

การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิด
เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

Participatory Brand and Website Design for Promoting Community Products
According to the Sustainable Digital Economy Concept



จรรยา ธีรณานาค

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ปีการศึกษา 2560

ชื่อเรื่อง การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิด เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัย จรุงยศ อรัณยษนา

สถาบัน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ปีที่พิมพ์ 2561

สถานที่พิมพ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

แหล่งที่เก็บรายงานฉบับสมบูรณ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

จำนวนหน้างานวิจัย 221 หน้า

คำสำคัญ ตราสินค้า เว็บไซต์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน การออกแบบอย่างมีส่วนร่วม เศรษฐกิจดิจิทัล

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR : Participatory Action Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิหลัง ออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มีการประเมินคุณภาพและประสิทธิภาพจากผู้มีส่วนร่วม 6 กลุ่มคือ ผู้เชี่ยวชาญ การออกแบบ นักวิชาการการออกแบบ นักศึกษา ผู้ประกอบการ ลูกค้าและพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเปรียบเทียบ paired t-test

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบการมีความต้องการพัฒนาตราสินค้าและเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์และโอกาสทางการค้า โดยจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์คือ จุดแข็ง: มีคุณภาพดี ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น จุดอ่อน: ไม่มีอัตลักษณ์ที่จดจำง่าย โอกาส: หน่วยงานรัฐสนับสนุน อุปสรรค: เศรษฐกิจตกต่ำ 2) ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อการออกแบบตราสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.56$, S.D.=0.52) ส่วนเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.55) และ 3) การบูรณาการการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ทำให้นักศึกษามีการเปลี่ยนแปลงหลังการเรียนรู้เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ทั้งความรู้ด้านการวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการแก่สังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ($t=8.13$)

Research Title	Participatory Brand and Website Design for Promoting Community Products According to Sustainable Digital Economy Concept
Researcher	Jarungyod Arunyanak
Institution	Huachiew Chalermprakiet University
Year of Publication	2018
Publisher	Huachiew Chalermprakiet University
Source	Huachiew Chalermprakiet University
No. of Pages	221 pages
Keywords	Brand, Website, Community Products, Participatory Design, Digital Economy
Copyright	Huachiew Chalermprakiet University

Abstract

This research is a form of participatory action research (PAR) and is aimed at studying the background, design brands, and websites of five community products, which include the integration of teaching methodology with the research process, academic services, art and culture conservation. There are quality and effectiveness evaluations by participants from six different sectors. These include professional designers, academic designers, students, entrepreneurs, customers and the Provincial Community Development Office of Samutprakarn. The statistics used in the data analysis were mean, standard deviation, and paired t-test.

The results show that 1) Entrepreneurs needed to develop brands and websites for promoting products and trade opportunities. There were strengths and weaknesses, opportunities and threats associated with the products. Strengths included good quality and use of local raw materials. Weaknesses related to the lack of any outstanding brands. The main opportunity envisaged was the potential for government support. However, a significant threat was the risk of economic recession. 2) Participants' satisfaction with the brand design was very high ($\bar{X}=4.56$, S.D.=0.52). Website design was also at a high level ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.55). and 3) The integration of teaching methodology with research process, academic services, art and culture conservation significantly facilitated the students in increasing their knowledge in these respective areas ($t=8.13$).

กิตติกรรมประกาศ

ผลสำเร็จของโครงการวิจัยนี้เกิดจากการสนับสนุนของบุคลากรฝ่ายต่างๆ ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ โดยผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ พุ่มวิเศษ อธิการบดี และรองศาสตราจารย์ ดร.อุไรพรรณ เจนวาณิชยานนท์ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รวมถึงสำนักพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ที่คอยอำนวยความสะดวกในการทำโครงการวิจัยนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติทุกท่าน ที่คอยส่งเสริม ผลักดัน สนับสนุนและให้กำลังใจในการทำวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาจ พุกสวัสดิ์และผู้ช่วยศาสตราจารย์ชาติรี บัวคลี่ ที่เปรียบเสมือนเพื่อนสนิทมิตรสหายผู้เป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้วิจัยมาโดยตลอด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.สกนธ์ ภู่งามดี ผู้ให้คำชี้แนะ คำปรึกษาอันทรงคุณค่าและองค์ความรู้ใหม่ๆ เชิงวิชาการแก่ผู้วิจัย ตลอดจนผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนร่วม หน่วยงานของรัฐทุกฝ่ายที่สละเวลาช่วยกันให้ข้อมูลและมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันในโลกดิจิทัลได้อย่างสง่างาม

ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร.โรแนน ไรลีย์ (Professor Dr.Ronan Reilly) ผู้ขัดเกลาบทความย่อภาษาอังกฤษจนมีความสละสลวยยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ที่ตั้งใจสร้างสรรค์ผลงานอันมีประโยชน์อย่างแท้จริงต่อชุมชน แม้จะผ่านช่วงเวลาอันท้อแท้ หมดกำลังใจ แต่ฟ้าหลังฝนย่อมมีรอยยิ้มอันงดงามเสมอ

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาที่คอยสนับสนุนการทำวิจัยมาโดยตลอด รวมถึงขอบคุณภรรยาและลูกที่เป็นกำลังใจอย่างดีเสมอ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ข้อจำกัดของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดการออกแบบตราสินค้า	8
แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์	11
แนวคิดการมีส่วนร่วม	21
แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	27
สรุปการทบทวนแนวคิดแนวคิดการออกแบบตราสินค้า เว็บไซต์ การมีส่วนร่วม และเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
สรุปการทบทวนวิจัยเรื่องการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม	48
กรอบแนวคิดในการวิจัย	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
ประชากร	51
กลุ่มตัวอย่าง	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
การแปรผล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	57
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย	58
การดำเนินงานวิจัย	59
บทที่ 4 ผลการสำรวจสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์	62
บทที่ 5 ผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน	101
บทที่ 6 ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วย กระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	151
บทที่ 7 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	162
อภิปรายผล	166
ข้อเสนอแนะ	169
บรรณานุกรม	171
ภาคผนวก	177
ก การเรียนการสอนแบบบูรณาการ ขั้นตอนการเก็บข้อมูลการออกแบบ และการเรียนรู้ร่วมกัน	177
ข การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	181
ค เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	187

ง เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	211
จ ประวัตಿಯผู้วิจัย	221



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. กรอบแนวคิดการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	50
2. ผังสรุปผลการสำรวจสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	63
3. การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมอย่าง)	67
4. การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด	70
5. การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมไหม	73
6. การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก	77
7. การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพ บ้านคลองนาเกลือ	81
8. สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ ขนมจากใจ (ขนมอย่าง)	84
9. สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด	87
10. สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ กึ่งเหี้ยดป่าสมไหม	90
11. สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก	93
12. สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ	96
13. บรรยากาศการอบรมหัวข้อ “เทคโนโลยีและการถนอมอาหาร”	97
14. บรรยากาศการสนทนากลุ่มย่อยระหว่างผู้ประกอบการ นักศึกษาและวิทยากร	98
15. การถ่ายทอดความรู้การโฆษณา การตลาดออนไลน์และการบริหารจัดการเว็บไซต์	100
16. ผังสรุปขั้นตอนการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม	102
17. แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมอย่าง)	103
18. แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมอย่าง)	104
19. แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมอย่าง)	105
20. ผู้มีส่วนร่วมทำแบบประเมินและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมอย่าง)	110
21. แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด	111
22. แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด	112

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
23. แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด	112
24. ผู้มีส่วนร่วมทำแบบประเมินและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด	118
25. แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมไหม	119
26. แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมไหม	120
27. แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมไหม	120
28. ผู้ประกอบการเลือกรูปแบบผลงานและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมไหม	126
29. แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์รี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก	127
30. แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์รี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก	128
31. แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์รี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก	129
32. ผู้ประกอบการเลือกรูปแบบผลงานและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์รี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก	135
33. แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ	136
34. แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ	136
35. แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ	137
36. ผู้ประกอบการทำแบบประเมินและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ	143
37. ผู้วิจัยบรรยายหัวข้อ “การออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม” และบรรยายภาคการ อบรมให้กับผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มทักษะการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์	144
38. ขั้นตอนการบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนด้วย กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	152
39. บรรยายภาคการนำเสนอผลงานและการแลกเปลี่ยนความรู้ในชั้นเรียน	153

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
40. นักศึกษาได้เรียนรู้ภายใต้สถานการณ์จริงและมีส่วนร่วมในงานวิจัยทุกขั้นตอน	161



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. ตารางสังเคราะห์เพื่อการทบทวนวรรณกรรมเรื่องการออกแบบตราสินค้า อย่างมีส่วนร่วม	36
2. ตารางสังเคราะห์เพื่อการทบทวนวรรณกรรมเรื่องการออกแบบเว็บไซต์ อย่างมีส่วนร่วม	44
3. กลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์	52
4. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของ ผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้าขนมจากใจ (ขนมย่าง) ที่ใช้กระบวนการ ออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	105
5. ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง) ที่ใช้การออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	106
6. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของ ผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ขนมจากใจ (ขนมย่าง) ที่ใช้กระบวนการออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	108
7. ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง) ที่ใช้การออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	109
8. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของ ผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้าป่าไหมข้าวต้มมัด ที่ใช้กระบวนการออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	113
9. ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด ที่ใช้การออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	114
10. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของ ผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ป่าไหมข้าวต้มมัด ที่ใช้กระบวนการออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	116
11. ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด ที่ใช้การออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	117
12. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของ ผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้ากึ่งเหยียดป่าสมไหม ที่ใช้กระบวนการออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	121

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
13. ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมใหม่ ที่ใช้การออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	122
14. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของ ผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์กึ่งเหี้ยดป่าสมใหม่ ที่ใช้กระบวนการออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	124
15. ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมใหม่ ที่ใช้การออกแบบ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	125
16. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของ ผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้าบ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	129
17. ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิด เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	130
18. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของ ผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	132
19. ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิด เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	133
20. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพ บ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิด เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	138
21. ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพ บ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิด เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	139

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
22. ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	141
23. ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน	142
24. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนหลังการเรียนรู้ด้านการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ	145
25. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนหลังการเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ	147
26. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนหลังการเรียนรู้ด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ	149
27. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนหลังการเรียนรู้ของนักศึกษา	154

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แม้ประเทศไทยจะก้าวผ่านยุคเกษตรกรรม อุตสาหกรรมเบาและอุตสาหกรรมหนักเพื่อการส่งออก (หรือที่นิยมเรียกกันว่า ไทยแลนด์ 1.0 2.0 และ 3.0 ตามลำดับ) แต่ดูเหมือนว่าการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ชีตความสามารถทางการแข่งขันยังต้องมีการปรับตัวอีกมากหากเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ความเหลื่อมล้ำทางสังคม รวมถึงปัญหาอื่นๆ ก็ยังคงขยายตัวมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่ประเทศไทยมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมานานเกือบ 60 ปี รวมทั้งสิ้น 12 ฉบับ แต่แทบทุกรัฐบาลยังคงต้องตามแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ ภาวะความยากจนและสภาพสังคมกันอยู่ตลอด

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-7 ประเมินได้ว่าการเติบโตและงานพัฒนาต่างๆ ของประเทศอยู่บนพื้นฐานของความไม่สมดุลและยั่งยืน ทำให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8-9 เริ่มปรับแนวคิดจากที่เน้นเศรษฐกิจมาสู่การเน้น “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” และน้อมนำเอา “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามแนวทางพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร มาเป็นแนวทางพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวม ในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ยังคงยึดถือปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8-9 พร้อมเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแสดงความคิดเห็นและการดำเนินการทุกขั้นตอนเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ มุ่งพัฒนาสู่สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (green and happiness society) สนับสนุนการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (value creation) ผสมผสานองค์ความรู้และนวัตกรรม เมื่อเข้าสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ยังคงยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง แต่จากการต้องเผชิญกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายนอกและภายในประเทศ จึงต้องสร้างภูมิคุ้มกันในมิติต่างๆ เพื่อพัฒนาสู่ความสมดุลอย่างยั่งยืน เตรียมความพร้อมให้กับคน และสังคม มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจโดยผสมผสานทุนทางปัญญา พื้นฐานทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ซึ่งนำไปสู่ “แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550 : 37-39; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2555 : 6-7)

ปัจจุบันประเทศไทยเดินทางเข้าสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ซึ่งยังคงมีความต่อเนื่องจากวิสัยทัศน์แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 แผนพัฒนาฯ ฉบับนี้มีความพิเศษคือการกำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจระยะยาวเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยชูประเด็นเรื่องนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่หรือ “เศรษฐกิจดิจิทัล” ซึ่งพัฒนาและต่อยอดมาจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่หากพิจารณาอย่างลึกซึ้งซึ่งจะเห็นว่าทั้งเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจดิจิทัลต่างก็มีรากฐานเดียวกันคือ “การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยองค์ความรู้เป็นพื้นฐาน”

ดังนั้นความหมายของเศรษฐกิจดิจิทัลคือนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศนั่นเอง

นโยบายดังกล่าวนี้สอดคล้องกับการที่รัฐบาลมุ่งมั่นนำพาประเทศเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์การพัฒนาเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล และในช่วงต้นปีพ.ศ. 2559 รัฐบาลยังได้จัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นการวางรากฐานและสนับสนุนให้เศรษฐกิจดิจิทัลเกิดขึ้นได้จริง ยุทธศาสตร์หนึ่งที่สำคัญคือการพัฒนาขีดความสามารถทางธุรกิจทั้งภาคการเกษตร การผลิตและการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs : Small and Medium Enterprises) และวิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise : SMCE) ให้แข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างทั่วถึง ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจเหล่านี้สามารถสร้างสินค้าและบริการแบบใหม่ที่ตรงต่อความต้องการของตลาดได้ง่ายขึ้น มีช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารหลากหลายขึ้น

จังหวัดสมุทรปราการถือเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่น่าสนใจจำนวนมาก เช่น กลุ่มดอกไม้เกลือปลาบางน้ำผึ้ง น้ำพริกเผาปลาสด กุ้งเหยียดและทองม้วนสมุนไพร สะท้อนการใช้ภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น ผสมผสานกับการมีส่วนร่วมของชุมชน อย่างไรก็ตามจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างวิสาหกิจชุมชนในงานสัมมนาโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ณ โรงแรมเบย์ เมื่อวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2560 จัดโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ และการสัมภาษณ์พัฒนาการจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนเหล่านี้มีคุณภาพดี แต่มีรูปแบบตราสินค้าที่ไม่เหมาะสม ขาดการออกแบบที่สวยงามและน่าจดจำ ตลอดจนการจัดวางและจำหน่ายสินค้ายังคงอยู่ในสถานที่ผลิตหรือมีหน้าร้านละแวกใกล้เคียง ไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง ทำให้กลุ่มผู้ซื้อต่างพื้นที่ไม่สามารถหาข้อมูลสินค้าหรือซื้อสินค้าได้ ส่วนทางผู้ผลิตเองก็ไม่สามารถขยายตลาดหรือเก็บข้อมูลผู้ซื้อเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป (ทิพย์วรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา : สัมภาษณ์)

ดังนั้นหากผลิตภัณฑ์ชุมชนเหล่านี้มีตราสินค้าที่สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และสื่อเว็บไซต์เพื่อขยายช่องทางการสื่อสาร การจำหน่ายสินค้า และฐานกลุ่มผู้ซื้อทั้งในระดับภูมิภาคในประเทศและต่างประเทศ โดยให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งหลายเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาตราสินค้า รวมถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถบริหารจัดการเว็บไซต์ต่อไปได้ จนเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน การถ่ายทอดองค์ความรู้ ความร่วมมือระหว่างบุคคลและหน่วยงานของรัฐ ก็จะทำให้ประเทศชาติมีเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง ชุมชนมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน และปณิธานของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติที่ว่า “เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม” ซึ่งมุ่งมั่นงานบริการวิชาการอันเป็นประโยชน์ต่อชุมชน เป็นแบบฉบับอันดีงามของปัญญาชนผู้พร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อรับใช้สังคมและประเทศชาติ

จากหลักการและเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีแนวคิดในการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการออกแบบตราสินค้าและพัฒนาเว็บไซต์ที่สามารถนำเสนอข้อมูลและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนร่วมฝ่ายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการออกแบบด้วยการบูรณาการกระบวนการวิจัยเข้ากับกระบวนการเรียนการสอนในรายวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 (CD 2003) และการออกแบบเว็บไซต์ (CA 3073) เพื่อให้นักศึกษาได้ร่วมกันเรียนรู้กระบวนการวิจัย การใช้ทักษะทางการออกแบบ การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม อันเป็นพันธกิจที่สำคัญของอาจารย์มหาวิทยาลัย

คำถามการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมีลักษณะอย่างไร
2. แนวทางการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนเป็นอย่างไร
3. ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน ได้แก่ สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ ความต้องการในรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์
2. เพื่อออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน
3. เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน มีขอบเขตการศึกษาวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งออกแบบตราสินค้าและพัฒนาเว็บไซต์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ศึกษาเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบสินค้า

การจำหน่ายสินค้าและบริการออนไลน์ โดยนำตราสินค้าที่ออกแบบมาใช้ในเว็บไซต์ร้านค้าสำเร็จรูปที่มีเครื่องมือต่างๆ สำหรับออกแบบให้เลือกใช้งาน ระบบการจัดการสินค้า การสั่งซื้อและการชำระเงิน

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มประชากรเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผลิตรภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการที่ผู้ประกอบการเข้าร่วมสัมมนาโครงการพัฒนาผลิตรภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ณ โรงแรมเบย์ จำนวน 16 ผลิตรภัณฑ์ แล้วใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามจุดมุ่งหมาย (purposive sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ผลิตรภัณฑ์

กลุ่มที่ 2 ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการ ลูกค้าประจำ นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนสนับสนุนผลิตรภัณฑ์ชุมชน จำนวน 30 คน และนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 และการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 11 คน รวมทั้งสิ้น 41 คน

ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2560 – 31 กันยายน 2561 รวมระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. เนื่องจากผลิตรภัณฑ์ชุมชนที่ผู้ประกอบการเข้าร่วมสัมมนาโครงการพัฒนาผลิตรภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ณ โรงแรมเบย์ มีจำนวนมากถึง 16 ผลิตรภัณฑ์ ดังนั้นด้วยข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการวิจัย การออกแบบตราสินค้าและพัฒนาเว็บไซต์ ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างเหลือจำนวน 5 ผลิตรภัณฑ์

2. กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของผลิตรภัณฑ์ชุมชนยังคงขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้นแม้ผู้วิจัยถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบตราสินค้าและการบริหารจัดการเว็บไซต์เพื่อความยั่งยืนไปแล้ว ทางผู้ประกอบการอาจต้องใช้เวลาฝึกทักษะและเรียนรู้เพิ่มเติมพอสมควร

นิยามศัพท์เฉพาะ

ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ คำ ตัวอักษร สัญลักษณ์ เครื่องหมาย การออกแบบ หรือส่วนประสมของสิ่งต่างๆ ดังกล่าวเพื่อแสดงว่าสินค้าหรือบริการหนึ่งๆ เป็นของใคร แตกต่างจากคู่แข่งชั้นรายอื่นอย่างไร

เว็บไซต์ หมายถึงระบบเอกสารอย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับแสดงข้อมูลรูปแบบต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อความ ภาพนิ่ง วิดีโอ เสียง เอกสารแต่ละหน้าเรียกว่า เว็บเพจ (webpage)

เปรียบเสมือนเป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยที่แต่ละเอกสารสามารถเชื่อมโยงกันได้ด้วยรูปแบบของไฮเปอร์ลิงก์ (hyperlink) หรือเรียกกันสั้นๆ ว่า “ลิงก์” (link)

โฮมเพจ หมายถึงเว็บเพจหน้าแรกที่ปรากฏของแต่ละเว็บไซต์ ถือเป็นทางเข้าหลักของเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่นๆ หากเปรียบเป็นหนังสือโฮมเพจก็คล้ายกับหน้าปกหนังสือ เว็บเพจก็คือกระดาษแต่ละหน้า ส่วนเว็บไซต์ก็คือหนังสือทั้งเล่มที่ประกอบไปด้วยเว็บเพจจำนวนมาก

เว็บเพจ หมายถึงหน้าเอกสารอิเล็กทรอนิกส์แต่ละหน้าของเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลต่างๆ โดยมากจะถูกจัดเก็บอยู่ในรูปแบบไฟล์ html หรือ xhtml สามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้และมีลิงก์เชื่อมโยงระหว่างกันเพื่อให้ผู้ใช้เรียกดูได้

เว็บไซต์ร้านค้าสำเร็จรูป หมายถึงเว็บไซต์ขายสินค้าที่มีระบบการออกแบบและจัดการเนื้อหาข้อมูลต่างๆ ผ่านระบบหลังบ้าน (back office) เช่น มีเทมเพลต (template) ให้เลือกใช้ ระบบคลังสินค้าและตรวจสอบการจัดส่งสินค้า ซึ่งช่วยในการออกแบบตกแต่งหรือบริหารระบบสินค้าบนเว็บไซต์โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์มากนัก

การออกแบบอย่างมีส่วนร่วม หมายถึงการออกแบบที่ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน ตัดสินใจ การดำเนินการออกแบบ ติดตามและประเมินผลงานออกแบบนั้นๆ

ผู้มีส่วนร่วม หมายถึงกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเชิญให้เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการ ลูกค้าประจำ นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนและนักศึกษา

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึงสินค้าอุปโภคและบริโภคที่ผลิตขึ้นโดยผู้ประกอบการรายเดียว หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีสถานที่ผลิตอยู่ในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน หมายถึงแนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งเป็นการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยเพิ่มผลผลิต เพิ่มผลงาน สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้ โดยมีรูปแบบการพัฒนาที่สมดุลทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องได้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ
2. ผู้ประกอบการได้ตราสินค้าและเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ออกแบบด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน
3. ผู้ประกอบการมีช่องทางการขายเพิ่มขึ้นและสามารถบริหารจัดการเว็บไซต์ต่อไปได้ด้วยตนเอง ทำให้เศรษฐกิจในชุมชนมีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

4. ชุมชนได้มีส่วนร่วม สร้างสำนึกรักท้องถิ่นและความเป็นเจ้าของที่นำไปสู่การพัฒนาชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชนอย่างแท้จริง
5. นักศึกษาได้เรียนรู้การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ผ่านกระบวนการวิจัย การบริการ วิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม
6. สร้างจิตสำนึกให้กับนักศึกษาตามปณิธานของมหาวิทยาลัยคือ “เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม”



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในขั้นตอนการทบทวนวรรณกรรม (literature review) มีเอกสารข้อมูลและผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยหัวข้อ “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน” โดยผู้วิจัยแยกประเภทเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1. แนวคิดการออกแบบตราสินค้า
 - 1.1 ความสำคัญและคุณค่าของตราสินค้า
 - 1.2 รูปแบบของตราสินค้า
 - 1.3 หลักการออกแบบตราสินค้า
2. แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์
 - 2.1 หลักการออกแบบเว็บไซต์
 - 2.2 การออกแบบระบบเนวิเกชัน
 - 2.3 การออกแบบที่คำนึงถึงผู้ใช้
 - 2.4 การออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนอง
 - 2.5 กระบวนการออกแบบเว็บไซต์
 - 2.6 เว็บไซต์ร้านค้าสำเร็จรูป
3. แนวคิดการมีส่วนร่วม
 - 3.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม
 - 3.2 หลักการสำคัญของการมีส่วนร่วม
 - 3.3 ระดับการมีส่วนร่วม
 - 3.4 กระบวนการมีส่วนร่วม
 - 3.5 แนวคิดการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
 - 3.6 แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
4. แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน
 - 4.1 แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล
 - 4.2 การพัฒนาและการออกแบบอย่างยั่งยืน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยด้านการออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วม
 - 5.2 งานวิจัยด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม

1. แนวคิดการออกแบบตราสินค้า

1.1 ความสำคัญและคุณค่าของตราสินค้า

ตราสินค้า (brand) เป็นพื้นฐานการออกแบบเลขศิลป์ประเภทหนึ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์องค์กร (corporate identity) ซึ่งต้องมีความโดดเด่นเฉพาะตัว แสดงตัวตน บุคลิกภาพของสินค้า บริการหรือองค์กรนั้นๆ ที่แตกต่างจากผู้ค้ารายอื่น โดยฟิลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler) นักการตลาดระดับโลกได้ให้คำจำกัดความของตราสินค้าไว้ว่า แบรินด์หรือตราสินค้าสามารถให้ความหมายได้ถึง 4 ระดับด้วยกัน คือ “รูปร่างหน้าตาภายนอก คุณประโยชน์ คุณค่าและบุคลิกภาพ หากบริษัทใดให้ความสำคัญเพียงแค่อัฒนบัตรเท่านั้น นั่นแสดงว่าไม่เข้าใจด้านการสร้างแบรินด์” โดยวิทวัส ชัยปาณี (2548 : 26) ได้ขยายความเพิ่มเติมจากคอตเลอร์ ดังนี้

Attribute คือรูปร่างหน้าตาภายนอกที่ผู้บริโภคจดจำแบรินด์นั้นได้ เช่น โลโก้ ชื่อ สี สันตัวอักษร ภาพประกอบ กราฟิกและรูปร่างบรรจุภัณฑ์

Benefits คือคุณประโยชน์ที่จับต้องได้ของสินค้านั้นในความรู้สึกของผู้บริโภค เช่น รสชาติอร่อย ความแข็งแรง ความสวยงาม ใช้ประโยชน์ได้จริง

Values คือคุณค่าที่เป็นนามธรรม อาจจับต้องไม่ได้โดยตรง แต่สามารถสร้างความรู้สึกบางอย่างต่อผู้บริโภคได้ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่งคั่ง หรือความทันสมัย

Personality คือบุคลิกภาพที่ให้กับผู้ใช้แบรินด์นั้นๆ และคิดว่าผู้อื่นจะมองตนเองแบบนั้น เช่น คุณเป็นวัยรุ่น คุณฉลาด คุณเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี คุณทันสมัย

ในแง่ความสำคัญและคุณค่าของตราสินค้าที่มีต่อองค์กร ตราสินค้ามีความสำคัญเสมือนเป็นหน้าตาขององค์กร ช่วยระบุว่าองค์กรนั้นชื่ออะไร มีบุคลิกภาพอย่างไร แตกต่างจากองค์กรอื่นอย่างไร สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ คุณค่าทางความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า ใช้ประโยชน์ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ นอกจากนี้ยังถือเป็นทรัพย์สินที่มีคุณค่าต่อองค์กรที่เป็นเจ้าของ ถือเป็นผู้มีสิทธิ์เป็นเจ้าของตามกฎหมาย ช่วยให้สามารถดำเนินการเอาผิดทางกฎหมายกับผู้ที่เลียนแบบได้ หรือหากธุรกิจประสบความสำเร็จก็สามารถสร้างกำไรจากการขายตราสินค้าได้ เช่น ธุรกิจประเภทแฟรนไชส์ (franchise)

ทางด้านผู้บริโภคนั้น ตราสินค้าสามารถสื่อสารตัวตนไปสู่ผู้บริโภคเป้าหมายได้ ซึ่งนำไปสู่การรับรู้คุณค่าตราสินค้าภายในจิตใจ เป็นการสร้างความแตกต่างที่ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกสินค้าได้ตรงตามความต้องการมากขึ้น และมีอิสรภาพในการเลือกสินค้า (freedom of choice) ที่คิดว่าเหมาะสมกับตนเองมากที่สุด (Healey. 2010 : 11) โดยการแข่งขันทางการตลาดในโลกปัจจุบัน องค์กรต่างๆ ล้วนให้ความสำคัญกับการสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้า (brand identity) เพื่อสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งถูกออกแบบมาให้เป็นตัวแทนตราสินค้าที่บ่งบอกความหมาย เป็นคำสัญญาขององค์กรที่มีต่อผู้บริโภค

1.2 รูปแบบของตราสินค้า

การออกแบบตราสินค้ามีความสำคัญมากขึ้นทุกวันในสังคมและโลกธุรกิจ สังเกตได้จากสภาพแวดล้อมรอบตัวที่พบเห็นตราสินค้าได้แทบทุกสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นบนท้องถนน สถานีรถไฟ ร้านอาหาร และห้างสรรพสินค้า ฯลฯ โดยปกติแล้วตราสินค้ามักสื่อออกมาในรูปแบบของเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งนำมาจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้ (โสธรชัย นันทวัชรวิบูลย์. 2545 : 199 – 202; Woolman. 2008 : 13; Ambrose and Harris. 2009 : 46; Hardy. 2011 : 10 – 23; Krause. 2012 : 118)

1) Pictorial marks หรือบางครั้งเรียกกันว่า brand marks หรือ logo symbol เป็นภาพของสัญลักษณ์ รูปภาพหรือกราฟิกเพียงอย่างเดียว ไม่ใช้ตัวอักษรในการสื่อความหมาย โดยมากมักเป็นภาพที่คนทั่วไปนึกถึงเมื่อคิดถึงองค์กร สินค้า หรือบริการนั้นๆ เช่น สัญลักษณ์แอปเปิ้ลเมื่อนึกถึงคอมพิวเตอร์แมคอินทอช และนกทวิตเตอร์สีฟ้าเมื่อนึกถึงทวิตเตอร์ หรืออาจเป็นภาพที่สื่อความหมายเชิงนามธรรมก็ได้ ซึ่งจะเรียกกันว่า abstract logo marks เช่น สัญลักษณ์เป๊ปซี่ ดังนั้นจึงควรเลือกใช้สัญลักษณ์ที่กลมกลืนเป็นเอกภาพ จัดจำได้ง่าย ไม่ซับซ้อน สร้างผลกระทบได้รวดเร็ว

2) Logo ในบางครั้งอาจเรียกว่า logotype หรือ wordmark เป็นสัญลักษณ์ที่มีตัวอักษรสามารถอ่านออกเสียงเป็นคำได้ โดยอาจจะมีภาพหรือกราฟิกต่างๆ รวมอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ ส่วนใหญ่มักจะใช้เป็นชื่อสินค้าหรือบริษัท เช่น Google และ Cocacola อย่างไรก็ตามชื่อสินค้าหรือบริษัทนั้นควรเป็นชื่อที่ออกเสียงได้ง่ายด้วย เพราะถ้าอ่านออกเสียงได้ยากอาจสร้างการจดจำได้น้อย

3) Letter Mark คือสัญลักษณ์ที่ใช้ตัวอักษรในการสื่อความหมาย โดยมักจะเป็นชื่อย่อขององค์กรมาจัดวางร่วมกับภาพหรือกราฟิกต่างๆ เช่น สัญลักษณ์ช่องรายการ HBO และคอมพิวเตอร์ IBM เหมาะสำหรับชื่อขององค์กรที่อ่านออกเสียงยากและทำธุรกิจในระดับสากล เพราะเมื่อแปลเป็นภาษาราชการในประเทศนั้นๆ แล้วก็ยังสามารถออกเสียงได้ลำบากอยู่ดี

4) Combination mark คือสัญลักษณ์ที่ใช้ทั้งภาพและตัวอักษรผสมผสานกัน โดยตัวอักษรอาจเป็นชื่อย่อหรือชื่อเต็มขององค์กรนั้นๆ ก็ได้ ข้อดีของสัญลักษณ์ชนิดนี้คือ เมื่อนำไปใช้งานบนสื่อต่างๆ สามารถเลือกใช้เฉพาะส่วนที่เป็นภาพหรือตัวอักษรอย่างใดอย่างหนึ่งได้ หากภาพและตัวอักษรถูกจัดวางแยกจากกัน เช่น สัญลักษณ์ของอาดิดาสที่มีภาพแถบสามแถบ จัดวางอยู่ด้านบน ตัวอักษรคำว่า Adidas

5) Emblem คือสัญลักษณ์ที่มีตัวอักษรประกอบอยู่ล้อมรอบหรือภายในภาพกราฟิกต่างๆ มักใช้ลายเส้นและรูปภาพที่มีรายละเอียดซับซ้อน อย่างเช่น สัญลักษณ์ประจำตระกูล ตราประจำกระทรวงหรือเหรียญประดับยศ โดยส่วนใหญ่จะให้ความรู้สึกเก่าแก่ โบราณ ประเพณีนิยม สะท้อนมนต์ขลัง ดังนั้นจึงเป็นรูปแบบสัญลักษณ์ที่นิยมในหมู่องค์กรของรัฐ สถานศึกษา อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อย่างไรก็ตามแม้สัญลักษณ์ประเภทนี้จะดูล้ำสมัย แต่บางองค์กรก็พยายามออกแบบให้มีความร่วมสมัยมากขึ้นเพื่อให้เข้ากับปัจจุบัน เช่น สัญลักษณ์ร้านกาแฟสตาร์บัค รถจักรยานยนต์ฮาร์เลย์-เดวิดสัน

6) Trade mark คือสัญลักษณ์ที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดที่ได้รับการจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายทางการค้าของสินค้าหรือบริษัทนั้นๆ เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ อย่างไรก็ตาม ในหลายๆ ประเทศแม้สัญลักษณ์นั้นไม่ได้จดทะเบียน แต่ก็ถือว่าได้รับการคุ้มครองจากการลอกเลียนแบบเช่นกัน หากสัญลักษณ์นั้นออกแบบขึ้นมาใหม่โดยไม่ได้ลอกเลียนผู้อื่น นอกจากนี้ยังมี service mark ซึ่งเป็นเครื่องหมายทางการค้าเหมือนกัน แต่มุ่งเน้นในส่วนของบริการมากกว่าตัวสินค้า

1.3 หลักการออกแบบตราสินค้า

ก่อนที่จะเริ่มออกแบบตราสินค้า นักออกแบบควรตระหนักไว้อยู่เสมอว่าตราสินค้าเป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์บ่งชี้ถึงลักษณะเฉพาะตนขององค์กรและสินค้า ซึ่งต้องมีความหมายและคุณค่าแฝงอยู่ในตราสินค้าเสมอ ดังนั้นจึงต้องมีความชัดเจนเรื่องความหมายที่สื่อ เพราะถือเป็นจุดเริ่มต้นและเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดในการออกแบบตราสินค้า จากนั้นจึงแปลงความหมายที่อยู่ในรูปของความรู้สึกนึกคิดนั้นให้อยู่ในรูปสัญลักษณ์ที่ผู้ชมสามารถมองเห็น จับต้อง รวมไปถึงรับรู้ความหมายนั้นได้ ในที่นี้จะเน้นถึงการออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อเป็นเครื่องหมายทางการค้า ซึ่งมีหลักการออกแบบที่สำคัญ ดังนี้ (ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์. 2550 : 69 – 70; ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2553 : 206 – 207; Chua and Ilicic. 2007 : 15 - 18)

1) สะท้อนอัตลักษณ์ได้ดี ควรสื่อถึงบุคลิกภาพและจุดเด่นที่องค์กรพยายามนำเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อให้ลูกค้าและสาธารณชนเข้าใจได้ว่าองค์กรนั้นเป็นองค์กรประเภทใด ผลิตภัณฑ์หรือบริการอะไร เช่น ผลิตเครื่องสำอาง บริการรับทำและจัดส่งอาหารสุขภาพถึงที่ทำงาน หรือบริการขนของย้ายบ้านทั่วราชอาณาจักร

2) สื่อความหมายเชิงบวก ควรสร้างภาพลักษณ์และมุมมองที่ดีต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ บางครั้งอาจไม่จำเป็นต้องเป็นรูปธรรมเสมอไป อาจได้แรงบันดาลใจจากประสบการณ์ส่วนตัว หรือที่พบเห็นกันอยู่บ่อยๆ คือการออกแบบสัญลักษณ์ที่ยึดศาสตร์ด้านฮวงจุ้ย เช่น การใช้กรอบสามเหลี่ยมยอดแหลมเพื่อสื่อถึงความเจริญรุ่งเรือง หรือการใช้สีที่มีความหมายในเชิงมงคล อย่างไรก็ตามหากภาพสัญลักษณ์นั้นมีความเป็นนามธรรมสูง อาจต้องมีการณรงค์และใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างการรับรู้ต่อภาพสัญลักษณ์นั้นๆ

3) สวยงามและจดจำง่าย ถือเป็นเรื่องสำคัญต่อการออกแบบ ภาพสัญลักษณ์ที่มีคุณค่าทางความงามย่อมสามารถดึงดูดและเรียกร้องความสนใจของผู้บริโภคได้ดี โดยปกติแล้วสมองมนุษย์ไม่ชอบอะไรก็ตามที่ซับซ้อน ดังนั้นจึงควรทำให้เรียบง่ายที่สุด วิธีที่นิยมคือการลดทอนรายละเอียด (symbolization) ให้กับภาพนั้นๆ ไม่ควรใช้สีเกิน 3-4 สี สีที่ใช้ส่วนใหญ่มักเป็นสีประจำองค์กร เพื่อสร้างการจดจำต่อกลุ่มลูกค้า เช่น บริษัทิตีแทคใช้สัญลักษณ์รูปใบพัดสีฟ้า (สีฟ้าเป็นสีประจำองค์กร)

4) นำไปใช้งานได้สะดวก บ่อยครั้งที่สัญลักษณ์ถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด โฆษณาและประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ซึ่งหมายความว่าจะปรากฏอยู่บนสื่อต่างๆ หลากหลายประเภท อย่างสื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ดังนั้นควรคำนึงถึงลักษณะการนำไปใช้ด้วย โดยต้องออกแบบสัญลักษณ์ให้เป็นภาพแบบเวกเตอร์ (vector) เพื่อให้ผู้นำไปใช้สามารถย่อหรือขยายได้อย่างอิสระ โดยที่สัญลักษณ์ยังคงความคมชัดและมีคุณภาพ นักออกแบบควรทดลองย่อและขยายภาพสัญลักษณ์ในสัดส่วนต่างๆ กัน เพื่อตรวจสอบว่าหากนำไปใช้ในสื่อขนาดใหญ่ สัญลักษณ์ยังคงมีความสวยงามเหมือนเดิมหรือไม่ และหากอยู่ในสื่อขนาดเล็ก ลายเส้นยังคงคมชัด บางส่วนขาดหายไปหรือไม่ ตลอดจนลองปรับเป็นสีขาวดำ เพื่อให้แน่ใจว่าสัญลักษณ์ยังคงดูดีบนสื่อสิ่งพิมพ์ราคาถูก

2. แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์

2.1 หลักการออกแบบเว็บไซต์

สิ่งสำคัญที่สุดของเว็บไซต์คือการนำเสนอเนื้อหาที่มีประโยชน์ เหมาะกับความต้องการของผู้ใช้ อย่างไรก็ตามการออกแบบก็ไม่ควรละเลยต่อความสำคัญด้านความงามและการใช้งานด้วยเช่นกัน เนื่องจากเป็นสิ่งที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับเว็บไซต์ได้ ทั้งนี้มีนักวิชาการนำเสนอหลักการออกแบบเว็บไซต์ไว้ โดยสรุปได้ดังนี้ (กฤติญา สกกุลเสาวภาค และคณะ. 2552 : 10 – 12; ปาพจน์ หนูนุกัถิ. 2555 : 328 – 329; จรุงยศ อรัณยธาดา. 2560 : 35 - 40)

1) ออกแบบให้มีความลงตัว สัดส่วนปริมาณระหว่างข้อความและรูปภาพต้องมีความเหมาะสม เว็บไซต์ใดก็ตามที่มีข้อความจำนวนมากอาจทำให้ดูไม่น่าอ่าน เนื้อหาที่ยาวเกินไปจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกเบื่อและจากไปเร็วที่สุดในทางตรงกันข้ามหากมีแต่รูปภาพโดยไม่มีเนื้อหาประกอบก็อาจทำให้ผู้ใช้ไม่เข้าใจความหมายของภาพหรือสิ่งที่เว็บไซต์นำเสนอได้ ดังนั้นจึงไม่ควรมีข้อความหรือรูปภาพอย่างใดอย่างหนึ่งมากเกินไป ทั้งนี้อาจดูตามความเหมาะสมของเนื้อหาและลักษณะกลุ่มผู้ใช้ประกอบการพิจารณาด้วย

2) สร้างความเรียบง่ายและเป็นระเบียบ เนื้อหา รูปภาพและองค์ประกอบอื่นๆ ควรจัดวางแยกอย่างเป็นสัดส่วน เพื่อให้ดูง่ายและไม่รกจนเกินไป เว็บไซต์ที่ดูเรียบง่ายและเป็นระเบียบจะทำให้ผู้ใช้ค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้รวดเร็วขึ้น วิธีการสำคัญคือควรปล่อยพื้นที่ว่าง (space) ไว้บ้าง เช่น ช่องว่างระหว่างคอลัมน์ ช่องว่างระหว่างย่อหน้า ระยะห่างของภาพและเนื้อหา หากลองสำรวจเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกอย่าง Adobe, Apple และ IBM จะพบว่าเว็บไซต์เหล่านี้มีรูปแบบที่ไม่ซับซ้อน เรียบง่าย ดูสะอาดตา ปราศจากกราฟิก อักษรหรือภาพที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา นักออกแบบจำนวนมากยังคงคิดว่าการใช้กราฟิกมากเท่าไร ก็จะทำให้เว็บไซต์ดูดี ดึงดูดและน่าสนใจมากขึ้นเท่านั้น แต่ความจริงมิได้เป็นเช่นนั้น การใช้กราฟิกจำนวนมากจะยิ่งทำให้องค์ประกอบภายในดูรกตาและทำให้เว็บเพจโหลดได้ช้าลง ผู้ใช้ต้องเสียเวลารอนานกว่าปกติและอาจหมดความอดทนในที่สุด

3) สร้างระดับความสำคัญขององค์ประกอบ เป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งซึ่งช่วยเน้นให้ผู้ใช้งานเห็นว่าส่วนใดสำคัญมากและส่วนใดสำคัญรองลงมาได้อย่างรวดเร็ว วิธีการเน้นให้เห็นลำดับความสำคัญสามารถทำได้หลายวิธีด้วยกัน เช่น ใช้สีจุดขาดสดใส ขนาดองค์ประกอบที่ใหญ่กว่าส่วนอื่นๆ การใช้ภาพหรือข้อความเคลื่อนไหว ส่วนใดที่สำคัญควรวางไว้บริเวณด้านบนของเว็บเพจเสมอ เพราะเป็นบริเวณที่ผู้ใช้จะมองเห็นก่อนเป็นลำดับแรกโดยที่ยังไม่ได้เลื่อนหน้าจอลงมา ซึ่งดึงดูดสายตาได้ดีกว่าบริเวณอื่น

4) มีความสม่ำเสมอ คือการออกแบบเว็บไซต์ให้มีรูปแบบเดียวกันทุกเว็บเพจ สร้างความรู้สึกต่อผู้ใช้ให้เหมือนสถานที่จริง เว็บไซต์ที่ขาดความสม่ำเสมอด้านการออกแบบอาจทำให้ขาดความกลมกลืน ความมีเอกภาพและการใช้งานยากลำบากขึ้น เช่น ใช้รูปแบบตัวอักษรหลากหลายเกินไป หรือวางระบบนำทางในแต่ละเว็บเพจไว้คนละตำแหน่งกัน ผู้ใช้อาจเกิดความสับสนและไม่แน่ใจว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์เดิมหรือไม่ วิธีที่นิยมนำมาใช้คือการสร้างเว็บไซต์ด้วย CSS (ชุดคำสั่งที่ใช้กำหนดการแสดงผลของสิ่งต่างๆ บนเว็บเพจ) แล้วนำไปใช้กับทุกๆ เว็บเพจ ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความสม่ำเสมอแล้วยังทำให้การออกแบบมีความสะดวกและรวดเร็วขึ้น

5) มีระบบการใช้งานที่ถูกต้อง เว็บไซต์ที่ดีควรออกแบบให้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้งานส่วนต่างๆ ได้สะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ฟังก์ชันการทำงานทุกส่วนควรมีความถูกต้อง อย่างกรณีที่เป็นเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ก็ควรมีระบบการเลือก การสั่งซื้อและชำระสินค้าที่มีเสถียรภาพและเชื่อถือได้ เช่น แบบฟอร์มกรอกข้อมูลต้องใช้งานได้จริง เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนการชำระสินค้าควรมีข้อความยืนยันว่าได้รับค่าชำระสินค้าแล้ว ลิงก์ต่างๆ ต้องเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจที่มีอยู่จริง ควรตรวจสอบอยู่เสมอเพื่อให้มั่นใจว่าลิงก์เหล่านี้ยังทำงานได้ดี โดยเฉพาะลิงก์ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ภายนอกที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เป็นการสร้างความมั่นใจต่อผู้ใช้งานในการให้บริการและอยากกลับมาอีก

6) สร้างเอกลักษณ์ การออกแบบต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กร รูปแบบเว็บไซต์สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ต่างๆ ได้ เช่น เว็บไซต์ของผู้ให้บริการโทรศัพท์ดีแทค (DTAC) จะใช้สีฟ้าเป็นสีหลัก เนื่องจากเป็นสีประจำองค์กร และเข้ากันกับเอกลักษณ์องค์กร (corporate identity) เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาทางด้านส่งเสริมสุขภาพก็ไม่ควรใช้สีที่ฉูดฉาดและมีกราฟิกมากเกินไป หรือเว็บไซต์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ชายก็ไม่ควรใช้ชุดสีที่ดูอ่อนหวานเกินไป ดังนั้นการใช้อองค์ประกอบต่างๆ เช่น ชุดสี ชนิดตัวอักษร ลักษณะภาพประกอบและกราฟิก ต่างมีผลต่อเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ ควรเลือกใช้อย่างเหมาะสมเพื่อสร้างการจดจำและเชื่อมโยงผู้ใช้งานกับสื่ออื่นๆ ขององค์กร

7) ใช้งานได้อย่างไม่จำกัด ควรออกแบบให้คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ให้ได้มากที่สุด ไม่ควรบังคับให้ผู้ใช้งานต้องติดตั้งโปรแกรมใดๆ เพิ่มเติม หรือหากว่ามีความจำเป็นต้องติดตั้งจริงๆ ก็ควรมีลิงก์ให้ดาวน์โหลดเพื่อติดตั้งเพิ่มเติมด้วย เช่น เว็บไซต์ที่ให้บริการถ่ายทอดสดฟุตบอล ก็ควรมีลิงก์ดาวน์โหลดโปรแกรมเสริมอย่าง Sopcast หรือ StreamTorrent นอกจากนี้เว็บไซต์ควรแสดง

ผลได้ในทุกระบบปฏิบัติการและอุปกรณ์สื่อสาร องค์ประกอบต่างๆ สามารถตอบสนอง (respond) และแสดงความละเอียดบนรูปแบบหน้าจอที่แตกต่างกันได้อย่างไม่มีปัญหา

2.2 การออกแบบระบบเนวิเกชัน

ระบบเนวิเกชันหรือระบบนำทาง คือระบบที่ช่วยให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ที่ต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เปรียบเสมือนกับป้ายจราจรที่บอกเส้นทางแก่ผู้ขับขี่รถยนต์ ซึ่งช่วยให้รู้ว่าขณะนี้กำลังอยู่ที่ใดและไปถึงที่หมายได้โดยไม่หลงทาง ดังนั้นการออกแบบระบบเนวิเกชันควรให้เข้าใจง่าย ใช้งานสะดวก สม่่าเสมอและมีความเป็นสากล เพราะผู้ใช้เว็บไซต์อาจมีจำนวนมากและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูง ตัวอย่างระบบนำทางบนเว็บเพจ เช่น เมนูต่างๆ ช่องค้นหา แผนที่เว็บไซต์และเครื่องบอกตำแหน่ง (location indicator)

ปกติแล้วแต่ละเว็บไซต์จะประกอบไปด้วยเนื้อหาข้อมูลจำนวนมาก ข้อมูลเหล่านี้จะถูกจัดแบ่งกลุ่มตามเกณฑ์ต่างๆ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์นั้นๆ และแนวความคิดการจัดแบ่งข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ การจะเข้าถึงข้อมูลที่อยู่ในเว็บเพจย่อยได้ จำเป็นต้องมีระบบเนวิเกชันเพื่อนำผู้ใช้ไปยังข้อมูลที่ต้องการ เว็บไซต์ที่ออกแบบระบบเนวิเกชันได้ดีและมีเสถียรภาพ จะทำให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่ายดาย เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและให้ประสบการณ์ที่ดีกับผู้ใช้ แม้ว่าการออกแบบระบบเนวิเกชันมีหลากหลายรูปแบบที่ดูสวยงามหรือน่าตื่นตาตื่นใจ แต่โดยทั่วไปแล้วนักออกแบบควรออกแบบให้ผู้ใช้ค้นหาข้อมูลได้ง่าย สามารถมองเห็นระบบเนวิเกชันต่างๆ บนหน้าเว็บเพจได้ชัดเจน (Caldwell. 2010 : 98) จนรู้สึกอยากกลับไปเยี่ยมชมและใช้บริการอยู่ตลอด ปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดระบบเนวิเกชันที่ดีได้นั้น ต้องเกิดจากการจัดการข้อมูลที่ดีด้วย เพราะระบบเนวิเกชันไม่ใช่เรื่องของการเชื่อมโยงแต่ละเว็บเพจภายในเว็บไซต์เท่านั้น แม้วาระบบเนวิเกชันจะสามารถทำงานได้ถูกต้องแม่นยำ มีเมนูที่สวยงามหรือเชื่อมโยงเว็บเพจได้ครอบคลุมเพียงไร แต่หากจัดระบบข้อมูลได้ไม่เป็นระเบียบหรือมีความคลุมเครือ ก็อาจทำให้ผู้ใช้สับสนและค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างยากลำบากเช่นกัน

รูปแบบของระบบเนวิเกชัน

ในเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยข้อมูลจำนวนมาก และมีลักษณะการนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน อาจต้องใช้ระบบเนวิเกชันหลายรูปแบบผสมผสานกัน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ดังนั้นนักออกแบบเว็บไซต์จึงควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบต่างๆ ของระบบเนวิเกชัน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม โดยระบบเนวิเกชันแบ่งออกได้เป็น 4 รูปแบบหลักๆ ดังนี้

1) ระบบเนวิเกชันแบบลำดับขั้น หรือบางครั้งเรียกว่าแบบเรียงลำดับ เป็นระบบพื้นฐานมากที่สุด ใช้วิธีการจัดกลุ่มเนื้อหาตามลำดับขั้นหรือตามหัวข้อหลักของข้อมูล คล้ายกับระบบการจัดหนังสือในร้านขายหนังสือ ซึ่งจะจัดตามประเภทหนังสืออย่างกว้างๆ แล้วค่อยแยกลงไปตามหัวข้อย่อย เช่น หนังสือนิยาย หนังสือนิยายวิทยาศาสตร์และหนังสือนิยายวิทยาศาสตร์แฟนตาซี

ระบบนี้เมื่อนำมาใช้กับเว็บไซต์จะเป็นการลิงก์จากหน้าหลักไปยังหน้าย่อยถัดลงไป มีข้อเสียคือหากผู้ใช้ อยู่หน้าย่อยแล้วต้องการย้อนกลับไปหน้าหลัก จะต้องคลิกย้อนกลับไปตามเส้นทางเดิม ซึ่งถือเป็นการ เคลื่อนที่ได้เฉพาะแนวตั้งเท่านั้น (บน - ล่าง คือจากหน้าหลักไปยังหน้าย่อยถัดลงไปหรือย้อนกลับ ขึ้นมา)

2) ระบบเนวิเกชันแบบโกลบอล เป็นระบบที่ผู้ใช้สามารถคลิกลิงก์และเชื่อมโยงไปยัง เว็บเพจอื่นๆ ได้ทั่วทั้งเว็บไซต์ กล่าวคือเคลื่อนที่ได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน ไม่จำเป็นต้องย้อนกลับขึ้นไป หน้าหลักก่อนจะลิงก์ไปยังหน้าย่อยอื่นๆ โดยในทุกเว็บเพจจะมีระบบนำทางปรากฏอยู่บริเวณ ตำแหน่งเดิม เช่น ด้านบนหรือด้านซ้ายของเว็บเพจ ระบบดังกล่าวนี้ช่วยเสริมข้อจำกัดของระบบเนวิเกชันแบบลำดับชั้นได้อย่างดี สามารถลดขั้นตอนหรือจำนวนคลิกลงไปได้มาก อย่างไรก็ตามก็มีข้อจำกัดคือ ต้องใช้พื้นที่การแสดงผลปุ่ม เมนูและระบบนำทางอื่นๆ ค่อนข้างมาก เนื่องจากต้องมีลิงก์เชื่อมโยงไปยัง เนื้อหาส่วนหลักของเว็บไซต์ให้ครอบคลุมมากที่สุด

3) ระบบเนวิเกชันแบบโลคอล เป็นระบบที่ผสมกันระหว่างแบบลำดับชั้นและแบบ โกลบอล เหมาะกับเว็บไซต์ที่มีรายละเอียดปลีกย่อยจำนวนมากแยกย่อยไปจากเนื้อหาหลัก เช่น ใน เว็บไซต์มีส่วนหัวข้อหลักเกี่ยวกับแกลลอรีรูปภาพ และมีหัวข้อย่อยภายใต้หัวข้อหลักคือ ภาพถ่าย งาน ศิลปะและโฆษณา ซึ่งบางครั้งการใช้ระบบเนวิเกชันแบบโกลบอลเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถรองรับ หัวข้อเนื้อหาได้ทั้งหมด (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์ และ สมโภชน์ ชื่นเอี่ยม. 2557 : 14-16; Myers. 2009 : 149) ดังนั้นจึงควรเสริมด้วยระบบเนวิเกชันแบบโลคอล เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหาได้สะดวกและ ง่ายต่อการเข้าใจ โดยนิยมวางไว้บริเวณด้านซ้ายของเว็บเพจ แยกออกมาต่างหากจากระบบเนวิเกชัน แบบโกลบอล

4) ระบบเนวิเกชันแบบเฉพาะที่ (ad hoc) เป็นระบบเนวิเกชันที่แสดงขึ้นตามความ จำเป็นของเนื้อหา มีลักษณะเป็นลิงก์ของคำหรือข้อความที่น่าสนใจ โดยจะฝังอยู่ในประโยค (embedded link) ที่เชื่อมโยงไปยังรายละเอียดเกี่ยวกับคำนั้นๆ เพิ่มเติม ซึ่งผู้ดูแลเนื้อหาในเว็บไซต์จะ เป็นผู้เลือกคำหรือข้อความที่น่าสนใจเพื่อสร้างเป็นลิงก์ หลักสำคัญคือไม่ควรสร้างลิงก์มากจนเกินไป เพราะอาจสร้างความสับสนและดูไม่เป็นระเบียบ

หลักการออกแบบระบบเนวิเกชัน

การออกแบบระบบเนวิเกชันที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ช่วยให้เว็บไซต์ประสบความสำเร็จและผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดี กลับไป โดยการออกแบบระบบเนวิเกชันต้องพิจารณาถึงหลักการต่อไปนี้ (กรรณิการ์ สวรรค์โพธิพันธ์. 2552 : 178 – 187; สุวิช ธีระโคตร. 2554 : 202 – 205; Mcneil. 2008 : 220; Dabner, Calvert and Casey. 2010 : 154)

1) เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและมองเห็นได้ชัดเจน เนื้อหาที่ดีคือสิ่งดึงดูดสำคัญให้ผู้ใช้เข้ามา ยังเว็บไซต์ แต่บางครั้งอาจไม่มีประโยชน์ใดๆ หากผู้ใช้ค้นหาสิ่งที่ต้องการไม่พบ ดังนั้นการนำทาง

ผู้ใช้ไปยังเนื้อหาข้อมูลได้อย่างสะดวกและตรงกับความต้องการถือเป็นหลักสำคัญที่สุด ไม่ควรมีรายการย่อยให้เลือกมากเกินไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบนำทางหลัก (main navigation) ปกติแล้วไม่ควรเกิน 7 - 8 รายการ เพราะอาจสร้างความสับสนได้ และไม่ควรถองให้ผู้ใช้ต้องคลิกหลายครั้งกว่าจะเจอเนื้อหา ปกติแล้วระบบเนวิเกชันควรวางไว้ตำแหน่งด้านบนของเว็บเพจในกรณีที่เป็นแบบโกลบอล ส่วนบริเวณด้านซ้ายในกรณีที่เป็นแบบโลคอล

2) มีความเป็นสากล ควรใช้สัญลักษณ์ ข้อความ ลิงก์หรือรูปแบบใดๆ ที่เป็นมาตรฐานสากล เช่น โลโกองค์กรนิยมวางไว้ด้านบนของเว็บเพจและเป็นลิงก์เชื่อมโยงไปยังหน้าโฮมเพจได้ การขีดเส้นใต้ให้ตัวอักษรหรือข้อความจะสื่อถึงการลิงก์ สีของลิงก์ที่ผู้ใช้ยังไม่ได้คลิกควรเป็นสีน้ำเงิน ส่วนลิงก์ที่เคยเปิดเข้าชมแล้วก็ควรเป็นสีม่วง แม้ว่าบางครั้งการออกแบบระบบเนวิเกชันที่มีความแปลกใหม่ แหวกแนว อาจสะท้อนถึงจินตนาการอันล้ำลึกและความท้าทาย แต่อาจสร้างปัญหาให้กับผู้ใช้ได้ เพราะผู้ใช้ต้องเรียนรู้การใช้งานใหม่ นักออกแบบควรระลึกเสมอว่ากลุ่มเป้าหมายมีความหลากหลาย วัยที่ต่างกัน การเรียนรู้การใช้งานก็ย่อมแตกต่างกัน วัยรุ่นมีแนวโน้มที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เหล่านี้ได้เร็วกว่าผู้สูงอายุ ดังนั้นหากกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์คือผู้สูงอายุ ก็ไม่ควรใช้รูปแบบที่แปลกตาจนเกินไป

