Template Topic

1.ที่มาของโครงการ

2.Model การดำเนินงานของโครงการ

3.ผลการดำเนินงานจากโมเดล

    1.ร้อยละของผลสำเร็จของโมเดล

    2.ร้อยละของการเบิกจ่ายงบประมาณ

4.พื้นที่ดำเนินงาน

5.กิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

6.จุดเด่น ปัญหา และแนวทางการแก้ไขปัญหาของโครงการ

7.บูรณาการความร่วมมือ (Timeline)

8.รูปภาพกิจกรรมการดำเนินงาน

หมายเหตุ ข้อมูลเป็นเพียงตัวอย่างประกอบเท่านั้น ท่านสามารถเปลี่ยนแปลงเนื้อหาภายในได้ โดยยึดตามหัวข้อข้างต้น

โครงการยกระดับสินค้าชุมชน OTOP

ตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ในการพัฒนาท้องถิ่น

ที่มาของโครงการ

จากนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการประกอบธุรกิจและผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ โดยการสร้างให้เกิดการบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชนและพัฒนา SME สู่สากล ดังจะเห็นได้ว่า หนึ่งในวาระแห่งชาติของรัฐบาล ในยุทธศาสตร์จัดสรรงบประมาณ ปี 2562 และหนึ่งในเป้าหมายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

วัตถุประสงค์โครงการ (Outcomes)

1. เพื่อบูรณาการการทำงานร่วมระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯและผู้ประกอบการ
2. นำองค์ความรู้ เทคโนโลยี ผลงานวิจัยที่มีอยู่ในสถาบันและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่า และสามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

วัตถุประสงค์โครงการ (Outcomes)

1. ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น นวัตกรรมและเทคโนโลยี
2. ผู้ประกอบการได้รับการให้คำปรึกษาในการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
3. รายได้ของประชาชนที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ต่อปี
4. มีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากเดิม 1 ผลิตภัณฑ์

MODEL PROJECT

โครงการยกระดับสินค้าชุมชน OTOP

ตัวชี้วัด 1.12

จำนวนวิสาหกิจชุมชน หรือผู้ประกอบการใหม่ในพื้นที่บริการของ มรภ. ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนองค์ความรู้จาก มรภ.

คำอธิบาย

เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการใหม่ในพื้นที่บริการของ มรภ. ประสบความสำเร็จ ในการประกอบการส่งผลให้เกิดอาชีพ รายได้ และยกระดับเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่น

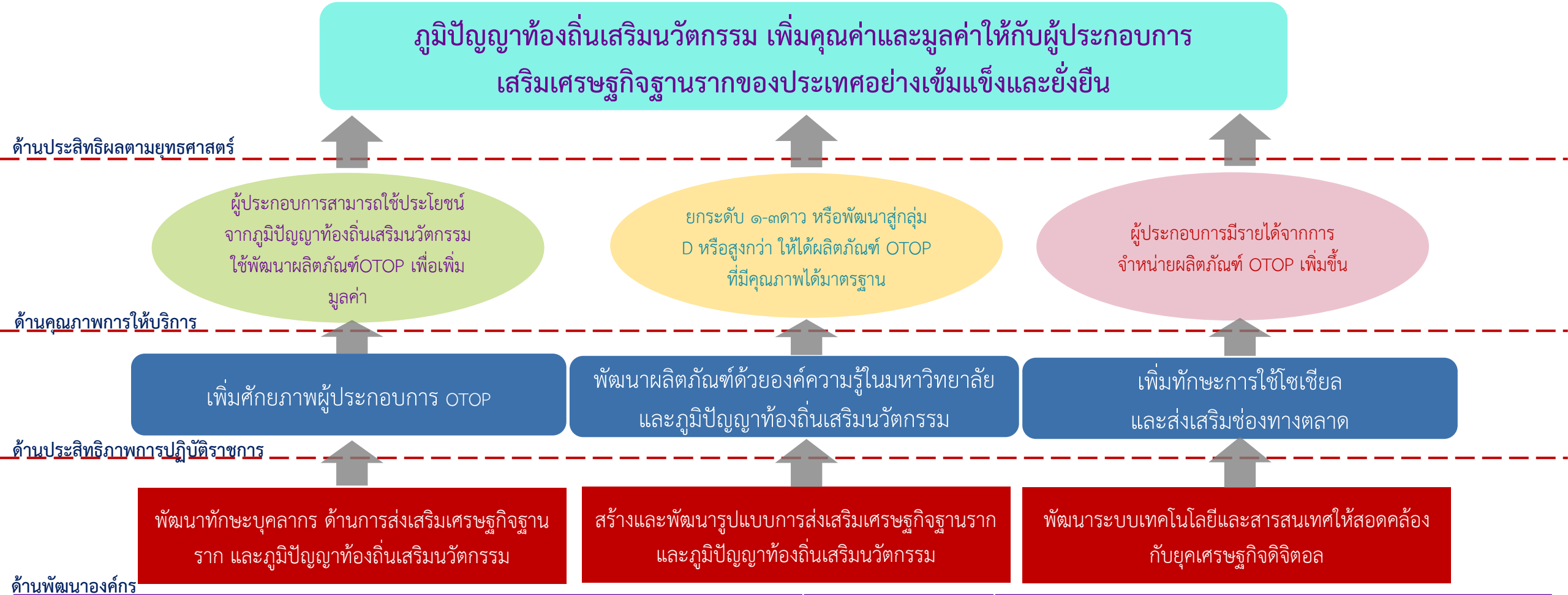
วิสาหกิจชุมชน หมายความถึง กลุ่มคนในพื้นที่บริการของ มรภ. ที่รวมตัวกันเพื่อประกอบกิจการ อย่างหนึ่งอย่างใด โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งอย่างชัดเจน ซึ่งได้รับองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาจาก มรภ.

