to these, the developed package would serve as a proper package, being convenient and attaining the completely functional packages including maintaining the quality of products along the required shelf life.

The development of packaging on 9 food products were selected by means of the appropriated materials such as paper box or folding carton, paper bag, standing plastic pouch with zip, vacuum plastic bag and plastic box. The graphic design was developed based on the communication of the product itself. The package also contained 4-color offset printing.

The development of packaging on 3 types of cloth products was selected to pack in folding carton and paper bag. The graphic design was developed based on the elegance of the product with local identity. The package also contained 4-color offset printing.

The development of packaging on basketwork product was selected to use paper tag with a heart shaped or Bodhi leaf form and 4-color offset printing. For 2 types of herb products, packaging design was developed in the form of 4-color printing labels attached on plastic bottles.

ยกระดับและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้คุณภาพมาตรฐาน สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และพัฒนาขีดความสามารถ

ศักดิ์ แสนสุภา¹, กาญจนา ทูมมานนท์¹, จีระวรรณ สุทธิลักษณ์¹, ปริญญา ขำสาธร¹,
ไชยวุฒิ เกตุหลิม¹, บุญเรือน ขาวพร¹, พัทธนันท์ ปิ่นเพชรรัตน์¹,
พิพัฒน์ เนียมเปรม¹, อรชรี ปริชาชาญ¹ และ ละออ เชียงทอง¹

บทคัดย่อ

รายงานนี้เสนอผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้คุณภาพมาตรฐานและสร้างมูลค่าเพิ่มจำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาประกอบด้วยการพัฒนาโลโก้, กราฟิก และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการวางจำหน่ายในประเทศ ให้ความสะดวกในการใช้งานและสามารถทำหน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ รวมทั้งคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้ตลอดอายุการเก็บรักษาที่ต้องการ.

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจำนวน 9 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชาสมุนไพรเห็ดหลินจือ, มะขามแก้ว, กลัวยกวนเคลือบช็อกโกแลต, ข้าวหอมมะลิ, กลัวยกวน, ปลาอินทรีเค็ม, ขนมขมดดำ และมะขามป้อมแช่อิ่ม ได้พัฒนาเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุและการเก็บรักษา ประกอบด้วย กล่องกระดาษแข็ง, ถุงกระดาษ, ถุงพลาสติกตั้งได้แบบมีซิปล, ถุงสุญญากาศ และกล่องพลาสติก พร้อมฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบกราฟิกเน้นการสื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายในพิมพ์สอดสี 4 สี ด้วยระบบออฟเซต.

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าลายน้ำไหล ไทลื้อ ผ้าหางกระรอก และผ้าคลุมไหล่ ได้พัฒนาวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุ ประกอบด้วยกระดาษแข็ง และถุงกระดาษที่มีการออกแบบกราฟิกเน้นความหรูหราของผลิตภัณฑ์และสื่ออัตลักษณ์ของท้องถิ่น บรรจุภัณฑ์พิมพ์สอดสี 4 สี ด้วยระบบออฟเซต.

¹ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับ ซึ่งมีเพียง 1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จักษุภัณฑ์ ได้พัฒนาเป็นฉลากกระดาษแข็งที่มีกราฟิกวาดลายคล้ายรูปใบโพธิ์ สำหรับติดที่หุตะกร้าจักษุภัณฑ์ ตัวฉลากพิมพ์สอดสี 4 สี ด้วยระบบออฟเซต. สำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรจำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้พัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์โดยออกแบบโลโก้และกราฟิกที่สื่อถึงความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์ และสร้างความโดดเด่นโดยนำลายไทยประยุกต์มาประกอบในกราฟิกเพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์สมุนไพรท้องถิ่น.

1. บทนำ

ชุมชนใน 5 ภูมิภาค ของประเทศได้มีการผลิตสินค้าประจำท้องถิ่นจากภูมิปัญญาชาวบ้าน และใช้วัตถุดิบจากผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่ ผลิตเป็นสินค้าหลากหลายรูปแบบ ทั้งประเภทอาหาร, เครื่องดื่ม, ผ้าและเครื่องแต่งกาย, ของใช้และหัตถกรรม รวมทั้งผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร. ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มาจากองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ทำให้เป็นสินค้าที่สร้างงานสร้างรายได้เพิ่ม สืบสานภูมิปัญญาให้แก่ชุมชนที่เป็นรากหญ้าและนำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน. อย่างไรก็ตาม สินค้าเหล่านี้มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับชุมชนและจังหวัดเท่านั้นเนื่องจากมีจุดอ่อนหลายด้าน เช่น ขาดความสม่ำเสมอของคุณภาพผลิตภัณฑ์, สินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มมีอายุการเก็บรักษาสั้น ไม่สามารถวางขายในตลาดต่างประเทศ, กระบวนการผลิตไม่ได้มาตรฐานตามระบบ GMP รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ไม่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนหมุนเวียนและการส่งเสริมช่องทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้า.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับจังหวัดต่างๆ ในการนำเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ของ วว. ไปถ่ายทอดสู่จังหวัด เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ด้วยการใช้วิทยาศาสตร์, เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) ช่วยให้ประชาชนในจังหวัดมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ตลอดจนสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน สำหรับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนก็เป็นกลุ่มชุมชนในจังหวัดที่ต้องการ วทน. ไปช่วยยกระดับคุณภาพสินค้าให้สามารถแข่งขันในตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะตลาดการค้าประชาคมอาเซียน.

การนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมไปใช้ในการพัฒนาระดับทั้งด้านวัตถุดิบ, กระบวนการผลิต, รูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อสนับสนุนให้มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น พัฒนาระบบการผลิตให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต และผลิตสินค้าโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สร้างความยั่งยืนในด้านคุณภาพชีวิตของสมาชิกกลุ่มชุมชนด้วยการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า ตลอดจนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าทางการตลาดและมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งตลาดในประเทศและเพื่อการส่งออกต่อไป.

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าด้วยบรรจุภัณฑ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ อาหาร, เครื่องดื่ม, ผ้าและเครื่องแต่งกาย, ของใช้ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร.
2. พัฒนาศักยภาพผู้ผลิตชุมชนให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าสินค้าและสามารถแข่งขันได้ในตลาด.

2. วิธีดำเนินการ

2.1 กลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการ

กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์จากโครงการ ได้แก่ ผู้ผลิตสินค้าชุมชนโอท็อปที่อยู่ในจังหวัดต่างๆ ของประเทศ โดยผู้ผลิตชุมชนจะถูกประเมินศักยภาพและความพร้อมในการรับการพัฒนาทั้งด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์, กระบวนการผลิต และบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนกลุ่มผู้ผลิตชุมชนจะถูกประเมินความพร้อมในการผลิตสินค้าโอท็อปเพื่อรองรับตลาดระดับประเทศและระดับภูมิภาคประชาคมอาเซียน.

สำหรับพื้นที่ดำเนินการนั้น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ได้จัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับจังหวัดต่างๆ ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, ระยอง, จันทบุรี, ตราด, ปทุมธานี, แพร่, น่าน, ลำพูน, ลำปาง, เชียงใหม่, เชียงราย และสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. นอกจากนี้ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.) ได้จัดการประชุมบูรณาการด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) ร่วมกับกลุ่มจังหวัดต่างๆ และได้จัดทำข้อตกลงในการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนในจังหวัดต่างๆ ได้แก่ จังหวัดสระบุรี, เพชรบุรี, กาญจนบุรี, สุพรรณบุรี, ชุมพร, สุราษฎร์ธานี, กระบี่, นครศรีธรรมราช, ตรัง, พังงา และสงขลา ดังนั้น การคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการของโครงการจึงพิจารณาจากพื้นที่ในจังหวัดต่างๆ ที่ วว. และ วท. ได้จัดทำข้อตกลงร่วมกันในการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้าน วทน.

2.2 แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานของโครงการมีระยะเวลาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2557 ถึงเดือนกันยายน 2558 โดยมีกิจกรรม และเป้าหมายรายกิจกรรม ดังแสดงในตารางที่ 1.

ตารางที่ 1. แผนการดำเนินงานและเป้าหมาย

กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	ระยะเวลาดำเนินการ			
			Q1	Q2	Q3	Q4
1. สำรวจพื้นที่และกลุ่มผู้ผลิตชุมชน และวางแผนพัฒนากลุ่มผู้ผลิตชุมชน	15	กลุ่ม/ผลิตภัณฑ์	←————→			
2. ประเมิน วิเคราะห์และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการปรับปรุงคุณภาพมาตรฐาน	15	กลุ่ม/ผลิตภัณฑ์	←————→			
3. ฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้าน วัฒน. และการออกแบบบรรจุภัณฑ์	100	ราย (คน)	←————→			
4. ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย	15	ผลิตภัณฑ์	————→			
5. ติดตามประเมินผลการนำไปใช้ประโยชน์	3	กลุ่ม	————→			

2.3 การประเมินศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เข้าร่วมโครงการจะถูกสัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลลงในแบบประเมินศักยภาพผู้ผลิตชุมชนโอท็อป (ภาคผนวก 1) และคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนนำมาพัฒนาศักยภาพโดยพิจารณาหัวข้อต่างๆ ดังนี้:

1. สถานภาพการรวมเป็นกลุ่มของผู้ผลิตชุมชนต้องมีโครงสร้างการดำเนินงานกลุ่มแบบวิสาหกิจชุมชน.
2. กำลังการผลิตสามารถขยายปริมาณการผลิตต่อเดือนได้มากขึ้นเพื่อตอบสนองตลาด.
3. ผลิตภัณฑ์เดิมที่นำมาพัฒนาเป็นที่รู้จักในตลาดท้องถิ่นหรือตลาดในจังหวัด.
4. สมาชิกกลุ่มมีความตั้งใจและยินดีที่จะร่วมกันพัฒนาสินค้าสู่ตลาด.

2.4 การอบรมพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อคัดเลือกผู้ผลิตสินค้าชุมชนเข้าร่วมการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้ผลิตชุมชนได้รับการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด, ด้านเทคโนโลยี, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการรับรองมาตรฐาน และแนวคิดในการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความพร้อมสำหรับการยื่นขอมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สินค้าโอท็อปมีภาพลักษณ์เป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการคิด, ค้นคว้า และหาวิธีการออกแบบที่ดี และเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตนได้ด้วยตนเอง โดยผ่านกระบวนการต่างๆ ในการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป และหลังการฝึกอบรมได้ให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมตอบแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจในการจัดฝึกอบรม หลักสูตรการฝึกอบรมและแบบสำรวจความพึงพอใจในการจัดฝึกอบรม ดังแสดงในภาคผนวก 2.

2.5 การพัฒนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนในการพัฒนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย

2.5.1 การสำรวจพื้นที่เป้าหมายและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตชุมชน เพื่อรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน, กระบวนการผลิต, การควบคุมการผลิต, ลักษณะปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ ความต้องการของผู้บริโภคและตลาดเป้าหมาย, แนวคิดของผู้ประกอบการโอท็อปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น.

2.5.2 วิเคราะห์บรรจุภัณฑ์เดิมที่ใช้อยู่ศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กับคู่แข่งสำคัญในตลาด พิจารณาความต้องการการคุ้มครองของผลิตภัณฑ์, ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนาเพื่อวางจำหน่ายในตลาด, การตั้งราคาจำหน่ายเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง ตลอดจนความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับกฎระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง.

2.5.3 นำข้อมูลทั้งหมดตามข้อ 2.5.1 และ 2.5.2 มาพิจารณาออกแบบโครงสร้างและกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างแบบร่างโครงสร้างและกราฟิกไม่น้อยกว่า 2 รูปแบบ เพื่อคัดเลือกแบบร่างที่เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือผู้ผลิตชุมชนเห็นชอบร่วมกับความคิดเห็นของทีมออกแบบ ซึ่งประกอบด้วย นักการตลาด, วิศวกร, นักออกแบบ, นักวิทยาศาสตร์ ออกความเห็นคัดเลือกแบบร่างที่ดีที่สุด.

2.5.4 นักออกแบบนำร่างที่คัดเลือกแล้วไปผลิตเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ (Mog Up) 3 มิติ เพื่อพิจารณาความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ และความเหมาะสมในการบรรจุผลิตภัณฑ์ ตลอดจนพิจารณารูปแบบบรรจุภัณฑ์ร่วมกับผู้ผลิตชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์.

2.5.5 นักวิจัยและนักออกแบบในโครงการร่วมประสานข้อมูลกับโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อสั่งผลิตบรรจุภัณฑ์ในกรณีที่ผู้ผลิตชุมชนต้องการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์.

3. ผลการวิจัยและวิจารณ์

3.1 ผลการดำเนินงานคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการ

กลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการของโครงการ คณะวิจัยได้ใช้หลักเกณฑ์การพิจารณา คัดเลือกกลุ่มและพื้นที่เป้าหมายดำเนินงานจากบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่าง สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) กับจังหวัดต่างๆ รวมทั้งข้อตกลงการ ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชนบท ซึ่งกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.) ได้จัดการประชุมบูรณาการด้าน วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) ร่วมกับกลุ่มจังหวัดต่างๆ จนเกิดข้อตกลงให้ วว. ไป ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการบรรจุภัณฑ์ให้แก่จังหวัดต่างๆ ตามผลสรุปจากการประชุมบูรณาการ วทน. ผล การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการ ดังแสดงในตารางที่ 2 และภาคผนวก 3.

3.2 ผลการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงาน

คณะวิจัยได้ดำเนินงานตามแผนตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ถึงเดือนกันยายน 2558 ดังแสดงในตารางที่ 3 ตั้งแต่การสำรวจพื้นที่และกลุ่มผู้ผลิตชุมชน รวมทั้งประเมินและตรวจสอบ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จะนำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตและจำหน่ายโดยผู้ผลิต ชุมชนจำนวน 15 กลุ่ม. ผลจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ผู้ผลิตชุมชนขาดความรู้ด้าน กระบวนการผลิตที่ถูกสุขลักษณะ (GMP) และขาดความเข้าใจเรื่องมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนไม่มีความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะวิจัยจึงได้จัดฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ที่ เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตที่ถูกสุขลักษณะและแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับ ผู้ประกอบการและผู้ผลิตชุมชนจำนวน 2 ครั้ง, ครั้งที่ 1 จัดฝึกอบรมที่ จ.พังงา มีผู้เข้าร่วมการอบรม จำนวน 103 คน ครั้งที่ 2 จัดที่ จ.ชัยนาท มีผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 122 คน กิจกรรมสุดท้ายที่อยู่ใน แผนการดำเนินงาน คือ การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายให้กับผลิตภัณฑ์ จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้ส่งมอบร่างแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นให้กับผู้ประกอบการนำไปผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์ต่อไป.

ตารางที่ 2. ผลการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการ

ลำดับ	จังหวัด	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ที่อยู่	เบอร์โทร
1	เชียงใหม่	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรบ้านตลาดขี้เหล็ก	ชาสมุนไพรเห็ดหลินจือ	70 ม.1 ต.บ้านโป่ง อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่	081 672 2358
2	น่าน	กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านทุ่งสุน	ผ้าลายน้ำไหลไทยลื้อ	156 ม.4 บ้านทุ่งสุน ต.งอบ อ.ทุ่งช้าง จ.น่าน 55130	089 521 5029
3	พิจิตร	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมสามัคคีโพธิ์ประทับช้าง	มะขามแก้วเลิศรส	181 ม.9 ต.โพธิ์ประทับช้าง อ.โพธิ์ประทับช้าง จ.พิจิตร	086 214 1178
4	นครสวรรค์	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาอาชีพสตรีบ้านฉาง	กล้วยกวนเคลือบ ซีอกโกแลต	210 หมู่ 2 ต.หนองกะโตน อ.เมือง จ.นครสวรรค์	086 529 9828
5	สุรินทร์	กลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่	ข้าวหอมมะลิ	136 ม.1 ต.ตอโค อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000	081 9377309
6	บุรีรัมย์	กลุ่มผู้ผลิตกล้วยฉาบ	กล้วยฉาบ	124/1 ม.9 ต.ท่าโพธิ์ชัย อ.หนองกี่ จ.บุรีรัมย์	081 074 2841
7	นครราชสีมา	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย	ผ้าหางกระรอก	86 ห้วยทราย หมู่ 6 ต.หนองมะนาว อ.คง จ.นครราชสีมา	086 245 0494
8	นครราชสีมา	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย	ผ้าคลุมไหล่	86 ห้วยทราย หมู่ 6 ต.หนองมะนาว อ.คง จ.นครราชสีมา	086 245 0494
9	สิงห์บุรี	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านดอนโพธิ์	ผลิตภัณฑ์จักรสาน	74 ม.10 ต.ห้วยชัน อ.อินทร์บุรี จ.สิงห์บุรี	087 001 9964
10	ชัยนาท	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านท่าลาภผลิตกล้วยอบแห้ง	กล้วยฉาบ	241 ม.7 ต.ธรรมามูล อ.เมือง จ.ชัยนาท	086 207 2128
11	นนทบุรี	กลุ่มผู้ผลิตปลาเค็ม	ปลาอินทรีย์เค็ม	7/315 ม.3 ถ.รัตนธิเบศร์ ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	089 769 3823
12	ปทุมธานี	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัตนห้า	ขนมชะมดดำ	16 หมู่ 5 ซ.อยู่เจริญโครงการ 1 ต.บึงยี่โถ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี	081 440 6172 02 577 1296
13	ปทุมธานี	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสตรีพัฒนา	สารสกัดสมุนไพร	15/338 ม.3 ซ.44 คลองหก อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี	084 544 4383
14	ปทุมธานี	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนิชาภา	สมุนไพรขัดผิว	16 หมู่ 5 ซ.ปฏิรูป ถ.คลอง 12 ต.นพรัตน์ อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี	081 440 6172
15	ปัตตานี	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทรายขาว	มะขามป้อมแช่อิ่ม	6/2 ม.3 ต.ทรายขาว อ.โคกโพธิ์ จ.ปัตตานี 94120	086 291 9892, 093 582 7505

ตารางที่ 3. ผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับแผนงานที่กำหนดไว้

กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (11 เดือน)										
	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. สำรวจพื้นที่และกลุ่มผู้ผลิตชุมชน และวางแผนพัฒนา กลุ่มผู้ผลิตชุมชน						←→					
2. ประเมิน วิเคราะห์และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อ การปรับปรุงคุณภาพ	←→					←→					
3. ฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้าน วัฒน. และการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์						←→					
4. ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย					←→						
5. ติดตามประเมินผลการนำไปใช้ประโยชน์											←→

หมายเหตุ: ←→ แผนการดำเนินงาน

←...→ ผลการดำเนินงาน



3.3 ผลการดำเนินงานการประเมินศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน

ผู้ผลิตชุมชนจำนวน 15 กลุ่ม ที่ผ่านการคัดเลือกเบื้องต้นมาแล้วจะถูกสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประเมินศักยภาพของกลุ่ม โดยพิจารณาจากสถานภาพการรวมเป็นกลุ่มของผู้ผลิตชุมชนและมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับพื้นที่ผลิตผลิตภัณฑ์ โดยต้องแสดงความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ โอท็อปว่า สามารถขยายปริมาณการผลิตต่อเดือนได้เพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองตลาดทั้งภายในและตลาดอาเซียน. สำหรับผลิตภัณฑ์ที่นำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่วางขายและเป็นที่ยอมรับในตลาดท้องถิ่น ตลอดจนประเมินความตั้งใจ และความพร้อมของกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สามารถต่อยอดไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ได้ต่อไป ผลการประเมินศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ดังแสดงในตารางที่ 4.



3.4 ผลการดำเนินงานการอบรมพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลการดำเนินงานด้านการฝึกอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ โอท็อปด้วยบรรจุภัณฑ์” จำนวน 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2558 ณ โรงแรมภูเขาจ.พังงา ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2558 ณ โรงแรมชัชวาทธานี จ.ชัชวาท โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสินค้าชุมชนได้รับการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด, ด้านเทคโนโลยี, การพัฒนาผลิตภัณฑ์, ด้านการรับรองด้านมาตรฐาน และด้านแนวคิดในการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความพร้อมสำหรับการยื่นขอมาตรฐาน มผช. หรือมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สินค้าโอท็อป.



ตารางที่ 4. ผลการประเมินศักยภาพของผู้ผลิตชุมชน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
1	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรบ้านตลาดขี้เหล็ก	ชาสมุนไพรเห็ดหลินจือ	เป็นการรวมกลุ่มของแม่บ้านมีสมาชิกประมาณ 20 ราย	กลุ่มมีองค์ความรู้ในการผลิตที่มีความพร้อมอยู่แล้ว มีจำหน่ายในร้านขายของฝากของจังหวัด มีรายได้ประมาณ 15,000 บาท ต่อเดือน	บรรจุภัณฑ์ใส่ในถุงพลาสติกติดฉลากด้านหน้า ผู้ประกอบการต้องการปรับโลโก้ใหม่ และพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถเพิ่มมูลค่าเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ สามารถนำไปวางขายในห้างได้	
2	กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านทุ่งสุน	ผ้าลายน้ำไหลไทยลื้อ	เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกร มีสมาชิกกว่า 200 ราย	มีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสีสันขนาดของผ้าทอให้ได้มาตรฐานและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ผ้าปูโต๊ะ, ผ้ารองจาน, ผ้าพันคอ ฯลฯ ทำให้สินค้าได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น มีการจำหน่ายที่ทำการของกลุ่ม และตามร้านค้าในจังหวัดและตามร้านค้าในโรงแรมต่างๆ มียอดการจำหน่ายประมาณเดือนละ 50,000-100,000 บาท	กลุ่มผลิตผ้าประเภทต่างๆ โดยมีชื่อเรียกผ้าอยู่ 19 ลาย เช่น ผ้าลายน้ำสุน, ผ้าลายตะวัน และผ้าลายน้ำไหลไทยลื้อ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันทางกลุ่มได้ใช้ถุงกระดาษในการใส่ผ้าที่จำหน่าย กลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มสำหรับบรรจุผ้าประเภทต่างๆ ที่ผลิตขึ้น	


ตารางที่ 4. (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
3	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามัคคีโพธิ์ประทับช้าง	มะขามแก้วเลิศรส	เป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยมีสมาชิก 10 ราย	ในที่ทำการของกลุ่มมีอุปกรณ์, เครื่องมือ, องค์ความรู้ ในการผลิตเพียบพร้อมอยู่แล้ว วัตถุดิบหาง่าย ไม่มีปัญหาในการผลิต มีผลิตภัณฑ์ส้มโอแก้ว และมะขามแก้วที่หลากหลาย ส่งขายตามร้านของฝากในจังหวัดและใกล้เคียง จำหน่ายกล่องละ 25 บาท ยอดจำหน่ายประมาณ 15,000 บาทต่อเดือน	ผลิตภัณฑ์เป็นของฝากประจำจังหวัด ผลิตภัณฑ์ห่อด้วยกระดาษแก้วเหมือนลูกอมทอปปี้ แล้วบรรจุกล่องกระดาษแข็งทรงลูกเต๋า ทางกลุ่มต้องการโลโก้ที่เป็นเอกลักษณ์ เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างเป็นจุดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	
4	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาอาชีพสตรีบ้านฉาง	กล้วยกวนเคลือบช็อกโกแลต	เป็นกลุ่มสมาชิกที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรวมสมาชิกเป็นวิสาหกิจชุมชนได้ทั้งสิ้น 22 ราย	ประธานกลุ่มจะทำหน้าที่เป็นผู้คอยควบคุมสมาชิกหรือคนงานพร้อมการตรวจสอบผลิตภัณฑ์, ปริมาณการผลิต และการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า มีคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอน ไม่มีปัญหาในการผลิต มีลักษณะการแบ่งงานกันออกไปคนละหน้าที่ มีการจำหน่ายตามงานต่างๆ และจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางและขายตามร้านขายของฝาก ขายกล่องละ 28 บาท มีรายได้ประมาณ 80,000 บาทต่อเดือน	กลุ่มได้นำกล้วยน้ำว้ามาแปรรูปเป็น “กล้วยกวนกะทิสด” มีการผลิตที่ถูกต้องลักษณะ ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก อย. และ มผช. ปัจจุบันทางกลุ่มบรรจุกล้วยกวนลงในถุงพลาสติกพร้อมปิดปากถุงด้วยฉลากกระดาษแข็งที่ปากถุง	



