



รายงานฉบับสมบูรณ์

แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน
Building Community Enterprise : BCE

โครงการ : การเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง
ตำบลวังตะเียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ปี 2568

กิตติกรรมประกาศ

รายงานฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินโครงการเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง หนองมะโมง จังหวัดชัยนาท ภายใต้งานบริการให้คำปรึกษาและข้อมูลเทคโนโลยี ซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในปีงบประมาณ 2568 แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) เพื่อให้ นักวิจัยได้นำความรู้ด้าน วทน. มายกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานเศรษฐกิจให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คณะผู้ดำเนินโครงการขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ขอขอบพระคุณประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรองมะโมง จังหวัดชัยนาท ที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมและแลกเปลี่ยนข้อมูล อันเป็นประโยชน์ในการดำเนินโครงการ ส่งผลให้โครงการสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้ดำเนินโครงการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

2568

บทสรุปผู้บริหาร

ในปีงบประมาณ พ.ศ.2568 วิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาทได้รับการยกระดับและการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท ตามข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคปีที่ 1 2) เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้การสร้างแนวคิดธุรกิจ การสร้างโมเดลธุรกิจและการเตรียมความพร้อมสู่การขายและการประชาสัมพันธ์ และ 3) เพื่อดำเนินการยื่นขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้เพื่อสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มมากขึ้น แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) ในโครงการมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาตลอดห่วงโซ่คุณค่า (ต้น กลาง ปลาย) โดยปีที่ 2 ที่ได้รับอนุมัติงบประมาณจะเป็นการให้ความรู้ฝึกอบรมการพัฒนาปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้เพื่อทำการขอการรับรองมาตรฐานต่อไป โดยมีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ จำนวน 4 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ กิจกรรมที่ 2 การสร้างแนวคิดและการกำหนดเป้าหมาย กิจกรรมที่ 3 การสร้างโมเดลธุรกิจ และ กิจกรรมที่ 4 การดำเนินงานตามแผน

โดยได้ทำการประเมินผลความพึงพอใจต่อการดำเนินงานจัดกิจกรรมพบว่าผู้เข้ารับการถ่ายทอดมีความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุดเฉลี่ยร้อยละ 94 โดยหลังจากเสร็จสิ้นโครงการในปีที่ 2 ได้ผลิตภัณฑ์จากที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจำนวน 1 ผลิตภัณฑ์

สารบัญ

หน้า

บทที่ 1	1
รายละเอียดโครงการ.....	1
1. ชื่อหน่วยงาน.....	2
2. ชื่อโครงการ.....	2
3. ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain).....	2
4. รายชื่อผู้รับผิดชอบโครงการและผู้ร่วมโครงการ.....	2
5. ลักษณะโครงการ.....	3
6. หลักการและเหตุผล.....	4
7. วัตถุประสงค์.....	7
8. กลุ่มเป้าหมาย.....	8
9. ระยะเวลาดำเนินการ.....	8
10. ห่วงโซ่คุณค่า(Value Chain).....	8
11. แผนธุรกิจชุมชนหรือโมเดลธุรกิจ.....	9
12. แผนการดำเนินงาน (Gantt Chart).....	10
13. ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ	16
14. หน่วยงานสนับสนุน.....	17
15. ผลกระทบ.....	17
16. งบประมาณขอรับการสนับสนุน.....	18
17. การรายงานความก้าวหน้าติดตามและประเมินผล	23
18. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ.....	23
บทที่ 2.....	31
ผลการดำเนินโครงการ.....	31
2.1 ประเด็นการพัฒนา.....	31
2.2 รายละเอียดการดำเนินงาน.....	32
2.3 ภาพสรุปโครงการ.....	64

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3.....	65
ผลการประเมินโครงการ.....	65
3.1 สรุปผลความพึงพอใจผู้เข้ารับบริการ.....	65
3.2 สรุปข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร.....	66
3.3 สรุปความคิดเห็นของผู้เข้ารับบริการที่คาดว่าจะนำความรู้ไปใช้ประโยชน์.....	67
3.4 สรุปความคิดเห็นของผู้เข้ารับบริการที่คาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นก็บามรายได้ต่อเดือน.....	68
บทที่ 4.....	69
สรุปผลการดำเนินงาน.....	69
4.1 สรุปผลผลิตและผลลัพธ์.....	69
4.2 ผลกระทบ.....	71
4.3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยี.....	72
4.4 ข้อเสนอแนะ.....	72
ภาคผนวก.....	73
เอกสารประกอบการจัดกิจกรรม.....	73
ผลการประเมินหลังการจัดโครงการ.....	99
ผลงานที่เป็นส่วนหนึ่งในโครงการที่ตีพิมพ์เป็นบทความวิจัยในวารสารระดับชาติ.....	101

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	สูตรโลชั่นบำรุงผิวกาย.....	34
ตารางที่ 2	สูตรแป้งฝุ่น.....	35
ตารางที่ 3	สรุปความพึงพอใจผู้เข้ารับบริการ.....	65
ตารางที่ 4	สรุปข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร.....	66
ตารางที่ 5	สรุปความคิดเห็นของผู้เข้ารับบริการที่คาดว่าจะสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์.....	67
ตารางที่ 6	สรุปความคิดเห็นของผู้เข้ารับบริการที่คาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นกับบทรายได้ต่อเดือน	68
ตารางที่ 7	ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการหลังการดำเนินโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยี.....	69

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1	แสดงภาพรวมโครงการ	4
ภาพที่ 2	ห่วงโซ่คุณค่า(VALUE CHAIN).....	8
ภาพที่ 3	โมเดลธุรกิจ(BUSINESS MODEL CANVAS) และแผนธุรกิจ(BUSINESS PLAN).....	9
ภาพที่ 4	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบในปีที่ 1(2567) ก่อนปรับปรุงสูตร	33
ภาพที่ 5	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบในปีที่ 2(2568) หลังปรับปรุงสูตร.....	33
ภาพที่ 6	ผลิตภัณฑ์ในกิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์	34
ภาพที่ 7	การกล่าวเปิดงานโดยผู้ใหญ่นบ้านและหัวหน้าโครงการ.....	36
ภาพที่ 8	ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1	37
ภาพที่ 9	ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1	38
ภาพที่ 10	ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1	39
ภาพที่ 11	ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1	40
ภาพที่ 12	ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1	41
ภาพที่ 13	ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1	42
ภาพที่ 14	ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1	43
ภาพที่ 15	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบในกิจกรรมที่ 1.....	44
ภาพที่ 16	ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย.....	44
ภาพที่ 17	ฉลากโลชั่นบำรุงผิวกาย.....	45
ภาพที่ 18	ผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่นสำหรับผิวหน้า	45
ภาพที่ 19	ฉลากแป้งฝุ่นทาหน้า	46
ภาพที่ 20	สต็อกเกอร์ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่ผลิตจริง (หลังจากได้รับการรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์).....	48
ภาพที่ 21	ลงพื้นที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีในกิจกรรมที่ 2	49
ภาพที่ 22	ถ่ายทอดเทคโนโลยีในกิจกรรมที่2.....	49
ภาพที่ 23	ปฏิบัติการฝึกอบรมการถ่ายภาพ.....	50
ภาพที่ 24	ปฏิบัติการฝึกอบรมการขายสินค้าออนไลน์.....	51
ภาพที่ 25	ปฏิบัติการฝึกอบรมการขายสินค้าออนไลน์.....	52

สารบัญภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 26	กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	54
ภาพที่ 27	กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	55
ภาพที่ 28	กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	56
ภาพที่ 29	กิจกรรมที่ 4 สอนปฏิบัติการจัดการระบบ Facebook ของกลุ่มฯ.....	58
ภาพที่ 30	กิจกรรมที่ 4 สอนปฏิบัติการจัดการระบบ Facebook ของกลุ่มฯ.....	59
ภาพที่ 31	กิจกรรมที่ 4 โมเดลธุรกิจ	60
ภาพที่ 32	กิจกรรมที่ 4 โมเดลธุรกิจ	61
ภาพที่ 33	กิจกรรมที่ 4 โมเดลธุรกิจ	62
ภาพที่ 34	กิจกรรมที่ 4 โมเดลธุรกิจ	63
ภาพที่ 35	สรุปโมเดลธุรกิจที่กลุ่มจัดทำในกิจกรรมที่ 4	64
ภาพที่ 36	แสดงภาพสรุปโครงการ (Infographic).....	64
ภาพที่ 37	ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวภายใต้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์แล้วเข้าสู่การผลิตจริง.....	71

บทที่ 1

รายละเอียดโครงการ

แบบฟอร์ม

2
5
6
7

ข้อเสนอโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ
การส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน



แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน
Business Community Enterprise : BCE



แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) จัดทำขึ้นเพื่อให้ นักวิจัยนำความรู้ด้าน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารจัดการ การตลาด ยกย่องขีดความสามารถในการแข่งขันและ วางรากฐานทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการชุมชน ทั้งนี้ แพลตฟอร์ม BCE มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้า(Product) และบริการ(Service) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า(ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการต่อยอดภูมิปัญญา นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน(Quality & Standard) มีกระบวนการในการ ช่วยผู้ประกอบการในการจัดทำโมเดลธุรกิจ(Business model) และแผนธุรกิจ(Business plan) ที่ชัดเจนตอบ โจทย์ทั้งตลาดออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าและ บริการของธุรกิจชุมชนและส่งเสริมวิถีคิดและการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของธุรกิจเพื่อชุมชน(Business for Community) หรือธุรกิจเพื่อสังคม(Social Enterprise) ได้ในอนาคต

ขั้นตอนการพัฒนา	แนวทางเบื้องต้น
ปีที่ ๑ มาตรฐาน เตรียมพร้อมสู่การขอรับรอง มาตรฐาน	การให้ความรู้ เทคโนโลยี เพื่อนำไปสู่การขอรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ เช่น GMP อย. มผช.
ปีที่ ๒ โมเดลธุรกิจ ขับเคลื่อนโมเดลธุรกิจ	ถ่ายทอดความรู้การนำโมเดลธุรกิจมาใช้ในการขายสินค้าและ บริการผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อเป็น ผู้ประกอบการในอนาคต
ปีที่ ๓ ธุรกิจยั่งยืน สร้างธุรกิจภายในชุมชน สร้างเศรษฐกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน	พัฒนาต้นแบบธุรกิจภายในชุมชน ตามโมเดลธุรกิจ

☐ โครงการใหม่

☒ โครงการต่อเนื่องปีที่ 2

☐ โครงการต่อเนื่องปีที่ 3

1. ชื่อหน่วยงาน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

2. ชื่อโครงการ

การเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดชัยนาท

3. ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain)

01 การพัฒนาและยกระดับการเกษตรมูลค่าสูงของภาคกลาง

เป้าหมาย : พืชผัก ผลไม้ในท้องถิ่น

4. รายชื่อผู้รับผิดชอบโครงการและผู้ร่วมโครงการ

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่ รับผิดชอบใน โครงการ ¹	องค์ความรู้/เทคโนโลยี/ นวัตกรรมที่รับผิดชอบใน โครงการ	ประสบการณ์ทำงาน ที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ ²
1) ผศ.ดร.นงคันทิชา กลิ่นพิกุล โทร 086-990-3495	หัวหน้า โครงการ	การออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์	ตามเอกสารแนบ
2) ผศ.ชูพรรค แพงไธสง โทร 081-899-9611	ผู้ร่วมโครงการ	การวางแผนธุรกิจและการ คำนวณต้นทุน	ตามเอกสารแนบ
3) ผศ.วาสนา ดั่งเหมือน โทร 092-615-9152	ผู้ร่วมโครงการ	สารสนเทศและการตลาดดิจิทัล	ตามเอกสารแนบ
4) อ.อ้อมใจ บุขบง โทร 0638235441	ผู้ร่วมโครงการ	ทักษะการพูดและผลิตสื่อ ออนไลน์	ตามเอกสารแนบ
5) อ.ทิสฐาน เนียมชูชื่น โทร 0818191175	ผู้ร่วมโครงการ	การถ่ายภาพเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ผลิตสื่อ ตัดต่อลำดับภาพและเสียง	ตามเอกสารแนบ
6) อ.วรงค์พร รัตนบุญ โทร 0650156009	ผู้ร่วมโครงการ	เทคโนโลยีความงาม วิทยาศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟู สุขภาพ	ตามเอกสารแนบ

¹ หน้าที่ความรับผิดชอบ ได้แก่ หัวหน้าโครงการ ผู้ร่วมโครงการ ประธานกลุ่ม เจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น อื่น ๆ

² เน้นประวัติแบบย่อ(การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ในโครงการของผู้เข้าร่วมโครงการ
ทุกคน

5. ลักษณะโครงการ : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ☐ ที่ต้องการและกรอกข้อมูลพร้อมหลักฐานตามที่ระบุ

- ☒ 5.1 เป็นโครงการที่กลุ่มเป้าหมายอยู่ในฐานข้อมูลแผนงานการให้บริการคำปรึกษาและข้อมูลเทคโนโลยี (ปีที่ให้คำปรึกษา.2568.)
- ☒ 5.2 เป็นโครงการที่มีผู้ร่วมโครงการ ด้านผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และแผนธุรกิจเข้าร่วมวางแผนธุรกิจชุมชน (ปรากฏในชื่อผู้เสนอโครงการและผู้ร่วมโครงการหรือแผนการดำเนินโครงการ)
- ☒ 5.3 เป็นโครงการต่อเนื่องที่เคยได้รับการสนับสนุนจากโครงการคลินิกหรือโครงการที่เคยดำเนินการมาแล้วจากแหล่งทุนอื่น (ปีที่ดำเนินการ.2567.แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise.: BCE))

☞ *แนบผลการดำเนินงานและผลสำเร็จที่ผ่านมาประกอบด้วย*

- ☐ 5.4 เป็นโครงการใหม่ (ไม่เคยดำเนินการหรือรับงบประมาณจากแหล่งใด) โดยเป็นโครงการที่
- ☐ 1) เป็นความต้องการของชุมชน (เกษตรกร แม่บ้านเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม หรือวิสาหกิจชุมชน หรือ SMEs โดยได้แนบหลักฐานตามแบบสำรวจความต้องการ (แบบสำรวจข้อมูลความต้องการเทคโนโลยี)
 - ☐ 2) มาจากสมาชิกอาสาสมัครวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (โปรดระบุชื่อผู้นำ) โดยได้แนบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการ (แบบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการหรือเทคโนโลยี)
 - ☐ 3) กลุ่มเป้าหมายมาจากสมาชิกของกองทุนหมู่บ้าน (โปรดระบุชื่อผู้นำ) โดยได้แนบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการ (แบบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการหรือเทคโนโลยี)
 - ☐ 4) เป็นข้อเสนอความต้องการของ ○ จังหวัด /ท้องถิ่น (ผ่านหน่วยปฏิบัติการเครือข่าย อว.

ระดับภาค)

- ☐ 5.5 เป็นผลงานวิจัยและพัฒนาที่มีพร้อมในการนำมาดำเนินการจริงตามแผนธุรกิจชุมชน
- โปรดระบุแหล่งทุน.....ปีที่ได้รับทุน.....
- หมายเลขโทรศัพท์แหล่งทุน.....โดย ☐ ไม่เคยดำเนินการ
- ☒ เคยดำเนินการให้ระบุไว้ในข้อ 5.3

6. หลักการและเหตุผล :

ผู้เสนอโครงการต้องนำเสนอข้อมูลสำคัญ 2 ส่วน คือ (1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ และ (2) ข้อมูลการวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ เช่น SWOT, fishbone, Dream it Do it (DIDI), Problem situation, Problem research planning, Empathise form, Crazy's 8, Icsberg model, Theory of Change, Stakeholder Analysis, Impact Value Chain, Value Proposition, Gantt Chart เป็นต้น อ่านเพิ่มเติมในบทที่ 6-7)



ภาพที่ 1 แสดงภาพรวมของโครงการ

บ้านหนองยางตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 10 ตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท มีประชากรทั้งหมด 453 คน หรือ 135 ครัวเรือน (ชาย 195 คน, หญิง 205 คน) เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มสลับที่ดอนมีพื้นที่เหมาะทำการเกษตรโดยอาศัยน้ำฝน น้ำจากห้วยและคลองธรรมชาติ ประชาชนอาชีพส่วนใหญ่คือการทำนา ทำไร่ ทำสวน ปลุกผักสวนครัวและรับจ้างตามลำดับ มีวิถีความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ภายในชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มจักสานผักตบชวา(OTOP) และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง มีจำนวนสมาชิกจำนวน 20 คน มีการจดทะเบียนเมื่อปี 2559 และเข้าร่วมกับเครือข่าย ศพก.เมื่อปี 2560 โดยการเก็บเมล็ดข้าวพันธุ์ดีไว้ใช้ในชุมชนและสำหรับบริโภคด้วย ปัจจุบันมีการนำรำ ข้าวปลายและแกลบมาใช้ประโยชน์ ได้แก่ การนำรำไปเลี้ยงสุกร ปลายข้าวนำไปเลี้ยงไก่พื้นเมือง แกลบดิบนำไปเผาเป็นส่วนผสมของการปลูกต้นไม้ ทำปุ๋ยหมัก การนำไปใส่ในเล้าไก่ไข่ใช้น้ำหมักผสมเพื่อลดกลิ่น ทาง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ มีการจำหน่าย ข้าวปลาย รำ แกลบ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าคือชาวบ้านในชุมชนและใกล้เคียงโดยการเข้ามาซื้อเองหรือการนัดรับสินค้าและมีลูกค้าจากการออกบูทจำหน่ายสินค้า และเนื่องจากในแต่ละปีมีข้าวจำนวนมากเมื่อถึงฤดูแล้งชาวบ้านก็ว่างเว้นจากการทำงานเนื่องจากไม่มีน้ำเพียงพอต่อการทำนา ชาวบ้านจึงอยากมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งทางกลุ่มจึงมีความต้องการจึงต้องการผลิตสินค้าที่มีการแปรรูปมาจากข้าวสารที่มีจำนวนมากเหลือจากการจำหน่ายและบริโภคมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริโภคในชีวิตประจำวัน เช่น ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทางด้านสุขภาพและความงามที่สามารถขายได้ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นสินค้าที่สามารถเป็นของฝากและด้วยการที่ชาวบ้านไม่มีความรู้ในการนำข้าวสารมาแปรรูปทำผลิตภัณฑ์และไม่มีความรู้ทางการตลาดจึงมีความต้องการได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเป็นการยกระดับให้สินค้ามีมาตรฐานสามารถเป็นที่ยอมรับในตลาดได้

ในปีที่ 1 งบประมาณ 2567 คณะผู้ดำเนินโครงการได้แก้ไขปัญหาลดต้นทุนโซ่คุณค่า (ต้น กลาง ปลาย) โดยการให้ความรู้ฝึกอบรมการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากข้าว โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้การทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม ได้แก่ โลชั่นบำรุงผิวกาย ครีมทาหน้าและแป้งฝุ่น ที่มีส่วนผสมที่มาจากน้ำมันรำข้าว ซึ่งหลังจากการถ่ายทอดไปแล้วผู้เข้ารับการอบรมได้มีการนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปใช้ซึ่งพบว่าโดยรวมมีผลเป็นที่น่าพอใจ ผิวมีความเรียบเนียนและมีความชุ่มชื้นขึ้นซึ่งมีในบางผลิตภัณฑ์คือโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีความเข้มข้นเกินไปสำหรับการนำไปใช้ในสภาพอากาศที่ร้อนทำให้รู้สึกเหนียวและมันมากไป ส่วนผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่นสีของแป้งสีขาวมากเกินไปไม่สัมพันธ์กับสีผิวของคนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้โครงการสำเร็จตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมชุมชนจึงมีความสนใจในการเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายที่เป็นรูปธรรมต่อการดำเนินการโครงการในปีที่ 1 ไปยังปีที่ 2 ดังนั้นในปีที่ 2 จึงได้มีการปรับปรุงสูตรพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการ การดำเนินการยื่นขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นยังมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการส่งเสริมการขายโดยการทำสื่อ การเรียนรู้เกี่ยวกับการออนไลน์และการทำโมเดลธุรกิจเพื่อเตรียมเป็นผู้ประกอบการในอนาคตเป็นแผนงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในช่วงปลายน้ำ เพื่อให้โครงการมีความสมบูรณ์และสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยในปีที่ 3 จะเป็นการธุรกิจยั่งยืนโดยการส่งเสริมการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อนำไปสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม เมื่อธุรกิจเริ่มมีผลกำไรจึงทำการจัดตั้งธุรกิจเพื่อสังคมซึ่งเป็นธุรกิจที่ไม่สุญเงินต้นและไม่ปันผลกำไรโดยเป็นการมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมเป็นสำคัญซึ่งจะนำกำไรที่ได้จากการทำธุรกิจนำกลับมาพัฒนาและขยายธุรกิจผู้ถือหุ้นจะสามารถรับได้แค่เงินลงทุนที่เป็นเงินต้นคืนได้เท่านั้น ไม่สามารถรับเงินปันผลได้ ไม่มีการให้ดอกเบี้ยและกำไรที่ได้จากการดำเนินทั้งหมดจะต้องคงไว้ในกิจการเพื่อนำไปช่วยแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมในชุมชน เช่น การพัฒนาชุมชน การช่วยเหลือสงเคราะห์แก่ผู้ที่เดือดร้อนโดยต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการเป็นต้น

ดังนั้นจากการที่ได้ดำเนินการในปีที่ 1 ให้กับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท ไปแล้วนั้นพบว่าจากการประเมินและติดตามผลพบว่า

ได้รับข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ใช้งานว่าเนื้อโลชั่นมีความเข้มข้นมากทำให้รู้สึกเหนียวและมันมากไป ส่วนผลิตภัณฑ์ แป้งฝุ่นสีของแป้งสีขาวมากไปไม่สัมพันธ์กับสีผิวของคนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้โครงการสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และครอบคลุมจึงมีความสนใจในการเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายที่เป็นรูปธรรมต่อการดำเนินการ โครงการในปีที่ 1 ไปยังปีที่ 2 ซึ่งโครงการนี้จะเป็นแผนงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในช่วงปลายน้ำ โดยการวางแผนธุรกิจ การวางแผนการขาย การฝึกอบรมการขายทั้งในระบบออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งจะเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพและเกิดรายได้ให้กับคนในชุมชน ตลอดจนเกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของ ชุมชนบ้านหนองมะโมง ตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท ให้เกิดความยั่งยืนของรายได้และ คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นต่อไป โดยเป็นการใช้ทั้งวัตถุดิบที่มีอยู่และการใช้อาคารสถานที่และครุภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชน และที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยนาท สำนักงานเกษตรอำเภอหนอง มะโมง และเทศบาลตำบลวังตะเคียนนั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดต่อไป

กรณีโครงการต่อเนื่อง

แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	ผลที่ได้รับ
นำเสนอแผนการดำเนินงานในปีที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ(ทุกปี) ปี 2567 เตรียมพร้อมสู่การขอรับรองมาตรฐาน โดยการจัดกิจกรรมออกเป็น 3 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่ 1 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โลชั่นทาผิวที่แปรรูปจากข้าว กิจกรรมที่ 2 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ครีมหาหน้าที่แปรรูปจากข้าว กิจกรรมที่ 3 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แป้งฝุ่นที่แปรรูปจากข้าว	สรุปผลการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานที่ กำหนดไว้ ปี 2567 1) ผู้เข้ารับการถ่ายทอดองค์ความรู้มี ความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรมโดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 2) เข้ารับการถ่ายทอดได้รับองค์ความรู้ ใน วทน.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แปรรูป จากข้าวซึ่งหลังจากจัดกิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม ได้มีการประเมินทางกายภาพ ของผลิตภัณฑ์พบว่าเนื้อครีมมีความ ละเอียดเรียบเนียน เมื่อสัมผัสรู้สึกนุ่ม รู้สึกถึงความชุ่มชื้นที่ผิวหน้า เนื้อครีมมี ลักษณะสีขาว มีกลิ่นหอมอ่อนๆ ที่ไม่แรง เกินไป 3) ด้านบรรจุภัณฑ์พบว่า มีความสวยงาม ทันสมัยดึงดูดใจผู้ซื้อ และมีตราสินค้าที่มี เอกลักษณ์สื่อถึงชุมชนได้เป็นอย่างดี 4) ได้ดำเนินการนำผลิตภัณฑ์จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์คือ ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิว กายและแป้งฝุ่นทาหน้าไปยื่นจดเพื่อขอ การรับรองมาตรฐาน	สรุปตัวชี้วัด ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ และ มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ปี 2567 1) คนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/ เทคโนโลยี จำนวน 50 คน 2) เทคโนโลยีที่ถ่ายทอด จำนวน 3 เรื่อง 3) วิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ ผู้อื่นได้ จำนวน 4 คน 4) ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ 96 5) ผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ ประโยชน์ จำนวน 40 คน 6) สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น มากกว่า 1 เท่า 7) ดำเนินการจดทะเบียนรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ 2 ผลิตภัณฑ์ 8) ได้ ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ได้แก่ โลชั่นบำรุงผิวกาย ครีม ทาหน้าและแป้งฝุ่นทาหน้า 9) ได้ตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของ กลุ่ม 3 ผลิตภัณฑ์ๆ ละ 200 ชิ้น (เพื่อให้ ทางกลุ่มได้สามารถนำไปทดลองตลาด ก่อน)