ผู้ประกอบการใหม่ หมายความถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่ประกอบการในพื้นที่บริการของ มรภ. โดยเป็นการประกอบการธุรกิจ บริการใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งธุรกิจอย่างชัดเจน ซึ่งได้รับองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาจาก มรภ.

ประสบความสำเร็จ หมายความถึง วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งได้รับองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาจาก มรภ. ดำเนินการบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง หรือมีความก้าวหน้าในการดำเนินการ อย่างเป็นรูปธรรมในด้านรายได้ ผลประกอบการ ด้านการตลาด ด้านภาพลักษณ์ หรืออื่น ๆ ที่แสดงถึงความสำเร็จตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์หรือแผนงานตามที่กำหนด

การจัดเก็บข้อมูล

นับจำนวนวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการใหม่ ที่ประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม จากการได้รับองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาจาก มรภ.



ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย			
		2562	2563	2564	2565
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้ต่อรายผู้ประกอบการ	ร้อยละ	15	15	15	15
จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 1 – 3 ดาว หรือกลุ่มปรับตัวพัฒนาสู่กลุ่ม D หรือกลุ่ม C ได้รับการพัฒนายกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	8	12	12	12

VRU
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์

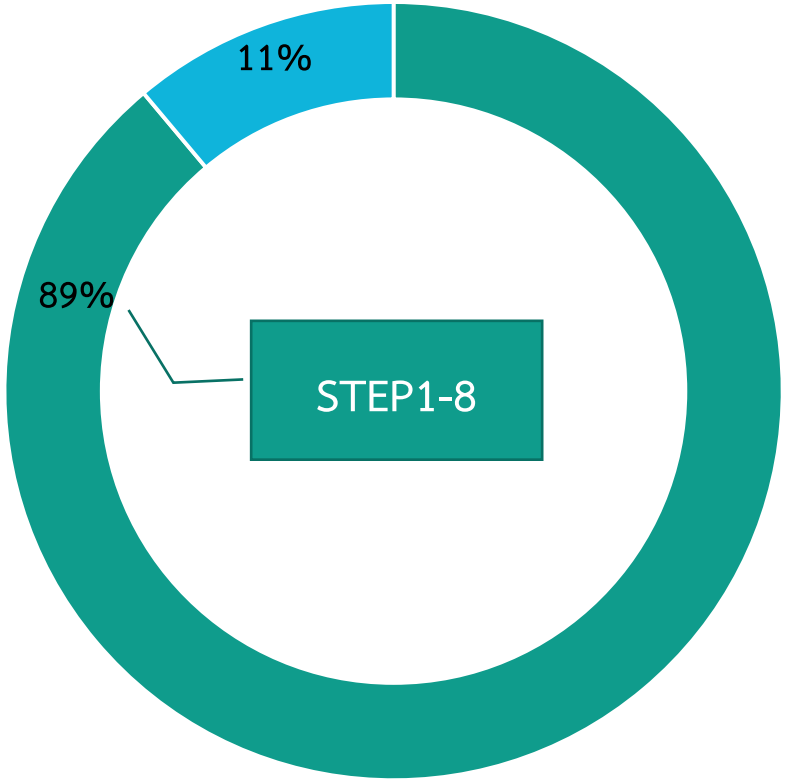
VRU BI
Valaya Alongkorn Rajabhat University
Business Incubator

โครงการตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
ยกระดับสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว)