ตารางที่ 4. (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
5	กลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่	ข้าวหอมมะลิ	เกษตรกรผู้ผลิตข้าวเป็นสมาชิกของสหกรณ์ จำนวน 25 ราย	มีการผลิตตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ ได้รับมาตรฐานไปโอเอสเอสผลผลิตข้าวเปลือก 7% สหกรณ์จะเป็นผู้รับซื้อไปอีก 3% จะแปรรูปเป็นข้าวสารบรรจุถุงพลาสติกระบบสุญญากาศ ขนาด 1 กิโลกรัม จำหน่ายถุงละ 70 บาท ยอดจำหน่ายประมาณ 50-100 ถุงต่อเดือน	ข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพอยู่แล้ว บรรจุภัณฑ์เป็นถุงบรรจุสุญญากาศที่ใช้เป็นรูปแบบเหมือนกันสำหรับข้าวสาร แต่ข้อความที่พิมพ์บนถุง ยังไม่มีจุดดึงดูด โลกไถ่เยอะเกินไป ตัวหนังสือไม่ทันสมัย	
6	กลุ่มผู้ผลิตกล้วยฉาบ	กล้วยฉาบ	เป็นการรวมของแม่บ้านมีสมาชิกจำนวน 20 ราย	ผลิตจากกล้วยที่มีในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์จำหน่ายในราคาถุงละ 35 บาท มีจำหน่ายในร้านขายของฝากของจังหวัด	กลุ่มมีการปลูกกล้วยกันทุกบ้าน จึงนำมาแปรรูปให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยการเลือกกล้วยน้ำว้าที่แก่จัด ตัดจากต้น ไม่ผ่านการบ่มแก๊ส มาแปรรูปเป็นกล้วยฉาบ ใช้วิธีหั่นกล้วยตามยาวและนำไปทอด ทำให้มียอดจำหน่ายได้ดีในชุมชน บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นถุงพลาสติกใสพอลิโพรพิลีน ที่มีขายอยู่ทั่วไป ฉลากทำด้วยกระดาษพิมพ์เขียนและพิมพ์ด้วยตัวหนังสือธรรมดา ขนาดบรรจุถุงละ 40 กรัม	


ตารางที่ 4. (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
7	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย	ผ้าหางกระรอก	เป็นการรวมตัวของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร มีการรวมกลุ่มสมาชิก 126 ราย	กลุ่มแม่บ้านจะมีการรวมตัวเพื่อผลิตผ้า ในช่วงว่างจากอาชีพหลักประกอบกับสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีความเชี่ยวชาญในการขึ้นลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น กลุ่มผ้าหางกระรอก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าเป็นอย่างสูง ทางกลุ่มได้มีการพัฒนาลายของผ้าในกลุ่มนี้ ยอดจำหน่าย 15,000 บาทต่อเดือน	ในการทอผ้าหางกระรอกจะทอเป็นม้วนและจำหน่ายในรูปแบบเป็น “เมตร” และแบบสำเร็จรูป บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นถุงแก้วห่อผลิตภัณฑ์ และใส่ในถุงกระดาษที่ไม่มีโลโก้/ตราสินค้า ซึ่งเป็นถุงกระดาษมาตรฐานตามท้องตลาดทั่วไป	


ตารางที่ 4. (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
8	กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร บ้านห้วยทราย	ผ้าคลุมไหล่	เป็นการรวมตัวของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร มีการรวมกลุ่มสมาชิก 126 ราย	จากภูมิปัญญาของสมาชิกในกลุ่มแม่บ้าน ด้านความ สามารถในการขึ้นลายผ้า ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่นๆ ที่กลุ่มมีอยู่ได้รับการยอมรับทางกลุ่ม จึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าพันคอขึ้นมาเพื่อขยายตลาด โดยมียอดจำหน่าย 70,000 บาทต่อเดือน	ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่จำหน่ายเป็นผืน โดยราคาต่อผืนจะแตกต่างกันตามชนิดของผ้า เช่น ผ้าไหม, ผ้ามัดหมี่ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นถุงแก้วห่อผลิตภัณฑ์ และใส่ในถุงกระดาษที่ไม่มีโลโก้/ตราสินค้า (ถุงกระดาษที่เป็นถุงมาตรฐานตามท้องตลาด)	
9	ผลิตภัณฑ์จักสาน	ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน	เป็นการรวมตัวของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีการรวมกลุ่มสมาชิก 20 ราย	ผู้ประกอบการรวมกลุ่มกันผลิตสินค้าโดยซื้อเส้นพลาสติกมาเป็นม้วน และช่วยกันออกแบบให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดทำให้มียอดขายที่ดี โดยมียอดจำหน่าย 15,000 บาทต่อเดือน (โดยประมาณ) เนื่องจากราคาของสินค้าขึ้นอยู่กับขนาดและแบบ โดยราคาอยู่ระหว่าง 20 – 500 บาท	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการรวมตัวกันผลิตตะกร้าที่สานจากพลาสติกมีการพัฒนารูปแบบให้ทันสมัยและมีโครงสร้างที่แข็งแรง ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายขนาดตามความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย บรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์จักสานขนาดเล็กใส่ในถุงพลาสติกหุ้ม ส่วนผลิตภัณฑ์จักสานที่มีขนาดใหญ่หลายๆ จะไม่ใส่ถุงให้กับลูกค้า และไม่มีป้ายห้อยหรือฉลากแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต	


ตารางที่ 4. (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
10	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านท่าลาภผลิตกล้วยอบแห้ง	กล้วยฉาบ	เป็นการรวมกลุ่มแม่บ้านเป็นวิสาหกิจชุมชน มีสมาชิก 20 ราย ระดมทุนจากสมาชิกและชุมชน ทุนละ 10 บาท	การผลิตใช้แรงงานจากคนในชุมชน และวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนคิดค้นสูตรพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยเพื่อสุขภาพ ให้มีความแปลกใหม่ น่ารับประทาน มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีการจำหน่ายร้านค้าในจังหวัดและต่างจังหวัดที่เป็นตัวแทนจำหน่าย และตามงานมหกรรมต่างๆ ราคาถุงละ 35 บาท	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการแปรรูปกล้วยหลากหลายชนิด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบรสชาติที่แปลกใหม่ คิดค้นสูตรเพื่อสุขภาพ ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกใสพร้อมติดฉลากกระดาษ	



ตารางที่ 4. (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
11	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาเค็มอบโอโซน	ปลาอินทรีเค็ม	เป็นการรวมตัวของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีสมาชิก 7 ราย	ผู้ประกอบการมีจุดเด่นของการผลิต คือผลิตโดยใช้กรรมวิธีฆ่าเชื้อด้วยระบบโอโซน ทำให้ได้ปลาเค็มที่สะอาดเมื่อบรรจุแบบสุญญากาศ ส่งผลให้อายุการเก็บรักษานานขึ้นมียอดจำหน่าย 120,000 บาทต่อเดือน (โดยประมาณ) เนื่องจากราคาของสินค้าขึ้นอยู่กับขนาดและน้ำหนักของปลาเค็ม โดยแบ่งเป็นขนาดเล็กจำหน่ายชิ้นละ 40 บาท ตัวใหญ่จำหน่ายชิ้นละ 50 บาท	บรรจุในถุงสุญญากาศสินค้าแบ่งเป็น 2 ขนาด คือ ขนาดเล็กน้ำหนัก 50 กรัม และขนาดใหญ่น้ำหนัก 80 กรัม โลโก้ใช้คำเฉพาะ “อืดปลาเค็ม” (อ่านว่าอืดปลาเค็ม) พิมพ์สีเดียว รูปแบบกราฟิกขาดความสวยงาม และขาดรายละเอียด วันผลิต-วันหมดอายุ หมายเลขโทรศัพท์ มาตรฐานที่ได้รับเป็นต้น	


ตารางที่ 4. (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
12	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัตนห้า	ขนมชะมดดำ	เป็นการรวมตัวของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มสตรีกลุ่มแม่บ้านของอำเภอหนองเสือมีสมาชิก 29 ราย	มีเทคนิคการผลิตให้ทันสมัยและผลิตได้อย่างถูกสุขลักษณะจนได้รับเครื่องหมาย ออย. มีการจำหน่ายโดยร่วมออกร้านจำหน่ายสินค้ากับหน่วยงานราชการของ จ.ปทุมธานี จนทำให้กลุ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น กลุ่มจำหน่ายในราคาถุงละ 50 บาท มีรายได้ประมาณ 30,000 บาทต่อเดือน	ผลิตภัณฑ์ขนมชะมดดำเป็นขนมโบราณที่ทำจากสมุนไพรใช้ในงานพิธีมงคลมีความเชื่อว่าผู้ใดรับประทานแล้วจะมีความรุ่งเรืองเจริญก้าวหน้า และมั่นคง มีความสุขสบายไปตลอดชีวิต เพราะขนมทำจากถั่วเขียว ซึ่งถือว่า “ถั่วเขียว” เจริญออกงามเร็วมาก ซึ่งทางกลุ่มได้ปรับปรุงเทคนิคการผลิตให้ทันสมัย และผลิตได้อย่างถูกสุขลักษณะจนได้รับการรับรองมาตรฐานจาก ออย. และ มผช. ปัจจุบันทางกลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม ซึ่งกลุ่มได้ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกในการบรรจุขนม	

ตารางที่ 4. (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
13	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสตรีพัฒนา	สารสกัดสมุนไพร	เป็นการร่วมกลุ่มของแม่บ้านมีสมาชิกประมาณ 14 ราย	เป็นการนำสมุนไพรที่ปลูกเอง ปลอดสารเคมีมาสกัดในการผลิตแต่ละครั้ง มีการจัดทำตามสูตร จำหน่ายตามโรงพยาบาล และสถานที่ราชการ จำหน่ายในราคาขวดละ 150 บาท มีรายได้ ประมาณ 3,000 บาท ต่อเดือน	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นโลชั่นสมุนไพร มีส่วนผสมของมะหาด, ฟักข้าว, อะโวคาโด มีผลิตภัณฑ์หลายประเภท เช่น น้ำแร่ฟักข้าว, โลชั่นฟักข้าวผสมมะหาด และแชมพู เป็นต้น กลุ่มได้สกัดสมุนไพรซึ่งเน้นภูมิปัญญาชาวบ้าน กลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม ปัจจุบันบรรจุในขวดพลาสติกที่มีจำหน่ายทั่วไป	
14	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนิชาภา	สมุนไพรชนิดผิว	เป็นการรวมกลุ่มของแม่บ้านมีสมาชิกประมาณ 7 ราย	มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากเครือข่ายผลิตได้มาตรฐาน จำหน่ายตามงานต่างๆ และจัดจำหน่ายทางไปรษณีย์ จำหน่ายในราคาขวดละ 200 บาท มีรายได้ประมาณ 20,000 บาทต่อเดือน	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีหลายประเภท เช่น สมุนไพรชนิดผิว, ยาสีฟันสมุนไพร, แชมพู และครีมนวด เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ใช้ได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่เพราะไม่มีการเติมสารเคมีเข้าไป มีการผลิตใหม่ทุกๆ อาทิตย์ และได้รับการรับรองมาตรฐาน ทั้ง ออย. และ มผช. กลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ปัจจุบันบรรจุในขวดพลาสติกที่มีจำหน่ายทั่วไป	

ตารางที่ 4. (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ชื่อผลิตภัณฑ์	สถานภาพการรวมกลุ่ม	สถานภาพการผลิต/จำหน่าย	สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ก่อนการพัฒนา
15	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรบ้าน ทรายขาว	มะขามป้อม แช่อิ่ม	กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน มีสมาชิก 50 ราย	การรวมตัวของทางกลุ่มฯ เป็นการรวมตัวของแม่บ้านในชุมชนผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของกลุ่มเป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นนำมาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยนำมาแปรรูปผ่านกระบวนการแช่อิ่มและอบแห้ง จนได้ความชื้นที่เหมาะสม เช่น ส้มแขกแช่อิ่มอบแห้ง, มะขาม ป้อมแช่อิ่มอบแห้ง, ลองกองแช่อิ่มอบแห้ง เป็นต้น ยอดจำหน่าย 7,500 บาทต่อเดือน โดยคิดตามน้ำหนัก 30 กิโลกรัม ราคา กิโลกรัมละ 250-270 บาท	ผลิตภัณฑ์บรรจุในถุงพลาสติกใส โดยจำหน่ายแบบขายส่งบรรจุ 1 กิโลกรัม แบบขายปลีกบรรจุ 100 กรัม ราคา กิโลกรัมละ 250-270 บาท บรรจุภัณฑ์ ที่ใช้มีรายละเอียดไม่ครบถ้วน เช่น ไม่มีโลโก้/ตราสินค้า, รายละเอียดต่างๆ ของผลิตภัณฑ์, รายละเอียดของผู้ผลิต, วันผลิต-วันหมดอายุ มาตรฐานที่ได้รับ เป็นต้น	

ผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์เป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งมีผู้ประกอบการเข้าร่วมฝึกอบรมใน จ.พังงา จำนวนทั้งสิ้น 103 คน สำหรับผู้ประกอบการเข้าร่วมฝึกอบรมใน จ.ชัยนาท จำนวนทั้งสิ้น 122 คน ซึ่งผลสำรวจความพึงพอใจของการฝึกอบรม ดังแสดงในตารางที่ 5.

การฝึกอบรมในครั้งนี้ประกอบไปด้วยการบรรยายเพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดแนวคิดที่เป็นไปได้จริงเพื่อนำไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของตน โดยหัวข้อการบรรยายประกอบด้วย

- เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตอาหาร.
- การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP.
- การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไรให้ประสบความสำเร็จ.
- กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป เพื่อส่งเสริมการตลาด.

ผลจากการฝึกอบรม เรื่อง การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้วยบรรจุภัณฑ์ มีความสำคัญอันจะทำให้ผู้ประกอบการได้เรียนรู้และเกิดความเข้าใจในกระบวนการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีสวยงาม, โดดเด่น, เหมาะแก่การใช้งาน และการใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือทางการตลาด ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี, สวยงามและมีความโดดเด่น ซึ่งจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จในยอดขาย และทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ อีก ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการคิด, ค้นคว้า และหาวิธีการออกแบบที่ดีและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตนได้ด้วยตนเอง โดยผ่านกระบวนการต่างๆ ในการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป รายละเอียดการฝึกอบรม ดังแสดงในภาคผนวก 4.

ตารางที่ 5. ผลสำรวจความพึงพอใจการฝึกอบรม

การฝึกอบรม	หัวข้อ	ผลรวม (ดี+ดีมาก+ดี)	% ความพึงพอใจ
ฝึกอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปด้วยบรรจุภัณฑ์”	- เนื้อหาของหลักสูตรตรงตามหัวข้อที่ระบุไว้	92	92.67
จ.พังงา	- วิทยากร (ภาพรวม)	93	
ฝึกอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปด้วยบรรจุภัณฑ์”	- เนื้อหาของหลักสูตรตรงตามหัวข้อที่ระบุไว้	90	90.67
จ.ชัยนาท	- วิทยากร (ภาพรวม)	91	
	รวมทั้งสิ้น		91.67



3.5 ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โอท็อป ได้ดำเนินการศึกษาวิจัย โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วยความเป็นมาของผลิตภัณฑ์, อุตสาหกรรมหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์, จุดด้อยและความเสื่อมสภาพของสินค้า, มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับ, กระบวนการหรือขั้นตอนการผลิต, ตลาดเป้าหมายที่จำหน่ายในประเทศและตลาดต่างประเทศที่คาดหวังการส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย ตลอดจนความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อป กับวิถีชีวิตในชุมชนนั้นๆ ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโอท็อป ณ สถานที่ตั้งของกลุ่มซึ่งเป็นสถานที่ผลิตหรือสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโอท็อป ณ แหล่งจำหน่ายสินค้าเพื่อให้ผู้ประกอบการโอท็อป มีส่วนร่วมในการศึกษา และพัฒนาโดยเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตต่างๆ และร่วมตัดสินใจคัดเลือกแบบร่างของงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยวิธีการประชุมกลุ่มเจาะจง (Focus group) ขั้นตอนการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วยหัวข้อต่อไปนี้



- การค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น (preliminary research).
- การศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการและตลาด (needs assessment).
- การนำเสนอแบบร่างทางความคิด (idea & development).
- การพัฒนาแบบ (design refinement).
- การพิจารณาคัดเลือกแบบที่เหมาะสม (decision making).
- การเขียนและจัดทำต้นแบบเพื่อการผลิต (finalized original artwork).
- การสรุป ประเมินการออกแบบ (conclusion).

ผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โอท็อป จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ ดังแสดงในตารางที่ 6 และรายละเอียดของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แสดงไว้ในภาคผนวก 5.



ตารางที่ 6. ผลการดำเนินงานด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์โอท็อป 15 ผลิตภัณฑ์

ลำดับ	กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เดิม	แนวทางการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์ใหม่	ภาพแบบบรรจุภัณฑ์
1	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตร บ้านตลาดชัยเหล็ก	ชาสมุนไพรเห็ดหลินจือ	ถุงอะลูมิเนียม พอยล์ แบบตั้งได้ ขนาดบรรจุ 50 กรัม และ 100 กรัม	1. พัฒนาโลโก้และแบรนด์ใหม่ 2. ออกแบบฉลากสินค้าให้เป็น แนวทางเดียวกับกล่อง บรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้กับถุงเดิม 3. ออกแบบกราฟิกกล่อง กระดาษสำหรับบรรจุชา สมุนไพรแบบซอง	1. ฉลากกระดาษ ขนาด 80 x 40 มม. 2. กล่องกระดาษ ขนาด 90 x 50 x 120 มม.	
2	กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้า บ้านทุ่งสุน	ผ้าลายน้ำไหลไทยลื้อ	- ถุงพลาสติกใส ชนิดพอลิโพร พิลีน - ถุงกระดาษ ขนาด 300 x 300 มม.	1. ออกแบบโลโก้ใหม่ “Srisawalai” โดยนำโลโก้เดิม มาปรับให้ร่วมสมัยและโดดเด่น ขึ้น 2. ออกแบบตัวกล่องกระดาษ และถุงกระดาษ โดยนำโลโก้ และลวดลายมาปรับให้ไป ในแนวทางเดียวกัน	1. กล่องกระดาษ แข็งทำจาก กระดาษ 350 กรัม/ตรม. ขนาด 300 x 300 x 50 มม. 2. ถุงกระดาษทำจาก กระดาษการ์ดอาร์ต น้ำหนัก 210 กรัม/ตรม. ขนาด 350 x 110 x 300 มม.	




ตารางที่ 6. (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เดิม	แนวทางการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์ใหม่	ภาพแบบบรรจุภัณฑ์
3	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร สามัคคีโพธิ์ประทับช้าง	มะขามแก้วเลิศรส	กระดาษแก้ว	1. ปรับโลโก้ใหม่ใช้ชื่อ “แก้วไกรทอง” ให้มีความชัดเจนในการสื่อสารกับผู้บริโภค 2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นการ์ตูนไกรทองน้อยและจระเข้จิ๋วประกอบกับภาพมะขามเป็นพื้นหลังเข้าให้รู้สึกสบายตา	1. กล่องกระดาษ แข็งน้ำหนัก 350 ก.ต่อตรม. 200 x 150 x 45 มม. ขนาดบรรจุ 250 ก.	
4	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาอาชีพสตรี บ้านฉาง	กล้วยกวน เคลือบช็อกโกแลต	ถุงพลาสติกปิดปาก ถุงด้วยฉลาก กระดาษแข็ง ขนาดบรรจุ 35 ก.	1. นำโลโก้ “แม่ลำจวน” ไปใช้ในการออกแบบกราฟิก 2. ออกแบบกราฟิกกล่องกระดาษแข็งบรรจุผลิตภัณฑ์โดยเน้นที่มาของผลิตภัณฑ์และความ เป็นไทย และความ ร่วมสมัยเข้าด้วยกัน	กล่องกระดาษแข็ง น้ำหนัก 350 ก.ต่อตรม. ขนาด 150 x 40 x 150 มม.	



ตารางที่ 6. (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เดิม	แนวทางการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์ใหม่	ภาพแบบบรรจุภัณฑ์
5	กลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่	ข้าวหอมมะลิ	ถุงบรรจุสุญญากาศ	<ol style="list-style-type: none"> ปรับโลโก้ “คอโด-ออแกนิก” โดยสร้างแสงเงาให้ความรู้สึกเหมือนภาพขุนต่ำ ออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยประยุกต์จากกระบุงเพื่อสอดแทรกเรื่องราววัฒนธรรมท้องถิ่น 	กล่องกระดาษลอนอี เกรด KI125/ CA105/ KI125 ขนาด 145 x 105 x 45 มม.	
6	กลุ่มผู้ผลิตกล้วยฉาบ	กล้วยฉาบ	ถุงพลาสติกใสขนาดบรรจุ 40 ก.	<ol style="list-style-type: none"> ออกแบบโลโก้ “โพธิ์แก้ว” ใช้รูปใบโพธิ์ตัดแปลงรูปทรงเพื่อสร้างเอกลักษณ์ประกอบกับตัวอักษร ออกแบบกราฟิกกล่องบรรจุกล้วยฉาบโดยใช้สีม่วงมาสร้างความโดดเด่นสะดุดตา ทำกล่องเปิดหน้าต่างเห็นตัวผลิตภัณฑ์ ฉลากออกแบบไปในแนวทางเดียวกัน 	<ol style="list-style-type: none"> ฉลากกระดาษ ขาวมัน ขนาด 50 x 95 มม. ถุงหูหิ้วเจาะหน้าต่าง ขนาดหน้าต่าง 540 x 180 มม. ถุงซิปล็อก ขนาด 160 x 230 มม. 	



ตารางที่ 6. (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เดิม	แนวทางการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์ใหม่	ภาพแบบบรรจุภัณฑ์
7	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย	ผ้าหางกระรอก	ถุงพลาสติกใสชนิดพอลิโพรพิลีนและถุงกระดาษ	1. ออกแบบโลโก้ใหม่ “ผ้าเพนียด” 2. ออกแบบกราฟิกถุงกระดาษแข็งบรรจุผ้า โดยเน้นภาพลักษณ์ความเรียบหรูคลาสสิก	1. ถุงกระดาษแข็งเจาะหน้าต่าง ขนาด 350 x 110 x 300 มม. พับปาก ร้อยหูด้วยเชือกผ้า	
8	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย	ผ้าคลุมไหล่	ถุงพลาสติกใสชนิดพอลิโพรพิลีนและถุงกระดาษ	1. ออกแบบโลโก้ใหม่ “ผ้าเพนียด” 2. ออกแบบกราฟิกกล่องกระดาษแข็ง โดยเน้นภาพลักษณ์ความเรียบหรูคลาสสิก	1. กล่องกระดาษแข็งได้คัท เจาะหน้าต่างขนาด 300 x 230 x 45 มม.	
9	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านดอนโพธิ์	ผลิตภัณฑ์จักสาน	ถุงพลาสติกมีหูหิ้ว	1. ออกแบบโลโก้เป็นรูปใบโพธิ์ 2. ออกแบบฉลากติดกับหูตะกร้าจักสาน	1. ฉลากกระดาษแข็งสำหรับติดหูตะกร้าขนาด 125 x 75 มม.	



ตารางที่ 6. (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เดิม	แนวทางการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์ใหม่	ภาพแบบบรรจุภัณฑ์
10	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านท่าลาภผลิตกล้วย อบแห้ง	กล้วยฉาบ	ถุงพลาสติกใสพร้อม ติดสติ๊กเกอร์ กระดาษ	1. ปรับโลโก้ใหม่โดยการ เพิ่มภาษาอังกฤษ “Umphorn Brand” มาใส่เพื่อให้สอดคล้องกับ ตลาด AEC 2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดย ใช้ภาพการ์ตูนกล้วยยิ้มร่าเริง เป็นภาพประกอบพื้นใบตองสี เขียวให้บรรยากาศธรรมชาติ	1. กล่องกระดาษ แข็งน้ำหนัก 350 ก.ต่อตรม. ขนาด 145 x 300 x 30 มม. บรรจุ 200 ก.	
11	กลุ่มผู้ผลิตปลาเค็ม	ปลาอินทรีเค็ม	ถุงสุญญากาศ ขนาด บรรจุ 50 กรัม และ 80 ก.	1. พัฒนาโลโก้ใหม่ 2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เป็น ซองกระดาษรูปตัวปลา และ เจาะช่องหน้าต่างให้เห็น สินค้าด้านใน	1. ซองกระดาษ แข็งโตคัท ขนาด 320 x 120 x 45 มม.	

ตารางที่ 6. (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เดิม	แนวทางการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์ใหม่	ภาพแบบบรรจุภัณฑ์
12	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัตนห้า	ขนมขมวดำ	ถุงพลาสติกใสขนาดบรรจุ 300 ก.	<ol style="list-style-type: none"> ออกแบบโลโก้โดยรูปแบบโครงสร้างของขนมมาสร้างเป็นสัญลักษณ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ใช้ความเรียบง่ายของลวดลายกราฟิกแต่นำมิติของกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดความสวยงาม 	<ol style="list-style-type: none"> กล่องกระดาษแข็ง น้ำหนัก 350 กรัม/ตารางเมตร พิมพ์ 4 สี ขนาด 90 x 70 x 80 มม. ขนาดบรรจุ 300 ก. 	
13	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสตรีพัฒนา	สารสกัดสมุนไพร	ขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 120 มล.	<ol style="list-style-type: none"> ออกแบบโลโก้เป็นรูปดอกบัว ออกแบบฉลากปิดขวดโดยนำภาพส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์มาประกอบเพื่อสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ 	<ol style="list-style-type: none"> ขนาดฉลากด้านหน้า 100 x 50 มม. และ ขนาดฉลากด้านหลัง 55 x 50 มม. 	