3) จัดวางให้อยู่ตำแหน่งเดิม ระบบเนวิเกชันเปรียบเสมือนเข็มทิศคอยนำทางของผู้ใช้ ดังนั้นจึงควรแสดงในตำแหน่งเดียวกันบนทุกเว็บเพจ เช่น เมนูหลัก เมนูรองหรือลิงก์เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้สะดวก มีความคุ้นเคย ไม่ต้องเรียนรู้ใหม่ทุกครั้งทีคลิกไปยังเว็บเพจอื่นๆ นอกจากนี้ควรออกแบบด้วยการกำหนดสี ตัวอักษรหรือกราฟิกให้มีลักษณะเดียวกันทั่วทั้งเว็บไซต์ เพื่อช่วยสร้างความสม่ำเสมอให้กับระบบเนวิเกชัน

4) ระบุตำแหน่งปัจจุบันที่ผู้ใช้อยู่ ผู้ใช้ส่วนมากต้องการรู้ว่าปัจจุบันตนเองอยู่ส่วนใดของเว็บไซต์ ทุกเว็บไซต์จึงควรมีเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ใช้รู้ว่ากำลังอยู่ตำแหน่งใด เช่น เมนูแบบแสดงเส้นทาง (breadcrumb) หรือแบบโรลโอเวอร์ (rollover) คล้ายกับการยืนอยู่ที่ใดที่หนึ่งบนโลกแล้วมีเครื่องจีพีเอส (GPS : Global Position System) ที่แสดงให้เห็นว่าเราอยู่ตรงพิภคใดบนโลกและทำให้รู้ว่าจะไปยังจุดใดต่อ บ่อยครั้งที่ผู้ใช้เข้าเว็บไซต์ผ่านทางเสิร์ชเอนจิน ซึ่งเป็นการลิงก์โดยตรงไปยังเว็บเพจย่อยโดยไม่ผ่านหน้าโฮมเพจ ดังนั้นหากไม่มีการระบุตำแหน่งของผู้ใช้ก็อาจทำให้ผู้ใช้สับสนได้ว่าขณะนี้กำลังอยู่ในเว็บเพจหรือเว็บไซต์อะไร

5) มีทางเลือกหลากหลายในการเข้าถึงเนื้อหา ผู้ใช้เว็บไซต์อาจมีความถนัดแตกต่างกันในแง่การใช้งานระบบเนวิเกชัน นักออกแบบจึงควรเตรียมหลายๆ หนทางที่เข้าถึงเนื้อหาได้ เช่น เว็บไซต์ห้องสมุดที่ให้ผู้ใช้สามารถค้นหาหนังสือได้จากชื่อหนังสือ ผู้แต่งหรือคำสำคัญ เว็บไซต์วันทูคาร์ (One2car) ที่ผู้ใช้ค้นหารถยนต์มือสองจากยี่ห้อ ปีผลิตหรือราคา อย่างไรก็ตามไม่ควรนำเสนอทางเลือกให้มากเกินไป เพราะอาจทำให้ดูรกและสร้างความสับสนได้

6) มีความถูกต้องและแม่นยำ ระบบนำทางที่ดีควรนำผู้ใช้ไปยังข้อมูลที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลิงก์ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บเพจต่างๆ ควรใช้งานได้จริง ระบบเมนูควรแสดงผลได้แม่นยำ

ดังนั้นการตรวจสอบระบบเนวิเกชันทุกส่วนถือเป็นเรื่องจำเป็นและควรทำอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเว็บไซต์ที่แต่ละวันมีผู้ใช้เข้ามาจำนวนมาก และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ธนาคารหรือการสั่งซื้อสินค้า

7) ต้องยืดหยุ่นและขยายเพิ่มเติมได้ แม้หลักการดังกล่าวนี้อาจไม่สำคัญต่อผู้ใช้เท่าใดนัก แต่เป็นสิ่งที่จำเป็นมากต่อนักออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ เพราะการเตรียมการให้ระบบเนวิเกชันมีความยืดหยุ่นจะช่วยให้การเพิ่มเนื้อหาในภายหลังสะดวกรวดเร็วขึ้น เปรียบเสมือนการวางผังเมืองขนาดใหญ่ ที่ต้องพิจารณาให้ดีว่าจะสร้างถนนอย่างไร ระบบประปาควรทำก่อนสร้างถนนหรือไม่ ระบบไฟฟ้าควรวางสายบนดินหรือฝังใต้ดิน ซึ่งหากไม่ได้วางแผนเตรียมการไว้ก่อน การก่อสร้างเพิ่มเติมภายหลังอาจสร้างความยุ่งยาก เสียเวลาและกำลังคนมหาศาล

2.3 การออกแบบที่คำนึงถึงผู้ใช้

การออกแบบเว็บไซต์จำเป็นเข้าใจถึงคุณลักษณะและความต้องการของผู้ใช้ที่หลากหลาย เพื่อให้การนำเสนอเนื้อหาและการใช้งานของเว็บไซต์มีความเหมาะสม สร้างสมดุลให้ได้มากที่สุด การออกแบบที่คำนึงถึงผู้ใช้มีแนวปฏิบัติดังรายละเอียดต่อไปนี้ (รัชชัย ศรีสุเทพ. 2544 : 57 – 70; มนัสวรรณภักดิ์พิณีจ. 2549 : 5; ฐะปะนีย์ ตรีรัตนภรณ์. 2553 : 10; ธนา เกรียงไกรเพ็ชร. 2556 : 22 – 23; Bickner. 2004 : 33 – 34; Mcneil. 2010 : 252)

1) กำหนดกลุ่มผู้ใช้ ก่อนการออกแบบเว็บไซต์จำเป็นต้องรู้ว่าผู้ใช้เป้าหมายเป็นใคร เพื่อที่จะสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง โดยปกติแล้วต้องกำหนดทั้งกลุ่มเป้าหมายหลัก (primary target) และกลุ่มเป้าหมายรอง (secondary target) ในเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมากอาจมีความต้องการที่หลากหลาย ดังนั้นการออกแบบก็ควรรองรับผู้ใช้งานทุกกลุ่มด้วย เช่น เว็บไซต์ขายของเล่นเด็กอาจนำเสนอเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้แต่ละกลุ่ม โดยพ่อแม่อาจให้ความสำคัญกับราคาและความปลอดภัย ครูมักพิจารณาเรื่องราคาและคุณค่าทางการศึกษา ส่วนในเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม เช่น เว็บไซต์ชุมชนคนรักรถมินิ ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความต้องการไม่แตกต่างกันมากเท่าใดนัก หากเทียบกับเว็บไซต์ให้บริการค้นหาข้อมูลที่ได้รับคามนิยมสูงอย่างกูเกิล สิ่งสำคัญคือนักออกแบบต้องมีภาพกลุ่มผู้ใช้ที่ชัดเจนและเฉพาะเจาะจง

2) เรียนรู้ผู้ใช้ นักออกแบบต้องอาศัยการเรียนรู้พฤติกรรมของผู้ใช้ว่ากลุ่มเป้าหมายคาดหวังอะไร ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอย่างไร เช่น กลุ่มวัยรุ่นมีความอดทนในการรอดาวน์โหลดต่ำกว่าผู้สูงอายุ แต่ใช้งานระบบเนวิเกชันที่ซับซ้อนได้ดีกว่า กลุ่มผู้ใช้สามารถแบ่งได้หลายระดับตามความสามารถ มีทั้งผู้เริ่มต้น ระดับกลางไปจนถึงผู้มีความชำนาญ ความสามารถของผู้ใช้แต่ละระดับขึ้นอยู่กับความรู้ของหัวเรื่องที่สนใจ ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และประสบการณ์การใช้เว็บไซต์ นักออกแบบควรให้ความสำคัญกับคำติชมหรือความคิดเห็นของผู้ใช้ นำสิ่งเหล่านี้มาปรับปรุงเพื่อให้เว็บไซต์ตอบสนองผู้ใช้ได้มากที่สุด

การศึกษาผู้ใช้มีหลายวิธี วิธีหนึ่งที่ช่วยให้เข้าใจแนวทางการใช้งานเว็บไซต์ได้ดีคือการจำลองสถานการณ์ เป็นการสร้างตัวอย่างผู้ใช้จำนวน 5 – 6 คน กลุ่มตัวอย่างนี้เป็นใครก็ได้ แต่ต้องไม่ใช่เพื่อนร่วมงานที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบเว็บไซต์นั้นๆ โดยให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้งานเว็บไซต์ต้นแบบโดยมีแบบทดสอบให้ทำตาม เช่น ค้นหาข้อมูล ภาพหรือเลือกซื้อสินค้าตามที่กำหนดให้ ในระหว่างทดสอบนั้นให้กลุ่มตัวอย่างอธิบายวิธีคิดและปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนั้น หลังทดสอบเสร็จให้ปรับปรุงเว็บไซต์ตามข้อเสนอแนะเหล่านั้น แล้วนำมาทดสอบซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างใหม่ จนกว่าข้อควรปรับปรุงเริ่มน้อยลงจนเป็นที่พึงพอใจ

3) ออกแบบให้ง่ายต่อการเรียนรู้ ใช้งานและจดจำ ส่วนประกอบและระบบทุกอย่างภายในเว็บไซต์ควรง่ายต่อการเรียนรู้ตั้งแต่ผู้ใช้เข้าชมเป็นครั้งแรก เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีกลับไป ผู้ใช้ต้องใช้งานฟังก์ชันต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ค้นหาข้อมูลได้รวดเร็ว และสามารถจดจำวิธีการใช้งานได้ถูกต้อง บางครั้งผู้ใช้อาจต้องเจอข้อผิดพลาดที่เกิดจากตนเองหรือระบบ แต่ระบบก็ต้องเสนอทางออกที่ช่วยให้ผู้ใช้ย้อนกลับออกมาจากความผิดพลาดนั้นได้ เช่น เมื่อผู้ใช้คลิกลิงก์เชื่อมโยงไปยังเว็บเพจที่ไม่มีอยู่จริงหรืออาจถูกลบไปแล้ว หน้า 404 error (หน้าที่บอกผู้ใช้รู้ว่าเว็บเพจที่เข้ามาไม่อยู่ในระบบ) ก็จะปรากฏขึ้นเพื่อแสดงข้อความชี้แจงข้อผิดพลาด ปัจจุบันเว็บไซต์จำนวนมากทำหน้าที่ custom 404 เข้ามาแทนที่ ซึ่งเป็นหน้าที่ที่แนะนำว่าควรทำอะไรต่อไป นิยมออกแบบให้สวยงามเพื่อให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดีกว่าที่จะได้เห็นเว็บเพจขึ้นข้อความแสดงข้อผิดพลาดในหน้า 404 error

2.4 การออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนอง

เมื่อโลกเปลี่ยนไป ผู้คนไม่ได้เข้าชมเว็บไซต์จากเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์ (desktop computer) เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่เริ่มนิยมเข้าผ่านอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ มากขึ้น ทั้งโน้ตบุ๊ก (notebook) แท็บเล็ต (tablet) สมาร์ททีวี (smart tv) และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาร์ทโฟน (smart phone) ด้วยความหลากหลายของความละเอียด ขนาดหน้าจอและระบบปฏิบัติการ ทำให้เกิดแนวความคิดการออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนอง (responsive website design) ซึ่งเป็นเรื่องของการสร้างเว็บไซต์เพียงครั้งเดียวแต่สามารถแสดงผลบนทุกอุปกรณ์

การแสดงผลของเว็บไซต์ที่ตอบสนองสามารถแปรผันไปตามขนาดหน้าจอของอุปกรณ์ที่ใช้เข้าชมเว็บไซต์ เช่น การจัดวางองค์ประกอบภาพ ข้อมูล ขนาดและตำแหน่งของเมนู กล่าวได้ว่าเว็บไซต์ที่ตอบสนองมีคุณสมบัติเด่นมากมายที่สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ เป็นประโยชน์ต่อนักออกแบบและเจ้าของเว็บไซต์ ทั้งการสร้างประสบการณ์ที่ดี ใช้ทรัพยากรในการประมวลผลต่ำ ง่ายต่อการบริหารจัดการและคุ้มค่าต่อการลงทุน แต่บางกรณีก็มีข้อจำกัดทางการออกแบบเช่นกัน ซึ่งนักออกแบบเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงอย่าง Steven Bradley, Noah Stokes และ Mark Boulton กล่าวสอดคล้องกันคือ เว็บไซต์ที่ตอบสนองมักมีรูปแบบการจัดวางคล้ายกันและขาดความเป็นเอกลักษณ์ เพราะหลายเว็บไซต์ไม่ได้เริ่มจากการออกแบบ แต่เริ่มจากการเขียนโค้ดดิ้ง (coding) (โรส. 2559 :

56) ทำให้งานออกแบบคล้ายกล่องมาวางเรียงต่อกัน มีแต่รูปทรงเหลี่ยมคม ในขณะที่นักออกแบบบางกลุ่มก็มองว่าขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบแต่ละคนมากกว่า

การวางแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างเว็บไซต์ที่ตอบสนองขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและภายนอกหลายด้าน ทั้งงบประมาณ ระยะเวลา เนื้อหาข้อมูลและการแข่งขัน โดยสามารถกำหนดเป็น 4 แนวทางหลักดังนี้

1) แปลงเว็บไซต์เดิมให้เป็นเว็บไซต์ที่ตอบสนอง (responsive retrofitting) คือการนำเว็บไซต์เดิม (ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับหน้าจอคอมพิวเตอร์) มาใส่ภาษา CSS เพื่อให้รองรับหน้าจอแบบต่างๆ ได้ดีขึ้น ข้อดีคือใช้งบประมาณไม่มากนักและใช้เวลาสั้นๆ แต่เว็บไซต์ที่ได้ไม่ใช่เว็บไซต์ที่ตอบสนองอย่างแท้จริง เป็นเพียงการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น

2) แยกทำเว็บใหม่ต่างหาก (responsive mobile site) เป็นการสร้างเว็บไซต์ที่ตอบสนองขึ้นมาใหม่เพื่อรองรับหน้าจอสมาร์ตโฟนโดยเฉพาะ หรือเรียกกันว่า “โมบายล์ไซต์” เมื่อผู้ใช้เข้าชมเว็บจากสมาร์ตโฟนก็จะเข้าเว็บไซต์ใหม่ (โมบายล์ไซต์) ส่วนผู้ใช้ที่เข้าผ่านเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์ก็จะเจอเว็บไซต์เดิม ข้อดีคือความเสี่ยงน้อย เนื่องจากผู้ใช้เก่าที่เปิดผ่านเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์ยังคงใช้งานได้ (เว็บไซต์เดิมยังอยู่) แต่ข้อเสียคือการจัดการข้อมูลทำได้ยากขึ้น เพราะเท่ากับมี 2 เว็บไซต์แยกอิสระจากกัน

3) ทำโมบายล์ไซต์ก่อน (mobile – first responsive design) เป็นการออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนองขึ้นมาใหม่ทั้งหมด เพื่อรองรับการแสดงผลบนอุปกรณ์สื่อสารโดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนสมาร์ตโฟน จากนั้นจึงค่อยๆ พัฒนาให้เหมาะกับเดสก์ทอปคอมพิวเตอร์ จุดเด่นคือรองรับขนาดหน้าจอที่หลากหลายได้ ง่ายต่อการปรับปรุงเพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ในอนาคต ส่วนจุดด้อยคือมีต้นทุนสูง ใช้เวลาการพัฒนาสูงกว่าแบบอื่นและผู้ใช้อาจไม่คุ้นเคยในช่วงแรก

4) แยกทำทีละส่วน (piecemeal) คือการค่อยๆ แปลงเว็บไซต์เดิมทีละส่วนให้เป็นเว็บไซต์ที่ตอบสนอง คล้ายกับเค้กชิ้นใหญ่ที่ต้องทานให้หมด แต่ไม่สามารถทานได้หมดภายในครั้งเดียว จึงต้องหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วค่อยทาน อาจเริ่มแปลงทีละเว็บเพจไปเรื่อยๆ จนสมบูรณ์ทั้งเว็บไซต์ ทำให้นำไปใช้จริงได้ทันที ไม่จำเป็นต้องรอให้เสร็จทั้งเว็บไซต์ก่อน (Frost, 2014 : Online) อย่างไรก็ตามก็ควรระวังเรื่องความไม่เข้ากันในแต่ละเว็บเพจ เช่น ผู้ใช้อาจสับสนหากคลิกลิงก์ในเว็บเพจที่แปลงเป็นเว็บไซต์ที่ตอบสนองแล้ว แต่กลับเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่นที่ยังเป็นเว็บเพจเดิมอยู่

ปัจจุบันการทำเว็บไซต์ที่ตอบสนองถือเป็นเรื่องจำเป็นในการออกแบบเว็บไซต์ในโลกปัจจุบัน ด้วยพฤติกรรมผู้ใช้ที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ในส่วนของการซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ เว็บไซต์ที่ตอบสนองช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหาข้อมูลของสินค้าได้มีประสิทธิภาพขึ้น การซื้อขายผ่านธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความสะดวก ประหยัดเวลาและค่าเดินทาง ทำให้กำลังเป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่อง ในปีพ.ศ. 2560 จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่า 50.8 เปอร์เซ็นต์มีการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ โดยจำนวนนี้ซื้อสินค้าผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ถึง 63.9 เปอร์เซ็นต์ และมีแนวโน้มจะสูงขึ้นเรื่อยๆ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. 2561 : ออนไลน์) ดังนั้นหาก

เว็บไซต์ที่ต้องการขายสินค้าออนไลน์รองรับการใช้งานบนอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ ผู้ใช้มีโอกาสจะใช้เวลาอยู่บนเว็บไซต์นานขึ้น ซึ่งนั่นหมายถึงโอกาสในการขายก็จะยิ่งมากขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน

2.5 กระบวนการออกแบบเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์มีขั้นตอนที่ค่อนข้างซับซ้อน เนื่องจากเป็นสื่อมัลติมีเดีย (multimedia) ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ มากมาย ปรับเนื้อหาข้อมูลและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ โดยสามารถสรุปกระบวนการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ได้ 3 ขั้นตอนหลักดังนี้ (วิชชชัย ศรีสุเทพ. 2548 : 113 - 144; พันจันทร์ ธนวัตนเสถียร และ มณีบุช สมานหมู่. 2556 : 8 - 17; Shelly and Woods. 2010 : 12 -14)

1) ขั้นตอนการเตรียมงาน (pre - production) เป็นขั้นตอนของการวางแผน การค้นหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการและการจัดเตรียมข้อมูล แบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1.1 การวางแผน คือการวางแผนงานทั้งหมด กำหนดทิศทางการทำงานว่าจะต้องทำอะไรและอย่างไร โดยปกติแล้วจะต้องกำหนดจุดมุ่งหมาย กลุ่มเป้าหมายหลักและเป้าหมายรอง เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนว่าจะนำเสนออะไรและตอบสนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้อย่างไร มีการกำหนดหน้าที่ของทีมงานที่เกี่ยวข้องแต่ละส่วน ตลอดจนการคำนวณงบประมาณและจัดทำตารางเวลา

1.2 การรวบรวมและจัดเตรียมข้อมูล เป็นการค้นคว้าหาข้อมูล กำหนดแหล่งที่มาของเนื้อหาว่าจะใช้จากแหล่งใด วิธีการรับส่งข้อมูลเป็นอย่างไร ใครเป็นผู้สร้างเนื้อหา มีขอบเขตเพียงใด นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดเตรียมภาพประกอบที่ใช้ แอนิเมชัน ไฟล์วิดีโอและเสียงต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในเว็บไซต์

1.3 ออกแบบและจัดโครงสร้างข้อมูล เป็นขั้นตอนการนำเนื้อหาข้อมูลที่รวบรวมได้มาออกแบบและนำเสนอให้น่าสนใจ คัดเลือกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ กะทัดรัดแต่ได้ใจความ ข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องควรตัดทิ้ง เพราะอาจสร้างความสับสนต่อผู้ใช้ได้ จากนั้นจึงจัดระบบเนื้อหาเพื่อกำหนดโครงสร้างและเขียนเป็นแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) ซึ่งจะช่วยให้รู้ว่าการเชื่อมโยงเว็บเพจในแต่ละหน้า ข้อมูลแต่ละประเภทจะแบ่งอย่างไรและควรอยู่เว็บเพจใดบ้าง ผลที่ได้รับจะถูกนำไปพัฒนาต่อเป็นระบบเนวิเกชัน สิ่งสำคัญสำหรับขั้นตอนนี้คือการมีส่วนร่วมจากบุคคลทั้งภายในและภายนอกนักออกแบบไม่ใช่ผู้ใช้จริง ไม่อาจคิดแทนผู้ใช้ได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงควรนำตัวแทนของผู้ใช้จริงๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบด้วย

2) ขั้นตอนการผลิต (production) เป็นขั้นตอนของการออกแบบ จัดวางองค์ประกอบ และการพัฒนาระบบใช้งานต่างๆ ภายในเว็บไซต์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนย่อย ต่อไปนี้

1.1 ออกแบบอินเทอร์เฟซ เป็นการกำหนดลักษณะและการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ในหน้าเว็บเพจ เช่น ภาพพื้นหลัง เนื้อหา สี ตัวอักษร ปุ่ม เมนูและระบบเนวิเกชัน โดยปกติแล้วนิยมทำในโปรแกรมทำงานด้านกราฟิกอย่าง Adobe Photoshop หรือ Illustrator

นักออกแบบควรคำนึงถึงการเลือกสี ตัวอักษร ภาพประกอบและการจัดแบ่งพื้นที่เพื่อให้เกิดความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจได้ ในขณะที่เดียวกันควรคำนึงถึงความสะดวกต่อการใช้งานอีกด้วย

1.2 จัดทำโครงสร้าง เป็นการนำเอาข้อมูล รูปภาพและกราฟิกต่างๆ มาจัดวางเป็นโครงสร้างหลักตามทีออกแบบไว้ในขั้นตอนที่แล้ว การสร้างไฮเปอร์ลิงก์ ระบบเนวิเกชัน และองค์ประกอบหลักที่จำเป็น โดยทั่วไปแล้วเว็บเพจแรกที่ทำเสร็จจะถือเป็นเว็บเพจต้นแบบ และจะถูกนำไปสร้างเป็นเทมเพลตที่ประกอบไปด้วยโครงสร้างหลักทั้งหมดที่มีอยู่ในทุกเว็บเพจ เช่น ช่องค้นหา ระบบล็อกอินและระบบเนวิเกชัน จากนั้นก็จะใช้เทมเพลตนี้ไปสร้างเป็นเว็บเพจหน้าอื่นๆ ในเว็บไซต์ แล้วจึงใส่เนื้อหาของแต่ละเว็บเพจลงไป

1.3 พัฒนาระบบ คือการพัฒนาระบบต่างๆ ที่จำเป็นในเว็บไซต์ เพื่อรองรับการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ และการใช้งานของผู้ใช้ที่หลากหลาย เช่น ระบบค้นหา ระบบสมัครสมาชิก ระบบสั่งซื้อและคำนวณราคาสินค้า ซึ่งต้องมีการออกแบบฐานข้อมูล เขียนภาษาสคริปต์และแอปพลิเคชัน ต่างๆ ที่ใช้บนเว็บไซต์ จากนั้นจึงนำไปประกอบรวมกับเว็บเพจที่จัดทำไว้ในขั้นตอนที่แล้ว มีข้อพิจารณาคือควรใช้เทคโนโลยีเว็บที่เหมาะสมกับประเภทของเว็บไซต์และผู้ชมเป็นหลัก เพราะหากใช้อย่างไม่เหมาะสมอาจส่งผลต่อการแสดงผล ระยะเวลาการดาวน์โหลด การใช้งานยุ่งยาก และสร้างความสับสนได้

3) ขั้นตอนหลังการผลิต (post - production) เป็นขั้นตอนสุดท้ายหลังจากออกแบบพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์จนเสร็จ ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

3.1 ทดสอบและประเมินผล ก่อนการเผยแพร่ควรต้องมีการตรวจสอบและประเมินความถูกต้องของรายละเอียดต่างๆ เช่น เนื้อหา การแสดงผลบนเบราว์เซอร์แต่ละชนิด ระบบเนวิเกชัน จุดเชื่อมโยงตรงตามที่กำหนดไว้หรือไม่ การเชื่อมต่อกับฐานข้อมูล ควรให้กลุ่มผู้ใช้เป้าหมายได้ทดลองใช้งานจริงเพื่อค้นหาข้อบกพร่อง

3.2 เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เป็นการนำเว็บไซต์ขึ้นเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าไปใช้งานได้ นักออกแบบจะต้องอัปโหลดไฟล์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดขึ้นไปบนเว็บเซิร์ฟเวอร์ (web server) ที่เปิดบริการไว้ อย่างไรก็ตามก็ควรมีการทดสอบและพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องด้วย เพราะบางครั้งปัญหาบางอย่างไม่สามารถตรวจสอบได้จนกว่าเว็บไซต์จะถูกเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต หลังจากนั้นต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งสามารถทำได้หลายแนวทางและขึ้นอยู่กับปัจจัยแตกต่างกันไป เช่น หากมีงบประมาณสูงอาจใช้วิธีจ้างบริษัทประชาสัมพันธ์เว็บไซต์หรือซื้อแบนเนอร์โฆษณาบนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องที่มีจำนวนผู้เข้าชมสูง ในขณะที่หากมีงบประมาณไม่มากนัก อาจใช้วิธีการแลกเปลี่ยน (barter) ลิงก์ระหว่างเว็บไซต์ เผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ (social media) เว็บบอร์ด (webboard) หรือบล็อก (blog)

2.6 เว็บไซต์ร้านค้าสำเร็จรูป

เป็นบริการเว็บไซต์สำหรับเปิดร้านค้าออนไลน์ที่ผู้ใช้แทบไม่จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์หรือเว็บไซต์ก็สามารถทำได้ ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับเจ้าของสินค้าหรือบริการที่ต้องการมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง แต่ไม่สามารถออกแบบและเขียนโปรแกรมเองได้ หรืออาจมีงบประมาณจำกัด เว็บไซต์เหล่านี้จะมีเทมเพลต ระบบการจัดการเนื้อหาและระบบเครื่องมือทำการตลาดผ่านระบบหลังบ้าน ทำให้เหมาะกับการนำมาประยุกต์ใช้สร้างเว็บไซต์เพื่อขายสินค้า OTOP (One Tambon One Product) หรือผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในหมู่บ้านในทิวทัศน์ชุมชน

ปัจจุบันมีเว็บไซต์ร้านค้าสำเร็จรูปเปิดให้บริการจำนวนมาก อาทิ weloveshopping.com thaimarketcenter.com และ tarad.com ส่วนเว็บไซต์ร้านค้าสำเร็จรูปที่กำลังเป็นที่นิยมสูงในปัจจุบันคือ lnwshop.com หรือที่มักเรียกกันว่า เทพช้อป (มีจำนวนการเปิดร้านค้าออนไลน์กว่า 500,000 ร้าน) เนื่องจากมีคุณสมบัติโดดเด่นน่าสนใจ ใช้งานง่าย สามารถเชื่อมโยงไปยังเฟซบุ๊ก (Facebook) สนับสนุนการทำ SEO (search engine optimization) ในกูเกิล (Google) รองรับการแสดงผลทุกขนาดหน้าจอโดยอัตโนมัติ ขยายช่องทางการขายได้บนตลาดออนไลน์อย่าง lnwmarket.com และ lnwmall.com (กองบรรณาธิการ. 2558 : 127) ที่สำคัญคือไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น แต่หากต้องการใช้บริการเสริมที่ไม่มีในระบบร้านค้าออนไลน์ที่เปิดให้บริการฟรีถึงจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ซึ่งถือว่าค่าบริการค่อนข้างถูก เช่น ระบบรองรับลูกค้านานาชาติ เปลี่ยนภาษาและสกุลเงินอัตโนมัติ ราคาเพียง 1,600 บาท ต่อปี เป็นต้น

ด้วยฟังก์ชันและบริการที่หลากหลายของเว็บไซต์ร้านค้าสำเร็จรูป lnwshop.com ผู้วิจัยได้เล็งเห็นประโยชน์ดังกล่าว จึงมีแนวคิดการนำ lnwshop.com มาประยุกต์ใช้สร้างเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ

3. แนวคิดการมีส่วนร่วม

3.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดที่อิงกับลักษณะของสังคมประชาธิปไตย กล่าวคือเป็นกระบวนการที่สะท้อนถึงความเท่าเทียมกัน สิทธิและเสรีภาพในการแสดงออก ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารอย่างหนึ่งที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถเอื้อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีนักวิชาการด้านการสื่อสารหลายท่านให้ความหมายของการมีส่วนร่วมได้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

Singhal (2001 : 12) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการปรึกษาหารือกันระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลหรือองค์กรในลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์กัน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหมู่ประชาชน ทั้งในระดับบุคคลและกลุ่มบุคคล จนสามารถตระหนักในศักยภาพที่จะพัฒนาตนเองและความเป็นอยู่ที่ดีได้

อรสา ปานขาว (2551 : 101) ให้ความหมายว่า เป็นกระบวนการหนึ่งที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในระบบสื่อสาร และในทางกลับกันก็เป็นการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยเช่นกัน

หากพิจารณาในบริบทของสังคมไทย ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2549 : 29) ได้แสดงทรรศนะไว้ว่า เป็นกระบวนการฝึกสมาชิกในสังคมเกี่ยวกับกระบวนการร่วมกันคิด ร่วมกันฟังและเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตน ร่วมกันคิด พิจารณาและวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน รวมไปถึงการช่วยกันหาแนวทางและตัดสินใจร่วมกันบนพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์

จากความคิดเห็นต่างๆ พอสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมคือการที่บุคคลหรือประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานใดๆ ตามที่สนใจ โดยมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มคิดวางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการ จนถึงติดตามและประเมินผล มีเป้าหมายในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลหรือองค์ความรู้ต่างๆ ระหว่างกัน เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปในการตัดสินใจดำเนินการต่างๆ ร่วมกันอย่างสมานฉันท์

3.2 หลักการสำคัญของการมีส่วนร่วม

หากพิจารณาในบริบทของการสื่อสาร การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของประชาชนหรือชุมชนนับว่าเป็นกระแสสังคมที่ช่วยยกระดับในมิติของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยแนวคิดดังกล่าวมีพื้นฐานมาจากแนวคิดหลักร่วมกัน 3 ประการคือ

1) การเข้าถึงสื่อ (media accessibility) หมายถึงการเข้าถึงสื่อหรือช่องทางการสื่อสารต่างๆ สื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (กาญจนา แก้วเทพ, 2552 : 125) เช่น การดำเนินรายการโทรทัศน์ท้องถิ่น วิทยูชุมชน หรือการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งประชาชนสามารถเข้าร่วมในเชิงกระบวนการคิด เสนอความคิดเห็น วางแผนหรือผลิตได้

2) การมีส่วนร่วม (participation) หมายถึงการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในทุกระดับการสื่อสาร ตั้งแต่คิดริเริ่ม ผลิต ไปจนถึงการประเมินผล ประเด็นสำคัญคือควรมีความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (various participants) และสร้างกระบวนการเชิงประชาธิปไตย (democratic process) กล่าวคือ ความหลากหลายของผู้มีส่วนร่วมจะช่วยสะท้อนความคิดเห็นและความต้องการร่วมกันได้ชัดเจนขึ้น อย่างไรก็ตามในทุกระดับการมีส่วนร่วมนั้นผู้มีส่วนร่วมทุกคนต้องเคารพสิทธิ ความคิดเห็นของผู้อื่นบนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน

3) การบริหารจัดการตนเอง (self - management) หมายถึงปัจเจกบุคคลหรือชุมชนสามารถบริหารจัดการอำนาจในการตัดสินใจในกระบวนการสื่อสารด้วยตนเอง ตั้งแต่เริ่มเริ่มคิด

วางแผน กำหนดนโยบาย ไปจนถึงการติดตามและประเมินผล ซึ่งนับว่าเป็นระดับการมีส่วนร่วมในระดับสูงและสำคัญที่สุด

3.3 ระดับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชนสามารถจำแนกได้หลายระดับ จากการศึกษาผลงานของนักวิชาการทั้ง 3 ท่าน ทำให้สรุปได้ว่ามี 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับน้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุด ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. 2543 : 57 – 61; อรสา ปานขาว. 2551 : 103; กมลรัฐ อินทรทัศน์. 2551 : 175 – 176; Tufte and Mefalopulos. 2009 : 6 - 7)

1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร (audience) นับว่าเป็นระดับการมีส่วนร่วมต่ำสุด ต้องขยายแนวคิดของผู้รับสารให้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารของตนจากสื่อต่างๆ และสิทธิในการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารของตนเองสู่สาธารณะ เช่น สิทธิในการร่วมรับฟังการเสวนาทางการเมือง และสิทธิในการเป็นตัวแทนประชาชนเข้าร่วมการให้ข้อมูลแก่หน่วยงาน

2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร (sender) หมายถึงการเป็นผู้ผลิตหรือร่วมผลิตสารนั้นๆ ไปยังผู้รับสาร โดยมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นก่อนการผลิต (pre – production stage) เช่น เลือกประเด็นหัวข้อ ค้นคว้าข้อมูล ขั้นต่อมาคือขั้นการผลิต (production stage) เป็นขั้นตอนการลงมือผลิต เช่น การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์รณรงค์ยาเสพติดในชุมชน และสุดท้ายคือขั้นตอนหลังการผลิต (post – production stage) มักเป็นการประเมินผลตนเองและกระบวนการที่ได้ดำเนินการร่วมกัน เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาาร่วมกันต่อไป

3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (policy maker) ถือเป็นขั้นสูงสุดของการมีส่วนร่วม เป็นการวางแผนและนโยบายดำเนินการใช้สื่อที่รวมเอาประชาชนหรือชุมชนเข้ามาอยู่ในโครงสร้างการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นสื่อเฉพาะกิจ โทรทัศน์ สื่อพื้นบ้านหรือสื่อออนไลน์ทั้งหลาย มีจุดมุ่งหมายสำคัญคือการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภทให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น เมื่อมีการสร้างรายการโทรทัศน์ชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าชุมชน หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องอาจติดต่อขอข้อมูลเพื่อนำไปเผยแพร่บนช่องทางสื่อสารอื่นๆ

3.4 กระบวนการการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเป็นแนวคิดเชิงระบบที่มีขั้นตอนหลายประการ จากการศึกษาแนวคิดนักวิจัยและนักวิชาการหลายท่าน ผู้วิจัยเห็นว่าควรจำแนกกระบวนการในการมีส่วนร่วมเป็น 4 ขั้นตอนหลักๆ ดังนี้ (ชูชาติ พวงสมจิตร. 2540 : 19; เกศินี จุฑาวิจิตร. 2548 : 110 – 111; กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. 2543 : 188 – 189; ปารีชาติ สถาปิตานนท์. 2549 : 23 – 24; พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. 2556 : 23 – 42; ฟ้า วิไลขำ. 2556 : 29)

1) การมีส่วนร่วมในการวางแผน คือการที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนโครงการทั้งหมด นับตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา กำหนดเป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน แหล่งทรัพยากรที่ต้องใช้ แนวทางการติดตามและประเมินผลโครงการ ควรให้ผู้มีส่วนร่วมวางแผนด้วยตนเอง โดยผู้ร่วมโครงการคอยให้คำแนะนำการวางแผนและชี้แนะทางเลือก เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ

2) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เป็นการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอข้อโต้แย้งต่างๆ เพื่อการตัดสินใจร่วมกัน ปกติแล้วประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ

3) การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ เป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อทำประโยชน์ต่อการดำเนินงานหรือโครงการ สามารถทำได้หลายวิธี เช่น ร่วมให้ข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ร่วมสนับสนุนด้านทรัพยากร และร่วมออกแบบสื่อเฉพาะกิจ

4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่เป็นหัวใจสำคัญและมักขาดหายไป โดยประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลว่า โครงการที่ทำไปนั้นบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ ตัวอย่างวิธีการประเมินผล เช่น แบบประเมินความพึงพอใจและแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อโครงการนั้นๆ

กล่าวได้ว่าแต่ละกระบวนการการมีส่วนร่วมเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้พัฒนาศักยภาพและความสามารถ ตลอดจนได้แสดงความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ริเริ่มทำโครงการ วิเคราะห์ปัญหา แก้ปัญหา การเข้าร่วมปฏิบัติในแต่ละกิจกรรม ไปจนถึงการติดตามและประเมินผลโครงการนั้นเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาและแก้ไขข้อผิดพลาดในครั้งต่อไป ทำให้เกิดกระบวนการทำงานที่เป็นระบบและครบวงจร

3.5 แนวคิดการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

เริ่มพัฒนาขึ้นมาเมื่อประมาณกลางทศวรรษที่ 70 ทั้งนี้เนื่องจากในยุคก่อนหน้านั้นกระบวนการพัฒนาของประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ระบบเศรษฐกิจในเชิงปริมาณ โดยมองข้ามความแตกต่างทางสังคม การศึกษา วัฒนธรรม ทรัพยากรต่างๆ อีกทั้งยังเป็นแนวคิดการพัฒนาแบบเบื้องบนสู่ล่าง (top – down approach : บุคคลหรือหน่วยงานที่มีอำนาจสูงกว่า สั่งการสู่ผู้ปฏิบัติการระดับต่ำกว่าโดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติการแสดงความคิดเห็นใดๆ) ทำให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจดีขึ้น แต่คุณภาพชีวิตของประชาชนกลับแย่ลง ดังนั้นนักวิชาการและนักพัฒนาจึงพยายามคิดหาแนวทางที่จะช่วยให้ความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น ซึ่งแนวคิดการพัฒนารูปแบบใหม่ไม่ได้ยึดเอามิติทางเศรษฐกิจเป็นหลัก แต่เน้นความเป็นท้องถิ่น มีชุมชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา จนเกิดการปรับปรุงรูปแบบการพัฒนา การวิจัยและการดำเนินโครงการต่างๆ ภายใต้กระบวนการทัศน์ใหม่ที่เรียกกันว่า “การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม” (participatory communication)

ลักษณะของการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

เป็นการผสมผสานแนวคิดการวิจัย 2 ลักษณะคือ การวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory research) และการวิจัยปฏิบัติการ (action research) โดยการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเป็นวิธีการศึกษาที่เปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัย ตั้งแต่เริ่มและดำเนินการจนกระทั่งสิ้นสุดการวิจัย แก้ปัญหาโดยใช้วิธีการเรียนรู้ (problem – learning process) มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบปัญหาการวิจัย แต่ไม่มีการปฏิบัติการใดๆ หรือนำผลการวิจัยไปประยุกต์เพื่อแก้ปัญหาชุมชน ส่วนการวิจัยปฏิบัติการจะมีผู้วิจัยเป็นศูนย์กลาง เป็นผู้เลือกกระบวนการวิจัยสู่การทดลองปฏิบัติ กำหนดเกณฑ์ประเมินผล นำผลมาปรับปรุงแนวทางปฏิบัติแล้วนำไปทดลองใหม่จนได้ผลตามต้องการ ซึ่งอาจเป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมหรือไม่มีส่วนร่วมก็ได้ (ชุตินา สัจจานนท์ และ สิริรัตน์ วิภาสศิลป์. 2548 : 153) ดังนั้นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจึงเป็นวิจัยที่มุ่งแก้ปัญหาในชุมชนเชิงปฏิบัติตามสภาพความเป็นจริง โดยคณะผู้วิจัย ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวิจัยทุกขั้นตอน ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง เรียนรู้ประสบการณ์ร่วมกัน เพื่อนำผลการวิจัยไปสู่การปฏิบัติจริงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

หลักการสำคัญของการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

เป้าหมายสูงสุดของการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมคือการส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนหรือผู้ด้อยโอกาสในสังคมได้ร่วมกันเรียนรู้ และตระหนักถึงศักยภาพตนเองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยมีหลักการสำคัญดังนี้

- 1) ให้ความสำคัญและเคารพองค์ความรู้ของชาวบ้าน ต้องเปิดใจกว้างเพราะกระบวนการเรียนรู้และการกำเนิดภูมิปัญญาที่หลากหลายวิธี ซึ่งบ่อยครั้งที่แตกต่างไปจากนักวิชาการ แต่องค์ความรู้ชาวบ้านยังคงปฏิบัติและยอมรับอย่างแพร่หลายในชุมชน ซึ่งอาจมีความพอดีกับบริบทของชุมชนนั้น
- 2) พัฒนาศักยภาพของชาวบ้าน โดยการส่งเสริมและยกระดับความเชื่อมั่นในตนเองของชาวบ้าน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ สังเคราะห์องค์ความรู้ แก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนได้อย่างต่อเนื่องทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
- 3) ให้ความรู้ที่เหมาะสมแก่ชาวบ้าน โดยความรู้นั้นต้องมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมจริงในระบบสังคมของชุมชน ปราศจากความซับซ้อน เพื่อให้ชาวบ้านสามารถทำความเข้าใจ แปลความหมายได้อย่างง่ายดายและนำไปใช้จริงได้อย่างเหมาะสม
- 4) สนใจปริทัศน์และการแสดงความคิดเห็นของชาวบ้าน ต้องยอมรับฟังข้อเสนอแนะ คำวิจารณ์ ปฏิบัติต่อชาวบ้านและผู้เกี่ยวข้องทุกคนอย่างเท่าเทียมกันในทุกสถานการณ์ ซึ่งจะช่วยให้เห็นข้อมูลที่แท้จริง ตรงกับสภาพปัญหา และความร่วมมือจากชาวบ้านด้วยความเต็มใจ

3.6 แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

กระบวนการเรียนรู้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ 1) กระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการถ่ายทอดความรู้โดยผู้สอนเป็นหลัก และ 2) กระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตัวผู้เรียนเอง โดยแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมนั้นเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่จัดอยู่ในประเภทที่ 2 ซึ่งเป็นรูปแบบการจัดการศึกษาที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีโอกาสสัมผัสกับผู้อื่นและเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจเลือกสิ่งที่ต้องการเรียนรู้เอง การทำกิจกรรมกลุ่ม การเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่นและจากประสบการณ์จริง (แสงดาว ถิ่นหารวงษ์. 2558 : 4) เชื่อกันว่าเป็นการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาด้านความรู้ ทักษะ ทักษะและพฤติกรรมของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถถึงประสบการณ์และศักยภาพของผู้เรียนออกมาได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากความอยากรู้ การสำรวจและทดลองของตัวผู้เรียนเอง ผู้เรียนได้แสวงหาความท้าทายใหม่ๆ ไม่ได้มาจากการถ่ายทอดหรือจัดประสบการณ์นั้นๆ ให้โดยผู้สอน

หลักการสำคัญของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมคือการผสมผสานระหว่างการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (experiential learning) และการเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม (group process) โดยมี 4 องค์ประกอบหลักดังนี้ (อนงค์รัตน์ รินแสงปิ่น. 2558 : 6 - 7)

1) ประสบการณ์ เป็นการกระตุ้นให้ผู้เรียนนำความรู้และดึงประสบการณ์เดิมของตนเอง มาพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ของตนเอง และสามารถแบ่งปันประสบการณ์นั้นกับผู้อื่นที่อาจมีประสบการณ์ที่เหมือนหรือต่างไปจากตนได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการใช้กระบวนการกลุ่มของผู้สอนส่วนใหญ่เนื้อหาที่ใช้ในการให้ความรู้จะเป็นเรื่อง que ผู้เรียนมีประสบการณ์มาก่อน

2) การสะท้อนความคิดและอภิปราย คือการแสดงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสมาชิกในกลุ่ม ผู้สอนจะเป็นผู้กำหนดประเด็นการวิเคราะห์ วิเคราะห์ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ความคิดของผู้อื่นที่แตกต่างไปจากตน ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่กว้างขวางขึ้นและนำไปสู่ข้อสรุปที่หลากหลายตลอดจนได้เรียนรู้การทำงานเป็นทีม การควบคุมตนเอง บทบาทของสมาชิกที่ดีที่จะทำให้งานสำเร็จ

3) ความคิดรวบยอด คือการสร้างความเข้าใจของผู้เรียนเองแล้วนำไปสู่การสังเคราะห์เป็นความคิดรวบยอด อาจเกิดขึ้นโดยผู้เรียนเป็นฝ่ายริเริ่มแล้วผู้สอนเป็นผู้เติมแต่งให้สมบูรณ์ หรือผู้สอนเป็นผู้นำทางและผู้เรียนสานต่อจนความคิดนั้นสมบูรณ์ ซึ่งความคิดรวบยอดนี้จะส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงเจตคติ ความเข้าใจต่อเนื้อหาและการฝึกทักษะที่ช่วยให้ผู้เรียนปฏิบัติได้ง่ายขึ้น

4) การทดลองและประยุกต์แนวคิด คือการที่ผู้เรียนได้ทดลองใช้ความคิดรวบยอดไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ จนเกิดเป็นแนวทางปฏิบัติของตนเอง เช่น การแสดงบทบาทสมมติ และการทำแผนภูมิ เป็นต้น หรือเป็นผลสำเร็จของการเรียนรู้ในองค์ประกอบที่ 1 - 3

กล่าวได้ว่าการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับสังคมปัจจุบัน สามารถพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านองค์ความรู้ ทักษะ ทักษะการฝึกปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นแนวคิดการเรียนรู้ที่มีผู้เรียนเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง เน้นประสบการณ์ด้านสร้างความรู้สึกร่วม

ผู้เรียน เรียนรู้ผ่านกระบวนการกลุ่ม เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นหรือโต้แย้งได้อย่างเปิดกว้างเพื่อนำสู่ข้อสรุปด้วยตนเอง ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมทั้งในและนอกเวลาเรียนเพื่อให้มีเจตคติที่ฝังแน่นมากขึ้น นอกจากนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานอื่นๆ เพื่อเสริมทักษะการเรียนรู้ได้อีกด้วย อย่างเช่น งานพัฒนาชุมชนต่างๆ ซึ่งสามารถนำเอาหลักการเรียนรู้ดังกล่าวนี้ไปใช้เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการวิจัย

แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดหลักที่ใช้ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยและตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เรื่องผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยกำหนดให้นักศึกษารายวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 (CD 2003) และการออกแบบเว็บไซต์ (CA 3073) เป็นผู้ช่วยในโครงการวิจัยและร่วมศึกษางานวิจัยเพื่อเรียนรู้กระบวนการวิจัยร่วมกัน เพื่อตอบสนองการบูรณาการพันธกิจหลักที่ทุกสถาบันอุดมศึกษาพึงปฏิบัติ

4. แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

4.1 แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลกระตุ้นให้เกิดการปรับตัวหลายประการในหมู่ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารข้อมูลต่างๆ ปัจจุบันภูมิทัศน์ดิจิทัลของประเทศไทย (Thailand digital landscape) ทำให้การสื่อสารได้ถูกพัฒนาและหล่อหลอมสู่รูปแบบใหม่ที่มีความรวดเร็วและหลากหลาย การใช้สื่อดั้งเดิม (traditional media) ที่เคยมีบทบาทอย่างมากต่อการรับข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวันอาจไม่เพียงพออีกต่อไป (วิริยาภรณ์ ศิวิไล. 2551 : 1; Sporton. 2015 : 110 - 111) พฤติกรรมการใช้สื่อทั้งหลายของคนยุคใหม่แตกต่างจากเดิมอย่างสิ้นเชิง โดยมีเทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology) เป็นแรงผลักดันสำคัญ ส่งผลให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและมีช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น

อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์เป็นช่องทางหนึ่งที่ได้รับคามนิยมอย่างสูง มีอัตราการเติบโตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแบบทวีคูณ ในปีพ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบ 57 ล้านคน หรือเกินร้อยละ 80 ของจำนวนประชากรในประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการใช้เพื่อเข้าสู่เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และ อินสตาแกรม (Instagram) รองลงมาคือการใช้เพื่อดาวน์โหลดรูปภาพ เพลง ภาพยนตร์ เล่นเกมส์และฟังวิทยุออนไลน์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2561 : ออนไลน์) เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา ไม่จำกัดสถานที่ ประหยัดค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังมีข้อมูลมหาศาลและรูปแบบหลากหลาย สามารถโต้ตอบไปมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ หรือเรียกกันว่า “การสื่อสารสองทาง” (two way communication) ทำให้องค์กรทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชนพยายามใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตในสังคมยุคดิจิทัล (Luckman. 2015 : 27)

ด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ทันสมัยขึ้น ประกอบกับการผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาลไทย ทำให้การค้าขายบนโลกออนไลน์ได้แตกแขนงออกไปอยู่ในรูปแบบต่างๆ สามารถกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว เกิดการขยายตัวกว้างขวางยิ่งขึ้นของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือที่มักเรียกกันว่า อีคอมเมิร์ซ (e-commerce) ในขณะที่ต้นทุนการดำเนินการต่ำลง เพราะไม่ต้องมีร้านค้า ประหยัดทั้งค่าเช่าและค่าสาธารณูปโภค นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกในการจ้างงานในลักษณะใหม่ที่เกิดจากการต่อยอดในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ขึ้น เช่น นักการตลาดดิจิทัล นักวิเคราะห์และวางแผนสื่อดิจิทัล

นโยบายการพัฒนาประเทศด้วยแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล มีหลักการนำทาง 5 ประการคือ 1) ความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ 2) การใช้ประโยชน์สูงสุดจากพลวัตของเทคโนโลยีดิจิทัล 3) การเข้าถึงของคนทุกกลุ่ม 4) การวางแผนจากข้อมูลความพร้อมของประเทศ 5) การรวมพลังทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อน โดยมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการพัฒนาที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งมีองค์ประกอบร่วมกันของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษาและการบูรณาการความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะด้านดิจิทัล การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ทิศทางการพัฒนาประเทศสู่ยุคดิจิทัลไทยแลนด์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์สำคัญ ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจชุมชนโดยตรงคือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 (ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล) โดยมุ่งผลักดันให้ภาคธุรกิจไทยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปสู่การแข่งขันเชิงธุรกิจรูปแบบใหม่อย่างยั่งยืน (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. 2559 : 4) โดยการนำนวัตกรรมและความเชี่ยวชาญมาใช้ในภาคอุตสาหกรรม เกษตรและบริการ กลุ่มที่ให้ความสำคัญเป็นพิเศษคือกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสูงในระบบเศรษฐกิจไทย แต่อาจยังไม่มีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีมากนัก ดังนั้นการช่วยกลุ่มเหล่านี้ให้เข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล จะช่วยพัฒนาศักยภาพ เพิ่มมูลค่าสินค้าหรือบริการให้สามารถแข่งขันในระดับสากลได้ในอนาคต

4.2 การพัฒนาและการออกแบบอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีความหมายครอบคลุมหลายมิติ ดังนั้นอาจสร้างความสับสนได้หากมุ่งให้ความสำคัญประเด็นใดประเด็นหนึ่งโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามจากการประชุมคณะกรรมาธิการโลกด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development) ในรายงานบรรณทัศน์แห่งโลก (Brundtland report) ที่เสนอต่อองค์การสหประชาชาติ (United Nations) เมื่อปีค.ศ. 1987 ได้ให้ความหมาย “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” ว่า “Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.” สามารถแปลความหมายในภาษาไทยได้ว่า

การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นการตอบสนองความจำเป็นของคนรุ่นปัจจุบัน โดยต้องไม่มีผลกระทบต่อคนรุ่นต่อไปในอนาคตในการตอบสนองความจำเป็นของตนเอง

นอกจากนี้ในรายงานพยายามกระตุ้นเตือนประเทศต่างๆ ให้คำนึงถึงการพัฒนาที่ควรให้ความสำคัญกับระบบนิเวศ ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เนื่องจากกระบวนการพัฒนาในช่วงเวลานั้นส่วนใหญ่เน้นเศรษฐกิจมากเกินไปจนทำลายสิ่งแวดล้อม จึงมีการปรับเปลี่ยนครั้งใหญ่ในปี ค.ศ. 1992 ในการจัดประชุมสหประชาชาติ ที่กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล โดยผู้นำประเทศต่างๆ ตกลงกันว่า การคุ้มครองสิ่งแวดล้อม การพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจเป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน บรรดาผู้นำได้ร่วมให้การรับรองแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) และปฏิญญาริโอ (The Rio Declaration) ยืนยันพันธกรณีที่มีต่อแผนปฏิบัติการและปฏิญญาดังกล่าว

แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนนี้เป็นแนวทางการพัฒนาให้เกิดความสมดุลทั้ง 3 ด้าน คือมิติทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ (บุชบา สุธีธร. 2551 : 35)

1) ด้านสังคม ต้องยึดการพัฒนาตัวคนเป็นหลัก ประชาชนต้องได้รับการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิต มีการศึกษาที่ดี เข้าถึงบริการด้านสาธารณสุขพื้นฐานและการศึกษาอย่างทั่วถึง มีความปลอดภัยและได้รับการเคารพในสิทธิมนุษยชน ประชาชนมีสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของรัฐ การพัฒนาต้องดำเนินไปโดยคำนึงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเป็นพหุนิยม

2) ด้านเศรษฐกิจ มุ่งการตอบสนองความพึงพอใจด้านความจำเป็นพื้นฐาน ลดปัญหาความยากจน มีระบบเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่พึ่งพาความช่วยเหลือจากผู้อื่นมากเกินไป มีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมและเสมอภาค

3) ด้านสิ่งแวดล้อม เน้นการอนุรักษ์ การป้องกันการถูกทำลายและให้มีการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้อย่างคุ้มค่าที่สุด คำนึงถึงควมมีเสถียรภาพของระบบนิเวศ การใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมต้องได้รับการพิจารณาในฐานะต้นทุนทางการผลิต

ในส่วนของแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนก็ยึดหลักการพัฒนาให้เกิดความสมดุลทั้ง 3 ด้านดังที่กล่าวไว้ข้างต้น แต่โดยรวมจะให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมมากที่สุด เช่น การประหยัดวัสดุ (economy of resources) ซึ่งคำนึงถึงการลด (reduction) การใช้ซ้ำ (reuse) การหมุนเวียนกลับมาใช้ (recycling) และการซ่อมแซม (repair) (อุไรวรรณ ภารดี. 2557 : 21 - 22) ตลอดจนพยายามเชื่อมโยงผู้คนให้เกิดความรู้สึกกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ มุ่งหาสมดุลระหว่างความสะดวกสบาย ประโยชน์ใช้สอยกับการแก้ปัญหาวิกฤตการณ์สิ่งแวดล้อมของโลกด้านต่างๆ

ในประเทศไทยแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 โดยในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 นี้ ยังคงยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืนและคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ประกอบด้วย 10 ยุทธศาสตร์ ซึ่งมี 3 ยุทธศาสตร์ตามกรอบแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 (การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน) ยุทธศาสตร์ที่ 4 (การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน) และยุทธศาสตร์ที่ 5 (การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน)

สรุปการทบทวนแนวคิดการออกแบบตราสินค้า เว็บไซต์ การมีส่วนร่วมและเศรษฐกิจดิจิทัล อย่างยั่งยืน

จากการทบทวนแนวคิดการออกแบบตราสินค้า ได้ข้อสรุปว่าตราสินค้าเป็นสิ่งสำคัญต่อการเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ สามารถสะท้อนบุคลิกภาพความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์หรือองค์กรนั้นๆ โดยตราสินค้าแบ่งได้หลายประเภท นักวิชาการบางกลุ่มอาจแบ่งตามลักษณะการสื่อความหมาย บางกลุ่มอาจแบ่งตามลักษณะองค์ประกอบการออกแบบ อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้วแบ่งได้เป็น 6 รูปแบบคือ 1) Pictorial marks 2) Logo 3) Letter Mark 4) Combination mark 5) Emblem 6) Trade Mark แต่โดยส่วนมากคนทั่วไปมักจะเรียกตราสินค้าหรือสัญลักษณ์แบบเหมารวมว่าโลโก้ (logo) ในขณะที่อันที่จริงนั้นโลโก้เป็นเพียงรูปแบบหนึ่งเท่านั้น แนวทางการออกแบบตราสินค้าที่ดีนั้นควรต้องแสดงถึงลักษณะเฉพาะขององค์กรให้ได้มากที่สุด สื่อความหมายได้ชัดเจน ไม่คลาดเคลื่อนและมีความหมายในทางที่ดี นำเสนอสุนทรียภาพได้อย่างน่าจดจำ และที่สำคัญคือจะต้องนำไปใช้ในสื่อทั้งหลายได้สะดวก คุณภาพไม่แตกต่างกัน

ในแวดวงการออกแบบเว็บไซต์มีนักวิชาการหลายกลุ่มพยายามนำเสนอหลักการพื้นฐานในการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งมีจุดเน้นแตกต่างกันไป บางกลุ่มให้ความสำคัญกับความงาม การจัดองค์ประกอบ บางทีเน้นเรื่องการเลือกใช้เทคโนโลยี ระบบการใช้งาน หรือบางส่วนก็นำเสนอว่าสิ่งสำคัญที่สุดบนเว็บไซต์คือเนื้อหา อย่างไรก็ตามก็ยังมีทางสายกลางเป็นแนวทางเบื้องต้นคือ ออกแบบให้เรียบง่ายที่สุด เป็นระเบียบ สร้างความสม่ำเสมอและลำดับความสำคัญขององค์ประกอบ เพื่อบังคับสายตาผู้ชมให้มองไปตามส่วนประกอบต่างๆ และควรใช้งานง่าย ส่วนเรื่องระบบเนวิเกชันนั้นปัจจุบันนิยมผสมผสานระหว่างแบบโลคอลและโกลบอล หลักการสำคัญคือจะต้องทำให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วและแม่นยำที่สุด ในกรณีที่เว็บไซต์มีเว็บเพจจำนวนมากและแบ่งข้อมูลหลายลำดับชั้น ควรต้องระบุตำแหน่งปัจจุบันของผู้ใช้ในเว็บไซต์ให้ชัดเจนด้วย

การออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงพฤติกรรมผู้ใช้ด้วย ต้องมีการกำหนดกลุ่มผู้ใช้ เรียนรู้คุณลักษณะผู้ใช้ให้มากที่สุด เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด ปัจจุบันรูปแบบการออกแบบเว็บไซต์แตกต่างจากเดิมมาก เมื่อผู้คนจำนวนมากต่างหันมาท่องเว็บไซต์ผ่านสมาร์ตโฟน นักออกแบบเว็บไซต์จึงต้องปรับตัวเช่นกัน จึงเกิดการพัฒนาในการออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนองที่สามารถแสดงผลได้บนทุกอุปกรณ์ ซึ่งทั้งนักวิชาการออกแบบและนักออกแบบเว็บไซต์หลายคนต่างเห็นตรงกันว่า การออกแบบเว็บไซต์ในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องออกแบบให้ตอบสนองได้บนทุกอุปกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนสมาร์ตโฟน ในขณะที่เบรด ฟรอสท์ นักออกแบบ

เว็บไซต์ผู้มีชื่อเสียงก็อธิบายว่าการออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนองสามารถทำได้หลายวิธีด้วยกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น หากมีงบประมาณไม่มาก อาจใช้วิธีค่อยๆ แพลงเว็บไซต์เดิมให้เป็นเว็บไซต์ที่ตอบสนอง หรือถ้าหากมีงบประมาณสูงก็ออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนองขึ้นมาใหม่ทั้งหมด แต่ก็อาจต้องแลกด้วยเวลาในการพัฒนาที่นานกว่า

ในส่วนของขั้นตอนการออกแบบเว็บไซต์ อาจไม่มีขั้นตอนที่เป็นลำดับชัดเจนแน่นอน ขึ้นอยู่กับขนาดและวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์เป็นหลัก เช่น เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ชุมชนขนาดเล็กอาจไม่ต้องมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยล่าสุดหรือขั้นตอนในการเขียนโปรแกรมที่สลับซับซ้อน ซึ่งจากการศึกษาขั้นตอนการออกแบบเว็บไซต์และการพัฒนาเว็บไซต์ร้านค้าพบว่า เว็บไซต์ร้านค้าสำเร็จรูปเหมาะกับผู้ประกอบการที่ไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเท่าใดนัก อย่างไรก็ตามเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน จึงต้องมีการอบรมและถ่ายโอนความรู้ด้านเว็บไซต์และทักษะทางดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการและชุมชน เพื่อให้สามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ด้วยตนเองในสภาพหน้าได้ ซึ่งเป็นการพึ่งพาตนเองและทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ

จากการศึกษาทบทวนแนวคิดการมีส่วนร่วมพบว่า การสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงจะต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การระบุปัญหา วางแผน ไปจนถึงขั้นตอนการประเมินผล สำคัญคือการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงช่องทางการสื่อสาร การมีส่วนร่วมในทุกระดับการสื่อสารและมีอำนาจในการบริหารการสื่อสารด้วยตนเองอย่างเสรี แต่อุปสรรคสำคัญคือการเข้าถึงของเจ้าหน้าที่รัฐและการให้ความร่วมมือระหว่างชุมชนกับภาครัฐ ดังนั้นนักสื่อสารและพัฒนาชุมชนจึงเสนอว่า การจะให้ชุมชนให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่นั้นจะต้องใช้การสื่อสารจากล่างขึ้นบน เน้นชุมชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ไม่ใช่การสั่งการจากผู้มีอำนาจเหนือกว่า จนนำไปสู่แนวคิดการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมุ่งแก้ปัญหาชุมชนตามสภาพจริง ให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็นและองค์ความรู้ชาวบ้าน รวมไปถึงการพัฒนาศักยภาพชุมชน

ส่วนการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน สรุปได้ว่าแนวคิดนี้มีเป้าหมายคือการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนและเกิดการพัฒนอย่างสมดุลในมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม จนเกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน โดยแนวคิดดังกล่าวนี้เป็นแนวทางสำคัญในการกำหนดรูปแบบคำถามสัมภาษณ์ การจัดอบรมทักษะทางดิจิทัล การประเมินผล แนวทางการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ที่ต้องเชื่อมโยงไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สำคัญคือการพัฒนาดังกล่าวนี้ต้องเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองได้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์โดยใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม เริ่มปรากฏให้เห็นในแวดวงวิชาการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามยังมีจำนวนไม่มากนักหากเทียบกับงานออกแบบด้านอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นด้านออกแบบสถาปัตยกรรมและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมที่กระทบต่อมนุษย์และธรรมชาติเป็นประเด็นที่สังคมโลกให้ความสำคัญ อีกมิติหนึ่งคือการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมที่โดยมากจะมุ่งเน้นไปที่การแก้สภาพปัญหาการสื่อสารและการพัฒนาชุมชน เช่น สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากที่แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ถูกบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ในหลายยุทธศาสตร์ด้วยกัน

5.1 งานวิจัยด้านการออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วม

ผลงานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วมเพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นและน่าสนใจนั้น กล่าวได้ว่ามีจำนวนมากอยู่พอสมควร โดยมากให้ความสำคัญเรื่องการกระตุ้นให้ประชาชนและผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานทุกขั้นตอน การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงและเชื่อถือได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็นกันโดยเสรี ผลงานตราสินค้าที่ได้ส่วนใหญ่จึงสะท้อนอัตลักษณ์ มุมมอง และภูมิปัญญาของชุมชนอย่างเห็นได้ชัด

จากการศึกษางานวิจัยต่างๆ เกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีส่วนร่วม มีผลงานที่ตรงประเด็น น่าสนใจ และข้อค้นพบอันโดดเด่นที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สีชมพูเศรษฐี เรื่องเดชสุวรรณ และ วรุต มณีมาโรจน์ (2554) ทำวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเศษผ้าฝ้าย กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านต้นไฉ้ (คำซาว) อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มพัฒนาสตรีแห่งนี้ขาดการสื่อสารการตลาดที่ดี จึงมีการจัดอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติการเรื่องการสร้างตราสินค้าให้กับชุมชนและผู้มีส่วนร่วม จากนั้นจึงร่วมกันกำหนดอัตลักษณ์และออกแบบตราสินค้า พัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ข้อค้นพบที่โดดเด่นและสอดคล้องกับแนวคิดตราสินค้าของสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกาคือ ตราสินค้าให้ประโยชน์ในการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ช่วยสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ความน่าเชื่อถือ การตัดสินใจซื้อและการยืนยันในเรื่องชื่อเสียงและคุณภาพ ทำให้ยอดขายเติบโตขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ

อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้มีข้อจำกัดคือเรื่องการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนร่วม โดยมีการเก็บข้อมูลและประเมินความพึงพอใจจากการออกแบบตราสินค้าจากกลุ่มบุคคลภายนอกเท่านั้น หรือที่เรียกว่า

outside party (หมายถึงบุคคลภายนอกวิชาชีพระหว่างการออกแบบ ในที่นี้คือผู้ประกอบการ สมาชิกชุมชนและลูกค้า) ซึ่งควรเก็บข้อมูลจากกลุ่มบุคคลภายในด้วย หรือ inside party (บุคคลภายในวิชาชีพระหว่างการออกแบบ) จึงอาจกล่าวได้ว่ารูปแบบการมีส่วนร่วมยังไม่มีหลากหลายเท่าใดนัก

จากงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสรุปสภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์และความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า การวิเคราะห์ SWOT ข้อมูลผลิตภัณฑ์ แนวทางการจัดสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อหาข้อสรุปจากการมีส่วนร่วมของกลุ่ม ตลอดจนแนวทางการออกแบบตราสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ ชุมชน และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ชาตรี บัวคลี่ (2557) ทำวิจัยเรื่องการออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าผลิตภัณฑ์มียอดขายลดลง เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจที่ถดถอยและขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี คล้ายกับผลการศึกษาของสัชฌุกร เรื่องเศรษฐกิจและนวัตกรรม มณีมาโรจน์ ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์เดิมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่ พบว่ามีความพึงพอใจต่อฉลากสินค้าใหม่เพิ่มขึ้นในระดับมาก ส่วนข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ ผลงานออกแบบฉลากจะสำเร็จผลและเป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนร่วมได้ ต้องมาจากความเท่าเทียมและความสมดุลทางความคิดอย่างมีประชาธิปไตยของผู้มีส่วนร่วม และเชื่อมโยงกับรูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์ สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาและสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนการบูรณาการกระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอนทำให้นักศึกษาได้ฝึกการใช้ปฏิภาณไหวพริบเพื่อแก้ปัญหา และช่วยลดความมั่นใจเกินขอบเขต (ทิจิ)

สิ่งที่น่าสนใจของงานวิจัยชิ้นนี้คือวิธีการเก็บข้อมูลและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย โดยวัตถุประสงค์แต่ละข้อนั้นจะใช้เครื่องมือวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในการเก็บข้อมูล ทำให้ได้ข้อมูลในภาพรวมและเชิงลึก มีความน่าเชื่อถือและแม่นยำ นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ประกอบการ ชุมชน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ นักออกแบบและนักวิชาการ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในงานออกแบบ จนกลายเป็นเครือข่ายขนาดย่อมสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไปในอนาคต

จากการศึกษางานวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เรื่องการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม แนวทางการออกแบบระเบียบวิธีวิจัย การออกแบบเครื่องมือต่างๆ การเลือกใช้สถิติเพื่อทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่าง การออกแบบกรอบแนวคิดเพื่อพัฒนาตราสินค้าและเว็บไซต์ภายใต้เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการแสดงความคิดเห็น เกิดกระบวนการถ่ายทอดความรู้และการสื่อสารแบบ 2 ทาง

สอดคล้องกับ กฤษดา คูพันธุ์ และ รจนา จันทราสา (2559) ที่ได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของฝากแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลคลองโดน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าฉลากสินค้าไม่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ผู้ประกอบการไม่พอใจกับฉลากสินค้าเดิมเท่าใดนัก แต่หลังจากร่วมกับชุมชนพัฒนาฉลากสินค้าใหม่และบรรจุภัณฑ์ ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีจุดเด่นคือผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายมีส่วนร่วมต่อการประเมินความพึงพอใจต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ทั้งผู้ผลิต กลุ่มลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลงานการออกแบบจากงานวิจัยที่สามารถนำไปยื่นขอจดทะเบียนการค้า “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” รวมถึงการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้จริง ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดีขึ้น เป็นที่น่าจดจำแก่ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวมากขึ้น

จากงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง การออกแบบคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) รูปแบบการประเมินความพึงพอใจตราสินค้า แนวทางการออกแบบตราสินค้า สารระยละเอียดที่ควรปรากฏ การจัดองค์ประกอบ การใช้สีและความเป็นสากล ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพื่อการออกแบบ

สุรพล มโนวงศ์ และคณะ (2559) ทำวิจัยเรื่องการออกแบบอัตลักษณ์และการผลิตสื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ตำบลกีดช้าง อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่ โดยผู้วิจัยแสดงให้เห็นถึงจุดแข็งด้านการออกแบบ โดยใช้ทฤษฎี Color Image Scale ของชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) เพื่อวิเคราะห์การใช้สีในการออกแบบตราสินค้า การมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการประเมินงานออกแบบ ทั้งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญการออกแบบ กลุ่มตัวแทนชาวบ้านและนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลงานออกแบบนั้นผู้วิจัยใช้เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณเท่านั้น ทำให้อาจไม่ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการพัฒนาตราสินค้าต่อไป

จากงานวิจัยชิ้นนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางการออกแบบตราสินค้าเพื่อให้สะท้อนบุคลิกภาพผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน การออกแบบเครื่องมือวิจัยในส่วนของแบบประเมินความพึงพอใจ (เฉพาะส่วนที่เป็นเชิงปริมาณ) การลงพื้นที่เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและเก็บข้อมูลต่างๆ

ประชิด ทิถบุตร และคณะ (2559) ศึกษาเรื่องการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท จุดเด่นของงานวิจัยคือการสำรวจข้อมูลพื้นฐานที่ละเอียดอย่างข้อมูลผู้ประกอบการ สภาพปัญหา ศักยภาพการผลิตและการวิเคราะห์ SWOT ผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้การกำหนดอัตลักษณ์สินค้ามีประสิทธิภาพสูง การสร้างผลงานออกแบบที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาทและแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระบวนการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ตัดสินใจคัดเลือกผลงานโดยวิธีการสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจมีความครอบคลุมหลายฝ่าย เช่น ผู้ประกอบการ นักวิชาการ นักวิจัย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ นักออกแบบและตัวแทนผู้บริโภค

จากงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัยภูมิหลังของผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบตราสินค้า การเชื่อมโยงองค์ประกอบทางการออกแบบกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน และกระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างของผู้มีส่วนร่วม

อมรรัตน์ บุญสว่าง (2559) ศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าอาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้ จุดที่น่าสนใจของงานวิจัยคือการใช้วิธีการผสมผสาน (mixed method) ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ทำให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก เช่น กระบวนการคัดเลือกแบบร่างที่ใช้วิธีเน้นเสียงส่วนใหญ่ (เชิงปริมาณ) จากนั้นจึงใช้วิธีการสนทนากลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการพัฒนาปรับปรุงฉลากสินค้า (เชิงคุณภาพ) การพัฒนาและออกแบบฉลากสินค้าให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) พร้อมทั้งมีการผลิตผลงานจริง แต่มีข้อจำกัดคือการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์จะเน้นที่ภาพรวมของสินค้าเป็นหลัก แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญด้านความงามและการสื่อความหมายของตราสินค้าเท่าใดนัก

จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 เพื่อลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้น อัตลักษณ์ชุมชน สำรวจปัญหาและความต้องการในการออกแบบตราสินค้า เพื่อกำหนดขอบเขตการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการ การออกแบบระเบียบวิธีวิจัย รูปแบบการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

มาริญา ทรงปัญญา (2556) ศึกษาเรื่องการผสมผสานวัฒนธรรมพื้นถิ่นในงานออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าอีสานร่วมสมัย ข้อค้นพบที่โดดเด่นคืออัตลักษณ์ตราสินค้าวัฒนธรรมอีสานร่วมสมัยที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีแนวทางการกำหนดความหมายของวัฒนธรรมอีสานที่มีลักษณะเฉพาะตายตัว เป็นไปตามความหมายเดิมที่ถูกผลิตซ้ำปลูกฝังกันมา ความพยายามที่จะพัฒนาสินค้าวัฒนธรรมให้มีความแตกต่างจึงยังคงติดอยู่กับความหมายเดิมที่ปิดกั้นความหมายใหม่อื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นหรือมีอยู่ในบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ ผู้วิจัยจึงทดลองนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นอีสานมาเป็นแนวทางการผลิตสินค้าวัฒนธรรมร่วมสมัย ผู้วิจัยแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นการหาข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อกำหนดอัตลักษณ์สินค้าวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน และเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสานร่วมสมัยขึ้นมาใหม่ในเชิงทดลอง การวิเคราะห์โครงสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้า และกลยุทธ์ในการสื่อสารความหมาย

จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการออกแบบคำถามเพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น การประเมินความพึงพอใจด้านความงาม การจัดองค์ประกอบ ภาพประกอบ ตัวอักษรและการใช้สีของตราสินค้า

หลังจากทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยใช้ตารางการสังเคราะห์แบบเมตริกซ์ เพื่อให้สามารถเก็บประเด็นสำคัญและเป็นประโยชน์ในการกำหนดกรอบแนวคิด คำถามและออกแบบการวิจัยได้อย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางสังเคราะห์เพื่อการทบทวนวรรณกรรมเรื่องการออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วม

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษา
1. สัชฌุกรชัย เรื่องเดชสุวรรณ และวรุฒ มณีมาโรจน์ (2554)	การวิจัยเชิง คุณภาพ (qualitative research) ใช้ กระบวนการวิจัย เชิงปฏิบัติการ อย่างมีส่วนร่วม (PAR)	กลุ่มพัฒนาสตรี บ้านต้นไฉ้ (คำ ขาว) โดยใช้ วิธีการสุ่มแบบ เจาะจงและการ สุ่มแบบง่าย	แบบสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวม สภาพปัญหา, การสนทนากลุ่ม (focus group)	สื่อสำหรับ สื่อสาร การตลาด, กลุ่ม พัฒนาสตรีบ้าน ต้นไฉ้	ขาดการสื่อสาร การตลาดที่ดี และการ พัฒนาอัตลักษณ์ รูปแบบตรา สินค้า จึงร่วมกัน พัฒนารูปแบบ การสื่อสาร การตลาดที่ เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์
2.ชาติรี บัวคลี่ (2557)	การวิจัยเชิง ผสมผสาน (mixed method) ใช้ กระบวนการวิจัย เชิงปฏิบัติการ อย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านอาหารและ สมุนไพรใน จังหวัด สมุทรปราการ, ผู้มีส่วนร่วมใน งานวิจัย (กลุ่ม บุคคลภายใน และกลุ่ม บุคคลภายนอก), นักศึกษา โดยใช้วิธีการสุ่ม แบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์ ภูมิหลัง ผลิตภัณฑ์,แบบ สัมภาษณ์ความ ต้องการด้าน รูปแบบ,แบบ ประเมินความ พึงพอใจฉลาก สินค้าเดิมและ ใหม่, แบบ ประเมินความ สอดคล้อง, แบบ ประเมิน ผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียน, แบบสัมภาษณ์ นักศึกษา	ฉลากสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านอาหารและ สมุนไพรใน จังหวัด สมุทรปราการ, ชุมชนในจังหวัด สมุทรปราการ	ทุกผลิตภัณฑ์มี ยอดขายเพิ่มขึ้น, ผลการประเมิน ความพึงพอใจ ต่อฉลากสินค้า รูปแบบใหม่อยู่ ในระดับพอใจ มากทุก ผลิตภัณฑ์, นักศึกษามีการ เรียนรู้เพิ่มทุก ด้าน

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษา
3. กฤษดา ดุพันธ์ และ รจนา จันทราสา (2559)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	กลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายของฝาก, ชาวบ้าน, นักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์, ข้อมูลผลิตภัณฑ์, แบบสอบถาม, ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์	ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของฝาก, ชุมชนตำบลคลองโคน	ผลิตภัณฑ์ของฝากที่มีเอกลักษณ์เด่นชัดคือ กะปิเคียวตา โดยบรรจุภัณฑ์แบบซองฟลอยด์มีzip ล็อคเหมาะสมที่สุด ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ถือว่าเหมาะสม มีเอกลักษณ์น่าสนใจ
4. สุรพล มโนวงศ์ และคณะ (2559)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ, ตัวแทนชาวบ้าน, ตัวแทนจากหน่วยงานรัฐ, นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงและการสุ่มแบบง่าย	แบบสัมภาษณ์, สภาพบริบท, ด้านการท่องเที่ยว, แบบประเมินผลการทำงาน	อัตลักษณ์องค์กรและสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ตำบลกีดช้าง, ชุมชนตำบลกีดช้าง	ควรนำเสนอประเด็นท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การประเมินผลสื่อที่ออกแบบอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.44$)
5. ประชิต ทิณบุตร และคณะ (2559)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน, ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย นักศึกษา โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์, ตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์เบื้องต้น, แบบประเมินความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์	ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ประเภทเพื่อสุขภาพและความงาม, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชัยนาท	อัตลักษณ์จังหวัดชัยนาทที่เหมาะสมคือ วัฒนคุณและเชื่อน, ผลประเมินความพึงพอใจต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.70$)

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษา
6. อมรรัตน์ บุญสว่าง(2559)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	อาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน, นักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงและการสุ่มแบบบังเอิญ	การสนทนากลุ่ม, แบบสัมภาษณ์ความต้องการ, ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์, แบบสำรวจความพึงพอใจต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์	ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์อาหารเอกลักษณ์จังหวัดชายแดนภาคใต้, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	พัฒนาสูตรอาหาร ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์อาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 5 รายการ โดยโรตึงาต้า จ.สตูล บ่งบอกเอกลักษณ์ของท้องถิ่นภาคใต้ได้ดีที่สุด (ร้อยละ 97.2)
7.มาริญา ทรงปัญญา (2556)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงทดลอง	สินค้าวัฒนธรรมพื้นถิ่นอีสานร่วมสมัย, ผู้ประกอบการและนักออกแบบ, ลูกค้า, คนอีสานรุ่นใหม่จากสังคมเมือง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักออกแบบ, แบบสอบถาม, ผู้บริโภค, แบบประเมินความพึงพอใจ, อัตลักษณ์สินค้า	ร้านระหว่างทาง บริษัท ก-ฮ และแบรนด์เชิงทดลอง, ผู้บริโภคสินค้าวัฒนธรรมอีสาน	อัตลักษณ์ตราสินค้าวัฒนธรรมอีสานมีลักษณะเฉพาะตายตัว แต่จากการทดลองออกแบบอัตลักษณ์ให้มีความยืดหยุ่นขึ้นและเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคร่วมกำหนด ความหมาย จะช่วยให้อัตลักษณ์มีความน่าสนใจมากขึ้น

5.2 งานวิจัยด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม

งานวิจัยเพื่อการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมในภาพรวมนั้นผู้วิจัยส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้เว็บไซต์ ซึ่งเป็นการออกแบบที่คำนึงถึงผู้ใช้และการใช้งานเป็นสำคัญ แต่ให้น้ำหนักกับการมีส่วนร่วมของชุมชนน้อยเกินไป รวมถึงไม่ค่อยให้ความสำคัญกับคุณค่าทางความงามของเว็บไซต์เท่าใดนัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนในชุมชนอาจมีความรู้ด้านการออกแบบน้อย ในขณะที่แนวคิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมจะให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนร่วมทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้บางครั้งเมื่อมีการพิจารณาเลือกรูปแบบเว็บไซต์แล้ว การพิจารณาด้วยวิธีการเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวอาจไม่เหมาะสม เพราะปริมาณคนในชุมชนมีมากกว่าผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ดังนั้นควรใช้ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไปเพื่อสร้างความสมดุล นอกจากนี้ผู้วิจัยเองก็ควรให้ข้อมูลและความรู้ด้านการออกแบบแก่ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมด้วย

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยพบว่าม้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถนำมาเป็นแนวทางและประยุกต์ใช้ในงานวิจัยได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประพัฒน์ อธิปัญญาพงษ์ (2552) ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ทั้งการประเมินคุณภาพด้านการออกแบบ เนื้อหาและแบบสอบถามความพึงพอใจเว็บไซต์ โดยผลการประเมินทุกด้านและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ จากการที่สมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ทำให้เกิดความศรัทธา เชื่อมั่นในตนเองและความรู้สึกเป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การพัฒนาเว็บไซต์ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความงามทางการออกแบบและระบบเนวิเกชันเท่าใดนัก

จากการศึกษางานวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วม การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ควรมีส่วนร่วมในการออกแบบเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งยังนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจเว็บไซต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเนื้อหา การเข้าถึงและการสืบค้นข้อมูล

สอดคล้องกับอัปสรรัชย์ น้ำทรง (2556) ที่ได้ขยายผลการศึกษาในเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์แบบมีส่วนร่วมเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างโอกาสทางการค้าของกลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบเว็บไซต์ทุกขั้นตอน สมาชิกชุมชนเข้าใจในกระบวนการพัฒนา ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืน ซึ่งผลการทดสอบหลังการฝึกอบรมแสดงให้เห็นว่าสมาชิกมีความรู้พื้นฐานที่นำไปพัฒนาเว็บไซต์ต่อไปได้จริง ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้าชมเว็บไซต์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีจุดเด่นคือในขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลและการกำหนดโครงสร้างเว็บไซต์ ผู้วิจัยใช้การจัดกิจกรรมขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกับผู้มีส่วนร่วม การกำหนดตัวแทนและบทบาทหน้าที่แต่ละส่วน ทำให้ชุมชนรู้สึกได้มีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ แบบ

ประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์ก่อนข้างละเอียด โดยเฉพาะด้านความสวยงามทางการออกแบบ หากแต่มีข้อจำกัดคือไม่มีส่วนให้ประเมินด้านระบบเนวิเกชัน การประเมินการเรียนรู้และความพึงพอใจเว็บไซต์ใช้วิธีการเชิงปริมาณเป็นหลัก

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบการรวบรวมข้อมูล เช่น รูปแบบการจัดกิจกรรม แบบประเมินการเรียนรู้และแบบประเมินความพึงพอใจ ทำให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงที่สุดเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบและแก้ไขปรับปรุงเว็บไซต์ แล้วนำเว็บไซต์ต้นแบบให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจอีกครั้ง จนได้รูปแบบเว็บไซต์ที่เป็นที่พอใจของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย

ขณะเดียวกันปาดนพัฒน์ รอดลมูล (2552) ศึกษาเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน กรณีศึกษาป่าชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี อ.พนมทวน จ.กาญจนบุรี มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนในชุมชน โดยใช้ทฤษฎีการพัฒนาอย่างยั่งยืน การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม และการออกแบบระบบสารสนเทศเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำมาพัฒนาเป็นแนวคิดการออกแบบและประเมินผลการพัฒนาเว็บไซต์ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของประพัฒน์ อธิปัญญาพงษ์และอัปสรรัชย์ น้ำทรง

อย่างไรก็ดีผู้วิจัยเลือกใช้โปรแกรม Joomla ซึ่งเป็นโปรแกรมสร้างเว็บไซต์ที่เน้นระบบการจัดการเนื้อหาของเว็บไซต์ (CMS : Content Manageent System) ทำให้ทัศนคติส่วนใหญ่ของผู้ประเมินมองว่าเว็บไซต์ที่พัฒนามีจุดเด่นด้านการนำเสนอและการค้นหาข้อมูล แต่ด้วยความที่เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่เน้นด้านการจัดการข้อมูล ทำให้ความหลากหลายในการออกแบบและการจัดองค์ประกอบค่อนข้างจำกัด จุดนี้กลับกลายเป็นมีประโยชน์ต่อชุมชนมากกว่าในแง่ของการพัฒนาเว็บไซต์ในภายหลังเมื่อผู้วิจัยถอนตัวออกจากชุมชนไปแล้ว เพราะโปรแกรมหางานนี้ใช้งานได้ง่ายและอัปเดตข้อมูลสะดวกกว่า ในขณะที่งานวิจัยของประพัฒน์ อธิปัญญาพงษ์และอัปสรรัชย์ น้ำทรง ออกแบบเว็บไซต์ด้วยโปรแกรม Adobe DreamWeaver ซึ่งการอัปเดตเว็บไซต์ในภายหลังผู้ออกแบบ (ชุมชน) ต้องมีพื้นฐานด้านการออกแบบและการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่า

จากงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางการเลือกใช้โปรแกรมเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ให้เหมาะกับบริบทของชุมชนและมีความยั่งยืน การนำเสนอ วิธีการแบ่งลำดับและการบริหารจัดการข้อมูล การออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัยโดยเฉพาะด้านแนวคิดเศรษฐกิจจิตจิทัลอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยมิติทางสังคม เศรษฐกิจ การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

ฟ้า วิไลขำ (2556) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลกแบบมีส่วนร่วมเมื่อประมวลงานวิจัยของฟ้า วิไลขำและทั้ง 3 เรื่องที่กล่าวไว้ข้างต้น พบว่ามีวัตถุประสงค์และผลการศึกษาใกล้เคียงกัน กล่าวคือเน้นการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการออกแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วน และการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ ส่วนใหญ่ผลการประเมินและความพึงพอใจอยู่ระดับมาก อย่างไรก็ตามการศึกษาของฟ้า วิไลขำ ได้แสดงให้เห็นถึงจุดแข็งเรื่องการสร้าง

ฐานข้อมูลจากโปรแกรม Greenstone ซึ่งเป็นโปรแกรมเปิดเผยต้นฉบับ (open source software) ช่วยจัดเก็บและสร้างคลังเอกสารดิจิทัล การบริหารข้อมูลบนเว็บไซต์จึงมีอิสระมากกว่าและจัดการข้อมูลได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ (online and offline) ประกอบกับการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ให้มีความสำคัญกับการออกแบบและการใช้งานระบบเนวิเกชัน ทำให้ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลเพื่อเข้าถึงเนื้อหาต่างๆ ได้รับความสะดวกและพึงพอใจมาก

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสำรวจสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชน การออกแบบเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมความต้องการด้านรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ การประเมินความพึงพอใจด้านการออกแบบเนื้อหาข้อมูล การใช้สีตัวอักษรและระบบเนวิเกชัน

นอกจากนี้ บุขรารณณ์ มัทธนชัย (2552) ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนสารสนเทศเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ของตำบลสะลงง อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่ มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาและศึกษาความพึงพอใจระบบสารสนเทศ (เว็บไซต์) และการถ่ายทอดความรู้ให้กับชุมชน พบว่าปัญหาทางการตลาดคือไม่มีทุนสนับสนุนการประชาสัมพันธ์สินค้า จึงมีแต่ลูกค้าประจำและอาศัยอยู่ละแวกใกล้เคียง ส่วนผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ในภาพรวมผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในระดับดีมาก ซึ่งดีกว่าผลการประเมินเว็บไซต์จากงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวไปข้างต้น จุดเด่นของงานวิจัยนี้คือมีการถ่ายทอดองค์ความรู้การใช้เว็บไซต์ให้กับชุมชนอย่างเป็นระบบ โดยใช้วิธีการจัดอบรมการใช้งานให้กับชุมชน รวมไปถึงลูกหลานในชุมชนนั้นๆ และจัดทำคู่มือการใช้งานให้กับตัวแทนชุมชน ทำให้สามารถพัฒนาเว็บไซต์ต่อไปภายหลังได้อย่างยั่งยืนแม้ผู้วิจัยถอนตัวออกจากชุมชนไปแล้ว

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์และศักยภาพของชุมชน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวคิดการพัฒนาเว็บไซต์ให้เกิดความยั่งยืน รูปแบบการจัดอบรมเพื่อถ่ายโอนความรู้ไปยังผู้ประกอบการและชุมชน

แอนนา พายุพัด และคณะ (2558) ได้ศึกษาวิเคราะห์และออกแบบระบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจ OTOP 3 - 5 ดาว พบว่าการออกแบบระบบที่ดีประกอบด้วย 7 กระบวนการหลักคือ 1) เข้าระบบ 2) ข้อมูลหลัก 3) แค็ตตาล็อกสินค้า 4) ตะกร้าสินค้า 5) บริหารข่าวสาร 6) ลงทะเบียนสมาชิก 7) เว็บบอร์ด กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 3 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวน 2 คน มีจุดเด่นคือการวิเคราะห์ระบบที่เหมาะสมเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจ OTOP 3 - 5 ดาว การจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อวิเคราะห์ความต้องการและการปรับปรุงสินค้า โดยเสนอว่าควรมีระบบสมาชิก ระบบสั่งซื้อ ระบบจัดการข้อมูลสินค้า ระบบดูรายการสินค้า ระบบข่าวสารและระบบค้นหาสินค้า ซึ่งระบบดังกล่าวนี้ใกล้เคียงกับระบบเว็บไซต์ใน

งานวิจัยของบุษราภรณ์ มัทธนชัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของผู้ดูแลระบบสารสนเทศและการบริหารจัดการสินค้า

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางการตัดสินใจเลือกใช้โปรแกรมเพื่อสร้างเว็บไซต์ร้านค้าสำเร็จรูป เนื่องจากมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับที่งานวิจัยนำเสนอ อีกทั้งยังนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบระบบข้อมูล ระบบสมาชิก ระบบสั่งซื้อสินค้าและการบริหารลูกค้า

ส่วนสุพิชญา เข้มทอง (2547) ศึกษาองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์สำหรับสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ เพื่อศึกษาลักษณะการใช้องค์ประกอบบนเว็บไซต์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการนำเสนอเนื้อหาข้อมูล ข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ ผู้วิจัยได้นำเสนอมาตรฐานการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมกับเว็บไซต์สินค้าผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ เช่น ควรใช้เนวิเกชันหลักเป็นแนวนอน จัดวางบริเวณด้านบนของเว็บเพจ ภาพประกอบในเว็บควรผสมกันระหว่างภาพถ่าย 70 เปอร์เซ็นต์ ภาพกราฟิก 30 เปอร์เซ็นต์และต้องเชื่อมโยงข้อมูลได้ ตัวอักษรที่ใช้เป็นหัวข้อควรมีลักษณะไม่เป็นการ ส่วนของข้อความควรมีลักษณะเป็นทางการเพื่อให้อ่านง่าย

อย่างไรก็ตามมีข้อจำกัดบางประการคือบางตัวแปรที่นักออกแบบและผู้บริโภคมีความเห็นไม่สอดคล้องกัน เนื่องจากผู้ใช้อาจมองในแง่ของความต้องการข้อมูลและวิธีนำเสนอที่น่าสนใจ ในขณะที่นักออกแบบทราบถึงการควบคุมตัวแปรในการแสดงผลที่ค่อนข้างยาก หรือตัวแปรทางการตลาดที่เจ้าของสินค้าจะเป็นผู้ตัดสินใจในการกำหนดบุคลิกของสินค้าและรูปแบบการนำเสนอ ทำให้บางครั้งนักออกแบบไม่สามารถสร้างสรรค์ผลงานตามที่ตนเองต้องการได้ทั้งหมด

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (interface design) การจัดวางตำแหน่งระบบเนวิเกชัน การจัดองค์ประกอบโครงสร้างเว็บเพจ การใช้สีโดยรวม และการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการนำเสนอข้อมูล อีกทั้งยังนำไปใช้ออกแบบเครื่องมือวิจัยในส่วนองแบบสัมภาษณ์

Sabiescu and others (2012) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการออกแบบเว็บไซต์ชุมชนอย่างยั่งยืนให้กับชนกลุ่มน้อยในประเทศโรมาเนีย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผสมผสานกับเทคนิควิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม โดย Sabiescu and others เลือกใช้โปรแกรม Drupal มาใช้พัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งมีระบบการจัดการเนื้อหาของเว็บไซต์คล้ายกับโปรแกรม Joomla ในงานวิจัยของปาณพัฒน์ รอดลมูล แต่พิจารณาเลือกใช้โปรแกรม Drupal เพราะมีระบบการจัดข้อมูลและการปรับแต่งอินเทอร์เน็ตเพชที่มีประสิทธิภาพกว่า จุดเด่นของงานวิจัยนี้คือ 1) การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกในชุมชนโดยใช้มุมมองเชิงชาติพันธุ์วรรณา การสังเกต การฝังตัว การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสมาชิกในชุมชนตั้งแต่การรวบรวมข้อมูลจนถึงการออกแบบเว็บไซต์ ทำให้ชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของประพัฒน์ อธิปัญจพงษ์ 2) การพัฒนาศักยภาพทางการสื่อสารของชุมชนให้เข้าใจสารที่ต้องการจะสื่อ พฤติกรรมผู้ใช้ การใช้และการแก้ปัญหาทาง

เทคโนโลยี 3) การพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนที่มีความยั่งยืน ซึ่งต้องประกอบด้วยโครงสร้างทางกายภาพ สังคมและเทคโนโลยี ความรู้และทักษะด้านดิจิทัลของชุมชน ตลอดจนต้นทุนทางสังคม

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อออกแบบวิธีการเก็บข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชน การผลิตและการแบ่งกลุ่มเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการผู้ใช้ แนวทางการจัดอบรม เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะด้านดิจิทัลให้กับตัวแทนชุมชน

Farooq and others (2005) ทำวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับชุมชนเพื่อการจัดการแหล่งต้นน้ำอย่างยั่งยืน วัตถุประสงค์สำคัญคือส่งเสริมชุมชนให้เรียนรู้ทักษะด้านดิจิทัลและบริหารจัดการเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน อีกประการหนึ่งคือการพัฒนาเว็บไซต์ SCWC (Spring Creek Watershed Community) เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน ให้ข้อมูลข่าวสาร และรณรงค์ให้ประชาชนเห็นความสำคัญของแหล่งต้นน้ำที่มีต่อคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชน จุดเด่นของงานวิจัยชิ้นนี้คือกระบวนการถ่ายโอนความรู้ การเรียนรู้ร่วมกับชุมชน และการดึงศักยภาพของคนในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบไม่ได้มีหน้าที่ควบคุมกระบวนการออกแบบ แต่ทำหน้าที่คอยประสานงาน ปล่อยให้ชุมชนควบคุมกระบวนการและสร้างการมีส่วนร่วมกันเองเป็นสำคัญ ผู้วิจัยพยายามนำเสนอแบบจำลองวงจรผู้เชี่ยวชาญและผู้เริ่มหัด (Expert – novice cycle) ซึ่งเป็นการสลับบทบาทหน้าที่และสร้างความยืดหยุ่นระหว่างผู้เชี่ยวชาญและผู้เริ่มหัด (ชุมชน) เพื่อสร้างบรรยากาศให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งจุดนี้ค่อนข้างแตกต่างจากงานวิจัยในประเทศที่ผู้เชี่ยวชาญมักมีบทบาทเป็นผู้นำและควบคุมกระบวนการออกแบบทั้งหมด

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางการรวบรวมข้อมูลวิจัย เช่น การเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากร โดยใช้แบบสัมภาษณ์และการสังเกตพฤติกรรมเพื่อออกแบบโครงสร้างเนื้อหา รวมถึงแนวทางการถ่ายโอนความรู้ให้ชุมชนระหว่างการพัฒนาเว็บไซต์ร่วมกัน

Huang (2015) ได้ศึกษาการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับการเรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT : information and communication technology) และความผูกพันกับชุมชน กรณีศึกษาชุมชนชนบทในประเทศไต้หวัน โดยใช้วิธีการเชิงคุณภาพ ผสมผสานกับเทคนิควิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เพื่อศึกษาวิธีการใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการเรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ข้อค้นพบที่โดดเด่นในงานวิจัยของ Huang ชิ้นนี้คือ

- 1) การใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเพื่อสอนทักษะด้านการใช้งานเว็บไซต์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพสูง
- 2) PunCar Action (ชื่อโครงการที่ทำหน้าที่เผยแพร่ความรู้ด้าน ICT ให้แก่ชุมชนชนบทในไต้หวัน) ใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้และการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ซึ่งทำให้ชุมชนสามารถเรียนรู้การใช้งานด้าน ICT ได้รวดเร็ว
- 3) เนื้อหาด้าน ICT ในคอร์สที่เปิดสอน (ระดับพื้นฐานและสูง) สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยเฉพาะผู้สูงอายุ สามารถใช้ ICT ได้คล่องแคล่วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ

งานวิจัยขั้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อออกแบบและวิธีการถ่ายทอดเนื้อหาในการจัดอบรมให้กับชุมชน เพื่อให้มีทักษะด้านการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์ได้อย่างยั่งยืน เต็มเต็มองค์ความรู้ที่ชุมชนต้องการได้อย่างเป็นระบบ รวมถึงการออกแบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้มีส่วนร่วมเพื่อหารูปแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสม

หลังจากทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยใช้ตารางการสังเคราะห์แบบเมตริกซ์ เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดกรอบแนวคิด คำถามและออกแบบการวิจัยได้อย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดตามตารางดังนี้

ตารางที่ 2 ตารางสังเคราะห์เพื่อการทบทวนวรรณกรรมเรื่องการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษา
1.ประพัฒน์ อธิปัญญาพงษ์ (2552)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ตัวแทนสมาชิกเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ใช้งานเว็บไซต์โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงและการสุ่มแบบง่าย	แบบสัมภาษณ์, แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์, แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา, แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้	เว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง	เว็บไซต์มีความเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหา (IOC = 0.97) ด้านการออกแบบ (IOC = 0.99) ผู้ใช้งานพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x} = 7.55$)
2.อัปสรรัชย์ น้ำทรง (2556)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	เกษตรกรสมาชิกกลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอและผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงและการสุ่มแบบง่าย	แบบสัมภาษณ์, การเรียนรู้, แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์, แบบประเมินความพึงพอใจ, แบบประเมินการเรียนรู้	เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างโอกาสทางการค้า, กลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอจังหวัดสมุทรสงคราม	เว็บไซต์มีความเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหา (IOC = 0.90) ด้านการออกแบบ (IOC = 0.80) ผู้ใช้งานพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$) การประเมินการเรียนรู้มีความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษา
3. ปาณพัฒน์ รอดลมูล (2552)	การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ผู้นำชุมชน, ชาวบ้าน, ผู้ใช้งานเว็บไซต์, เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์ เพื่อประเมินผลการพัฒนาเว็บไซต์	เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งชุมชน, ชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี	เว็บไซต์ใช้งานง่าย การแบ่งข้อมูลมีระบบและนำเสนอได้ชัดเจน ข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นมีประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน
4. พ้า วิไลข้า (2556)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์, ตัวแทนจากพิพิธภัณฑ์และผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงและการสุ่มแบบง่าย	แบบสัมภาษณ์, แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและการออกแบบเว็บไซต์, แบบประเมินความพึงพอใจ	เว็บไซต์, พิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลก	พบปัญหาการแสดงผลเว็บไซต์บนเบราว์เซอร์ที่ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เนื้อหาสามารถสืบค้นได้จากรายการชื่อวัตถุ รายการคำค้นและรายการประเภทวัตถุ โดยผู้ใช้งานพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$)
5. บุชราภรณ์ มหัทธนะชัย (2552)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ผู้นำชุมชน, ชาวบ้าน, เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐและผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์, แบบประเมินคุณภาพระบบ, แบบประเมินความพึงพอใจ	ระบบสารสนเทศ (เว็บไซต์), ผลิตภัณฑ์ OTOP ของตำบลสะลวง อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่	ชุมชนไม่มีทุนสนับสนุนการประชาสัมพันธ์สินค้า ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม โดยผู้ใช้งานพึงพอใจในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.50$)

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษา
6.แอนนา พายุพัท และคณะ (2558)	การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method)	ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบเว็บไซต์ พาณิชย อิเล็กทรอนิกส์ และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ OTOP โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์, แบบประเมิน กระบวนการ และโครงสร้าง เพิ่มข้อมูล ภายในระบบ เว็บไซต์	เว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับธุรกิจ OTOP 3 – 5 ดาว, ผู้ใช้งาน เว็บไซต์	กระบวนการ และโครงสร้าง เพิ่มข้อมูล ภายในระบบ เว็บไซต์มีความเหมาะสม (IOC มีค่าระหว่าง 0.6 - 1)
7.สุพิชญา เข้มทอง (2547)	การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research)	เว็บไซต์สินค้า ประเภทผลิตภัณฑ์ ธรรมชาติ, ผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์, นักออกแบบเว็บไซต์ และ ผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	ตารางวิเคราะห์คุณลักษณะของเว็บไซต์ตัวอย่าง, แบบสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญและ นักออกแบบ, แบบสัมภาษณ์ ผู้ใช้งานเว็บไซต์	เงื่อนไขการเลือกใช้อองค์ประกอบ การออกแบบเว็บไซต์, แนวคิดผู้ใช้งานเว็บไซต์	เว็บไซต์ควรเชื่อมโยงแบบลำดับขั้น เนื้อหาไม่ควรแบ่งเกิน 3 คอลัมภ์ ภาพประกอบควรผสมกันระหว่างภาพถ่ายและภาพกราฟิก โครงสีควรสื่อถึงความผ่อนคลาย
8.Sabiescu and others (2012)	การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ผู้นำชุมชน, สมาชิกชุมชน, ผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์, ผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	แบบสัมภาษณ์, แบบทดสอบ Card Sorting เพื่อออกแบบโครงสร้างข้อมูล	เว็บไซต์ชุมชน, ชนกลุ่มน้อยในประเทศ โรมาเนีย	การใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมทำให้ชุมชนเกิดสมดุลระหว่างสารที่ต้องการ ถ่ายทอดและ ความต้องการของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และชุมชนบริหารเว็บไซต์ได้อย่างยั่งยืน

ชื่อผู้แต่ง	วิธีดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม	เครื่องมือที่ใช้	ตัวแปรที่ใช้ศึกษา	ผลการศึกษา
9. Farooq and others (2005)	การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ผู้นำชุมชน, อาสาสมัครชุมชน, ผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	แบบบันทึกการสังเกต, แบบสัมภาษณ์	เว็บไซต์ชุมชน, ชุมชนเพื่อการจัดการแหล่งต้นน้ำสปริงครีก (Spring Creek Watershed Community)	การออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมช่วยให้เกิดกระบวนการฝึกฝนทางปัญญา (cognitive apprenticeship) และเสริมสร้างพื้นที่รอยต่อพัฒนาการ (zone of proximal development)
10. Huang (2015)	การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR)	ผู้นำชุมชน, สมาชิกชุมชน, ผู้บริหารโครงการ Puncar, นักเรียนโครงการ Puncar โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง	แบบบันทึกการสังเกต, แบบสัมภาษณ์	การเรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) และความผูกพันกับชุมชน, ชุมชนชนบทในประเทศไต้หวัน	การบูรณาการกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมในการสอน ช่วยยกระดับการเรียนรู้ทักษะด้าน ICT และการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมาย ความเหมาะสมของกิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

สรุปการทบทวนวิจัยเรื่องการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วมพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่มีรูปแบบกระบวนการวิจัยที่คล้ายคลึงกันคือ การศึกษาสภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์และความต้องการของชุมชนเป็นอันดับแรก โดยนิยมใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกหรือการสนทนากลุ่มเป็นหลัก การวิเคราะห์ SWOT และค้นหาความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าเพื่อใช้แนวทางการออกแบบ การกำหนดองค์ประกอบด้านการสื่อความหมาย โครงสร้าง รูปภาพประกอบ กราฟิก สีและตัวอักษร มักเชื่อมโยงกับแนวคิดเชิงอนุรักษ์ท้องถิ่น สะท้อนวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยส่วนใหญ่ใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสานเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะข้อมูลที่ต้องการ เนื่องจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมค่อนข้างซับซ้อนและมีหลายขั้นตอน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มแบบเจาะจง โดยตั้งเกณฑ์ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและมีความต้องการเข้าร่วมโครงการอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องพร้อมให้ความร่วมมือกับผู้วิจัย เพราะผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนจนถึงการติดตามและประเมินผล ในขณะที่ผู้มีส่วนร่วมนั้นมักกำหนดเป็นผู้ประกอบการ ชุมชน ลูกค้านักออกแบบ อย่างไรก็ตามนักวิจัยบางท่านเล็งเห็นว่าควรเพิ่มเติมในส่วนของผู้แทนจากภาครัฐและนักวิชาการด้านการออกแบบ

ด้านเครื่องมือวิจัยจะใช้แบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมและการประเมินความพึงพอใจต่อตราสินค้า โดยแบบประเมินจะเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) จากนั้นจึงนำมาหาค่าเฉลี่ย ซึ่งความพึงพอใจต่อผลงานการออกแบบในทุกโครงการวิจัยจะอยู่ในระดับพึงพอใจมากถึงมากที่สุด และผลงานออกแบบตราสินค้าที่ได้จากโครงการวิจัยจะถูกนำไปผลิตจริง ในบางโครงการวิจัยมีการวางแผนการออกแบบให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และการจดทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าและสินทรัพย์ของผู้ประกอบการอีกด้วย

ในส่วนของการทบทวนงานวิจัยด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า จุดเริ่มต้นของการออกแบบเว็บไซต์ส่วนใหญ่เกิดจากความต้องการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และการขยายช่องทางการขายให้สอดคล้องกับบริบทยุคดิจิทัล รูปแบบกระบวนการวิจัยจะใกล้เคียงกับการออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วม กล่าวคือเริ่มต้นจากการศึกษาสภาพปัญหาและข้อมูลพื้นฐานของชุมชน อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะให้ความสำคัญกับการรวบรวมเนื้อหาและแบ่งโครงสร้างข้อมูลเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงกำหนดความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์กับชุมชนและผู้มีส่วนร่วมอื่นๆ การทำแผนผังเว็บไซต์ ระบบเนวิเกชัน การผลิตเนื้อหา โครงสร้างเว็บไซต์ การใช้รูปภาพ กราฟิก สีและตัวอักษร

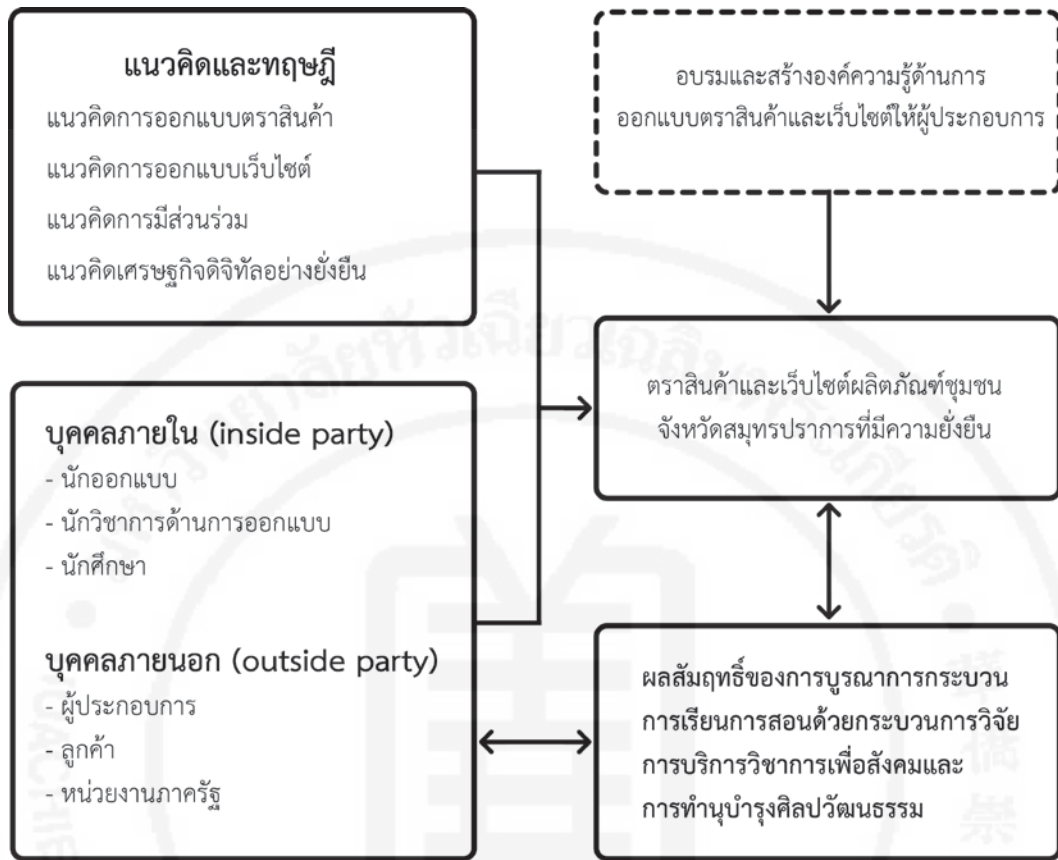
วิธีการวิจัยจะมีทั้งเชิงผสมผสานและคุณภาพ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเว็บไซต์ เช่น หากเป็นเว็บไซต์ขายสินค้า ให้ความสำคัญกับการประเมินผล นิยมใช้วิธีการเชิงผสมผสาน แต่ถ้า

เป็นเว็บไซต์ชุมชนหรือส่งเสริมการเรียนรู้ มักเลือกใช้วิธีการเชิงคุณภาพ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างมีทั้งการสุ่มแบบเจาะจงและสุ่มแบบง่าย โดยเลือกเจาะจงทำเว็บไซต์ให้ผลิตภัณฑ์เพียงผลิตภัณฑ์เดียว แตกต่างจากโครงการวิจัยเพื่อออกแบบตราสินค้าที่จะร่วมพัฒนาตราสินค้าของหลายๆ ผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกัน เนื่องจากการพัฒนาเว็บไซต์ใช้เวลานาน มีรายละเอียด ขอบเขตเนื้อหา และขั้นตอนที่ยุ่งยากกว่า

เครื่องมือวิจัยที่ใช้มีทั้งตารางวิเคราะห์เว็บไซต์ แบบทดสอบ แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสังเกตและแบบประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการประเมินผลเว็บไซต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการใช้งานและการค้นหาข้อมูล ดังนั้นจึงต้องมีการให้ผู้ใช้เว็บไซต์ได้ทดลองใช้งานจริง จากนั้นผู้วิจัยนำกลับมาแก้ไขข้อบกพร่องตามคำแนะนำจากผู้ใช้ และพัฒนาเว็บไซต์จนกว่าจะได้ผลการประเมินที่น่าพอใจ จากนั้นจึงนำเว็บไซต์ไปเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สิ่งสำคัญคือหลังจากผู้วิจัยร่วมพัฒนาเว็บไซต์กับชุมชนเสร็จแล้ว จะต้องมีการอบรมถ่ายโอนความรู้ลงไปสู่ชุมชนด้วย เพื่อให้ชุมชนสามารถใช้งานและพัฒนาเว็บไซต์ต่อไปได้แม้ผู้วิจัยจะถอนตัวออกจากชุมชนแล้วก็ตาม ทำให้เกิดกระบวนการการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนที่แท้จริง

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงนำองค์ความรู้ที่ได้มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 : กรอบแนวคิดการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน” เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR : Participatory Action Research) และใช้การวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (mixed method) โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการที่ผู้ประกอบการเข้าร่วมสัมมนาโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ณ โรงแรมเบย์ จำนวน 16 ผลิตภัณฑ์ และผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการที่ผู้ประกอบการเข้าร่วมสัมมนาโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ณ โรงแรมเบย์ จัดโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 16 ผลิตภัณฑ์

1.2 ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการ ลูกค้าประจำ นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 30 คน และนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 ในภาคเรียนที่ 1/2560 และการออกแบบเว็บไซต์ ในภาคเรียนที่ 2/2560 จำนวน 11 คน (ทั้ง 2 รายวิชาเป็นนักศึกษากลุ่มเดียวกัน) รวมทั้งสิ้น 41 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการและตรงตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

2.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามจุดมุ่งหมาย (purposive sampling) ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- 1) ที่ตั้งหรือแหล่งผลิตอยู่ในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร และทุนแรงงานในชุมชนเป็นหลัก
- 2) ผู้ประกอบการมีความพร้อมที่จะร่วมออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

3) ยินดีสละเวลาเพื่อการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม

จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์

ที่	ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
1	ขนมจากใจ	อาหาร
2	ป่าใหม่ข้าวต้มมัด	อาหาร
3	กุ่มเหยียดป่าสมใหม่	อาหาร
4	บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก	อาหาร
5	ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ	เครื่องใช้

2.2 ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

1) กลุ่มบุคคลภายใน (inside party) หมายถึงบุคคลภายในวิชาชีพด้านการออกแบบ ประกอบด้วยนักออกแบบที่มีประสบการณ์การออกแบบมาไม่ต่ำกว่า 5 ปี นักวิชาการด้านการออกแบบที่มีประสบการณ์การสอนในระดับสถาบันอุดมศึกษามาไม่ต่ำกว่า 5 ปี และนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 ในภาคเรียนที่ 1/2560 และการออกแบบเว็บไซต์ ในภาคเรียนที่ 2/2560

2) กลุ่มบุคคลภายนอก (outside party) หมายถึงบุคคลภายนอกวิชาชีพด้านการออกแบบ ประกอบด้วยผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้าประจำที่ซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ หรือองค์การบริหารจังหวัดสมุทรปราการ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินความสอดคล้องและแบบประเมินความพึงพอใจ โดยผู้วิจัยแยกเครื่องมือตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์
- 2) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

3) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

3.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 1) แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า
- 2) แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์
- 3) แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้า
- 4) แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบเว็บไซต์
- 5) แบบประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ

3.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 1) แบบประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้
- 2) แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

4.1 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ซึ่งถือเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่มและการประชุมเชิงปฏิบัติการกับผู้มีส่วนร่วม เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหา สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

2) ข้อมูลจากการประเมินโดยผู้มีส่วนร่วม เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ ความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ ผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ของนักศึกษา

4.2 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร เป็นการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ด้วยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำราและงานวิจัย รวมถึงเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้

เพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวทางการออกแบบตราสินค้า การจัดโครงสร้างเนื้อหา ระบบเนวิเกชัน ระบบบริหารจัดการสินค้าและรูปแบบเว็บไซต์

5. การแปลผล

5.1 เกณฑ์การแปลผลความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า โดยใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item – Objective Congruence) มีรายละเอียดต่อไปนี้

กำหนดคะแนนของผู้มีส่วนร่วมเป็น -1 หรือ 0 หรือ +1 ดังนี้

คะแนน	ระดับความสอดคล้อง
+1	แน่ใจว่ารูปแบบตราสินค้ามีความสอดคล้อง
0	ไม่แน่ใจ
-1	แน่ใจว่ารูปแบบตราสินค้าไม่มีความสอดคล้อง

ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ในกรณีที่ค่าดัชนีความสอดคล้องน้อยกว่าระดับ 0.50 ต้องทำการปรับรูปแบบตราสินค้าเพิ่มเติมตามข้อเสนอแนะและนำไปประเมินใหม่

5.2 เกณฑ์การแปลผลความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ โดยใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item – Objective Congruence) มีรายละเอียดต่อไปนี้

กำหนดคะแนนของผู้มีส่วนร่วมเป็น -1 หรือ 0 หรือ +1 ดังนี้

คะแนน	ระดับความสอดคล้อง
+1	แน่ใจว่ารูปแบบเว็บไซต์มีความสอดคล้อง
0	ไม่แน่ใจ
-1	แน่ใจว่ารูปแบบเว็บไซต์ไม่มีความสอดคล้อง

ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ในกรณีที่ค่าดัชนีความสอดคล้องน้อยกว่าระดับ 0.50 ต้องทำการปรับรูปแบบเว็บไซต์เพิ่มเติมตามข้อเสนอแนะและนำไปประเมินใหม่

5.3 เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้า ใช้แบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังนี้

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน	ความหมาย
5	พึงพอใจต่อตราสินค้ามากที่สุด
4	พึงพอใจต่อตราสินค้ามาก
3	พึงพอใจต่อตราสินค้าปานกลาง
2	พึงพอใจต่อตราสินค้าน้อย
1	พึงพอใจต่อตราสินค้าน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้า พิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยที่ผู้มีส่วนร่วมได้ให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
4.51 – 5.00	พึงพอใจต่อตราสินค้ามากที่สุด
3.51 – 4.50	พึงพอใจต่อตราสินค้ามาก
2.51 – 3.50	พึงพอใจต่อตราสินค้าปานกลาง
1.51 – 2.50	พึงพอใจต่อตราสินค้าน้อย
1.00 – 1.50	พึงพอใจต่อตราสินค้าน้อยที่สุด