ผลการดำเนินงานจากโมเดล

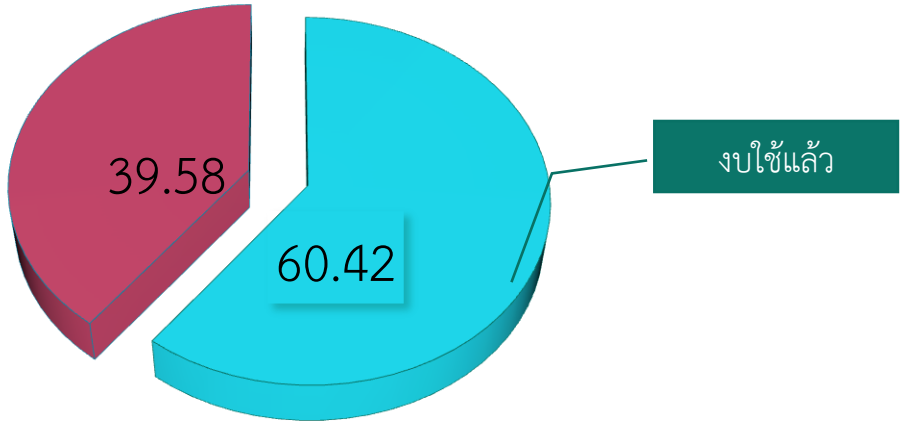
โครงการยกระดับสินค้าชุมชน OTOP

ร้อยละของผลสำเร็จของโมเดล



ณ วันที่ 5 มิถุนายน 2562

ร้อยละของการเบิกจ่ายงบประมาณ



งบประมาณที่ใช้ไป ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562

กิจกรรมที่	งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ	งบประมาณที่เบิกจ่าย	งบประมาณคงเหลือ	คิดเป็น %	หมายเหตุ
กิจกรรมที่ 1	378,480	162,616.67	215863.33	42.96	ดำเนินการเสร็จแล้ว
กิจกรรมที่ 2	378,480	174,599.60	203,880.40	46.13	ดำเนินการเสร็จแล้ว
กิจกรรมที่ 3	340,000	480,000	292,000	14.11	อยู่ในช่วงดำเนินการ
กิจกรรมที่ 4	340,000	50,980	289,020	14.99	อยู่ในช่วงดำเนินการ
กิจกรรมที่ 5	80,000	อยู่ในระหว่างดำเนินขออนุมัติโครงการ			
กิจกรรมที่ 6	76,800	อยู่ในระหว่างดำเนินขออนุมัติโครงการ			

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
หลักสูตรคหกรรมศาสตร์

พัฒนาผลิตภัณฑ์

อ.จุรีมาศ ดีอำมาตย์

โครงการตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
ยกระดับสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว)

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์

พัฒนาผลิตภัณฑ์

หลักสูตรวิทยาศาสตร์ศึกษา(ป.โท-ป.เอก)

รศ.ดร.ศศมล ผาสุข

โครงการตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
ยกระดับสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว)

คณะเทคโนโลยีการเกษตร
The Faculty of Agricultural Technology

พัฒนาผลิตภัณฑ์

ผศ.วัฒนี บุญวิทยา

ผศ.นันท์ปภัทร์ ทองคำ

อ.หรรษา เวียงวะลัย

อ.ภาสุรี ฤทธิเลิศ

อ.ดร.สุภณิดา พัฒธร

โครงการตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ยกระดับสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว)

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
Faculty of Industrial Technology
Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (วท.บ.)

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

อ.จุฑามาศ เถียรเวช อ.ดร.วุฒิชัย วิถาทานัง อ.วิศวรรธน์ พัชรวิชญ์ อ.ธนัง ชาญกิจชัญโญ

เหตุผล การคัดเลือกผู้ประกอบการ

ผลการดำเนินงาน

ศักยภาพของสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 จังหวัด

- ปทุมธานี จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์
- สระแก้ว จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์

เงื่อนไข

- ผู้ประกอบการอยู่ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว
- ผู้ประกอบการขึ้นทะเบียนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดที่ตนเองอาศัยแล้ว
- ผู้ประกอบการมีความต้องการาพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

โครงการยกระดับสินค้าชุมชน OTOP

พื้นที่ดำเนินการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ในดำเนินการในพื้นที่จำนวน .... จังหวัด

จังหวัดปทุมธานี

จังหวัดสระแก้ว

จังหวัดปทุมธานี

ชื่อผลิตภัณฑ์: น้ำพริกนรกปลาย่าง
ชื่อชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย อ.คลองหลวง

ชื่อผลิตภัณฑ์: ข้าวเกรียบกล้วยผสมแก้วมังกรแดง
ชื่อชุมชน กลุ่มเกษตรอินทรีย์สวนฟุ้งขรจ อ.หนองเสือ

ชื่อผลิตภัณฑ์: น้ำส้มคั่นผสมคอลลาเจน
ชื่อชุมชน น้ำส้มตะวันฉาย อ.คลองหลวง

ชื่อผลิตภัณฑ์: ไอศกรีมนมผสมเนื้อตาลสุก
ชื่อชุมชน วิสาหกิจชุมชนไอศกรีมและน้ำสมุนไพรครูแดง

จังหวัดสระแก้ว

ชื่อผลิตภัณฑ์: ขนมถ้วยฟูน้ำมะตูม
ชื่อชุมชน ถ้วยฟูบ้านมรกต อ.เมืองสระแก้ว

ชื่อผลิตภัณฑ์: ครีมเจลสารสกัดขมิ้นและมะขามป้อม
ชื่อชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรทับทิมสยาม05