ตารางที่ 6. (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เดิม	แนวทางการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์ใหม่	ภาพแบบบรรจุภัณฑ์
14	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนิชาภา	สมุนไพรขัดผิว	ขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 150 มล.	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาโลโก้ให้ทันสมัยและมีสีสันขึ้น พัฒนาฉลากเพื่อสร้างความโดดเด่นโดยนำลายไทยประยุกต์มาประกอบเข้าด้วยกันและปรับองค์ประกอบใหม่เพื่อให้ดูสวยงามขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> ซองอลูมิเนียม พอยล์ซีล 3 ด้าน ขนาด 89 x 127 มม. ฉลากกระดาษ ขนาดด้านหน้า 105 x 50 มม. ฉลากด้านหลัง 95 x 5 มม. 	
15	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร บ้านทรายขาว	มะขามป้อมแช่อิ่ม	ถุงพลาสติกมัดยาง ขนาดบรรจุ 200 ก.	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาโลโก้ใหม่โดยให้ความชัดเจนมากขึ้น พัฒนาฉลากเป็นรูปมะขามป้อมให้มีความเป็นธรรมชาติ และรู้สึกสดชื่นและผ่อนคลาย 	ฉลากกระดาษอาร์ตการ์ด 250กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 4 สี ขนาด 250 x 90 มม.	

4. สรุปผลการวิจัย

การคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตชุมชนโอท็อปเป้าหมายมาเข้าร่วมดำเนินงานในโครงการยกระดับและพัฒนาบรรจุภัณฑ์, ผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้ใช้หลักเกณฑ์การคัดเลือก ดังแสดงรายละเอียดไว้ในบทที่ 2 วิธีดำเนินงานหัวข้อ 2.1 และ 2.3 ผลการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินงานรวมทั้งหมด 15 กลุ่มชุมชนและผลิตภัณฑ์ ซึ่งกระจายอยู่ในพื้นที่ดำเนินงาน 12 จังหวัด ประกอบด้วยภาคเหนือ 4 จังหวัด ได้แก่ จ.เชียงใหม่, จ.น่าน, จ.พิจิตร และ จ.นครสวรรค์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 จังหวัด ได้แก่ จ.นครราชสีมา, จ.บุรีรัมย์ และ จ.สุรินทร์ ภาคกลาง 4 จังหวัด ได้แก่ จ.ปทุมธานี, จ.นนทบุรี, จ.สิงห์บุรี และ จ.ชัยนาท และภาคใต้ 1 จังหวัด คือ จ.ปัตตานี.

การดำเนินงานด้านการฝึกอบรมเรื่อง การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปด้วยบรรจุภัณฑ์ ได้ดำเนินการรวมจำนวน 2 ครั้ง ที่ จ.พังงา และ จ.ชัยนาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการสินค้าชุมชนได้รับการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการรับรองด้านมาตรฐาน และด้านแนวคิดในการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความพร้อมสำหรับการยื่นขอมาตรฐาน มผช. หรือมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สินค้าโอท็อปมีภาพลักษณ์เป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งมีผู้ประกอบการเข้าร่วมฝึกอบรมใน จ.พังงา จำนวนทั้งสิ้น 103 คน โดยผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 93 สำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมฝึกอบรมใน จ.ชัยนาท จำนวนทั้งสิ้น 122 คน มีความพึงพอใจในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 91 ตามลำดับ.

การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โอท็อป 15 ผลิตภัณฑ์นั้น ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทได้รับการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาโลโก้, ออกแบบกราฟิกใหม่ และออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใหม่ รวม 10 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้โลโก้เดิมแต่ได้รับการออกแบบกราฟิกและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใหม่จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ สำหรับอีก 2 ผลิตภัณฑ์นั้น ได้รับการพัฒนาโลโก้และออกแบบกราฟิกใหม่โดยใช้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เดิม ดังแสดงในตารางที่ 7.

ตารางที่ 7 การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โอท็อป 15 ผลิตภัณฑ์

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์
1	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรบ้านตลาด ซีเหล็ก	ชาสมุนไพรเห็ดหลินจือ	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
2	กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านทุ่งสูง	ผ้าลายน้ำไหลไทยลื้อ	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
3	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมคหิโพธิ์ประทับช้าง	มะขามแก้วเลิศรส	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
4	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาอาชีพสตรี บ้านฉาง	กล้วยกวนเคลือบ ซีอกโกแลต	ออกแบบกราฟิกและโครงสร้าง บรรจุภัณฑ์ โดยใช้โลโก้เดิม
5	กลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่	ข้าวหอมมะลิ	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
6	กลุ่มผู้ผลิตกล้วยฉาบ	กล้วยฉาบ	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
7	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย	ผ้าทางกระรอก	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
8	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย	ผ้าคลุมไหล่	ออกแบบกราฟิกและโครงสร้าง บรรจุภัณฑ์ โดยใช้โลโก้เดิม
9	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านดอนโพธิ์	ผลิตภัณฑ์จักรสาน	พัฒนาโลโก้ และออกแบบป้ายกราฟิก
10	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านท่าลาภผลิตกล้วย อบแห้ง	กล้วยฉาบ	ออกแบบกราฟิกและโครงสร้าง บรรจุภัณฑ์ โดยใช้โลโก้เดิม
11	กลุ่มผู้ผลิตปลาเค็ม	ปลาอินทรีเค็ม	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
12	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัตนห้า	ขนมชะมดดำ	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
13	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสตรีพัฒนา	สารสกัดสมุนไพร	พัฒนาโลโก้ และออกแบบฉลากกราฟิก เพื่อปิดบนบรรจุภัณฑ์เดิม
14	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนิชาภา	สมุนไพรขัดผิว	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
15	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้าน ทรายขาว	มะขามป้อมแช่อิ่ม	พัฒนาโลโก้ ออกแบบกราฟิกและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

5. แนวทางการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลงานวิจัยด้านการพัฒนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โอท็อป 15 ผลิตภัณฑ์สามารถนำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ (Mog up) และแบบอาร์ตเวิร์ก (Artwork) ไปดำเนินการผลิตบรรจุภัณฑ์หรือนำแบบที่พัฒนาในโครงการนี้ไปปรับปรุงการออกแบบให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของตลาดในประเทศและตลาดอาเซียน รายงานฉบับนี้ได้แนะนำการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ เช่น กล่องกระดาษแข็ง, ถังกระดาษแข็งพร้อมหูหิ้ว, ซองพลาสติกใสพร้อมซิป, ซองพลาสติกประเภทหลายชั้นที่สามารถบรรจุแบบสุญญากาศ, ขวดพลาสติกขนาดต่างๆ ตลอดจนฉลากบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ซึ่งผู้ผลิตชุมชนโอท็อปสามารถเลือกนำไปใช้ให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ไปใช้บรรจุผลิตภัณฑ์จะต้องใช้ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตในปริมาณการผลิตที่ผู้ผลิตสามารถผลิตให้ได้หรือปริมาณขั้นต่ำในการผลิต ดังนั้นก่อนนำผลงานวิจัยในโครงการนี้ไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ผู้ผลิตชุมชนโอท็อปจะต้องประเมินความสามารถของกลุ่มในด้านการบริหารค่าใช้จ่ายสำหรับการผลิตบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนนำข้อมูลค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาประเมินเป็นต้นทุนรวม หลังจากนั้นจึงจะตั้งราคาขายของผลิตภัณฑ์และเปรียบเทียบราคาขายของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งอื่นๆ.

6. ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานของรัฐควรลดขั้นตอนและลดความซับซ้อนในการขอการสนับสนุน และควรสนับสนุนอย่างจริงจังและจริงจังในลักษณะของการมีส่วนร่วมกับธุรกิจศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการโอท็อป เพื่อสร้างความรู้ในส่วนที่ผู้ประกอบการยังขาด, สร้างงานวิจัยร่วมกัน, สร้างนวัตกรรมร่วมกัน และช่วยผลักดันให้ผู้ประกอบการโอท็อป, มีความเข้มแข็งด้วยความสามารถของตนเองในการสู่ตลาดการแข่งขัน โดยไม่ควรให้ผู้ประกอบการต้องพึ่งพิงภาครัฐในทุกเรื่อง หรือภาครัฐต้องโอบอุ้มผู้ประกอบการโอท็อปทุกอย่าง เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถสร้างความเข้มแข็งเพื่อการแข่งขันในโลกของการแข่งขันเสรีได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนได้.

2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นงานศิลปะและวิทยาศาสตร์ มีความจำเป็นจะต้องมีการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและนักออกแบบถ้าหากผู้ประกอบการนำลูกหลานเยาวชนโอท็อปรุ่นใหม่เข้ามาร่วมดำเนินโครงการเพื่อพัฒนารูปแบบสินค้าให้เหมาะสมกับตลาดโดยเฉพาะการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ จะสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายได้อีกทางหนึ่ง.

7. เอกสารอ้างอิง

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2548. ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ: ทั้งฮั่วชินการพิมพ์ จำกัด.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2547. เทคโนโลยีสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โอทอป. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด บางกอกบล็อก.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2546. หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด บางกอกบล็อก.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2545. คู่มือการใช้กระดาษเพื่อการหีบห่อ. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2533. คู่มือการใช้พลาสติกเพื่อการหีบห่อ. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด บางกอกบล็อก.

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1

แบบสำรวจข้อมูล

โครงการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ด้วยบรรจุภัณฑ์



ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ

๑.๑ ข้อมูลทั่วไป

ชื่อกลุ่ม.....

ชื่อ-สกุล ประธานกลุ่ม.....

ชื่อ-สกุล ผู้ประสานงาน/ตัวแทนกลุ่ม.....

ที่ตั้ง เลขที่..... หมู่ที่..... ตำบลอำเภอ จังหวัด.....

โทรศัพท์(บ้าน/มือถือ)..... โทรสาร..... โทรศัพท์.....

๑.๒ ประเภทผู้ประกอบการ

กลุ่มผู้ผลิตชุมชน

วิสาหกิจชุมชน

ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

จัดตั้งเมื่อ.....จำนวนสมาชิก.....คน รายได้เฉลี่ยเมื่อหักต้นทุน.....บาท/เดือน

๑.๓ ระดับความเชื่อมโยงกับชุมชน (เลือกตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

ใช้แรงงานในท้องถิ่น

ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น

ชุมชนร่วมบริหารจัดการ

ชุมชนร่วมรับผลประโยชน์

อื่นๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ ๒ ข้อมูลผลิตภัณฑ์

๒.๑ จำนวนสินค้าหลักที่ทำการผลิตในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

ชื่อผลิตภัณฑ์.....

ชื่อผลิตภัณฑ์.....

ชื่อผลิตภัณฑ์.....

๒.๒ ประเภทผลิตภัณฑ์ อาหาร เครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย

ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

ระดับดาว ๑ ดาว ๒ ดาว ๓ ดาว ๔ ดาว ๕ ดาว

๒.๓ การผลิต (แบบรูปสถานที่การผลิต)

๑) กำลังการผลิตของกลุ่ม (ต่อเดือน).....

๒) ความต่อเนื่องในการผลิต (ตอบเพียงข้อเดียว)

ผลิตทุกวัน ผลิต ๑ อาทิตย์/ครั้ง ผลิต ๑ เดือน/ครั้ง

ผลิตมากกว่า ๑ เดือน/ครั้ง อื่นๆ ระบุ.....

๓) ลักษณะการผลิตสินค้าของกลุ่ม (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

๑) ผลิตที่ศูนย์กลางการผลิตของกลุ่ม ๒) กระจายให้สมาชิกไปผลิต

๓) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๒.๔ ที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

- วัตถุดิบในประเทศ ประมาณ ร้อยละ.....

หาได้จากในพื้นที่จังหวัดตนเอง หาได้จากนอกพื้นที่จังหวัดตนเอง (ระบุจังหวัด).....

- วัตถุดิบจากต่างประเทศ ประมาณร้อยละ..... (ระบุประเทศ).....

- วัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิตของกลุ่มของท่านหรือไม่ และกลุ่มแก้ไขอย่างไร

๑) เพียงพอ ๒) ไม่เพียงพอ เพราะ.....

แนวทางแก้ไข.....

๓) ไม่แน่นอน เพราะ.....

แนวทางแก้ไข.....

๒.๕ จำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในกระบวนการการผลิต.....คน

๑) กลุ่มมีการตรวจสอบสินค้าก่อนส่งมอบให้ลูกค้าหรือไม่

๑) มี วิธีการคือ..... ๒) ไม่มี เพราะ.....

๒.๖ ผลิตภัณฑ์หลักของท่านได้รับการรับรองมาตรฐานหรือไม่

- ๑) ได้ (โปรดตอบข้อ ๒.๗) ๒) ไม่ได้ แต่คาดว่าจะขอรับรองในปี พ.ศ.....
 ๓) ไม่ได้ และยังไม่มีความคิดในการขอรับรอง

๒.๗ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ท่านได้รับการรับรอง (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- ๑) ออย. ๒) GAP ๓) GMP ๔) HACCP
 ๕) Qmark ๖) มผช. ๗) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ๘) ฮาลาล
 ๙) มอก. ๑๐) ISO ๑๑) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๒.๘ แหล่งที่มาของเทคโนโลยีการผลิตของกลุ่ม (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- ๑) พัฒนาต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่.....
 ๒) การฝึกอบรมของภาครัฐ ได้แก่.....
 ๓) สถาบันการศึกษา ได้แก่.....
 ๔) สมาชิกในกลุ่ม ได้แก่.....
 ๕) ลูกค้า ได้แก่.....
 ๖) การฝึกอบรมของเอกชน ได้แก่.....
 ๗) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๒.๙ การผลิตในกลุ่มได้มีการนำเครื่องจักรมาใช้หรือไม่ อย่างไร

- ๑) มีการนำเครื่องจักรมาใช้ ในขั้นตอนต่างๆ คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 ๑.๑) การผลิต ๑.๒) การบรรจุหรือการหีบห่อ ๑.๓) อื่นๆ (โปรดระบุ.....
 ๒) ไม่มีการนำเครื่องจักรมาใช้ เพราะ.....

๒.๑๐ ในระยะ ๓ ปีที่ผ่านมา กลุ่มของท่านได้มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือไม่

- ๑) เคยมีการปรับปรุง คือ.....
 ๒) ไม่เคยแต่กำลังเตรียมการปรับปรุง เพราะ.....
 ๓) ไม่เคยและยังไม่มีความคิดในการปรับปรุง เพราะ.....

๒.๑๑ การตลาด แหล่งจำหน่ายสินค้าของท่าน (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- มีหน้าร้านเป็นของตนเอง ในจังหวัด ในภูมิภาคที่จังหวัดตนเองตั้งอยู่
 ในภูมิภาคอื่นๆ ส่งออกต่างประเทศ อื่นๆ ระบุ.....

กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่ซื้อ/ใช้ผลิตภัณฑ์ของท่าน (ระบุประเภทของกลุ่มเป้าหมาย).....

๒.๑๒ ความต่อเนื่องของตลาด (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- มีเฉพาะลูกค้าหน้าใหม่ที่เป็นขาจรมาซื้อ
- ยอดขายของกลุ่มในแต่ละปี.....
 - จำนวนลูกค้าของกลุ่มในแต่ละปี.....
- ลูกค้าเก่าแต่ไม่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ
- ยอดขายของกลุ่มในแต่ละปี.....
 - จำนวนลูกค้าของกลุ่มในแต่ละปี.....
- มีทั้งลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่า มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ
- ยอดขายของกลุ่มในแต่ละปี.....
 - จำนวนลูกค้าของกลุ่มในแต่ละปี.....
- อื่นๆ ระบุ.....

๒.๑๓ การขนส่งสินค้า รูปแบบการขนส่ง (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- ๑) ขายตรงโดยตัวสมาชิกกลุ่มเอง ร้อยละ.....
- ๒) มีคนมารับซื้อถึงแหล่งผลิต ร้อยละ.....
- ๓) มีร้านค้าของกลุ่มในชุมชน ร้อยละ.....
- ๔) ร้านค้าต่างๆ ภายในจังหวัด ร้อยละ.....
- ๕) ร้านค้าต่างๆ นอกจังหวัด ร้อยละ.....
- ๖) ร้านค้าในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ.....
- ๗) งานแสดงสินค้าที่เมืองทอง ร้อยละ.....
- ๘) ขายทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ.....
- ๙) อื่นๆ.....

๒.๑๔ เงินทุนหมุนเวียน.....บาทต่อเดือน

- ๑) รวบรวมจากสมาชิกกลุ่ม ในรูปแบบ
- ๑.๑) ตามความสมัครใจ
 - ๑.๒) ตามจำนวนการถือหุ้น
 - ๑.๓) อื่นๆ (โปรดระบุ)....

๒.๑๕ ช่องทางประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ (ระบุ).....

๒.๑๖ ราคาขายสินค้า

- ชื่อผลิตภัณฑ์..... ๑) ขายปลีก.....บาท ๒) ขายส่ง.....บาท
- ชื่อผลิตภัณฑ์..... ๑) ขายปลีก.....บาท ๒) ขายส่ง.....บาท
- ชื่อผลิตภัณฑ์..... ๑) ขายปลีก.....บาท ๒) ขายส่ง.....บาท

๒.๑๗ ในระยะ ๓ ปี ที่ผ่านมา กลุ่มได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือไม่ อย่างไร

- ๑) เคยมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ.....
- ๒) ไม่เคย แต่กำลังเตรียมการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ เพราะ.....
- ๓) ไม่เคยและไม่มีแผนการออก.....

ส่วนที่ ๓ ประเด็นปัญหาหรือประเด็นที่ต้องการพัฒนา

๓.๑ ด้านการผลิต (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ พร้อมเรียงลำดับความสำคัญของปัญหา โดยเริ่มที่ ๑ คือ ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุด)

- บุคลากรการผลิตไม่เพียงพอ
- บุคลากรขาดทักษะในการทำงาน ระบุ.....
- ขาดเครื่องจักร อุปกรณ์ ที่ทันสมัย ระบุ.....
- สถานที่ในการผลิตไม่ได้มาตรฐาน ระบุ.....
- ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต ระบุ.....
- ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าให้คงที่ได้ตามมาตรฐาน ระบุ.....
- ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีในการผลิต
- สินค้าไม่ได้รับการตอบสนองจากตลาด/ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
- ขาดการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ
- บรรจุภัณฑ์ไม่มีความแข็งแรง ทำให้สินค้าได้รับความเสียหายในระหว่างขนส่งและการจัดเก็บ
- รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ
- ต้นทุนการผลิตสูง ส่งผลให้ต้องจำหน่ายสินค้าในราคาสูงกว่าที่ลูกค้ายอมรับได้
- สินค้าล้นตลาด
- ขาดระบบการจัดการของเสีย
- กระบวนการผลิตยังไม่ได้มาตรฐานที่พึงพอใจ
- อื่นๆ ระบุ.....

๓.๒ ด้านการตลาด (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ พร้อมเรียงลำดับความสำคัญของปัญหา โดยเริ่มที่ ๑ คือ ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุด)

- สินค้าไม่มีตลาดรองรับ
- ขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์
- สินค้าขาดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- ตราสินค้า/สัญลักษณ์ไม่ดึงดูดใจในการซื้อ
- บุคลากรขาดทักษะด้านการตลาด
- สินค้าไม่ได้มาตรฐานเพื่อการส่งออก ระบุ (มาตรฐานที่ไม่ผ่าน).....
- มีการแข่งขันกันสูงเนื่องจากมีสินค้าประเภทเดียวกันออกมาขายมาก
- อื่นๆ ระบุ.....

๓.๓ ด้านการขนส่งและการเก็บรักษา (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ พร้อมเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาโดยเริ่มที่ ๑ คือ ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุด)

- ไม่สามารถขนส่งสินค้าได้ทันตามคำสั่งซื้อบ่อยครั้ง ระบุ.....ครั้ง/ปี
- ขาดจุดในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคอย่างทั่วถึง
- ไม่สามารถจัดเก็บในสภาวะที่เหมาะสม ทำให้สินค้าเสื่อมคุณภาพเร็วขึ้น
- บุคลากรขาดทักษะในการบริหารจัดการด้านการขนส่ง
- ขาดสถานที่ในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
- ขาดองค์ความรู้ เทคโนโลยีในการเก็บรักษา
- ค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อปีประมาณ.....บาท
- อื่นๆ ระบุ.....

๓.๔ ด้านการเงิน/สภาพคล่อง (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ พร้อมเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาโดยเริ่มที่ ๑ คือ ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุด)

- มีเงินลงทุนน้อย ไม่เพียงพอต่อการขยายธุรกิจ
- ธนาคารไม่อนุมัติสินเชื่อ ระบุเหตุผล.....
- การติดต่อสถานการเงินหรือแหล่งทุนมีความยุ่งยาก
- บุคลากรขาดทักษะในการทำบัญชี
- อื่นๆ ระบุ.....

๓.๕ ด้านการบริหารจัดการ (ถ้ามี)

- ต้องการการวางแผนกลยุทธ์ของการดำเนินการการผลิต
- การขาดการวางแผนการผลิตประจำปี
- การใช้ไอทีในการบริหารจัดการด้านการเงิน
- อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ ๔ ข้อคิดเห็นและผลการวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญแต่ละผลิตภัณฑ์ (โปรดแสดง

ข้อคิดเห็นในการยกระดับ OTOP)

๔.๑ ด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิต เทคโนโลยี (อธิบายพอสังเขป)

.....
.....
.....

๔.๒ ด้านมาตรฐานและคุณภาพ (อธิบายพอสังเขป)

.....
.....
.....

๔.๓ ด้านการบริหารจัดการ (วัตถุดิบ บุคลากร การเงิน) (อธิบายพอสังเขป)

.....
.....
.....

๔.๔ ด้านการตลาดและการขนส่ง (อธิบายพอสังเขป)

.....
.....
.....

๔.๕ ด้านความต้องการผู้บริโภค (อธิบายพอสังเขป)

.....
.....
.....

ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกนำเข้าโครงการฯ

ไม่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกนำเข้าโครงการฯ

๕. ส่วนเพิ่มเติม (ถ้ามี) เช่น ภาพถ่าย แผนผัง (ที่ระบุของเดิมและแนวคิดเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์)

ลงชื่อ.....ผู้สำรวจ

...../...../.....

วันที่สำรวจ

ภาคผนวก 2

หลักสูตรการฝึกอบรม เรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปด้วยบรรจุภัณฑ์”

จัดโดย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

๘.๓๐ - ๙.๐๐	น.	ลงทะเบียน
๙.๐๐ - ๙.๑๕	น.	พิธีเปิดการสัมมนา
๙.๑๕ - ๑๐.๓๐	น.	• เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหาร
๑๐.๓๐ - ๑๐.๔๕	น.	พักรับประทานอาหารว่าง
๑๐.๔๕ - ๑๒.๐๐	น.	• การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP
๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐	น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
๑๓.๐๐ - ๑๔.๓๐	น.	• รู้จักผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ให้ตรงใจตลาด • การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ
๑๔.๓๐ - ๑๔.๔๕	น.	พักรับประทานอาหารว่าง
๑๔.๔๕ - ๑๖.๓๐	น.	• กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP เพื่อส่งเสริม การตลาด



แบบสอบถาม

ชื่อเรื่อง / หลักสูตร : การฝึกอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปด้วยบรรจุภัณฑ์”

กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) และแสดงความคิดเห็นลงในช่องว่างเพื่อนำมาแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป

ระดับคะแนน 5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = น้อย 1 = น้อยมาก

0 = ไม่มีความเห็น

ภาพรวมทั่วไป	5	4	3	2	1	0
1. เนื้อหาของหลักสูตรตรงตามหัวข้อที่ระบุไว้						
2. เนื้อหาของหลักสูตรมีประโยชน์						
3. เอกสารประกอบการสัมมนา						
4. ความพร้อมของโสตทัศนูปกรณ์						
5. วิทยากร (ภาพรวม)						
6. ความพึงพอใจเรื่องอาหาร/สถานที่						
7. ความเหมาะสมเรื่องระยะเวลาในการสัมมนา						
8. การให้บริการของเจ้าหน้าที่						
9. ความพึงพอใจในภาพรวม						
เนื้อหาการบรรยาย	5	4	3	2	1	0
10. เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหาร						
11. การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP						
12. การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ						
13. กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อปเพื่อส่งเสริม การตลาด						

14. ข้อมูลผู้ตอบใบสอบถาม :

วุฒิ/การศึกษาประเภทผลิตภัณฑ์โอท็อป.....

จังหวัด.....

15. ข้อคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
.....