5.4 เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจของรูปแบบเว็บไซต์ ใช้แบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังนี้

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน	ความหมาย
5	พึงพอใจต่อเว็บไซต์มากที่สุด
4	พึงพอใจต่อเว็บไซต์มาก
3	พึงพอใจต่อเว็บไซต์ปานกลาง
2	พึงพอใจต่อเว็บไซต์น้อย
1	พึงพอใจต่อเว็บไซต์น้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนความพึงพอใจของรูปแบบเว็บไซต์ พิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยที่ผู้มีส่วน
ร่วมได้ให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
4.51 – 5.00	พึงพอใจต่อเว็บไซต์มากที่สุด
3.51 – 4.50	พึงพอใจต่อเว็บไซต์มาก
2.51 – 3.50	พึงพอใจต่อเว็บไซต์ปานกลาง
1.51 – 2.50	พึงพอใจต่อเว็บไซต์น้อย
1.00 – 1.50	พึงพอใจต่อเว็บไซต์น้อยที่สุด

5.5 เกณฑ์ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ ใช้แบบ
ประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ต (Likert
Scale) ดังนี้

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน	ความหมาย
5	มีความรู้และความเข้าใจมากที่สุด
4	มีความรู้และความเข้าใจมาก
3	มีความรู้และความเข้าใจปานกลาง
2	มีความรู้และความเข้าใจน้อย
1	มีความรู้และความเข้าใจน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ พิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยที่ผู้เรียนได้
ให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
4.51 – 5.00	มีความรู้และความเข้าใจมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความรู้และความเข้าใจมาก
2.51 – 3.50	มีความรู้และความเข้าใจปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความรู้และความเข้าใจน้อย
1.00 – 1.50	มีความรู้และความเข้าใจน้อยที่สุด

ทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยก่อนการเรียนรู้และหลังการเรียนรู้ โดย
กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.6 เกณฑ์ประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ ใช้แบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังนี้

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน	ความหมาย
5	มีความรู้และความเข้าใจมากที่สุด
4	มีความรู้และความเข้าใจมาก
3	มีความรู้และความเข้าใจปานกลาง
2	มีความรู้และความเข้าใจน้อย
1	มีความรู้และความเข้าใจน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ พิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยที่ผู้เรียนได้ให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
4.51 – 5.00	มีความรู้และความเข้าใจมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความรู้และความเข้าใจมาก
2.51 – 3.50	มีความรู้และความเข้าใจปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความรู้และความเข้าใจน้อย
1.00 – 1.50	มีความรู้และความเข้าใจน้อยที่สุด

ทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยก่อนการเรียนรู้และหลังการเรียนรู้ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยแยกประเด็นการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ด้านตามวัตถุประสงค์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1 แนวทางการวิเคราะห์ด้านสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ซึ่งได้จากการศึกษาภาคเอกสาร (document research) เพื่อกำหนดเป็นแนวทางการกำหนดรูปแบบเว็บไซต์

6.2 แนวทางการวิเคราะห์ด้านการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน โดยวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ด้วยวิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item – Objective Congruence) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประมวลผลความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์

ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์การประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ โดยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่ผู้ประกอบการได้รับการอบรมและนำเว็บไซต์ไปใช้งาน การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ โดยใช้การทดสอบ 2 กลุ่มไม่อิสระจากกัน (paired t - test)

6.3 แนวทางการวิเคราะห์ด้านการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่นักศึกษาเรียนรู้ด้วยกระบวนการบูรณาการ การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยใช้การทดสอบ 2 กลุ่มไม่อิสระจากกัน (paired t - test) แล้วนำมาประมวลผลร่วมกับการสัมภาษณ์

7. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ติดต่อผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ดังนี้

7.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สกันธ์ ภู่งามดี ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะและการออกแบบสื่อสาร

วุฒิการศึกษา

- การศึกษาศาสตรบัณฑิต (ศิลปศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน
- ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ทัศนศิลป์ – ศิลปะสมัยใหม่) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
- ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วัฒนธรรมศาสตร์) สำนักวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

7.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาจ พุกสวัสดิ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารดิจิทัล

วุฒิการศึกษา

- ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาฝรั่งเศส) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ศิลปศาสตรบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

7.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา ทิมเมือง ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ภาษาและการสื่อสาร

วุฒิการศึกษา

- อักษรศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) (ภาษาไทย) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นำแบบประเมินคุณภาพเครื่องมือวิจัยไปเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item – Objective Congruence) ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ในกรณีที่ค่าดัชนีความสอดคล้องน้อยกว่าระดับ 0.50 ต้องทำการปรับเครื่องมือวิจัยตามข้อเสนอแนะและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินใหม่

8. การดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยโดยยึดกรอบแนวคิดกระบวนการการมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

8.1 การมีส่วนร่วมในการวางแผน

1) วางแผนการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

2) วิเคราะห์ผู้เรียนด้วยการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อศึกษาความต้องการต่อรูปแบบการจัดกระบวนการเรียนการสอน จากนั้นจึงให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย หลักการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ แนวคิดการสื่อสาร การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมและเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

3) ให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวางแผนทำงานวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ

4) ติดต่อไปยังผู้ประกอบการที่เข้าร่วมสัมมนาโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ ณ โรงแรมเบย์ และแสดงเจตจำนงเข้าร่วมโครงการวิจัย ทั้งนี้เพื่อแจ้งเงื่อนไขของการมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์

5) คัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามจุดมุ่งหมาย จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์

6) สร้างความสัมพันธ์กับชุมชนโดยการเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน ลงพื้นที่เพื่อไปพบกับบุคคลต่างๆ ในชุมชนที่มีส่วนสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัย พูดคุยแนะนำตัวเองเพื่อให้ทุกฝ่ายได้ทราบวัตถุประสงค์ รวมไปถึงการสำรวจและศึกษาชุมชนเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านต่างๆ เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ แหล่งทรัพยากรและวิถีชีวิต

7) ออกแบบเครื่องมือวิจัยแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพ และนำไปทดสอบกับกลุ่มบุคคลอื่นที่มีคุณลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย เพื่อนำข้อบกพร่องมาแก้ไขปรับปรุงต่อไป

8) ติดต่อผู้มีส่วนร่วมที่เป็นบุคคลภายในวิชาชีพ คือ นักออกแบบเว็บไซต์ นักวิชาการ และนักศึกษาด้านการออกแบบ และผู้มีส่วนร่วมที่เป็นบุคคลภายนอกวิชาชีพ คือ ผู้ประกอบการลูกค้าประจำและตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ

8.2 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

1) ติดต่อผู้มีส่วนร่วมทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ นักศึกษาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 และการออกแบบเว็บไซต์ เข้าร่วมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของผลิตภัณฑ์ จากนั้นร่วมกันสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบตราสินค้า เรียงลำดับข้อมูลในการกำหนดโครงสร้าง ขอบเขตเนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์

2) ร่วมกันจัดทำแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) เพื่อกำหนดรูปแบบการเชื่อมโยงเนื้อหาเมนูและระบบเนวิเกชันภายในเว็บไซต์

3) ร่วมกันสรุปความต้องการ แนวทางการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ เช่น แนวคิด การจัดองค์ประกอบ ตัวอักษร การใช้สี ภาพประกอบและภาพกราฟิก

8.3 การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

1) ออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ จำนวน 6 รูปแบบ (ตราสินค้า 3 รูปแบบและเว็บไซต์ 3 รูปแบบ) โดยแต่ละแบบต้องสะท้อนความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

2) นำตราสินค้าและเว็บไซต์ทั้ง 6 รูปแบบ ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินโดยใช้แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้าและแบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์

3) เลือกรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนรวมมากที่สุด

4) ปรับปรุงแก้ไขตราสินค้าและเว็บไซต์ตามข้อเสนอแนะและพัฒนาจนเสร็จสมบูรณ์

8.4 การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

1) นำตราสินค้าและเว็บไซต์ไปให้ผู้มีส่วนร่วมประเมิน ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้าและแบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบเว็บไซต์ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน นำผลที่ได้ชี้แจงกับผู้มีส่วนร่วม หากผลการประเมินผ่านเกณฑ์ ผู้วิจัยและผู้ประกอบการนำตราสินค้าไปใช้ ทำการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ร่วมกัน

2) จัดอบรมและสร้างองค์ความรู้ด้านออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน และการบริหารจัดการเว็บไซต์สำเร็จรูปให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องแม้ผู้วิจัยจะถอนตัวออกจากชุมชนไปแล้ว และสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน จากนั้นประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้งานของผู้ประกอบการหลังจากเริ่มเผยแพร่เว็บไซต์ไป 6 เดือน โดยใช้สถิติ paired t – test

3) ประเมินผลสัมฤทธิ์กับนักศึกษาที่ลงทะเบียนรายวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 และการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 11 คน ด้วยแบบประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ แล้ว

เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาโดยใช้สถิติ paired t - test จากนั้นสัมภาษณ์
ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อ
สังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม



บทที่ 4

ผลการสำรวจสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์

การสำรวจสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์เป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัยเรื่อง ”ออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน” ผู้วิจัยได้สำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้มีส่วนร่วม ปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชน สภาพทั่วไปของกิจการในการดำเนินงาน เช่น องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ กระบวนการผลิต การตลาด การนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาต่อยอดในการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ตลอดจนความต้องการในรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชนและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน มีข้อค้นพบที่โดดเด่นดังต่อไปนี้

1. กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมต้องเริ่มจากประเด็นปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสำคัญ เพราะหากการออกแบบนั้นเป็นความต้องการของผู้ออกแบบเป็นหลัก โดยไม่ได้สะท้อนปัญหาหรือเกิดจากความต้องการของผู้ประกอบการที่แท้จริง จะทำให้งานออกแบบนั้นไม่สามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุดและขาดการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง

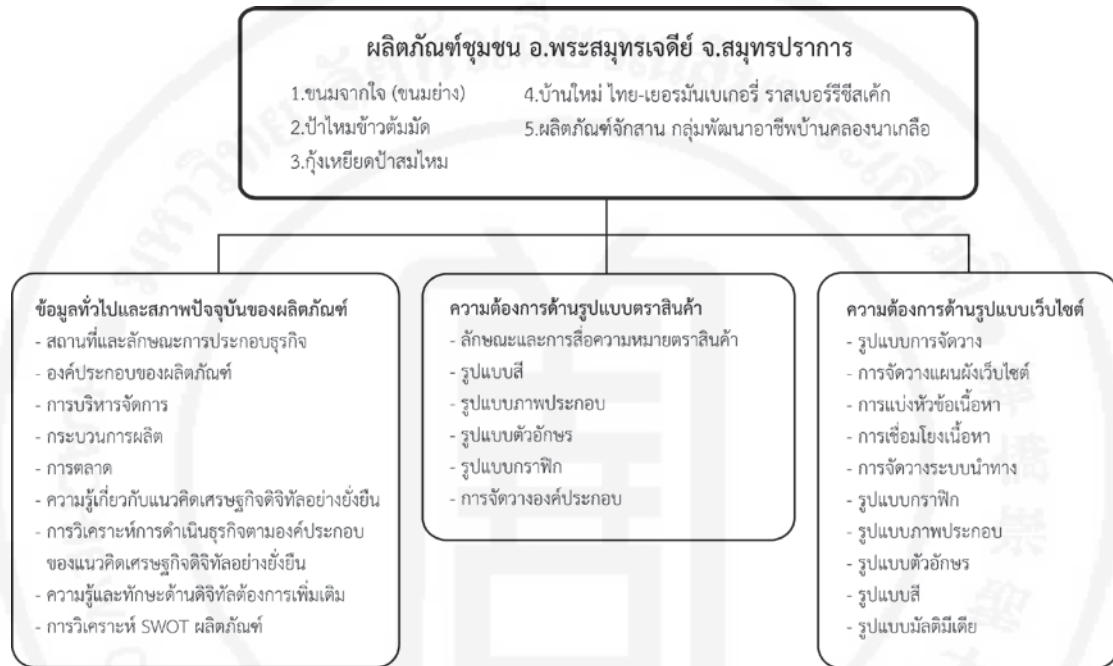
2. ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังขาดความพร้อมในการแข่งขันทางการตลาด ดังนั้นการที่ผู้วิจัยและนักศึกษาเข้าไปให้ความรู้ ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเป็นหลักการนำทาง ทำให้ผู้ประกอบการมีกำลังใจในการทำธุรกิจต่อไปในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (ผู้ประกอบการบางผลิตภัณฑ์เกือบจะเลิกทำธุรกิจต่อ เพราะไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ แต่ตัดสินใจทำธุรกิจต่อหลังจากผู้วิจัยเข้าไปช่วยพัฒนาตราสินค้าและเว็บไซต์) ซึ่งการพัฒนาตราสินค้าและเว็บไซต์ถือเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในภาคธุรกิจ

3. จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองเพื่อการแข่งขันบนโลกดิจิทัลและความยั่งยืนในการทำธุรกิจ การผลักดันของรัฐบาลไทยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล ตลอดจนความศรัทธาในปรัชญาการพัฒนาอย่างยั่งยืนของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช จึงสนใจที่จะน้อมนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ในกิจการของตนเอง

4. ปัญหาหลักของผู้ประกอบการคือการนำเสนอความต้องการในรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ เนื่องจากผู้ประกอบการหลายท่านไม่มีความรู้ด้านการออกแบบ จึงทำให้การสื่อสารตลาดเคลื่อนและไม่สามารถแสดงความคิดเห็นใดๆ ได้ ดังนั้นผู้วิจัยและนักศึกษาจำเป็นต้องให้ความรู้และคำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและสะท้อนความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ

5. หลังจากศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า

- 1) จุดแข็ง คือวัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น ราคาถูกและสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้
- 2) จุดอ่อน คือสินค้ามีอายุการเก็บรักษาสั้น ขาดตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม
- 3) โอกาส คือการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (ชาติรี บัควลี. 2557 : 42) เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่รัฐบาลพยายามผลักดันให้วิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชนต่างๆ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้สามารถขายสินค้าออนไลน์
- 4) อุปสรรค คือสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว มีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก



ภาพที่ 2 ผังสรุปผลการสำรวจสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

1. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.1 ผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนม揚)

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนม揚) ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

(1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

- 1) เป็นวิสาหกิจชุมชนประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร
- 2) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน วันศุกร์ที่ 30 มิถุนายน และวันอังคารที่

18 กรกฎาคม 2560

- 3) ผู้ให้สัมภาษณ์คือ นางช่อนกลิ่น บุญแ่ม (ผู้ประกอบการ)

(2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ

1) ที่ตั้ง เลขที่ 46 ม.2 ต.แหลมฟ้าผ่า อ. พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ 10290

2) รูปแบบธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว แต่มีสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและคนในครอบครัวช่วยกันผลิต

- 3) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 2 ปี
- 4) จำนวนรูปแบบผลิตภัณฑ์ 1 รูปแบบ

(3) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

1) ผลิตภัณฑ์หลัก: ขนมย่าง

2) ลักษณะผลิตภัณฑ์: ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติทั้งหมด เช่น แป้งขาว มะพร้าว ทินทิก ซึ่งเป็นมะพร้าวที่ไม่มีกลิ่นและใบจาก

3) ส่วนเสริมของผลิตภัณฑ์: ไม่มี

4) สิ่งที่คาดหวังจากผลิตภัณฑ์: ต้องการวางขายตามร้านสะดวกซื้อ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายขึ้น ต้องการทำให้เหมือนกับอาหารแช่เย็นตามร้านสะดวกซื้อ เมื่อต้องการทานก็สามารถอุ่นไมโครเวฟได้หรือเก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อทานภายหลังได้ (สะดวกต่อการรับประทาน)

5) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์: ขอบมาตรฐาน OTOP 5 ดาวและมีเครื่องหมาย ออย.

(4) การบริหารจัดการ

1) โครงสร้างการบริหาร: มีโครงสร้างการบริหารชัดเจน แบ่งเป็นประธานกลุ่มและสมาชิก ใช้หลักการบริหารจัดการแบบพึ่งพาอาศัยสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2) การบริหารจัดการการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต: มีพัฒนาชุมชนจังหวัดช่วยวางแผนและหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ อย่างไรก็ตามวัตถุดิบที่หาได้ในปัจจุบันทำให้ขนมไม่หอมเท่าที่ควร

3) การบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงิน: มีการทำบัญชีรายเดือน แต่ไม่ละเอียดเท่าใดนัก

(5) กระบวนการผลิต

มีกระบวนการผลิตที่ชัดเจน แบ่งกำลังคนผลิตตามความถนัด เช่น ผสมแป้งและห่อ แต่บ่อยครั้งที่ไม่สามารถวางแผนกระบวนการผลิตได้ เนื่องจากบางครั้งปริมาณการสั่งไม่แน่นอน และวัตถุดิบต่างๆ ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน ส่วนแนวทางการปรับปรุงการผลิตโดยมากจะเป็นการฟังความคิดเห็นจากกลุ่มลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่คือชาวบ้านในชุมชน โดยสินค้าจะผลิตและวางขายหน้าร้าน (สถานที่เดียวกัน) หากมียอดสั่งจากที่อื่นหากมีปริมาณมากก็จัดส่งโดยใช้รถยนต์ หากปริมาณน้อยลูกค้าจะมารับเอง

(6) การตลาด

- 1) ช่องทางการจัดจำหน่าย: วางขายหน้าร้าน ออกบูทแสดงสินค้าตามงาน OTOP ที่เมืองทองธานีและในจังหวัดสมุทรปราการ
- 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย: ชาวบ้านในชุมชน
- 3) การส่งเสริมการตลาด: ไม่มี
- 4) การตอบรับทางการตลาด: หากออกบูทแสดงสินค้าในงานต่างๆ จะได้รับการตอบรับค่อนข้างดี
- 5) การเติบโตและยอดขาย: ปานกลาง

(7) ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

- 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: มีความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำรัสของในหลวง การสร้างรายได้ภายในท้องถิ่น พยายามปฏิบัติตามภายใต้ 3 ห่วง 2 เงื่อนไข (พอประมาณ มีเหตุผลและมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ควบคู่ไปกับความรู้และคุณธรรม)
- 2) ช่องทางการรับรู้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: สื่อ ข่าวสารต่างๆ และการเข้าอบรมจากหน่วยงานภาครัฐ
- 3) เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาใช้ปฏิบัติในธุรกิจ: รักพระองค์ (ในหลวงรัชกาลที่ 9) ท่านสอนในการใช้ชีวิตในการอยู่อย่างพอเพียงได้อย่างมีความสุข เน้นในการช่วยเหลือตัวเอง พยายามแสวงหาความรู้ถ้าเทคโนโลยีเข้ามาให้ปรับตัว ท่านสอนให้มีความยั่งยืน ความยั่งยืนคือการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา แต่ไม่เกินตัว

(8) การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

- 1) องค์ความรู้: มีความรู้ด้านการผลิตมาจากอดีตที่เคยช่วยญาติในการทำขนมในงานบุญต่างๆ ผสมกับการลองผิดลองถูกให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ เน้นการใช้วัตถุดิบและสารปรุงแต่งจากธรรมชาติ ซึ่งตอบสนองกับแนวคิดรักษาสุขภาพที่กำลังนิยมในปัจจุบันเป็นอย่างดี ต้องการนำองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยให้มีกำไรมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังขาดความรู้ทางด้านนี้
- 2) การศึกษาและการบูรณาการความรู้: เคยเข้าอบรมด้านการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้าง แต่ไม่ค่อยเข้าใจเท่าใดนัก ส่วนใหญ่มักให้ลูกจัดการทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล
- 3) ความคิดสร้างสรรค์ : อาศัยหลักความคิดสร้างสรรค์ ทดลองสูตรผสมใหม่ๆ การเลือกวัตถุดิบ มะพร้าว ใบจาก ช่วงเวลาเก็บเกี่ยว ซึ่งสะสมมาหลายชั่วอายุคน ทำให้สามารถพัฒนาความรู้จนต่อยอดเป็นธุรกิจของตนเองได้
- 4) ทักษะด้านดิจิทัล: มีน้อยมาก

5) การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล: ที่บ้านมีอินเทอร์เน็ต แต่ไม่ค่อยได้นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เท่าใดนัก ส่วนใหญ่จะเป็นลูกหลานในบ้านใช้ทำกิจกรรมอย่างอื่นมากกว่า

6) การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม: ไม่มี แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต้องการนำเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์หรือนวัตกรรมทางการถนอมอาหารให้สามารถเก็บรักษาและคงความสดได้นานขึ้น

(9) ความรู้และทักษะด้านดิจิทัลที่ท่านต้องการเพิ่มเติม

- 1) การใช้งานเว็บไซต์: ต้องการ
- 2) การบริหารจัดการเว็บไซต์: ต้องการ
- 3) การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์: ต้องการ
- 4) การสื่อสารการตลาดออนไลน์: ต้องการ

(10) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของผลิตภัณฑ์

Strengths: จุดแข็ง	Weaknesses: จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนไม่สูง เนื่องจากใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ใบจากไม่ต้องซื้อ มะพร้าวที่ใช้ก็เป็นมะพร้าวท้องถิ่น - มีส่วนผสมที่เข้มข้น ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติล้วนและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ - ไม่มีการแต่งกลิ่น เช่น มะพร้าวทึนทึก, ผู้ผลิตมีความชำนาญ - ผู้ประกอบการมีความชำนาญในการผลิตและปรับปรุงสูตรอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่สามารถเก็บได้นาน - กลิ่นไม่หอมเหมือนสารแต่งกลิ่น เนื่องจากใช้มะพร้าวทึนทึก
Opportunities: โอกาส	Threats: อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริโภคปัจจุบันนิยมอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ - ผู้ประกอบการมีผู้สืบทอดเป็นคนรุ่นใหม่ มีทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ดี - มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่สามารถควบคุมคุณภาพวัตถุดิบได้ - กำลังคนผลิตบางครั้งไม่เพียงพอเพราะติดงานประจำ บางครั้งการขายตามงานแสดงสินค้าเป็นวันเสาร์และอาทิตย์ แต่สมาชิกในกลุ่มก็ติดภารกิจ - เศรษฐกิจชะลอตัว



ภาพที่ 3 การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง)

1.2 ผลิตภัณฑ์ป่าไผ่หมักข้าวต้มมัด

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ป่าไผ่หมักข้าวต้มมัดตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

(1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

- 1) เป็นธุรกิจครัวเรือนประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร
- 2) สัมภาษณ์เมื่อวันอังคารที่ 27 มิถุนายน วันศุกร์ที่ 30 มิถุนายน และวันอังคารที่ 18 กรกฎาคม 2560
- 3) ผู้ให้สัมภาษณ์คือ นางสาวสมใหม่ แสงจันทร์ (ผู้ประกอบการ)

(2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ

- 1) ที่ตั้ง เลขที่ 135 ม.2 ต.แหลมฟ้าผ่า อ. พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ 10290
- 2) รูปแบบธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว ทำเป็นอาชีพเสริมวางขายหน้าร้าน
- 3) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 20 ปี
- 4) จำนวนรูปแบบผลิตภัณฑ์ 1 รูปแบบ

(3) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

- 1) ผลิตภัณฑ์หลัก: ข้าวต้มมัด
- 2) ลักษณะผลิตภัณฑ์: มี 2 ใส้หลักคือใส้ถั่วและใส้กล้วย ห่อด้วยใบจากซึ่งเป็นวัตถุดิบประจำท้องถิ่น สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่น ในขณะที่ข้าวต้มมัดทั่วไปจะห่อด้วยใบตอง
- 3) ส่วนเสริมของผลิตภัณฑ์: ไม่มี
- 4) สิ่งที่คาดหวังจากผลิตภัณฑ์: ปรับปรุงสูตรด้วยการเพิ่มใส้หรือรสชาติใหม่ๆ
- 5) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์: ขอมাত্রฐาน OTOP 3 ดาว

(4) การบริหารจัดการ

- 1) โครงสร้างการบริหาร: ไม่มีโครงสร้างการบริหารชัดเจน หากลูกหลานหรือญาติคนใดว่างก็จะมาช่วยกันผลิต สลับหน้าที่กันไปตามความสะดวก
- 2) การบริหารจัดการการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต: มีผู้ประกอบการทำหน้าที่ผลิตเป็นหลัก หากคนไม่พอบางครั้งก็ให้สมาชิกในครอบครัวมาช่วย
- 3) การบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงิน: มีการทำบัญชีรายรับรายจ่ายที่ละเอียด รู้ต้นทุนและกำไรแต่ละวันที่แน่นอน

(5) กระบวนการผลิต

มีกระบวนการผลิตที่ชัดเจน เริ่มด้วยข้าวข้าวเหนียว 15 นาที่ จากนั้นจึงเอาสารส้มข้าวอีกครั้งภายหลัง แล้วคั้นกะทิ ส่วนผสมประมาณ ข้าวเหนียว 3 ส่วน กะทิ 2 ส่วน โดยปกติแล้วจะผลิตปริมาณเท่าเดิมทุกวัน แต่หากมีลูกค้าสั่งปริมาณมากก็ต้องเตรียมหาวัตถุดิบล่วงหน้า ส่วนของใบจากที่นำมาห่อสินค้าต้องวางแผนการผลิตก่อน เพราะบางครั้งแม้จะเป็นวัตถุดิบท้องถิ่น แต่ก็มีความต้องการสูงเช่นกัน โดยเฉพาะช่วงเทศกาลต่างๆ ส่วนการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์นั้นจะพยายามทดลองหาวิธีการผลิตใหม่ๆ ให้สามารถเก็บสินค้าได้นานขึ้น ปกติแล้วสามารถเก็บได้นานประมาณ 3 วัน วางขายหน้าร้านเป็นหลัก จะนำไปส่งให้ในกรณีของลูกค้าอยู่ละแวกใกล้เคียงและสั่งปริมาณมาก

(6) การตลาด

- 1) ช่องทางการจัดจำหน่าย: วางขายหน้าร้าน ออกบูทแสดงสินค้าตามงานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย: ชาวบ้านในชุมชน หน่วยงานของรัฐ
- 3) การส่งเสริมการตลาด: ไม่มี
- 4) การตอบรับทางการตลาด: หากออกบูทแสดงสินค้าจะได้รับการตอบรับอยู่ในเกณฑ์ดีมาก
- 5) การเติบโตและยอดขาย: ปานกลางคงที่

(7) ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

- 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: พอมีบ้าง รู้แต่ว่ารัฐบาลส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยให้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยขายสินค้า
- 2) ช่องทางการรับรู้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: ข่าวและรายการต่างๆ ในโทรทัศน์
- 3) เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาใช้ปฏิบัติในธุรกิจ: ต้องการปรับตัวผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับยุคปัจจุบัน เพิ่มช่องทางการขายให้หลากหลายขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขาย ขยายฐานลูกค้าใหม่และให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

(8) การวิเคราะห์การดำเนินงานธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

1) องค์ความรู้: ผู้ประกอบการได้ความรู้และสูตรต่างๆ เป็นสูตรโบราณ สืบทอดมาตั้งแต่รุ่นคุณแม่

2) การศึกษาและการบูรณาการความรู้: เคยทดลองเปลี่ยนเป็นไส้ลูกจาก แต่ผลตอบรับไม่ดี ลูกค้าบอกว่าไม่อร่อย จึงไม่ได้ทำไส้ใหม่ๆ เพิ่ม มีแต่ไส้ดั้งเดิม (ไส้ถั่วและไส้กล้วย)

3) ความคิดสร้างสรรค์: กำลังจะทดลองทำไส้ใหม่ๆ แต่งกลิ่นและปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อให้ถูกใจลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่มากขึ้น (ไส้ดั้งเดิมมักมีแต่ลูกค้าสูงวัยซื้อ)

4) ทักษะด้านดิจิทัล: มีน้อยมาก

5) การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล: ใช้โทรศัพท์มือถือที่บ้านมีอินเทอร์เน็ต แต่ไม่ค่อยได้ใช้ประโยชน์อะไรมากนัก เนื่องจากไม่ค่อยมีเวลาว่าง ประกอบกับมีอายุมาก ไม่สามารถมองเห็นหน้าจอเป็นเวลานานได้

6) การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม: ไม่มี แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต้องการมีความรู้ด้านการถนอมอาหารหรือบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยให้เก็บอาหารได้นานขึ้น และขนส่งสะดวก

(9) ความรู้และทักษะด้านดิจิทัลที่ท่านต้องการเพิ่มเติม

1) การใช้งานเว็บไซต์: ต้องการ

2) การบริหารจัดการเว็บไซต์: ต้องการ

3) การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์: ต้องการ

4) การสื่อสารการตลาดออนไลน์: ต้องการ

(10) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของผลิตภัณฑ์

Strengths: จุดแข็ง	Weaknesses: จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> - รสชาติดี หวานน้อย - ห่อด้วยใบจาก ทำให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากข้าวต้มมัดทั่วไป - ไม่ใส่สารกันบูดและวัตถุกันเสีย ซึ่งทำให้ได้รับการตอบรับจากลูกค้าที่รักสุขภาพดีมาก - ผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญในการผลิตมาก 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่สามารถเก็บได้นาน - ไม่มีตราสินค้าที่ชัดเจนที่คนทั่วไปจดจำได้

Opportunities: โอกาส	Threats: อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> - มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน เช่น พัฒนาชุมชนอำเภอและพัฒนาชุมชนจังหวัด - ลูกค้าต่างประเทศเริ่มให้ความสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - กำลังคนไม่เพียงพอ บางครั้งมีออเดอร์ปริมาณมากแต่ไม่สามารถผลิตได้ทัน เพราะหนึ่งวันผลิตได้ไม่เกิน 10 กิโลกรัม - ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่เพียงพอ - เริ่มมีสินค้าใกล้เคียงและคู่แข่งรายใหม่ - ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ภาษาอังกฤษ - เศรษฐกิจไม่ดี



ภาพที่ 4 การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ป่าหมื่นข้าวต้มมัด

1.3 ผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมไหม

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมไหมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

(1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

- 1) เป็นวิสาหกิจชุมชนประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร
- 2) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน วันศุกร์ที่ 30 มิถุนายน และวันอังคารที่

18 กรกฎาคม 2560

- 3) ผู้ให้สัมภาษณ์คือ นางสาวสมไหม แสงจันทร์ (ผู้ประกอบการ)

(2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ

- 1) ที่ตั้ง เลขที่ 135 ม.2 ต.แหลมฟ้าผ่า อ. พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ

- 2) รูปแบบธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว ใช้เงินส่วนตัวในการลงทุนทำธุรกิจ
- 3) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 3 ปี
- 4) จำนวนรูปแบบผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ

(3) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

1) ผลิตภัณฑ์หลัก: กุ้งเหยียดเป็นผลิตภัณฑ์หลัก แต่มีห่อหมกกุ้งและกุ้งแห้งเป็นผลิตภัณฑ์รอง

2) ลักษณะผลิตภัณฑ์: ใส่บรรจุภัณฑ์ 2 แบบ ตามปริมาณและราคา ขนาดใหญ่ ราคา 100 บาท ขนาดเล็กราคา 50 บาท แต่หากลูกค้าต้องการปริมาณมากกว่านั้นก็ผลิตให้ได้ตามสั่ง เช่น ต้องการ 1 กิโลกรัม ก็ขาย 400 บาท

3) ส่วนเสริมของผลิตภัณฑ์: ไม่มี

4) สิ่งที่คาดหวังจากผลิตภัณฑ์: มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และพัฒนารสชาติใหม่ๆ ขึ้น

5) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์: ได้เป็นสินค้า OTOP 3 ดาว

(4) การบริหารจัดการ

1) โครงสร้างการบริหาร: มีโครงสร้างองค์กรเจ้าของและเป็นผู้ผลิตคนเดียว แต่เป็นสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2) การบริหารจัดการการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต: ผลิตวันต่อวัน หากวันไหนมียอดสั่งก็จะให้น้องชาย (พ่อค้าเลี้ยงกุ้ง) นำกุ้งมาส่ง และผลิตทันที ดังนั้นสินค้าจะมีความสด ไม่มีเหลือค้างวัน

3) การบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงิน: ทำแต่บัญชีครัวเรือน ส่วนบัญชีกุ้งเหยียดไม่เคยทำ

(5) กระบวนการผลิต

มีกระบวนการผลิตที่ชัดเจน โดยเอากุ้ง 3 กิโลกรัม มาเหยียดใส่หม้อแล้วใส่น้ำตาล 1 กิโลกรัม ใส่ผงชูรสบ้าง เกลือครึ่งถุงโรย เหยียดกุ้ง 2 ชั้น แล้วก็โรย แล้วก็เหยียดทับอีก 2 ชั้น จนกว่ากุ้งจะหมด แล้วเอาครกขนาดใหญ่ทับข้างบน จากนั้นจึงเอาเขียงทับอีกที เพื่อให้มีความแน่น กุ้งจะได้เหยียดสวยงาม ช่วงแรกใช้ไฟอ่อนๆ พอน้ำในตัวกุ้งออกมาจำนวนมากจึงค่อยๆ เเร่งไฟแรงขึ้น การผลิตจะผลิตตามยอดสั่งที่เข้ามาเท่านั้น โดยส่วนใหญ่ลูกค้ามาเอาที่บ้าน มีความพยายามทดลองเปลี่ยนและปรับปรุงสูตรอยู่ตลอด เช่น ปรับน้ำตาลปริมาณน้อยลงเพื่อให้กุ้งมีความนุ่มมากขึ้น ไม่แข็งจนเกินไป และหากใส่ตู้เย็น จะทำให้สินค้าจัดเก็บได้นานขึ้น

(6) การตลาด

- 1) ช่องทางการจัดจำหน่าย: มีลูกค้ามารับที่บ้าน ไม่มีหน้าร้านขาย
- 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย: คนในชุมชน พนักงานออฟฟิศ คนรักสุขภาพ หากเป็นหน่วยงานก็มักสั่งซื้อสินค้าผ่านทางผู้ใหญ่บ้าน
- 3) การส่งเสริมการตลาด: ผู้ใหญ่บ้านกำลังมีโครงการจะทำป้ายโฆษณาติดให้ที่หน้าบ้าน

- 4) การตอบรับทางการตลาด: ผลตอบรับดี มีลูกค้าสั่งซื้อสินค้าตลอด
- 5) การเติบโตและยอดขาย: ยอดขายดีมาตลอด แม้บางช่วงอาจตกลงไปบ้าง

(7) ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

- 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: พอมีบ้าง รู้แต่ว่ารัฐบาลส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยให้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยขายสินค้า
- 2) ช่องทางการรับรู้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: ข่าวและรายการต่างๆ ในโทรทัศน์
- 3) เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาใช้ปฏิบัติในธุรกิจ: ต้องการปรับตัวผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับยุคปัจจุบัน เพิ่มช่องทางการขายให้หลากหลายขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขาย ขยายฐานลูกค้าใหม่และให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

(8) การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

- 1) องค์ความรู้: สูตรและวิธีการทำจามาจากคนเฒ่าคนแก่ในชุมชนแล้วนำมาดัดแปลงตามยุคสมัย เช่น กลุ่มลูกค้าปัจจุบันทานหวานน้อยลง ห่วงสุขภาพมากขึ้น
- 2) การศึกษาและการบูรณาการความรู้: มีการเข้าร่วมอบรมจากหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่เป็นเรื่องการทำตลาด
- 3) ความคิดสร้างสรรค์ : พยายามปรับปรุงสูตรให้กึ่งมีความนุ่ม หวานน้อยลง และตั้งใจว่าจะทดลองแต่งกลิ่นด้วยสมุนไพร วัตถุดิบธรรมชาติหรือที่หาได้ในท้องถิ่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวและความแตกต่างจากคู่แข่ง
- 4) ทักษะด้านดิจิทัล: มีน้อยมาก
- 5) การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล: ไม่ค่อยมีโอกาสใช้เทคโนโลยีต่างๆ มากนัก เพราะต้องทำงานตลอดตั้งแต่เช้าถึงค่ำ อย่างไรก็ตามเคยใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านค้นหาข้อมูลบ้าง และใช้แอปพลิเคชันไลน์ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ หรือญาติบ้าง
- 6) การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม: ใช้กูเกิลค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสูตรการทำกึ่งเหี้ยมรสชาติต่างๆ บ้าง ต้องการใช้เทคโนโลยีวิทยาศาสตร์มาช่วยถนอมอาหาร ส่วนเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาช่วยในการสร้างเว็บไซต์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักมากขึ้น

(9) ความรู้และทักษะด้านดิจิทัลที่ท่านต้องการเพิ่มเติม

- 1) การใช้งานเว็บไซต์: ต้องการ
- 2) การบริหารจัดการเว็บไซต์: ต้องการ
- 3) การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์: ต้องการ
- 4) การสื่อสารการตลาดออนไลน์: ต้องการ

(10) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของผลิตภัณฑ์

Strengths: จุดแข็ง	Weaknesses: จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> - ความสดของสินค้า เนื่องจากใช้กุ้งเป็นๆ ทำสินค้าทำวันต่อวัน เหลือค้างน้อยมาก - ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ควบคุมต้นทุนและต่อรองราคาง่าย เพราะน้องชายเลี้ยงกุ้ง - ความนุ่มของกุ้ง - มีรสชาติหวานพอดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีตราสินค้าที่ชัดเจนที่คนทั่วไปจดจำได้ - ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดน่าสนใจ
Opportunities: โอกาส	Threats: อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> - มีลูกค้าประจำ และเริ่มมีนักท่องเที่ยวซื้อสินค้ามากขึ้น - เป็นสินค้าที่เก็บไว้ได้นาน เอื้อประโยชน์ในการจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์ - มีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนด้านการวางแผนตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - ในชุมชนมีกลุ่มวิสาหกิจที่ทำกุ้งเหี้ยดจำนวนมาก ซึ่งปรับปรุงและพัฒนาสูตรใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ - ช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย - สินค้าลอกเลียนแบบได้ง่าย



ภาพที่ 5 การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์กุ้งเหี้ยดป่าสมใหม่

1.4 ผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

(1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

- 1) เป็นกลุ่มสมาชิกชุมชนประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร
- 2) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน วันศุกร์ที่ 30 มิถุนายน และวันอังคารที่

18 กรกฎาคม 2560

- 3) ผู้ให้สัมภาษณ์คือ นางสาวศิริรัตน์ พรหมดวง (ผู้ประกอบการ)

(2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ

- 1) ที่ตั้ง เลขที่ 121/210 ม.5 ต.แหลมฟ้าผ่า อ. พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ

10290

- 2) รูปแบบธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน
- 3) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 1 ปี
- 4) จำนวนรูปแบบผลิตภัณฑ์ 2 รูปแบบ

(3) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

1) ผลิตภัณฑ์หลัก: ราสเบอร์รี่ชีสเค้กเป็นผลิตภัณฑ์หลัก บลูเบอร์รี่ชีสเค้กเป็นผลิตภัณฑ์รอง

2) ลักษณะผลิตภัณฑ์: ขนมเค้ก ราสเบอร์รี่จะใช้แยมเป็นส่วนประกอบ ซื้อตามร้านค้าเบเกอรี่ ส่วนตัวซอสราสเบอร์รี่จะใช้ราสเบอร์รี่แช่แข็งหรือราสเบอร์รี่กระป๋อง

- 3) ส่วนเสริมของผลิตภัณฑ์: ไม่มี

4) สิ่งที่คาดหวังจากผลิตภัณฑ์: พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นกว่าเดิม รวมถึงในด้านการตลาดให้ขยายตัว มีรสชาติของผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นและอยากให้ตัวผลิตภัณฑ์สามารถเก็บได้นานขึ้น

- 5) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์: ได้เป็นสินค้า OTOP 3 ดาว

(4) การบริหารจัดการ

1) โครงสร้างการบริหาร: มีโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจน บริหารแบบกลุ่มสมาชิกชุมชน โดยจะมีประธาน รองประธาน เภรัญญิกและทุกคนมีส่วนร่วมในการบริหาร แบ่งหน้าที่ต่างๆ ตามความถนัดของแต่ละคน

2) การบริหารจัดการการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต: วัตถุดิบ เช่น แครกเกอร์ เนย ครีมชีส และราสเบอร์รี่กระป๋องหรือแช่แข็ง จะสั่งจากร้านเบเกอรี่ทั่วไป ใช้วิธีการไปซื้อด้วยตัวเอง เพราะร้านค้าอยู่ใกล้ วัตถุดิบที่ไปซื้อจะเป็นลักษณะซื้อตามปริมาณยอดสั่งที่มีเข้ามา เพราะผู้เย็นมีขนาดเล็ก

3) การบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงิน: ทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายเป็นรายเดือน ทุกเดือน เพื่อดูแลแนวโน้มภาระต้นทุนที่ต้องแบกรับและยอดขาย

(5) กระบวนการผลิต

เริ่มโดยบดแครกเกอร์ให้ละเอียดตามด้วยผสมเนย คลุกเคล้าให้เข้ากัน นำใส่ถ้วยและนำไปแช่เย็นไว้ ตามด้วยผสมครีมชีสเข้ากับนมและนมข้นหวาน นำใส่ถ้วยที่มีแครกเกอร์อยู่ ตามด้วยใส่ซอสสราสเบอร์รี่ วิธีการทำถูกจัดให้เป็นระบบโดยมีการแยกหน้าที่ชัดเจน ใช้วิธีการผลิตตามยอดสั่งของลูกค้าเท่านั้น จะทำกันวันต่อวันเพราะผลิตภัณฑ์นี้ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน โดยมีการพัฒนาสูตรให้ลดต้นทุน จะได้ทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้มากขึ้น ราคาไม่สูงเกินไป กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในละแวกใกล้เคียง มีทั้งนัดรับและมาซื้อที่บ้าน การจัดเก็บสินค้าจะเก็บไว้ในตู้เย็น อย่างมากแช่ไม่เกิน 1 คืนและนำออกจำหน่ายทันที เพราะผลิตภัณฑ์อยู่ได้เพียง 4-5 วันเท่านั้น และต้องการให้มีความสดใหม่อยู่เสมอ

(6) การตลาด

- 1) ช่องทางการจัดจำหน่าย: สื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์และปากต่อปาก
- 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย: กลุ่มวัยรุ่น คนในชุมชน นักท่องเที่ยว รวมไปถึงบุคคลากรในหน่วยงานที่ทำงานประจำอยู่
- 3) การส่งเสริมการตลาด: ออกบูทในงานจัดแสดงสินค้าชุมชนตามสถานที่ต่างๆ เช่น เมืองทองธานีและงานพระสมุทระเจดีย์
- 4) การตอบรับทางการตลาด: ผลตอบรับโดยภาพรวมค่อนข้างดี แต่หากออกไปขายตามงานต่างๆ ก็ขึ้นอยู่กับแหล่งขาย เพราะมีคู่แข่งค่อนข้างมาก และมักถูกจัดที่ให้ขายใกล้ๆ กัน
- 5) การเติบโตและยอดขาย: ช่วงแรกๆ ที่เริ่มขายยังไม่ค่อยดีเท่าไรเพราะใส่บรรจุภัณฑ์เป็นลักษณะทึบ มองไม่เห็นข้างใน แต่พอเปลี่ยนมาเป็นแก้วใส ทำให้ดูน่าทานขึ้น ยอดขายพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ แต่อยากให้มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นอีก แม้จะเป็นเพียงอาชีพเสริม

(7) ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

- 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: พอมิบ้าง ส่วนใหญ่จะศึกษาข้อมูลเอง เพราะคิดว่าหากต้องการให้ธุรกิจอยู่ได้ ก็ต้องปรับเปลี่ยนและตามกระแสโลกยุคดิจิทัลให้ทัน ในขณะเดียวกันก็ต้องมีความยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองได้
- 2) ช่องทางการรับรู้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: นิติยสาร ข่าวในสังคมออนไลน์และรายการต่างๆ ในโทรทัศน์
- 3) เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาใช้อย่างปฏิบัติในธุรกิจ: ต้องการเข้าถึงลูกค้าและสร้างปฏิสัมพันธ์มากขึ้น ตลาดมีขนาดใหญ่ มีโอกาสประสบความสำเร็จ ในขณะที่ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน ทำให้ต้นทุนไม่สูงมากนัก

(8) การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

1) องค์ความรู้: สูตรและวิธีการทำได้ข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต นำมาทดลองปรับปรุงสูตรและรสชาติใหม่ๆ เอง บางอย่างก็ได้จากการสอบถามเพื่อนๆ ที่ทำธุรกิจเปิดร้านขนมเกี่ยวกับแนวทางการทำตลาด การทำบรรจุภัณฑ์

2) การศึกษาและการบูรณาการความรู้: พยายามเข้าไปค้นข้อมูลในแหล่งชุมชนออนไลน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำราสเบอร์รี่ชีสเค้ก การทดลองสูตรแปลกๆ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ แหล่งวัตถุดิบคุณภาพ ตลอดจนพยายามเข้าร่วมงานสัมมนาต่างๆ ที่ทางสำนักงานชุมชนจังหวัดสมุทรปราการจัดขึ้น

3) ความคิดสร้างสรรค์ : หลังจากมีการปรับสูตรเพื่อลดต้นทุน จึงอยากคิดรสชาติใหม่ๆ ขึ้นมา เช่น เลมอนชีสเค้ก เพื่อให้มีความแปลกใหม่และเข้ากับยุคสมัยนิยม

4) ทักษะด้านดิจิทัล: ปานกลาง สามารถค้นหาข้อมูลตามสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ต่างๆ ได้ แต่ในเรื่องการตลาดออนไลน์ไม่มีความรู้มากนัก

5) การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล: มีโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากภาระในงานประจำ งานเสริม การใช้เพื่อติดต่อสื่อสารทั่วไป

6) การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม: พยายามใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาสูตรแปลกๆ มาประยุกต์ ปัจจุบันกำลังศึกษาข้อมูลทางวิทยาศาสตร์เพื่อปรับปรุงส่วนผสมให้เก็บได้นานและมีกลิ่นหอมหวานมากขึ้น

(9) ความรู้และทักษะด้านดิจิทัลที่ท่านต้องการเพิ่มเติม

- 1) การใช้งานเว็บไซต์: ต้องการ
- 2) การบริหารจัดการเว็บไซต์: ต้องการ
- 3) การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์: ต้องการ
- 4) การสื่อสารการตลาดออนไลน์: ต้องการ

(10) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของผลิตภัณฑ์

Strengths: จุดแข็ง	Weaknesses: จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> - มีความสดใหม่ของวัตถุดิบ - รสชาติดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีตราสินค้า - ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดน่าสนใจ - ไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน

Opportunities: โอกาส	Threats: อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> - มีลูกค้าประจำ - มีทางหน่วยงานราชการเข้ามาสนับสนุนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดสรรเวลาของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการมีงานประจำ ทำให้มีข้อจำกัดด้านการบริหารเวลา - สภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยในปัจจุบัน



ภาพที่ 6 การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

1.5 ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

(1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

- 1) เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์งานฝีมือ
- 2) สัมภาษณ์เมื่อวันอังคารที่ 27 มิถุนายน วันศุกร์ที่ 30 มิถุนายน และวันอังคารที่

18 กรกฎาคม 2560

3) ผู้ให้สัมภาษณ์คือ นางบุญเกิด กิมเขื่อน (ผู้ประกอบการ)

(2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ

- 1) ที่ตั้ง เลขที่ 46 ม.2 ต.นาเกลือ อ. พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ 10290

2) รูปแบบธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว ผลิตและวางขายในสถานที่เดียวกัน มีสมาชิกในชุมชนร่วมกันช่วยผลิต

3) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 4 ปี

4) จำนวนรูปแบบผลิตภัณฑ์ ขึ้นอยู่กับลูกค้าสั่งทำว่าต้องการแบบใด ไม่มีการผลิตไว้ก่อนล่วงหน้า

(3) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

1) ผลิตภัณฑ์หลัก: กระทงและกระทงเป่าसान

2) ลักษณะผลิตภัณฑ์: กระทงกับกระทงเป่าसान อุปกรณ์ในการผลิตจะใช้ใบจากและยอดของใบจาก เป็นทรัพยากรที่หาได้ในชุมชนต.นาเกลือ ซึ่งต้องจ้างคนงานไปตัดมาจากป่าและนำมาผลิต และจะผลิตตามจำนวนการสั่งซื้อ ใบจากที่ใช้จะเป็นสีเขียวเหลืองตามธรรมชาติ

3) ส่วนเสริมของผลิตภัณฑ์: ไม่มี

4) สิ่งที่คาดหวังจากผลิตภัณฑ์: ต้องการให้ผลิตภัณฑ์จักสานมีอัตลักษณ์เป็นที่จดจำในกลุ่มลูกค้า และสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น

5) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์: สามารถพัฒนาเป็นของฝากประจำท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

(4) การบริหารจัดการ

1) โครงสร้างการบริหาร: มีโครงสร้างองค์กรชัดเจน เจ้าของเป็นสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มสมาชิกชุมชน มีการแบ่งภาระหน้าที่ต่างๆ ให้กับสมาชิก

2) การบริหารจัดการการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต: ค่อนข้างบริหารยาก เพราะต้องใช้เวลาในการเตรียมของและการผลิต จะผลิตเฉพาะเมื่อมีลูกค้าสั่งซื้อ ไม่มีการผลิตไว้ก่อน

3) การบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงิน: มีบัญชีรายรับรายจ่ายครัวเรือนที่เป็นโครงการของในหลวง โดยบัญชีของผลิตภัณฑ์จักสานก็รวมอยู่ในนี้ด้วย

(5) กระบวนการผลิต

มีแผนภูมิการผลิตชัดเจน เมื่อมีลูกค้าทำการสั่งซื้อ ต้องจ้างคนไปตัดใบจากที่ป่าตามจำนวนที่เพียงพอต่อการผลิตสินค้า โดยตอนแรกสีของใบจากจะเป็นสีเขียวเหลือง เมื่อผ่านไป 2-3 วันสีของใบจากจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลอ่อนและเข้มแห้งในที่สุด อุปกรณ์อื่นๆ จะมีกรรไกร คัตเตอร์และเครื่องเย็บกระดาษ มีสมาชิกหลักมาช่วยทำ 2-3 คน ปริมาณการผลิตจะขึ้นอยู่กับช่วงเวลานั้นๆ มีนักท่องเที่ยวมาช่วยเพียงใด โดยทางผู้ใหญ่บ้านจะเป็นคนแจ้ง หากมีจำนวนมากก็ต้องวางแผนจัดหาวัตถุดิบและสมาชิกมาช่วยเพิ่ม รวมถึงขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลลอยกระทง ทางวัดจะสั่งทำกระทงมากเป็นพิเศษ พยายามปรับปรุงลดทอน เทคนิคการสานอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้เกิดความจำเจ ลูกค้าส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในละแวกเดียวกัน สามารถมารับที่ร้านและจัดส่งได้ สามารถส่งสินค้ากับผู้ประกอบการได้โดยตรง

(6) การตลาด

- 1) ช่องทางการจัดจำหน่าย: หน้าร้านผลิตภัณฑ์จักสาน คือกลุ่มฝีกอาชีพบ้านคลองนาเกลือ (บ้านของผู้ใหญ่บ้าน)
- 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย: คนในชุมชน นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ หน่วยงานภาครัฐ
- 3) การส่งเสริมการตลาด: มีการฝึกสอนการทำผลิตภัณฑ์จักสานในกลุ่มฝีกอาชีพบ้านคลองนาเกลือและประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว
- 4) การตอบรับทางการตลาด: ดีมาก
- 5) การเติบโตและยอดขาย: เติบโตขึ้นเรื่อยๆ แต่บางครั้งก็แล้วแต่เทศกาลและจำนวนนักท่องเที่ยว

(7) ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

- 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: เคยได้ยินบ้าง แต่ไม่ค่อยมีความเข้าใจเท่าใดนัก เนื่องจากมองว่าน่าจะเป็นเรื่องที่เข้าใจยากและซับซ้อน
- 2) ช่องทางการรับรู้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน: รายการต่างๆ ในโทรทัศน์ การพบปะพูดคุยกับเพื่อนๆ ในสมาชิกกลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ
- 3) เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาใช้ปฏิบัติในธุรกิจ: ต้องการให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น และตอบสนองนโยบายของประเทศ
- (8) การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

- 1) องค์ความรู้: เริ่มต้นด้วยการเป็นผู้คิดค้นการทำจักสานเอง ฝีกการสานด้วยตนเอง ไม่เคยเข้าอบรมจากภาครัฐใดๆ ใช้วิธีลองผิดลองถูกและให้คนทดลองใช้จริง เพื่อนำมาปรับปรุงจนเกิดความชำนาญ สามารถสานได้หลายรูปแบบและรวดเร็ว
- 2) การศึกษาและการบูรณาการความรู้: ในระยะหลังเริ่มเข้าอบรมทักษะด้านการบริหาร การออกแบบลวดลายและการพัฒนาผลิตภัณฑ์มากขึ้น ส่วนใหญ่เป็นของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ
- 3) ความคิดสร้างสรรค์ : มีการนำใบจากมาแปรรูป คิดค้นลวดลายและรูปทรงผลิตภัณฑ์จักสานใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อขยายตลาดและรองรับลักษณะการใช้งานที่ต่างกัน
- 4) ทักษะด้านดิจิทัล: มีน้อยมาก
- 5) การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล: ไม่ค่อยได้มีโอกาสใช้เครื่องมือต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีมากนัก อินเทอร์เน็ตที่บ้านส่วนมากมักเป็นลูกหลานใช้ ส่วนตัวก็ไม่ได้ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน เพราะใช้แค่โทรเข้าและโทรออกเท่านั้น

6) การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม: พยายามใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยแปรรูปใบจากให้มีความแข็งแรงทนทานขึ้น

(9) ความรู้และทักษะด้านดิจิทัลที่ท่านต้องการเพิ่มเติม

- 1) การใช้งานเว็บไซต์: ต้องการ
- 2) การบริหารจัดการเว็บไซต์: ต้องการ
- 3) การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์: ต้องการ
- 4) การสื่อสารการตลาดออนไลน์: ต้องการ

(10) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของผลิตภัณฑ์

Strengths: จุดแข็ง	Weaknesses: จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> - มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร เพราะทดลองและคิดค้นด้วยตนเอง - ทำจากวัตถุดิบท้องถิ่น สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีตราสินค้า - ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดน่าสนใจ - บางลวดลายไม่แข็งแรงเท่าใดนัก
Opportunities: โอกาส	Threats: อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุน (สำนักพัฒนาชุมชนจังหวัด) - ลูกค้าชาวต่างชาติเริ่มให้ความสนใจมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีช่องทางการประชาสัมพันธ์มากนัก บ่อยครั้งที่ต้องพึ่งพาหน่วยงานรัฐ - ต้นทุนการผลิต (ค่าจ้าง) ค่อนข้างสูง - แรงงานการผลิตที่มีความชำนาญหายาก - กระบวนการผลิตใช้เวลานาน - ราคาขายคงที่ไม่สามารถเพิ่มราคาได้มากนัก แม้เป็นงานฝีมือก็ตาม



ภาพที่ 7 การลงพื้นที่หาข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

2. ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์

จากการใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการ ในการนำไปใช้เป็นแนวทาง ออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนม揚)

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

(1) ตราสินค้าควรสื่อความหมายอะไร และมีลักษณะอย่างไร

“อยากให้สื่อถึงใบจากในโลก รวมไปถึงพระสมุทฺรเจดีย์ โหม่งจาก เนื่องจากเป็น สิ่งแวดล้อม วัสดุที่มีในท้องถิ่นและแสดงออกถึงความเป็นขนมจาก”

(2) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร

“สีหลักอยากให้มีโทนอ่อน อาจเป็นสีเขียว ส่วนสีรองลงมาอยากได้สีที่เป็น ธรรมชาติ ไล่น้ำหนักสีให้มีความสมดุล”

(3) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร

“อยากให้มีทั้งภาพถ่ายและภาพกราฟิก โดยขนมจากใช้ภาพจริง โหม่งจาก ใบจาก ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ ใช้ภาพกราฟิก”

(4) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร

“อยากให้คำไว้วางใจ ตรงไม่ม้วน ให้ตัดเป็นรูปหัวใจ ตัวอักษรมีขนาดใหญ่”

“คำว่า ขนมจากใจ ใช้ตัวอักษรใหญ่สุด รองลงมาเป็นคำว่า บ้านชอนกลิน”

“ใส่รายละเอียดส่วนผสมลงไป ผู้บริโภคจะได้รู้ถึงโภชนาการว่าทานได้มากน้อย เพียงใด ใส่โลโก้ OTOP และกราฟิกพระสมุทฺรเจดีย์”

“ตัวอักษรใช้สีเข้ม เพื่อให้เห็นชัดเจน”

(5) ลวดลายกราฟิกที่ใช้ตกแต่งควรมีลักษณะอย่างไร

“อยากได้พระสมุทรมเจดีย์ เพื่อสื่อถึงความเป็นมา รากเหง้าของท้องถิ่น”

(6) สีพื้นหลังของฉลากควรใช้สีอะไร

“สีเขียว อาจมีการไล่น้ำหนักให้ดูสวยงามขึ้น”

(7) การจัดองค์ประกอบ (ภาพประกอบ ตัวอักษรและกราฟิก) ควรจัดวางแบบใด

“เอาหม่องจากใส่บริเวณตรงกลางตราสินค้า ใส่คำว่าขนมจากใจไว้ด้านบน ส่วนคำว่าบ้านช่อนกลินไว้ด้านล่าง”