ชื่อผลิตภัณฑ์: เครื่องดื่มน้ำถั่งเช่าผสมเม็ดบีดส์น้ำถั่งเช่าเข้มข้น
ชื่อชุมชน Cordy Pro อ.วัฒนานคร

ชื่อผลิตภัณฑ์: สครับผิวมะขาม
ชื่อชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปบ้านคลองชล อ. วังสมบูรณ์

กิจกรรมต้นน้ำ

ผลการดำเนินงาน

ศักยภาพของสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 จังหวัด

- ปทุมธานี จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์
- สระแก้ว จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์

กิจกรรม

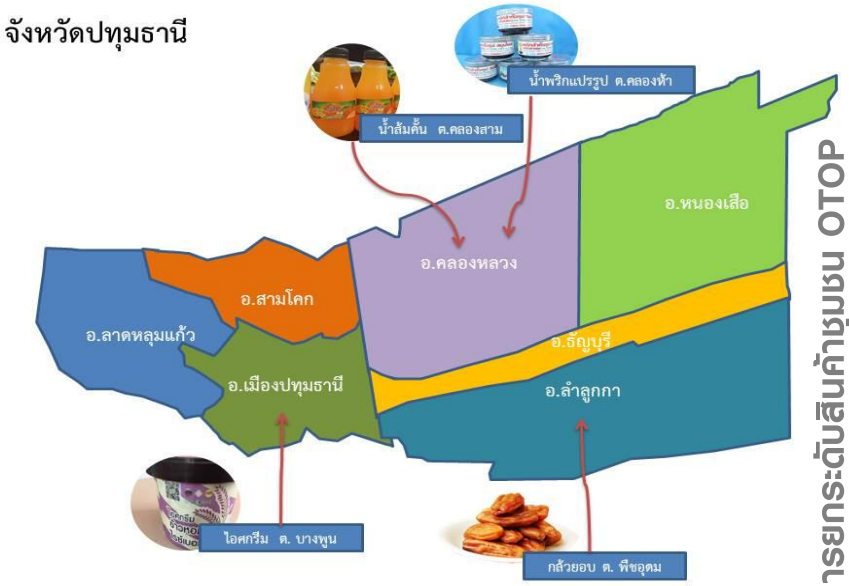
1. กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการจังหวัดปทุมธานีและกลุ่มผู้ประกอบการจังหวัดสระแก้ว
2. ผู้ประกอบการOTOP ที่ขึ้นทะเบียนเรียบร้อยแล้วหรือมีใบสมัครลงทะเบียน
3. ผู้ประกอบการมีความพร้อมในท้องถิ่นและเต็มใจที่จะเข้ารับการพัฒนา
4. ผู้ประกอบการสามารถเข้าร่วมโครงการได้ตลอดระยะเวลาของการดำเนินโครงการ

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
ปัญหาของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการต้องการพัฒนา	1 ปัญหา

จังหวัดสระแก้ว

จังหวัดปทุมธานี



โครงการยกระดับสินค้าชุมชน OTOP

กิจกรรมกลางน้ำ

ผลการดำเนินงาน

1. ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์
2. ผู้ประกอบการมีความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมในการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จำนวน 8กลุ่ม
3. ผู้ประกอบการได้แบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์
4. อาจารย์ และนักศึกษามีโครงการวิจัยจากปัญหาจริงร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 8 โครงการ

กิจกรรม

พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทโดยใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีหรืองานวิจัยของสถาบันอุดมศึกษา

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
นำองค์ความรู้ เทคโนโลยี ผลงานวิจัยที่มีอยู่ในสถาบันและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์	1ผลิตภัณฑ์

โครงการยกระดับสินค้าชุมชน OTOP

กิจกรรมปลายน้ำ

ผลการดำเนินงาน

1. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพ จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์
2. ผู้ประกอบการมีความรู้ในการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จำนวน 8 กลุ่ม
3. นักศึกษามีโครงการวิจัยในการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 8 โครงการ
4. มีระบบบริหารจัดการองค์รวมของผลิตภัณฑ์ จำนวน .... ระบบ

กิจกรรม

สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน หรือจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาแบรนด์ บรรจุภัณฑ์เพื่อพัฒนาแต่ละผลิตภัณฑ์

ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
จัดหาผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาแบรนด์ บรรจุภัณฑ์	1 ผลิตภัณฑ์

โครงการยกระดับสินค้าชุมชน OTOP

Impact

รายได้ของประชาชนที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 เทียบกับรายได้ก่อนพัฒนา

Impact 1

ผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดปทุมธานีและสระแก้ว ได้รับการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ เพิ่มคุณภาพมาตรฐาน เพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์

โครงการยกระดับสินค้าชุมชน OTOP

บูรณาการความร่วมมือ

Timeline

ผู้บริหารราชการสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี

คณะกรรมการ/ผู้ประกอบการ OTOP ปทุมธานี

OTOP
One Tambon One Product

Gallery

การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP
ประมวลภาพการดำเนินโครงการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ไอศกรีมนมผสมตาลสุก

ถ่ายทอดกระบวนการผลิต

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ไอศกรีมนมผสมตาลสุก

1.

