

รายงานสรุปโครงการ/กิจกรรม

กิจกรรมการพัฒนา ออกแบบ ผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว

ภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ

(1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย)

มหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ

ตำบล บ้านหลวง

อำเภอ จอมทอง จังหวัด เชียงใหม่

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ชื่อเรื่อง

ชื่อหลักสูตรฝึกอบรม : อบรมเชิงปฏิบัติการด้านการพัฒนาอาชีพ

ชื่อผู้สอน :

1. คุณฉัตรรุ่ง ประกอบไวทยกิจ
2. อาจารย์วรรธนะรัตน์ ไชยวงศ์
3. นายกวินวุฒิ สุทธนะ
4. ดร. อรวรรณ เชื้อเมืองพาน

ชื่อผู้จัดทำ :

1. นางสาวอนิลลักษณ์ ศุภลักษณ์พิทักษ์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมยกระดับรายตำบล
2. พัชรินทร์ ดำรงอนุรักษ์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมยกระดับรายตำบล
3. วันเพ็ญ อนุรักษ์ไพรดี ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมยกระดับรายตำบล
4. นางสาว อาทิตยา จินใจ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมยกระดับรายตำบล

คำนำ

รายงานการสรุปเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการดำเนินงานภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ 1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย (มหาวิทยาลัยสู□ตำบลสร□างรากแก□วให□ประเทศ) กิจกรรมการพัฒนา ออกแบบ ผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งภายในรายงานการสรุปผลประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของโครงการ สรุปผลการดำเนินงานในกิจกรรม โดยกิจกรรมมีวัตถุประสงค์ตอบโจทย์ของโครงการหลักเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนก่อให้เกิดรายได้เสริมและมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นในพื้นที่ตำบลบ้านหลวง

โครงการยกระดับเศรษฐกิจรายตำบลแบบบูรณาการ
(1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย)
ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
สารบัญ	
บทที่ 1 ความเป็นมา	5
บทที่ 2 เนื้อหาการฝึกอบรมตามหลักสูตร	6-40
บทที่ 3 กระบวนการวิธีการผลิต/วิธีการดำเนินงาน	41-42
บทที่ 4 สรุป	43-44
ภาคผนวก	45-50
ประวัติผู้จัดทำ	51
รายชื่อวิทยากร	51

บทที่ 1
ความเป็นมา

หลักการและเหตุผล

จากการลงพื้นที่สำรวจรายได้โดยเฉลี่ยของครัวเรือนในหมู่บ้านเมืองอางพบว่ามีรายได้หลักจากการประกอบอาชีพเกษตรกร ซึ่งเป็นรายได้ทางเดียวของครอบครัว จากการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านพบว่าโดยส่วนใหญ่มีความต้องการหารายได้เพิ่มเมื่อว่างจากการทำเกษตรและทำงาน และบางคนอยากมีอาชีพเพราะไม่ได้ทำงาน มีภาระดูแลบุตรหลานหรือด้วยเหตุผลอื่น ทำให้คณะทำงานบ้านหลวงได้ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอมือ

จากคำบอกเล่าของผู้เฒ่าผู้แก่ว่าการทอผ้านั้นมีมาตั้งแต่สมัยปู่ย่าตายายและได้สืบทอดต่อๆกันมายาวนาน การทอผ้าในยุคก่อนทำจากไม้สัก เพราะเป็นไม้เนื้ออ่อนผ่าตัดแต่งเป็นรูปทรงง่าย ส่วนลวดลายที่ทอนั้นก็มีเพียงไม่กี่ลาย เช่น ลายเมล็ดฟักทอง ลายดอกพริก ลายแมงมุม และลายหัวเต่า ซึ่งลวดลายได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังนิยมใช้ลูกเดือยปักตกแต่งบนผืนผ้าอย่างสวยงาม

ชุมชนเมืองอาง (ชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ) เป็นภูมิปัญญาผ้าทอมือ ด้วยเทคนิคที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชาวกะเหรี่ยงเผ่าปกาเกอะญอ ซึ่งเป็นชนเผ่ากะเหรี่ยงในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัวจากการทำการเกษตรอินทรีย์ และการทอผ้าเป็นอาชีพเสริมของผู้หญิงปกาเกอะญอ ซึ่งเป็นวิธีการทอผ้าแบบดั้งเดิม ที่เรียกว่า การกี่เอว มีการสืบทอดมายาวนานกว่าร้อยปี แต่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของชุมชนนั้นไม่สามารถสร้างรายได้เสริมให้พวกเขาได้ เนื่องจากเป็นชุมชนขาดทักษะความรู้หลายๆในด้าน เช่น ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี การคำนวณต้นทุน-กำไร และยังไม่เป็นที่รู้จัก จึงเป็นที่มาของการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ชุมชนเมืองอางให้เป็นที่รู้จักมากที่รู้จักมากขึ้น สอดคล้องกับนโยบายของผู้นำชุมชนที่ต้องการให้เมืองอางเป็นชุมชนที่ปราศจาดสารเคมี เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์

บทที่ 2
เนื้อหาการฝึกอบรมตามหลักสูตร

1. การอบรมเชิงปฏิบัติการ “การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน” โดยคุณฉัตรรุ่ง ประกอบไวทยกิจ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ออนใต้ จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับอาจารย์วรรธนะรัตน์ ไชยวงศ์ และ นายกวินวุฒิ สุทธนะ จากมทร.ล้านนา เชียงราย

วัตถุดิบ (ถ้ามี)

ย้อมคราม ผง (ย้อมเย็น)

วัตถุดิบ

สีคราม	5%	: น้ำหนักผ้า
ไฮโดรซัลไฟต์	8 กรัม	: น้ำ 1 ลิตร
โซดาไฟ	8 กรัม	: น้ำ 1 ลิตร
เกลือ	30 กรัม	: น้ำ 1 ลิตร

* สังเกตที่ของสีเขียวถ้ายังไม่ขึ้นให้เพิ่มโซดากับโซดาแอชซีก

วิถีการย้อม

- ต้มทำความสะอาดเส้นด้ายโดยผสมสบู่ต้มผ้าเพื่อขจัดคาบมันและแป้งออก
- นำเส้นด้ายลงย้อม ใช้เวลา 30 นาที
- นำเส้นด้ายออกผึ่งอากาศให้สีเปลี่ยนเป็นสีคราม

(ถ้าต้องการให้ให้สีเข้มสามารถย้อมซ้ำได้อีกแต่ให้ผสมไฮโดรซัลไฟต์และโซดาไฟ เติมเข้าอีก)

- ต้มทำความสะอาดสีส่วนเกินออกจากฝ้าย โดยผสมสบู่ต้มผ้าลงในน้ำเพื่อดึงเคมีและสีส่วนเกินออก
- ซักน้ำสะอาด 2 กะละมัง
- กาละมังสุดท้ายผสมน้ำยากันสีตก ปริมาณ 250 มิลลิลิต : น้ำ 1 กะละมัง
- นำผ้าออกตาก

2. ฝึกปฏิบัติการการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยคุณฉัตรรุ่ง ประกอบไวทยกิจ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออนใต้จังหวัดเชียงใหม่ ....ร่วมกับอาจารย์วรรธนะ รัตน์ไชยวงศ์ และนายกวินวุฒิ สุทธนะ จากมทร.ล้านนา เชียงราย
3. การอบรมเชิงปฏิบัติการ “ผลิตภัณฑ์ชุมชนกับการเริ่มต้นช่องทางการตลาด ออนไลน์และออฟไลน์” - การสร้างยอดขายด้วยการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ - เครื่องมือการทำตลาดออนไลน์ การสร้างเพจ Facebook, YouTube, Instagram, Tiktok โดยวิทยากรจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ดร. อรวรรณ เชื้อเมืองพาน ร่วมกับอาจารย์วรรธนะรัตน์ไชยวงศ์และนายกวินวุฒิสุทธนะ จากมทร.ล้านนา เชียงราย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และการออกแบบตราสินค้า (LOGO)

บรรจุภัณฑ์ (Package) คือการนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ และไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยที่มีความแข็งแรง สวยงามได้สัดส่วนที่ถูกต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า





การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์





หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบโครงสร้าง เน้นคุณสมบัติของวัสดุใช้ทำบรรจุภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิก เน้นการสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย





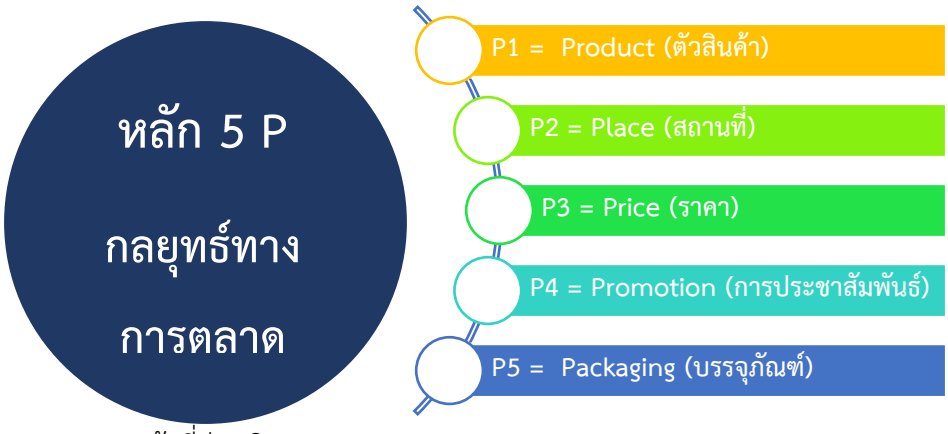
วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. เพื่อช่วยปกป้องคุ้มครองและรักษาคุณภาพสินค้า
2. เพื่อเป็นตัวชี้บ่ง และสื่อสารรายละเอียดสินค้า ดึงดูดผู้บริโภค ให้แสดงถึงภาพลักษณ์
3. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเอื้อประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัย ประหยัดและมีประสิทธิภาพ
4. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยใช้ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะ เช่น มีเอกลักษณ์ลักษณะพิเศษที่ดึงดูดและสร้างการจดจำ ตลอดจนเข้าถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
5. ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์
6. รักษาคุณภาพ และปกป้องตัวสินค้าเริ่มตั้งแต่การขนส่ง การเก็บให้ผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมิให้เสียหาย
7. ให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่ง การจัดเก็บมีความรวดเร็วในการขนส่ง เพราะสามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้
8. ส่งเสริมทางด้านการตลาด บรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องจะทำหน้าที่บอกกล่าวสิ่งต่าง ๆ ของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้าและนอกจากนั้นจะต้องมีรูปลักษณ์ที่สวยงามสะดุดตาเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการทำหน้าที่ดังกล่าวของบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นเสมือนพนักงานขายที่ไร้เสียง (Silent Salesman)

หน้าที่และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์

1. คุ้มครองป้องกันตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ให้สินค้าเสียรูปแตกหักไหลซึม
2. รักษาคุณภาพอาหาร เช่น ป้องกันอากาศซึมผ่าน ป้องกันแสง และป้องกันความชื้น เป็นต้น
3. เป็นฉลากแสดงข้อมูลรายละเอียดของสินค้า เช่น เครื่องหมายการค้า ข้อมูลส่วนผสม และแหล่งผลิต เป็นต้น
4. สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า
5. เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดวางขนส่งและจัดแสดง
6. เป็นการส่งเสริมการขายและเพิ่มยอดขาย

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ด้านการตลาด(Marketing Functions)



1. หน้าที่ส่งเสริมการขาย
2. หน้าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม
3. หน้าที่ให้ความถูกต้อง รวดเร็วในการขาย
4. หน้าที่รักษาสิ่งแวดล้อม
5. หน้าที่ในการรณรงค์เรื่องต่าง ๆ เช่น กินของไทยใช้ของไทย ส่งเสริมการท่องเที่ยว

ลักษณะของการบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ขั้นที่หนึ่ง (Primary Packaging)



บรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง (Secondary Packaging)



บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping Packaging)



องค์ประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์

1. ชื่อสินค้า
2. ตราสินค้า
3. สัญลักษณ์ทางการค้า
4. รายละเอียดของสินค้า
5. รายละเอียดส่งเสริมการขาย

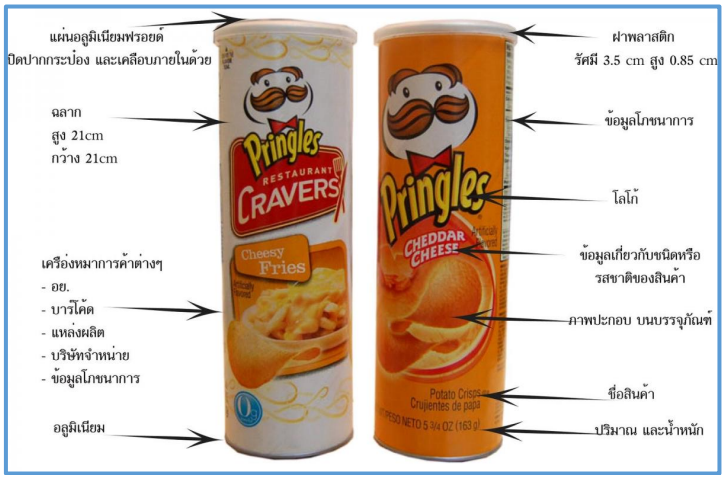
6. รูปภาพ

7. ส่วนประกอบของสินค้า

8. ปริมาตรหรือปริมาณ

9. ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย (ถ้ามี)

10. รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต และวันหมดอายุ เป็นต้น หลังจากที่มีการเก็บข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วจึงเริ่มกระบวนการออกแบบด้วยการเปลี่ยนข้อมูลที่ได้รับมาเป็นกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์



ข้อกำหนดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม ป้องกันสินค้าได้ตลอดอายุการวางขาย
2. รูปแบบกลมกลืนสอดคล้องกับสินค้า
3. ขนาดพอดีและสามารถรับน้ำหนักสินค้าได้
4. การขึ้นรูป การบรรจุ เปิด-ปิดสะดวก ไม่ยุ่งยาก

ข้อพิจารณาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ลักษณะของสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพประกอบด้วย ขนาด รูปทรง ปริมาตร ส่วนประกอบหรือส่วนผสม ของแข็ง ของเหลว
2. ตลาดเป้าหมาย ต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าเป้าหมายเพื่อจะได้เลือกบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดหรือกลุ่มลูกค้าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
3. วิธีจัดจำหน่าย การจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคย่อมต้องการบรรจุภัณฑ์ลักษณะหนึ่ง
4. การขนส่ง มีหลายวิธี และใช้พาหนะต่างกัน รวมทั้งระยะในการขนส่ง ความทนทาน และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์
5. การเก็บรักษา การเลือกบรรจุภัณฑ์จะต้องพิจารณาถึงวิธีการเก็บรักษา สภาพของสถานที่เก็บรักษา รวมทั้งวิธีการ เคลื่อนย้ายในสถานที่เก็บรักษาด้วย
6. ลักษณะการนำไปใช้งาน ต้องนำไปใช้งานได้สะดวกเพื่อประหยัดเวลา แรงงาน และค่าใช้จ่าย

7. ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่จะต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมาก และต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อยอดขาย หรือความสูญเสียค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
8. ปัญหาด้านกฎหมาย บทบัญญัติด้านกฎหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ปรากฏชัดเจน คือ กฎระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับฉลากการออกแบบกราฟิกของผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามข้อบังคับ

วัสดุกันกระแทก

วัสดุกันกระแทก ที่นิยมใช้กันอยู่ในปัจจุบัน เพื่อใส่ลงไปใน กล่องไปรษณีย์ กล่องใส่เอกสาร หรือบรรจุภัณฑ์ใส่อาหาร ต่างๆ มีหลากหลายชนิด และแต่ละชนิดมีข้อดีข้อด้อย และมีคุณสมบัติที่เหมาะสำหรับการใช้งานแตกต่างกัน ดังนี้

1. แผ่นกระดาษลูกฟูก (Cardboard)

กระดาษลูกฟูก มีสองลักษณะคือ เป็นแผ่นกระดาษลูกฟูก และม้วนกระดาษลูกฟูก ทั้ง 2 ลักษณะทำหน้าที่เป็นแผ่นรองสินค้า ห่อหุ้มสินค้า หรือกั้นตัวสินค้าที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์ เช่น แบ่งช่องของกล่องบรรจุเครื่องแก้ว เช่น ใช้ห่อหุ้มชิ้นส่วน ของเฟอร์นิเจอร์หรือชิ้นส่วนของเครื่องจักร




2. โฟมพอลิสไตรีน (PS Foam)

โฟมพอลิสไตรีน มีคุณสมบัติที่ป้องกันการกระแทกได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างการนำโฟมพอลิสไตรีนมาใช้งาน ได้แก่ การนำโฟมชนิดขึ้นรูปจากแม่แบบใช้กับพวกเครื่องแก้ว เซรามิก อุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความประณีต ชนิดชิ้นเล็กๆ




3. แผ่นพลาสติกอัดอากาศ (Air Bubble Cushion)

บรรจุภัณฑ์พลาสติก ที่ทำมาจากแผ่นพลาสติกอัดอากาศ ทำจากแผ่นฟิล์มพอลิเอทิลีน 2 แผ่น ประกบกัน โดยทำให้เกิดที่กันอากาศเล็กๆ เกิดขึ้นระหว่างแผ่น ใช้ในการห่อหุ้มสินค้าชิ้นเล็กๆ อย่างเช่น เซรามิก หัตถกรรม หรือที่เราคุ้นเคย เช่น ใช้ห่อหุ้มตู้เย็น เพื่อป้องกันแรงกระแทกระหว่างขนส่ง





