


การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer)  
ด้วยวิธีบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนอย่างมีส่วนร่วม  
ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

A development of Smart Farmer Corporate Identities by Integrating  
Research, Academic Service and Participatory Learning,  
According to Digital Economy



ชาติรี บัวคลี่

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ปีการศึกษา 2560

<b>ชื่อเรื่อง</b>	การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) ด้วยวิธีบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล
<b>ผู้วิจัย</b>	ชาตรี บัวคลี่
<b>สถาบัน</b>	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
<b>ปีที่พิมพ์</b>	2561
<b>สถานที่พิมพ์</b>	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
<b>แหล่งที่เก็บรายงานฉบับสมบูรณ์</b>	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
<b>จำนวนหน้างานวิจัย</b>	206 หน้า
<b>คำสำคัญ</b>	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร สมาร์ทฟาร์มเมอร์ การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเศรษฐกิจดิจิทัล
<b>ลิขสิทธิ์</b>	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) มีจุดมุ่งหมายเพื่อออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรให้กับผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์ จำนวน 4 ฟาร์ม รวมถึงบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรด้วยกระบวนการวิจัย โดยผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ 2) ทายาทผู้ประกอบการ 3) ลูกค้าประจำ 4) นักศึกษาออกแบบ 5) นักวิชาการด้านการออกแบบ 6) พัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการและสภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรปราการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเปรียบเทียบ In-Dependent T-Test

### ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ประกอบการมีความต้องการด้านการพัฒนาภาพลักษณ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารการตลาดดิจิทัลไปยังกลุ่มผู้บริโภค จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการ 1) จุดเด่นคือ ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอย่างดี 2) จุดด้อยคือ ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่มีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารการตลาด และไม่มีความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม 3) โอกาสคือ การเข้าถึงข้อมูลของ

กลุ่มเป้าหมายได้ง่าย และสะดวก 4) อุปสรรคคือ สภาพเศรษฐกิจโลกที่ถดถอย ขาดต้นทุน และแรงงาน ข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ หากผู้ประกอบการไม่สนใจ และไม่เปิดรับเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ไม่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook หรือLine การให้ความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจะไม่สัมฤทธิ์ผล

2. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลคือ การออกแบบอัตลักษณ์ที่สะท้อนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ให้มีความเป็นสากล ทันสมัย และมีศักยภาพเพื่อการแข่งขันกับต่างชาติได้ อีกทั้งการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร และสื่อออนไลน์ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ต้องสะท้อนความคิดเห็น และความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับงานออกแบบอย่างเป็นประชาธิปไตย ใช้สัญลักษณ์ที่สื่อความหมายเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ สถานที่ตั้ง หรือเอกลักษณ์ของฟาร์ม ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ขนาดเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เลือกใช้สีที่น่าสนใจและสร้างการจดจำได้ดี ดังนั้นควรเลือกใช้สีที่สะท้อนผลิตภัณฑ์หรือองค์กร ข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วมช่วยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่คิดเล็กลุ่มกิจการกลางคัน มีกำลังใจที่จะฝ่าฟันอุปสรรคต่อไป เนื่องจากได้มองเห็นงานอย่างเป็นรูปธรรมและได้ร่วมวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง รู้สึกอบอุ่นเหมือนมีพี่เลี้ยงทำให้เกิดการยอมรับในผลงานออกแบบส่งผลให้ผู้ประกอบการนำผลงานออกแบบไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

3) การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมทำให้นักศึกษาพัฒนาทักษะความเป็นนวัตกรรมมากขึ้น กล่าวคือนักศึกษามีความสามารถและทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนานวัตกรรม ได้แก่ มีทักษะด้านการออกแบบ และการสร้างสื่อดิจิทัล มีจิตอาสาช่วยเหลือชุมชน สามารถการสร้างเครือข่ายกับชุมชน สามารถตั้งคำถามระหว่างการวิจัย สามารถการคิดเชื่อมโยงความต้องการของผู้มีส่วนร่วมกับงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ฝึกสังเกตภาษากาย และข้อความต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี การบูรณาการกระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอนยังผลให้นักศึกษาเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการเรียนรู้ ความเข้าใจ และทักษะการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมในยุคดิจิทัลเพิ่มขึ้นหลังเรียนรู้อย่างชัดเจน โดยส่วนที่เพิ่มขึ้นด้านประเด็นความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ 1) มีความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัย ( $t=10.96^*$ ) 2) มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน (สมาร์ทฟาร์มเมอร์) ( $t=8.59^*$ ) และ 3) มีความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัย ( $t=7.90^*$ ) ในส่วนของประเด็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นนวัตกรรมเศรษฐกิจดิจิทัลมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ 1) มีความรู้ด้านการสร้างสื่อดิจิทัล ( $t=8.36^*$ ) 2) ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ( $t=7.67^*$ ) และ 3) ทักษะด้านการเชื่อมโยงข้อมูล ( $t=7.45^*$ )

<b>Research Title</b>	A development of Smart Farmer Corporate Identities by Integrating Research, Academic Service and Participatory Learning, According to Digital Economy
<b>Researcher</b>	Chatree Buaclee
<b>Institution</b>	Huachiew Chalermprakiet University
<b>Year of Publication</b>	2018
<b>Publisher</b>	Huachiew Chalermprakiet University
<b>Sources</b>	Huachiew Chalermprakiet University
<b>No. of Pages</b>	206 pages
<b>Keywords</b>	label design, community product, participatory communication, sustainable creative economy
<b>Copyright</b>	Huachiew Chalermprakiet University

### **Abstract**

This research used a Participatory Action Research (PAR) and aimed to design and develop enterprise identity of the Smart Farmers totaling four farms which including the integration research process, academic service, and teaching methodology. Students learned how to design enterprise identity with the research process. The participants in the study were: 1) Entrepreneurs 2) Descendant Entrepreneurs 3) Customers 4) Student 5) Academic Designers, and 6) Community Development and the Farmers Council of Samut Prakan province. The statistics used in data analysis were mean, standard deviation, and independent t-test.

#### **The results of this study indicated that:**

1. Entrepreneurs needed to develop the appearance of packaging. The integration of information technology and digital communication through consumers, there were strengths and weaknesses, opportunities and threats of entrepreneurs. 1) Strengths: the entrepreneurs had knowledge of aquaculture well. 2) Weaknesses: there was not enough knowledge on technology and marketing

communication to develop a product and farm management. 3) Opportunities: easy and convenient to reach the target audience. 4) Threats: The world economic downturn, lack of capital and labor. The outstanding result was that if entrepreneurs did not expose to digital technologies such as not using online social networks like a Facebook or Line, providing knowledge how to use digital technology would not be completed.

2. Enterprise identity as part of the Digital Economy concept was designed to reflect the intellectual and cultural identities. There was universal, up-to-date, and potential for an international competition. In addition, the design of enterprise identity and online media as the digital economy had to reflect the democratic needs of stakeholders. Using symbolic meanings was associated with the entrepreneurs, location, or identity of the farm. Using legible font sizes was appropriate for the target audience. Selecting attractive colors and offering good retention. Therefore, selecting colors reflects to the product or organization. The outstanding result in this study was the design of enterprise identity assists encouraging entrepreneurial thinking abandoned midstream business to continue to overcome obstacles. Since this could be seen and has developed its own products. This also felt warm in the design. It would be accepted in the operator and registered trademarks.

3. Participatory design engaged students to develop more skills as innovators. The students had the ability and necessary skills to develop innovative skills such as creating digital media, volunteering community, networking with the community, asking research question, linking the idea with entrepreneur identity, observing body language and messages as well. Furthermore, the integrating research and teaching had an effect on the students' change in their learning and understanding the leading innovators in the digital age. The knowledgeable increase after learning, understanding about the integrating research, teaching methodology, and academic service were at the first three ranks as follows: 1) Designing research instruments ( $t = 10.96^*$ ), 2) knowing about the agricultural community products. (Smart Famers) ( $t = 8.59^*$ ), and 3) interpretation and summary of research ( $t = 7.90^*$ ). For the understanding about the digital economy innovators was at the first three ranks as follows: 1) Creating digital

media (T = 8.36\*), 2) Knowing about the digital economy (t = 7.67 \*), and 3) skills associated information (T = 7.45\*).

**Keywords:** Corporate Identities Design, Smart Farmers, Participatory communication, Digital economy



### กิตติกรรมประกาศ

ผลสำเร็จของโครงการวิจัยลุล่วงไปด้วยดี เกิดจากการสนับสนุนของบุคลากรฝ่ายต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ โดยผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ พุ่มวิเศษ อธิการบดี และรองศาสตราจารย์ ดร.อุไรพรรณ เจนวาณิชยานนท์ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิพงษ์ ทองก้อน ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการวิชาการและเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ที่คอยอำนวยความสะดวกในการทำโครงการวิจัยครั้งนี้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ที่ช่วยเหลือเป็นอย่างดี โดยเฉพาะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสยศ อรัณยนาคและผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิวัจ พุกสวัสดิ์เป็นทั้ง พี่ชายและเพื่อนร่วมงานกัลป์ยานมิตร คอยส่งเสริม ตรวจสอบเครื่องมือ ตลอดจนช่วยเหลือในโครงการและเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้วิจัยหลาย ๆ เรื่อง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ โดยเฉพาะรองศาสตราจารย์ ดร.สกนธ์ ภู่งามดี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวรรณา อินคาลัย และรองศาสตราจารย์พันธิพา พงศ์เพียรจันทร์ ที่ได้ถ่ายทอดความรู้เชิงวิชาการด้วยความเมตตากรุณา ทำให้ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับการออกแบบและการการบริหารจัดการและเทคโนโลยีการเกษตร

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐทั้ง พัฒนาการจังหวัดสมุทรปราการ สภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรปราการ และผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยทั้งหมด ที่เสียสละเวลาเพื่อถ่ายโอนความรู้ และพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดและพัฒนาเศรษฐกิจไทยให้ก้าวไกล มั่นคง เข้มแข็งและยั่งยืนไปด้วยกัน

ขอขอบคุณนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ที่ให้ความร่วมมือและเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยไปกับครูคนนี้ แม้จะเหน็ดเหนื่อย ลำบากและใช้เวลามากแต่ก็ไม่ท้อถอยและฝ่าฟันอุปสรรคไปด้วยกัน

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณมารดา และคุณตาคุณยายที่คอยสนับสนุนการทำวิจัยมาโดยตลอด

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญรูปภาพ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>
	ที่มาและความสำคัญ
	วัตถุประสงค์การวิจัย
	ขอบเขตการวิจัย
	นิยามศัพท์เฉพาะ
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
<b>บทที่ 2</b>	<b>เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>
	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
	แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล
	แนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม
	แนวคิดการศึกษาอย่างมีส่วนร่วม
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	กรอบแนวคิด
<b>บทที่ 3</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>
	ผู้ให้ข้อมูล
	ผู้มีส่วนร่วม
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
	ขั้นตอนการดำเนินงานเบื้องต้น
	ขั้นตอนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
	การรวบรวมข้อมูล



## สารบัญ (ต่อ)

	การวิเคราะห์ข้อมูล	53
	การแปลผล	54
	การตรวจสอบข้อมูล	55
บทที่ 4	บทที่ 4 ผลการสำรวจภูมิหลังของผลิตภัณฑ์	56
บทที่ 5	บทที่ 5 ผลการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร	85
บทที่ 6	บทที่ 6 ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการการเรียนการสอน งานวิจัย การบริการวิชาการและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	129
บทที่ 7	การสรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	148
	สรุปผลการวิเคราะห์	148
	อภิปรายผล	152
	ข้อเสนอแนะ	154
	ภาคผนวก	163
	ประวัติย่อผู้วิจัย	206

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
1. กรอบแนวคิด	43
2. ผังอภิปรายผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	57
3. การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลภูมิหลังฟาร์มเจ็แอนปลากัด	59
4. สรุปข้อมูลฟาร์มเจ็แอนปลากัด	63
5. การลงพื้นที่เทศกมลฟาร์ม	64
6. สรุปข้อมูลฟาร์มเกษตรกึ่งแกลัม	69
7. การลงพื้นที่ฟาร์มเป็ยกปลาทอง	70
8. สรุปข้อมูลเป็ยกปลาทอง	74
9. การลงพื้นที่ 99 แสนฟาร์ม	75
10. สรุปข้อมูลเก้าสิบเก้าแสนฟาร์ม	78
11. บรรยากาศกิจกรรมเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้	80
12. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ KM	82
13. การถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์มให้ผู้ประกอบการผ่านเกม บราวน์ฟาร์ม	83
14. ถ่ายทอดความรู้ด้านการถ่ายภาพและการตกแต่งภาพถ่ายด้วยโปรแกรม Adobe Photoshop	83
15. อินโฟกราฟิกสรุปบทที่ 4	84
16. กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วม	87
17. แบบร่างด้วยดินสอ ลงสีไม้และตัดเส้นตราสัญลักษณ์เจ็แอนปลากัดที่ออกแบบ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	89
18. แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เจ็แอนปลากัดที่ออกแบบด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์	91
19. แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เจ็แอนปลากัดที่คะแนนสูงสุด 3 ลำดับ	92
20. แบบร่างละเอียดนามบัตรเจ็แอนปลากัดที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	93

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
21.	แบบร่างละเอียดเสื้อพนักงานออกร้านเจ๊แอนปลากัดที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	93
22.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ฟาร์มเจ๊แอนปลากัดที่ใช้จริง	94
23.	แบบร่างด้วยดินสอ ลงสีไม้และตัดเส้นตราสัญลักษณ์เกศกุ่มแก้มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	96
24.	แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เกศกุ่มแก้มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	97
25.	แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เกศกุ่มแก้มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	97
26.	แบบร่างละเอียดนามบัตรเกศกุ่มแก้มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	99
27.	แบบร่างละเอียดอินโฟกราฟิกเทศกมลฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	100
28.	แบบร่างละเอียดฉลากสินค้า เกศกมลฟาร์ม ภายใต้ชื่อ “เกศกุ่มแก้ม” ที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	101
29.	เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เกศกมลฟาร์ม (เกศกุ่มแก้ม) ที่ใช้จริง	102
30.	แบบร่างด้วยดินสอ ลงสีไม้และตัดเส้นตราสัญลักษณ์เป็ยกปลาทองที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	105
31.	แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เป็ยกปลาทองที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	106
32.	แบบร่างละเอียดฉลากสินค้าเป็ยกปลาทองที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	108

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
33. แบบร่างละเอียดอินโฟเบียงกลาทองฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	109
34. แบบร่างละเอียดเสื้อพนักงานออกร้านเบียงกลาทองฟาร์ม	110
35. เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เบียงกลาทองฟาร์มที่ใช้จริง	111
36. แบบร่างด้วยดินสอ ลงสีไม้และตัดเส้นตราสัญลักษณ์ 99 แสนฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	114
37. แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์ 99 แสนฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	115
38. แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์ 99 แสนฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	115
39. แบบร่างละเอียดนามบัตร 99 แสนฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	117
40. แบบร่างละเอียดอินโฟกราฟิก 99 แสนฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์	118
41. แบบร่างละเอียดเสื้อพนักงานออกร้าน 99 แสนฟาร์ม	119
42. เว็บไซต์ 99 แสนฟาร์ม	120
43. เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook 99 แสนฟาร์มที่ใช้จริง	121
44. อินโฟกราฟิกสรุปบทที่ 5	128
45. ขั้นตอนการบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	131
46. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กลุ่มย่อยโดยให้รุ่นพี่ (ชุดไปรเวท) ที่เคยมีส่วนร่วมในงานวิจัยเรื่อง “การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจ	132



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.	การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรคฟาร์มเจีแอนด์ปลาถัด	55
2.	การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรคฟาร์มเกศกึ่งแก้ม	61
3.	การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรคฟาร์มเปียกปลาทอง	66
4.	การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค 99 แสนฟาร์ม	71
5.	ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรฟาร์มเจีแอนปลาถัด	92
6.	ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรเทศกมลฟาร์ม (เกศกึ่งแก้ม)	100
7.	ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรฟาร์มเปียกปลาทอง	110
8.	ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กร 99 แสนฟาร์ม	120
9.	ผลการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการวิจัยของผู้ประกอบการ	123
10.	ผลการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการวิจัยของผู้ประกอบการ	125
11.	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาประเด็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นนวัตกรรมเศรษฐกิจดิจิทัล	133
12.	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาประเด็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบูรณาการการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการวิจัย	136

## บทที่ 1

### ที่มาและความสำคัญ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมถึงการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนผ่านทางสังคมภายในประเทศในทุกมิติอย่างรวดเร็ว ยังผลให้เกิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) อันเป็นแนวคิดที่มีความต่อเนื่องจากการพัฒนาในระยะของแผนพัฒนาฉบับที่ 8-10 โดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวม มีคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ก่อให้เกิดแนวคิดการผลิตสินค้าชุมชนบนพื้นฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม ภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งเน้นไปที่การสร้าง ความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน และการปรับโครงสร้างการผลิตและการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทยอย่างมากมาจนบัดนี้แผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 11 ได้หมดวาระลง ยังผลให้เกิดแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 12 ที่สอดคล้องต่อเนื่องมาจากแนวคิดของแผนพัฒนาประเทศฉบับก่อนหน้าเพื่อความยั่งยืนของการพัฒนาประเทศทั้งองค์ภาพ โดยแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 12 มีจุดมุ่งหมายเพื่อตั้งรับ การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกทั้งด้านเศรษฐกิจที่มีขยายตัว และมีความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงมากขึ้น การเข้าสู่สังคมสูงวัยของโลก และการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะรูปแบบการผลิต การค้า การบริการ ให้มีความสัมพันธ์กันกับรูปแบบการดำเนินชีวิต การทำงาน ตลอดจนความซับซ้อนของปัญหาทางสังคมที่กำลังจะตามมา (ชุตินาฏ วงศ์สุบรรณ, 2558)

ยุทธศาสตร์ที่สำคัญของแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 12 คือ 1) “ความมั่นคง” โดยเน้นความมั่นคงในด้านความปลอดภัย สถาบันหลักของชาติ ระบบการเมืองที่โปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล และความมั่นคงทางด้านอาหาร พลังงานและน้ำ ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มีงานมีรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต 2) “ความมั่งคั่ง” ประเทศในปัจจุบันอยู่ในช่วงของกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางและพัฒนาต่อเนื่องสู่กลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง แต่ยังคงเกิดความเหลื่อมล้ำและควรให้ประชาชนได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมมากขึ้น เพื่อให้เศรษฐกิจมีความสามารถในการแข่งขันสูง สามารถสร้างรายได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ มุ่งเน้นความสมบูรณ์เพื่อ

สร้างการพัฒนาที่ต่อเนื่องอันประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญา ทุนการเงิน ทุนที่เป็นเครื่องมือ เครื่องจักร ทุนทางสังคมและทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์สุดท้ายที่มีความสำคัญไม่แพ้ความมั่นคง และความมั่งคั่ง คือ 3) “ความยั่งยืน” โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเพื่อสร้างความเจริญ ทางรายได้ ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของประชาชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน ยึดถือ และปฏิบัติตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อพัฒนาให้เกิดความสมดุล มีเสถียรภาพ และยั่งยืน (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559)

จากยุทธศาสตร์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาประเทศให้เกิดความ มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนในทุกภาคส่วนอย่างสมดุลเท่าเทียม และเกิดเป้าหมายการพัฒนาที่ชัดเจน กล่าวคือ พัฒนาประเทศให้มีรายได้สูง มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่ง และโลจิสติกส์ของภูมิภาค นำไปสู่การเป็นชาติการค้าและการบริการ (Trading and Service Nation) เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืน แหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป้าหมายดังกล่าวส่งผลให้มีความจำเป็นต้องพัฒนาการเกษตรไทยสู่ความเป็นเลิศด้านอาหาร โดยเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพเกษตรกรให้ก้าวทันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลง ลดความเหลื่อมล้ำในสังคมกระตุ้นให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบดิจิทัลที่ทันสมัย เด็บโตไปพร้อมกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเชื่อมโยงการค้าในภูมิภาคที่ใกล้เคียง

ปัญหาของเกษตรกรไทยคือ ปัญหาการผลิตภาพ (Productivity) ที่มีเกณฑ์ต่ำ ไม่ตรงกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภคขาดการแบ่งปันข้อมูลด้านการวางแผนและการดูแลผลผลิตของตนเอง ที่สำคัญคือ **“รายได้ของเกษตรกรมีอัตราเฉลี่ยต่ำ เนื่องจากเกษตรกรไม่มีความรู้เพียงพอ ขาดข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดสำหรับวางแผนการผลิต รวมทั้งความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพสูงที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”** (ฤทัยชนก จริงจิต, 2557 และพันธิพา พงศ์เพ็ญจันทร์, 2559) จากการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เกษตรกรที่ประกอบอาชีพการเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่าปัญหาของเกษตรกรที่สำคัญที่สุดคือ **“ความรู้และทักษะในการใช้สื่อเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารการตลาด และการปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนข้อมูลกันภายในกลุ่ม** เนื่องจากเกษตรกรเห็นว่าปัญหาด้านการผลิตสามารถแก้ไขได้ไม่ยาก แต่ผลิตแล้วจะขายให้ใครเป็นเรื่องยากมากกว่า” (อนุชา ขุนนุชนาถ, อารักษ์ สันประเสริฐ, นิตยา เวชกามา, ประสงค์ ศรีพุก, วุฒิชัย



ทองนพเก้าและวิทยา ตั้งสิริวัฒนกุล, 2558) สะท้อนว่าอาชีพเกษตรกรยังขาดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการสร้างความเข้มแข็งให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว

แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลและการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถแก้ปัญหารายได้ของเกษตรกร ทั้งยังสามารถพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีสื่อสาร สร้างให้เกษตรกรเป็นผู้นำที่ตระหนักรู้เท่าทันถึงเทคโนโลยี มีส่วนร่วมเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์งาน การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญา (ต้องลักษณะ บุญธรรม, 2559) สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ที่มุ่งสร้างสรรค์สังคมให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนตามแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 12 โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการจัดการความรู้และการวางแผนจัดการผลิตผลตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงการจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรอย่างยั่งยืน ส่วนกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมสามารถสร้างความร่วมมือและความเข้าใจให้เกษตรกรและผู้มีส่วนร่วมทั้งในแง่ของการสร้างองค์ความรู้ การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ (Networking) เพื่อเปลี่ยนประสบการณ์อันหลากหลายและสะท้อนความคิดที่แตกต่างกลับ ทำให้เกิดปรากฏการณ์ “ความคิดกระตุ้นความคิด” และนำไปสู่การเป็นเกษตรกรปราดเปรื่อง หรือสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer)

การจัดการผลิตผลทางการเกษตรอย่างปราดเปรื่องโดยใช้เทคโนโลยีสื่อสารเป็นเครื่องมือบริหารจัดการและต่อยอดธุรกิจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งของเกษตรกรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ นอกเหนือจากความรู้ด้านการผลิตเครื่องมือและการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อประหยัดเวลา แรงงาน และลดต้นทุน โดยเทคโนโลยีสื่อสารจะช่วยเติมเต็มในส่วนของการสื่อสารการตลาดตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภค ซึ่งการสื่อสารการตลาดนั้นจำเป็นต้องมีสื่อกลางที่สามารถบรรจุข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ สร้างการจดจำและดึงดูดความสนใจไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ หนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญของการสื่อสารการตลาดคือ “อัตลักษณ์องค์กร” โดยอัตลักษณ์องค์กรเป็นเครื่องมือสื่อสารที่บรรจุทั้งภาพและตัวอักษรจากผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์ส่งตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย ช่วยสร้างการรับรู้และการจดจำ ทำให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสาร สร้างการดึงดูดความสนใจและความเชื่อใจ อีกทั้งยังเป็นเครื่องหมายที่คอยเตือนใจในความทรงจำสำหรับกลุ่มเป้าหมายได้ (มาริญา ทรงปัญญา, 2556)

อัตลักษณ์องค์กรเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์สามารถสื่อสารการตลาดผ่านเทคโนโลยีสื่อสารตรงไปยังกลุ่มผู้บริโภคและสามารถสร้างการจำจำ ดึงดูดความ

สนใจและสร้างความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการกับกลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคืออัตลักษณ์องค์กรสามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการสามารถพาร์มเมอร์กับผู้ประกอบการรายอื่นทั้งในและนอกประเทศสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลที่มุ่งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาและเพิ่มสรรถนะทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสื่อสารเพื่อเพิ่มผลิตภาพให้กับประเทศ แต่ปัญหาของกระบวนการสร้างสรรค์อัตลักษณ์องค์กรคือการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับนักออกแบบ ซึ่งไม่ใช่กระบวนการสื่อสารที่ง่าย อีกทั้งยังมีรายละเอียดขั้นตอนที่ซับซ้อน ต้องบูรณาการทั้งศาสตร์และศิลป์เพื่อการสร้างสรรค์ เห็นได้จากที่ในอดีตกระบวนการสร้างอัตลักษณ์องค์กรเกิดขึ้นจากที่ผู้ประกอบการบอกรายละเอียดความต้องการตามรสนิยมความชอบและความสนใจของตนให้กับนักออกแบบโดยนักออกแบบไม่สามารถใช้หลักองค์ประกอบศิลป์เข้ามาสร้างสรรค์งานออกแบบหรือขัดใจผู้ประกอบการได้ สุดท้ายนักออกแบบต้องตามใจผู้ประกอบการและได้ผลงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่ถูกต้องเพียงแต่ผู้ประกอบการรายเดียวขาดการมีส่วนร่วมจากนักออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการโดยตรง ทำให้การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ส่งผลกระทบเชิงลบต่อธุรกิจ ดังนั้นการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่ดึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามา มีบทบาทและส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาอย่างทำให้เกิดผลงานการออกแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพราะกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการออกแบบที่หาจุดกึ่งกลางด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้ผลงานเป็นที่น่าพอใจของทุกฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือลูกค้าของผู้ประกอบการ (ชาติรี บัวคลี, 2557)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสำหรับผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจ (Smart Farmer) โดยใช้กระบวนการศึกษา แบบบูรณาการกระบวนการวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วม มุ่งเน้นการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยกำหนดให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา การผลิตสิ่งพิมพ์ (MN2003) เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ร่วมกันกับชุมชน พร้อมทั้งเพิ่มทักษะการค้นคว้า ศึกษา ทดลอง หาแนวทางการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร คาดหวังให้นักศึกษาเกิดกระบวนการเรียนรู้และค้นคว้ากับระบบการเรียนรู้อันร่วมกันกับชุมชนและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ดำรงอยู่ได้อย่างสร้างสรรค์

การศึกษามีความสำคัญเกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนอย่างรอบด้านและยั่งยืน เป็นพื้นฐานต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคม อีกทั้งยังสนับสนุนให้นักศึกษาได้เปิดโลกทัศน์ที่กว้างขึ้น โดยมีส่วนร่วมจัดอภิปรายแลกเปลี่ยน (Sharing Forum) เพื่อให้เกิดมุมมองและความเข้าใจที่เชื่อมโยงกับงานออกแบบและชุมชน ได้ฝึกการตั้งคำถาม (Questioning) และเป็นนวัตกรที่ดี มีทักษะเป็นนักสังเกต (Observing) สอดรับร่าง Road Map ปฏิรูปการศึกษา 2558-2562 เพื่อแก้ปัญหาของการศึกษาไทยที่เกิดขึ้น โดยผลสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนนักศึกษาพบว่า ร้อยละ 69.4 อยากให้มีการเปลี่ยนแปลงการเรียนการสอน เน้นการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่าเรียนทฤษฎีในห้องเรียน ร้อยละ 58.7 เห็นว่าเด็กไทยเรียนหนักที่สุดในโลกแต่ไม่สามารถนำความรู้ในห้องเรียนไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นการเรียนการสอนโดยบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคมและการทำศิลปวัฒนธรรม จึงเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน สอดรับต่อการปรับหลักสูตรระดับอุดมศึกษาให้ตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาชุมชน เกิดการถ่ายโอนความรู้ระหว่างสถาบันการศึกษากับคนในชุมชน และทำที่สุดสิ่งสำคัญของกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการอาจส่งผลให้นักศึกษาเกิดการพัฒนาวิตที่ยั่งยืน ขยายผลให้ชุมชนของตนเองลุกขึ้นมาพัฒนาตัวเองอย่างยั่งยืนคล้ายกับความเชื่อของผู้วิจัยที่ว่า “การให้ความรู้ย่อมทำให้เกิดการพัฒนาและเป็นหนทางสู่การรู้แจ้ง”

## 2. คำถามวิจัย

- 2.1 ภูมิหลังของเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจมีผลต่อการออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรหรือไม่ อย่างไร
- 2.2 การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลหรือไม่อย่างไร
- 3.3 การบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมมีประโยชน์ต่อนักศึกษาและช่วยเพิ่มความพึงพอใจได้หรือไม่ อย่างไร

### 3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)

3.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ภูมิหลังที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจในจังหวัดสมุทรปราการและปริมณฑล ประกอบด้วย

- 3.1.1 ภูมิหลังของเกษตรกร
- 3.1.2 จุดเด่น/จุดด้อย/โอกาส/อุปสรรค ในการประกอบธุรกิจ
- 3.1.3 กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ
- 3.1.4 ความต้องการด้านรูปแบบของอัตลักษณ์องค์กร
- 3.1.5 ความต้องการด้านความรู้

3.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาารูปแบบอัตลักษณ์องค์กรกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจในจังหวัดสมุทรปราการและปริมณฑลด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

- 3.2.1 ออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล
- 3.2.2 เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการวิจัย

3.3 เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ของกระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมผ่านนักศึกษาที่ร่วมโครงการวิจัย ประกอบด้วย

- 3.3.1 ผลสัมฤทธิ์ของกระบวนการเรียนการสอน
- 3.3.2 การสรุปลงค์ความรู้ของนักศึกษาผ่านกิจกรรม
- 3.3.3 ประโยชน์ ปัญหาและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

### 4. ขอบเขตงานวิจัย

#### 4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย คือ เจ้าของฟาร์มสัตว์เลี้ยงเศรษฐกิจ ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดชลบุรีและจังหวัดสมุทรสาคร อาจารย์ด้านการออกแบบกราฟิก นักศึกษาด้านการออกแบบกราฟิก เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัด สภาเกษตรกรจังหวัด

#### 4.2 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เริ่มต้นจากการบริการวิชาการเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2559 และต่อเนื่องเป็นงานวิจัย ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2559 – 30 ธันวาคม 2560 รวมระยะเวลาทั้งสิ้นจำนวน 1 ปี 6 เดือน

## 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

การออกแบบ หมายถึง การออกแบบภาพประกอบ ตัวอักษร การใช้สี กราฟิกลดทลายรูปทรง โดยใช้หลักการจัดวางตามหลักองค์ประกอบศิลป์

การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอัตลักษณ์องค์กรที่ต้องการออกแบบและพัฒนา โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการพัฒนา มีส่วนร่วมสะท้อนปัญหาต่างๆ รวมถึงชี้แนะแนวทางแก้ปัญหา แสดงความคิดเห็นและตัดสินใจได้อย่างเท่าเทียม สมดุลและยั่งยืน

การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจ หมายถึง กิจกรรมเชิงเศรษฐกิจในการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำหรือการทำฟาร์มเกษตรในน้ำ ตั้งแต่วัยอ่อนจนถึงขนาดที่ต้องการหรือนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์

ผู้มีส่วนร่วม หมายถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจทั้ง 4 ฟาร์มอันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจ ทายาทของผู้ประกอบการ ลูกค้าประจำของผู้ประกอบการ เกษตรจังหวัด พัฒนาการชุมชนจังหวัด นักวิชาการด้านการออกแบบกราฟิกและนักศึกษาที่ร่วมออกแบบ

ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจ หมายถึง ผู้ประกอบการเจ้าของฟาร์มสัตว์เลี้ยงที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจและเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัย

สัตว์เศรษฐกิจ หมายถึง สัตว์เลี้ยงที่มีคุณค่าเป็นที่นิยมเพื่อการเพาะเลี้ยงและขยายพันธุ์ โดยมีแนวโน้มว่าจะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและเชิงพาณิชย์ได้ในอนาคต มีวัตถุประสงค์การผลิตเพื่อการบริโภคหรือเป็นสัตว์เลี้ยง สามารถส่งออกทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ปลาทอง ปลากะเบนน้ำจืด ปลากัดและกุ้งขาว

อัตลักษณ์องค์กร หมายถึง สื่อที่บ่งชี้ถึงควมมีตัวตนของฟาร์มสัตว์เศรษฐกิจ เช่น ตราสัญลักษณ์ แผ่นพับ ป้ายไว้นิล สติกเกอร์ไลน์ สัญลักษณ์ตัวนำโชค เครื่องขายสังคมออนไลน์ สื่อพนักงาน เป็นต้น

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

กลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจได้พัฒนารูปแบบอัตลักษณ์องค์กรและช่องทางการสื่อสารการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรด้วยกระบวนการวิจัยและการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

มหาวิทยาลัยได้บริการวิชาการตามปณิธานเรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจและได้ขับเคลื่อนแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 12 ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษา ค้นคว้าและตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ของการตรวจเอกสารเพื่อง่ายต่อการเข้าใจดังนี้

- 2.1 แนวคิดด้านศิลปะและการออกแบบ
- 2.2 แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล วัฒนธรรม ภูมิปัญญาและเทคโนโลยี
- 2.3 แนวคิดด้านการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม
- 2.4 แนวคิดด้านการศึกษา
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 ภาคสรุป

## 1. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและองค์ประกอบศิลป์

อัตลักษณ์องค์กรเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับเกษตรกรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ เนื่องจากอัตลักษณ์องค์กรสามารถสร้างการรับรู้และการจดจำ อีกทั้งยังช่วยยืนยันตัวตนของเกษตรกรเมื่อต้องจำหน่ายผลิตผลของตนเองผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ เรียกได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับสมาร์ทฟาร์มเมอร์ โดยหลักการที่สำคัญสำหรับการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรคือ “ต้องออกแบบให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ” และต้องแสดงผ่านรูปแบบของยี่ห้อ (Brand) และเครื่องหมายการค้า โดยอัตลักษณ์องค์กรสามารถสื่อสารผ่านทางภาพ (Visual Identity) ผ่านพฤติกรรม (Behavioral Identity) และผ่านการพูด (Verbal Identity) ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้เน้นการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรผ่านทางภาพ

อัตลักษณ์องค์กรที่สื่อสารผ่านทางภาพมีส่วนสร้างสรรค์ให้เกิดสัญลักษณ์ที่สามารถเข้าใจได้ระหว่างลูกค้าและผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์ โดยมีส่วนช่วยเสริมการรับรู้และการจดจำยังผลให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสาร เกิดการรับรู้และความเชื่อใจ อีกทั้งยังเป็นเครื่องหมายที่คอยเตือนใจในความทรงจำ เช่น สัญลักษณ์ภาพปลากัดสีแดง ขาว น้ำเงิน และมีตัวอักษร “Chatree Betta Smart farmer” เป็นเครื่องหมายที่ใช้สื่อความหมายแทนฟาร์มปลากัดสายพันธุ์ไทยอันมีชื่อเสียงโด่งดังทั่วโลก โดยมีผู้ประกอบการชื่อชาตรี ซึ่งอาจเป็นผู้มีชื่อเสียงในวงการผู้เลี้ยงปลากัด และมีคำว่าสมาร์ทฟาร์มเมอร์ต่อท้ายอันจะสื่อความหมายว่าเป็นฟาร์มปลากัดที่ทันสมัย ใช้เทคโนโลยีสื่อสารในการขายและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรจำเป็นต้องคำนึงถึงเอกลักษณ์ที่ชัดเจน สามารถสร้างแรงดึงดูดใจจากลูกค้าเป้าหมาย พิจารณาอย่างถี่ถ้วนรอบคอบเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เพราะในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันด้านการตลาดสูงจึงเป็นเรื่องท้าทายสำหรับเกษตรกรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ที่ต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถอยู่เหนือคู่แข่งได้ ซึ่งอัตลักษณ์องค์กรมีประโยชน์อย่างยิ่งในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันทางการตลาดอย่างรุนแรง สอดคล้องกับแนวคิดของ David A. Aaker ที่เสนอมุมมองว่า อัตลักษณ์องค์กร/ตราสินค้า ต้องมีลักษณะโดดเด่น เพื่อให้เห็นว่าสินค้านั้นเป็นของใคร แตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร ส่วน Kotler ได้เสนอว่า ตราสินค้าที่ดีต้องสะท้อนความหมายในตัวสินค้าทั้งจากรูปร่างหน้าตาภายนอก คุณประโยชน์ คุณค่า และบุคลิกภาพของสินค้า (มาริญา ทรงปัญญา, 2556) ตัวอย่างเช่น หากผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วมออกแบบอัตลักษณ์องค์กรให้ผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์ที่เพาะเลี้ยงปลากัดไทย ต้อง



ออกแบบให้ดูสวยงาม ภาพประกอบสะท้อนถึงลักษณะที่ดีของปลากัด สีสดใสดูตา ใช้ตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ดูสากล มีความน่าเชื่อถือและทันสมัยเป็นต้น

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ทั้ง 4 ฟาร์มจำเป็นต้องอาศัยหลักการออกแบบเพื่อให้อัตลักษณ์องค์กรมีความสวยงามสมบูรณ์ตรงตามทฤษฎีและหลักการออกแบบ และเนื่องจากการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรเป็นการประยุกต์ใช้ทั้งศาสตร์แห่งความคิดรวมเข้ากับศิลปะ พร้อมทั้งสร้างสรรค์ผลงานออกแบบเพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนร่วมนมากที่สุดดังนั้นผู้วิจัยจำเป็นจะต้องศึกษาหลักการออกแบบอย่างถ่องแท้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ด้านหลักการออกแบบเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยได้ดังนี้

ปาพจน์ หนูนภักดี (2553:113) กล่าวว่า การออกแบบคือการสร้างสรรค์โดยใช้ทฤษฎีต่างๆ และนำผลงานไปใช้ประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ ผ่านการออกแบบอย่างเป็นระบบแบบแผน เป็นขั้นตอน ตอบสนองจุดมุ่งหมายและนำไปใช้งานได้ที่น่าพอใจ โดยความน่าพอใจของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรแบ่งเป็น 3 ข้อหลักคือ

1) ความสวยงาม เป็นสิ่งแรกที่เราได้สัมผัสก่อน คนเราแต่ละคนต่างมีการรับรู้หลักสุนทรียศาสตร์และความพอใจไม่เท่ากัน ไม่มีเกณฑ์ในการตัดสินใดๆเป็นตัวที่กำหนดอย่างชัดเจน ดังนั้นงานออกแบบที่มีการจัดองค์ประกอบทางศิลปะอย่างเหมาะสมก็สามารถประเมินได้ว่าเป็นสิ่งที่สวยงามโดยความสวยงามนี้เป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อประโยชน์ทางด้านอารมณ์ความรู้สึก

2) จุดมุ่งหมายด้านประโยชน์ใช้สอยที่ดีเป็นเรื่องที่สำคัญมากในงานออกแบบทุกประเภท เช่น ถ้าเป็นการออกแบบที่เป็นสิ่งของ อาทิ แก้ว จะต้องออกแบบมาให้มันสบาย ไม่ปวดเมื่อย ถ้าเป็นงานกราฟิก เช่น งานสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ตัวหนังสือจะต้องอ่านง่าย เข้าใจง่าย ถึงจะได้ชื่อว่า เป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี

3) มีแนวความคิดในการออกแบบที่ดีเป็นหนทางความคิดที่ทำให้งานออกแบบสามารถตอบสนอง ต่อความรู้สึกพอใจ ชื่นชม มีคุณค่า บางคนอาจให้ความสำคัญมากหรือน้อยหรืออาจไม่ให้ความสำคัญเลยก็ได้ ดังนั้นการออกแบบโดยใช้แนวความคิดที่ดีอาจจะทำให้ผลงานหรือสิ่งทีออกแบบมีคุณค่ามากขึ้นก็ได้

กล่าวโดยสรุปหลักการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรทำให้เกิดความน่าพอใจทั้ง 3 หลักการสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรในงานวิจัยทั้งการออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากสินค้า สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยยึดหลักการออกแบบให้สวยงามตาม

**หลักการรับรู้ทางสุนทรียศาสตร์ มีจุดมุ่งหมายด้านประโยชน์ใช้สอยและเพิ่มคุณค่าให้งานออกแบบ ด้วยแนวคิดที่ตีโดดเด่นดึงดูดความสนใจ**

ดังนั้นแนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรจึงมีประโยชน์สำหรับการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรให้ถูกต้องตามหลักองค์ประกอบศิลป์และสุนทรียศาสตร์ แต่อย่างไรก็ตามหลักการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรต้องเชื่อมโยงกับแนวคิดหลักของการออกแบบ โดยวิจัยขึ้นนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดหลักของการออกแบบคือ “แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล” อันเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 12 ที่จะช่วยให้ประเทศไทยขับเคลื่อนและเตรียมพร้อมสู่การแข่งขันในตลาดดิจิทัล

## **2. แนวคิดด้านเศรษฐกิจดิจิทัล**

เป็นแนวคิดหลักของงานวิจัยเนื่องจากแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลได้เชื่อมโยงเทคโนโลยีสื่อสารให้เข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนและตรงตามจุดมุ่งหมายของผู้วิจัยรวมถึงผู้มีส่วนร่วม โดยก่อนหน้าผู้วิจัยเคยศึกษาวิจัยด้านการออกแบบฉลากสินค้าด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 11 มาก่อน (ชาติรี บัวคลี, 2557) จึงเป็นการขยายขอบเขตและต่อยอดแผนพัฒนาประเทศให้สามารถขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลยังเป็นแนวคิดที่สามารถผลักดันให้เกษตรกรผู้เป็นกำลังสำคัญของชาติมีภูมิทัศน์ด้านงานด้านการสื่อสารการตลาดและการใช้เทคโนโลยีและสามารถปรับตัวเข้าหากระแสดิจิทัลที่ไหลบ่าเข้าสู่ประเทศไทยได้เป็นอย่างดี โดยใจความสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลสามารถสรุปได้ดังนี้

*แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล เป็นแนวคิดเพื่อการพัฒนาประเทศตามการเปลี่ยนแปลงของสารสนเทศ และการสื่อสารของโลกในยุคปัจจุบันโดยแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลยังคาบเกี่ยวกับภูมิปัญญาวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นและหมายรวมถึงการพัฒนาเชิงเทคโนโลยี ซึ่งแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 11 ในด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ทันโลกยุคปัจจุบัน เริ่มจากแนวคิดเศรษฐกิจบนพื้นฐานความรู้ (Knowledge Economy) ต่อยอดและพัฒนาจนเป็นแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยความสำคัญของทั้ง 2 แนวคิดคือ “การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยองค์ความรู้เป็นพื้นฐานการขับเคลื่อน ต่อยอดให้เกิดการสร้างและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม” ดังนั้นเมื่อพัฒนาจนเป็นแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล จึงมีความหมายว่า “การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยการนำเอาเทคโนโลยี*

**ดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559)**

หลักการนำทางของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ประกอบด้วย 5 หลักการคือ

1. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ให้มีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศที่โดยรวม

2. การใช้ประโยชน์สูงสุดจากพลวัตของเทคโนโลยีดิจิทัลโดยสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างก้าวกระโดด

3. คนทุกกลุ่มในสังคม ทั้งผู้อาศัยในพื้นที่ห่างไกลและยากจน ผู้สูงอายุ ผู้พิการและผู้ด้อยโอกาสอื่นๆ ต้องสามารถมีส่วนร่วมและเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลทั้งในส่วนของ การเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร สื่อการเรียนรู้ และบริการดิจิทัลของรัฐในทุกบริการ

4. มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการวางแผนจากข้อมูลความพร้อมของประเทศ ที่นำไปสู่การพัฒนาที่เป็นไปได้จริงในทางปฏิบัติ

5. การรวมพลังทุกภาคส่วนเพื่อขับเคลื่อนแผนพัฒนาดิจิทัลไปสู่การปฏิบัติต้องเป็นไปตามแนวทาง “ประชารัฐ” ซึ่งเน้นการร่วมมือร่วมใจและรวมพลังของทุกภาคส่วน นอกจากหลักการนำทางของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อการขับเคลื่อนประเทศให้หลุดพ้นจากการเป็นประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูง ประชากรมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนแล้ว แนวคิดดิจิทัลยังมียุทธศาสตร์ที่สำคัญอีก 6 ยุทธศาสตร์คือ

1. ยุทธศาสตร์พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยยึดหลักเข้าถึง (Accessible) พร้อมใช้ (Available) และจ่ายได้ (Affordable)

- พัฒนาอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ทุกหมู่บ้าน ทุกเทศบาลเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ ทุกโรงเรียน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และศูนย์ดิจิทัลชุมชน

- ค่าบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไม่เกิน ๒% ของรายได้ประชาชาติต่อหัว

- บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าถึงทุกหมู่บ้าน ทุกชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยว

- ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างประเทศ

- โครงข่ายแพร่สัญญาณภาพโทรทัศน์และกระจายเสียงวิทยุระบบดิจิทัลครอบคลุมทั่วประเทศ

ประเทศ

2. ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ขับเคลื่อน New S-Curve เพิ่มศักยภาพ สร้างธุรกิจ เพิ่มมูลค่า

- นำนวัตกรรมและความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีมาใช้ในภาคผลิต ภาคบริการในทุกอุตสาหกรรม

- สนับสนุนให้ SMEs ไทยในภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ เข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถแข่งขันได้ทั้งในภูมิภาคและเวทีโลก

- ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำอุตสาหกรรมดิจิทัลของภูมิภาค

3. ยุทธศาสตร์การสร้างสังคมคุณภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยสร้างการมีส่วนร่วม และการใช้ประโยชน์อย่างทั่วถึง

- ประชาชนทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มผู้อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล ผู้สูงอายุ และคนพิการ สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล

- ประชาชนร้อยละ ๗๕ มีทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ภายใน ๕ ปี

- ประชาชนสามารถเข้าถึงการศึกษา สาธารณสุข และการบริการสาธารณะ ผ่านระบบดิจิทัล

4. ยุทธศาสตร์การปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล เน้นความโปร่งใส อำนวยความสะดวก รวดเร็ว และเชื่อมโยงทั้งประเทศให้เป็นหนึ่งเดียว

- บริการของภาครัฐตอบสนองการบริการประชาชน ผู้ประกอบการทุกภาคส่วนได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ

- มีการสร้างพื้นฐานดิจิทัลของภาครัฐ การจัดเก็บและบริหารฐานข้อมูลที่บูรณาการไม่ซ้ำซ้อน สามารถรองรับการเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานและการให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- ให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลภาครัฐได้สะดวกและเหมาะสม เพื่อส่งเสริมความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชน

5. ยุทธศาสตร์พัฒนากำลังคนให้พร้อมสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล โดยการสร้างคน สร้างงาน และสร้างความเข้มแข็งจากภายใน

- บุคลากรวัยทำงานทุกสาขามีความรู้และทักษะดิจิทัล

- บุคลากรในวิชาชีพด้านดิจิทัลมีคุณภาพและปริมาณเพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาวิชาที่ขาดแคลน หรือมีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมดิจิทัล

- เกิดการจ้างงานแบบใหม่ อาชีพใหม่ ธุรกิจใหม่ จากการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล

6. ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยการสร้างกฎระเบียบที่ทันสมัยเชื่อมั่นในการลงทุนและมีความมั่นคงปลอดภัย

- มีชุดกฎหมาย กฎระเบียบที่ทันสมัยเพื่อรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล
- มีมาตรฐานข้อมูลที่เป็นสากลเพื่อรองรับการเชื่อมโยงและใช้ประโยชน์ในการทำธุรกรรม
- ประชาชนมีความเชื่อมั่น ในการทำธุรกรรมออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ

แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบคิดหลักของการวิจัย โดยนำมาใช้เพื่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลยังผลให้เกิดผลิตภาพในอนาคต สอดคล้องกับงานเขียนเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัลของดอน แท็ปสคอตต์ (Don Tapscott, 2015) ว่าเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นผลพวงของการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมในอดีตเป็นดิจิทัล กล่าวคือเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต (Internet) ให้ทำหน้าที่กระจายและรับส่งข้อมูลรวมถึงการทำงานแทนมนุษย์ทุกอย่างที่สามารถทำได้เพื่อการพัฒนาธุรกิจ **ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นเทคโนโลยีที่เปลี่ยนวิธีการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงสร้างค่านิยมสาธารณะแบบใหม่ยังผลให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัล** ทั้งนี้อินเทอร์เน็ตจะไม่สามารถทำงานได้เองหากขาดผู้ใช้ที่มีสติปัญญาดีและมีทักษะการใช้เทคโนโลยีสื่อสารที่ดี ดังนั้นผู้วิจัยจำเป็นต้องถ่ายทอดความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีสื่อสารให้กับผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย เพื่อให้ผู้มีส่วนรวมกลายเป็นทรัพยากรที่มีค่าของสังคมยุคดิจิทัลแทนที่การทำงานในรูปแบบเดิมที่มุ่งเน้นผลิตแล้วส่งขายให้พ่อค้าคนกลาง เพราะเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถเข้ามาทำหน้าที่แทนผู้ประกอบการได้หลากหลายและขายโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ผู้ประกอบการสามารถแบ่งปันข้อมูลและร่วมมือกันระหว่างคู่ค้าและคู่แข่งทางธุรกิจ กล่าวคือมีลักษณะการทำงานที่ตั้งอยู่บนผลประโยชน์และเป้าหมายร่วมกันระหว่างคู่แข่งชั้นทางธุรกิจเพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนาและนวัตกรรมทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันแบบภาคีเครือข่าย รวมทั้งรอดพ้นผลกระทบทางเศรษฐกิจไปด้วยกันกลายเป็นเกษตรกรยุคใหม่ที่เรียกว่าเกษตรกรอัจฉริยะหรือ “สมาร์ทฟาร์มเมอร์”

แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลนี้ยังให้ความสำคัญกับการเครือข่ายอัจฉริยะ โดยสิ่งที่จำเป็นที่ต้องมุ่งเน้นและให้ความสำคัญมากที่สุดมี 3 ประการคือ 1) การสร้างเนื้อหาสาระ หรือองค์ความรู้ 2) ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ และ 3) ทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ ซึ่งสิ่งสำคัญทั้ง 3

ประการยังเชื่อมโยงกับองค์ประกอบอันเป็นปัจจัยที่สำคัญเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดยุคเศรษฐกิจดิจิทัลประกอบไปด้วย

1) องค์ความรู้: เศรษฐกิจดิจิทัลคือ เศรษฐกิจแห่งองค์ความรู้ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผู้ประกอบการต้องเพิ่มพูนองค์ความรู้และเข้าใจเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเป็นสมาร์ทฟาร์มเมอร์ โดยองค์ความรู้ที่สำคัญที่สุดคือ ความรู้สำหรับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และการตลาดรูปแบบใหม่ ซึ่งผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์จำเป็นต้องเรียนรู้อย่างรวดเร็วมากกว่าคู่แข่ง เรียนรู้ตลอดเวลาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมจึงจะสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

2) ความเป็นดิจิทัล: เศรษฐกิจดิจิทัลเรียกอีกอย่างว่า **เศรษฐกิจยุคอินเทอร์เน็ตที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานเลข “1” และเลข “0”** ซึ่งข้อมูลจำนวนมหาศาลถูกบีบอัดส่งผ่านให้กันและกันด้วยความเร็วเท่ากับแสง อีกทั้งยังมีคุณภาพมากกว่าในอดีต โดยข้อมูลที่หลากหลายสามารถนำมารวมกันเป็นสื่อผสมและส่งถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังประหยัดต้นทุนและเวลาในการจัดส่ง ดังนั้นหากผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์สามารถพัฒนาธุรกิจให้เป็นดิจิทัลได้ย่อมส่งผลให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการได้อย่างมาก ความเป็นดิจิทัลจึงมีความสำคัญอย่างสูงสำหรับผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์

3) เครือข่ายบูรณาการ: นอกจากเป็นเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนฐานองค์ความรู้และมีความเป็นดิจิทัลแล้ว เศรษฐกิจดิจิทัลยังเป็นระบบแห่งเครือข่ายที่นำเอาหน่วยย่อยแต่ละหน่วยมารวมเป็นกลุ่มก้อนโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสื่อกลาง ยังผลให้ผู้ประกอบการรายเล็กได้เปรียบองค์กรขนาดใหญ่ กล่าวคือการเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรระหว่างผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหญ่ไม่ด้อยไปกว่ากัน อีกทั้งยังมีกฎเกณฑ์ที่น้อยกว่ามีโครงสร้างองค์กรที่เรียบง่ายกว่าจึงสามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างยืดหยุ่นและเข้าถึงลูกค้าทางธุรกิจได้ดีกว่า ทั้งยังปรับเงื่อนไขการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้สม่ำเสมอ และสามารถเพิ่มผู้ให้บริการจากภายนอกใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา ดังนั้นหากผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์สามารถสร้างเครือข่ายบูรณาการได้สำเร็จย่อมทำให้เกิดความได้เปรียบกับองค์กรคู่แข่งที่มีขนาดใหญ่ได้

4) ไร้พ่อค้าคนกลาง: เศรษฐกิจดิจิทัลส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสร้างองค์ความรู้และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายได้โดยตรงส่งผลให้ตัดวงจรพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นอุปสรรคและตัวการสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการถูกกดขี่และ

ขาดกำไร เนื่องจากพ่อค้าคนกลางจะอยู่ตรงกลางระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการและตัดวงผลประโยชน์จากส่วนต่างไปจากผู้ประกอบการ แต่เศรษฐกิจดิจิทัลกลับสร้างช่องทางผ่านเทคโนโลยีสื่อสารให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้โดยตรง ผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้ประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย เพราะไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางทำให้ผู้ประกอบการได้กำไรเพิ่มขึ้นและผู้บริโภคได้สินค้าที่มีราคาถูกลง

5) นวัตกรรม : เศรษฐกิจดิจิทัลกับนวัตกรรมเป็นของคู่กัน เนื่องจากเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นกระบวนการขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ จากองค์ความรู้ ซึ่งนวัตกรรมคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้จินตนาการเป็นแรงขับเคลื่อน ยังผลให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ตลอดเวลาและเกิดกระบวนการปรับปรุงของเก่าไปพร้อมกัน โดยนวัตกรรมที่ดีจะเกิดขึ้นได้ด้วยการนำความต้องการของลูกค้าเป็นกรอบแนวคิดเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่สิ่งที่ยากที่สุดของการสร้างสรรค์นวัตกรรมคือ “การเข้าใจ” ความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ดังนั้นการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรจึงจำเป็นต้องให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและพัฒนาตั้งแต่ต้นจบกระบวนการ

6) ผู้บริโภคร่วมผลิต: จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นในหัวข้อนวัตกรรมว่า สิ่งที่ยากที่สุดของการสร้างสรรค์นวัตกรรมคือการเข้าใจลูกค้า แต่เศรษฐกิจดิจิทัลทำให้กำแพงกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคลดลงโดยเปลี่ยนแปลงจากการผลิตสินค้าเพื่อคนหมู่มากเป็นการผลิตตามใจลูกค้าที่มีความต้องการตรงกันจำนวนมากแทน ผู้ผลิตจึงต้องสร้างสินค้าที่ยืดหยุ่นสูง ปรับเปลี่ยนตามรสนิยมและความต้องการของลูกค้าแต่ละคน เหตุนี้ผู้ประกอบการสมาร์ตฟาร์มเมอร์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลจึงจำเป็นต้องให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์

7) รวดเร็วทันเหตุการณ์ : พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ชื่นชอบความรวดเร็วแปลกใหม่ สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่ตั้งอยู่บนฐานข้อมูลเลข 1 กับ 0 มีความไวในการรับส่งข้อมูลเท่ากับแสงคือกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการต้องไวต่อการโต้ตอบและรับคำสั่งของลูกค้า เกาะสถานการณ์สำคัญและกำลังเป็นที่สนใจของสังคม เพิ่มความสะดวกสบายและสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าให้มากที่สุด

สรุป: แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลมีหลักการสำคัญของเครือข่ายอัจฉริยะซึ่งจะกลายเป็นเครื่องมือและดัชนีชี้วัดของงานวิจัยขึ้นนี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลไปประยุกต์ใช้เพื่อการสร้างองค์ความรู้ให้ผู้มีส่วนร่วม การสอนทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสาร และการสอนทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายสัมพันธ์อันเป็นส่วนสำคัญของ

กระบวนการวิจัยและเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จก่อนและหลังการวิจัย ประกอบกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลยังให้ความสำคัญกับภูมิปัญญา วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ดังนั้นการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรในงานวิจัยชิ้นนี้จำเป็นต้องสอดแทรกสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไว้ในงานออกแบบเพื่อให้ผลงานตรงตามแนวคิดและเกิดความพึงพอใจจากผู้มีส่วนร่วม แต่การจะทำให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความพึงใจที่ตรงกันนั้นหาได้ง่ายเลย ผู้วิจัยจำเป็นต้องใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเข้ามาออกแบบกระบวนการวิจัย เพื่อให้เป็นงานวิจัยที่มีประสิทธิภาพและเกิดความพอใจจากผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด

### 2.3 แนวคิดด้านการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งมีข้อกำหนดด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้เกษตรกรต้นแบบเป็นเกษตรกรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ จำเป็นต้องขอความร่วมมือจากเกษตรกร เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ นักศึกษาด้านการออกแบบ คณาจารย์ด้านการออกแบบ และรวมถึงลูกค้าประจำของเกษตรกรดั่งนั้น กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่องานวิจัยเนื่องจากกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมจะสามารถทำให้ผลงานเกิดความพอใจและทำให้กระบวนการวิจัยดำเนินไปอย่างราบรื่น โดยแนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมผู้วิจัยสรุปเป็นองค์ความรู้ได้ดังนี้

แนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ดังนั้นในการที่จะทำความเข้าใจการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมได้นั้นจำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร โดยยึดความหมายของคำว่าการมีส่วนร่วมตามคำนิยามของสหประชาชาติ (1983) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (Participation) คือ กิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นวางแผนซึ่งประชาชนจะต้องระบุปัญหาและความต้องการ ขั้นปฏิบัติการ ขั้นประเมินผล ตลอดจนถึงบำรุงรักษา ในส่วนของคำว่า การสื่อสาร (Communication) นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลายนิยามความหมายในที่นี้จะขอสรุปว่า การสื่อสารคือ กระบวนการการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เกิดขึ้นโดยการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ ไปยังผู้รับสารเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication) สามารถสรุปเป็นสาระสำคัญหลัก ๆ 3 ประการ ดังนี้ (Servaes and et al., 1996 : 18)

1) การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง สิทธิของประชาชนในการเข้าถึงสื่อสาธารณะที่ให้บริการรวมทั้งสิทธิในเปิดรับรายการหรือมีส่วนร่วมในการจัดทำรายการที่จะเป็นประโยชน์แก่ตน และสื่อต้องมีช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่อรายการต่างๆ อย่างอิสระ

2) การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การที่ประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารในทุกระดับ นั่นคือ ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนทั้งในกระบวนการวางแผน



แผนการผลิต (Pre-Production) การผลิตรายการ (Production) การเผยแพร่ (Post-Production) การบริหารจัดการ และการวางแผนระบบการสื่อสารต่างๆ ในชุมชน

3) การจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) หมายถึง กระบวนการการตัดสินใจของประชาชนในชุมชนที่มีอำนาจและสิทธิในการตัดสินใจ ตั้งแต่เริ่มคิด กำหนดนโยบาย การวางแผน การลงทุน การกำหนดและการจัดสรรงบประมาณ ซึ่งการจัดการด้วยตนเองเป็นกระบวนการมีส่วนร่วมที่ ยูเนสโกยอมรับและให้ความสำคัญ โดยการจัดการด้วยตนเองจะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป นอกจากนั้นเงื่อนไขที่สำคัญที่ทำให้ กระบวนการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเป็นแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคม ได้แก่ ปรัชญาและแนวคิดด้านประชาธิปไตยในการสื่อสารระหว่างสมาชิกในสังคมที่มีการคำนึงถึงสิทธิการเท่าเทียมกันของบุคคล สิทธิและเสียงของบุคคลในการแสดงความคิดเห็น โอกาสในการรับรู้ และการเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การมีจิตสำนึกในเชิงประโยชน์ของสาธารณะเหนือประโยชน์ส่วนตน การตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตน การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและการปฏิบัติตามแนวทางที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกส่วนใหญ่โดยเชื่อกันว่า ปรัชญาการสื่อสารเชิงประชาธิปไตยจะนำไปสู่การเพิ่มพลังให้กับสมาชิกในสังคมโดยการกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่ได้ร่วมกันกำหนด ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเอาใจใส่ดูแล และตรวจสอบโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2542 : 23)

นอกจากนี้ Tufte และ Mefaloputlos (2009) ยังเสนอกฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้เป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1) การประเมินการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participation Communication Assessment: PCA) เป็นการประเมินสถานการณ์ ค้นหาข้อมูลเชิงลึกเพื่อกำหนดวิธีการ เครื่องมือในการสื่อสารที่จะนำมาใช้ในโครงการการสื่อสาร

2) การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication Strategy Design) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการค้นหาปัญหาจากการวิจัยและหาแนวทางที่ดีที่สุดในการประยุกต์ใช้การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเพื่อบรรลุสู่การเปลี่ยนแปลงตามจุดมุ่งหมาย

3) การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร (Implementation of Communication Activities) ซึ่งเป็นขั้นตอนการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่วางไว้เพื่อให้เกิดผลที่ต้องการ

4) การติดตามและการประเมินผล (Monitoring and Evaluation) ในขั้นตอนนี้ต้องดำเนินการไปตลอดทั้งโครงการการสื่อสารและประเมินผลกระทบระหว่างการดำเนินโครงการการสื่อสารและผลกระทบสุดท้ายที่ได้รับ

กล่าวโดยสรุปแนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมช่วยให้ผู้วิจัยสามารถออกแบบกิจกรรมให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมเต็มใจเข้ามาเป็นหนึ่งในงานวิจัยมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลงานออกแบบ สามารถแสดงความ

คิดเห็น ตลอดจนเสนอข้อคิดที่เป็นประโยชน์ได้อย่างเท่าเทียมและค่อยเป็นค่อยไปจนจบโครงการวิจัย โดยไม่เลิกล้มกลางคัน อีกทั้งแนวความคิดสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมยังช่วยให้ผู้วิจัยสามารถประเมินสถานการณ์การวิจัยและได้ข้อมูลเชิงลึก บรรลุจุดมุ่งหมายและประเมินผลกระทบก่อนและหลังการวิจัย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ นอกจากแนวความคิดด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่ใช้แนวคิดเศรษฐกิจ ดิจิทัลเป็นแนวคิดหลักสำหรับการออกแบบแล้ว ยังต้องใช้แนวความคิดสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อ ขับเคลื่อนงานวิจัยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเกิดผลที่น่าพอใจแล้ว ยังมีอีกหนึ่งแนวคิดที่จะขาดไม่ได้ นั่นคือ แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาอย่างมีส่วนร่วม เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดให้งานวิจัยบูรณาการกับการเรียน การสอนวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์ MN2003 การบริการวิชาการแก่สังคมและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ดังนั้นผู้วิจัยจำเป็นต้องเสนอแนวความคิดด้านการศึกษาอย่างมีส่วนร่วมเพื่อขยายความและอธิบาย ปราบปรามการณืที่จะเกิดขึ้นในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของงานวิจัยครั้งนี้

## 2.4 แนวคิดด้านการศึกษาอย่างมีส่วนร่วม

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้บูรณาการกับกระบวนการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการทำงานบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นพันธกิจที่สำคัญของอาจารย์มหาวิทยาลัย พังงาปฏิบัติเพื่อให้ประเทศเกิดการพัฒนาทั้งองคาพยพ และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในงานวิจัยมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยสรุปองค์ความรู้ด้านการศึกษาอย่างมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

การบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่าง มีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่ช่วยผลักดันให้นักศึกษาเกิดปฏิสัมพันธ์กับชุมชนรอบมหาวิทยาลัยและบ่ม เพาะปลูกฝังให้นักศึกษามีจิตใจใฝ่เรียนรู้เพื่อการรับใช้สังคม ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และ ประเทศชาติโดยนำความรู้ความสามารถและความถนัดที่ตนเองมีแล้วนำไปฝึกปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ได้ถ่ายโอนความรู้ใหม่ๆ ร่วมกับผู้มีส่วนร่วมรายอื่น อีกทั้งยังได้ฝึกปฏิบัติแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งแตกต่างจากการเรียนการสอนในห้องเรียนที่เรียนรู้จาก สถานการณ์จำลอง สอดคล้องกับความคิดของกลินประสิทธิ์โชค ที่สรุปความหมายของการเรียนการ สอนแบบบูรณาการไว้ว่า การบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนเป็นกระบวนการ ที่สนับสนุนให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินการใด ๆ ซึ่งการ ปฏิสัมพันธ์ (Interactive) นั้น ได้นำไปสู่การแลกเปลี่ยนและสร้างความเข้าใจร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง (กลินประสิทธิ์โชค, 2554 : 10) เนื่องจากการพัฒนาชุมชนหรือ ดำเนินการใด ๆ จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีความ ชัดเจนและลึกซึ้ง แต่ก็ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างเหมาะสม กระบวนการมีส่วนร่วมจะเกิดการพัฒนาดังกล่าวที่สำคัญ ที่สุดคือ ทุกคนที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีและมีความเป็นประชาธิปไตย มี ส่วนร่วมในการตัดสินใจ และดำเนินการจนสิ้นสุดโครงการ

ในส่วนขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์โดยตรงจากผู้ที่อยู่ในชุมชน เพื่อให้สามารถสรุปเป็นขั้นตอนของการศึกษาอย่างมีส่วนร่วม ด้วยกระบวนการดังกล่าวจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจน สะท้อนมุมมองและความต้องการภายใต้กรอบวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นการบูรณาการการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมเพื่อออกแบบอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลครั้งนี้ จึงเป็นงานวิจัยที่สามารถสร้างประโยชน์ให้ทั้งตัวผู้วิจัย นักศึกษา เกษตรกร รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดอย่างแน่นอน ทั้งนี้การบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนสิ่งที่สำคัญและจะส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมได้นั้น ผู้วิจัยจำเป็นจะต้องทำความเข้าใจและอาศัยการสื่อสารที่สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับนักศึกษาและคนในชุมชนเสียก่อน เมื่อมีความสัมพันธ์ที่ดีแล้ว จึงจะสามารถสอดแทรกความรู้ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญให้ประสบความสำเร็จในการศึกษาวิจัยที่บูรณาการการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งนอกเหนือจากแนวคิดการศึกษาอย่างมีส่วนร่วมที่ช่วยออกแบบกระบวนการวิจัยให้สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นแล้วยังมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการวิจัยแบบบูรณาการและเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ของผู้มีส่วนร่วม โดยเฉพาะนักศึกษาซึ่งเป็นผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยดังเช่นแนวคิดการถ่ายโอนความรู้และแนวคิดการเรียนรู้เพื่อการสร้างปัญญา โดยผู้วิจัยสรุปองค์ความรู้ทั้ง 2 แนวคิดไว้ดังนี้

1) แนวคิดการถ่ายโอนความรู้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมโดยการถ่ายโอนความรู้จะเกิดขึ้นได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การเติมผสมผสานเข้ากับประสบการณ์ใหม่จนกลายเป็นความรู้สอดคล้องการเรียนรู้เพื่อการสร้างปัญญา (Constructionism) และการเรียนรู้เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตัวผู้เรียน (Constructivism) โดยแนวคิดการถ่ายโอนความรู้มีแนวคิดที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับแนวคิดการเรียนรู้เพื่อการสร้างปัญญาโดยแนวคิดการเรียนรู้เพื่อการสร้างปัญญาจะอธิบายถึงกระบวนการเรียนรู้ของผู้มีส่วนร่วมอันเกิดขึ้นระหว่างกระบวนการวิจัยในมิติที่ลึกซึ้งและแคบมากยิ่งขึ้น

2) แนวคิดการเรียนรู้เพื่อการสร้างปัญญา เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการศึกษาอย่างมีส่วนร่วมมากที่สุด และเป็นแนวคิดของ Seymour Papert ที่พัฒนามาจากแนวคิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตัวผู้เรียนเอง (Constructivism) ของ Jean Piaget (1886-1980) หัวใจสำคัญของแนวคิดนี้คือ “การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ดีที่สุดเมื่อผู้เรียนมีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างบางสิ่งบางอย่างที่สัมผัสได้และมีความหมายกับตัวเอง” (ชาตรี บัวคลี่, 2560) กล่าวคือ การเรียนรู้จะเกิดขึ้นอย่างมีพลังเมื่อผู้เรียนมีส่วนร่วมสร้างสรรค์ผลงานที่มีหมายคามหมายต่อตนเอง ยิ่งผู้เรียนมีทางเลือกในการสร้างสรรค์ ยิ่งจะทำให้ใส่ใจและรู้สึกมีส่วนร่วมกับงานมากที่สุด เรียกได้ว่าการเรียนรู้ที่ดีไม่ได้มาจากการคิดค้นวิธีการสอนที่เป็นเลิศจากครูเพียงอย่างเดียว หากแต่ครูให้ออกาสผู้เรียนให้มีส่วนร่วมในการ

สร้างสรรค์วิธีการเรียนรู้ด้วยตนเอง ยังผลให้เกิดการเพิ่มประสิทธิผลเชิงบวกด้านการเรียนรู้ด้วยตัวผู้เรียนร่วมกับผู้สอน หลักสำคัญของการเรียนรู้เพื่อการสร้างปัญญา ประกอบด้วยเทคนิคการเรียนรู้ 3 ประการได้แก่

- 1) การเรียนรู้จากการแก้ปัญหา โดยการสำรวจและทดลองด้วยตนเอง
- 2) การเชื่อมโยงความรู้ใหม่เข้ากับความรู้ที่มีอยู่เดิม
- 3) การต่อยอดความรู้เดิมเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ต่อไป

แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างปัญญาและแนวทางการศึกษาอย่างมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดหลักที่ใช้ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยรวมถึงการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของงานวิจัย โดยเฉพาะการวัดประสิทธิผลของการเรียนรู้ผ่านกระบวนการบูรณาการการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ และการทุนบำรุงศิลปวัฒนธรรม

#### 2.4.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการถ่ายโอนความรู้

กระบวนการถ่ายโอนความรู้ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ บุคคล (Human Resources) ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้หมายถึงผู้มีส่วนร่วมอันได้แก่ อาจารย์ผู้สอน นักศึกษาออกแบบผู้ประกอบการ ลูกค้าของผู้ประกอบการและทายาทของผู้ประกอบการ, ข้อมูลข่าวสาร (Information), แหล่งที่มาของความรู้, (Resources) และแหล่งทุน (Capital) (Jon-Chao, 1994) โดยผู้มีส่วนร่วมมีความสำคัญที่สุดต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จในการถ่ายโอนความรู้ เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมเป็นผู้บทบาทหลักในการกำหนดวิธีการรับความรู้ใหม่และวิธีการผสมผสานความรู้ใหม่กับความรู้เก่าของตนเองเข้าด้วยกัน เนื่องจากกระบวนการถ่ายโอนความรู้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาความสามารถในการรับความรู้หรือลดแรงต้านทานกระแสความรู้ใหม่ที่เข้ามาสู่กลุ่มผู้มีส่วนร่วมผ่านการฝึกอบรม การสนทนากลุ่มย่อย และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเป็นระบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของระบบการจัดการความรู้ผ่านกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมโดยมีปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการ

#### 2.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรบุคคลและกระบวนการถ่ายโอนความรู้ในกลุ่มผู้มีส่วนร่วม

การวิจัยครั้งนี้เน้นเรื่องของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์ ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนร่วมจึงมีความสำคัญต่อการวิจัย โดยความสัมพันธ์จะเชื่อมโยงกับกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วม ยังมีความสัมพันธ์ที่ต่อยอดเกิดการไว้วางใจและง่ายต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต่อยอดไปจนถึงกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยสามารถอธิบายกระบวนการได้ดังนี้

เมื่อผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยรับความรู้ใหม่ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยออกแบบและกำหนดไว้ ย่อมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตไม่มากนัก โดยความสามารถในการรับรู้ใหม่ขึ้นอยู่กับพื้นฐานความรู้ ระดับการศึกษาและประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อนของแต่ละบุคคล โดยความรู้ที่มีอยู่ก่อนจะเป็นสิ่งที่กำหนดความสามารถในการรับความรู้และลดแรงต้านทานกระแสนวัตกรรมใหม่ที่เข้ามาสู่ตัวบุคคล ซึ่งการทำความเข้าใจในกระบวนการถ่ายโอนความรู้เป็นสิ่งพื้นฐานที่จำเป็นต่อกระบวนการถ่ายโอนความรู้ Yahya (2002) ได้กล่าวว่า “ความรู้ของบุคคลเกิดจากการสังสมความรู้ภายในบุคคลหนึ่ง ๆ อันเกิดขึ้นจากการสังสมประสบการณ์ชีวิตและประสบการณ์การปฏิบัติงาน ส่วนความรู้ของกลุ่มคนเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน หรืออาจผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ และปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับภูมิหลังความรู้และวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป” ดังนั้นการทำงานวิจัยกับผู้มีส่วนร่วมที่มีระดับความรู้แตกต่างกันย่อมเกิดอุปสรรคและใช้เวลาเพื่อสร้างความเข้าใจที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วมต้องทำข้อตกลงกันว่า จะพยายามใช้เวลาร่วมกันเพื่อพัฒนาผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและการสร้างสรรค์กลยุทธ์ด้านการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปด้วยกันจนจบโครงการ ซึ่งจะเป็นเกราะป้องกันไม่ให้นักวิจัยล้มเลิกกลางคันและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะผู้ประกอบการสมาร์ทฟาร์มเมอร์

กล่าวโดยสรุปแนวคิดด้านการศึกษาอย่างมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการวิเคราะห์ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัยและยังสามารถนำไปใช้เพื่อการออกแบบกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มีส่วนร่วม อันจะนำไปสู่การถ่ายโอนความรู้ที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือความรู้ที่เกิดกับนักศึกษาซึ่งเป็นผู้มีส่วนร่วมกับคนสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากความรู้ที่ได้จากการมีส่วนร่วมจะกลายเป็นประสบการณ์ด้านการออกแบบและการทำงานร่วมกับสังคมให้นักศึกษา กลายเป็นภูมิคุ้มกันให้นักศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการฝึกสหกิจศึกษาและทำงานในสายงานการออกแบบได้ในอนาคตอันใกล้ และจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นตารางเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจดังนี้

ที่	แนวคิด/ทฤษฎี	ใจความสำคัญ	การประยุกต์ใช้ในงานวิจัย
1	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร	อัตลักษณ์องค์กรช่วยส่งเสริมการรับรู้และการจดจำ สร้างเอกลักษณ์และเพิ่มแรงดึงดูดรวมทั้งความน่าเชื่อถือให้องค์กร เพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสาร โดยอัตลักษณ์องค์กรควรออกแบบให้สะท้อนบุคลิกภาพของและความหมายผ่านรูปร่างผลงานการออกแบบ ซึ่งกระบวนการออกแบบต้องยึดหลักองค์ประกอบศิลป์ คำนึงถึงคุณค่าด้านความสวยงามและการใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์	ประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัย นำไปใช้เป็นกรอบคำถามประเมินผลงานการออกแบบ และนำไปใช้ด้านการอบรมให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยครั้งนี้
2	เศรษฐกิจดิจิทัล	เศรษฐกิจดิจิทัลคือการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยองค์ความรู้ขับเคลื่อนต่อยอดให้เกิดการสร้างและเพิ่มมูลค่าเพิ่มโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม” ซึ่งมีส่วนประกอบที่สำคัญคือ “เทคโนโลยีดิจิทัล” เข้ามาประยุกต์ใช้ เน้นให้เกิดการมีส่วนร่วมตามแนวทางประชารัฐ เพื่อพัฒนาผลิตภาพและผลิตภัณท์มวลรวมของประเทศ ยังผลให้เกิดเกษตรกรอัจฉริยะ (สมาร์ทฟาร์มเมอร์) หรือนวัตกรรมรุ่นใหม่ ที่ช่วยพัฒนาประเทศให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน	เป็นแนวคิดที่เป็นแม่บทและเป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัยครั้งนี้ โดยแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลจะเป็นกรอบแนวคิดหลักของวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ ทำให้การทำวิจัยไม่หลุดกรอบการวิจัยหรือผิดไปจากวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

3	การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม	การสื่อสารที่ให้สิทธิผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการแสดงออกต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ การประเมินผล และร่วมลงมือทำสิ่งต่างๆ ตั้งแต่เริ่มต้นโครงการ จนจบโครงการและ(ต่อ)	สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบกิจกรรม ตั้งแต่กิจกรรมการให้ความรู้ การประเมินผลงานออกแบบ การวิเคราะห์ SWOT ผลิตภัณท์ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและ
---	---------------------------	--	---

ที่	แนวคิด/ทฤษฎี	ใจความสำคัญ	การประยุกต์ใช้ในงานวิจัย
3	การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม	ถือว่าทุกการแสดงออกของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสำคัญเท่ากัน หากต้องตัดสินใจเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาสิ่งใดต้องมาจากเสียงส่วนใหญ่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด	ผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดเพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่องานวิจัย
4	การศึกษาอย่างมีส่วนร่วม	เป็นกระบวนการที่ช่วยให้ผู้เรียนและผู้สอนร่วมกันออกแบบกระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและเกิดประโยชน์กับชุมชนรอบข้าง โดยระหว่างการเรียนรู้ผู้เรียนจะเกิดการถ่ายโอนความรู้กับผู้รอบชุมชน รวมทั้งผู้มีส่วนร่วมกับคนอื่น ๆ ยังผลให้ผู้เรียนเกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตัวผู้เรียนเอง และผู้เรียนสามารถเรียนรู้การแก้ปัญหา เชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่เดิมต่อยอดจนเกิดผลงานสร้างสรรค์ที่ผู้เรียนมีส่วนร่วม เป็นหนึ่งในคนที่สำคัญ	สามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการออกแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 รวมทั้งนำไปประยุกต์ใช้เพื่อออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กันยาพร กุณฑลเสพย์ (2553) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง ผู้วิจัยได้ศึกษาการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ยาเพื่อสื่อสารสำหรับผู้สูงอายุตามแนวคิดออกแบบเพื่อมวลชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านฉลากยาเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบฉลากตามแนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชน และประเมินความพึงพอใจของฉลากยาที่ออกแบบกับกลุ่มผู้สูงอายุ ใช้แนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชนเป็นกรอบแนวคิด ประกอบด้วย 1. การใช้งานอย่างเท่าเทียม 2. มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน 3. ความสะดวกในการใช้งาน 4. มีการให้ข้อมูลที่เพียงพอ 5. มีช่วงระยะและนัยให้กับความผิดพลาด 6. ใช้แรงทางกายภาพน้อย 7. มีขนาดพื้นที่เหมาะสมกับการใช้งาน โดยแปรข้อมูลเหล่านี้ลงไปแบบสอบถาม แบบสังเกตพฤติกรรม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เป็นฉลากบรรจุภัณฑ์ยาต้นแบบ แล้วจึงประเมินประเมินความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อฉลากต้นแบบ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ยา กลุ่มผู้สูงอายุใช้การจดจำสี และตราสินค้าของฉลากมากกว่าข้อมูล เนื่องจากฉลากยาส่วนใหญ่ใช้ตัวอักษรขนาดเล็กมากในการบรรยายสรรพคุณยา

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดเด่นตรงที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุอันมีปัญหาจากสายตาที่เสื่อมตามอายุช้กับการอ่านฉลากยาซึ่งมีความสำคัญต่อชีวิตเป็นอย่างยิ่งหากอ่านผิด หรือใช้ผิดเพียงเล็กน้อย อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพอย่างร้ายแรงก็เป็นได้ อีกทั้งยังใช้แนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำระหว่างวัย จุดด้อยคือ เมื่อผู้วิจัยออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้ว ควรนำกลับไปให้ผู้สูงอายุประเมินผลการใช้งานและความพึงพอใจอีกครั้งก่อนนำไปใช้จริงเพื่อให้ได้งานออกแบบที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุมากที่สุด อีกทั้งการออกแบบฉลากยายังเป็นเพียงแบบจำลองที่ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงอย่างเป็นทางการจึงเป็นงานวิจัยที่มีประโยชน์เพียงแค่การจุดประกายความคิด และงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบกระบวนการทดลอง เพื่อให้สามารถออกแบบอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ตฟาร์มเมอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นการเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากร โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และแบบสังเกตพฤติกรรมเพื่อให้สามารถได้ข้อมูลที่ที่สุดสำหรับการออกแบบฉลากสินค้าต้นแบบ แล้วนำฉลากสินค้าต้นแบบมาประเมินความพึงพอใจ



กับผู้มีส่วนร่วมอีกครั้งเพื่อหาจุดบ่งพร่องทางการออกแบบ แล้วปรับปรุงแก้ไขจนได้ต้นแบบฉลากสินค้าที่เป็นที่พอใจของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย

ชาตรี บัวคลี (2557) ได้ทำโครงการวิจัยรับใช้สังคมเรื่อง พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและเศรษฐกิจดิจิทัล มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์องค์กรด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล บูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การบริการวิชาการแก่สังคม การวิจัยและการทำงานบูรณาการวัฒนธรรมท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกที่ดีให้นักศึกษามหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ในการช่วยเหลือสังคม ตามปณิธานและอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียว คือ “เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม” และ “ปฏิบัติตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีผู้ประกอบการในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดใกล้เคียงเข้าร่วมโครงการจำนวน 10 ผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยสามารถผลักดันให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลได้ทุกผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสามารถสร้างสรรค์สื่อด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่อกระตุ้นยอดขายให้กับผู้ประกอบการได้อย่างยั่งยืนเช่น ตราสัญลักษณ์ แผ่นพับ ป้ายไวเนล สติกเกอร์ไลน์ สัญลักษณ์ตัวนาโชค เครื่องขายสังคมออนไลน์ เสื้อพนักงาน หัวใจหลักของโครงการวิจัยรับใช้สังคมชิ้นนี้คือ การนำความรู้ด้านการออกแบบสื่อและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เผยแพร่สู่ชุมชน โดยมีผู้วิจัย นักศึกษาด้านการออกแบบ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการสร้างสรรค์ผลงานครั้งนี้

โครงการบริการวิชาการรับใช้สังคมเป็นจุดเริ่มต้นของงานวิจัยด้านการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเนื่องจากได้รับความร่วมมือและตอบสนองความต้องการของชุมชนได้เป็นอย่างดี ผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมได้ผลงานไปใช้จริง แต่มีจุดด้อยตรงที่เป็นโครงการที่ไม่มีระเบียบแบบแผนแบบงานวิจัย และเป็นโครงการที่ไม่ได้ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ มีเพียงแค่การนำไปเสนอบนเวทีอบรมให้ความรู้ของพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการและนำส่งประกวดกับสำนักงาน กปร. เพียงเท่านั้นยังผลให้การกระจายองค์ความรู้อยู่ในวงที่จำกัด

ชาตรี บัวคลี (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ มีจุดมุ่งหมายเพื่อ ศึกษาสภาพทั่วไปของ

ผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนารูปแบบฉลากสินค้าชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ รวมถึงบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 6 ผลิตภัณฑ์มียอดขายลดลง เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย จุดเด่นของผลิตภัณฑ์คือ ใช้นวัตกรรมที่มาจากท้องถิ่น ราคาวัตถุดิบถูก จุดด้อย คืออายุการเก็บรักษาสั้น และการหาช่องทางการสื่อสารการตลาด โอกาส คือนโยบายสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของรัฐบาล และอุปสรรค คือความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ส่วนปัญหาคือ ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงงบประมาณในการสนับสนุนจากภาครัฐ ผลประเมิน ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากผลิตภัณฑ์เดิมพบว่ามีความพึงพอใจระดับน้อยทุกผลิตภัณฑ์ ข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ ข้อมูลสำคัญสำหรับการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมต้องระเบิดมาจากปัญหาและความต้องการภายในของผู้มีส่วนร่วมสะท้อนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการวิจัย ผลงานออกแบบฉลากจะสำคัญี่ผลและเป็นที่น่าสนใจของผู้มีส่วนร่วมได้ ต้องมาจากความเท่าเทียมและความสมดุลทางความคิดอย่างมีประชาธิปไตยจากผู้มีส่วนร่วม และงานออกแบบจะต้องเชื่อมโยงกับรูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งต้องสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาและสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ผ่านภาพประกอบ สี ตัวอักษรและลวดลายกราฟิก และการบูรณาการกระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอนยังผลให้นักศึกษาได้ฝึกการใช้ปฏิภาณไหวพริบเพื่อการแก้ปัญหา โดยเฉพาะขั้นตอนการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) เนื่องจากทุกความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมมีความสำคัญต่อการออกแบบฉลากสินค้า เท่ากันทุกคนจึงต้องหาจุดกึ่งกลาง หรือความสมดุลของความต้องการเพื่อให้ได้ผลงานที่ตรงใจผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ทั้งนี้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมยังสามารถลดความมั่นใจเกินขอบเขต (ทิฐิ)

งานวิจัยของผู้วิจัยชั้นนี้มีจุดเด่นตรงที่เป็นการออกแบบฉลากสินค้าและตราสินค้าที่ใช้การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมพัฒนางานออกแบบทำให้ได้งานออกแบบที่พึงพอใจกับผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายและยังได้ฝึกประสบการณ์ให้กับนักศึกษาเกิดการถ่ายโอนความรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วม ไม่เป็นงานวิจัยที่ขึ้นหิ้งเพราะนำไปใช้จริง ส่วนจุดด้อยของงานวิจัยคือ สื่อที่ออกแบบไม่มีความหลากหลายเพราะมีเพียงฉลากสินค้าและตราสินค้า อีกทั้งยังทำแค่เพียงในจังหวัดสมุทรปราการ ควรขยายพื้นที่การวิจัยไปยังพื้นที่อื่นๆ ที่มีความจำเป็นและความต้องการเพิ่มเติม โดยงานวิจัยของผู้วิจัยทั้ง 2 เรื่องนี้เป็นแรงบันดาลใจและแรงผลักดันให้ผู้วิจัยขับเคลื่อนงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ตฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) ด้วยวิธีบูรณาการการวิจัย การบริการ

วิชาการและการเรียนการสอนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อพัฒนาชุมชนและสังคมรอบมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติตั้งปณิธานที่ว่า “เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม”

ชมจันทร์ ดาวเดือน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ผลการเรียนรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้โครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในเรื่องภาพประกอบ สี ตัวอักษร การจัดวางองค์ประกอบ ความเหมาะสมด้านการตลาด มี 2 ตัวแปรที่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ อายุและรายได้ของผู้บริโภคมีผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันทุกด้าน แต่หากแยกเป็นเครื่องสำอางสมุนไพรแต่ละประเภทมีผลการวิจัยดังนี้

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดเด่นตรงที่วางกรอบการวิเคราะห์ผลงานออกแบบโดยดึงหลักการออกแบบอันประกอบด้วย ภาพประกอบ สี ตัวอักษรและการจัดวาง ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้และเสนอแนะความต้องการของตนเองได้ง่ายและเข้าใจ จุดด้อยคือ ขาดการดึงผู้บริโภคอันเป็นเป้าหมายหลักเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาผลงานออกแบบ โดยผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบฉลากสินค้าอย่างมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในส่วนขององค์ประกอบศิลป์กับการรับรู้ของผู้มีส่วนร่วม ทั้งด้านการจัดวางองค์ประกอบ การใช้สี การใช้ตัวอักษรและการใช้ภาพประกอบเพื่อสื่อสาร

ณมณ โขตอนันต์กุล (2555) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ออกแบบผู้พิการสายตาดำเนินการ และเภสัชกรและร้านขายยา มีจุดมุ่งเน้นเพื่อสร้างต้นแบบฉลากยาสำหรับผู้มีปัญหาทางสายตา โดยใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์เป็นกรอบแนวคิดทฤษฎีในการออกแบบใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบความต้องการ การมองเห็น พฤติกรรมและปัญหาเพื่อสอบถามผู้พิการทางสายตาเป็นเครื่องมือวิจัย ส่วนเภสัชกรและร้านขายยา ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับฉลากยาและการให้บริการด้านเภสัชกรรม ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์ใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์เพื่อการออกแบบฉลากยาสามารถเพิ่มการรับรู้เนื้อหาบนฉลากให้กับผู้พิการได้มากขึ้น แต่การออกแบบต้องเพิ่มอักษรเบรลล์ควบคู่ไปด้วย เนื่องจากการรับรู้สัญลักษณ์ใหม่ ๆ ของผู้พิการนั้นจะต้องมีประสบการณ์ร่วมมาเกี่ยวข้อง นั่นคือผู้พิการทางสายตา จะต้องมีการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับสัญลักษณ์ที่นำมาใช้บนฉลากยาก่อน จึงจะสามารถเข้าใจในเนื้อหาบนฉลากยาได้ สีที่สามารถมองเห็นได้ง่ายที่สุดคือสีที่ตัดกันเช่น สีดำบนพื้นขาว และไม่สามารถใช้สีใดๆ เพื่อการสื่อความหมายได้เนื่องจากผู้พิการไม่สามารถมองเห็นสี ขนาดของสัญลักษณ์ที่ผู้พิการสามารถรับรู้ได้ดีคือ ขนาด 2 เซนติเมตร ส่วนขนาดของฉลากยาที่เป็นขนาดมาตรฐานสำหรับผู้พิการทางสายตาคือ ขนาด 7x11 เซนติเมตร

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดเด่นตรงที่ สร้างสรรค์ผลงานออกแบบเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม คล้ายกับงานวิจัยของกันยาพร กุณฑลเสพย์ (2553) แต่มีจุดเด่นที่ดึงกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลงานออกแบบทำให้ได้ผลงานออกแบบที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและเกิดความพึงพอใจต่อผู้มีส่วนร่วม ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์ให้กับ เกษตรกรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ โดยเฉพาะในส่วนของ การเลือกขนาดของตัวอักษร ที่สามารถมองเห็นได้ ชัดเจนมากที่สุด ทั้งสำหรับผู้พิการสายตาลีเนียง และคนปกติ อีกทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการ ออกแบบคำถาม เพื่อสอบถามข้อมูลด้านความต้องการของผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย เช่น สี การจัด องค์ประกอบ ขนาดของฉลากที่เหมาะสม ขนาดตัวอักษร รวมถึงการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ควรมีส่วน ร่วมในการออกแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน

ภิญญา ภูเทศ (2549) ได้ศึกษาวิธีการแก้ปัญหาความยากจนและการกระจายรายได้โดย บูรณาการการเรียนการสอนกับการพัฒนา ในพื้นที่ตำบลสร้อยทอง อำเภอตาคลี จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า การเรียนรู้โดยบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับชุมชนและหน่วยงานราชการ ท้องถิ่นเพื่อแก้ปัญหาความยากจนและพัฒนาท้องถิ่น ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้แบบใฝ่รู้ หรือ Active Learning เพราะนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติจริงด้วยการลงพื้นที่ภาคสนาม ยังผลให้ เกิดการเรียนรู้และความเข้าใจต่อการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น เกิดกระบวนการเรียนรู้ กลุ่มคนและเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาความยากจนและพัฒนารายได้ อย่าง ยั่งยืน ทั้งยังเชื่อมโยงความสัมพันธ์ขององค์ความรู้อย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง โดยผลสัมฤทธิ์ การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับนักศึกษามากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม เกิด การพึ่งพาตนเองและเกิดเครือข่ายคนจน

ผลการวิจัยชิ้นนี้มีจุดเด่นตรงที่นำนักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในงานวิจัย ทำให้นักศึกษาได้ ใกล้เคียงชุมชนและเกิดการรับรู้ปัญหาของคนภายในชุมชนมากขึ้น ยังผลให้นักศึกษาเกิดการ กระบวนการเรียนรู้และการคิดเชิงสังเคราะห์ จุดด้อยคือ ได้เพียงรับรู้ปัญหาของชุมชนแต่ขาดวิธีการ และกระบวนการแก้ปัญหาให้ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ผู้วิจัยสามารถนำไปสร้างเครื่องมือการ วิจัยเพื่อแสวงหาความจริงด้านผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่เกิดจากการบูรณาการการเรียนการสอนการวิจัย การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของผู้วิจัย

รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สภาพการดำเนินการ สภาพปัญหาและความต้องการในพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) สมาชิกกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ การขาดความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ แปลกใหม่ และมีเอกลักษณ์ รวมทั้งขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงควรเริ่มจากการอบรมให้ความรู้ในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์โดยสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก สวยงาม มีความหลากหลาย และมีเอกลักษณ์โดดเด่น

ผลการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม” มีประโยชน์ต่อผู้วิจัยเป็นอย่างมาก เนื่องจากการวิจัยที่คล้ายคลึงกันกับกรอบแนวคิดของผู้วิจัย แตกต่างกันตรงผลงานวิจัยชิ้นนี้เน้นไปทางด้านการศึกษาแนวทางที่ดีเพื่อการสร้างแบบจำลองหรือ การนำไปต่อยอดในเชิงนโยบายโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกรอบ ส่วนงานวิจัยที่ผู้วิจัยดำเนินการเป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรมที่สามารถจับต้องมองเห็นได้และมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ด้วยการสร้างอัตลักษณ์องค์กรโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล อันมีหัวใจหลักคือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเพิ่มผลิตภาพเพื่อให้สามารถแข่งขันกับพ่อค้าคนกลาง ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และที่สำคัญคือเพื่อให้แข่งขันกับต่างชาติ ส่งเสริม การจดทะเบียนสินค้าเพื่อแปลงให้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาและทำงานวิจัยร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและผู้ประกอบการโดยมีเป้าหมายเดียวกัน

ลินจง จันทรวราทิพย์. (2549) ได้สร้างรูปแบบการจัดการเรียนรู้แนวใหม่ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางปัญญาแก่ผู้เรียนและศึกษาแนวทางการบูรณาการทักษะภาษาไทยเพื่อให้ผู้เรียนรู้จักการแสวงหาความรู้และเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผลการวิจัยพบว่า การจัดการเรียนรู้แนวใหม่ต้องสอนด้วยการเรียนรู้แบบโครงงานที่มีลักษณะสอดคล้องและเหมาะสมกับเนื้อหาวิชา เพื่อให้ นักศึกษาสามารถสร้างกระบวนการทางปัญญาได้โดยครูเป็นผู้จัดการเรียนการสอน และครูต้องวางแผนปฏิบัติงานเพื่อให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้น (Active Learning) และรู้จักแสวงหาความรู้

ด้วยตนเอง ส่วนการบูรณาการต้องเริ่มต้นด้วยการเรียนรู้ภาคทฤษฎี ฟังคำแนะนำขั้นตอนการปฏิบัติ eworkงานให้เข้าใจ ครูต้องเพิ่มทักษะการฟัง ทักษะการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศจากแหล่งต่างๆ การสรุปข้อมูล การจัดลำดับข้อมูล การพูดเพื่อนำเสนอหน้าชั้นเรียนและทักษะการเขียน ทั้งนี้ผลการบูรณาการเรียนการสอนทำให้ผู้เรียนรู้จักแสวงหาความรู้ เกิดการเรียนรู้และวิธีการเรียนรู้เป็นอย่างดี

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดเด่นที่ ได้รูปแบบและขั้นตอนการเรียนรู้ที่เหมาะสมสอดคล้องกับผู้เรียน ที่มีรูปแบบวิถีชีวิตแบบดิจิทัล ขาดเพียงการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนและมุ่งเน้นไปที่ ประสิทธิภาพของการเรียนรู้มากเกินไปจนขาดประสิทธิผลด้านจิตพิสัย โดยผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบและวางแผนกระบวนการเรียนการสอน และเป็นต้นแบบเพื่อการ ออกแบบเครื่องมืองานวิจัยให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ของการวิจัยครั้งนี้

ศิริพิชญ์ วรรณภาสและคณะ (2551) ได้ศึกษาวิจัยกระบวนการขับเคลื่อนเครือข่ายองค์ ความรู้จังหวัดนนทบุรี โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัวอย่างคือผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรของกลุ่มเกษตรกร ไทรน้อย เป็นผลิตภัณฑ์นำร่องในการพัฒนาต้นแบบ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ ชุมชนและท้องถิ่น และจัดทำหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องมือวิจัยคือแบบสำรวจปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน แบบสำรวจความต้องการ ของผู้บริโภคเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ไปสร้าง ต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ แล้วนำองค์ความรู้ที่ได้จัดทำเป็นหลักสูตรฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ ให้กับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนอื่น ๆ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ส่วนแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด สรุปได้ว่าเครื่องหมายตราสินค้าควรเป็นลายเส้นกราฟิกที่สื่อ ถึงความเป็นอัตลักษณ์ไทย เรียบง่าย ลักษณะขวดบรรจุภัณฑ์ควรเปลี่ยนจากขวดกลมเป็นขวดเหลี่ยม ฉลากสินค้าควรมีการจัดองค์ประกอบภาพและอักษรใหม่ให้แสดงออกถึงบุคลิกของสินค้าและอ่านได้ ง่าย

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดเด่นที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สามารถนำไปใช้ได้จริง และได้องค์ความรู้นำไปถ่ายทอดแก่ชุมชนอื่น ๆ ได้อีกทั้งยังเชื่อมโยงผู้มีส่วนร่วมทั้งนักวิชาการ หน่วยงาน ภาครัฐและผู้ประกอบการ ขาดแต่เพียงผู้บริโภคซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบฉลากสินค้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วน

ร่วมโดยเฉพาะในส่วนของส่วนแนวทางการพัฒนาบรรณภัณฑ์ที่ตรงความต้องการตลาด เช่น เครื่องหมายตราสินค้าควรเป็นลวดลายที่สื่อถึงความเป็นไทย มีความเรียบง่ายจัดองค์ประกอบภาพให้สมดุลสวยงาม แสดงออกถึงบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

สุรพล จันทราปัติย์และกันยารัตน์ เชี่ยวเวช (2553) ได้ศึกษากระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตข้าวของชาวนาชั้นนำในจังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อติดตามการดำเนินงานของชาวนาชั้นนำที่ผ่านการฝึกอบรมจากวิทยากรหลักของกรมการข้าวประจำท้องถิ่นในการถ่ายทอดแก่ชาวนามืออาชีพและให้คำปรึกษาแนะนำแก่ชาวนาในชุมชน เครื่องมือในการศึกษาคือแบบสัมภาษณ์ การจัดกลุ่มเสวนา การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่างคือวิทยากรผู้ให้ความรู้และชาวนาชั้นนำ ผลการวิจัยพบว่า หลังจากการฝึกอบรมชาวนาชั้นนำร้อยละ 77.27 นำความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดไปขยายผลต่อให้ชาวนามืออาชีพ แต่มีบางรายที่ยังขาดทักษะการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีการผลิต สิ่งที่ชาวนาผู้มีส่วนร่วมได้รับการถ่ายทอดความรู้ประกอบด้วย

1. การรับรู้ถึงหน้าที่ของชาวนาชั้นนำ ได้แก่ 1) ชาวนามีการรับรู้ว่าตัวเองมีหน้าที่ต้องผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวและทำแปลงตัวอย่างเพื่อเป็นแหล่งศึกษาดูงาน 2) เป็นแหล่งกระจายและขยายพันธุ์ข้าวที่ได้รับมาจากศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว 3) ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการผลิตข้าว ตามสัดส่วนที่กำหนด คือ 1 ชาวนาชั้นนำต้องกระจายความรู้ต่อชาวนามืออาชีพ 10 คน และสามารถแก้ปัญหาข้าวดีด การเพิ่มผลผลิต การกำจัดโรคและศัตรูพืช 4) วางแผนการผลิตและหาแนวทางสนับสนุนช่วยเหลือแก่กลุ่มสมาชิก 5) รวบรวมเมล็ดพันธุ์ข้าว คืนกลับสู่ศูนย์ข้าว 6) ประสานงานกับหน่วยงานราชการต่าง ๆ

2. การนำความรู้จากการฝึกอบรมไปถ่ายทอดสู่ชาวนามืออาชีพ โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ประชาสัมพันธ์เชิญชวนชาวนารายอื่น ๆ ในชุมชน 2) จัดประชุมเพื่อวิเคราะห์ปัญหาในการทำนา และสิ่งที่ชาวนามืออาชีพต้องการเรียนรู้

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดเด่นตรงที่ใช้เครื่องมือที่หลากหลายทำให้สามารถได้ข้อมูลเชิงลึก รวมถึงรู้กระบวนการถ่ายทอดโอนความรู้ ขาดเพียงการติดตามผลหลังจากการวิจัยเพื่อดูประสิทธิผลและการคงอยู่ของความรู้ รวมถึงการต่อยอดและถ่ายทอดองค์ความรู้ไปยังเกษตรกรคนอื่น ๆ โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นแนวทางเพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดโอนความรู้ และประสิทธิผลของการถ่ายทอดโอนความรู้ โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบกระบวนการวิจัยและออกแบบเครื่องมือรวบรวมข้อมูลได้

สุรัตน์ชัย ชื่นตา (2555) ได้ศึกษาวิเคราะห์ผลงานการออกแบบตราสัญลักษณ์ไทยที่ได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวดทั่วประเทศจำนวน 48 ตราสัญลักษณ์ ใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์

ข้อมูลตามหลักการออกแบบ ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบตราสัญลักษณ์ไทยจำแนกตามรูปแบบของหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ที่ชนะเลิศการแข่งขันควรใช้หลักการลดตัดทอนร้อยละ 39.54 การเคลื่อนไหวร้อยละ 15.80 และมีความต่อเนื่องร้อยละ 12.80 การจำแนกด้านรูปร่างรูปทรงตามหลักการออกแบบควรมีลักษณะความเป็นไทยร้อยละ 27.07 รูปทรงอิสระร้อยละ 20.02 และรูปทรงธรรมชาติร้อยละ 16.69 การจำแนกด้านสีตามทฤษฎีสีควรใช้สีคู่ตรงข้ามร้อยละ 62.3 สีกลมกลืนร้อยละ 34.5 และสีเอกรงค์ร้อยละ 3.42 และการจำแนกด้านความสมดุลตามหลักการออกแบบควรจัดวางแบบสมดุลสองข้างไม่เท่ากันร้อยละ 80.09 จัดวางแบบสมดุลเท่ากันร้อยละ 17.60 และจัดวางแบบสมดุลรัศมีร้อยละ 2.31

งานวิจัยชิ้นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกันยาพร กุณชุลเสพย์, 2553; มารีญา ทรงเจริญ, 2556; ชมจันทร์ ดาวเดือน, 2557; และรัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม, 2560 โดยผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบและวิเคราะห์ผลงานสร้างสรรค์อัตลักษณ์องค์กรให้ผู้ประกอบการทั้ง 4 ฟาร์ม

ศักดิ์สิทธิ์ คำหลวง (2558) ได้ศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรชุมชนภาคองค้ำโดยใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์ต่อการรับรู้ทุนวัฒนธรรมชุมชนภาคองค้ำจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สัญลักษณ์สถาปัตยกรรม ออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและประเมินผลการรับรู้ของอัตลักษณ์องค์กร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบพัฒนาที่มุ่งศึกษาวิเคราะห์สัญลักษณ์ที่ปรากฏในทุนวัฒนธรรมเชิงสถาปัตยกรรมแล้วนำข้อค้นพบที่ได้มาออกแบบอัตลักษณ์องค์กรให้ชุมชนและนำผลงานการออกแบบให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 2,000 คนประเมินผลการรับรู้ ผลการวิจัยพบว่าผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่สะท้อนถึงทุนวัฒนธรรมชุมชนภาคองค้ำ จังหวัดลำปางได้แสดงถึงความเป็นนิเวศภาพ หรือคุณลักษณะที่ติดตัวของ 2 ชาติพันธุ์คือ ชาวยุโรปและชาวจีน โดยนิเวศภาพนี้ได้สะท้อนผ่านสถาปัตยกรรมและกราฟิกอันประกอบไปด้วย ถนน สะพาน บ้าน ลวดลายป้ายบอกทาง จากนั้นจึงได้สรุปเป็นสัญลักษณ์เชิงภาพ ได้แก่ 1) สัญลักษณ์เขี้ยว 2) สัญลักษณ์เสาเหตุ-ผลลัพท์ 3) สัญลักษณ์เขี้ยวข้อมตกลงร่วม และทั้ง 3 สัญลักษณ์สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลงานอัตลักษณ์องค์กรประกอบไปด้วย นามบัตร ป้ายสมาชิก เครื่องแบบ ป้ายธงทิว ป้ายสัญลักษณ์ในอาคาร

จุดเด่นของงานวิจัยชิ้นนี้อยู่ที่การใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์วิเคราะห์วัฒนธรรมแล้วนำมาออกแบบจากนั้นจึงนำผลงานออกแบบให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเมินการรับรู้ จุดด้อยคือขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ในทุกขั้นตอนซึ่งอาจทำให้งานออกแบบขาดมุมมองบางส่วน



หรือส่วนสำคัญบางประเด็นที่ขาดตก โดยผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นลำดับขั้นตอนโดยต้องศึกษาภูมิหลังผลิตภัณฑ์เพื่อวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมของแหล่งที่ตั้งฟาร์มรวมถึงผลิตภัณฑ์ และนำไปใช้เพื่อการวิเคราะห์ สังเคราะห์งานออกแบบอัตลักษณ์องค์กรให้สามารถสะท้อนความเป็นผลิตภัณฑ์ได้มากที่สุด

อัจฉรา ศรีพันธ์ (2557) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน กระบวนการสื่อสารและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของการผลิตสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ความรู้ในมิติทางด้านสังคม/วัฒนธรรม และมิติทางด้านเศรษฐกิจเป็นหัวใจหลักในการผลิต มีเพียงส่วนน้อยที่ใช้ความรู้ในการผลิตทั้ง 3 มิติตามแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทางด้านกระบวนการสื่อสารในปัจจุบันมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบบนลงล่าง และสื่อสารผ่านผู้นำความคิดเห็นในชุมชนตามทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะและในส่วน กลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ที่เหมาะสมคือ “APPRECIATE Model” นั่นคือ ต้องสร้างประเด็นที่น่าสนใจต่อคนในชุมชนก่อน โดยมุ่งเน้นให้เห็นถึงประโยชน์ที่คนในชุมชนจะได้รับ ต่อด้วยกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์แบบสนิทชิดเชื้อกับคนในชุมชน โดยผู้วิจัยต้องกลมกลืนไปกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนด้วย หลังจากนั้นจะต้องสื่อสารเนื้อหาผ่านการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการให้การศึกษาแก่ผู้ร่วมวิจัย และขั้นตอนสุดท้ายคือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบันและอนาคตสอดคล้องกับงานวิจัยของชาติรี บัวคลี่ (2560) ที่พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในมิติของวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ และนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยสามารถตระหนักรู้ถึงคุณค่าในตัวเองที่สามารถร่วมสร้างผลงานอันเป็นประโยชน์ต่อชุมชน และมีความสนิทชิดเชื้อใกล้ชิดชุมชนเพิ่มมากขึ้น

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัย โดยเฉพาะในมิติของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนซึ่งเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ประกอบด้วยมิติด้านสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงมิติด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน

Capgemini Consulting (2011) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความเป็นผู้นำในยุคดิจิทัล (Digital Leadership) ในประเทศอินเดียโดยพบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลได้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวันของคนอินเดีย และเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศอินเดียอีกด้วย โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในประเทศอินเดียต่างร่วมมือร่วมใจให้การสนับสนุนด้านการลงทุนและปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตจากการใช้แรงงานคนเข้าสู่ระบบดิจิทัลมากขึ้น ทำให้การลงทุนและกระบวนการผลิตในประเทศอินเดียมีความเจริญก้าวหน้าอย่างเป็นรูปธรรมและเมื่อเทียบกับการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสู่ความเป็นดิจิทัลแล้วพบว่า ภาคเอกชนมีการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมมากกว่าภาครัฐอย่างแตกต่าง ในส่วนของการศึกษา Digital Transformation ของประเทศอินเดียพบว่า สังคมอินเดียมีการปฏิวัติระบบอุตสาหกรรมสู่การเป็นระบบดิจิทัล โดยให้ประชาชนเปิดรับอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนจนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันอย่างสมบูรณ์ ยังผลให้ความเหลื่อมล้ำทางข้อมูลระหว่างประชาชนที่อยู่ในเขตเมืองและชนบทหายไปอย่างรวดเร็ว โดยปัจจัยเกื้อหนุนให้เกิดการเปลี่ยนผ่านอย่างรวดเร็วคืออุปกรณ์สื่อสารราคาถูกลง ประชาชนเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างง่ายดายผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กำแพงแห่งความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประเทศอินเดียลดลงคือ เกษตรกรสามารถใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์สมาร์ทโฟนแบบเรียลไทม์ตลอดเวลา ทำให้สามารถศึกษาเรียนรู้เทคนิคต่างๆ ด้วยตนเอง อีกทั้งยังสามารถศึกษาการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดเด่นตรงที่เป็นงานวิจัยที่สำรวจประชากรจำนวนมาก ทำให้ได้ข้อมูลที่กว้าง ส่วนข้อเสียคือ ขาดการสำรวจข้อมูลเชิงลึกและการนำผลงานวิจัยไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงรูปธรรม โดยผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายสภาพปัญหาและความสำคัญของการวิจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงการอธิบายผลการวิจัยที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการสมาร์ทโฟนที่มีส่วนร่วมหลังการวิจัยและสามารถใช้เป็นแบบจำลองการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในอนาคต อีกทั้งสามารถเป็นข้อเสนอแนะเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทยในปัจจุบันได้

Laura Bix (2012) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของคู่มือตรงกันข้ามที่มีผลต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้บริโภคที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ ผ่านรูปภาพบรรจุภัณฑ์จำนวน 26 รูป ผลการวิจัยพบว่าความชัดและความแตกต่างของสีที่ใช้บนข้อความและพื้นหลังบนบรรจุภัณฑ์ 6 คู่มือ ได้แก่ 1) อักษรสีดำบนพื้นสีฟ้า 2) อักษรสีขาวบนพื้นสีเหลือง 3) อักษรสีขาวบนพื้นสีฟ้า 4) อักษรสีฟ้าบนพื้นสีขาว 5) อักษรสีเหลืองบนพื้นสีแดง และ 6) อักษรสีดำบนพื้นสีแดง ผลการศึกษาพบว่า อักษรสีเหลืองบนพื้นสีแดง

และอักษรสีดำบนพื้นสีแดงเป็นคู่สีที่ไม่ควรใช้และมีผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้บริโภค ( $p < 0.001$ ) โดยเฉพาะการนำมาใช้เพื่อการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ยาในส่วนของคำเตือนและคำแนะนำ เนื่องจากทั้งสองคู่สีเป็นสีตัดกันที่ชัดเจน หากใช้ในอัตราส่วนเท่าๆ กันจะทำให้อ่านยากและเกิดการสับสนได้ง่าย

งานวิจัยชิ้นนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ด้านการเลือกคู่สีเพื่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร โดยหลีกเลี่ยงคู่สีเหลืองแดง และคู่สีเหลืองดำ เนื่องจากเป็นคู่สีที่ตัดกันมากเกินไปทำให้ไม่น่าอ่าน ควรหลีกเลี่ยงในงานออกแบบ

Underwood (2003) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "การสื่อสารตราสินค้าผ่านทางบรรจุภัณฑ์" ผลการศึกษาพบว่า บรรจุภัณฑ์ที่มีภาพประกอบสามารถทำให้ผู้บริโภคสนใจตราสินค้าเพิ่มมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีรูปภาพประกอบ เนื่องจากผู้บริโภคสามารถจดจำรูปภาพได้ดีกว่าสัญลักษณ์และตัวอักษร อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อสื่อสารตราสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ดี เนื่องจากองค์ประกอบต่าง ๆ บนบรรจุภัณฑ์ เช่น สี ตัวอักษร ภาพประกอบ และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้คุณค่าและประโยชน์ของตราสินค้า

งานวิจัยชิ้นนี้สอดคล้องกับการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ตฟาร์มเมอร์ เนื่องจากสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบตราสินค้า ฉลากสินค้ารวมถึงบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการเพื่อเกิดประสิทธิผลต่อการเลือกซื้อของลูกค้าและการวางแผนสื่อสารการตลาดให้กับผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยและสรุปเป็นตารางเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจและนำไปใช้ได้ดังนี้