2.

3.

4.

ไอศกรีมครูแดง
Kru Daeng

ไอศกรีมนมลูกตาล

LoGo

แนวคิดการออกแบบกราฟิก

การออกแบบลายกราฟิกโลโก้
ปรับปรุงจากโลโก้เดิมที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง
มายาวนาน โดยปรับปรุงให้มีสีสดใสยิ่งขึ้น
ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ทำให้ดูโดดเด่นสะดุดตา
ใช้สีที่ให้ความรู้สึกถึงลูกตาล
โครงสีแบบพาสเทลที่มีความรู้สึกถึงไอศกรีมนม

แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ไอศกรีม
เหมาะกับถ้วยปากกว้างที่สามารถตักรับประทานได้สะดวก
ถ้วยเป็นกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อม มีฝาปิดที่สามารถรักษาอุณหภูมิของไอศกรีม
ให้อยู่ภายใต้ อากาศร้อนได้นาน

	C 0	M 38	Y 100	K 0
	C 0	M 99	Y 89	K 0
	C 96	M 79	Y 0	K 0
	C 0	M 0	Y 0	K 100

พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบกล้วยผสมแก้วมังกรแดง

ร้อยละ 0:100 ร้อยละ 20:80 ร้อยละ 40:60
ยังไม่ผ่านการทอด

ร้อยละ 60: 40 ร้อยละ 80: 20 ร้อยละ 100:0
ยังไม่ผ่านการทอด

ร้อยละ 0:100 ร้อยละ 20:80 ร้อยละ 40:60
ผ่านการทอดแล้ว

ร้อยละ 60: 40 ร้อยละ 80: 20 ร้อยละ 100:0
ผ่านการทอดแล้ว

ถ่ายทอดกระบวนการผลิต

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเกรียบกล้วยผสมแก้วมังกรแดง

1.

2.

3.

4.

เฟรนช์ฟรายส์

กล้วยผสมเนื้อแก้วมังกร

BANANA & DRAGON FRUIT

บ้านสวนฟังขจร
Fungkajorn Garden
ORGANIC FARM

	C	M	Y	K
	0	19	97	0
	1	99	10	0
	94	55	99	30
	49	1	97	0
	0	0	0	20

BANANA & DRAGON FRUIT
กล้วย & แก้วมังกรแดง

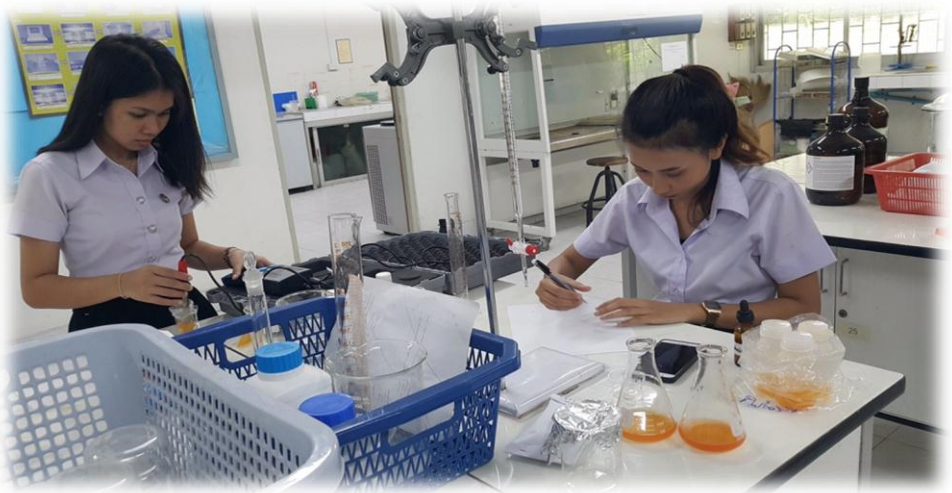
แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์โครงสร้างเป็นถุงซิปล็อกที่สามารถเปิดแล้วปิดได้สนิทหากรับประทานไม่หมด สามารถช่วยถนอมอาหารได้เป็นอย่างดี มีช่องใสให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ได้ขนาดถุง เหมาะกับปริมาณรับประทาน สามารถนำไปเป็นของฝากได้เป็นอย่างดี

แนวคิดการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

แนวคิดหลักแสดงถึงความรู้สึกสนุกสนาน เพราะเป็นของขบเคี้ยวทานเล่น เป็นของฝาก โครงสีส่วนใหญ่ใช้สีจากวัตถุดิบที่ออกโทนสดใสคือ สีเหลือง เขียว ม่วง อันมาจากวัตถุดิบคือกล้วยและ แก้วมังกร โลโก้ที่ใช้เป็นโลโก้ดั้งเดิมของสวนฟังขจรที่มีชื่อเสียงด้านการทำสวนปลอดสารพิษ ภาพประกอบที่ใช้เป็นตัวการ์ตูนที่มาจากแท่งเฟรนช์ฟราย ถือวัตถุดิบคือกล้วยและแก้วมังกร การจัดวางองค์ประกอบเน้นที่ว่างพื้นขาว สื่อถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดสารพิษ

พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำส้มคั่นผสมคอลลาเจน



ถ่ายทอดกระบวนการผลิต

พัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำส้มคั้นผสมคอลลาเจน

1.