😊 ขอขอบคุณในความร่วมมือนที่ตอบแบบสอบถาม และกรุณาส่งคืนที่ได้ะลงทะเบียน 😊

ภาคผนวก 3

ผลการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการ
โครงการยกระดับและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้คุณภาพมาตรฐาน
สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และพัฒนาขีดความสามารถ ด้วย วทน. 5 ภูมิภาค

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ชาสมุนไพรเห็ดหลินจือ
 ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านตลาดซี้เหล็ก
 70 ม.1 ต.บ้านโป่ง อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่
 โทร. 081 672 2358
 ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

กลุ่มมีองค์ความรู้ในการผลิตที่มีความพร้อมอยู่แล้ว มีจำหน่ายในร้านขายของฝากของจังหวัด มีรายได้ประมาณ 15,000 บาท ต่อเดือน

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ใส่ในถุงพลาสติกติดฉลากด้านหน้า ผู้ประกอบการต้องการปรับโลโก้ใหม่ และพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถเพิ่มมูลค่า เจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ สามารถนำไปวางขายในห้างได้

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ผ้าลายน้ำไหลไหล

ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านทุ่งสุน
 156 ม.4 บ้านทุ่งสุน ต.งอบ อ.ทุ่งช้าง จ.น่าน 55130
 โทร. 089 521 5029

ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

มีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสีสันขนาดของผ้าทอให้ได้มาตรฐานและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ผ้าปูโต๊ะ, ผ้ารองจาน, ผ้าพันคอ ฯลฯ ทำให้สินค้าได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น มีการจำหน่ายที่ทำการของกลุ่ม และตามร้านค้าในจังหวัดและตามร้านค้าในโรงแรมต่างๆ มียอดการจำหน่ายประมาณเดือนละ 50,000 -100,000 บาท.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

กลุ่มผลิตผ้าประเภทต่างๆ โดยมีชื่อเรียกหลายผ้าอยู่ 19 สาย เช่น ผ้าลายน้ำสุม, ผ้าลายตะวัน, และผ้าลายน้ำไหลไหลคือ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันทางกลุ่มได้ใช้ถุงกระดาษในการใส่ผ้าที่จำหน่าย กลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มสำหรับบรรจุผ้าประเภทต่างๆ ที่ผลิตขึ้น

ชื่อผลิตภัณฑ์ : มะขามแก้วเลิศรส
 ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามัคคีโพธิ์ประทับช้าง
 181 ม.9 ต.โพธิ์ประทับช้าง อ.โพธิ์ประทับช้าง จ.พิจิตร
 โทร. 086 214 1178
 ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

ในที่ทำการของกลุ่มมีอุปกรณ์, เครื่องมือ, องค์ความรู้ ในการผลิตเพียบพร้อมอยู่แล้ว วัตถุดิบหาง่าย ไม่มีปัญหาในการผลิต มีผลิตภัณฑ์ส้มโอแก้ว และมะขามแก้วที่หลากหลายรส ส่งขายตามร้านของฝากในจังหวัดและใกล้เคียง จำหน่ายกล่องละ 25 บาท ยอดจำหน่ายประมาณ 15,000บาทต่อเดือน.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เป็นของฝากประจำจังหวัด ผลิตภัณฑ์ห่อด้วยกระดาษแก้วเหมือนลูกอมทอफी แล้วบรรจุกล่องกระดาษแข็งทรงลูกเต๋า ทางกลุ่มต้องการโลโก้ที่เป็นเอกลักษณ์เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างเป็นจุดเด่นให้ผลิตภัณฑ์.

ชื่อผลิตภัณฑ์ : กล้วยกวนเคลือบช็อกโกแลต
 ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาอาชีพสตรีบ้านฉาง
 210 หมู่ 2 ต.หนองกะโตน อ.เมือง จ.นครสวรรค์
 โทร. 086 529 9828
 ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

ประธานกลุ่มจะทำหน้าที่เป็นผู้คอยควบคุมสมาชิกหรือคนงานพร้อมการตรวจสอบผลิตภัณฑ์, ปริมาณการผลิต และการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า มีคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอน ไม่มีปัญหาในการผลิต มีลักษณะการแบ่งงานกันออกไปคนละหน้าที่ มีการจำหน่ายตามงานต่างๆ และจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางและขายตามร้านขายของฝาก ขายถุงละ 28 บาท มีรายได้ประมาณ 80,000 บาทต่อเดือน.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

กลุ่มได้นำกล้วยน้ำว้ามาแปรรูปเป็น “กล้วยกวนกะทิสด” มีการผลิตที่ถูกต้องลักษณะ ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก ออย. และ มผช. ปัจจุบันทางกลุ่มบรรจุกล้วยกวนลงในถุงพลาสติกพร้อมปิดปากถุงด้วยฉลากกระดาษแข็งที่ปากถุง.

- ชื่อผลิตภัณฑ์ : ข้าวหอมมะลิ
ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่
136 ม.1 ต.ตอโค อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000
โทร. 081 9377309
ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

มีการผลิตตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ได้รับมาตรฐานไปโอเอสวีสมผลผลิตข้าวเปลือก 70% สหกรณ์จะเป็นผู้รับซื้อไปอีก 30% จะแปรรูปเป็นข้าวสารบรรจุถุงพลาสติกกระบบสุญญากาศ ขนาด 1 กิโลกรัม จำหน่ายถุงละ 70 บาท ยอดจำหน่ายประมาณ 50-100 ถุงต่อเดือน.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพอยู่แล้ว บรรจุภัณฑ์เป็นถุงบรรจุสุญญากาศที่ใช้เป็นรูปแบบเหมือนกันสำหรับข้าวสาร แต่ข้อความที่พิมพ์บนถุงยังไม่มีจุดดึงดูด โโลโก้เยอะเกินไป ตัวหนังสือไม่ทันสมัย.

- ชื่อผลิตภัณฑ์ : กล้วยฉาบ
- ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มผู้ผลิตกล้วยฉาบ
124/1 ม.9 ต.ท่าโพธิ์ชัย อ.หนองกี่ จ.บุรีรัมย์
โทร. 081 074 2841
- ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และฉลากบรรจุภัณฑ์



สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตจากกล้วยที่มีในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ จำหน่ายในราคาถุงละ 35 บาท มีจำหน่ายในร้านขายของฝากของจังหวัด.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

กลุ่มมีการปลูกกล้วยกันทุกบ้าน จึงนำมาแปรรูปให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยการเลือกกล้วยน้ำว้าที่แก่จัด ตัดจากต้น ไม่ผ่านการป่มแก๊ส มาแปรรูปเป็นกล้วยฉาบ ใช้วิธีหั่นกล้วยตามยาวและนำไปทอด ทำให้มีเยื่อจำหน่ายได้ดีในชุมชนบรรจุภัณฑ์เดิมเป็นถุงพลาสติกใสพอลิโพรพิลีน ที่มีขายอยู่ทั่วไป ฉลากทำด้วยกระดาษพิมพ์เขียนและพิมพ์ด้วยตัวหนังสือธรรมดา ขนาดบรรจุถุงละ 40 กรัม.

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ผ้าหางกระรอก
ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย
86 ห้วยทราย หมู่ 6 ต.หนองมะนาว อ.คง จ.นครราชสีมา
โทร. 086 245 0494
ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

กลุ่มแม่บ้านจะมีการรวมตัวเพื่อผลิตผ้าในช่วงว่างจากอาชีพหลักประกอบกับสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีความเชี่ยวชาญในการขึ้นลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น กลุ่มผ้าหางกระรอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าเป็นอย่างสูง ทางกลุ่มได้มีการพัฒนาลายของผ้าในกลุ่มนี้ ยอดจำหน่าย 15,000 บาทต่อเดือน.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ในการทอผ้าหางกระรอกจะทอเป็นม้วนและจำหน่ายในรูปแบบเป็น “เมตร” และแบบสำเร็จรูป บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นถุงแก้วห่อผลิตภัณฑ์ และใส่ในถุงกระดาษที่ไม่มีโลโก้/ตราสินค้า ซึ่งเป็นถุงกระดาษมาตรฐานตามท้องตลาดทั่วไป.

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ผ้าคลุมไหล่

ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย

86 ห้วยทราย หมู่ 6 ต.หนองมะนาว อ.คง จ.นครราชสีมา

โทร. 086 245 0494

ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

จากภูมิปัญญาของสมาชิกในกลุ่มแม่บ้าน ด้านความสามารถในการขึ้นลายผ้า ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่นๆ ที่กลุ่มมีอยู่ได้รับการยอมรับทางกลุ่มจึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มผ้าพันคอขึ้นมาเพื่อขยายตลาด โดยมียอดจำหน่าย 70,000 บาทต่อเดือน.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่จำหน่ายเป็นผืน โดยราคาต่อผืนจะแตกต่างกันตามชนิดของผ้า เช่น ผ้าไหมผ้ามัดหมี่ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นถุงแก้วห่อผลิตภัณฑ์ และใส่ในถุงกระดาษที่ไม่มีโลโก้/ตราสินค้า (ถุงกระดาษที่เป็นถุงมาตรฐานตามท้องตลาด).

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์จักสาน

ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านดอนโพธิ์
74 ม.10 ต.ห้วยชัน อ.อินทร์บุรี จ.สิงห์บุรี
โทร. 087 001 9964

ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้ และฉลากแบบติดกับหุตะกร้าจักสาน



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

ผู้ประกอบการรวมกลุ่มกันผลิตสินค้าโดยซื้อเส้นพลาสติกมาเป็นม้วน และช่วยกันออกแบบให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดทำให้มียอดขายที่ดี โดยมียอดขายจำหน่าย 15,000 บาทต่อเดือน (โดยประมาณ) เนื่องจากราคาของสินค้าขึ้นอยู่กับขนาดและแบบ โดยราคาอยู่ระหว่าง 20-500 บาท.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการรวมตัวกันผลิตตะกร้าที่สานจากพลาสติก มีการพัฒนารูปแบบให้ทันสมัย และมีโครงสร้างที่แข็งแรง ผลิตภัณฑ์ที่หลายขนาดตามความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย บรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์จักสานขนาดเล็กใส่ในถุงพลาสติกหุ้หิ้ว ส่วนผลิตภัณฑ์จักสานที่มีขนาดใหญ่หลายๆ จะไม่ใส่ถุงให้กับลูกค้า และไม่มีป้ายห้อยหรือฉลากแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต.

- ชื่อผลิตภัณฑ์ : กล้วยฉาบ
- ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านท่าลาภผลิตกล้วยอบแห้ง
241 ม.7 ต.ธรรมามูล อ.เมือง จ.ชัยนาท
โทร. 086 207 2128
- ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

การผลิตใช้แรงงานจากคนในชุมชนและวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนคิดค้นสูตรพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยเพื่อสุขภาพให้มีความแปลกใหม่, นำรับประทาน, มีคุณค่าทางโภชนาการสูง, มีการจำหน่ายร้านค้าในจังหวัด และต่างจังหวัดที่เป็นตัวแทนจำหน่าย และตามงานมหกรรมต่างๆ ราคาถูกละ 35 บาท.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการแปรรูปกล้วยหลากหลายชนิด มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบรสชาติที่แปลกใหม่ คิดค้นสูตรเพื่อสุขภาพ ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกใสพร้อมติดฉลากกระดาษ.

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ปลาอินทรีเค็ม

ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มผู้ผลิตปลาเค็ม

7/315 ม.3 ถ.รัตนวิเชียร์ ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี
โทร.089 769 3823

ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และพัฒนาบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

ผู้ประกอบการมีจุดเด่นของการผลิต คือ ผลิตโดยใช้กรรมวิธีฆ่าเชื้อด้วยระบบโอโซน ทำให้ได้ปลาเค็มที่สะอาดเมื่อบรรจุแบบสุญญากาศ ส่งผลให้อายุการเก็บรักษานานขึ้นมียอดจำหน่าย 120,000 บาทต่อเดือน (โดยประมาณ) เนื่องจากราคาของสินค้าขึ้นอยู่กับขนาดและน้ำหนักของปลาเค็ม โดยแบ่งเป็น ขนาดเล็กจำหน่ายชิ้นละ 40 บาท ตัวใหญ่จำหน่ายชิ้นละ 50 บาท.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

บรรจุในถุงสุญญากาศสินค้าแบ่งเป็น 2 ขนาด คือ ขนาดเล็กน้ำหนัก 50 กรัม และขนาดใหญ่ น้ำหนัก 80 กรัม โลโก้ใช้คำเฉพาะ “อ๊อดปลาเค็ม” (อ่านว่าอ๊อดปลาเค็ม) พิมพ์สีเขียว รูปแบบกราฟิก ชาติความสวยงาม และชาติรายละเอียด วันผลิต-วันหมดอายุ หมายเลขโทรศัพท์ มาตรฐานที่ได้รับ เป็นต้น.

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ขนมหะมดดำ

ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัตนห้า

16 หมู่ 5 ซ.อยู่เจริญโครงการ 1 ต.บึงอีไถ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี
โทร. 083 018 2039, 02 577 1296

ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

มีเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยและผลิตได้อย่างถูกสุขลักษณะจนได้รับเครื่องหมาย ออย. มีการจำหน่ายโดยรวมออกร้านจำหน่ายสินค้ากับหน่วยงานราชการของจังหวัดปทุมธานีจนทำให้กลุ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น กลุ่มจำหน่ายในราคาถุงละ 50 บาท มีรายได้ประมาณ 30,000 บาท ต่อเดือน.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ขนมชะมดคำเป็นขนมโบราณที่ทำจากสมุนไพรใช้ในงานพิธีมงคลมีความเชื่อว่าผู้ใดได้รับประทานแล้วจะมีความรุ่งเรือง เจริญก้าวหน้า และมั่นคง มีความสุขสบายไปตลอดชีวิต เพราะขนมทำจากถั่วเขียว ซึ่งถือว่า “ถั่วเขียว” เจริญออกงามเร็วมาก ซึ่งทางกลุ่มได้ปรับปรุงเทคนิคการผลิตให้ทันสมัย และผลิตได้อย่างถูกสุขลักษณะจนได้รับการรับรองมาตรฐานจาก อย. และ มผช. ปัจจุบันทางกลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม ซึ่งกลุ่มได้ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกในการบรรจุขนม.

ชื่อผลิตภัณฑ์ : สารสกัดสมุนไพร
ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสตรีพัฒนา
15/338 ม.3 ซ.44 คลองหก อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี
โทร. 084 544 4383
ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และฉลากบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

เป็นการนำสมุนไพรที่ปลูกเอง ปลอดภัยและมีมาตรฐานในการผลิตแต่ละครั้งมีการจัดทำตามสูตร จำหน่ายตามโรงพยาบาล และสถานที่ราชการ จำหน่ายในราคาขวดละ 150 บาท มีรายได้ประมาณ 3,000 บาทต่อเดือน.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นโลชั่นสมุนไพร มีส่วนผสมของมะหาด, ฟักข้าว, อะโวคาโด มีผลิตภัณฑ์หลายประเภท เช่น น้ำแร่ฟักข้าว, โลชั่นฟักข้าวผสมมะหาด และแชมพู เป็นต้น กลุ่มได้สกัดสมุนไพร ซึ่งเน้นภูมิปัญญาชาวบ้าน กลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม ปัจจุบันบรรจุในขวดพลาสติกที่มีจำหน่ายทั่วไป.

ชื่อผลิตภัณฑ์ : สมุนไพรขัดผิว
 ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนิชาภา
 16 หมู่ 5 ซ.ปฎิรูป ถ.คลอง 12 ต.นพรัตน์ อ.หนองเสือ
 จ.ปทุมธานี
 ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และฉลากบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากเครือข่ายผลิตที่ได้มาตรฐานจำหน่ายตามงานต่างๆ และจัดจำหน่ายทางไปรษณีย์ จำหน่ายในราคาขวดละ 200 บาท มีรายได้ประมาณ 20,000 บาทต่อเดือน.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีหลายประเภท เช่น สมุนไพรชนิดผิว, ยาสีฟันสมุนไพร, แชมพู และครีม นวด เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ใช้ได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่เพราะไม่มีการเติมสารเคมีเข้าไป มีการผลิตใหม่ทุกๆ อาทิตย์ และได้รับการรับรองมาตรฐาน ทั้ง ออย. และ มผช. กลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง บรรจุในขวดพลาสติกที่มีจำหน่ายทั่วไป.

ชื่อผลิตภัณฑ์ : มะขามป้อมแช่อิ่ม
ชื่อกลุ่มและที่อยู่ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทรายขาว
6/2 ม.3 ต.ทรายขาว อ.โคกโพธิ์ จ.ปัตตานี 94120
โทร. 086 291 9892, 093 582 7505
ความต้องการพัฒนา : พัฒนาโลโก้และฉลากบนบรรจุภัณฑ์



สถานภาพการผลิต/จำหน่าย

การรวมตัวของทางกลุ่มฯ เป็นการรวมตัวของแม่บ้านในชุมชนผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของกลุ่มเป็น วัตถุประสงค์ที่มีในท้องถิ่นนำมาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยนำมาแปรรูปผ่านกระบวนการแช่อิ่มและอบแห้ง จนได้ ความชื้นที่เหมาะสม เช่น ส้มแขกแช่อิ่มอบแห้ง, มะขามป้อมแช่อิ่มอบแห้ง, ลองกอง แช่อิ่มอบแห้ง เป็นต้น ยอดจำหน่าย 7,500 บาทต่อเดือน โดยคิดตามน้ำหนัก 30 กิโลกรัม ราคา กิโลกรัมละ 250-270 บาท.

สถานภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์บรรจุในถุงพลาสติกใส โดยจำหน่ายแบบขายส่งบรรจุ 1 กิโลกรัม แบบขายปลีก บรรจุ 100 กรัม ราคา กิโลกรัมละ 250-270 บาท บรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีรายละเอียดไม่ครบถ้วน เช่น ไม่มีโลโก้/ตราสินค้า, รายละเอียดต่างๆ ของผลิตภัณฑ์รายละเอียดของผู้ผลิต, วันผลิต-วันหมดอายุ, มาตรฐานที่ได้รับ เป็นต้น.

ภาคผนวก 4

4.1 ฝึกรอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้วยบรรจุภัณฑ์”

จ.พังงา วันที่ 23 เมษายน 2558

4.2 ฝึกรอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้วยบรรจุภัณฑ์”

จ.ชัยนาท วันที่ 12 พฤษภาคม 2558

ภาคผนวก 4.1

ฝึกรอบเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้วยบรรจุภัณฑ์” จ.พังงา
วันที่ 23 เมษายน 2558

4.1 ผีกรอบมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้วยบรรจุภัณฑ์” จ.พังงา

1. ชื่อเทคโนโลยี

เทคโนโลยีการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์

2. ผู้รับผิดชอบ

2.1 กาญจนา ทูมมานนท์

3. เนื้อหาที่ดำเนินการถ่ายทอด

3.1 การอบรม วันที่ 23 เมษายน 2558

เรื่อง	วิทยากร
- เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหาร - การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP	คุณอินทราวุธ ฉัตรเกษ
- รู้จักตลาด รู้จักผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ให้โดยใจ - การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ - กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป เพื่อส่งเสริมการตลาด	คุณสุทธิเดช อัครวมพูนุช

4. พื้นที่ดำเนินการ/ระยะเวลา/จำนวนผู้เข้ารับการอบรม

4.1 พื้นที่ดำเนินการ จังหวัดพังงา

จัดอบรม ณ โรงแรมภูงา จังหวัดพังงา

4.2 ระยะเวลาในการดำเนินการ

จัดอบรม วันที่ 23 เมษายน 2558

4.3 จำนวนผู้เข้ารับการอบรม

จำนวนผู้เข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 103 คน จากผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปต่างๆ

กำหนดการฝึกอบรม เรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปด้วยบรรจุภัณฑ์”
จัดโดย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

วันที่ 23 เมษายน 2558

ณ โรงแรมภูงา อำเภอเมือง จังหวัดพังงา

วันที่ 23 เมษายน 2558

8.15 - 8.45	น.	ลงทะเบียน
8.45 - 9.00	น.	พิธีเปิดการฝึกอบรม - กล่าวเปิดการฝึกอบรม โดย รองผู้ว่าราชการจังหวัดมหาสารคาม - กล่าวรายงาน โดย ผู้อำนวยการศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย, วว.
9.00 - 10.00	น.	• เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหาร โดย นายอินทราวุธ ฉัตรเกษ นักวิจัยอาวุโส ฝ่ายเทคโนโลยีอาหาร, วว.
10.00 - 10.15	น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.15 - 11.00	น.	• การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP โดย นายอินทราวุธ ฉัตรเกษ นักวิจัยอาวุโส ฝ่ายเทคโนโลยีอาหาร, วว.
11.00 - 12.00	น.	• รู้จักตลาด รู้จักผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ให้โดนใจ โดย นายสุทธิเดช อัครวมพูนุช นักออกแบบอิสระ
12.00 - 13.00	น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 - 14.30	น.	• การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ • กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป เพื่อส่งเสริมการตลาด โดย นายสุทธิเดช อัครวมพูนุช นักออกแบบอิสระ
14.30 - 14.45	น.	พักรับประทานอาหารว่าง
14.45 - 16.30	น.	• ฝึกปฏิบัติและให้คำปรึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป โดย นายสุทธิเดช อัครวมพูนุช นักออกแบบอิสระ

หมายเหตุ: ไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมฝึกอบรม



สรุปแบบสอบถาม

วันที่ 23 เมษายน 2558

ชื่อเรื่อง / หลักสูตร : การฝึกอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้วยบรรจุภัณฑ์”
สถานที่ : โรงแรมภูงา อำเภอเมือง จังหวัดพังงา

กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) และแสดงความคิดเห็นลงในช่องว่างเพื่อนำมาแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป
ระดับคะแนน 5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = น้อย 1 = น้อยมาก 0 = ไม่มีความเห็น

ภาพรวมทั่วไป	5	4	3	2	1	0
1. เนื้อหาของหลักสูตรตรงตามหัวข้อที่ระบุไว้	30	62	8			
2. เนื้อหาของหลักสูตรมีประโยชน์	38	60	2			
3. เอกสารประกอบการสัมมนา	25	60	15			
4. ความพร้อมของวัสดุทัศนูปกรณ์	20	68	12			
5. วิทยากร (ภาพรวม)	40	53	7			
6. ความพึงพอใจเรื่องอาหาร/สถานที่	45	48	7			
7. ความเหมาะสมเรื่องระยะเวลาในการสัมมนา	15	60	25			
8. การให้บริการของเจ้าหน้าที่	27	68	5			
9. ความพึงพอใจในภาพรวม	38	55	7			
เนื้อหาการบรรยาย	5	4	3	2	1	0
10. เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหาร	28	65	7			
11. การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP	27	63	10			
12. การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไรให้ประสบความสำเร็จ	30	68	2			
13. กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป เพื่อส่งเสริมการตลาด	38	60	2			

ข้อคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
.....