ที่	ชื่อเรื่อง	ผลการศึกษา	จุดเด่น/จุดด้อย	การนำไปประยุกต์ใช้
1	การออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ยาเพื่อสื่อสารสำหรับผู้สูงอายุตามแนวคิดออกแบบเพื่อมวลชน	ผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ยา กลุ่มผู้สูงอายุใช้การจดจำสี และตราสินค้าของฉลากมากกว่าข้อมูล เนื่องจากฉลากยาส่วนใหญ่ใช้ตัวอักษรขนาดเล็กมากในการบรรยายสรรพคุณยา	<b>จุดเด่น:</b> .ให้ผู้สูงอายุซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมพัฒนาผลงานการออกแบบฉลากยาที่เหมาะสมและตอบสนองกับความต้องการมากที่สุด <b>จุดด้อย:</b> เป็นเพียงลักษณะของแบบร่างที่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนให้นำไปใช้ได้จริงในเชิงรูปธรรม	ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยและกระบวนการวิจัยในบทที่ 3 เพื่อให้งานวิจัยเกิดประสิทธิผลและมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด
2	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและเศรษฐกิจดิจิทัล	ผลการวิจัยสามารถผลักดันให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างเป็นรูปธรรม เกิดการนำไปใช้จริง และเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วม	<b>จุดเด่น:</b> .ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในผลิตภัณฑ์ รวมทั้งหน่วยงานราชการมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลงานออกแบบส่งผลให้สามารถนำผลงานไปใช้ได้จริง <b>จุดด้อย:</b> ไม่มีระเบียบวิธีวิจัยที่ชัดเจน (ต่อ)	นำผลการวิจัยมาต่อยอดและเป็นผลงานต้นแบบของงานวิจัยครั้งนี้

ที่	ชื่อเรื่อง	ผลการศึกษา	จุดเด่น/จุดด้อย	การนำไปประยุกต์ใช้
			เน้นการทำงานเชิงปฏิบัติการมากขึ้น	
3	การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ	ผลงานออกแบบฉลากต้องมาจากความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพipyไทย และงานออกแบบจะต้องเชื่อมโยงกับรูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นภูมิปัญญาและสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ผ่านภาพประกอบสีตัวอักษรและลวดลายกราฟิก ส่วนการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนกับการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความรู้และความพึงพอใจมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถลดทิวทัศน์ของนักศึกษาได้	<b>จุดเด่น:</b> เป็นงานวิจัยที่สามารถทำให้เกิดผลงานอย่างเป็นรูปธรรมและใช้ได้จริง ผู้มีส่วนร่วมต่างได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และมีความรู้เพิ่มมากขึ้น <b>จุดด้อย:</b> ทำในพื้นที่จำกัดเพียงจังหวัดสมุทรปราการ	เป็นงานวิจัยที่เป็นแรงจูงใจและนำมาต่อยอดเป็นงานวิจัยครั้งนี้
4	ผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย	ภาพประกอบสีตัวอักษรการจัดวางองค์ประกอบเป็นสิ่งที่คุณบริโภคให้ความสำคัญที่สุดคือช่วงระยะเวลาของอายุและรายได้ของผู้บริโภคยิ่งห่างกันมากยิ่งมีการรับรู้และ	<b>จุดเด่น:</b> วางกรอบการวิเคราะห์ผลงานออกแบบชัดเจน <b>จุดด้อย:</b> ผลการวิจัยเป็นเพียงแนวทางการพัฒนา ถ้าไม่มีการนำไปประยุกต์ใช้ก็ไม่ทำให้เกิดประโยชน์	นำไปใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์ผลงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและแบบประเมินผลงานการออกแบบ

		การแปลความหมายที่แตกต่างกัน		
5	กระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ออกแบบ ผู้พิการ สายตาเลื่อนราง	การรับรู้สัญลักษณ์ใหม่ ๆ ของผู้พิการจะต้องมีประสบการณ์ร่วมมาเกี่ยวข้อง โดยให้ผู้การมี	<b>จุดเด่น:</b> นำผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลงานออกแบบ	นำไปใช้เพื่อการออกแบบกิจกรรมให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดประสบการณ์ร่วมด้านการออกแบบเพื่อให้
<b>ที่</b>	<b>ชื่อเรื่อง</b>	<b>ผลการศึกษา</b>	<b>จุดเด่น/จุดด้อย</b>	<b>การนำไปประยุกต์ใช้</b>
	เภสัชกรและร้านขายยา	การรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับสัญลักษณ์ที่นำมาใช้บนฉลากยา ก่อน จึงจะสามารถเข้าใจในเนื้อหาของฉลากยาได้ สีที่ผู้การสายตาเลื่อนรางสามารถมองเห็นได้ง่ายที่สุดคือสีที่ตัดกัน	<b>จุด ด้อย :</b> เป็นเพียงแบบจำลองที่ยังไม่สามารถนำไปใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม	สามารถพัฒนาผลงานออกแบบและประเมินผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6	การแก้ปัญหาความยากจนและการกระจายรายได้โดยบูรณาการการเรียนการสอนกับการพัฒนาในพื้นที่ตำบลสร้อยทอง อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์	การเรียนรู้โดยบูรณาการเรียนการสอนร่วมกับชุมชน ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้แบบฝังรู้ หรือ Active Learning	<b>จุด เ่น :</b> บูรณาการงานวิจัยกับการเรียนการสอนทำให้นักศึกษาเรียนรู้จากประสบการณ์จริง <b>จุด ด้อย :</b> ไม่มีการขับเคลื่อนผลการวิจัยให้ใช้ได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม และอยู่ในวงจำกัดเพียงจังหวัดนครสวรรค์	นำไปประยุกต์ใช้ด้านการออกแบบระเบียบวิธีวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย
7	แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจ	การพัฒนาผลิตภัณฑ์คือการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม โดยใช้	<b>จุดเด่น:</b> มีผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้า	นำไป ประยุกต์ ใช้ ในขั้นตอนวิจัยโดยเริ่มจากการให้ความรู้ผู้มีส่วนร่วมและปรับพื้นฐานความรู้

<p>สร้างสรรค์ใน จังหวัดนครปฐม</p>	<p>ความคิดสร้างสรรค์ในการ เพิ่มมูลค่าและสร้างคุณค่า ให้กับผลิตภัณฑ์ ส่วน ปัญหาของการพัฒนา ผลิตภัณฑ์คือการขาด ความรู้ด้านการออกแบบ ของผู้ประกอบการ</p>	<p>มาร่วมให้ข้อมูลทำให้ได้ ข้อมูลโดยรอบด้าน <b>จุดด้อย:</b> ขาดการสร้าง กระบวนการมีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มจนจบโครงการ และขาดการพัฒนา ผลิตภัณฑ์เชิงรูปธรรม</p>	<p>ด้านการออกแบบของผู้มี ส่วนร่วมให้เกิดความใจ และใกล้เคียงกันก่อนการ พัฒนาผลงาน ออกแบบอัตลักษณ์ องค์กร</p>
---------------------------------------	---	---	---



ที่	ชื่อเรื่อง	ผลการศึกษา	จุดเด่น/จุดด้อย	การนำไปประยุกต์ใช้
8	การจัดกระบวนการเรียนรู้แนวใหม่ โดยบูรณาการทักษะภาษาไทย เพื่อสร้างปัญญาแก่ผู้เรียน	การจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ต้องจัดการเรียนการสอนแบบโครงการเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความกระตือรือร้นที่จะแสวงหาความรู้และอาจารย์ผู้สอนต้องใช้เทคนิคการสอนเริ่มจากพื้นฐานความรู้ที่เกี่ยวข้องและให้นักศึกษาร่วมเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการเรียนรู้	<b>จุดเด่น:</b> มีการออกแบบกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นแบบแผนและขั้นตอนให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียน <b>จุดด้อย:</b> ไม่มีการประเมินความพึงพอใจจึงไม่ทราบว่านักศึกษาพอใจกับกระบวนการเรียนแบบบูรณาการมากน้อยแค่ไหนอย่างไร	นำไปประยุกต์ใช้ด้านการออกแบบระเบียบวิธีวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย
9	การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้และการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นศึกษาผลิตภัณฑ์สมุนไพรกลุ่มเกษตรไร่น้อยจังหวัดนนทบุรี	ผู้มีส่วนร่วมให้ความสำคัญลายเส้นกราฟิกที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ไทยเรียบง่าย ฉลากสินค้าควรมีการจัดองค์ประกอบภาพและอักษรให้แสดงออกถึงบุคลิกของสินค้า สามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย	<b>จุดเด่น:</b> ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่อาจนำไปใช้ได้จริงและมีการให้ความรู้กับผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ดึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาร่วมพัฒนา เช่น หน่วยงานภาครัฐ <b>จุดด้อย:</b> ไม่มีผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้าเข้าร่วมพัฒนาทำให้อาจไม่ได้แนวทางการออกแบบที่ตรงกับผู้ซื้อซึ่งมีความสำคัญอย่างมาก	เป็นงานวิจัยที่มีกระบวนการคล้ายคลึงกับงานวิจัยของผู้วิจัย จึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 แตกต่างกันเพียงของผู้วิจัยผลิตผลงานออกแบบใช้จริงและบูรณาการกับกระบวนการเรียนการสอน



ที่	ชื่อเรื่อง	ผลการศึกษา	จุดเด่น/จุดด้อย	การนำไปประยุกต์ใช้
10	วิเคราะห์การออกแบบตราสัญลักษณ์ไทยที่ชนะเลิศจากการประกวดแข่งขัน	ตราสัญลักษณ์ไทยที่ชนะการประกวดใช้เทคนิคการตัดทอนองค์ประกอบมากที่สุด การออกแบบให้มีลักษณะที่เคลื่อนไหวและต่อเนื่อง ใช้รูปทรงที่มีลักษณะสื่อถึงความเป็นไทย ใช้คู่สีตรงกันข้าม และจัดวางองค์ประกอบแบบสมดุลสองข้างไม่เท่ากัน	<b>จุดเด่น:</b> มีการศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์โดยใช้หลักการเลือกผลงานการออกแบบที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนมาก และศึกษาตราสัญลักษณ์ที่ชนะเลิศมากถึง 48 รูปแบบ ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในระดับสูง <b>จุดด้อย:</b> ควรนำผลงานวิจัยมาต่อยอดเป็นผลงานออกแบบอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อเป็นต้นแบบผลงานที่จับต้องมองเห็นได้ชัดเจน	นำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาในรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และการให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนร่วม
11	การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรชุมชนภาคองค้ำ โดยใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์ต่อการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนภาคองค้ำจังหวัดลำปาง	ได้ใช้การวิจัยเชิงพัฒนาที่ทำการศึกษาค้นคว้าแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ผลวิจัยสรุปว่าการออกแบบต้องออกแบบโดยใช้คุณลักษณะที่ติดตัวมาของชุมชนอันประกอบไปด้วยคุณลักษณะที่สะท้อนความเป็นชนชาติจีนผสมผสานกับความเป็นยุโรปที่มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงชุมชน	<b>จุดเด่น:</b> เป็นการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่บูรณาการกระบวนการวิจัยและทฤษฎีสัญศาสตร์ทำให้ผลงานออกแบบมีที่มาและความสำคัญ <b>จุดด้อย:</b> ขาดการมีส่วนร่วมจากผู้คนในชุมชนทำให้ได้เพียงมุมมองและความคิดเห็นจากคนนอกชุมชน	นำจุดเด่นและจุดด้อยของงานวิจัยชิ้นนี้ไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการออกแบบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เนื่องจากเป็นงานวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

ที่	ชื่อเรื่อง	ผลการศึกษา	จุดเด่น/จุดด้อย	การนำไปประยุกต์ใช้
12	กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดเพชรบูรณ์	ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการใช้มิติด้านความรู้เพื่อการพัฒนาสินค้าเพียงส่วนน้อย ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบบนลงล่างผ่านผู้นำชุมชน ส่วนการถ่ายโอนความรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วมนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนร่วมและให้ผู้มีส่วนร่วมรับรู้ถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	<b>จุดเด่น:</b> เป็นงานวิจัยที่บูรณาการกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมกับการพัฒนาสินค้าเชิงวัฒนธรรมโดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมพัฒนา <b>จุดด้อย:</b> ขาดการนำผลการวิจัยไปต่อยอดเชิงรูปธรรมเป็นเพียงแนวทางการพัฒนาเท่านั้น	เป็นต้นแบบงานวิจัยด้านการออกแบบและจัดการกระบวนการมีส่วนร่วมรวมถึงการถ่ายโอนความรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วม
13	ความขัดและความแตกต่างของสีที่ใช้บนข้อความและพื้นหลังบนบรรจุภัณฑ์	ผลการศึกษาพบว่าคู่สีที่ไม่ควรใช้บนบรรจุภัณฑ์คือ ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีแดง และตัวอักษรสีดำบนพื้นสีแดง โดยเฉพาะการใช้ในสัดส่วนที่เท่ากัน เนื่องจากเป็นคู่สีที่ตัดกันอย่างรุนแรง ทำให้ผู้อ่านยากและเกิดการสับสน	<b>จุดเด่น:</b> ผู้วิจัยเจาะจงไปที่เรื่องสีทำให้ได้คำตอบที่ชัดเจน <b>จุดด้อย:</b> ควรศึกษาเชิงลึกและใช้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย เช่นแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามระดับอายุเพศ	นำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและให้ความรู้ผู้มีส่วนร่วม
14	การสื่อสารตราสินค้าผ่านทางบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ที่มีภาพประกอบสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้มากกว่าภาพกราฟิกและตัวอักษร	<b>จุดเด่น:</b> เป็นการวิจัยเชิงลึกที่หาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างการจดจำได้ดีที่สุดและอีกทั้งยังนำผล	นำไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและให้ความรู้ผู้มีส่วนร่วม

			<p>การศึกษามาเปรียบเทียบ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิง ปริมาณที่น่าเชื่อถือ</p> <p><b>จุดด้อย:</b> ไม่มีการนำ ผลการวิจัยไปพัฒนาต่อ ยอดอย่างเป็นรูปธรรม</p>	
--	--	--	--	--



## กรอบแนวคิด



### บทที่ 3

#### การดำเนินโครงการ

การวิจัยเรื่อง “การออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล” เป็นงานวิจัยที่พัฒนามาจากโครงการบริการวิชาการเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล” ที่จัดทำขึ้นตั้งแต่ปีการศึกษา 2556 จนถึงปัจจุบันและระหว่างนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ” (ชาติรี บัวคลี, 2557) และได้ขยายผลเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือการศึกษาภูมิหลังของเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำทั้ง 4 ฟาร์ม ศึกษาความต้องการด้านรูปแบบและความรู้ วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาเป็นอัตลักษณ์องค์กรให้มีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล รวมทั้งบูรณาการงานวิจัยเข้ากับการเรียนการสอน การบริการวิชาการและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสานวิธี โดยแบ่งกระบวนการวิจัยตามรายละเอียดดังนี้

#### 1. ผู้ให้ข้อมูล

##### 1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักของโครงการวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการที่เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจและอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดใกล้เคียง ที่ผู้วิจัยติดต่อผ่านการแนะนำของเกษตรจังหวัดสมุทรปราการและพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการซึ่งมีเครือข่ายในพื้นที่ภาคตะวันออกและได้ทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อเข้าร่วมรับฟังการอบรมการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรและการสร้างแบรนด์ Smart Otop & Smart Farmer ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ณ ห้องบรรยาย 3 อาคารอำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2559) จากนั้นจึงเลือกผู้ประกอบการที่มีความสนใจและมีคุณสมบัติตรงกับกรวิจัยจำนวน 4 คน ประกอบไปด้วย

1) คุณสุวรรณี แสงดี ผู้ประกอบการฟาร์มเพาะเลี้ยงปลากัด “เจ๊แอนปลากัด” จังหวัดสมุทรปราการ

2) คุณเกศกมล หีกชุตตต ผู้ประกอบการฟาร์มเพาะเลี้ยงกุ้งขาว “เกศกมลฟาร์ม” จังหวัดสมุทรปราการ

3) คุณสละ อยู่เมียง ผู้ประกอบการฟาร์มเพาะปลาทอง “เปี้ยกปลาทอง” จังหวัดสมุทรสาคร

4) คุณธนวัฒน์ อันสืบสาย ผู้ประกอบการฟาร์มเพาะปลากระเบนน้ำจืด “99แสนฟาร์ม” จังหวัดชลบุรี

## 1.2 ผู้มีส่วนร่วม/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ในส่วนของผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจประกอบไปด้วยผู้มีส่วนร่วมภายในได้แก่ ผู้ประกอบการ ทายาทผู้ประกอบการและลูกค้าประจำของผู้ประกอบการ ในส่วนของผู้มีส่วนร่วมภายนอกได้แก่ อาจารย์ด้านการออกแบบสื่อสาร นักศึกษาด้านการออกแบบสื่อสาร และเกษตรกรจังหวัดหรือพัฒนากรจังหวัด

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิจัย 3 รูปแบบดังนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม ประกอบด้วย

- 1) แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานด้านภูมิหลังสินค้า
- 2) แบบสัมภาษณ์ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ
- 3) ประเด็นในการประชุมกลุ่มและแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- 4) แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน

การบริการวิชาการและการทำนุศิลปวัฒนธรรม

2.2 เครื่องมือที่ใช้ออกแบบในขั้นตอนผลิตสื่อ

- 1) โปรแกรม Adobe Photoshop
- 2) โปรแกรม Adobe Illustrator
- 3) โปรแกรมออกแบบเว็บไซต์ WIX

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล

- 1) เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

## 2) เว็บไซต์ (Website)

### 3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเนื่องจากเป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (mixed research) แบบ multiphase design ซึ่งผลการวิจัยในขั้นตอนหนึ่งจะนำไปสู่กระบวนการวิจัยในอีกขั้นตอนหนึ่งดังรายละเอียด

**3.1 การศึกษาเบื้องต้น** มีขั้นตอนประกอบไปด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก การเสวนากลุ่มย่อย การอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการจำนวน 4 ท่านจากฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจทั้ง 4 แห่ง

#### 3.1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก

โดยผู้ให้สัมภาษณ์หลักคือ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของฟาร์ม หรือผู้ก่อตั้งฟาร์มทั้ง 4 แห่ง จำนวน 4 คน ประกอบด้วย

- |                         |                               |
|-------------------------|-------------------------------|
| 1) คุณสุวรรณี แสงดี     | ผู้ก่อตั้งเจ๊แอนปลา กัด       |
| 2) คุณเกศกมล หึกขุดทด   | ผู้ก่อตั้งเกศกมลฟาร์ม         |
| 3) คุณสละ อยู่เมียง     | ผู้ก่อตั้งเปียกปลาทอง         |
| 4) คุณธนวัฒน์ อันสืบสาย | ผู้ก่อตั้งเก้าสิบเก้าแสนฟาร์ม |

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 ท่าน ผู้วิจัยคัดเลือกจากสถานะของเป็นผู้ก่อตั้ง ซึ่งเป็นผู้มีข้อมูลเกี่ยวกับฟาร์มและรู้ถึงความต้องการมากที่สุด มีคุณสมบัติตรงกับที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ได้แก่ มีความต้องการอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล มีความต้องการแสวงหาความรู้และต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเองและที่สำคัญคือ สามารถให้ข้อมูลและมีส่วนร่วมกับโครงการวิจัยจนสิ้นสุดโครงการ

#### 3.1.1.1 ประเด็นสัมภาษณ์

- 1) ประวัติของสถานประกอบการ
- 2) จุดเด่น/จุดด้อย/โอกาส/อุปสรรค ในการประกอบธุรกิจ
- 3) กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ
- 4) ความต้องการอัตลักษณ์องค์กร
- 5) ความต้องการด้านความรู้

#### 3.1.1.2 เครื่องมือ

- 1) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กร
- 2) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านความรู้

### 3.1.1.3 การเก็บข้อมูล

1) ประสานงานกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ

2) ติดต่อกับผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจ

3) นัดหมายผู้ประกอบการสัมภาษณ์ ณ ฟาร์มของผู้ประกอบการประกอบไปด้วย

- ฟาร์มเจ็แอนปลา กัด เลขที่ 97 หมู่ 6 ตำบล บางจาก อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สัมภาษณ์วันที่ 4 และ 5 มิถุนายน 2559 เวลา 9.00-12.00 นาฬิกา

- เกศกมลฟาร์ม เลขที่ 145 ต.คลองด่าน อ.บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ สัมภาษณ์วันที่ 11 และ 12 มิถุนายน 2559 เวลา 9.00-12.00 นาฬิกา

- เปี้ยกปลาทองฟาร์ม เลขที่ 6 หมู่ 7 ตำบลสวนหลวง อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร สัมภาษณ์วันที่ 18 และ 19 มิถุนายน 2559 เวลา 9.00-12.00 นาฬิกา

- แก้วสืบแก้วแสนฟาร์ม เลขที่ 68 หมู่ 9 ตำบล สระสีเหลือง อำเภอนิคม จังหวัดชลบุรี สัมภาษณ์วันที่ 25 และ 26 มิถุนายน 2559 เวลา 9.00-12.00 นาฬิกา

### 3.1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) นำผลการสรุปปัญหา ความต้องการและองค์ความรู้ที่เกิดจากระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ผู้มีส่วนร่วมตรวจสอบความถูกต้อง

2) แก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้มีส่วนร่วม

3) นำผลการสรุปสะท้อนผ่านผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

### 3.1.2 การเสวนากลุ่มย่อยและการอบรมให้ความรู้

ผู้วิจัยกำหนดให้มีการเสวนากลุ่มย่อยพร้อมกับการอบรมให้ความรู้ เนื่องจากงานวิจัยนี้มีผู้มีส่วนร่วมหลากหลายอาชีพ ทำให้มีเวลาว่างไม่ตรงกันหากนัดเสวนากลุ่มย่อยถี่เกินไปจะเป็นการรบกวนผู้มีส่วนร่วม จึงกำหนดวันเสวนากลุ่มย่อยในวันที่ 10-12 ตุลาคม 2559 เวลา 9.00 -16.00



นาฬิกา และวันที่ 19 กันยายน 2559 เวลา 8.00-16.00 นาฬิกา ณ ห้องบรรยาย 3 อาคารอำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

### 3.1.2.1 ผู้เข้าร่วมเสวนาและอบรมให้ความรู้

คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับโครงการวิจัยทั้งหมดประกอบด้วย

- 1) ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจ
- 2) ทายาทหรือผู้ติดตามผู้ประกอบการ
- 3) ลูกค้าประจำของผู้ประกอบการแต่ละราย
- 4) นักวิชาการด้านการออกแบบสื่อสาร
- 5) นักศึกษาด้านการออกแบบสื่อสาร
- 6) เจ้าหน้าที่เกษตรจังหวัดสมุทรปราการและพัฒนารจังหวัดสมุทรปราการ
- 7) วิทยากรผู้ให้ความรู้

### 3.1.2.2 ประเด็นสนทนากลุ่มและอบรมให้ความรู้

- 1) จุดเด่น/จุดด้อย/โอกาส/อุปสรรค ในการประกอบธุรกิจ
- 2) กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ
- 3) ปัญหาและการแก้ปัญหาในการประกอบธุรกิจ
- 4) ความรู้ที่ต้องการเพิ่มเติม

### 3.1.2.3 เครื่องมือ

- 1) แบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม
- 2) แบบบันทึกการเล่าเรื่อง
- 3) กระดาษขนาด A0 ประกอบการทำกิจกรรมกลุ่มพร้อมปากกาเคมี

### 3.1.2.4 การเก็บข้อมูล

- 1) ติดต่อประสานงานวิทยากรผู้ให้ความรู้ตามประเด็นที่ผู้ประกอบการต้องการ
- 2) ประสานงานกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ
- 3) ติดต่อกับผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจ

4) นัดหมายผู้มีส่วนร่วมทั้งหมด

5) เขียนโครงการอบรมให้ความรู้และสนทนากลุ่มย่อยเพื่อขอใช้สถานที่

### 3.1.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) นำผลการสรุปปัญหา ความต้องการและองค์ความรู้ที่เกิดจากระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ผู้มีส่วนร่วมตรวจสอบความถูกต้อง

2) แก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้มีส่วนร่วม

3) นำผลการสรุปสะท้อนผ่านผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

### 3.1.3 การสังเกต

#### 3.1.3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ

1) ผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจจำนวน 4 คน จากสถานประกอบการเชิงเกษตรทั้ง 4 แห่ง โดยผู้วิจัยคัดเลือกด้วยวิธีเจาะจงเนื่องจากผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจทั้ง 4 คนเป็นผู้ที่มีข้อมูลและมีความรู้ตรงกับการวิจัยมากที่สุดทั้งในมิติของภูมิหลังผลิตภัณฑ์ มิติของความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรและความต้องการด้านความรู้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจจำนวน 4 คนเพื่อการสังเกต

2) ผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการ เช่น ทายาทผู้ประกอบการ ญาติของผู้ประกอบการ หรือคนงานที่เข้ามาช่วยสนับสนุนการทำงานของผู้ประกอบการ เนื่องด้วยบุคคลเหล่านี้เป็นผู้ปฏิบัติงานชิดใกล้กับผู้ประกอบการจึงเป็นผู้มีข้อมูลใกล้เคียงกับผู้ประกอบการและสามารถให้ข้อมูลบางประการสำหรับการวิจัยได้

#### 3.1.3.2 ประเด็นสังเกต

1) จุดเด่น/จุดด้อย/โอกาส/อุปสรรค ในการประกอบธุรกิจ

2) ความต้องการด้านอัตลักษณ์องค์กร/ความต้องการด้านความรู้

3) ความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรม

#### 1.1.3.3 เครื่องมือ

1) แบบสังเกตอวัจนภาษา ประกอบด้วยประเด็นดังนี้

2) สายตา

3) กริยาท่าทาง

- 4) น้ำเสียง
- 5) สิ่งของหรือวัตถุ
- 6) เนื้อที่หรือช่องว่าง
- 7) กาลเวลา
- 8) การสัมผัส

#### 3.1.3.4 การเก็บข้อมูล

- 1) ติดต่อกับผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจ
- 2) นัดหมายผู้ประกอบการสัมภาษณ์ ณ ฟาร์มของผู้ประกอบการในวัน  
เกี่ยวกับการเก็บข้อมูลภาคสนามและการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ประกอบการ

#### 3.1.3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) นำผลการสรุปปัญหา ความต้องการและองค์ความรู้ที่เกิดจากระบวนการ  
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ผู้มีส่วนร่วมตรวจสอบความถูกต้อง
- 2) แก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้มีส่วนร่วม
- 3) นำผลการสรุปสะท้อนผ่านผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในส่วนที่ 1 ผู้วิจัยสามารถนำมาเขียนสรุปเป็นผลการวิจัย  
ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากนั้นจึงนำมาพัฒนาและออกแบบอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจ  
ดิจิทัลในส่วนที่ 2

### 3.2 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรเกิดขึ้นจากการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และสรุป  
ข้อมูลในส่วนที่ 1 เพื่อนำมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์องค์กรโดยมีขั้นตอนดังนี้

#### 3.2.1 ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

- 1) สรุปองค์ความรู้ ปัญหาและความต้องการร่วมกับนักศึกษา
- 2) เชื่อมโยงผลการสรุปผ่านกรอบการออกแบบอันประกอบไปด้วย ภาพประกอบ สี  
ตัวอักษร วัสดุ และโครงสร้าง

3) จัดทำแบบร่างหยาบ (Thumbnail Sketch) ร่วมกับนักศึกษาโดยนำผลสรุปด้านความต้องการและปัญหาที่สะท้อนมาจากกิจกรรมอบรมเป็นกรอบการทำแบบร่าง

4) นำแบบร่างหยาบให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้องที่มี 3 ค่า ประกอบด้วย 1 หมายถึง สอดคล้อง 0 หมายถึงไม่แน่ใจ และ -1 หมายถึงไม่สอดคล้อง

5) ปรับแก้แบบร่างอย่างหยาบตามความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วม โดยใช้เสียงส่วนใหญ่ของผู้มีส่วนร่วมเป็นเกณฑ์ในการปรับแก้

6) จัดทำแบบร่างละเอียด (Comprehensive Sketch) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Wix

7) แล้วนำแบบร่างละเอียดให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจและแสดงความคิดเห็น

8) ปรับแก้แบบร่างละเอียดตามความเห็นส่วนใหญ่ของผู้มีส่วนร่วมให้เป็นต้นฉบับทางการพิมพ์ที่สมบูรณ์ (Artwork)

### 3.2.2 การทดลองใช้อัตลักษณ์องค์กร

หลังจากพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรจนเป็นที่พอใจของผู้มีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยได้มอบผลงานออกแบบให้ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจทั้ง 4 ฟาร์มนำไปใช้จริงเป็นระยะเวลา 6 เดือนนับตั้งแต่วันที่มอบผลงานให้เพื่อให้ทราบถึงการตอบรับของลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ประกอบการระหว่างทดลองใช้อัตลักษณ์องค์กร

### 3.2.3 การประเมินความพึงพอใจ

หลังจากทดลองใช้อัตลักษณ์องค์กรเป็นระยะเวลา 6 เดือนแล้วผู้วิจัยได้ให้ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจประเมินความพึงพอใจ และประเมินการเปลี่ยนแปลงก่อนและหลังร่วมโครงการวิจัย โดยแบบประเมินความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลและแบบประเมินการเปลี่ยนแปลงก่อนและหลังการร่วมโครงการวิจัย

## 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.2 การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้วิจัยกับผู้มีส่วนร่วมให้เกิดการตระหนักในประโยชน์ของการวิจัยแก่ทุกคน

4.3 การศึกษาชุมชนโดยลงพื้นที่สำรวจข้อมูลและร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วมในชุมชน

4.4 การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการแบบมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการและสมาชิกที่มีส่วนร่วมของแต่ละฟาร์ม

4.5 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการทั้ง 4 ฟาร์ม ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจดำเนินการและมีบทบาทในการตัดสินใจนำผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรไปใช้จริง

4.6 การประชุมกลุ่ม (Focus Group) สมาชิกผู้มีส่วนร่วมของแต่ละฟาร์ม

4.7 การประเมินความพึงใจที่มีต่อผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรจากผู้มีส่วนร่วม

4.8 การสัมภาษณ์เชิงลึกนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในการวิจัยทั้ง 16 คนเกี่ยวกับการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นสี่ส่วนตามลักษณะของข้อมูลด้านต่าง ๆ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรโดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรของแต่ละฟาร์ม โดย 1 ฟาร์มจะประกอบไปด้วยผู้มีส่วนร่วมภายในได้แก่ ผู้ประกอบการ ทายาทผู้ประกอบการและลูกค้าประจำของผู้ประกอบการ ส่วนผู้มีส่วนร่วมภายนอกประกอบไปด้วย อาจารย์ด้านการออกแบบสื่อสาร นักศึกษาด้านการออกแบบสื่อสารและเกษตรจังหวัดหรือพัฒนากรจังหวัด

2) วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการเปลี่ยนแปลงก่อนและหลังการมีส่วนร่วมในโครงการวิจัยจากผู้ประกอบการ

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นหลังการเรียนรู้ของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการ การทำศิลปวัฒนธรรม

5.3 วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการการวิจัยการบริการวิชาการ และการทำศิลปวัฒนธรรมโดยใช้การทดสอบ 2 กลุ่ม ไม่อิสระจากกัน (Independent t-test)

### 3.7 การแปลผล

3.7.1 เกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้ามีรายละเอียดดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	พอใจมากที่สุด
4	พอใจมาก
3	พอใจปานกลาง
2	พอใจน้อย
1	ไม่พอใจ

3.7.2 การแปลผลการให้คะแนนความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากสินค้า มีรายละเอียด

ดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
-------	------------------

4.21 – 5.00	พอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	พอใจมาก
2.61 – 3.40	พอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	พอใจน้อย
1.00 – 1.80	ไม่พอใจ

3.7.3 การแปลผลความสอดคล้องระหว่างผลงานออกแบบกับความต้องการของผู้มีส่วน  
ร่วมมีรายละเอียดดังนี้

คะแนน	ระดับความสอดคล้อง
-1	ไม่สอดคล้อง
0	ไม่แน่ใจ
1	สอดคล้อง

### 3.8 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้จัดทำโครงการได้ติดต่อผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง  
ของเครื่องมือการวิจัยและความสมบูรณ์ของเนื้อหาดังมีรายนามต่อไปนี้

- 3.8.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรุงยศ อรัณยธนาค อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาชีพด้าน  
ออกแบบ นิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัย  
หัวเฉียวเฉลิม พระเกียรติ
- 3.8.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาจ พุกสวัสดิ์ อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาชีพด้าน  
ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียว  
เฉลิมพระเกียรติ
- 3.8.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวรรณา อินคาลัย อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ  
สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยหัวเฉียว  
เฉลิม พระเกียรติ

3.8.4 รองศาสตราจารย์ ดร.สกันธ์ ภู่งามดี

นักวิชาการอิสระด้านสื่อ และศิลปะ  
การออกแบบสื่อ





## บทที่ 4

### ภูมิหลังของผลิตภัณฑ์

การสำรวจภูมิหลังของผู้เพาะเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจเป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของงานวิจัย “เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ภูมิหลังที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจในจังหวัดสมุทรปราการและปริมณฑล” โดยมีรายละเอียดเกี่ยวข้องกับการศึกษาเบื้องต้นด้านภูมิหลังของผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างบุคลิกภาพให้กับสินค้าของผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภูมิหลังจะเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพที่แตกต่าง เป็นแนวทางเพื่อการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลที่สร้างความมั่นคง มั่งคั่งอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาอัตลักษณ์องค์กร ซึ่งข้อมูลที่ได้สำรวจตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้แก่ ความต้องการในรูปแบบของอัตลักษณ์องค์กร แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรและความต้องการด้านความรู้เพื่อการพัฒนาองค์กร

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการที่เพาะเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจและสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล มีข้อค้นพบที่โดดเด่น ดังนี้

1. ข้อมูลสำคัญสำหรับการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมจะสะท้อนมาจากปัญหาและความต้องการภายในของผู้มีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการวิจัย (ชาติรี บัวคลี, 2557)
2. ผู้ประกอบการมีความต้องการด้านการพัฒนาภาพลักษณ์ การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการสร้างสื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่ที่นิยมรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัล
3. ผู้ประกอบการให้ความสนใจกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล เนื่องจากสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี
4. จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคของฟาร์มสัตว์เศรษฐกิจ 1) จุดเด่น คือ ความรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ การรักษาสังแวดล้อมและการใช้ระบบธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์เข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง รวมถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีดิจิทัล 2) จุดด้อย คือ ขาดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร ขาดความรู้ด้านการตลาด ขาดอัตลักษณ์องค์กรและไม่มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ 3) โอกาส คือ การกระจายข้อมูล และการรับรู้ข้อมูลของคนทั่วโลกง่ายขึ้น เข้าถึงได้ง่ายผ่านสื่อดิจิทัล 4) อุปสรรค คือ แรงงานที่ขาดแคลน ขาดความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

ที่สร้างสรรค์ แปลกใหม่และเอกลักษณ์ รวมทั้งขาดแคลนแรงงาน สภาพเศรษฐกิจโลกที่ถดถอย ขาด  
ต้นทุนและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (รัฐภาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม, 2560 : 994-1011)

5. ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องการเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาศักยภาพ คือ ความรู้ด้านการ  
ถ่ายภาพ ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดออนไลน์และความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม

### ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 (การศึกษาเบื้องต้น)

นำเสนอเป็นลำดับตามผังอภิปรายผลดังภาพ



---

**ภาพที่ 2 : ผังอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1**


---

ผลการสำรวจภูมิหลังของสถานประกอบการ ความต้องการในรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรและความต้องการด้านความรู้เพื่อการพัฒนาองค์กรตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และปรัชญาเศรษฐกิจดิจิทัลแบ่งการรายงานแยกตามสถานประกอบการและวิธีเก็บข้อมูลเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจดังรายละเอียด

### **การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์**

#### **4.1 ฟาร์มเจ็แอนปลา กัด จังหวัดสมุทรปราการ**

##### **4.1.1 ที่ตั้งสถานประกอบการ**

เลขที่ 97 หมู่ 6 ตำบล. บางจาก อำเภอ.พระประแดง จังหวัด.สมุทรปราการ 10130

##### **4.1.2 ประวัติสถานประกอบการ**

ย้อนไปเมื่อประมาณ 8 ปี คุณสุวรรณี แสงดี (แอน) และสามี ได้ประกอบอาชีพขายอาหารตามสั่งและทำขนมเบเกอรี่ ส่วนสามีประกอบอาชีพซ่อมรถมอเตอร์ไซด์ แต่แล้วได้เกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดคือ แม่สามีล้มป่วยด้วยโรคอัลไซเมอร์และกระดูกสะโพกแตก ยังผลให้ต้องหยุดกิจการทุกอย่างเนื่องจากไม่มีใครดูแลแม่สามีและไม่มีเวลาในการทำงานมากนัก จึงคิดหาอาชีพอื่นที่สามารถดูแลแม่สามีที่บ้านได้พร้อมๆ กับการทำงาน จึงได้มาพบกับการทำธุรกิจขายปลากัดประกอบกับพี่ชายสามีซึ่งมีอาชีพเป็นนักประกวดปลากัดทั่วประเทศ คุณแอนจึงเล็งเห็นช่องทางนี้เพราะตอบโจทย์ความต้องการและเป็นอาชีพที่ครอบครัวของตนมีองค์ความรู้ด้านการเลือกสายพันธุ์ปลาที่สวยงามตามตำราอยู่แล้วเมื่อขายปลากัดไปได้ระยะหนึ่ง คุณแอนจึงตัดสินใจนำเงินเก็บประมาณพันกว่าบาทเพื่อลงทุนซื้อปลากัดจากตลาดนัดสวนจตุจักรมาเพาะขายเองเนื่องจากมองเห็นช่องทางการทำรายได้ดี อันเกิดจากการพูดคุยสอบถามกับฟาร์มที่ตนเองไปรับมาขาย จากนั้นจึงได้เพาะเลี้ยงและพัฒนาสายพันธุ์ของตนเองขึ้นมา โดยเน้นปลาเกรดประกวดซึ่งเป็นปลาที่ขายได้ราคาดี ไม่เน้นจำนวนแต่เน้นคุณภาพของปลาตรงตามคุณลักษณะสายพันธุ์ที่ดี และได้ทำเรื่อยมาจนกระทั่งเป็นที่รู้จักในวงการประกวดปลากัดไทยดังเช่นปัจจุบันนี้



ภาพที่ 3 : การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลภูมิหลังฟาร์มเจ้าแอนปลา กัด

#### 4.1.3 จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค

Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ	Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นฟาร์มที่เน้นคุณภาพของปลาตรงตามลักษณะเกณฑ์การประกวดของสมาคมปลากัดไทย</li> <li>- ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงปลากัดและแสวงหา รวมถึงพัฒนาเทคนิคการเลี้ยง และช่องทางการตลาดอยู่เสมอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีอัตลักษณ์องค์กรเพื่อสร้างการจดจำให้กับลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ</li> <li>- ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ</li> <li>- ไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีและการตลาด</li> </ul>
Opportunities - โอกาสที่จะดำเนินการได้	Threats - อุปสรรค หรือข้อจำกัด
<ul style="list-style-type: none"> <li>- คนไทยและคนต่างชาตินิยมเลี้ยงปลากัดไทยเป็นอย่างมาก และทางฟาร์มยังได้รับโอกาสให้ออกรายการเกษตรรอดตีจึงทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น</li> <li>- ผู้ประกอบการสมัครเข้าร่วมประกวดแข่งขัน ปลากัดสวยงามทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศและได้รับรางวัลทุกปี ทำให้มีชื่อเสียงในวงการนักเลี้ยงปลากัดไทยและต่างชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาของปลากัดขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าจึงมีขึ้นลงตามความนิยมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอยทำให้การขายปลากัดได้รับผลกระทบ</li> </ul>

---

**ตารางที่ 1 : การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรคฟาร์มเจ๊แอนด์ปลาภัต**


---

**4.1.4 กลุ่มเป้าหมาย**

- กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ชาวต่างชาติ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น และยุโรป ที่ชื่นชอบในตัวปลาภัตเป็น อายุ 30-50 ปี
- กลุ่มเป้าหมายรอง คือ คนไทยที่มีฐานะทางการเงินพอสมควรและชื่นชอบในตัวปลาภัตอายุ 10 - 50 ปี

**4.1.5 ความต้องการอัตลักษณ์องค์กร**

จากการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 เพื่อสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการด้านความต้องการสื่อเพื่อนำไปพัฒนากิจการและส่งเสริมการตลาดจากผู้ประกอบการสรุปว่า สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการได้แก่

**1) ตราสัญลักษณ์**

- ภาพประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการภาพปลาภัตทั้ง 3 สายพันธุ์ที่เป็นชื่อเสียงโด่งดังและเป็นที่รู้จักของฟาร์ม อันประกอบไปด้วย ปลาภัตสายพันธุ์หางพระจันทร์ ปลาภัตหางมงกุฏ และปลาภัตหางสามเหลี่ยม
- สี: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการสีที่สื่อถึงความเป็นไทย โดยเชื่อมโยงกับสีธงชาติไทยอันประกอบไปด้วย สีแดง สีขาวและสีน้ำเงิน
- ตัวอักษร: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการตัวอักษรที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ไทย มีลักษณะอ่อนช้อยสวยงาม
- โครงสร้างและการจัดองค์ประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการจัดวางองค์ประกอบแบบเน้นกึ่งกลางและสมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากัน

**2) นามบัตร**

- ภาพประกอบ: เชื่อมโยงกับสีส่วนร่วมและตราสัญลักษณ์ และใช้รูปทรงเรขาคณิตที่สื่อถึงความเป็นไทยเช่น สีเหลี่ยม ลายสาน ลายขัด
- สี: ใช้สีธงชาติ แดง ขาว น้ำเงิน
- ตัวอักษร: ใช้รูปแบบฟอนต์ไทย มีความเป็นไทยชัดเจน
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางให้สัดส่วนดูสบายตา

### 3) อินโฟกราฟิก

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพจริงของปลากัดและตราสัญลักษณ์ สื่อถึงน้ำ
- สี: ใช้สีโทนฟ้า เหลือง
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบให้ภาพปลากัดอยู่ตรงกลางแล้งส่วนประกอบอื่น ๆ ล้อมรอบปลากัด (สมดุลแบบรัศมี)

### 4) เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

- ภาพประกอบ: ภาพปก Cover ให้ตัดต่อภาพคลื่นน้ำ ตราสัญลักษณ์ และภาพแจ๊แอนถือถ้วยรางวัลการประกวดปลากัดสวยงาม ส่วนภาพประจำตัวให้ใช้ภาพตราสัญลักษณ์
- สี: ใช้สีโทนน้ำเงิน ขาว แดง
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตามที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กำหนดไว้

### 5) เลือทิมงาน

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพธงชาติและตราสัญลักษณ์
- สี: ใช้พื้นสีขาว
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่สื่อถึงความเป็นไทย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบเรียบง่าย เป็นสากลและมีความน่าเชื่อถือ

#### 4.1.6 ความต้องการด้านความรู้

ผู้ประกอบการต้องการความรู้เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจของตนเองดังต่อไปนี้

##### 1) ความรู้ด้านการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์

เนื่องจากสภาพปัจจุบัน เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ และเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสาร การตลาดไปยังกลุ่มผู้นิยมเลี้ยงปลากัดทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศจึงมีความสำคัญไม่แพ้หน้าร้าน อีกทั้งหากมีการสั่งซื้อปลากัดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ก็สามารถส่งผ่านไปรษณีย์หรือระบบ

ขนส่งอื่น ๆ ได้เนื่องจากปลากัดเป็นปลาที่ต้องการอากาศน้อยมาก มีความแข็งแรงและอดทน สามารถอยู่ในถุงพลาสติกหรือบรรจุภัณฑ์พลาสติกได้นานถึง 2 สัปดาห์โดยไม่กินอาหารและมีอากาศเบาบาง

เจ๊แอน: “พี่อยากได้เฟสบุ๊คไว้ขายปลาและกระตุ้นความต้องการคนนิยมปลากัด”

เจ๊แอน: “พี่คิดว่ามันเป็นช่องทางหนึ่งที่มาแรง และช่วยธุรกิจพี่ได้ เห็นมีหลายเจ้าที่ใช้อยู่ และมีการตั้งกลุ่มประมุขปลากัดและขายปลากัดหลายเจ้านะที่เห็น”

สามีเจ๊แอน: “ปกติแอนเขาชอบเล่นไลน์ เล่นเฟสบ่อย ๆ ถ้าทำเฟสบุ๊คให้เขา และสอนให้เขาถ่ายรูป และคิดคำพูดดีๆ น่าจะทำให้ขายได้เยอะแน่ๆ”

## 2) ความรู้ด้านการถ่ายภาพปลา

การถ่ายภาพปลากัดให้สวยงาม ยืนน้ำ สง่าเป็นสิ่งที่ยากสำหรับมือใหม่ที่ไม่มีความชำนาญ เนื่องจากปลากัดเป็นปลาที่มีธรรมชาติดุ เคลื่อนไหว ไม่นิ่งและหากต้องการให้ได้ภาพที่สวยงาม ต้องเทียบเหยื่อมกั่ว (ตู้ปลาทรงสี่เหลี่ยมขนาด 8x4 นิ้ว) ปลากัดอีกตัวเพื่อให้เกิดความคึกและขยายเครื่องทิ้งครีบหาง ขายน้ำได้อย่างสง่าและสวยงาม

เจ๊แอน: พี่อยากได้เทคนิคใช้โทรศัพท์ถ่ายรูปปลากัด พี่ถ่ายเมื่อไหร่มันก็ไม่นิ่ง และได้ท่าไม่ค่อยสวย เบลอๆ ตลอด”

## 3) ความรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล

ความรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล เป็นความรู้อีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการสนใจใคร่รู้ เนื่องจากผู้ประกอบการไม่คุ้นหู จึงอยากทราบว่าเศรษฐกิจดิจิทัลคืออะไร แล้วจะสามารถช่วยพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างไร

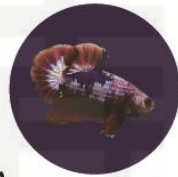
เจ๊แอน: อาจารย์พี่อยากรู้ว่า เศรษฐกิจดิจิทัลมันคืออะไร แล้วจะช่วยงานพี่ยังไง”

จากการสำรวจสภาพทั่วไปและความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรรวมถึงความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจของฟาร์มเจ๊แอนปลากัดสรุปได้ว่า ฟาร์มเจ๊แอนปลากัดเป็นฟาร์มที่เกิดขึ้นจากความชอบส่วนตัวของผู้ประกอบการทั้งสองสามีภรรยา และอยากได้งานที่สามารถทำที่บ้านได้ เนื่องจากต้องดูแลแม่สามีที่ป่วยเป็นอัมพาต สิ่งที่ทำให้ธุรกิจที่เหมือนเป็นเพียงอาชีพเสริมแต่กลับสามารถสร้างรายได้มากกว่าหนึ่งแสนบาทต่อเดือนให้ผู้ประกอบการได้อย่างต่อเนื่อง คือการขายหมั่นเพียรพัฒนาตนเอง เข้าร่วมสมาคมผู้เพาะเลี้ยงปลากัดสวยงามและเข้าร่วมการประกวดเพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจของตนเองตลอดเวลา สร้างจุดขายที่แตกต่างให้กับธุรกิจของตนเองให้อยู่







เหนือคู่แข่งโดยไม่เน้นขายเป็นปลาจำนวน (ขายทีละจำนวน ๆ มาก ไม่เน้นคุณภาพ ปลาสวยกับปลาไม่สวยคละเคล้ากันไป ราคาถูก) แต่เน้นปลาที่สวยงาม ตรงตามลักษณะเกณฑ์ประกวด

ความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรของฟาร์มเจ๊แอนปลากัดประกอบไปด้วย ตราสัญลักษณ์ อินโฟกราฟิกการเลี้ยงปลากัด นามบัตร สื่อทีมงานและเครือข่ายออนไลน์ Facebook โดยใช้ภาพประกอบเป็นภาพปลากัดที่มีลักษณะสวยงามทั้ง 3 สายพันธุ์ ใช้โทนสีธงชาติ แดง ขาว น้ำเงิน รูปแบบตัวอักษรมีความเป็นไทย อ่านง่าย ชัดเจน จัดวางองค์ประกอบให้ดูสบายตา

ความต้องการด้านความรู้เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนตามแนวทางเศรษฐกิจดิจิทัลคือ ความรู้ด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสาร การตลาด การถ่ายภาพปลากัดให้สวยงาม คมชัดด้วยกล้องโทรศัพท์มือถือและความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัล



## เจ๊แอนปลากัด

ข้อมูลฟาร์ม	ความต้องการด้านอัตลักษณ์	ความต้องการด้านความรู้
<ul style="list-style-type: none"> <li> เป็นธุรกิจที่สามารถทำที่บ้านได้และได้ดูแลคนสำคัญในครอบครัว</li> <li> มีความชอบและรักใบในการเลี้ยงปลากัด</li> <li> เน้นขายปลากัดเกรดประกวด ไม่เน้นขายปลาจำนวน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตราสัญลักษณ์</li> <li>- สื่อพนักงานจากร้าน</li> <li>- นามบัตร</li> <li>- เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> การใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารการตลาด</li> <li> เทคนิคการถ่ายภาพด้วยมือถือ</li> <li> แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล</li> </ul>

ภาพที่ 4 : สรุปรูปข้อมูลฟาร์มเจ๊แอนปลากัด



## 4.2 เกศกมลฟาร์ม จังหวัดสมุทรปราการ

### 4.2.1 ที่ตั้งสถานประกอบการ

เลขที่ 145 ต.คลองด่าน อ.บางบ่อ 10560

### 4.2.2 ประวัติสถานประกอบการ

เกษตรกุ่มแกล้ม หรือ เกศกมลฟาร์ม เป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงกุ้งขาวบนเนื้อที่ 83 ไร่ของคุณ เกศกมล หึกขุดทด ซึ่งปกติแล้วจะประกอบธุรกิจแค่เพียงเพาะเลี้ยงกุ้งขาวส่งให้กับพ่อค้าคนกลางที่มา รับซื้อถึงฟาร์ม แต่ระยะหลังราคากุ้งขึ้นลงไม่ตายตัว ประกอบกับสารเคมีที่ใช้เพาะเลี้ยงกุ้งราคาสูง เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงจึงเข้าร่วมโครงการอบรมในโครงการเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งแบบ อินทรีย์ที่สภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรปราการจัดขึ้น แล้วนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเพาะเลี้ยงกุ้งของตัวเอง ตั้งแต่การใช้สมุนไพรเพื่อผสมอาหารและรักษาโรค และบางส่วนได้สิ่งวัตถุดิบมาจากวิสาหกิจชุมชน ดอนกระเบื้อง จังหวัดราชบุรีตลอดจนการเลี้ยง การวัดค่าน้ำตามมาตรฐานการเพาะเลี้ยงของกรม ประมง โดยเริ่มทดลองจากบ่อเล็ก ๆ จำนวนไม่กี่บ่อ เมื่อเพาะเลี้ยงไปได้ระยะหนึ่งปรากฏว่าผลตอบ รับจากลูกค้าค่อนข้างดี ต้นทุนการเลี้ยงลดลง ผู้เพาะเลี้ยงไม่ได้รับผลกระทบจากสารเคมีตกค้างสังเกต จากอาการเจ็บป่วยที่เคยเป็นบ่อย ๆ ลดลงจนหายเป็นปกติ

ต่อมาเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงได้เข้าร่วมอบรมเกี่ยวกับการแปรรูปกุ้งแล้วต่อยอดจนกลายเป็น กุ้งเหยียดสำหรับกันเป็นกับแกล้มและอาหารทานเล่น จนเป็นที่มาของชื่อ “เกษตรกุ่มแกล้ม” ซึ่งมี หลากหลายรสชาติเช่น รสสมุนไพร รสดั้งเดิม รสพริกไทยดำ รสออริกาโน่ และรสกระวาน เกศกุ่ม แกล้มเน้นการขายภายในประเทศ โดยขายส่งทางไปรษณีย์ ขนาดบรรจุ 400 กรัมราคาถุงละ 150 บาท ใช้บรรจุภัณฑ์สุญญากาศเพื่อยืดอายุอาหาร และไม่ใช้สารกันบูด



ภาพที่ 5 : การลงพื้นที่ เกศกมลฟาร์ม

#### 4.2.3 จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค

Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ	Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงด้วยเกษตรอินทรีย์ชีวภาพ ปลอดภัย</li> <li>- ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงที่สืบทอดมาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ และมีความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งยังรวมกลุ่มกันกับผู้ประกอบการรายอื่นในชุมชนยังผลให้เกิดความเข้มแข็ง</li> <li>- เพาะเลี้ยงเอง และแปรรูปสินค้าเอง</li> <li>- ผู้ประกอบการมีความกระตือรือร้นขยันหมั่นเพียร หาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองเสมอ และเป็นสมาชิกเครือข่ายเกษตรจังหวัดและยังสามารถเกษตร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีอัตลักษณ์องค์กร</li> <li>- สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก</li> <li>- ช่องทางการจำหน่ายมีน้อย</li> <li>- ไม่มีความรู้เรื่องการใช้สื่อ และการสื่อสารการตลาด รวมถึงการบริหารจัดการ</li> </ul>
Opportunities - โอกาสที่จะดำเนินการได้	Threats - อุปสรรค หรือข้อจำกัด
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้บริโภคยุคใหม่นิยมอาหารเพื่อสุขภาพปลอดภัยจากสารเคมี</li> <li>- การสนับสนุนงานสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปการเกษตรของรัฐบาลยุคปัจจุบัน</li> <li>- ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP แต่ยังไม่มีความ (ยังไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาพแวดล้อมไม่สามารถควบคุมได้ เช่น น้ำทะเล น้ำฝน สิ่งปนเปื้อนในอากาศซึ่งมีผลต่อการเจริญเติบโตและอัตราการตายของกุ้ง</li> </ul>

ตารางที่ 2 : การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรคฟาร์มเกษตรกุ้งแกล้ม

#### 4.2.4 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มสาวโรงงาน กลุ่มวัยทำงาน

อายุระหว่าง 25-60 ปี

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มวัยรุ่น ในเมืองและปริมณฑล อายุระหว่าง 15-25 ปี

#### 4.2.5 ความต้องการอัตลักษณ์องค์กร

จากการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 เพื่อสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการสรุปว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการได้แก่

##### 1) ตราสัญลักษณ์

- ภาพประกอบ: ผู้ประกอบการต้องการภาพประกอบรูปแบบการ์ตูนล้อที่มาจากลักษณะเด่นของตนเองอุ้มกิ้งແຄ້ມที่มีลักษณะเหยียดตรง

- สี: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการสีที่สื่อถึงอาหาร (กิ้ง) และธรรมชาติ เช่น สีส้มที่สื่อถึงกิ้งสุก สีเหลือง สีเขียว

- ตัวอักษร: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการตัวอักษรที่สื่อถึงความทันสมัยและอ่านง่าย ชัดเจน

- โครงสร้างและการจัดองค์ประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการจัดวางองค์ประกอบแบบเน้นกึ่งกลาง

##### 2) นามบัตร

- ภาพประกอบ: เชื่อมโยงกับสีส่วนร่วมและตราสัญลักษณ์ และใช้รูปทรงที่สื่อถึงน้ำ

- สี: ใช้สีเหลือง สีส้มอ่อน ๆ และสีฟ้า

- ตัวอักษร: ใช้รูปแบบฟอนต์ที่อ่านง่าย ทันสมัย

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบเน้นตราสัญลักษณ์ให้เด่นชัดสะดุดตา

##### 3) อินโฟกราฟิก

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพกิ้งเหยียดและสัญลักษณ์ต่างๆ อธิบายข้อมูลและส่วนประกอบของกิ้งແຄ້ມ

- สี: ใช้สีโทนฟ้า เหลือง ส้ม

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางให้อ่านง่าย แยกเป็นหมวดหมู่

##### 4) ฉลากสินค้า

- ภาพประกอบ: เพิ่มตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ให้เกิดความน่าเชื่อถือ

- สี: ใช้สีเหลืองส้ม สีส้มอ่อน ๆ และสีเขียว

- ตัวอักษร: ใช้รูปแบบฟอนต์ที่อ่านง่าย ทันสมัย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบเน้นตราสัญลักษณ์ให้อยู่กึ่งกลางให้เด่นชัดสะดุดตา