2.

3.

4.

น้ำส้มคั้น ผสมคอลลาเจน

ตะวันฉาย

	C 60	M 10	Y 100	K 10
	C 0	M 5	Y 20	K 0
	C 5	M 25	Y 100	K 0
	C 90	M 30	Y 95	K 30
	C 28	M 85	Y 95	K 27

แนวความคิดการออกแบบ

น้ำส้มคั้น ผสมคอลลาเจน ตะวันฉาย
เป็นน้ำส้มคั้นสดจากธรรมชาติจึงใช้ภาพผลส้มที่แสดงถึงความสดใหม่
ใช้ภาพส้มจริงที่ใช้ในการคั้นน้ำเพื่อสื่อถึงการผลิตแบบครัวเรือนที่ใส่ใจในคุณภาพแบบขวดต่อขวด
โครงสีที่ใช้มีแรงบัลดาลใจจากสีของผิวส้ม คือเขียวเหลือง ที่เป็นส้มพื้นเมืองของไทย
มีข้อความเน้นถึงส่วนผสมสำคัญคือ คอลลาเจน ที่เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้ว ฝาเกลียว เพื่อเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์
สามารถใช้ความร้อนฆ่าเชื้อก่อนบรรจุขวดได้ ขนาดขวดจับถือได้พอดีมือ สามารถพกพาได้สะดวก
สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ลดปริมาณขยะรักษ์สิ่งแวดล้อม

เครื่องหมายการค้า ใบชื่อ ตะวันฉาย ใช้สีส้มที่เป็นตัวแทนของแสงตะวัน และสีของน้ำส้ม
สีตัวอักษรสีดำเพื่อให้เด่นชัด ด้านหลังเป็นรูปสัญลักษณ์ดวงอาทิตย์และเลขหนึ่งไทย
แสดงถึงความเป็นที่หนึ่ง รูปแบบเป็นลายเส้นผู่กันอิสระสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ

พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกนรกปลาย่าง

ถ่ายทอดกระบวนการผลิต

พัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกนรกปลาย่าง

2.

3.

4.

น้ำพริกนรกปลาย่าง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัยบ้านคลองห้า

บรรจุภัณฑ์น้ำพริกนรกปลาย่าง
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัยตำบลคลองห้า
กระปุกกลมพลาสติกใส ขนาด 65 x 56 มม. บรรจุ 180 มล. ฝาปิดพลาสติกสีดำ เพื่อสะดวกต่อการบรรจุและขนส่ง สามารถเปิดรับประทานแล้วปิดเก็บกลับคืนได้สะดวก สามารถป้องกันสิ่งแปลกปลอมต่างๆ ความใสของกระปุกทำให้เห็นเนื้อในของน้ำพริก ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในการซื้อไปรับประทาน

C 60	M 10	Y 100	K 10
C 0	M 5	Y 20	K 0
C 5	M 25	Y 100	K 0
C 4	M 97	Y 96	K 0

แนวความคิดการออกแบบ

น้ำพริกนรกปลาย่าง เป็นอาหารที่มีรสจัด จึงใช้สีหลักในการออกแบบเป็นสีแดงเหลือง ใส่สีเป็นฉากหลัง ตัวอักษรชื่อชื่อผลิตภัณฑ์ ใช้สีแบบเดียวกัน โดยใช้สีดำเป็นตัวเน้นให้ชื่อผลิตภัณฑ์โดดเด่นและรู้สึกเผ็ดร้อน ภาพประกอบใช้อุปกรณ์คือตวกกับสาก และส่วนประกอบของการทำน้ำพริก ทำให้รู้สึกเหมือนการทำอย่างตั้งใจแบบการตำเองที่บ้าน อีกทั้งยังให้ความรู้สึกถึงความครบเครื่องของส่วนประกอบที่ใช้ ในการผลิตน้ำพริกนรกปลาย่างอีกด้วย