😊 ขอขอบคุณในความร่วมมือที่ตอบแบบสอบถาม และกรุณาส่งคืนที่ได้ลงทะเบียน 😊

ภาพกิจกรรมการฝึกอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ...ด้วยบรรจุภัณฑ์”
วันที่ 23 เมษายน 2558
ณ โรงแรมภูงา อำเภอเมือง จังหวัดพังงา





ภาคผนวก 4.2

ฝึกรอบเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้วยบรรจุภัณฑ์” จ.ชัยนาท
วันที่ 12 พฤษภาคม 2558

4.2 ผีกรอบมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ด้วยบรรจุภัณฑ์” จ.ชัยนาท

1. ชื่อเทคโนโลยี

เทคโนโลยีการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์

2. ผู้รับผิดชอบ

2.1 กาญจนา ทুমมานนท์

3. เนื้อหาที่ดำเนินการถ่ายทอด

3.1 การอบรม วันที่ 12 พฤษภาคม 2558

เรื่อง	วิทยากร
- เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหาร - การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP	คุณอินทราวุธ ฉัตรเกษ
- รู้จักตลาด รู้จักผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ให้โดยใจ - การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ - กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป เพื่อส่งเสริมการตลาด	คุณสุทธิเดช อัครวชมพูนุช

4. พื้นที่ดำเนินการ/ระยะเวลา/จำนวนผู้เข้ารับการอบรม

4.1 พื้นที่ดำเนินการ จังหวัดชัยนาท

จัดอบรม ณ โรงแรมชัยนาทธานี จังหวัดชัยนาท

4.2 ระยะเวลาในการดำเนินการ

จัดอบรม วันที่ 12 พฤษภาคม 2558

4.3 จำนวนผู้เข้ารับการอบรม

จำนวนผู้เข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 122 คน จากผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปต่างๆ

กำหนดการฝึกอบรม เรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปด้วยบรรจุภัณฑ์”
จัดโดย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

วันที่ 12 พฤษภาคม 2558

ณ โรงแรมชัยนาทรธานี อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท

วันที่ 12 พฤษภาคม 2558

8.30 - 9.00	น.	ลงทะเบียน
9.00 - 9.15	น.	• กล่าวรายงาน โดย นายสีกข์ แสนสุภา ผู้อำนวยการศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
		• กล่าวเปิดการฝึกอบรม โดย นายสุทธิพงษ์ จุลเจริญ ผู้ว่าราชการจังหวัดชัยนาท
9.15 - 10.30	น.	• เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหาร โดย นายอินทราวุธ ฉัตรเกษ นักวิจัยอาวุโส ฝ่ายเทคโนโลยีอาหาร, วว.
10.30 - 10.45	น.	พักรับประทานอาหารว่าง
10.45 - 12.00	น.	• การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP โดย นายอินทราวุธ ฉัตรเกษ นักวิจัยอาวุโส ฝ่ายเทคโนโลยีอาหาร, วว.
12.00 - 13.00	น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 - 14.30	น.	• การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ • กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP เพื่อส่งเสริมการตลาด โดย นายสุทธิเดช อัครวมพูนุช นักออกแบบอิสระ
14.30 - 14.45	น.	พักรับประทานอาหารว่าง
14.45 - 16.30	น.	• กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป เพื่อส่งเสริมการตลาด (ต่อ) โดย นายสุทธิเดช อัครวมพูนุช นักออกแบบอิสระ

หมายเหตุ: ไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมฝึกอบรม



ชื่อเรื่อง / หลักสูตร : การฝึกอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปด้วยบรรจุภัณฑ์”

สถานที่ : โรงแรมชัยนาทธานี อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท

กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) และแสดงความคิดเห็นลงในช่องว่างเพื่อนำมาแก้ไข/ปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป
ระดับคะแนน 5 = ดีมาก 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = น้อย 1 = น้อยมาก 0 = ไม่มีความเห็น

ภาพรวมทั่วไป	5	4	3	2	1	0
1. เนื้อหาของหลักสูตรตรงตามหัวข้อที่ระบุไว้	35	55	10			
2. เนื้อหาของหลักสูตรมีประโยชน์	46	45	9			
3. เอกสารประกอบการสัมมนา	45	47	8			
4. ความพร้อมของวัสดุทัศนูปกรณ์	40	52	8			
5. วิทยากร (ภาพรวม)	48	43	9			
6. ความพึงพอใจเรื่องอาหาร/สถานที่	43	44	13			
7. ความเหมาะสมเรื่องระยะเวลาในการสัมมนา	22	65	13			
8. การให้บริการของเจ้าหน้าที่	37	57	6			
9. ความพึงพอใจในภาพรวม	39	52	9			
เนื้อหาการบรรยาย	5	4	3	2	1	0
10. เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหาร	35	56	9			
11. การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP	40	54	6			
12. การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ	38	56	6			
13. กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป เพื่อส่งเสริม การตลาด	45	50	5			

ข้อคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
.....

😊 ขอขอบคุณในความร่วมมือที่ตอบแบบสอบถาม และกรุณาส่งคืนที่ได้ลงทะเบียน 😊

ภาพกิจกรรมการฝึกอบรมเรื่อง “การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป ...ด้วยบรรจุภัณฑ์”

วันที่ 12 พฤษภาคม 2558

ณ โรงแรมชัยนาทธานี อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท





เอกสารประกอบการฝึกอบรม
เรื่อง การพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป...ด้วยบรรจุภัณฑ์

เอกสารประกอบการฝึกอบรมและบรรยาย

ชื่อเรื่อง : เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหาร

โดย นายอินทราวุธ ฉัตรเกษ

ชื่อเรื่อง : การขอรับรองมาตรฐาน มผช., GMP

โดย นายอินทราวุธ ฉัตรเกษ

ชื่อเรื่อง : การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไร ให้ประสบ

ความสำเร็จ โดย นายสุทธิเดช อัครวมพูนุช

ชื่อเรื่อง : กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP เพื่อส่งเสริมการตลาด

โดย นายสุทธิเดช อัครวมพูนุช

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จป.) www.tistr.or.th

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

(New Product Development
and Product Life Cycle)

โดย นายอินทราวุธ ฉัตรภณ
นักวิจัยอาวุโส ฝ่ายเทคโนโลยีอาหาร
สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

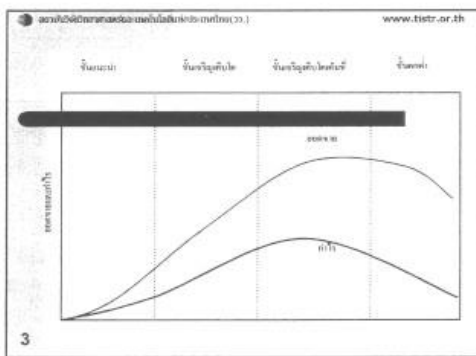
1

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จป.) www.tistr.or.th

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (product Life Cycle: PLC)

- มี 4 ขั้นตอน
 - ขั้นแนะนำ (Introduction Stage)
 - ขั้นเจริญเติบโต (Growth Stage)
 - ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity Stage)
 - ขั้นถดถอย (Decline Stage)

2



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จป.) www.tistr.or.th

ขั้นที่ 1 ขั้นแนะนำ

- ถูกค้ายังไม่รู้จัก ยังไม่เชื่อมั่นในสินค้า
- เป็นช่วงทดลองสินค้าใหม่
- ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการตลาดสูง
- เน้นการโฆษณาและส่งเสริมการขายอย่างหนัก เพื่อแนะนำสินค้า และให้เกิดการตลาดที่ใช้ วางจำหน่ายยังไม่ทั่วถึง
- ยอดขายต่ำมาก

4

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จป.) www.tistr.or.th

ขั้นที่ 2 ขั้นเจริญเติบโต

- ผู้ซื้อเริ่มรู้จักผลิตภัณฑ์และประโยชน์ใช้สอย
- ยอดขายเพิ่ม ส่วนครองตลาด และกำไรสูง
- คู่แข่งเริ่มมีมากขึ้น ต้องปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบสินค้ามากขึ้น
- ลดการส่งเสริมการขาย เพราะลูกค้าเริ่มมีความภักดีในตราสินค้า
- ต้นทุนต่ำลง ค่าใช้จ่ายต่ำลง ผู้จำหน่ายสินค้ามากขึ้น

5

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จป.) www.tistr.or.th

ขั้นที่ 3 ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่

- อายุช่วงนี้ยาวนานกว่าช่วงอื่น
- การจำหน่ายและยอดขายสูงสุด แต่เพิ่มในอัตราลดลง
- คู่แข่งมีมากที่สุด
- เป็นจุดอิมิตัว ยอดขายคงที่ กำไรลดลง
- ป้องกันส่วนแบ่งด้วยการลดราคา หรือเพิ่มรูปแบบหรือตราสินค้ามากขึ้น และโฆษณาให้เห็นความแตกต่าง

6

สำนักส่งเสริมและสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรม (สสท.) www.tistr.or.th

ขั้นที่ 4 ขั้นตกต่ำ

- ถูกห้ามซื้อขาย เนื่องจากสินค้าตัวสมัย
- ยอดขายตกลง บางครั้งผลิตภัณฑ์ประสบปัญหาขาดทุน
- ลดค่าใช้จ่าย สครทเวสินค้า หรือตัดผลิตภัณฑ์ตัวนั้นออกจากตลาดไป

7

สำนักส่งเสริมและสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรม (สสท.) www.tistr.or.th

ผลิตภัณฑ์ใหม่

- ความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
 - ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
 - การทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่จำกัด
 - การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด

8

สำนักส่งเสริมและสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรม (สสท.) www.tistr.or.th

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

1. การสร้างความคิด	5. การวิเคราะห์ทางธุรกิจ
2. การกลั่นกรองและการประเมินความคิด	6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. การทดสอบแนวความคิด	7. การทดสอบตลาด
4. การพัฒนากลยุทธ์การตลาด	8. การดำเนินธุรกิจ

9

สำนักส่งเสริมและสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรม (สสท.) www.tistr.or.th

1. การสร้างความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation)

- ค้นหาความคิดต่าง ๆ ที่เป็นไปได้ และมองหาจุดที่จะขายผลิตภัณฑ์นั้น
- แหล่งที่มาของแนวความคิด
 - ถูกคำ (ความต้องการ ความไม่พอใจในผลิตภัณฑ์เดิม)
 - คู่แข่งขัน
 - คนกลาง (ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง)
 - นักวิทยาศาสตร์
 - ผู้บริหาร พนักงานขาย พนักงานในบริษัท
 - ส่วนราชการ มหาวิทยาลัย กระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ

10

สำนักส่งเสริมและสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรม (สสท.) www.tistr.or.th

2. การกลั่นกรองความคิด (Idea Screening)

- พิจารณาเลือกความคิดที่เหมาะสมที่สุด
- การประเมินโอกาสทางการตลาด (Evaluating Opportunities)
 - พิจารณาตลาดเป้าหมาย ขนาดของตลาด ยอดขาย การแข่งขัน รายได้ ต้นทุน กำไร
- ให้คะแนนแต่ละแนวความคิด (Idea Rating)
 - พิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น ชื่อเสียงของบริษัท กฎหมาย ฐานะทางการเงิน กระบวนการผลิต แหล่งวัตถุดิบ ฯลฯ โดยพิจารณาประกอบกับเป้าหมายของกิจการ ความสามารถ และทรัพยากรที่มี

11

สำนักส่งเสริมและสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรม (สสท.) www.tistr.or.th

3. การพัฒนาแนวคิดและทดสอบแนวคิด (Concept Development and Testing)

- การพัฒนาแนวความคิด (Concept Development)
 - สร้างความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค
 - ใครเป็นผู้ใช้ ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าอะไร ใช้ในโอกาสใด
 - นำแนวความคิดที่พัฒนาไปกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Pos)
- การทดสอบแนวความคิด (Concept Testing)
 - นำแนวคิดที่ได้พัฒนาไว้ ไปทดสอบกับผู้บริโภค
 - เกิดความเข้าใจ? ทรนประใจเช่น? คิดจะใช้?

12

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จปอ.) www.tistr.or.th

4. การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development)

- กำหนด (เลือก) ตลาดเป้าหมาย
 - ขนาดของตลาด (Market Size)
 - โครงสร้างของตลาด (Customer Profile)
- การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)
 - กำหนดส่วนประสมทางการตลาด (4 P's)
- พิจารณาการยอดขาย กำหนดเป้าหมายกำไร ตัวกรองตลาดและกำหนดงบประมาณที่ต้องใช้
 - ระยะสั้น (เป็นภคของการออกผลิตภัณฑ์ใหม่)
 - ระยะยาว

13

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จปอ.) www.tistr.or.th

5. การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis)

- ประมาณการยอดขาย ต้นทุน กำไร
- พิจารณาภารกิจหลัก นโยบาย วัตถุประสงค์ของกิจการ
 - BCG Approach
 - Product-Market Expansion Grid
- ใช้หลักเหตุผลและสมมติฐานประกอบการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร

14

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จปอ.) www.tistr.or.th

6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

- เปลี่ยนแนวความคิด (Concept) ที่เป็นคำบรรยาย ภาพวาดแบบจำลอง ให้เป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนจริง (Prototype)
- พิจารณาความเป็นไปได้ในเชิงเทคนิคและเชิงการค้า
- ทดสอบคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) ได้แก่ ดี ขนาด น้ำหนัก รูปร่าง ประสิทธิภาพในการใช้งาน ความปลอดภัยในการใช้งาน วัสดุควรอิงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะปัจจัยด้านจิตวิทยา

15

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จปอ.) www.tistr.or.th

7. การทดสอบตลาด (Test Marketing)

- จัดทำแผนการทดสอบตลาด
 - เหมือนแผนการตลาดจริง แต่จำกัดขอบเขตให้แคบลง
- ทดลองนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดที่กำหนดไว้สำหรับทดสอบ โดยพิจารณาถึง
 - กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายจริง
 - สภาพการแข่งขันและอิทธิพลของผู้แข่ง
 - ระยะเวลาที่ทดสอบตลาด
- นำข้อมูลที่ได้จากการทดสอบตลาดมาใช้ปรับแผนการตลาด ก่อนการนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดจริง

16

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จปอ.) www.tistr.or.th

8. การดำเนินธุรกิจ (Commercialization)

- คิดเงินใจ 4 ประเด็น
 - เมื่อไหร่? (เวลาที่จะเริ่มนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด)
 - ที่ไหน? (สถานที่ทางภูมิศาสตร์ : ตลาดระดับท้องถิ่น ตลาดระดับประเทศ หรือตลาดระหว่างประเทศ รวมทั้งแผนการขยายตลาด)
 - ให้ใคร? (พิจารณากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อกำหนดส่วนประสมการตลาด ค่านายหน้า ช่องทาง และการส่งเสริม โดยเน้นกลุ่มนำสมัย ผู้ที่จับจ่าย และผู้นำทางความคิด)
 - อย่างไร? (กลยุทธ์ทางการตลาดและงบประมาณ)

17

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (จปอ.) www.tistr.or.th

จบการนำเสนอ

ขอบคุณครับ

18

1. กลยุทธ์การขยายตัว	2. กลยุทธ์การขยายตัว	3. กลยุทธ์การขยายตัว
1.1 การขยายตลาด	2.1 เพิ่มธุรกิจข้างเคียง	3.1 ตลาดในอุตสาหกรรมเดียวกัน
1.2 การพัฒนาตลาด	2.2 เพิ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	3.2 ตลาดในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์	2.3 ขยายกระบวนการ	3.3 ตลาดในอุตสาหกรรมที่มีกลุ่มเป้าหมายต่างกัน

19

ตารางการขยายผลิตภัณฑ์/ ตลาด (Product / Market Expansion Grid)

	ผลิตภัณฑ์เดิม	ผลิตภัณฑ์ใหม่
ตลาดเดิม	การเจาะตลาดเดิม (Market Penetration/Intensification) * กระตุ้นลูกค้าปัจจุบัน * แลงเอาท์คู่แข่ง * หาจุดว่างในผลิตภัณฑ์เดิม (โฆษณา) * ปรับปรุงการให้บริการใหม่	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development/Diversification) * ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์เดิม * พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ยังคงเกี่ยวข้องกับตลาดเดิม * เป็นตลาดขยายตัวที่มีความเสี่ยงมาก
ตลาดใหม่	การพัฒนาตลาด (Market Development/Diversification) * ค้นหาตลาดปัจจุบันอื่นแล้ว * ขยายตลาดที่รวมภูมิศาสตร์ * หาลูกค้ากลุ่มใหม่ ในตลาดใหม่	การขยายตัวธุรกิจ (Blue Ocean Strategy) * อยู่นอกลู่ที่ 28

20

มาตรฐานการผลิตอาหารที่ถูกต้องลักษณะ
GMP.
 โดย
 นายอินทราวุธ ฉัตรเกษ
 ฝ่ายเทคโนโลยีอาหาร
 สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) www.tistr.or.th

GMP / GHP

- การวางระบบทางกายภาพ
- การวางระบบปฏิบัติ และควบคุมขณะผลิต
- การทำความสะอาด และฆ่าเชื้อ
- การจัดการบ่มฆ่ารักษาและสุขาภิบาล
- การควบคุมสัตว์พาหะโรค
- การวางระบบสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม
- การขนส่ง

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) www.tistr.or.th

HACCP

- เพื่อประกันว่าอาหารผลิตอาหารในคราวนั้น ปราศจากการปนเปื้อนของเชื้อโรค/อันตราย
- แผนปฏิบัติ HACCP จำเพาะต่อแต่ละผลิตภัณฑ์
- โรงงานเป็นเจ้าของและผู้ปฏิบัติ องค์การลงเป็นผู้ตรวจสอบ และให้การรับรอง

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) www.tistr.or.th

หลักการ HACCP

- วิเคราะห์สาเหตุอันตราย
- กำหนดจุดวิกฤติที่ต้องควบคุม
- ระบุขอบเขตวิกฤติ
- การเฝ้าตรวจติดตาม
- การแก้ไขเมื่อจุดวิกฤติไม่อยู่ในการควบคุม
- การทวนสอบ HACCP Plan
- การทำระบบเอกสาร

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) www.tistr.or.th



แนวทางการผลิตอาหาร
 ตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดี (GMP)
 ด้ยคุณฉัตรเกษการ (อินทราวุธ) ฝ่ายเทคโนโลยีอาหาร

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) www.tistr.or.th



ภาพตัวอย่าง
 การจัดการ
 ผลิตอาหาร

บริเวณ จัดเก็บ
 ภาชนะบรรจุ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) www.tistr.or.th

GMP สุขลักษณะทั่วไป



1. สุขลักษณะที่ติดตั้งและอาคารผลิต



2. เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต

สมาคมผู้ผลิตอาหารธรรมชาติแห่งประเทศไทย (TISTR) www.tistr.or.th

GMP สุขลักษณะทั่วไป (ต่อ)



3. การควบคุมกระบวนการผลิต



4. การสุขาภิบาล

สมาคมผู้ผลิตอาหารธรรมชาติแห่งประเทศไทย (TISTR) www.tistr.or.th

GMP สุขลักษณะทั่วไป (ต่อ)



5. การบำรุงรักษาและทำความสะอาด



6. บุคลากร

สมาคมผู้ผลิตอาหารธรรมชาติแห่งประเทศไทย (TISTR) www.tistr.or.th

1. สุขลักษณะของสถานที่ตั้งและอาคารผลิต

1.1 ที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม



หลีกเลี่ยง!

สมาคมผู้ผลิตอาหารธรรมชาติแห่งประเทศไทย (TISTR) www.tistr.or.th

ตัวอย่างอาคารผลิต



สมาคมผู้ผลิตอาหารธรรมชาติแห่งประเทศไทย (TISTR) www.tistr.or.th

ตัวอย่างอาคารผลิต (ต่อ)



สมาคมผู้ผลิตอาหารธรรมชาติแห่งประเทศไทย (TISTR) www.tistr.or.th



1.2 อาคารผลิต

- บริเวณผลิต
- มีพื้นที่เพียงพอและแยกตามสายผลิต
- ไม่มีสิ่งของที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต
- มีชั้น/ พื้นยกสูงเก็บวัตถุดิบ ภาชนะบรรจุ และสารเคมี และไม่วางจัดผนัง

สภาวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) | www.tistr.or.th

1.2 อาคารผลิต

- พื้น ฝาผนัง และเพดาน

- ระบบระบบอากาศ และแสงสว่าง

• การป้องกันสัตว์และแมลง

สภาวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) | www.tistr.or.th

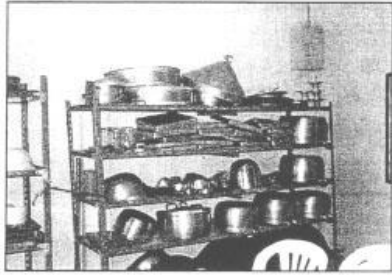
2. เครื่องมือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

- สัมผัสกับอาหาร
- ทำจากวัสดุที่ไม่เป็นพิษ/ ไม่เป็นสนิม
- แข็งแรง ทนทาน และไม่ควรทำด้วยไม้
- ไม่มีส่วนผสมและรอยเชื่อมรียบ
- มีจำนวนเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน
- แยกประเภทของภาชนะที่ใช้
- จัดเก็บอุปกรณ์อย่างเหมาะสม

สภาวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) | www.tistr.or.th



2. เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต (ต่อ)



สภาวิจัยและพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ (ส.)

www.tistr.or.th

2. เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต(ต่อ)

- การออกแบบและการติดตั้ง
- ป้องกันการปนเปื้อน ทำความสะอาดง่าย ทนแข็ง
- จำนวนพอเพียงและสมประโยชน์
- ความสูงของโต๊ะที่ใช้ในการผลิตเหมาะสม
- อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้ความร้อนสามารถควบคุมความร้อนได้ มีอุปกรณ์วัดอุณหภูมิที่เที่ยงตรง

สภาวิจัยและพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ (ส.)

www.tistr.or.th

3. การควบคุมกระบวนการผลิต



- วัตถุดิบ/ ส่วนผสม/ ภาชนะบรรจุ
 - คัดเลือกวัตถุดิบ ดี
 - และเก็บในที่ป้องกันการปนเปื้อนได้
 - วัตถุดิบที่นำเข้าช่วยให้เก็บไว้ในที่เย็น
 - จัดเก็บเป็นระบบ นำไปใช้ได้ตามลำดับ
 - ก่อนหลัง



- น้ำ/ น้ำแข็ง/ ไอน้ำที่สัมผัสอาหาร
 - มีมาตรฐานตามประกาศฯ
 - มีการควบคุมน้ำที่ใช้น้ำ

สภาวิจัยและพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ (ส.)

www.tistr.or.th

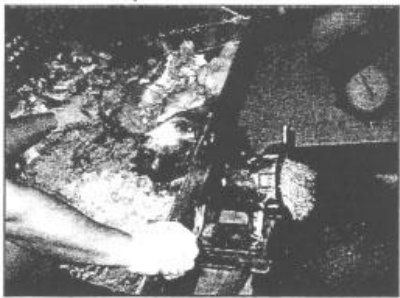
3. การควบคุมกระบวนการผลิต (ต่อ)



สภาวิจัยและพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ (ส.)

www.tistr.or.th

3. การควบคุมกระบวนการผลิต (ต่อ)



สภาวิจัยและพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ (ส.)

www.tistr.or.th

3. การควบคุมกระบวนการผลิต (ต่อ)

- การควบคุมอุณหภูมิและเวลาในการผลิตอาหาร
 - * เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด *
 - ขั้นตอนการใช้ความร้อนฆ่าเชื้อ
 - การทำให้เย็น
 - การแปรรูปในกระบวนการผลิต
 - การเก็บรักษา



สภาวิจัยและพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ (ส.)

www.tistr.or.th

3. การควบคุมกระบวนการผลิต (ต่อ)



สมาคมอุตสาหกรรมอาหารไทย (ส.อ.ท.) | www.tistr.or.th

3. การควบคุมกระบวนการผลิต (ต่อ)



สมาคมอุตสาหกรรมอาหารไทย (ส.อ.ท.) | www.tistr.or.th

3. การควบคุมกระบวนการผลิต (ต่อ)



• การผลิต การเก็บรักษา ขนย้าย และขนส่งผลิตภัณฑ์อาหาร

- ทำภายใต้การควบคุมสภาวะต่างๆ และถูกสุขลักษณะ

• การบันทึกและรายงานผล

- ผลการตรวจวิเคราะห์
- ชนิด/ ปริมาณการผลิต
- วัน เดือน ปี ที่ผลิต

เก็บ 2 ปี



สมาคมอุตสาหกรรมอาหารไทย (ส.อ.ท.) | www.tistr.or.th


4. การสุขาภิบาล




- น้ำที่ใช้ภายในโรงงาน
 - สะอาด ปรับคุณภาพน้ำตามความจำเป็น
- อ่างล้างมือหน้าทางเข้าบริเวณผลิต
- ห้องน้ำ ห้องส้วม และอ่างล้างมือหน้าห้องส้วม
 - ต้องแยกต่างหากจากบริเวณที่ผลิต
 - ไม่เปิดสู่บริเวณผลิตโดยตรง

สมาคมอุตสาหกรรมอาหารไทย (ส.อ.ท.) | www.tistr.or.th

4. การสุขาภิบาล (ต่อ)



อ่างล้างมือแบบเท้าเหยียบ



สมาคมอุตสาหกรรมอาหารไทย (ส.อ.ท.) | www.tistr.or.th

4. การสุขาภิบาล (ต่อ)



ใช้ฉากคเพื่อให้น้ำไหล

สมาคมอุตสาหกรรมอาหารไทย (ส.อ.ท.) | www.tistr.or.th

4. การสุขาภิบาล (ต่อ)

- ทาระบายน้ำทิ้ง
 - มีอุปกรณ์คัดเศษอาหารอย่างเหมาะสม
- ระบบกำจัดขยะมูลฝอย
- การป้องกัน กำจัด สัตว์/ แมลง

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) www.tistr.or.th

5. การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด

- ตัวอาคารสถานที่ผลิต
- เครื่องมือ/ เครื่องจักร/ อุปกรณ์ในการผลิต
- สารเคมีทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ

จัดการ + รักษาสภาพให้สะอาดดูสุขภาพของ สวมหมวก ป้องกันการปนเปื้อน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) www.tistr.or.th

6. บุคลากร

สุขภาพ : การแต่งกาย : พฤติกรรม : การอบรม

สุขลักษณะที่ดี

↓

ลดการปนเปื้อนอันตรายสู่อาหาร

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) www.tistr.or.th

การปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสม

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) www.tistr.or.th

การปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสม

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) www.tistr.or.th

สรุป GMP สุขลักษณะทั่วไป

1. สุขลักษณะที่ตั้งและอาคารผลิต
2. เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต
3. การควบคุมกระบวนการผลิต
4. การสุขาภิบาล
5. การบำรุงรักษาและทำความสะอาด
6. บุคลากร

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) www.tistr.or.th

การขอรับรองมาตรฐาน มผช. และ GMP

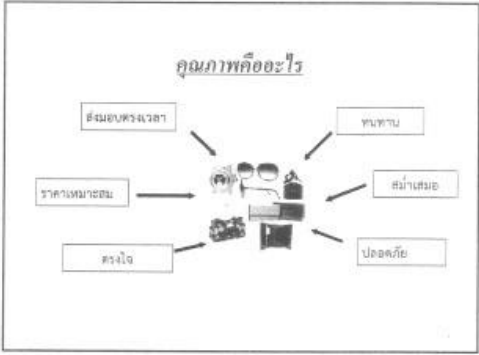


พรพินิต การกลจักร
สำนักรับรองระบบคุณภาพ (สรร.)