4. ฝอยไม้

การใช้ฝอยไม้เป็นวัสดุกันกระแทกแทนเยื่อกระดาษขึ้นรูป (Pulp Mold) ในอดีตมีให้เราเห็นได้บ่อยๆ กับสินค้าประเภท ผัก ผลไม้ หรือสินค้าอุตสาหกรรมหลายประเภท แต่ปัจจุบันไม่นิยมใช้ในสินค้าอุตสาหกรรมผักและผลไม้ เนื่องจากป้องกันปัญหาปนเปื้อน แต่ยังนิยมใช้กับสินค้าประเภทของขวัญ หรือสินค้าที่แสดงถึงความมีคุณค่าสูง เช่น หินแกะสลักขนาดเล็ก หรืองานฝีมือพวกเซรามิก เพราะเป็นวัสุดกันกระแทกที่ได้จากธรรมชาติ





5. ฝอยกระดาษ

ฝอยกระดาษ เป็นวัสดุกันกระแทกที่หาได้ง่ายราคาถูก แต่มีข้อด้อยคือ ดูดซับความชื้นในอากาศได้ง่าย มีการปนเปื้อนของฝุ่นละอองและไม่สะอาด ทำให้ไม่นิยมใช้ในงานอุตสาหกรรมหรืออาหารเป็นเภทผักหรือผลไม้ แต่จะใช้งานประเภทเดียวกับฝอยไม้ คือเป็นสินค้าประเภทงานฝีมือ หินแกะสลักขนาดเล็ก และเฟอร์นิเจอร์ของแตกแต่งชิ้นเล็กๆ



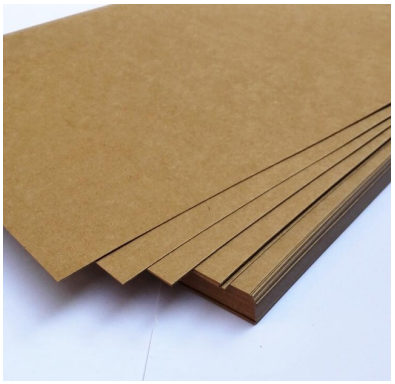


6. กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper)

กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper) คือ กระดาษที่ผลิตมาจากเยื่อเคมี (Chemical Pulp) จากกระบวนการคราฟท์ (Kraft Process) เป็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อแปรสภาพจากเนื้อไม้มาเป็นเยื่อกระดาษไม้

(Wood Pulp) วิธีการนั้นจะใช้ทั้งสารเคมี และความร้อนเพื่อทำการแยกเยื่อไม้ เราเรียกวิธีการนี้ว่าการกระบวนการคราฟท์ ซึ่งจะทำให้ได้กระดาษที่มีความแข็งแรง คงทน และมีความเหนียวสูง จึงถูกนิยมนำมาใช้เพื่อห่อหุ้มสิ่งของ ช่วยสำหรับการกันกระแทกได้ดีเช่นเดียวกัน





เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์ Packaging Design

ข้อกำหนดในการออกแบบโครงการบรรจุภัณฑ์

1. ชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม ป้องกันสินค้าได้ตลอดอายุ การวางขาย
2. รูปแบบกลมกลืนสอดคล้องกับสินค้า
3. ขนาดพอดีและสามารถรับน้ำหนักสินค้าได้
4. การขึ้นรูป การบรรจุ เปิด-ปิดสะดวก ไม่ยุ่งยาก
5.



ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ในการบรรลุวัตถุประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์สองข้อคือ

1. การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
2. การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

















การออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบและการจัดวางรูปประกอบตัวอักษร ลวดลาย ถ้อยคำ เครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์ทางการค้า โดยใช้หลักวิชาการทางศิลปะ การจัดภาพองค์ประกอบศิลป์เพื่อให้ผลงานมีความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

















การออกแบบตราสินค้า (LOGO)

กำหนดชื่อตราสินค้า (Brand)

ตราสินค้าใช้เป็นชื่อหรือเครื่องหมายสำหรับการเรียกขานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะต้องทำการกำหนดชื่อตราสินค้าให้เรียบร้อยก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดให้ชื่อตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ ชัดเจน น่าสนใจ ที่สำคัญจะต้องเป็นที่จดจำได้ง่ายแก่ผู้บริโภคตราสินค้าที่ดีนั้นสามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้ คือตั้งตามชื่อเจ้าของกิจการ ตั้งตามความเชื่ออันเป็นมงคล ตั้งตามแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ หรือตั้งโดยการผสมคำที่มีความหมายให้เกิดเป็นคำใหม่ที่มีเอกลักษณ์

ลักษณะที่ดีของตราสินค้าที่ดี

1. สั้น กะทัดรัด จดจำได้ง่าย ออกเสียงได้ง่ายมีความโดดเด่นเป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัวแปลเป็นภาษาต่างประเทศได้ง่ายมีความหมายที่เหมาะสม
2. สามารถบอกถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์
3. สอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนาธรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ต้องไม่ซ้ำกับของเดิมที่มีอยู่



สีสันและกราฟฟิค

สีสันและกราฟฟิคนี้คือการรวมของการใช้สัญลักษณ์ ตัวอักษร ภาพประกอบ ลวดลายและพื้นผิว ซึ่งส่วนประกอบทั้งหมดสามารถบ่งบอกถึงชื่อตราสินค้า ลักษณะผลิตภัณฑ์ ที่บรรจุอยู่ภายในได้และสามารถแสดงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย



ความหมายของสีม่วง : ความหรูหรา ลึกลับ สง่างาม ความรักแบบลุ่มหลง โรแมนติก มีสเน่ห์ ร่ำรวย เหมาะกับธุรกิจที่เกี่ยวกับผู้หญิง เครื่องสำอาง น้ำหอม และเครื่องประดับ ตัวอย่างการออกแบบโลโก้ แบรนด์สินค้า ที่ใช้สีม่วง เช่น Yahoo การบินไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ศรีจันทร์ Cutepress ฯ



ความหมายของสีชมพู : ความอ่อนโยน บอบบาง หญิงสาว รักแรกพบ อ่อนไหว น่าเอ็นดูน่าทะนุถนอม เหมาะกับธุรกิจที่เกี่ยวกับผู้หญิง เครื่องสำอาง สกินแคร์ น้ำหอม และร้านเสื้อผ้า ตัวอย่างการออกแบบโลโก้ แบรนด์สินค้า ที่ใช้สีชมพู เช่น Etude Yayoi Daiso ธนาคารออมสิน ฯ



ความหมายของสีแดง : ความกล้าหาญ มีพลัง ความรักแบบร้อนแรง อันตราย ตื่นเต้น ความเร็ว ผู้นำ สีแดงนั้นเป็นสีที่โดดเด่นและดึงดูดการมองเห็นได้ดีที่สุด เป็นสีที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการปลุกเร้าภายในได้ดี เราจึงมักเห็นป้าย Sale หรือป้ายเตือนภัยต่าง ๆ ออกมาเป็นสีแดงเพราะเป็นสีแรกที่คนส่วนใหญ่จะมองเห็น เหมาะกับธุรกิจประเภทอาหาร ร้านอาหาร อุปกรณ์กีฬา เทคโนโลยี ตัวอย่างการออกแบบโลโก้ แบรนด์สินค้า ที่ใช้สีแดง เช่น Central PizzaHut KFC Kitkat ฯ



เราจึงมักเห็นสีส้มได้ในทั้งธุรกิจที่เกี่ยวกับอาหาร สุขภาพ และเทคโนโลยีต่าง ๆ ตัวอสีส้มนั้นเป็นสีที่คาบเกี่ยวระหว่างสีเหลืองและสีแดง เป็นสีที่รู้สึกถึงความเป็นเพื่อนความไว้เนื้อเชื่อใจได้ เป็นกันเอง อีกนัยนึงคือรู้สึกถึงความมีพลังงานเช่นกัน ย่างการออกแบบโลโก้ แบรนด์สินค้า ที่ใช้สีส้ม เช่น Shopee CAt ThaiSmile Kerry ฯ



สีเหลืองเป็นสีที่ได้รับความนิยมในการนำไปใช้ในการออกแบบเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นสีที่จับคู่ได้ง่าย มีลูกเล่น และเป็นสีที่สะดุดตารองลงมาจากสีแดง เราสามารถเห็นสีเหลืองได้กับแทบทุกธุรกิจ ทุกผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างการออกแบบโลโก้ แบรนด์สินค้า ที่ใช้สีเหลือง เช่น Mcdonald สายการบินนกแอร์ Mr.D.I.Y ฯ



ความหมายของสีเขียว : ความอุดมสมบูรณ์ ธรรมชาติ เติบโต สดชื่น สุขภาพดี ปลอดภัย ในช่วงปีหลัง ๆ นี้สีเขียวกลับมาได้รับความนิยมใช้ในการออกแบบเป็นอย่างมากเนื่องจากตัวสีเขียวเองสามารถสื่อถึงความเป็นธรรมชาติและสุขภาพได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้สีเขียวเองยังเป็นสีที่มีหลายโทนทั้งสีเข้มและสีอ่อนที่ให้อารมณ์ที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก จึงตอบโจทย์กับธุรกิจได้หลายประเภท ทั้งสินค้าออร์แกนิค ร้านอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องดื่ม ตัวอย่างการออกแบบโลโก้ แบรนด์สินค้า ที่ใช้สีเขียว เช่น Starbuck Amazon Grab ธนาคารกสิกรไทย ฯ