จังหวัดสระแก้ว

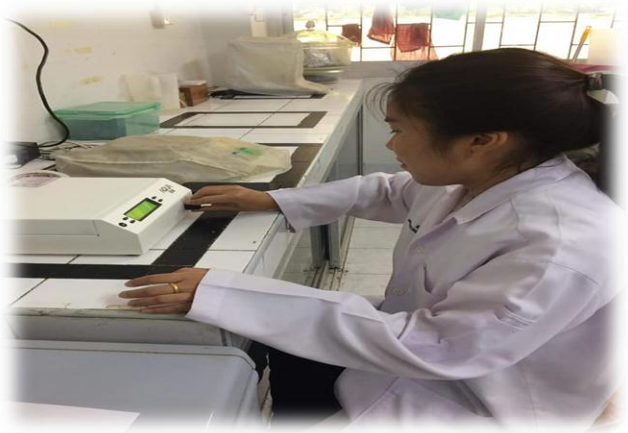
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดถั่งเช่าสีทอง
ต. หนองน้ำใส

ขนมถ้วยฟู ต.สระแก้ว

สบู่เหลวแปรรูปสมุนไพร ต.คลองหาด

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขาม เช่นสบู่
ต. วังทอง

พัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมถ้วยฟูน้ำมะตูม



ถ่ายทอดกระบวนการผลิต

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมถ้วยฟูน้ำมะตูม

1.

2.

3.

4.

ขนมถ้วยฟูสมุนไพร มะตูม

ขนมไทยบ้านมรกต

บรรจุภัณฑ์เดิม

แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มองเห็นตัวผลิตภัณฑ์คือขนมถ้วยฟู
ซึ่งเป็นอาหารสดที่มีสีสันสวยงาม
จึงเป็นกล่องพลาสติกที่มีฝาด้านบนใส
สามารถทำให้เห็นขนมถ้วยฟูที่สวยงาม ถาดด้านล่างแบ่งเป็นช่องๆ
ทำให้สามารถวางขนมถ้วยฟูได้โดยไม่ทำให้เสียหายจากการขนส่ง
สามารถปิดผนึกได้มิดชิด
ป้องกันการเปิดครั้งแรกด้วยสติกเกอร์จากฉลากด้านบน
บรรจุภัณฑ์สามารถซ้อนทับกันได้ก่อนการบรรจุเพื่อการจัดเก็บอย่าง
ประหยัดพื้นที่

แนวคิดการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

ออกแบบลายกราฟิกโลโก้ ปรับปรุงจากโลโก้เดิม
ที่มีใช้มายาวนานเป็นที่รู้จักของลูกค้า
จึงมีการปรับปรุงเพียงเล็กน้อย กราฟิกโดยรวมใช้โครงสีอ่อน
สดใส เป็นธรรมชาติ เข้ากับแนวคิดของผลิตภัณฑ์ที่ทำสดใหม่
ใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติ
ฉลากเปิดให้เห็นผลิตภัณฑ์ที่มีสีสดใสเข้ากับกราฟิกบนตัวฉลาก
เนื้อหาบนตัวฉลากมีชื่อผลิตภัณฑ์ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ
และชื่อรสชาติต่างๆของขนมถ้วยฟู
ทำให้ฉลากเดียวสามารถใช้ได้กับทุกผลิตภัณฑ์

	C 60	M 10	Y 100	K 10
	C 0	M 5	Y 20	K 0
	C 5	M 25	Y 100	K 0
	C 90	M 30	Y 95	K 30
	C 28	M 85	Y 95	K 27

พัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมเจลจากสารสกัดขมิ้นและมะขามป้อม

ถ่ายทอดกระบวนการผลิต

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ครีมเจลจากสารสกัดขมิ้นและมะขามป้อม

1.

2.

3.

4.

ครีมเจลจากสารสกัดขมิ้นและมะขามป้อม

S I A M H F R B

สยามเฮิร์บ

	C41	M0	Y38	K0
	C75	M0	Y75	K0
	C0	M0	Y0	K100

ด้านหน้า

ด้านหลัง

LOGO

SIAMHERB
สยามเฮิร์บ

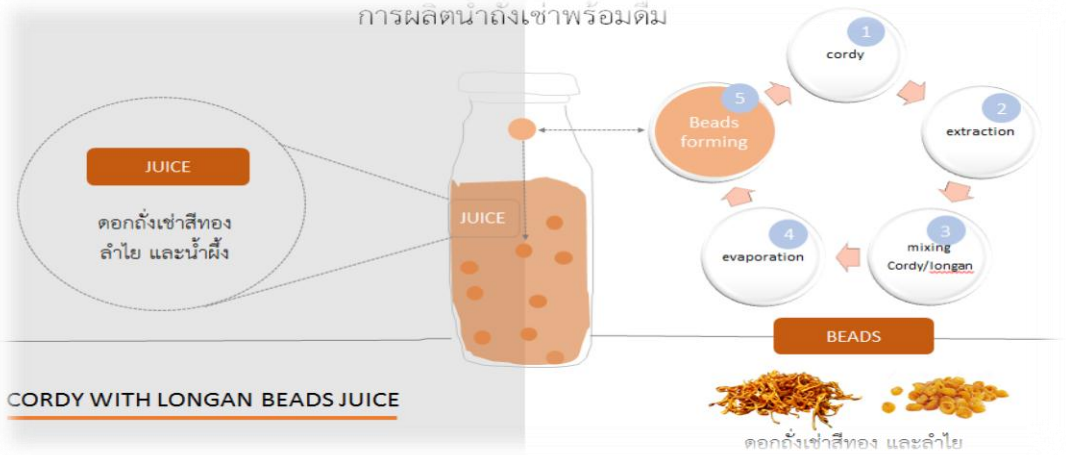
แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ เป็นโครงสร้างขวดปั๊ม
ที่มีลักษณะเป็นแบบกด เพื่อช่วยให้สะดวกต่อผู้บริโภค
และได้มาตรฐานในการกด ช่วยเพิ่มอายุการเก็บรักษา
สะดวกต่อการพกพา