ปี 2568 เตรียมพร้อมสู่การขอรับรองมาตรฐาน 1) โดยการจัดกิจกรรมออกเป็น 4 กิจกรรมได้แก่ กิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ กิจกรรมที่ 2 การดำเนินงานเตรียมการขายและการโฆษณา กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและการกำหนดเป้าหมาย กิจกรรมที่ 4 การสร้างโมเดลธุรกิจ 2) ดำเนินการยื่นจดการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์	ปี 2568 1) ผู้เข้ารับการถ่ายทอดองค์ความรู้มีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมทั้ง 4 กิจกรรมโดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 2) เข้ารับการถ่ายทอดได้รับองค์ความรู้ใน วทน.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากข้าว 3) ด้านบรรจุภัณฑ์ มีการปรับและเลือกรูปแบบให้มีความสวยงามทันสมัยดึงดูดใจผู้ซื้อมีตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์สื่อถึงชุมชน ให้มีความเหมาะสมกับราคาต้นทุนและการจำหน่าย 4) ได้ดำเนินการนำผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายยื่นจดเพื่อขอการรับรองมาตรฐาน	ปี 2568 1) คนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี จำนวน 50 คน 2) เทคโนโลยีที่ถ่ายทอด จำนวน 4 เรื่อง 3) วิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้ จำนวน 6 คน 4) ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ 94 5) ผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ จำนวน 40 คน 6) สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นมากกว่า 1 เท่า 7) ได้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โลชั่นบำรุงผิวกาย และแป้งฝุ่นทาหน้า 8) ได้ตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม 2 ผลิตภัณฑ์ๆ ละ 200 ชิ้น (เพื่อให้ทางกลุ่มได้สามารถนำไปทดลองตลาดก่อน) 9) ได้โมเดลธุรกิจของชุมชน ที่มาจากการร่วมกันเขียนแผนธุรกิจระหว่างวิทยากรและผู้เข้าอบรม 10) ได้ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย (อย) ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ที่พร้อมในการจำหน่าย
--	--	---

7. วัตถุประสงค์ :

วัตถุประสงค์จะเป็นข้อความที่แสดงถึงความต้องการที่จะกระทำสิ่งต่างๆ ภายในโครงการให้ปรากฏผลเป็นรูปธรรม ซึ่งข้อความที่ใช้เขียนวัตถุประสงค์จะต้องชัดเจนไม่คลุมเครือ สามารถวัด และประเมินผลได้การเขียนวัตถุประสงค์ควรจะต้องคำนึงถึงลักษณะที่ดี 5 ประการ (SMARTดังนี้ S = Sensible (เป็นไปได้) หมายถึง วัตถุประสงค์จะต้องมีความเป็นไปได้ ในการดำเนินงานโครงการ M = Measurable (วัดได้) หมายถึง วัตถุประสงค์ที่ดีจะต้องสามารถวัดและประเมินผลได้ A = Attainable (ระบุสิ่งที่ต้องการ) หมายถึง วัตถุประสงค์ที่ดีต้องระบุสิ่งที่ต้องการดำเนินงาน อย่างชัดเจนและเฉพาะเจาะจงมากที่สุด R = Reasonable (เป็นเหตุเป็นผล) หมายถึง วัตถุประสงค์ที่ดีต้องมีความเป็นเหตุเป็นผลในการปฏิบัติ T = Time (เวลา) หมายถึง วัตถุประสงค์ที่ดีจะต้องมีขอบเขตของเวลาที่แน่นอนในการปฏิบัติงาน วัตถุประสงค์ไม่ควรเกิน 3 ข้อ

1. เพื่อพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท ตามข้อเสนอแนะจากผู้ให้จากปีที่ 1

2. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้การสร้างแนวคิดธุรกิจ การสร้างโมเดลธุรกิจและการเตรียมความพร้อมสู่การขยายและการประชาสัมพันธ์
3. เพื่อดำเนินการยื่นขอการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

8. กลุ่มเป้าหมาย :

ชื่อกลุ่มเป้าหมาย.....กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง 153 หมู่ 10 ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง หนองมะโมง จังหวัดชัยนาท 17120

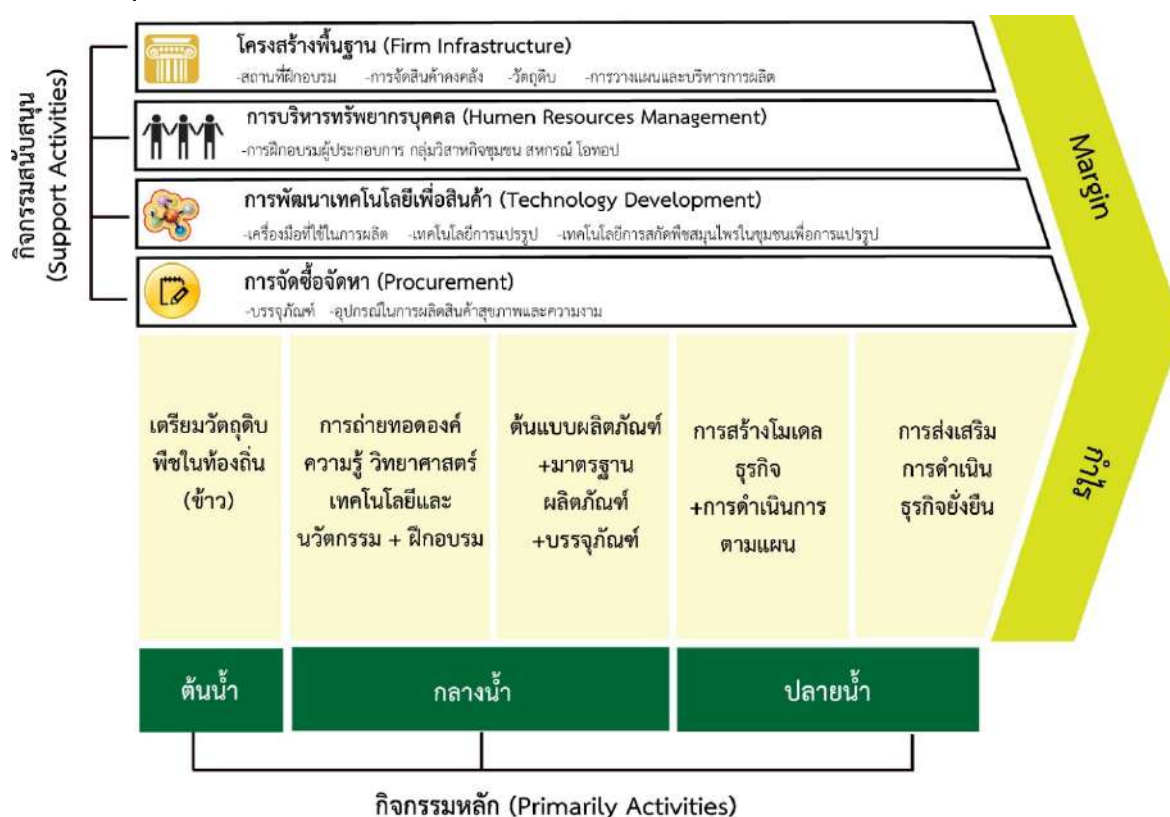
ชื่อผู้ประสานงาน.....นางสาวเสาวรัตน์ เกษร.....เบอร์โทร 0834267798, 0983805589

พิกัดของกลุ่มเป้าหมาย...ละติจูด 15°15'37.6"N 99°49'58.1"E.....ลองจิจูด 15.260456, 99.832794

9. ระยะเวลาดำเนินการ : วันเริ่มต้น -สิ้นสุดโครงการจากการวางแผนระยะยาว 3 ปี

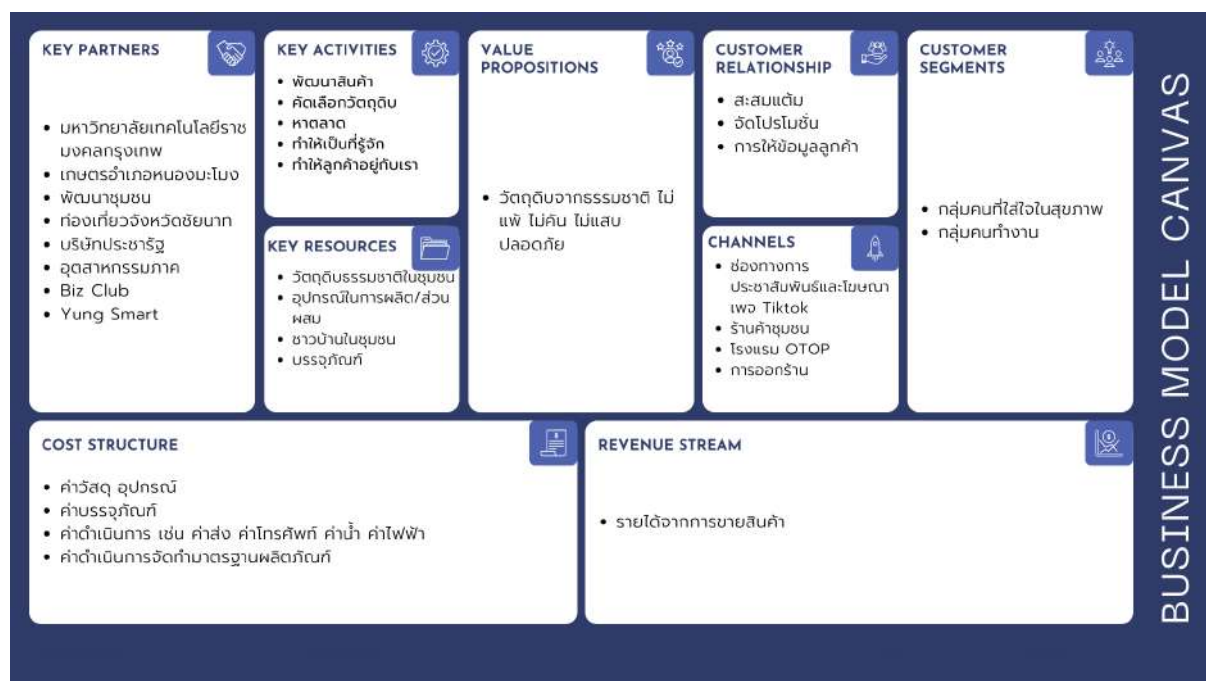
ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2566 – 30 กันยายน 2570

10. ห่วงโซ่คุณค่า(Value Chain)



ภาพที่ 2 ห่วงโซ่คุณค่า(Value Chain)

11. แผนธุรกิจชุมชนหรือโมเดลธุรกิจ



ภาพที่ 3 โมเดลธุรกิจ(Business Model Canvas) และแผนธุรกิจ(Business Plan)

12. แผนการดำเนินงาน (Gantt Chart) :

ระบุแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับข้อ 12 ตลอดระยะเวลาที่ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ

12.1 แผนการดำเนินงานรายปี

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3				ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ ⁴	วิธีการดำเนินงาน ⁵
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4			
ปีที่ 1 กิจกรรมที่ 1 “โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์โลชั่นทาผิวที่แปรรูปจากข้าว” ได้แก่ - ถ่ายทอดองค์ความรู้ - จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ - จัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ - ติดตามและประเมินผล	✓	✓											58,000	ผศ.ดร.นงค์นุช กลิ่นพิกุล	-การบรรยาย -ลงมือปฏิบัติ -การให้คำปรึกษา
ปีที่ 1 กิจกรรมที่ 2 “โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมทาหน้าที่แปรรูปจากข้าว” ได้แก่ - ถ่ายทอดองค์ความรู้ - จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ - จัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ - ติดตามและประเมินผล - นำผลิตภัณฑ์ไปดำเนินการยื่นขอการรับรองมาตรฐาน			✓										58,000	ผศ.ดร.นงค์นุช กลิ่นพิกุล	-การบรรยาย -ลงมือปฏิบัติ -การให้คำปรึกษา
ปีที่ 1 กิจกรรมที่ 3 “โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่นที่แปรรูปจากข้าว” ได้แก่ - ถ่ายทอดองค์ความรู้				✓									56,000	ผศ.ดร.นงค์นุช กลิ่นพิกุล	-การบรรยาย -ลงมือปฏิบัติ -การให้คำปรึกษา

- จัดทำต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ - จัดทำต้นแบบบรรจุ ภัณฑ์ - ติดตามและ ประเมินผล - นำผลิตภัณฑ์ไป ดำเนินการยื่นขอการ รับรองมาตรฐาน															
ปีที่ 2 โมเดลธุรกิจ กิจกรรมที่ 1 “การปรับปรุงและ พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์” มีดังนี้ 1.การปรับปรุงและ พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ แปรรูปจากข้าวตาม ข้อเสนอแนะจากการทำ และทดลองใช้ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ในปีที่ 1 ได้แก่ 1.1) การปรับปรุงและ พัฒนาผลิตภัณฑ์ โลชั่นบำรุงผิวกาย 1.2) การปรับปรุงและ พัฒนาผลิตภัณฑ์ แป้งฝุ่น 2.ติดตามและ ประเมินผล					✓								207,200	1. ผศ.ดร.นงคณัฐ กลิ่นพิกุล 2.อ.วงศ์พร รัตนบุญ -การบรรยาย -ลงมือปฏิบัติ -การให้ คำปรึกษา	
กิจกรรมที่ 2 “การสร้างแนวคิดและ การกำหนดเป้าหมาย” มีดังนี้ 1.การสร้างแนวคิดและ ตั้งเป้าหมายทางธุรกิจ						✓								1. ผศ.ดร.นงคณัฐ กลิ่นพิกุล 2. ผศ.ชูพรรณ แพ่งไธสง 3. ผศ.วาสนา ด้วงเหมือน	

2. การวิจัย/วิเคราะห์ตลาด / SWOT จุดแข็งจุดอ่อน อุปสรรคและโอกาส 3.ติดตามและประเมินผล																
กิจกรรมที่ 3 “การสร้างโมเดลธุรกิจ” มีดังนี้ 1.การสร้างโมเดลธุรกิจ 2.การสร้างแผนการตลาดและการโฆษณา 3.การสร้างแผนการจัดการทรัพยากรบุคคล 4.การสร้างแผนการจัดการทางการเงิน ให้ความรู้การคำนวณต้นทุน 5.ติดตามและประเมินผล						✓							250,000	1. ผศ.ดร.นงคินุช กลิ่นพิกุล 2. ผศ.ชูพรรณ แผงไธสง 3.ผศ.วาสนา ด้วงเหมือน		
กิจกรรมที่ 4 “การดำเนินงานตามแผน” มีดังนี้ 1. การนำสินค้ามาจำหน่ายผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ 2. ฝึกอบรมปฏิบัติการขายสินค้าและการจัดการระบบ 3.ติดตามและประเมินผล						✓										
ปีที่ 3 ธุรกิจยั่งยืน “การส่งเสริมการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อ							✓	✓	✓	✓				1.ผศ.ดร.นงคินุช กลิ่นพิกุล 2.ผศ.ชูพรรณ แผงไธสง	-การบรรยาย -ลงมือปฏิบัติ -การให้คำปรึกษา	

นำไปสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม” - การให้ความรู้ด้านโมเดลธุรกิจและการบริหารธุรกิจยั่งยืน - การกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่การดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม -โดยการฝึกฝนถ่ายทอดขยายฐานแรงงานในชุมชน -การนำอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ต่อไป - ติดตามและประเมินผล														3.ผล.วาสนา ดั่งเหมือน	
สรุปงบประมาณ	172,000			207,200			250,000								

⁴ผู้รับผิดชอบต้องมีชื่อปรากฏตามข้อ 4

⁵วิธีการดำเนินงาน เช่น การบรรยายและลงมือปฏิบัติ การให้คำปรึกษา บรรยายออนไลน์ ประชุมออนไลน์ ฯลฯ

12.2 แผนการดำเนินงานของปีที่ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ กิจกรรม	ต.ค	พ.ย.	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย.	ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการ ดำเนินงาน
ปีที่ 2 (2568) โมเดลธุรกิจ															
กิจกรรมที่ 1 “การปรับปรุงและ พัฒนาสูตร ผลิตภัณฑ์” มีดังนี้ 1.การปรับปรุงและ พัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ แปรรูปจากข้าวตาม ข้อเสนอแนะจากการ ทำและทดลองใช้ ต้นแบบผลิตภัณฑ์ใน ปีที่ 1 ได้แก่ 1.1) การปรับปรุงและ พัฒนาผลิตภัณฑ์ โลชั่นบำรุงผิวกาย (จากการ ประเมินผลและ การใช้ผลิตภัณฑ์ใน ปีที่ 1) 1.2) การปรับปรุงและ พัฒนาผลิตภัณฑ์ แป้งฝุ่น (จากการ ประเมินผลและ การใช้ผลิตภัณฑ์ใน ปีที่ 1) 2. ติดตามและ ประเมินผล 3. ปรับปรุงฉลากและ บรรจุภัณฑ์ 4. ดำเนินการยื่นขอจด การรับรองมาตรฐาน						✓							58,090	1.อ.วรงค์พร รัตนบุญ 2.ผศ.ดร.นงศันช กลิ่นพิกุล	-การบรรยาย -ลงมือปฏิบัติ -การให้คำปรึกษา ประเมินผลจาก แบบสอบถามความ พึงพอใจหลังการ ฝึกอบรม

กิจกรรมที่ 2 “การดำเนินงาน เตรียมการขายและการ โฆษณา” มีดังนี้ 1. ขั้นเตรียมการนำ สินค้ามาจำหน่ายผ่าน ช่องทางออฟไลน์และ ออนไลน์ 1.1 การถ่ายรูปสินค้า อัปเดตวิดีโอสำหรับ แพลตฟอร์มออนไลน์ 1.2 การติดต่อ 2. ฝึกอบรมปฏิบัติการ ขายสินค้าและการ จัดการระบบการขาย 2.1 ฝึกปฏิบัติการขาย ออนไลน์ 2.2 ฝึกการจัดการ ระบบการขายออนไลน์ 3.ติดตามและ ประเมินผล							✓						70,940	1. ผศ.ดร.นงคณัฐ กลิ่นพิกุล 2. อ.อ้อมใจ บุขบง 3.อ.ทิวฐาน เนียมชูชื่น	-การบรรยาย -ลงมือปฏิบัติ -การให้คำปรึกษา ประเมินผลจาก แบบสอบถามความ พึงพอใจหลังการ ฝึกอบรม
กิจกรรมที่ 3 “การสร้างแนวคิดและ การกำหนดเป้าหมาย” มีดังนี้ 1.การสร้างแนวคิดและ ตั้งเป้าหมายทางธุรกิจ 2. การวิเคราะห์ตลาด / SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาส 3.ติดตามและ ประเมินผล								✓	✓				40,200	1. ผศ.ดร.นงคณัฐ กลิ่นพิกุล 2. ผศ.ชูพรรค แพ่งไธสง 3.ผศ.วาสนา ด้วงเหมือน	-การบรรยาย -ลงมือปฏิบัติ -การให้คำปรึกษา ประเมินผลจาก แบบสอบถามความ พึงพอใจหลังการ ฝึกอบรม
กิจกรรมที่ 4 “การสร้างโมเดล ธุรกิจ” มีดังนี้ 1.การสร้างโมเดลธุรกิจ								✓	✓				37,970	1. ผศ.ดร.นงคณัฐ กลิ่นพิกุล 2. ผศ.ชูพรรค แพ่งไธสง	-การบรรยาย -ลงมือปฏิบัติ -การให้คำปรึกษา ประเมินผลจาก แบบสอบถามความ

2.การสร้างแผนการ ตลาดและการโฆษณา 3.การสร้างแผนการ จัดการทรัพยากรบุคคล 4.การสร้างแผนการ จัดการทางการเงินและ ให้ความรู้การคำนวณ ต้นทุน 5.ติดตามและ ประเมินผล															3. ผศ.วาสนา ด้วงเหมือน	พึงพอใจหลังการ ฝึกอบรม
ดำเนินการยื่นขอจดการ รับรองมาตรฐาน										✓	✓				1. ผศ.ดร.นงคินุช กลั่นพิกุล 2. ผู้ประกอบการ	
สรุปและจัดทำรูปเล่ม รายงาน												✓			ผศ.ดร.นงคินุช กลั่นพิกุล	
สรุปงบประมาณปีที่ 2														207,200		

13. ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ :

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ค่าเป้าหมายในแต่ละปี		
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	50	50	50
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด (ระบุรายละเอียดองค์ความรู้ เทคโนโลยี) 2.1 เทคโนโลยีการปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ 2.2 เทคโนโลยีการพัฒนaborrภัณฑ์ 2.3 การสร้างแนวคิดและการกำหนดเป้าหมาย 2.4 การสร้างโมเดลธุรกิจ 2.5 การดำเนินงานตามแผน	เรื่อง	3	4	3
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	4	6	5
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	80	80	80
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	40	40	40
6. สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น	เท่า	1.1	1.2	1.3
7. มาตรฐานผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	3	2	2

14. หน่วยงานสนับสนุน

ชื่อหน่วยงานสนับสนุน ระบุชื่อหน่วยงานที่ร่วมให้การสนับสนุนโครงการ	รูปแบบการสนับสนุน ระบุรูปแบบของการสนับสนุน เช่น งบประมาณ อาคารสถานที่ วิทยากร การจัดกิจกรรม ฯลฯ
ศูนย์เครือข่าย(ศพก) ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพ สินค้าเกษตร	การให้ความรู้ทางด้านการเกษตรและวัตถุดิบ
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง เทศบาลตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัด ชัยนาท	สถานที่การจัดกิจกรรม
อว.ส่วนหน้า จังหวัดชัยนาท, เทศบาลตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท	สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เช่น สถานที่ การนำเสนอผลงาน ถ่ายทอดองค์ความรู้

15. ผลกระทบ : (แสดงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากโครงการทั้งที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ที่ได้รับประโยชน์จากการดำเนินโครงการ)

15.1 เศรษฐกิจ

เพิ่มรายได้ (แสดงรายการ วิธีการหารายได้จากการนำองค์ความรู้/เทคโนโลยีไปพัฒนาธุรกิจของ
ผู้ประกอบการ) โปรดระบุ

1) รายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ไม่น้อยกว่าร้อยละ
10 เนื่องจากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เช่น การใช้เทคโนโลยีการแปรรูป การขอรับรอง
มาตรฐานของผลิตภัณฑ์

2) มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการเทียบกับงบประมาณที่ได้รับ ไม่น้อยกว่า 1
เท่า (B/C ratio >1)

ลดรายจ่าย (แสดงรายการ วิธีการที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ประกอบการเมื่อได้นำองค์ความรู้/
เทคโนโลยีไปปรับใช้ในการประกอบธุรกิจ) โปรดระบุ

1) รายจ่ายที่ลดลงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ไม่น้อยกว่า ร้อยละ
10 เนื่องจากทางกลุ่มมีการผลิตวัตถุดิบข้าวเองเพื่อนำไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

15.2 สังคม (เช่น เกิดการจ้างงาน ลดการย้ายถิ่นฐาน ครอบครัวเป็นสุข เป็นต้น) โปรดระบุ

1) เมื่อมีทางเลือกในการสร้างอาชีพที่นอกเหนือจากการทำนาแล้วยังมีการสร้างอาชีพเสริมที่มี
ผลมาจากการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้มีจำนวนผู้ได้รับการจ้างงานเพิ่มขึ้นด้วย

2) จำนวนอาชีพใหม่ของคนในชุมชนเพิ่มขึ้น 2 อาชีพคือ 1) นักแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
และมาตรฐาน 2) ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์

3) ลดการย้ายถิ่นฐานเนื่องจากการสร้างอาชีพ สร้างรายได้และยังได้อยู่ร่วมกับครอบครัว

15.3 สิ่งแวดล้อม (เช่น การลดปัญหามลพิษ การเพิ่มพื้นที่ป่า การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น)

โปรดระบุ

- 1) การปลูกข้าวที่ใช้เป็นวัตถุดิบให้พื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้น
- 2) คุณภาพของดินและความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ทางการเกษตรที่มีการปลูกข้าว
- 3) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยางดีขึ้น เพราะมีความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตในพื้นที่แปลงปลูกข้าว
- 4) เป็นการนำข้าวที่เหลือจากการจำหน่ายและบริโภคมาแปรรูปเป็นสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

16. งบประมาณขอรับการสนับสนุน

จำนวนทั้งสิ้น 629,200 บาท (รวมทุกปีที่ขอรับงบประมาณ)

ปีที่ 1 พ.ศ. 2567.....จำนวน.....172,000..... บาท

ปีที่ 2 พ.ศ. 2568.....จำนวน.....207,200..... บาท

ปีที่ 3 พ.ศ. 2569.....จำนวน.....250,000..... บาท

รายการงบประมาณ ดังนี้

(คำอธิบาย : แยกแยะเฉพาะปีงบประมาณที่ขอรับการสนับสนุนในปีปัจจุบัน โดยให้แยกแยะรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการดำเนินโครงการรายกิจกรรมที่ตรงกับข้อ 12.2 โดยจัด