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

(1) เว็บไซต์ควรมีลักษณะการจัดวาง (layout) อย่างไร

“จัดวางให้ดูสะอาดตา รูปภาพ กราฟิก ตัวอักษรไม่รกจนเกินไป อาจมีรูปพระสมุทรมเจดีย์จัดวางบริเวณด้านข้าง ใช้เป็นสีเบาๆ จะได้ไม่กวนสายตา”

(2) การจัดวางแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) ควรมีลักษณะอย่างไร

“อยากให้ออกแบบเมนู ข้อมูลที่ไม่ซับซ้อนเกินไป มองเห็นและเข้าถึงได้ง่าย”

(3) การแบ่งหัวข้อเนื้อหาควรมีเกณฑ์หรือลักษณะการแบ่งอย่างไร

“ไล่ลำดับตามความสำคัญ เช่น เน้นตัวผลิตภัณฑ์ก่อน ผู้ชมจะได้รู้ว่าเป็นเว็บเกี่ยวกับอะไร มีอะไรบ้าง ส่วนข้อมูลสินค้ารองลงมา ตามด้วยรูปภาพ”

(4) การเชื่อมโยงเนื้อหาบนเว็บไซต์ควรเป็นแบบใด

“ใช้การเชื่อมโยงด้วยรูปภาพและข้อความเป็นหลัก”

(5) การจัดวางระบบนำทาง (navigation system) ควรจัดวางลักษณะใด

“เมนูหลักวางไว้ตรงกลางด้านบนจะได้เห็นชัด ส่วนเมนูรองวางด้านข้างทางซ้าย”

(6) กราฟิกบนเว็บไซต์ควรมีลักษณะอย่างไร

“อยากได้กราฟิกแบบเรียบง่าย ไม่ต้องยุ่งยากมากเกินไป เน้นภาพขนมจาก”

(7) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร

“ภาพขนมจากใจใช้ภาพจริง ส่วนประกอบอื่นๆ อาจใช้ภาพกราฟิก”

(8) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร ขนาดเท่าใดและสีอะไรจึงจะเหมาะสม

“อยากให้อ่านง่ายๆ สบายตามากที่สุด สมส่วน”

(9) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร

“อยากได้โทนสีเขียวเป็นหลัก ตกแต่งให้สวยงามเรียบง่าย”

(10) ควรนำมัลติมีเดีย (multimedia) มาใช้ประกอบเพื่ออธิบายเนื้อหาบนเว็บไซต์หรือไม่ อย่างไร

“ต้องการให้มีมัลติมีเดียมาใช้ประกอบเพื่ออธิบายเนื้อหาด้วย เช่น คลิปวิดีโอ แนะนำสถานที่ วิธีการทำขนมจาก กระบวนการต่างๆ เพื่อจะได้บ่งบอกถึงความเป็นขนมบ้าน ซ่อนกลิ่นได้ง่ายและน่าสนใจมากขึ้น”

วิเคราะห์ผลการวิจัยด้านสภาพทั่วไป ความต้องการของผู้ประกอบการต่อรูปแบบ ตรายีนค่าและเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง)

สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง) สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง แม้ผู้ประกอบการจะเป็นผู้สูงอายุ แต่มีสมาชิกครอบครัวและในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอยช่วยเหลืออยู่ ตลอด ใช้ต้นทุนการผลิตไม่สูงนัก เนื่องจากใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก กำไรค่อนข้างดี แม้ผลิตภัณฑ์ จะขายได้เรื่อยๆ แต่ลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงเป็นคนในชุมชน จึงต้องการขยายตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า มากขึ้น ผู้ประกอบการค่อนข้างมีความคิดหัวก้าวหน้า โดยปัจจุบันพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ทั้งความพยายามปรับปรุงสูตรเพื่อให้ได้กลิ่นที่หอมขึ้น การถนอมอาหารเพื่อให้เก็บได้ยาวนานกว่าเดิม บรรลุเกณฑ์ที่ดูน่าเชื่อถือ และเอื้อต่อการขายบนโลกออนไลน์

การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน พบว่า ผู้ประกอบการมีความพยายามที่จะแสวงหาความรู้ใหม่ๆ การพัฒนาสูตรเพื่อให้สอดคล้องกับ ยุคสมัย ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา เน้นการใช้วัตถุดิบและสารปรุงแต่งจาก ธรรมชาติ ตอบสนองวิถีชีวิตคนในปัจจุบันที่รักสุขภาพมากขึ้น ในด้านเทคโนโลยีนั้นแม้จะไม่ถนัดมาก นัก แต่ก็พยายามเข้าฝึกอบรมจากหน่วยงานของรัฐ โดยมีลูกชาย (เป็นผู้ใหญ่บ้าน) คอยติดตามไปด้วย เสมอ เพื่อไปเรียนรู้พร้อมๆ กัน และสามารถนำกลับมาถ่ายทอดสมาชิกในบ้านและในชุมชนได้ ซึ่ง ผู้ประกอบการต้องการปฏิบัติตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวง ร.9 ที่สอนให้ต้องพัฒนา ตัวเองอยู่เสมอ ไม่ใช่จ่ายฟุ่มเฟือย นอกจากนี้ยังสอนให้ลูกชายดำเนินรอยตามคำสอนอีกด้วย

ผู้ประกอบการต้องการให้ตรายีนค่าดูสะอาดตาและมีความเรียบง่าย ใช้สีเขียวเป็นสีหลัก เนื่องจากสื่อถึงใบจากและความเป็นธรรมชาติได้ดี ตรงไปตรงมา ส่วนสีรองใช้สีอื่นๆ ที่สื่อถึงธรรมชาติ และอัตลักษณ์ท้องถิ่น กราฟิกที่ใช้ต้องไม่ดูรกและซับซ้อน ตัวอักษรอ่านง่าย เน้นคำว่าย่นจากใจ และมีรูปหัวใจแฝงอยู่ ส่วนเว็บไซต์นั้นต้องการเน้นผลิตภัณฑ์ให้เด่นชัด ข้อมูลไม่มากเกินไป เพราะจะ ทำให้ดูน่าเบื่อ ข้อความอ่านง่าย ใช้สีเขียวเป็นสีหลักและเป็นโทนเดียวกับที่ใช้ในตรายีนค่า ภาพขนม ใช้ภาพถ่ายแต่ส่วนประกอบอื่นทำเป็นกราฟิก สิ่งสำคัญคือภาพผลิตภัณฑ์ต้องดูดี สวยงาม นำเสนอ ข้อมูลด้านการผลิตเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ



ขนมจากใจ (ขนมย่าง)

ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

- 1) สื่อถึงใบจากและไหม้จาก
- 2) ใช้สีเขียวโทนอ่อน สะท้อนความเป็นธรรมชาติ
- 3) ใช้ภาพถ่ายและกราฟิกผสมกัน
- 4) ตัวอักษรสีเข้ม โดยเฉพาะคำว่า “ขนมจากใจ”
- 5) กราฟิกที่แสดงความเป็นท้องถิ่น
- 6) ใช้พื้นหลังสีอ่อน
- 7) จัดองค์ประกอบแบบกึ่งกลาง

ความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

- 1) จัดวางให้ดูโล่ง สะอาดตา
- 2) เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เมนูหลักมองจัดวางไว้ด้านบนบนส่วนเมนูรองจัดวางบริเวณด้านข้างซ้ายมือ
- 3) แบ่งเนื้อหาตามลำดับความสำคัญ
- 4) เชื่อมโยงเนื้อหาด้วยรูปภาพและข้อความ
- 5) ใช้กราฟิกแบบเรียบง่าย มีภาพขนมจากเป็นหลัก
- 6) ภาพขนมจากใจใช้ภาพจริง ส่วนประกอบอื่นใช้กราฟิก
- 7) ตัวอักษรอ่านง่าย สบายตา สมส่วน
- 8) สีเขียวเป็นโทนสีหลัก ส่วนสีรองใช้สีโทนอ่อน
- 9) มีคัลลิวิตีไออธิบายเนื้อหา เพื่อให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ

ภาพที่ 8 สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง)

2.2 ผลิตภัณฑ์ป่าไหม้ข้าวต้มมัด

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

- (1) ตราสินค้าควรสื่อความหมายอะไร และมีลักษณะอย่างไร
“ต้องการแสดงความเป็นท้องถิ่น อยากให้นำใบจากที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้”
- (2) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร
“เน้นสีเขียว น้ำตาล ซึ่งเป็นสีของใบจาก”
“อยากได้โทนสีที่ดูสบายตา”
- (3) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร
“ใช้ภาพกราฟิกที่แสดงถึงข้าวต้มมัดและใบจาก”
“เน้นการตัดทอนให้เรียบง่าย”
- (4) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร
“ทันสมัย อ่านง่าย เรียบง่าย”
“ขนาดตัวอักษรต้องเห็นได้ชัด แต่ไม่ใหญ่มากเกินไป”
“ใส่ข้อมูลและรายละเอียดลงไปด้วยก็จะดี”
“อยากใช้สีเขียวและน้ำตาล”
- (5) ลวดลายกราฟิกที่ใช้ตกแต่งควรมีลักษณะอย่างไร
“ใบจากและข้าวต้มมัดใช้เป็นภาพกราฟิก จัดองค์ประกอบให้สมดุล”

- (6) สีพื้นหลังของฉลากควรใช้สีอะไร
“สีเรียบๆ สบายตา เน้นสีเขียวและน้ำตาล”
- (7) การจัดองค์ประกอบ (ภาพประกอบ ตัวอักษรและกราฟิก) ควรจัดวางแบบใด
“จัดวางองค์ประกอบให้ดูเคลื่อนไหว ทันสมัย แต่ดูแล้วสมดุลทางสายตา”

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

- (1) เว็บไซต์ควรมีลักษณะการจัดวาง (layout) อย่างไร
“อยากให้จัดวางแบบเรียบๆ อ่านและหาข้อมูลง่าย ดูสะอาดตา”
- (2) การจัดวางแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) ควรมีลักษณะอย่างไร
“เชื่อมโยงกันทุกหน้า เข้าถึงง่าย ไม่ต้องคลิกหลายครั้งกว่าจะเจอข้อมูล”
- (3) การแบ่งหัวข้อเนื้อหาควรมีเกณฑ์หรือลักษณะการแบ่งอย่างไร
“แบ่งตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ นำเสนอวัตถุดิบที่ใช้ ประวัติความเป็นมา”
- (4) การเชื่อมโยงเนื้อหาบนเว็บไซต์ควรเป็นแบบใด
“เชื่อมโยงด้วยรูปภาพ ข้อความและปุ่ม อยากให้ดูแล้วเข้าใจง่ายที่สุด”
- (5) การจัดวางระบบนำทาง (navigation system) ควรจัดวางลักษณะใด
“จัดวางให้เมนูหลักอยู่ด้านบน เปิดหน้าเว็บมาแล้วมองเห็นได้ชัดเจน ไม่ต้องเลื่อนลงมาเพื่อหา ส่วนเมนูย่อยให้อยู่ด้านซ้ายมือ”
- (6) กราฟิกบนเว็บไซต์ควรมีลักษณะอย่างไร
“รูปจริงผสมภาพกราฟิก เข้าใจง่าย สบายตา”
“ข้าวต้มมัดให้ใช้ภาพจริง ถ่ายรูปให้สวยงาม ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ อาจจะทำเป็นกราฟิกที่ตัดทอน จะได้ดูไม่ซ้ำซ้อนเกินไป”
- (7) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร
“ภาพจริงและกราฟิกผสมกัน”
“ภาพถ่ายข้าวต้มมัดอยากให้มีหลายๆ มุมมอง”
- (8) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร ขนาดเท่าใดและสีอะไรจึงจะเหมาะสม
“อ่านง่าย ชัดเจน ขนาดใหญ่หน่อย ลูกค้ำส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ”
“อยากให้ใช้อักษรสีดำบนพื้นสีขาวเป็นหลัก เพราะน่าจะอ่านได้ง่ายสุด”
- (9) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร
“สีเขียวเป็นสีหลัก ส่วนสีน้ำตาลและขาวเป็นสีรอง”
“ต้องใช้สีเขียวแบบใบจาก และใช้สีที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ”

(10) ครอบนำมัลติมีเดีย (multimedia) มาใช้ประกอบเพื่ออธิบายเนื้อหาบนเว็บไซต์หรือไม่ อย่างไร

“อาจทำเป็นแบบอินโฟกราฟิกวิธีการทำข้าวต้มมัด เพื่อให้เข้ากับยุคสมัย”

วิเคราะห์ผลการศึกษาสภาพทั่วไป ความต้องการของผู้ประกอบการต่อรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด

สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด มีการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่องต่อเนื่อง ผู้ประกอบการสืบทอดความรู้การทำข้าวต้มมัดมาตั้งแต่รุ่นคุณแม่ เป็นธุรกิจเสริมของครอบครัวและขายต่อเนื่องมานานถึง 20 ปี จนเป็นที่รู้จักอย่างดีในละแวกใกล้เคียง มีความพยายามจะปรับปรุงสูตรใหม่ตลอด หลายปีก่อนเคยลองเปลี่ยนไส้ใหม่ๆ แต่ขายไม่ดีนัก ลูกค้ายังคงชอบไส้เดิม (ไส้ถั่วและกล้วย) หลังจากได้เข้าอบรมจากหน่วยงานรัฐ จึงคิดที่จะทดลองไส้ใหม่ ประมาณ 2-3 ไส้ เพื่อสร้างความท้าทายใหม่ๆ เอกลักษณะที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์คือการใช้ใบจากห่อ ทำให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง เป็นลูกเล่นที่สร้างการจดจำได้ดี (สีใบจากเมื่อนำไปต้มจะกลายเป็นสีเขียวออกน้ำตาล ส่วนกลิ่นและรสชาติก็จะแตกต่างจากการใช้ใบตองห่อ) ปัจจุบันแม้ยังคงขายดีแต่ก็ต้องการขยายกิจการให้สามารถขายบนเว็บไซต์ได้ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและเตรียมให้ทายาทสืบทอดกิจการ

การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนพบว่า ผู้ประกอบการต้องการพัฒนาธุรกิจให้มีช่องทางการขายมากขึ้น แม่ตนเองจะมีอายุมาก แต่ก็มีความพร้อมสืบทอดธุรกิจนี้ จึงพยายามถ่ายทอดความรู้และเมื่อมีโอกาสก็จะพาทายาทเข้าร่วมอบรมจากหน่วยงานต่างๆ ซึ่งทายาทเป็นคนรุ่นใหม่ มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลมากกว่า ผู้ประกอบการ จึงมีโอกาสที่จะเป็นกำลังสำคัญในการนำทักษะทางดิจิทัลมาสานต่อธุรกิจให้มีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ปัจจุบันเริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้ามาบริเวณชุมชนมากขึ้น จึงพยายามสร้างสรรค์และทดลองผสมไส้เพื่อให้ถูกปากชาวต่างชาติ อีกทั้งต้องการหาองค์ความรู้ด้านการถนอมอาหารเพื่อให้เก็บสินค้าได้นานขึ้น การทำบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ส่วนความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ ผู้ประกอบการต้องการสะท้อนความเป็นท้องถิ่น อยากให้นำใบจากมาเป็นส่วนประกอบหลักในตราสินค้า ไม่จำเป็นต้องจัดวางตรงกลางแบบซ้ายขวาเท่ากัน (symmetrical balance) ใช้สีเขียวและสีน้ำตาลเป็นหลักเพื่อให้สอดคล้องกับสีของใบจากเมื่อผ่านการต้มมาแล้ว ตัวอักษรสะอาดตา ดูทันสมัย ด้านเว็บไซต์อยากให้จัดวางแบบเรียบง่าย ใช้กราฟิกรูปใบจากเพื่อให้เชื่อมโยงกับตราสินค้า รวมถึงตัวอักษร สีเส้นและกราฟิกอื่นๆ ที่ต้องมีรูปแบบหรือสไตล์เดียวกัน ภาพถ่ายข้าวต้มมัดต้องการให้มีหลายมุมมอง เน้นเนื้อหาเรื่องความเป็นมา กระบวนการทำ วิธีการผลิตและวัตถุดิบที่ใช้ เนื่องจากผลิตมายาวนาน เป็นการเน้นย้ำเรื่องความน่าเชื่อถือและคุณภาพของผลิตภัณฑ์



ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

- 1) สื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น
- 2) ใช้สีเขียว น้ำตาลและโทนสีที่ดูสบายตา
- 3) ตัดทอนภาพให้เรียบง่าย
- 4) ตัวอักษรสีเขียวและน้ำตาล ทันสมัย อ่านง่าย
- 5) กราฟิกข้าวต้มมัดและใบจาก
- 6) สีพื้นหลังต้องดูสบายตา
- 7) จัดองค์ประกอบให้ดูเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง

ความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

- 1) จัดวางเรียบง่าย ดูสะอาดตา
- 2) ค้นหาและเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย
- 3) แบ่งเนื้อหาตามลักษณะผลิตภัณฑ์
- 4) เชื่อมโยงเนื้อหาด้วยภาพ ข้อความและปุ่มที่เข้าใจง่าย
- 5) เมนูหลักอยู่ด้านบน เมนูรองอยู่ด้านซ้ายมือ
- 6) ใช้ภาพจริงผสมกราฟิก ภาพตัดทอนเพื่อให้เข้าใจง่าย ภาพข้าวต้มมัดมีหลายมุมมอง
- 7) ตัวอักษรอ่านง่าย ส่วนเนื้อหาใช้อักษรสีดำบนพื้นสีขาว
- 8) ใช้สีเขียวเชื่อมกับใบจาก สีน้ำตาลและขาว
- 9) มีอินโฟกราฟิกนำเสนอข้อมูล

ภาพที่ 9 สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ป้าไหมข้าวต้มมัด

2.3 ผลิตภัณฑ์กึ่งเหยียดป้าสมไหม

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

- (1) ตราสินค้าควรสื่อความหมายอะไร และมีลักษณะอย่างไร

“ต้องการให้มีพระสมุทฺรเจดีย์เพราะว่าต้องการสื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของอำเภอนี้”

“ชื่อผลิตภัณฑ์กึ่งเหยียดป้าสมไหมให้เห็นชัดๆ”

“กึ่งแสดงถึงความสดใหม่ มีน้ำทะเลสีฟ้า”
- (2) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร

“ตัวกึ่งอยากได้สีออกแดงๆ ส้มๆ ส่วนน้ำทะเลอยากได้สีฟ้าที่ดูสดใส”
- (3) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร

“อยากได้ภาพที่ออกแบบในคอมพิวเตอร์ที่เป็นรูปภาพกราฟิก”
- (4) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร

“ใช้ชื่อกึ่งเหยียดป้าสมไหม รูปแบบตัวอักษรที่ดูร่วมสมัย”

“อยากให้ตัวอักษรเด่นๆ สะดุดตา”

“สีตัวอักษรอาจใช้สีเหลืองออกไปทางสีทอง”
- (5) ลวดลายกราฟิกที่ใช้ตกแต่งควรมีลักษณะอย่างไร

“ต้องการตัวกึ่งสีสดๆ มีคลื่นทะเลและพระสมุทฺรเจดีย์เพื่อสื่อถึงความเป็นท้องถิ่น”

(6) สีพื้นหลังของฉลากควรใช้สีอะไร

“อยากได้พื้นหลังเป็นสีขาว จะได้ดูสะอาดตา และตราสินค้าดูเด่นขึ้นมา”

(7) การจัดองค์ประกอบ (ภาพประกอบ ตัวอักษรและกราฟิก) ควรจัดวางแบบใด

“อยากให้จัดวางกึ่งให้โดดเด่นที่สุดในภาพ โดยมีพระสมุทระเจียรองอยู่ด้านหลัง”

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

(1) เว็บไซต์ควรมีลักษณะการจัดวาง (layout) อย่างไร

“อยากให้มีลักษณะเรียบง่าย ดูแล้วสะอาดตา หาข้อมูลง่าย”

(2) การจัดวางแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) ควรมีลักษณะอย่างไร

“วางแผนผังให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายที่สุด ไม่อยากให้คลิกหลายครั้งกว่าจะเจอข้อมูล”

(3) การแบ่งหัวข้อเนื้อหาควรมีเกณฑ์หรือลักษณะการแบ่งอย่างไร

“แบ่งตามความสนใจของผู้ชม แล้วค่อยๆ ถ้ามองความคิดเห็นผู้ชมเพื่อนำมาพัฒนา”

(4) การเชื่อมโยงเนื้อหาบนเว็บไซต์ควรเป็นแบบใด

“อยากได้ลักษณะเชื่อมโยงด้วยข้อความหรือปุ่ม มีรูปภาพประกอบบ้างนิดหน่อย”

(5) การจัดวางระบบนำทาง (navigation system) ควรจัดวางลักษณะใด

“จัดวางระบบนำทางให้เน้นการเข้าถึงสินค้ากึ่งเหยียดได้เร็วที่สุด อาจวางเมนูไว้บริเวณด้านล่างแบนเนอร์ แต่ต้องเห็นได้ชัดเจน ปุ่มต่างๆ มีสีที่สะดุดตา”

(6) กราฟิกบนเว็บไซต์ควรมีลักษณะอย่างไร

“ใช้กราฟิกที่เรียบง่าย เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน จะได้ดูไม่น่าเบื่อเกินไป”

“ลวดลายต่างๆ ไม่อยากให้มีเยอะ พื้นหลังไม่ต้องใช้สีเด่นมาก จะได้ไม่แข่งกับองค์ประกอบหลักบริเวณอื่นๆ”

(7) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร

“ในส่วนที่เป็นภาพสินค้าให้ใช้ภาพถ่ายของจริง แต่ส่วนอื่นๆ เป็นภาพกราฟิกได้”

(8) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร ขนาดเท่าใดและสีอะไรจึงจะเหมาะสม

“อยากได้แบบมีกลิ่นอายความโบราณนิดๆ ขนาดใหญ่พอสมควร แบ่งขนาดตามลำดับความสำคัญ ส่วนสีตัวอักษรอยากได้สีที่ตัดกับสีพื้นหลัง”

(9) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร

“อยากได้สีที่สื่อถึงกึ่งเหยียด เห็นแล้วเข้าใจได้ทันที เช่น สีแดงผสมส้มสดที่สื่อถึงกึ่ง ส่วนบริเวณด้านหลังไม่ต้องเด่นมาก ต้องการรูปกึ่งให้เด่นที่สุด”

(10) ควรนำมัลติมีเดีย (multimedia) มาใช้ประกอบเพื่ออธิบายเนื้อหาบนเว็บไซต์หรือไม่ อย่างไร

“อยากให้มัลติมีเดียที่นำเสนอวิธีการผลิตกึ่งเหยียด”

วิเคราะห์ผลการศึกษาสภาพทั่วไป ความต้องการของผู้ประกอบการต่อรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมใหม่

สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมใหม่สามารถดำเนินกิจการได้ดีในภาพรวมอย่างไรก็ตามมีบางช่วงที่ยอดขายตกต่ำลงไปบ้างเนื่องจากสภาวะทางเศรษฐกิจและราคาที่สูงขึ้น (แม้ยอดขายจะมีบ่อกึ่งก็ตาม) ในช่วงแรกผู้ประกอบการไม่ได้มีความรู้และสนใจในธุรกิจนี้เท่าใดนัก แต่เริ่มมองเห็นโอกาสทางธุรกิจเมื่อน้องชายเริ่มทำบ่อกึ่ง ข้อดีคือความสดของกึ่ง ประหยัดต้นทุน และการบริหารจัดการวัตถุดิบ สูตรการทำนำมาจากผู้ใหญ่ในชุมชน ซึ่งก็ถ่ายทอดกันมานาน แต่ปัญหาคือสูตรสมัยก่อนจะให้รสหวานจัด ในขณะที่คนปัจจุบันทานหวานน้อยลง จึงต้องพัฒนาสูตรเป็นของตนเองให้หวานน้อยและเพิ่มความนุ่ม ซึ่งผลตอบรับดี จึงเริ่มมีความมั่นใจในการผลักดันผลิตภัณฑ์ให้ขายบนเว็บไซต์ (มีทายาทคนรุ่นใหม่ที่สามารถบริหารจัดการเว็บไซต์ได้)

การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนพบว่า มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นจากสมาชิกในชุมชน โดยสืบทอดกันมาในลักษณะครูพักลักจำ แล้วนำสูตรมาประยุกต์ให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน ผู้ประกอบการพยายามพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างสรรค์เอกลักษณ์ใหม่โดยการใช้สมุนไพรท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบการปรุง เคยเข้าร่วมอบรมด้านการตลาดจากหน่วยงานของรัฐ แต่หากเป็นเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัล จะชวนทายาทไปเข้าร่วมด้วยเนื่องจากมีทักษะและสามารถเรียนรู้ได้ดีกว่า ในแง่การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้กุ๊กเกิ้ลเพื่อหาข้อมูลการปรุงรสกึ่งเหี้ยด และต้องการหาความรู้เรื่องเทคโนโลยีการถนอมอาหาร มีตราสินค้าที่สวยงามและบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการทำตลาดออนไลน์

ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า ผู้ประกอบการต้องการให้ชื่อตราสินค้ามีความเด่นชัด มีน้ำทะเลและพระสมุทระเจดีย์ ซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของอำเภอ สีกึ่งใช้เป็นสีส้มอมแดงเพื่อสื่อถึงความสดและดูน่ารับประทาน ตัดกับสีฟ้าในส่วนของน้ำทะเล ทำให้ได้โครงสร้างตรงข้ามข้างเคียง (split complementary) ตัวอักษรให้มีความร่วมสมัย สีเหลืองทอง ส่วนรูปแบบเว็บไซต์ต้องการให้ดูเรียบง่าย สะอาดตา บริเวณแบนเนอร์ด้านบนใส่รูปกึ่งให้เห็นเด่นชัด จัดวางระบบนำทางให้เข้าถึงข้อมูลสะดวก ลวดลายกราฟิกและพื้นหลัง (background) ไม่จำเป็นต้องมีมากและสีที่โดดเด่นเกินไป อาจใช้เป็นสีขาวเพื่อขับเน้นองค์ประกอบอื่นๆ ตัวอักษรให้มีความโบราณและร่วมสมัย ซึ่งจะทำให้สอดคล้องกับตราสินค้า มีคลิปวิดีโอกรรมวิธีการทำกึ่งเหี้ยดเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสดของตัวกึ่ง คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า



กุ้งเหยียดป่าสมใหม่

ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

- 1) มีภาพกุ้ง น้ำทะเลและพระสมุทรเจดีย์
- 2) กุ้งใช้สีแดงส้ม น้ำทะเลสีฟ้าสดใส
- 3) ใช้ภาพกราฟิกตัดทอน
- 4) ตัวอักษรแบบร่วมสมัย สีเหลืองหรือทอง สะอาดตา
- 5) สะท้อนความเป็นท้องถิ่น
- 6) พื้นหลังสีขาว ดูสะอาดตา
- 7) จัดวางให้กุ้งและชื่อผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัด

ความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

- 1) จัดวางให้ดูเรียบง่าย สบายตา หาข้อมูลง่าย
- 2) เข้าถึงข้อมูลได้เร็ว ไม่ต้องคลิกหลายครั้ง
- 3) แบ่งเนื้อหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ชม
- 4) ระบบนำทางเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้เร็ว เมนูและปุ่มใช้สีสด
- 5) กราฟิกเรียบง่าย ไม่มีลวดลายมากเกินไป พื้นหลังใช้สีอ่อน
- 6) ภาพสินค้าใช้ภาพถ่ายที่สวยงาม ส่วนอื่นๆ เป็นกราฟิก
- 7) ตัวอักษรมีกลิ่นอายความโบราณ ขนาดใหญ่ สีตัวอักษรตัดกับสีพื้นหลังชัดเจน
- 8) สีส้มแดงเป็นสีหลัก
- 9) มีมิติมีเดียนำเสนอวิธีการผลิตกุ้งเหยียด

ภาพที่ 10 สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์กุ้งเหยียดป่าสมใหม่

2.4 ผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์รี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

- (1) ตราสินค้าควรสื่อความหมายอะไร และมีลักษณะอย่างไร

“มีรูปตัวเค้กวางไว้ตรงกลาง ต้องการให้มีรูปบ้านไม้ เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ผลิตที่เป็นบ้านไม้ที่ทุกคนมารวมกลุ่มกันทำ และมีรูปพวงมาลัยเรือเพื่อสื่อให้เห็นถึงความเป็นอยู่บริเวณป้อมพระจุล”

- (2) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร

“สีชมพูสดใสเพื่อให้เป็นที่จดจำง่าย และสะท้อนถึงราสเบอร์รี่”

- (3) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร

“อยากให้เป็นภาพกราฟิก”

- (4) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร

“ชื่อตราสินค้าอยากให้วางไว้ตรงกลาง โดยเฉพาะคำว่าบ้านไม้ ส่วนคำว่าไทย-เยอรมันเบเกอร์รี่ วางไว้บริเวณด้านล่าง”

“ขนาดอย่าให้เล็กเกินไป เพราะชื่อค่อนข้างยาว กลัวลูกค้าจะอ่านไม่ออก”

“อยากใช้ตัวอักษรสีชมพูหรือไม่ก็สีแดงสดใส”

- (5) ลวดลายกราฟิกที่ใช้ตกแต่งควรมีลักษณะอย่างไร

“อยากได้ลวดลายที่ดูเป็นฝรั่งๆ มาตกแต่ง แต่ให้เป็นสีจางจะได้ไม่แข่งกับส่วนอื่น”

(6) สีพื้นหลังของฉลากควรใช้สีอะไร

“สีขาว จะได้ช่วยขับให้ตราสินค้าเด่นขึ้น”

(7) การจัดองค์ประกอบ (ภาพประกอบ ตัวอักษรและกราฟิก) ควรจัดวางแบบใด

“จัดวางไว้ตรงกลาง ให้ดูมั่นคง น่าเชื่อถือ”

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

(1) เว็บไซต์ควรมีลักษณะการจัดวาง (layout) อย่างไร

“อยากให้จัดวางด้วยกราฟิกที่มองและสบายตา ไม่ต้องใส่เยอะ จุดเด่นวางไว้บริเวณด้านบนสุด เช่น โลโก้ แบนเนอร์โฆษณา เมื่อผู้ชมเปิดเว็บไซต์จะต้องมองเห็นชัด”

(2) การจัดวางแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) ควรมีลักษณะอย่างไร

“ต้องการให้เข้าถึงได้ทุกๆ หน้า ไม่ต้องคลิกย้อนหลังเพื่อกลับไปเริ่มต้นใหม่ เพื่อจะได้สะดวกต่อการหา ไม่อยากให้ต้องคลิกไปที่ละหน้า ซึ่งยากลำบากต่อการค้น”

(3) การแบ่งหัวข้อเนื้อหาควรมีเกณฑ์หรือลักษณะการแบ่งอย่างไร

“แบ่งตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย”

“ก่อนทำเว็บคงต้องสอบถามกลุ่มลูกค้าว่าสนใจเรื่องใดเกี่ยวกับขนมประเภทนี้”

(4) การเชื่อมโยงเนื้อหาบนเว็บไซต์ควรเป็นแบบใด

“เชื่อมโยงด้วยภาพและปุ่มน่าจะเข้าใจได้ง่ายที่สุด”

(5) การจัดวางระบบนำทาง (navigation system) ควรจัดวางลักษณะใด

“จัดวางให้มองเห็นได้ชัดที่สุด เมนูไม่ควรมีให้เลือกเยอะเกินไป ไม่เกิน 7-8 เมนู”

“จัดวางให้เป็นมาตรฐานทั่วไป ที่คนคุ้นเคย ใช้งานง่าย”

(6) กราฟิกบนเว็บไซต์ควรมีลักษณะอย่างไร

“ใช้รูปวัตถุขนม ส่วนด้านบนของเว็บอยากให้ทำเป็นกราฟิกเหมือนร้านขนมเค้กน่ารักๆ สีสดใส ส่วนฉากหลังเป็นสีจางๆ ลักษณะเหมือนเป็นลายน้ำ”

(7) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร

“อยากให้ใช้เป็นภาพกราฟิก ดูทันสมัย มีความเป็นสากล เพราะเป็นเค้กแบบฝรั่ง”

“สีต้องสดใส หวานๆ”

(8) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร ขนาดเท่าใดและสีอะไรจึงจะเหมาะสม

“ตัวอักษรพอดีๆ ให้อ่านง่าย สบายกับกลุ่มเป้าหมาย”

“ขนาดฟอนต์สัก 18-20 เพราะอยากให้อ่านง่าย ไม่ต้องใหญ่หรือเล็กเกินไป”

“ใช้สีที่ดูสดใส แต่ก็ต้องอ่านง่ายด้วย”

(9) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร

“ภาพรวมอยากให้มีสีชมพูเป็นหลัก เพราะเป็นสีรสชาติขนม”

“ส่วนสื่อที่ใช้สื่อที่ใกล้เคียงกัน ให้ดูโดดเด่นสดใส”

(10) ควรนำมัลติมีเดีย (multimedia) มาใช้ประกอบเพื่ออธิบายเนื้อหาบนเว็บไซต์หรือไม่ อย่างไร

“ต้องการให้มีวิดีโอแสดงวิธีการทำขนมของทางร้านแต่ไม่ต้องบอกปริมาณ มีความยาวสั้นๆ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และกระตุ้นให้เกิดความอยากซื้อ”

วิเคราะห์ผลการศึกษาสภาพทั่วไป ความต้องการของผู้ประกอบการต่อรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก มีการดำเนินธุรกิจได้ค่อนข้างดี แม้เริ่มธุรกิจได้เพียง 1 ปี เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน ยอดขายแม้ไม่สูงนัก เพราะยังคงเป็นอาชีพเสริมและไม่มีเวลามากนัก แต่ผู้ประกอบการต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ทั้งเรื่องการคัดเลือกวัตถุดิบ (หาแครกเกอร์ที่รสชาติเหมาะกับการนำมาทำชีสเค้ก) การปรับปรุงสูตรและบรรจุภัณฑ์ (เดิมเคยใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกสีขุ่น เปลี่ยนมาเป็นสีใสเนื่องจากลูกค้าต้องการเห็นตัวสินค้าด้านใน) ผู้ประกอบการอายุยังไม่มาก จึงมีทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลค่อนข้างดี เห็นได้จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหนึ่งในช่องทางขาย และต้องการมีเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น

การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนพบว่า ผู้ประกอบการศึกษาหาข้อมูลความรู้ด้วยตนเอง โดยมองว่าหากต้องการความยั่งยืนในธุรกิจจะต้องเป็นผู้รู้จริงในศาสตร์นั้นๆ พึ่งพาตนเองและปรับตัวให้ทันกับลักษณะตลาดในยุคดิจิทัล ความรู้ที่ได้ส่วนใหญ่มาจากการหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต การเข้าอบรมจากหน่วยงานของรัฐและการสอบถามผู้รู้ ผู้ประกอบการมองว่าต้นทุนการผลิตยังคงสูงอยู่ จึงต้องปรับลดต้นทุน คิดค้นสร้างสรรค์รสชาติที่แปลกใหม่และทำตลาดบนอินเทอร์เน็ต เพื่อขยายฐานลูกค้าและลดเซกการได้กำไรน้อยด้วยปริมาณยอดขาย อย่างไรก็ตามแม้ผู้ประกอบการจะมีทักษะทางดิจิทัล เข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ แต่ไม่มีองค์ความรู้ด้านการทำตลาดบนอินเทอร์เน็ตมากนัก ด้านการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมนั้นยังไม่ได้ลงทุนมากนัก เพราะยังเป็นธุรกิจขนาดเล็กแต่กำลังหาข้อมูลทางวิทยาศาสตร์เพื่อถนอมอาหารให้อยู่ได้นานและมีกลิ่นหอมมากขึ้น

ในส่วนของความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า ผู้ประกอบการต้องการจัดวางให้ตัวเค้กอยู่ตรงกลางและเป็นภาพหลัก มีรูปบ้านไม้และพวงมาลัยเรือเป็นส่วนประกอบ ใช้สีชมพูเพื่อให้สอดคล้องกับรสชาติของผลิตภัณฑ์ ใช้กราฟิกที่ดูทันสมัย สะท้อนความเป็นตะวันตก ตัวอักษรต้องอ่านง่าย และมีขนาดใหญ่พอสมควรเพราะชื่อตราสินค้าค่อนข้างยาว ด้านรูปแบบเว็บไซต์ต้องการให้จัดวางจุดเด่นไว้ด้านบนสุด ค้นหาข้อมูลได้สะดวก มีเมนูให้เลือกไม่มากเกินไปเพราะอาจทำให้ผู้ชมสับสน ใช้รูปวัตถุดิบทำขนมเป็นภาพกราฟิกตัดทอนที่เรียบง่ายและทันสมัย ลักษณะเดียวกับที่ใช้ใน

ตราสินค้า สีหลักคือสีชมพู ส่วนสีรองใช้สีที่สดใสเช่นกัน ซึ่งช่วยสร้างควมมีเอกภาพและความสม่ำเสมอให้กับเว็บไซต์ มีคลิปวิดีโอสั้นๆ แสดงวิธีการทำขนมของร้าน เนื่องจากปัจจุบันคนส่วนใหญ่ชอบความรวดเร็ว เข้าใจง่ายโดยไม่ต้องใช้เวลาานาน



ผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมัน
เบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

- 1) มีรูปราสเบอร์รี่ชีสเค้ก บ้านไม้และพวงมาลัยเรือ
- 2) ใช้สีชมพูสดใส สีส้มถึงราสเบอร์รี่
- 3) ภาพประกอบเป็นลักษณะกราฟิก
- 4) ชื่อตราสินค้าวางไว้ตรงกลาง สีชมพูหรือแดง
- 5) มีลวดลายกราฟิกที่หักลิ้นอายุแบบตะวันตก
- 6) พื้นหลังเป็นสีขาว
- 7) จัดวางให้สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน ดูมั่นคง น่าเชื่อถือ

ความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

- 1) จัดวางให้ดูสบายตา จุดสำคัญวางไว้ด้านบนให้มองเห็นชัด
- 2) เข้าถึงข้อมูลได้ทุกเว็บเพจ สะดวกต่อการค้นหา
- 3) แบ่งเนื้อหาตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
- 4) ระบบนำทางเห็นได้ชัด มี 7-8 เมนูให้เลือก
- 5) มีกราฟิกรูปวัตถุขนม ด้านบนทำกราฟิกให้เหมือนร้านขนมเค้ก
- 6) ใช้ภาพประกอบที่ดูทันสมัยแบบตะวันตก
- 7) ตัวอักษรที่ดูน่ารัก เหมาะกับวัยรุ่น สีสันสดใส แต่อ่านง่าย
- 8) สีหลักคือสีชมพู สีรองใช้สีที่ให้ความรู้สึกหวานและสดใส
- 9) มีคลิปวิดีโอสั้นๆ แสดงวิธีการทำขนมของทางร้าน

ภาพที่ 11 สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

2.5 ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

- (1) ตราสินค้าควรสื่อความหมายอะไร และมีลักษณะอย่างไร

“สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ อยากรู้ได้ตราสินค้าเป็นรูปใบจาก ลักษณะยาวๆ ซ้อนทับกันเหมือนกับลายสาน แสดงความสดของใบจากที่นำมาใช้ ลวดลายแบบธรรมชาติ โดยให้ใบจากเป็นจุดเด่นของตราสินค้า”

- (2) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร

“สีหลักคือสีเขียว สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ และเป็นสีของใบจาก”

“ส่วนสีรองอาจใช้เป็นสีแดง เพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความสมดุล”

- (3) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร

“ภาพประกอบเป็นกราฟิก เน้นวาดให้เป็นเส้นตรง เป็นเหลี่ยมแบบคมชัด”

“ให้เป็นภาพตัดทอนของใบจากและลายจักสาน”

- (4) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร

“ใช้ภาษาไทยและอังกฤษ อ่านแล้วเข้าใจง่าย คนไทยและต่างชาติอ่านได้”

“ชื่อตราสินค้าใช้ชื่อผู้ประกอบการเป็นภาษาอังกฤษ ส่วนชื่อคำว่าจักสานเป็นภาษาไทย โดยชื่อผู้ประกอบการมีขนาดใหญ่หน่อย จะได้มองเห็นชัด ส่วนด้านล่างใส่คำว่าจักสาน”

“ชื่อผู้ประกอบการเป็นสีแดง เพื่อความโดดเด่น ส่วนคำว่าจักสานใช้สีดำ”

(5) ลวดลายกราฟิกที่ใช้ตกแต่งควรมีลักษณะอย่างไร

“เป็นรูปใบจากเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นผลิตภัณฑ์จักสาน และความเป็นหมู่บ้านนาเกลือ”

“ใช้ภาพกราฟิกลายเส้นสีดำตัดด้วยสีเขียวที่เป็นใบจาก”

(6) สีพื้นหลังของฉลากควรใช้สีอะไร

“พื้นหลังเป็นสีขาว ตราสินค้าจะได้ดูเด่น”

(7) การจัดองค์ประกอบ (ภาพประกอบ ตัวอักษรและกราฟิก) ควรจัดวางแบบใด

“มีกราฟิกใบจากให้เห็นเด่นชัด แต่ไม่ยากให้วางไว้ตรงกลาง เพราะดูน่าเบื่อ อาจวางบริเวณมุมๆ ส่วนชื่อผู้ประกอบการและคำว่าจักสานวางไว้ทางขวา”

ผลสำรวจความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

(1) เว็บไซต์ควรมีลักษณะการจัดวาง (layout) อย่างไร

“โลโก้และแบนเนอร์วางไว้ด้านบน ลูกค้าน่าจะให้เห็นชัด”

“มีภาพประกอบด้านล่างข้อมูลแนะนำผลิตภัณฑ์จักสาน”

“มีพื้นที่ว่างเยอะๆ จะได้ดูสบายตา หาข้อมูลง่าย”

(2) การจัดวางแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) ควรมีลักษณะอย่างไร

“เนื้อหาข้อมูลที่ใกล้เคียงกันก็จัดให้อยู่ในเมนูเดียวกัน ไม่ควรมีเมนูย่อยเยอะ”

“แต่ละหน้าสามารถคลิกเข้าไปดูสินค้าได้หลายๆ แบบ เช่น แนะนำสินค้าใหม่”

“ทุกหน้าเชื่อมโยงกันได้หมด”

(3) การแบ่งหัวข้อเนื้อหาควรมีเกณฑ์หรือลักษณะการแบ่งอย่างไร

“แบ่งตามรูปแบบและลวดลายจักสานเป็นหลัก เช่น กระทงใส่ขนมลายขด ตะกร้าลายขัด กระเป๋าใบจากลายอิสระ”

“ใส่ประวัติของป่าเกิดที่เริ่มทำผลิตภัณฑ์จักสาน และมีบทความให้ความรู้ด้วย”

(4) การเชื่อมโยงเนื้อหาบนเว็บไซต์ควรเป็นแบบใด

“ใช้ปุ่มกดแบบตัวอักษร”

“เนื้อหาบางส่วนอาจเชื่อมโยงด้วยรูปภาพ หรือคลิกที่ข้อมูลสินค้าแล้วเชื่อมโยงไปที่รูปภาพ และมีรูปสินค้าหลายๆ มุมมอง”

(5) การจัดวางระบบนำทาง (navigation system) ควรจัดวางลักษณะใด

“แยกเมนูรูปแบบสินค้าให้ชัดเจน”

“วางแผนดูไว้ด้านบนให้เห็นชัด สะดุดตา ลูกค้ากดได้ง่าย แต่ไม่ต้องใช้เนื้อที่มาก”

“เมนูย่อยวางไว้ทางด้านซ้ายมือ เน้นเมนูเกี่ยวกับสินค้าจกสานเป็นหลัก”

(6) กราฟิกบนเว็บไซต์ควรมีลักษณะอย่างไร

“เป็นรูปใบจากสีเขียวที่ดูทันสมัย น่ารัก ทำให้ดูเป็นธรรมชาติและเรียบง่าย”

“ใช้รูปทรงตัดทอน จัดวางบนพื้นขาว จะได้ดูสะอาดตา”

(7) ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร

“มีทั้งรูปจริงและกราฟิกผสมกัน โดยรูปจริงต้องการให้มีหลายมุมมอง มีทั้งถ่ายระยะใกล้ ระยะไกลและภาพวิธีการทำ”

(8) ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร ขนาดเท่าใดและสีอะไรจึงจะเหมาะสม

“ใช้รูปแบบตัวอักษรมาตรฐานทั่วไปที่อ่านง่าย ขนาดพอดีกับระยะสายตา”

“สีตัวอักษรใช้สีดำหรือเขียวเข้มๆ ทึบๆ”

(9) สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร

“สีเขียวเป็นสีหลัก สีถึงใบจาก เพื่อให้ความเป็นธรรมชาติ”

“ใช้น้ำตาลแทรกเข้ามา ซึ่งเป็นสีของใบจากที่แห้งแล้ว และก็มีความเป็นธรรมชาติ”

(10) ควรนำมัลติมีเดีย (multimedia) มาใช้ประกอบเพื่ออธิบายเนื้อหาบนเว็บไซต์หรือไม่ อย่างไร

“ใส่วิดีโอการทำจักสานและบอกประวัติการทำจักสาน”

“แนะนำข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยการทำวิดีโอในลักษณะอธิบายและสัมภาษณ์”

วิเคราะห์ผลการศึกษาสภาพทั่วไป ความต้องการของผู้ประกอบการต่อรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ มีการดำเนินธุรกิจที่ดี ยอดขายเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี แข็งแรงและมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ (จุดขายที่แตกต่างจากผู้อื่น) ใช้เงินลงทุนไม่มากเพราะใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ผู้ประกอบการพยายามคิดค้นลวดลายการสานใหม่ๆ อยู่เสมอและเปิดอบรมการทำจักสานให้กับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งเปรียบเสมือนการประชาสัมพันธ์สินค้าและให้บริการสังคม ทำให้เป็นที่รู้จักและมีลูกค้ามากขึ้น การบริหารจัดการทำได้ค่อนข้างยาก เพราะบางช่วงมีลูกค้าสั่งผลิตจำนวนมาก ทำให้หาวัตถุดิบและสมาชิกมาช่วยผลิตไม่ทัน (ไม่มีการผลิตสินค้าไว้ก่อน) อย่างไรก็ตามก็ดีหากขายผ่านเว็บไซต์ อาจเกิดผลกระทบในอนาคตได้ จึงต้องมีการเตรียมวางแผนจัดการการผลิตล่วงหน้าให้มีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนพบว่า ผู้ประกอบการคิดค้นและฝึกการสานเอง โดยศึกษาจากรูปแบบที่ผู้อื่นทำแล้วนำมาทดลอง

ตนเอง เน้นประโยชน์ใช้สอยและความประณีตเป็นสำคัญ มีความคิดสร้างสรรค์ที่จะพัฒนาตลาด
ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการมีทักษะด้านดิจิทัลน้อยมากและ
ไม่ค่อยได้เข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลเท่าใดนัก ดังนั้นจึงต้องให้ทายาทหรือสมาชิกในครอบครัวช่วยสอนและ
ถ่ายทอดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ในอนาคต ยังไม่มีการใช้
ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมเท่าใดนัก แต่กำลังศึกษาเรื่องวิธีการทางวิทยาศาสตร์ที่จะช่วย
ทำให้ใบจากมีความแข็งแรงมากขึ้น ซึ่งในประเด็นนี้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ใช้งานได้หลากหลายขึ้นและ
ขนส่งทางไปรษณีย์ได้โดยไม่เสียหาย

ผู้ประกอบการต้องการให้รูปแบบตราสินค้าสามารถสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ มีรูป
กราฟิกใบจากที่เรียบง่าย มีขนาดใหญ่และเด่นกว่าองค์ประกอบอื่น ใช้ภาพใบจากที่กำลังสานเป็น
ลวดลาย มีสีเขียวเป็นสีหลัก ตัวอักษรเป็นสีแดง ซึ่งเป็นสีคู่ตรงข้าม (complementary color) ให้
ความรู้สึกตัดกันรุนแรงและมั่นคง มีทั้งอักษรไทยและอังกฤษ จัดองค์ประกอบให้ดูมีความเคลื่อนไหว
ไม่นิ่งจนเกินไป ส่วนรูปแบบเว็บไซต์นั้นต้องการให้วางตราสินค้าและแบนเนอร์ไว้ด้านบนให้เห็น
เด่นชัด ปล่อยพื้นที่ว่างสีขาวเพื่อให้ดูสบายตา แบ่งข้อมูลตามรูปแบบและลวดลายจักสาน มีกราฟิกใบ
จากที่ดูทันสมัย ใช้สีหลักเป็นสีเขียวเพื่อสื่อถึงใบจากและธรรมชาติ ตัวอักษรสีดำหรือเขียวเข้ม จัดวาง
บนพื้นขาว ทำให้อ่านง่ายและสบายตาไม่ล้า มีคลิปวิดีโอแนะนำข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้
ผู้ชมเข้าใจง่ายขึ้น



ผลิตภัณฑ์จักสาน
กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า
<ol style="list-style-type: none"> 1) สื่อถึงธรรมชาติ ใช้รูปใบจากทับกันเหมือนลายสาน 2) สีหลักคือสีเขียวแบบสีของใบจาก สีรองคือสีแดง 3) ใช้ภาพตัดทอนของใบจาก เน้นเหลี่ยมคม 4) ตัวอักษรมีทั้งภาษาไทยและอังกฤษ 5) พื้นหลังเป็นสีขาว 6) ใช้กราฟิกลายเส้นสีดำตัดด้วยสีเขียว 7) จัดองค์ประกอบแบบสมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน

ความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์
<ol style="list-style-type: none"> 1) จัดวางให้มีพื้นที่ว่าง ดูสบายตา 2) สามารถเชื่อมโยงไปยังหน้าสินค้าได้หลายหมวดหมู่ 3) แบ่งเนื้อหาตามรูปแบบและลายจักสาน 4) ใช้รูปผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม มีหลายมุมมอง 5) วางเมนูหลักไว้ด้านบน เน้นเมนูเกี่ยวกับสินค้าเป็นหลัก 6) กราฟิกรูปใบจากสีเขียวที่ดูทันสมัย เป็นธรรมชาติ 7) ใช้ตัวอักษรมาตรฐานที่อ่านง่าย สีดำหรือเขียวเข้มเกือบดำ 8) สีเขียวเพื่อสื่อถึงใบจาก สีรองคือสีน้ำตาลแบบสีใบจากแห้ง 9) มีคลิปวิดีโอแนะนำผลิตภัณฑ์ในลักษณะอธิบายและ สัมภาษณ์ เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย

ภาพที่ 12 สรุปความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนา
อาชีพบ้านคลองนาเกลือ

3. การจัดการองค์ความรู้ (KM: Knowledge Management) เพื่อการปรับปรุงและแก้ไขปัญหา

หลังจากรวบรวมข้อมูลสภาพทั่วไป ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์แล้วพบว่า ผู้ประกอบการต้องการมีองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการถนอมอาหาร เพื่อนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สามารถคงความสดและเก็บไว้ได้ยาวนานขึ้น ผู้วิจัยจึงจัดโครงการอบรมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายใต้ “โครงการบูรณาการการวิจัย บริการวิชาการแก่สังคมและจัดการองค์ความรู้ ภูมิปัญญาชุมชนด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมและเทคโนโลยีการถนอมอาหาร เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน” จัดขึ้นในวันที่ 9 พฤศจิกายน 2560 ณ ห้องบรรยาย 3 อาคารอำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เวลา 8.30 - 16.00 น. มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้นจำนวน 40 คน (ผู้ประกอบการ ทายาทผู้ประกอบการ นักวิชาการและนักศึกษา) หัวข้อการอบรมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้คือ เทคโนโลยีและการถนอมอาหาร โดยมีวิทยากรผู้ให้ความรู้ ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยรัตน์ เตชะวุฒิพร (นักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร) ให้ความรู้ด้านหลักการถนอมอาหาร ปัจจัยที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดการเสียของอาหาร
2. อาจารย์อริษา สุนทรวัฒน์ (นักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร) ให้ความรู้ด้านการเก็บรักษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการถนอมอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 13 บรรยากาศการอบรมหัวข้อ “เทคโนโลยีและการถนอมอาหาร”

หลังจากเสร็จกิจกรรมอบรมให้ความรู้โดยนักวิชาการ ตามความต้องการของผู้ประกอบการแล้ว จึงได้จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยทำเป็นลักษณะการสนทนากลุ่มย่อยและให้ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายเข้าร่วม เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ องค์ความรู้และแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการถนอม

อาหาร ซึ่งผลจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากวัตถุดิบที่ใช้ องค์ประกอบของอาหาร อุณหภูมิและความชื้นในอาหาร



ภาพที่ 14 บรรยากาศการสนทนากลุ่มย่อยระหว่างผู้ประกอบการ นักศึกษาและวิทยากร

3.1 สรุปแนวทางการแก้ไขปัญหา (ถอดบทเรียนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้)

นักวิชาการ ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมได้ร่วมกันนำแนวทางการแก้ไขปัญหาไว้หลายมุมมอง ซึ่งสามารถสรุปตามประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- วัตถุดิบที่ใช้ ควรทำความสะอาดก่อนนำมาเป็นส่วนผสมของอาหาร เนื่องจากบางครั้งวัตถุดิบที่ซื้อมาอาจมีสิ่งสกปรกหรือจุลินทรีย์จำนวนมากติดมาด้วย ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเน่าเสียของอาหาร การทำความสะอาดสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ 1) การทำความสะอาดแบบแห้ง เป็นการทำความสะอาดโดยไม่ใช้น้ำ เหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการให้เปียกน้ำ เช่น แป้ง เมล็ดธัญญาหาร เพื่อแยกสิ่งเจือปนที่ไม่ได้ติดแน่นออกจากวัตถุดิบ เป็นการลดปริมาณจุลินทรีย์เริ่มต้น โดยใช้วิธีการหีบออก ร้อนด้วยตะแกรงหรือลมเป่า 2) การทำความสะอาดแบบเปียก เป็นการทำความสะอาดด้วยน้ำ ซึ่งช่วยลดปริมาณจุลินทรีย์ สารเคมีหรือสิ่งสกปรกที่ติดมากับวัตถุดิบได้ เหมาะกับวัตถุดิบที่จากสัตว์ เช่น ผลิตภัณฑ์กุ้งเหี้ยยัดป่าสมไหม หรือวัตถุดิบจากพืช เช่น ใบจากที่นำมาทำขนม揚และข้าวต้มมัด ส่วนวัตถุดิบที่เป็นของเหลวควรแยกสิ่งแปลกปลอมด้วยการกรอง

- องค์ประกอบของอาหาร ขึ้นอยู่กับชนิดของสารอาหารที่มีอยู่ในอาหารชนิดนั้นๆ อาหารบางประเภท เช่น บางผลิตภัณฑ์ใช้แป้งที่มีโปรตีนสูง ซึ่งทำให้อาหารเกิดการเน่าเสียจากแบคทีเรียได้ง่าย ดังนั้นจึงควรเลือกแป้งที่มีโปรตีนน้อยลง หรือเอนไซม์ (enzyme) ที่อยู่ในอาหารก็มีส่วนสำคัญ เพราะทำให้อาหารมีกลิ่นหืน สีเปลี่ยนไปและนำไปสู่การเน่าบูด วิธีการยับยั้งการทำงานของเอนไซม์คือ การลดอุณหภูมิ ความร้อนและความเป็นกรด-ด่าง

- อุณหภูมิ มีผลโดยตรงต่อการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ในอาหาร โดยจุลินทรีย์แต่ละประเภทก็จะเติบโตได้ในอุณหภูมิที่แตกต่างกันออกไป การใช้ความเย็นหรือลดอุณหภูมิให้ต่ำกว่า 10

องศาจะช่วยให้จุลินทรีย์เติบโตช้าลงจนถึงหยุดการเจริญเติบโตลงได้ (แต่ไม่ได้ฆ่า) อย่างไรก็ตามการลดอุณหภูมิอาจทำให้วัตถุดิบหรืออาหารบางประเภทมีเนื้อสัมผัสอาหารเปลี่ยนไปและมีสีน้ำตาล ดังนั้นหากต้องการแช่เย็นจึงควรสังเกตด้วยว่าวัตถุดิบชนิดนั้นต้องผ่านกระบวนการใดก่อนหรือไม่ เช่น ถ้าเป็นผักควรมีการลวกเพื่อยับยั้งเอนไซม์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระหว่างการเก็บรักษา ส่วนถ้าเป็นวัตถุดิบต่างๆ ไปก็ควรใช้ภาชนะบรรจุที่สะอาด ซึ่งช่วยให้ได้คุณภาพเนื้อสัมผัสดีขึ้น

- ความชื้น น้ำมีในส่วประกอบหลักทุกชนิด ซึ่งเกาะเกี่ยวกับสารอื่น แทรกตัวอยู่ในช่องว่างของอาหาร และเป็นตัวช่วยที่ทำให้จุลินทรีย์เจริญเติบโตดีขึ้น ดังนั้นจึงควรลดปริมาณน้ำในอาหาร เช่น ในอาหารที่มีไส้ก็ควรผัดหรือใช้ความร้อนเพื่อทำให้ไส้มีความแห้งมากขึ้น การลดความชื้นหรือการทำให้อาหารแห้งมี 2 วิธีหลักๆ คือ 1) การใช้วิธีทางธรรมชาติ เช่น การผึ่งลม 2) การใช้กลวิธี ซึ่งต้องอาศัยหลักการทางวิทยาศาสตร์และเครื่องมือเข้าช่วย โดยการส่งความร้อนเข้าไปในอาหาร อย่างไรก็ตามอาหารที่มีความชื้นน้อยอยู่แล้วก็ไม่จำเป็นต้องใช้ความร้อน เพราะการใช้ความร้อนบางกรรมวิธีอาจทำให้อาหารมีความชื้นมากขึ้น

3.2 การให้ความรู้เพิ่มเติม

หลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมอบรมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ณ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ผู้วิจัยได้วางแผนกับนักศึกษาในการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์และติดตามผลการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยสอบถามผู้ประกอบการเกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ทางผู้ประกอบการต้องการเพิ่มเติม พบว่าผู้ประกอบการต้องการความรู้ด้านการโฆษณา การทำตลาดออนไลน์และการบริหารจัดการเว็บไซต์ หลังจากนั้นจึงได้นำประเด็นดังกล่าวปรึกษากับนักศึกษาและผู้มีส่วนร่วม จึงสรุปได้ว่าผู้วิจัย นักศึกษาและผู้มีส่วนร่วมจะใช้วิธีลงพื้นที่ไปยังสถานประกอบการของทั้ง 5 ผลิภัณฑ์เพื่อถ่ายทอดความรู้ตามที่ต้องการ