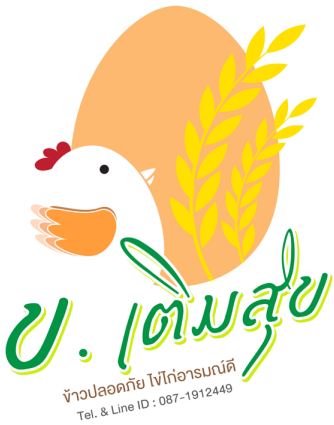
ความหมายของฟ้า – น้ำเงิน : ปลอดภัย มั่นคง สงบ น่าเชื่อถือ พึ่งพาได้ ราบรื่น สบายโทนสีฟ้าและสีน้ำเงินนั้นเป็นสีที่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพและสามารถพึ่งพาได้ เป็นสีโทนกลาง ๆ ที่สามารถใช้ได้กับแทบทุกผลิตภัณฑ์และได้รับความนิยมในการออกแบบอยู่เสมอ ตัวอย่างการออกแบบโลโก้ แบรนด์สินค้า ที่ใช้สีฟ้า-น้ำเงิน เช่น Samsung Unilever Boots Advice ธนาคารกรุงไทย ฯ



ความหมายของสีดำ : ความนิ่ง ลึก ความเป็นผู้ใหญ่ มั่นคง หนักแน่น ความเป็นทางการเรามักเห็นสีดำในแบรนด์ที่ระดับ Hi-end เพราะสีดำนั้นเป็นสีที่ไม่โดดเด่น ดังนั้นแบรนด์ที่จะเลือกใช้สีดำเป็นสีหลักนั้นต้องใช้องค์ประกอบอื่น ๆ เข้ามาช่วยเช่น ลายเส้น หรือ texture ที่ทำให้สีดำนั้นไม่เรียบจนเกินไป ไม่กลืนไปกับสิ่งอื่น ๆ ทั้งนี้ สีดำก็เป็นอีกสีที่ไม่เหมาะกับธุรกิจประเภทอาหารสักเท่าไหร่ ตัวอย่างการออกแบบโลโก้ แบรนด์สินค้า ที่ใช้สีดำ เช่น Loreal Banana ฯ

ตัวอย่างตราสินค้า (LOGO) ผลิตภัณฑ์ชุมชน




ข. เติมสุข
ข้าวปลอดภัย ไข่ไก่อารมณ์ดี
Tel. & Line ID : 087-1912449


พัฐดาวรรณ
ลูกปัดเนรมิต


NITCHA
Real Jade


ALONGKORN FARM
Milk Icecream 100%


เทพไบลาน
Tap Bailan

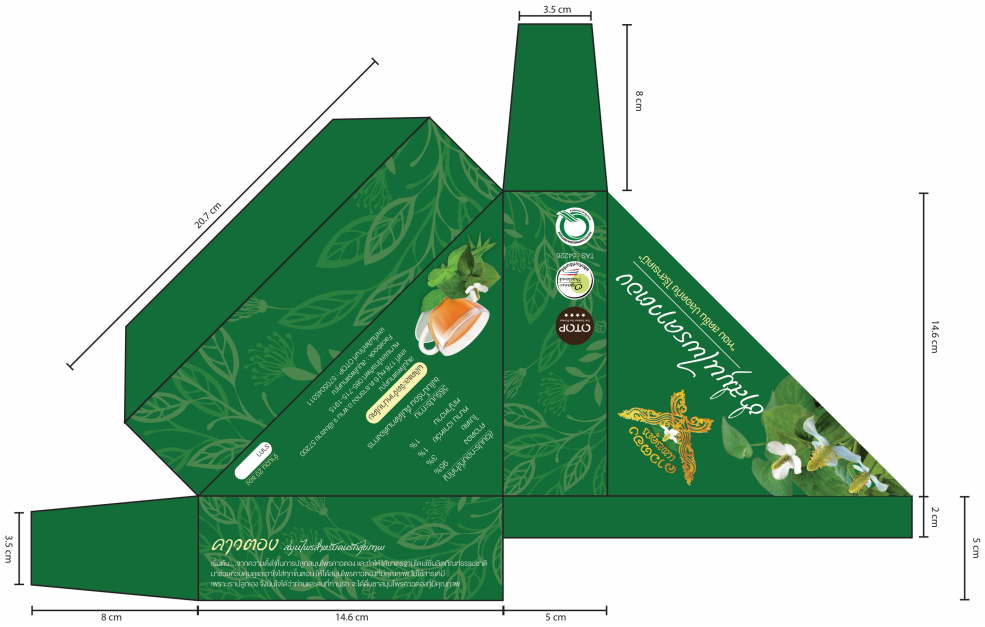

สาราญไข่เค็มใบเตย

ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ (Packaging)






Coconut Oil
KING COCO
ORGANIC RAW UNREFINED
EXTRA VIRGIN
Coconut Oil
USDA ORGANIC
Cold processed by
Centrifugal extraction
น้ำมันมะพร้าวธรรมชาติออร์แกนิค (สกัดเย็น)
Made from organically grown coconuts in THAILAND
250 ml
KING COCO
ORGANIC RAW UNREFINED
Extra Virgin Coconut oil
คิง โคโค่ น้ำมันมะพร้าวธรรมชาติออร์แกนิค 100%
Take 1 to 4 tbsp. daily before or with meal. / รับประทาน 1 - 4 ช้อนโต๊ะ ก่อนหรือพร้อมมื้ออาหาร
Use as cooking oil (savory & dessert) / ใช้ประกอบอาหารทางการแพทย์เครื่องเทศ
Ideal for hair & skin moisturizing / เหมาะสำหรับทุกๆ ผู้ที่ต้องการผิวและเส้นผม
Best for Oil Pulling therapy / ใช้ทำออยพูลลิ่ง (กลั้วปากด้วยน้ำมัน)
ดูดซึมไปถึงจุดประโยชน์อย่างรวดเร็ว กรดไขมันชั้นปานกลาง
ENJOY SUPERIOR NUTRITIONAL BENEFITS OF MCFAs
ส่วนประกอบ :
น้ำมันมะพร้าวธรรมชาติ 100%
น้ำมันมะพร้าวเป็นของเหลวที่อุณหภูมิต่ำกว่า 25 องศาเซลเซียส
Ingredients :
100% Extra Virgin coconut oil.*
*Organic ingredient
Oil will solidify at temperatures below 25°C
Nutrition Information / ข้อมูลโภชนาการ
Serving Size / ปริมาณต่อ 1 ครั้งบริโภค 15 ml
Nutrition Amount per Serving
Total Energy / พลังงานทั้งหมด 150
Energy from Fat / พลังงานจากไขมัน 150
Total Fat / ไขมันทั้งหมด 14 g 22%
Saturated Fat ไขมันอิ่มตัว 13 g 65%
Trans Fat ไขมันทรานส์ 0 g
Cholesterol คอเลสเตอรอล 0 mg
Sodium โซเดียม 0 mg 0%
Total Carbohydrate คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด 0 mg 0%
Dietary Fiber ใยอาหาร 0 mg 0%
Sugars น้ำตาล 0%
Protein โปรตีน 0 g
Vitamin A 0% Vitamin B1 0% Iron 0%
Vitamin B2 0% Calcium 0%
*Percent Daily Values recommended are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values May be higher or lower depending on your calorie needs
bioagricert
Certified organic
by Bioagricert s.r.l.
TH BIO 132 196U
info@bioagricert.org
70-2-01450-6-0065
THE ISLAMIC COMMITTEE OFFICE OF THAILAND
CICT.HL 73 K437 001 11 62
Distributed by Berich Beverage Limited Partnership
95 Moo 12 Bandu Muang ChiangRai 57100
Phone : 06 4645 6328
E-Mail : berich.bev@gmail.com
Manufactured by
Earth Born Co.,Ltd.
800 Moo 2 Jampasta-Wat Pleng
Ratchaburi 70170


3.5 cm
8 cm
20.7 cm
14.6 cm
2 cm
5 cm
3.5 cm
8 cm
14.6 cm
5 cm
TAS 14328
ดาวตอง
สมุนไพรศักดิ์สิทธิ์แห่งสุขภาพ


ชาสมุนไพรคาวตอง
แทนคุณ
ส่วนประกอบที่สำคัญ
คาวตอง 95%
ใบเตย 3%
หนาม เฉาหอย 1%
หญ้าหวาน 1%
วิธีรับประทาน
ชงในน้ำร้อน ดื่มได้ตามต้องการ
OTOP
ผลิตและจัดจำหน่ายโดย
กลุ่มแปรรูปสมุนไพรแทนคุณ
เลขที่ 178 หมู่ 6 ต.ร.ราชา
หมายเลขโทรศัพท์
Facebook : ชวนกิ
คาวตอง
ชาสมุนไพรคาวตอง
"หอม สดชื่น ปลอดภัย ไร้สารเคมี"