ทำ เป็นงบตัวคุณ [ราคาต่อหน่วย: จำนวนคน/ครั้ง/วัน/ชิ้น] โดยใช้ระเบียบและอัตราของทางราชการ)

ปีงบประมาณ พ.ศ...2568... ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ จำนวน....207,200..... บาท ประกอบด้วย

งบประมาณ	จำนวน.....207,200.....	บาท (สองแสนเจ็ดพันสองร้อยบาทถ้วน) มีรายการดังนี้
ค่าตอบแทน	61,800	บาท
ค่าใช้สอย	127,500	บาท
ค่าวัสดุ	17,900	บาท

กิจกรรม	รายการค่าใช้จ่าย							ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมเงิน (บาท)
กิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์									
ค่าตอบแทน	วิทยากร								
	อ.วงศ์พร รัตนบุญ					18	ชม.	600	10,800
	ผศ.ดร.นงคัมภูช กลิ่นพิกุล					6	ชม.	600	3,600
ค่าใช้สอย									
	ค่าอาหารกลางวันและอาหารว่าง	50	คน	3	มื้อ			140	21,000
	ค่าที่พักวิทยากร	2	คน	1	ห้อง	2	คืน	1,000	2,000
	ค่ายานพาหนะเหมาจ่าย	1	คัน	3	วัน			3,500	10,500
ค่าวัสดุ									
	ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการทำกิจกรรม							10,190	10,190
รวมกิจกรรมที่ 1									58,090
กิจกรรมที่ 2 การดำเนินงานเตรียมการขายและการโฆษณา									
ค่าตอบแทน	วิทยากร								
	อ.ทิวฐาน เนียมชูชื่น					11	ชม.	600	6,600
	อ.อ้อมใจ บุชบง					10	ชม.	600	6,000
	ผศ.ดร.นงคัมภูช กลิ่นพิกุล					11	ชม.	600	6,600
ค่าใช้สอย									
	ค่าอาหารกลางวันและอาหารว่าง	50	คน	4	มื้อ			140	28,000
	ค่าที่พักวิทยากร	3	คน	2	ห้อง	3	คืน	1,000	6,000
	ค่ายานพาหนะเหมาจ่าย	1	คัน	4	วัน			3,500	14,000
ค่าวัสดุ									
	ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการทำกิจกรรม							3,740	3,740
รวมกิจกรรมที่ 2									70,940

ที่	รายการวัสดุ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อ หน่วย (บาท)	รวมทั้งหมด (บาท)
กิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์				
	ส่วนผสมโลชั่น			
1	DI water 30 kg (กิโลกรัมละ 60 บาท x จำนวน 10 กิโลกรัม)	10 kg	80.00	800.00
2	Triethanolamine 2 kg	2 kg	350.00	700.00
3	Rice bran Oil 3 kg (กิโลกรัมละ 280 บาท x จำนวน 3 กิโลกรัม)	3 kg	280.00	840.00
4	Butyrospermum Parkii (Shea) Butter 500 g Rice bran Oil 500 g (500 กรัมละ 200 บาท x จำนวน 500 กรัม)	500 g	200.00	200.00
5	Glyceryl Stearate (and) PEG-100 Stearate 3 kg (กิโลกรัมละ 300 บาท x จำนวน 3 กิโลกรัม)	3 kg	300.00	900.00
6	Rice extract 500 กรัม	500 g	450.00	450.00
	ส่วนผสมแป้งฝุ่น			-
7	Talc 2 kg	2 kg	300.00	600.00
8	Mica 500 g = 1 ถุง	500 g	300.00	300.00
9	Rice powder 5 kg (กิโลกรัมละ 100 บาท x จำนวน 2 กิโลกรัม)	2 kg	100.00	200.00
10	SoftTouch 6™ (PMMA 6 Micron, Soft Focus, Slip) 50 g = 1 ถุง	50 g	350.00	350.00
11	Magnesium stearate 500 g = 1 ถุง	500 g	300.00	300.00
12	Cyclomethicone 500 กรัม	500 g	150.00	150.00
13	Microcare PHC 500 g = 1 ถุง	500 g	400.00	400.00
14	ค่าขวดบรรจุโลชั่นพร้อมหัวปั๊ม (ราคา 45 บาท/ขวด x จำนวน 50 ขวด)	50 ขวด	45.00	2,250.00
15	ค่ากระปุกแป้งฝุ่น (ราคา 35 บาท/กระปุก x จำนวน 50 กระปุก)	50 กระปุก	35.00	1,750.00
	รวมค่าวัสดุกิจกรรมที่ 1			10,190.00

กิจกรรมที่ 2 การดำเนินงานเตรียมการขายและการโฆษณา				
16	กล่องไฟถ่ายรูป LED 80*80*80 ซม.	1 กล่อง	1,840.00	1,840.00
17	ผ้าปูรองถ่ายรูปสินค้า คละสี (สีดำ สีขาว)	6 เมตร	150.00	900.00
18	ชุดไฟไลฟ์สด LED พร้อมขาตั้ง	1 ชุด	590.00	590.00
19	กระดาษสีขนาด A1 คละสี	5 แผ่น	82.00	410.00
	รวมค่าวัสดุกิจกรรมที่ 2			3,740.00
กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและการกำหนดเป้าหมาย และ กิจกรรมที่ 4 การสร้างโมเดลธุรกิจ				
20	กระดาษ A4 (จำนวน 5 รีม x รีมละ 120 บาท)	4 รีม	120.00	480.00
21	กระดาษฟลิปชาร์ต 70 แกรม 80 x 100 ซม. (แพ็ค 25 แผ่น) ขาว	3 แพ็ค	800.00	2,400.00
22	ปากกาเคมี 2 หัว คละสี (1 แพ็ค 3 ด้าม)	15 แพ็ค	60	900.00
23	ดินสอ 2b	3 โหล	100.00	300.00
24	ยางลบดินสอ	35 ก้อน	15.00	525.00
25	ปากกาถูกลื่น	1 กล่อง	120.00	120.00
26	แฟ้มซองกระดุมขนาด A4 (แพ็ค 12 ซอง)	3 โหล	120.00	360.00
27	ไม้บรรทัดพลาสติก 30 ซม. (แพ็ค 12 อัน)	3 โหล	95.00	285.00
28	กระดาษแข็งเบอร์ 24 ขนาด 27*31 นิ้ว หนา 2.07 มม.	8 แผ่น	50.00	400.00
	รวมค่าวัสดุกิจกรรมที่ 3 และ 4			5,770.00

ตัวชี้วัดทุกรายการ

หมายเหตุ

- ขอความร่วมมือเครือข่ายคลินิกเทคโนโลยีไม่คิดค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าธรรมเนียมหักเข้าหน่วยงาน
- ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าเบี้ยเลี้ยง เบิกตามระเบียบและอัตราที่ทางราชการกำหนด
- ค่าจ้างออกแบบงานกับบุคคลภายนอก ให้ยึดความประหยัดงบประมาณเป็นหลักและแสดงหลักฐานการจ้างงานชัดเจน
- ค่าจ้างเหมาทดสอบทางวิทยาศาสตร์ ให้แนบรายละเอียดอัตราค่าบริการ
- ค่าวัสดุ/อุปกรณ์ ค่าวัสดุสำนักงานที่ใช้ในการจัดกิจกรรม ต้องให้รายละเอียดว่ามีวัสดุและอุปกรณ์อะไรที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินโครงการ บางอย่างผู้ประกอบการสามารถร่วมออกค่าใช้จ่ายได้หรือไม่
- ค่าวัสดุการเกษตรวัสดุวิทยาศาสตร์และสารเคมี ให้แจกแจงรายละเอียดว่าคืออะไร

17. การรายงานความก้าวหน้าติดตามและประเมินผล : ผู้รับผิดชอบโครงการต้องดำเนินการ ดังนี้

- (1) รายงานความก้าวหน้าโครงการผ่านระบบคลินิกเทคโนโลยีออนไลน์ (CMO) รายไตรมาส
- (2) ผู้รับผิดชอบโครงการต้องให้ผู้รับบริการตอบแบบสำรวจวัดความพึงพอใจผู้รับบริการในขณะจัดกิจกรรม
และผู้รับผิดชอบโครงการต้องให้ผู้รับบริการตอบแบบติดตามผลการนำไปใช้ประโยชน์หลังสิ้นสุดการดำเนินงานของโครงการ ก่อนจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์
- (3) ผู้รับผิดชอบโครงการต้องคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ B/C ratio ของโครงการ
- (4) จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์เป็นอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์พร้อมหนังสือนำส่งจากหน่วยงาน ไม่เกินวันที่ 30 กันยายน (วันสิ้นสุดปีงบประมาณ) ยกเว้นมีเหตุจำเป็น หรือสุดวิสัย
- (5) การขอขยายเวลา หากคาดว่าโครงการจะไม่สามารถจัดกิจกรรมตามแผนที่วางไว้และมีความจำเป็นต้องขอขยายเวลา ผู้รับผิดชอบโครงการต้องจัดทำหนังสือขอขยายเวลาโดยผู้บริหารหน่วยงานเป็นผู้ลงนาม ในหนังสือถึง ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ก่อนวันที่ 15 กันยายน แจ้งให้ สป.อว. ทราบ เพื่อดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

18. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ :

การจัดกิจกรรมหรือการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการในรูปแบบต่างๆเช่น แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ จดหมายข่าว วารสาร และสื่ออื่นใด **ต้องมีข้อความและสัญลักษณ์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม**ซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนงบประมาณปรากฏทุกครั้ง และโครงการยินดีให้ความร่วมมือเข้าร่วมจัดแสดงผลงานในกิจกรรมต่างๆ ตามที่ สป.อว. ร้องขอ พร้อมทั้งทำตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ระบุในคู่มือการดำเนินงานฯ ทุกประการ



(ผศ.ดร.นงคันทน์...กลั่นพิบูล.)

ผู้เสนอโครงการ

ตำแหน่ง**ผู้ช่วยศาสตราจารย์



แบบสำรวจข้อมูลความต้องการผู้ประกอบการ

แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE) ประจำปีงบประมาณ....2568....

เรื่อง ขอเข้าร่วมแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE)

เรียน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

สิ่งที่ส่งมาด้วย รายชื่อสมาชิกของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

ด้วย(ชื่อ นามสกุล)...นายพิเชษ เกษร.....มีความประสงค์ที่จะนำความรู้และงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมและความรู้ในการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ ไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ...วิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง...ที่ตั้งสถานประกอบการ...เลขที่ 153 หมู่ที่ 10 บ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท

พิกัดละติจูด : 15°15'37.6"N 99°49'58.1"Eลองจิจูด : 15.260456 99.832794.....

ชื่อประธาน.....นายพิเชษ เกษร.....เบอร์โทร.....0966757172.....

ชื่อผู้ประสานงานนายเสาวรัตน์ เกษร.....เบอร์โทร.....0834267798.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการประกอบการ

รูปแบบธุรกิจ ☐ ผู้ประกอบการรายเดี่ยว ☐ หุ้นส่วน/ห้างหุ้นส่วน จำกัด ☐ บริษัทจำกัด ☐ ผู้ประกอบการ OTOP
☒ วิสาหกิจชุมชน ☐ สหกรณ์ ☐ กลุ่มอาชีพ ☐ กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ยังไม่จดทะเบียน
☐ ผู้ประกอบการรายเดี่ยว

จำนวนสมาชิก....20....คน ปีที่ก่อตั้ง...2557...ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ....11...ปี ทุนจดทะเบียน..... บาท

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ข้าวสารยอดขายต่อเดือน.....600 บาท..... รายได้ต่อเดือน.....

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ข้าวปลาย รำ แกลบยอดขายต่อเดือน...1500 บาท.... รายได้ต่อเดือน.....

กลุ่มลูกค้า.....ชาวบ้านในชุมชนและใกล้เคียง ลูกค้าจากการออกบูธ

แหล่งจำหน่ายสินค้า(ออฟไลน์/ออนไลน์)....เข้ามาซื้อที่โรงสีเอง หรือนั้ดรับบริเวณใกล้บ้าน.....

ส่วนที่ 3 ประเด็นความต้องการพัฒนาสินค้าและบริการ

ระบุประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น และความต้องการในการพัฒนา

ปัญหาที่เกิดขึ้น	ความต้องการด้าน วทน.
1) มีผลผลิตที่เหลือจากการจำหน่ายและบริโภค ข้าวมีราคาที่สูงต่ำ และด้วยมีความต้องการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นหลังจากการทำนา 2) กลุ่มจึงมีความต้องการนำข้าวที่มีอยู่นั้นมาทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถขายและเป็นของฝากที่มีการผลิตไม่ซับซ้อน ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามทันสมัยและมีอัตลักษณ์และเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ดีแต่ทางกลุ่มนั้นไม่มีความรู้เกี่ยวกับ วทน. 3) กลุ่มฯ จึงมีความต้องการตลาดกลุ่มใหม่ กลุ่มผู้บริโภคสินค้าแปรรูปจากข้าวทั้งในระบบออนไลน์และออฟไลน์	1) มีความต้องการนำข้าวมาทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ทางด้านสุขภาพและความงาม ที่มีการผลิตที่ไม่ซับซ้อน มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีอัตลักษณ์และเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ดี สามารถขายได้เป็นของฝากมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีอัตลักษณ์และเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ดี 2) ต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากข้าวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 3) มีความต้องการตลาดกลุ่มใหม่ กลุ่มผู้บริโภคสินค้าแปรรูปทั้งในระบบออนไลน์และออฟไลน์

ลงชื่อ.....นางนงคณัฐ กลิ่นพิกุล.....(ตัวบรรจง)

หมายเลขโทรศัพท์.....0869903495.....

ผู้สำรวจข้อมูล

ลงชื่อ.....นายพิเชษ เกษร.....(ตัวบรรจง)

หมายเลขโทรศัพท์.....0966757172.....

ผู้ให้ข้อมูล

หมายเหตุ

๑. กรุณานำรายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน
๒. ต้องแสดงแบบสำรวจข้อมูลความต้องการผู้ประกอบการ(BCE) ทุกปีที่เสนอโครงการ

รายชื่อสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง

- | | |
|--------------------|----------|
| 1) นายพิเชษ | เกษร |
| 2) นางสาวประภัสสร | ทองมี |
| 3) นางสาวจันทิมา | นิตยงกูร |
| 4) นางสุภาวดี | ทองมี |
| 5) นางลำพวน | แก้วคุ้ม |
| 6) นางสาวจอรารพรณ | ทองมี |
| 7) นางสาวเสาวรัตน์ | เกษร |
| 8) นางสาวสมหมาย | จ้อยนิล |
| 9) นางสาวเสมอ | นิลภัย |
| 10) นางประสาร | เกษร |



แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

ชื่อกลุ่ม วิชาสหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้าน

หนองยาง

ที่อยู่ เลขที่ 153 หมู่ที่ 10 บ้านหนองยาง ตำบล

วังตะเคียน อำเภอนางรอง หนอง

จังหวัดชัยนาท

วันที่เดือน.....พ.ศ.....

เรื่อง การนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

เรียน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ตามที่ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ร่วมกับ คลินิกเทคโนโลยี เครือข่าย ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจ ชุมชน เพื่อนำผลงานวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ไปถ่ายทอด บ่มเพาะ เพิ่มศักยภาพให้แก่ชุมชน วิชาสหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ กลุ่มเกษตรกร นั้น

ข้าพเจ้า...นายพิเชษ เกษร....ชื่อกลุ่มวิชาสหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง และสมาชิกกลุ่ม/ ชุมชน จำนวน....20...คนได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนี้ (ระบุได้มากกว่า 1 เรื่อง/เทคโนโลยี/องค์ความรู้)

เทคโนโลยี/องค์ความรู้	ผลของการใช้องค์ความรู้/เทคโนโลยี (เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย มาตรฐาน อื่น ๆ)
1. องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการพัฒนาลิขสิทธิ์แปรรูปจากข้าวครบวงจร	เพิ่มรายได้
2. การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ไอซิ่ง และแป้งฝุ่นจากการแปรรูปข้าว และมาตรฐานผลิตภัณฑ์	การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์
3. องค์ความรู้ด้านโมเดลธุรกิจ	เพิ่มรายได้
4. ความรู้ด้านการตลาดแพลตฟอร์มออนไลน์	เพิ่มรายได้

ซึ่งกลุ่มได้นำความรู้ดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ การพัฒนาชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(...ผศ.ดร.นงนุช กลิ่นพิบูล...)

ขอแสดงความนับถือ

(...นายพิเชษ เกษร...)

ประธานกลุ่ม / ตัวแทนกลุ่ม

ตารางการฝึกอบรม

ชื่อโครงการ : การเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน

อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท ปีที่ 2 (2568) โมเดลธุรกิจ

กิจกรรมที่ 1 : การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ (จากการประเมินผลและการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ในปีที่ 1)

วัน เดือน ปี	8.30-9.00 น.	9.00-12.15 น.	12.15 – 13.00 น.	13.00-16.15 น.
7 มีค 2568	ลงทะเบียน	ทฤษฎีโลชั่น และหน้าที่ของสารในโลชั่น อ.วรงค์พร รัตนบุญ (3 ชม.)		เทคนิคการเลือกสารในการทำผลิตภัณฑ์โลชั่น อ.วรงค์พร รัตนบุญ (3 ชม.)
8 มีค 2568		ฝึกปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย อ.วรงค์พร รัตนบุญ (3 ชม.) ผศ.ดร.นงคัมภร กลิ่นพิบูล (3)		ทฤษฎีแป้งฝุ่น และหน้าที่ของสารในแป้งฝุ่น อ.วรงค์พร รัตนบุญ (3 ชม.)
9 มีค 2568		เทคนิคการเลือกสารในการทำผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่น อ.วรงค์พร รัตนบุญ (3 ชม.)		ฝึกปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่น อ.วรงค์พร รัตนบุญ (3 ชม.) ผศ.ดร.นงคัมภร กลิ่นพิบูล (3)

หมายเหตุ 10.30 - 10.45 น. และ 14.30 - 14.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง

12.15 – 13.00 น.

พักรับประทานอาหารกลางวัน

ตารางการฝึกอบรม

ชื่อโครงการ : การเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน

อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท ปีที่ 2 (2568) โมเดลธุรกิจ

กิจกรรมที่ 2 : การดำเนินงานเตรียมการขายและการโฆษณา

วัน เดือน ปี	8.00-9.00 น.	9.00-12.15 น.	12.15 – 13.00 น.	13.00-16.15 น.
3 เมษายน 2568	ลงทะเบียน	การถ่ายรูปสินค้า สำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ อ.ทิวฐาน เนียมชูชื่น (3 ชม.)		ฝึกปฏิบัติการถ่ายรูปและตกแต่งรูปภาพ อ.อ้อมใจ บุชบง (3 ชม.)
4 เมษายน 2568		ถ่ายวิดีโอสำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ อ.ทิวฐาน เนียมชูชื่น (3 ชม.)		ฝึกปฏิบัติการถ่ายวิดีโอและการตัดต่อ อ.อ้อมใจ บุชบง (3 ชม.) อ.ทิวฐาน เนียมชูชื่น (3 ชม.)
5 เมษายน 2568		การขายสินค้าออนไลน์ อ.อ้อมใจ บุชบง (1 ชม.)		ฝึกปฏิบัติการขายสินค้าออนไลน์ (ต่อ) อ.อ้อมใจ บุชบง (3 ชม.) ผศ.ดร.นงคัมภร กลิ่นพิกุล (3 ชม.)
6 เมษายน 2568		ฝึกปฏิบัติการขายสินค้าออนไลน์ (ต่อ) ผศ.ดร.นงคัมภร กลิ่นพิกุล (3 ชม.)		ฝึกปฏิบัติการขายสินค้าออนไลน์ (ต่อ) ผศ.ดร.นงคัมภร กลิ่นพิกุล (3 ชม.)

หมายเหตุ 10.30 - 10.45 น. และ 14.30 - 14.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง

12.15 – 13.00 น.

พักรับประทานอาหารกลางวัน

ตารางการฝึกอบรม

ชื่อโครงการ : การเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน

อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท ปีที่ 2 (2568) โมเดลธุรกิจ

กิจกรรมที่ 3 : การสร้างแนวคิดและการกำหนดเป้าหมาย

วัน เดือน ปี	8.00-9.00 น.	9.00-12.15 น.		12.15 – 13.00 น.	13.00-16.15 น.
29 พฤษภาคม 2568	ลงทะเบียน	การสร้างโมเดลธุรกิจสำหรับ วิสาหกิจชุมชน <i>ผศ.ชูพรรณ แผงไธสง (1 ชม.)</i>	ฝึกปฏิบัติการสร้างโมเดลธุรกิจ สำหรับวิสาหกิจชุมชน <i>ผศ.ชูพรรณ แผงไธสง (2 ชม.)</i> <i>ผศ.ดร.นงคัมภ กลินีพิกุล (2 ชม.)</i>		ฝึกปฏิบัติการสร้างโมเดลธุรกิจสำหรับวิสาหกิจชุมชน (ต่อ) <i>ผศ.ชูพรรณ แผงไธสง (3 ชม.)</i> <i>ผศ.วาสนา ดั่งเหมือน (3 ชม.)</i>
30 พฤษภาคม 2568		การวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ (SWOT Analysis) และการ กำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ สำหรับวิสาหกิจชุมชน <i>ผศ.วาสนา ดั่งเหมือน (1 ชม.)</i>	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ สถานการณ์ธุรกิจ (SWOT) และการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ สำหรับวิสาหกิจชุมชน <i>ผศ.วาสนา ดั่งเหมือน (2 ชม.)</i> <i>ผศ.ดร.นงคัมภ กลินีพิกุล (2 ชม.)</i>		ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ (SWOT) และการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจสำหรับวิสาหกิจชุมชน (ต่อ) <i>ผศ.ชูพรรณ แผงไธสง (3 ชม.)</i> <i>ผศ.วาสนา ดั่งเหมือน (3 ชม.)</i>

หมายเหตุ 10.30 - 10.45 น. และ 14.30 - 14.45 น. พักรับประทานอาหารว่าง

12.15 – 13.00 น.