เมื่อลงพื้นที่และได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการ ปรากฏว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการโฆษณาน้อยมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้วิจัยจึงจัดอบรมให้ความรู้แบบไม่เป็นทางการเกี่ยวกับหลักการสำคัญในการทำโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตและการวางแผนการใช้สื่อ จากนั้นจึงจัดกิจกรรมให้ผู้ประกอบการทดลองวางแผนโฆษณา การซื้อสื่อต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต โดยตั้งงบประมาณตามความเป็นจริงที่ผู้ประกอบการพึงมี จากนั้นผู้วิจัย นักศึกษาและผู้มีส่วนร่วมจึงร่วมกันแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น มุมมองและให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการ

การให้ความรู้ด้านการทำตลาดออนไลน์ใช้วิธีการอบรมให้ความรู้เรื่องการทำ SEO (search engine optimization) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลและการนำเสนอเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามในประเด็นที่กล่าวมานี้ผู้ประกอบการไม่ค่อยเข้าใจเท่าใดนัก เนื่องจากบางท่านแทบไม่มีพื้นฐานความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบกับมีการใช้ศัพท์เทคนิคค่อนข้างมาก

ทำให้ต้องมีการอธิบายซ้ำหลายครั้งและปรับเปลี่ยนวิธีการอธิบายให้เข้าใจง่าย เนื้อหาที่ไม่ซับซ้อนจนเกินไปนัก จากนั้นจึงให้ผู้ประกอบการลองคิดแผนการตลาดออนไลน์แบบง่ายๆ โดยมีนักศึกษาเป็นผู้ช่วยแล้วจึงร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น



ภาพที่ 15 การถ่ายทอดความรู้การโฆษณา การตลาดออนไลน์และการบริหารจัดการเว็บไซต์

ส่วนการบริหารจัดการเว็บไซต์ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดกิจกรรมให้นักศึกษาลงพื้นที่ไปให้ความรู้พื้นฐานอย่างน้อย 10 ครั้ง โดยใช้กระบวนการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม พร้อมสร้างสถานการณ์จำลองให้ผู้ประกอบการทดลองบริหารจัดการเว็บไซต์ด้วยตนเองผ่านเว็บไซต์ lnwshop.com เพื่อสร้างความคุ้นเคยก่อนเริ่มกระบวนการออกแบบและเผยแพร่ (publish) เว็บไซต์จริง ซึ่งผู้ประกอบการบางรายจำเป็นต้องให้ทายาทหรือสมาชิกในครอบครัวเข้าร่วมกิจกรรมด้วย เพื่อการทบทวนและถ่ายโอนความรู้ภายหลัง

บทที่ 5

ผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน

การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัยชิ้นนี้ โดยมีสาระสำคัญคือการผสมผสานแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนลงในผลงานการออกแบบ เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างมูลค่าสินค้า ผลผลิตและรายได้ที่มากขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาศักยภาพและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

ผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน มีข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ

1. การออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน ต้องสะท้อนภูมิปัญญา ความเป็นท้องถิ่น อัตลักษณ์ของชุมชนและสินค้า แต่ก็ต้องมีความร่วมสมัยเพื่อให้สอดคล้องกับโลกปัจจุบัน สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลรูปแบบต่างๆ ได้สะดวก
2. การออกแบบตราสินค้าต้องคำนึงถึงการประหยัดต้นทุนสูงสุด เพราะผู้ประกอบการไม่ต้องการแบกรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้น แม้บางครั้งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมากก็ตาม
3. การออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน ต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่ดึงดูด น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมเว็บไซต์ เรื่องความงามเป็นประเด็นที่สำคัญรองลงมา เนื่องจากผู้ชมเว็บไซต์ไม่ได้เข้าเว็บไซต์เพื่อมาดูว่าเว็บไซต์สวยอย่างไร แต่เข้ามาเพื่อค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก
4. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ไม่มีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีเท่าใดนัก ดังนั้นการเข้าร่วมอบรมด้านการออกแบบและการบริหารเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น จำเป็นต้องให้ผู้ประกอบการนำญาติหรือผู้สืบทอดที่เป็นคนรุ่นใหม่เข้าร่วมด้วย เพื่อให้เกิดการถ่ายโอนความรู้แม้หลังจบการอบรมไปแล้ว อีกประเด็นหนึ่งคือเพื่อให้องค์ความรู้ที่มีความยั่งยืน ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการเว็บไซต์เองได้โดยไม่ต้องคอยพึ่งผู้อื่น อย่างไรก็ตามการให้ผู้ประกอบการสูงอายุได้ทดลองใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจากเรื่องง่ายๆ ก่อน เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เพื่อให้คุ้นเคยกับเทคโนโลยีสักพักก่อน จนสามารถทำได้แล้วค่อยสอนในสิ่งที่ยากขึ้นอย่างเว็บไซต์ (แต่ต้องใช้เวลาสอนนาน สอนจากง่ายที่สุด ค่อยเป็นค่อยไปและไม่ควรกดดันผู้ประกอบการ) จะทำให้ผู้ประกอบการเริ่มเปิดใจเรียนรู้ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. การพัฒนาตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมต้องให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายอย่างสมดุลเท่าเทียมกัน ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายสามารถแสดงความคิดเห็น มีอิสระตามแนวทางประชาธิปไตย ผลงานการออกแบบที่ได้เกิดจากส่วนผสมของแนวคิดของผู้มีส่วนร่วมทั้งหมด จนทำให้เป็นที่พึงพอใจกับทุกฝ่าย อย่างไรก็ตามผู้ออกแบบไม่สามารถนำแนวคิดทั้งหมดมาสะท้อนลงในผลงาน

ออกแบบได้ ดังนั้นจึงต้องเลือกเฉพาะแนวคิดหรือความคิดเห็นที่ผู้มีส่วนร่วมส่วนมากเสนอตรงกัน แล้วนำมาประยุกต์และปรุงแต่งให้เกิดความมีเอกภาพและสุนทรียภาพสูงสุด

6. การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมเป็นแนวทางการออกแบบที่มุ่งเน้นให้ทุกคนมีส่วนร่วม ซึ่งแตกต่างจากงานออกแบบทั่วไปที่นักออกแบบเป็นผู้นำเสนอแนวคิด ออกแบบและคัดเลือกภาพร่างผลงานที่ตนเองคิดว่าดีที่สุด (Subjectivity : อัตวิสัย) ดังนั้นผลงานออกแบบอย่างมีส่วนร่วมนั้นอาจไม่สวยงามตามสายตาของนักออกแบบ แต่เป็นงานออกแบบที่เสียสละส่วนใหญ่หรือผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายเห็นว่าดีที่สุด (Objectivity : ภาวิสัย)

7. ในระยะแรกผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงต้องพึ่งทายาทคนรุ่นใหม่บ้างในการบริหารจัดการเว็บไซต์ แต่หลังจากประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ไประยะหนึ่ง เมื่อมีประชาชนและกลุ่มเป้าหมายเริ่มรู้จักผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดยอดขายและผลกำไรที่ดี ผู้ประกอบการจึงตระหนักได้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยส่งเสริมธุรกิจของตนได้อย่างไร ทำให้มีกำลังใจในการบริหารจัดการเว็บไซต์ด้วยตนเองมากขึ้น ถือเป็นการพัฒนาและพึ่งพาตนเองภายใต้กรอบแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 16 ผังสรุปขั้นตอนการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม

1. ผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม

1.1 ผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนม揚)

รูปแบบตราสินค้าขนมจากใจ (ขนม揚)

จากการใช้แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้รวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจนสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบได้ดังนี้

- 1) สื่อถึงใบจากและโหม่งจาก
- 2) ใช้สีเขียวโทนอ่อน และสีอื่นๆ ที่สะท้อนความเป็นธรรมชาติ
- 3) ใช้ภาพใบจากและโหม่งจากที่เป็นภาพถ่ายและกราฟิกผสมกัน
- 4) ตัวอักษรสีเข้ม ให้เห็นชัดเจน โดยเฉพาะคำว่า “ขนมจากใจ”
- 5) กราฟิกที่แสดงความเป็นท้องถิ่น
- 6) ใช้พื้นหลังสีอ่อน
- 7) จัดองค์ประกอบแบบกึ่งกลาง โหม่งจากอยู่ตรงกลาง คำว่า “ขนมจากใจ” อยู่ด้านบน ส่วนคำว่า “บ้านชอนกลิ่น” อยู่ด้านล่าง

หลังจากได้แนวคิดหลักในการออกแบบตราสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลที่ยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบ (rough sketch) ด้วยดินสอ ลงสีและตัดเส้น จากนั้นให้ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อนำมาพัฒนาแบบร่างเพิ่มเติม เพื่อให้ได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์และตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายมากที่สุด



ภาพที่ 17 แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนม揚)

เมื่อพัฒนาแบบร่างอย่างหยาบเรียบร้อย ผู้วิจัยและนักศึกษานำแบบร่างดังกล่าวนี้ให้ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขต่างๆ อีกครั้ง เพื่อนำไปพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างละเอียด (comprehensive sketch) ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CC ต่อไป



ภาพที่ 18 แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง)

เมื่อได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าด้วยวิธีการลงคะแนนเสียง จนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นจึงให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า โดยให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ -1 คะแนน จนได้รูปแบบตราสินค้าที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ

3
DESIGN
ขนมจากใจ (ขนมย่าง)



แบบที่ 1



แบบที่ 2




แบบที่ 3

ภาพที่ 19 แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง)

ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 1 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 4 คะแนน แบบที่ 3 ได้ 2 คะแนน ดังนั้นแบบตราสินค้าที่มีความสอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 2 เนื่องจากสื่อความหมายได้ชัดเจน ภาพประกอบเป็นภาพที่ตัดทอนรูปลูกจากและใบจาก ใช้พื้นหลังสีขาวดูสะอาดตาและเส้นขอบสีเขียวเข้ม ช่วยขับเน้นให้กราฟิกลูกจากและใบจากโดดเด่นขึ้น จัดวางองค์ประกอบตรงกลางอย่างสมดุล ตัวอักษรอ่านง่าย ให้ความรู้สึกโบราณ อนุรักษ์นิยม

ตารางที่ 4 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้าขนมจากใจ (ขนมย่าง) ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1		2	4	1

2		5	1	1
3		4	1	2

เมื่อผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำตราสินค้าให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 5 : ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมอย่าง) ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

รายการความพึงพอใจ		คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ตราสัญลักษณ์				
1.1	มีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี	4.62	0.51	มากที่สุด
1.2	มีความสวยงามสะดุดตา	4.62	0.51	มากที่สุด
1.3	มีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี	4.37	0.74	มาก
1.4	ตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน	4.50	0.53	มาก
1.5	ใช้สีเหมาะสมกับสินค้า	4.62	0.51	มากที่สุด
1.6	จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม	4.50	0.53	มาก
1.7	ลวดลายกราฟิกสวยงามและเหมาะสม	4.37	0.74	มาก
1.8	เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.50	0.53	มาก
1.9	มีความเป็นสากลและทันสมัย	4.00	0.92	มาก
1.10	สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.62	0.51	มากที่สุด
1.11	สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	4.62	0.51	มากที่สุด
1.12	สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน	4.75	0.46	มากที่สุด
1.13	สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย	4.12	1.12	มาก
1.14	ความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า	4.37	0.74	มาก
รวม		4.47	0.63	มาก

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 5 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.47) โดยพึงพอใจในส่วนของ การเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันมากที่สุด (4.75) รองลงมาคือมีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี ความสวยงามสะดุดตา สีสันเหมาะสมกับสินค้า สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (4.62) ถัดมาคือ ตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน จัดวางองค์ประกอบสวยงาม และเหมาะสม มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (4.50) ในขณะที่ลำดับสุดท้ายคือ ความเป็นสากล และทันสมัย (4.00) ทั้งนี้เนื่องจากตราสินค้าเป็นส่วนสำคัญ ที่ทำให้ลูกค้าจดจำผลิตภัณฑ์ได้ ใช้กราฟิกตัดทอนที่ดูเรียบง่าย ภาพลูกจาก ใบจากและสีเขียวสะท้อนรูปแบบผลิตภัณฑ์ และความเป็นท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน

หลังจากสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยได้นำแนวคิด และข้อเสนอแนะที่ได้จากการออกแบบตราสินค้า มาเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ต่อไป เพื่อสร้างเอกภาพทางการออกแบบ

รูปแบบเว็บไซต์ขนมจากใจ (ขนมย่าง)



จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักสำหรับการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

- 1) จัดวางให้ดูโล่ง สะอาดตา
- 2) เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เมนูหลักมองเห็นได้ชัด จัดวางไว้ด้านบน ส่วนเมนูรองจัดวางบริเวณด้านข้างซ้ายมือ
- 3) แบ่งเนื้อหาตามลำดับความสำคัญ
- 4) เชื่อมโยงเนื้อหาด้วยรูปภาพและข้อความ
- 5) ใช้กราฟิกแบบเรียบง่าย มีภาพขนมจากเป็นหลัก
- 6) ภาพขนมจากใจใช้ภาพจริง ส่วนประกอบอื่นๆ ใช้ภาพกราฟิก
- 7) ตัวอักษรอ่านง่าย สบายตา สมส่วน
- 8) สีเขียวเป็นโทนสีหลัก ส่วนสีรองใช้สีโทนอ่อน
- 9) มีคลิปวิดีโออธิบายเนื้อหา เพื่อให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ

หลังจากได้ข้อมูลและแนวคิดหลักสำหรับออกแบบเว็บไซต์ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ จากนั้นนำแบบร่างอย่างหยาบให้ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ แล้วนำมาพัฒนาต่อเป็นเว็บไซต์ (เวอร์ชันทดลองใช้) จำนวน 2 รูปแบบ เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่าง

ความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ โดยให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ -1 คะแนน ซึ่งผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 5 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 2 คะแนน ดังนั้นรูปแบบเว็บไซต์ที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 1

ตารางที่ 6 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ขนมจากใจ (ขนมย่าง) ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1		5	2	0
2		4	1	2

จากนั้นผู้วิจัยนำเว็บไซต์ (เวอร์ชันใช้งานจริง) ให้ผู้มีส่วนร่วมใช้งานและประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตารางด้านล่าง

ตารางที่ 7 : ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง) ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

รายการความพึงพอใจ	คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.16	0.40	มาก
1.2 น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ	4.33	0.51	มาก
1.3 จัดแบ่งหมวดหมู่เหมาะสม	4.16	0.75	มาก
1.4 มีปริมาณเหมาะสมกับเว็บเพจแต่ละหน้า	4.00	0.63	มาก
2. ด้านการออกแบบ			
2.1 การจัดองค์ประกอบเหมาะสม	4.33	0.51	มาก
2.2 ภาพและกราฟิกสวยงาม	4.50	0.83	มาก
2.3 ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	4.16	0.75	มาก
2.4 สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์	4.50	0.54	มาก
3. ด้านระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล			
3.1 ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.00	0.63	มาก
3.2 ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย	4.00	0.89	มาก
3.3 การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง	4.16	0.75	มาก
3.4 เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว	4.33	0.51	มาก
4. ด้านการใช้งาน			
4.1 ง่ายต่อการเรียนรู้	4.00	0.00	มาก
4.2 ระบบประเมินผลมีความเสถียร	4.16	0.40	มาก
4.3 แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ	3.83	0.40	มาก
4.4 มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อสอบถามและข้อเสนอแนะ	3.83	0.98	มาก
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์			
5.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์	3.83	0.51	มาก
รวม	4.13	0.58	มาก

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 7 อธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อเว็บไซต์อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.13) โดยเฉพาะในส่วนของภาพและกราฟิกที่สวยงาม สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์ (4.50) รองลงมาคือ เนื้อหาน่าสนใจ สอดคล้องและตรงกับความต้องการ การจัดองค์ประกอบเหมาะสม และเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว (4.33) ถัดมาคือ เนื้อหามีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ จัดแบ่งหมวดหมู่เหมาะสม ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน การเชื่อมโยง

เว็บเพจถูกต้อง และระบบประเมินผลมีความเสถียร (4.16) ทั้งนี้เนื่องจากการใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมทำให้ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายสามารถแสดงความคิดเห็น สิทธิในการออกเสียงที่เท่าเทียมกัน อีกทั้งมีการใช้ภาพและกราฟิกที่ตรงกับความต้องการ สีของเว็บไซต์เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับมาก

วิเคราะห์ผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง) อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนในภาพรวม

การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์จะใช้สีเขียวเป็นสีหลัก เพราะว่าเป็นสีที่สื่อถึงขนมจาก มีความเป็นธรรมชาติ เป็นสีที่ผู้ประกอบการต้องการและผู้มีส่วนร่วมเห็นไปในทางเดียวกันว่าสามารถเชื่อมโยงกับตัวผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันได้ดี สะท้อนภูมิปัญญาชาวบ้านตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน การจัดวางองค์ประกอบตรงกลางช่วยให้เกิดความสมดุล ส่วนเว็บไซต์มีภาพและกราฟิกตัดทอนอย่างสวยงาม ใช้โครงสร้างเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ ทำให้ดูมีเอกภาพและความสม่ำเสมอ (consistency) มีการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาที่ชัดเจน หาข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว การใช้ตัวอักษรสีเข้มบนพื้นสีขาวช่วยให้ผู้ชมอ่านเนื้อหาได้ง่าย



ภาพที่ 20 ผู้มีส่วนร่วมทำแบบประเมินและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขนมจากใจ (ขนมย่าง)

1.2 ผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด

รูปแบบตราสินค้าป่าไหมข้าวต้มมัด

จากการใช้แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้รวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจนสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบได้ดังนี้

- 1) สื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น
- 2) ใช้สีเขียว น้ำตาลและโทนสีที่ดูสบายตา
- 3) ตัดทอนภาพให้เรียบง่าย

- 4) ตัวอักษรสีเขียวและน้ำตาล มีความทันสมัย อ่านง่าย
- 5) กราฟิกข้าวต้มมัดและใบจาก จัดวางให้สมดุล
- 6) สีพื้นหลังต้องดูสบายตา
- 7) จัดองค์ประกอบให้ดูเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง

หลังจากได้แนวคิดหลักในการออกแบบตราสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ ลงสีและตัดเส้น ให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ จากนั้นนำมาพัฒนาแบบร่างเพิ่มเติม เพื่อให้ได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์และตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายมากที่สุด



ภาพที่ 21 แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์ป่าใหม่ข้าวต้มมัด

เมื่อพัฒนาแบบร่างอย่างหยาบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษานำแบบร่างดังกล่าวนี้ให้ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขต่างๆ อีกครั้ง เพื่อนำไปพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างละเอียด (comprehensive sketch) ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CC ต่อไป

comprehensive
SKETCH ป่าไหมข้าวต้มมัด



ภาพที่ 22 แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด

เมื่อได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าด้วยวิธีการลงคะแนนเสียง จนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นจึงให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า โดยให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ -1 คะแนน จนได้รูปแบบตราสินค้าที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ



3
DESIGN ป่าไหมข้าวต้มมัด



ภาพที่ 23 แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด

ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 0 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 1 คะแนน แบบที่ 3 ได้ 6 คะแนน ดังนั้นแบบตราสินค้าที่มีความสอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 3 เนื่องจากสื่อถึงข้าวต้มมัดและใบจากได้ดี กราฟิกที่ใช้ดูเรียบง่าย มีสีเขียวและน้ำตาลซึ่งสะท้อนความเป็นชุมชนดั้งเดิม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตัวอักษรแบบไม่มีหัวให้ความรู้สึกทันสมัยแต่ยังคงอ่านได้ง่าย จัดองค์ประกอบแบบสมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (asymmetrical or informal balance) ทำให้เกิดความหลากหลายและการเคลื่อนไหว

ตารางที่ 8 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้าป่าไหมข้าวต้มมัด ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1		2	3	2
2		3	2	2

3		6	1	0
---	---	---	---	---

เมื่อผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำตราสินค้าให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 9 : ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์ป่าโหมข้าวต้มมัด ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

รายการความพึงพอใจ		คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ตราสัญลักษณ์				
1.1	มีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี	4.62	0.74	มากที่สุด
1.2	มีความสวยงามสะดุดตา	4.37	0.51	มาก
1.3	มีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี	4.50	0.53	มาก
1.4	ตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน	4.75	0.70	มากที่สุด
1.5	ใช้สีเหมาะสมกับสินค้า	4.75	0.46	มากที่สุด
1.6	จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม	4.37	0.74	มาก
1.7	ลดทลายกราฟิกสวยงามและเหมาะสม	4.62	0.51	มากที่สุด
1.8	เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.37	0.51	มาก
1.9	มีความเป็นสากลและทันสมัย	4.62	0.74	มากที่สุด
1.10	สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น	5.00	0.00	มากที่สุด
1.11	สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	5.00	0.00	มากที่สุด
1.12	สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน	4.37	0.51	มาก
1.13	สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย	4.62	0.51	มากที่สุด
1.14	ความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า	4.71	0.48	มากที่สุด
รวม		4.61	0.49	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 9 อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัดอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.61) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการสะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (5.00) ซึ่งมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00 แสดงว่าผลการประเมินของผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดเห็นตรงกัน รองลงมาคือตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นชัดเจน และใช้สีเหมาะสมกับสินค้า (4.75) ส่วนลำดับสุดท้ายคือมีความสวยงามสะอาดตา จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน (4.37) ทั้งนี้เนื่องจากแสดงถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์คือภาพใบจาก ซึ่งเป็นที่รับรู้กันว่าเป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ และการใช้ใบจากห่อข้าวต้มมัดสะท้อนถึงภูมิปัญญาพื้นบ้านได้อย่างเด่นชัด ส่วนสีเขียวและน้ำตาลเชื่อมโยงกับความเป็นธรรมชาติ

หลังจากสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและข้อเสนอแนะที่ได้จากการออกแบบตราสินค้า มาเป็นแนวทางหลักสำหรับการออกแบบเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ต่อไป เพื่อให้เว็บไซต์และตราสินค้ามีความสอดคล้องกัน

รูปแบบเว็บไซต์ป่าไหมข้าวต้มมัด

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักสำหรับการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

- 1) จัดวางเรียบๆ ดูสะอาดตา
- 2) ค้นหาและเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย
- 3) แบ่งเนื้อหาตามลักษณะผลิตภัณฑ์
- 4) เชื่อมโยงเนื้อหาด้วยภาพ ข้อความและปุ่มที่เข้าใจง่าย
- 5) เมนูหลักอยู่ด้านบน เมนुरองอยู่ด้านซ้ายมือ
- 6) ใช้ภาพจริงผสมกราฟิก ภาพตัดทอนเพื่อให้เข้าใจง่าย ภาพข้าวต้มมัดมีหลายมุมมอง
- 7) ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน ส่วนเนื้อหาใช้อักษรสีด้านบนพื้นสีขาว
- 8) ใช้สีเขียวเชื่อมกับใบจาก สีน้ำตาลและขาว
- 9) มีอินโฟกราฟิกนำเสนอข้อมูล

หลังจากได้ข้อมูลและแนวคิดหลักสำหรับออกแบบเว็บไซต์ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ จากนั้นนำแบบร่างอย่างหยาบให้ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ แล้วนำมาพัฒนาต่อเป็นเว็บไซต์ (เวอร์ชันทดลองใช้) จำนวน 2 รูปแบบ เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ โดยให้ค่าคะแนนความ

สอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 1 คะแนน ซึ่งผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 4 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 3 คะแนน ดังนั้นรูปแบบเว็บไซต์ที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 1

ตารางที่ 10 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ป่าใหม่ข้าวต้มมัด ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1		4	3	0
2		3	4	0

จากนั้นผู้วิจัยนำเว็บไซต์ (เวอร์ชันใช้งานจริง) ให้ผู้มีส่วนร่วมใช้งานและประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตารางด้านล่าง

ตารางที่ 11 : ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ป่าใหม่ข้าวต้มมัด ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

รายการความพึงพอใจ	คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.66	0.51	มากที่สุด
1.2 น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ	4.33	0.51	มาก
1.3 จัดแบ่งหมวดหมู่เหมาะสม	4.16	0.40	มาก
1.4 มีปริมาณเหมาะสมกับเว็บเพจแต่ละหน้า	4.33	0.51	มาก
2. ด้านการออกแบบ			
2.1 การจัดองค์ประกอบเหมาะสม	4.66	0.51	มากที่สุด
2.2 ภาพและกราฟิกสวยงาม	4.66	0.51	มากที่สุด
2.3 ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	4.50	0.54	มาก
2.4 สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์	4.83	0.40	มากที่สุด
3. ด้านระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล			
3.1 ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.33	0.51	มาก
3.2 ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย	4.66	0.51	มากที่สุด
3.3 การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง	4.50	0.54	มาก
3.4 เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว	4.50	0.54	มาก
4. ด้านการใช้งาน			
4.1 ง่ายต่อการเรียนรู้	4.66	0.51	มากที่สุด
4.2 ระบบประเมินผลมีความเสถียร	4.50	0.54	มาก
4.3 แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ	4.33	0.81	มาก
4.4 มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อสอบถามและข้อเสนอแนะ	4.16	0.75	มาก
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์			
5.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์	4.33	0.51	มาก
รวม	4.47	0.53	มาก

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 11 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อเว็บไซต์อยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.47) โดยเฉพาะด้านการใช้สีที่เหมาะสม กลมกลืนและสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์ (4.83) รองลงมาคือเนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้องและน่าเชื่อถือ การจัดองค์ประกอบเหมาะสม ภาพและกราฟิกสวยงาม ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย และง่ายต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน (4.66) ลำดับต่อมาคือตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง เข้าถึง

ข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว และระบบประเมินผลมีความเสถียร (4.50) ทั้งนี้เนื่องจากเว็บไซต์ใช้โครงสร้างที่สะท้อนความต้องการของผู้มีส่วนร่วม (สีเขียว น้ำตาลและขาว) โดยใช้ในบริเวณตำแหน่งเดิมและปริมาณที่ใกล้เคียงกันในทุกเว็บเพจ เนื้อหาในเว็บไซต์มีประโยชน์ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย จัดองค์ประกอบภาพดูสะอาดตา ไม่รกจนเกินไป และมีระบบการใช้งานที่เป็นสากล ผู้ชมไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ใหม่ จึงทำให้เป็นที่ยอมรับและได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

วิเคราะห์ผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัดอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนในภาพรวม

การใช้กราฟิกใบจาก ข้าวต้มมัด สีเขียวและน้ำตาล ถือเป็นจุดหลักในการเชื่อมโยงระหว่างตราสินค้าและเว็บไซต์ให้มีเอกภาพ ตราสินค้าใช้กราฟิกที่ตัดทอนอย่างเรียบง่าย และตัวอักษรมีขนาดใหญ่ อ่านง่าย ใช้แบบไม่มีหัวเพื่อความทันสมัย ตอบสนองความต้องการผู้ประกอบการที่ต้องการให้ภาพลักษณ์ (image) มีความเป็นสากล เพื่อโอกาสในการทำตลาดต่างประเทศ (มีลูกค้าต่างชาติเริ่มให้ความสนใจ) ส่วนเว็บไซต์จะเน้นเรื่องการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต วิธีการทำและวัตถุดิบที่ใช้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มลูกค้า จัดองค์ประกอบให้มีจังหวะ สร้างความหลากหลายด้วยการซ้ำกันของกราฟิกใบจากและกรอบภาพวงกลม ระบบเมนูที่ใช้เป็นลักษณะคำหรือข้อความ ทำให้เข้าใจได้ง่าย



ภาพที่ 24 ผู้มีส่วนร่วมทำแบบประเมินและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ป่าไหมข้าวต้มมัด

1.3 ผลิตภัณฑ์กุ้งเหยียดป้าสมใหม่

รูปแบบตราสินค้ากุ้งเหยียดป้าสมใหม่

จากการใช้แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้รวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจนสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบได้ดังนี้

- 1) มีภาพกุ้ง น้ำทะเลและพระสมุทรเจดีย์
- 2) กุ้งใช้สีแดงส้ม น้ำทะเลสีฟ้าสดใส
- 3) ใช้ภาพกราฟิกตัดทอน
- 4) ตัวอักษรแบบร่วมสมัย สีเหลืองหรือทอง เด่นสะดุดตา
- 5) สะท้อนความเป็นท้องถิ่น
- 6) พื้นหลังสีขาว ดูสะอาดตา
- 7) จัดองค์ประกอบให้กุ้งและชื่อผลิตภัณฑ์มองเห็นได้ชัด มีพระสมุทรเจดีย์อยู่ฉากหลัง

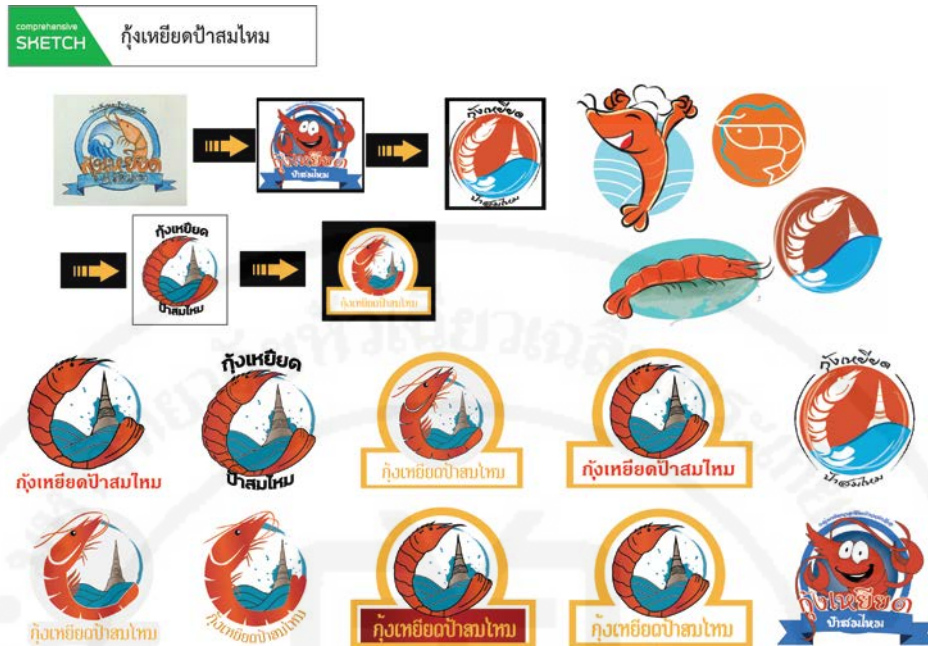
หลังจากได้แนวคิดหลักในการออกแบบตราสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ ลงสีและตัดเส้น ให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ จากนั้นนำมาพัฒนาแบบร่างเพิ่มเติมเพื่อให้ได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์และตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายมากที่สุด



ภาพที่ 25 แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์กุ้งเหยียดป้าสมใหม่

เมื่อพัฒนาแบบร่างอย่างหยาบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษานำแบบร่างดังกล่าวนี้ให้ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขต่างๆ อีกครั้ง เพื่อ

นำไปพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างละเอียด (comprehensive sketch) ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CC ต่อไป



ภาพที่ 26 แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์กุ้งเหยียดป่าสมไหม

เมื่อได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าด้วยวิธีการลงคะแนนเสียง จนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นจึงให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า โดยให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ -1 คะแนน จนได้รูปแบบตราสินค้าที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ



ภาพที่ 27 แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์กุ้งเหยียดป่าสมไหม

ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 0 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 4 คะแนน แบบที่ 3 ได้ 3 คะแนน ดังนั้นแบบตราสินค้าที่มีความสอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 2 โดยผู้มีส่วนร่วมให้เหตุผลว่าภาพประกอบและสีสันทันที่ใช้มีความโดดเด่น จดจำง่าย สะท้อนความเป็นท้องถิ่นชัดเจน (รูปพระสมุทรเจดีย์) ตราสินค้าอยู่ในรูปแบบทรงกลม ทำให้สามารถนำไปใช้ในสื่อต่างๆ ได้ง่าย ตัวอักษรเป็นแบบร่วมสมัย โดยสะท้อนลักษณะประเพณีนิยมผสมผสานกับความเป็นสมัยใหม่ รูปแบบการจัดวางมีจังหวะสวยงามและมีมิติต้นลึก

ตารางที่ 12 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้ากึ่งเหยียดป่าสมใหม่ ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1		1	5	1
2		4	3	0
3		4	2	1

เมื่อผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำตราสินค้าให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 13 : ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์กึ่งเหยียดป่าสมใหม่ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

รายการความพึงพอใจ	คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ตราสัญลักษณ์			
1.1 มีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี	4.55	0.72	มากที่สุด
1.2 มีความสวยงามสะดุดตา	4.55	0.52	มากที่สุด
1.3 มีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี	4.77	0.44	มากที่สุด
1.4 ตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน	4.33	0.86	มาก
1.5 ใช้สีเหมาะสมกับสินค้า	4.77	0.44	มากที่สุด
1.6 จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม	4.33	0.50	มาก
1.7 ลวดลายกราฟิกสวยงามและเหมาะสม	4.11	0.78	มาก
1.8 เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.22	0.44	มาก
1.9 มีความเป็นสากลและทันสมัย	4.00	0.70	มาก
1.10 สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.33	0.70	มาก
1.11 สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	4.33	0.50	มาก
1.12 สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน	4.44	0.52	มาก
1.13 สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย	4.44	0.52	มาก
1.14 ความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า	4.66	0.50	มากที่สุด
รวม	4.41	0.58	มาก

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 13 อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์กึ่งเหยียดป่าสมใหม่ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.41) โดยพึงพอใจด้านความมีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี และใช้สีเหมาะสมกับสินค้ามากที่สุด (4.77) รองลงมาคือด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า (4.66) ลำดับถัดมาคือมีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี และมีความสวยงามสะดุดตา (4.55) สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน และนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย (4.44) ลำดับสุดท้ายคือมีความเป็นสากลและทันสมัย (4.00) ทั้งนี้เพราะว่าใช้ภาพกราฟิกตัดทอนของกึ่งที่มีเอกลักษณ์ สีสัมผัสใส สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วม ทำให้ตัวกึ่งมีความโดดเด่นเหนือองค์ประกอบอื่นๆ

ในขณะที่เดียวกันการใช้ภาพประกอบแสดงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำเสนอสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (พระสมุทฺรเจดีย์) ได้อย่างชัดเจน

หลังจากสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและข้อเสนอแนะที่ได้จากการออกแบบตราสินค้า มาเป็นแนวทางหลักสำหรับการออกแบบเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ต่อไป เพื่อให้เว็บไซต์และตราสินค้ามีความสัมพันธ์กัน



รูปแบบเว็บไซต์กึ่งเหยียดป่าสมไหม

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักสำหรับการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

- 1) จัดวางให้ดูเรียบง่าย สบายตา หาข้อมูลง่าย
- 2) เข้าถึงข้อมูลได้เร็ว ไม่ต้องคลิกหลายครั้ง
- 3) แบ่งเนื้อหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ชม
- 4) วางระบบนำทางให้เข้าถึงข้อมูลสินค้าได้เร็วที่สุด เมนูและปุ่มใช้สีสด
- 5) ใช้กราฟิกเรียบง่าย ไม่มีลวดลายมากเกินไป พื้นหลังใช้สีอ่อน
- 6) ภาพสินค้าใช้ภาพถ่ายที่สวยงาม ส่วนตกแต่งอื่นๆ เป็นกราฟิก
- 7) ตัวอักษรมีกลิ่นอายความโบราณ ขนาดใหญ่ สีตัวอักษรตัดกับสีพื้นหลังชัดเจน
- 8) สีส้มแดงเป็นสีหลัก
- 9) มีมัลติมีเดียนำเสนอวิธีการผลิตกึ่งเหยียด

หลังจากได้ข้อมูลและแนวคิดหลักสำหรับออกแบบเว็บไซต์ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ จากนั้นนำแบบร่างอย่างหยาบให้ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ แล้วนำมาพัฒนาต่อเป็นเว็บไซต์ (เวอร์ชันทดลองใช้) จำนวน 2 รูปแบบ เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ โดยให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 1 คะแนน ซึ่งผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 1 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 4 คะแนน ดังนั้นรูปแบบเว็บไซต์ที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 2 ดังภาพ

ตารางที่ 14 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์กึ่งเหยียดป่าสมไหม ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1		2	4	1
2		4	3	0

จากนั้นผู้วิจัยนำเว็บไซต์ (เวอร์ชันใช้งานจริง) ให้ผู้มีส่วนร่วมใช้งานและประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตารางด้านล่าง

ตารางที่ 15 : ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมใหม่ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

รายการความพึงพอใจ	คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.51	0.53	มากที่สุด
1.2 น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ	4.42	0.78	มาก
1.3 จัดแบ่งหมวดหมู่เหมาะสม	4.28	0.75	มาก
1.4 มีปริมาณเหมาะสมกับเว็บเพจแต่ละหน้า	4.28	0.75	มาก
2. ด้านการออกแบบ			
2.1 การจัดองค์ประกอบเหมาะสม	4.28	0.75	มาก
2.2 ภาพและกราฟิกสวยงาม	4.42	0.53	มาก
2.3 ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	4.14	0.89	มาก
2.4 สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์	4.57	0.53	มากที่สุด
3. ด้านระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล			
3.1 ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม	3.85	0.37	มาก
3.2 ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย	4.14	0.89	มาก
3.3 การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง	4.00	0.57	มาก
3.4 เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว	4.00	0.57	มาก
4. ด้านการใช้งาน			
4.1 ง่ายต่อการเรียนรู้	4.00	0.57	มาก
4.2 ระบบประเมินผลมีความเสถียร	3.85	0.37	มาก
4.3 แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ	3.85	0.37	มาก
4.4 มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อสอบถามและข้อเสนอแนะ	4.28	0.48	มาก
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์			
5.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์	4.42	0.53	มาก
รวม	4.19	0.60	มาก

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 15 อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์กึ่งเหี้ยดป่าสมใหม่ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.19) โดยพึงพอใจด้านการใช้สีเหมาะสม กลมกลืนและสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์มากที่สุด (4.57) รองลงมาคือ เนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ (4.51) ลำดับถัดมาคือนำเสนอน่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ ภาพและกราฟิกสวยงาม และความ

พึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์ (4.42) ส่วนลำดับสุดท้ายคือระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม ระบบประเมินผลมีความเสถียร และแสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ (3.85) ทั้งนี้เพราะว่า ใช้สีที่สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์และใช้ทั่วตลอดทั้งเว็บไซต์ ทำให้เกิดความมีเอกภาพ การนำเสนอเนื้อหาเข้าใจง่าย ถูกต้องและมีหลักการ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้ชม ประกอบกับการใช้ภาพและกราฟิกที่ดึงดูดสายตา มีสุนทรียะ ดังนั้นจึงได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

วิเคราะห์ผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์กุ้งเหยียดป่าสมใหม่ อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนในภาพรวม

การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์มีจุดเด่นร่วมกันที่ทำให้ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การใช้สีที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ช่วยสร้างการจดจำและความสม่ำเสมอในงานออกแบบ โดยตราสินค้ามีรูปแบบกราฟิก 2 มิติที่เรียบง่าย เป็นทรงกลมและมีพื้นหลังเป็นสีขาว ทำให้สะดวกต่อการนำไปใช้บนสื่อ (สามารถย่อ-ขยายหรือทำเป็นสีขาว-ดำโดยยังคงมองเห็นองค์ประกอบต่างๆ ได้ชัดเจน) ในขณะที่เว็บไซต์จะให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่นำเสนอเป็นหลัก ธุรกิจเพิ่งเริ่มมาเพียง 3 ปี ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน ซึ่งรับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี แต่สำหรับคนภายนอก (ผู้ชมเว็บไซต์ที่มีโอกาสเป็นลูกค้าในอนาคต) ยังไม่เป็นที่รับรู้เท่าใดนัก จึงต้องใช้เนื้อหาประกอบรูปภาพเพื่ออธิบายคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิตและเนื้อหาอื่นๆ ในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ชม



ภาพที่ 28 ผู้ประกอบการเลือกรูปแบบผลงานและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กุ้งเหยียดป่าสมใหม่

1.4 ผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

รูปแบบตราสินค้าบ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

จากการใช้แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้รวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจนสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบได้ดังนี้

- 1) มีรูปราสเบอร์รี่ชีสเค้ก บ้านใหม่และพวงมาลัยเรือ
- 2) ใช้สีชมพูสดใส สื่อถึงราสเบอร์รี่
- 3) ภาพประกอบเป็นลักษณะกราฟิก
- 4) ชื่อตราสินค้าวางไว้ตรงกลาง สีชมพูหรือแดง
- 5) มีลวดลายกราฟิกที่ให้อารมณ์แบบตะวันตก
- 6) พื้นหลังเป็นสีขาว
- 7) จัดวางองค์ประกอบแบบสมดุลซ้ายขวาเท่ากัน เพื่อให้ดูมั่นคงและน่าเชื่อถือ

หลังจากได้แนวคิดหลักในการออกแบบตราสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ ลงสีและตัดเส้น ให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ จากนั้นนำมาพัฒนาแบบร่างเพิ่มเติมเพื่อให้ได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์และตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายมากที่สุด



ภาพที่ 29 แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

เมื่อพัฒนาแบบร่างอย่างหยาบเรียบร้อย ผู้วิจัยและนักศึกษานำแบบร่างดังกล่าวนี้ให้ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขต่างๆ อีกครั้ง เพื่อนำไปพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างละเอียด (comprehensive sketch) ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CC ต่อไป



ภาพที่ 30 แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

เมื่อได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าด้วยวิธีการลงคะแนนเสียง จนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นจึงให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า โดยให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ -1 คะแนน จนได้รูปแบบตราสินค้าที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ

3
DESIGN

บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก



แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3

ภาพที่ 31 แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 6 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 3 คะแนน แบบที่ 3 ได้ 2 คะแนน ดังนั้นแบบตราสินค้าที่มีความสอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 1 โดยผู้มีส่วนร่วมให้เหตุผลว่า มีภาพและกราฟิกสวยงาม ดูทันสมัย ใช้สีสดใสให้ความรู้สึกสดชื่น ทำให้เหมาะกับลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น ตัวหนังสืออ่านง่าย แม้จะเป็นภาษาอังกฤษก็ตาม

ตารางที่ 16 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้าบ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1		6	1	0

2		4	2	1
3		2	5	0

เมื่อผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำตราสินค้าให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 17 : ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

	รายการความพึงพอใจ	คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ตราสัญลักษณ์				
1.1	มีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี	4.87	0.35	มากที่สุด
1.2	มีความสวยงามสะดุดตา	4.62	0.51	มากที่สุด
1.3	มีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี	5.00	0.00	มากที่สุด
1.4	ตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน	4.75	0.46	มากที่สุด
1.5	ใช้สีเหมาะสมกับสินค้า	4.75	0.46	มากที่สุด
1.6	จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม	4.50	0.53	มาก
1.7	ลวดลายกราฟิกสวยงามและเหมาะสม	4.50	0.53	มาก
1.8	เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.75	0.46	มากที่สุด
1.9	มีความเป็นสากลและทันสมัย	4.75	0.46	มากที่สุด
1.10	สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.12	0.64	มาก

1.11	สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	4.00	0.75	มาก
1.12	สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน	4.87	0.35	มากที่สุด
1.13	สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย	4.75	0.46	มากที่สุด
1.14	ความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า	4.50	0.53	มาก
รวม		4.62	0.46	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 17 อธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้กอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.62) โดยเฉพาะในส่วนของความมีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี (5.00) ซึ่งมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00 แสดงว่าผลการประเมินของผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดเห็นตรงกัน รองลงมาคือ มีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี และสามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน (4.87) ถัดมาคือ ตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน ใช้สีเหมาะสมกับสินค้า เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีความเป็นสากล และทันสมัย สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย (4.75) ลำดับสุดท้ายคือ สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (4.00) ทั้งนี้เพราะการผสมผสานภาพประกอบ (ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก บ้านไม้ พวงมาลัยเรือ และลวดลายแบบตะวันตก) ที่ดูโดดเด่นแปลกตา จดจำง่าย การใช้สีชมพูสดใสและภาพประกอบสื่อถึงราสเบอร์รี่ชีสเค้กได้ดี ตลอดจนมีลักษณะกราฟิกที่ดูสมัยใหม่ จึงเหมาะกับกลุ่มลูกค้าหลักที่เป็นวัยรุ่น

หลังจากสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและข้อเสนอแนะที่ได้จากการออกแบบตราสินค้า มาเป็นแนวทางหลักสำหรับการออกแบบเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ต่อไป เพื่อให้เว็บไซต์และตราสินค้ามีความสัมพันธ์กัน

รูปแบบเว็บไซต์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักสำหรับการออกแบบได้ดังต่อไปนี้



- 1) จัดวางรูปแบบที่ดูสบายตา จุดสำคัญวางไว้ด้านบนเพื่อให้มองเห็นชัด
- 2) วางแผนผังเว็บไซต์ให้เข้าถึงข้อมูลได้ทุกเว็บเพจ สะดวกต่อการค้นหา
- 3) แบ่งเนื้อหาตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เชื่อมโยงด้วยภาพและปุ่มเป็นหลัก
- 4) ระบบนำทางเห็นได้ชัด มี 7-8 เมนูให้เลือก จัดวางให้เป็นมาตรฐานสากล
- 5) มีกราฟิกรูปวัตถุibenm ด้านบนทำกราฟิกให้เหมือนร้านขนมเค้ก
- 6) ใช้ภาพประกอบที่ดูทันสมัยแบบตะวันตก
- 7) ตัวอักษรที่ดูน่ารัก เหมาะกับวัยรุ่น สีสดใส แต่อ่านง่าย

8) สีหลักคือสีชมพู สีสองใช้สีที่ให้ความรู้สึกหวานและสดใส

9) มีคลิปวิดีโอสั้นๆ แสดงวิธีการทำขนมของทางร้าน เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

หลังจากได้ข้อมูลและแนวคิดหลักสำหรับออกแบบเว็บไซต์ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ จากนั้นนำแบบร่างอย่างหยาบให้ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ แล้วนำมาพัฒนาต่อเป็นเว็บไซต์ (เวอร์ชันทดลองใช้) จำนวน 2 รูปแบบ เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ โดยให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ -1 คะแนน ซึ่งผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 4 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 5 คะแนน ดังนั้นรูปแบบเว็บไซต์ที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 2 ดังภาพ

ตารางที่ 18 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1		5	1	1
2		6	1	0

จากนั้นผู้วิจัยนำเว็บไซต์ (เวอร์ชันใช้งานจริง) ให้ผู้มีส่วนร่วมใช้งานและประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตารางด้านล่าง

ตารางที่ 19 : ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

รายการความพึงพอใจ	คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.33	0.81	มาก
1.2 น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ	4.83	0.40	มากที่สุด
1.3 จัดแบ่งหมวดหมู่เหมาะสม	4.66	0.51	มากที่สุด
1.4 มีปริมาณเหมาะสมกับเว็บเพจแต่ละหน้า	4.33	0.51	มาก
2. ด้านการออกแบบ			
2.1 การจัดองค์ประกอบเหมาะสม	4.66	0.51	มากที่สุด
2.2 ภาพและกราฟิกสวยงาม	4.83	0.40	มากที่สุด
2.3 ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	4.83	0.40	มากที่สุด
2.4 สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์	4.66	0.51	มากที่สุด
3. ด้านระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล			
3.1 ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.33	0.51	มาก
3.2 ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย	4.33	0.81	มาก
3.3 การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง	4.83	0.40	มากที่สุด
3.4 เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว	4.33	0.81	มาก
4. ด้านการใช้งาน			
4.1 ง่ายต่อการเรียนรู้	4.50	0.54	มาก
4.2 ระบบประเมินผลมีความเสถียร	4.66	0.51	มากที่สุด
4.3 แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ	4.66	0.51	มากที่สุด
4.4 มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อสอบถามและข้อเสนอแนะ	4.66	0.51	มากที่สุด
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์			
5.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์	4.66	0.51	มากที่สุด
รวม	4.59	0.53	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 19 สามารถอธิบายได้ว่าความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.59) โดยพึงพอใจในด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ ภาพและกราฟิกสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้องมากที่สุด (4.83) รองลงมาคือจัดแบ่งหมวดหมู่อย่างเหมาะสม การจัดองค์ประกอบเหมาะสม สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืนและสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์ ระบบประเมินผลมีความเสถียร แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อบริการและข้อเสนอแนะ และความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์ (4.66) ส่วนลำดับสุดท้ายคือ เนื้อหาชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีปริมาณเหมาะสมกับเว็บเพจแต่ละหน้า ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย และเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว (4.33) ทั้งนี้เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลที่เข้าใจง่าย ตรงประเด็น ความยาวไม่มากเกินไป ภาพและกราฟิก สอดคล้องกับลักษณะผลิตภัณฑ์ สะท้อนอารมณ์แบบตะวันตกและสีส้มที่สดใส การแสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ แปรเปลี่ยนไปตามขนาดหน้าจอของอุปกรณ์นั้นๆ โดยที่ยังคงแสดงเนื้อหาสำคัญอย่างครบถ้วน ปุ่มหรือเมนูยังคงใช้งานได้ง่าย

วิเคราะห์ผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ี ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนในภาพรวม

ผลการออกแบบทั้งตราสินค้าและเว็บไซต์แสดงให้เห็นว่า ผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการใช้กราฟิกที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ การใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย ในส่วนของตราสินค้าจะเน้นกราฟิกที่เรียบง่าย ทันสมัย ใช้สีชมพูเพื่อให้สอดคล้องกับรสชาติของราสเบอร์รี่ชีสเค้ก แม้ชื่อตราสินค้าค่อนข้างยาว แต่ตัวอักษรมีขนาดค่อนข้างใหญ่และใช้การสร้างความแตกต่างของขนาดตัวอักษร เพื่อบังคับสายตาผู้ชม (forcing attention) ให้มองบริเวณจุดที่ต้องการเน้นเป็นอันดับแรก (คำว่า BANMAI) ในขณะที่เว็บไซต์ยังคงให้ความสำคัญด้านการออกแบบที่เรียบง่ายและดูเป็นสากล เพื่อให้ง่ายต่อการใช้งานและเข้าถึงข้อมูล การผลิตเนื้อหาที่น่าสนใจ มีประโยชน์และตรงกับความต้องการ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและกระชับ



ภาพที่ 32 ผู้ประกอบการเลือกรูปแบบผลงานและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับผู้ประกอบการ
ผลิตภัณฑ์บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

1.5 ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

รูปแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

จากการใช้แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้รวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจนสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบได้ดังนี้

- 1) สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ ใช้รูปใบจากซ้อนทับกันเหมือนลายสาน
- 2) สีหลักคือสีเขียวแบบสีของใบจาก สีรองคือสีแดง
- 3) ใช้ภาพตัดทอนของใบจาก เน้นเหลี่ยมคม
- 4) ตัวอักษรมีทั้งภาษาไทยและอังกฤษ ชื่อตราสินค้าใช้ชื่อผู้ประกอบการเป็นภาษาอังกฤษสีแดง ส่วนคำว่า “จักสาน” เป็นภาษาไทยสีดำ
- 5) พื้นหลังเป็นสีขาว
- 6) ใช้กราฟิกลายเส้นสีดำตัดด้วยสีเขียว
- 7) จัดองค์ประกอบแบบสมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน

หลังจากได้แนวคิดหลักในการออกแบบตราสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ ลงสีและตัดเส้น ให้ผู้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ จากนั้นนำมาพัฒนาแบบร่างเพิ่มเติมเพื่อให้ได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์และตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายมากที่สุด

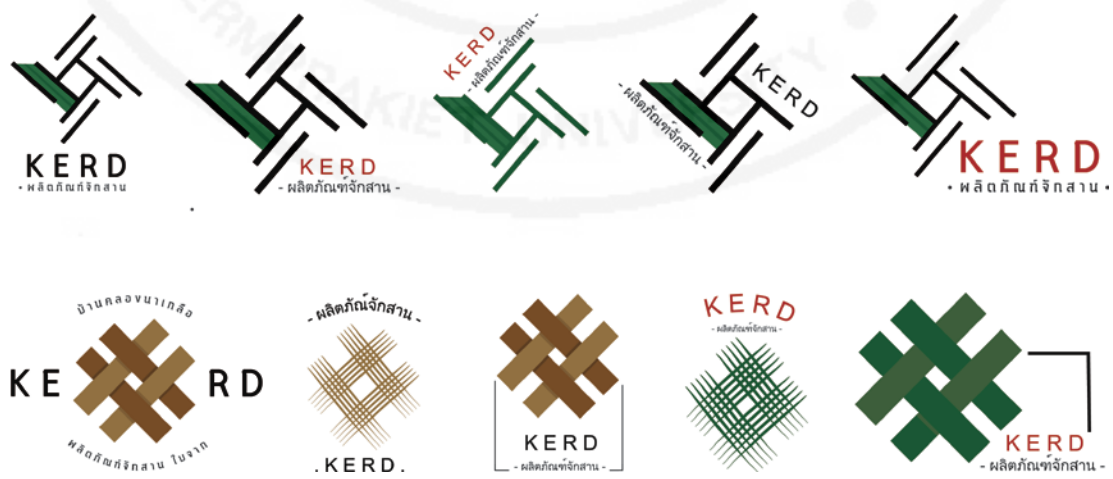
ROUGH SKETCH ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ



ภาพที่ 33 แบบร่างตราสินค้าอย่างหยาบของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

เมื่อพัฒนาแบบร่างอย่างหยาบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษานำแบบร่างดังกล่าวนี้ให้ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขต่างๆ อีกครั้ง เพื่อนำไปพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างละเอียด (comprehensive sketch) ด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CC ต่อไป

comprehensive SKETCH ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ



ภาพที่ 34 แบบร่างตราสินค้าอย่างละเอียดของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ




เมื่อได้รูปแบบตราสินค้าที่สมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าด้วยวิธีการลงคะแนนเสียง จนได้รูปแบบที่พึงพอใจมากที่สุดจำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นจึงให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า โดยให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ -1 คะแนน จนได้รูปแบบตราสินค้าที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดดังภาพ



ภาพที่ 35 แบบร่างตราสินค้าที่สมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

ผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 0 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 7 คะแนน แบบที่ 3 ได้ 2 คะแนน ดังนั้นแบบตราสินค้าที่มีความสอดคล้องมากที่สุดคือแบบที่ 2 โดยผู้มีส่วนร่วมให้เหตุผลว่า ภาพประกอบที่ใช้ดูเรียบง่าย แต่สื่อความหมายเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี มีวิธีจัดองค์ประกอบให้มีจังหวะ ดูไม่น่าเบื่อ แข็งหรือนิ่งเกินไป ส่วนตัวอักษรมีทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย ทำให้มีความเป็นสากล

ตารางที่ 20 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วม กับรูปแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1	 <p>KERD - ผลิตภัณฑ์จักสาน -</p>	1	5	1
2	 <p>KERD • ผลิตภัณฑ์จักสาน •</p>	7	0	0
3	 <p>KERD - ผลิตภัณฑ์จักสาน -</p>	3	3	1

เมื่อผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบตราสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำตราสินค้าให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 21 : ความพึงพอใจต่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

	รายการความพึงพอใจ	คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ตราสัญลักษณ์				
1.1	มีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี	4.87	0.35	มากที่สุด
1.2	มีความสวยงามสะดุดตา	4.87	0.35	มากที่สุด
1.3	มีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี	4.75	0.46	มากที่สุด
1.4	ตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน	4.50	0.53	มาก
1.5	ใช้สีเหมาะสมกับสินค้า	4.62	0.51	มากที่สุด
1.6	จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม	4.87	0.35	มากที่สุด
1.7	ลวดลายกราฟิกสวยงามและเหมาะสม	4.87	0.35	มากที่สุด
1.8	เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.37	0.51	มาก
1.9	มีความเป็นสากลและทันสมัย	4.75	0.46	มากที่สุด
1.10	สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.62	0.51	มากที่สุด
1.11	สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	4.62	0.51	มากที่สุด
1.12	สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน	4.75	0.46	มากที่สุด
1.13	สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย	4.75	0.46	มากที่สุด
1.14	ความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า	4.87	0.35	มากที่สุด
	รวม	4.72	0.44	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 21 อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.72) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี มีความสวยงามสะดุดตา จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม ลวดลายกราฟิกสวยงามและเหมาะสม และความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า (4.87) รองลงมาคือ การมีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี ความเป็นสากลและทันสมัย สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันและนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย (4.75) ส่วนลำดับสุดท้ายคือความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (4.37) ทั้งนี้เพราะว่าใช้กราฟิกรูปใบจากที่ตัดทอนให้เป็นเหลี่ยมคม ดูเรียบง่าย ในขณะที่สื่อความหมายได้ชัดเจน โดยจัดวางให้ใบจากซ้อนทับกันไปมา เลียนแบบลวดลายการสานใบจากจริง ตลอดจนการใช้สีเขียวและแดง ซึ่งเป็นโครงสีคู่ตรงข้าม (complementary color) ทำให้ตราสินค้าโดดเด่น สะดุดตาและมีพลัง

หลังจากสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและข้อควรปรับปรุงที่ได้จากการออกแบบตราสินค้า มาเป็นแนวทางหลักสำหรับการออกแบบเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ต่อไป เพื่อให้เว็บไซต์และตราสินค้ามีความกลมกลืนกัน

รูปแบบเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักสำหรับการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