นครเชียงราย
Na-Korn Chiangrai
ตุ๊กตาชนเผ่า
ศูนย์การเรียนรู้ผู้สูงอายุ โซนที่ 1
เทศบาลนครเชียงราย
วัดดอยทอง ธาตุดอยทอง
ต.ในเวียง อ.เมืองเชียงราย จ.เชียงราย
“ตุ๊กตาชนเผ่า เป็นตุ๊กตาทำมือ
โดยกลุ่มผู้สูงอายุศูนย์การเรียนรู้ผู้สูงอายุ
โซนที่ 1 เทศบาลนครเชียงรายเป็นตัวแทน
ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่
ในพื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้ผู้สูงอายุโซนที่ 1
ซึ่งอยู่ร่วมกันด้วยความรัก ความสามัคคี
และร่วมแรงร่วมใจกันทำตุ๊กตาชนเผ่านี้ขึ้น
เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและครอบครัว”


นครเชียงราย
Na-Korn Chiangrai
ตุ๊กตาชนเผ่า

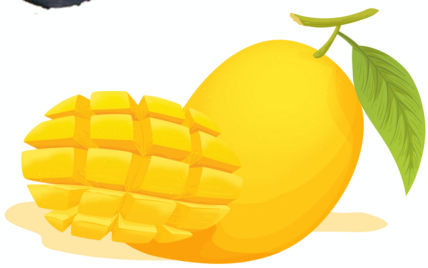

นครเชียงราย
Na-Korn Chiangrai
ตุ๊กตาชนเผ่า
ศูนย์การเรียนรู้ผู้สูงอายุ โซนที่ 1
เทศบาลนครเชียงราย
วัดดอยทอง ธาตุดอยทอง
ต.ในเวียง อ.เมืองเชียงราย จ.เชียงราย
“ตุ๊กตาชนเผ่า เป็นตุ๊กตาทำมือ
โดยกลุ่มผู้สูงอายุศูนย์การเรียนรู้ผู้สูงอายุ
โซนที่ 1 เทศบาลนครเชียงรายเป็นตัวแทน
ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่
ในพื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้ผู้สูงอายุโซนที่ 1
ซึ่งอยู่ร่วมกันด้วยความรัก ความสามัคคี
และร่วมแรงร่วมใจกันทำตุ๊กตาชนเผ่านี้ขึ้น
เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและครอบครัว”


ข้าวแรมฟืน
แม่คำสู่
MaeKhamLu
Kao Ram Feun
Lod Chong Khao Fuen
Thai dessert made with
simmered rice flour in coconut milk
น้ำหนักสุทธิ 179 กรัม
(Net weight 179 g.)
วิธีรับประทาน
1. เปิดฟิล์มพลาสติกออก
2. คนให้เข้ากันก่อนรับประทาน
ผู้ประกอบการ
ที่พักสู่ นาแห้ว
69 หมู่ 1 บ้านแห้วลาย
ตำบล 2 ส. แม่ทา อ.แม่ทา จ. ลำพูน
Tel. 064-606-3067


ข้าวแรมฟืน
แม่คำสู่
MaeKhamLu
Kao Ram Feun
Lod Chong Khao Fuen
Thai dessert made with
simmered rice flour in coconut milk
น้ำหนักสุทธิ 179 กรัม
(Net weight 179 g.)
วิธีรับประทาน
1. เปิดฟิล์มพลาสติกออก
2. คนให้เข้ากันก่อนรับประทาน
ผู้ประกอบการ
ที่พักสู่ นาแห้ว
69 หมู่ 1 บ้านแห้วลาย
ตำบล 2 ส. แม่ทา อ.แม่ทา จ. ลำพูน
Tel. 064-606-3067


ข้าวแรมฟืน
แม่คำสู่
MaeKhamLu
Kao Ram Feun
Lod Chong Khao Fuen
Thai dessert made with
simmered rice flour in coconut milk

VEERAPORN
วีราภรณ์



DRIED MANGO
มะม่วงแช่อิ่มอบแห้ง

Product of Thailand

น้ำหนักสุทธิ 200 กรัม
Net weight 200 g.

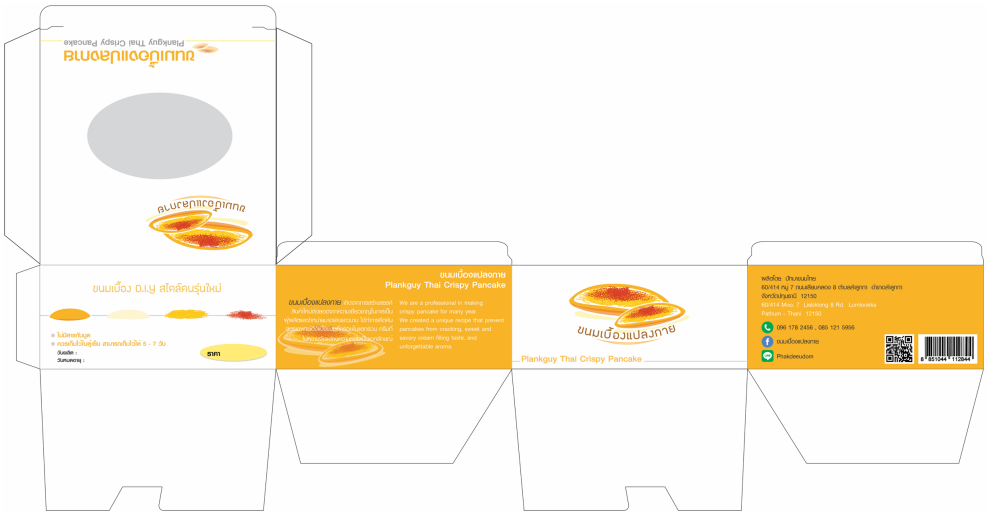
VEERAPORN
วีราภรณ์



DRIED MANGOSTEEN
มังคุดอบแห้ง

Product of Thailand

น้ำหนักสุทธิ 200 กรัม
Net weight 200 g.


ขนมเบื้องแปลงกาย
Plankguy Thai Crispy Pancake
ขนมเบื้อง อ.ย.ไ.ย สไตล์คันรุ่นใหม่
ขนมเบื้องแปลงกาย
Plankguy Thai Crispy Pancake
We are a professional in making crispy pancake for many year. We created a unique recipe that prevent pancakes from cracking, sweet and savory cream filling taste, and unforgettable aroma.
ขนมเบื้องแปลงกาย
Plankguy Thai Crispy Pancake


ขนมเบื้องแปลงกาย
Plankguy Thai Crispy Pancake
ขนมเบื้องแปลงกาย
Plankguy Thai Crispy Pancake
We are a professional in making crispy pancake for many year. We created a unique recipe that prevent pancakes from cracking, sweet and savory cream filling taste, and unforgettable aroma.
ขนมเบื้องแปลงกาย
Plankguy Thai Crispy Pancake


ปันสุข
น้ำสลัดเพื่อสุขภาพ
Bunny Baker
200 ml
ไม่ใส่น้ำมันเข้าข้าว 100%
75 บาท


ปันสุข
น้ำสลัดเพื่อสุขภาพ
Bunny Baker
200 ml
ไม่ใส่น้ำมันเข้าข้าว 100%
75 บาท


ปันสุข
น้ำสลัดเพื่อสุขภาพ
Bunny Baker
50 ml
25 บาท
ไม่ใส่น้ำมันเข้าข้าว 100%

ไร่ไม่จน

RAI MAI JON





4. การอบรมเชิงปฏิบัติการ “การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน” โดยวิทยากรจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ดร. อรวรรณ เชื้อเมืองพาน ร่วมกับอาจารย์วรรธนะรัตน์ไชยวงศ์และนายกวินวุฒิ สุทธนะ จากมทร.ล้านนา เชียงราย





1 ต้นทุนผลิตภัณฑ์



วัตถุดิบทางตรง Direct Material : DM เป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้า มีราคาในอัตราส่วนที่สูงต่อต้นทุนในการผลิต ที่กิจการอุตสาหกรรมนำมาประกอบให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปเพื่อนำออกจำหน่าย วัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในกระบวนการผลิตไม่ใช่วัตถุดิบทางตรงทั้งหมด วัตถุดิบที่มีต้นทุนเล็กน้อย และไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของสินค้า ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้จัดเป็นวัตถุดิบทางอ้อมและจะถูกนำไปรวมเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการผลิต

ค่าแรงงานทางตรง Direct Labor : DL เป็นค่าแรงงานที่จ่ายให้กับคนงานหรือพนักงานที่ทำหน้าที่ในกระบวนการผลิตสินค้าสำเร็จรูปโดยตรง ค่าแรงงานในโรงงานทั้งหมดไม่ถือเป็นค่าแรงงานทางตรง ค่าแรงงานในกระบวนการผลิตแต่ไม่ได้ทำการผลิตสินค้าโดยตรง จะถูกจัดประเภทเป็นค่าแรงงานทางอ้อมและจะถูกนำไปรวมเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการผลิต

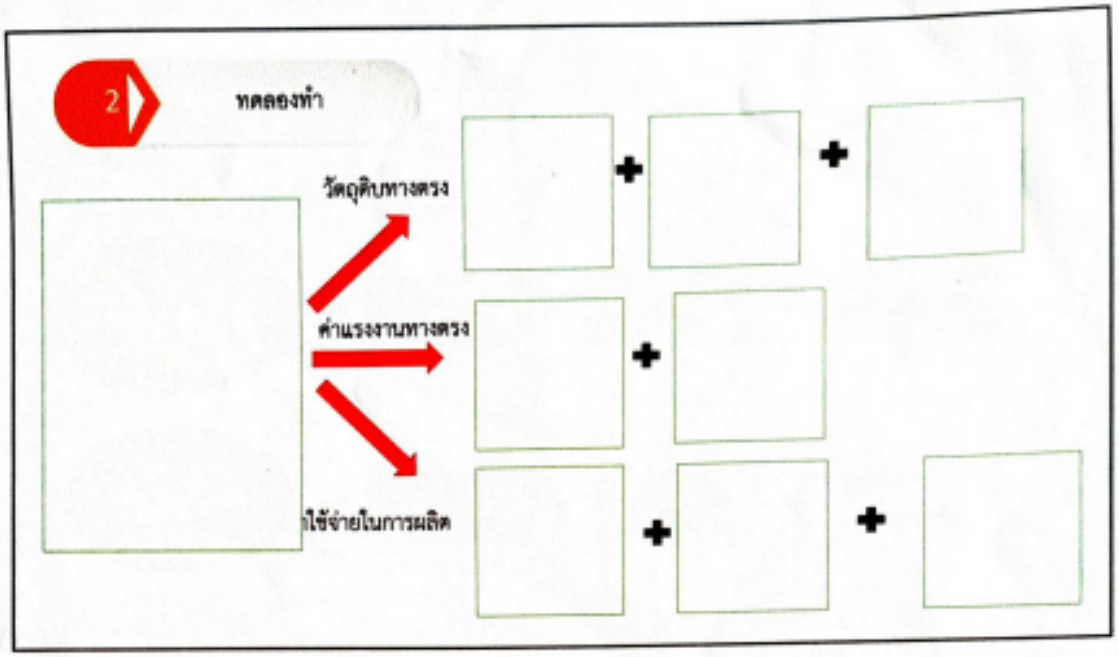
ค่าใช้จ่ายในการผลิต Overhead : OH เป็นค่าใช้จ่ายที่กิจการได้จ่ายไปในกระบวนการผลิตสินค้าสำเร็จรูป นอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง เช่น วัตถุดิบทางอ้อม ค่าแรงงานทางอ้อม วัสดุโรงงานใช้ไป ค่าสาธารณูปโภคโรงงาน ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษา ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์โรงงาน ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในโรงงาน



ส่วนประกอบต้นทุนผลิตภัณฑ์	กระเป๋าผักตบชวา	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย	รวมราคา	บาท
วัตถุดิบทางตรง	1. ผักตบชวาแห้ง	2	มัด	50	100	
	2. ด้ายไหมพรม(1กลุ่มทำได้ 4 ตอก)	1	กลุ่ม	70	70	
	3. ไส้ไก่หนัง	1	เส้น	0.5	0.5	170.5
ค่าแรงงานทางตรง	1. ค่าจักกระเป๋า 1 ใบ	3	ชม.	35	105	
	2. ค่าจ้างทำตอกไหมพรม	5	เส้น	5	25	130
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	1. กาว					
	2. ด้าย					
	3. ค่าไฟฟ้า					
	4. โพรศัพท์				10	10
				รวม	310.5	310.5

สรุป ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย

วัตถุดิบทางตรง	170.5	
ค่าแรงงานทางตรง	130	
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	10	
รวม	310.5	บาทต่อใบ



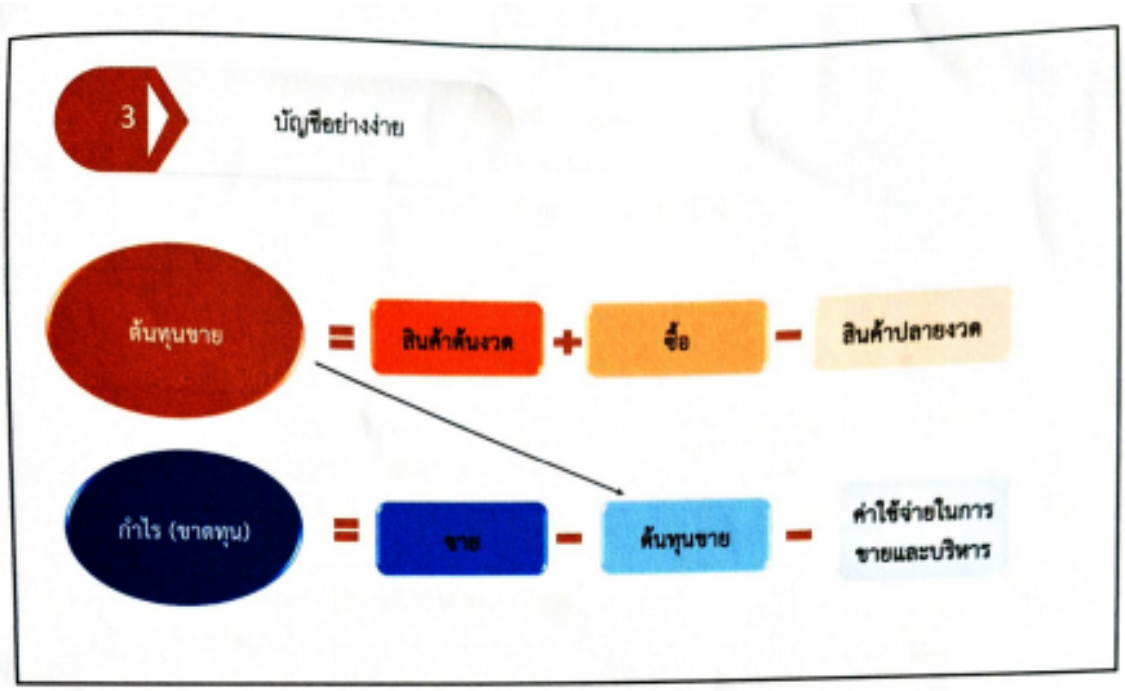
ส่วนประกอบต้นทุนผลิตภัณฑ์	.....	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย	รวมราคา	บาท
วัตถุดิบทางตรง						
ค่าแรงงานทางตรง						
ค่าใช้จ่ายในการผลิต						
				รวม		

สรุป ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต่อหน่วย วัตถุดิบทางตรง

ค่าแรงงานทางตรง

ค่าใช้จ่ายในการผลิต _____

รวม _____ บาทต่อหน่วย



รายการ	สินค้าต้นงวด	ขาย	ซื้อ(จ่าย)	สินค้าปลายงวด	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร
ยอดยกมา(สินค้าต้นงวด)					
1-ม.ค. ขายกระเป๋าได้เงิน 5,000 บาท		5,000.00			
2-ม.ค. ซื้อลักคบขวางเพิ่ง 3,000 บาท			3,000.00		
5-ม.ค. ซื้อด้ายไหมพรม 1,000 บาท			1,000.00		
ซื้อกาว 20 บาท			20.00		
ซื้อ โลโก้ 40 อันเป็นเงิน 20 บาท			20.00		
7-ม.ค. ซื้อด้าย 1 หลอด 60 บาท			60.00		
10-ม.ค. จ่ายค่าโฆษณา เฟสบุค 300 บาท					300.00
จ่ายค่าขนส่งในการขาย 200 บาท					200.00
15-ม.ค. ขายกระเป๋าได้เงิน 5,000 บาท		5,000.00			
30-ม.ค. จ่ายค่าแรงงาน			3,000.00		
31-ม.ค. ตรวจนับสินค้าและวัสดุคงเหลือ มีมูลค่า 1,021 บาท ประกอบด้วย				1,021.00	
กระเป๋า 2 ใบ ราคาต้นทุน (310.50*2) เป็นเงิน 621 บาท					
ด้ายไหมพรม (10 กลุ่ม*70บาท) เป็นเงิน 700 บาท					
โลโก้ 18 อัน*0.50 บาทเป็นเงิน 9 บาท					
รวม		10,000.00	7,100.00	1,021.00	500.00

งบกำไร (ขาดทุน)
กระเป๋าผักตบชวา
สำหรับเดือน สิ้นสุด 31 มกราคม 2564

			(บาท)
ขาย			10,000.00
ต้นทุนขาย:			
	สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	
	บวก ซื้อ(ต้นทุนขาย)	7,100.00	
	สินค้ามีไว้เพื่อขาย	7,100.00	
	หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	1,021.00	6,079.00
กำไรขั้นต้น			3,921.00
	หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		500.00
กำไร(ขาดทุน)			3,421.00