พักรับประทานอาหารกลางวัน

บทที่ 2

ผลการดำเนินโครงการ

ผลการดำเนินโครงการ การเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดชัยนาท ในปี 2568 มีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้การสร้างแนวคิดธุรกิจ การสร้างโมเดลธุรกิจและการดำเนินงานตามแผนให้กับผู้เข้ารับการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการสามารถนำความรู้และความเข้าใจที่ได้รับจากการถ่ายทอดนำไปปฏิบัติได้ และเพื่อให้ผู้เข้ารับบริการสามารถดำเนินการตามแผนงาน ตลอดจนการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีการดำเนินโครงการดังนี้

2.1 ประเด็นการพัฒนา

2.1.1 ประเด็นปัญหา (Input)

1) จากการที่ได้ดำเนินการในปีที่ 1 ให้กับทางกลุ่มฯ ไปและทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปทดลองใช้แล้วนั้นจากการประเมินและติดตามผลพบว่า สำหรับผู้ใช้ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าเนื้อโลชั่นมีความเข้มข้นมากทำให้รู้สึกเหนียวและมันมากไป แต่สำหรับผู้ใช้ที่มีอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไปพบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์มากโดยได้ให้สรุปว่าเนื้อโลชั่นมีผิวสัมผัสที่มีความนุ่ม เมื่อทาลงบนผิวพบว่าผิวมีความชุ่มชื้น เรียบเนียนผิวมีความใสขึ้น ส่วนผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่นสีของแป้งสีขาวมากไปไม่สัมพันธ์กับสีผิวของคนกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ให้กับผู้ใช้หลายกลุ่มจึงต้องการที่จะพัฒนาปรับปรุงสูตรที่สามารถนำไปใช้ให้กับผู้ใช้หลายกลุ่มสามารถยื่นจดขอการรับรองมาตรฐานได้ แต่ทางกลุ่มไม่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับ วทน. ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์

2) กลุ่มฯ ไม่มีความรู้ในการทำสื่อในการโฆษณาและสำหรับการส่งเสริมการขายเลย ซึ่งเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ให้กับทางกลุ่มฯ ได้นั้นจึงจำเป็นต้องให้มีการเรียนรู้และมีปฏิบัติการทำสื่อในการโฆษณาและสำหรับการส่งเสริมการขายที่สามารถนำไปใช้ในการแพลตฟอร์มการขายแบบออนไลน์และออฟไลน์ได้

3) กลุ่มฯ ไม่มีความรู้ในการจัดการในการวางแผนงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในช่วงปลายน้ำ การวางแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และคู่แข่ง เพื่อที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและการปรับปรุงต่อไป

2.1.2 การใช้วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่นำไปแก้ปัญหา (Process)

- 1) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวด้วยกระบวนการวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี โดยใช้แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสามารถดำเนินการยื่นขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- 2) กระบวนการพัฒนาการผลิตแปรรูปผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวด้วยกระบวนการวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี
- 3) ศึกษาการทดสอบเบื้องต้น
- 4) การคำนวณต้นทุนในการผลิต
- 5) การให้ความรู้เรื่องการพัฒนาสินค้าให้มีเอกลักษณ์ ตราสินค้า
- 6) การออกแบบและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์

2.1.3 ผลที่ได้รับ (Output)

- 1) ได้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวที่ปรับปรุงแล้ว ได้แก่ โลชั่นบำรุงผิวกายและแป้งฝุ่น
- 2) ได้องค์ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปยื่นการจดทะเบียนมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- 3) ได้องค์ความรู้ในการผลิตสื่อที่สามารถนำไปใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือนำไปใช้ในแพลตฟอร์มการขายแบบออนไลน์และออฟไลน์
- 4) ได้โมเดลธุรกิจที่มีความเหมาะสมกับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดชัยนาท

2.2 รายละเอียดการดำเนินงาน

หลังจากการนำผลการประเมินจากกลุ่มผู้ใช้และทางกลุ่มฯ คณะทำงานจึงได้ทำการสรุปและวางแผนงานต่อจากปีที่ 1 การลงพื้นที่อบรมและถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับโครงการเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดชัยนาท ในปี 2568 งบประมาณ 207,200 บาท นั้นได้ดำเนินการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ การฝึกปฏิบัติการจัดทำผลิตภัณฑ์ การติดตามและประเมินผลและการนำผลิตภัณฑ์ไปดำเนินการยื่นขอการรับรองมาตรฐานได้แบ่งออกเป็นจำนวน 4 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ กิจกรรมที่ 2 การดำเนินงานเตรียมการขายและการโฆษณา กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและการกำหนดเป้าหมายและกิจกรรมที่ 4 การสร้างโมเดลธุรกิจ ซึ่งในปีที่ 2 (2568) ได้มีการจัดกิจกรรมจำนวน 4 กิจกรรม ดังนี้

2.2.1 กิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์

- 1) วางแผนการดำเนินงานรูปแบบกิจกรรม
- 2) ติดต่อประสานงานวิทยากร ผู้นำชุมชน ผู้ประสานงาน ที่พัก ยานพาหนะรวมทั้งสถานที่
- 3) จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ในการจัดกิจกรรม
- 4) ลงพื้นที่จัดกิจกรรมการปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวตามข้อเสนอแนะจากการทำและทดลองใช้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ในปีที่ 1 ตามข้อเสนอแนะกลุ่มผู้ทดลองใช้ ได้แก่ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย และการปรับปรุงผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่น
- 5) ประเมินผลหลังจากการจัดกิจกรรม
- 6) ดำเนินการนำต้นแบบผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายไปยื่นขอจดการรับรองมาตรฐาน



ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบในปีที่ 1 (2567) ก่อนปรับปรุงสูตร



ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบในปีที่ 2 (2568) หลังจากปรับปรุงสูตร

การอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยี

- 1) จัดกิจกรรมฝึกปฏิบัติการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายและผลิตภัณฑ์แปรงฝุ่น (จากการประเมินผลและการใช้ผลิตภัณฑ์ในปีที่ 1)
- 2) ปรับปรุงฉลากและบรรจุภัณฑ์
- 3) ประเมินผลหลังการจัดกิจกรรมเสร็จสิ้น



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์ในกิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 1 สูตรโลชั่นบำรุงผิวกาย (Moisturizing Body cream) 100 กรัม

ส่วน	สารสำคัญ	ปริมาณ	หน้าที่
A1	C	81.4	ตัวทำละลาย
A2	Carbomer	0.3	สารก่อเจล
A3	Triethanolamine	0.2	สารปรับก่ดต่าง
A4	Glycerin	3	สารให้ความชุ่มชื้น
B1	Rice bran oil	0.5	บำรุงผิว
B2	Grape seed oil	0.5	บำรุงผิว
B3	Argan oil	0.5	บำรุงผิว
B4	Isonomine Isononanoate	3	บำรุงผิว
B5	Shea butter	2	บำรุงผิว
B6	Steary alcohol	0.5	สารให้ความหนืด
B7	White Pertrolatum	1	สารให้ความนุ่มลื่น

B8	Leximul 561	6	ตัวประสาน
C1	Vitamin E	0.1	วิตามินบำรุงผิว
C2	Microcate PHC	1	สารกันเสีย

วิธีทำ

1. ผสมส่วน A เริ่มจากโปรย (A2: Carbomer) ลงใน (A1: Carbomer) นำไปให้ความร้อนจนกว่าจะละลาย เติม (A3: Triethanolamine) จนกว่าจะละลายเป็นเจลใส เติม (A4: Glycerin) นำไปให้ความร้อน 70 องศาเซลเซียส
2. ผสม (B1-B8) นำไปให้ความร้อน 75 องศาเซลเซียส
3. นำส่วนผสม B ผสมใส่ ส่วน A แล้วคนไปเรื่อยๆ จนเป็นเนื้อครีมสีขาว
4. รอจนกว่าอุณหภูมิเย็นลง 50 องศาเซลเซียส เติมส่วน C เทลงในบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 2 สูตรแป้งฝุ่น (Loose power) 50 กรัม

ส่วน	สารสำคัญ	ปริมาณ	หน้าที่
A1	Talc	19.55	สารพื้น
A2	Sericite	0.312.5	สารพื้น
A3	Mica	0.22.5	สารพื้น
A4	SiliSilk™ WO	1.25	สารปรับความนุ่มลื่น
A5	Rice Power	1	สารพื้น
A6	Titanium Dioxide	1	สารแต่งสีขาว
A7	SoftTouch 6™ (PMMA)	0.5	สารปรับเนื้อแป้ง
A8	Nylon-12	0.5	สารปรับความลื่น
A9	Megnesium stearate	2	ตัวประสาน
B1	Isononyl Isononanoate	0.25	สารให้ความนุ่มลื่นผิว
B2	Isododecane	0.25	สารช่วยละลายสี
B3	Isopropyl myristate	0.25	สารบำรุงผิว
B4	Cyclomethicon	1.4	สารให้ความลื่นผิว
B5	Microcare PHC	0.5	สารกันเสีย
B6	Fragrance	0.05	สารแต่งกลิ่น
C	สีเบจ 500 g	6.5	สารแต่งสี

วิธีทำ

เริ่มจากผสมส่วน A1-A9 บดให้เข้ากัน จากนั้นผสมส่วน B1-B6 ผสมให้เข้ากัน ค่อยๆหยดลงใน ส่วน A สุดท้ายเติมส่วน C บดผสมให้เข้ากัน เติมลดสีตามความชอบ แล้วจึงเทลงบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 7 การกล่าวเปิดงานโดยผู้ใหญ่บ้านและหัวหน้าโครงการ



ภาพที่ 8 ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1



ภาพที่ 9 ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1



ภาพที่ 10 ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1



ภาพที่ 11 ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1



ภาพที่ 12 ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1



ภาพที่ 13 ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1



ภาพที่ 14 ปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้กิจกรรมที่ 1



ภาพที่ 15 ภาพผลิตภัณฑ์ในกิจกรรมที่ 1



ภาพที่ 16 ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย



NONG YANG
หนึ่งใบหนองยาง

ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวที่ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับผิว
ลดภาวะผิวแห้ง ลด ตัน สะลายเลืองและทำให้ผิวนุ่มนวล

ส่วนประกอบ : Aqua, Oryza sativa (rice) bran oil, Vitis
vinifera (grape) seed oil, Argan
(argania spinosa) oil, Butyrospermum
pavii (shea) butter, Glycerin, Isosonyl
isooctanoate, Stearyl alcohol,
Petrolatum, Glyceryl stearate (and)
PEG-100 stearate, Tocopherol,
Carbomer, Triethanolamine,
Chlorphenesin, Phenoxyethanol

วิธีใช้ : ทาทั่วบริเวณผิวที่เป็นประจำทุกวัน เช้า-เย็น
โดยไม่ต้องล้างออก

คำเตือน : สำหรับใช้ภายนอกเท่านั้น หลีกเลี่ยงการสัมผัสดวงตา
เก็บให้พ้นแสงแดดหรือความร้อน

ประเภทเครื่องสำอาง : เครื่องสำอางบำรุงผิว

เลขที่ใบจดทะเบียน
ครั้งที่ผลิต/เดือนปีที่ผลิต/เดือนปีที่หมดอายุ
ดูที่บรรจุภัณฑ์

ผลิตโดย
จำหน่ายโดย โทร. 095-948 0022, 099 701 9881

NONG YANG
หนึ่งใบหนองยาง

โลชั่นบำรุงผิว

BODY LOTION

PRODUCT FROM THAILAND

ปริมาณสุทธิ 120 กรัม

ภาพที่ 17 ฉลากโลชั่นบำรุงผิว



ภาพที่ 18 ผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่นสำหรับผิวหน้า



ภาพที่ 19 ฉลากแป้งฝุ่นทาหน้า

หลังเสร็จสิ้นในกิจกรรมที่ 1 คณะผู้ทำงานได้ปรึกษากับทางกลุ่มฯ ถึงความต้องการและศักยภาพของทางกลุ่มฯ ที่จะดำเนินงานต่อไปในการประกอบธุรกิจโดยการเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปจดขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เลือกคือผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายแต่เนื่องจากทางกลุ่มฯ ยังไม่มีความพร้อมทางการเงิน ดังนั้นคณะผู้ทำงานแก้ปัญหาโดยการติดต่อกับทางบริษัทที่รับจ้างผลิตและดำเนินการเอกสารยื่นขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์โดยใช้สูตรที่ได้ทำการพัฒนาและนำไปถ่ายทอดกับกลุ่มฯ ซึ่งบริษัทที่รับจ้างผลิตและดำเนินการเอกสารขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (อย) คือ บริษัท ณิชามะ อินเตอร์ จำกัด โดยการสั่งผลิตที่จำนวน 200 ขัน ทั้งนี้เพื่อให้ทางกลุ่มฯ ได้มีผลิตภัณฑ์ที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานแล้วไปจำหน่ายซึ่งเมื่อได้กำไรและมีต้นทุนเพียงพอทางกลุ่มฯ ก็จะสามารถดำเนินการจัดตั้งโรงงานและยื่นขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เองต่อไปได้ ซึ่งในปี 2568 (ปีที่ 2) นี้ทางโครงการได้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์มาแล้ว จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์คือ ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย โดยออกให้ ณ วันที่ 2 กันยายน 2568 ให้ใช้ได้จนถึงวันที่ 1 กันยายน 2571 โดยมีชื่อทางการค้าและชื่อเครื่องสำอาง (ไทย) คือ “หนึ่งในหนองยาง ไรซ์ มิลค์ บอดี้ โลชั่น” ชื่อทางการค้าและชื่อเครื่องสำอาง (อังกฤษ) คือ “1 NONG YANG RICE MILK BODY LOTION”



แบบ จ.ร.๑

ใบรับจดแจ้งรับจ้างผลิตเครื่องสำอาง

ใบรับจดแจ้งเลขที่ : 10-1-6800028057

ใบรับจดแจ้งฉบับนี้ออกให้ ณ วันที่ : 2 กันยายน 2568

ให้ใช้ได้จนถึงวันที่ : 1 กันยายน 2571

ชื่อการค้าและชื่อเครื่องสำอาง (ไทย) : หนึ่งในหนองยาง ไรซ์ มิลค์ บอดี้ โลชั่น

ชื่อการค้าและชื่อเครื่องสำอาง (อังกฤษ) : 1 NONG YANG RICE MILK BODY LOTION

ชื่อเครื่องสำอางแนบท้าย : ไม่มี

ประเภทของเครื่องสำอาง : บำรุงผิว/ผิวขาว/ไม่ล้างออก

ลักษณะทางกายภาพของเครื่องสำอางและภาชนะบรรจุ : โลชั่น (Lotion) / หลอดพลาสติก, กระปุกพลาสติก, ขวดบีบพลาสติก, ของพลาสติก, ของพอยล์

รูปแบบของเครื่องสำอาง : ผลิตภัณฑ์เดี่ยว

ชื่อผู้รับจ้างผลิต : บริษัท นิชาเม อินเตอร์ จำกัด

ที่ตั้งสถานที่ผลิต : เลขที่ 588/1 ถนน หทัยราษฎร์ แขวง สามวาตะวันตก เขต คลองสามวา จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10510 โทรศัพท์ 0952399945

ที่ตั้งสถานที่เก็บ : เลขที่ 588/1 ถนน หทัยราษฎร์ แขวง สามวาตะวันตก เขต คลองสามวา จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10510 โทรศัพท์ 0952399945

ชื่อผู้ว่าจ้างผลิต : นางสาว เสาวรัตน์ เกษร

ที่ตั้งสถานที่ประกอบธุรกิจ : เลขที่ 153 หมู่ 10 ตำบล วังตะเคียน อำเภอ หนองมะโมง จังหวัด ชัยนาท 17120

เลขที่ใบรับจดแจ้งของเครื่องสำอาง (Bulk) ที่นำมาแบ่งบรรจุ : -

เลขที่ใบรับจดแจ้งของเครื่องสำอางทุกรายการที่นำมารวมบรรจุ : -

ใบรับจดแจ้งนี้ออกให้โดยมีเงื่อนไข ดังนี้

๑. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีสิทธิที่จะเพิกถอนใบรับจดแจ้งนี้ เมื่อปรากฏว่ามีการกระทำอันฝ่าฝืนพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘
๒. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีสิทธิที่จะเพิกถอนใบรับจดแจ้งนี้ เมื่อปรากฏว่ามีการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. ๒๕๓๙
๓. ใบรับจดแจ้งเครื่องสำอางออกให้ เพื่อแสดงว่าผลิตภัณฑ์ได้จดแจ้งแล้ว มิใช่เป็นการรับรองคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

ออกโดย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

กระทรวงสาธารณสุข

หน้า 1 / 1

เลขที่ใบรับแจ้ง 10-1-6800028057

นาย วรยุทธ์ รัตนกิตติกรนต์

04/09/2568 06:16:58



ภาพที่ 20 สติกเกอร์ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายที่ผลิตจริง (หลังจากได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์)

2.2.2 กิจกรรมที่ 2 การดำเนินงานเตรียมการขายและการโฆษณา

- 1) วางแผนการดำเนินงานรูปแบบกิจกรรม
- 2) ติดต่อประสานงานวิทยากร ผู้นำชุมชน ผู้ประสานงาน ที่พัก ยานพาหนะรวมทั้งสถานที่
- 3) จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ในการจัดกิจกรรม
- 4) ลงพื้นที่จัดกิจกรรมการดำเนินงานจัดกิจกรรมเตรียมการขายและการโฆษณา โดยการฝึกปฏิบัติการในเรื่องการถ่ายรูปสินค้า วิดีโอและการตัดต่อรวมทั้งการไลฟ์ในแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อสามารถนำไปใช้ในการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ ต่อไป

- 5) ประเมินผลหลังจากการจัดกิจกรรม

การอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยี

- 1) จัดกิจกรรมฝึกปฏิบัติการถ่ายรูปสินค้า ถ่ายวิดีโอและการตัดต่อสำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติการขายสินค้าออนไลน์ โดยนำผลิตภัณฑ์ที่ทำไปในกิจกรรมที่ 1 มาถ่ายทำ

- 2) ประเมินผลหลังจากการจัดกิจกรรม



ภาพที่ 21 ลงพื้นที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีในกิจกรรมที่ 2



ภาพที่ 22 ถ่ายทอดเทคโนโลยีในกิจกรรมที่ 2



ภาพที่ 23 ปฏิบัติการฝึกอบรมการถ่ายภาพ



ภาพที่ 24 ปฏิบัติการฝึกอบรมการขายสินค้าออนไลน์



ภาพที่ 25 ปฏิบัติการฝึกอบรมการขายสินค้าออนไลน์

2.2.3 กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและการกำหนดเป้าหมาย

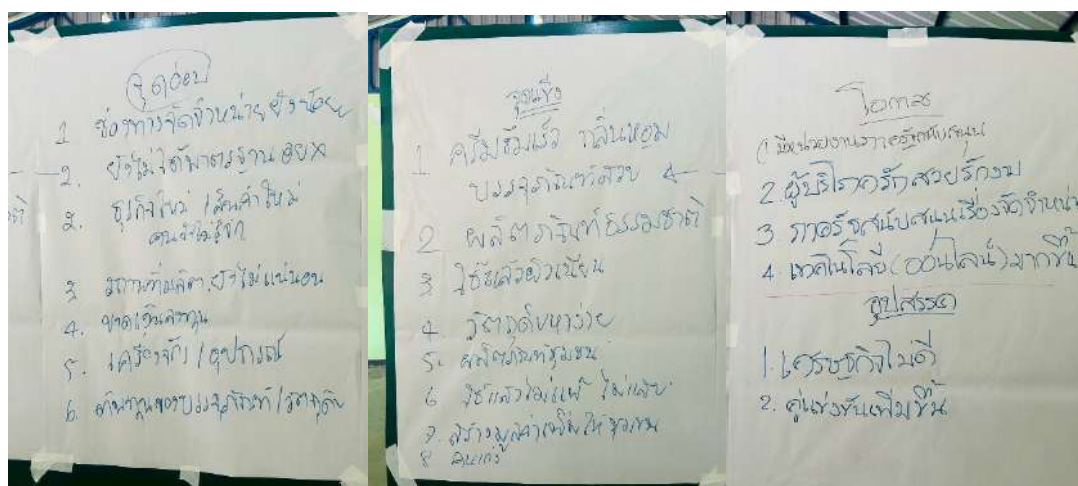
- 1) วางแผนการดำเนินงานรูปแบบกิจกรรม
- 2) ติดต่อประสานงานวิทยากร ผู้นำชุมชน ผู้ประสานงาน ที่พัก ยานพาหนะรวมทั้งสถานที่
- 3) จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ในการจัดกิจกรรม
- 4) ลงพื้นที่จัดกิจกรรมการดำเนินงานจัดกิจกรรม
- 5) ประเมินผลหลังจากการจัดกิจกรรม

การอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยี

- 1) บรรยายให้ความรู้พื้นฐานแนวคิดเรื่องการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ความเข้าใจในเรื่อง "กลุ่มเป้าหมาย" (Target Group) เช่น อายุ เพศ รายได้ พฤติกรรมการซื้อ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ SWOT Analysis
- 2) กิจกรรมกลุ่ม: วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มวิสาหกิจโดยการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคของสินค้า (SWOT)
- 3) กำหนดกลุ่มเป้าหมายใช้แบบฝึกหัดช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะประชากร (Demographics) และพฤติกรรม (Behavior) ให้กลุ่มผู้เข้าร่วมกำหนด Persona (ตัวอย่างผู้บริโภคสมมุติ) เพื่อเข้าใจกลุ่มเป้าหมายได้ลึกซึ้งขึ้น
- 4) นำเสนอแนวคิดและรับข้อเสนอแนะโดยให้แต่ละผู้กลุ่มบรรมร่วม นำเสนอแนวคิดการกำหนดกลุ่มเป้าหมายร่วมกัยวิทยากร
- 5) วิทยากรให้คำแนะนำและชี้จุดปรับปรุง ยกตัวอย่างแนวทางที่สามารถนำไปใช้จริงได้
- 6) ประเมินผลหลังจากการจัดกิจกรรม



ภาพที่ 26 กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและกำหนดกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 27 กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและกำหนดกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 28 กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

2.2.4 กิจกรรมที่ 4 การสร้างโมเดลธุรกิจ

- 1) วางแผนการดำเนินงานรูปแบบกิจกรรม
- 2) ติดต่อประสานงานวิทยากร ผู้นำชุมชน ผู้ประสานงาน ที่พัก ยานพาหนะรวมทั้งสถานที่
- 3) จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ในการจัดกิจกรรม
- 4) ลงพื้นที่จัดกิจกรรมการดำเนินงานจัดกิจกรรม
- 5) ประเมินผลหลังจากการจัดกิจกรรม

การอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยี

- 1) บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับโมเดลธุรกิจ แนะนำเครื่องมือ Business Model Canvas (BMC) และการนำไปใช้ อธิบายองค์ประกอบทั้ง 9 ด้าน เช่น Customer Segments, Value Propositions, Revenue Streams
- 2) นำผลการวิเคราะห์สินค้าและกลุ่มลูกค้าในกิจกรรมที่ 3
- 3) กิจกรรมกลุ่มร่วมกับวิทยากร เติมข้อมูลในโมเดลธุรกิจ (BMC) โดยวิทยากรอธิบายพร้อมทั้งยกตัวอย่างเพื่อความเข้าใจ
- 4) สรุปและประเมินผล
- 5) สรุปผลการเรียนรู้บทวนแนวคิดและโมเดลธุรกิจที่สร้างขึ้น พร้อมทั้งเสนอแนวทางการนำไปใช้จริง



ภาพที่ 29 กิจกรรมที่ 4 สอนปฏิบัติการจัดการระบบ Facebook ของกลุ่มฯ



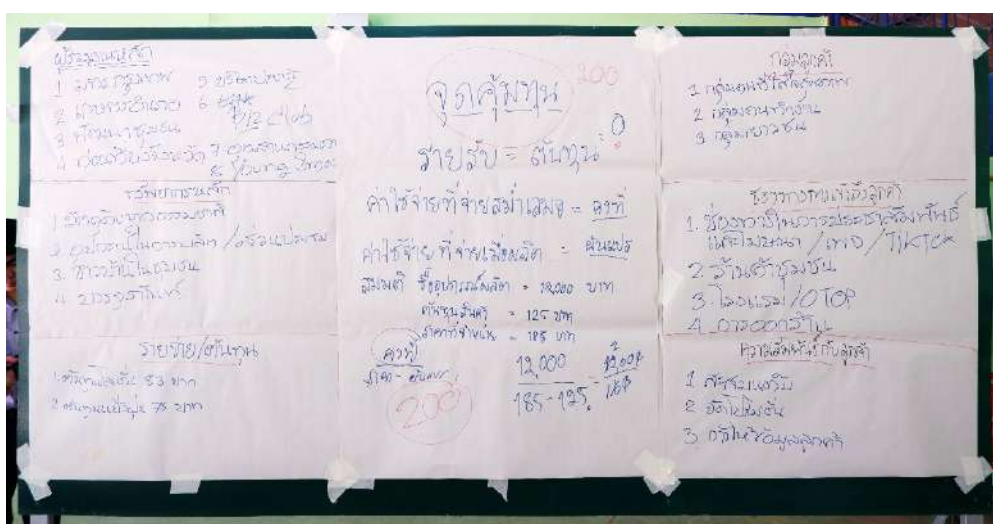
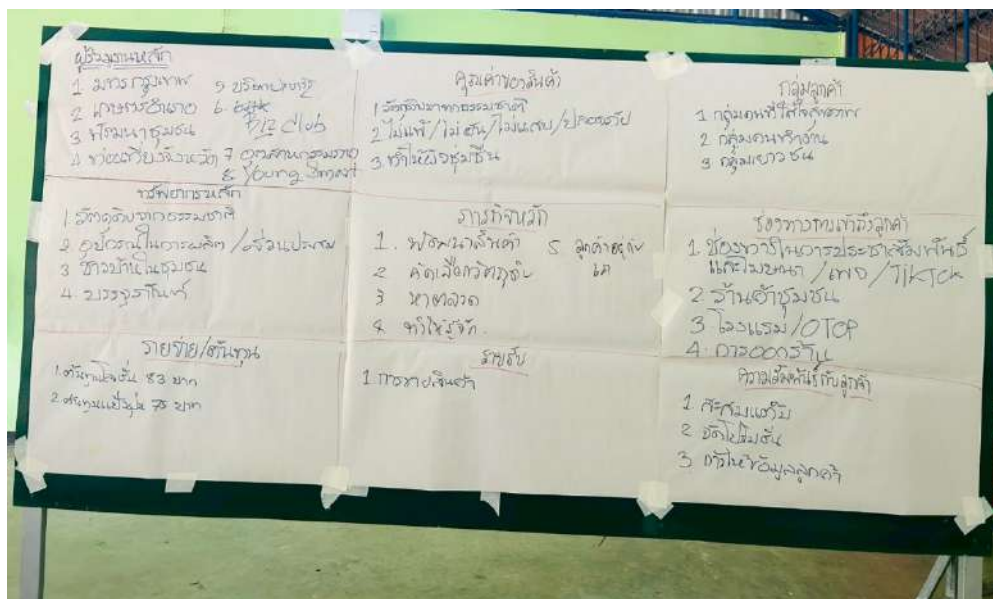
ภาพที่ 30 กิจกรรมที่ 4 สอนปฏิบัติการจัดการระบบ Facebook ของกลุ่มฯ