ตา

#### 5) เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

- ภาพประกอบ: ภาพปก Cover ให้ตัดต่อภาพการจัดวางกึ่งกลมในจานพร้อมตกแต่งให้สวยงามน่ารับประทาน ส่วนภาพประจำตัวให้ใช้ภาพตราสัญลักษณ์

- สี: ใช้สีโทนเหลืองส้ม ฟ้ำเชื่อมโยงกับสีอื่น ๆ
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตามที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กำหนดไว้

#### 4.2.6 ความต้องการด้านความรู้

ผู้ประกอบการต้องการความรู้เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจของตนเองดังต่อไปนี้

##### 1) ความรู้ด้านการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

กลุ่มเป้าหมายของเกศกึ่งกลม คือกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงาน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงอยากเรียนรู้การใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารการตลาดไปยังลูกค้า และกระตุ้นยอดขาย

คุณเกศ: “พี่อยากได้เฟสบุ๊คไว้ขายกึ่งกลมและติดต่อกับลูกค้า ให้คนอื่น ๆ ได้รู้จักของดีสมุทรปราการอีกอย่างหนึ่งนอกจากปลาสด”

##### 2) ความรู้ด้านการถ่ายภาพอาหารและผลิตภัณฑ์

การถ่ายภาพอาหารให้น่ารับประทานเพื่อเรียกความสนใจจากผู้พบเห็นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์และการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ให้น่าเชื่อถือ สวยงาม เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการและให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการได้เห็นตัวอย่างผู้ประกอบการคนอื่น ๆ ที่ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์อาหารของตนเองได้อย่างน่าสนใจและมีประสิทธิภาพกระตุ้นยอดขายได้เป็นอย่างดี

คุณเกศ: “พี่อยากเรียนถ่ายภาพอาหาร ไว้เรียกน้ำย่อยลูกค้าในเฟส เพื่อจะได้กระตุ้นยอดขายและเป็นที่รู้จัก”

##### 3) ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม

ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์มอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นอีกหนึ่งความรู้ที่ผู้ประกอบการอยากเพิ่มเติม เพื่อให้การการพัฒนาธุรกิจของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ

คุณเกศ: “ถ้าสอนที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์มอย่างเป็นระบบได้ ก็ดีนะ พี่จะ  
ได้ไปลองทำและสอนคนในกลุ่มเครือข่ายพี่”

จากการสำรวจสภาพทั่วไปและความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรรวมถึงความรู้  
เพื่อการพัฒนาธุรกิจของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยได้ว่าผู้ประกอบการต้องการบริหารจัดการฟาร์มแบบเกษตร  
อินทรีย์ชีวภาพ เพื่อสุขภาพของลูกค้าและผู้เพาะเลี้ยงเอง ต้องการพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์ของ  
ตนเองเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและตัดวงจรพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งผู้ประกอบการยังมีความกระตือรือร้น  
เพื่อพัฒนาฟาร์มของตนเองให้ครบวงจรตั้งแต่การเลี้ยงดูกล้วย การผลิตอาหารชีวภาพเพื่อเลี้ยงกล้วย  
ตลอดจนการแปรรูปกล้วยโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างไม่เหมือนใคร จะเห็นได้  
จากการสร้างสรรค์กล้วยให้มีลักษณะเหยียดตรงเพื่อให้สามารถรับประทานได้ง่าย บรรจุหีบห่อได้สะดวก  
และเพิ่มรสชาติให้หลากหลายเข้ากับรสนิยมของคนในสังคมปัจจุบัน

ความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรของเกษตรกรฟาร์ม ประกอบไปด้วย ตรา  
สัญลักษณ์ อินโฟกราฟิกการแปรรูปกล้วยกล้วย นามบัตร ฉลากสินค้าและเครือข่ายสังคมออนไลน์  
Facebook โดยใช้ภาพประกอบเป็นภาพตัดทอนมาจากผู้ประกอบการถือกล้วยสีส้มเหยียดตรงไม่งอ ใช้  
โทนสีส้ม ส้มเหลือง เขียวเข้ม รูปแบบตัวอักษรมีความทันสมัย อ่านง่าย ชัดเจน จัดวางองค์ประกอบ  
ให้แบบกึ่งกลาง เน้นตราสัญลักษณ์ให้เด่น สะดุดตา

ความต้องการด้านความรู้เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน  
ตามแนวทางเศรษฐกิจดิจิทัลคือ ความรู้ด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เพื่อเป็นช่อง  
ทางการสื่อสารการตลาด การถ่ายภาพอาหารและผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม คมชัดและความรู้เกี่ยวกับการ  
บริหารจัดการฟาร์มให้มีประสิทธิภาพ



## เกษตรกึ่งแก๊ส

ข้อมูลฟาร์ม	ความต้องการด้านอัตลักษณ์	ความต้องการด้านความรู้
<ul style="list-style-type: none"> <li>เป็นกึ่งที่เลี้ยงแบบเกษตรอินทรีย์ชีวภาพปราศจากสารเคมี</li> <li>เพาะเลี้ยงเอง</li> <li>ผลิตอาหารสำหรับกึ่งด้วยตนเองและแปรรูปจัดจำหน่ายด้วยตนเอง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตราสัญลักษณ์</li> <li>- อินโฟกราฟิก</li> <li>- ฉลากสินค้า</li> <li>- นามบัตร</li> <li>- เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารการตลาด</li> <li>เทคนิคการถ่ายภาพด้วยมือถือ</li> <li>เทคนิคการบริหารจัดการฟาร์ม</li> </ul>

ภาพที่ 6 : สรุปข้อมูลฟาร์มเกษตรกึ่งแก๊ส

### 4.3 เปียกปลาทองฟาร์ม

#### 4.3.1 สถานที่ตั้ง

ตั้งอยู่ที่ 6 หมู่ 7 ตำบลสวนหลวง อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

#### 4.3.2 ประวัติสถานประกอบการ

ผู้ประกอบการฟาร์ม เปียกปลาทอง เริ่มต้นจากความชอบส่วนตัวและได้มีเพื่อน ๆ ที่เลี้ยงปลาทองนำมาฝากเลี้ยงเพิ่มจำนวนมาก จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาเพาะเลี้ยงเป็นอาชีพเนื่องจากมีความชอบเป็นทุนเดิมจึงอยากทำสิ่งที่ชอบเพื่อเพิ่มรายได้ ปลาทองที่เลี้ยงเป็นสัตว์น้ำประเภทสวยงามมีจำนวน 56 บ่อ สายพันธุ์ในฟาร์มประกอบไปด้วยสายพันธุ์ ออลันดาห้าสี สิ่งญี่ปุ่น ริวกิ้น สายพันธุ์ที่ทำการขายมากที่สุดและเป็นจุดเด่นของฟาร์มเปียกปลาทองคือ “สิ่งญี่ปุ่น” เทคนิคการเลี้ยงที่เป็นภูมิปัญญาของผู้ประกอบการคือสูตรอาหารการเลี้ยงปลาทอง โดยผู้ประกอบการจะใช้น้ำเต้าหู้ ผสมไข่และอาหารสุนัขแล้วนำไปตุ๋นให้ปลาเป็นอาหาร ซึ่งสูตรนี้ประยุกต์มาจากสูตรอาหารปลาทองของจีนและญี่ปุ่นที่นิยมใช้นมวัวผสมไข่แล้วตุ๋นเป็นอาหารหลักของปลาทอง ส่วนอาหารเสริมคือไรน้ำจืด ไรน้ำเค็มและหนอนแดง ปัจจุบันผู้ประกอบการพบปัญหาหาค่าปลาตกต่ำเนื่องจากถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และฟาร์มยังไม่ค่อยมีชื่อเสียงจึงไม่สามารถเพิ่มราคาปลาให้เท่าเทียมตามราคาตลาดได้



ภาพที่ 7 : การลงพื้นที่ฟาร์มเป็ยกปลาทอง

#### 4.2.3 จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค

Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ	Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญในการเลี้ยง</li> <li>- ราคาปลาถูก</li> <li>- ปลาเป็นสายพันธุ์ญี่ปุ่นแท้</li> <li>- มีสูตรอาหารการเลี้ยงปลาที่ให้ผลผลิตดี</li> <li>- สามารถหาอาหารเสริม เช่น ไรน้ำจืด ได้เอง</li> <li>- มีลูกค้าประจำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตได้น้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการ</li> <li>- ขาดทรัพยากรบุคคลช่วยดูแลกิจการ</li> <li>- สถานที่เพาะเลี้ยงอยู่ลึก และไกลชุมชน ไม่เป็นที่รู้จัก</li> <li>- มีพื้นที่เลี้ยงจำกัด</li> <li>- ไม่มีความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม การใช้สื่อดิจิทัล การสื่อสารการตลาด</li> </ul>
Opportunities – โอกาสที่จะดำเนินการได้	Threats - อุปสรรค หรือข้อจำกัด
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ประกอบการมีผู้สืบทอดกิจการและเป็นคนรุ่นใหม่ที่สามารถใช้เทคโนโลยีได้</li> <li>- เริ่มมีการตอบรับจากต่างประเทศ เช่น ลาว และเวียดนาม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาหารเสริมของปลา หายากในฤดูฝน</li> <li>- ราคาปลาขึ้นลงไม่สม่ำเสมอ</li> <li>- คนไทยปัจจุบันนิยมเลี้ยงกึ่งก้ามแดงมากกว่าปลาทอง</li> </ul>

ตารางที่ 3 : การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรคฟาร์มเป็ยกปลาทอง

#### 4.2.4 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มคนไทยชอบการเลี้ยงปลาทอง อายุระหว่าง 8-45 ปี

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มคนต่างประเทศที่อยู่ใกล้เคียงประเทศไทย เช่นประเทศ ลาว จีน เวียดนาม

#### 4.2.2 ความต้องการอัตลักษณ์องค์กร

จากการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 เพื่อสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการสรุปว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการได้แก่

##### 1) ตราสัญลักษณ์

- ภาพประกอบ: ผู้ประกอบการต้องการภาพประกอบเป็นภาพปลาทองพันธุ์สิงห์ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่มีชื่อเสียงของฟาร์มและต้องการสื่อถึงความเป็นญี่ปุ่น ซึ่งเป็นต้นกำเนิดสายพันธุ์ของปลาทองชนิดนี้

- สี: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการสีแดง สีส้มแดง ซึ่งเป็นสีของปลาทอง และสีฟ้า น้ำเงินซึ่งเป็นสีที่สื่อถึงน้ำ

- ตัวอักษร: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการตัวอักษรที่สื่อถึงความทันสมัยและอ่านง่าย ชัดเจน

- โครงสร้างและการจัดองค์ประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการจัดวางองค์ประกอบแบบเน้นกึ่งกลาง

##### 2) อินโฟกราฟิก

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพวาดปลาทองสิงห์ญี่ปุ่น และปลาทองริวกิ้นเป็นภาพประกอบหลัก สื่อถึงการเลี้ยงดู หยอดน้ำ คลื่นน้ำ

- สี: ใช้สีโทนฟ้า น้ำเงิน ส้ม และแดง

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางให้ตัวอักษรอยู่ในหยดน้ำ ล้อมรอบด้วยสายพันธุ์ปลา

##### 3) ฉลากสินค้า

- ภาพประกอบ: ใช้รูปปลาทองสิงห์ญี่ปุ่น หรือปลาทองริวกิ้นเป็นภาพประกอบหลัก

- สี: ใช้สีแดง สีส้มแดงสีฟ้าและสีน้ำเงินเชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์

- ตัวอักษร: ใช้รูปแบบฟอนต์ที่อ่านง่าย ทันสมัย มีข้อความที่อยู่ฟาร์ม เบอร์โทรศัพท์และที่อยู่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook



- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบเน้นสมดุลซ้ายขวาเท่ากัน

#### 4) เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

- ภาพประกอบ: ภาพปก Cover ใช้ภาพตราสัญลักษณ์เป็นภาพพื้นหลัง
- สี: ใช้สีโทนแดง ฟ้ำเชื่อมโยงกับสื่ออื่น ๆ
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตามที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กำหนดไว้

#### 5) เลือสำหรับทำกิจกรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพตราสัญลักษณ์
- สี: ผ้าพื้นสีขาว หรือดำ
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตราสัญลักษณ์ตรงอกข้างซ้าย

#### 4.2.3 ความต้องการด้านความรู้

ผู้ประกอบการต้องการความรู้เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจของตนเองดังต่อไปนี้

##### 1) ความรู้ด้านการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

กิจการของเป็ยกปลาทอง โดยปกติจะมีลูกค้าประจำที่มารับซื้ออยู่แล้ว แต่บางส่วนหนึ่งผู้ประกอบการมีความต้องการขยายกลุ่มลูกค้าไปยังวัยรุ่น และวัยทำงานที่อยู่ต่างจังหวัดจึงอยากใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางขยายตลาดอีกช่องทางหนึ่ง

ลุงเป็ยก: “ลุงอยากใช้เฟสเป็นบ้าง จะได้ถ่ายรูปลงให้ลูกค้าดูตัว เพื่อให้ลูกค้าเพิ่มด้วย ส่วนใหญ่ลุงจะเห็นแต่ลูกมันเล่นอยู่คนเดียว ถ้าลุงใช้เป็นก็คงดี อีกอย่างถ้าลุงไม่วางจะได้ให้ลูกช่วยอีกแรง”

ป้าแอป ภรรยาลุงเป็ยก: “ป้าก็อยากใช้เป็น สอนป้าด้วย”

##### 2) ความรู้ด้านการถ่ายภาพปลาทองให้น่ารักและน่าเชื่อถือ

การถ่ายภาพปลาทองให้สวยงาม น่าซื้อ เป็นเรื่องที่ยากพอสมควร เนื่องจากปกติปลาทองไม่ชอบอยู่นิ่ง และการถ่ายภาพปลาทองต้องใช้มือข้างเดียวถ่าย เพราะต้องประคองปลาหรือจับปลา พลิกถ่ายหลายๆ มุม เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการเห็นหลายๆ ด้าน อีกทั้งยังนิยมขอรูปภาพเคลื่อนไหวด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้ความรู้ทั้งการถ่ายนิ่งและภาพเคลื่อนไหว

ลุงเปี้ยก: “สอนลุงถ่ายรูปปลา กับถ่ายวิดีโอด้วยก็ดีนะ ลุงจะได้เอาลงเฟส”

### 3) ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม

ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์มและสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นอีกหนึ่ง  
ความรู้ที่ผู้ประกอบการอยากเพิ่มเติม เพื่อให้การการพัฒนารูปร่างของตนเองในอนาคต

ลุงเปี้ยก: “ลุงอยากรู้เกี่ยวกับการจัดการและช่องทางการขยายฟาร์มด้วย เพื่อ  
อนาคตจะได้ขยายตลาด”

จากการสำรวจสภาพทั่วไปและความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรรวมถึงความรู้  
เพื่อการพัฒนาธุรกิจของเปี้ยกปลาทองสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีความชื่นชอบในการเลี้ยงปลาทอง  
เป็นพิเศษ มีประสบการณ์เลี้ยงยาวนาน มีภูมิปัญญาการเลี้ยงและสูตรอาหารเป็นของตนเอง  
สภาพแวดล้อมเอื้ออำนวยต่อการอาชีพเพาะเลี้ยงปลาทองเป็นอย่างมาก ปัญหาของฟาร์มคือ ด้าน  
ชื่อเสียงที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก และสถานที่เพาะเลี้ยงอยู่ห่างไกลจากชุมชนเป็นอย่างมาก อีกประการหนึ่ง  
คือผู้ประกอบการต้องการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้นกว่าเดิม

ความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรของฟาร์มเกษตรกึ่งแก้มประกอบไปด้วย ตรา  
สัญลักษณ์ อินโฟกราฟิกการเลี้ยงปลาทอง สื่อสำหรับทำกิจกรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ฉลาก  
สินค้าและเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยใช้ภาพประกอบเป็นภาพปลาทองพันธุ์สิงห์ญี่ปุ่น  
และพันธุ์ร็อกกิน ไซโทนสีแดง ส้มแดง ฟ้าและน้ำเงิน รูปแบบตัวอักษรมีความทันสมัย อ่านง่าย ชัดเจน  
จัดวางองค์ประกอบให้แบบกึ่งกลาง เน้นตราสัญลักษณ์ให้โดดเด่น

ความต้องการด้านความรู้เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน  
ตามแนวทางเศรษฐกิจดิจิทัลคือ ความรู้ด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เพื่อเป็นช่อง  
ทางการสื่อสารการตลาด การถ่ายภาพปลาทองให้สวยงาม น่าเชื่อถือ คมชัดและความรู้เกี่ยวกับการ  
บริหารจัดการฟาร์มและสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ



## เบียดปลาทอง

ข้อมูลฟาร์ม	ความต้องการด้านอัตลักษณ์	ความต้องการด้านความรู้
<ul style="list-style-type: none"> <li> บู่ประกวดการรักและชื่นชมวงการเลี้ยงปลาทองเป็นพิเศษ</li> <li> มีภูมิปัญญาในการเพาะเลี้ยงและผลิตอาหาร</li> <li> ต้องการขยายกลุ่มลูกค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตราสัญลักษณ์</li> <li>- อินโฟกราฟิก</li> <li>- วลาทสินค้า</li> <li>- สื่อทำกิจกรรม</li> <li>- เครื่องขายสังคมออนไลน์ Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> การใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารการตลาด</li> <li> เทคนิคการถ่ายภาพด้วยมือถือ</li> <li> เทคนิคการบริหารจัดการฟาร์มและสื่อสารการตลาด</li> </ul>

ภาพที่ 8 : สรุปข้อมูลเบียดปลาทอง

### 4.4 เก้าสิบเก้าแสนฟาร์ม

#### 4.4.1 สถานที่ตั้ง

ตั้งอยู่ที่ 68 หมู่ 9 ตำบล สระสีเหลียม อำเภอ พนัสนิคม จังหวัด ชลบุรี

#### 4.4.2 ประวัติสถานประกอบการ

จุดเริ่มต้นของการเลี้ยงปลากระเบนน้ำจืดเป็นธุรกิจ เกิดจากความชอบและความสนใจส่วนตัวของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการมองว่าปลากระเบนเป็นปลาที่มีความน่ารัก สวยงามแปลก ประกอบกับที่มีเพื่อนสนิทเลี้ยงปลากระเบนอยู่แล้วจำนวนหนึ่งจึงค่อนข้างประทับใจ จากนั้นได้เริ่มเลี้ยงปลากระเบนสายพันธุ์โมโตโรเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นสายพันธุ์ที่มีราคาค่อนข้างถูก โดยราคาลูกปลากระเบนอายุประมาณ 1 เดือน เริ่มต้นประมาณตัวละ 900 – 2,500 บาท หลังจากที่เลี้ยงมาเรื่อยๆปลาเริ่มมีขนาดที่ต้องการของตลาดจึงได้เริ่มนำออกสู่การตลาดและเริ่มมองหาพันธุ์อื่นๆมาเลี้ยงโดยร่วมกันกับเพื่อน เลยทำให้มีรายได้มาส่วนหนึ่งจึงเริ่มลงทุนต่อยอดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากเพียงไม่กี่ตัว ใช้เวลาในการซื้อมาขายไปประมาณ 3 ปีแต่ประสบการณ์โดยรวมทั้งหมด 5 ปี จึงได้เริ่มเพาะเลี้ยงอย่างจริงจัง 99 แสนฟาร์มจึงเกิดขึ้นมา



ภาพที่ 9 : การลงพื้นที่ 99 แส่นฟาร์ม

#### 4.4.3 จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค

Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ	Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญในการเลี้ยง</li> <li>- มีฐานลูกค้าในประเทศ</li> <li>- เป็นที่รู้จักในวงการผู้ชื่นชอบปลากระเบน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ประกอบการผลิตสายพันธุ์ที่ไม่หลากหลาย จึงมีตัวเลือกให้ลูกค้าน้อย</li> <li>- ขาดต้นทุนเพื่อการขยายกิจการ</li> <li>- ไม่มีอัตลักษณ์องค์กร ขาดความรู้ด้านการออกแบบ การใช้สื่อเพื่อการตลาด การถ่ายภาพเพื่อสื่อสารกับลูกค้า</li> </ul>
Opportunities - โอกาสที่จะดำเนินการได้	Threats - อุปสรรค หรือข้อจำกัด
<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถาบันการศึกษาให้ความสนใจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาปลากระเบนไม่คงที่ ขึ้นอยู่กับความนิยมของตลาด</li> </ul>

ตารางที่ 4 : การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค 99 แส่นฟาร์ม

#### 4.4.4 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ บุคคลที่ชื่นชอบในการเลี้ยงสัตว์น้ำ ภายในประเทศ ช่วงอายุ 20 ขึ้นไป หรือบุคคลที่มีรายได้

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ชาวต่างชาติที่มีความชื่นชอบเช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม

#### 4.4.5 ความต้องการอัตลักษณ์องค์กร

จากการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 เพื่อสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการสรุปว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการได้แก่

##### 1) ตราสัญลักษณ์

- ภาพประกอบ: ผู้ประกอบการต้องการภาพประกอบเป็นภาพปลากระเบนน้ำจืดสายพันธุ์โมโตโร่

- สี: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการสีน้ำตาลที่เชื่อมโยงมาจากสีของปลากระเบนสายพันธุ์โมโตโร่ และสีเทา ดำ

- ตัวอักษร: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการตัวอักษรที่สื่อถึงความเป็นไทย มีเอกลักษณ์

- โครงสร้างและการจัดองค์ประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการโครงสร้างเป็นรูปวงรีจัดวางองค์ประกอบแบบเน้นสมดุลแบบสองข้าง

##### 2) อินโฟกราฟิก

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพประกอบเชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์ เน้นให้เข้าใจได้ง่าย

- สี: ใช้สีโทนฟ้า ที่สื่อถึงน้ำและโทนสีเทาที่เชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย โดยเพิ่มข้อมูลการเลี้ยงปลากระเบนที่ถูกต้องและที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ รวมถึงขั้นตอนและวิธีชำระเงิน

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางหน้ากระดาษแนวนอน ให้ดูทันสมัยสวยงาม

##### 3) เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

- ภาพประกอบ: ภาพปก Cover ใช้ภาพตราสัญลักษณ์และภาพของฟาร์มเป็นภาพพื้นหลัง

- สี: ใช้สีเชื่อมโยงสื่ออื่น ๆ ให้ดูเป็นชุดเดียวกัน

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรตามที่ Facebook กำหนด

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตามที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กำหนดไว้

##### 4) เลือสำหรับทำกิจกรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพตราสัญลักษณ์

- สี: ฟ้าพื้นสีขาว

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทนสมัย มีความเป็นไทย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตราสัญลักษณ์ตรงกระเปาะเสื้อ ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง

### 5) เว็บไซต์

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพตราสัญลักษณ์ และภาพถ่ายปลากะเบนที่มีความน่ารัก สวยงาม แปลกตา และขี้เล่น
- สี: โทนสีขาว เทา
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทนสมัย และใช้ภาษาอังกฤษ
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางให้เป็นระเบียบ ดูง่าย ไม่รกเกินไป

#### 4.4.6 ความต้องการด้านความรู้

ผู้ประกอบการต้องการความรู้เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจของตนเองดังต่อไปนี้

##### 1) ความรู้ด้านการถ่ายภาพปลากะเบน

การถ่ายภาพปลากะเบนให้สวยงาม น่าซื้อ เป็นเรื่องที่ยากไม่ค้อยาก เนื่องจากปกติปลากะเบนโดยธรรมชาติเป็นปลาที่ชอบอยู่นิ่ง ๆ แต่สิ่งที่ยากคือจะถ่ายรูปอย่างไรให้สวยงาม สง่างาม อีกทั้งปลากะเบนเป็นสัตว์ที่มีเงี่ยงพิษ การถ่ายภาพปลากะเบนจึงต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ และต้องหามุมสำหรับถ่ายให้ดี

คุณออม: “ผมอยากถ่ายรูปเก่ง ๆ จะได้ถ่ายลงเฟสกับเว็บให้ลูกค้าดู”

##### 2) ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม

ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นอีกหนึ่งความรู้ที่ผู้ประกอบการอยากเพิ่มเติม เพื่อให้การการพัฒนาธุรกิจของตนเองในอนาคต

คุณออม: “ผมอยากสร้างผลิตภัณฑ์อื่นๆ และอยากทำตลาดของตัวเองให้สามารถขายได้หลายอย่าง ถ้าปลากะเบนขายไม่ออก จะได้มีอย่างอื่นสร้างรายได้ไม่ขาดตอน”

จากการสำรวจสภาพทั่วไปและความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์การรวมถึงความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจของเก้าสิบเก้าแสนฟาร์มสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีความชื่นชอบปลากะเบนโดยเห็นว่ามีควมน่ารัก แปลกตา และผู้ประกอบการค่อนข้างมีประสบการณ์เลี้ยงปลากะเบนมาก

พอสมควร ปัญหาของฟาร์มคือ สภาพเศรษฐกิจและราคาปลาประเบนที่ไม่คงที่ มีขึ้นลงตามความนิยม และผู้ประกอบการต้องการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ

ความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรของเก้าสิบเก้าแสนฟาร์มประกอบไปด้วย ตราสัญลักษณ์ อินโฟกราฟิกการเลี้ยงปลากระเบน เพื่อสำหรับทำกิจกรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook และเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ โดยใช้ภาพประกอบเป็นภาพปลากระเบนสายพันธุ์โมโตโร่ ใช้โทนสีน้ำตาล เทาและดำ รูปแบบตัวอักษรมีความเป็นไทย ทันสมัย อ่านง่าย ชัดเจน จัดวางองค์ประกอบให้แบบสมดุลเน้นตราสัญลักษณ์ให้โดดเด่น

ความต้องการด้านความรู้เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ตามแนวทางเศรษฐกิจดิจิทัลคือ ความรู้ด้านการการถ่ายภาพปลากระเบนให้สวยงาม คมชัดและความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์มและสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ



## เก้าสิบเก้าแสนฟาร์ม



ภาพที่ 10 : สรุปข้อมูลเก้าสิบเก้าแสนฟาร์ม

หลังจากสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นจากผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจเป็นที่เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้จัดอบรมให้ความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยสนทนากลุ่มดังรายละเอียด

#### 4.5 การอบรมให้ความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการแก้ปัญหา (Knowledge management : KM)

หลังจากรวบรวมข้อมูลภูมิหลังของฟาร์มสัตว์เศรษฐกิจทั้ง 4 ฟาร์มแล้ว ผู้วิจัยได้ติดต่อผู้มีส่วนร่วม อันประกอบไปด้วยผู้ประกอบการ ทายาทผู้ประกอบการ ลูกค้าประจำ หน่วยงานภาครัฐ นักศึกษาด้านการออกแบบสื่อสาร และนักวิชาการด้านการออกแบบสื่อสาร เพื่อจัดงานอบรมให้ความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายใต้ “โครงการเสริมหลักสูตรบูรณาการการวิจัย บริการวิชาการแก่สังคมและจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล” จัดกิจกรรม ณ ห้องบรรยาย 3 อาคารอำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ วันที่ 10-12 ตุลาคม 2559 เวลา 9.00 – 16.00 น. โดยมีผู้มีส่วนร่วมและผู้สนใจเข้าร่วมโครงการจำนวน 59 คน หัวข้อของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้คือแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และอบรมให้ความรู้ด้านบริหารจัดการฟาร์ม และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาด โดยมีวิทยากรผู้ให้ความรู้ดังนี้

1. คุณสีชมพู บุตรสินธุ์ (พัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ) ให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 12 เศรษฐกิจดิจิทัล
2. คุณสุรัชย์ แซ่จิว (รองประธานสภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรปราการ คนที่ 1) ให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม การแปรรูปและสินค้าเกษตร
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาติรี บัวคลี่ (ผู้วิจัยและนักออกแบบสื่อสาร) ให้ความรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา อรัณยธาดา (นักวิชาการด้านการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์) ให้ความรู้ด้านการการออกแบบเว็บไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการต่อยอดธุรกิจ
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวรรณา อินคาลัย (ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหาร การบัญชีและเศรษฐศาสตร์) ให้ความรู้ด้านการจัดการ การทำบัญชีและการใช้หลักเศรษฐศาสตร์เพื่อการต่อยอดธุรกิจ





ภาพที่ 11 : บรรยากาศกิจกรรมเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้

เมื่อเสร็จกิจกรรมการให้ความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้มีส่วนร่วมแล้ว ได้จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยแยกฟาร์มแต่ละฟาร์มเป็นกลุ่มย่อย และให้ผู้มีส่วนร่วมประกบพร้อมทั้งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วางแผนบริหารจัดการฟาร์มและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งแก้ปัญหาด้านการตลาด ผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พบว่า

#### 4.5.1 ปัญหาและข้อจำกัดของผู้ประกอบการ

“คุณเกษกมล : พี่เคศหวังว่า พี่มีแรงงานที่ช่วยดูแลบ่อน้อย ไม่มีคนช่วยเลี้ยงกุ้ง และแปรรูป แถมไม่ค่อยมีเครื่องมือที่ช่วยผลิตเลย กลัวส่งกุ้งไม่ทันออเดอร์ที่เขาสั่ง”

“คุณออม : ผมมีปัญหาเรื่องทุนขยายธุรกิจ ที่ยังขาดสภาพคล่อง”

“คุณแอน : แอนมีปัญหาเรื่องการสื่อสารตลาด อยากให้คนรู้จักมากกว่านี้”

“ลุงเปี้ยก : ผมขายผ่านพ่อค้าคนกลาง โดนกดราคาเยอะและบ่อยมาก แคมใช้เฟสอะไรก็ไม่ค่อยเป็น คนช่วยน้อยมีแค่เมีย กะลูก ทุนยังไม่ต้องพูดถึง”

สรุปแล้ว ปัญหาของผู้ประกอบการทั้ง 4 ราย คือ ปัญหาด้านแรงงานการผลิต ปัญหาด้านทุนทรัพย์เพื่อการผลิตและต่อยอดธุรกิจ และปัญหาด้านเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ช่วยด้านการผลิต ซึ่งผู้มีส่วนร่วมคิดว่า เป็นข้อจำกัดในธุรกิจของตนเองมาตั้งแต่แรก วิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดคือ “การทลายกำแพงข้อจำกัดของตัวเอง โดยต้องเป็นนักคิดที่ไม่มีข้อจำกัดใด แล้วมุ่งหน้าสู่เป้าหมายให้สำเร็จ”

#### 4.5.2 สรุปแนวทางการแก้ไขปัญหา (ถอดบทเรียนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้)

ผู้มีส่วนร่วมได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถกปัญหา พร้อมทั้งเสนอวิธีการแก้ปัญหาด้วยมุมมองที่หลากหลายผ่านกิจกรรมที่ผู้วิจัยจัดขึ้น โดยปัญหาที่สำคัญของผู้ประกอบการคือ “แรงผลิตน้อย ทุนน้อย และคนช่วยน้อย” ดังนั้นผู้มีส่วนร่วมจึงได้เสนอวิธีแก้ปัญหาที่หลากหลายตามประสบการณ์ความรู้ ผ่านมุมมองของผู้มีส่วนร่วมแต่ละคน สามารถสรุปได้ดังนี้

- แก้ไขปัญหาโดยใช้หลัก 5 M เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่นักวิชาการและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้เสนอความคิด โดยหัวใจของ 5 M ประกอบไปด้วย 1) Man 2) Money 3) Machin 4) Management และ 5) Marketing โดยหัวใจหลักสำคัญของ 5 M คือ การบริหารจัดการ (management) โดยผู้มีส่วนร่วมที่เสนอความคิดเชื่อว่า หากบริหารจัดการดี ย่อมทำให้อย่างอื่นดีหมด

- แก้ปัญหาโดยใช้แนวทางเศรษฐศาสตร์ เสนอโดยนักวิชาการและผู้วิจัย ซึ่งหัวใจหลักสำคัญของแนวทางเศรษฐศาสตร์คือ “จำกัด ไม่จำกัด และสูงสุด” อธิบายได้ว่า “จำกัด” คือการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดตามที่คุณประกอบการกล่าวมานั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด “ไม่จำกัด” คือ ความต้องการของมนุษย์มีอย่างไม่จำกัดอยู่แล้ว ดังนั้นควรใช้จุดนี้เป็นตัวกระตุ้นตลาดให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ให้ได้มากที่สุด อาจใช้วิธีการกระตุ้นผ่านสื่อออนไลน์ซึ่งไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ส่วน “สูงสุด” คือ การบริหารจัดการ หรือจัดสรร ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สมาชิก เพื่อให้เกิดความเป็นเจ้าของร่วม และทำงานโดยไม่คิดค่าตัว ตัวเองเป็นแค่ลูกจ้าง เมื่อไม่คิดว่าตัวเองเป็นแค่ลูกจ้าง ก็จะทุ่มเทกับการทำงานเต็มที่ เหมือนจ้างเพียง 1 คนแต่ได้แรงงานมากถึง 3 คน

- แนวทางการแก้ปัญหาด้วยหัวใจแห่งการบริหารเศรษฐศาสตร์ในแบบญี่ปุ่น เสนอแนวคิดโดยผู้วิจัย ผู้ประกอบการ นักวิชาการและนักศึกษาที่เคยไปดูงานในญี่ปุ่น โดยเสนอว่า หัวใจสำคัญของการบริหารแบบญี่ปุ่นคือ 1) สูงสุด คือ การใช้ทรัพยากรที่คุณประกอบการแต่ละรายมีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งคน เงิน อุปกรณ์ 2) ระเบียบวินัย คือ ผู้ประกอบการต้องมีระเบียบวินัยในการบริหารจัดการ ไม่ใช่ทำตามอารมณ์ หรือทำแบบส่ง ๆ ต้องวางตารางเวลาการทำงานอย่างมีระเบียบแบบแผน 3) การออกแบบ คือ ผู้ประกอบการต้องเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบ (Design) ทั้งสินค้า เช่น ปลา กัด ก็ควรผลิตสีสันทันให้สวยงามตรงความต้องการของตลาด อย่างตลาดปัจจุบัน ปลา กัดลายธงชาติ ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการควรผสม โดยใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ให้ได้ที่ตลาดต้องการ หรือการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ให้มีความหลากหลาย เล็ก ๆ ไม่ต้องมาก แต่ใช้ดีไซน์ในการขับเคลื่อนธุรกิจ

- แนวทางการแก้ปัญหาแบบสหกรณ์ คือ เปลี่ยนกำไรจากปกติที่คุณประกอบการได้เพียงร้อยละ 20 ส่วนพ่อค้าคนกลางได้กำไรมากถึงร้อยละ 80 เป็นพ่อค้าคนกลางได้กำไรเพียงร้อยละ 20 และผู้ประกอบการได้กำไรร้อยละ 80 โดยใช้ช่องทางการขายเพียงช่องทางเดียว และตรงไปยังผู้บริโภค ทำงานเป็นรูปแบบทีมเวิร์ก มีการปันผลให้กับสมาชิกหรือคนงานและสิทธิพิเศษสำหรับผู้ที่มีส่วน

เกี่ยวข้อง เช่น ฟาร์มเกษตรกึ่งแก้ม ให้จัดรูปแบบการเลี้ยงกึ่งแบบสหกรณ์เกษตรอินทรีย์ โดยหาสมาชิกที่แนวคิดใกล้เคียงกันมารวมกัน และให้ความรู้ทั้งการเลี้ยง บริหารจัดการ และการแปรรูปรวมทั้งการตลาดให้กับสมาชิก จากนั้นจึงรวมกันเปิดร้านขายในพื้นที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายและขายผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เป็นต้น



ภาพที่ 12 : การแลกเปลี่ยนเรียนรู้

#### 4.6 การให้ความรู้

หลังจากผู้วิจัยได้กิจกรรมการอบรมให้ความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ณ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้ติดตามผลการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยสอบถามความต้องการด้านความรู้ที่ผู้ประกอบการอยากเรียนรู้เพิ่มเติม หรือมีประเด็นความรู้ใดที่ยังต้องการเรียนรู้นอกจากที่จัดอบรมให้ ผลการสอบถามผู้ประกอบการพบว่า ยังต้องการความรู้ด้านการถ่ายภาพ และความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์มเพิ่มขึ้นให้มากกว่าเดิม ผู้วิจัย นักศึกษาผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมจึงได้ปรึกษาหารือ และสรุปว่าจะลงพื้นที่ไปยังฟาร์มของผู้ประกอบการเพื่อถ่ายทอดความรู้ตามที่ผู้ประกอบการต้องการ โดยผู้ประกอบการที่ต้องการความรู้ด้านการถ่ายภาพก็นำอุปกรณ์และเครื่องมือไปถ่ายทอดให้ ส่วนผู้ประกอบการที่ต้องการความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม ผู้วิจัยและนักศึกษาเห็นว่า ควรใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วย โดยใช้การสอนผ่านเกมบรวรนฟาร์ม ซึ่งเป็นเกมอยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ Line และมีการสอดแทรกการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบแบบแผน สามารถสั่งสมความรู้เสมือนจริงได้เป็นอย่างดี อีกทั้งผู้ประกอบการยังได้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และได้ฝึกหัดใช้เทคโนโลยีดิจิทัลไปในตัวอีกด้วย

การให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์มสำหรับผู้ประกอบการนั้น ผู้วิจัยได้ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสอบถามความต้องการของผู้ประกอบการว่าต้องการความรู้ด้านใดบ้าง หรือมีความรู้

ด้านใดที่ขาดทักษะ ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการทั้งหมดให้ข้อมูลว่าขาดทักษะความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม ดังนั้นผู้วิจัยจึงจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม โดยจัดกิจกรรมอบรม และเชิญผู้เชี่ยวชาญทางด้านการบริหารจัดการและการบัญชีมาให้ความรู้ จากนั้นจึงใช้กิจกรรมเสริม โดยนำเกมบราวน์ฟาร์ม ซึ่งเป็นเกมจำลองสถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์มแบบรูปแบบ สมาร์ทฟาร์มเมอร์ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ อีกทั้งยังฝึกให้ผู้ประกอบการคุ้นชินกับเทคโนโลยีดิจิทัล และมีความรู้ไปพร้อมกับความสนุกสนาน ดังภาพที่ 9

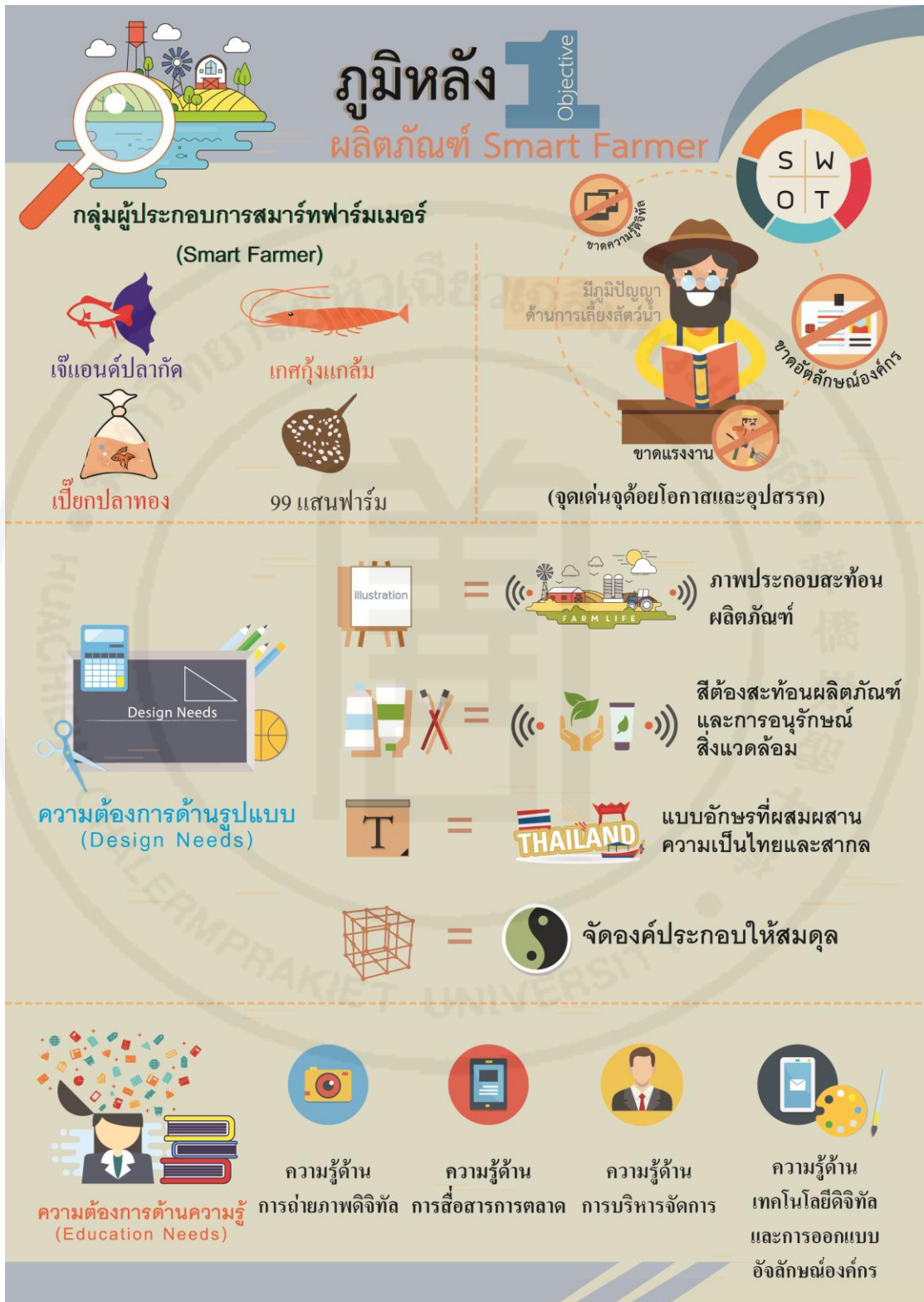


ภาพที่ 13 : การถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์มให้ผู้ประกอบการผ่านเกมบราวน์ฟาร์ม

ในส่วนของความรู้ด้านการสร้างสื่อดิจิทัลและการถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์และเว็บไซต์เป็นอีกทักษะความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงจัดกิจกรรมลงพื้นที่ไปให้ความรู้พร้อมนักศึกษาผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการตลอดระยะเวลา 4 เดือนรวมทั้งสิ้น 15 ครั้งจนแน่ใจว่าผู้ประกอบการสามารถทำได้ โดยใช้วิธีสังเกตและให้ผู้ประกอบการทดลองทำเอง ผลปรากฏว่าผู้ประกอบการสามารถรับรู้กระบวนการ ทำตามได้อย่างถูกต้องและทำได้อย่างคล่องแคล่วเป็นธรรมชาติดังภาพที่ 10



ภาพที่ 14 : ถ่ายทอดความรู้ด้านการถ่ายภาพและการตกแต่งภาพถ่ายด้วยโปรแกรม Adobe Photoshop



ภาพที่ 15 : อินโฟกราฟิกภาพรวมภูมิหลัง ความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรและความรู้

## บทที่ 5

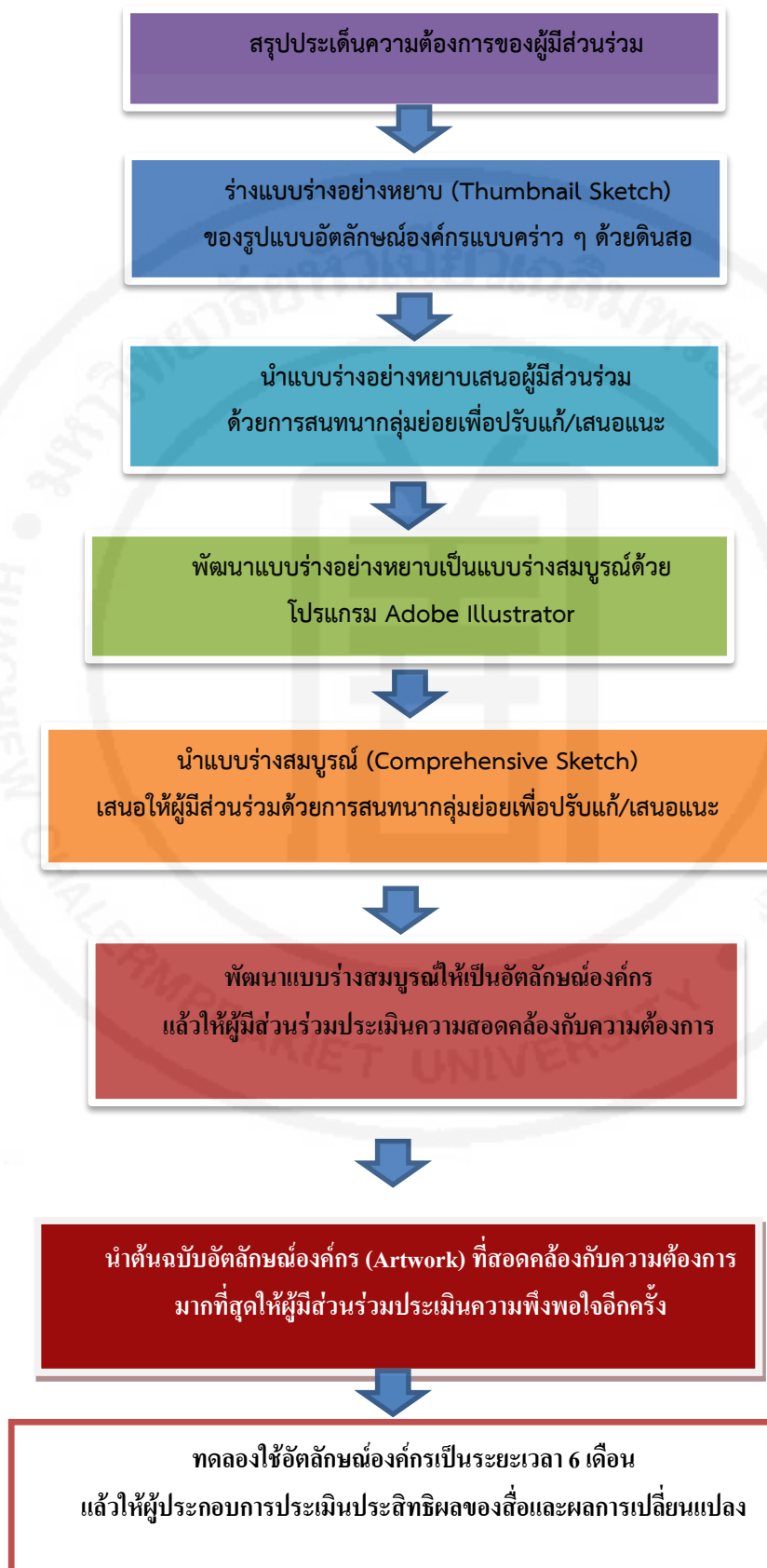
### ผลการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

การออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กร เป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการทำวิจัยคือ “เพื่อออกแบบและพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์องค์กรกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจในจังหวัดสมุทรปราการและปริมณฑลด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล” สาระสำคัญของการออกแบบคือ การใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เชื่อมโยงความคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการ ทายาทผู้ประกอบการ ลูกจ้างประจำของผู้ประกอบการ นักออกแบบ นักวิชาการ รวมทั้งหน่วยงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ และสภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นกรอบความคิดในการออกแบบ จุดมุ่งหมายคือ งานออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่สะท้อนความคิดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านผลงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กร เริ่มตั้งแต่การตั้งชื่อตราสินค้า การกำหนดสี รูปแบบตัวอักษร ภาพประกอบ วัสดุ และโครงสร้างร่วมกันอย่างเป็นประชาธิปไตยผลงานต้องสื่อถึงฟาร์มและสื่อถึงผลิตภัณฑ์

#### ผลการศึกษามีข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ

1. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรด้วยแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ต้องออกแบบให้สอดคล้องกับทักษะ พฤติกรรม พื้นฐานความรู้และความต้องการของผู้มีส่วนร่วมอย่างเป็นประชาธิปไตย โดยเฉพาะทักษะการใช้ และสร้างสรรค์สื่อออนไลน์เพื่อความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน (ชาติรี บัวคลี, 2557)
2. อัตลักษณ์องค์กรที่ใช้เวลาออกแบบและพัฒนานานที่สุดคือ “ตราสัญลักษณ์” เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมเห็นว่าเป็นสื่อที่ต้องดีที่สุดเพราะเมื่อนำไปใช้ในสื่ออื่น เช่น อินโฟกราฟิก นามบัตร เครือข่ายสังคมออนไลน์ ฉลากสินค้าฯ ถ้าตราสัญลักษณ์ดีจะทำให้สื่ออื่น ๆ ดี และสวยตามไปด้วย อีกทั้งสื่อของตราสัญลักษณ์ยังเป็นสื่อที่กำหนดโทนสีของงานออกแบบทั้งหมด
3. กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วม รวมถึงการอบรม และจัดกิจกรรมให้ความรู้สามารถพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและการบริหารจัดการให้ผู้ประกอบการสัตว์น้ำเศรษฐกิจเป็นสมาร์ทฟาร์มเมอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. พื้นฐานความรู้ความเข้าใจด้านการออกแบบของผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญ หากผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจในงานออกแบบ ย่อมทำให้กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานชัดเจนง่ายและใช้ระยะเวลาไม่นานเกินควร

5. การออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลต้องสะท้อนความเป็นสากลในขณะเดียวกันต้องสื่อถึงภูมิปัญญาวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และความพอเพียง
6. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่ดีต้องมีการใช้ระบบสัญลักษณ์ที่ชัดเจนเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ สถานที่ตั้ง หรือเอกลักษณ์ของฟาร์ม โดยใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายมีขนาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้สีเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ และการจดจำ (จตุพงศ์ ภูสุมาศ, 2560; ปาพจน์ หนูนุกัทธิและวันลภ เปรมาพันธุ์, 2553)
7. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล สามารถกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่รู้สึกท้อภัยยอดขายที่ลดลง และผู้ประกอบการที่กำลังจะเลิกล้มความตั้งใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้กลับมามีกำลังใจเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วมมีนักออกแบบ หน่วยงานภาครัฐ ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปด้วยกัน ให้กำลังใจ ตั้งกลยุทธศาสตร์ที่มีเมตริจิตอันดีต่อกัน อีกทั้งยังได้ความรู้ด้านการออกแบบ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การบริหารจัดการฟาร์มตั้งแต่การเลี้ยง การแปรรูป ช่องทางการจำหน่ายและการสื่อสารการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้งยังได้เห็นผลงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่เป็นรูปธรรมและคาดว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายได้ในอนาคตอย่างแน่นอน ทำให้ผู้ประกอบการมีกำลังใจที่จะดำเนินกิจการไป
8. การถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์พื้นฐานการคุ้นชินเทคโนโลยีของผู้ประกอบการในแต่ละราย เนื่องจากความคุ้นเคยเทคโนโลยีมีผลต่อการรับรู้ และการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ อายุ การศึกษา และฐานะของผู้ประกอบการมีผลต่อความคุ้นเคยเทคโนโลยีดิจิทัล
9. หลังจากให้ผู้ประกอบการทดลองใช้อัตลักษณ์องค์กรเป็นเวลา 6 เดือน พบว่าผู้ประกอบการทั้ง 4 ฟาร์มมีความพึงพอใจต่อผลงานการออกแบบอย่างมาก โดย 3 ใน 4 ของผู้ประกอบการได้นำตราสัญลักษณ์ไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา ส่วนอีก 1 รายไม่จดทะเบียนเนื่องจากกลัวมีปัญหาด้านภาษีอากร





---

**ภาพที่ 16 : กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วม**


---

### 5.1 อัตลักษณ์องค์กรฟาร์มเจ๊แอนปลาภัต

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่า อัตลักษณ์องค์กรที่ฟาร์มเจ๊แอนปลาภัตจำเป็น และต้องการประกอบไปด้วย ตราสัญลักษณ์ นามบัตร อินโฟกราฟิก เสื้อพนักงานสำหรับการออกร้าน และเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยมีขั้นตอน และรายละเอียดการออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลดังนี้

#### 5.1.1 ตราสัญลักษณ์

ตราสัญลักษณ์เป็นอัตลักษณ์องค์กรที่ใช้ระยะเวลาออกแบบและพัฒนานานที่สุด มีขั้นตอนการออกแบบซับซ้อนหลายขั้นตอน แต่หากสามารถได้ตราสัญลักษณ์ที่สอดคล้องความต้องการของผู้มีส่วนร่วมแล้วการออกแบบสิ่งอื่นๆ ก็ไม่เป็นเรื่องยาก และมีขั้นตอนไม่ซับซ้อนอีกต่อไป โดยการออกแบบตราสัญลักษณ์องค์กรของฟาร์มเจ๊แอนปลาภัตมีข้อมูลสำหรับการออกแบบตราสัญลักษณ์ประกอบด้วย

- ภาพประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการภาพปลาภัตทั้ง 3 สายพันธุ์ที่เป็นชื่อเสียงโด่งดังและเป็นที่ยึดของฟาร์ม อันประกอบไปด้วย ปลาภัตสายพันธุ์หางพระจันทร์ ปลาภัตหางมงกุฏ และปลาภัตหางสามเหลี่ยม

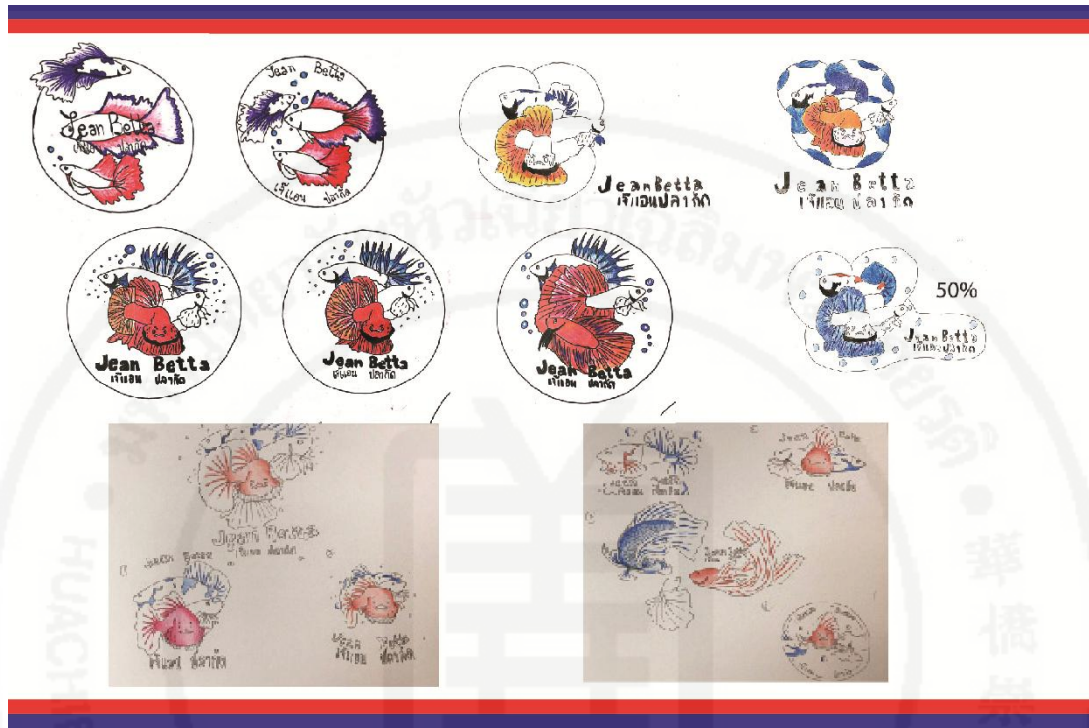
- สี: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการสีที่สื่อถึงความเป็นไทย โดยเชื่อมโยงกับสีธงชาติไทยอันประกอบไปด้วย สีแดง สีขาวและสีน้ำเงิน

- ตัวอักษร: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการตัวอักษรที่สื่อถึงความเป็นสากล มีลักษณะทันสมัย อ่านง่าย

- โครงสร้างและการจัดองค์ประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการจัดวางองค์ประกอบแบบเน้นกึ่งกลาง และสมดุลแบบสองข้างไม่เท่ากัน

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ พร้อมทั้งลงสี และตัดเส้นจำนวน 15 แบบ ให้ผู้มี

ส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์  
ที่ดีที่สุด จากนั้นจึงนำมาพัฒนาต่อเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จนสมบูรณ์



ภาพที่ 17 : แบบร่างด้วยดินสอ ลงสีไม้และตัดเส้นตราสัญลักษณ์เจ้าแอนปลาปักที่ออกแบบด้วย  
โปรแกรมคอมพิวเตอร์