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อ
สินค้า / บริการ




คุณภาพ ?
ปลอดภัย ?
น่าเชื่อถือ ?
เข้ากันได้ ?
อื่นๆ

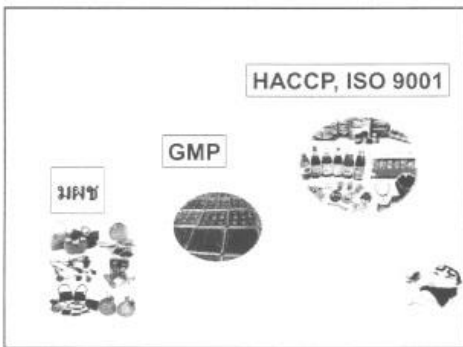
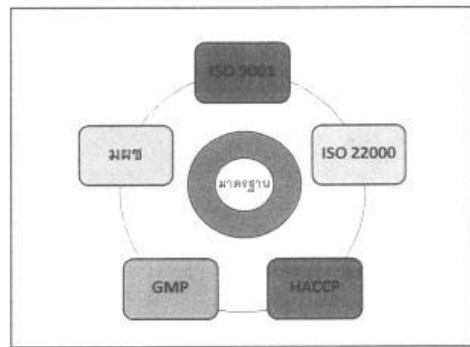



ใคร
คือ
ลูกค้าของเรา ?



WHO IS YOUR CUSTOMER ?





ผนวกรวมสิ่งที่ดีที่เป็นเลิศของการบริโภคผู้บริโภค

- กลับกันสู่ธรรมชาติ
- ปลอดภัย ให้มาตรฐาน
- มีเอกลักษณ์เฉพาะ
- มีสรรพคุณเฉพาะ







การขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)



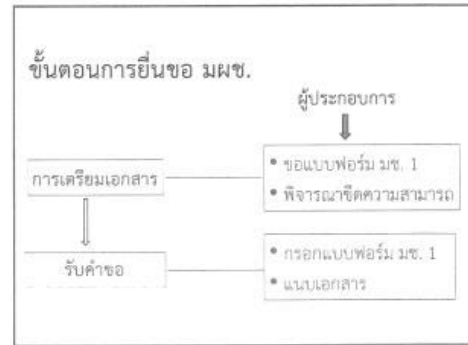
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

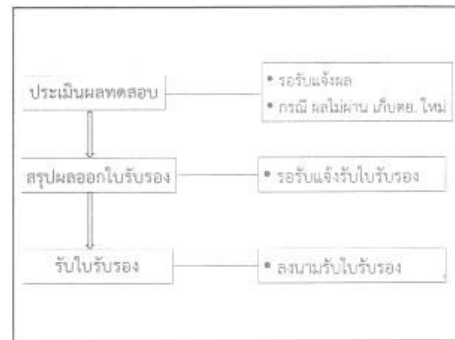
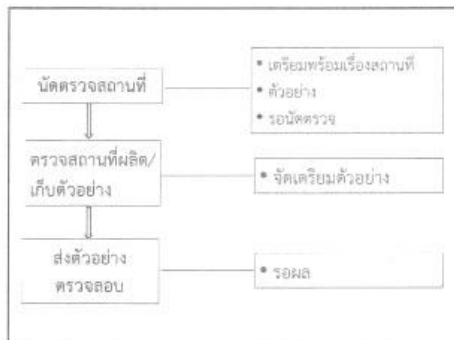
- ☞ เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ☞ คุณภาพ
- ☞ มาตรฐาน



คุณสมบัติของผู้ยื่นขอ มผช.

1. เป็นผู้ผลิตในชุมชน / โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือก
2. กลุ่ม หรือสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร / สหกรณ์ / วิสาหกิจชุมชน






- ใบรับรองมีอายุ 3 ปี
- ติดตามผลปีละ 1 ครั้ง



ประโยชน์

- สินค้ามีคุณภาพ
- น่าเชื่อถือ
- เป็นที่ต้องการของตลาด
- สามารถเข้าร่วมคัสสรร OTOP Product Champion (ระดับดาว)
- ได้รับการสนับสนุนเพื่อการพัฒนา



การขอรับรองระบบ GMP

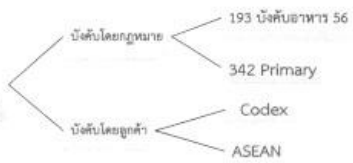


Good Manufacturing Practice : GMP

☞ การจัดการสุขลักษณะที่ดีในการผลิต



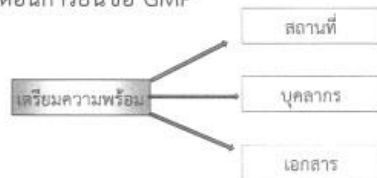
GMP
(จีเอ็มพี)



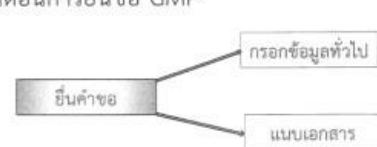
คุณสมบัติผู้ขอระบบ GMP

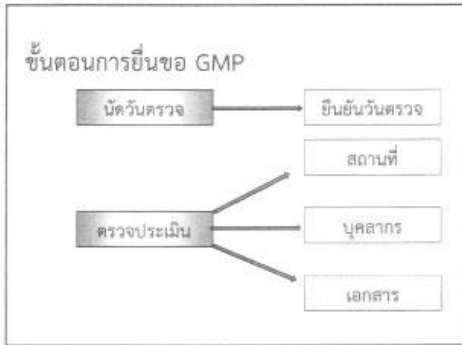
1. สถานที่ผลิตถูกต้องกฎหมาย
2. มุ่งมั่น
3. สนับสนุน

ขั้นตอนการยื่นขอ GMP



ขั้นตอนการยื่นขอ GMP





- ใบรับรองมีอายุ 3 ปี
- ติดตามผลปีละ 1 ครั้ง



ข้อดี

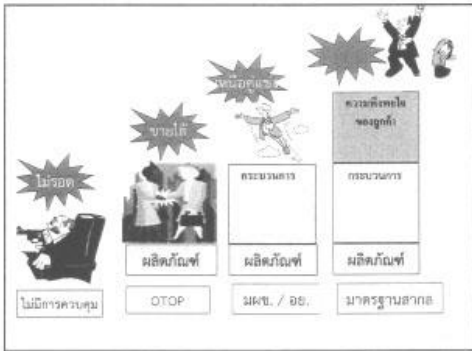
- สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ
- ลดการสูญเสีย
- ชี้ต่อช่องทางการค้า
- ขายได้มาก

ข้อดี

- เหนือคู่แข่ง
- สร้างความเชื่อมั่น
- ถูกค้ำพิงพอใจ
- ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อ



จับอาหารผิดกฎหมาย มูลค่า9ล้าน ยึดได้43,872กิโล

ไม่เอา

เอา

ความพึงพอใจของผู้บริโภค

กระบวนการ

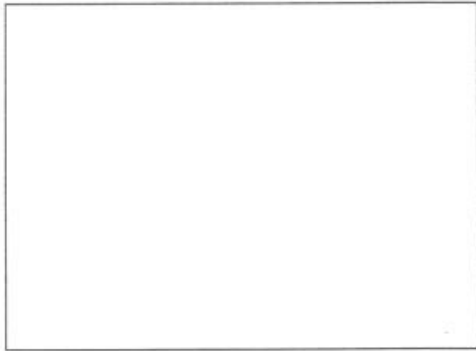
การควบคุม

ไม่มีการควบคุม

OTOP

ม.พ. / ออ.

มาตรฐานสากล





PurmPurm
P U R M P U R M

นาย สุทธิเดช อัครวมพูนข(เพิ่ม)
วิทยากร

- 2005 เจ้าของและผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ PurmPurm (Design support business / Branding / Logo / Package)
- 2006 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2006 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2007 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2007 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2008 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2009 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2010 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2011 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2012 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2013 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2014 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2015 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2016 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2017 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2018 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2019 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2020 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2021 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2022 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2023 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2024 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)
- 2025 เจ้าของ ผู้ดำเนินธุรกิจสนับสนุนแบรนด์ Niche s (Creative Event Design / Organizer)

ประวัติผลงาน:
2011 / รางวัลชนะเลิศ การประกวดออกแบบโลโก้ ระดับนานาชาติ สาขา โลโก้พิเศษ

นายสุทธิเดช อัครวมพูนข (เพิ่ม) | โทร. 085-179-9914

นายสุทธิเดช อัครวมพูนข (เพิ่ม) | โทร. 085-179-9914

การสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ และสร้างโลโก้อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ



PurmPurm
P U R M P U R M

ทำไมต้องสร้าง
Branding = ความยั่งยืน



Human → Organization

นายสุทธิเดช อัครวมพูนข (เพิ่ม) | โทร. 085-179-9914

นายสุทธิเดช อัครวมพูนข (เพิ่ม) | โทร. 085-179-9914

Branding = ประสบการณ์รวม

แบรนด์ คือ ความรู้สึกโดยรวมที่อยู่ในจิตใจของลูกค้า

Branding = ตัวตนสมมุติ

ภาพลักษณ์ = ภายนอก
นิสัย = ภายใน

เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย




Make Your Vote!

vs.

15 บาท โนมินแบรนด์ 85 บาท มินแบรนด์

find your glow

ชื่อแบรนด์ สีสัน เจ้าของ พนักงานรับโทรศัพท์

โลโก้ กิจกรรมสังคม ผู้บริหาร วัตถุประสงค์ สิ่งโฆษณา

Typeface ความหมายของชื่อ ประธาน นามบัตร พาดหัว

Staff training ภาษาที่ใช้ ซอง อาคารสำนักงาน

บรรจุภัณฑ์ **Branding** บัตรสมาชิก

Product Design เครื่องดื่ม ซารนสพ เพลง ป้ายอาคาร presenter

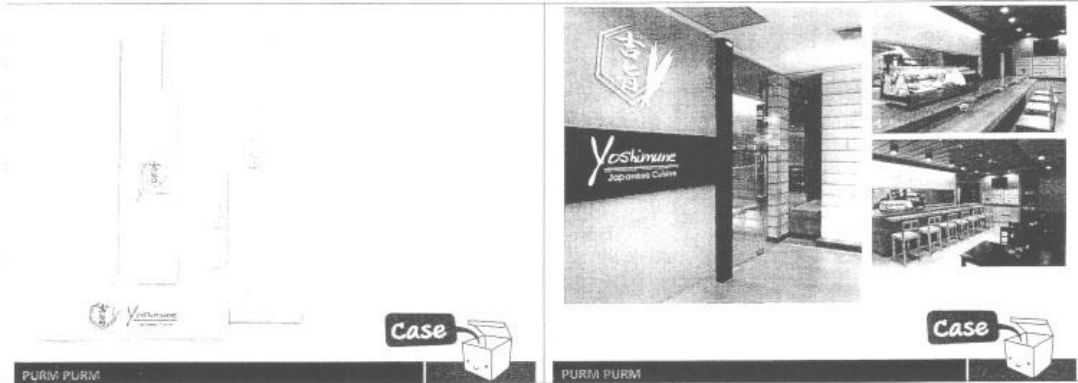
วัสดุที่ใช้ Company Trip การจัดวางสินค้า วัสดุตกแต่ง

ป้ายชอกราคา ไซ้รู้ม พนักงาน บริเวณต้อนรับ การจัดวางสินค้า

เครื่องแบบพนักงาน พนักงาน ค้าพูดักทาย

website ค้าพูดักทาย

Modern Marketing and Branding in Agricultural Food www.coca-cola.co.uk/125



LOGO ที่ดี ให้ประโยชน์กว่าที่คิด

จดจำง่าย - เชื่อมโยงกับBrand - ความสำเร็จ

- เพิ่มมูลค่า สินค้า(บริการ) ได้
- กำหนดทิศทางของธุรกิจ
- บุคคลในองค์กร ผู้ส่วนที่แนบชิด และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะให้ผลลัพธ์ = ความสำเร็จ
- ใช้ในงานออกแบบได้

packagingcity.wordpress.com



แบรนด์ที่ให้ประโยชน์อะไรบ้าง

1. พฤติกรรมการบริโภคของคนมากขึ้น ในแง่จิตวิทยา ถ้ามนุษย์ เมื่อตื่นเคย และพอใจสิ่งนั้น โลกทุก ๆ แล้วไม่เจ็บความจำเป็นที่จะต้องพยายามหาสิ่งใดมาทดแทน และไม่ต้องการจับคู่หรือแสวงหาข้อมูลใหม่ๆ ของผลิตภัณฑ์อื่น ไม่ว่าจะแบรนด์ เพราะมันน่าสนใจดีอยู่แล้ว เช่น ใช้เครื่องโทรศัพท์มือถือที่หัดหนึ่งจนเคยชิน ด้วยการยอมรับความคิดที่ว่าสะดวกและใช้ง่ายที่สุด แล้วก็พอใจระดับหนึ่งกับการใช้ต่อๆ และรูปแบบต่างๆ ที่มีอยู่ในเครื่องแบรนด์นั้นเราก็ไม่พยายามจะค้นหาน่า อยู่อยู่กับมือถือยี่ห้ออื่น
2. ที่สร้างแบรนด์เข้มแข็ง ทำให้เจ้าของแบรนด์มีอำนาจต่อรอง ในการเจรจากับผู้จำหน่าย
3. สร้างมูลค่าให้กับแบรนด์ ทำให้สินค้ามีมูลค่าจำหน่ายค่อนข้างสูง และหากที่จะลดเหลือ
4. ทำให้ผู้บริโภคมีใจในตัวสินค้า ทั้งทั้งที่ไม่เคยใช้แบรนด์นี้มาก่อน
5. ทำให้ผู้บริโภคยอมเสียเงินเพิ่มขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าที่ไม่มีแบรนด์

หน้าภาพจากเว็บไซต์ของแบรนด์



LOGO (โลโก้) = ตราสินค้า

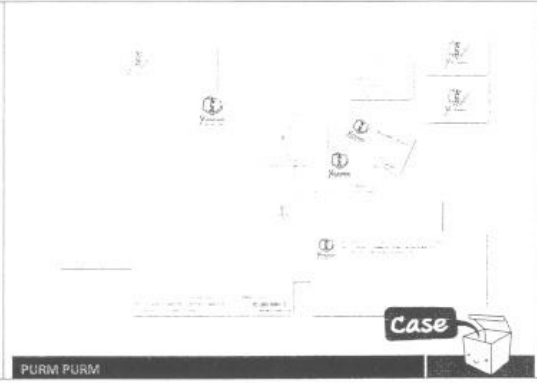
คือ สัญลักษณ์ที่แสดงถึงตัวตน หรือสินค้า เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ และกระบวนการจดจำ โดยตราสินค้า ต้องสื่อสารได้ จดจำง่าย และแสดงแนวความคิด เจตนารมณ์ ขององค์กร, สินค้า หรือบริการได้

การใช้งาน

- ใช้บนบรรจุภัณฑ์ บนผลิตภัณฑ์สินค้า หรือ บริการ
- กิจกรรมส่งเสริมการขาย โบชัวร์(แผ่นพับ) งานโฆษณา
- Corporateต่างๆ เช่น เสื้อพนักงาน นามบัตร ตราStamp ฯลฯ



PURM PURM



PURM PURM

LOGO มีกี่รูปแบบ? แบบไหนดี



รูปภาพ



ตัวหนังสือ



ภาพ+ตัวหนังสือ



LOGO ที่ดี ต้อง!!

- จำนวนสีไม่มาก
- จัดจำได้ง่าย
- เด็บชัด ดึงดูด
- ย่อนหดได้
- ใช้ได้ในหลายช่องทาง
- มีเรื่องราว
- แดกต่าง



adidas



adidas



adidas



vividways



vividways



vividways



achieving your apex



achieving your apex

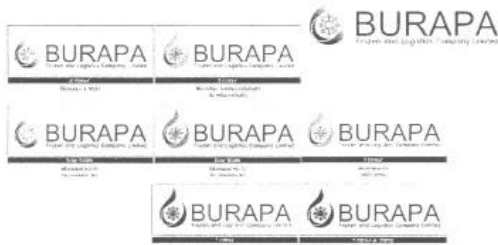


achieving your apex

พื้นฉบับ

ภาพเอกสาร

งานปก 1 สี



Concept : ไม่ซ้ำกัน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่ใช้ลาย ทำให้จำได้ง่ายและน่าสนใจ

PURM PURM



CHINA Restaurant



CLINICA DENTAL
SAN MARCELINO

LOGO ที่ไม่ดี





สยาม สยาม
น้ำดื่ม สยาม

SIAM
BOTTLED WATER

Logo ปรับเปลี่ยนได้





125 years

packagingcity.wordpress.com

www.coca-cola.co.uk/125

Starbucks: An Illustrated History









ชื่อ ที่ดี ต้อง!!

- เห็นภาพชัดเจน
- แตกต่าง
- คำนึงถึงอนาคต
- เป็นสากล
- จดสิทธิบัตรได้

www.7-eleven.com | ชื่อใหม่ของเรา

หน้าที่ บรรจุภัณฑ์

ต้องปกป้องสินค้าได้
ขนส่งได้
เป็นสุดยอด!พนักงานขาย

Packaging



- ต้องปกป้องสินค้าได้
- ขนส่งได้
- เป็นสุดยอด!พนักงานขาย

Packaging



TDC

บรรจุภัณฑ์ สร้างยอดขาย



Packaging



12 กลเม็ด เทคนิคการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

Packaging



โดดเด่น เหนือคู่แข่ง!

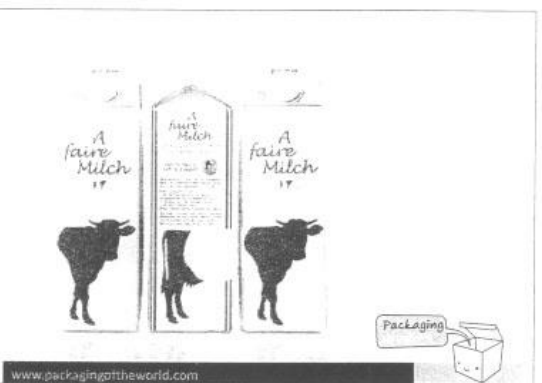
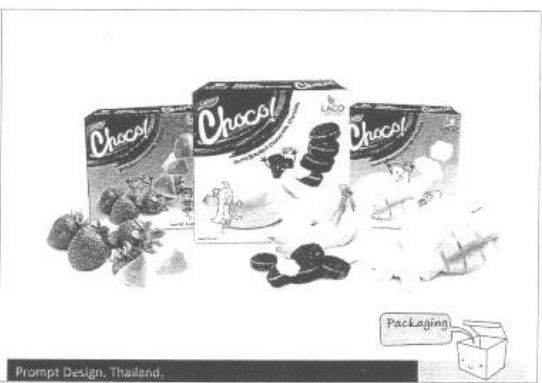
Packaging



Packaging



www.packagingoftheworld.com

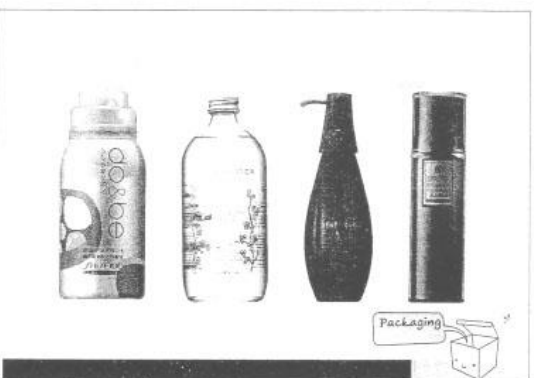
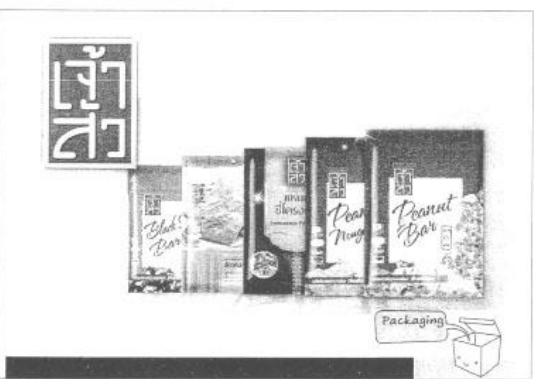
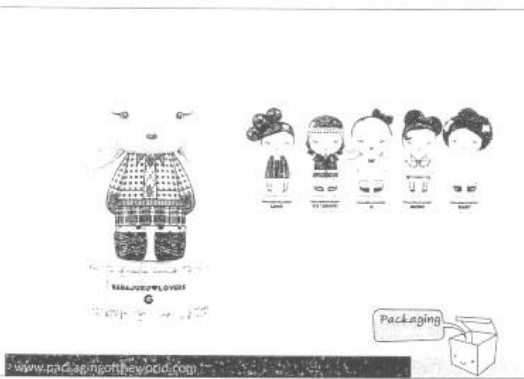




2

ทำความรัก
ลูกดี

Packaging 



สื่อสาร ภาษาน่าฟัง ภาพลักษณ์โดนใจ



Out of the box / Singapore

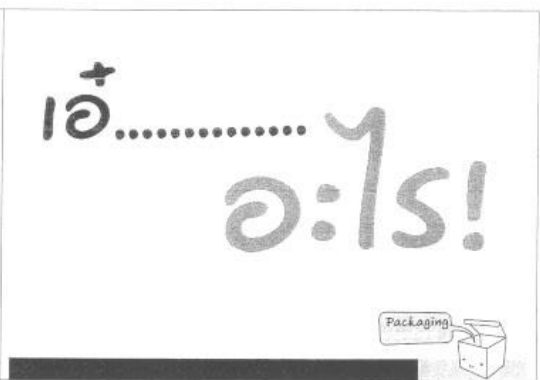
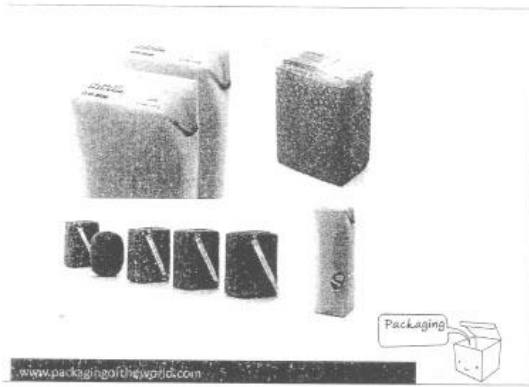


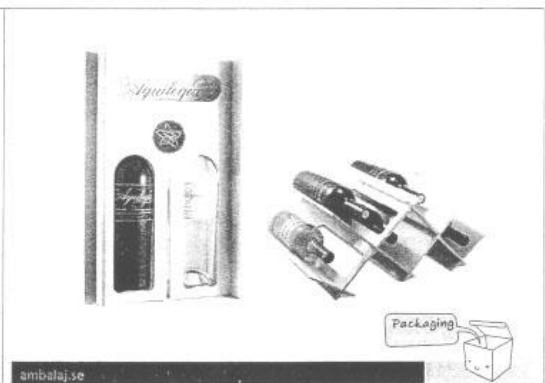
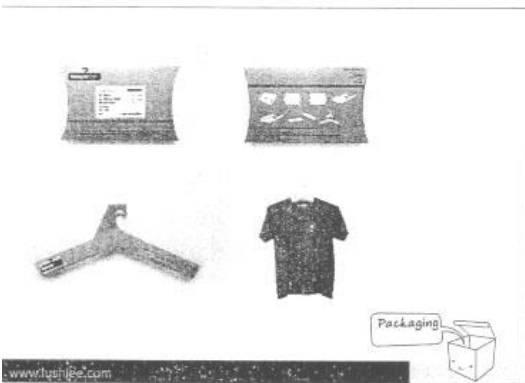
Mulberry Mint Aloe Vera

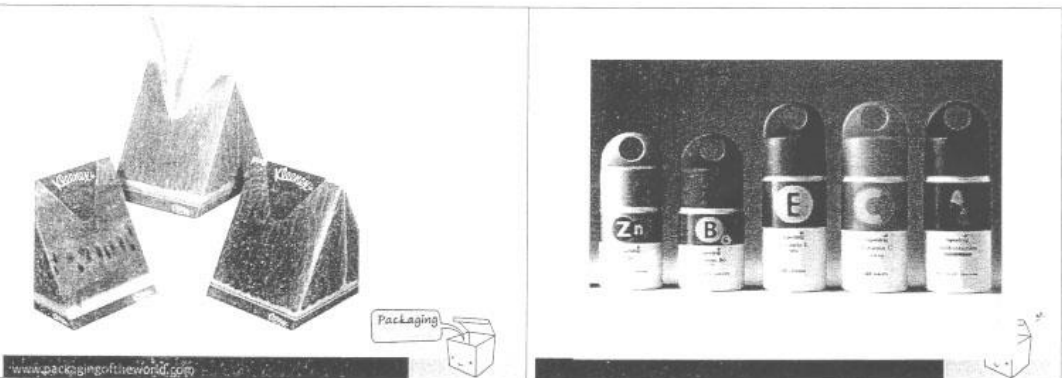
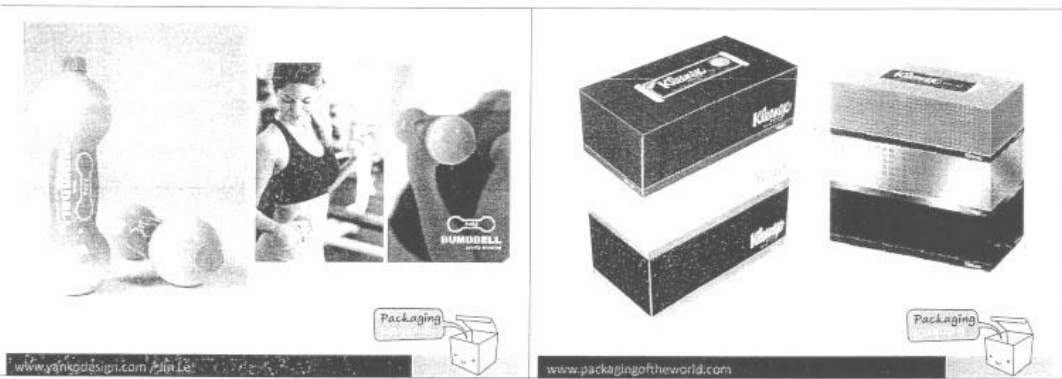
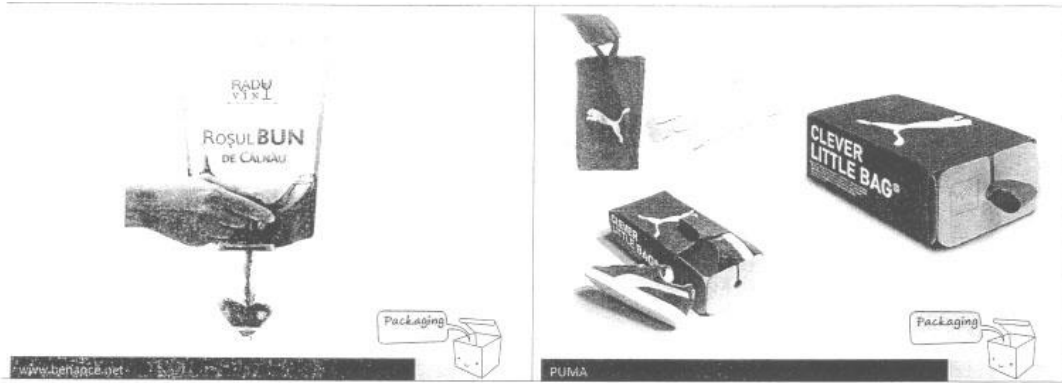


เห็นปุ๊บ รู้ปุ๊บ!