ภาพที่ 31 กิจกรรมที่ 4 โมเดลธุรกิจ



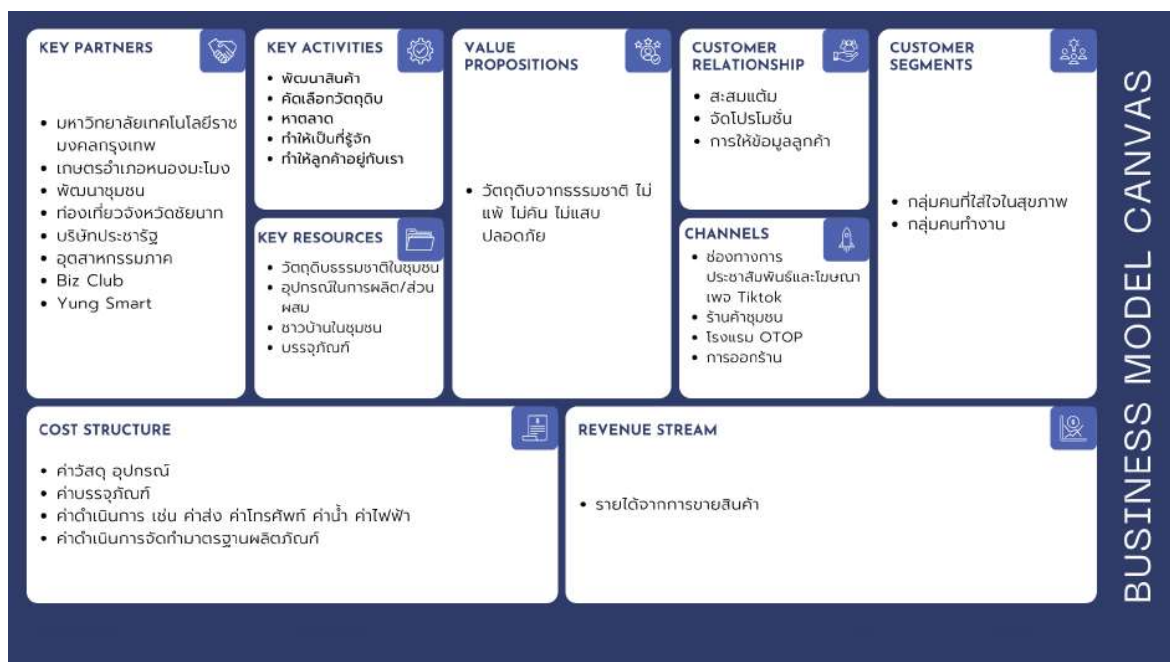
ภาพที่ 32 กิจกรรมที่ 4 โมเดลธุรกิจ



ภาพที่ 33 กิจกรรมที่ 4 โมเดลธุรกิจ



ภาพที่ 34 กิจกรรมที่ 4 โมเดลธุรกิจ



ภาพที่ 35 สรุปโมเดลธุรกิจที่กลุ่มจัดทำในกิจกรรมที่ 4

2.3 ภาพสรุปโครงการ



ภาพที่ 36 แสดงภาพสรุปโครงการ (Infographic)

บทที่ 3

ผลการประเมินโครงการ

การประเมินผลความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ “ การเพิ่มมูลค่าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดชัยนาท ” ใช้วิธีการประเมินผลความพึงพอใจหลังจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีทั้ง 4 กิจกรรม โดยให้ผู้เข้าร่วมโครงการตอบแบบสอบถามทันทีหลังจากการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการหาค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D จากผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจจำนวน 50 คน

ค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 แปลความหมาย มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 แปลความหมาย มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 แปลความหมาย มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 แปลความหมาย มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 แปลความหมาย มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

3.1 สรุปผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 3 สรุปความพึงพอใจผู้ให้บริการ

	รายการ	N=50	$\bar{X}$	ร้อยละ	S.D	แปลความหมาย
1	ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (เช่น การประกาศรับสมัคร การติดต่อ เชิญอบรม การประสานงานและให้ข้อมูล การดูแล และการทำงานอย่างมีขั้นตอน ฯลฯ)	50	4.72	92.69	0.48	มากที่สุด
2	เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (เช่น อธิษาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีใจในการให้บริการ ฯลฯ)	50	4.84	95.00	0.48	มากที่สุด

3	สิ่งอำนวยความสะดวก(สถานที่อบรม อาหาร เครื่องโสตฯ เอกสารอบรม ฯลฯ)	50	4.90	95.00	0.48	มากที่สุด
	รวม		4.82		0.48	มากที่สุด

3.2 สรุปข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร

ตารางที่ 4 สรุปข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร

	รายการ	N=50	$\bar{X}$	ร้อยละ	S.D	แปล ความหมาย
1	การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ (ใช้ ประกอบอาชีพ หรือใช้ใน ชีวิตประจำวัน)	50	4.84	93.85	0.50	มากที่สุด
2	ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตร	50	4.78	93.58	0.54	มากที่สุด
3	ความเหมาะสมของวิทยากร (ความรู้ ความสามารถ เทคนิคการสอน)	50	4.90	97.69	0.37	มากที่สุด
4	ระยะเวลาการอบรม (จำนวนวัน)	50	4.84	94.23	0.45	มากที่สุด
5	ช่วงเวลาการอบรม (วัน/เดือน/ฤดูที่ อบรม)	50	4.84	93.46	0.51	มากที่สุด
6	ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและ ค่าใช้จ่าย(ประโยชน์ที่ได้รับมากกว่า เวลาและค่าใช้จ่ายที่เสียไป)	50	4.86	96.15	0.48	มากที่สุด
	รวม		4.84		0.48	มากที่สุด

3.3 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่คาดว่าจะสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

ตารางที่ 5 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่คาดว่าจะสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

	หัวข้อ	ร้อยละ
	ท่านคาดว่าจะสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่.	
1	นำไปใช้ประโยชน์ได้	100.00
2	นำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้	-
	รวม	100

หลังจากการฝึกอบรมผู้เข้ารับการถ่ายทอดได้ให้ข้อเสนอแนะว่าต้องการให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปอาหารสุขภาพที่ใช้ข้าวในชุมชนเป็นส่วนผสม สามารถทานเป็นอาหารว่างและเป็นของฝากได้

3.4 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่คาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นที่บาทรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 6 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่คาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นที่บาทรายได้ต่อเดือน

	หัวข้อ	ร้อยละ
1	น้อยกว่า 1,000บาท	
2	1,001 – 2,000 บาท	40.00
3	2,001 – 3,000 บาท	32.00
4	3,001 – 4,000 บาท	16.00
5	4,001 – 5,000 บาท	12.00
6	5,001 – 6,000 บาท	
7	6,001 – 7,000 บาท	
8	5,001 – 6,000 บาท	
9	8,001 – 9,000 บาท	
10	9,001 – 10,000 บาท	
11	มากกว่า 10,000 บาท (โปรดระบุจำนวน บาท)	
	รวม	100.00

บทที่ 4

สรุปผลการดำเนินงาน

การเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นโครงการในแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Business Community Enterprise : BCE) ที่มีการดำเนินงานภายใต้คลินิกเทคโนโลยีเครือข่ายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยการดำเนินโครงการได้ดำเนินสิ้นสุดแล้วสามารถสรุปผลการดำเนินโครงการ ดังนี้

4.1 สรุปผลผลิตและผลลัพธ์

ตารางที่ 7 ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการหลังการดำเนินโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วยนับ	เป้าหมาย ปี 2568	ผลการ ดำเนินงาน
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	50	50
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด	เรื่อง	4	4
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	6	6
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	80	94
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	4	4
6. สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น	เท่า	1x	1x
7. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงสูตร จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	2	2
8. มาตรฐานของผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	2	1

จากตารางที่ 7 การสรุปผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการหลังการดำเนินโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีของโครงการเพิ่มมูลค่าและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ตั้งไว้ในปีงบประมาณ 2568 มีรายละเอียดดังนี้

1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยีที่ตั้งไว้คือ จำนวน 50 คน ซึ่งผลที่เข้ารับการถ่ายทอดพบว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้คือจำนวน 50 คน

2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอดทั้งหมดจำนวน 2 เทคโนโลยี ประกอบด้วย 1) เทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โลชั่นทาผิวที่แปรรูปจากข้าว 2) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่นทาหน้าที่แปรรูปจากข้าว และจำนวน 2 ความรู้เกี่ยวกับการสร้างโมเดลธุรกิจคือ 1) การสร้างแนวคิดและการกำหนดเป้าหมาย และ 2) การสร้างโมเดลธุรกิจ

3. จำนวนการจัดกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 4 กิจกรรม ได้แก่

กิจกรรมที่ 1 การปรับปรุงและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์

กิจกรรมที่ 2 การดำเนินงานเตรียมการขายและการโฆษณา

กิจกรรมที่ 3 การสร้างแนวคิดและการกำหนดเป้าหมาย

กิจกรรมที่ 4 การสร้างโมเดลธุรกิจ

4. จำนวนวิทยากรที่ถ่ายทอดความรู้ มีจำนวน 6 ท่าน ได้แก่ 1) ผศ.ดร.นงคันทน์ กลิ่นพิกุล 2) ผศ.ชูพรรค แพงไธสง 3) ผศ.วาสนา ตัวเหมือน 4) อ.อ้อมใจ บุชบง 5) อ.ทฤษฎาน เนียมชูชื่น และ 6) อ.วรงค์พร รัตนบุญ

5. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีมีค่าร้อยละ 94

6. สมาชิกกลุ่มสามารถนำความรู้ที่ได้รับการอบรมไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาอาชีพ เพิ่มรายได้ และลดรายจ่ายในครัวเรือน โดยมีผู้นำมาการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อออกจำหน่าย จำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน 1 คน และผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านจำนวน 3 คน

7. สัดส่วนมูลค่าเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น 1 เท่า เนื่องจากยังไม่ได้นำสินค้าไปจำหน่ายอย่างจริงจัง เนื่องจากอยู่ในขั้นตอนของการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และการยื่นการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

8. ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากโครงการนี้จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมจากข้าว 2) แป้งฝุ่นทาหน้าที่มีส่วนผสมจากข้าว

9. ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากรำข้าวได้รับการจดทะเบียนมาตรฐาน จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ คือ โลชั่นบำรุงผิวกาย เนื่องจากทางกลุ่มฯ โดยทางกลุ่มฯ ได้พิจารณาเลือกพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปความต้องการของผู้ทดลองใช้ ศักยภาพทางการเงินของทางกลุ่มฯ และความพร้อมในด้านสถานที่ จึงสรุปที่จะดำเนินการขอยื่นจดทะเบียนมาตรฐานผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายไปก่อนโดยการจ้างบริษัทนิยาม์อินเตอร์ จำกัด ในการผลิต (โดยใช้สูตรของทางกลุ่มฯ ที่ได้รับการถ่ายทอด) ที่โลชั่นบำรุงผิวกายเริ่มต้น จำนวน 200 ชิ้นเพื่อนำไปจำหน่ายก่อนซึ่งเมื่อมีความต้องการเพิ่มขึ้นทางกลุ่มฯ ก็จะดำเนินการสั่งผลิตเพิ่มอีกจนเมื่อมีความพร้อมทางการเงินก็จะได้ดำเนินการขอยื่นจดทะเบียนมาตรฐานผลิตภัณฑ์เอง (โดยการรับรอง อย.มีกำหนด 2 ปี หลังจากนั้นจะต้องต่ออายุ)



ภาพที่ 37 ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวภายใต้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์แล้วเข้าสู่การผลิตจริง

4.2 ผลกระทบ

4.2.1 ผลทางเศรษฐกิจ

1) คาดว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เช่น การใช้เทคโนโลยีการแปรรูป และการดำเนินการยื่นขอรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

2) มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการเทียบกับงบประมาณที่ได้รับ ไม่น้อยกว่า 1 เท่า (B/C ratio >1)

3) คาดว่ารายจ่ายที่ลดลงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 เนื่องจากทางกลุ่มมีการผลิตวัตถุดิบข้าวเองเพื่อนำไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.2.2 ผลทางสังคม

1) ชุมชนมีทางเลือกในการสร้างอาชีพที่นอกเหนือจากการทำนาแล้วยังมีการสร้างอาชีพเสริมที่มีผลมาจากการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้มีจำนวนผู้ได้รับการจ้างงานเพิ่มขึ้น

2) จำนวนอาชีพใหม่ของคนในชุมชนเพิ่มขึ้น 2 อาชีพคือ ผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์

3) ลดการย้ายถิ่นฐานเนื่องจากการสร้างอาชีพ สร้างรายได้และยังได้อยู่ร่วมกับครอบครัว

4.2.3 ผลทางสิ่งแวดล้อม

- 1) เกิดการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเพื่อการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรข้าวในชุมชนอันเป็นการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างสมดุลทำให้มีพื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้นและมีการกำกับดูแลไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบแก่สิ่งแวดล้อมในชุมชน
- 2) คุณภาพของดินและความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ทางการเกษตรที่มีการปลูกข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยางดีขึ้น เพราะมีความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตในพื้นที่แปลงปลูกข้าว
- 3) เป็นการนำข้าวที่เหลือจากการจำหน่ายและบริโภคมาแปรรูปเป็นสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

4.3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยี

4.3.1 ช่วงเวลาในการอบรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีบางช่วงอยู่ในสภาพอากาศที่ไม่เหมาะสมทำให้ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งในช่วงฤดูฝนเป็นฤดูกาลการทำนาของเกษตรกร ทำให้มีการเลื่อนเวลาเพื่อให้สมาชิกกลุ่มทุกคนพร้อมในการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี

4.3.2 การดำเนินการยื่นขอจดทะเบียนรับรองมาตรฐานนั้นใช้เวลาในการทดสอบผลิตภัณฑ์ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ทันในช่วงของการจัดกิจกรรมที่ 2 คือช่วงเดือนเมษายน ได้ จึงต้องมอบให้กับสมาชิกกลุ่มภายหลังจากการจัดกิจกรรมที่ 4 ไปแล้วคือช่วงเดือน มิถุนายน 2568 ทั้งนี้เพื่อทางกลุ่มจะได้นำไปใช้ประโยชน์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่อไป

4.4 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนงนุช จังหวัดชัยนาท ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยกลางคนถึงผู้สูงอายุซึ่งในการดำเนินกิจกรรมการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดและโมเดลธุรกิจนั้นอาจจะยังมองไม่เห็นภาพมากนักซึ่งจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการปฏิบัติจริงก่อนจึงจะเกิดความเข้าใจมากขึ้น อย่างไรก็ตามทางกลุ่มยังมีความแน่วแน่ในการที่จะให้ทางชุมชนมีรายได้สามารถดำรงชีพรวมทั้งการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน

ภาคผนวก

เอกสารประกอบการจัดกิจกรรม



หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

หนังสือสำคัญฉบับนี้ให้ไว้แก่

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโรงสีข้าวชุมชนเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง

รหัสทะเบียน 1-18-07-02/1-0030

เลขที่ 153 หมู่ 10 ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง

จังหวัดชัยนาท รหัสไปรษณีย์ 17120

เบอร์โทรศัพท์ 0956357273

เพื่อเป็นหลักฐานว่าได้รับการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน
ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เรียบร้อย
จดทะเบียน ณ วันที่ 19 พฤษภาคม พุทธศักราช 2557
ให้ไว้ ณ วันที่ 22 สิงหาคม พุทธศักราช 2567

(นายสุทิน จันอิน)

รักษาการแทนเกษตรอำเภอ

สำนักงานเกษตร อำเภอนางรอง

จังหวัดชัยนาท

หมายเหตุ

1. วิสาหกิจชุมชน และเครือข่าย ต้องแจ้งความประสงค์ที่จะดำเนินการต่อไปภายใน 30 วัน นับแต่วันสิ้นปีปฏิทินทุกปี หากไม่แจ้งเป็นเวลา 2 ปีติดต่อกัน อาจถูกถอนชื่อออกจากทะเบียน
2. การเลิกกิจการ จะต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ประสงค์จะเลิกกิจการ



รายชื่อสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง

- | | |
|--------------------|-----------|
| 1) นายพิเชษ | เกษร |
| 2) นางสาวประภัสสร | ทองมี |
| 3) นางสาวจันทิมา | นิตยางกูร |
| 4) นางสุภาวดี | ทองมี |
| 5) นางลำพวน | แก้วคุ้ม |
| 6) นางสาวจอรารพรรณ | ทองมี |
| 7) นางสาวเสาวรัตน์ | เกษร |
| 8) นางสาวสมหมาย | จ้อยนิล |
| 9) นางสาวเสมอ | นิลภัย |
| 10) นางประสาร | เกษร |



แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

ชื่อกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้าน

หนองยาง

ที่อยู่ เลขที่ 153 หมู่ที่ 10 บ้านหนองยาง ตำบล

วังตะเคียน อำเภอนงนโม่ง

จังหวัดชัยนาท

วันที่เดือน 8 กันยายน พ.ศ. 2567

เรื่อง การนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

เรียน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ตามที่ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ร่วมกับ คลินิกเทคโนโลยีเครือข่าย ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน เพื่อนำผลงานวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปถ่ายทอดบ่มเพาะเพิ่มศักยภาพให้แก่ชุมชนวิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการกลุ่มเกษตรกร นั้น

ข้าพเจ้า...นายพิเศษ เกษร...ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง และสมาชิกกลุ่ม/ชุมชน จำนวน....20....คนได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนี้ (ระบุได้มากกว่า 1 เรื่อง/เทคโนโลยี/องค์ความรู้)

เทคโนโลยี/องค์ความรู้	ผลของการใช้องค์ความรู้/เทคโนโลยี (เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย มาตรฐาน อื่น ๆ)
1. ด้าน วนน.การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวครบวงจร	เพิ่มรายได้
2. ด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์	เพิ่มรายได้
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์โลชั่น และแป้งฝุ่นจากการแปรรูปข้าว ความรู้ด้านการทดสอบและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์
4. ความรู้ด้านการตลาดแพลตฟอร์มออนไลน์	เพิ่มรายได้

ซึ่งกลุ่มได้นำความรู้ดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ การพัฒนาชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(...ผศ.นงนุช...กลั่นพิบูล....)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

ขอแสดงความนับถือ

(...นายพิเศษ เกษร...)

ประธานกลุ่ม / ตัวแทนกลุ่ม

เอกสารประกอบกิจกรรมที่ 1

เกสรัดความรู้

Rice bran oil น้ำมันรำข้าว มีสารต้านอนุมูลอิสระธรรมชาติ ในกลุ่มวิตามินอี กลุ่มโทโคฟีรอล , กลุ่มโทโคไตรอีนอล และโอรีซานอล ช่วยต่อต้านการออกซิเดชันของเซลล์ผิวหนังและชะลอเซลล์ให้เสื่อมช้าลง ให้ผิวหนังชุ่มชื้นและมีคุณสมบัติบำรุงและป้องกันแสงยูวี



Grape seed oil น้ำมันเมล็ดองุ่นที่ได้จากการสกัดเย็น มีความอ่อนโยน ไม่อุดตันรูขุมขน ซึมลงผิวง่าย จึงเหมาะกับผิวแพ้ง่ายและเป็นสิ่ว สารสำคัญประกอบไปด้วย linoleic acid, oleic acid, stearic acid, palmitic acid, linolenic acid และ vitamin E มีคุณสมบัติดังนี้ - มีฤทธิ์ต่อต้านอนุมูลอิสระ



Argan oil บำรุงผิวให้ชุ่มชื้น อาร์แกนออยล์ ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้น และทำให้ผิวอ่อนนุ่ม เพราะมีวิตามินอีสูง และกรดไขมัน ช่วยกักเก็บน้ำในผิวได้ดี จึงเป็นเหตุผลที่อาร์แกนออยล์ถูกนำมาใส่ในครีมบำรุงผิว โลชั่น หรือ สบู่เหลว เพื่อช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับผิว



ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูป

1) ต้นทุนแป้งฝุ่น/กระปุก	ราคา	75	บาท	แยกดังนี้
1) เนื้อสาร/กระปุก	ราคา	59	บาท	
2) กระปุกแป้งขนาด 50 g	ราคา	11	บาท	
3) สติกเกอร์	ราคา	5	บาท	
2) ต้นทุนโลชั่น/ขวด	ราคา	82	บาท (ไม่รวมกล่อง)	แยกดังนี้
1) เนื้อสาร	ราคา	65	บาท	
2) ขวด+ฝา	ราคา	14	บาท	
3) สติกเกอร์	ราคา	3	บาท	
* ร้า 5 kg. ได้น้ำมันร้าขาวจำนวน 50 g.				
* ค่าแรงสกัดโดยวิธีการหมัก ร้าขาว 5 kg.		ราคา	1,200	บาท
* กล่องโลชั่น/กล่อง		ราคา	43	บาท

หมายเหตุ

- 1) ราคากล่องบรรจุภัณฑ์ เป็นราคาการผลิตจำนวนผลิตภัณฑ์ละ 200 กล่อง
- 2) เป็นราคาที่ยังไม่รวมค่าแรง และค่าดำเนินการอื่นๆ

เอกสารประกอบกิจกรรมที่ 2

Tips & Tricks ในการไลฟ์สด(LIVE) อย่างมืออาชีพ

1) การเตรียมฉากให้สวยงาม ตรงวัตถุประสงค์

“ฉาก” เป็นภาพแรกที่คุณรับชมจะเห็น ผู้รับชมจะสามารถตัดสินใจและคาดหวังถึงเนื้อหาที่จะเกิดขึ้นผ่านฉากได้ทันที ดังนั้น ฉากจึงเป็นสิ่งที่เหมาะสมและมีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่จะแสดงอย่างมาก กล่าวคือ ควรจัดให้ไม่มีความรกในฉากหลัง และฉากต้องไม่มีสิ่งของมากมายอะไรที่ดึงดูดสายตาของผู้รับชมได้ นอกจากตัวเรา หรือสินค้าที่เป็นสิ่งที่ผู้ไลฟ์ต้องการเน้นนั่นเอง

2) การเตรียมความสว่าง หรือแสงสว่างให้เพียงพอ

“แสงสว่าง” จะช่วยให้การสื่อสารราบรื่นยิ่งขึ้น ดังนั้น หากการไลฟ์ในสภาพแสงสว่างที่มีความมืด อาจทำให้ผู้รับชมรู้สึกไม่สบายตาจากการมองในเวลานานๆ ผู้ไลฟ์จึงควรจัดแสงสว่างภายในห้องให้มีความสว่างขึ้นแล้ว นอกจากนี้ การจัดแสงให้มีความสว่างเป็นโดยเป็นทิศทางที่แสงจะฉายมาบนหน้าของผู้ไลฟ์อย่างชัดเจนก็จะทำให้การพูดคุยและการรับชมดีขึ้น ทั้งนี้ หากแสงสว่างจากดวงไฟไม่เพียงพอ ผู้ไลฟ์อาจใช้ไฟโทรศัพท์หรือคอมพิวเตอร์ไฟอันใหญ่ ๆ มาช่วยให้สว่างขึ้น หรือผู้ไลฟ์เองก็สามารถทำการเลือกเวลาในการไลฟ์ได้ โดยเลือกในเวลากลางวันโดยใช้แสงจากธรรมชาติเข้ามาช่วย ก็จะทำให้ภาพในการไลฟ์มีความละมุนมากยิ่งขึ้นและดูเป็นธรรมชาติขึ้นอีกด้วย

3) การเตรียมเสื้อผ้าหน้าผมของผู้ไลฟ์

ก่อนจะกดปุ่มเพื่อทำการ LIVE นั้น อยากให้ทำการตรวจสอบดูว่าเสื้อผ้าของผู้ไลฟ์มีความเหมาะสมกับเรื่อง เนื้อหา หรือสินค้าที่ต้องการจะเล่าไหม เช่น ทรงผมของผู้ไลฟ์เรียบร้อยหรือไม่ ใบหน้า สีหน้า มีความสะอาดสดใสในกล้องไหม หากมีการสวมแว่นตา แว่นตานี้มีคราบต่างๆ อยู่หรือเปล่า โดยหากมั่นใจว่าดูดีแล้วจึงทำการไลฟ์สินค้าได้เลย

เมื่อส่วนต่างๆ พร้อมแล้ว อयर่อซ่า... ขอให้ทุกคนหยิบโทรศัพท์ขึ้นมามองไลฟ์ดู เพราะการลงมือทำนั้นจะช่วยให้เราเข้าใจกระบวนการมากขึ้นหากผู้ไลฟ์ยังมีความรู้สึกเขินอยู่อยากลองซ้อมสดในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) ได้ เพราะตอนนี้ก็มีฟีเจอร์ (Feature) ใหม่ให้ลองไลฟ์สด

สรุป

การไลฟ์สดไม่ใช่เรื่องยากอย่างที่คิด เพียงมีความรู้ แล้วนำความรู้ไปฝึกฝน ใช้เครื่องมือสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย ผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ก็สามารถเริ่มต้นไลฟ์สดได้แล้ว ทั้งนี้ หากผู้ไลฟ์เองต้องการความมืออาชีพในการไลฟ์มากขึ้น สามารถหาอุปกรณ์เสริมเพิ่มเติมได้อีกด้วย เพราะอุปกรณ์ก็มีส่วนให้เกิดความละเอียดของภาพและความคมชัดของเสียงดียิ่งขึ้น