เมื่อร่างภาพด้วยดินสอ ลงสีและตัดเส้นจนแบบร่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้นำแบบร่างทั้งหมดให้ผู้มี  
ส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น วิจารณ์ผลงาน และช่วยกันเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาต่อเป็นแบบร่าง  
ละเอียดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อไป



ภาพที่ 18 : แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เจ็อนปลาถัดที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

เมื่อได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่สมบูรณ์ทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกแบบที่พึงพอใจที่สุดด้วยวิธีลงคะแนนเสียงจนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 แบบ และใช้แบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนนจนได้ตราสัญลักษณ์ที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ



ภาพที่ 19 : แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เจ็อันปลากัดที่คะแนนสูงสุด 3 ลำดับ

ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 2 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 4 คะแนน และแบบที่ 3 ได้คะแนน 1 คะแนน ดังนั้นรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่สอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 2 เหตุผลที่ผู้มีส่วนร่วมเลือกตราสัญลักษณ์ในรูปแบบที่ 2 มากที่สุด เนื่องจากเป็นตราสัญลักษณ์ที่มีความสมดุลมากที่สุด ใช้วงกลมที่สื่อถึงสัญลักษณ์หยิน และหยาง ภาพประกอบเป็นรูปปลากัดที่โดดเด่น 3สายพันธุ์ของฟาร์มเจ็อันคือ ปลากัดสายพันธุ์พีเค ปลากัดหูช้างหางมงกุฏ และปลากัดหางพระจันทร์ ใช้สีธงชาติที่สื่อถึงความเป็นเลิศด้านการกัดเก่งและสวยงามของปลากัดไทยแท้ มีความเป็นสากล และทันสมัยโดยใช้ชื่อฟาร์มเป็นภาษาอังกฤษ และภาษาไทย

### 5.1.2 นามบัตร

อัตลักษณ์องค์กรที่ฟาร์มเจ็อันปลากัดต้องการ อีกสื่อหนึ่งคือ นามบัตร เนื่องจากฟาร์มเจ็อันปลากัดออกร้านตามงานเทศกาลประกวดปลาสวยงามไปทั่วโลก ดังนั้นนามบัตรจึงมีความจำเป็นสำหรับส่งเสริมฟาร์มเจ็อันปลากัดให้เป็นที่รู้จัก จดจำและติดต่อจากลูกค้าได้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบนามบัตรมีดังนี้

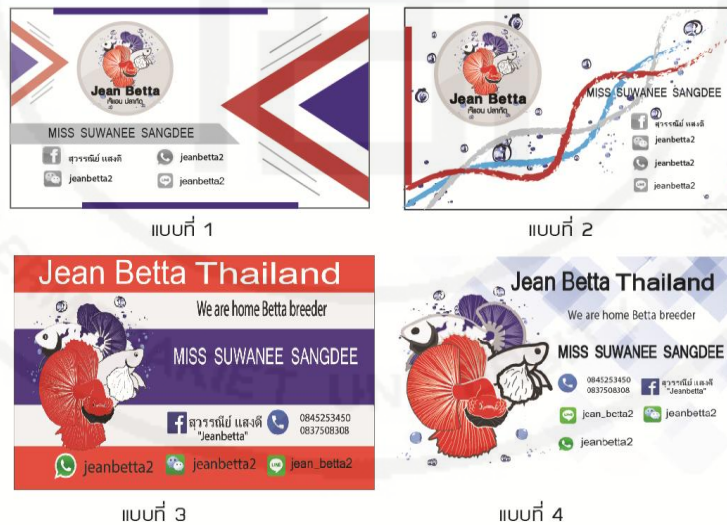
- ภาพประกอบ: เชื่อมโยงกับสีส่วนร่วมและตราสัญลักษณ์ และใช้รูปทรงเรขาคณิตที่สื่อถึงความเป็นไทยเช่น สีเหลี่ยม ลายสาน ลายขัด

- สี: ใช้สีธงชาติ แดง ขาว น้ำเงิน

- ตัวอักษร: ใช้รูปแบบฟอนต์ไทย มีความเป็นไทยชัดเจน แต่ข้อความภาษาอังกฤษ

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางให้สัดส่วนดูสบายตา

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 4 แบบ เมื่อได้รูปแบบนามบัตรตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นนามบัตรโดยเชื่อมโยงกับข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนร่วม และนำมาจัดวางองค์ประกอบผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ จำนวน 4 รูปแบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนนและไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้ฉลากสินค้าที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 3 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 1 คะแนน และแบบที่ 3 ได้คะแนน 2 คะแนน และแบบที่ 4 ได้ 6 คะแนน ดังนั้นรูปแบบนามบัตรที่สอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 4 ดังภาพ



ภาพที่ 20 : แบบร่างละเอียดนามบัตรเจ๊แอนปลาที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

นามบัตรรูปแบบที่ 4 ที่ผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจาก ปลาทั้ง 3 ตัวซึ่งเป็นภาพของตราสัญลักษณ์โดดเด่นที่สุด เพราะพื้นหลังได้ออกแบบให้เป็นสีเขียวเข้มเน้นให้สัญลักษณ์โดดเด่น

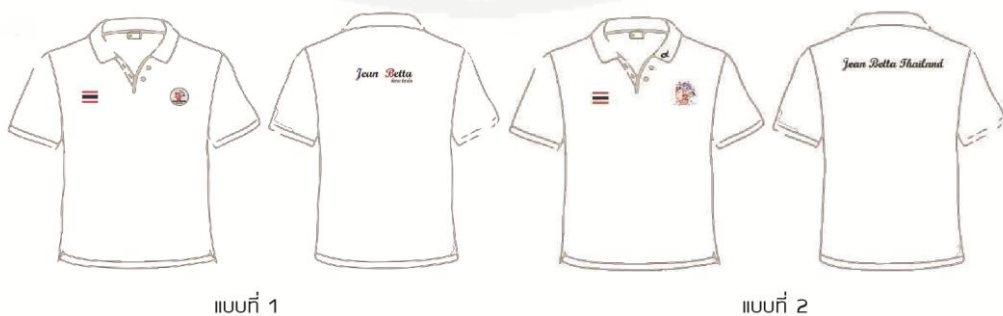
สะดุดตา และสะท้อนลายสานของผ้าขาวม้าเอกลักษณ์ของความเป็นไทย อีกทั้งยังใช้สัญลักษณ์ (Icon) สื่อดิจิทัลต่าง ๆ เช่น Facebook, Line ฯ แทนตัวอักษรทำให้ดูทันสมัยและเป็นสากล

### 5.1.3 เสื้อพนักงานใส่ออกร้าน

อัตลักษณ์อีกชนิดหนึ่งที่มีความจำเป็นสำหรับฟาร์มเจ็แอนปลาถัด เนื่องจากผู้ประกอบเดินทางออกร้านและประกวดปลาสวยงามทั่วโลก โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบอินโฟกราฟิกภาพนี้มีดังนี้

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพธงชาติและตราสัญลักษณ์
- สี: ใช้พื้นสีขาว
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่สื่อถึงความเป็นไทย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบเรียบง่าย เป็นสากลและมีความน่าเชื่อถือ

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกครบแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 2 แบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้แบบเสื้อพนักงานที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 3 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 5 คะแนน ดังนั้นรูปแบบนามบัตรที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 2 ดังภาพ



ภาพที่ 21: แบบร่างละเอียดเสื้อพนักงานออกร้านเจ็แอนปลาถัดที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

#### 5.1.4 เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

เป็นสื่อหลักที่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการให้มี เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้สื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางนี้ เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายยุคปัจจุบันนิยมสื่อสารและรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุดในโลก โดยเฉพาะในประเทศไทย (พรรณสิริ สุ่นประเสริฐ, 2559 ) โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ภาพหนึ่งมีดังนี้

- ภาพประกอบ: ภาพปก Cover ให้ตัดต่อภาพคลื่นน้ำ ตราสัญลักษณ์ และภาพเจ้าหน้าที่ด้วยรางวัลการประกวดปลากัดสวยงาม ส่วนภาพประจำตัวให้ใช้ภาพตราสัญลักษณ์

- สี: ใช้สีโทนน้ำเงิน ขาว แดง

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตามที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กำหนดไว้

เมื่อได้ข้อมูลตามความต้องการของผู้มีส่วนร่วมแล้วครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยเชื่อมโยงกับข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนร่วม และนำมาจัดวางองค์ประกอบผ่านคอมพิวเตอร์ โดยให้ผู้มีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็นเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ได้ตามที่ต้องการ เนื่องจากสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มีการจัดสัดส่วนสำหรับการจัดวางค่อนข้างจำกัดและเป็นมาตรฐานของทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เอง



ภาพที่ 22 : เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ฟาร์มเจ็บบีตาปลากัดที่ใช้จริง

หลังจากได้ออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้สำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วม ผลการสำรวจดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 5 : ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรฟาร์มเจ้าแอนปลาภัต

ชนิดของสื่อ	คะแนน	Std.	ระดับ
<b>1. ตราสัญลักษณ์</b>			
1.1 สื่อถึงฟาร์ม หรือธุรกิจเป็นอย่างดี	4.42	0.97	มาก
1.2 มีความสวยงาม ทันสมัย เป็นสากลและดึงดูดความสนใจ	4.71	0.48	มากที่สุด
1.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.28	0.75	มาก
รวม	4.47	0.73	มาก
<b>2. นามบัตร</b>			
2.1 มีความแข็งแรงทนทาน ใช้งานง่าย สะดวกปลอดภัย	4.57	0.53	มากที่สุด
2.2 มีความสวยงาม ทันสมัย เป็นสากลและดึงดูดความสนใจ	4.42	0.78	มาก
2.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.28	0.95	มาก
รวม	4.42	0.75	มาก
<b>3. เสื้อพนักงาน</b>			
3.1 มีความแข็งแรงทนทาน ใช้งานง่าย สะดวกปลอดภัย	4.28	0.95	มาก
3.2 มีความสวยงาม ทันสมัย เป็นสากลและดึงดูดความสนใจ	4.42	0.97	มาก
3.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.85	0.37	มากที่สุด
รวม	4.51	0.76	มากที่สุด
<b>4. เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook</b>			
4.1 สามารถใช้งานได้ดี ติดต่อกู้ค่าได้สะดวก เพิ่มยอดขายได้	4.42	0.78	มาก
4.2 ออกแบบได้สวยงาม ทันสมัย สื่อถึงฟาร์มได้เป็นอย่างดี	4.57	0.53	มากที่สุด
รวม	4.49	0.65	มาก

## 5.2 อัตลักษณ์องค์กรฟาร์มเกษตรกึ่งแก๊ม



จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่า อัตลักษณ์องค์กรที่ฟาร์มเกษตรกึ่งแก๊สจำเป็นและต้องการ ประกอบไปด้วย ตราสัญลักษณ์ นามบัตร อินโฟกราฟิก ฉลากสินค้าและเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดการออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลดังนี้

### 5.1.2 ตราสัญลักษณ์

ข้อมูลสำหรับการออกแบบตราสัญลักษณ์ประกอบด้วย

- ภาพประกอบ: ผู้ประกอบการต้องการภาพประกอบรูปแบบการ์ตูนล้อที่มาจากลักษณะเด่นของตนเองอู่มกุ่มแก๊สที่มีลักษณะเหยียดตรง
- สี: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการสีที่สื่อถึงอาหาร (กุ่ม) และธรรมชาติ เช่น สีส้มที่สื่อถึงกุ่มสุก สีเหลือง สีเขียว
- ตัวอักษร: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการตัวอักษรที่สื่อถึงความทันสมัยและอ่านง่าย ชัดเจน
- โครงสร้างและการจัดองค์ประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการจัดวางองค์ประกอบแบบเน้นกึ่งกลาง

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ พร้อมทั้งลงสีและตัดเส้นจำนวน 12 แบบ ให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุด จากนั้นจึงนำมาพัฒนาต่อเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จนสมบูรณ์



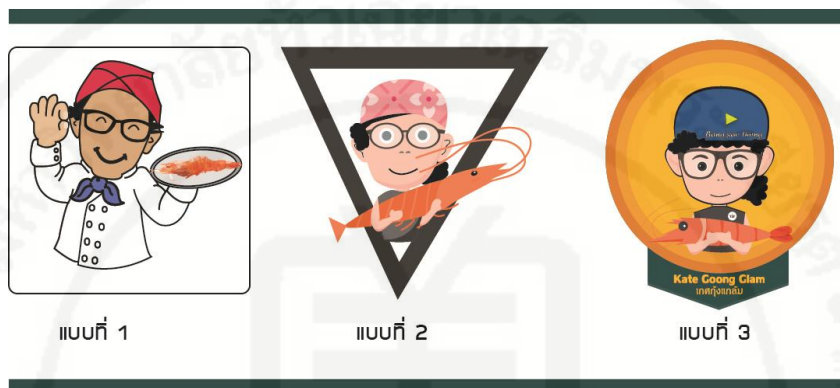
ภาพที่ 23 : แบบร่างด้วยดินสอ ลงสีไม้และตัดเส้นตราสัญลักษณ์เกตุกึ่งแกล้มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

เมื่อร่างภาพด้วยดินสอ ลงสีและตัดเส้นจนแบบร่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้นำแบบร่างทั้งหมดให้ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น วิจัยณ์ผลงาน และช่วยกันเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาต่อเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อไป



ภาพที่ 24 : แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เกตุกึ่งแกล้มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

เมื่อได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่สมบูรณ์ทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกแบบที่พึงพอใจที่สุดด้วยวิธีลงคะแนนเสียงจนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 แบบ และใช้แบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่น่าใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนนจนได้ตราสัญลักษณ์ที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ



ภาพที่ 25 : แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เกศกุ่มเกล้า้มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ตราสัญลักษณ์เกศกุ่มเกล้า้ม (เกศกุ่มเกล้า้ม) รูปแบบที่ 3 ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วม และผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจมากที่สุดเนื่องจาก รูปแบบที่ 3 ได้ออกแบบให้ตัวการ์ตูนที่สื่อถึงผู้ประกอบการทำให้จดจำได้ง่าย ใช้สีเหลืองเชื่อมโยงกับสีประจำจังหวัดสมุทรปราการ ใช้รูปธงตรงบริเวณหมวกสื่อถึงอำเภอบางเสาธง อันเป็นสถานที่ตั้งของผู้ประกอบการ อีกทั้งยังใช้ภาพผู้ประกอบการถือกุ่มอย่างทะนุถนอมสื่อถึงการเลี้ยงดูแบบธรรมชาติและการใส่ใจ จัดวางโครงสร้างรูปทรงทันสมัยและเป็นสากล

### 5.2.2 นามบัตร

นามบัตรที่ฟาร์มเกศกุ่มเกล้า้มต้องการ คือ นามบัตรที่เชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์ ให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กลมกลืน และสื่อถึงฟาร์ม โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบนามบัตรมีดังนี้

- ภาพประกอบ: เชื่อมโยงกับสีส่วนร่วมและตราสัญลักษณ์ และใช้รูปทรงที่สื่อถึงน้ำ
- สี: ใช้สีเหลือง สีส้มอ่อน ๆ และสีฟ้า
- ตัวอักษร: ใช้รูปแบบฟอนต์ที่อ่านง่าย ทันสมัย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบเน้นตราสัญลักษณ์ให้เด่นชัดสะดุดตา

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 3 แบบ เมื่อได้รูปแบบนามบัตรตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นนามบัตรโดยเชื่อมโยงกับข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนร่วม และนำมาจัดวางองค์ประกอบผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ จำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้ฉลากสินค้าที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 4 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 2 คะแนน และแบบที่ 3 ได้คะแนน 2 คะแนน ดังนั้นรูปแบบนามบัตรที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 1 ดังภาพ



ภาพที่ 26 : แบบร่างละเอียดนามบัตรเกศกึ่งแกล้มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

นามบัตรรูปแบบที่ 1 เป็นนามบัตรที่ผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจและตรงกับความต้องการมากที่สุด เนื่องจากเป็นนามบัตรที่เชื่อมโยงกับความต้องการตามที่ได้สำรวจและเพิ่มเติมเทคโนโลยี QR code สำหรับค้นหา ID Line ของผู้ประกอบการทำให้นามบัตรมีลูกเล่น ทันสมัย เชื่อมโยงเทคโนโลยีสื่อสาร อีกทั้งใช้สีฟ้าที่สื่อถึงบ่อเลี้ยงกุ้งที่สะอาด ปลอดภัย จึงทำให้เป็นรูปแบบที่ผู้มีส่วนร่วมพอใจมากที่สุด

### 5.2.3 อินโฟกราฟิก

สื่ออินโฟกราฟิกเป็นอีกสื่อที่จำเป็นสำหรับใช้ติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการใช้ติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีความสนใจ โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบอินโฟกราฟิกภาพนิ่งมีดังนี้

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพกึ่งเหยียดและสัญลักษณ์ต่างๆ อธิบายข้อมูลและส่วนประกอบของกึ่งเกล้า้ม

- สี: ใช้สีโทนฟ้า เหลือง ส้ม

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางให้อ่านง่าย แยกเป็นหมวดหมู่

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกครบแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 2 แบบ โดยรูปแบบที่ 1 คืออินโฟกราฟิกอธิบายเกี่ยวกับการเลี้ยงกึ่งแบบเกษตรอินทรีย์ และอินโฟกราฟิกที่ 2 คือประชาสัมพันธ์ข้อมูลฟาร์มโดยภาพรวม จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้อินโฟกราฟิกที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 1 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 6 คะแนน ดังนั้นรูปแบบอินโฟกราฟิกที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 2 ดังภาพ



แบบที่ 1



แบบที่ 2

---

**ภาพที่ 27 : แบบร่างละเอียดอินโฟเกศกมลฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์**


---

### 5.2.4 ฉลากสินค้า

เกศกมลฟาร์ม (เกศกุ่มเกล้า) ได้แปรรูปสินค้าด้วยตนเอง โดยเป็นฟาร์มที่ผลิตกุ้งตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังนั้นฉลากสินค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปที่คุณเกศกมลมีความต้องการเป็นอย่างมาก สำหรับติดบนสินค้าเพื่อจำหน่ายและออกร้านตามงานต่าง ๆ ทำให้สินค้าเกิดความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบฉลากสินค้านี้มีดังนี้

- ภาพประกอบ: เพิ่มตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ให้เกิดความน่าเชื่อถือ
- สี: ใช้สีเหลืองส้ม สีส้มอ่อน ๆ และสีเขียว
- ตัวอักษร: ใช้รูปแบบฟอนต์ที่อ่านง่าย ทันสมัย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบเน้นตราสัญลักษณ์ให้อยู่กึ่งกลางให้เด่นชัดสะดุดตา

ตา

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบฉลากสินค้าครบแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบโดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 2 แบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้อินโฟกราฟิกที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 5 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 2 คะแนน ดังนั้นรูปแบบอินโฟกราฟิกที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 1 ดังภาพ



ภาพที่ 28 : แบบร่างละเอียดฉลากสินค้า เกศกมลฟาร์ม ภายใต้ชื่อ “เกศกั้งแกล้ม” ที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

### 5.1.5 เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

เป็นสื่อหลักที่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการให้มี เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้สื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางนี้ เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายยุคปัจจุบันนิยมสื่อสาร และรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุด โดยเฉพาะในประเทศไทย โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ภาพนิ่งมีดังนี้

- ภาพประกอบ: ภาพปก Cover ให้ตัดต่อภาพการจัดวางกุ้งแกล้มในงานพร้อมตกแต่งให้สวยงามน่ารับประทาน ส่วนภาพประจำตัวให้ใช้ภาพตราสัญลักษณ์

- สี: ใช้สีโทนเหลืองส้ม ฟ้ำเชื่อมโยงกับสีอื่น ๆ

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตามที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กำหนดไว้

เมื่อได้ข้อมูลตามความต้องการของผู้มีส่วนแล้วครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยเชื่อมโยงกับข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนร่วม และนำมา

จัดวางองค์ประกอบผ่านคอมพิวเตอร์ โดยให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็นเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ได้ตามที่ต้องการ



ภาพที่ 29 : เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เกศกมลฟาร์ม (เกษตรกุ่มแก้ว) ที่ใช้จริง

หลังจากได้ออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้สำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วม ผลการสำรวจดังรายละเอียดในตารางที่ 6 : ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรเกษตรกมลฟาร์ม (เกษตรกุ่มแก้ว)

ชนิดของสื่อ	คะแนน	Std.	ระดับ
<b>1. ตราสัญลักษณ์</b>			
1.1 สื่อถึงฟาร์ม หรือธุรกิจเป็นอย่างดี	4.85	0.37	มากที่สุด
1.2 มีความสวยงาม ทันสมัย ดึงดูดความสนใจ	4.71	0.48	มากที่สุด
1.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.85	0.37	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.80</b>	<b>0.40</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>2. นามบัตร</b>			
2.1 มีความแข็งแรงทนทาน ใช้งานง่าย สะดวกปลอดภัย	4.42	0.53	มาก
2.2 สวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.28	0.48	มาก
2.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.85	0.37	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.51</b>	<b>0.46</b>	<b>มากที่สุด</b>



### 3. อินโฟกราฟิก

3.1	สื่อถึงข้อมูลฟาร์มได้อย่างครบถ้วน เข้าใจง่าย ชัดเจน	4.57	0.53	มากที่สุด
3.2	มีความสวยงาม น่าดึงดูดใจ	4.71	0.48	มากที่สุด
3.3	จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	3.85	0.69	มาก
<b>รวม</b>		<b>4.37</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>

### 5. ฉลากสินค้า

5.1	มีความแข็งแรงทนทาน ใช้งานง่าย สะดวกปลอดภัย	4.42	0.53	มาก
5.2	สวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.57	0.53	มากที่สุด
5.3	จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.28	0.48	มาก
<b>รวม</b>		<b>4.42</b>	<b>0.51</b>	<b>มาก</b>

### 6. เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

6.1	สามารถใช้งานได้ดี ติดต่อกู้ค่าได้สะดวก เพิ่มยอดขายได้	4.57	0.53	มากที่สุด
6.2	ออกแบบได้สวยงาม ทันสมัย สื่อถึงฟาร์มได้เป็นอย่างดี	4.85	0.37	มากที่สุด
<b>รวม</b>		<b>4.71</b>	<b>0.45</b>	<b>มากที่สุด</b>

### 5.3 อัตลักษณ์องค์กรเป็ยกปลาทองฟาร์ม

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่าอัตลักษณ์องค์กรที่เป็ยกปลาทองฟาร์มจำเป็นและต้องการ ประกอบไปด้วย ตราสัญลักษณ์ นามบัตร อินโฟกราฟิก ฉลากสินค้าและเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดการออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลดังนี้

#### 2.1.1 ตราสัญลักษณ์

ข้อมูลสำหรับการออกแบบตราสัญลักษณ์ประกอบด้วย

- ภาพประกอบ: ผู้ประกอบการต้องการภาพประกอบเป็นภาพปลาทองพันธุ์สิงห์ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่มีชื่อเสียงของฟาร์มและต้องการสื่อถึงความเป็นญี่ปุ่น ซึ่งเป็นต้นกำเนิดสายพันธุ์ของปลาทองชนิดนี้ หรืออาจใช้ปลาทองสายพันธุ์วิวกิ้นที่กำลังขายดีและได้รับความนิยม

- สี: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการสีแดง สีส้มแดง ซึ่งเป็นสีของปลาทอง และสีฟ้า น้ำเงินซึ่งเป็นสีที่สื่อถึงน้ำ

- ตัวอักษร: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการตัวอักษรที่สื่อถึงความเป็นศิลปะพู่กันแบบญี่ปุ่น

- โครงสร้างและการจัดองค์ประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการจัดวางองค์ประกอบแบบเน้นกึ่งกลาง

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ พร้อมทั้งลงสีและตัดเส้นจำนวน 12 แบบ ให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุด จากนั้นจึงนำมาพัฒนาต่อเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จนสมบูรณ์



ภาพที่ 30 : แบบร่างด้วยดินสอ ลงสีไม้และตัดเส้นตราสัญลักษณ์เป็ยกปลาทองที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

จากการร่างภาพด้วยดินสอ ลงสีและตัดเส้นจนแบบร่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้นำแบบร่างทั้งหมดให้ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ผลงานและช่วยกันเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาต่อเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อไป



ภาพที่ 31 : แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เป็ยกปลาทองที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

เมื่อได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่สมบูรณ์ทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกแบบที่พึงพอใจที่สุดด้วยวิธีลงคะแนนเสียงจนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 แบบ และใช้แบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนนจนได้ตราสัญลักษณ์ที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ



ภาพที่ 32 : แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์เบี่ยงปลาทองฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ตราสัญลักษณ์เบี่ยงปลาทอง รูปแบบที่ 1 ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วม และผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจมากที่สุดเนื่องจาก รูปแบบที่ 1 ได้ออกแบบให้ภาพประกอบเป็นรูปปลาทองพันธุ์สิงห์ญี่ปุ่นอันเป็นเอกลักษณ์ของฟาร์ม อีกทั้งยังสื่อถึงความเป็นสายพันธุ์ญี่ปุ่นแท้โดยใช้สายเส้นวงกลมล้อมรอบตัวปลาทองโดยใช้หัวแปรงที่มีลักษณะของฟูกันจุ่มหมึกแล้วหวัด สะท้อนความเป็นวัฒนธรรมญี่ปุ่น ใช้สีขาวแดงสื่อถึงสีของปลาทองสิงห์ญี่ปุ่นที่มีสีสองสีเป็นเอกลักษณ์เฉพาะคล้ายธงชาติญี่ปุ่น แต่ก็ไม่ลืมความเป็นไทยโดยใช้ตัวอักษรเป็นภาษาไทยเพื่อสื่อถึงแหล่งผลิตว่าผลิตในเมืองไทย เป็นปลาทองที่พัฒนาสายพันธุ์โดยคนไทยแต่ใช้สายพันธุ์จากญี่ปุ่นแท้

### 5.3.2 ฉลากสินค้า

เบี่ยงปลาทองฟาร์มมีรายได้ส่วนใหญ่จากพ่อค้าคนกลางที่ซื้อปลาจำนวน เพื่อไปขุนต่อให้มีขนาดใหญ่แล้วขายในราคาที่สูงขึ้น แต่ด้วยปัจจุบันที่มีการซื้อขายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเว็บไซต์จึงทำให้ลูกค้าต้องการถุงที่มีฉลากสินค้าติด เพื่อให้สินค้าเกิดความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบฉลากสินค้านี้มีดังนี้

- ภาพประกอบ: ใช้รูปปลาทองสิงห์ญี่ปุ่น หรือปลาทองริวกิ้นเป็นภาพประกอบหลัก
- สี: ใช้สีแดง สีส้มแดงสีฟ้าและสีน้ำเงินเชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์
- ตัวอักษร: ใช้รูปแบบฟอนต์ที่อ่านง่าย ทันสมัย มีข้อความที่อยู่ฟาร์ม เบอร์โทรศัพท์และที่อยู่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบเน้นสมดุลซ้ายขวาเท่ากัน

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบฉลากสินค้าครบแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 2 แบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนนและไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้อินโฟกราฟิกที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 3 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 1 คะแนน ดังนั้นรูปแบบอินโฟกราฟิกที่สอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 1 ดังภาพ



แบบที่ 1



แบบที่ 2

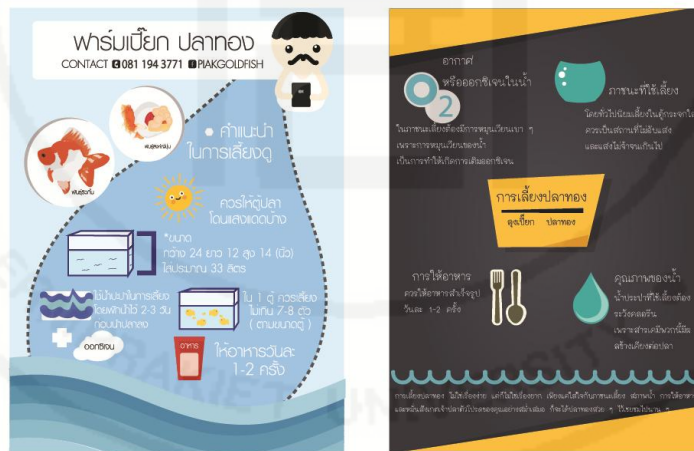
ภาพที่ 33 : แบบร่างละเอียดฉลากสินค้าเป็ยกปลาทองที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

### 5.3.3 อินโฟกราฟิก

สื่ออินโฟกราฟิกเป็นอีกสื่อที่จำเป็นสำหรับใช้ติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการใช้ติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีความสนใจ โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบอินโฟกราฟิกภาพนี้มีดังนี้

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพวาดปลาทองสีหิมะญี่ปุ่น และปลาทองริวกิ้นเป็นภาพประกอบหลัก สื่อถึงการเลี้ยงดู หยดน้ำ คลื่นน้ำ
- สี: ใช้สีโทนฟ้า น้ำเงิน ส้ม และแดง

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย เน้นเนื้อหาการเลี้ยงดูปลาทองซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของผู้เลี้ยงมือใหม่
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางให้ตัวอักษรอยู่ในหยดน้ำ ล้อมรอบด้วยสายพันธุ์ปลา หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกครบแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อยอดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 2 แบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนนและไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้อินโฟกราฟิกที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 4 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 1 คะแนน ดังนั้นรูปแบบอินโฟกราฟิกที่สอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 1 ดังภาพ



แบบที่ 1

แบบที่ 2

ภาพที่ 34 : แบบร่างละเอียดอินโฟเบียงปลาทองฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

#### 5.3.4 เสื่อพนักงานออกร้าน

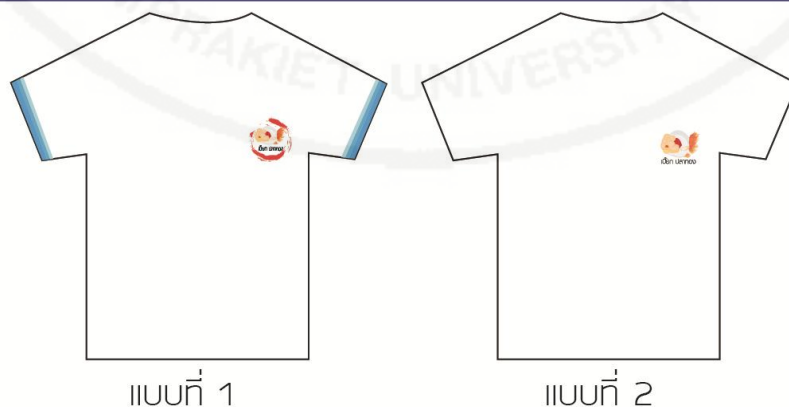
เสื่อพนักงานออกร้านเป็นอีกอัตลักษณ์ที่ผู้ประกอบการมีความต้องการ เนื่องจากผู้ประกอบการมักออกร้านตามงานเทศกาลต่าง ๆ และเข้าร่วมการประกวดปลาทองที่หน่วยงานต่าง

ๆ จัดขึ้นบ่อยครั้ง จึงอยากได้เสื้อพนักงานออกร้านเพื่อสื่อถึงความน่าเชื่อถือของฟาร์มและเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ฟาร์มไปในตัว

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพตราสัญลักษณ์ หรือปลาทองพันธุ์สิงห์ญี่ปุ่น
- สี: ผ้าพื้นสีขาว หรือดำ
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตราสัญลักษณ์ตรงอกข้างซ้ายเน้นการผลิตที่ประหยัด

ต้นทุน

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบเสื้อพนักงานครบแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 2 แบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้แบบเสื้อพนักงานที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 3 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 3 คะแนน ดังนั้นรูปแบบเสื้อที่สอดคล้องมากที่สุดคือ ทั้ง 2 รูปแบบ



ภาพที่ 35 : แบบร่างละเอียดเสื้อพนักงานออกร้านเปียกปลาทองฟาร์ม

### 5.3.5 เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

เป็นสื่อหลักที่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการให้มี เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้สื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางนี้ เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายยุคปัจจุบันนิยมสื่อสารและรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุด โดยเฉพาะในประเทศไทย โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ภาพนิ่งมีดังนี้

- ภาพประกอบ: ภาพปก Cover ใช้ภาพตราสัญลักษณ์เป็นภาพพื้นหลัง
- สี: ใช้สีโทนแดง ฟ้ำเชื่อมโยงกับสื่ออื่น ๆ
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตามที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กำหนดไว้

เมื่อได้ข้อมูลตามความต้องการของผู้มีส่วนแล้วครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยเชื่อมโยงกับข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนร่วม และนำมาจัดวางองค์ประกอบผ่านคอมพิวเตอร์ โดยให้ผู้มีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็นเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ได้ตามที่ต้องการ



ภาพที่ 36 : เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook เบ็ญกปลาทองฟาร์มที่ใช้จริง

จากนั้นผู้วิจัยได้สำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อสื่อที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลทุกสื่อ ผลการสำรวจจัดรายละเอียดในตารางที่ 9



ตารางที่ 7 : ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กรฟาร์มเปียกปลาทอง

ชนิดของสื่อ	คะแนน	Std.	ระดับ
<b>1. ตราสัญลักษณ์</b>			
1.1 สื่อถึงฟาร์ม หรือธุรกิจเป็นอย่างดี	4.00	0.57	มาก
1.2 มีความสวยงาม ทันสมัย ดึงดูดความสนใจ	4.42	0.53	มาก
1.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.42	0.53	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.28</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>
<b>2. ฉลากสินค้า</b>			
2.1 มีความแข็งแรงทนทาน ใช้งานง่าย สะดวกปลอดภัย	4.14	0.89	มาก
2.2 สวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.42	0.53	มาก
2.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.33	0.51	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.29</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>
<b>3. อินโฟกราฟิก</b>			
3.1 สื่อถึงฟาร์ม หรือธุรกิจเป็นอย่างดี	4.71	0.48	มาก
3.2 สวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.14	0.37	มาก
3.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.28	0.75	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.37</b>	<b>0.53</b>	<b>มาก</b>
<b>4. สื่อพนักงาน</b>			
4.1 สื่อถึงข้อมูลฟาร์มได้อย่างครบถ้วน เข้าใจง่าย ชัดเจน	3.85	0.37	มาก
4.2 มีความสวยงาม น่าดึงดูดใจ	4.00	0.00	มาก
4.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	3.71	0.48	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.85</b>	<b>0.28</b>	<b>มาก</b>
<b>5. เครือข่ายสังคมออนไลน์</b>			
4.1 สามารถใช้งานได้ดี ติดต่อกู้ค่าได้สะดวก เพิ่มยอดขายได้	3.71	0.48	มาก

4.2 ออกแบบได้สวยงาม ทันสมัย สื่อถึงฟาร์มได้เป็นอย่างดี	3.85	0.69	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.78</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>

#### 5.4 อัตลักษณ์องค์กร 99 แส่นฟาร์ม

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่าอัตลักษณ์องค์กรที่ 99 แส่นฟาร์มจำเป็นและต้องการ ประกอบไปด้วย ตราสัญลักษณ์ อินโฟกราฟิก ฉลากสินค้า และเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดการออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลดังนี้

##### 5.4.1 ตราสัญลักษณ์

ข้อมูลสำหรับการออกแบบตราสัญลักษณ์ประกอบด้วย

- ภาพประกอบ: ผู้ประกอบการต้องการภาพประกอบเป็นภาพปลากระเบนน้ำจืดสายพันธุ์โมโตโร่ หรือตัดทอนให้ดูทันสมัย
- สี: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการสีน้ำตาสีที่เชื่อมโยงมาจากสีของปลากระเบนสายพันธุ์โมโตโร่ และสีเทา ดำ
- ตัวอักษร: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการตัวอักษรที่สื่อถึงความเป็นไทย มีเอกลักษณ์
- โครงสร้างและการจัดองค์ประกอบ: ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการโครงสร้างเป็นรูปวงรีจัดวางองค์ประกอบแบบเน้นสมดุลแบบสองข้าง

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ พร้อมทั้งลงสีและตัดเส้นจำนวน 24 แบบ ให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุด จากนั้นจึงนำมาพัฒนาต่อเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จนสมบูรณ์



ภาพที่ 37 : แบบร่างด้วยดินสอ ลงสีไม้และตัดเส้นตราสัญลักษณ์ 99 แสนฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

เมื่อได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่สมบูรณ์ทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกแบบที่พึงพอใจที่สุดด้วยวิธีลงคะแนนเสียงจนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 แบบ และใช้แบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนนจนได้ตราสัญลักษณ์ที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ



ภาพที่ 38 : แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์ 99 แสนฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

เมื่อได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่สมบูรณ์ทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกแบบที่พึงพอใจที่สุดด้วยวิธีลงคะแนนเสียงจนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 แบบ และใช้แบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนนและไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนนจนได้ตราสัญลักษณ์ที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ



แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3

ภาพที่ 39 : แบบร่างละเอียดตราสัญลักษณ์ 99 แสนฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ตราสัญลักษณ์ 99 แसनฟาร์ม รูปแบบที่ 2 ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด เนื่องจาก รูปแบบที่ 2 ได้ออกแบบโดยใช้ปลากระเบนน้ำจืดสายพันธุ์โมโตโร่ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของ ฟาร์ม ใช้สีสะท้อนความเป็นปลากระเบนน้ำจืดคือสีน้ำตาล และเพิ่มสีवाद้าเพื่อให้มีความเป็นสากลมากขึ้น ใช้ตัวอักษรภาษาไทยผสมอักษรภาษาอังกฤษ โดยอักษรไทยใช้สื่อสารออกมาเป็นตัวเลข 99 อันเป็นเลขมงคลของคนไทย และคำว่าแसनฟาร์มเป็นภาษาอังกฤษทำให้มีความเป็นสากลผสมผสาน ความเป็นภูมิปัญญาไทยตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

#### 5.4.2 นามบัตร

นามบัตรที่ 99 แसनฟาร์มต้องการ คือ นามบัตรที่เชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์ น้ำ หรือทะเล อันเป็นจุดเด่นของจังหวัดชลบุรีซึ่งเป็นที่ตั้งของฟาร์ม โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบนามบัตรมีดังนี้

- ภาพประกอบ: เน้นเรียบๆ ให้โลโก้เด่น
- สี: ใช้สีดำ สีฟ้า หรือสีเชื่อมโยงกับโลโก้
- ตัวอักษร: ใช้รูปแบบฟอนต์ที่อ่านง่าย ทันสมัยเป็นสากล
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางแบบเน้นชื่อคนและตราสัญลักษณ์ให้เด่นชัดสะดุดตา

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนา เป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุด จำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 2 แบบ เมื่อได้รูปแบบนามบัตร ตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นนามบัตรโดยเชื่อมโยงกับข้อมูล ความต้องการของผู้มีส่วนร่วม และนำมาจัดวางองค์ประกอบผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ จำนวน 2 รูปแบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่า คะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนนและไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้ฉลากสินค้าที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมิน ความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 3 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 2 คะแนน ดังภาพ



แบบที่ 1



แบบที่ 2

ภาพที่ 40 : แบบร่างละเอียดนามบัตรเกศกึ่งกลมที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

รูปแบบนามบัตรที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 1 เนื่องจากรูปแบบที่ 1 ใช้สีด้าที่เชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์ และสีของปลากระเบนส่วนใหญ่ที่มีสีด้าสอดคล้องกับกับธุรกิจของฟาร์มที่ถึงแม้จะเด่นเรื่องการเพาะเลี้ยงสายพันธุ์โมโตโร (สีน้ำตาล) แต่ก็มีปลาด้า หรือปลากระเบนน้ำจืดสายพันธุ์สีด้าอีกหลายสายพันธุ์ที่เพาะเลี้ยงด้วย อีกทั้งสีด้ายังเป็นสีที่มีความเป็นสากล น่าเชื่อถือ ตรงกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายผู้มีส่วนร่วมจึงเลือกรูปแบบนี้

#### 5.4.3 อินโฟกราฟิก

สื่ออินโฟกราฟิกเป็นอีกสื่อที่จำเป็นสำหรับใช้ติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการใช้ติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้มีความสนใจ โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบอินโฟกราฟิกภาพนิ่งมีดังนี้

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพประกอบเชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์ เน้นให้เข้าใจได้ง่าย
- สี: ใช้สีโทนฟ้า ที่สื่อถึงน้ำและโทนสีเทาที่เชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย โดยเพิ่มข้อมูลการเลี้ยงปลากระเบนที่ถูกต้องและที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ รวมถึงขั้นตอนและวิธีชำระเงิน

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางหน้ากระดาษแนวนอน ให้ดูทันสมัยสวยงาม

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบอินโฟกราฟิกครบแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 2 แบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วม

ประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนนและไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้อินโฟกราฟิกที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 6 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 1 คะแนน ดังนั้นรูปแบบอินโฟกราฟิกที่สอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 1 ดังภาพ



แบบที่ 1



แบบที่ 2

ภาพที่ 41 : แบบร่างละเอียดอินโฟกราฟิก 99 แส่นฟาร์มที่ออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

รูปแบบอินโฟกราฟิกที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 1 เนื่องจากรูปแบบที่ 1 เนื่องจากรูปแบบที่ 1 มีความเป็นสากล อ่านง่ายเข้าใจง่าย จัดวางรูปแบบสวยงามมีรายละเอียดครบถ้วน ใช้ภาษาภาพและสัญลักษณ์ที่มีความเป็นสากลทำให้เข้าใจง่ายและรับข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ใช้สีดึงดูดความสนใจและแบ่งข้อมูลเพื่อให้สามารถจดจำและเข้าใจได้ดี สอดคล้องกับข้อมูลที่ว่า “150 มิลลิวินาทีที่ถูกใช้ในการประมวลผลสัญลักษณ์และใช้เวลา 100 มิลลิวินาทีในการตีความหมาย โดยนักวิจัยพบว่าการใช้สีช่วยเพิ่มความอยากอ่านมากขึ้นถึง 80%” (จตุพงศ์ ภูสุมาศ , 2560, น.24)

#### 5.4.4 เลือพนักงานออกร้าน

เลือพนักงานออกร้านเป็นอีกอัตลักษณ์ที่ผู้ประกอบการมีความต้องการ เนื่องจากผู้ประกอบการมักออกร้านตามงานเทศกาลต่าง ๆ และเข้าร่วมการประกวดปลาทองที่หน่วยงานต่าง

ๆ จัดขึ้นบ่อยครั้ง จึงอยากได้เสื้อพนักงานออกร้านเพื่อสื่อถึงความน่าเชื่อถือของฟาร์มและเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ฟาร์มไปในตัว

- ภาพประกอบ: ใช้ภาพตราสัญลักษณ์
- สี: ผ้าพื้นสีขาว
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ทันสมัย มีความเป็นไทย
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตราสัญลักษณ์ตรงกระเป๋าสี้อยู่ ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง

หลังจากได้ข้อมูลเพื่อการออกแบบเสื้อพนักงานครบแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ โดยร่างด้วยดินสอ จากนั้นจึงนำแบบร่างด้วยดินสอให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ แล้วนำมาพัฒนาต่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 2 แบบ จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้อง โดยแบบประเมินให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนนและไม่สอดคล้องเท่ากับ - 0 คะแนน จนได้แบบเสื้อพนักงานที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้คะแนน 2 คะแนน แบบที่ 2 ได้คะแนน 5 คะแนน ดังนั้นรูปแบบนามบัตรที่สอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 2 ดังภาพ



แบบที่ 1

แบบที่ 2

ภาพที่ 42 : แบบร่างละเอียดเสื้อพนักงานออกร้าน 99 แसनฟาร์ม



### 5.4.5 เว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสื่อที่ผู้ประกอบการมีความต้องการมากที่สุด รองจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ เนื่องจากผู้ประกอบการคิดว่า เว็บไซต์จะสามารถติดต่อกับกลุ่มลูกค้าได้ตรงจุดมากกว่า อีกทั้งเว็บไซต์ยังสามารถประกอบธุรกรรมทางการเงินได้และมีการใช้งานได้หลากหลายกว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ภาพนิ่งมีดังนี้

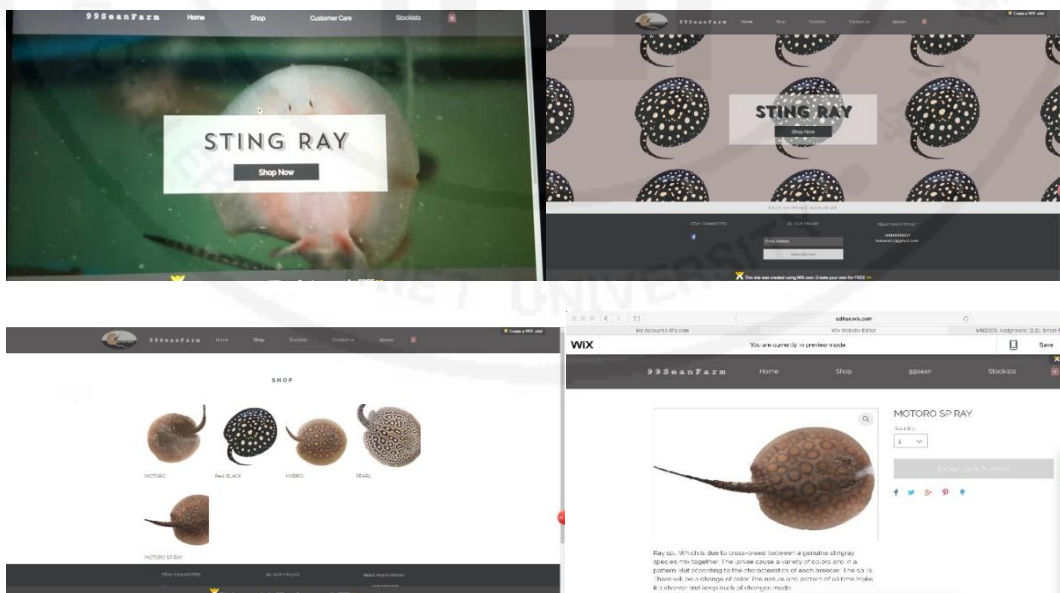
- ภาพประกอบ: ใช้ภาพปลากระเบนสายพันธุ์ต่าง ๆ และภาพตราสัญลักษณ์เป็นส่วนประกอบหลัก

- สี: ใช้สีเชื่อมโยงสีกับตราสัญลักษณ์ ขาว เทา ดำ

- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตัว

- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวาง Navigation ให้ใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน

เมื่อได้ข้อมูลตามความต้องการของผู้มีส่วนแล้วครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยเชื่อมโยงกับข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและนำมาจัดวางองค์ประกอบผ่านคอมพิวเตอร์ โดยให้ผู้มีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็นเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ได้ตามที่ต้องการ



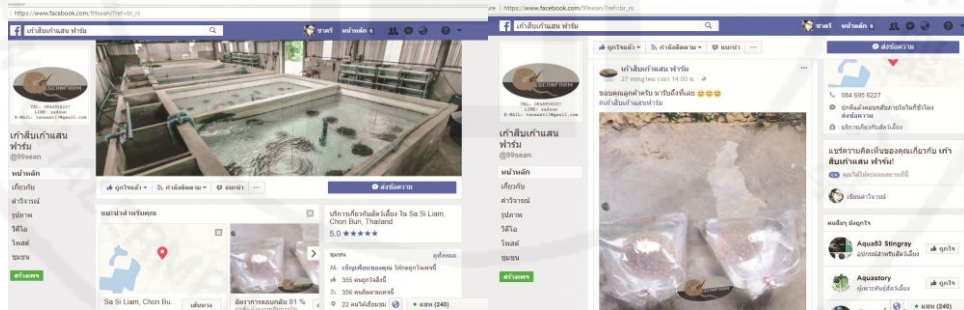
ภาพที่ 43 : เว็บไซต์ 99 แส่นฟาร์ม

#### 5.4.6 เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

เป็นสื่อหลักที่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการให้มี เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้สื่อสารการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางนี้ เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายยุคปัจจุบันนิยมสื่อสารและรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุด โดยเฉพาะในประเทศไทย โดยข้อมูลสำหรับการออกแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ภาพนิ่งมีดังนี้

- ภาพประกอบ: ภาพปก Cover ใช้ภาพตราสัญลักษณ์และภาพของฟาร์มเป็นภาพพื้นหลัง
- สี: ใช้สีเชื่อมโยงสื่ออื่น ๆ ให้ดูเป็นชุดเดียวกัน
- ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรตามที่ Facebook กำหนด
- โครงสร้างและองค์ประกอบ: จัดวางตามที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook กำหนดไว้

เมื่อได้ข้อมูลตามความต้องการของผู้มีส่วนแล้วครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยเชื่อมโยงกับข้อมูลความต้องการของผู้มีส่วนร่วม และนำมาจัดวางองค์ประกอบผ่านคอมพิวเตอร์ โดยให้ผู้มีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็นเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ได้ตามที่ต้องการ



ภาพที่ 44 : เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook 99 แสนฟาร์มที่ใช้จริง

จากนั้นผู้วิจัยได้สำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อสื่อที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลทุกสื่อ ผลการสำรวจจัดรายละเอียดในตารางที่ 10

ตารางที่ 8 : ความพึงพอใจต่ออัตลักษณ์องค์กร 99 แส่นฟาร์ม

ชนิดของสื่อ	คะแนน	Std.	ระดับ
<b>1. ตราสัญลักษณ์</b>			
1.1 สื่อถึงฟาร์ม หรือธุรกิจเป็นอย่างดี	5.00	0.00	มากที่สุด
1.2 มีความสวยงาม ทันสมัย ดึงดูดความสนใจ	4.66	0.51	มากที่สุด
1.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.16	0.75	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.60</b>	<b>0.42</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>2. นามบัตร</b>			
2.1 มีความแข็งแรงทนทาน ใช้งานง่าย สะดวกปลอดภัย	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2 สวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.83	0.40	มากที่สุด
2.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.66	0.51	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.83</b>	<b>0.30</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>3. อินโฟกราฟิก</b>			
3.1 สื่อถึงข้อมูลฟาร์มได้อย่างครบถ้วน เข้าใจง่าย ชัดเจน	4.00	0.89	มาก
3.2 สวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.00	0.89	มาก
3.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.00	0.89	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.00</b>	<b>0.89</b>	<b>มาก</b>
<b>4. เลื่อนพนักงาน</b>			
4.1 มีความแข็งแรงทนทาน ใช้งานง่าย สะดวกปลอดภัย	5.00	0.00	มากที่สุด
4.2 มีความสวยงาม ทันสมัย เป็นสากลและดึงดูดความสนใจ	5.00	0.00	มากที่สุด
4.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	5.00	0.00	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>5.00</b>	<b>0.00</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>5. เว็บไซต์</b>			
5.1 สื่อถึงข้อมูลฟาร์มได้อย่างครบถ้วน เข้าใจง่าย ชัดเจน	4.66	0.51	มากที่สุด

5.2	สวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.83	0.40	มากที่สุด
5.3	จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย	4.83	0.40	มากที่สุด
<b>รวม</b>		<b>4.77</b>	<b>0.43</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ชนิดของสื่อ</b>		<b>คะแนน</b>	<b>Std.</b>	<b>ระดับ</b>
<b>6. เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook</b>				
6.1	สามารถใช้งานได้ดี ติดต่อลูกค้าได้สะดวก เพิ่มยอดขายได้	4.66	0.51	มากที่สุด
6.2	ออกแบบได้สวยงาม ทันสมัย สื่อถึงฟาร์มได้เป็นอย่างดี	4.66	0.51	มากที่สุด
<b>รวม</b>		<b>4.66</b>	<b>0.51</b>	<b>มากที่สุด</b>

## 5.2 ผลประเมินความเปลี่ยนแปลงหลังการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ

หลังจากสร้างสรรค์อัตลักษณ์องค์กรจนเสร็จสมบูรณ์และให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการให้ผู้ประกอบการนำอัตลักษณ์องค์กรไปใช้งานจริงเป็นระยะเวลา 6 เดือนเพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ ทั้งด้านเศรษฐกิจและด้านความรู้ที่ผู้ประกอบการได้รับหลังจากได้ร่วมฝึกอบรมและทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้และพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ผลการประเมินความเปลี่ยนแปลงพบว่า

### 5.2.1 การเปลี่ยนแปลงด้านทักษะและความรู้/เทคโนโลยีดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงด้านทักษะ ความรู้และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นหลักการสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการทั้ง 4 ฟาร์ม จากนั้นจึงจัดโครงการบริการวิชาการเพื่อพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ในปีการศึกษา 2559 และจัดกิจกรรมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้มีส่วนร่วมของแต่ละฟาร์ม ณ สถานที่ตั้งฟาร์มแต่ละแห่งเป็นระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน กระทั่งมอบผลงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อให้ผู้ประกอบการได้นำไปใช้เป็นระยะเวลาประมาณ 6 เดือนจึงติดต่อผู้ประกอบการเพื่อสัมภาษณ์และประเมินการเปลี่ยนแปลงด้านทักษะความรู้ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลผลการประเมินพบว่า ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบอัตลักษณ์

( $t=7.00$ ) ลำดับถัดมาคือการเปลี่ยนแปลงด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร อินเทอร์เน็ตและ  
เครือข่ายสังคม Facebook ( $t=5.00$ ) ความรู้ด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ( $t=4.89$ ) ความรู้  
ด้านบริหารจัดการฟาร์มและความรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล ( $t=3.65$ ) ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาด/  
ช่องทางการจำหน่าย ( $t=2.82$ ) และความรู้ด้านการถ่ายภาพดิจิทัล ( $t=2.78$ ) ตามลำดับดังตาราง



ตารางที่ 9 : ผลการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการวิจัยของผู้ประกอบการ

ประเด็นการเปลี่ยนแปลง	ก่อนเข้าร่วม		หลังเข้าร่วม		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร (โลโก,นามบัตร,เว็บไซต์ฯ)	2.50	0.57	4.25	0.50	1.75	0.50	7.00*
2. ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม	2.25	0.95	4.00	0.00	1.75	0.95	3.65*
3. ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาด/ช่องทางการจำหน่าย	2.50	1.00	4.50	0.57	2.00	1.41	2.82*
4. ความรู้ด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์	2.25	0.50	4.25	0.50	2.00	0.81	4.89*
5. ความรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล	2.25	0.95	4.00	0.81	1.75	0.95	3.65*
6. ทักษะด้านการถ่ายภาพดิจิทัล	2.50	1.00	4.25	0.50	1.75	1.25	2.78*
7. ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร/อินเทอร์เน็ต/เฟสบุ๊ค	3.75	0.50	4.75	0.50	1.25	0.50	5.00*
<b>รวม</b>	<b>2.57</b>	<b>0.78</b>	<b>4.28</b>	<b>0.48</b>	<b>1.75</b>	<b>0.91</b>	<b>4.25*</b>

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
 \* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 5.2.2 การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคม

การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมเป็นอีกการเปลี่ยนแปลงหนึ่งที่แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลให้ความสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงด้านนี้เป็นข้อบ่งชี้ถึงผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล โดยผู้วิจัยใช้ให้ผู้ประกอบการประเมินการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคม พร้อมกับแบบประเมินการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้หลังจากที่ใช้อัตลักษณ์องค์กรจริงแล้วเป็นเวลา 6 เดือนผลการประเมินความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมแปลงพบว่า จำนวนลูกค้าและจำนวนผู้รับรู้ข่าวสาร/ผู้ติดตามมีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด ( $t=5.00$ ) การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ ( $t=3.65$ ) และยอดขายรวมทั้งผลกำไร ( $t=3.00$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 : ผลการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการวิจัยของผู้ประกอบการ

ประเด็นการเปลี่ยนแปลง	ก่อนเข้าร่วม		หลังเข้าร่วม		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	t
1. ยอดขาย	3.00	0.00	4.00	0.00	1.50	1.00	3.00*
2. จำนวนลูกค้า	3.00	0.00	4.25	0.50	1.25	0.50	5.00*
3. ผลกำไร	2.75	0.50	4.25	0.50	1.50	1.00	3.00*
4. จำนวนผู้รับรู้อخبار/ผู้ติดตาม	3.00	0.00	4.25	0.50	1.25	0.50	5.00*
5. การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์	2.75	0.50	4.50	0.57	1.75	0.95	3.65*
<b>รวม</b>	<b>2.90</b>	<b>0.20</b>	<b>4.25</b>	<b>0.41</b>	<b>1.45</b>	<b>0.79</b>	<b>3.93*</b>