รายการ	สินค้าต้นงวด	ขาย	ซื้อ(จ่าย)	สินค้าปลายงวด	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร
ยอดยกมา(สินค้าต้นงวด) 2,000					
1-ม.ค. ขายกระเป๋าได้เป็น 25,000 บาท					
2-ม.ค. ซื้อผักตบชวามัด 13,000 บาท					
5-ม.ค. ซื้อด้ายไหมพรม 2,000 บาท					
ซื้อกาว 80 บาท					
ซื้อ ไม้ไผ่ 100 ต้นเป็นเงิน 50 บาท					
7-ม.ค. ซื้อด้าย 5 ขดเป็นเงิน150 บาท					
10-ม.ค. จ่ายค่าไฟผลา เฟสบุค 500 บาท					
จ่ายค่าขนส่งในการขาย 800 บาท					
15-ม.ค. ขายกระเป๋าได้เป็น 15,000 บาท					
จ่ายค่าแรงงานครั้งที่ 1 เป็นเงิน 6,000 บาท					
30-ม.ค. จ่ายค่าแรงงาน ครั้งที่ 2 เป็นเงิน 6,000 บาท					
31-ม.ค. ตรวจนับสินค้าและวัสดุคงเหลือ มีมูลค่า 1,952 บาท ประกอบด้วย					
กระเป๋า 7 ใบ ราคาต้นทุน (310.50*4) เป็นเงิน 1,242 บาท					
ด้ายไหมพรม (10 กลุ่ม*70บาท) เป็นเงิน 700 บาท					
ไม้ไผ่ 20 ต้น*0.50 บาทเป็นเงิน 10 บาท					
รวม	2,000.00	40,000.00	27,280.00	1,952.00	1,300.00

งบกำไร (ขาดทุน)

กระเป๋าผ้าคบขวา

สำหรับเดือน สิ้นสุด 31 มกราคม 2564

			(บาท)
ขาย			
ต้นทุนขาย:			
	สินค้าคงเหลือต้นงวด		
	บวก ซื้อ(ต้นทุนขาย)		
	สินค้ามีไว้เพื่อขาย		
	หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด		
กำไรขั้นต้น			
	หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		
กำไร(ขาดทุน)			11,372.00

Q&A

บทที่ 3 กระบวนการวิธีการผลิต/วิธีการดำเนินงาน

กำหนดการ อบรมเชิงปฏิบัติการด้านการพัฒนาอาชีพ
ภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ในเขตพื้นที่ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่

วันที่ ๑๑ – ๑๒ กันยายน ๒๕๖๔
ณ หอประชุมหมู่บ้าน บ้านเมืองอาง หมู่ ๙ ตำบลบ้านหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่
วันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๔

เวลา	**รายละเอียด**
๐๘.๐๐ - ๐๘.๓๐น.	ลงทะเบียน
๐๘.๓๐ - ๐๙.๐๐น.	พิธีเปิดโครงการ
๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐น.	- การอบรมเชิงปฏิบัติการ “การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน” โดยคุณขรินทร์ทิพย์ ศรีเมฆ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออนใต้ จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับอาจารย์วรรธนะรัตน์ ไชยวงศ์ และนายกวินวุฒิ สุทธนะ จากมทร.ล้านนา เชียงราย
๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
๑๓.๐๐ - ๑๘.๐๐น.	- ฝึกปฏิบัติการการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยคุณขรินทร์ทิพย์ ศรีเมฆ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออนใต้ จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับอาจารย์วรรธนะรัตน์ ไชยวงศ์ และนายกวินวุฒิ สุทธนะ จากมทร.ล้านนา เชียงราย

วันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๖๔

เวลา	**รายละเอียด**
๐๘.๐๐ - ๐๙.๐๐น.	ลงทะเบียน
๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐น.	- การอบรมเชิงปฏิบัติการ “ผลิตภัณฑ์ชุมชนกับการเริ่มต้นช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์” - การสร้างยอดขายด้วยการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ - เครื่องมือการทำตลาดออนไลน์ การสร้างเพจ Facebook, YouTube, Instagram, Tiktok โดยคุณขรินทร์ทิพย์ ศรีเมฆ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์ออนใต้ จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับอาจารย์วรรธนะรัตน์ ไชยวงศ์ และนายกวินวุฒิ สุทธนะ จากมทร.ล้านนา เชียงราย

๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐น. พักรับประทานอาหารกลางวัน

๑๓.๐๐ - ๑๘.๐๐น. - การอบรมเชิงปฏิบัติการ “การวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ชุมชน” โดยคุณขรินทร์ทิพย์ ศรีเมฆ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออนใต้ จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับอาจารย์วรรธนะรัตน์ ไชยวงศ์ และนายกวินวุฒิ สุทธนะ จากมทร.ล้านนา เชียงราย

รูปแบบการดำเนินงาน

1.การประชุมวางแผนการทำงาน แบ่งหน้าที่รับผิดชอบ

2.การลงพื้นที่เก็บข้อมูล

3.การวิเคราะห์ข้อมูล (Swot)

4.การมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน

บทที่ 4
สรุป

การจัดอบรมครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมการอบรมทั้งสิ้น 50 คน และมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 50 คน โดยผู้เข้าร่วมได้กรอกแบบประเมินความพึงพอใจและแสดงความคิดเห็น สามารถ สรุปได้ ดังนี้

1. ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการฝึกอบรม จากการหาค่าเฉลี่ย ระดับคะแนนเต็ม 5 สรุปได้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์และแจ้งข้อมูลการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ย4.8 อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก, ด้านการต้อนรับและอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 58% อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และระยะเวลา จากการหาค่าเฉลี่ย ระดับคะนนเต็ม 5 สรุปได้ดังนี้ ความเหมาะสมของสถานที่จัดฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 74% อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก, ด้านความเหมาะสมของเครื่องมือ/อุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 56% อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก, ด้านความเหมาะสมของอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 56% อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก และด้าน ความเหมาะสมของระยะเวลาในการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ย อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก

3. ด้านวิทยากรและสื่อประกอบการฝึกอบรมโดยรวม จากการหาค่าเฉลี่ย ระดับคะแนนเต็ม 5 สรุปได้ดังนี้ ด้านความรู้ความสามารถของวิทยากรมากน้อยเพียงใด คิดเป็นร้อยละ 62% อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก, ด้านเทคนิคการถ่ายทอดความรู้ของวิทยากรมากน้อยเพียงใด คิดเป็นร้อยละ 62% อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก และด้าน การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมและแสดงความคิดเห็นมากน้อยเพียงใด คิดเป็นร้อยละ62% อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก

4. ด้านคุณภาพการฝึกอบรมโดยรวม จากการหาค่าเฉลี่ย ระดับคะแนนเต็ม 5 สรุป ได้ดังนี้ ด้านหัวข้อเรื่องและเนื้อหาของการฝึกอบรมเหมาะสมเพียงใด คิดเป็นร้อยละ 66% อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก, ด้านการได้รับความรู้ความเข้าใจจากการฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 64% อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก, ด้านการนำความรู้ไปใช้ใน

ชุมชน มีค่าเฉลี่ย อยู่ในเกณฑ์พึ่งพอใจมาก และการได้รับประโยชน์จากการฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 74 % อยู่ในเกณฑ์พึ่งพอใจมาก

จากผลการประเมินเมื่อพิจารณาในด้านคุณภาพการฝึกอบรมโดยรวมแสดงให้เห็นถึงการได้รับความรู้และความเข้าใจในด้าน หัวข้อเรื่องและเนื้อหาของการฝึกอบรม และการได้รับประโยชน์จากการฝึกอบรม ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการทำผ้าทอได้ และสามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะติชมในการอบรม

- ควรเพิ่มระยะเวลาในภาคปฏิบัติ

ผลที่ได้รับจากโครงการ/กิจกรรม

- กลุ่มสตรีมีการทำงานเป็นทีม มีผู้นำกลุ่มที่เขาเป้าหมายที่ตรงกัน
- ชุมชนได้นำความรู้จากการอบรมมาสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนในการส่งเสริมการ-
- ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สอดคล้องกับนโยบายของผู้นำชุมชน
- คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้นจาการที่ผลิตภัณฑ์ของชุมชนไม่เป็นที่รู้จัก หลังจากที่เป็นที่รู้จักมากขึ้น------
- ก่อให้เกิดรายได้มากขึ้นจากการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์
- ชุมชนมีความรู้มากขึ้นจากการส่งเสริมการให้ความรู้ด้านการคำนวณและแนวทางการลดต้นทุน และการพัฒนาช่องทางการตลาด อีกทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลากหลายอาชีพ

ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ

- การอบรมนี้สามารถนำไปต่อยอดความรู้ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอได้
- สามารถนำไปสร้างรายได้เสริม สามารถนำไปใช้อาชีพอื่นได้ด้วย
- เป็นการจัดกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้จริง
- วิทยากรพูดเข้าใจง่าย มีกิจกรรมให้เล่น ทำให้ไม่น่าเบื่อ
- เป็นประโยชน์มากที่มีการสอน และได้ปฏิบัติจริง ทำให้เราสามารถสอบถามวิทยากรได้ ในส่วนที่เราไม่เข้าใจ
- เป็นที่สนใจของชาวบ้านมานานแล้ว แต่ไม่มีโครงไหนจัดกิจกรรมในรูปแบบนี้
- อยากให้มีการจัดอบรมที่มีประโยชน์แบบนี้ต่อไป

ปัญหา/อุปสรรค	แนวทางพัฒนาการดำเนินการ

การเดินทางไปยังสถานที่จัดการอบรมค่อนข้างลำบาก เนื่องจากเป็นพื้นที่บนดอยเส้นทางจึงไม่ค่อยสะดวก ชาวบ้านไม่ค่อยมีเวลาตรงกับวันจัดกิจกรรม ไม่มีผู้นำกลุ่มสตรีที่สามารถประสานงานกับเราได้	เปลี่ยนสถานที่จัดการอบรมที่สะดวกในการเดินทาง เปลี่ยนวันเวลาให้ตรงกับชาวบ้านเป็นหลัก ประสานงานกับผู้นำชุมชนและจัดผู้นำกลุ่มสตรีที่สามรถปรพสานกับเราได้

ปัญหา/อุปสรรคและแนวทางพัฒนาการดำเนินโครงการ/กิจกรรมครั้งต่อไป

ภาคผนวก

วันที่ 11 กันยายน 2564

1. กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน”









2. สาธิตและฝึกปฏิบัติการการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน





















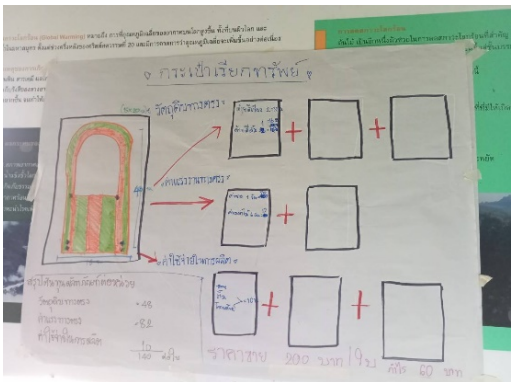


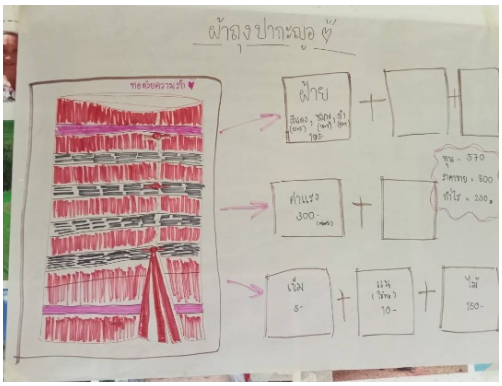


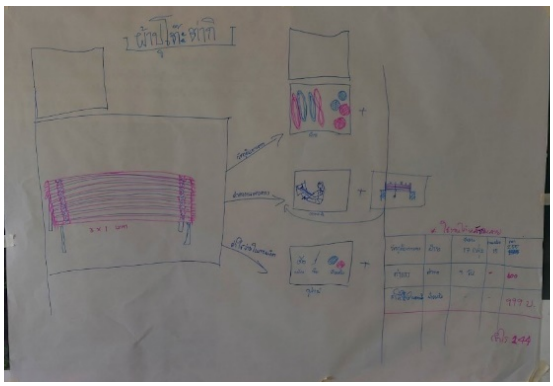


วันที่ 12 กันยายน 2564

1. กิจกรรมการคำนวณต้นทุน/กำไรและการกำหนดราคาขาย

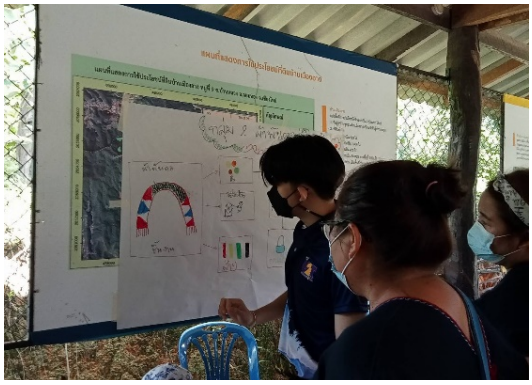
















2. กิจกรรมระดมความคิดออกแบบโลโก้ชุมชน โลโก้ผ้าทอ และออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ทันสมัย





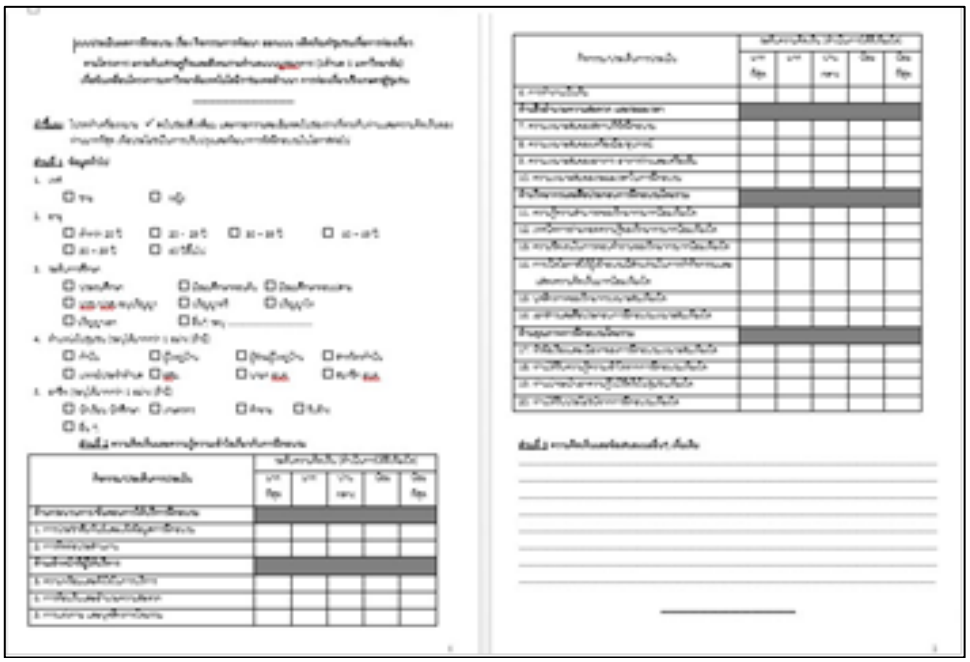








- แบบสอบถาม



ประวัติผู้จัดทำ

1. ชื่อ-นามสกุล นางสาวอนิลลักษณ์ ศุภลักษณ์พิทักษ์ (ตำแหน่ง บัณฑิตจบใหม่)

   Email ning5874@gmail.com

   เบอร์โทร 0979755874

   จบการศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ คณะศิลปศาสตร์ สาขา พัฒนาการท่องเที่ยว

   ที่อยู่ 61/5 ม.17 ต.บ้านหลวง อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่ 50160

2. ชื่อ-นามสกุล พัชรินทร์ ดำรงอนุรักษ์ (ตำแหน่ง บัณฑิตจบใหม่)

   Email Phatcharin.DK@gmail.com

   เบอร์โทร 091-9155845

   จบการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม

   ที่อยู่ 91 ม.9 ต.บ้านหลง อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่ 50160

3. ชื่อ นางสาว วันเพ็ญ อนุรักษ์ไพรดี (ตำแหน่ง นักศึกษา)

   Email gg870011@gmail.com

   เบอร์ โทรศัพท์ 0611202693

   กำลังศึกษาระดับ ปวส 2 แผนกการโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงราย

   ที่อยู่ 246 หมู่ 6 ตำบล สบเมย อำเภอ สบเมยจังหวัดแม่ฮ่องสอน

4. ชื่อ นางสาว อาทิตยา จินใจ (ตำแหน่ง นักศึกษา)

Email Ploy311042arthittaya@gmail.com

เบอร์ 0903174936

กำลังศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ระดับป.ตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด

ที่อยู่ 257 หมู่10 ต.บ้านหลวง อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่ 50160

รายชื่อวิทยากร

1. คุณฉัตรรุ่ง ประกอบไวทยกิจ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ออนใต้ จังหวัดเชียงใหม่
2. อาจารย์วรรธนะรัตน์ ไชยวงศ์ (จากมทร.ล้านนา เชียงราย)
3. นายกวินวุฒิ สุทธนะ (จากมทร.ล้านนา เชียงราย)
4. ดร. อรวรรณ เชื้อเมืองพาน (จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)