แสดงจุดเด่น
ให้ชัดเจน และแตกต่าง



จุดเด่น

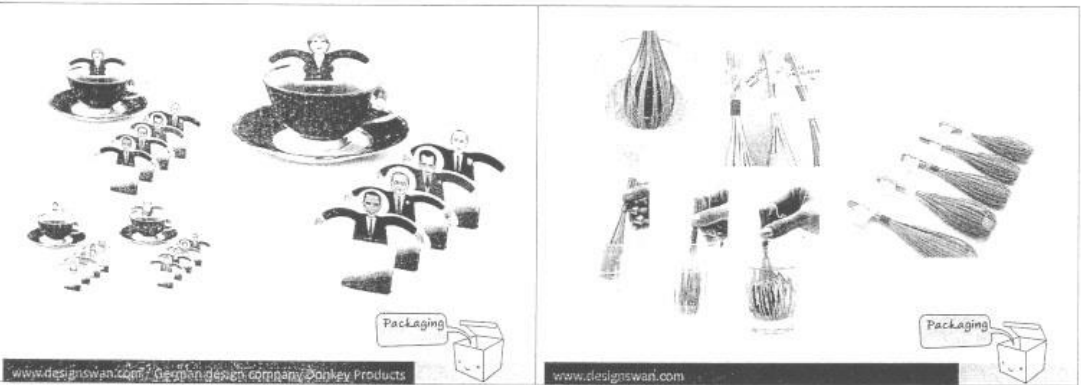
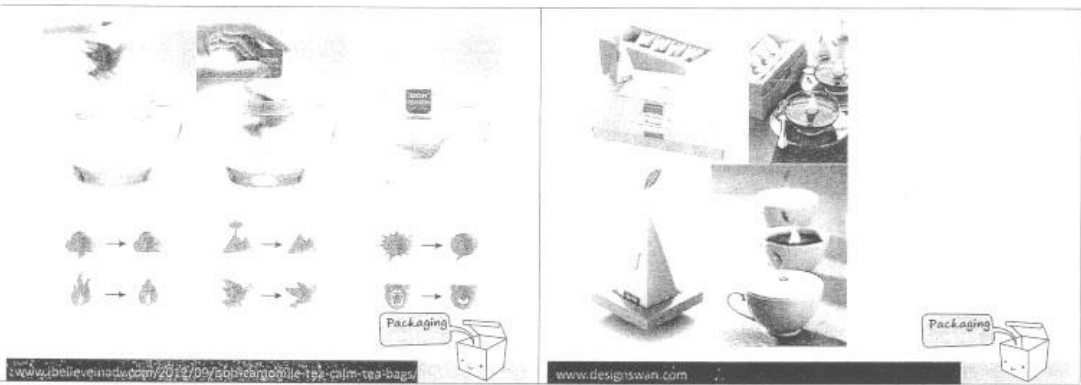
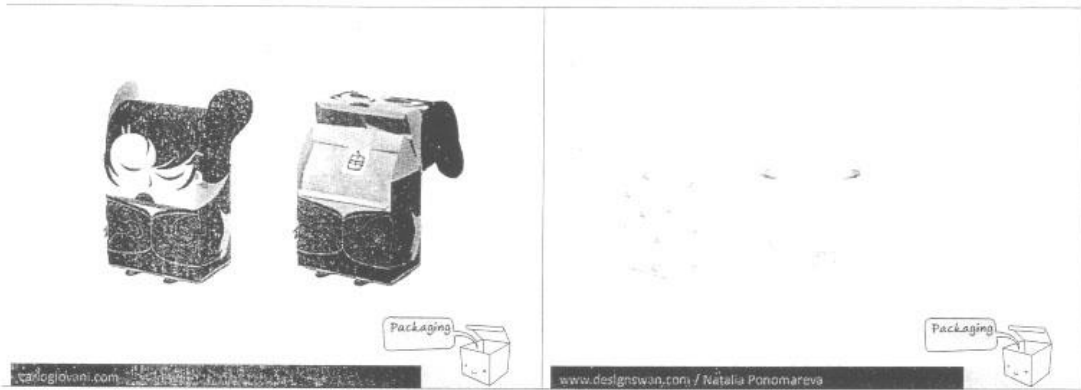


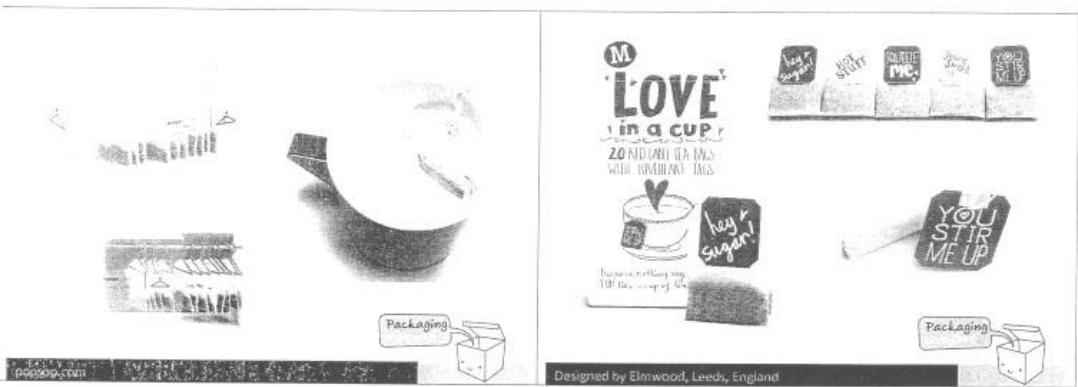
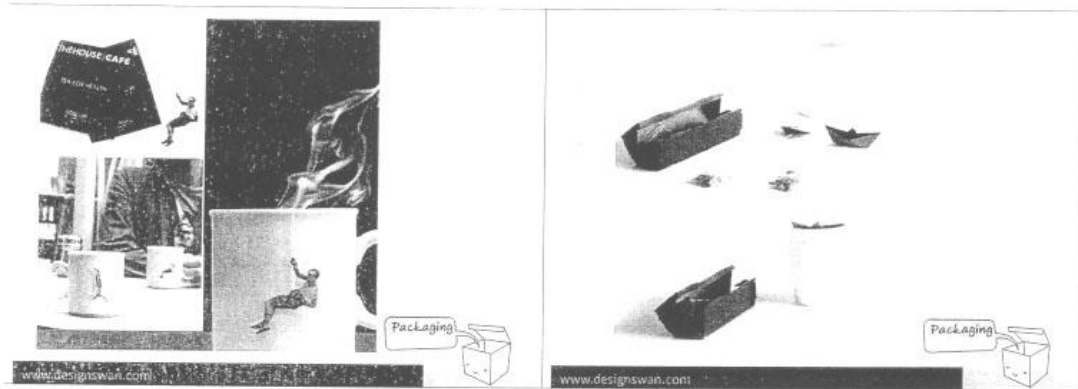
?

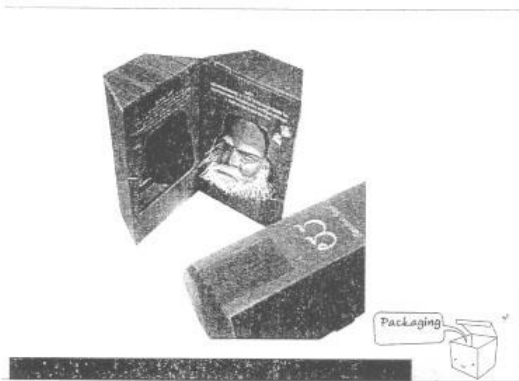


?









6

ลด ต้นทุนออกแบบ



ส้มโอบรรณภัณฑ์



Yodh Corporation Co., Ltd.

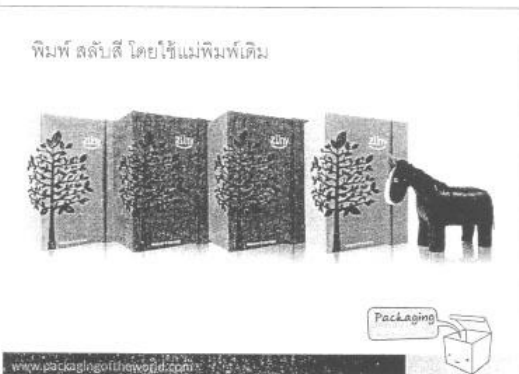


จำนวนน้อย

ใช้แม่พิมพ์เดิมได้



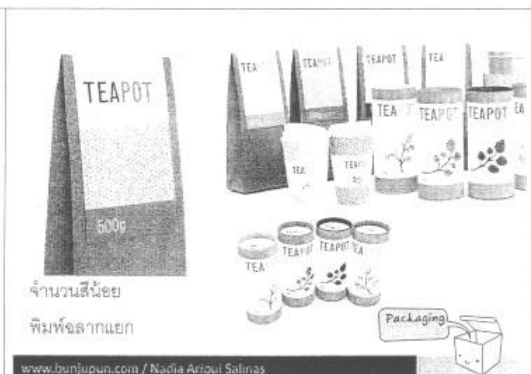
www.bunjupun.com / Marija Blagojevic



พิมพ์ สลับสี โดยใช้แม่พิมพ์เดิม



www.packagingintheworld.com



จำนวนน้อย

พิมพ์ฉลากแยก



www.bunjupun.com / Nadia Ariqul Salinas

พิมพ์รูปแบบมาตรฐาน - ใช้สติกเกอร์พิมพ์แยก

พิมพ์ : Maita Graphics

Packaging

Packaging

7

ของฝาก

มาทั้งทีซื้ออะไรดี

Thai Star Packaging Award 2011

Gift &

www.7up.com

GLIN ORANGE JUICE

Gift &

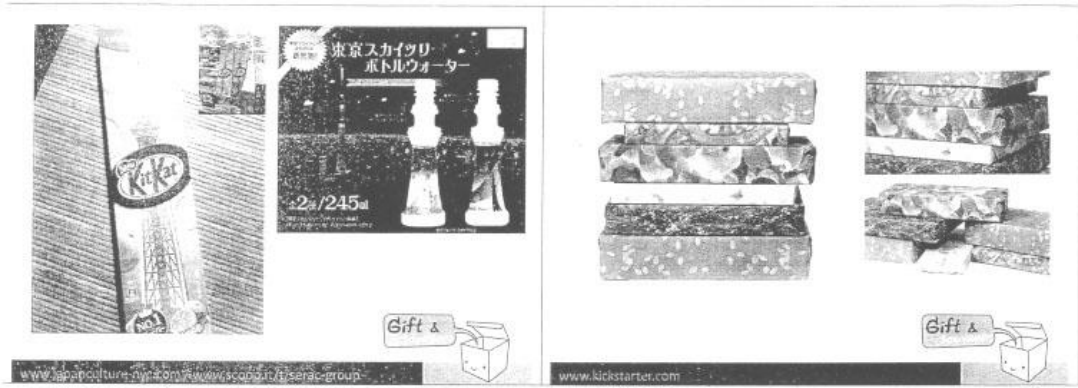
Yod Corporation Co., Ltd.

Tokyo sky tree

324m 333m 368m 468m 509m 540m 553m 610m

Gift &

www.tokyoskytree.jp/en





๙

ข้าวเหนียว

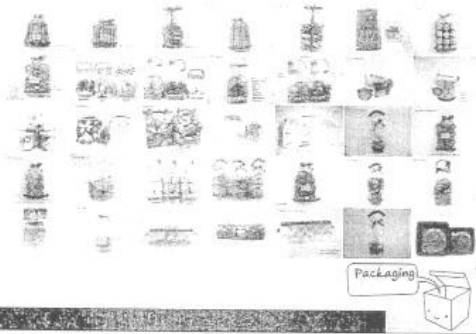
ขนาดบรรจุ * 510g

Packaging 

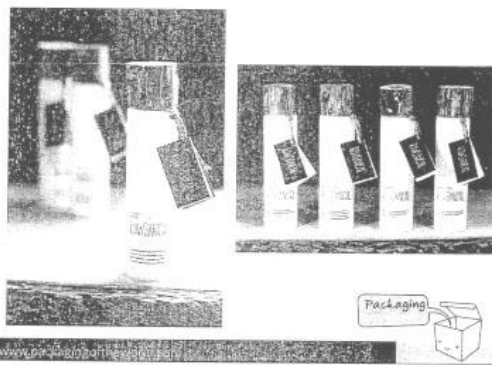


๙

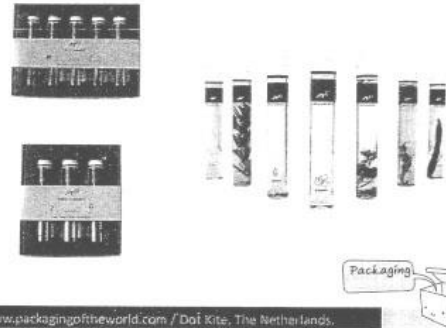
Packaging 



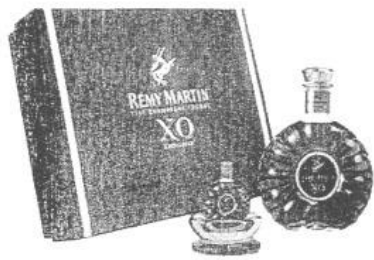
เข้าใจ ในศักยภาพตัวเอง



www.packagingoftheworld.com



www.packagingoftheworld.com / Doi Kite, The Netherlands.

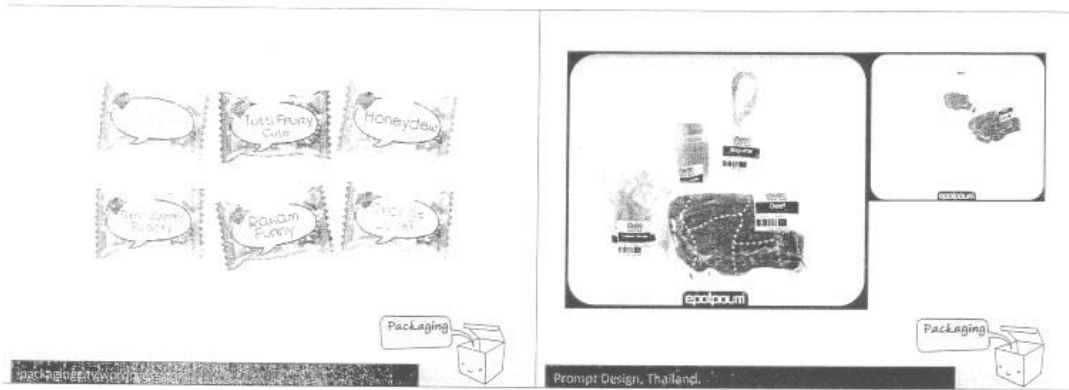


www.henjupuri.com



www.henjupuri.com / Nadia Ariqul Safinas





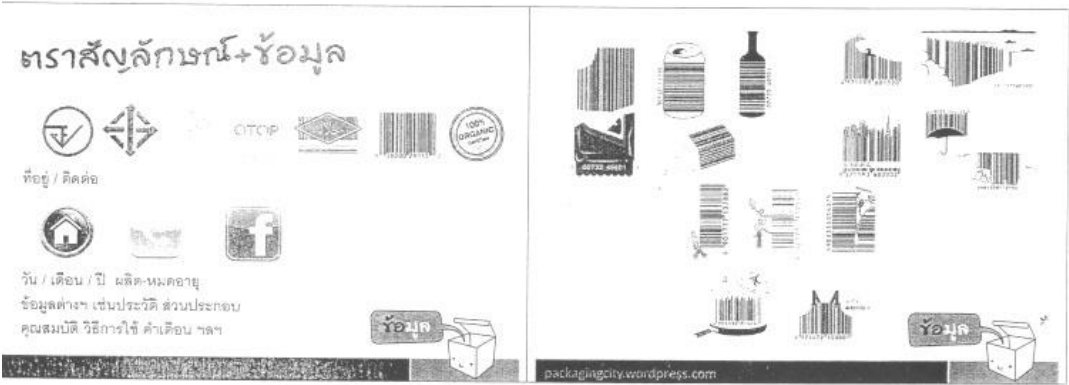
packagingcity.wordpress.com

Prompt Design, Thailand.



www.packagingcity.wordpress.com

12



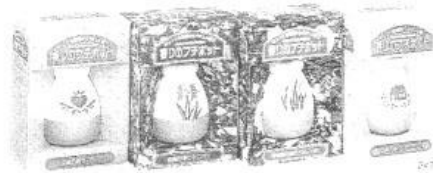
www.packagingcity.wordpress.com

packagingcity.wordpress.com

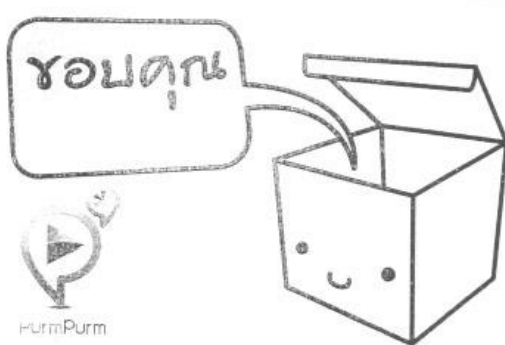


กรอบการคิดสรรช

1. สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีตามแกร่งของ ตราสินค้า (Brand Equity)
2. นผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent)
3. ความมีมาตรฐาน(Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction)
4. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)



netra.lpru.ac.th



ภาคผนวก 5

1. ผลิตภัณฑ์ ชาสมุนไพรเห็ดหลินจือ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านตลาดขี้เหล็ก

ความต้องการ : โลโก้ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชา



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาเห็ดหลินจือโดยปรับโลโก้ให้ทันสมัย ออกแบบฉลากใหม่สำหรับปิดถุงตั้งได้ (ถุงอะลูมิเนียมฟอล์ยหน้าใสหลังทึบ แบบตั้งได้ขนาดเดิม) ออกแบบกล่องบรรจุชาเห็ดหลินจือแบบซอง โดยปรับภาพลักษณ์ และสไตล์ให้มีวาดลายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ สร้างความจดจำให้แบรนด์ รวมถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ และสามารถนำไปวางขายในห้างสรรพสินค้าเป็นของฝากจากจังหวัดเชียงใหม่ ฉลากพิมพ์ 4 สี เคลือบด้าน ขนาดฉลากปิดด้านหน้าเท่ากับ 80 x 40 มิลลิเมตร กล่องพิมพ์ออฟเซตพิมพ์ 4 สี 1 ด้าน ใต้คัทตามแบบขนาดกล่องเมื่อขึ้นรูปยาว x กว้าง x สูง เท่ากับ 90 x 50 x 120 มิลลิเมตร.

2. ผลิตภัณฑ์ ผ้าลายน้ำไหลไหล โดยกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านทุ่งสุน

ความต้องการ : โลโก้ บรรจุภัณฑ์และถุงสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้า



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าลายน้ำไหลไหลเริ่มต้นโดยการปรับโลโก้จากเดิมให้มีความร่วมสมัยมีระดับขึ้นโดยใช้สีทอง และเมื่อวางโลโก้บนพื้นสีจะทำให้โดดเด่นมากขึ้น ตัวกล่องและถุงกระดาษบรรจุผ้าใช้ภาพลายผ้าไหลไหลที่ตัดทอนลายละเอียดซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักเข้ามาประกอบกับการใช้โทนสีอ่อนสลับเข้มตัดกันเพื่อให้เข้ากับแนวคิดผสมผสานซึ่งไม่เป็นไทยจนมากเกินไป ตัวกล่องบรรจุผ้าใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 350 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 1 ด้าน ได้คัทตามแบบ พิมพ์ 4 สี ขนาดกล่อง ยาว x กว้าง x สูง เท่ากับ 300 x 300 x 50 มิลลิเมตร ตัวถุงใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 210 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 1 ด้าน เคลือบเงาพีวีซี และได้คัทตามแบบ พิมพ์ 4 สี ขนาดถุง ยาว x กว้าง x สูง เท่ากับ 350 x 110 x 300 มิลลิเมตร.

3. ผลิตภัณฑ์ มะขามแก้วเลิศรส โดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามัคคีโพธิ์ประทับช้าง
 ความต้องการ : โลโก้ และบรรจุภัณฑ์มะขามแก้ว



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์มะขามแก้วเลิศรสเริ่มต้นโดยการปรับโลโก้โดยใช้ชื่อ “แก้วไกรทอง” ให้มีความชัดเจนในการสื่อสารกับผู้บริโภค.

กล่องบรรจุภัณฑ์ออกแบบเป็นการ์ตูนไกรทองน้อยและจระเข้จิ๋ว ประกอบกับภาพมะขาม วางบนพื้นหลังที่เป็นภาพลิว์คลื่นสีอ่อนๆ ให้ความรู้สึกสบายตา ด้านข้างกล่องปูด้วยสีเหลืองส้มให้ความรู้สึกเปรี้ยว กระช่มกระชวย ตัวกล่องเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ด้านบนกล่องขึ้นรูปเป็นช่องสำหรับใช้แขวนผลิตภัณฑ์ได้ พิมพ์บนกระดาษแข็งน้ำหนัก 350 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 4 สี บรรจุ 250 กรัม ขนาดกล่อง ยาว X กว้าง X สูง เท่ากับ 200 X 150 X 45 มิลลิเมตร.