แนวคิดการออกแบบกราฟิก

ออกแบบลายกราฟิก
นีลักษณะป้องขมิ้นและมะขามป้อม นำมาดัดทอน
ให้เป็นลวดลายกราฟิกที่ทันสมัย เป็นลายเส้นขาวดำ
ทำให้ดูทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์

พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำถั่งเช่า และน้ำลำไยผสมเม็ดบีดส์น้ำถั่งเช่าเข้มข้น



ถ่ายทอดกระบวนการผลิต

พัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำถั่งเช่าผสมเม็ดบีดส์น้ำถั่งเช่าเข้มข้น

1

3.

2.

4.

Crody pro เครื่องดื่มถั่งเช่า

CORDY PRO
CORDY PRO DIETARY SUPPLEMENT PRODUCT
Red

แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์โครงสร้างเป็นขวดแก้วฝาโลหะเกลียว เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามีราคา การบรรจุจึงต้องมีการปิดผนึกที่มิดชิด และส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้ดูมีราคา มีคุณภาพ ขวดแก้วสามารถแสดงให้เห็นน้ำถั่งเช่าภายในที่มีสีเหลืองทอง และเม็ดบีดที่เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์

แนวคิดการออกแบบกราฟิก

โลโก้ใช้โลโก้เดิมที่ได้มีการจดแจ้งไว้แล้วซึ่งมีผลิตภัณฑ์อื่นในสายการผลิตอยู่แล้ว และเพื่อการออกแบบที่เข้ากันจึงใช้โครงสีน้ำตาล ภาพประกอบได้นำลักษณะของลำใยและถั่งเช่าเพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้บริโภค รูปทรงฉลากเป็นวงรีเพื่อให้เข้ากับบรรจุภัณฑ์ขวด

การกำหนดสี

C6	M55	Y100	K71
C12	M41	Y81	K00
C5	M00	Y90	K00
C00	M00	Y25	K00

พัฒนาผลิตภัณฑ์สครับผิวมะขาม

ถ่ายทอดกระบวนการผลิต

พัฒนาบรรจุภัณฑ์สครับผิวมะขาม

1.

2.

3.

4.

5.

สครับผิวมะขามผสมขมิ้น วิสาหกิจชุมชนแปรรูปบ้านคลองชล

TAMARIND & TURMERIC HERBAL SCRUB

BIG FLUKE บิ๊กฟลุ๊ค

C 89	M 38	Y 88	K 38
C 4	M 3	Y 22	K 0
C 31	M 70	Y 89	K 26
C 3	M 10	Y 78	K 0
C 9	M 38	Y 100	K 0

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

สครับผิวที่มีสารสกัดจากมะขาม ใช้หลอดครีมโฟมหลอดขาว ฝาใส เพื่อสื่อถึงความสะอาด บริสุทธิ์ ขนาดหลอดบรรจุ 200 กรัม เพื่อให้หยิบใช้ได้สะดวก และมีพื้นที่ติดฉลาก เพื่อเป็นพื้นที่ในการโฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี

Concept แนวความคิด

การออกแบบกราฟิกฉลาก

สครับผิวมะขามผสมขมิ้น ใช้โครงสีจากสมุนไพรธรรมชาติที่เป็นส่วนผสมหลัก คือมะขามและ ขมิ้น สีพื้นเลือกใช้สีน้ำตาลออ่นจากเปลือกมะขาม สื่อถึงผิวพรรณที่นวลเนียน สีเหลืองเข้ม จากส่วนผสมของขมิ้น ช่วยสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ ตัดเส้นด้วยสีเขียว สื่อถึงธรรมชาติ ความเข้มของเส้นสีเขียวทำให้รู้สึกถึงความน่าเชื่อถือ

ใช้ภาพประกอบ ผลมะขามและใบมะขาม แสดงถึงการใช้ส่วนผสมจากผลมะขามแท้ สดจากต้น ที่ผู้ผลิตปลูกเอง โดยตัดทอนให้จังหวะรูปทรงและสีที่ดูสะอาดตา เป็นที่จดจำของตัวผลิตภัณฑ์ ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถมาซื้อหาได้อย่างถูกต้อง