- 1) จัดวางให้มีพื้นที่ว่าง ดูสบายตา มีตราสินค้าและแบนเนอร์อยู่ด้านบน
- 2) แต่ละเว็บเพจสามารถเชื่อมโยงไปยังหน้าสินค้าได้หลายหมวดหมู่
- 3) แบ่งเนื้อหาตามรูปแบบและลายจักสาน
- 4) ใช้รูปผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม มีหลายมุมมอง
- 5) วางเมนูหลักไว้ด้านบน เมนูรองไว้ด้านซ้ายมือ เน้นเมนูเกี่ยวกับสินค้าเป็นหลัก
- 6) มีกราฟิกรูปใบจากสีเขียวที่ดูทันสมัย น่ารักและเป็นธรรมชาติ จัดวางบนพื้นสีขาว
- 7) ใช้ตัวอักษรมาตรฐานที่อ่านง่าย สีดำหรือเขียวเข้มเกือบดำ
- 8) สีเขียวเป็นสีหลัก เพื่อสื่อถึงใบจาก สีรองคือสีน้ำตาล แบบสีใบจากแห้ง
- 9) มีคลิปวิดีโอแนะนำผลิตภัณฑ์ในลักษณะอธิบายและสัมภาษณ์ เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย

หลังจากได้ข้อมูลและแนวคิดหลักสำหรับออกแบบเว็บไซต์ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ จากนั้นนำแบบร่างอย่างหยาบให้ผู้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ แล้วนำมาพัฒนาต่อเป็นเว็บไซต์ (เวอร์ชันทดลองใช้) จำนวน 2 รูปแบบ เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ โดยให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ - 1 คะแนน ซึ่งผลการประเมินความสอดคล้องพบว่า แบบที่ 1 ได้ 5 คะแนน แบบที่ 2 ได้ 2 คะแนน ดังนั้นรูปแบบเว็บไซต์ที่สอดคล้องมากที่สุดคือ แบบที่ 1 ดังภาพ

ตารางที่ 22 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1		5	2	0
2		2	5	0

จากนั้นผู้วิจัยนำเว็บไซต์ (เวอร์ชันใช้งานจริง) ให้ผู้มีส่วนร่วมใช้งานและประเมินความพึงพอใจ โดยผลการประเมินดังรายละเอียดในตารางด้านล่าง

ตารางที่ 23 : ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

รายการความพึงพอใจ	คะแนน	S.D.	ระดับ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.83	0.40	มากที่สุด
1.2 น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ	4.50	0.83	มาก
1.3 จัดแบ่งหมวดหมู่อย่างเหมาะสม	4.66	0.51	มากที่สุด
1.4 มีปริมาณเหมาะสมกับเว็บเพจแต่ละหน้า	4.50	0.54	มาก
2. ด้านการออกแบบ			
2.1 การจัดองค์ประกอบเหมาะสม	4.50	0.83	มาก
2.2 ภาพและกราฟิกสวยงาม	4.66	0.81	มากที่สุด
2.3 ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	4.66	0.51	มากที่สุด
2.4 สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์	4.66	0.81	มากที่สุด
3. ด้านระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล			
3.1 ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.83	0.40	มากที่สุด
3.2 ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย	4.83	0.40	มากที่สุด
3.3 การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง	4.66	0.51	มากที่สุด
3.4 เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว	4.66	0.51	มากที่สุด
4. ด้านการใช้งาน			
4.1 ง่ายต่อการเรียนรู้	4.66	0.51	มากที่สุด
4.2 ระบบประเมินผลมีความเสถียร	4.83	0.40	มากที่สุด
4.3 แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ	4.66	0.51	มากที่สุด
4.4 มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อสอบถามและข้อเสนอแนะ	4.33	0.51	มาก
5. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์			
5.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์	4.66	0.51	มากที่สุด
รวม	4.65	0.55	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 23 อธิบายได้ว่าความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ ที่ใช้การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.65) โดยพึงพอใจในส่วนเนื้อหาที่ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบ

นำทางที่เข้าใจง่าย และระบบประเมินผลมีความเสถียรมากที่สุด (4.83) รองลงมาคือ จัดแบ่งหมวดหมู่
 อย่างเหมาะสม ภาพและกราฟิกสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และ
 สม่่าเสมอทั้งเว็บไซต์ การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการเรียนรู้
 แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ และความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์ (4.66) ลำดับ
 สุดท้ายคือ มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อสอบถามและข้อเสนอแนะ (4.33) ทั้งนี้เนื่องจากมีเนื้อหาที่
 กระชับ นำเสนอได้ตรงประเด็น ตัวอักษรบนเมนูมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจนและสอดคล้องกับ
 เนื้อหาที่เชื่อมโยงไป ทำให้ใช้งานง่าย ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลได้เร็วโดยไม่ต้องคลิกหลายครั้ง ส่วนรูปภาพ
 กราฟิก ตัวอักษรและสีที่ใช้สะท้อนบุคลิกภาพ (personality) ของผลิตภัณฑ์ได้ดี ให้ความรู้สึกอนุรักษ์
 ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และมีความจริงใจ

วิเคราะห์ผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนา อาชีพบ้านคลองนาเกลืออย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนในภาพรวม

จากผลการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ กล่าวได้ว่าผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจในระดับมาก
 ที่สุด ประเด็นที่เชื่อมโยงกันที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดคือเรื่องความงามทางการออกแบบ เช่น
 กราฟิกที่ใช้ การจัดองค์ประกอบและตัวอักษร โดยตราสินค้าจะโดดเด่นเรื่องการสื่อความหมาย
 ความมีเอกลักษณ์ การคลี่คลายภาพให้เรียบง่ายและการใช้โครงสร้างที่ช่วยขับเน้นให้ตราสินค้าดูสะอาดตา
 นอกจากนี้การใช้ทั้งอักษรภาษาไทยและอังกฤษทำให้ภาพลักษณ์สินค้ามีความทันสมัยมากขึ้น
 ส่วนเว็บไซต์จะเน้นเรื่องรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ระบบนำทาง ประเมินผลและแสดงผลที่มีความ
 เสถียร เรียนรู้ง่าย เพื่อให้ผู้ชมได้รับประสบการณ์ที่ดีกลับไป



ภาพที่ 36 ผู้ประกอบการทำแบบประเมินและการส่งมอบผลงานออกแบบให้กับผู้ประกอบการ
 ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

2. ผลสัมฤทธิ์ความเปลี่ยนแปลงหลังการเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ

หลังจากที่ออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์เสร็จสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ จากการเข้าอบรมภายใต้ “โครงการบูรณาการการวิจัย บริการวิชาการแก่สังคมและจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาชุมชนด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมและเทคโนโลยีการถนอมอาหาร เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน” (จัดวันที่ 9 พฤศจิกายน 2560 ณ ห้องบรรยาย 3 อาคาร อำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เวลา 8.30 - 16.00 น.) และจากการที่ให้ผู้ประกอบการนำตราสินค้าและเว็บไซต์ไปใช้งานจริงเป็นเวลา 5-6 เดือน ซึ่งผลการเปลี่ยนแปลงแยกตามประเด็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 37 ผู้วิจัยบรรยายหัวข้อ “การออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม” และบรรยายภาคการอบรมให้กับผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มทักษะการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์

2.1 การเปลี่ยนแปลงด้านการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ

การออกแบบและบริหารเว็บไซต์ถือเป็นองค์ความรู้สำคัญต่อผู้ประกอบการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล โดยผู้วิจัยจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและบริหารเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการเว็บไซต์ต่อไปในภายหลังกได้ อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งผลการประเมินดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนหลังการเรียนรู้ด้านการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ

(n=5,df=4)

ประเด็นความรู้/ความเข้าใจ	ก่อนเรียน		หลังเรียน		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		t
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
ด้านการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์							
1. มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์	2.00	1.00	3.80	1.09	1.80	0.47	9.00*
2. มีความรู้ด้านการบริหารจัดการเว็บไซต์	2.00	1.41	3.60	0.89	1.60	0.54	6.53*
3. มีความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดและ ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์	1.60	0.89	3.60	0.89	2.00	0.70	6.32*
4. ทักษะการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์	1.60	0.89	3.40	0.54	1.80	0.44	9.00*
5. ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล	2.00	1.00	3.80	1.09	1.80	0.44	9.00*
6. ทักษะการถ่ายภาพดิจิทัล	1.60	0.89	3.20	1.30	1.60	0.89	4.00*
7. ทักษะการสร้างคลิปวิดีโอ	1.60	0.89	3.20	1.30	1.60	0.89	4.00*
รวม	1.77	0.99	3.51	1.01	1.74	0.62	6.83*

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 สรุปได้ว่าผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงหลังการเรียนรู้ด้านการออกแบบ และบริหารเว็บไซต์ทุกด้าน โดยประเด็นความรู้ที่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือความรู้เกี่ยวกับแนวคิดที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ ทักษะการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์ และทักษะการใช้ อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล (t=9.00) ลำดับถัดมาคือความรู้ด้านการบริหารจัดการเว็บไซต์ (t=6.53) ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ (t=6.32) ส่วนลำดับสุดท้ายคือทักษะการ ถ่ายภาพดิจิทัลและทักษะการสร้างคลิปวิดีโอ (t=4.00)

2.2 การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ

กล่าวได้ว่าความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักในการ ปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางความคิดของผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การใช้ ประโยชน์จากข้อมูลในการปรับปรุงการผลิตสินค้า บริการต่างๆ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ทางธุรกิจในการเข้าสู่ระบบธุรกิจและทำการค้าผ่านสื่อดิจิทัล หรือระบบสนับสนุนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ระบบการเงินและระบบแจ้งเตือน โดยมีผลการประเมินดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนหลังการเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ

(n=5,df=4)

ประเด็นความรู้/ความเข้าใจ	ก่อนเรียน		หลังเรียน		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		t
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
ด้านเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน							
1. มีความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.20	0.83	5.00	0.00	0.80	0.83	2.13*
2. ทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์	1.40	0.83	4.00	1.00	2.60	0.89	6.50*
3. ความรู้เกี่ยวกับการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากสู่การเป็นสากล	2.80	1.30	3.60	0.89	0.80	1.78	1.00 ^{ns}
4. ความรู้เกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์	2.80	1.30	3.40	0.54	0.60	1.51	0.88 ^{ns}
5. ความรู้และทักษะการเป็นนวัตกรรม	3.40	1.51	4.60	0.89	1.20	1.30	2.05 ^{ns}
6. ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายสัมพันธ์	3.40	1.51	4.40	0.89	1.00	1.00	2.23*
รวม	3.00	1.21	4.16	0.70	1.16	1.21	2.46*

หมายเหตุ ns

= แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*

= แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 สรุปได้ว่าผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงหลังการเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนเป็นบางด้าน โดยประเด็นความรู้ความเข้าใจที่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือ ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ($t=6.50$) รองลงมาคือความรู้เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ ($t=2.23$) ลำดับถัดมาคือความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น ($t=2.13$) อย่างไรก็ตามความรู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติคือ ความรู้และทักษะการเป็นนวัตกรรม ($t=2.05$) ความรู้เกี่ยวกับการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากสู่การเป็นสากล ($t=1.00$) และความรู้เกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์ ($t=0.88$) ทั้งนี้อาจมีสาเหตุจากผู้ประกอบการรู้สึกว่าการเป็นนวัตกรรมเป็นเรื่องไกลตัว ต้องใช้องค์ความรู้ขั้นสูงและเชี่ยวชาญทักษะด้านดิจิทัลเท่านั้น ส่วนเรื่องการยกระดับเศรษฐกิจสู่การเป็นสากล การสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์นั้น อาจเป็นเพราะยังไม่มั่นใจว่าความรู้ที่มีจะสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองให้ยั่งยืนนานและก้าวไปสู่ความเป็นสากลได้

2.3 การเปลี่ยนแปลงด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ

หลังจากผู้วิจัยและนักศึกษาแต่ละกลุ่มส่งมอบเว็บไซต์ที่เสร็จสมบูรณ์ให้ผู้ประกอบการได้ใช้งานจริง ผู้วิจัยและนักศึกษาก็ได้ลงพื้นที่แต่ละสถานประกอบการ จัดกิจกรรมกลุ่มย่อยเพิ่มเติมเพื่ออบรมและสอนผู้ประกอบการใช้งานเว็บไซต์จำนวน 10 ครั้งในช่วงระยะเวลาประมาณ 2-3 เดือน ซึ่งแต่ละครั้งจะอบรมการใช้งานให้กับทายาทหรือสมาชิกภายในสถานประกอบการนั้นๆ ด้วย เมื่อผู้ประกอบการใช้งานเว็บไซต์เป็นระยะเวลาครบ 6 เดือน ผู้วิจัยจึงติดต่อผู้ประกอบการเพื่อขอสัมภาษณ์และประเมินการเปลี่ยนแปลงหลังการนำเว็บไซต์ไปใช้ โดยมีผลการประเมินดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนหลังการเรียนรู้ด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ

(n=5,df=4)

ประเด็นความรู้/ความเข้าใจ	ก่อนเรียน		หลังเรียน		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	t
ด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้							
1. เพิ่มยอดขาย	3.40	1.51	4.60	0.54	1.20	1.30	2.05 ^{ns}
2. เข้าถึงกลุ่มลูกค้า	3.40	1.51	4.60	0.54	1.20	1.09	2.44*
3. สร้างความผูกพันและประสบการณ์ร่วมกับลูกค้า	3.40	1.51	4.80	0.44	1.40	1.34	2.33*
4. เผยแพร่ข่าวสารและเนื้อหา	3.20	1.78	4.60	0.54	1.40	1.34	2.33*
5. เพิ่มศักยภาพการแข่งขัน	3.20	1.78	4.80	0.44	1.60	1.67	2.13*
รวม	3.32	1.61	4.68	0.50	1.36	1.34	2.25*

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
 * = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงหลังการเรียนรู้ด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้เกือบทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ($t=2.44$) รองลงมาคือการสร้างความผูกพันและประสบการณ์ร่วมกับลูกค้า การแพร่ข่าวสารและเนื้อหา ($t=2.33$) เพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ($t=2.13$) ในขณะที่ประเด็นความรู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติคือ การเพิ่มยอดขาย ($t=2.05$) ซึ่งอาจเป็นเพราะสถานะเศรษฐกิจชะลอตัวในปัจจุบัน (พ.ศ.2560-2561)

วิเคราะห์ผลการเปลี่ยนแปลงหลังการเรียนรู้ของผู้ประกอบการในภาพรวม

จากการประเมินผลการเปลี่ยนแปลงด้านการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์ วิเคราะห์ได้ว่า หลังการเรียนรู้ผู้ประกอบการมีความรู้มากขึ้นทุกด้านในภาพรวม ($t=6.83$) โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับแนวคิดที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ ทักษะการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์ และทักษะการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล ($t=9.00$) สืบเนื่องจากในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยจัดอบรมการออกแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่ม (แบ่งตามกลุ่มที่รับผิดชอบแต่ละผลิตภัณฑ์) เข้าร่วมการอบรมและคอยช่วยเหลือผู้ประกอบการของแต่ละผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิด โดยให้ผู้ประกอบการได้ทดลองออกแบบและบริหารเว็บไซต์ภายใต้สถานการณ์จริง นอกจากนี้หลังจากอบรมเสร็จแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษายังได้ลงพื้นที่ไปยังสถานประกอบการทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนช่วยแก้ไขปัญหาและตอบข้อสงสัยเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้เพิ่มขึ้นในระดับที่น่าพอใจมาก

สำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนในภาพรวมถือว่ามี การเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ($t=2.46$) โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ($t=6.50$) ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยจัดอบรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการถนอมอาหาร โดยเชิญนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน มาให้ความรู้และชี้แนะแนวทางการถนอมอาหารของแต่ละผลิตภัณฑ์ ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการตามที่ให้สัมภาษณ์ไว้ตั้งแต่ผู้วิจัยและนักศึกษาลงพื้นที่สำรวจสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้นั้น ในภาพรวมถือว่ามี การเปลี่ยนแปลงมากขึ้นเช่นเดียวกัน ($t=2.25$) โดยด้านที่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ($t=2.44$) เนื่องจากแต่เดิมลูกค้าของแต่ละผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นคนหรือหน่วยงานในชุมชน แต่เมื่อมีเว็บไซต์ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงและสื่อสารกับกลุ่มคนได้อย่างไม่จำกัด ย่อมทำให้การเข้าถึงลูกค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้นตามไปด้วย

บทที่ 6

ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

การบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมเป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของงานวิจัยครั้งนี้ โดยมีประเด็นสำคัญคือ การให้นักศึกษารายวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 (CD 2003) และการออกแบบเว็บไซต์ (CA 3073) ได้ฝึกทักษะการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ภายใต้สถานการณ์จริง โดยนำรูปแบบกระบวนการวิจัยมาใช้ค้นหา วิเคราะห์ข้อมูล การคิดอย่างเป็นระบบตามหลักฐานที่ปรากฏ การจัดอบรมให้ความรู้และผลงานออกแบบที่ได้นั้นสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน สามารถสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชนออกสู่สายตาโลกภายนอก

ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มีข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ

1. การเรียนรู้ด้านการออกแบบด้วยกระบวนการวิจัยช่วยให้นักศึกษามีกรอบแนวคิดในการหาข้อมูล การตั้งโจทย์ การทดลองการออกแบบอย่างมีระบบ แสดงความคิดเห็นและแก้ปัญหาทางการออกแบบได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากกระบวนการวิจัยทำให้นักศึกษาจำเป็นต้องหาข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยไม่มีทางเลือกใดๆ (นักศึกษาปัจจุบันนิยมค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิเท่านั้นและบางครั้งมีความน่าเชื่อถือต่ำ) นอกจากนี้การจัดสนทนากลุ่มย่อยช่วยให้นักศึกษาต้องใช้หลักตรรกะเพื่อนำเสนอข้อมูล แสดงความคิดเห็นและการออกแบบภายใต้สถานการณ์จริง (ต้องสร้างสรรค์งานออกแบบร่วมกับทั้งนักวิชาการ นักออกแบบ ตัวแทนจากหน่วยงานรัฐ ลูกค้าและผู้ประกอบการ) ดังนั้นเมื่อสำเร็จการศึกษาออกไปก็จะทำให้นักศึกษาสามารถรับมือกับการทำงานภายใต้แรงกดดันและออกแบบผลงานได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

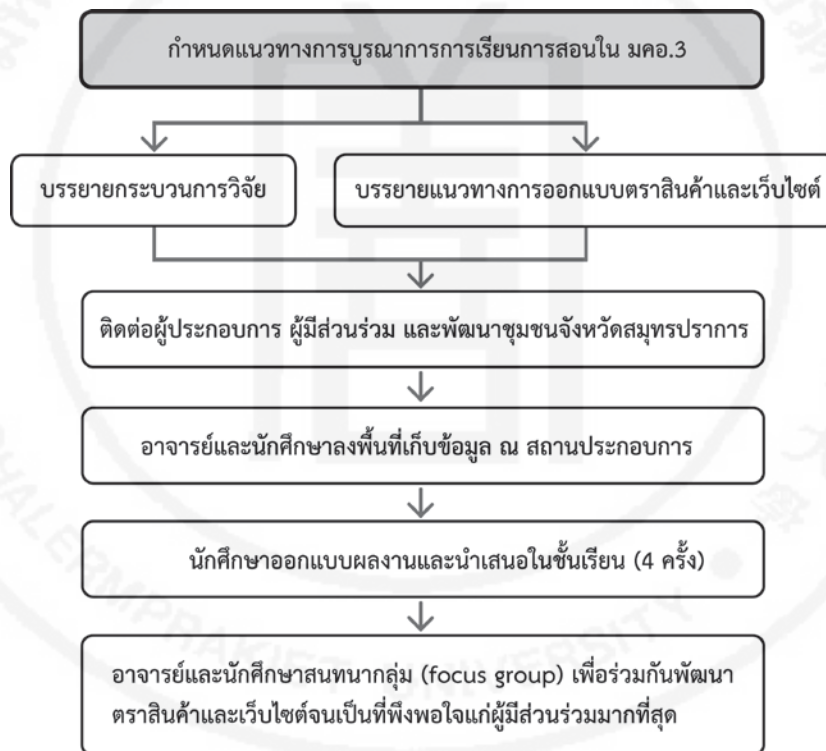
2. การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมทำให้นักศึกษาต้องเรียนรู้การรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนร่วมอื่นๆ (ซึ่งถือเป็นเรื่องท้าทาย เนื่องจากนักศึกษาในปัจจุบันมักคิดว่าตนเองเป็นศูนย์กลางจักรวาลเชื่อมั่นตนเอง ไม่รับฟังมุมมองผู้อื่น) การใช้จิตวิทยาการสื่อสาร การต่อรองประนีประนอม การค้นหาจุดสมดุลเพื่อให้การออกแบบดำเนินต่อไป และผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

3. นักศึกษาบางคนไม่เคยทำงานเพื่อสังคมมาก่อน แต่เมื่อต้องออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ และตระหนักได้ว่าการมีส่วนร่วมในงานบริการวิชาการเพื่อสังคมเป็นกิจกรรมที่น่าประทับใจ มีประโยชน์อย่างแท้จริงต่อชุมชน จึงรู้สึกอยากอุทิศตนทำงานเพื่อรับใช้สังคมให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งประเด็นนี้เป็นการปลูกฝังจิตสำนึกการเรียนรู้เพื่อสังคม

ตามปณิธานของมหาวิทยาลัย ตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีและนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนจากภาครัฐ

4. ด้วยรูปแบบกระบวนการเรียนการสอนที่นักศึกษาต้องลงพื้นที่หาข้อมูลจริง มีการสื่อสารกับคนในชุมชน สัมผัสศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชาวบ้าน ก่อนนำข้อมูลที่ได้ไปออกแบบเป็นผลงานที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนทำให้นักศึกษามีความผูกพันกับชุมชนอย่างเหนียวแน่น เปรียบเสมือนเป็นสมาชิกหนึ่งของชุมชนจริงๆ

5. จุดอ่อนของการบูรณาการงานวิจัยเข้ากับการเรียนการสอนครั้งนี้คือ ความหลากหลายของรูปแบบงานที่นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติ โดยตลอดหนึ่งภาคการศึกษานักศึกษาออกแบบตราสินค้าหรือเว็บไซต์เป็นหลัก (มีออกแบบอัตลักษณ์องค์กรเพิ่มเติมบ้าง) แม้ทักษะที่ได้ฝึกฝนจะทำให้เกิดองค์ความรู้และประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง จากการที่ต้องทดลอง ออกแบบและพัฒนาเข้าไปเข้ามาอยู่แต่กับผลิตภัณฑ์เดิม แต่ก็ก่อให้เกิดความรู้สึกเบื่อสำหรับนักศึกษาบางคน



ภาพที่ 38 ขั้นตอนการบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

1. การประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่บูรณาการการเรียนการสอน การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมไว้ด้วยกัน โดยผู้วิจัยเป็นอาจารย์ประจำสาขาการออกแบบนิเทศศิลป์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และนำการวิจัยนี้มาบูรณาการในการเรียนการสอนวิชา CD2003 การออกแบบนิเทศศิลป์ 1 (ภาคเรียนที่ 1/2560) และ CA3073 การออกแบบเว็บไซต์ (ภาคเรียนที่ 2/2560)

วิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 เป็นวิชาที่สอนเกี่ยวกับการออกแบบเพื่อการสื่อสารบนสื่อต่างๆ ผู้วิจัยจึงได้บูรณาการงานวิจัยนี้ลงในหัวข้อ ความคิดสร้างสรรค์ในงานออกแบบ การออกแบบตัวอักษรและสัญลักษณ์เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชน การวางแผนและกระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนในวิชาการออกแบบเว็บไซต์ผู้วิจัยบูรณาการลงในหัวข้อ การออกแบบเว็บไซต์เพื่อการค้าออนไลน์ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องและการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ โดยสอนความรู้และทักษะด้านการวิจัย สอดแทรกลงไประหว่างการสอนในรายวิชา แบ่งกลุ่มนักศึกษาเพื่อลงพื้นที่กับผู้วิจัยและรับผิดชอบการออกแบบให้กับแต่ละผลิตภัณฑ์ ก่อนลงพื้นที่จริงผู้วิจัยติดต่อผู้ประกอบการเพื่อสอบถามความเข้าใจอีกครั้งว่ายินดีเข้าร่วมโครงการและมีความพร้อมหรือไม่ ตลอดจนติดต่อหน่วยงานของรัฐเพื่อสอบถามข้อมูลเบื้องต้นและเชิญตัวแทนจากหน่วยงานลงพื้นที่ชุมชนร่วมกัน



ภาพที่ 39 บรรยากาศการนำเสนอผลงานและการแลกเปลี่ยนความรู้ในชั้นเรียน

ระหว่างดำเนินโครงการวิจัยผู้วิจัยได้เชิญผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดเข้ามาร่วมอบรมด้านการออกแบบเว็บไซต์และเทคโนโลยีการถนอมอาหาร โดยจัดในลักษณะการบรรยายและมีกิจกรรมกลุ่มย่อย นอกจากนี้ยังได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแนวทางการบูรณาการงานวิจัยลงไปใน การบริการวิชาการเพื่อสังคมเพื่อนำไปปรับปรุงในการทำวิจัยต่อไป และมอบวุฒิบัตรแก่ผู้มีส่วนร่วมทุกคนที่ผ่านการอบรม จนเมื่อผลงานออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยและนักศึกษาจึงส่งมอบผลงานให้กับผู้ประกอบการทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ จากนั้นผู้วิจัยจึงสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษา เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ เปรียบเทียบก่อนและหลังการเรียนการสอน ตามรายละเอียดในตารางดังนี้

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนหลังการเรียนรู้ของนักศึกษา

(n=11,df=10)

ประเด็นความรู้/ความเข้าใจ	ก่อนเรียน		หลังเรียน		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	t
1. ความรู้ทางการวิจัย							
1.1 ความรู้และทักษะการวิจัยที่นำไปใช้ทำวิจัยได้จริง	2.36	1.02	4.18	0.60	1.81	0.75	8.03*
1.2 ความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับการทำวิจัย	2.18	0.75	4.18	0.75	2.00	1.18	5.60*
1.3 ความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัย	2.63	1.20	4.18	0.60	1.54	0.93	5.48*
1.4 ความรู้ด้านการวิเคราะห์ ประมวลผลและสรุปข้อมูลวิจัย	1.45	0.52	4.18	0.60	2.72	0.90	10.00*
2. ด้านการเรียนการสอน							
2.1 ความรู้และทักษะด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม	2.27	0.46	4.45	0.52	2.18	0.40	17.88*
2.2 ความรู้ในการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนเพื่อการออกแบบเว็บไซต์	2.45	1.21	4.27	0.64	1.81	0.87	6.90*

154

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
 * = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 27 (ต่อ) การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนหลังการเรียนรู้ของนักศึกษา

(n=11,df=10)

ประเด็นความรู้/ความเข้าใจ	ก่อนเรียน		หลังเรียน		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		t
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
3. ด้านการบริการวิชาการแก่สังคม							
3.1 ความรู้ในหลักการทำงานด้านการบริการวิชาการเพื่อสังคม	2.72	1.19	4.45	0.52	1.72	1.03	5.19*
3.2 สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการออกแบบในการให้บริการวิชาการเพื่อสังคม	2.00	1.41	3.60	0.89	1.60	0.54	6.53*
4. ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม							
4.1 ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดสมุทรปราการ	2.27	0.78	4.54	0.52	2.27	0.90	8.33*
4.2 สามารถออกแบบงานให้สนับสนุนการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	2.54	0.93	4.54	0.68	2.00	0.89	7.41*
รวม	2.28	0.94	4.25	0.63	1.96	0.83	8.13*

หมายเหตุ ns

= แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*

= แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 สามารถสรุปได้ว่าผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้ของนักศึกษาหลังการบูรณาการ การเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม ในวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ 1 และการออกแบบเว็บไซต์ เพิ่มขึ้นทุกประเด็นความรู้ ($t=8.13$) ซึ่งก่อนนักศึกษาได้เรียนรู้มีค่าเฉลี่ยทุกประเด็นความรู้อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.28$, $S.D.=0.94$) แต่หลังจากที่ได้เรียนรู้ นักศึกษามีค่าเฉลี่ยความรู้เพิ่มขึ้นในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$, $S.D.=0.63$) โดยมีค่าเฉลี่ยความรู้ที่เพิ่มขึ้นถึง 1.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83

ความรู้ที่เพิ่มมากขึ้นที่สุดคือความรู้และทักษะด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม ($\bar{X}=2.18$, $S.D.=0.40$, $t=17.88$) โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพียง 0.40 สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษา ที่ประเมินมีความเห็นที่ใกล้เคียงกันมาก ทั้งนี้เพราะนักศึกษามีความรู้ด้านการออกแบบเว็บไซต์ก่อน เรียนน้อย ($\bar{X}=2.27$, $S.D.=0.46$) หลังจากผู้วิจัยสอนพื้นฐานเบื้องต้น นักศึกษาจะต้องออกแบบ เว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมจนเสร็จสมบูรณ์ และยังต้องพัฒนาความรู้และทักษะด้วยตนเองเพิ่มเติมเพื่อนำไปสอนผู้ประกอบการอีกหลายครั้ง จนกว่าผู้ประกอบการจะสามารถดำเนินการต่อเองได้ เปรียบเสมือนนักศึกษาได้ทบทวนความรู้และต้องแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์จริง ทำให้นักศึกษามี ความรู้เพิ่มขึ้นในระดับมาก

ส่วนความรู้ที่เพิ่มขึ้นรองลงมาคือ ความรู้ด้านการวิเคราะห์ ประมวลผลและสรุปข้อมูลวิจัย ($\bar{X}=2.72$, $S.D.=0.90$, $t=10.00$) ทั้งนี้เป็นเพราะความรู้ของนักศึกษาก่อนเรียนถือว่าน้อยมาก ($\bar{X}=1.45$, $S.D.=0.52$) ดังนั้นเมื่อผู้วิจัยสอนการทำวิจัยภายในชั้นเรียนผสมผสานกับการที่นักศึกษา ต้องมีส่วนร่วมในงานวิจัยตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ทั้งการตั้งวัตถุประสงค์ การลงพื้นที่หาข้อมูล การวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ ตลอดจนสรุปข้อมูลทั้งหมดเป็นรายงาน วิจัยขนาดย่อม จึงทำให้นักศึกษามีความรู้และประสบการณ์การวิเคราะห์ ประมวลผลและสรุป ข้อมูลวิจัยเพิ่มขึ้น

ลำดับถัดมาคือ ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดสมุทรปราการ ($\bar{X}=2.27$, $S.D.=0.90$, $t=8.33$) โดยก่อนเรียนนักศึกษามีความรู้ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.27$, $S.D.=0.78$) เหตุผลที่ทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้นอาจเกิดจากเดิมที่แก่นักศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ แต่ด้วยความที่วัยรุ่นในปัจจุบันไม่ค่อยให้ความสนใจในรากเหง้าทางศิลปวัฒนธรรมเท่าใดนัก เมื่อนักศึกษาได้มาออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงต้องค้นคว้าหาข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ เช่น อ่านหนังสือ สัมภาษณ์คนในชุมชน ลูกค้าหรือผู้ประกอบการ เพื่อสะท้อน ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นลงไปในการออกแบบ ทำให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นระหว่างหาข้อมูลและ ออกแบบ

2. ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

1) การบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร โปรดยกตัวอย่าง

“ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีขึ้น เพราะทำให้ได้รู้จักการวางแผนงานทั้งหมด ได้เรียนรู้การหาความรู้ที่เป็นขั้นตอน มีระบบ ระเบียบ ได้รู้จักวิธีการลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูล การได้ลงพื้นที่จริงทำให้เหมือนได้ทดลองทำงานจริงๆ รวมถึงได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ด้วย”

“ได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับรู้ถึงความต้องการของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง และรับรู้ถึงการใช้ชีวิตของคนในชุมชน ทำให้รู้สึกสนุกกว่าการเรียนแต่ในชั้นเรียน”

“รู้สึกช่วยให้เรียนรู้และเข้าใจได้ดีขึ้น เพราะก่อนลงมือทำอะไรต้องมีการวางแผน หาข้อมูลต่างๆ ก่อนทำทุกครั้ง เช่น ต้องลงพื้นที่หาข้อมูลก่อนที่จะออกแบบตราสินค้า ซึ่งต้องเรียนรู้ความเป็นท้องถิ่น วัฒนธรรม เพื่อเอามาใช้ในการออกแบบ”

“ดีขึ้น ทำให้ศักยภาพในการให้บริการวิชาการเพื่อสังคมมีประสิทธิภาพและมีความจริงจังมากขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้เข้าใจกระบวนการวิจัยมากขึ้นอีกด้วย”

“ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ในการทำวิจัย การออกแบบเพื่อสังคมและศิลปวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วม เช่น ขั้นตอนการวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์”

2) การบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มีข้อดีและข้อเสียอย่างไร

“ข้อดีคือนักศึกษาได้ลงมือทำงานจริง ได้ความรู้เพิ่มขึ้น รู้จักการสำรวจพื้นที่ ความต้องการของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนรวมทุกฝ่าย การแบ่งปันความรู้ต่างๆ ให้ผู้ประกอบการ ส่วนข้อเสียคือมีปัญหาการสื่อสารและหาเวลาว่างที่ตรงกันระหว่างผู้มีส่วนรวมค่อนข้างยาก”

“ข้อดีคือได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพที่ดีขึ้น เพิ่มช่องทางทำรายได้ให้กับคนในชุมชน ส่วนข้อเสียคือส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาภาคปฏิบัติ ภาคบรรยายมีน้อย เรื่องบางเรื่องอาจเรียนรู้ได้ช้ากว่า เพราะเหมือนต้องลองผิดลองถูกเอง”

“มีข้อดีคือ ได้ศึกษาข้อมูลที่หลากหลาย ได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบ การวิจัย การบริการวิชาการและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมไปพร้อมๆ กัน ทำให้ประหยัดเวลาแต่ได้ประโยชน์หลายอย่างในคราวเดียว ข้อเสียคือต้องใช้เวลากับการหาข้อมูลบางประเด็นเยอะมาก ซึ่งบางหัวข้อนั้นหายากหรือแทบไม่ปรากฏ ทำให้รู้สึกท้อแท้ ไม่อยากทำต่อ”

“ข้อดีคือได้เป็นส่วนช่วยให้ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามยังคงต่อไป นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการและใช้เวลาฝึกทักษะในการวิจัยมากขึ้น เมื่อเรียนวิชาการวิจัยจริงๆ น่าจะทำให้เรียนรู้ได้

เร็วขึ้น ส่วนข้อเสียคือมีโอกาสทำผิดพลาดหรือแก้ไขผลงานบ่อยมาก เพราะมีกระบวนการทำงานที่ละเอียด หากผิดพลาดบางขั้นตอนอาจต้องเสียเวลาย้อนกลับไปเริ่มใหม่”

“มีข้อดีคือเป็นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมผสมผสานกับการออกแบบ และยังเป็นการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมหรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่กำลังเลือนหายไปจากสังคม ข้อเสียคือเนื้อหาการวิจัยและข้อมูลเพื่อทำการออกแบบเยอะมาก แต่เวลามีจำกัด”

3) การออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมช่วยให้ผลงานออกแบบที่ได้ มีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

“มีประสิทธิภาพขึ้นอย่างมาก เพราะต้องสอบถามความคิดเห็นหลายฝ่าย จนกว่าจะหาจุดร่วมที่ตรงกันได้ ทำให้เว็บมีเนื้อหาและการใช้งานสะดวก ตรงใจ ส่วนด้านการพัฒนาตนเองจากที่ไม่เคยทำเว็บไซต์เป็นมาก่อน จนมีทักษะที่สามารถพัฒนาเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาหลากหลายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม ยิ่งทำให้ต้องมีการประยุกต์ความรู้ด้านต่างๆ หลากหลายศาสตร์ เช่น การสื่อสาร การออกแบบและการตลาด”

“ช่วยทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะได้ร่วมกันใช้ความคิดของหลายฝ่าย ทั้งนักศึกษา ผู้ประกอบการ ลูกค้า นักวิชาการ นักออกแบบ ตัวแทนจากหน่วยงานของรัฐ ทำให้ได้เว็บไซต์ที่มีคุณภาพ แม้ไม่ได้สวยงามที่สุด แต่ตรงกับความต้องการของทุกฝ่าย”

“มีมากขึ้นเพราะเป็นไปตามความต้องการของผู้ประกอบการที่แท้จริง การได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ทำให้ผลงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นและพร้อมที่จะเผยแพร่”

“มีประสิทธิภาพมาก เพราะช่วยให้ผลงานที่สร้างสรรค์ออกมาเห็นเป็นรูปธรรม สามารถเผยแพร่ผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้คนรู้จักมากขึ้น การใช้กระบวนการมีส่วนร่วมทำให้ต้องสร้างความสมดุลหลายด้าน ช่วยพัฒนาทักษะต่างๆ ซึ่งต่างจากแต่ก่อนที่เคยเรียนมา เพราะที่เรียนมาเราทำงานคนเดียว คิดเอง หาข้อมูลเอง ไม่ต้องสนใจใคร แต่เมื่อใช้กระบวนการมีส่วนร่วมทำให้ต้องคิดถึงความคิดเห็นผู้อื่นมากขึ้น”

“มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะได้รับความเห็นจากหลายๆ คน ได้ลงพื้นที่เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนในกลุ่ม ผู้มีส่วนร่วมคนอื่นๆ และข้อคิดเห็นจากอาจารย์ ทำให้ผลงานเป็นที่น่าพอใจ”

“ช่วยให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพขึ้นมาก โดยเฉพาะเรื่องระบบนำทาง รูปแบบเมนู ลักษณะการใช้งานของผู้ชม เพราะบางครั้งเราคิดไปเองว่าผู้ชมต้องชอบอย่างนั้นอย่างนี้ แต่เมื่อต้องสอบถามผู้มีส่วนร่วมคนอื่นๆ ทำให้ได้ความคิดเห็นและมุมมองใหม่ๆ โดยส่วนตัวแล้วทำให้เกิดการเรียนรู้ด้านการออกแบบเว็บไซต์ได้ดีขึ้นมาก เพิ่มพูนทักษะได้อย่างรวดเร็ว เพราะเป็นการบังคับตัวเองให้ต้องหาความรู้เพิ่ม เพื่อไปสอนผู้ประกอบการให้ใช้งานได้”

“ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้เว็บไซต์มีฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น ผู้ใช้น่าจะได้รับประสบการณ์ที่ดีกลับไป เพราะกว่าจะได้เผยแพร่เว็บต้องผ่านการทดลองใช้และความเห็นจากผู้มีส่วนร่วมหลายฝ่ายมาก”

4) แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนส่งผลอย่างไรต่อวิธีการออกแบบเว็บไซต์

“ช่วยให้การออกแบบเว็บไซต์มีเป้าหมายชัดเจนขึ้น ต้องคำนึงถึงความยากง่ายต่อการใช้งานภายหลังด้วย เพราะจะต้องส่งต่อให้กับผู้ประกอบการ หากใช้งานหรือแก้ไขเนื้อหายากเกินไป ผู้ประกอบการอาจไม่ยอมใช้ต่อ”

“ทำให้การออกแบบเว็บไซต์ต้องคิดถึงส่วนประกอบต่างๆ มากขึ้น ทั้งนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล ความคิดสร้างสรรค์ การบูรณาการความรู้ นวัตกรรมและต้องมีความยั่งยืน ฯลฯ”

“ทำให้วิธีการออกแบบเว็บไซต์มีความละเอียดมากขึ้น จำเป็นต้องหาข้อมูลเยอะขึ้น การพัฒนาต่อยอดในอนาคต ต้องให้ความสำคัญกับการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและชุมชน”

“ช่วยเปิดมิติและแนวคิดใหม่ๆ ในการออกแบบเว็บไซต์”

“ทำให้ต้องคิดถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในเว็บไซต์มากขึ้น แต่ก็ต้องคิดถึงความสะดวกด้วย เพราะบางครั้งใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเกินไป แต่หากผู้ประกอบการไม่เข้าใจหรือรู้สึกว่ายุ่งยากเกินไป อาจทำให้ไม่สนใจและไม่อยากบริหารจัดการเว็บไซต์ต่อไป”

“มีอิทธิพลต่อวิธีการออกแบบเว็บค่อนข้างมาก เพราะเราต้องดูเรื่องอื่นๆ นอกเหนือจากการออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามเพียงอย่างเดียวด้วย อย่างการตลาด ช่องทางการขาย การทำโฆษณาบนโซเชียลมีเดีย ระบบโอนเงิน การส่งสินค้าและอื่นๆ เรื่องการผลิตเนื้อหาที่สำคัญ เพราะจะต้องสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและศิลปวัฒนธรรม ”

5) องค์ความรู้ที่ได้จากการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัยนำไปใช้ในการบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมได้หรือไม่ อย่างไร

“นำความรู้ที่ได้ไปใช้ในอนาคตได้ เพราะตอนนี้มีประสบการณ์การจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมแล้ว ซึ่งการบูรณาการนี้คิดว่าเป็นการเรียนรู้ที่ดีและทันสมัยต่อโลกสามารถนำไปเผยแพร่ต่อให้กับคนในชุมชนหรือคนรุ่นหลังได้ ได้พัฒนาตัวเองขึ้นมาอีกระดับหนึ่งด้วย”

“ความรู้ที่ได้มาเราสามารถนำไปสอนต่อได้ กระจายความรู้และจัดกิจกรรมให้กับชุมชนต่างๆ ที่ไม่ค่อยได้เข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล”

“สามารถใช้ได้จริงและนำไปประยุกต์ใช้ได้ในอนาคต บูรณาการนำไปใช้ในการพัฒนาชุมชนต่อไปได้ ที่สำคัญมากๆ คือการเรียนการสอนครั้งนี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในชีวิต”

“ได้ เพราะทำให้เรามีทักษะการเข้าหาผู้คน การสื่อสาร การประนีประนอม และการออกแบบ ซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อจัดกิจกรรมดีๆ สำหรับชุมชนในอนาคตได้”

“นำมาใช้ได้มาก ทำให้รู้ในสิ่งที่ไม่เคยรู้มาก่อน ได้สืบหาข้อมูลด้วยตนเองเพื่อนำไปช่วยเหลือชุมชนต่อไป”

“ได้ สามารถนำไปใช้ประยุกต์ใช้กับการออกแบบเพื่อสังคมในรูปแบบอื่นๆ”

“ได้ เนื่องด้วยการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัยนั้นเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความน่าเชื่อถือและยอมรับในสังคม ถือเป็นการสืบสานวัฒนธรรมบางอย่างที่เริ่มห่างหายไปจากสังคมไทยด้วย ทำให้อยากช่วยเหลือสังคมมากขึ้นกว่าเดิม”

วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์และความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

จากการประเมินผลสัมฤทธิ์แสดงให้เห็นว่าความรู้ของนักศึกษาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นทุกด้านอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยประเด็นความรู้ทางการวิจัยที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากก่อนเรียนวิชา CD2003 การออกแบบนิเทศศิลป์ 1 และ CA3073 การออกแบบเว็บไซต์ นักศึกษาไม่มีความรู้เกี่ยวกับการทำวิจัย เมื่อผู้วิจัยนำโครงการวิจัยมาบูรณาการกับการออกแบบ ต้องมีการบรรยายหลักการวิจัยเบื้องต้น แนวคิดทฤษฎีต่างๆ พร้อมทั้งให้นักศึกษาทดลองออกแบบเครื่องมือวิจัยมาใช้ในการออกแบบของแต่ละกลุ่ม เมื่อผลงานออกแบบเสร็จนักศึกษาต้องเขียนเป็นรายงานโครงการ (มีหัวข้อและรูปแบบการเขียนคล้ายการเขียนรายงานวิจัย) มีการวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบ ประมวลผลงานและสรุปข้อมูลทั้งหมด ทำให้นักศึกษามีความรู้ด้านการวิจัยเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งก็สอดคล้องกับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มองว่าการบูรณาการช่วยให้การเรียนรู้ที่ดี แนวคิดการวิจัยช่วยให้แนวทางการออกแบบมีระบบและระเบียบมากยิ่งขึ้น

ความรู้ด้านการเรียนการสอนที่เพิ่มขึ้นเพราะว่าการใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมในการออกแบบเว็บไซต์ เป็นกระบวนการที่นักศึกษาไม่ค่อยคุ้นเคยเท่าใดนัก ในระยะแรกนักศึกษายังคงยึดติดกับแนวทางการออกแบบแบบเดิมที่เคยทำกันมา (หาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ใช้ความคิดของตนเองเป็นที่ตั้งและไม่เคยประเมินผลอย่างจริงจัง) แต่เมื่อนักศึกษาได้เริ่มสร้างการมีส่วนร่วมในการออกแบบ พบว่าช่วยให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการประเมินผลที่ยึดธรรมตามหลักประชาธิปไตย เป็นที่พึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายและทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ๆ ในขณะที่แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนช่วยให้การออกแบบมีเป้าหมายชัดเจนขึ้น โดยเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและชุมชนเป็นสำคัญ รวมถึงผู้ประกอบการต้องสามารถบริหารจัดการเว็บไซต์ต่อไปได้ด้วย

ส่วนด้านการบริการวิชาการแก่สังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม นักศึกษามีผลการเรียนรู้ที่ดีขึ้นเช่นกัน ก่อนเริ่มเรียนนั้นนักศึกษาส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานบริการวิชาการเพื่อสังคมและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม แต่เมื่อมีการนำมาบูรณาการกับกระบวนการเรียนการสอนและการวิจัย ทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ได้ลงพื้นที่หาข้อมูลจริง สัมผัสวิถีชีวิตผู้คนและศิลปวัฒนธรรมของชุมชน โดยระหว่างกระบวนการมีทั้งการบรรยาย แลกเปลี่ยนความ

คิดเห็น การลองผิดลองถูก การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าขณะจัดกิจกรรม ดังนั้นจึงเกิดเป็นองค์ความรู้ ประสบการณ์และทักษะใหม่ที่นักศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบอื่นๆ ในอนาคตได้



ภาพที่ 40 นักศึกษาได้เรียนรู้ภายใต้สถานการณ์จริงและมีส่วนร่วมในงานวิจัยทุกขั้นตอน

บทที่ 7

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน สามารถสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR : Participatory Action Research) และใช้การวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพปริมาณ (mixed method) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบ ประเมินความพึงพอใจผลงานออกแบบโดยผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย และประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา รวมไปถึงการจัดกิจกรรมอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วม ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1.1 สรุปการศึกษาสภาพปัจจุบัน การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 มีผลสรุปดังนี้

1.1.1 ขนบจากใจ (ขนมย่าง)

เป็นผลิตภัณฑ์ด้านอาหารที่ดำเนินธุรกิจมีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน เน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติในชุมชน ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนเท่านั้น จึงต้องการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น ผู้ประกอบการสืบทอดองค์ความรู้การทำขนมมาจากญาติ โดยพยายามพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นมาโดยตลอด เช่น การปรับปรุงสูตร กลิ่นและรสชาติ จุดแข็งของผลิตภัณฑ์คือส่วนผสมที่เข้มข้นจากวัตถุดิบธรรมชาติและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ในส่วนของการนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาประยุกต์ใช้นั้นผู้ประกอบการต้องการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยสร้างกำไรให้มากขึ้น ผสมผสานกับการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ การปรับตัวเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์และพึ่งพาตนเองเป็นหลักเพื่อให้มีความยั่งยืนมากที่สุด

ด้านความพึงพอใจต่อตราสินค้าพบว่าค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.47) โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน รองลงมาคือมีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี ความสวยงามสะดุดตา สีเหมาะสมกับสินค้า สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนความพึงใจต่อเว็บไซต์พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.13) ซึ่งภาพและกราฟิกที่สวยงาม สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืนและสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์ได้รับความพึงพอใจมาก

ที่สุด รองลงมาคือ เนื้อหาน่าสนใจ สอดคล้องและตรงกับความต้องการ การจัดองค์ประกอบเหมาะสม และเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว

1.1.2 ป่าไหมข้าวต้มมัด

เป็นธุรกิจครัวเรือนที่ผลิตข้าวต้มมัดและขายในชุมชนมาประมาณ 20 ปี ผู้ประกอบการสืบทอดความรู้การทำข้าวต้มมัดมาตั้งแต่รุ่นคุณแม่ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนและหน่วยงานของรัฐ มีการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่อง จุดแข็งของผลิตภัณฑ์คือห่อด้วยใบจาก ทำให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากข้าวต้มมัดทั่วไป รสชาติดีและหวานน้อย ปัจจุบันพยายามเข้าร่วมอบรมต่างๆ จากหน่วยงานของรัฐเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น ด้านการนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาปรับใช้ในธุรกิจนั้นผู้ประกอบการให้ความสำคัญเรื่องการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพิ่มโอกาสทางการขาย และเตรียมความพร้อมให้แก่ทายาทเพื่อสืบทอดกิจการ ตลอดจนพยายามสร้างสรรค์ให้ใหม่ๆ ให้ถูกปากคนรุ่นใหม่และชาวต่างชาติมากขึ้น

ด้านความพึงพอใจต่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.61) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการสะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รองลงมาคือตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นชัดเจน และใช้สีเหมาะสมกับสินค้า ส่วนความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.47) โดยผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจด้านการใช้สีที่เหมาะสม กลมกลืนและสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาคือเนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้องและน่าเชื่อถือ การจัดองค์ประกอบเหมาะสม ภาพและกราฟิกสวยงาม ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย และง่ายต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน

1.1.3 กุ้งเหยียดป่าสมไหม

เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ดำเนินการมาราว 3 ปี ผู้ประกอบการเป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน สืบทอดสูตรการทำจากผู้ใหญ่ในชุมชน ลูกค้าส่วนใหญ่คือคนในชุมชน พนักงานออฟฟิศ คนรักสุขภาพและหน่วยงานของรัฐ จุดแข็งของผลิตภัณฑ์คือความสดของสินค้าเนื่องจากใช้กุ้งเป็นๆ ความนุ่มของกุ้งและรสชาติหวานไม่มาก ในภาพรวมผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการได้ดี แม้บางช่วงยอดขายตกลงไปบ้างตามภาวะเศรษฐกิจและราคากุ้ง ส่วนการนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจนั้นผู้ประกอบการพยายามสร้างสรรค์เอกลักษณ์ใหม่โดยเพิ่มกลิ่นและรสชาติของสมุนไพรท้องถิ่น ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับยุคสมัย การใช้เทคโนโลยีหาข้อมูลสูตรการทำใหม่ๆ การถนอมอาหาร ต้องการขยายผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่และนำเสนอผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จัก

ด้านความพึงพอใจต่อตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.41) โดยพึงพอใจด้านความมีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี และใช้สีเหมาะสมกับสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า ลำดับถัดมาคือมีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี และมีความสวยงามสะดุดตา ในขณะที่ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน (4.19) โดยพึง

พอใจด้านการใช้สีที่เหมาะสม กลมกลืนและสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาคือ เนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ ลำดับถัดมาคือเนื้อหาที่น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ ภาพและกราฟิกสวยงาม และความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์

1.1.4 บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอรี่ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

เป็นผลิตภัณฑ์ชีสเค้กที่เริ่มธุรกิจมาได้ราว 1 ปี ทำในลักษณะอุตสาหกรรมในครัวเรือน เริ่มต้นจากหาสูตรจากอินเทอร์เน็ตและทดลองทำ แล้วย่อยๆ ปรับปรุงจนกลายเป็นสูตรของตัวเอง ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว จุดแข็งของผลิตภัณฑ์คือใช้วัตถุดิบสดใหม่และรสชาติดี การดำเนินธุรกิจในการรวมก่อนข้างดี แม้จะทำเป็นอาชีพเสริมก็ตาม ผู้ประกอบการอายุยังไม่มาก จึงค่อนข้างคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอย่างดี ในส่วนของการนำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาเป็นแนวทางการทำธุรกิจนั้นผู้ประกอบการต้องการเข้าถึงและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามากขึ้น รวมถึงการหาข้อมูล ช่องทางและศึกษาหาองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อให้กลายเป็นผู้รู้จริง สามารถพึ่งพาตนเองได้และเกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง

ด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.62) โดยเฉพาะในส่วนของความมีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี ลำดับรองลงมาคือมีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี และสามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน ส่วนความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดเช่นกัน (4.59) โดยพึงพอใจในด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ ภาพและกราฟิกสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้องมากที่สุด รองลงมาคือจัดแบ่งหมวดหมู่อย่างเหมาะสม การจัดองค์ประกอบเหมาะสม สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืนและสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์ ระบบประเมินผลมีความเสถียร แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อบริการและข้อเสนอแนะและความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์

1.1.5 ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ

เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้จักสาน โดยใช้ใบจากและยอดของใบจากมาสานกันเป็นเครื่องใช้แบบต่างๆ ดำเนินธุรกิจมา 4 ปี กลุ่มลูกค้าหลักคือคนในชุมชน นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการเป็นผู้คิดค้นและฝึกสานเป็นสวดลายต่างๆ ด้วยตนเอง ดังนั้นจึงมีจุดแข็งคือสวดลายอันเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นอย่างชัดเจน การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยดี มียอดขายเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการพยายามคิดค้นสวดลายการสานใหม่ๆ อยู่เสมอและเปิดอบรมการทำจักสานให้กับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าอีกทางหนึ่ง ทางด้านการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจนั้นผู้ประกอบการต้องการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพิ่มช่องทางการขาย การประชาสัมพันธ์สินค้าและตอบสนองนโยบายของรัฐ นอกจากนี้ยังต้องการนำเทคโนโลยีทาง

วิทยาศาสตร์มาช่วยทำให้ใบจากมีความแข็งแรงทนทานขึ้น เพื่อรองรับการขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต และขนส่งทางไปรษณีย์ในอนาคต

ในส่วนของความพึงพอใจต่อตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.72) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี มีความสวยงามสะดุดตา จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม ลวดลายกราฟิกสวยงามและเหมาะสม และความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า รองลงมาคือการมีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี ความเป็นสากลและทันสมัย สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันและนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย ในขณะที่ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดเช่นกัน (4.65) โดยพึงพอใจในส่วนเนื้อหาที่ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย และระบบประเมินผลมีความเสถียรมากที่สุด รองลงมาคือ จัดแบ่งหมวดหมู่อย่างเหมาะสม ภาพและกราฟิกสวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์ การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการเรียนรู้ แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ และความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์

1.1.6 ผลสัมฤทธิ์ความเปลี่ยนแปลงหลังการเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ

หลังจากมอบตราสินค้าและเว็บไซต์ให้ผู้ประกอบการไปใช้งานจริงประมาณ 5-6 เดือน ผู้วิจัยจึงประเมินผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการด้านการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์ ผลการประเมินพบว่า ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้เกี่ยวกับแนวคิดที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ ทักษะการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์ และทักษะการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล ($t=9.00$) ส่วนการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการพบว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นบางด้าน โดยประเด็นความรู้ความเข้าใจที่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ($t=6.50$) ในขณะที่ความรู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติคือ ความรู้และทักษะการเป็นนวัตกร ความรู้เกี่ยวกับการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากสู่การเป็นสากล และความรู้เกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้พบว่าการเปลี่ยนแปลงหลังการเรียนรู้ด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้เกือบทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ($t=2.44$) อย่างไรก็ตามประเด็นที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติคือการเพิ่มยอดขาย

1.2 สรุปผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของงานวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

จากผลการประเมินพบว่าโดยค่าเฉลี่ยนักศึกษามีความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติทุกประเด็น ($t=8.13$) ความรู้ที่เพิ่มมากขึ้นที่สุดคือความรู้และทักษะด้านการออกแบบเว็บไซต์

อย่างมีส่วนร่วม ($t=17.88$) ทั้งนี้เนื่องจากก่อนเรียนในรายวิชานักศึกษามีความรู้ด้านการออกแบบเว็บไซต์น้อย แต่หลังจากได้เรียนการออกแบบเว็บไซต์ในชั้นเรียน ทาความรู้เพิ่มเติมเพื่อไปสอนผู้ประกอบการและช่วยกันออกแบบเว็บไซต์จนเสร็จสมบูรณ์ ทำให้นักศึกษามีความรู้และทักษะเพิ่มขึ้นในระดับมาก ส่วนความรู้ที่เพิ่มขึ้นรองลงมาคือ ความรู้ด้านการวิเคราะห์ ประมวลผลและสรุปข้อมูลวิจัย ($t=10.00$) ทั้งนี้เป็นเพราะนักศึกษามีความรู้ก่อนเรียนน้อยเช่นกัน ผู้วิจัยสอนการทำวิจัยภายในชั้นเรียนผสมผสานกับการที่นักศึกษาต้องมีส่วนร่วมในงานวิจัยตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ จึงทำให้นักศึกษามีความรู้และประสบการณ์การวิเคราะห์ ประมวลผลและสรุปข้อมูลวิจัยเพิ่มขึ้น

ส่วนความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมพบว่า ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่ดีขึ้น เพราะทำให้ต้องลงพื้นที่จริง นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในกระบวนการทุกขั้นตอน เกิดการเรียนรู้ที่เป็นระบบและได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการวิชาการเพื่อสังคมและมีส่วนช่วยสืบสานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป ซึ่งถือเป็นประโยชน์อย่างแท้จริงต่อชุมชนและตัวนักศึกษาเอง อย่างไรก็ตามมีบางประเด็นที่นักศึกษารู้สึกว่าเป็นข้อเสียเช่นกัน อย่างเช่น ใช้เวลานานในการหาข้อมูลและการเดินทาง เวลาเรียนในห้องเรียนมีน้อย ต้องแก้ไขงานออกแบบหลายครั้งเพื่อสร้างสมดุลและความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษิตตามประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