4. ผลิตภัณฑ์ ก๊วยกวนเคลือบช็อกโกแลต โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาอาชีพสตรีบ้านฉาง
 ความต้องการ : โลโก้ และบรรจุภัณฑ์สำหรับก๊วยกวนเคลือบช็อกโกแลต



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก๊วยกวนเคลือบช็อกโกแลตเริ่มต้นจากนำโลโก้ “แม่ลำจวน” ที่ใช้รูปลายเส้นหน้าของป้าลำจวนเพื่อสื่อให้เห็นถึงความอร่อยที่ลูกค้าคุ้นเคยจากผลิตภัณฑ์ก๊วยกวนกะทิสด มาประกอบการออกแบบกราฟิกตัวกล่องออกแบบให้เป็นรูปใบก๊วยที่เป็นวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ คงไว้ซึ่งความเป็นไทยมีความร่วมสมัย ตัดกับสีน้ำตาลเข้มสร้างความโดดเด่นสะดุดตา ตัวกล่องใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 350 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 1 ด้าน ไตค์ทตามแบบ พิมพ์ 4 สี ขนาดกล่องเมื่อขึ้นรูป ยาว x กว้าง x สูง เท่ากับ 150 x 40 x 150 มิลลิเมตร.

5. ผลิตภัณฑ์ ข้าวหอมมะลิ โดยกลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่

ความต้องการ : โลโก้ และบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิ



กระบุง (เครื่องจักสานของจังหวัดสุรินทร์)



กล่องบรรจุข้าวสาร
แนวทางลวดลายกระบุง



แผ่นคลี่บรรจุภัณฑ์

แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิเริ่มจากปรับโลโก้เดิม โดยสร้างแสงเงาให้ความรู้สึกเหมือนภาพหุ่นตุ้ม ออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยกล่องสามารถบรรจุข้าวหอมมะลิที่บรรจุในถุงพลาสติกแบบสุญญากาศ ขนาดบรรจุ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 3 ถุง กล่องออกแบบโดยประยุกต์จากกระบุง เพื่อสอดแทรกเรื่องราววัฒนธรรมของคนในจังหวัดสุรินทร์ สำหรับบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยทำจากกระดาษลูกฟูก ลอน E เกรด KI125/CA105/KI125 ปะด้านนอกด้วยกระดาษแข็งพิมพ์ 4 สี ด้วยระบบออฟเซต รูปแบบกล่องเป็นแบบโดคัทด้านฝากล่องขึ้นรูปเป็นหูหิ้วได้ ขนาดกล่อง ยาว x กว้าง x สูง เท่ากับ 145 x 105 x 45 มิลลิเมตร.

6. ผลิตภัณฑ์ ก๊วยฉาบ โดยกลุ่มผู้ผลิตก๊วยฉาบ

ความต้องการ : โลโก้ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับก๊วยฉาบ



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก๊วยฉาบเริ่มต้นพัฒนาโลโก้โดยใช้ภาพประกอบใบโพธิ์ที่ได้ตัดแปลงรูปทรงเพื่อสร้างเอกลักษณ์ใหม่ประกอบกับตัวอักษรตัดแปลงที่ดูเรียบง่ายเพื่อให้อ่านง่ายและไม่ดูเก่าจนเกินไป บรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้น 3 แบบ คือ แถบกระดาษแข็งซองตั้งได้พร้อมซีปิดฉลากและถุงพลาสติกแบบถุงจีบปิดฉลากโดยออกแบบใช้สีม่วงเป็นพื้นกราฟิก เพื่อให้สินค้าโดดเด่นโดยออกแบบฉลากให้โลโก้โดดเด่น แถบกระดาษแข็งเจาะหน้าต่างให้เห็นตัวสินค้าพร้อมทั้งมีหูสำหรับหิ้วเป็นของฝาก ส่วนผลิตภัณฑ์จะบรรจุในถุงพลาสติกแบบถุงจีบ ขนาด 178 x 254 มิลลิเมตร สำหรับถุงซองซีปิดหน้าใส-หลังพอยล์มีก้นตั้งพร้อมซีปิดฉลากจะมีขนาด 160 x 230 มิลลิเมตร แถบกระดาษแข็งใช้กระดาษอาร์ตหลังขาวเคลือบเงา 305 กรัมต่อตารางเมตร และได้คัทตามแบบ ขนาดเครื่อง 540 x 180 มิลลิเมตร พิมพ์ 4 สี และฉลากบรรจุภัณฑ์ใช้กระดาษขาวมัน เคลือบยูวี และได้คัทตามแบบ ขนาด 80 x 95 มิลลิเมตร พิมพ์ 4 สี.

7. ผลิตภัณฑ์ ผ้าหางกระรอก โดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย

ความต้องการ : โลโก้ และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าหางกระรอก



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าหางกระรอกเริ่มจากการปรับโลโก้ให้มีความร่วมสมัย สื่อสารถึงเหนียวคล้องช้าง ซึ่งเป็นจุดเด่นและแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยใช้อักษร (P) ถักรวมกันและมีภาษาอังกฤษและไทยอยู่ด้านล่าง ถุงกระดาษแข็งมีหูหิ้วออกแบบโดยเจาะช่องหน้าต่างเป็นรูปช้างแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ ใช้สีน้ำเงินเพื่อให้ดูเข้มแข็ง เรียบหรู และคลาสสิก ตัวถุงใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 350 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 1 ด้าน เคลือบเงาพีวีซี และได้คัทตามแบบ พิมพ์ 4 สี ขนาดถุง ยาว x กว้าง x สูง เท่ากับ 350 x 110 x 300 มิลลิเมตร พับปากร้อยหูด้วยเชือกผ้า.

8. ผ้าคลุมไหล่ โดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านห้วยทราย

ความต้องการ : โลโก้ และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่



ภาพแผ่นศิลปะแสดงโลโก้และบรรจุภัณฑ์



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่เริ่มจากการปรับโลโก้ให้มีความร่วมสมัย สื่อสารถึงแพนียดคล้องช้าง ซึ่งเป็นจุดเด่นและแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยใช้อักษร (P) ถักรวมกัน และมีภาษาอังกฤษและไทยอยู่ด้านล่าง ตัวกล่องออกแบบโดยเจาะช่องหน้าต่างเป็นรูปช้าง แสดงตัวผลิตภัณฑ์ ใช้สีน้ำเงินเพื่อให้ดูเข้มแข็งเรียบหรูและคลาสสิก ตัวถุงกระดาษใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 350 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 1 ด้าน เคลือบเงาพีวีซี และได้คัทตามแบบ พิมพ์ 4 สี ขนาดกล่อง ยาว x กว้าง x สูง เท่ากับ 300 x 230 x 45 มิลลิเมตร.

ต้นแบบบรรจุภัณฑ์

9. ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จักสาน โดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านดอนโพธิ์

ความต้องการ : โลโก้ และฉลากแบบติดกับหุตะกร้าจักสาน



โลโก้



ต้นแบบบรรจุภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ตะกร้าจักสานเริ่มจากการพัฒนาโลโก้โดยออกแบบเป็นรูปใบโพธิ์แสดงภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ฉลากป้ายกระดาษออกแบบให้สามารถลือกติดกับหุตะกร้าได้พอดี รูปแบบคล้ายใบโพธิ์ ใช้กระดาษอาร์ตมัน 350 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์กราฟิกออฟเซต 1 สี และได้คัทตามแบบ พิมพ์ 4 สี ขนาดเท่ากับ 127 x 75 มิลลิเมตร.

10. ผลิตภัณฑ์ กกล้วยฉาบ โดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านท่าลาภผลิตกล้วยอบแห้ง
ความต้องการ : โลโก้ และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ



โลโก้



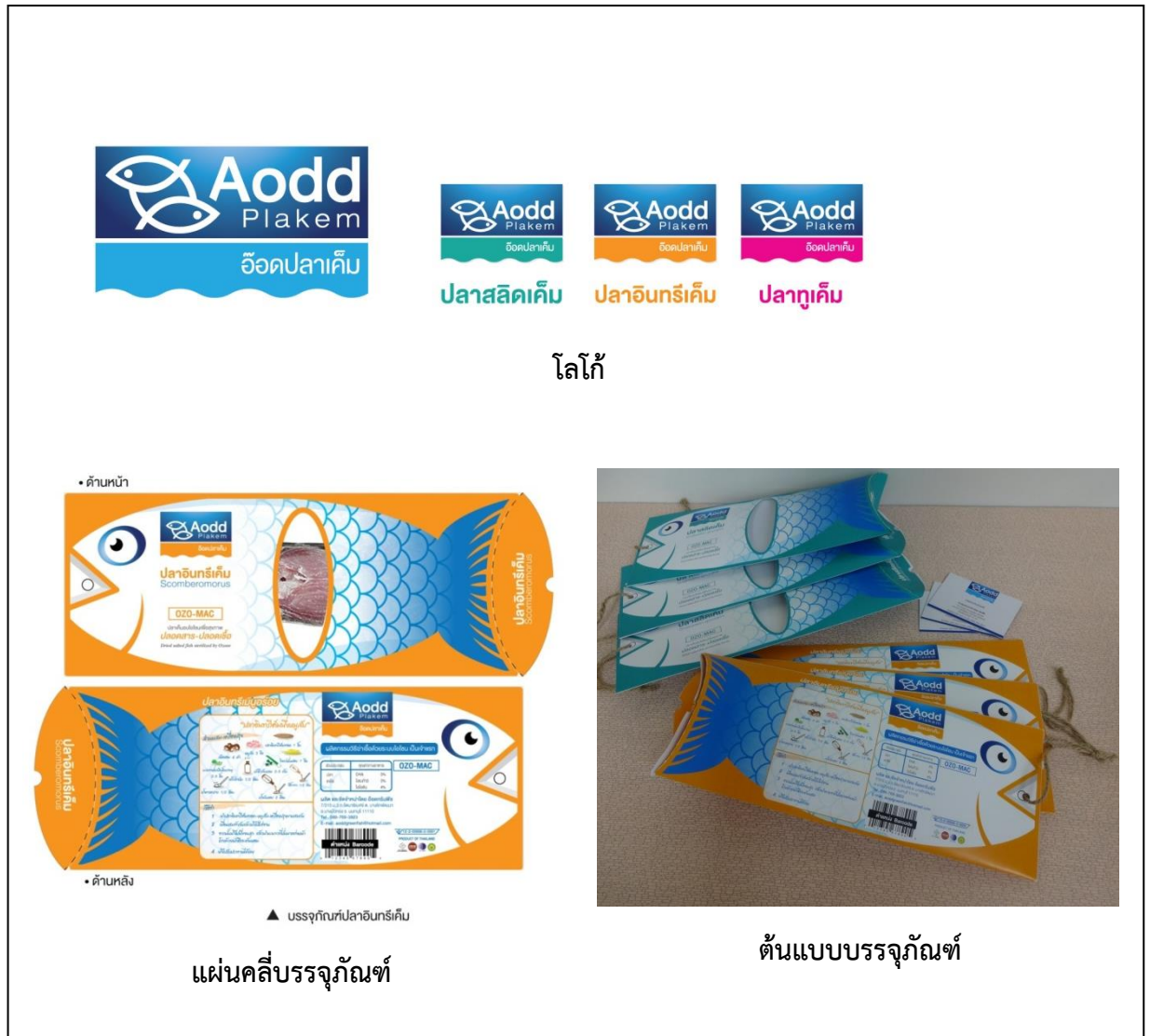
แผ่นคลี่บรรจุภัณฑ์

ต้นแบบบรรจุภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับกล้วยฉาบเริ่มต้นจากการปรับโลโก้เดิมโดยเพิ่มภาษาอังกฤษ “Umphorn Brand” เพื่อให้สอดคล้องกับการขยายตลาดสู่กลุ่ม AEC กล่องบรรจุภัณฑ์ออกแบบโดยใช้ภาพการ์ตูนกล้วยยิ้มร่าเริงเป็นภาพประกอบพื้นใบตองสีเขียวให้บรรยากาศธรรมชาติ เปิดช่องหน้าต่าง ให้เห็นสินค้าที่อยู่ภายในตัวกล่องใช้กระดาษแข็ง น้ำหนัก 350 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 4 สี ขนาดกล่อง 145 x 300 x 30 มิลลิเมตร บรรจุกล้วยฉาบ 200 กรัม ซึ่งบรรจุในถุงพลาสติกใส.

11. ผลิตรภัณฑ์ ปลาอินทรีเค็ม โดยกลุ่มผู้ผลิตปลาเค็ม

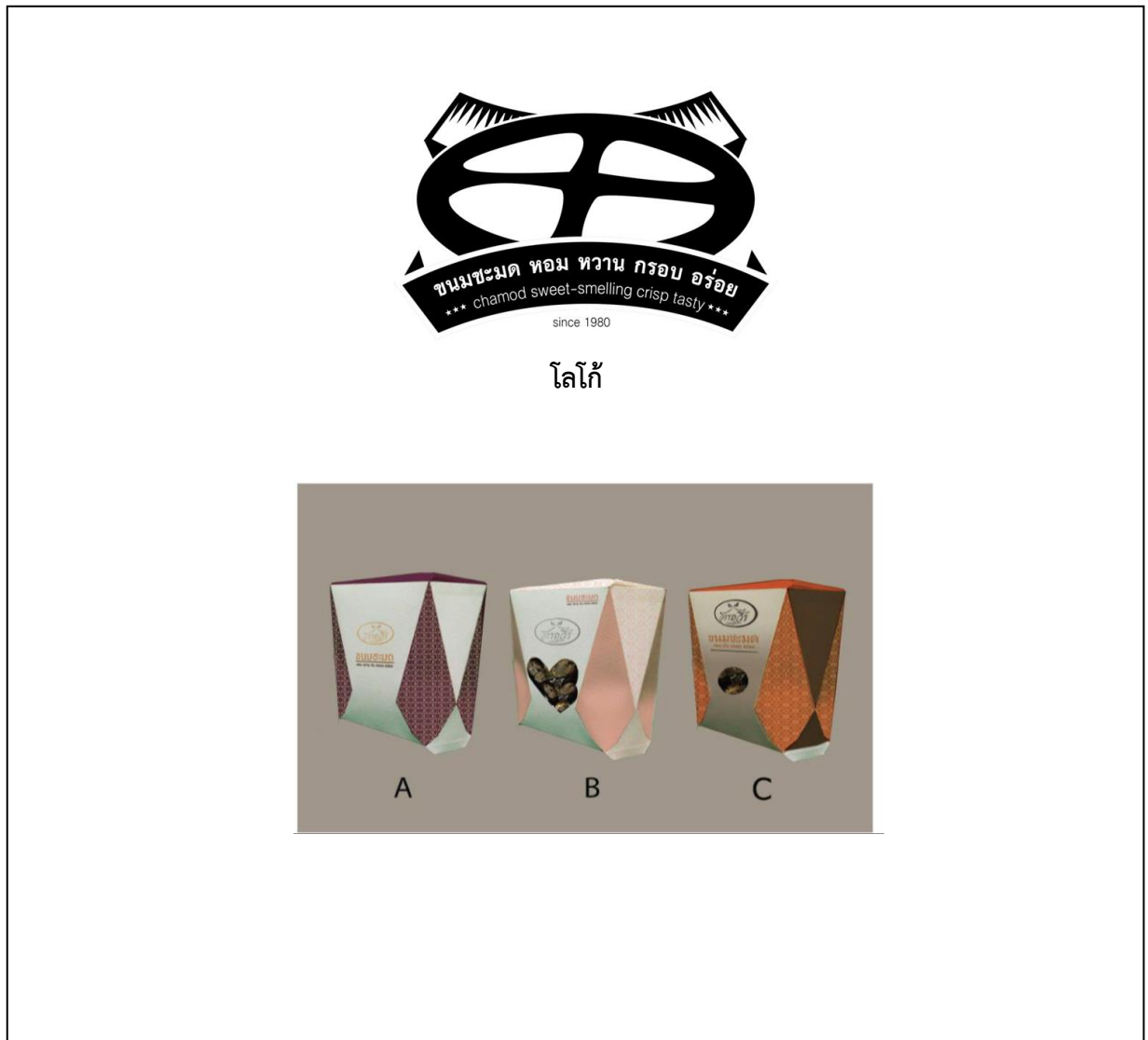
ความต้องการ : โลโก้ และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตรภัณฑ์ปลาอินทรีเค็ม



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตรภัณฑ์ปลาอินทรีเค็มเริ่มจากการพัฒนาโลโก้โดยออกแบบให้ทันสมัยเพื่อเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด บรรจุภัณฑ์ใช้กระดาษเป็นตัวห่อหุ้มเพื่อเพิ่มความโดดเด่น และป้องกันความเสียหายจากการขนส่ง ข้างในบรรจุภัณฑ์กระดาษใส่ปลาที่บรรจุในถุงพลาสติกแบบสุญญากาศ สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และทำให้สินค้าเป็นระดับพรีเมียมด้วยเอกลักษณ์ของผลิตรภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าดึงดูดต่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น และคนรุ่นใหม่ที่ชอบลองทำอาหารทานเอง เพื่อตอบสนองชีวิตคนเมืองมากขึ้น บรรจุภัณฑ์พิมพ์ออฟเซต 4 สี กระดาษอาร์ตการ์ด 210 กรัมต่อตารางเมตร ขนาด กว้าง x ยาว x สูง เท่ากับ 320 x 120 x 45 มิลลิเมตร.

12. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรัตนห้า โดยผลิตภัณฑ์ ขนมขมดดำ

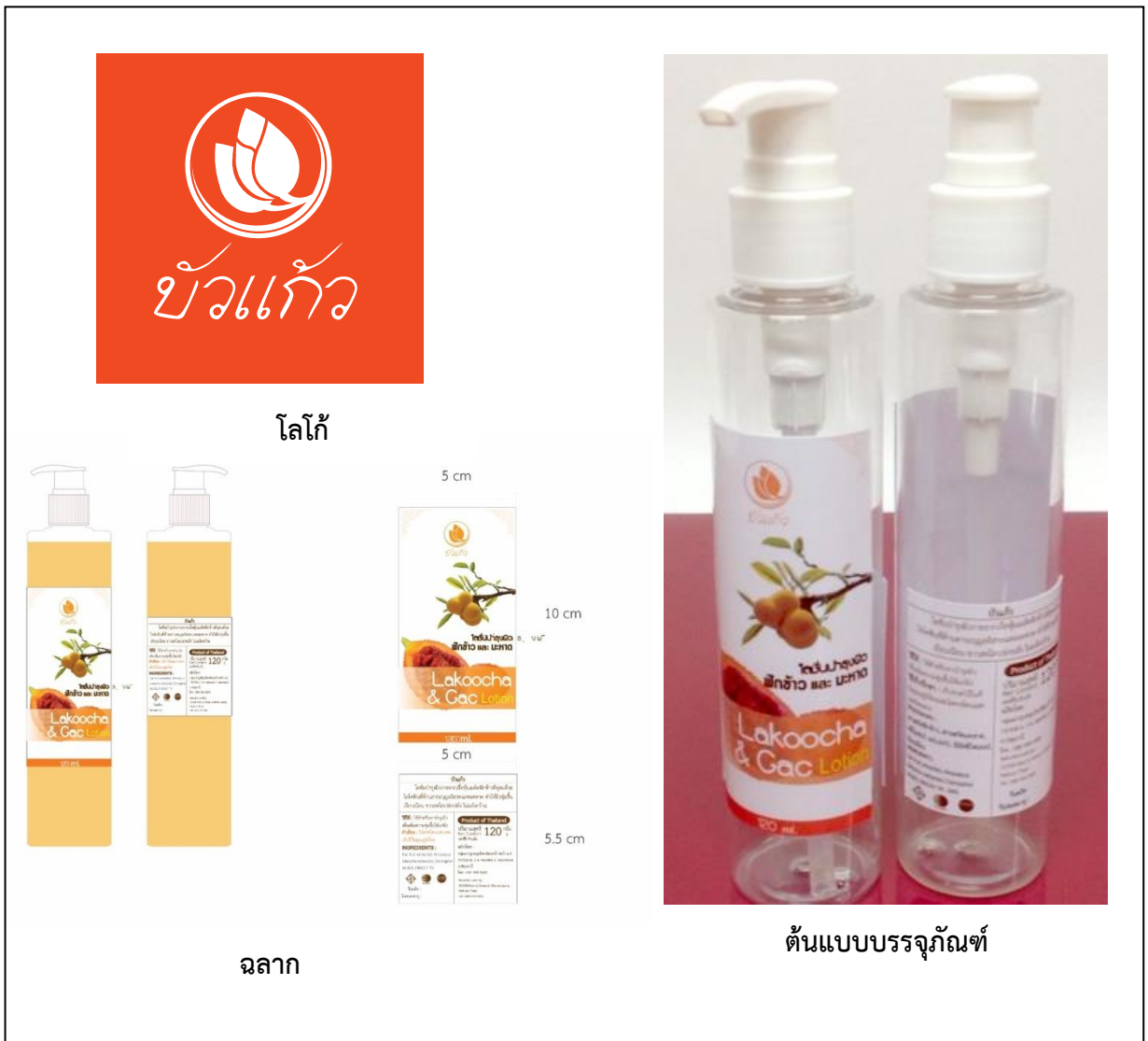
ความต้องการ: โลโก้ และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมขมดดำ



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมขมดดำเริ่มจากการพัฒนาโลโก้โดยออกแบบใช้รูปแบบโครงสร้างของขนมมาสร้างเป็นสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ออกแบบเรียบง่ายด้วยลวดลายกราฟิกเน้นมิติของกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดความสวยงามสะท้อนความหรูหราให้กับบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็งทำจากกระดาษอาร์ตการ์ด 350 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 4 สี ขนาดกล่อง กว้าง x ยาว x สูง เท่ากับ 90 x 70 x 80 มิลลิเมตร ขนาดบรรจุ 300 กรัม.

13. ผลิตภัณฑ์ สารสกัดสมุนไพร โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสตรีพัฒนา

ความต้องการ : โลโก้ และฉลากบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพร



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพรเริ่มจากการพัฒนาโลโก้โดยใช้ภาพประกอบดอกบัวที่ดัดแปลงรูปทรงมาประกอบกับตัวอักษรแบบไทยเพื่อสื่อถึงความเป็นไทยของตัวผลิตภัณฑ์ที่ใช้สมุนไพรไทยเป็นส่วนประกอบหลัก ด้านฉลากได้นำภาพส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ มาประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ใช้อะไรเป็นส่วนประกอบหลัก บรรจุภัณฑ์ใช้ขวดพลาสติกฝาปั๊ม ขนาด 120 มิลลิลิตร สำหรับฉลากเป็นแบบก้นน้ำ เคลือบด้าน พิมพ์ 4 สี ขนาดฉลากด้านหน้า เท่ากับ 100 x 50 มิลลิเมตร และขนาดฉลากด้านหลัง เท่ากับ 55 x 50 มิลลิเมตร.

14. ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรขัดผิว โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนิชาภา

ความต้องการ : โลโก้ และฉลากบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สมุนไพรขัดผิว



แผ่นคีย์ฉลากบรรจุภัณฑ์

ต้นแบบบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาเริ่มจากการปรับโลโก้ให้ทันสมัยและมีสีสันขึ้น ฉลากบรรจุภัณฑ์ยึดแบบตามฉลากโครงสร้างเดิมของผู้ประกอบการเป็นหลัก โดยปรับโลโก้และรูปภาพที่ใช้ประกอบเพื่อความเหมาะสม และใช้โทนสีตัดกันระหว่างสีขาวและสีม่วงส้มเพื่อสร้างความโดดเด่นโดยนำลายไทยประยุกต์มาประกอบเข้าด้วยกัน ฉลากปรับรูปของตัวขม้นให้ดูสดใสและปรับองค์ประกอบการจัดวางใหม่เพื่อให้ดูสวยงามมากขึ้น บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ขวดพลาสติกฝาเกลียว ขนาด 150 มิลลิลิตร ซองหน้าใส-หลังฟอยล์ซิล 3 ด้าน ขนาดเท่ากับ 89 x 127 มิลลิเมตร ฉลากเป็นแบบก้นน้ำ เคลือบด้าน พิมพ์ 4 สี ขนาดฉลากด้านหน้า เท่ากับ 105 x 50 มิลลิเมตร ขนาดฉลากด้านหลัง เท่ากับ 95 x 5 มิลลิเมตร และขนาดฉลากซองฟอยล์ เท่ากับ 70 x 50 มิลลิเมตร.

15. ผลิตภัณฑ์ มะขามป้อมแช่อิ่ม โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทรายขาว
 ความต้องการ : โลโก้ และฉลากบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์มะขามป้อมแช่อิ่ม



แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์มะขามป้อมแช่อิ่มเริ่มจากนำโลโก้เดิมมาปรับ โดยการนำตัวอักษร SMILE และ GARCINIA รวมเข้าด้วยกัน เพื่อให้แบบโลโก้เข้มแข็งจริงจังมากขึ้น ไม่ดูนุ่มนวลหรือล้อเล่นเกินไป นำโลโก้ที่ได้ไปออกแบบเป็นแถบกระดาษบรรจุภัณฑ์แสดงความเป็นธรรมชาติและให้ความรู้สึกสดชื่นและผ่อนคลายโดยใช้ภาพถ่ายมะขามป้อมเป็นพื้นหลังพร้อมวางรายละเอียดข้อมูลสำคัญบนกราฟิก ใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 250 กรัมต่อตารางเมตร พิมพ์ออฟเซต 4 สี ขนาดแผ่นคลี่ เท่ากับ 250 x 90 มิลลิเมตร.