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



### 5.3 ผลการวิจัยด้านการเปลี่ยนแปลงโดยภาพรวม

จากการประเมินผลการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้และด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่าโดยภาพรวมผู้ประกอบการเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้มากที่สุด ( $t=4.25$ ) โดยเฉพาะความรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ( $t=7.00$ ) เนื่องจากผู้ประกอบการได้มีส่วนร่วมกับการวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ และระหว่างการทำวิจัย ผู้วิจัยได้จัดอบรมให้ความรู้ตามความต้องการของผู้วิจัยทั้ง 7 ด้าน โดยแบ่งการอบรมกลุ่มใหญ่และเชิญวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาอบรมบรรยายและทำกิจกรรมร่วมกันจนผู้ประกอบการได้ความรู้ระดับหนึ่ง จากนั้นผู้วิจัยร่วมกับนักศึกษาได้ลงพื้นที่ไปยังฟาร์มของผู้ประกอบการเพื่อนำผลงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่มีการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอนให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและปรับแก้ไข รวมทั้งให้ความรู้ด้านทักษะเพื่อต่อยอดความเข้าใจให้ผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความรู้เพิ่มขึ้นในระดับมาก ส่วนการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมพบว่าการเปลี่ยนแปลงทุกด้านเช่นกัน โดยเฉพาะด้านจำนวนลูกค้าและจำนวนผู้รับรู้ข่าวสาร/ผู้ติดตาม ( $t=5.00$ ) เนื่องจากผู้ประกอบการได้ใช้อัตลักษณ์องค์กรโดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook และเว็บไซต์ ซึ่งสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ายังผลให้จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้นสอดคล้องกับจำนวนผู้รับรู้ข่าวสารและผู้ติดตามผ่านอัตลักษณ์องค์กรที่ผู้ประกอบการนำไปใช้



ภาพที่ 45 : อินโฟกราฟิกการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการ

## บทที่ 6

### ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการงานวิจัย

#### การบริการวิชาการ การเรียนการสอนและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

การบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเข้าสู่กระบวนการเรียนการสอน เป็นวัตถุประสงค์ที่ 3 ของงานวิจัย โดยสาระสำคัญคือการศึกษาประโยชน์ของการบูรณาการการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมว่ามีประโยชน์อย่างไรต่อนักศึกษาที่มีส่วนร่วม โดยให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรในสถานการณ์จริง ประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเพื่อหาข้อมูลที่สำคัญสำหรับการออกแบบ สามารถคิดและสร้างสรรค์ผลงานอย่างเป็นระบบ และสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนโดยประยุกต์ใช้วิชาชีพของตนเอง

ผลการบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ

1. การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมช่วยทำให้นักศึกษาได้พัฒนาทักษะความเป็นผู้นำนวัตกรรมมากขึ้น คือได้ฝึกการสร้างเครือข่ายกับชุมชน การตั้งคำถามระหว่างการเรียนรู้ การคิดเชื่อมโยงระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมกับงานออกแบบ การฝึกสังเกตภาษากายและข้อความต่าง ๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่สามารถนำมาถ่ายทอดเป็นงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กรได้เป็นอย่างดี (ต้องลักษณะ บุญธรรม, 2559 และ Jashapara, 2004)

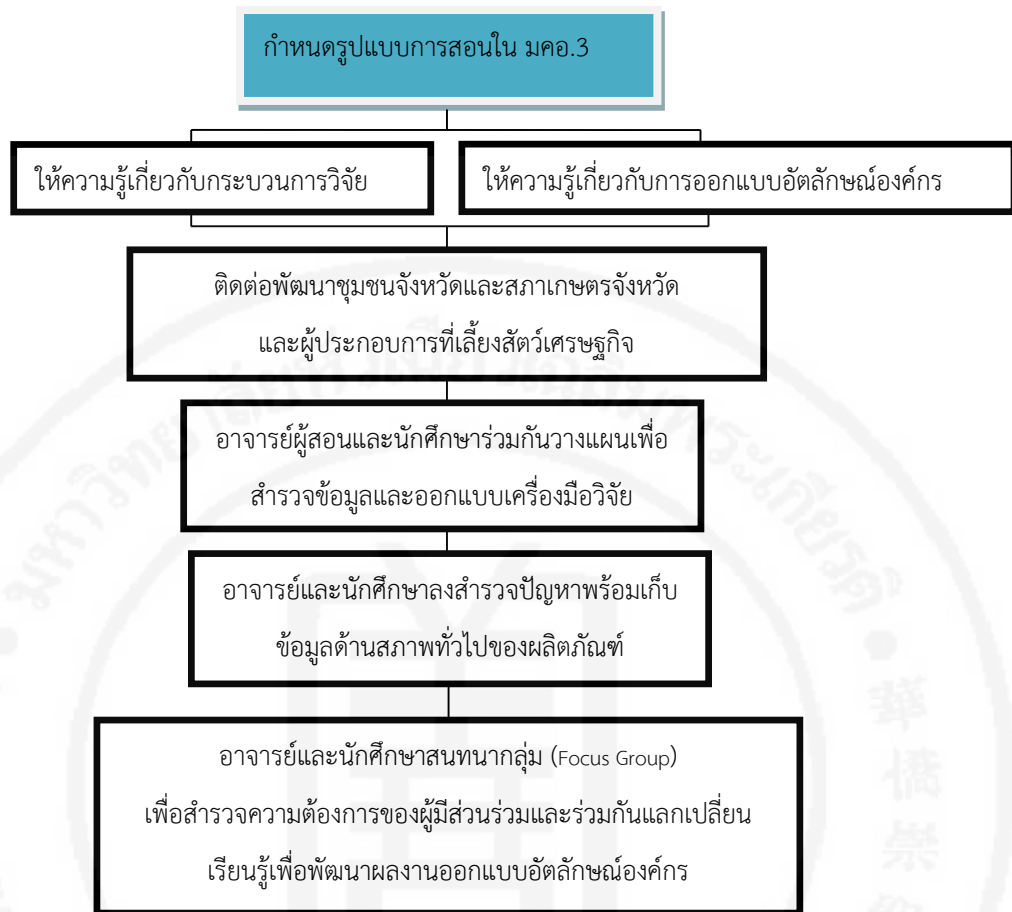
2. การบูรณาการกระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอนยังผลให้นักศึกษาเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการเรียนรู้ ความเข้าใจและทักษะการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมในยุคดิจิทัลเพิ่มขึ้นหลังเรียนรู้อย่างชัดเจน โดยส่วนที่เพิ่มขึ้นด้านประเด็นความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ 1) มีความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัย ( $t=10.96^*$ ) 2) มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน (สมาร์ทฟาร์มเมอร์) ( $t=8.59^*$ ) และ 3) มีความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัย ( $t=7.90^*$ ) ในส่วนของประเด็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นนวัตกรรมเศรษฐกิจดิจิทัล มากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ 1) มีความรู้ด้านการสร้างสื่อดิจิทัล ( $t=8.36^*$ ) 2) ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ( $t=7.67^*$ ) และ 3) ทักษะด้านการเชื่อมโยงข้อมูล ( $t=7.45^*$ ) ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการทำงานทุกขั้นตอน ได้ฝึกการตั้งคำถาม การสังเกต การสืบค้นข้อมูล การคิดเชื่อมโยง และการสร้างเครือข่าย ใช้ปฏิภาณไหวพริบเพื่อการแก้ปัญหา และก่อนหน้านี้นักศึกษาไม่เคยเรียนรู้ด้วยวิธีการบูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการมาก่อน เมื่อได้เรียนรู้จึงได้ความรู้ใหม่ด้านการวิจัยและการเป็นนวัตกรรมเพิ่มขึ้น

3. นักศึกษาได้เรียนรู้ว่าการทำงานในสถานการณ์จริงร่วมกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ย่อมมีข้อคิดเห็นที่แตกต่างและไม่ราบรื่น การจะทำงานให้สำเร็จลุล่วงได้จะต้องยอมลดทิวิฐิความเป็นตัวตนและใช้ปฏิภาณไหวพริบแก้ปัญหา (ชาตรี บัวคลี, 2560; จตุพงศ์ ภูสุมาศ, 2560)

4. ข้อเสียของการบูรณาการการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ คือ การทำงานในรูปแบบที่ซ้ำ ๆ ไม่หลากหลาย เนื่องจากนักศึกษาต้องทำงานกับผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมกลุ่มเดิมทั้งภาคเรียน จึงทำให้นักศึกษาบางส่วนรู้สึกเบื่อที่ต้องออกแบบอัตลักษณ์และแก้ไขหลาย ๆ รอบกว่าจะได้งานออกแบบที่ถูกใจผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สรุปขั้นตอนการบูรณาการงานวิจัยการบริการวิชาการและการเรียนการสอนเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจดังภาพที่





ภาพที่ 46 : ขั้นตอนการบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

### 6.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่บูรณาการการเรียนการสอน และการบริการวิชาการ ที่ทำต่อเนื่องจากโครงการบริการวิชาการในปีการศึกษา 2555 ต่อเนื่องมางานวิจัยเรื่อง “การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ” และขยายผลจากจังหวัดสมุทรปราการสู่จังหวัดใกล้เคียงจนเป็นวิจัยเรื่องนี้ โดยเริ่มทำวิจัยในปีการศึกษา 1/2559 แต่ โดยผู้วิจัยเป็นอาจารย์ประจำสาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติและสอนในรายวิชา MN 2003 การผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนจำนวน 16 คน

วิชาการผลิตสิ่งพิมพ์ MN 2003 เป็นวิชาที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับการออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ ผู้วิจัยจึงได้บูรณาการกระบวนการเรียนการสอน ในหัวข้อ “การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร การวางแผนผลิตสิ่งพิมพ์ การจัดทำต้นฉบับสิ่งพิมพ์และกระบวนการหลังการพิมพ์” โดยใช้ความรู้ด้านการวิจัยสอดแทรกไปในกระบวนการเรียนการสอน ให้รุ่นพี่ที่เคยมีส่วนร่วมในงานวิจัยถ่ายทอดประสบการณ์ และให้นักศึกษาร่วมกำหนดแผนการลงพื้นที่พร้อมกับผู้วิจัย เพื่อติดต่อสอบถามพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ และสภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรปราการ พร้อมทั้งขยายผลไปยังผู้สนใจ โดยติดต่อสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพประมงและเป็นคนรุ่นใหม่ที่พร้อมเรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร



**ภาพที่ 47 :** การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กลุ่มย่อยโดยให้รุ่นพี่ (ชุดไปรเวท) ที่เคยมีส่วนร่วมในงานวิจัยเรื่อง “การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ” ถ่ายทอดประสบการณ์ให้แก่รุ่นน้อง

จากนั้นจึงติดต่อสอบถามความต้องการจากผู้ประกอบการ ว่ามีความต้องการเข้าร่วมกับโครงการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ อย่างไร เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้ลงพื้นที่จริง และสอบถามสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ จากนั้นจึงติดต่อผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดให้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้และมอบวุฒิบัตรสำหรับผู้มีส่วนร่วมที่ผ่านการกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ณ ห้องบรรยาย 3 อาคารเรียนรวม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ในวันที่ 10 ตุลาคม 2559 เวลา 8.00-16.00 น.



ภาพที่ 48 : การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และอบรมให้ความรู้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัย

หลังจากที่อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดเป็นที่เรียบร้อย ผู้วิจัยและนักศึกษาได้ลงพื้นที่ติดตามความก้าวหน้าด้านการนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปใช้ รวมทั้งนำความรู้ในส่วนที่ผู้ประกอบการต้องการเพิ่มเติมไปถ่ายทอดให้ อันประกอบด้วยความรู้ด้านการถ่ายภาพเบื้องต้น (สอนเทคนิคการถ่ายภาพเบื้องต้น) ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม (สอนโดยใช้เกมจำลองสถานการณ์ “บราวน์ฟาร์ม” ในแอปพลิเคชันไลน์) โดยเกมจำลองสถานการณ์บราวน์ฟาร์มเป็นเกมที่สามารถเรียนรู้การบริหารจัดการฟาร์ม การวางแผนการดำเนินงาน การแปรรูปสินค้าเกษตร และการสื่อสารการตลาด ทำให้ทั้งผู้วิจัย นักศึกษาและผู้ประกอบการได้ความรู้และความสนุกสนานผ่านการเล่นเกมบราวน์ฟาร์มไปพร้อม ๆ กัน โดยผู้วิจัยได้กำหนดให้นักศึกษาทุกคน สมัครงและเล่นเกมจนสามารถเลื่อนระดับ (Level) จนถึงระดับที่ 30 เป็นขั้นต่ำ เนื่องจากระดับนี้ ถือเป็นระดับชำนาญการสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ให้ผู้ประกอบการได้ดังภาพ



ภาพที่ 49 : การให้ความรู้ผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการฟาร์มผ่านการเล่นเกมจำลองสถานการณ์ “บราวน์ฟาร์ม” ในแอปพลิเคชันไลน์



ภาพที่ 50 : การให้ความรู้ด้านเทคนิคการถ่ายภาพเบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการ สำหรับการถ่ายภาพสินค้าเพื่อขายผ่านสื่อออนไลน์

เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาและดำเนินการวิจัยจนถึงขั้นตอนส่งมอบผลงานให้ผู้ประกอบการเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้สำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย เกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ของการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม



ภาพที่ 51 : การให้มอบผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรให้ผู้ประกอบการ

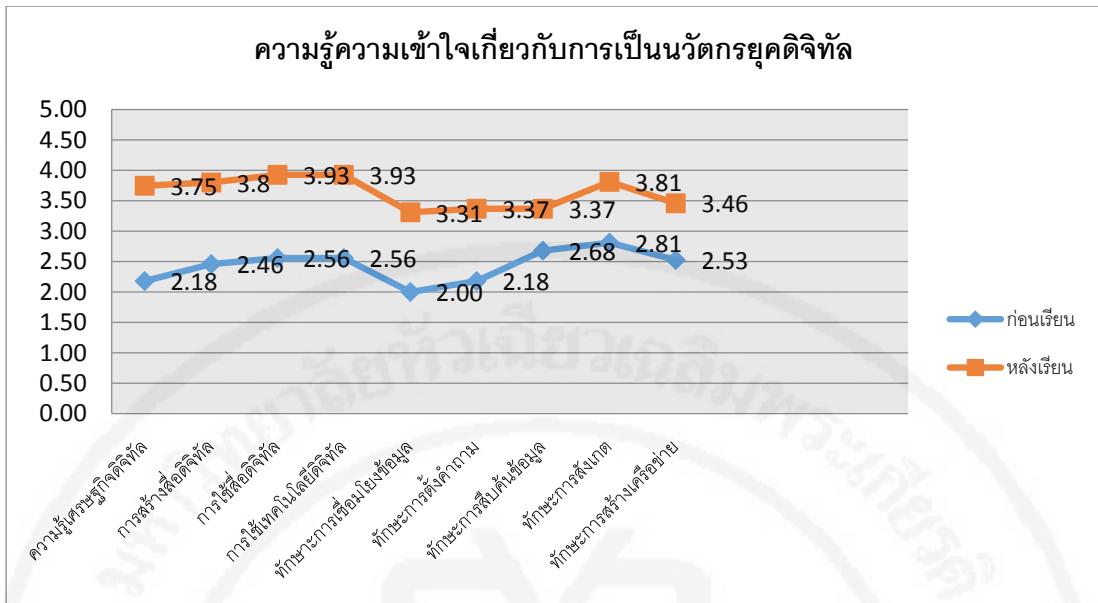


การประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในงานวิจัย โดยการสอบถามและสัมภาษณ์ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย เกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ของการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งผู้วิจัยแยกออกเป็น 2 ประเด็นคือ 1) ประเด็นการเรียนรู้ ความเข้าใจ ทักษะเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อการเป็นผู้นำที่เป็นนวัตกรรมและ 2) ประเด็นเกี่ยวกับกระบวนการบูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน บริการวิชาการ ดังรายละเอียด

**ประเด็นที่ 1 :** ประเด็นการเรียนรู้ ความเข้าใจ ทักษะเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อการเป็นผู้นำที่เป็นนวัตกรรมอันประกอบไปด้วย

- 1) มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล
- 2) มีความรู้ด้านการสร้างสื่อดิจิทัล
- 3) มีความรู้ด้านการใช้สื่อดิจิทัล
- 4) ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- 5) ทักษะการเชื่อมโยงข้อมูล
- 6) ทักษะด้านการตั้งคำถาม
- 7) ทักษะด้านการสืบค้นข้อมูล
- 8) ทักษะด้านการสังเกต
- 9) ทักษะด้านการสร้างเครือข่ายโดยผู้วิจัยเปรียบก่อนและหลังการเรียนรู้

ดังตารางแสดงผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ก่อนและหลัง และแผนภูมิเปรียบเทียบ (ภาพที่ 55)



ภาพที่ 52 : แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้ ความเข้าใจ ทักษะเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อการเป็นผู้นำที่เป็นนวัตกรก่อนและหลัง

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาประเด็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นนวัตกรรมเศรษฐกิจดิจิทัล

(N=16)

ประเด็นความรู้/ความเข้าใจ เกี่ยวกับความเป็นนวัตกรรมเศรษฐกิจดิจิทัล	ก่อนเรียน		หลังเรียน		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล	2.18	0.83	3.75	0.85	1.56	0.81	7.67*
2. มีความรู้ด้านการสร้างสื่อดิจิทัล	2.46	0.83	3.80	0.56	1.33	0.61	8.36*
3. มีความรู้ด้านการใช้สื่อดิจิทัล	2.56	0.72	3.93	0.68	1.37	0.95	5.74*
4. ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	2.56	0.89	3.93	0.77	1.37	0.95	5.74*
5. ทักษะการเชื่อมโยงข้อมูล	2.00	0.36	3.31	0.47	1.31	0.70	7.45*
6. ทักษะด้านการตั้งคำถาม	2.18	0.65	3.37	0.61	1.18	0.75	6.33*
7. ทักษะด้านการสืบค้นข้อมูล	2.68	0.60	3.37	0.61	0.68	0.79	3.46*
8. ทักษะด้านการสังเกต	2.81	0.54	3.81	0.65	1.00	0.63	6.32*
9. ทักษะด้านการสร้างเครือข่าย	2.53	0.63	3.46	0.63	0.93	0.59	6.08*
รวม	2.44	0.67	3.63	0.64	1.19	0.75	6.35*

หมายเหตุ ns

= แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*

= แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากแผนภูมิและตารางแสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้ ความเข้าใจ ทักษะเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อการเป็นผู้นำที่เป็นนวัตกรรมก่อนและหลังแสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีความรู้เพิ่มขึ้นทุกประเด็นความรู้ โดย 3 ลำดับแรกที่เพิ่มขึ้นมากที่สุดคือความรู้ด้านการสร้างสื่อดิจิทัล ( $\bar{X} = 1.33$ , S.D.=0.61,  $t=8.36$ ) ลำดับถัดมาคือ ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ( $\bar{X} = 1.56$ , S.D.=0.81,  $t=7.67$ ) และทักษะการเชื่อมโยงข้อมูล ( $\bar{X} = 1.31$ , S.D.=0.70,  $t=7.45$ ) ส่วนประเด็นความรู้ที่มีเพิ่มขึ้นน้อยที่สุดคือ ทักษะการสืบค้นข้อมูล ( $\bar{X} = 0.68$ , S.D.=0.79,  $t=3.46$ )

ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นนวัตกรรมเศรษฐกิจดิจิทัลทำให้ทราบถึงสิ่งที่นักศึกษาผู้มีส่วนร่วมงานวิจัยได้ตระหนักถึงผลการเปลี่ยนแปลงของตนเองตลอดระยะเวลา 4 เดือน หรือ 1 ภาคการศึกษาที่มีส่วนร่วม ซึ่งจากผลการเปรียบเทียบชี้ให้เห็นว่านักศึกษาที่มีความรู้ด้านการสร้างสื่อดิจิทัลมากที่สุด ( $\bar{X} = 1.33$ , S.D.=0.61,  $t=8.36$ ) โดยค่าเฉลี่ยความแตกต่างก่อนและหลังมีมากถึง 1.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพียง 0.61แสดงให้เห็นถึงผลการประเมินของนักศึกษาทั้ง 16 คนว่าใกล้เคียงกันอย่างมากเนื่องจากมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในช่วงห่างจากเลข 0 เพียงเล็กน้อย ทั้งนี้อาจเนื่องจากระหว่างการมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้สอนเทคนิคและวิธีการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล และเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์สื่อและการออกแบบเว็บไซต์คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรุงยศ อรัณยนาคเข้ามาสอนและให้ความรู้ อันประกอบด้วยการสร้างสรรคเว็บไซต์ การถ่ายภาพ การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรด้วยโปรแกรม Adobe Photoshop, Adobe Illustrator และ Adobe Indesign ยังผลให้นักศึกษามีความรู้เพิ่มมากขึ้นจากเดิมทั้งนี้นักศึกษากลุ่มนี้ เคยเรียนรู้โปรแกรม Adobe Photoshop, Adobe Illustrator และ Adobe Indesign ในวิชาคอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบด้านนิเทศศาสตร์ CA2073 และวิชาคอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบสิ่งพิมพ์ CA 2083 โดยผู้วิจัยมาก่อนแล้ว



ภาพที่ 53 : การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลของนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในงานวิจัย

**ประเด็นที่ 2 : ความรู้ความเข้าใจ และทักษะในประเด็นเกี่ยวข้องกับการบูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการ อันประกอบไปด้วย**

1) มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย มีความรู้ด้านการประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีเพื่อการวิจัย

2) มีความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือการวิจัย

3) มีความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัย

4) มีความรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

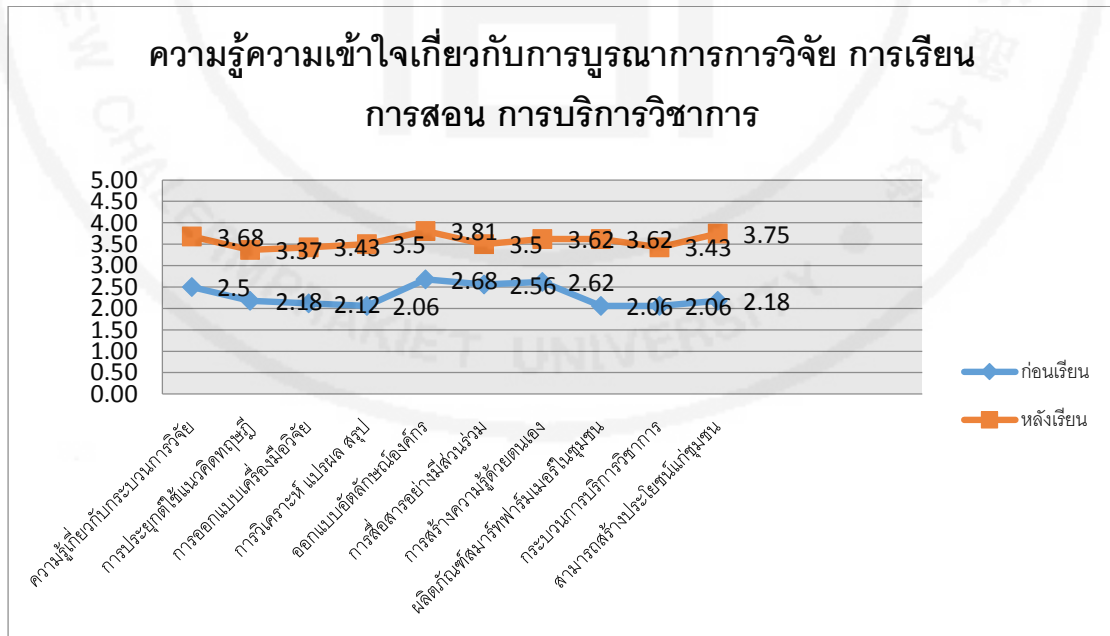
5) มีความรู้ด้านการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม

6) มีความรู้ด้านการเรียนรู้และสร้างความรู้ด้วยตนเอง

7) มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน (สมาร์ทฟาร์มเมอร์) ในจังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดใกล้เคียง

8) มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการบริการวิชาการแก่ชุมชน และสามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนได้

โดยผู้วิจัยเปรียบเทียบก่อนและหลังการเรียนรู้ ดังตารางแสดงผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ก่อนและหลัง และแผนภูมิเปรียบเทียบ (ภาพที่ 57)



**ภาพที่ 54 :** แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้ความเข้าใจ และทักษะในประเด็นเกี่ยวข้องกับการบูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการก่อนและหลัง

ตารางที่ 12 : การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาประเด็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบูรณาการการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการวิจัย

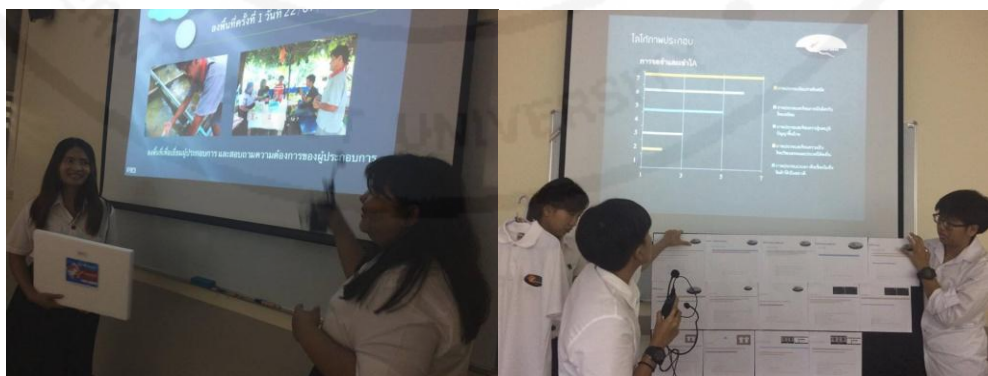
(N=16)

ประเด็นความรู้/ความเข้าใจ	ก่อนเรียน		หลังเรียน		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
เกี่ยวกับการบูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการ							
1. มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย	2.50	0.63	3.68	0.70	1.18	0.91	5.21*
2. มีความรู้ด้านการประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีเพื่อการวิจัย	2.18	0.83	3.37	0.71	1.18	0.98	4.84*
3. มีความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัย	2.12	0.80	3.43	0.72	1.31	0.47	10.96*
4. มีความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัย	2.06	0.85	3.50	0.73	1.43	0.72	7.90*
5. มีความรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร	2.68	1.01	3.81	0.75	1.12	0.88	5.08*
6. มีความรู้ด้านการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม	2.56	0.62	3.50	0.73	0.93	0.92	4.03*
7. มีความรู้ด้านการเรียนรู้และสร้างความรู้ด้วยตนเอง	2.62	0.80	3.62	0.80	1.00	1.03	3.87*
8. มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน (สมาร์ตฟาร์มเมอร์)	2.06	0.77	3.62	0.71	1.56	0.72	8.59*
9. มีความเข้าใจในกระบวนการบริการวิชาการแก่ชุมชน	2.06	0.77	3.43	0.62	1.37	0.88	6.21*
10. สามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนได้	2.18	0.91	3.75	1.06	1.56	0.89	7.00*
รวม	2.31	0.78	3.55	0.71	1.23	0.83	5.71*

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
 \* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากแผนภูมิและตารางแสดงการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ประเด็นความรู้จากการบูรณาการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการวิจัยก่อนและหลังการเรียนรู้แสดงให้เห็นว่า นักศึกษามีความรู้เพิ่มขึ้นทุกประเด็นความรู้ โดย 3 ลำดับแรกที่เพิ่มขึ้นมากที่สุดคือ ความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัย ( $\bar{X}=1.31$ , S.D.=0.47,  $t=10.96$ ) ลำดับถัดมาคือ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน (สมาร์ตฟาร์มเมอร์) ( $\bar{X}=1.56$ , S.D.=0.72,  $t=8.59$ ) และความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัย ( $\bar{X}=1.43$ , S.D.=0.72,  $t=7.90$ ) ส่วนประเด็นความรู้ที่มีเพิ่มขึ้นน้อยที่สุดคือ ทักษะการสืบค้นข้อมูล ( $\bar{X}=1.00$ , S.D.=1.03,  $t=3.87$ )

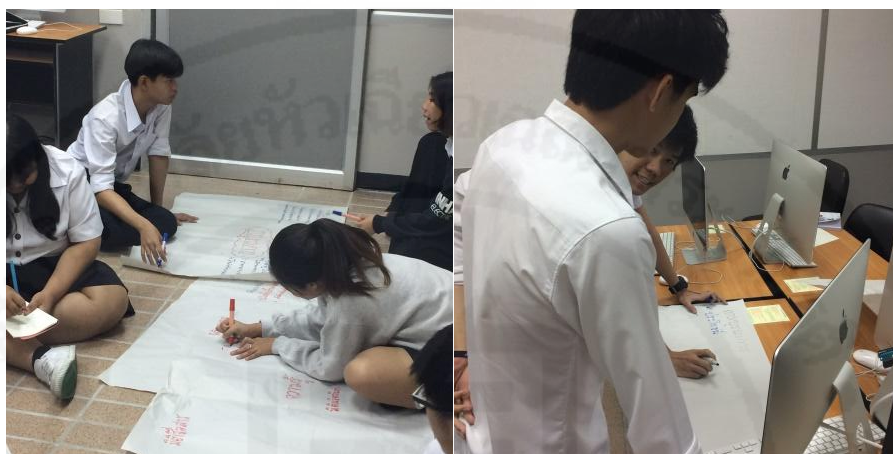
ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ประเด็นความรู้จากการบูรณาการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการวิจัยทำให้ทราบถึงสิ่งที่นักศึกษาผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยได้ตระหนักถึงผลการเปลี่ยนแปลงของตนเองตลอดระยะเวลา 4 เดือน หรือ 1 ภาคการศึกษาที่มีส่วนร่วม ซึ่งจากผลการเปรียบเทียบชี้ให้เห็นว่านักศึกษามีความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัยมากที่สุด ( $\bar{X}=1.31$ , S.D.=0.47,  $t=10.96$ ) โดยค่าเฉลี่ยความแตกต่างก่อนและหลังมีมากถึง 1.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเพียง 0.47 แสดงให้เห็นถึงผลการประเมินของนักศึกษาทั้ง 16 คนว่าใกล้เคียงกันอย่างมากเนื่องจากมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในช่วงห่างจากเลข 0 เพียงเล็กน้อย ทั้งนี้อาจเนื่องจากระหว่างการมีส่วนร่วมในงานวิจัย ผู้วิจัยได้ให้นักศึกษาร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมคิดคำถามโดยตีความจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วนำมาคิดเป็นข้อคำถามเพื่อสอบถาม สัมภาษณ์และประเมินผู้มีส่วนร่วมรายอื่น ๆ รวมถึงวิธีการวิจัย การเขียนรายงานวิจัย เทคนิคการแปรผล วิเคราะห์และสรุปผล โดยก่อนหน้านั้นนักศึกษาไม่เคยเรียนรู้การวิจัยมาก่อนยังผลให้นักศึกษาประเมินผลว่าได้รับความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัยมากที่สุด



ภาพที่ 55 : การแลกเปลี่ยนเรียนรู้หลังจากการลงชุมชนครั้งแรกและภาพการออกแบบเครื่องมือวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล แปรผล สรุปผลจากนักศึกษาผู้มีส่วนร่วมในโครงการวิจัย

## 6.2 การสรุปองค์ความรู้ของนักศึกษาผ่านกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

หลังจากที่นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการเรียนการสอนด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร การวิจัย การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมจนสิ้นสุดกระบวนการแล้ว ผู้วิจัยได้ให้นักศึกษาที่มีส่วนร่วมทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อสรุปผลการเรียนรู้จากการทำโครงการวิจัยครั้งนี้ดังภาพ



ภาพที่ 56 : การวางแผนเพื่อเก็บข้อมูลและสร้างเครื่องมือวิจัยโดยผู้วิจัยและนักศึกษา

จากการทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับนักศึกษาเพื่อสรุปองค์ความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากการเป็นผู้มีส่วนร่วมโครงการวิจัยสามารถแยกเป็นประเด็นความรู้ได้ดังนี้

### 1) องค์ความรู้ด้านการสื่อสาร

“ความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับการสื่อสารคือเราสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกลับไปพร้อมงานผู้ประกอบการและอาจารย์ ทำให้เรามั่นใจว่าการสื่อสารของเรานั้นจะไม่ผิดพลาดมีการสรุปวิเคราะห์ปัญหาต่างๆโดยการประชุมร่วมกับการแลกเปลี่ยนความเห็น ก็เป็นการสื่อสารเพื่อให้ประสบความสำเร็จ”

“ได้เรียนรู้การสื่อสารกับผู้ประกอบการผ่าน line, facebook, โทรศัพท์ การใช้ line, facebook ติดต่อสื่อสารด้านการส่งงานหรือให้ผู้ประกอบการดูความคืบหน้าของชิ้นงานและสามารถสอบถามได้ทันทีถึงสิ่งที่ต้องการให้ปรับเปลี่ยน ฝึกการสอบถามข้อมูลแผนที่การเดินทางจากผู้ประกอบการโดยตรง ส่วนการใช้โทรศัพท์สามารถโทรได้เลยเวลาเร่งด่วนแต่เราต้องถามผู้ประกอบการใหม่ว่าสะดวกที่จะคุยในตอนนั้นหรือไม่หรือว่าสะดวกในช่วงเวลาไหน”

“การประสานงานกับคนในกลุ่มแม้จะมีบางครั้งที่ความคิดเห็นไม่ตรงกันทำให้ต้องมีผู้ที่เป็นคนกลางคอยฟังเหตุผลของแต่ละคนแล้วมาคำนวณถึงความเป็นไปได้และเหมาะสมทำให้รู้จักฟังผู้อื่นมากขึ้น”

### 2) องค์ความรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

“ความรู้ที่ได้จากการออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรคือการทำให้สอดคล้องทั้งเรื่องสีของจังหวัด สัญลักษณ์ของอำเภอมารวมกันเพื่อให้ออกมาเป็นความหมาย ผู้ประกอบการพอใจกับการออกแบบ



มาก แต่ความรู้ที่ได้จริงๆ คือการออกแบบและลงมือทำจริงๆ การได้ลงพื้นที่และปฏิบัติงานจริงทำให้ได้ความรู้และประสบการณ์จากการทำงานออกแบบครั้งนี้มาก”

“ได้เรียนรู้การใส่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตามวัฒนธรรมหรือภูมิภาค และการออกแบบให้ชัดเจนถึงตัวผลิตภัณฑ์ เช่น การใช้ปลากระเบนเป็น โลโก้”

“การออกแบบฉลาก ควรคำนึงถึงบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ติด หากเป็นฟาร์มปลา ถ้ามีงบประมาณ ฉลากควรเป็นสติ๊กเกอร์กันน้ำ การออกแบบควรคำนึงถึงสิ่งที่บ่งชี้ถึงฟาร์มหรือ จังหวัดการออกแบบในแต่ละอย่างควรทิ้งน้ำหนักของแต่ละส่วนให้เท่ากัน”

### 3) องค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม

“การบริหารจัดการฟาร์มที่ได้รับจากผู้ประกอบการคือ การจัดการให้เป็นระเบียบ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและผู้บริโภค มีการวางแผนการทำงานที่ชัดเจน การตรวจสอบจนถึงการขายและแปรรูป ทำให้รู้ว่าการจัดการจริงๆ นั้นไม่่ง่ายเลย แต่ความรู้ที่ได้รับนั้นเป็นประโยชน์กับตัวเรา”

“ควรวางแผนการผลิตให้ตรงกับสิ่งที่ขายดี เช่น ปลาสายพันธุ์ของฟาร์ม ขายดีและผลิตเยอะที่สุดคือ สิ่งญี่ปุ่น การผลิตอาหารปลาทองเองช่วยลดต้นทุน อย่างทางฟาร์มมีสูตรอาหารเฉพาะของฟาร์มคือ ไข่ตุ๋น (ไข่+อาหารหมามาไปตุ๋น) และใช้ไรแดงสำหรับการเลี้ยงปลาเล็กเพื่อประหยัดต้นทุน

## 7.3 ประโยชน์ ปัญหาและข้อเสนอของการเรียนการสอนด้วยการบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมในทัศนของนักศึกษา

### 1) ประโยชน์

“ทำให้เราได้ประโยชน์กับการปฏิบัติงานจริง การลงพื้นที่สำรวจตรวจสอบจริง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลแล้วนำไปศึกษาพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน”

“-ได้ประสบการณ์จากการลงพื้นที่และทำงานจริง ทำให้รู้ถึงหลักการทำงานในชีวิตจริงที่มีทั้งการลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลพื้นฐานที่ต้องเอามาประกอบการออกแบบ”

“ได้รู้จักวิธีการติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการ และการแก้ไขเฉพาะหน้า เช่นผู้ประกอบการเวลาไม่ตรงกัน เราก็ต้องส่งข้อมูลคร่าวๆไปให้ผู้ประกอบการผ่านทางไลน์ก่อนเพื่อเป็นการแจ้งให้ผู้ประกอบการได้ทราบล่วงหน้า”

“ช่วยให้มีมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่นมากขึ้นไม่ใช่แค่เฉพาะกับคนรู้จักเท่านั้นเพราะในชีวิตจริงเราไม่สามารถอยู่แค่กับกลุ่มคนเพียงกลุ่มเดียวได้เราต้องรู้จักการเข้าหาและมารยาทในการปฏิบัติ”

“ช่วยให้ทำงานเป็นระบบและรู้จักมีความรับผิดชอบมากขึ้นเช่นการที่เราได้รับมอบหมายงานมาแล้วมีกำหนดเวลาส่งหรือไม่ส่งเราก็ควรทำให้เสร็จก่อนกำหนดเพื่อเช็คความเรียบร้อยและตรวจทานความถูกต้อง”

“ทำให้ได้รับความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ประกอบการ เช่นผู้ประกอบการสอนวิธีการเลี้ยงปลา หรือการดูแลปลาขั้นพื้นฐานให้กับเราและเราก็สอนให้ผู้ประกอบการรู้ถึงการทำเว็บหรือการสร้างเครือข่ายออนไลน์”

“ได้รู้จักการจัดการเวลาให้เป็นระบบ เช่นการที่จะต้องลงพื้นที่ในวันที่มีเรียนสมมุติว่าเรามีเรียนช่วงบ่ายเราก็ติดต่อไปยังผู้ประกอบการก่อนเพื่อขอเข้าไปพบในช่วงเช้าเพื่อสอบถามว่าผู้ประกอบการสะดวกหรือไม่ และ บอกเหตุผลไปว่าทำไมเราถึงขอเข้าไปในช่วงเช้า ในการบริหารจัดการเวลาก็ทำให้เรามีหลักการวางแผนในการทำงานมากขึ้นเป็นระบบมากขึ้นว่าเราต้องทำอะไรก่อนหลังอะไรสำคัญกว่า”

“ได้เรียนรู้การทำงานจริงไม่ใช่แค่ทำงานส่งในคาบเรียน ได้นำความรู้ที่ได้รับมาตลอดการเรียน นำมาใช้งาน ได้ช่วยให้ผู้ประกอบการมีสื่อโปรโมท ของตนเอง ได้ฝึกการพูด การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ ได้รับความรู้เกี่ยวกับปลาทอง และได้รู้ขั้นตอนการจดทะเบียนการค้า”

## 2) ปัญหาและอุปสรรค

“จากการเรียนการสอนวิชานี้คือ การรวมตัวปรึกษากับเพื่อนในกลุ่มนั้นหาเวลาได้ยากเนื่องจากเวลาไม่ตรงกัน และการนัดพบผู้ประกอบการได้ยาก เวลาลงพื้นที่ของเราจึงมีน้อยดังนั้นการลงพื้นที่แต่ละครั้งเราจึงต้องใช้เวลานานที่สุดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาพัฒนา”

“ความเห็นของสมาชิกในกลุ่มไม่ตรงกัน เช่น การออกแบบสื่อ ที่ตอนแรกผู้ประกอบการมอบหมายมาแค่ให้ออกแบบสื่อเพื่อเป็นที่ระลึกให้แก่ลูกค้า โดยที่เราไม่มั่นใจว่าผู้ประกอบการต้องการลักษณะไหน เราจึงแบ่งออกเป็นสองฝ่ายเพื่อให้ออกแบบมา 2 แบบ แล้วนำมาตัดสินใจแต่สุดท้ายก็หาข้อสรุปไม่ได้ว่าจะใช้เป็นคอกลมหรือคอวีจึงเกิดการทะเลาะขึ้นมานิดหน่อยแต่ผลสุดท้ายเราก็คุยกันด้วยเหตุผลว่าแบบไหนจึงจะเหมาะสมกว่า”

“ไม่ค่อยมีความรู้/ไม่มีความรู้เลยเรื่องปลากระเบนทำให้สื่อสารกับผู้ประกอบการไม่รู้เรื่องในช่วงแรก

“มีความรู้ในการสร้างเว็บไซต์น้อย ในเรื่องนี้เป็นปัญหาหลักในการทำงานครั้งนี้เพราะเป็นชิ้นงานที่ต้องอาศัยความเข้าใจว่ารูปแบบที่สามารถดึงดูดให้น่าสนใจจะเป็นยังไงและหลักการของการทำเว็บจากแต่

ก่อนที่เคยเรียนมาจะเป็นการเขียนโค้ดเองทั้งหมดจึงทำให้ไม่มีความมั่นใจในการทำ แต่ได้ปรึกษาอาจารย์ถึงวิธีทำก็ทำให้พบว่าไม่ได้ยากเกินไป”

“การทำงานมีความผิดพลาด เช่น การลืมนครีเอทแอท์ไลน์ตัวหนังสือทำให้เวลาเปิดงานอีกที่มีปัญหาเพราะตัวหนังสือไม่เหมือนกัน หรือ รูปแบบการวางไม่ถูกตามที่ผู้ประกอบการต้องการ”

“ระยะทางในการไปฟาร์มของผู้ประกอบการค่อนข้างไกล ในบางครั้งก็ทำให้มีปัญหาในเรื่องเวลาการลงพื้นที่ที่ไม่เพียงพอ หรือ เส้นทางในการเดินทางที่ไม่ชำนาญ”

“การรวบรวมข้อมูล ที่ไม่ครบถ้วนทำให้บางครั้งก็ทำต่อไม่ได้และต้องรอเวลาลงพื้นที่อีกครั้ง”

### 3) ข้อเสนอแนะ

“จากการเรียนวิชานี้คือ อยากให้มีเวลาเพิ่มมากขึ้นเพื่อการลงพื้นที่จริงจะได้มีเวลาเก็บข้อมูลต่างๆ และการพบผู้ประกอบการนั้นทำได้ยากในบางที เวลาที่เร่งรีบทำให้เราไม่มีข้อมูลมากเพียงพอ จึงอยากขอเสนอแนะเรื่องเวลาให้อาจารย์พิจารณาต่อไป”

“ระยะเวลาในการทำงานมีไม่เพียงพอ”

“การเรียนแบบบูรณาการเป็นการเรียนที่เหมาะสมอย่างมากเพราะเป็นการเรียนที่ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ถึงการลงมือทำจริงและทำให้ได้รับประสบการณ์โดยตรง”

“การเรียนแบบบูรณาการเป็นการเรียนที่เหมาะสมมากเพราะนักศึกษาสามารถลงมือทำด้วยตนเองฝึกการเก็บข้อมูล การรวบรวมข้อมูล ความรับผิดชอบต่องาน”

“เป็นการทดสอบนักศึกษาได้ว่าได้ความรู้ไปมากน้อยเพียงใด จากการเรียนที่ผ่านมา”

“อยากให้พัฒนาฟาร์มใหม่ๆ”

“อยากให้ศึกษารุ่นต่อไปได้ทำการพัฒนาร้านค้า และ ฟาร์ม เพื่อเป็นการต่อยอด”





ภาพที่ 57 : อินโฟกราฟิกผลสัมฤทธิ์การบูรณาการการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

## บทที่ 7

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

#### 7.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมแบบผสมผสานวิธี ทั้งการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed Method) การจัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้และกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลและสภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์ ใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจข้อมูลทั่วไปของสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) รวมถึงความต้องการด้านรูปแบบเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล วิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค (SWOT) เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมตระหนักถึงปัญหาและความต้องการของการประกอบการ พร้อมทั้งใช้วิธีการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม

จากการศึกษาตามขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

##### 7.1.1 ภูมิหลัง ปัญหา ความต้องการและการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

###### 7.1.1.1 เจ้แอนด์ปลากัด

เจ้แอนด์ปลากัดเป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงปลากัดสำหรับการประกวดและขายในราคาสูง เน้นการรักษาคุณภาพของลักษณะปลากัดที่สวยงามและเป็นที่ยอมรับของตลาด กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของฟาร์มเป็นลูกค้าที่ต้องการนำปลากัดไปพัฒนาเพื่อการประกวดและกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่ชื่นชอบปลากัดไทย เช่น ลูกค้าจากประเทศสิงคโปร์ จีน ฮองกง ญี่ปุ่นและเกาหลี และทุกๆ ปี ผู้ประกอบการจะพัฒนาสายพันธุ์ปลากัดเพื่อนำไปแข่งขันยังต่างประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการฟาร์มเจ้แอนด์ปลากัดจึงต้องการอัตลักษณ์องค์กรที่แสดงถึงความเป็นไทยแบบผสมผสานความเป็นสากล สอดคล้องกับงานวิจัยของศักดิ์สิทธิ์ คำหลวง (2558) ดังนั้นผู้วิจัยและนักศึกษาจึงพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมยังผลให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจในระดับมาก แต่ผู้ประกอบการไม่นำอัตลักษณ์องค์กรไปจดทะเบียนสินค้าเนื่องจากกลัวปัญหาทางด้านภาษี

อัตลักษณ์องค์กรที่ฟาร์มเจ้แอนด์ปลากัดต้องการคือ ตราสัญลักษณ์ เสื้อสำหรับสวมใส่ในงานออกร้านแสดงสินค้า นามบัตรและเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อในงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กรพบว่าผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจในระดับมากที่สุด ส่วนปัญหาของผู้ประกอบการฟาร์มเจ้แอนด์ปลากัดคือ ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร การสื่อสารการตลาดและขาดอัตลักษณ์องค์กรเพื่อสื่อสารกับลูกค้า จากนั้นผู้วิจัยได้จัดอบรมให้ความรู้และลงพื้นที่ให้ความรู้ พร้อมทั้งให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม และการสร้างสื่ออัตลักษณ์องค์กร

###### 7.1.1.2 เกศกึ่งแกล้ม

ฟาร์มเกษตรกึ่งแก้มเป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงกุ้งขาวที่มีกระบวนการบริหารจัดการฟาร์มแบบธรรมชาติเกือบครบวงจร กล่าวคือ ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงกุ้งด้วยตนเอง มีภูมิปัญญาการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพน้ำด้วยวิธีธรรมชาติ ผลิตอาหารกุ้งจากธรรมชาติไม่ใช้สารเคมี แปรรูปกุ้งเป็นกุ้งเหี้ยยด (ภูมิปัญญาของจังหวัดสมุทรปราการ) เพื่อจำหน่ายด้วยตนเอง กลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ มีชาวต่างชาติเฉพาะตอนไปออกร้านสินค้าร่วมกับทางจังหวัด โดยผู้ประกอบการได้สร้างสรรค์รสชาติเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ เช่นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์กุ้งเหี้ยยดรสออริกาโน่ และรสพริกไทยดำเพื่อให้ถูกใจลูกค้าชาวต่างชาติ รูปแบบอัตลักษณ์องค์กรที่ผู้ประกอบการต้องการคือ ภาพประกอบและสีที่สื่อถึงตัวผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์และแหล่งผลิต ความเป็นสากล สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของกันยาพร กุณฑลเสพย์ (2553); ชมจันทร์ ดาวเดือน (2557) ; และรัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม (2560) ดังนั้นผู้วิจัยและนักศึกษาจึงพัฒนารูปแบบด้วยการดึงเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์เป็นการ์ตูนและกุ้งที่มีลักษณะเหี้ยยดตรงซึ่งเป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทำแปรรูปกุ้งให้มีลักษณะเหี้ยยดตรงโดยหักข้อปล้องกุ้งข้อที่ 3 แล้วใช้ของหนกกดทับไว้ทำให้สามารถรับประทานได้ง่ายต่างจากกุ้งทั่วไปที่โค้งงอ ใช้สีส้มสื่อถึงกุ้ง สีฟ้าสื่อถึงน้ำ สีน้ำเงินเป็นสีคู่ตรงข้ามกับสีส้มดึงดูดความสนใจและสื่อถึงคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมพอใจในระดับมากและผู้ประกอบการนำอัตลักษณ์องค์กรไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อความยั่งยืนต่อไปในอนาคต (หลักฐานการจดทะเบียนอัตลักษณ์องค์กรภาคผนวก)

อัตลักษณ์องค์กรที่เกษตรกรกึ่งแก้มต้องการคือ ตราสัญลักษณ์ อินโฟกราฟิก ฉลากสินค้า นามบัตรและเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook จากนั้นผู้วิจัยและนักศึกษาได้ร่วมพัฒนาและออกแบบสื่อตามที่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมต้องการจนแล้วเสร็จและให้ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจผลการประเมินพบว่า ผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจในระดับมาก ส่วนปัญหาของผู้ประกอบการฟาร์มคือ ขาดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ยังขาดความรู้ด้านบริหารจัดการฟาร์ม ขาดเรื่องการสื่อสารการตลาด/ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและขาดทักษะการถ่ายภาพสินค้าเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังผู้บริโภค ผู้วิจัยและนักศึกษาจึงจัดอบรมและลงพื้นที่ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการจนผู้ประกอบการมีความรู้เพิ่มขึ้นตามความต้องการ

#### 7.1.1.3 เปี้ยกปลาทอง

ฟาร์มเปี้ยกปลาทอง เป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาทองสายพันธุ์แท้จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้รับการพัฒนาสายพันธุ์อย่างยาวนานกว่า 30 ปี จึงทำให้ผู้ประกอบการมีความชำนาญและภูมิปัญญาเพาะเลี้ยงปลาทองเป็นอย่างดี แต่ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมาผู้ประกอบการประสบผลผลิตปลาทองได้จำนวนน้อยและปัญหาขาดทุน เนื่องจากถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา แม้ผู้ประกอบการจะลดต้นทุนการผลิตด้วยการผลิตอาหารเลี้ยงปลาทองเอง โดยคิดสูตรอาหารคือ ใช้ไข่ไก่ผสมน้ำเต้าหู้และอาหารสุนัขเพราะราคาอาหารปลาทองมีราคาสูงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี ลูกค้าของผู้ประกอบการคือ กลุ่มลูกค้าชาวไทยที่ชื่นชอบปลาทองสาย

พันธุ์สิงห์ญี่ปุ่น และลูกค้าชาวลาวและเวียดนามที่ติดต่อผ่านมาทางพ่อค้าคนกลาง ดังนั้นรูปแบบอัตลักษณ์ที่ผู้ประกอบการต้องการคือ การสื่อถึงความเป็นญี่ปุ่นผสมผสานความเป็นไทย ใช้ภาพประกอบเป็นภาพปลาทองสายพันธุ์สิงห์ญี่ปุ่น เส้นสายลายพู่กันวัดแบบญี่ปุ่น อักษรภาษาไทยแบบไม่มีฐานและหัวในตราสัญลักษณ์ส่วนเนื้อหาให้ใช้อักษรแบบมีฐานและหัว สีที่เชื่อมสัมพันธ์สีของปลาทองสิงห์ญี่ปุ่นและน้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรตนะชัย ชื่นตา (2555) Laura Bix (2002) และ Kathy Jacobs (2011) ดังนั้นผู้วิจัยและนักศึกษาจึงพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์องค์กรตามความต้องการของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วม เน้นการใช้รูปแบบที่สะท้อนอัตลักษณ์ตัวตนมาของแหล่งกำเนิดปลาทองตามความต้องการและออกแบบให้มีความเป็น “นิจภาพ” (ศักดิ์สิทธิ์ คำหลวง, 2558) คือสื่อให้เห็นถึงคุณลักษณะที่ติดตัวมาของปลาทองสายพันธุ์ญี่ปุ่นแท้โดยการใช้รูปปลาทองพันธุ์สิงห์ญี่ปุ่นที่มีลักษณะเฉพาะคือมีแก้ม 2 ก้อนด้านหน้าคล้ายเขี้ยวสิงห์ ลำตัวโค้งได้รูปและใช้ลายเส้นพู่กันวัดหมึกแบบการเขียนพู่กันญี่ปุ่นได้อัตลักษณ์ที่ผู้มีส่วนร่วมพอใจยังผลให้ผู้ประกอบการนำอัตลักษณ์องค์กรไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อความยั่งยืนต่อไปในอนาคต (หลักฐานการจดทะเบียนอัตลักษณ์องค์กรภาคผนวก)

อัตลักษณ์องค์กรที่ฟาร์มเป็ยกปลาทองต้องการคือ ตราสัญลักษณ์ อินโฟกราฟิก เลือทำกิจกรรมสำหรับออกร้าน นามบัตรและเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ปัญหาของผู้ประกอบการฟาร์มคือ ขาดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ยังขาดความรู้ด้านบริหารจัดการฟาร์ม ขาดเรื่องการสื่อสารการตลาดและช่องทางการจำหน่ายสินค้า และขาดแรงงานช่วยเรื่องการผลิต ผู้วิจัยและนักศึกษาจึงจัดอบรมและลงพื้นที่ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการจนผู้ประกอบการมีความรู้เพิ่มขึ้นตามความต้องการ

#### 7.1.1.4 ฟาร์มปลาระเบนน้้ำจืด 99 แสนฟาร์ม

เป็นฟาร์มปลาระเบนน้้ำจืดที่สามารถเพาะเลี้ยงในประเทศไทยเนื่องจากมีลักษณะภูมิอากาศที่คล้ายกันแหล่งกำเนิดอย่างลุ่มแม่น้ำอะเมซอน ในประเทศบราซิล โดยปลาระเบนน้้ำจืดเป็นที่นิยมของผู้ชื่นชอบสัตว์เลี้ยงลักษณะพิเศษ (Exotic Pets) มีราคาสูง กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น ชาวฮ่องกงและจีน เพศชายมากกว่าเพศหญิง สายพันธุ์ปลาระเบนน้้ำจืด 99 แสนฟาร์มเพาะเลี้ยงและเป็นเอกลักษณ์ของฟาร์มคือ สายพันธุ์โมโตโร่ เป็นปลาระเบนน้้ำจืดที่เลี้ยงง่ายที่สุด ตัวเล็ก สีน้ำตาลเข้มลายจุดสีน้ำตาลอ่อนและปลาระเบนน้้ำจืดสายพันธุ์ผสมที่มีลักษณะเป็นปลาขนาดเล็ก มีลายจุดสีขาว บนพื้นสีดำ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องการรูปแบบอัตลักษณ์องค์กรที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์และเอกลักษณ์ของฟาร์ม โดยใช้ปลาระเบนน้้ำจืดสายพันธุ์โมโตโร่เป็นภาพประกอบ ใช้ศิลปะผสมผสานความเป็นสากลและความเป็นไทยเพื่อสะท้อนแหล่งผลิต ใช้สีขาวดำคลุมโทนงานเชื่อมโยงกับสีของปลาระเบนน้้ำจืด ใช้อักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สอดคล้องกับงานวิจัยของศักดิ์สิทธิ์ คำหลวง (2558) และสุรตนะชัย ชื่นตา (2555) ดังนั้นผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบอัตลักษณ์องค์กรตามความต้องการของผู้ประกอบการและความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมจนผลงานสมบูรณ์และได้รับความพึงพอใจผลให้ผู้ประกอบการนำอัต



ลักษณะองค์กรไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อความยั่งยืนต่อไปในอนาคต (หลักฐานการจดทะเบียน  
อักษลักษณ์องค์กรภาคผนวก)

อัตรลักษณ์องค์กรที่ 99 แส่นฟาร์มต้องการคือ ตราสัญลักษณ์ อินโฟกราฟิก เว็บไซต์และ  
เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ปัญหาของผู้ประกอบการคือ ขาดทุนทรัพย์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์  
ขาดความรู้ด้านการออกแบบและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ขาดเรื่องการสื่อสารการตลาดและช่องทางการ  
จำหน่ายสินค้าและขาดทักษะการถ่ายภาพสินค้าเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังผู้บริโภค ผู้วิจัยและ  
นักศึกษาจึงจัดอบรมและลงพื้นที่ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการจนผู้ประกอบการมีความรู้เพิ่มขึ้นตามความ  
ต้องการ