2.1 สภาพปัจจุบัน การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

การศึกษาสภาพปัจจุบัน การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน เป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ของงานวิจัย โดยผู้วิจัยและนักศึกษาลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ เช่น องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ แนวทางการตลาดและการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งถือเป็นข้อมูลสำคัญต่อการประเมินศักยภาพ ความต้องการ สภาพปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนและผู้ประกอบการเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในงานวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรพล มโนวงศ์ และคณะ (2559); กฤษดา ดุพันดุง และ รจนา จันทราสา (2559); ประชิต ทิณบุตร และคณะ (2559) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาตราสินค้า อัตลักษณ์องค์กร และการผลิตสื่อต่างๆ ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งพบว่า การออกแบบตราสินค้าให้มีประสิทธิภาพ จะต้องมีการศึกษาสภาพบริบท ข้อมูลเบื้องต้นของสถานประกอบการ วิเคราะห์ปัญหาของผลิตภัณฑ์ และความต้องการของผู้บริโภค (ผู้ประกอบการชุมชน)

สำหรับการออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยและนักศึกษากำหนดแนวทางการออกแบบจากการที่ได้ศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการ จากนั้นจึงออกแบบและพัฒนาตราสินค้าจนเป็นที่พอใจแก่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย โดยออกแบบให้สะท้อนอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น มีภาพประกอบที่แสดงถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การใช้สีที่เชื่อมโยงกับลักษณะและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ เลือกใช้รูปแบบตัวอักษรที่ผสมผสานระหว่างความเป็นไทยและสากล ใช้กราฟิกและลวดลายที่ดูเรียบง่ายแต่ทันสมัย นำไปใช้บนสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้สะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของมาริญา ทรงปัญญา (2556) ที่ศึกษาการผสมผสานวัฒนธรรมพื้นถิ่นในงานออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าอีสานร่วมสมัย และพบว่าการออกแบบตราสินค้าชุมชนในปัจจุบันต้องมีกราฟิกที่สะท้อนภูมิปัญญาในอดีต ผสมผสานกับการออกแบบร่วมสมัย ใช้สีที่สัมพันธ์กับตัวตนของสินค้า

ในส่วนของความพึงพอใจต่อตราสินค้าและการมีส่วนร่วมนั้นพบว่าผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าในระดับมากถึงมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยและนักศึกษาดำเนินการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ซึ่งก่อให้เกิดการออกแบบและการสื่อสารที่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง เช่นเดียวกับงานวิจัยของสัชฌุกรินทร์ เรื่องเดชสุวรรณ และวรุฒ มณีมาโรจน์ (2554); อมรรัตน์ บุญสว่าง (2559) ซึ่งใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยพบว่าการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความพึงพอใจต่อตราสินค้าในระดับมาก เนื่องจากทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการเสนอแนวคิดตราสินค้า การกำหนดสี รูปแบบตัวอักษร ลักษณะภาพประกอบและองค์ประกอบอื่นๆ ผ่านเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการสนทนากลุ่ม

ด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยและนักศึกษากำหนดทิศทางการออกแบบจากตราสินค้า (เช่น สี ตัวอักษรและลักษณะกราฟิก) และการสอบถามความต้องการของผู้ประกอบการเป็นหลัก เน้นการออกแบบที่ใช้งานง่าย เนื้อหาตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีความสวยงามและเชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน โดยผู้ประกอบการจะต้องบริหารจัดการเว็บไซต์ต่อไปด้วยตนเองและถ่ายโอนความรู้ไปยังสมาชิก เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีดิจิทัล พึ่งพาตนเองได้และเกิดความยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของปาณพัฒน์ รอดลมูล (2552); บุขราภรณ์ มหัทธนชัย (2552) ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบเว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้งานและพัฒนาต่อไปได้อย่างยั่งยืน แม้ผู้วิจัยจะถอนตัวออกจากชุมชนแล้วก็ตาม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของปาณพัฒน์ รอดลมูล จะเน้นเรื่องระบบการจัดการเนื้อหาเป็นสำคัญ ส่วนงานวิจัยของบุขราภรณ์ มหัทธนชัย จะเน้นเรื่องการสร้างการมีส่วนร่วมและการบริหารเว็บไซต์ในภาพรวม

การสำรวจความพึงพอใจต่อเว็บไซต์พบว่าผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์จะเน้นเรื่องการสร้างความสมดุลระหว่างความต้องการของผู้ใช้และผู้ประกอบการ ความต้องการด้านรูปแบบ การจัดวาง ภาพถ่าย กราฟิก ความ

สะดวกต่อการใช้งาน ซึ่งทุกขั้นตอนจะใช้วิธีการเรียนรู้ร่วมกัน สร้างการมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ ฟา วิลล่า (2556) ที่สร้างการมีส่วนร่วมในทุกระดับการพัฒนาเว็บไซต์ ทำให้ค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการนำเสนอเนื้อหา การใช้ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว แต่ผู้มีส่วนร่วมได้ให้ข้อควรปรับปรุงคือการใช้สีพื้นหลังที่ไม่เหมาะสมกับเนื้อหา ควรเป็นสีโทนเข้มเพื่อเน้นให้รูปภาพสวยงามขึ้นและมีรูปแบบตัวอักษรที่อ่านยาก

ประเด็นความเปลี่ยนแปลงหลังการเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่านอกจากผู้ประกอบการจะได้ตราสินค้าและเว็บไซต์ไปใช้งานจริง ตรงกับความต้องการแล้ว ยังได้ความรู้ด้านต่างๆ เพิ่มเติมเพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพของตนเองและธุรกิจอีกด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยของอัปสรรัชย์ น้ำทรง (2556) ที่พัฒนาเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมและจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ และพบว่าผู้ประกอบการมีความรู้เพิ่มขึ้นทุกตัวบ่งชี้หลังการฝึกอบรมอย่างน้อยะสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามในงานของผู้วิจัยมีบางประเด็นความรู้ที่เปลี่ยนแปลงแต่ไม่มีนัยยะสำคัญทางสถิติ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากสู่การเป็นสากล ความรู้และทักษะการเป็นนวัตกรรม และการเพิ่มยอดขาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการมองว่าเป็นเรื่องไกลตัวและสถานะเศรษฐกิจตกต่ำในปัจจุบัน

2.2 ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

จากการประเมินผลสัมฤทธิ์พบว่าความรู้ของนักศึกษาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นทุกด้านอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งความรู้ทางการวิจัย การเรียนการสอน การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเกิดจากการที่นักศึกษาได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในงานวิจัยทุกขั้นตอน ผ่านการทดลองสิ่งใหม่ๆ ประสบการณ์จริง เรียนรู้ไปพร้อมกับผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย ผู้วิจัยและนักศึกษาจะร่วมกันวางแผนการเรียนการสอนควบคู่ไปกับงานวิจัย การจัดกิจกรรมบริการสังคมและศิลปวัฒนธรรม โดยกำหนดให้แต่ละเดือนนักศึกษาจะต้องนำเสนอความก้าวหน้าของผลงาน

ในระยะแรกนักศึกษาส่วนใหญ่จะยังไม่ค่อยคุ้นเคยกับวิธีการเรียนการสอนดังกล่าว เพราะรู้สึกว่าการเรียนในห้องเรียนสะดวกสบายกว่า แต่เมื่อนักศึกษาได้ออกไปพบผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วม ได้จัดกิจกรรมที่สร้างประโยชน์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน จึงค้นพบว่าเป็นประสบการณ์ใหม่ที่สนุกสนาน เกิดการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองและทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่มีข้อเสียคือข้อมูลบางประเด็นใช้เวลาสืบค้นนานและต้องพึ่งพาตนเองเป็นหลัก เวลาเรียนมีน้อยสอดคล้องกับงานวิจัยของชาติรี บัวคลี่ (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของนักศึกษาหลังการบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน ซึ่งพบว่า การบูรณาการการวิจัยเข้ากับการเรียนการสอนและการบริการวิชาการ ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้

ที่ดีขึ้น ตลอดจนการสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ด้วยตัวผู้เรียนเอง แต่ก็มีจุดด้อยคือบ่อยครั้งที่ต้องใช้เวลาดลงพื้นที่หาข้อมูลและทำกิจกรรม ทำให้มีระยะเวลาเรียนค่อนข้างน้อย

3. ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ประเด็น ปัญหาต่างๆ สำหรับการออกแบบตราสินค้า การออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน แนวทางการบูรณาการวิจัยเข้ากับการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ดังนี้

3.1 การออกแบบตราสินค้าและการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

3.1.1 ควรลงพื้นที่หาข้อมูลจริง และสัมภาษณ์ความต้องการด้านการออกแบบซ้ำๆ กัน เพื่อให้ได้ข้อมูลคงที่ ถูกต้องชัดเจน เนื่องจากบางครั้งฝ่ายผู้ประกอบการเองก็ไม่มั่นใจหรือไม่มีความชัดเจนว่าความต้องการที่แท้จริงของตนคืออะไร เช่น สืบสนเรื่องสีที่ต้องการใช้ เมื่อนำแบบร่างไปให้ดูแต่ละครั้งก็ต้องการเปลี่ยนสีหลักทุกครั้ง หรือรูปแบบตัวอักษรที่ต้องการให้ดูทันสมัย แต่บางครั้งกลับเลือกตัวอักษรที่ให้ความรู้สึกเก่าแก่ ประเพณีนิยม

3.1.2 การออกแบบร่างในช่วงแรกควรมีความหลากหลาย เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายมีโอกาสเลือกตามรูปแบบที่ตนชอบและสามารถแสดงความคิดเห็นได้ จากนั้นก็จะได้กรอบแนวคิดการออกแบบที่แคบลง สามารถออกแบบได้เฉพาะเจาะจงและตรงความต้องการทุกฝ่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตามก็ตามพึงตระหนักไว้เสมอว่าไม่มีรูปแบบใดที่สร้างความพึงพอใจแก่ทุกฝ่ายได้ตรงกันทั้งหมด แต่เป็นรูปแบบที่ผู้มีส่วนร่วมส่วนใหญ่พึงพอใจ

3.1.3 ภาพประกอบ ภาพถ่ายหรือกราฟิกที่ใช้ในการออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์ต้องเป็นภาพที่สร้างสรรค์ขึ้นเอง เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์และที่สำคัญคือภาพที่สร้างสรรค์ขึ้นเองจะสามารถสื่อความหมาย สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นๆ ได้ดีกว่าภาพที่นำมาจากแหล่งข้อมูลอื่น เช่น คาวาน์โหลดจากอินเทอร์เน็ตหรือสแกนจากนิตยสาร

3.1.4 การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต้องเริ่มจากปัญหาและความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง เพราะจะทำให้ชุมชนให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ในทุกขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบโครงการ และที่สำคัญคือการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับชุมชนเพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ต่อไปได้ด้วยตนเอง โดยประเด็นเรื่องความต้องการของชุมชนนั้น จากการวิจัยครั้งนี้มีตัวอย่างที่เป็นกรณีศึกษาได้คือ มีหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องยุติระหว่างการค้าเนกาการ (จึงต้องตัดออกและเลือกกลุ่มตัวอย่างใหม่) เนื่องจากผู้ประกอบการแจ้งในภายหลังว่า ไม่ต้องการตราสินค้าและปฏิเสธการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในโครงการวิจัยนี้ ที่แสดงความจำนงเข้าร่วม

ในตอนแรกเพราะรู้สึกเกรงใจและเพียงแค่ว่าทำตามผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ ที่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเดียวกัน

3.2 แนวทางการบูรณาการวิจัยเข้ากับการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

3.2.1 ควรชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการดำเนินงานแก่ผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่ายให้ชัดเจน และเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ไม่ควรทำให้ผู้มีส่วนร่วมรู้สึกกดดันจนเกิดความเกรงใจที่จะปฏิเสธ เนื่องจากมีขั้นตอนจำนวนมากและต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน ผู้มีส่วนร่วมต้องยินดีสละเวลาเข้าร่วมในทุกกิจกรรม หากขาดขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งก็จะทำให้กระบวนการบูรณาการวิจัยไม่สมบูรณ์และขาดความน่าเชื่อถือ

3.2.2 การจัดกิจกรรมเพื่อการบริการวิชาการและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมควรขอการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยปกติแล้วหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่โดยตรงในการพัฒนาชุมชนจะมีความสนิทสนมกับชุมชนต่างๆ ค่อนข้างแนบแน่น (เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนและสำนักงานเกษตรจังหวัด) ซึ่งจะทำให้เข้าถึงชุมชนเป้าหมายได้ง่ายและได้รับความร่วมมือจากชุมชนมากขึ้น

3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.3.1 ควรศึกษาวิเคราะห์ความต้องการทางการออกแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น แอปพลิเคชัน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจและบรรจุภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพผลิตภัณฑ์อย่างครบวงจรและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

3.3.2 ควรศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มอื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านสมุนไพร อาหารหรือสินค้าทางการเกษตร รวมถึงการผสมผสานแนวคิดทางการออกแบบต่างๆ ลงไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดที่มีความเป็นสมัยนิยมในปัจจุบัน อย่างการออกแบบเพื่อมวลชน การออกแบบเพื่อผู้ใช้ การออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจและการออกแบบที่สะท้อนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

บรรณานุกรม

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2551). *เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 1 – 8*.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กรรณิการ์ สวรรค์โพธิพันธ์. (2552). *ออกแบบเว็บให้น่าใช้*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : เคทีพี
คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2559). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*.
กรุงเทพฯ : กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- กฤติญา สกกุลเสาวภาค และคณะ. (2552). *Professional Web Design ฉบับปรับปรุง*. กรุงเทพฯ :
โรงเรียนอินเทอร์เน็ตและการออกแบบ.
- กฤษดา คูพันธุ์ และ รจนา จันทราสา. (มกราคม – ธันวาคม 2559). “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์
ของฝากแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลคลองโดน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม”
ศิลปะและการออกแบบ. 3 (1) : 27 – 37.
- กองบรรณาธิการ. (2558). *เปิดร้านค้าออนไลน์ Open Your Online Shop*. กรุงเทพฯ : รีไวว่า.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). *สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้*. กรุงเทพฯ :
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อเล็กๆ ที่น่าใช้ในงานพัฒนา*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุน
การวิจัย.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นครปฐม :
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- จรุงยศ อรัณยษนา. (2560). *การออกแบบเว็บไซต์สำหรับผู้เริ่มต้น*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาตรี บัวคลี่. (2557). *การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา
รูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ*. สมุทรปราการ : คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- ชุติมา สัจจานนท์ และ สิริรัตน์ วิภาสศิลป์. (2548). *ประมวลสาระชุดวิชา การวิจัยและสถิติประยุกต์
ทางนิเทศศาสตร์ หน่วยที่ 6 - 10*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชูชาติ พ่วงสมจิตร. (2540). *การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วม
ของชุมชนกับโรงเรียนประถมศึกษาในเขตปริมณฑลกรุงเทพมหานคร*. ดุษฎีนิพนธ์ ปรี.ด.
(บริหารการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ฐะปะนีย์ ตรีรัตนภรณ์. (2553). *องค์ประกอบในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีผลต่อการใช้งานของผู้ใช้*.
 ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด. (วิศวกรรมไฟฟ้าและคอมพิวเตอร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ทิพย์วรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, จรุงยศ อรัณยะนาถ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่โรงแรม
 เบย์ เมื่อ 3 มีนาคม 2560.
- ธนา เกรียงไกรเพชร. (2556). *การออกแบบเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์เพื่อให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับ
 ร้านอาหารในตัวเมืองเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)
 เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2544). *คัมภีร์ Web Design*. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2548). *Beginning Web Design*. กรุงเทพฯ : มาร์คมายเว็บ.
- ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์. (2550). *ทัศนศิลป์ : การออกแบบพณิชยศิลป์*. กรุงเทพฯ : หลักไท
 ช่างพิมพ์.
- บุษบา สุธีธร. (2551). *เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 1 – 8*. กรุงเทพฯ
 : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุษภารภรณ์ มัทธนชัย. (2552). *การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ของ
 ตำบลสะลวง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัย
 แห่งชาติ.
- ประชิด ทิณบุตร และคณะ. (มกราคม – มิถุนายน 2559). “การออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และ
 รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและ
 ความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท” *ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์*. 7 (1) :
 84 - 94.
- ประพัฒน์ อธิปัญจพงษ์. (2552). *การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของ
 เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (พัฒนาการเกษตร)
 กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง.
- ปาลมพัฒน์ รอดลมุล. (2552). *การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน กรณีศึกษาป่า
 ชุมชนบ้านห้วยสะพานสามัคคี อ.พนมทวน จ.กาญจนบุรี*. การค้นคว้าอิสระ วท.ม. (การ
 บริหารเทคโนโลยี) กรุงเทพฯ : วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาพจน์ หนูนภักดี. (2555). *Graphic Design Principles หลักการและกระบวนการออกแบบงาน
 กราฟิกดีไซน์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไอดีซีฯ.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่
 ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (พฤษภาคม – สิงหาคม 2556). “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก” *มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*. 30 (2) : 23 – 42.
- พันจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร และ มณีนุช สมานหมู่. (2556). *ออกแบบ สร้างและโปรโมต Website ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ : รีไวว่า.
- ฟ้า วิไลขำ. 2556. *การพัฒนาเว็บไซต์พิพิธภัณฑน์เมืองพิษณุโลกแบบมีส่วนร่วม*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- มนัส วรรณภัณฑ์พินิจ. 2549. *แนวทางการออกแบบการใช้งานเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เทคโนโลยีการจัดการระบบสารสนเทศ) นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มาริญา ทรงปัญญา. 2556. *การผลานวัฒนธรรมพื้นถิ่นในงานออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าอีสานร่วมสมัย*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ) เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โรส, แดน. (2559). *Responsive Web Design สร้างเว็บไซต์ให้ใช้ได้กับทุกอุปกรณ์* (สหทัศน์ วชิระนภศูล, ผู้แปล). กรุงเทพฯ : ไอดีซี.เอ.
- วิทวัส ชัยปาณี. (2548). *สร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ : มติชน.
- วิริยาภรณ์ ศิวีโล. 2551. *แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การประชาสัมพันธ์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). *หลักการออกแบบศิลปะ*. กรุงเทพฯ : ไร่เลย์.
- สัชฌ์เศรษฐ์ เรื่องเดชสุวรรณ และ วรุฒ มณีมาโรจน์. 2554. *การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาด โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเศษผ้าฝ้าย กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านต้นไฉ้ (คำขาว) อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่ : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบ พ.ศ. 2550-2555*. กรุงเทพฯ : วิ.เจ.พรินติ้ง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). *สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555-2559*. กรุงเทพฯ : สหมิตรพรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปีพ.ศ. 2560*. [ออนไลน์] แหล่งที่มา :

<https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2017.html>
(14 มีนาคม 2561)

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตาม กิจกรรมที่ใช้อินเทอร์เน็ต พ.ศ. 2560*. [ออนไลน์] แหล่งที่มา :
http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search_center/23project-th.htm (17 มีนาคม 2561)
- สุพิชญา เข้มทอง. 2547. *ศึกษาองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์สำหรับสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (การออกแบบนิเทศศิลป์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุรพล มโนวงศ์ และคณะ. (2559). “การออกแบบอัตลักษณ์และการผลิตสื่อสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมตำบลกีดช้าง อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่” *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติ นครศวรวิจัย ครั้งที่ 12*. ณ มหาวิทยาลัยนครศวร วันที่ 21-22 กรกฎาคม 2559.
- สุวิช ธีระโคตร. (2554). *เว็บไซต์ : ทฤษฎีและหลักการ*. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- แสงดาว ถิ่นหารวงษ์. (มกราคม – มิถุนายน 2558). “การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติในรายวิชาการคณิตศาสตร์สำหรับเด็ก” *มนุษย์สังคมปริทัศน์*. 17 (1) : 1 - 11.
- โสรัชย์ นันทวีชัยวิบูลย์. (2545). *Be Graphic สู่วิถีทางกราฟิกดีไซน์เนอร์*. เอ.อาร์. อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน.
- อนงค์รัตน์ รินแสงปิ่น. (กรกฎาคม – ธันวาคม 2558). “การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างทักษะชีวิตให้กับแกนนำเด็กและเยาวชนตำบลหลวงใต้” *จิตวิทยา*. 5 (2) : 1 - 24.
- อมรรัตน์ บุญสว่าง. (กรกฎาคม – ธันวาคม 2559). “การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าอาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้” *บริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหา นคร*. 13 (2) : 33 - 60.
- อรสา ปานขาว. (2551). *เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 9 - 15*.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อัปสรรัชย์ น้ำทรง. 2556. *เว็บไซต์แบบมีส่วนร่วมเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างโอกาสทางการค้าของกลุ่มพัฒนาคุณภาพส้มโอ จังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (พัฒนาการเกษตร) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง.
- อุไรวรรณ ภารดี. (2557). *การออกแบบที่ยั่งยืนเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง.

- แอนนา พายุพัด และคณะ. (2558). *การวิเคราะห์และออกแบบระบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจ OTOP 3 – 5 ดาว*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์ และ สมโภชน์ ชื่นเอี่ยม. (2557). *การสร้างเว็บไซต์*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Ambrose, Gavin and Harris, Paul. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design*. Lausanne : AVA Publishing.
- Bickner, Carrie. (2004). *Web Design on a Shoestring*. USA : New Riders.
- Caldwell, Cath. (2010). *Winning Portfolios for Graphic Designers*. Singapore : Page One Publishing.
- Chua, Perry and Ilicic, Dann. (2007). *Logo Savvy : Top Branded – Design Firms Share Their Naming and Identity Strategies*. USA : Rockport.
- Dabner, David, Calvert, Sheena, and Casey, Anoki. (2010). *Graphic Design School*. 4th ed. London : Thames & Hudson.
- Farooq and others. (2005). *Participatory Design as Apprenticeship : Sustainable Watershed Management as a Community Computing Application*. New York : IEEE.
- Frost, Brad. (2014). *Responsive Strategy*. [Online] Available : <http://bradfrost.com/blog/post/responsive-strategy> (10 August 2017)
- Hardy, Gareth. (2011). *Smashing Logo Design : The Art of Creating Visual Identities*. New York : John Wiley & Sons.
- Healey, Matthew. (2010). *Design DNA : Logos*. Ohio : How Books.
- Huang, Yi – Ting. (2 March 2015). “Participatory Design to Enhance ICT Learning and Community Attachment : A Case Study in Rural Taiwan” *Future Internet*. 7 (1) : 50 – 66.
- Krause, Jim. (2012). *The Logo Brainstorm Book : A Comprehensive Guide for Exploring Design Directions*. Ohio : How Books.
- Luckman, Susan. (2015). *Craft and the Creative Economy*. Hampshire : Palgrave Macmillan.
- Mcneil, Patrick. (2008). *The Web Designer’s Idea Book : the ultimate guide to themes, trends and styles in website design*. Ohio : F+W Publications.
- Mcneil, Patrick. (2010). *The Web Designer’s Idea Book Volume 2 : more of the best themes, trends and styles in website design*. Ohio : F+W Publications.
- Myers, Debbie R. (2009). *The Graphic Designer’s Guide to Portfolio Design*.

2nd ed. New Jersey : John Wiley & Sons.

Sabiescu, Amalia E. and others. (2012). *Participatory, Visible and Sustainable : Designing a Community Website for a Minority Group*. Australia : Murdoch University.

Shelly, Gary B. and Woods, Denise M. (2010). *HTML XHTML and CSS : Complete*. 6th ed. Boston : Cengage Learning.

Singhal, Arvind. (2001). *Facilitating Community Participation through Communication*. New York : Unicef.

Sporton, Gregory. (2015). *Digital Creativity : Something from Nothing*. Hampshire : Palgrave Macmillan.

Tufte and Mefalopulos. (2009). *Participatory Communication : A Practical Guide*. Washington : The World Bank.

Woolman, Matt. (2008). *100s Visual Ideas : Logos & Letterheads*. China : Angela Patchell Books.

ภาคผนวก ก

การเรียนการสอนแบบบูรณาการ ขั้นตอนการเก็บข้อมูลการออกแบบและการเรียนรู้ร่วมกัน



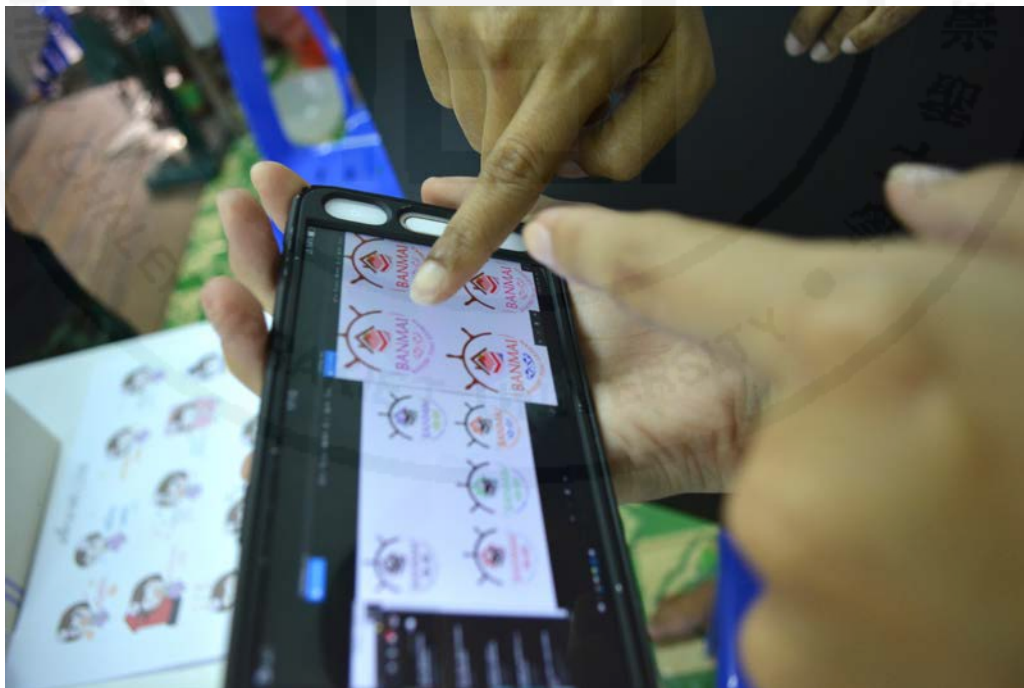
ภาพ: ผู้วิจัยบรรยายและพบผู้ประกอบการในงานสัมมนาโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ณ โรงแรมเบย์ วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2560 (จุดเริ่มต้นของงานวิจัย)



ภาพ: ผู้วิจัยพานักศึกษาลงพื้นที่สอบถามความต้องการและสำรวจสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์



ภาพ: ผู้วิจัยพานักศึกษาลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล



ภาพ: ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องความต้องการและผลงานการออกแบบ



ภาพ: นักศึกษานำเสนอปัญหา ความต้องการของผู้ประกอบการและผลงานออกแบบ



ภาพ: การบรรยายให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนร่วมและมอบประกาศนียบัตรให้กับผู้ประกอบการ



ภาพ: นักศึกษาลงพื้นที่ให้ความรู้ผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการเว็บไซต์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน



ภาพ: นักศึกษาส่งมอบงานออกแบบให้กับผู้ประกอบการ

ภาคผนวก ข

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

1. แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้า

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้า

รายการประเมิน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)	แปลผล
	1	2	3		
1. มีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. มีความสวยงาม สะดุดตา	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
3. มีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
4. ตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
5. ใช้สีเหมาะสมกับสินค้า	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
6. จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
7. ลวดลายกราฟิกสวยงามและเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
8. เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
9. มีความเป็นสากลและทันสมัย	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
10. สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
11. สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
12. สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน	+1	+1	0	0.67	นำไปใช้ได้
13. สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
14. ความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้

2. แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบเว็บไซต์

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบเว็บไซต์

รายการประเมิน	ความคิดเห็น ของ ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนี ความ สอดคล้อง (IOC)	แปลผล
	1	2	3		
ด้านเนื้อหา					
1. ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
3. จัดแบ่งหมวดหมู่อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
4. มีปริมาณเหมาะสมกับเว็บเพจแต่ละหน้า	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
ด้านการออกแบบ					
1. การจัดองค์ประกอบเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. ภาพและกราฟิกสวยงาม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
3. ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
4. สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
ด้านระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล					
1. ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม	+1	+1	0	0.67	นำไปใช้ได้
2. ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
3. การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
4. เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
ด้านการใช้งาน					
1. ง่ายต่อการเรียนรู้ ใช้งานและจดจำ	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. ระบบประมวลผลมีความเสถียร	0	+1	+1	0.67	นำไปใช้ได้
3. แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
4. มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อสอบถามและข้อเสนอแนะ	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้

ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์					
1. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้



3. แบบประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ
ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์
ไปใช้ของผู้ประกอบการ

รายการประเมิน	ความคิดเห็น ของ ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	แปลผล
	1	2	3		
ด้านการออกแบบและบริหารจัดการเว็บไซต์					
1. ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดที่สำคัญในการ ออกแบบเว็บไซต์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. ความรู้การบริหารจัดการเว็บไซต์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
3. ความรู้ด้านสื่อสารการตลาดและ ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
4. ทักษะการออกแบบและบริหารจัดการ เว็บไซต์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
5. ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้น ข้อมูล	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
6. ทักษะการถ่ายภาพดิจิทัล	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
7. ทักษะการสร้างคลิปวิดีโอ	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
ด้านเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน					
1. ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาพื้นบ้านและ วัฒนธรรมท้องถิ่น	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. ทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา ผลิตภัณฑ์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
3. ความรู้เกี่ยวกับการยกระดับเศรษฐกิจ ฐานรากสู่การเป็นสากล	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
4. ความรู้เกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็ง และยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
5. ความรู้และทักษะการเป็นนวัตกรรม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
6. ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเครือข่าย สัมพันธ์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้

ด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้					
1. เพิ่มยอดขาย	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. เข้าถึงกลุ่มลูกค้า	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
3. สร้างความผูกพันและประสบการณ์ร่วมกับลูกค้า	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
4. เผยแพร่ข่าวสารและเนื้อหา	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
5. เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้



4. แบบประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้

ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้

รายการประเมิน	ความคิดเห็น ของ ผู้เชี่ยวชาญ			ค่าดัชนี ความ สอดคล้อง (IOC)	แปลผล
	1	2	3		
ความรู้ทางการวิจัย					
1. มีความรู้และทักษะการวิจัยที่นำไปใช้ทำวิจัยได้จริง	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. มีความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับการทำวิจัย	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
3. มีความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัย	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
4. มีความรู้ด้านการวิเคราะห์ ประมวลผลและสรุปข้อมูลวิจัย	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
ด้านการเรียนการสอน					
1. มีความรู้และทักษะด้านการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. มีความรู้ในการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนเพื่อการออกแบบเว็บไซต์	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
ด้านการบริการวิชาการเพื่อสังคม					
1. มีความรู้ในหลักการทำงานด้านการบริการวิชาการเพื่อสังคม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการออกแบบในการให้บริการวิชาการเพื่อสังคม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม					
1. มีความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดสมุทรปราการ	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้
2. สามารถออกแบบงานให้สนับสนุนการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	+1	+1	+1	1.00	นำไปใช้ได้

ภาคผนวก ค

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยแยกเครื่องมือตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ เรียงลำดับดังนี้

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์
- 2) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า
- 3) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 1) แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า
- 2) แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์
- 3) แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้า
- 4) แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบเว็บไซต์
- 5) แบบประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 1) แบบประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้
- 2) แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชน

โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

คำชี้แจง แบบประเมินนี้แบ่งเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลหรือเฟซบุ๊ก.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20 – 39 ปี

40 - 59 ปี

60 ปีขึ้นไป

3. รายได้ต่อเดือน

น้อยกว่า 5,000 บาท

5,001 – 15,000 บาท

15,001 – 30,000 บาท

30,001 บาทขึ้นไป

4. วุฒิการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์

1. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน
 - 1.1 ประเภทธุรกิจ
 - 1.2 สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ
 - 1.3 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ
 - 1.4 จำนวนรูปแบบผลิตภัณฑ์
2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
 - 2.1 ผลิตภัณฑ์หลัก
 - 2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์
 - 2.3 ส่วนเสริมของผลิตภัณฑ์
 - 2.4 สิ่งที่คาดหวังจากผลิตภัณฑ์
 - 2.5 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์
3. การบริหารจัดการ
 - 3.1 โครงสร้างการบริหาร
 - 3.2 การบริหารจัดการการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต
 - 3.3 การบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงิน
4. กระบวนการผลิต
 - 4.1 แผนภูมิกระบวนการผลิต
 - 4.2 การวางแผนกระบวนการผลิต
 - 4.3 การปรับปรุงกระบวนการผลิต
 - 4.4 การขนส่งสินค้า
 - 4.5 การจัดเก็บสินค้า
5. การตลาด
 - 5.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 5.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - 5.3 การส่งเสริมการตลาด
 - 5.4 การตอบรับทางการตลาด
 - 5.5 การเติบโตและยอดขาย

6. แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน
 - 6.1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน
 - 6.2 ช่องทางการรับรู้แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน
 - 6.3 เหตุผลที่นำแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนมาใช้ปฏิบัติในธุรกิจ
7. วิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน
 - 7.1 องค์ความรู้
 - 7.2 การศึกษาและการบูรณาการความรู้
 - 7.3 ความคิดสร้างสรรค์
 - 7.4 ทักษะด้านดิจิทัล
 - 7.5 การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล
 - 7.6 การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม
8. การวิเคราะห์ SWOT ของผลิตภัณฑ์
 - 8.1 จุดแข็ง
 - 8.2 จุดอ่อน
 - 8.3 โอกาส
 - 8.4 อุปสรรค
9. ความรู้และทักษะด้านดิจิทัลที่ท่านต้องการเพิ่มเติม
 - 9.1 การใช้งานเว็บไซต์
 - 9.2 การบริหารจัดการเว็บไซต์
 - 9.3 การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์
 - 9.4 การสื่อสารการตลาดออนไลน์

แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า

โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาความต้องการในรูปแบบตราสินค้า

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลล์หรือเฟซบุ๊ก.....

1. ตราสินค้าควรสื่อความหมายอะไร และมีลักษณะอย่างไร (เช่น ปุทะเลที่ดูสุด ผสมผสานความเป็นท้องถิ่น ใช้กราฟิกที่ดูทันสมัย เรียบง่าย สะอาดตา)

.....

.....

.....

2. สีหลักที่ใช้ควรใช้สีอะไร (เช่น สีเหลืองอ่อนและเขียว เพื่อสื่อถึงขนมปังและใบจาก)

.....

.....

.....

3. ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาดและภาพกราฟิก) และควรใช้ภาพอะไร

.....

.....

.....

4. ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร

4.1 ชื่อตราสินค้า

.....

.....

4.2 ขนาดตัวอักษร

.....

.....

4.3 ข้อมูลและรายละเอียด

.....
.....

4.4 สีของตัวอักษร

.....
.....

5. ลวดลายกราฟิกที่ใช้ตกแต่งควรมีลักษณะอย่างไร (เช่น รูปป่าชายเลนเพื่อสื่อถึงความเป็นท้องถิ่น ใช้เป็นภาพถ่ายสีชาวดำ วางเป็นพื้นหลังตราสินค้า)

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

6. สีพื้นหลังของฉลากควรใช้สีอะไร (เช่น สีหลัก สีรอง สีโทนร้อนและโทนเย็น ฯลฯ)

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

7. การจัดองค์ประกอบ (ภาพประกอบ ตัวอักษรและกราฟิก) ควรจัดวางแบบใด

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

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

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

แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์

โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาความต้องการในรูปแบบเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ชื่อผลิตภัณฑ์.....ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลหรือเฟซบุ๊ก.....

1. เว็บไซต์ควรมีลักษณะการจัดวาง (layout) อย่างไร (รูปภาพ กราฟิก ตัวอักษรและระบบนำทาง)

2. การจัดวางแผนผังเว็บไซต์ (sitemap) ควรมีลักษณะอย่างไร (เพื่อกำหนดรูปแบบการเชื่อมโยงเนื้อหาแต่ละเว็บเพจ เมนูและระบบเนวิเกชันภายในเว็บไซต์)

3. การแบ่งหัวข้อเนื้อหาควรควรมีเกณฑ์หรือลักษณะการแบ่งอย่างไร (เช่น แบ่งตามความสัมพันธ์ของเนื้อหา แบ่งตามความสำคัญและแบ่งตามความสนใจของผู้ชม)

4. การเชื่อมโยงเนื้อหาบนเว็บไซต์ควรเป็นแบบใด (เช่น เชื่อมโยงด้วยรูปภาพ ข้อความและปุ่ม)

5. การจัดวางระบบนำทาง (navigation system) ควรจัดวางลักษณะใด (เมนูหลัก เมนูย่อยและปุ่มต่างๆ)

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

6. กราฟิกบนเว็บไซต์ควรมีลักษณะอย่างไร (เช่น กราฟิกตัดทอนรูปภาพเพื่อสร้างความรู้สึกทันสมัย เข้าใจง่าย หรือลบบางส่วนเพื่อสื่อถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์)

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

7. ภาพประกอบที่ใช้ควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาดและภาพกราฟิก) และควรใช้ภาพอะไร

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

8. ตัวอักษรควรมีลักษณะอย่างไร ขนาดเท่าใดและสีอะไรจึงจะเหมาะสม

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

9. สีหลักที่ใช้ควรมีสีอะไร (เช่น สีส้มและฟ้า เพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์กุ้งและน้ำทะเล)

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

10. การนำมัลติมีเดีย (multimedia) มาใช้ประกอบเพื่ออธิบายเนื้อหาบนเว็บไซต์หรือไม่ อย่างไร

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

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

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

**แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบตราสินค้า
ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า**

โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน
ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ
ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

คำชี้แจง แบบประเมินนี้เป็นแบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบ
ตราสินค้าของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบตราสินค้า โดยกำหนดให้

คะแนน	ระดับความสอดคล้อง
+1	แน่ใจว่ารูปแบบตราสินค้ามีความสอดคล้อง
0	ไม่แน่ใจ
-1	แน่ใจว่ารูปแบบตราสินค้าไม่มีความสอดคล้อง

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลหรือเฟซบุ๊ก.....

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องประเมินความสอดคล้อง

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1				
2				
3				

**แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบเว็บไซต์
ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์**

โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน
ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ
ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

คำชี้แจง แบบประเมินนี้เป็นแบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการด้านรูปแบบ
เว็บไซต์ของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบเว็บไซต์ โดยกำหนดให้

คะแนน	ระดับความสอดคล้อง
+1	แน่ใจว่ารูปแบบเว็บไซต์มีความสอดคล้อง
0	ไม่แน่ใจ
-1	แน่ใจว่ารูปแบบเว็บไซต์ไม่มีความสอดคล้อง

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....
ที่อยู่.....
เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลล์หรือเฟสบุ๊ก.....

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องประเมินความสอดคล้อง

ลำดับ	รายการประเมิน	ความสอดคล้อง		
		+1	0	-1
1				
2				
3				

แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบตราสินค้า

โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบตราสินค้าอย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

คำชี้แจง แบบประเมินนี้แบ่งเป็น 2 ตอนคือ
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจ โดยกำหนดระดับความพึงพอใจดังนี้

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน	ความหมาย
5	พึงพอใจต่อตราสินค้ามากที่สุด
4	พึงพอใจต่อตราสินค้ามาก
3	พึงพอใจต่อตราสินค้าปานกลาง
2	พึงพอใจต่อตราสินค้าน้อย
1	พึงพอใจต่อตราสินค้าน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ชื่อผู้ประเมิน.....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลล์หรือเฟซบุ๊ก.....

สถานะการมีส่วนเกี่ยวข้อง

- [] ผู้ประกอบการ [] ลูกค้าประจำ
 [] หน่วยงานภาครัฐ [] นักออกแบบ
 [] นักวิชาการด้านการออกแบบ [] นักศึกษา

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. มีความหมายสื่อถึงสินค้าได้ดี					
2. มีความสวยงาม สะดุดตา					
3. มีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำได้ดี					
4. ตัวอักษรอ่านง่าย มองเห็นได้ชัดเจน					
5. ใช้สีเหมาะสมกับสินค้า					
6. จัดวางองค์ประกอบสวยงามและเหมาะสม					
7. ลวดลายกราฟิกสวยงามและเหมาะสม					
8. เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย					
9. มีความเป็นสากลและทันสมัย					
10. สะท้อนภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น					
11. สะท้อนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
12. สามารถเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน					
13. สามารถนำไปใช้ในสื่อดิจิทัลต่างๆ ได้ง่าย					
14. ความพึงพอใจโดยรวมต่อตราสินค้า					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

แบบประเมินความพึงพอใจของรูปแบบเว็บไซต์

โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

คำชี้แจง แบบประเมินนี้แบ่งเป็น 2 ตอนคือ
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจ โดยกำหนดระดับความพึงพอใจดังนี้

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน	ความหมาย
5	พึงพอใจต่อเว็บไซต์มากที่สุด
4	พึงพอใจต่อเว็บไซต์มาก
3	พึงพอใจต่อเว็บไซต์ปานกลาง
2	พึงพอใจต่อเว็บไซต์น้อย
1	พึงพอใจต่อเว็บไซต์น้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ชื่อผู้ประเมิน.....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลล์หรือเฟซบุ๊ก.....

สถานะการมีส่วนเกี่ยวข้อง

- [] ผู้ประกอบการ [] ลูกค้าประจำ
- [] หน่วยงานภาครัฐ [] นักออกแบบ
- [] นักวิชาการด้านการออกแบบ [] นักศึกษา

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านเนื้อหา					
1. ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ					
2. น่าสนใจ สอดคล้องและตรงความต้องการ					
3. จัดแบ่งหมวดหมู่เหมาะสม					
4. มีปริมาณเหมาะสมกับเว็บเพจแต่ละหน้า					
ด้านการออกแบบ					
1. การจัดองค์ประกอบเหมาะสม					
2. ภาพและกราฟิกสวยงาม					
3. ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน					
4. สีที่ใช้เหมาะสม กลมกลืน และสม่ำเสมอทั้งเว็บไซต์					
ด้านระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล					
1. ระบบนำทางจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม					
2. ใช้คำหรือสัญลักษณ์ในระบบนำทางที่เข้าใจง่าย					
3. การเชื่อมโยงเว็บเพจถูกต้อง					
4. เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการใช้งาน					
1. ง่ายต่อการเรียนรู้ ใช้งานและจดจำ					
2. ระบบประมวลผลมีความเสถียร					
3. แสดงผลบนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ					
4. มีช่องทางการสื่อสาร ติดต่อสอบถามและข้อเสนอแนะ					
ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์					
1. ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

แบบประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ
 โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน
 ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง แบบประเมินนี้เป็นแบบประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และการนำเว็บไซต์ไปใช้ของผู้ประกอบการ โดยกำหนดระดับคะแนนทั้งก่อนและหลังการเรียนรู้ ดังนี้

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน	ความหมาย
5	มีความรู้และความเข้าใจมากที่สุด
4	มีความรู้และความเข้าใจมาก
3	มีความรู้และความเข้าใจปานกลาง
2	มีความรู้และความเข้าใจน้อย
1	มีความรู้และความเข้าใจน้อยที่สุด

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลหรือเฟซบุ๊ก.....

ประเด็นความรู้/ ความเข้าใจ	ก่อนเรียนรู้					หลังเรียนรู้				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
ด้านการนำเว็บไซต์ไปใช้										
1. เพิ่มยอดขาย										
2. เข้าถึงกลุ่มลูกค้า										
3. สร้างความผูกพันและประสบการณ์ร่วมกับลูกค้า										
4. เผยแพร่ข่าวสารและเนื้อหา										
5. เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน										

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....



แบบประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้

โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

คำชี้แจง แบบประเมินนี้เป็นแบบประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ โดยกำหนดระดับคะแนนทั้งก่อนและหลังการเรียนรู้ ดังนี้

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน	ความหมาย
5	มีความรู้และความเข้าใจมากที่สุด
4	มีความรู้และความเข้าใจมาก
3	มีความรู้และความเข้าใจปานกลาง
2	มีความรู้และความเข้าใจน้อย
1	มีความรู้และความเข้าใจน้อยที่สุด

ชื่อนักศึกษาผู้ให้สัมภาษณ์.....

ที่อยู่.....

เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลล์หรือเฟซบุ๊ก.....

**แบบสัมภาษณ์นักศึกษาที่เรียนรู้จากการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วย
กระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม**
โครงการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน
ตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน”

วัตถุประสงค์ เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วย
กระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

ชื่อนักศึกษาผู้ให้สัมภาษณ์.....
เบอร์โทรศัพท์.....อีเมลหรือเฟซบุ๊ก.....

1. การบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและ
การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีขึ้นหรือไม่ อย่างไร โปรดยกตัวอย่าง

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

2. การบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเพื่อสังคมและ
การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มีข้อดีและข้อเสียอย่างไร

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

3. การออกแบบเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมช่วยให้ผลงานออกแบบที่ได้ มีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่
อย่างไร

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

4. แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืนส่งผลอย่างไรต่อวิธีการออกแบบเว็บไซต์

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

5. องค์ความรู้ที่ได้จากการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอนด้วยกระบวนการวิจัย นำไปใช้ในการ
บริการวิชาการเพื่อสังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมได้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....



ภาคผนวก ง

เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เป็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยทั้งหมด รวมถึงผลประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยเรียงลำดับเอกสารดังนี้

1. ผลประเมินงานวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ
2. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมงานวิจัย
3. แบบฟอร์มหนังสือแสดงความยินยอมการให้สัมภาษณ์
4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์



ผลประเมินงานวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลประเมินงานวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบฟอร์มประเมินผลงานวิจัย

เรื่อง : การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจ
ดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ชื่อ-สกุล หัวหน้าโครงการวิจัย : จรุงยศ อริณะยานะ

ข้อที่	รายการประเมิน	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	คำอธิบาย
1	ความชัดเจนของการกำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ ขอบเขตและสมมติฐาน ของงานวิจัย	/				
2	การศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง		/			
3	ความเหมาะสมของวิธีการเก็บข้อมูล และความน่าเชื่อถือของข้อมูล		/			
4	ความเหมาะสมและความถูกต้องของ ขั้นตอน วิธีวิเคราะห์ข้อมูล การแปล ความ การอภิปรายและการสรุปผล	/				
5	การเรียบเรียง ความสอดคล้องของ เนื้อหา และการใช้ภาษา	/				
6	ประโยชน์และคุณค่าทางวิชาการ (เสนอแนวความคิดใหม่ในการหา ความรู้ หรือให้ความรู้ใหม่)		/			
7	ประโยชน์และคุณค่าการนำผลการ วิจัยไปใช้		/			

โดยสรุป ผลงานวิจัยเรื่องนี้อยู่ในเกณฑ์

ดีมาก ดี พอใช้ ยังต้องแก้ไขปรับปรุง

ในกรณีที่ต้องแก้ไขปรับปรุง ประเด็นสำคัญที่แก้ไขคือ.....

ลงนามผู้ประเมิน..... รศ.ดร. ลักษิณี ช่างสวัสดิ์

(.....)

วันที่ 5 เดือน เมษายน พ.ศ. 2561

แบบฟอร์มประเมินผลงานวิจัย

เรื่อง : การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจ
ดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ชื่อ-สกุล หัวหน้าโครงการวิจัย : จรุงยศ อรัณยธนาค

ข้อที่	รายการประเมิน	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	คำอธิบาย
1	ความชัดเจนของการกำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ ขอบเขตและสมมติฐาน ของงานวิจัย		✓			
2	การศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	✓				
3	ความเหมาะสมของวิธีการเก็บข้อมูล และความน่าเชื่อถือของข้อมูล		✓			
4	ความเหมาะสมและความถูกต้องของ ขั้นตอน วิธีวิเคราะห์ข้อมูล การแปล ความ การอภิปรายและการสรุปผล	✓				
5	การเรียบเรียง ความสอดคล้องของ เนื้อหา และการใช้ภาษา		✓			
6	ประโยชน์และคุณค่าทางวิชาการ (เสนอแนวความคิดใหม่ในการหา ความรู้ หรือให้ความรู้ใหม่)	✓				
7	ประโยชน์และคุณค่าการนำผลการ วิจัยไปใช้	✓				

โดยสรุป ผลงานวิจัยเรื่องนี้อยู่ในเกณฑ์

ดีมาก ดี พอใช้ ยังต้องแก้ไขปรับปรุง

ในกรณีที่ต้องแก้ไขปรับปรุง ประเด็นสำคัญที่แก้ไขคือ.....

ลงนามผู้ประเมิน.....

พ.ด.จ. อภิชาต พาสังเกต

วันที่ 26 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2561

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย

การวิจัยเรื่อง : การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

ชื่อผู้วิจัย : นายจรุงยศ อรัณยะนาค

การวิจัยครั้งนี้ทำขึ้นเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วมให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้เนื่องจากท่านเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนดไว้ เมื่อท่านเข้าร่วมการวิจัยแล้ว สิ่งที่ท่านจะต้องปฏิบัติคือ ตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงด้วยตัวของท่านเอง ประโยชน์ของการวิจัยครั้งนี้อาจจะไม่ได้เป็นประโยชน์กับท่านโดยตรง แต่ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาตราสินค้าและเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

การเข้าร่วมการวิจัยของท่านครั้งนี้เป็นไปด้วยความสมัครใจ ท่านมีสิทธิการเข้าร่วมโครงการวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยได้ตลอดเวลาโดยไม่มีผลกระทบใดๆ ทั้งสิ้น และไม่ต้องแจ้งให้ผู้วิจัยทราบล่วงหน้า ผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านโดยใช้รหัสตัวเลขแทนการระบุชื่อสถานะ และสิ่งใดๆ ที่อาจอ้างอิงหรือทราบได้ว่าข้อมูลนี้เป็นของท่าน ข้อมูลของท่านที่เป็นกระดาษแบบสอบถามจะถูกเก็บอย่างมิดชิด และปลอดภัยในตู้เก็บเอกสารและล็อกกุญแจตลอดเวลา สำหรับข้อมูลที่อยู่ในคอมพิวเตอร์ของผู้วิจัยจะถูกใส่รหัสผ่าน ข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมดจะมีเพียงผู้วิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษาเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ ผู้วิจัยจะรายงานผลการวิจัย และการเผยแพร่ผลการวิจัยในภาพรวม โดยไม่ระบุข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ดังนั้นผู้อ่านงานวิจัยจะทราบเฉพาะผลการวิจัยเท่านั้น สุดท้ายหลังจากผลการวิจัยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารเรียบร้อยแล้ว ข้อมูลทั้งหมดจะถูกทำลาย

หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใด สามารถสอบถามได้โดยตรงจากผู้วิจัยในวันทำการรวบรวมข้อมูล หรือสามารถติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการวิจัยครั้งนี้ได้ตลอดเวลาที่ นายจรุงยศ อรัณยะนาค เลขที่ 18/18 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ต. บางโฉลง อ. บางพลี จ. สมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 02 – 316 - 6300 โทรศัพท์มือถือ 081 - 446 – 0355

นายจรุงยศ อรัณยะนาค

ผู้วิจัย

หนังสือแสดงความยินยอมการให้สัมภาษณ์ในโครงการวิจัยเรื่อง การออกแบบตราสินค้าและ
เว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

INFORMED CONSENT FORM

ข้าพเจ้านาย/ นาง/ นางสาว.....ขอให้ความ
ยินยอมตนเองที่จะให้สัมภาษณ์ในการวิจัยเรื่อง การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม
เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้วิจัยได้แก่ นายจรุงยศ
อรุณยะนาท ได้อธิบายเกี่ยวกับการวิจัยครั้งนี้แล้ว ผู้วิจัยมีความยินดีที่จะให้คำตอบต่อคำถามประการ
ใดที่ข้าพเจ้าอาจจะไม่ได้ตลอดระยะเวลาการให้สัมภาษณ์และการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้ายินยอม
ให้สัมภาษณ์ด้วยความสมัครใจและสามารถที่จะถอนตัวจากการให้สัมภาษณ์เมื่อใดก็ได้ ในกรณีที่เกิด
ข้อข้องใจต่างๆ ในการสัมภาษณ์ ข้าพเจ้าสามารถติดต่อกับผู้วิจัยคือ นายจรุงยศ อรุณยะนาท ได้ที่
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เลขที่ 18/18 ต. บางโฉลง อ. บางพลี
จ. สมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 02 - 316 - 6300 โทรศัพท์มือถือ 081 - 446 - 0355

ลงนาม.....ผู้ยินยอม

ลงนาม.....ผู้วิจัย

ลงนาม.....พยาน

วันที่.....

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (ขนมจากใจ)



วิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบฟอร์มรับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

1. ชื่อโครงการ การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน
2. หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา อรัญยะนาถ
3. การนำไปใช้ประโยชน์
 - 3.1 หน่วยงาน/บุคคล ขอรับรองว่าได้นำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ทางด้าน
 - () 1. เชิงวิชาการ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....

.....
 - () 2. เชิงสาธารณะ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....

.....
 - () 3. เชิงนโยบาย (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....

.....
 - (/) 4. เชิงพาณิชย์ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

ดำเนินการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ลงชื่อ สมิณห์ แดงอเนตร์
(คณบดี คณาจารย์)

ตำแหน่ง คณบดี

วันที่ให้ข้อมูล 8 ธันวาคม 2560

ผู้รับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

เบอร์โทร (ผู้รับรอง) 096-6294163 Email:

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (ป่าไหมข้าวต้มมัด)



วิทยุเพื่อรับใช้สังคม

แบบฟอร์มรับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

1. ชื่อโครงการ การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

2. หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา อรัณยะนาค

3. การนำไปใช้ประโยชน์

3.1 หน่วยงาน/บุคคล ขอรับรองว่าได้นำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ทางด้าน

() 1. เชิงวิชาการ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

() 2. เชิงสาธารณะ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

() 3. เชิงนโยบาย (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

(✓) 4. เชิงพาณิชย์ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

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

ใช้ทำไม้ใช้ในการขายผลิตภัณฑ์

ลงชื่อ อรุณกร พงษ์วิเศษ
(นางอรุณกร พงษ์วิเศษ)

ตำแหน่ง ค.ร.ร. กว

วันที่ให้ข้อมูล 23 พ.ค. 60.

ผู้รับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

เบอร์โทร (ผู้รับรอง) 0879265510 Email: -

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (กึ่งเหยียดป่าสมไหม)



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

แบบฟอร์มรับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

1. ชื่อโครงการ การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

2. หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา อริญะนาค

3. การนำไปใช้ประโยชน์

3.1 หน่วยงาน/บุคคล ขอรับรองว่าได้นำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ทางด้าน

() 1. เชิงวิชาการ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

() 2. เชิงสาธารณะ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

() 3. เชิงนโยบาย (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

() 4. เชิงพาณิชย์ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

ช่วยเพิ่มโอกาสในการลงทุน ให้กับสินค้ามีความ
น่าเชื่อถือ และมียอดขาย สามารถแข่งขันทางการตลาดได้

ลงชื่อ สมใหม่ ทองอินทร์
(..... สมใหม่ ทองอินทร์)

ตำแหน่ง กลุ่มแม่บ้าน

วันที่ให้ข้อมูล ๕ ธันวาคม ๒๕๖๐

ผู้รับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

เบอร์โทร (ผู้รับรอง) ๐๔๖-๖๒๙๔๑๖๓ Email:

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (บ้านใหม่ ไทย-เยอรมันเบเกอร์ ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก)



คณบดีคณะรัฐศาสตร์

แบบฟอร์มรับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

1. ชื่อโครงการ การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

2. หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยาศ อรัญยนาท

3. การนำไปใช้ประโยชน์

3.1 หน่วยงาน/บุคคล ขอรับรองว่าได้นำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ทางด้าน

() 1. เชิงวิชาการ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

() 2. เชิงสาธารณะ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

() 3. เชิงนโยบาย (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

(/) 4. เชิงพาณิชย์ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

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

ลงชื่อ ศิริรัตน์ พรหมดวง
(น.ส.ศิริรัตน์ พรหมดวง)

ตำแหน่ง.....

วันที่ให้ข้อมูล 10 ธ.ค. ๒

ผู้รับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

เบอร์โทร (ผู้รับรอง)..... Email.....

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (ผลิตภัณฑ์จักสาน กลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคลองนาเกลือ)



วิทยุเพื่อรับใช้สังคม

แบบฟอร์มรับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

1. ชื่อโครงการ การออกแบบตราสินค้าและเว็บไซต์อย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิด เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างยั่งยืน

2. หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา อรัณยนาถ

3. การนำไปใช้ประโยชน์

3.1 หน่วยงาน/บุคคล ขอรับรองว่าได้นำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ทางด้าน

() 1. เชิงวิชาการ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

(✓) 2. เชิงสาธารณะ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

ทำใช้ประโยชน์ในส่วนมหาวิทยาลัย จักสาน มากขึ้น โดยผ่านช่องทางเว็บไซต์ และยังเป็นสื่อส่งเสริมการขายสินค้า

.....

() 3. เชิงนโยบาย (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

.....
.....

(✓) 4. เชิงพาณิชย์ (โปรดระบุผลการใช้ประโยชน์)

ทำในรูป: ผลิตสินค้าจักสานมากขึ้น โดยผ่านช่องทางออนไลน์ สีคิ้ว เขมร และยังมีสินค้าส่งทางภาคใต้พื้นที่ภาคใต้

.....

ลงชื่อ นางชฎาภรณ์ กัญญา

(นางชฎาภรณ์ กัญญา)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการผลิตจักสาน

วันที่ให้ข้อมูล.....

ผู้รับรองการนำผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

เบอร์โทร (ผู้รับรอง).....Email:.....

ประวัติย่อผู้วิจัย

- ชื่อ - นามสกุล** ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรุงยศ อรัณยะนาค
- ประวัติการศึกษา** ปริญญาตรี
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (นิเทศศิลป์) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ปริญญาโท
Master of Professional Communication, University of Western
Sydney
- สถานที่ติดต่อ** คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
โทรศัพท์ 0-2316-6300 ต่อ 1173
Email : ajarungyod@hotmail.com