ทบทวนขั้นตอนการไลฟ์สดแบบมืออาชีพ

- 1) วางแผนเนื้อหาการไลฟ์ หรือคุณสมบัติของสินค้าที่จะพูดให้มีความชัดเจน
- 2) ให้เตรียมอุปกรณ์การถ่ายทำการไลฟ์ให้พร้อม
- 3) ให้เลือกช่องทางการไลฟ์สด
- 4) ให้ตรวจสอบความเรียบร้อยของคุณภาพของ “ภาพและเสียง”
- 5) ให้ตรวจสอบความเรียบร้อยของตัวผู้ไลฟ์เอง

ในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ได้เกิดเป็นธุรกิจออนไลน์ได้มีความดึงดูดผู้คนเกิดการเพิ่มยอดขายมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการขายสินค้าหรือบริการผ่านการ “ไลฟ์” หรือ “ไลฟ์สด” มากยิ่งขึ้น ด้วยความธรรมชาติของผู้ไลฟ์ ภาพและเสียงที่เข้าถึงได้ง่ายผสานเข้ากับความสะดวกสบายของการช้อปปิ้งออนไลน์ที่สร้างประสบการณ์ให้คนได้ใกล้ชิดกัน เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย จึงทำให้การไลฟ์ขายของเป็นสิ่งที่ควรเรียนรู้อย่างมาก

การไลฟ์สด : ประสบการณ์การช้อปปิ้งแบบโต้ตอบ

การไลฟ์สด ได้มอบประสบการณ์การช้อปปิ้งแบบโต้ตอบระหว่างผู้ไลฟ์กับผู้ชมหรือผู้ซื้อ พวกเขาสามารถมีส่วนร่วมโดยการถามคำถาม และรับคำตอบทันทีจากผู้ไลฟ์หรือผู้ขาย ทั้งนี้ การสื่อสารแบบสองทางนี้ช่วยเพิ่มความเป็นส่วนตัวให้การช้อปปิ้งออนไลน์ ทำให้รู้สึกคล้ายกับประสบการณ์ในร้านค้ามากขึ้น

การไลฟ์สด : เข้าถึงข้อเสนอพิเศษในเวลาจำกัด

การไลฟ์มักจะมาพร้อมกับความพิเศษ การขายแบบลดพิเศษในเวลาจำกัด (Flash Sale) และข้อเสนอแบบจำกัดเวลา ผู้ซื้อสามารถใช้ประโยชน์จากโปรโมชั่นพิเศษเหล่านี้ สร้างความรู้สึกกระตุ้นให้พวกเขาตัดสินใจซื้อ



- อย่าลืมตรวจสอบสินค้าคงคลัง

การวางแผนการขายให้ประสบความสำเร็จ ตรวจสอบให้แน่ใจว่ามีสินค้าเพียงพอต่อการส่งมอบ เพื่อความมั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับสิ่งที่ซื้อในทันทีโดยไม่ต้องรอนาน

- อย่าลืมซ้อมให้คล่องก่อนไลฟ์จริง

การฝึกฝนก่อนเริ่มต้นจำเป็นเสมอโดยเฉพาะหากการไลฟ์เป็นเรื่องใหม่ ให้ลองซ้อมไลฟ์กับกลุ่มเพื่อนๆ เพื่อให้ได้มีโอกาสตรวจสอบเทคโนโลยีและคุณภาพเสียงเท่านั้น แต่ยังเป็นวิธีที่ดีในการสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับวิธีการแชท ขาย และตอบคำถามกับผู้เข้าร่วม ตรวจสอบเทคโนโลยีก่อนเผยแพร่เสมอ ด้วยวิธีนี้ จะแก้ไขจุดบกพร่องที่เกิดขึ้นได้

- อย่าลืมตามแผนของคุณ

การทำตามโครงร่างการพูดไลฟ์ที่ได้สร้างขึ้นมาก แต่ไม่ต้องเขียนสคริปต์ เน้นเรื่องความสัมพันธ์ของเรากับผู้ชม แนะนำตัวเอง ทักทายผู้ชมหรือลูกค้า และถามคำถามพวกเขา ที่สำคัญที่สุดขอให้สนุก แบ่งปันเรื่องราว เชื่อมโยงประเด็นระหว่างสินค้าใหม่กับการซื้อในอดีตทำให้เกิดการพูดคุยร่วมกัน อยากจะเข้ามาทุกครั้งที่มีการไลฟ์

- อย่าลืมให้ทำการโต้ตอบการไลฟ์กับผู้ชมให้ได้มากที่สุด

แม้ว่าอาจไม่สามารถตอบคำถามทุกข้อที่เข้ามาระหว่างการถ่ายทอดสดได้ แต่จงตอบให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ใช้เวลาในการขยายหัวข้อ รับทราบเสมอว่าใครเป็นผู้ถามคำถามอยู่เสมอ

- อย่าลืมให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการซื้อ

ตรวจสอบให้แน่ใจว่าได้เตือนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอถึงวิธีการดำเนินการต่างๆ ที่จำเป็นในการซื้อสินค้า หากมีคนเข้าร่วมไลฟ์อยู่ตลอด จึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่ผู้ไลฟ์ต้องทำเมื่อผู้ชมหรือลูกค้าต้องการจะซื้อสินค้าในทันที

อย่าลืมจัดการหลังการไลฟ์สด

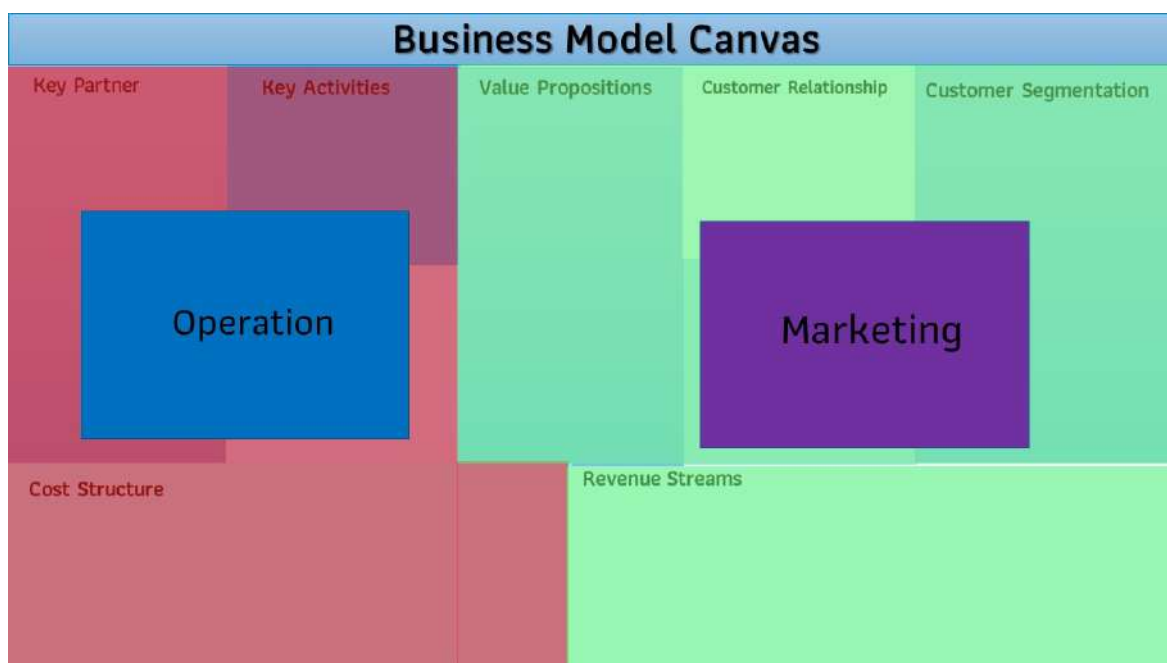
- ให้มุ่งเน้นไปที่การติดตามของคุณ

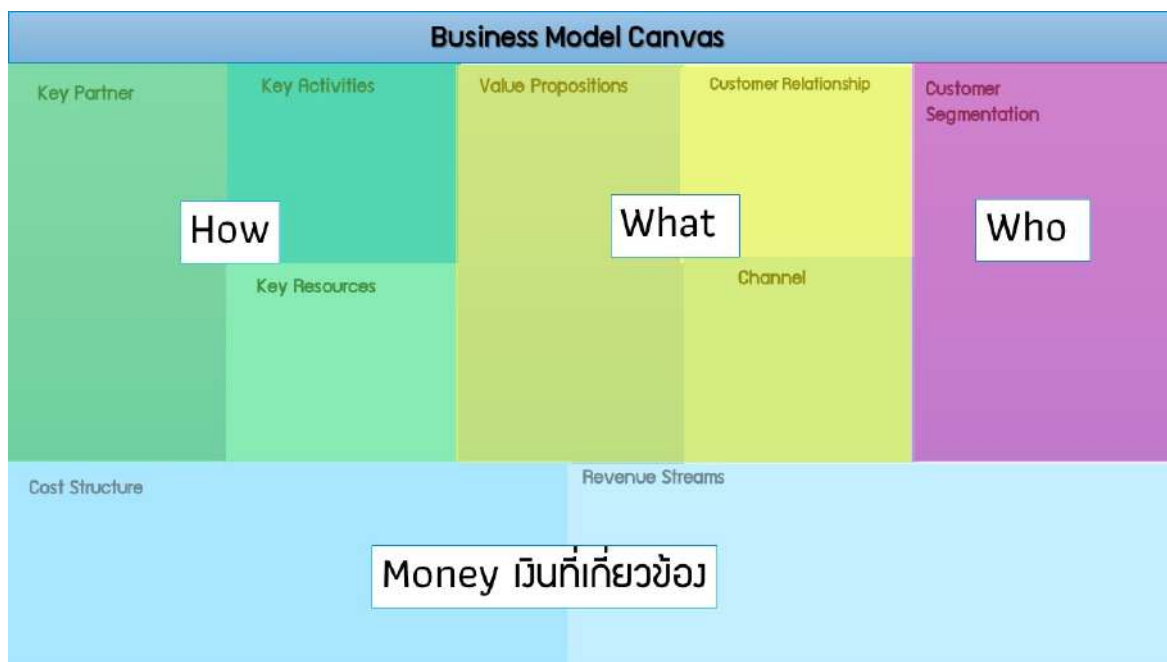
การไลฟ์สดที่ประสบความสำเร็จเป็นมากกว่ายอดขายรวม เพราะมันเกี่ยวกับการปลูกฝังและกระชับความสัมพันธ์ของผู้ไลฟ์เองกับผู้ชม เพิ่มความเข้าใจ ใกล้ชิดในการติดตามของคุณให้มากที่สุด ขอขอบคุณทุกคนที่เข้าร่วม ส่งคำขอบคุณและตรวจสอบให้แน่ใจว่าคำสั่งซื้อได้รับการประมวลผลทันที หากมีความล่าช้า ควรมีผู้ตอบหรือติดต่อลูกค้าเป็นรายบุคคล

- ให้เริ่มวางแผนงานครั้งต่อไปของคุณ

มองย้อนกลับไปในการไลฟ์ครั้งที่ผ่านมาก และทำการลองประเมินว่าอะไรคือ ผลดี และจะมีอะไรที่น่าสนใจหรือจะทำการไลฟ์ในครั้งต่อไปได้ดีกว่านี้ จากนั้นใช้สิ่งที่คุณได้เรียนรู้ เพื่อวางแผนงานสำหรับการไลฟ์ครั้งต่อไปของผู้ไลฟ์เอง

เอกสารประกอบกิจกรรมที่ 3 และกิจกรรมที่ 4





CUSTOMER SEGMENTATION

- ลูกค้าของคุณคือใคร ?
- บุคลิกภาพของลูกค้ามีลักษณะอย่างไร
- ลูกค้าต้องการอะไรหรือปัญหาพื้นฐานของลูกค้า ?





Value Proposition

คุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า

- สินค้าสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างไร

Channel

- ทำอย่างไรให้ลูกค้าหารูทหรือสินค้าเราเจอ
- ทำอย่างไรให้ลูกค้ารู้จัก
- ลูกค้าหาซื้อสินค้าได้จากที่ไหน



Customer Relationship



ทำอย่างไรให้ลูกค้า “รัก” และ “ประทับใจ”



Key Partner



- หน่วยงานที่เราต้องพึ่งพากับธุรกิจของเรา
- หน่วยงานภาครัฐ (สาธารณสุข)
- หน่วยงานภาคเอกชน (ซีพีฟลายเออร์)
- หน่วยงานภาคการศึกษา (มหาวิทยาลัยในการทำการวิจัย)
- สถาบันการเงิน (ทุนในการซื้อวัตถุดิบ)



Revenue



- รายรับจากธุรกิจของเราเอง
- ช่องทางการชำระเงินของลูกค้า (บัตรเครดิต, พร้อมเพย์, เงินสด)

Cost Structure



- โครงสร้างต้นทุนของสินค้า (ต้นทุนคงที่, ต้นทุนผันแปร, ต้นทุนผลิตมากถูกลง, ต้นทุนที่ซื้อรวมกันถูกลง)
- ต้นทุนต่อ 1 ชิ้น ราคาที่บาท ได้กำไรที่บาท



Key Activities



- กิจกรรมที่ขับเคลื่อนธุรกิจมีอะไรบ้าง
- สิ่งที่ธุรกิจหรือกิจกรรมของธุรกิจที่เราต้องทำเองให้เป็นทุกกระบวนการ

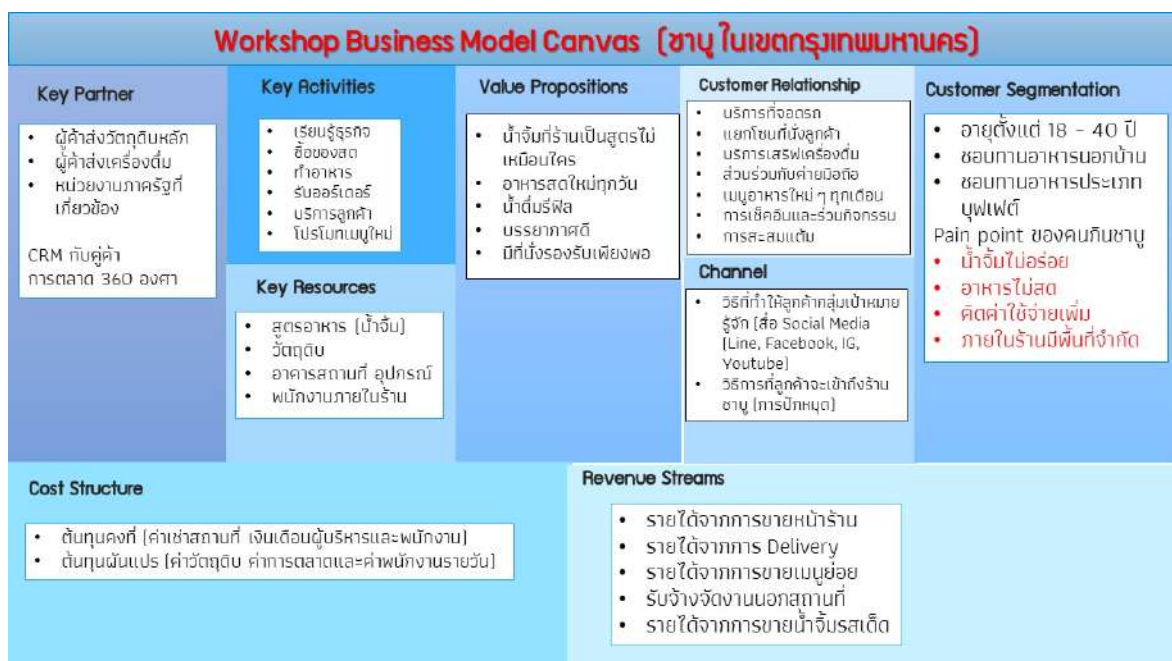
Key Resource



ทรัพยากรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

1. สิ่งที่ธุรกิจมีอยู่แล้ว (เงิน ทุน วัตถุดิบ)
2. สิ่งของที่จำเป็นต้องมีแต่ ณ ตอนนี้ธุรกิจยังไม่มี “จำเป็นต้องมี”





การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์

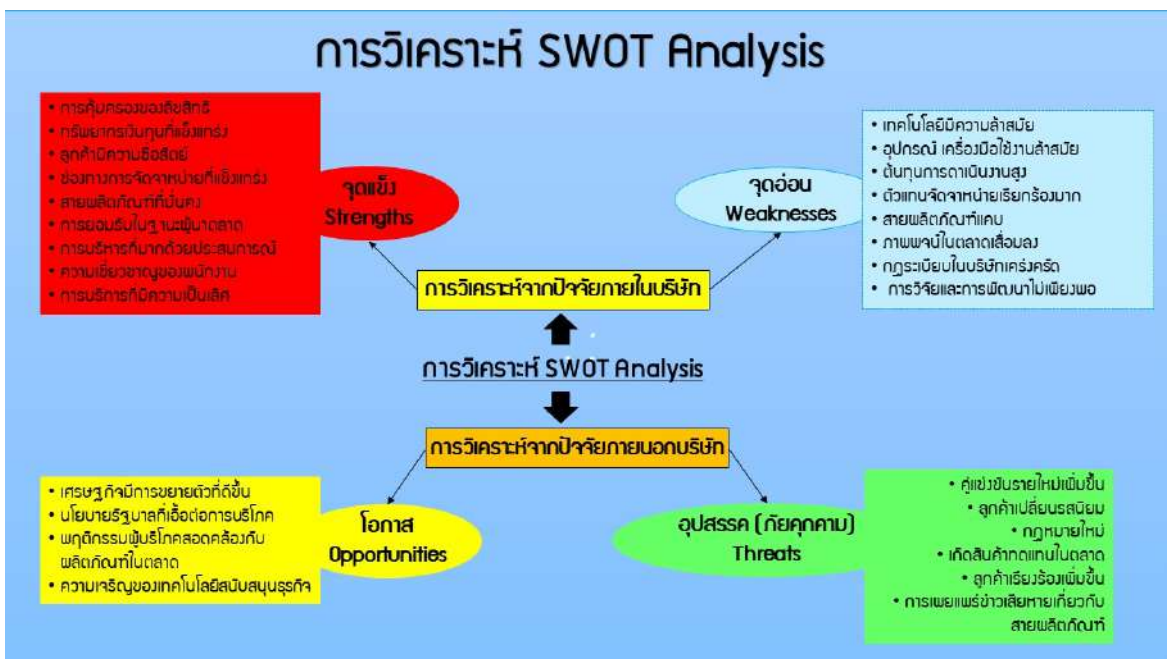
- SWOT Analysis

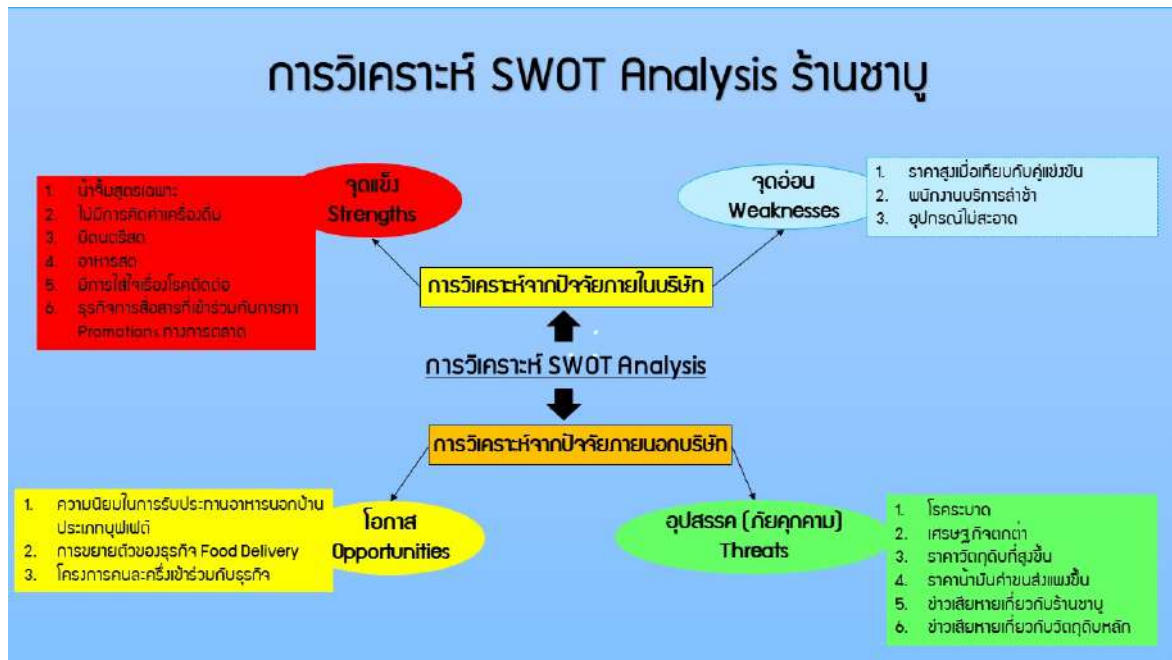
- Strengths = จุดแข็งขององค์กร
- Weakness = จุดอ่อนขององค์กร
- Opportunity = โอกาสขององค์กร
- Threat = อุปสรรคหรือภัยคุกคามขององค์กร

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน
 Production = การผลิต
 Human Resource = ทรัพยากรมนุษย์
 Marketing = การตลาด
 Financing = การเงิน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก STEP
 Social = สังคมและวัฒนธรรม
 Technology = เทคโนโลยี
 Economic = เศรษฐกิจ
 Political = การเมืองและกฎหมาย

การวิเคราะห์ SWOT Analysis







กลยุทธ์การตลาด



7. กลยุทธ์ราคาสินค้า

- การมี คำว่า "ฟรี" หรือ "แถม" จะช่วยให้รู้สึกถึงการได้มากกว่าเดิม ได้เพิ่มเติม มากขึ้น
- การ ยัดฆ่า ราคาเดิม ราคาเก่า ทำให้เห็นถึงความคุ้มค่า
- คำว่า "เหลือ" ช่วยสื่ออารมณ์ของ ปริมาณ
- คำว่า "แค่" "เพียง" ช่วยให้ผู้รู้สึก ผ่อนคลาย ลดความกังวล
- ไม่ควรมีคำว่า "ราคา" หรือ "บาท" เพราะทำให้รู้สึกถึงการจ่ายเงิน เสียเงิน ให้อใช้ :- แทน
- ถ้าสามารถ หารเฉลี่ย หรือ ทำให้ ตัวเลข ดูน้อยลง จะทำให้จินตนาการได้ชัดว่าความคุ้มค่าต่อการจ่ายไปมีมากน้อยแค่ไหน
- ฟ้อนต์ ตัวอักษร ขนาด และ สี ส่งผลต่ออารมณ์และการตัดสินใจเรื่อง ราคา

8. กลยุทธ์การใช้พลังของอินเทอร์เน็ต

- การทำ SEO [Serch Engine Optimization]
- การยิง Add บนสื่อ Social Media

9. กลยุทธ์โลกออนไลน์เชื่อมกับออฟไลน์

- Online to Offline / Offline to Online

แผนภาพวิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจ

SWOT ANALYSIS

ปัจจัยเชิงบวก		ปัจจัยเชิงลบ	
ปัจจัยภายใน	จุดแข็งของธุรกิจ	จุดอ่อนของธุรกิจ	
ปัจจัยภายนอก	โอกาสของธุรกิจ	อุปสรรคของธุรกิจ	

Business Model Canvas

Design for :

Design by :

 ผู้ร่วมงานหลัก Key Partners	 ภารกิจหลัก Key Activities	 คุณค่าของสินค้า/บริการ Value Propositions	 ความสัมพันธ์กับลูกค้า Customer Relationship	 กลุ่มลูกค้า Customer Segment
	 ทรัพยากรหลัก Key Resources		 ช่องทางเข้าถึงลูกค้า Channels	
 รายจ่าย/ต้นทุน Cost Structure		 รายรับ Revenue Streams		

ตัวอย่างการคำนวณจุดคุ้มทุน (Break-even Point) กลุ่มผลิตน้ำสมุนไพรบ้านดอน



ข้อมูลพื้นฐาน

รายการ	จำนวน
ราคาขายต่อขวด	15 บาท
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (วัตถุดิบ + ขวด)	5 บาท
ต้นทุนคงที่ (ค่าแรง + ก๊าซ/น้ำ ฯลฯ)	20,000 บาท
ต้นทุนคงที่ = ค่าแรงสมาชิก 15,000 บาท + ค่าก๊าซและน้ำ 5,000 บาท	



สูตรการคำนวณจุดคุ้มทุน (หน่วย)

$$\begin{aligned}\text{จุดคุ้มทุน (ขวด)} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}} \\ &= \frac{20,000}{15 - 5} = \frac{20,000}{10} = 2,000 \text{ ขวด}\end{aligned}$$

สรุปผลการคำนวณ

- จุดคุ้มทุนอยู่ที่ 2,000 ขวด
- หมายความว่า หากกลุ่มผลิตและขายน้ำสมุนไพรได้อย่างน้อย 2,000 ขวด จะ ไม่ขาดทุน
- หากขายได้มากกว่า 2,000 ขวด = มีกำไร
- หากขายได้น้อยกว่า 2,000 ขวด = ขาดทุน

โจทย์ฝึกปฏิบัติ: การคำนวณจุดคุ้มทุน

สถานการณ์สมมติ:

กลุ่มแม่บ้านบ้านหนองแสงผลิตขนมกล้วยขายในราคากล่องละ 25 บาท
ในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมา ขายได้ทั้งหมด 4,000 กล่อง
มีค่าใช้จ่ายตามตารางนี้:

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รายได้รวมจากการขายสินค้า	100,000
ค่าวัตถุดิบ (กล้วย, มะพร้าว, น้ำตาล ฯลฯ)	50,000
ค่าแรงเหมาจ่ายสมาชิกกลุ่ม	15,000
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (บรรจุภัณฑ์, เชื้อเพลิง)	10,000

ขั้นตอนการคำนวณ

1. ค่าวัตถุดิบ ÷ จำนวนกล่องที่ขายได้ = ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

= _____ ÷ _____ = _____ บาท/กล่อง

2. ค่าแรง + ค่าใช้จ่ายอื่น = ต้นทุนคงที่รวม

= _____ + _____ = _____ บาท

3. ราคาขาย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย = กำไรต่อหน่วย

= _____ - _____ = _____ บาท/กล่อง

4. ต้นทุนคงที่ ÷ กำไรต่อหน่วย = จุดคุ้มทุน (Break-Even Point)

= _____ ÷ _____ = _____ กล่อง

คำตอบสรุป:

กลุ่มแม่บ้านจะคุ้มทุนเมื่อขายได้ _____ กล่อง

เฉลย: การคำนวณจุดคุ้มทุน

1. ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (Variable Cost per Unit)

$$= \text{ค่าวัตถุดิบ} \div \text{จำนวนกล่อง}$$

$$= 50,000 \div 4,000$$

$$= 12.50 \text{ บาท/กล่อง}$$

2. ต้นทุนคงที่รวม (Fixed Cost)

$$= \text{ค่าแรง} + \text{ค่าใช้จ่ายอื่น}$$

$$= 15,000 + 10,000$$

$$= 25,000 \text{ บาท}$$

3. กำไรต่อหน่วย (Contribution Margin)

$$= \text{ราคาขาย} - \text{ต้นทุนผันแปร}$$

$$= 25 - 12.50$$

$$= 12.50 \text{ บาท/กล่อง}$$

4. จุดคุ้มทุน (Break-Even Point in Units)

$$= \text{ต้นทุนคงที่} \div \text{กำไรต่อหน่วย}$$

$$= 25,000 \div 12.50$$

$$= 2,000 \text{ กล่อง}$$



สรุป:

กลุ่มแม่บ้านจะถึงจุดคุ้มทุนเมื่อขายได้ 2,000 กล่อง

ปัจจุบันขายได้ 4,000 กล่อง = มีกำไรแล้ว

ตัวอย่างการคำนวณจุดคุ้มทุน (Break-even Point)

การคำนวณจุดคุ้มทุนของธุรกิจขนมกล้วย

กลุ่มแม่บ้านบ้านหนองแสงผลิตขนมกล้วยและจำหน่ายในราคากล่องละ 25 บาท จำนวนสินค้าที่ขายได้ทั้งหมด 4,000 กล่องในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมา

มีข้อมูลต้นทุนดังนี้:

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ราคาขายต่อกล่อง	25 บาท
จำนวนสินค้าที่ขายได้	4,000 กล่อง
ค่าวัตถุดิบ (กล้วย, มะพร้าว, น้ำตาล ฯลฯ)	50,000 บาท
ค่าแรงเหมาจ่าย (จ่ายเหมา)	15,000 บาท
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (บรรจุภัณฑ์, เชื้อเพลิง)	10,000 บาท

ขั้นตอนการคำนวณจุดคุ้มทุน

1. คำนวณต้นทุนผันแปรต่อหน่วย (Variable Cost per Unit)

ต้นทุนผันแปรคือค่าใช้จ่ายที่ขึ้นอยู่กับจำนวนการผลิตหรือการขายสินค้า เช่น ค่าวัตถุดิบ
การคำนวณต้นทุนผันแปรต่อหน่วยคือการหาร ค่าวัตถุดิบ ด้วย จำนวนสินค้าที่ขายได้:

$$\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} = \frac{\text{ค่าวัตถุดิบ}}{\text{จำนวนสินค้าที่ขายได้}} = \frac{50,000}{4,000} = 12.50 \text{ บาท/กล่อง}$$

2. คำนวณต้นทุนคงที่ (Fixed Costs)

ต้นทุนคงที่คือต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามจำนวนการผลิตหรือการขาย เช่น ค่าแรงสมาชิกกลุ่ม, ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ การคำนวณต้นทุนคงที่คือการรวม ค่าแรงสมาชิกกลุ่ม และ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ:

$$\text{ต้นทุนคงที่} = \text{ค่าแรงสมาชิกกลุ่ม} + \text{ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ} = 15,000 + 10,000 = 25,000 \text{ บาท}$$

3. คำนวณกำไรต่อหน่วย (Contribution Margin)

กำไรต่อหน่วยคือส่วนต่างระหว่างราคาขายกับต้นทุนผันแปรต่อหน่วยที่ต้องจ่ายเพื่อผลิตสินค้า:

$$\text{กำไรต่อหน่วย} = \text{ราคาขาย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} = 25 - 12.50 = 12.50 \text{ บาท/กล่อง}$$

4. คำนวณจุดคุ้มทุน (Break-even Point)

จุดคุ้มทุนคือจำนวนสินค้าที่ต้องขายเพื่อให้ยอดขายครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด โดยใช้สูตร:

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรต่อหน่วย}} = \frac{25,000}{12.50} = 2,000 \text{ กล่อง}$$

สรุป:

- จุดคุ้มทุน คือการขาย 2,000 กล่อง เพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด
- ถ้าขายได้ 4,000 กล่อง ก็จะมีกำไร

โจทย์ฝึกปฏิบัติ: การคำนวณจุดคุ้มทุน

สถานการณ์สมมติ:

กลุ่มแม่บ้านบ้านหนองแสงผลิตขนมกล้วยขายในราคากล่องละ 25 บาท

ในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมา ขายได้ทั้งหมด 4,000 กล่อง

มีค่าใช้จ่ายตามตารางนี้:

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
รายได้รวมจากการขายสินค้า	100,000
ค่าวัตถุดิบ (กล้วย, มะพร้าว, น้ำตาล ฯลฯ)	50,000
ค่าแรงเหมาจ่ายสมาชิกกลุ่ม	15,000
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (บรรจุภัณฑ์, เชื้อเพลิง)	10,000

ขั้นตอนการคำนวณ

1. ค่าวัตถุดิบ ÷ จำนวนกล่องที่ขายได้ = ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

= _____ ÷ _____ = _____ บาท/กล่อง

2. ค่าแรง + ค่าใช้จ่ายอื่น = ต้นทุนคงที่รวม

= _____ + _____ = _____ บาท

3. ราคาขาย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย = กำไรต่อหน่วย

= _____ - _____ = _____ บาท/กล่อง

4. ต้นทุนคงที่ ÷ กำไรต่อหน่วย = จุดคุ้มทุน (Break-Even Point)

= _____ ÷ _____ = _____ กล่อง

คำตอบสรุป:

กลุ่มแม่บ้านจะคุ้มทุนเมื่อขายได้ _____ กล่อง

ผลการประเมินหลังจัดโครงการ

	รายการ	N=50	$\bar{X}$	ร้อยละ	S.D	แปล ความหมาย
	ข้อมูลวัดความพึงพอใจ					
1	ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ(เช่น การประกาศรับสมัคร การติดต่อ เชิญอบรม การประสานงานและให้ข้อมูล การดูแล และการทำงานอย่างมี ขั้นตอน ฯลฯ)	50	4.72	92.69	0.48	มากที่สุด
2	เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (เช่น อัยาศัยศึย้มแ้มแจ่มใส มีใจในการให้บริการ ฯลฯ)	50	4.84	95.00	0.48	มากที่สุด
3	สิ่งอำนวยความสะดวก(สถานที่อบรม อาหาร เครื่องโศตา เอกสารอบรม ฯลฯ)	50	4.90	95.00	0.48	มากที่สุด
	รวม		4.82		0.48	มากที่สุด
	ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร					
4	การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ (ใช้ประกอบอาชีพ หรือใช้ในชีวิตประจำวัน)	50	4.84	93.85	0.50	มากที่สุด
5	ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตร	50	4.78	93.58	0.54	มากที่สุด
6	ความเหมาะสมของวิทยากร (ความรู้ ความสามารถ เทคนิคการสอน)	50	4.90	97.69	0.37	มากที่สุด
7	ระยะเวลาการอบรม (จำนวนวัน)	50	4.84	94.23	0.45	มากที่สุด
8	ช่วงเวลาการอบรม (วัน/เดือน/ฤดูที่อบรม)	50	4.84	93.46	0.51	มากที่สุด
9	ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย(ประโยชน์ที่ได้รับมากกว่าเวลาและ ค่าใช้จ่ายที่เสียไป)	50	4.86	96.15	0.48	มากที่สุด
	รวม		4.84		0.48	มากที่สุด
10	ท่านคาดว่าจะสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่.					
	นำไปใช้ประโยชน์ได้	50		100.00		
	นำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้					
11	ท่าน คาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นกับาทรายได้ต่อเดือน (เลือกเพียง 1 ข้อ)					
	น้อยกว่า 1,000บาท					
	1,001 – 2,000 บาท	20		40.00		
	2,001 – 3,000 บาท	16		32.00		
	3,001 – 4,000 บาท	8		16.00		
	4,001 – 5,000 บาท	6		12.00		
	5,001 – 6,000 บาท					
	6,001 – 7,000 บาท					
	5,001 – 6,000 บาท					
	8,001 – 9,000 บาท					
	9,001 – 10,000 บาท					
	มากกว่า 10,000 บาท (โปรดระบุจำนวน บาท)					
	รวม			100.00		

ผลงานที่เป็นส่วนหนึ่งในโครงการที่ตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการ
ก่อสร้าง

(Journal of Architecture, Design and Construction : JADC) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

บทความวิจัย
- Research Article -

**การออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิต
บ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดชัยนาท
Branding, Labelling, and Packing of Processed Rice Products
from the Nong Yang Rice Mill Community Enterprise Group,
Located in Ban Nong Yang, Wang Takhian Subdistrict,
Nong Ma Mong District, Chai Nat Province**

นงนุช กลิ่นพิกุล*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย 10120

Nongnuch Klinpikul*

Assistant Professor

Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok, Thailand, 10120

*Email: Nongnuch.k@mail.rmutk.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลและแนวทางการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิต บ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดชัยนาท (2) ออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ และ (3) ประเมินความพึงพอใจต่อแบบต้นแบบของตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 10 คน สำหรับการคัดเลือกรูปแบบที่นำไปผลิตเป็นต้นแบบ และกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน สำหรับการประเมินต้นแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โลชั่นบำรุงผิวกาย ครีมหาหน้า และแป้งฝุ่นทาหน้า ผลการวิจัยพบว่า ภาพทุ่งนาสื่อถึงวิถีชีวิตของชุมชนบ้านหนองยางได้เป็นอย่างดี จึงนำมาใช้เป็นภาพประกอบฉลากและบรรจุภัณฑ์ โดยใช้สีเพื่อแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าออกแบบโดยใช้เลขไทย “๑” ผสมผสานกับตัวอักษรภาษาอังกฤษ เพื่อสื่อถึงความสามัคคีและความเป็นหนึ่งเดียวกัน มีความหมายชัดเจน ทันสมัย และจดจำง่าย เมื่อให้กลุ่มเป้าหมายประเมินต้นแบบ พบว่า มีความพึงพอใจในฉลากและตราสินค้าในระดับมาก และพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ตราสินค้า; ฉลาก; บรรจุภัณฑ์; ผลิตภัณฑ์แปรรูป; วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The research aims to: (1) study the information and design guidelines for branding, labeling, and packaging of rice-processed products from the Nong Yang Rice Mill Community Enterprise Group in Ban Nong Yang, Wang Takhian Subdistrict, Nong Ma Mong District, Chai Nat Province; (2) design the brand, labels, and packaging; (3) evaluate user satisfaction with the prototypes of the brand, labels and packaging. A purposive sample was selected, comprising 10 entrepreneurs and design experts to evaluate and select the final prototype for production, and 100 target users to assess the prototypes of the brand, labels and packaging for three product types: body lotion, face cream, and face powder. The research found that the imagery of the rice fields effectively represented lifestyle of the Ban Nong Yang community. Therefore, this imagery was used as a visual element in the labels and packaging, while colors were employed to differentiate product types. The brand logo was designed by combining the Thai numeral “๑” with English characters to symbolize unity and harmony, conveying a clear,

modern, and memorable message. Evaluation results revealed that the target group expressed high satisfaction with the label and brand, and the highest satisfaction with the packaging.

Keywords: brands; labels; packaging; processed products; community enterprises

Received: May 26, 2024; **Revised:** October 28, 2024; **Accepted:** December 11, 2024

1. บทนำ

บ้านหนองยาง ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 10 ตำบลวังตะเคียน อำเภอนงมะม่ง จังหวัดชัยนาท มีประชากรทั้งหมด 453 คน พื้นที่มีลักษณะราบลุ่มสลับที่ดอน จึงเหมาะแก่การทำเกษตรโดยอาศัยน้ำจากฝน ห้วยและคลองธรรมชาติ อาชีพส่วนใหญ่ คือ การทำนาทำไร่และทำสวน ชุมชนบ้านหนองยางมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยางขึ้นในปี พ.ศ. 2559 โดยมีจำนวนสมาชิก 20 คน ทางกลุ่มฯ มีการจำหน่ายข้าวปลาย ไร่และแกลบ มีกลุ่มลูกค้า คือ ชาวบ้านภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงโดยมาซื้อด้วยตัวเองหรือการันรับสินค้า รวมทั้งการแต่งงานจำหน่ายสินค้า หลังจากว่างเว้นจากการทำนา ชาวบ้านอยากมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงมีความต้องการผลิตสินค้าที่มีการแปรรูปมาจากข้าวสารในชุมชนที่มีเหลือจากการจำหน่ายและบริโภคมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันเกี่ยวกับด้านสุขภาพและความงาม มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีอัตลักษณ์ของชุมชนและสามารถซื้อเป็นของฝากได้ แต่เนื่องด้วยชาวบ้านไม่มีความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การตลาดและบรรจุภัณฑ์ จึงมีความต้องการได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม การตลาดและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ชุมชน ทั้งนี้ เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จัก มีมาตรฐานเป็นการยกระดับให้สินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดได้

ในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น บรรจุภัณฑ์ไม่ได้เป็นเพียงแค่สิ่งที่ใช้ในการห่อหุ้มสินค้าเพื่อป้องกันความเสียหายระหว่างการขนส่งหรือเก็บรักษา แต่กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี และมีความโดดเด่นสามารถช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ทำให้สินค้าแตกต่างจากคู่แข่งและสามารถสะท้อนตัวตนของแบรนด์ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดเพื่อนำมาพัฒนาการตลาดให้กับสินค้า ซึ่งปัจจุบัน ผู้บริโภคนิยมความแปลกใหม่ จึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ ซึ่งวิธีที่ได้ผลดีที่สุด คือ การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถเห็นได้ (จุฑามาศ เกียรติเวช, 2022) การสร้างบรรจุภัณฑ์เป็นการออกแบบห่อหุ้มเพื่อปกป้องรักษาสินค้าไม่ให้เสียหาย รักษาคุณลักษณะของสินค้า สะดวกในการใช้สอยผลิตภัณฑ์ สร้างทัศนคติและความทรงจำที่ดีระหว่างผู้บริโภค ตัวสินค้าและตราสินค้า ผ่านการใช้ความรู้หลากหลายแขนงในการออกแบบ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญควรต้องมีสีและภาพประกอบที่โดดเด่นมีความหมายสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ดี (ชวลัญช พุฒินนะ และ ปังปอนด์ รักอานวยกิจ, 2021) การเลือกใช้สีของบรรจุภัณฑ์จะช่วยส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์ ส่วนประเภทสินค้าส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับรู้ความมีประโยชน์ต่อสุขภาพและทัศนคติต่อสินค้า ซึ่งสีของบรรจุภัณฑ์และประเภทสินค้าส่งผลกระทบต่อปฏิสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกัน (ชูลี กอบวิทย์วาศ, 2019)

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปและวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม สะดวกในการใช้งานและช่วยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการเพิ่มมูลค่าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนงมะม่ง จังหวัดชัยนาท ที่ได้รับอนุมัติโครงการจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมในการสนับสนุนงบประมาณการส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชนในแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) โดยมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาตลอดห่วงโซ่คุณค่า (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) โดยปีที่ 1 เป็นการให้ความรู้ฝึกอบรมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและการออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวในชุมชนบ้านหนองยาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไล่ชั้นบำรุงผิวกาย ครีมหาหน้า และแป้งฝุ่นทาหน้า เป็นการสร้างมูลค่าให้กับสินค้า สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมให้เศรษฐกิจในชุมชนมีการสร้างงานและมีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าให้กับชุมชน และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาข้อมูลและแนวทางการออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
- 2) เพื่อการออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
- 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต้นแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์

3. วิธีกรรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดของ Keller ได้กล่าวถึง การสร้างตราสินค้าต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ เช่น ความสามารถในการจดจำ การสื่อความหมาย ความสวยงามน่าดึงดูดใจ ความสามารถในการถ่ายโอนสู่สินค้าต่างๆ ความยืดหยุ่นเมื่อเวลาผ่านไปและข้อกำหนดหรือการแข่งขันในตลาด ความสามารถในการจดจำตราสินค้าของผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญในกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ตราสินค้าที่เพียงพอให้สามารถระลึกถึงได้ ในการพิจารณาตราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อจะมีคุณสมบัติหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) ความสามารถในการจดจำตราสินค้า 2) การระลึกถึงตราสินค้านั้นได้เมื่อถูกกระตุ้น 3) การเป็นตราสินค้าที่ครองใจผู้บริโภคเป็นอันดับแรก (Keller, Apéria, & Georgson, 2008)

ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของ สุมาลี ทองรุ่งโรจน์ ที่เน้นการออกแบบที่ตอบโจทย์ใน 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ (1) การปกป้องบรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณสมบัติในการปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย ทั้งการขนส่ง การจัดเก็บ และการจำหน่าย เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า (2) การอำนวยความสะดวก บรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้ใช้งานง่าย พกพาสะดวก และช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเปิดปิดและจัดเก็บได้สะดวก (3) การส่งเสริมการขาย บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาสินค้า สร้างความน่าสนใจ และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยการสื่อสารข้อมูลและภาพลักษณ์ของแบรนด์โดยการใช้ภาพ ตัวอักษร สี และรูปทรงในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ (4) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ควรออกแบบโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้หรือรีไซเคิลได้ เพื่อลดการสร้างมลพิษ (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555)

ตามแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาจึงมีการใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

3.1 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

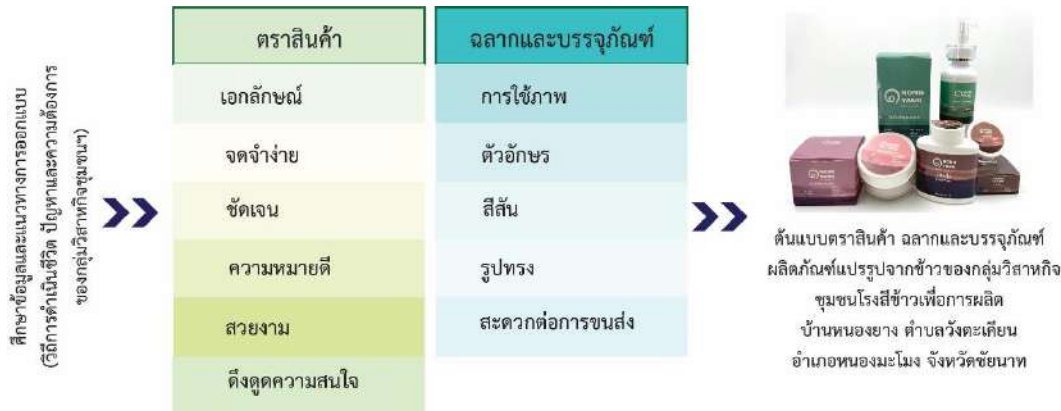
เพื่อศึกษาข้อมูลและแนวทางการออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มฯ โดยการสอบถามข้อมูลทั่วไปของชุมชน อาชีพ วิถีการดำเนินชีวิต และความต้องการของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน

3.2 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

เพื่อการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มฯ โดยใช้กรอบแนวคิดในการออกแบบตราสินค้าของ (Keller et al., 2008) ดังนี้ (1) มีเอกลักษณ์ (2) จดจำง่าย (3) เรียบง่ายชัดเจน (4) ความหมายดี (5) สวยงามร่วมสมัย (6) ดึงดูดความสนใจ การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ใช้กรอบแนวคิดของ สุมาลี ทองรุ่งโรจน์ (2555) และ มยุรี ภาคกล้าเจียง (2556) ดังนี้ (1) การใช้ภาพ (2) ตัวอักษร (3) สีเส้น (4) รูปทรง และ (5) สะดวกต่อการขนส่ง

3.3 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

เพื่อประเมินความพึงพอใจต้นแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มฯ โดยใช้กรอบแนวคิดของ (Keller et al., 2008) ดังนี้ (1) มีเอกลักษณ์ (2) จดจำง่าย (3) เรียบง่ายชัดเจน (4) สวยงามร่วมสมัย (5) ดึงดูดความสนใจ และ (6) สะดวกต่อการขนส่ง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีการศึกษา

4.1 ตัวแปรที่ศึกษา

1) ตัวแปรต้น

- ข้อมูลและแนวทางการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มฯ ที่ได้มาจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยการสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอาชีพ วิถีดำเนินชีวิต และความต้องการของผู้ประกอบการ
- รูปแบบการออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของโลชั่นบำรุงผิวกาย ครีมหาหน้าและแป้งฝุ่น ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมด้านการตลาดให้กับกลุ่มฯ
- ต้นแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิด โดยการนำไปประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมาย

2) ตัวแปรตาม

- ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ใช้เป็นแนวทางการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย ครีมหาหน้าและแป้งฝุ่น
- ผลงานการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
- ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มฯ จากกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค

3) ประชากร/ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรองมะโม่ง จังหวัดชัยนาท (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไป (3) กลุ่มเป้าหมาย (ผู้บริโภค)

4) กลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรองมะโม่ง จังหวัดชัยนาท จำนวน 5 คน (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไปจำนวน 5 คน และ (3) กลุ่มเป้าหมาย (ผู้บริโภค) จำนวน 100 คน

4.2 ขอบเขตการออกแบบ

การออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว 3 ประเภท ได้แก่ โลชั่นบำรุงผิวกาย ครีมหาหน้า และแป้งฝุ่น

4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ทำการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรองมะโม่ง จังหวัดชัยนาท

4.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) แบบสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรองมะโม่ง จังหวัดชัยนาท เพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับชุมชน

2) แบบประเมินความพึงพอใจด้านการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยมีรูปแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย จำนวน 3 รูปแบบ ผลิตภัณฑ์ครีมทาหน้า จำนวน 3 รูปแบบ และผลิตภัณฑ์แบ่งฝุ่นทาหน้า จำนวน 3 รูปแบบ โดยให้ทำการประเมินเลือกรูปแบบที่มีความเหมาะสมในการไปผลิตจริง

3) แบบประเมินความพึงพอใจตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ สำหรับให้กลุ่มเป้าหมายทำการประเมินแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) นำแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ มาวิเคราะห์โดยการนำข้อมูลของแต่ละคนมาเขียนเป็นข้อความโดยละเอียด อ่านและทำความเข้าใจข้อมูล (Familiarization) เพื่อเข้าใจประเด็นสำคัญและจัดบันทึกประเด็นสำคัญ จากนั้น แบ่งข้อมูลเป็นประโยคย่อยโดยรวมรหัสที่คล้ายกันหรือประเด็นสำคัญที่ซ้ำกันบ่อย แล้วจึงตีความ และเขียนสรุปประเด็นสำคัญ

2) นำแบบประเมินความพึงพอใจรูปแบบการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ จากผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยางฯ และจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนนมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงทัศนคติ (Attitude) วัดความพึงพอใจและความคิดเห็น โดยการใช้สถิติค่าเฉลี่ยคะแนน ($\bar{x}$) ซึ่งเป็นการบอกแนวโน้มของความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ที่บอกความกระจายของความคิดเห็นที่หลากหลายหรือใกล้เคียงกันได้เป็นอย่างดี โดยนำผลสรุปรูปแบบที่ได้ไปสร้างต้นแบบแล้วนำไปสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

3) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยางฯ ที่ได้จากความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย โดยการนำผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการการจัดลำดับค่าคะแนนมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แปลความหมายของข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยของคะแนน ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

เกณฑ์การวัดระดับคะแนนมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แปลความหมายดังนี้