### 7.1.2 การเปลี่ยนแปลงหลังมีส่วนร่วม

หลังจากมอบอัตรลักษณ์องค์กรให้ผู้ประกอบการนำไปใช้เป็นเวลา 6 เดือนแล้ว ผู้วิจัยได้ให้  
ผู้ประกอบการประเมินการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้และด้านเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นหลังจากการมีส่วนร่วมใน  
โครงการวิจัย ผลการประเมินพบว่าผู้ประกอบการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้เพิ่มขึ้นทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง  
ด้านการออกแบบอัตรลักษณ์องค์กรและด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการได้มี  
ส่วนร่วมทุกขั้นตอนและผู้วิจัยได้จัดอบรมความรู้ อีกทั้งลงพื้นที่ให้ความรู้หลายๆ ครั้งยังผลให้  
ผู้ประกอบการมีความรู้ที่เกิดขึ้นระหว่างการมีส่วนร่วม (ชาตรี บัวคลี, 2554) ส่วนการเปลี่ยนแปลงด้าน  
เศรษฐกิจพบว่า มีการเปลี่ยนแปลงทุกตัวบ่งชี้เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ได้รู้จัก  
ผู้ประกอบการรายอื่นและร่วมสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายออนไลน์ Facebook และมียอดขาย  
เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับจำนวนลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าของผู้ประกอบการทั้ง 4 ฟาร์มส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น  
และวัยทำงานที่นิยมใช้สมาร์ทโฟนและเทคโนโลยีดิจิทัลในการติดต่อสื่อสารจึงทำให้เข้าถึงผู้ประกอบการ  
มากขึ้นและสะดวกต่อการสั่งซื้อ ตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (พรรณสิริ สุ่นป  
ระเสริฐ, 2559)

### 7.1.3 ผลสัมฤทธิ์การบูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการและการ ทำนุศิลปวัฒนธรรม

เป็นการประเมินผลการเรียนรู้ผ่านกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย การ  
บริการวิชาการและทำนุศิลปวัฒนธรรมด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล  
ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของงานวิจัย จากผลการประเมินความรู้ที่เกิดขึ้นจากการบูรณาการ  
กระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอนยังผลให้นักศึกษาเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการเรียนรู้ ความเข้าใจและ  
ทักษะการเป็นผู้นำด้าน นวัตกรรมในยุคดิจิทัลเพิ่มขึ้นหลังเรียนรู้อย่างชัดเจน โดย 3 ลำดับแรกที่มีความรู้  
เพิ่มขึ้นมากที่สุดคือ ความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัย ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน  
(สมาร์ตฟาร์มเมอร์) และความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัยส่วนของประเด็นความรู้ความ  
เข้าใจเกี่ยวกับความเป็นนวัตกรรมเศรษฐกิจดิจิทัล นักศึกษามีความรู้เพิ่มขึ้นมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ ความรู้

ด้านการสร้างสื่อดิจิทัล ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล และทักษะด้านการเชื่อมโยงข้อมูลมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการทำงานทุกขั้นตอน ได้ฝึกการตั้งคำถาม การสังเกต การสืบค้นข้อมูล การคิดเชื่อมโยง และการสร้างเครือข่าย ใช้ปฏิภาณไหวพริบเพื่อการแก้ปัญหาและได้ฝึกใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้า โดยก่อนหน้านี้ นักศึกษาไม่เคยเรียนด้วยวิธีการบูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการมาก่อน เมื่อได้เรียนรู้จึงได้ความรู้ใหม่ด้านการวิจัย การกล้าแสดงออก กล้าคิดกล้าตั้งคำถาม และการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากับผู้มีส่วนร่วมรายอื่นทั้งระดับผู้ใหญ่และผู้ประกอบการ อีกทั้งยังได้ฝึกการเป็นนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของชาตรี บัวคลี (2557) และ Mac Callum (2000) ที่ศึกษาวิจัยรูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมและการบูรณาการการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการอย่างมีส่วนร่วมพบว่า นักศึกษาได้ฝึกทักษะการออกแบบสื่อ การตั้งคำถาม การคิดเชื่อมโยงและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

## 7.2 อภิปรายผลการวิจัย

### 7.2.1 ภูมิหลัง ปัญหาและความต้องการและการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

ภูมิหลังของผลิตภัณฑ์และการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล เป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ในงานวิจัย โดยผู้วิจัยและนักศึกษาเชื่อมโยงภูมิหลังของสินค้า ปัญหาและความต้องการจากนั้นจึงสรุปและพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์จนเป็นที่พอใจของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วม โดยออกแบบสื่อถึงความ เป็นไทย ใช้ภาพประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละฟาร์ม เชื่อมโยงสีกับผลิตภัณฑ์ และสะท้อนความเป็นไทย ใช้รูปทรงที่สื่อถึงความ เป็นอิสระและเคลื่อนไหว ใช้อักขระภาษาอังกฤษและภาษาไทยสื่อถึงการผสมผสานวัฒนธรรมความเป็นไทยและสากล ใช้สีที่สื่อถึงที่มาของผลิตภัณฑ์ หรือตัวผลิตภัณฑ์และใช้สีคู่ตรงกันข้ามเพื่อดึงดูดความสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัตน์ชัย ชื่นตา (2555) ที่ศึกษาการออกแบบตราสัญลักษณ์ไทยที่ชนะเลิศการประกวดแข่งขัน จำนวน 48 ชิ้น พบว่าการออกแบบตราสัญลักษณ์ไทยควรใช้หลักการตัดทอนสื่อถึงความเคลื่อนไหวและความต่อเนื่อง มีลักษณะความเป็นไทย มีรูปทรงอิสระและรูปทรงใช้สีคู่ตรงและไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของกันยาพร กุณฑลเสพย์ (2553) ; ชาตรี บัวคลี (2557); ชมจันทร์ ดาวเดือน (2557); และรัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม (2560) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์และสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์และพบว่า การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรที่ดีต้องสื่อถึงผลิตภัณฑ์หรือที่มาของแหล่งผลิต ความเป็นไทยโดยสะท้อนผ่านภาพประกอบ สี ตัวอักษรและรูปร่าง รูปทรง อย่างไรก็ตามแม้การวิจัยครั้งนี้ จะมุ่งเน้นพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลแต่จะเห็นว่ามีสื่อดั้งเดิมบางประเภทที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องการ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์อย่าง ฉลากสินค้า หรือสื่อพนักงานสะท้อนให้เห็นว่าต่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัลไปมากแค่ไหนก็ตามสื่อดั้งเดิมก็ยังมิบทบาทควบคู่ไปกับสื่อใหม่ (new media technology) เพียงแต่ลดบทบาทลงจากในอดีตเท่านั้น

## 7.2.2 การเปลี่ยนแปลงหลังมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นจนจบโครงการ ยังผลให้ผู้ประกอบการได้อัตลักษณ์องค์กรที่ดีและตรงกับความต้องการมากที่สุด อีกทั้งผู้ประกอบการยังได้รับความรู้เพิ่มเติมเพื่อการประกอบอาชีพและพัฒนาตัวเองเป็นสมาร์ตฟาร์มเมอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนองค์ความรู้ที่สำคัญจากการวิจัยพบว่า “การให้ความรู้อย่างมีส่วนร่วม” คือหัวใจหลักที่สำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลยังผลให้ชุมชนเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง อย่างยั่งยืนตามแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 12 เนื่องจากการให้ความรู้กับผู้ประกอบการจะสามารถทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจในโครงการวิจัยมากขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ และอาจต่อยอดความรู้ที่ได้กลายเป็นองค์ความรู้ใหม่ ขยายผลและถ่ายทอดสู่ผู้ประกอบการรายอื่นในชุมชนได้

## 7.2.3 ผลสัมฤทธิ์การบูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการและการทำนุศิลปวัฒนธรรม

ความรู้ของนักศึกษาที่เกิดขึ้นจากการบูรณาการกระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอนยังผลให้นักศึกษาเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการเรียนรู้ ความเข้าใจและทักษะการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมในยุคดิจิทัลและความรู้ด้านการวิจัยเพิ่มมากขึ้นหลังการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมกับงานวิจัยในทุกขั้นตอนแล้วผู้วิจัยยังประยุกต์ใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แนวใหม่ โดยผู้วิจัยเป็นผู้จัดการเรียนการสอน และวางแผนปฏิบัติงานเพื่อให้นักศึกษาเกิดความกระตือรือร้น (Active Learning) และรู้จักแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ด้วยวิธีจัดการกระบวนการเรียนการสอนเป็น 4 ตอนห่างกันตอนละ 4 สัปดาห์ แบ่งการพัฒนาผลงานการออกแบบเป็นร้อยละ (%) ได้แก่ ตอนที่ 1 (10%) ตอนที่ 2 (30%) ตอนที่ 3 (70%) และตอนที่ 4 (100%) ซึ่งสัปดาห์แรกของแต่ละตอนจะมีการเรียนการสอนภาคทฤษฎีโดยเชื่อมโยงเนื้อหาระหว่างการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและการวิจัย จากนั้นสัปดาห์ที่ 2 และ 3 ของทุกตอน ผู้วิจัยได้สอนวิธีการทำงาน ให้คำแนะนำเกี่ยวกับกระบวนการทำงานและพานักศึกษาลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล ฝึกการเป็นผู้ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและออกแบบอัตลักษณ์องค์กรนอกสถานที่ ส่วนสัปดาห์ที่ 4 ผู้วิจัยให้นักศึกษานำเสนอผลงานเพื่อเก็บคะแนนตอนละ 20 คะแนน ทำให้นักศึกษาเกิดความกระตือรือร้นในการทำงานและเกิดกระบวนการสร้างปัญญาด้วยตนเองและทำให้รู้จักแสวงหาความรู้ เกิดการเรียนรู้และวิธีการเรียนรู้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของลินจง จันทรวราทิตย์ (2549) ที่ศึกษาการจัดการกระบวนการเรียนรู้แนวใหม่โดยบูรณาการทักษะการใช้ภาษาไทยเพื่อสร้างปัญญาให้กับผู้เรียนและไปในทิศทางเดียวกับภิญโญ ภูเทศ (2549) ที่ศึกษาวิจัยกระบวนการแก้ไขปัญหาคความยากจนและกระจายรายได้โดยบูรณาการการเรียนการสอนกับการพัฒนาชุมชนทำให้นักศึกษาเกิดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เกิดการพึ่งพาตนเองและเกิดการสร้างเครือข่ายสัมพันธ์

## 7.3 ข้อเสนอแนะ

### 7.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลที่ผู้อ่าน หรือผู้รับสารสามารถเป็นได้ทั้งผู้สร้างข้อมูล รับข้อมูลและกระจายข้อมูลได้ในเวลาเดียวกันกลับเป็นดาบสองคมและเป็นผลเสียต่อสังคมภาพกว้างในแง่ของข้อเท็จจริงและความน่าเชื่อถือในข้อมูล ยิ่งหากผู้ส่งข้อมูลมีเจตนาร้ายแอบแฝงยังเป็นภัยคุกคามที่สามารถชักจูงให้ผู้คนจำนวนมากที่ขาดตรรกะ (Logic) และการรู้เท่าทันหลงเชื่อได้ง่าย ดังนั้นภาครัฐควรทำงานเชิงรุก โดยจัดตั้งหน่วยงานพัฒนาสังคมและชุมชนประกอบไปด้วย

1) หน่วยงานกลั่นกรองข้อมูล ทำหน้าที่กลั่นกรองข้อมูลที่มีผลกระทบต่อสังคมภาพรวม เช่น ข้อมูลพยากรณ์อากาศ ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาฯ โดยรวบรวมผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาต่างๆ ทั้งนักวิชาชีพและนักวิชาการแบบสหวิทยาการทำงานผ่านระบบดิจิทัล หรือสร้างโปรแกรมกลั่นกรองข้อมูลอีกชั้นหนึ่งเพื่อตรวจสอบข้อมูลแบบเรียลไทม์ (Real Time) โดยอาจขอความร่วมมือกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Lineฯ ให้มีปุ่มตรวจสอบข้อมูล (Approve) ก่อนกระจายข้อมูล (Share) โดยต้องใช้เวลาตรวจสอบสั้นที่สุดและมีเครื่องหมายว่าข้อมูลนั้นผ่านการตรวจสอบและน่าเชื่อถือ ซึ่งอาจกระทำโดยการขอความร่วมมือ หรือให้ผู้เขียนข้อมูลสมัครใจเพื่อตรวจสอบ

2) หน่วยงานให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล จัดตั้งทีมนักวิชาการและนักวิชาชีพลงพื้นที่ให้ความรู้โดยประสานงานร่วมกับชุมชน เช่น กำนันผู้ใหญ่บ้าน องค์กรบริหารส่วนตำบล ปราชญ์ชาวบ้านเพื่อรวบรวมประชาชนและให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์โดยอาจจัดตั้ง “เยาวชนดิจิทัล” ประจำหมู่บ้านเพื่อเป็นแกนนำสำคัญเผยแพร่ความรู้ทำให้เกิดความยั่งยืนสู่ชุมชน

3) หน่วยงานสำรวจปัญหาและความต้องการของชุมชน จัดตั้งทีมนักวิชาการทำงานร่วมกับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) หรือจัดตั้งอาสาพัฒนาประจำหมู่บ้าน (อสพ.) เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการของคนในพื้นที่จากนั้นให้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดส่งไปยังหน่วยงานพัฒนาอำเภอพัฒนาจังหวัดและสำนักงานสถิติแห่งชาติ เพื่อให้เป็นฐานข้อมูลบนระบบสารสนเทศยังประโยชน์ให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถดึงข้อมูลไปใช้และร่วมมือกันแก้ไขปัญหา เช่น มีข้อมูลและความต้องการของชุมชนในแต่ละจังหวัดผ่านระบบสารสนเทศ ทำให้สถาบันการศึกษาที่อยู่พื้นที่ใกล้เคียงซึ่งมีศักยภาพและความพร้อมนำข้อมูลปัญหาและความต้องการวางแผนการช่วยเหลือและลงพื้นที่ได้อย่างทันเหตุการณ์ เนื่องจากในปัจจุบันนักวิจัยหรือนักพัฒนาต่างคนต่างทำงาน ทำให้ต้องเก็บข้อมูลซ้ำๆ เกิดความเบื่อหน่ายต่อผู้ให้ข้อมูล ส่งผลให้เกิดความร่วมมือแบบไม่เต็มที

4) หน่วยงานสร้างสรรค์และสื่อสารการตลาด หรืออาจเรียกรวมกันว่าสื่อสารชุมชนจังหวัด แยกออกมาจากหน่วยงานพัฒนาชุมชนจังหวัดและประชาสัมพันธ์จังหวัด เพื่อทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลความรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับภาครัฐและประชาชน โดยรวบรวมและจัดตั้งผู้มีความรู้ความสามารถด้านการสื่อสาร ด้าน

เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม ด้านการคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ ด้านบริหารจัดการและการตลาด ของแต่ละท้องถิ่นเพื่อยกระดับเศรษฐกิจของชุมชนให้สามารถแข่งขันในระดับสากลได้อย่างยั่งยืน

5) รัฐบาลควรจัดตั้งหน่วยงานด้านเทคโนโลยีเพื่อชุมชน ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ด้านการใช้ เทคโนโลยีให้กับชาวบ้านทุกกลุ่ม ทั้งผู้สูงอายุ วัยทำงาน วัยเด็ก กลุ่มชาติพันธุ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทาง สังคมและให้ประชาชนมีความรู้และทักษะการใช้เทคโนโลยีและสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดทางธุรกิจ หรือ ปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังแม้เพียงคนเดียว

6) การปัญหาชุมชนทุกปัญหา ควรใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเข้าไปแก้ปัญหาแทนที่การสื่อสาร แบบบนลงล่างเพื่อการลดปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

### 7.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการวิจัยเอกลักษณ์ หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของแต่ละท้องถิ่นเพื่อนำมาพัฒนาต่อยอด เป็นอัตลักษณ์องค์กรที่สะท้อนถึงแหล่งที่มาและสร้างการจดจำ เช่น พืชท้องถิ่น ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ โดดเด่นและมีเพียงท้องถิ่นนั้นที่เดียว เป็นต้น

2) ควรมีหน่วยงานภาครัฐศึกษาประเด็นความรู้ที่ชุมชนแต่ละท้องถิ่นต้องการเพื่อสร้างแบบจำลอง ความรู้ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนและถ่ายทอดการนำข้อมูลไปใช้สำหรับนักวิชาการ ซึ่งเป็น ประโยชน์ตั้งแต่ชุมชนและนักวิชาการ

3) การทำวิจัยอย่างมีส่วนร่วมผู้วิจัยควรลงพื้นที่สำรวจปัญหาและความต้องการของกลุ่มประชากรที่ จะศึกษาก่อน จากนั้นจึงศึกษาภูมิหลังก่อนการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำมาเทียบผลการเปลี่ยนแปลงหลังจากมี ส่วนร่วมในโครงการวิจัย

4) การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมสิ่งสำคัญคือการปูพื้นฐานความรู้ด้านหลักการออกแบบและ องค์ประกอบศิลป์ให้ผู้มีส่วนร่วมเข้าใจหลักการก่อนการออกแบบเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการพัฒนาผลงาน ออกแบบไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมนั้น ผู้มีส่วนร่วมทุกคนต่างมีส่วน เกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบเท่าเทียมกัน หากมีความเหลื่อมล้ำด้านความรู้และหลักการออกแบบ มากเกินไปจะทำให้ผลงานออกแบบไม่ราบรื่น ดังนั้นผู้วิจัยควรปูพื้นฐานความรู้ด้านหลักการออกแบบและ องค์ประกอบศิลป์ให้ผู้มีส่วนร่วมก่อนดำเนินโครงการ

5) ควรศึกษาแผนพัฒนาประเทศและนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยทำให้เกิดความสอดคล้องกับ ทิศทางการพัฒนาประเทศแบบองค์รวม



## กัมมหลัง 1

Objective

### ผลิตภัณฑ์ Smart Farmer



# - Overview -



**S**  
**W**  
**O**  
**T**



ขาดความรู้  
ด้านสื่อดิจิทัล  
การบริหารจัดการ  
การสื่อสารตลาด  
การถ่ายภาพดิจิทัล



ภาพประกอบสะท้อน  
ผลิตภัณฑ์



ขาดแรงงาน



ขาดอัตลักษณ์  
องค์กร



ขาดความรู้  
ด้านสื่อดิจิทัล  
การบริหารจัดการ  
การสื่อสารตลาด  
การถ่ายภาพดิจิทัล



สื่อต้องสะท้อนผลิตภัณฑ์  
และการอนุรักษ์  
สิ่งแวดล้อม



แบบอักษรที่ผสมผสาน  
ความเป็นไทยและสากล



จัดองค์ประกอบให้สมดุล



ผู้ประกอบการมีองค์ความรู้  
และภูมิปัญญาด้านการเลี้ยงสัตว์น้ำ

## & การเปลี่ยนแปลง

## อัตลักษณ์องค์กร 2

Objective



ความเป็นไทย  
และสากล  
ผู้ประกอบการ



การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ

ก่อน หลัง

ยอดขาย ลูกค้า กำไร ผู้ติดตาม เครือข่าย



เชื่อมโยง  
“สี”



เชื่อมโยง  
“ตัวอักษร”



เชื่อมโยง  
“ภาพประกอบ”



ได้ความรู้ด้าน  
การออกแบบอัตลักษณ์เพิ่มขึ้น



ได้ความรู้ด้าน  
การใช้สื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้น



เชื่อมโยง  
“สี”



เชื่อมโยง  
“ตัวอักษร”



เชื่อมโยง  
“ภาพประกอบ”

TEL : 0846956227  
LINE : zadoun  
E-MAIL : tanawat17@gmail.com

## ผลสัมฤทธิ์ 3

Objective

### การเรียนรู้ การบูรณาการเรียนการสอน วิจัย บริหารวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม



เกิดองค์ความรู้



\*ควรเพิ่ม  
เวลาเรียน



ความรู้และทักษะวิจัย

- ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัย
- ด้านสมาร์ฟาร์มเมอร์
- ด้านวิเคราะห์ แปรผล สรุปผลการวิจัย



ความเป็นนวัตกรรม

- ความรู้ด้านการสร้างสื่อดิจิทัล
- ความรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล
- ทักษะการเชื่อมโยงข้อมูล



เกิดองค์ความรู้

- ด้านการสื่อสาร
- ด้านการออกแบบ
- ด้านการบริหารจัดการ

ภาพที่ 58 : อินโฟกราฟิกภาพรวมงานวิจัย

## บรรณานุกรม

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). **สัมมนาผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศระดับสูงภาครัฐ เรื่อง การขับเคลื่อนแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของหน่วยงานภาครัฐ ภายในงานดิจิทัลไทยแลนด์ 2016**. ออนไลน์ <http://www.mdes.go.th/view/1/Digital%20Economy.html>. (13 มิถุนายน 2559).
- กสิณ ประสิทธิ์โชค. (2554) **แนวทางการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมของที่พักอาศัยสำหรับนักศึกษาในสถาบันการศึกษาส่วนภูมิภาค: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตนครสวรรค์**. วิทยานิพนธ์ สด.ม (สาขาสถาปัตยกรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543) **สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เกรียงไกร ภูวนิชย์, ประสงค์ ประณีต พลกรังและกุลธร เกษมสันต์. (2557) “การสำรวจและวิเคราะห์เชิงประจักษ์ด้านความเหลื่อมล้ำของสมรรถนะบุคลากรทางด้านไอซีทีในหน่วยงานภาครัฐสำหรับสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล” **The Eleventh National Conference on Computing and Information Technology**. หน้า1-6. จากฐานข้อมูลบทความวิจัยฉบับเต็ม เครือข่ายห้องสมุดมหาวิทยาลัย (Thailish).
- กันยาพร กุณฑลเสพย์. (2553) **ศึกษาและออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ยาเพื่อสื่อสารสำหรับผู้สูงอายุตามแนวคิดออกแบบเพื่อมวลชน**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จตุพงศ์ ภูสุมาศ. (2560). **Principles Infographic**. นนทบุรี : ไอดีซี.
- ชุตินาฏ วงศ์สุบรรณ. (2558) “ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)” ในการประชุมสัมมนาเพื่อรับมอบนโยบายและแนวทางการปฏิบัติราชการ **ปีงบประมาณ 2559**. หน้า 41. กรุงเทพฯ : กระทรวงแรงงาน.
- ชาตรี บัวคลี่. (2554). **ประสิทธิผลของเทคนิคการนำเสนอที่แตกต่างที่มีผลต่อการเรียนรู้ผ่านสื่อมัลติมีเดีย**. วิทยานิพนธ์ ศศม. (สาขานิเทศศาสตร์) เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ชาตรี บัวคลี่. (2557) “โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
อย่างยั่งยืนและเศรษฐกิจดิจิทัล” ผลงานบริการวิชาการรับใช้สังคม. สมุทรปราการ :  
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

#### บรรณานุกรม (ต่อ)

ชาตรี บัวคลี่. (2560). การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา  
รูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจ  
สร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ. สมุทรปราการ : มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระ  
เกียรติ.

ชมจันทร์ ดาวเดือน. (2557) ผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุ  
ภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย. ดุษฎีนิพนธ์ ศปด. (ศิลปะและการออกแบบ) พิษณุโลก :  
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนเรศวร.

ทิวดี อำไพพรรณ. (2550) แนวทางการออกแบบศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาพื้นที่  
ธนบุรี: สู่ปรากฏการณ์ร่วมสมัยทางสถาปัตยกรรมในพื้นที่ประวัติศาสตร์. วิทยานิพนธ์ สดม.  
(สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดอน แท้ปสกีออดต์. (2559) เศรษฐกิจดิจิทัล. แปลจาก The Digital Economy. แปลโดย พรศักดิ์ อูร์จฉัท  
ชัยรัตน์. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็นเตอร์ไพรส์ แอลแอลซี.

ณมณ โขตอนันต์กุล. (2555) ทัศนศาสตร์เพื่อการออกแบบฉลากยาสำหรับผู้มีปัญหาสายตาเลือกราง.  
วิทยานิพนธ์ ศศม. (สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ต้องลักษณะ บุญธรรม. (2559) “การเป็นผู้นำยุคเศรษฐกิจดิจิทัลกับการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรทาง  
การศึกษา Leadership in Digital Economy Era and Sustainable Development of  
Educational Organizations” วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนคร  
เหนือ. 7 (1) หน้า 217 – 225.

ธิปพล กาญจนนิต. (2548) กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้ในองค์กร กรณีศึกษาโรงงานปิโตรเคมี. การศึกษา  
อิสระ วทม. (พัฒนาความสามารถทางการแข่งขันเชิงอุตสาหกรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยพระเจ้าเกล้าธนบุรี.



ธนิกุล บุญศรีตัน. (2558) การวิเคราะห์การใช้จ่ายส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทย. การค้นคว้าแบบอิสระ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นภาพรรณ มีศรี. (2558) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลและความพร้อมในการปรับเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยพระเจ้าเกล้าธนบุรี.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

นิตยา เวชกามา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชาตรี บัวคลี่ เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2559.

ประสงค์ ศรีพุก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชาตรี บัวคลี่ เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่บ้านปู่ไก่แจ้ฟาร์ม เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2559.

ปาพจน์ หนูนักดี. (2553) หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์. นนทบุรี : ไอดีซี พรีเมียร์.

ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2543) การสื่อสาร : กลไกสำคัญในการก้าวสู่ประชาสังคมในศตวรรษที่ 21. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.

พันทิพา พงษ์เพ็ญจันทร์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชาตรี บัวคลี่ เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2559.

ภิญโญ ภูเทศ. (2549) รายงานการวิจัยเรื่องกระบวนการแก้ไขปัญหาความยากจนและกระจายรายได้ โดยบูรณาการการเรียนการสอนกับการพัฒนา กรณีศึกษา ตำบลสร้อยทอง อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม. (มกราคม – เมษายน 2560) “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม” วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย ศิลปกร Veridian E Journal. 10 (1) หน้า 994-1013.

ลินจง จันทรวราทิตย์. (2549) รายงานการวิจัยเรื่องการจัดกระบวนการเรียนรู้แนวใหม่โดยบูรณาการทักษะภาษาไทยเพื่อสร้างปัญญาแก่ผู้เรียน. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ฤทัยชนก จริงจิต. (2557). เจาะลึก “Smart Farmer” แค่แนวคิดใหม่ หรือจะพลิกโฉมการเกษตรไทย.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร.

วิทยา ตั้งศิริวัฒนกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชาตรี บัวคลี เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด  
สมุทรปราการ เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2559.

วุฒิชัย ทองนพเก้า เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชาตรี บัวคลี เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่KB Rabbit Range เมื่อวันที่ 28  
กุมภาพันธ์ 2559.

วรรณวิทย์ วชิรเชื่อนจันทร์. (2555) การศึกษาความง่ายในการอ่านและแยกแยะตัวอักษรที่มีฟิล์ม  
พลาสติกเคลือบด้านบน. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เทคโนโลยีการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์) กรุงเทพฯ  
: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

#### บรรณานุกรม (ต่อ)

สุรพล จันทราปัติย์และกันยารัตน์ เชี่ยวเวช. (2551) “กระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตข้าวของ  
ชาวนาชั้นนำในจังหวัดพิษณุโลก” การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
ครั้งที่ 48 : สาขาส่งเสริมการเกษตรและคหกรรมศาสตร์. นครปฐม : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุรัตน์ชัย ชื่นตา. (2555) วิเคราะห์การออกแบบตราสัญลักษณ์ไทยที่ชนะเลิศจากการประกวดแข่งขัน.  
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สิริพิชญ์ วรรณภาสและคณะ. (2551) การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้และการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์  
ชุมชนและท้องถิ่น กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์สมุนไพรกลุ่มเกษตรไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี.  
รายงานการประชุมระดับชาติ. หน้า 541-548 : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศักดิ์สิทธิ์ คำหลวง. (2558) การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรชุมชนภาคองค้ำโดยใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์ต่อ  
การรับรู้ทางวัฒนธรรมชุมชนภาคองค้ำ จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (ศิลปะและการ  
ออกแบบ) พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.

อคิน รพีพัฒน์. (2547). การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษานโยบาย  
สาธารณสุข.

อนุชา ขุนนุชนาถ. เจ้าหน้าที่เกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ. ( 27 กุมภาพันธ์ 2559)  
สัมภาษณ์.

อัจฉรา ศรีพันธ์. (2556) กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดเพชรบูรณ์. ในเอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติในวันคล้ายวันสถาปนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประจำปี 2556. หน้า 2-16. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Albino, V., Garavelli, A.C. and Gorgoglione, M. (2004), "Organization and technology in knowledge transfer", **Benchmarking: An International Journal**, 11(6) page 584-600.

Jashapara, A. (2004) **An Integral Approach to Knowledge Management**. London: Prentice Hall.

Jon-Chao, H. (1994) "Technology Transfer and Human Resource Development ". **Industrial and Commercial Training**. 26(11) page 17-21.

#### บรรณานุกรม (ต่อ)

Kemmis, S., & McTaggart, R. (2000). **Participatory action research**. In N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* 2<sup>nd</sup> ed. page 567–605 Thousand Oaks, CA: Sage.

Laura Bix, (2012) "The Effect of Colour Contrast on Consumers' Attentive Behaviours and Perception of Fresh Produce." **Packaging Technology and Science An International Journal**. 26 page 96-104.

MIT Sloan Center (2011) "Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organization" **Capgemini Consulting**. page 16-25.

MIT Sloan Center, 2011, "Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organization", **Capgemini Consulting**, pp. 16-25.

Pfeffer, J. (1994) **Competitive Advantage through People: Unleashing the Power of the Work Force**. Boston, MA: Harvard University Press.

Servaes et al. (1996) **Participatory communication for social change**. California : Sage.

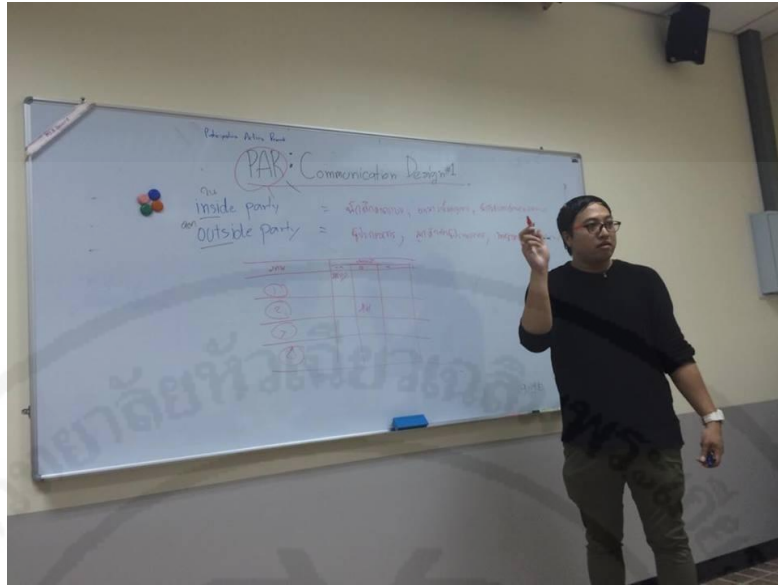
Underwood, R. L. (2003) “ The communicative power of product packaging: Creating brand identity via lived and mediated experience” **journal of Marketing Theory and Practice**. 11(1) page 62-76.

Yahya, S., Goh, W.H. (2002) "Managing human resources toward achieving knowledge management" **Journal of Knowledge Management**. 6(5) page 457-468.

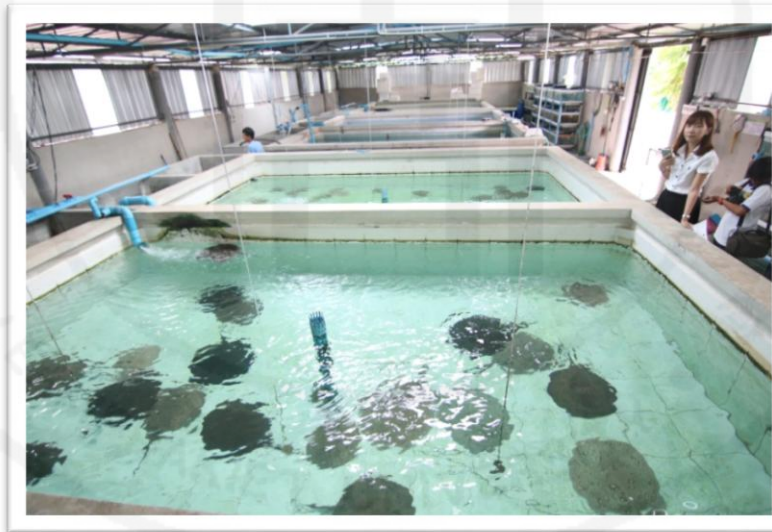


#### ภาคผนวก ก

การอธิบายกระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการ การวางแผนการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการอบรมให้ความรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วม



ภาพ: การอธิบายกระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการโดยผู้วิจัย



ภาพ: การลงพื้นที่สำรวจผลิตภัณ์ท์

ภาพ:



การลงพื้นที่สำรวจ  
ผลิตภัณฑ์



ภาพ: ประชุมและวางแผนและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์



ภาพ: ประชุมและวางแผนและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์



ภาพ : ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยให้ผู้มีส่วนร่วมและจัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้



---

ภาพ : คุณสุรชัย แซ่จิว รองประธานสภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรปราการ คนที่ 1 ให้ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer)

---



---

ภาพ : การบรรยายให้ความรู้ด้านการใช้สื่อดิจิทัล เครื่องข่ายสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรุงยศ อริณยะนาค

---





---

ภาพ : มอบใบประกาศนียบัตรให้ผู้ประกอบการสมารถฟาร์มเมอร์โดยคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

---



---

ภาพ : มอบใบประกาศนียบัตรให้ผู้ประกอบการสมารถฟาร์มเมอร์โดยคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

---



---

ภาพ : การลงพื้นที่ให้ความรู้ผู้ประกอบการ ณ ฟาร์มของผู้ประกอบการ

---



---

ภาพ : การลงพื้นที่ให้ความรู้ผู้ประกอบการ ณ ฟาร์มของผู้ประกอบการ

---

**ภาคผนวก ข**  
**เครื่องมือการวิจัย**

เครื่องมือการวิจัยครั้งนี้สามารถแยกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ

- 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ภูมิหลังที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจในจังหวัดสมุทรปราการและปริมณฑล
  - 1.1) แบบสัมภาษณ์ภูมิหลังของผลิตภัณฑ์
  - 1.2) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กร
  - 1.3) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านความรู้
  - 1.4) แบบสังเกต
  - 1.5) ประเด็นสนทนากลุ่ม
- 2) เพื่อออกแบบและพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์องค์กรกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจในจังหวัดสมุทรปราการและปริมณฑลด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล
  - 2.1) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบอัตลักษณ์องค์กร
  - 2.2) แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างต้องการของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบของฉลากสินค้า
  - 2.3) แบบประเมินความพึงพอใจของฉลากสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- 3) เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์การถ่ายโอนความรู้ระหว่างนักศึกษาที่เรียนรู้ผ่านการเรียนการสอนแบบบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม
  - 3.1) แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ
  - 3.2) แบบประเมินความรู้ก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยกระบวนการบูรณาการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

**แบบสัมภาษณ์ภูมิหลังของผลิตภัณฑ์**

วันที่สัมภาษณ์ สํารวจและเก็บข้อมูลภาคสนาม

.....

1. ประวัติความเป็นมาของผู้ประกอบการเพื่อทำความรู้จักท่านทางกายภาพอย่างละเอียด
  - ก. ที่ตั้งสถานประกอบการ
  - ข. ประวัติสถานประกอบการ
  - ค. จุดเด่น/จุดด้อย/โอกาส/อุปสรรค
  - ง. กลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ
  - จ. อื่นๆ



แบบสัมภาษณ์  
ความต้องการด้านรูปแบบ

แนวคำถามเพื่อสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบของอัตลักษณ์องค์กรที่  
ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

- 1) อัตลักษณ์องค์กรควรมีอะไรบ้าง
- 2) ตัวอักษรบนอัตลักษณ์องค์กรควรมีรูปแบบอย่างไร (แบบทางการ ทันสมัย แบบตัวเขียน  
อักษรประดิษฐ์ อ่อนช้อยๆ)
- 3) ตัวอักษรควรใช้สีอะไร และขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดเท่าใด
- 4) สีพื้นหลังของอัตลักษณ์องค์กรควรใช้สีอะไร (สีหลัก สีรอง สีคลุมโทนๆ)
- 5) ข้อมูลตัวอักษร ภาพประกอบและลวดลายกราฟิกควรจัดวางอย่างไร
- 6) ลวดลายกราฟิกบนอัตลักษณ์องค์กรควรมีลักษณะอย่างไร (ปลา กุ้ง ลายที่สื่อถึงส่วนประกอบ  
ของผลิตภัณฑ์)
- 7) ภาพประกอบอัตลักษณ์องค์กรควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก) และควร  
ใช้ภาพอะไร

แบบสัมภาษณ์  
ความต้องการด้านความรู้

แนวคำถามเพื่อสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเศรษฐกิจเกี่ยวกับความต้องการด้านความรู้เพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพของตนเองตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

- 1) องค์ความรู้ใดที่ท่านต้องการนำไปพัฒนาศักยภาพของตนเอง
  - 1.1 องค์ความรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
  - 1.2 องค์ความรู้ด้านการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารการตลาด
  - 1.3 องค์ความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต
  - 1.4 องค์ความรู้การเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม
  - 1.5 องค์ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์
  - 1.6 องค์ความรู้ด้านกฎหมาย เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
  - 1.7 องค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล
  - 1.8 องค์ความรู้ด้านอื่น ๆ
  - 1.9 ฯลฯ

แบบสังเกต

แบบสังเกตนี้ใช้ในทุกระดับของการวิจัย โดยใช้ร่วมกับเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลอื่นๆ  
ทุกประเภท ซึ่งมีหลักการในการสังเกตตามประเภทของอวัจนภาษา ดังนี้

- (1) สายตา
- (2) กริยาท่าทาง
- (3) น้ำเสียง
- (4) สิ่งของหรือวัตถุ
- (5) เนื้อที่หรือช่องว่าง
- (6) กาลเวลา
- (7) การสัมผัส

หมายเหตุ การสังเกตเหล่านี้ผู้วิจัยใช้การสังเกตแล้วบันทึกภายหลังเสร็จสิ้นกระบวนการ  
สื่อสารกับผู้ให้ข้อมูลแล้ว

เรื่องการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) ด้วยวิธีบูรณาการการวิจัย การ  
บริการวิชาการและการเรียนการสอนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

ชื่อผู้ให้ข้อมูล.....

ฟาร์ม.....

สถานที่เก็บข้อมูล.....

.....



ประเด็นการสนทนากลุ่ม



การสนทนากลุ่มย่อยเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดการพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล โดยมีหัวข้อการสนทนาดังนี้

- 1) ปัญหาและข้อจำกัดของผู้ประกอบการ
- 2) การเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา
- 3) หัวข้ออื่นๆ ตามที่ผู้มีส่วนร่วมเสนอ

เครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลจากการเล่าเรื่อง (Storytelling) ดังนี้

#### แบบบันทึกการเล่าเรื่อง

ผู้เล่า	รายละเอียดของเรื่อง	สรุปความรู้ที่ได้

แบบประเมินความสอดคล้อง

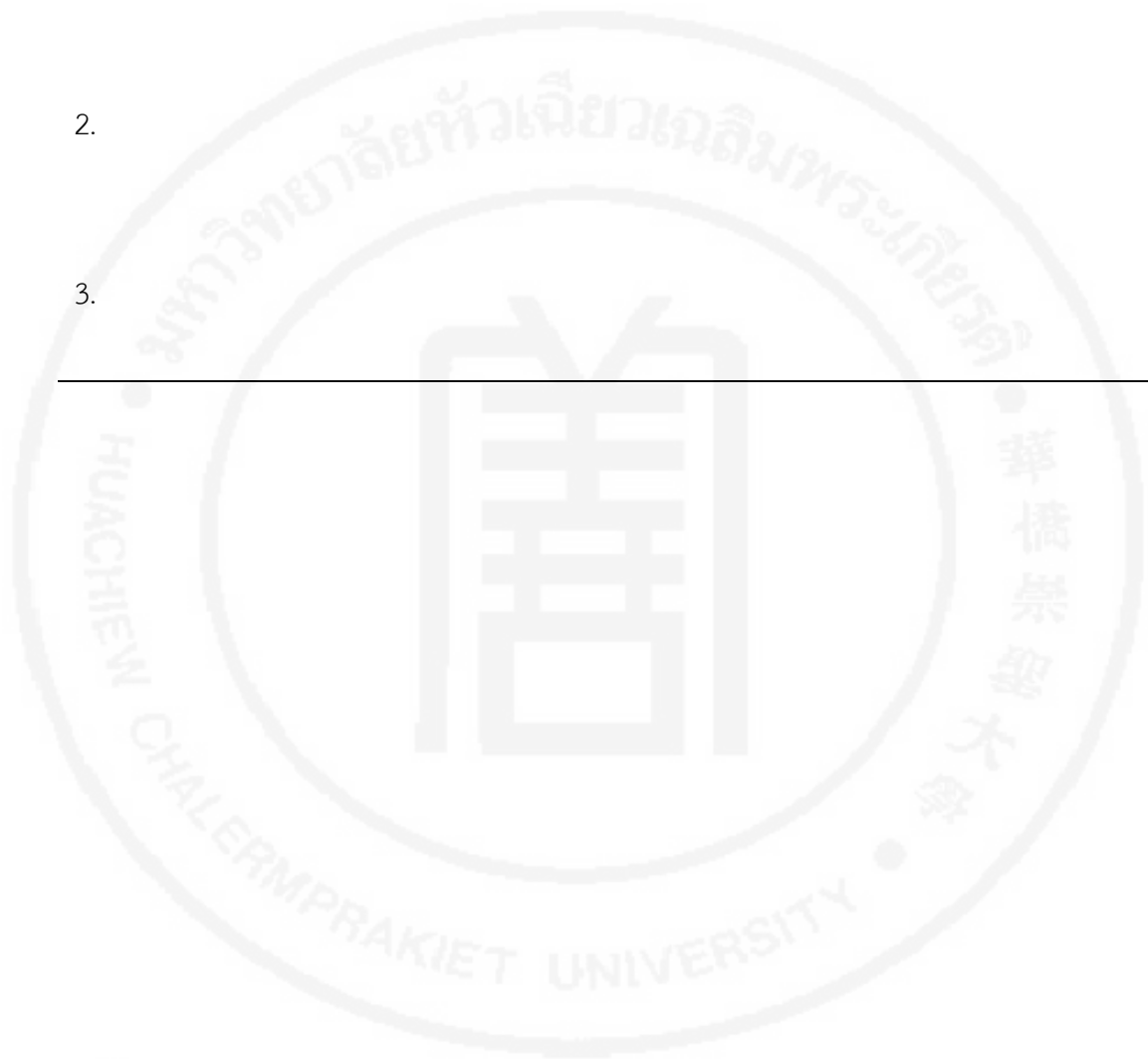
ระหว่างต้องการของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบของฉลากสินค้า

ที่	ภาพ	ความสอดคล้อง		
		1	0	-1

1.

2.

3.



**แบบประเมินผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง**

ที่เกิดขึ้นหลังจากการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

ชื่อ-สกุลผู้ประเมิน.....ฟาร์ม.....

ประเด็นการเปลี่ยนแปลง	ก่อนมีส่วนร่วม					หลังมีส่วนร่วม				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>1. ด้านทักษะและความรู้/เทคโนโลยีดิจิทัล</b>										
1.1 ความรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร/โลโก้/นามบัตร/แฟนเพจ/สื่อ/บรรจุภัณฑ์										
1.2 ความรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม										
1.3 ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาด/ช่องทางการจำหน่าย										
1.4 ความรู้ด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์										
1.5 ความรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล										
1.6 ทักษะด้านการถ่ายภาพดิจิทัล										
1.7 ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสื่อสาร/อินเทอร์เน็ต/เพื่อสบูค										
<b>2. ด้านเศรษฐกิจและสังคม</b>										
2.1 ยอดขาย										
2.2 จำนวนลูกค้า										
2.3 ผลกำไร										
2.4 จำนวนผู้รับรู้ข่าวสาร/ผู้ติดตาม										
2.5 การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์										

แบบสัมภาษณ์ด้านความรู้  
(สำหรับผู้ประกอบการ)

**คำชี้แจง:** แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) ด้วยวิธีบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล” มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้วิจัย เจ้าของฟาร์ม ลูกค้านักศึกษาด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม โปรดแสดงความคิดเห็นในทัศนคติของท่านตามความเป็นจริง

### แนวคำถาม

1. ท่านมีความเห็นอย่างไรเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล
2. อะไรคือแรงผลักดันให้ท่านอยากนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาพัฒนาธุรกิจ
3. อัตลักษณ์องค์กรมีความสำคัญอย่างไร แล้วจะช่วยพัฒนาธุรกิจของท่านได้อย่างไร
4. เป้าหมายและทิศทางการพัฒนาฟาร์มของท่านเป็นอย่างไร
5. อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญอย่างไร และมีวิธีการใช้อย่างไร
6. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook, Line, IG, Twitter) และเว็บไซต์ มีประโยชน์อย่างไรกับฟาร์มของท่าน
7. สำหรับท่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมีความยากง่ายหรือไม่ อย่างไร
8. องค์ความรู้ใดที่ท่านได้จากการมีส่วนร่วมในงานวิจัยครั้งนี้โปรดอธิบายว่าได้อะไร อย่างไร
  - 8.1 การเรียนรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
  - 8.2 การเรียนรู้ด้านการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารการตลาด
  - 8.3 การเรียนรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต
  - 8.4 การเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการฟาร์ม
  - 8.5 การเรียนรู้ด้านการสื่อสารการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์
  - 8.5 การเรียนรู้ด้านกฎหมาย เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

### แบบประเมินความพึงพอใจ

#### อัตลักษณ์องค์กร

**คำชี้แจง** แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเรื่อง "การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) ด้วยวิธีบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล" ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป**

1.1 ชื่อ-สกุล.....

1.2 สถานะการมีส่วนเกี่ยวข้อง

- |                                       |                                      |   |
|---------------------------------------|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ผู้ประกอบการ | <input type="checkbox"/> ลูกค้าประจำ | <input type="checkbox"/> หน่วยงานภาครัฐ |
| <input type="checkbox"/> นักศึกษา     | <input type="checkbox"/> นักออกแบบ   | <input type="checkbox"/> นักวิชาการ     |

1.3 ชื่อผลิตภัณฑ์ที่ประเมิน.....



ส่วนที่ 2 : แบบประเมินความพึงพอใจ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>1) เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก Facebook</b>					
1.1 สามารถใช้งานได้ดี ติดต่อกู้ค่าได้สะดวก เพิ่มยอดขายได้					
1.2 ออกแบบได้สวยงาม ทันสมัย สื่อถึงฟาร์มได้เป็นอย่างดี					
<b>2) ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)</b>					
2.1 สื่อถึงฟาร์ม หรือธุรกิจได้เป็นอย่างดี					
2.2 มีความสวยงาม ทันสมัย ดึงดูดความสนใจ					
2.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย					
<b>3) อินโฟกราฟิก</b>					
3.1 สื่อข้อมูลฟาร์มได้อย่างครบถ้วน เข้าใจง่าย ชัดเจน					
3.2 มีความสวยงาม น่าดึงดูดใจ					
3.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย					
<b>4) บรรจุภัณฑ์ (แพคเกจจ)</b>					
4.1 มีความแข็งแรงทนทาน ใช้งานง่าย สะดวกปลอดภัย					
4.2 สวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์					
4.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย					
<b>5) ถุงใส่สัตว์เลี้ยงมีความสวยงามและใช้งานได้ดี</b>					
5.1 มีความแข็งแรงทนทาน ใช้งานง่าย สะดวกปลอดภัย					
5.2 สวยงาม ทันสมัย สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์					
5.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย					
<b>6) สติกเกอร์ไลน์</b>					
1.1 สามารถใช้งานได้ดี ติดต่อกู้ค่าได้สะดวก เพิ่มยอดขายได้					
1.2 ออกแบบได้สวยงาม ทันสมัย สื่อถึงฟาร์มได้เป็นอย่างดี					
<b>7) ตัวการ์ตูนมาสคอต</b>					
2.1 สื่อถึงฟาร์ม หรือธุรกิจได้เป็นอย่างดี					
2.2 มีความสวยงาม ทันสมัย ดึงดูดความสนใจ					
2.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม					
<b>8) เสื้อพนักงาน</b>					
3.1 สื่อถึงฟาร์ม หรือธุรกิจได้เป็นอย่างดี					
3.2 มีความสวยงาม เหมาะสม น่าดึงดูดใจ					
3.3 จัดองค์ประกอบได้เหมาะสม สีเส้นสวยงาม					

## แบบสัมภาษณ์

### เรื่อง การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรผู้เพาะเลี้ยงสัตว์เศรษฐกิจ ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

1. แนวคำถามเพื่อสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและลูกค้าประจำ
  - 1.1 สิ่งที่คุณประกอบการคาดหวังจากการออกแบบและจัดทำสื่อครั้งนี้คืออะไร
  - 1.2 ผู้ประกอบการต้องการให้ธุรกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร
  - 1.3 ส่วนใดของสื่อที่คุณประกอบการต้องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงบ้าง
    - (1) เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก Facebook
    - (2) ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)
    - (3) อินโฟกราฟิก
    - (4) บรรจุภัณฑ์ (แพคเกจจ)
    - (5) ถุงใส่สัตว์เลี้ยงมีความสวยงามและใช้งานได้ดี
    - (6) สติกเกอร์ไลน์
    - (7) ตัวการ์ตูนมาสคอต
    - (8) เสื้อพนักงาน
  - 1.4 มีสื่อใดบ้างที่คุณประกอบการและลูกค้าต้องการเพิ่มเพื่อเสริมธุรกิจ

**แบบสัมภาษณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา  
ที่เรียนรู้จากการบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน**

ชื่อ-สกุล.....รหัสนักศึกษา.....

1. นักศึกษาคิดว่าจุดเด่น จุดด้อยของการเรียนการสอนโดยบูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการคืออะไร (ตอบตามความคิด)

1.1 จุดเด่น คือ.....

1.2 จุดด้อย คือ.....

2. นักศึกษาคิดว่าการเรียนการสอนโดยการบูรณาการกระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการ มีควรปรับปรุงตรงไหนหรือไม่อย่างไร (ตอบตามความคิด)

3. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมมีข้อดี ข้อเสียอย่างไร ในความคิดของท่าน (ตอบตามความคิด)

3.1 ข้อดี คือ .....

3.2 ข้อเสีย คือ.....

4. แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลมีประโยชน์อย่างไรกับการออกแบบอัตลักษณ์ (ตอบตามความคิด)

5. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจและนำทักษะการเป็นผู้นำที่เป็นนวัตกรรม ไปประยุกต์ใช้อย่างไรในการเรียน หรือชีวิตประจำวันอย่างไรโปรดอธิบาย

5.1 ทักษะการคิดแบบเชื่อมโยง(Associating)

5.2 ทักษะการตั้งคำถาม (Questioning)

5.3 ทักษะการสังเกต (Observing)

5.4 ทักษะการทดลอง (Experimenting)

5.5 การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ (Networking).





## ภาคผนวก ฉ

เป็นเอกสารเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย อันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการ ลูกค้า ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ นักออกแบบและนักศึกษาด้านการออกแบบ รวมถึงผล ประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ เรียงลำดับดังนี้

1. ผลการประเมินงานวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ
2. หนังสือยินยอมมีส่วนร่วมในการวิจัย
3. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์
4. หนังสือจดแจ้งตราสัญลักษณ์

แบบฟอร์มประเมินผลงานวิจัย

เรื่อง : การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ตฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) ด้วยวิธีบูรณาการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาติรี บัวคลี่

ผู้ประเมิน : รองศาสตราจารย์ ดร.สกนธ์ ภู่งามดี

ที่	รายการประเมิน	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	คำอธิบาย
1	ความชัดเจนของการกำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ ขอบเขต คำถามวิจัย สมมุติฐานของการวิจัย	/				..... .....
2	การศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	/				..... .....
3	ความเหมาะสมของวิธีการเก็บข้อมูลและความน่าเชื่อถือของข้อมูล	/				..... .....
4	ความเหมาะสมและความถูกต้องของขั้นตอนและวิธีวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความ การอภิปรายและการสรุปผล	/				..... .....
5	การเรียบเรียง ความสอดคล้องของเนื้อหา และการใช้ภาษา	/				..... .....
6	ประโยชน์และคุณค่าทางวิชาการ (เสนอแนวคิดใหม่ในการหาความรู้ หรือให้ความรู้ใหม่)	/				..... .....
7	ประโยชน์และคุณค่าในการนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อสังคมและชุมชน	/				..... .....

โดยสรุป ผลงานวิจัยเรื่องนี้อยู่ในเกณฑ์

ดีมาก     ดี     พอใช้ (แนะนำให้แก้ไข)     ยังต้องแก้ไขปรับปรุง

ในกรณีที่แนะนำให้แก้ไขหรือต้องแก้ไขปรับปรุง ประเด็นสำคัญที่แก้ไข คือ .....

.....

.....

ลงนามผู้ประเมิน.....

(รศ.ดร.สกนธ์ ภู่งามดี)

วันที่ 12 เดือน 12 พ.ศ. 2560

แบบฟอร์มประเมินผลงานวิจัย

เรื่อง : การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) ด้วยวิธีบูรณาการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาติรี บัวคดี

ผู้ประเมิน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยาศ อรัณยธนา

ที่	รายการประเมิน	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	คำอธิบาย
1	ความชัดเจนของการกำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ ขอบเขต คำถามวิจัย สมมติฐานของการวิจัย	/				
2	การศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		/			
3	ความเหมาะสมของวิธีการเก็บข้อมูลและไม่นำเชื่อถือของข้อมูล	/				
4	ความเหมาะสมและความถูกต้องของขั้นตอนและวิธีวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความ การอภิปรายและการสรุปผล	/				
5	การเรียบเรียง ความสอดคล้องของเนื้อหา และการใช้ภาษา	/				
6	ประโยชน์และคุณค่าทางวิชาการ (เสนอแนวคิดใหม่ในการหาความรู้ หรือให้ความรู้ใหม่)	/				
7	ประโยชน์และคุณค่าในการนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อสังคมและชุมชน	/				

โดยสรุป ผลงานวิจัยเรื่องนี้อยู่ในเกณฑ์

ดีมาก     ดี     พอใช้ (แนะนำให้แก้ไข)     ยังต้องแก้ไขปรับปรุง

ในกรณีที่แนะนำให้แก้ไขหรือต้องแก้ไขปรับปรุง ประเด็นสำคัญที่ให้แก้ไข คือ .....

.....

ลงนามผู้ประเมิน .....

(นางอรุณศ อรัณยธนา)

วันที่ 5 เดือน มกราคม พ.ศ. 2561

แบบฟอร์มประเมินผลงานวิจัย

เรื่อง : การพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรสมาร์ฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) ด้วยวิธีบูรณาการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาติรี บัวคลี

ผู้ประเมิน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ พุกสวัสดิ์

ที่	รายการประเมิน	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	คำอธิบาย
1	ความชัดเจนของการกำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ ขอบเขต คำถามวิจัย สมมติฐานของการวิจัย		✓			.....
2	การศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		✓			.....
3	ความเหมาะสมของวิธีการเก็บข้อมูลและข้อมูลที่เชื่อถือของข้อมูล		✓			.....
4	ความเหมาะสมและความถูกต้องของขั้นตอนและวิธีวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความ การอภิปรายและการสรุปผล	✓				.....
5	การเรียบเรียง ความสอดคล้องของเนื้อหา และการใช้ภาษา		✓			.....
6	ประโยชน์และคุณค่าทางวิชาการ (เสนอแนวคิดใหม่ในการหาความรู้ หรือให้ความรู้ใหม่)		✓			.....
7	ประโยชน์และคุณค่าในการนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อสังคมและชุมชน	✓				.....

โดยสรุป ผลงานวิจัยเรื่องนี้อยู่ในเกณฑ์

ดีมาก  ดี  พอใช้ (แนะนำให้แก้ไข)  ยังต้องแก้ไขปรับปรุง

ในกรณีที่แนะนำให้แก้ไขหรือต้องแก้ไขปรับปรุง ประเด็นสำคัญที่ให้แก้ไข คือ .....

.....

.....

ลงนามผู้ประเมิน

*Dr. Arikarn Pukสวัสดิ์*  
 ผศ. ดร. อภิรักษ์ พุกสวัสดิ์

วันที่ 5 เดือน มกราคม พ.ศ. 2561

หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

เขียนที่ .....  
วันที่ 15/10/2559.