4.51-5.00 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด

3.51-4.50 หมายถึง เหมาะสมมาก

2.51-3.50 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง

1.51-2.50 หมายถึง เหมาะสมน้อย

1.00-1.50 หมายถึง เหมาะสมน้อยที่สุด

4.6 วิธีดำเนินงานวิจัย

1) ลงพื้นที่ทำการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 5 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกกลุ่ม ทั้งนี้ เพื่อเข้าใจและทราบสภาพปัญหาความต้องการโดยแท้จริงของชุมชน

2) ศึกษาแนวทางการออกแบบและการผลิตตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ โดยศึกษาเอกลักษณ์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การพิจารณาถึงข้อมูลที่สัมพันธ์กับหลักการออกแบบที่มีความเหมาะสมกับชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย มีความเป็นไปได้ในด้านราคาและการผลิต

3) ดำเนินการออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ โดยเริ่มจากการร่างแบบและนำเสนอในรูปกราฟิกจากแนวคิดที่ได้จำนวน 3 รูปแบบ เพื่อนำไปให้ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบทำการประเมินเลือกรูปแบบ จากนั้น จึงสรุปและแก้ไขรูปแบบตามข้อเสนอแนะ แล้วจึงนำไปผลิตเป็นต้นแบบ ตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ต่อไป

4) นำต้นแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยางฯ ไปทดสอบตลาดและสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มเป้าหมาย

5. ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ชุมชนบ้านหนองยาง มีลักษณะพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มอาศัยน้ำจากแหล่งธรรมชาติ ห้วยหรือคลอง ชาวบ้านในชุมชนส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพหลัก คือ การทำนา จึงทำให้มีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ขึ้น เมื่อว่างจากการทำนาจะทำสวนหรือรับจ้างทั่วไป ข้าวจึงเป็นผลผลิตหลักของชุมชนที่มีไว้บริโภคและจำหน่ายให้กับชาวบ้านในชุมชนและนอกชุมชน ชาวบ้านในชุมชนมีวิถีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่าย การบริโภคส่วนใหญ่มาจากพืชผักผลไม้ที่ปลูกไว้ในชุมชน เมื่อมีประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ ก็จะร่วมแรงร่วมใจสามัคคีช่วยกัน จากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอจากรายง่าย ชาวบ้านจึงมีความต้องการรายได้ที่เพิ่มขึ้น ต้องการสร้างอาชีพขึ้นใหม่ โดยการใช้ทรัพยากรส่วนใหญ่ที่มีอยู่ในชุมชนเป็นวัตถุดิบในการผลิต จึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลและแนวทางการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ จึงได้แนวคิดในการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ ชาวบ้านมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าที่สื่อถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สื่อถึงความเป็นหนึ่งเดียวกัน ต้องการฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และสื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน คือ ภาพทุ่งนา ข้าว และความเป็นธรรมชาติในชุมชน ที่สะท้อนถึงวิถีการดำเนินชีวิตได้เป็นอย่างดี จึงมีการสรุปตัวอักษรร่วมกันออกมาเป็นตราสินค้า “๑ ในหนองยาง” ทั้งนี้ เพื่อต้องการสื่อความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและต้องการให้เกิดความจดจำง่ายของกลุ่มเป้าหมาย มีฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงการประกอบอาชีพและวิถีชีวิตอาชีพในชุมชน มีการใช้สีที่สอดคล้องกับแนวคิดและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนผสมจากข้าว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไล่ชั้นบำรุงผิวกาย ครีมหาหน้าและแป้งฝุ่นทาหน้า

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อการออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ โดยการนำแนวคิดมาออกแบบโดยการนำเสนอตราสินค้าจำนวน 3 รูปแบบ (ตารางที่ 1 และภาพที่ 2-5) ให้ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยางฯ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทำการประเมินเลือกรูปแบบเพื่อนำไปผลิตเป็นต้นแบบต่อไป

ตารางที่ 1 ตราสินค้าและแนวคิดในการออกแบบ จำนวน 3 รูปแบบ

ตราสินค้า	แนวคิดการออกแบบ
 หนึ่งในหนองยาง ตราสินค้าแบบที่ 1	ตราสินค้าที่มีการนำตัวเลข 1 อารบิกมาผสมผสานกับตัวอักษรภาษาอังกฤษที่เป็นคำอ่าน “ในหนองยาง” โดยมีตัวอ่านเป็นภาษาไทยอยู่ด้านล่าง โทนสีที่ใช้คือสีส้มน้ำตาลอ่อนที่สื่อถึงความสุภาพ อ่อนโยน
 หนึ่งในหนองยาง ตราสินค้าแบบที่ 2	ตราสินค้าที่มีการนำตัวเลข ๑ ไทย มาผสมผสานกับตัวอักษรภาษาอังกฤษ Nong Yang โดยมีตัวอ่านเป็นภาษาไทยอยู่ด้านล่าง ตราสินค้าจะใช้สีขาวเพื่อสามารถนำไปใช้ร่วมกับทุกสีได้ง่าย

ตราสินค้า	แนวคิดการออกแบบ
 ตราสินค้าแบบที่ 3	ตราสินค้าที่มีการนำตัวเลข ๑ ไทย มาตัดทอนให้สอดคล้องกับตัวอักษรภาษาอังกฤษที่เป็นเหลี่ยมโดยนำมาจัดวางกับตัวอักษรภาษาอังกฤษ NY ที่มาจากคำว่า Nong Yang ผสมผสานกับตัวอักษรภาษาอังกฤษ ตราสินค้าจะใช้สีขาวเพื่อสามารถนำไปใช้กับทุกสีได้ง่าย



ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1

แนวคิดในการออกแบบ (ภาพที่ 2) : มีการออกแบบมาให้ความอ่อนหวานละมุน โดยมีการเลือกใช้โทนสีที่อ่อนละมุน ที่ให้ความรู้สึกเรียบง่าย คือ สีขาว และสีน้ำตาลอ่อน มีการเพิ่มลายเส้นรวงข้าวที่ใช้เป็นส่วนผสมที่มีความเด่นชัดมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2

แนวคิดในการออกแบบ (ภาพที่ 3) : เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้ทุกเพศ ทุกวัย โดยเน้นที่การจัดวางให้มีเอกลักษณ์ มีภาพพื้นหลังเป็นแปลงข้าว เพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ และการผลิตที่ใช้ข้าวเป็นส่วนผสม โทนสีที่เลือกใช้ คือ สีดำเทา ที่สื่อถึงความสุขุม หูรหยาและทันสมัย



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3

แนวคิดในการออกแบบ (ภาพที่ 4) : เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก ต้นข้าว จึงมีการนำต้นข้าวที่เป็นรูปทรงลายเส้นมาจัดวาง และเลือกใช้สีเขียวที่สื่อถึงความสดชื่นเป็นธรรมชาติ สีน้ำเงินสื่อถึงความน่าเชื่อถือ ความอนุรักษ์ และสีแดงให้ความรู้สึกมุ่งมั่นทำให้สินค้าดูเด่นน่าสนใจมากยิ่งขึ้น



ฉลากโลชั่นบำรุงผิวกาย



ฉลากครีมทาหน้า



ฉลากแป้งฝุ่นทาหน้า

ภาพที่ 5 ฉลากของผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาตามข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจต้นแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ โดยการนำรูปแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ไปให้ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบประเมินความพึงพอใจ ดังตารางที่ 2 และประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมาย (ผู้บริโภค) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวโดยผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 10 คน

ที่	หัวข้อ	แบบที่ 1		แบบที่ 2		แบบที่ 3	
		X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.
	ด้านตราสินค้า						
1	ตราสินค้าสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	4.20	0.75	4.30	0.64	3.10	0.83
2	ตราสินค้าและภาพประกอบสื่อมีความสวยงาม เห็นชัดจดจำง่าย	3.50	0.50	3.90	0.70	3.00	0.77
3	ตราสินค้ามีการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม	4.10	0.70	4.50	0.50	3.90	0.83
	รวม	3.90	0.65	4.23	0.61	3.33	0.81
	ด้านตราสินค้า						
4	ฉลากสื่อถึงวิถีชีวิตของชุมชนได้เป็นอย่างดี	4.20	0.75	4.40	0.66	3.40	0.92
5	ข้อความตัวอักษรมีการจัดวางอย่างเหมาะสม อ่านเข้าใจง่าย	4.10	0.70	4.30	0.64	3.10	1.04
6	ภาพที่นำมาประกอบสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	3.30	0.78	3.90	0.70	3.00	0.77
7	ภาพที่นำมาประกอบผสมผสานกันได้อย่างเหมาะสมและสวยงาม	3.50	0.81	4.00	0.77	3.20	0.75
8	ภาพวาดลายพื้นหลังสร้างเรื่องราวสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ดี	4.40	0.66	4.40	0.66	3.80	0.87
9	โทนสีมีความสวยงาม ทันสมัยดึงดูดความสนใจได้ดี	4.10	0.70	4.30	0.64	3.80	0.75
10	โทนสีสื่อถึงผลิตภัณฑ์	3.70	0.78	3.70	0.78	3.40	0.92
	รวม	3.89	0.74	4.14	0.69	3.39	0.86
	ด้านบรรจุภัณฑ์						
11	บรรจุภัณฑ์บรรจุสินค้าได้ง่าย	4.60	0.49	4.70	0.46	4.00	0.77
12	บรรจุภัณฑ์เปิดใช้งานได้ง่าย	4.20	0.60	4.20	0.60	3.90	0.70
13	บรรจุภัณฑ์ง่ายต่อการขนส่ง	4.80	0.40	4.80	0.40	4.80	0.40
14	บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ใช้สีที่เหมาะสมดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.40	0.66	4.60	0.49	4.00	0.77
15	บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมการตลาด สร้างมูลค่าให้กับสินค้า ดูน่าเชื่อถือ	4.50	0.67	4.80	0.40	4.10	0.83
	รวม	4.50	0.56	4.62	0.47	4.16	0.70
	ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.10	0.66	4.32	0.60	3.63	0.80

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์จากผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ พบว่า ภาพรวมด้านตราสินคารูปแบบที่ 2 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.23 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.61 รูปแบบที่ 1 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 3.90 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.65 และรูปแบบที่ 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 3.33 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.81 ตามลำดับ ภาพรวมด้านฉลากรูปแบบที่ 2 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.14 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.69 รูปแบบที่ 1 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 3.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.74 และรูปแบบที่ 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 3.39 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.86 ตามลำดับ และภาพรวมด้านบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.62 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.47 รูปแบบที่ 1 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.50 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.56 และรูปแบบที่ 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.16 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.70 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน พบว่า รูปแบบที่ 2 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.23 รูปแบบที่ 1 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.10 และรูปแบบที่ 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 3.63 ตามลำดับ

สรุปข้อมูลในส่วนของข้อเสนอแนะจากการประเมินในรูปแบบที่ 2 คือ ฉลากและบรรจุภัณฑ์ควรมีการปรับค่าโทนสีให้มีความน่าสนใจ น่าใช้ ดึงดูดความสนใจ สื่อถึงธรรมชาติ และมีความเหมาะสมกับชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โลชั่นบำรุงผิวกาย ครีมทาหน้าและแป้งฝุ่นทาหน้า (ภาพที่ 6-10)



ภาพที่ 6 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย



ภาพที่ 7 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ครีมทาหน้า



ภาพที่ 8 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แป้งฝุ่นทาหน้า



ภาพที่ 9 ต้นแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิต บ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดชัยนาท



ภาพที่ 10 การประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์โดยกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มเป้าหมาย (ผู้บริโภค) จำนวน 100 คน

ที่	หัวข้อ	X	S.D.	ความหมาย
	ด้านตราสินค้า			
1	ตราสินค้าสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	4.30	0.64	มาก
2	ตราสินค้าและภาพประกอบสื่อมีความสวยงาม เห็นชัด จดจำง่าย	3.90	0.70	มาก
3	ตราสินค้ามีการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม	4.50	0.50	มาก
	รวม	4.23	0.61	มาก
	ด้านฉลาก			
4	ฉลากสื่อถึงวิถีชีวิตของชุมชนได้เป็นอย่างดี	4.40	0.66	มาก
5	ข้อความตัวอักษรมีการจัดวางอย่างเหมาะสม อ่านเข้าใจง่าย	4.30	0.64	มาก
6	ภาพที่นำมาประกอบสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	3.90	0.70	มาก
7	ภาพที่นำมาประกอบผสมผสานกันได้อย่างเหมาะสมและสวยงาม	4.00	0.77	มาก
8	ภาพลวดลายพื้นหลังสร้างเรื่องราวสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ดี	4.40	0.66	มาก
9	โทนสีมีความสวยงาม ทันสมัยดึงดูดความสนใจได้ดี	4.30	0.64	มาก
10	โทนสีสื่อถึงผลิตภัณฑ์	3.70	0.78	มาก
	รวม	4.14	0.69	มาก
	ด้านบรรจุภัณฑ์			
11	บรรจุภัณฑ์บรรจุสินค้าได้ง่าย	4.70	0.46	มากที่สุด
12	บรรจุภัณฑ์เปิดใช้งานได้ง่าย	4.20	0.60	มาก
13	บรรจุภัณฑ์ง่ายต่อการขนส่ง	4.80	0.40	มากที่สุด
14	บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ใช้สีที่เหมาะสมดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.60	0.49	มากที่สุด
15	บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมการตลาด สร้างมูลค่าให้กับสินค้า ดูน่าเชื่อถือ	4.80	0.40	มากที่สุด
	รวม	4.62	0.47	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.32	0.60	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินพึงพอใจในต้นแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย ครีมหาหน้า และแป้งฝุ่นทาหน้า โดยการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน มีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.32 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) 0.60 ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยแยกออกเป็น

ภาพรวมของตราสินค้าสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ภาพประกอบมีความสวยงาม เห็นชัด จดจำง่าย และมีการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากโดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.23 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) 0.61

ภาพรวมของฉลากสื่อถึงวิถีชีวิตของชุมชนได้เป็นอย่างดี ข้อความตัวอักษรมีการจัดวางอย่างเหมาะสมอ่านเข้าใจง่าย ภาพที่นำมาประกอบสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ผสมผสานกันได้อย่างเหมาะสมและสวยงาม สร้างเรื่องราวสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ดี มีโทนสีที่สวยงามทันสมัยดึงดูดความสนใจได้ดี โดยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดมีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.14 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) 0.69

ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย เปิดใช้งานได้ง่าย และสะดวกต่อการขนส่ง บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม มีการใช้สีที่เหมาะสมดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ดูน่าเชื่อถือ สามารถส่งเสริมการตลาด สร้างมูลค่าให้กับสินค้า โดยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากมีค่าคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.62 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S. D.) 0.47

6. สรุปและอภิปรายผล

ชาวบ้านบ้านหนองยางส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพการทำนา ทำไร่สวน และรับจ้างตามลำดับ ในชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยางที่มีการผลิตข้าวเป็นจำนวนมากต่อปี โดยผลิตมาเพื่อบริโภคภายในชุมชนและการจำหน่ายไปยังนอกชุมชน ชาวบ้านมีวิถีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่าย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา ทำสวน อาหารที่บริโภคมาจากธรรมชาติในชุมชนเมื่อมีประเพณี การทำบุญหรือการพัฒนาหมู่บ้านชาวบ้านจะเต็มใจและให้ความร่วมมือในการทำเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง จึงมีความต้องการสร้างอาชีพและมีรายได้เพิ่มจากการทำนา ต้องการมีผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า ดังนั้น การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยมีตราสินค้า ฉลาก

และบรรจุกฎที่มีมีความสวยงามทันสมัย ดูน่าเชื่อถือดึงดูดใจผู้บริโภค เป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ การจัดระดับผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างแนวคิดแปลกใหม่ในตลาดจะช่วยกระตุ้นในการขายที่เพิ่มขึ้น (จุฑามาศ เถียรเวช, 2022) อัตลักษณ์สามารถนำมาสร้างให้เกิดรูปแบบในการสร้างแนวคิดสร้างสรรค์งานสมัยใหม่ได้โดยผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์พัฒนา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ในงานออกแบบสร้างสรรค์ได้ในที่สุด (กุลภัสสรณ์ นางาม, 2022) การทำนาข้าว คือ อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านหนองยาง พุฒนาข้าวมีความเป็นธรรมชาติที่สื่อถึงวิถีชีวิตของชุมชนบ้านหนองยางได้เป็นอย่างดี รวมทั้งความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชาวบ้าน ผู้วิจัยจึงได้นำอัตลักษณ์นี้มาเป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และองค์การธุรกิจมีความสำคัญอย่างมากทั้งในระยะสั้นและระยะยาว องค์การที่มีภาพลักษณ์ดีจะได้รับความไว้วางใจและการสนับสนุนจากผู้บริโภค ภาพลักษณ์ของตราสินค้า คือ ความรู้สึก และทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าใด ๆ ซึ่งตราสินค้านั้นมีลักษณะเฉพาะตัว ขึ้นอยู่กับการวางตำแหน่งของสินค้า การที่สินค้ามีภาพลักษณ์ที่ดีส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจและเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (ชูชัย สมितिไกร, 2562) ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบตราสินค้าที่มีการผสมผสานระหว่างตัวอักษรไทยที่สื่อถึงความเป็นวิถีไทย และตัวอักษรภาษาอังกฤษที่สื่อถึงความเป็นมาตรฐานสากล รวมอยู่ในตราสินค้าที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนในเชิงพื้นที่ ทั้งนี้ เพื่อต้องการสื่อถึงผู้บริโภคที่มีความเป็นสากลมากขึ้น การสร้างตราสินค้า คือ กระบวนการทำให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจในตราสินค้า กระบวนการนี้ต้องอาศัยการวิเคราะห์และวางแผนอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมของผู้บริโภค และสภาพการแข่งขันในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง (ชวลิตนุช พุฒวันนะ และ ปิงปอนด์ รักอานวยกิจ, 2021)

“๑ ในหนองยาง” เป็นตราสินค้าที่แสดงถึง ความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนั้นจึงได้ถูกหยิบยกมาออกแบบเป็นตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยางนี้ โดยการออกแบบให้มีการผสมผสานตัวอักษรไทยและตัวอักษรภาษาอังกฤษที่อ่านได้ชัดเจน เข้าใจง่ายมีความเป็นสากล ตราสินค้านั้นสามารถสร้างจุดจดจำ สื่อความหมายของปรัชญา และกิจกรรมของผลิตภัณฑ์ได้ (Keller et al., 2008) ดังนั้น ออกแบบตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์สามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ได้ โดยการออกแบบที่มีความหมาย ชัดเจนเข้าใจง่าย มีความสวยงามทันสมัยจะสื่อสารถึงผู้บริโภคได้ดี

ภาพประกอบแบบเหมือนจริงที่แสดงรายละเอียดข้อเท็จจริงแสงเงาเหมือนกับภาพที่ตาเรามองเห็นและให้ข้อเท็จจริงนั้น ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจในภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงส่วนประกอบที่สำคัญซึ่งทำให้เห็นความเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน (สุชาติดา คันธารส และ อรุวิศ ตั้งกิจวิวัฒน์, 2022) ความจำแยกออกเป็น ความจำจากการสัมผัส ความจำระยะสั้น และความจำระยะยาว การจดจำของมนุษย์นอกจากจะจดจำถ้อยคำแล้ว มนุษย์ยังสามารถจดจำในรูปภาพได้ดีด้วย (ชูชัย สมितिไกร, 2562) งานวิจัยนี้ได้นำภาพทุ่งนาเป็นภาพประกอบในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นภาพที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชนบ้านหนองยางได้เป็นอย่างดี

บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์และสินค้าในปัจจุบัน อีกทั้งยังเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และทำหน้าที่ส่งเสริมด้านการตลาด (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555) ผู้วิจัยออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีโครงสร้างที่ปกป้องสินค้าได้ ง่ายต่อการใช้งาน และสะดวกต่อการขนส่ง มีการบ่งบอกข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่อ่านเข้าใจง่าย การใช้ภาพประกอบทุ่งนาที่ติดกับสีที่ช่วยให้บรรจุภัณฑ์มีความแปลกใหม่ทันสมัย ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดี

หลังจากได้รูปแบบจากการประเมินของผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้ว จึงนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หลังจากนั้นจึงได้นำต้นแบบไปให้กลุ่มผู้บริโภคจำนวน 100 คน ประเมินความพึงพอใจ พบว่า มีความพึงพอใจมากในฉลาก ตราสินค้าและมีความพึงพอใจมากที่สุดในบรรจุภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย ด้วยบริบทการเปลี่ยนแปลงของสังคมและงบประมาณที่จำกัดของชุมชน อาจส่งผลให้ประสิทธิภาพนั้นลดลงได้ อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโยงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่สู่สากล เป็นกระบวนการที่ต้องสร้างสมดุลระหว่างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและความต้องการของตลาด เป้าหมายหลัก คือ การทำให้ตราสินค้าที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในระดับสากลได้ โดยการนำเสนอคุณค่าท้องถิ่นผ่านการออกแบบที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ การผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับความเป็นสากล เช่น การใช้ตัวอักษร การนำเสนอเรื่องราวและที่มาของท้องถิ่น เช่น ความรู้สึกถึงชุมชน วัฒนธรรมและความยั่งยืน สามารถสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้บริโภค โดยเฉพาะในตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวและภูมิหลังที่โดดเด่น ผ่านเทคโนโลยีในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยแวดล้อมและสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ความต้องการของผู้บริโภคไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเลือกซื้อสินค้าตามคุณภาพหรือราคาเพียงอย่างเดียว แต่ยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และคุณค่าเชิงอารมณ์ที่บรรจุภัณฑ์ถ่ายทอดออกมา บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เนื่องจาก เป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็นและสามารถสร้าง

ความประทับใจได้ในทันที โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความแตกต่างและเอกลักษณ์ของสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์และสะท้อนอัตลักษณ์ของแบรนด์จึงสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าได้ นอกจากนี้ ความยั่งยืนและการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมก็กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคพิจารณา บรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้หรือผลิตจากวัสดุรีไซเคิลได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม จากแนวโน้มดังกล่าว ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคทั้งในด้านการใช้งาน ความสวยงาม ความยั่งยืน และการสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและสร้างความภักดีต่อแบรนด์อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ ญัตติมา เสรีวัฒนา และ วสันต์ สกุลกิจกาญจน์ (2020) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าในแง่ของคุณประโยชน์อาจไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นและการเลือกซื้อสินค้าจากหลายรูปแบบ เช่น แฟรนไชส์ต่างประเทศ หรือ Start up โดยปัจจัยอื่น ๆ เช่น สีสินค้าหรือค่านิยมที่มีบทบาทมากกว่า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสื่อสารเรื่องราวและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น การทำ QR code ติดข้างบรรจุภัณฑ์ และการทำ Website เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ได้เป็นอย่างดี

7. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการทำโครงการเพิ่มมูลค่าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวเพื่อการผลิตบ้านหนองยาง ตำบลวังตะเคียน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ในแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) ปี 2567 ทั้งนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อ.) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่การสนับสนุนงบประมาณและการดำเนินการในการลงพื้นที่ มา ณ โอกาสนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- กุลัสสรณ์ นางาม. (2022). กระบวนการสร้างแนวความคิดในงานออกแบบจากอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยเพื่อผลลัพธ์ในรูปแนวความคิดสร้างสรรค์งานสมัยใหม่. วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง, 4(2), 177–190. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Jadc/article/view/254870>
- จุฑามาศ เกียรติเวช. (2022). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมการตลาด: กรณีศึกษาบ้านเบญจรงค์ จังหวัดพุมธานี. วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง, 4(3), 177–192. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Jadc/article/view/254652>
- ชวัลนุช พุทธิชนะ และ ปังปอนด์ รักอำนวยกิจ. (2021). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของจังหวัดรองผ่านกระบวนการสร้างตราสินค้า การสร้างบรรจุภัณฑ์ และการเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษากลุ่มจังหวัดอีสานใต้ (ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ). วารสารรัฐประศาสนศาสตร์, 19(2), 177–190. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pajournal/article/view/252339>
- ชลี กอบวิทย์วงศ์. (2019). ผลของสีบรรจุภัณฑ์และประเภทสินค้า ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยคลังปัญญา. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/9228>
- ชูชัย สมิทธิกร. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ญัตติมา เสรีวัฒนา และวสันต์ สกุลกิจกาญจน์. (2020). ภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณภาพการบริการ และคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความภักดีและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านไทย-เดนมาร์ก มิลค์แลนด์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. DSpace: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มยุรี ภาคกล้าเจิก. (2556). บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์หทัยเอ็ง.
- สุชาดา คันธารส และ อรุวิศ ตั้งกิจวิวัฒน์. (2022). แนวทางการออกแบบเลขศิลป์บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางภายใต้แนวคิดการออกแบบที่ไม่ระบุเพศ. วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง, 4(3), 143–156. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Jadc/article/view/254654>
- สมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). ออกแบบบรรจุภัณฑ์ = Packaging design. วาดศิลป์.
- Keller, K. L., Apéria, T., & Georgson, M. (2008). Strategic brand management: A European perspective. Pearson Education Limited.