ข้าพเจ้า จันทมน อัญญา อายุ 25 ปี  
เลขที่ 69 ถนน ..... หมู่ที่ 9 แขวง/ตำบล สีระสุนทร  
อำเภอ พิจิตร จังหวัด พิจิตร รหัสไปรษณีย์ 20140 โทรศัพท์ 084-695-6227

ขอทำหนังสือนี้ให้ต่อหัวหน้าโครงการวิจัย เพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่า

ข้อ 1. ข้าพเจ้าได้รับทราบโครงการวิจัยของ (หัวหน้าผู้วิจัยและคณะ) .....  
กรณีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผักผลไม้ของเกษตรกรในเขตเมือง จังหวัดพิจิตร

ข้อ 2. ข้าพเจ้ายินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัยด้วยความสมัครใจ โดยไม่ถูกบังคับ ชูชีพ หลอกลวงแต่ประการ  
พร้อมจะให้ความร่วมมือในการวิจัย

ข้อ 3. ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย ผลที่จะเกิดขึ้นรวมถึง  
ปลอดภัย อาการที่ตามมา และอันตรายที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งคุณค่าที่จะได้รับจากการวิจัยโดยละเอียดแล้ว (จาก  
รายการวิจัยแนบท้าย-ถ้ามี)

ข้อ 4. ข้าพเจ้าได้รับการยืนยันจากผู้วิจัยว่า จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้าพเจ้า  
วิจัย

ข้อ 5. ข้าพเจ้าได้รับทราบจากผู้วิจัยแล้วว่า หากมีอันตรายใดๆ ในระหว่างการวิจัยหรือภายหลังการวิจัยอัน  
ได้จากผู้เชี่ยวชาญของสถาบันที่ควบคุมวิชาชีพนั้นๆ ได้ว่าเกิดขึ้นจากการวิจัยดังกล่าว ข้าพเจ้าจะได้รับการ  
เองในสิทธิที่พึงมี เช่น ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ค่าชดเชยรายได้ที่สูญเสียไปในระหว่างการรักษาพยาบาล  
ไปตามมาตรฐานค่าแรงขั้นต่ำตามกฎหมายจากผู้วิจัยและ/หรือผู้สนับสนุนการวิจัย ตลอดจนมีสิทธิได้รับค่า  
ความพิการที่อาจเกิดขึ้นจากการวิจัยตามมาตรฐานค่าแรงขั้นต่ำตามกฎหมาย และในกรณีที่ข้าพเจ้าได้รับ  
ภัยจากการวิจัยถึงแก่ความตาย ทุพพลภาพของข้าพเจ้ามีสิทธิได้รับค่าชดเชยและค่าทดแทนดังกล่าวจากผู้วิจัยและ/  
ผู้สนับสนุนการวิจัยแทนตัวข้าพเจ้า

ข้อ 6. ข้าพเจ้าได้รับทราบว่า ข้าพเจ้ามีสิทธิจะบอกเลิกการร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และการบอกเลิกการ  
โครงการวิจัยจะไม่ผลกระทบต่อการได้รับค่าใช้จ่าย ค่าชดเชย และค่าทดแทนตามข้อ 5 ทุกประการ

ข้าพเจ้าได้อ่านและเข้าใจข้อความตามหนังสือนี้โดยตลอดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตามเจตนาของข้าพเจ้า จึงได้ลง  
ชื่อไว้เป็นสำคัญ พร้อมกับหัวหน้าผู้วิจัยและต่อหน้าพยาน

ลงชื่อ จันทมน อัญญา ผู้ให้ความยินยอม  
( จันทมน อัญญา )

ลงชื่อ ..... หัวหน้าผู้วิจัย  
( ..... )

เหตุผล 1) กรณีผู้ให้ความยินยอมไม่สามารถอ่านหนังสือได้ ให้ผู้วิจัยอ่านข้อความในหนังสือให้ความยินยอม  
แก่ผู้ให้ความยินยอมฟังจนเข้าใจดีแล้ว และให้ผู้ให้ความยินยอมลงนามหรือพิมพ์ลายนิ้วหัวแม่มือรับทราบในการให้  
ยินยอมดังกล่าวด้วย  
2) ในกรณีผู้ให้ความยินยอมมีอายุไม่ครบ 20 ปีบริบูรณ์ จะต้องเป็นผู้ปกครองตามกฎหมายเป็นผู้ให้  
ยินยอมด้วย

หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

เขียนที่ 6 ม.7 ต.สหภาพสอง อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร  
วันที่ 13 ตุลาคม 2559

ข้าพเจ้า นายสีละ อู่เอ๋อ  
อยู่บ้านเลขที่ 6 ถนน หมู่ที่ 7 แขวง/ตำบล อู่หมื่น  
เขต/อำเภอ อู่หมื่น จังหวัด อู่หมื่น รหัสไปรษณีย์ 74110 โทรศัพท์

ขอทำหนังสือนี้ไว้ต่อหัวหน้าโครงการวิจัย เพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่า

ข้อ 1. ข้าพเจ้าได้รับทราบโครงการวิจัยของ (หัวหน้าผู้วิจัยและคณะ) .....

ข้อ 2. ข้าพเจ้ายินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัยด้วยความสมัครใจ โดยไม่ถูกบังคับ ชูเชิญ หลอกลวงแต่ประการใด และพร้อมจะให้ความร่วมมือในการวิจัย

ข้อ 3. ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย ผลที่จะเกิดขึ้นรวมถึงความปลอดภัย อาการที่ตามมา และอันตรายที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งคุณค่าที่จะได้รับจากการวิจัยโดยละเอียดแล้ว (จากเอกสารการวิจัยแนบท้าย-ถ้ามี)

ข้อ 4. ข้าพเจ้าได้รับการยืนยันจากผู้วิจัยว่า จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้าพเจ้าในงานวิจัย

ข้อ 5. ข้าพเจ้าได้รับทราบจากผู้วิจัยแล้วว่า หากมีอันตรายใดๆ ในระหว่างการวิจัยหรือภายหลังการวิจัยอันปัจจุบันได้จากผู้เชี่ยวชาญของสถาบันที่ควบคุมวิชาชีพนั้นๆ ได้ว่าเกิดขึ้นจากการวิจัยดังกล่าว ข้าพเจ้าจะได้รับการคุ้มครองในสิทธิที่พึงมี เช่น ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ค่าชดเชยรายได้ที่สูญเสียไประหว่างการรักษาพยาบาล ینگกล่าวตามมาตรฐานค่าแรงขั้นต่ำตามกฎหมายจากผู้วิจัยและ/หรือผู้สนับสนุนการวิจัย ตลอดจนมีสิทธิได้รับค่าทดแทนความพิการที่อาจเกิดขึ้นจากการวิจัยตามมาตรฐานค่าแรงขั้นต่ำตามกฎหมาย และในกรณีที่ข้าพเจ้าได้รับอันตรายจากการวิจัยถึงแก่ความตาย ทายาทของข้าพเจ้ามีสิทธิได้รับค่าชดเชยและค่าทดแทนดังกล่าวจากผู้วิจัยและ/หรือผู้สนับสนุนการวิจัยแทนตัวข้าพเจ้า

ข้อ 6. ข้าพเจ้าได้รับทราบว่า ข้าพเจ้ามีสิทธิจะบอกเลิกการร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และการบอกเลิกการร่วมโครงการวิจัยจะไม่มีผลกระทบต่อการใช้ค่าใช้จ่าย ค่าชดเชย และค่าทดแทนตามข้อ 5 ทุกประการ

ข้าพเจ้าได้อ่านและเข้าใจข้อความตามหนังสือนี้โดยตลอดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตามเจตนาของข้าพเจ้า จึงได้ลงกยมือชื่อไว้เป็นสำคัญ พร้อมกับหัวหน้าผู้วิจัยและต่อหน้าพยาน

ลงชื่อ นายสีละ อู่เอ๋อ ผู้ให้ความยินยอม  
(.....)

ลงชื่อ ..... หัวหน้าผู้วิจัย  
(.....)

หมายเหตุ 1) กรณีผู้ให้ความยินยอมไม่สามารถอ่านหนังสือได้ ให้ผู้วิจัยอ่านข้อความในหนังสือให้ความยินยอมให้แก่ผู้ให้ความยินยอมฟังจนเข้าใจดีแล้ว และให้ผู้ให้ความยินยอมลงนามหรือพิมพ์ลายนิ้วหัวแม่มือรับทราบในการให้ความยินยอมดังกล่าวด้วย

2) ในกรณีผู้ให้ความยินยอมมีอายุไม่ครบ 20 ปีบริบูรณ์ จะต้องมีผู้ปกครองตามกฎหมายเป็นผู้ให้ความยินยอมด้วย



วิทยุเพื่อรับฟัง

แบบฟอร์มหนังสือรับรองการใช้ประโยชน์งานวิจัยและบริการวิชาการแก่สังคม

จากหน่วยงานภายนอก ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ชื่อองค์กร/กลุ่ม/หน่วยงาน/ที่รับรอง วิทยาลัยชุมชนเกษตรกรรมใหม่ 951 ไร่ ๑๕๖ ไร่

สถานที่ตั้ง 42/2 หมู่ 2 ตำบลบางปะอิน อ.บางปะอิน จ.นครปฐม

วันเดือนปีที่ให้การรับรอง 10 ตุลาคม 2559

เบอร์โทรศัพท์/อีเมลล์ 0814450565

เรื่อง ขอรับรองการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยและบริการวิชาการแก่สังคม

เรียน อาจารย์ชาติ บัวคลี (ผู้วิจัยและผู้จัดโครงการบริการวิชาการแก่สังคม)

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อดิศักดิ์ นิชัยพัชรา

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชน...ขอรับรองว่าได้นำผลงานเรื่อง

การเลี้ยงสัตว์ด้วยระบบชีวภาพ และ การผสมผสาน หน่อไม้ฝรั่ง กุ้งก้าม

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มาใช้ประโยชน์ในองค์กร/หน่วยงาน/กลุ่ม

ของข้าพเจ้า ทางด้านต่อไปนี้ (โปรดเลือกรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์และสามารถเลือกได้มากกว่า

1 ข้อ)

( ) การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ ระบุ วิทยุ ด้านอาหาร ผักปลอดสารพิษ

ติดต่อ อ.ชาติ บัวคลี Rebest

( ) การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย ระบุ วิทยุทางมหาวิทยาลัย เป็น ระเบียบ

( ) การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ระบุ วิทยุของ อ.ชาติ บัวคลี

( ) การใช้ประโยชน์ทางอ้อม ระบุ วิทยุของ อ.ชาติ บัวคลี



ทั้งนี้ผลจากการฟ้องร้อง/หน่วยงาน/กลุ่ม ได้นำผลการวิจัยและการบริการวิชาการแก่สังคม  
ดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในองค์กร/หน่วยงาน/กลุ่ม พอสรุปได้คือ  
ที่นี้ สู่ตามผู้เพิ่ม ได้มี ทศ ดกรจรรณ (ค. พกศึกษา ที่มี  
ตาม/สามารถ วัตถุประสงค์ ทั้งมา ปรับใช้ ใจกลุ่ม ของเรา  
1๐-1๕ 1๕๗ หรืออีกวิธีก็ กับ การทำ วิชาที่ ที่เกี่ยวกับงาน  
ให้มัน ล้ม. ที่นี้ อยู่ ที่กิน

ข้าพเจ้าขอลงนามในหนังสือรับรองการนำไปใช้ประโยชน์ของงานวิจัยและบริการวิชาการแก่  
สังคม ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เพื่อเป็นหลักฐานการนำ  
ผลการวิจัยและบริการวิชาการแก่สังคมมาใช้ประโยชน์ดังกล่าว

ลงลายมือชื่อ ..... เกศมว ฉัญมว.  
(นางเกศมว ฉัญมว)

ตำแหน่ง .....

วันที่ ..... / ..... / .....





เรียนผู้เพื่อรับรังคม

แบบฟอร์มหนังสือรับรองการใช้ประโยชน์งานวิจัยและบริการวิชาการแก่สังคม

จากหน่วยงานภายนอก ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ชื่อองค์กร/กลุ่ม/หน่วยงานที่รับรอง..... ไต้สูง ปลัดท้าว

สถานที่ตั้ง..... บ. ๓.๖ ๓. ส่วนหลวง ๘. กรมช่างแผนงาน ๔. อธิการี ๗๔๑๐

วันเดือนปีที่ให้การรับรอง..... 19 ๓๑๑๓๗ ๒๕๕๙

เบอร์โทรติดต่อ/อีเมลล์..... 081-1943771

เรื่อง ขอรับรองการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยและบริการวิชาการแก่สังคม

เรียน อาจารย์ชาตรี บัวคลี (ผู้วิจัยและผู้จัดโครงการบริการวิชาการแก่สังคม)

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... สตีละ อ๋อ วิเชษฐ

ตำแหน่ง..... เจ้าของฟาร์ม..... ขอรับรองว่าได้นำผลงานเรื่อง

ทดลองแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไข่ไก่ในองค์กรสู่ครัวเรือนจากแนวคิดในปรัชญาชีวิตวิถี

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มาใช้ประโยชน์ในองค์กร/หน่วยงาน/กลุ่ม  
ของข้าพเจ้า ทางด้านต่อไปนี้ (โปรดเลือกรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์และสามารถเลือกได้มากกว่า  
1 ข้อ)

( ) การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ ระบุ.....

( ) การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย ระบุ.....

การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ระบุ..... เคื้อให้ฟาร์มไปเข้าตลาดจำหน่ายลูกไก่ สวัสดิภาพ -

รังไข่ที่ดี

( ) การใช้ประโยชน์ทางอ้อม ระบุ.....



เล่มที่ 23023



กรมทรัพย์สินทางปัญญา  
กระทรวงพาณิชย์

เลขที่ 35

ใบเสร็จรับเงิน

ที่ทำการ ร.ท. ภาณีพงษ์ วัฒนวิทย์ กรุงเทพมหานคร


วันที่ ๑ เดือน ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๗

ได้รับเงินจาก นายเอกศักดิ์ นิกุลนาค  
จำนวนเงิน 1000 บาท (หนึ่งพันบาทถ้วน) ว่าเป็นการถูกต้องแล้ว

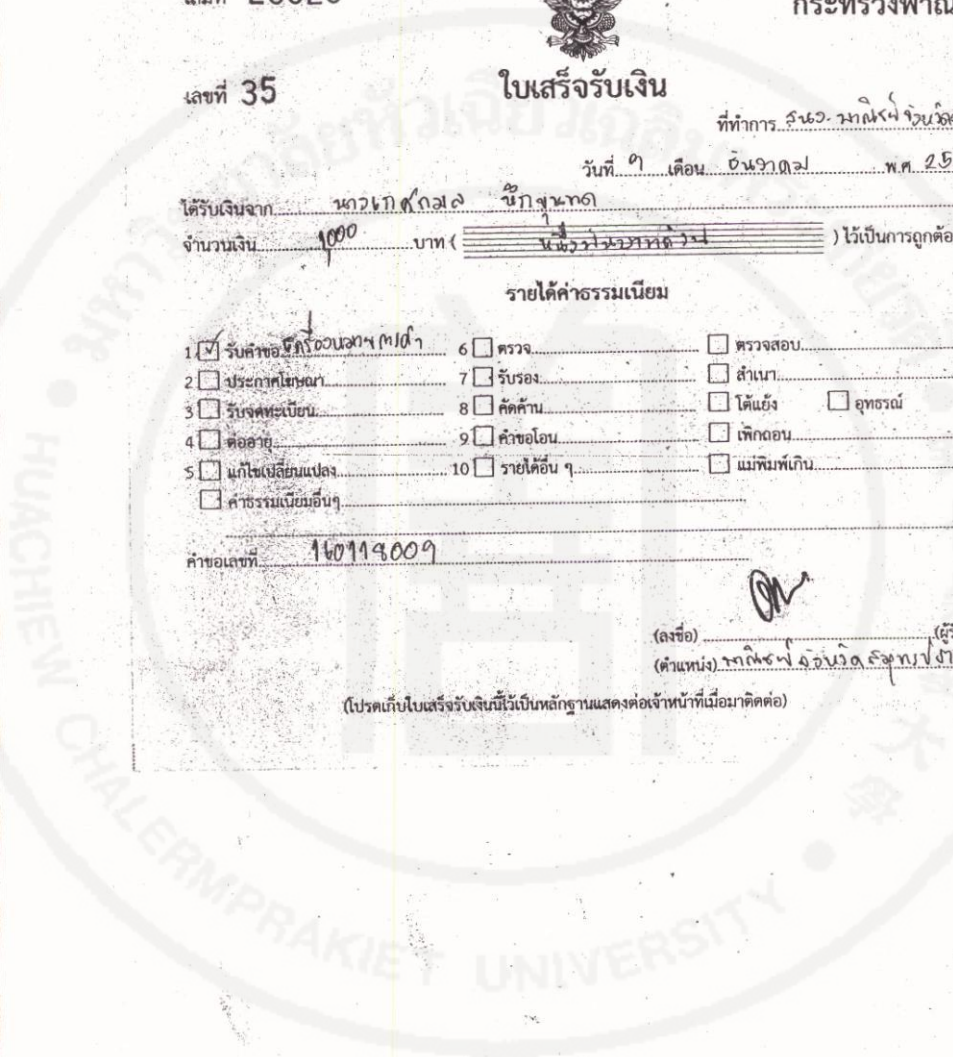
รายได้ค่าธรรมเนียม

- |   |  |   |
|---|--|---|
| 1 <input checked="" type="checkbox"/> รับค่าขอสิทธิบัตรอนุสิทธิบัตร | 6 <input type="checkbox"/> ตรวจ          | <input type="checkbox"/> ตรวจสอบ                                  |
| 2 <input type="checkbox"/> ประกาศโฆษณา                              | 7 <input type="checkbox"/> รับรอง        | <input type="checkbox"/> สำเนา                                    |
| 3 <input type="checkbox"/> รับจดทะเบียน                             | 8 <input type="checkbox"/> คัดค้าน       | <input type="checkbox"/> โต้แย้ง <input type="checkbox"/> อุทธรณ์ |
| 4 <input type="checkbox"/> ต่ออายุ                                  | 9 <input type="checkbox"/> ค่าขอโอน      | <input type="checkbox"/> เพิกถอน                                  |
| 5 <input type="checkbox"/> แก้ไขเปลี่ยนแปลง                         | 10 <input type="checkbox"/> รายได้อื่น ๆ | <input type="checkbox"/> แม่พิมพ์เก็บ                             |
| <input type="checkbox"/> ค่าธรรมเนียมอื่นๆ                          |  |   |

คำขอเลขที่ 160119009

(ลงชื่อ)  (ผู้รับเงิน)  
(ตำแหน่ง) ภาณีพงษ์ วัฒนวิทย์ กรุงเทพมหานคร

(โปรดเก็บใบเสร็จรับเงินนี้ไว้เป็นหลักฐานแสดงต่อเจ้าหน้าที่เมื่อมาติดต่อ)





คำขอจดทะเบียน

เครื่องหมายการค้า/บริการ  เครื่องหมายรับรอง  เครื่องหมายร่วม

สำหรับเจ้าหน้าที่

วันที่ยื่น - 9 ส.ค. 2559

ค่าธรรมเนียม 1000 บาท  
ลงชื่อ วัฒนธ (น.ส. วิมลดา วัฒนธ)

คำขอเลขที่ 160114009

ทะเบียนเลขที่

ชื่อเจ้าของ นางเกษมมล ทึกขุนทด  
ที่อยู่ 42/2 ม.2 ต.ศิระชะธารใหญ่ อ.บางเสาธง จ.สมุทรปราการ  
รหัสไปรษณีย์ 10540

เลขประจำตัวประชาชนนิติบุคคล 3 3 0 2 2 0 0 0 9 3 9 1 0

- 1.1 สัญชาติ ไทย
- 1.2 อาชีพ เกษตรกร
- 1.3 โทรศัพท์ 0814450565
- 1.4 โทรสาร
- 1.5 E-Mail kadekamol1234@gmail.com

ชื่อตัวแทน  
ที่อยู่  
รหัสไปรษณีย์

เลขประจำตัวประชาชนนิติบุคคล

- 2.1 สัญชาติ
- 2.2 อาชีพ
- 2.3 โทรศัพท์
- 2.4 โทรสาร
- 2.5 E-Mail

สถานที่ติดต่อภายในประเทศไทย  เจ้าของ  ตัวแทน  อื่น ๆ .....  
(กรณีอื่นๆ ระบุชื่อและที่อยู่ผู้รับให้ชัดเจน)

เครื่องหมายที่จดทะเบียน  
ภาพเครื่องหมาย



อักษรต่างประเทศตาม 4. (ถ้ามี) ให้ระบุคำอ่านและคำแปลเป็นภาษาไทย  
อักษรโรมันคำว่า Bang Sao Thong อ่านว่า บางเสาทง แปลไม่ได้  
อักษรโรมันคำว่า Kale Goong Glam อ่านว่า เกทกุงแกลม แปลไม่ได้  
(กรณีเป็นภาษาจีนให้ระบุคำอ่านสำเนียงจีนกลางและจีนแต้จิ๋วและคำแปล)

จำพวกที่ 29 รายการสินค้าบริการ กุ้งที่ปรุงสำเร็จรูป  
จำพวกที่ ..... รายการสินค้าบริการ  
จำพวกที่ ..... รายการสินค้าบริการ

ให้ระบุหมายเลขจำพวกและรายการสินค้าบริการเป็นอย่างๆ ตามประเภทกระทรวงพาณิชย์ (ช่อง การกำหนดจำพวกสินค้าและบริการ)

ขอเหตุผล การกรอกข้อความให้ใช้วิธีพิมพ์ ในกรณีไม่อาจบรรยายโดยละเอียดควรมอง ให้พิมพ์ในใบต่อ (ผ.11)  
(ลายมือชื่อ) ..... เจ้าของ/ตัวแทน  
(นาง เกศกมล ทึกขุนทด)  
หน้า ..... ของจำนวน ..... หน้า

7. การขอจดทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นกลุ่มของสี ตามมาตรา 7 วรรคสอง (5) (กลุ่มของสี หมายถึง การรวมกันของสีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไปและแสดงโดยลักษณะพิเศษ เช่น ภาพวาดลายที่เป็นสีต่าง ๆ)

ขอรับความคุ้มครองให้บรรยายลักษณะกลุ่มของสีและระบุสีให้ชัดเจน

ไม่ขอรับความคุ้มครอง

8. การขอจดทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นรูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ ตามมาตรา 7 วรรคสอง (10) (รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ หมายถึง เครื่องหมายที่แสดงด้านกว้าง ด้านยาว ด้านลึก หรือสามมิติ)

ขอรับความคุ้มครองให้แสดงภาพด้านหน้าของเครื่องหมายลงในข้อ 4.1 ส่วนภาพด้านอื่นๆ (ถ้ามี) ให้แสดงในใบข้อ ก.11) คำบรรยายลักษณะเครื่องหมาย(ถ้ามี)

ไม่ขอรับความคุ้มครอง

9. การใช้เครื่องหมายโดยการจำหน่าย เผยแพร่ หรือโฆษณาก่อนยื่นคำขอนี้

ใช้หรืออนุญาตให้ใช้

ไม่เคยใช้หรืออนุญาตให้ใช้

10. การขอให้ถือว่าวันที่ยื่นคำขอการชานาณาจักรครั้งแรกเป็นวันยื่นคำขอในราชอาณาจักรตามมาตรา 28 หรือ การขอให้ถือว่าวันที่นำสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าออกแสดงในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศตามมาตรา 28 ทวิ

ขอถือสิทธิและได้ยื่นคำขอพร้อมเอกสารหลักฐาน

ขอถือสิทธิและได้ยื่นหนังสือขออนุญาตยื่นการส่งเอกสารหลักฐาน

11. เอกสารหลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียน

11.1 สำเนาบัตรประจำตัวหรือสำเนาหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ของเจ้าของ

11.2 สำเนาหนังสือมอบอำนาจ (ก.18) และสำเนาบัตรประจำตัวของผู้รับมอบอำนาจ (ถ้ามี)

11.3 หนังสือแสดงการปฏิเสธ (ก.12) (ถ้ามี)

11.4 รายชื่อและเอกสารหลักฐานหรือคำชี้แจงแสดงความสัมพันธ์ของผู้มีสิทธิใช้เครื่องหมายร่วม (กรณีเครื่องหมายร่วม)

11.5 ข้อบังคับหรือข้อกำหนดที่กีดกันการใช้เครื่องหมายรับรอง (กรณีเครื่องหมายรับรอง)

11.6 เอกสารหลักฐานการนำลักษณะบ่งเฉพาะที่เกิดจากการใช้เครื่องหมายตามข้อ 9.

11.7 คำขอถือสิทธิวันที่ยื่นคำขอในต่างประเทศครั้งแรกหรือวันที่นำสินค้าออกแสดง (ก.10) (ถ้ามี)

11.8 หนังสืออนุญาตให้ใช้ลายมือชื่อหรือภาพของบุคคลอื่นเป็นเครื่องหมายการค้า

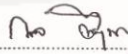
11.9 หนังสือขออนุญาตยื่นการส่งเอกสารหลักฐาน (ก.19)  ข้อ 11.6  ข้อ 11.7

12. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า

(1) ข้าพเจ้าเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้มีสิทธิโดยชอบด้วยกฎหมายในเครื่องหมายการค้าที่นำมายื่นคำขอจดทะเบียนตามคำขอนี้

(2) ข้อเท็จจริงทั้งปวงที่ระบุไว้ในคำขอจดทะเบียนและเอกสารการจดทะเบียนถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ

(ลายมือชื่อ)



เจ้าของ/ตัวแทน

(นางกมลภรณ์ อึ้งอุณหกุล)

3023



กรมทรัพย์สินทางปัญญา  
กระทรวงพาณิชย์

3

ใบเสร็จรับเงิน

ที่ทำการ: สทอ. ภาณูรังษี ถนนวิจิตร กรุงเทพฯ

วันที่ ๑ เดือน ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

นาย ชนวิวัฒน์ อินทร์สิงห์  
๑๐๐๐ บาท (หนึ่งพันบาทถ้วน) ไว้เป็นการถูกต้องแล้ว

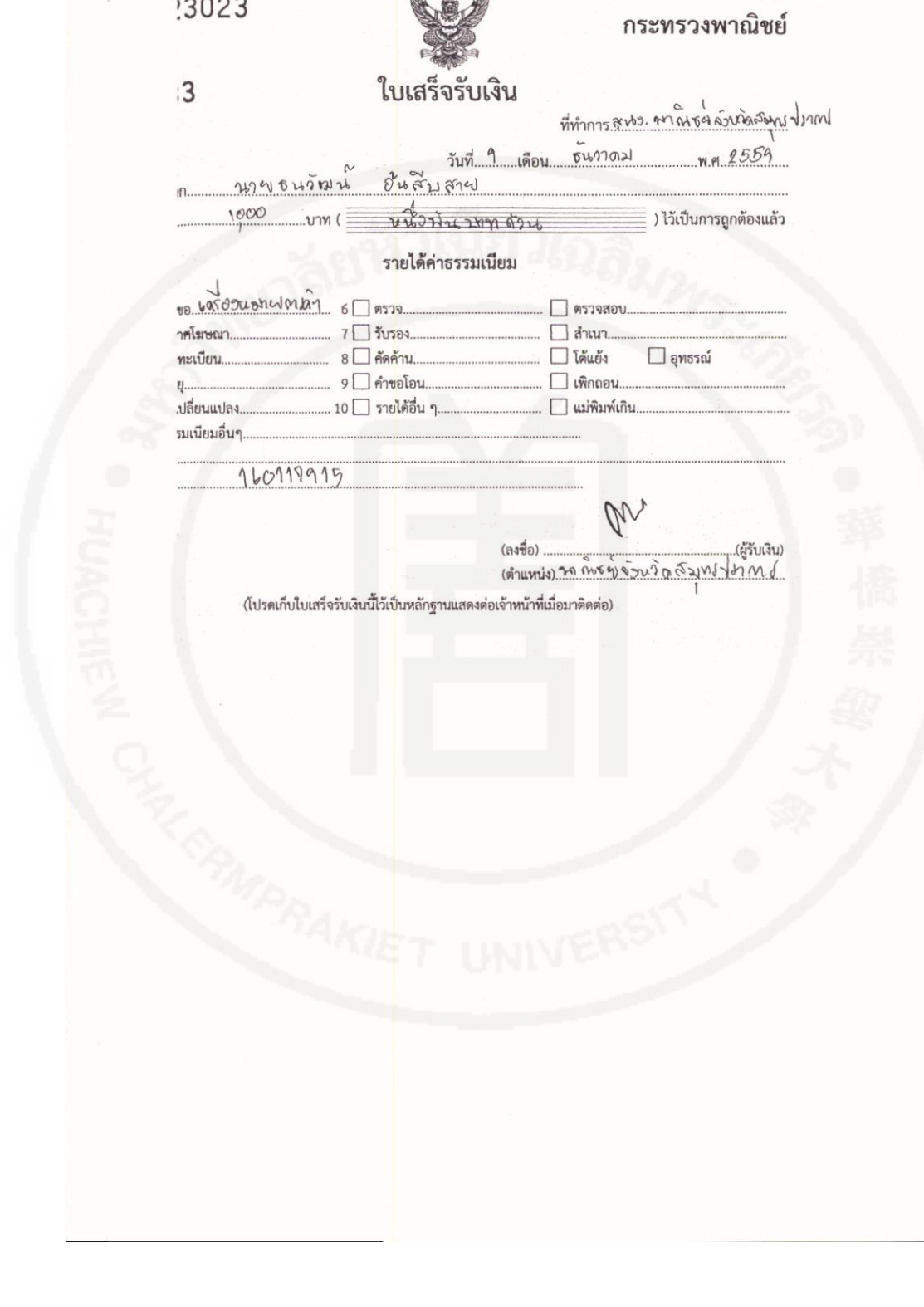
รายได้ค่าธรรมเนียม

- ขอ... ๑  ตรวจสอบ
- ๒  ตรวจสอบ
- ๓  ตรวจสอบ
- ๔  ตรวจสอบ
- ๕  ตรวจสอบ
- ๖  ตรวจสอบ
- ๗  ตรวจสอบ
- ๘  ตรวจสอบ
- ๙  ตรวจสอบ
- ๑๐  ตรวจสอบ

160119915

(ลงชื่อ) \_\_\_\_\_ (ผู้รับเงิน)  
(ตำแหน่ง) รท. กิ่งรุ้ง จ. วัฒนวิเศษ กรุงเทพฯ

(โปรดเก็บใบเสร็จรับเงินไว้เป็นหลักฐานแสดงต่อเจ้าหน้าที่เมื่อมาติดต่อ)







## คำขอจดทะเบียน

วงหมายการค้า/บริการ  เครื่องหมายรับรอง  เครื่องหมายร่วม

สำหรับเจ้าหน้าที่	
วันที่ยื่น	- 9 ส.ค. 2559
ค่าธรรมเนียม	1000 บาท
ลงชื่อ	วิมล งาม (นายวิมล งาม)
ผู้ส่ง	วิมล งาม
คำขอเลขที่	160119915
ทะเบียนเลขที่	

นาง ธนวัฒน์ อ้นสืบสาย

41 ม.12 ต.นาป่า อ.เมือง จ.ชลบุรี

รหัสไปรษณีย์ 20000

ตัวประชาชน/นิติบุคคล

1 1 0 3 7 0 0 6 3 2 6 1 1

นางสาว ภาวิตา สว่างดี

ถ.รามคำแหง2 ซ.รามคำแหง2 ซอย23 แยก2 แขวงตอกไม้ เขตประเวศ กรุงเทพฯ

รหัสไปรษณีย์ 10250

ตัวประชาชน/นิติบุคคล

1 1 1 9 9 0 0 5 2 5 5 6 3

1.1 สัญชาติ	ไทย
1.2 อาชีพ	นักศึกษา
1.3 โทรศัพท์	084-695-6227
1.4 โทรสาร	-
1.5 E-Mail	tanawat17@hotmail.com

2.1 สัญชาติ	ไทย
2.2 อาชีพ	นักศึกษา
2.3 โทรศัพท์	083-064-0191
2.4 โทรสาร	-
2.5 E-Mail	zircuse@hotmail.com

คิดต่อภายในประเทศไทย

เจ้าของ  ตัวแทน  อื่น ๆ.....

(กรณีอื่น ๆ ระบุชื่อและที่อยู่ผู้รับให้ชัดเจน)

มายที่ขอจดทะเบียน

onghamay



วงประเทศตาม 4. (ถ้ามี) ให้ระบุคำอ่านและคำแปลเป็นภาษาไทย

กย 99 แสนฟาร์ม

นว่า แสน คำนี้เป็นการใช้คำทับศัพท์

นว่า ฟาร์ม ที่เพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์

ภาษาจีนให้ระบุคำอ่านสำเนียงจีนกลางและจีนแต้จิ๋วและคำแปล)

ที่ 35...รายการสินค้าบริการ...บริการจัดจำหน่ายปลาสวยงาม.....

ที่.....รายการสินค้าบริการ.....

ที่.....รายการสินค้าบริการ.....

หมายเลขจำพวกและรายการสินค้าบริการเป็นอย่างไร ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง การกำหนดจำพวกสินค้าและบริการ)

เหตุ การกรอกข้อความให้ใช้วิธีพิมพ์ ในกรณีที่ไม้อาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้พิมพ์ในใบต่อ (ก.11)

(ลายมือชื่อ)..... ไร่วัลย์..... วัณ สัจจ์ โ..... เจ้าของ/ตัวแทน

(..... ไร่วัลย์..... วัณ สัจจ์ โ.....)

หน้า.....ของจำนวน.....หน้า

وجدتทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นกลุ่มของสี ตามมาตรา 7 วรรคสอง (5) (กลุ่มของสี หมายถึง การรวมกันของสีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไปและโดยลักษณะพิเศษ เช่น ภาพลวดลายที่เป็นสีต่าง ๆ)

- ขอรับความคุ้มครอง(ให้บรรยายลักษณะกลุ่มของสีและระบุสีให้ชัดเจน).....
- ไม่ขอรับความคุ้มครอง

وجدتทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นรูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ ตามมาตรา 7 วรรคสอง (10) (รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ หมายถึง มาตรฐานที่แสดงด้านกว้าง ด้านยาว ด้านลึก หรือสามมิติ)

- ขอรับความคุ้มครอง(ให้แสดงภาพด้านหน้าของเครื่องหมายลงในข้อ 4.1 ส่วนภาพด้านอื่นๆ (ถ้ามี) ให้แสดงในใบต่อ ก.11) สำหรับรายละเอียดเครื่องหมาย(ถ้ามี).....
- ไม่ขอรับความคุ้มครอง

ใช้เครื่องหมายโดยการจำหน่าย เผยแพร่ หรือโฆษณาก่อนยื่นคำขอนี้

- ได้ใช้หรืออนุญาตให้ใช้  ไม่เคยใช้หรืออนุญาตให้ใช้

ขอให้อธิบายวันที่ยื่นคำขออนุญาตออกจากราชการครั้งแรกเป็นวันยื่นคำขอในราชอาณาจักรตามมาตรา 28 หรือขอให้อธิบายวันที่นำสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าออกแสดงในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศตามมาตรา 28 ทวิ

- ขอถือสิทธิและได้ยื่นคำขอพร้อมเอกสารหลักฐาน  ขอถือสิทธิและได้ยื่นหนังสือขอผ่อนผันการส่งเอกสารหลักฐาน

सारหลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียน

- 11.1 สำเนาบัตรประจำตัวหรือสำเนาหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ของเจ้าของ
- 11.2 สำเนาหนังสือมอบอำนาจ (ก.18) และสำเนาบัตรประจำตัวของผู้รับมอบอำนาจ (ถ้ามี)
- 11.3 หนังสือแสดงการปฏิเสธ (ก.12) (ถ้ามี)
- 11.4 รายชื่อและเอกสารหลักฐานหรือคำชี้แจงแสดงความสัมพันธ์ของผู้มีสิทธิใช้เครื่องหมายร่วม (กรณีเครื่องหมายร่วม)
- 11.5 ข้อบังคับหรือข้อกำหนดหลักเกณฑ์การใช้เครื่องหมายรับรอง (กรณีเครื่องหมายรับรอง)
- 11.6 เอกสารหลักฐานการนำสินค้าลักษณะปะเจปะที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องหมายตามข้อ 9.
- 11.7 คำขอถือสิทธิวันที่ยื่นคำขอในต่างประเทศครั้งแรกหรือวันที่นำสินค้าออกแสดง (ก.10) (ถ้ามี)
- 11.8 หนังสืออนุญาตให้ใช้ลายมือชื่อหรือภาพของบุคคลอื่นเป็นเครื่องหมายการค้า
- 11.9 หนังสือขอผ่อนผันการส่งเอกสารหลักฐาน (ก.19)  ข้อ 11.6  ข้อ 11.7

พเจ้าขอรับรองว่า

- (1) ข้าพเจ้าเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้มีสิทธิโดยชอบด้วยกฎหมายในเครื่องหมายการค้าที่นำมายื่นคำขอจดทะเบียนตามคำขอนี้
- (2) ข้อเท็จจริงทั้งปวงที่ระบุไว้ในคำขอจดทะเบียนและเอกสารการจดทะเบียนถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ

(ลายมือชื่อ)..... ๒๕๖๕..... ๒๕๖๕.....เจ้าของตัวแทน  
(..... ๒๕๖๕..... ๒๕๖๕.....)

หมายเหตุ การกรอกข้อความให้ใช้วิธีพิมพ์ ในกรณีที่ไม่อาจจะบรรยายละเอียดครบถ้วน ให้พิมพ์ในใบต่อ (ก.11)

หน้า.....ของจำนวน.....หน้า

เล่มที่ 23023



กรมทรัพย์สินทางปัญญา  
กระทรวงพาณิชย์

เลขที่ 34

ใบเสร็จรับเงิน

ที่ทำการ สห. พาณิชย จ. เชียงใหม่

วันที่ ๑ เดือน ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๑

ได้รับเงินจาก นาย ส.ล. ๐๘ ๖๖๗  
จำนวนเงิน ๑๐๐๐ บาท (หนึ่งพันบาทถ้วน) ว่าเป็นการถูกต้องแล้ว

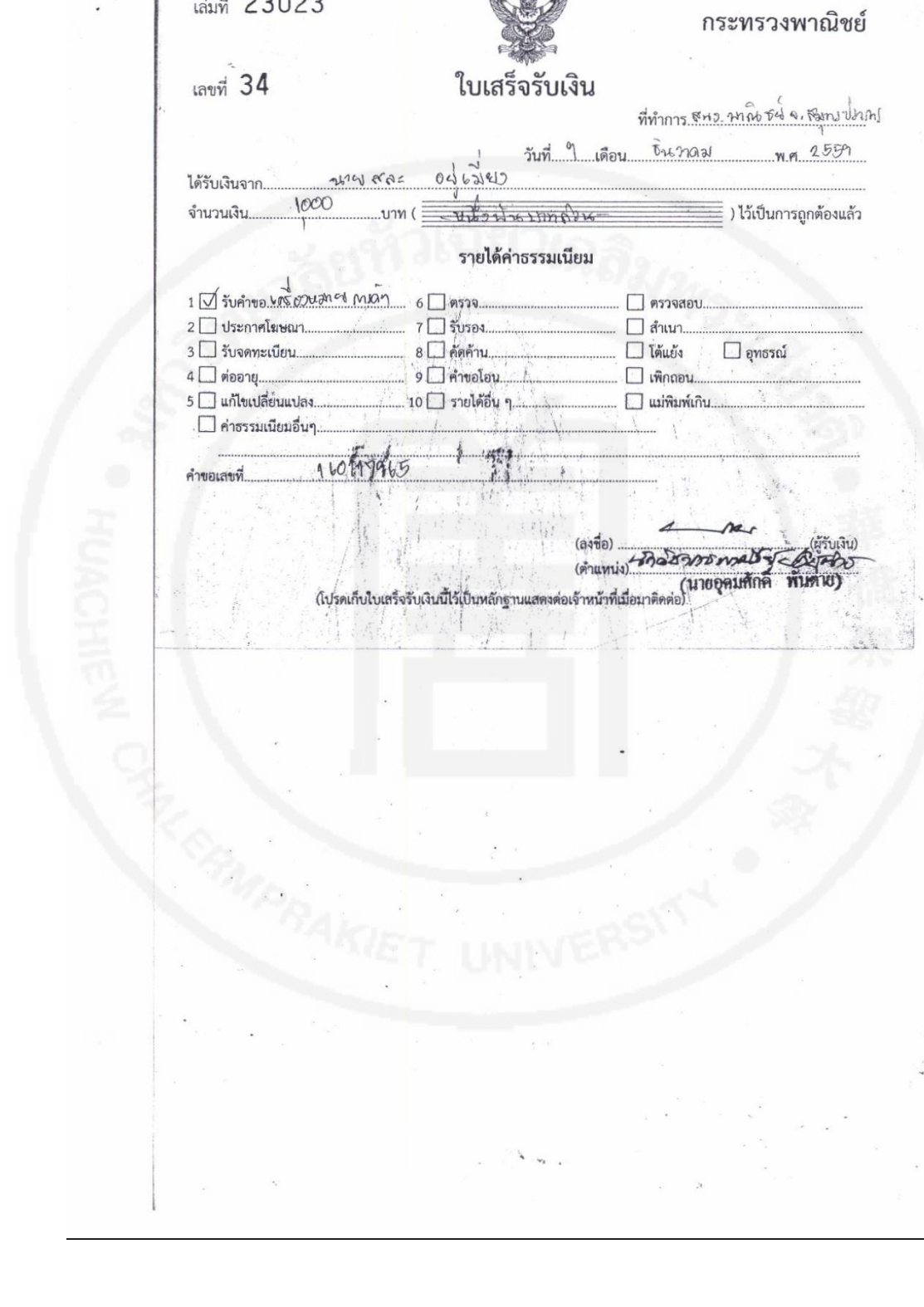
รายได้ค่าธรรมเนียม

- |   |  |   |
|---|--|---|
| 1 <input checked="" type="checkbox"/> รับค่าขอ <u>ใบเสร็จรับเงิน</u> ๑ หน้า | 6 <input type="checkbox"/> ตรวจ          | <input type="checkbox"/> ตรวจสอบ                                  |
| 2 <input type="checkbox"/> ประกาศโฆษณา                                      | 7 <input type="checkbox"/> รับรอง        | <input type="checkbox"/> สำเนา                                    |
| 3 <input type="checkbox"/> รับจดทะเบียน                                     | 8 <input type="checkbox"/> คัดค้าน       | <input type="checkbox"/> ได้แย้ง <input type="checkbox"/> อุทธรณ์ |
| 4 <input type="checkbox"/> ต่ออายุ  | 9 <input type="checkbox"/> ค่าขอโอน      | <input type="checkbox"/> เพิกถอน                                  |
| 5 <input type="checkbox"/> แก้ไขเปลี่ยนแปลง                                 | 10 <input type="checkbox"/> รายได้อื่น ๆ | <input type="checkbox"/> แม่พิมพ์เกิน                             |
| <input type="checkbox"/> ค่าธรรมเนียมอื่นๆ                                  |  |   |

ค่าขอเลขที่ ๑๐๘๑๙๖๕

(ลงชื่อ) [Signature] (รับเงิน)  
(ตำแหน่ง) นายสุคนธ์ศักดิ์ ทานทอง  
(นายสุคนธ์ศักดิ์ ทานทอง)

(โปรดเก็บใบเสร็จรับเงินนี้ไว้เป็นหลักฐานแสดงต่อเจ้าหน้าที่เมื่อมาติดต่อ)





## คำขอจดทะเบียน

 ร้องขอการคำ/บริการ  เครื่องหมายรับรอง  เครื่องหมายร่วม

## สำหรับเจ้าหน้าที่

วันที่ยื่น	- 9 ธ.ค. 2559
ค่าธรรมเนียม	1000 บาท
ลงชื่อ	(นาย ก. ก. ก. ก.)
ตำแหน่ง	(ผู้ส่ง)
คำขอเลขที่	160117965
ทะเบียนเลขที่	

 ของ นายสละ อยู่เมือง  
 หมู่ 7 ตำบลลานหลวง อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร  
 รหัสไปรษณีย์ 74110

จำนวนประชาชนนิติบุคคล 3 7 4 0 2 0 0 3 4 8 9 4 7

 เทน นางสาวนารวดี แก้วกัลยา  
 301/419 รามเอ.ซี.โพโต ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ  
 รหัสไปรษณีย์ 10540

จำนวนประชาชนนิติบุคคล 1 1 0 0 7 0 2 4 6 8 7 6 0

 1.1 สัญชาติ ไทย  
 1.2 อาชีพ ขายปลาเลี้ยงเพื่อความสวยงาม  
 1.3 โทรศัพท์ 081-1943771  
 1.4 โทรสาร -  
 1.5 E-Mail -

 2.1 สัญชาติ ไทย  
 2.2 อาชีพ นักศึกษา  
 2.3 โทรศัพท์ 095-5325708  
 2.4 โทรสาร 02-7050508  
 2.5 E-Mail narawan5@hotmail.com

 ใ้ติดต่อภายในประเทศไทย  เจ้าของ  ตัวแทน  อื่น ๆ .....  
 (กรณีอื่น ๆ ระบุชื่อและที่อยู่ผู้รับให้ชัดเจน)

 หมายที่ขอจดทะเบียน  
 ร้องหมาย


่างประเทศตาม 4. (ถ้ามี) ให้ระบุคำอ่านและคำแปลเป็นภาษาไทย

ภาษาอังกฤษให้ระบุคำอ่านสำเนียงจีนกลางและจีนแต้จิ๋วและคำแปล)

ที่ 35. รายการสินค้าบริการ บริการจัดจำหน่ายปลาสวยงาม

ที่ ..... รายการสินค้าบริการ.....

ที่ ..... รายการสินค้าบริการ.....

หมายเลขจำพวกและรายการสินค้าบริการเป็นอย่างไร ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง การกำหนดจำพวกสินค้าและบริการ)

เหตุ การกรอกข้อความให้ไว้วิธีพิมพ์ ในกรณีที่ไม้อาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้พิมพ์ในใบต่อ (ก.11)

 (ลายมือชื่อ) นางสาวนารวดี แก้วกัลยา .....เจ้าของ/ตัวแทน  
 (นางสาวนารวดี แก้วกัลยา)

หน้า 1 ของจำนวน 2 หน้า

ของจดทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นกลุ่มของสี ตามมาตรา 7 วรรคสอง (5) (กลุ่มของสี หมายถึง การรวมกันของสีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไปและ  
งโดยลักษณะพิเศษ เช่น ภาพวาดลายที่เป็นสีต่าง ๆ)

ขอรับความคุ้มครอง(ให้บรรยายลักษณะกลุ่มของสีและระบุสีให้ชัดเจน).....

ไม่ขอรับความคุ้มครอง

ของจดทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นรูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ ตามมาตรา 7 วรรคสอง (10) (รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ หมายถึง  
หมายที่แสดงด้านกว้าง ด้านยาว ด้านลึก หรือสามมิติ)

ขอรับความคุ้มครอง(ให้แสดงภาพด้านหน้าของเครื่องหมายลงในข้อ 4.1 ส่วนภาพด้านอื่น ๆ (ถ้ามี) ให้แสดงในใบคำขอ ก.11)

คำบรรยายลักษณะเครื่องหมาย(ถ้ามี).....

ไม่ขอรับความคุ้มครอง

ใช้เครื่องหมายโดยการจำหน่าย เผยแพร่ หรือโฆษณาแก่นายอื่นคำขอนี้

ได้ใช้หรืออนุญาตให้ใช้

ไม่เคยใช้หรืออนุญาตให้ใช้

ขอให้ถือว่าวันที่ยื่นคำขออนุญาตออกครั้งแรกเป็นวันยื่นคำขอในราชอาณาจักรตามมาตรา 28 หรือ  
ขอให้ถือว่าวันที่นำสินค้าใช้เครื่องหมายการค้าออกแสดงในนานแสดงสินค้าระหว่างประเทศตามมาตรา 28 ทวิ

ขอถือสิทธิและได้ยื่นคำขอหรือเอกสารหลักฐาน

ขอถือสิทธิและได้ยื่นหนังสือขอผ่อนผันการส่งเอกสารหลักฐาน

เอกสารหลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียน

11.1 สำเนาบัตรประจำตัวหรือสำเนานางขึ้นรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ของเจ้าของ

11.2 สำเนาหนังสือมอบอำนาจ (ก.18) และสำเนาบัตรประจำตัวของผู้รับมอบอำนาจ (ถ้ามี)

11.3 หนังสือแสดงการปฏิเสธ (ก.12) (ถ้ามี)

11.4 รายชื่อและเอกสารหลักฐานหรือคำชี้แจงแสดงความสัมพันธ์ของผู้มีสิทธิใช้เครื่องหมายร่วม (กรณีเครื่องหมายร่วม)

11.5 ข้อมบังคับหรือข้อกำหนดหลักเกณฑ์การใช้เครื่องหมายรับรอง (กรณีเครื่องหมายรับรอง)

11.6 เอกสารหลักฐานการนำสืบลักษณะเฉพาะที่เกิดจากการใช้เครื่องหมายตามข้อ 9.

11.7 คำขอถือสิทธิวันที่ยื่นคำขอในต่างประเทศครั้งแรกหรือวันให้นำสินค้าออกแสดง (ก.10) (ถ้ามี)

11.8 หนังสืออนุญาตให้ใช้ลายมือชื่อหรือภาพของบุคคลอื่นเป็นเครื่องหมายการค้า

11.9 หนังสือขอผ่อนผันการส่งเอกสารหลักฐาน (ก.19)  ข้อ 11.6  ข้อ 11.7

พเจ้าขอรับรองว่า

- (1) ข้าพเจ้าเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้มีสิทธิโดยชอบด้วยกฎหมายในเครื่องหมายการค้าที่นำมาขึ้นคำขอจดทะเบียนตามคำขอนี้
- (2) ข้อเท็จจริงทั้งปวงที่ระบุไว้ในคำขอจดทะเบียนและเอกสารการจดทะเบียนถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ

(ลายมือชื่อ) นราภัสร์ ทวี กิ่งชู .....เจ้าของ/ตัวแทน  
(นราภัสร์ นราภัสร์ ทวี กิ่งชู)

หมายเหตุ การกรอกข้อความให้ใช้วิธีพิมพ์ ในกรณีที่ไม่อาจจะบรรยายละเอียดครบถ้วน ให้พิมพ์ในใบคำขอ (ก.11)

หน้า...2...ของจำนวน...2...หน้า



## หนังสือแสดงการปฏิเสธ

สำหรับเจ้าหน้าที่

วันที่ยื่น

ลงชื่อ.....ผู้รับ  
(.....)

คำขอเลขที่

เอง นาย สละ อยู่เมือง  
หมู่ 7 ตำบลสวนหลวง อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

รหัสไปรษณีย์ 74110

บัตรประชาชนนิติบุคคล

3 7 4 0 2 0 0 3 4 8 9 4 7

ตน นางสาว นราวัลย์ แก้วกัลยา

1/419 ร้านเอ.ดีโอดี ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

รหัสไปรษณีย์ 10540

บัตรประชาชนนิติบุคคล

1 1 0 0 7 0 2 4 6 8 7 6 0

ไม่ขอถือเป็นสิทธิแต่ผู้เดียวที่จะใช้ (ระบุ)

คำว่า ปลาทอง และรูปภาพปลา

ยอมรับรองว่า (ระบุ)

1.1 สัญชาติ ไทย

1.2 อาชีพ ขายปลาเลี้ยงเพื่อความ  
สวยงาม

1.3 โทรศัพท์ 081-1943771

1.4 โทรสาร -

1.5 E-Mail -

2.1 สัญชาติ ไทย

2.2 อาชีพ นักศึกษา

2.3 โทรศัพท์ 095-5325708

2.4 โทรสาร 02-7050508

2.5 E-Mail Narawan5@hotmail.com

(ลายมือชื่อ) นาย..... ท.ท.ตั้ง.....เจ้าของ/ตัวแทน  
(นางสาว นราวัลย์ แก้วกัลยา)

หนังสือมอบอำนาจ

ข้าพเจ้า นายสละ อยู่เมียง สัญชาติ ไทย ที่อยู่เลขที่ 6 หมู่ 7 ตำบล สวนหลวง อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาคร  
สไปรษณีย์ 74110  
แต่งตั้งและมอบอำนาจให้ นางสาว นราวาลี แก้วกัลยา สัญชาติ ไทย ที่อยู่เลขที่ 201/419 หมู่ 1 ตำบล บางเสาธง  
เภอ บางเสาธง จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10540 เป็นตัวแทนของข้าพเจ้า

โดยมีอำนาจยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า/บริการ รับรอง ร่วม หรือสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าหรือ  
เครื่องหมายบริการ ยื่นคำข้แจ้งต่อนายทะเบียนเครื่องหมายการค้าและเจ้าหน้าที่ ยื่นหรือขอถอนคำคัดค้าน คำโต้แย้ง คำอุทธรณ์  
ร้องคำขอทุกชนิด ตลอดจนแถลงการณ์หรือส่งหลักฐานเพิ่มเติม รวมทั้งมีอำนาจโอนและรับโอน ดอกงประณีประนอมยอมความ  
ให้ความยินยอม ต่ออายุทะเบียน ขอถอนคำขอหรือทะเบียน ตลอดจนแก้ไขเปลี่ยนแปลงระทำการใด ๆ ที่เห็นว่าจำเป็น  
เหมาะสมเกี่ยวกับเรื่องเครื่องหมายการค้า/บริการ รับรอง ร่วม หรือสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมาย  
การแทนข้าพเจ้า และให้มีอำนาจตั้งหรือถอดถอนตัวแทนช่วง แจ่ง ร้อง ฟ้อง และดำเนินคดีใด ๆ ในเรื่องเครื่องหมายการค้า/  
การ รับรอง ร่วม หรือสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการต่อเจ้าหน้าที่พนักงานสอบสวน อัยการ หรือ  
ทั้งในคดีแพ่งคดีอาญา

การใดที่ตัวแทนหรือตัวแทนช่วงได้กระทำไปไม่ถูกต้องของข้าพเจ้าโดยอาศัยอำนาจตามที่ได้กล่าวแล้วนี้ ข้าพเจ้าขอรับผิดชอบ  
อันหนึ่งว่าข้าพเจ้าได้กระทำการนั้น ๆ ด้วยตนเองทุกประการ และหากมีการใดที่ได้กระทำไปก่อนหน้านี้ และภายในขอบเขตแห่ง  
นาจที่ข้าพเจ้าได้มอบหมายตามหนังสือมอบอำนาจนี้ ข้าพเจ้าขอให้สละความรับผิดชอบการกระทำนั้น ๆ ทุกประการ

เพื่อเป็นหลักฐานในการนี้ ข้าพเจ้าและผู้รับมอบอำนาจจึงได้ลงลายมือชื่อและประทับตราไว้ให้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ  
หนังสือมอบอำนาจฉบับนี้ทำขึ้นเมื่อวันที่ 29 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2559

ประทับตราบริษัท/ห้างหุ้นส่วน  
(ถ้ามี)



ลายมือชื่อ... สละ อยู่เมียง .....ผู้มอบอำนาจ  
(สละ อยู่เมียง)

ลายมือชื่อ... สละ อยู่เมียง .....ผู้มอบอำนาจ  
(สละ อยู่เมียง)

ลายมือชื่อ... นราวาลี แก้วกัลยา .....ผู้รับมอบอำนาจ  
(นราวาลี แก้วกัลยา)

ลายมือชื่อ... นราวาลี แก้วกัลยา .....ผู้รับมอบอำนาจ  
(นราวาลี แก้วกัลยา)

ลายมือชื่อ... อดิศักดิ์ อดิศักดิ์ .....พยาน  
(อดิศักดิ์ อดิศักดิ์)

ลายมือชื่อ... อดิศักดิ์ อดิศักดิ์ .....พยาน  
(อดิศักดิ์ อดิศักดิ์)

(ข้อความที่ไม่ต้องการให้ขีดฆ่าออกและลงลายมือชื่อกำกับโดยผู้มอบอำนาจ)

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล

นายชาติรี บัวคลี่

## ประวัติทางการศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

โรงเรียนไชยปราการ

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

แผนกวิชาออกแบบการพิมพ์ สถาบันเทคโนโลยี

ราชมนคล วิทยาเขตภาคพายัพ (เจ็ดยอด)

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

แผนกวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ สถาบันเทคโนโลยี

ราชมนคล วิทยาเขตภาคพายัพ (เจ็ดยอด)

ระดับปริญญาตรี

ศศ.บ.ออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แพทย์แผนไทย

สถาบันการแพทย์แผนไทยเนตรดาว กรมการ

แพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก กระทรวง

สาธารณสุข

ระดับปริญญาโท

ศศ.ม.นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สถานที่ติดต่อ

292/28 ตึก 78 ซอยมณทนา ตำบลบางไฉลง

อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