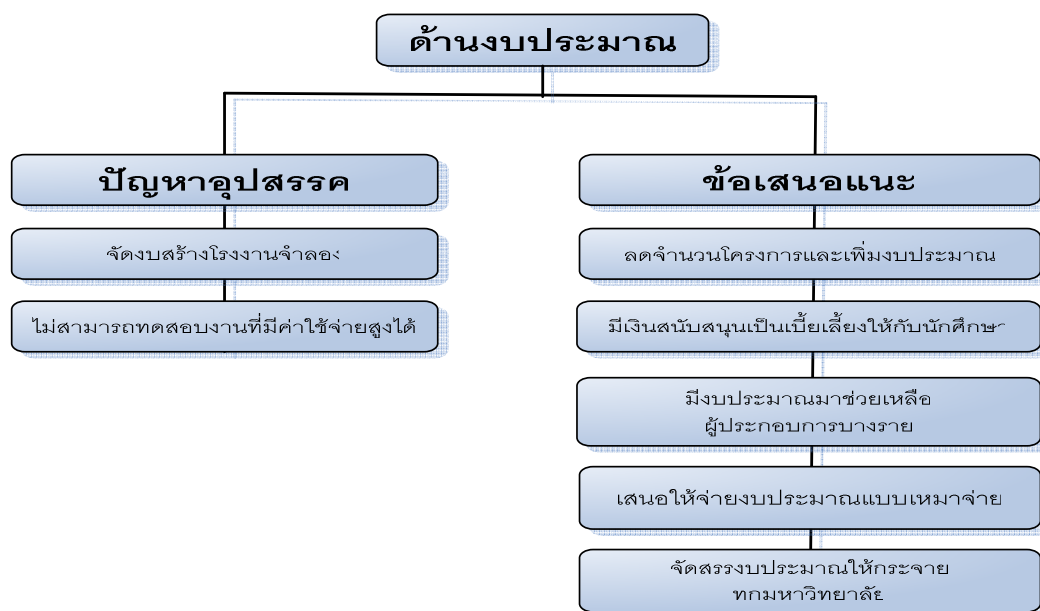
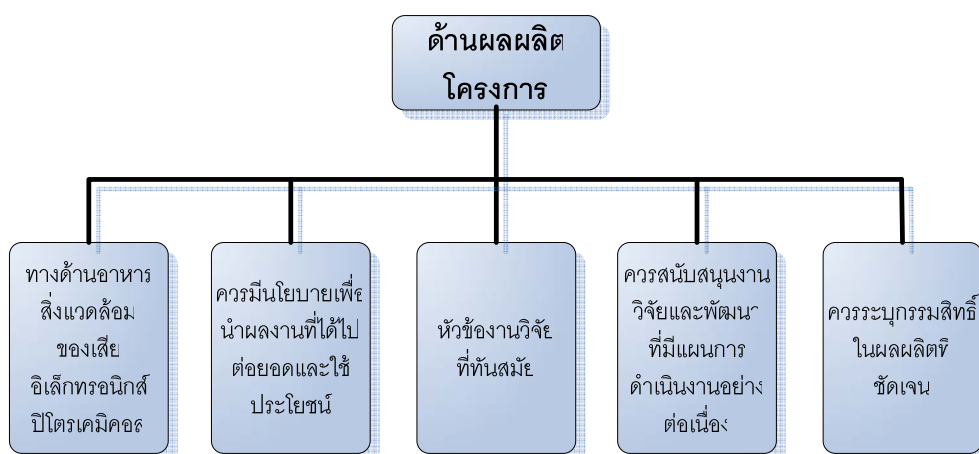
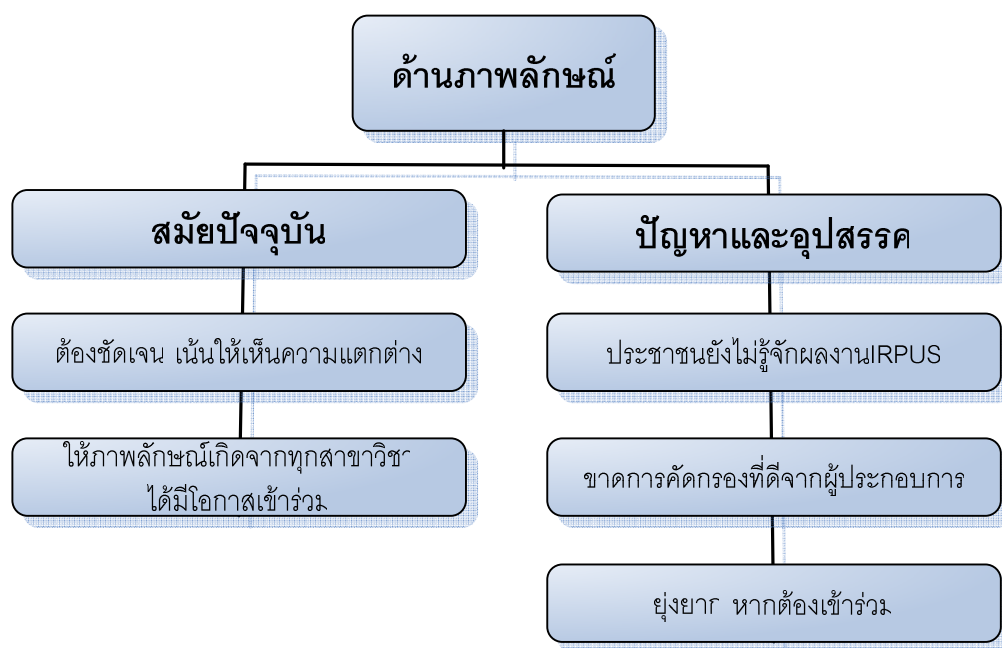




แผนภาพที่ 9 องค์ประกอบด้านงบประมาณ



แผนภาพที่ 10 องค์ประกอบด้านผลผลิตโครงการ



แผนภาพที่ 11 องค์ประกอบด้านภาพลักษณ์

จากแผนภาพที่ 5-11 แสดงองค์ประกอบ 7 ด้านที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของโครงการ IRPUS ของผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาและนักศึกษา ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับสถานประกอบการเป็นเรื่องสำคัญในลำดับแรก เพราะสถานประกอบการต้องคำนึงถึงคุณค่าของความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อเปิดรับนักศึกษาให้เข้าไปแก้ปัญหาในสถานประกอบการนั้นๆ 2) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการดำเนินการของโครงการ ในด้านการจัดการบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านข้อมูลข่าวสาร ให้กับสถานประกอบการ สถาบันการศึกษาและนักศึกษา 3) องค์ประกอบด้านผู้ที่เกี่ยวข้องคือ นักศึกษา อาจารย์และผู้ประกอบการ ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มมีบทบาทในการพัฒนาผลผลิตเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการฯ 4) องค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมให้โครงการเป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากขึ้น 5) องค์ประกอบด้านงบประมาณเป็นส่วนสนับสนุนทุนให้นักศึกษาใช้พัฒนาผลผลิต ซึ่งโครงการเป็นผู้รับผิดชอบ 6) องค์ประกอบด้านผลผลิตโครงการ จะต้องมียุทธศาสตร์เพื่อนำผลผลิตที่ได้ไปต่อยอดและใช้ประโยชน์และ 7) องค์ประกอบด้านภาพลักษณ์ ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลผลิตของนักศึกษา ให้เกิดความมั่นใจและพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการของผู้ประกอบการ อาจารย์และนักศึกษา

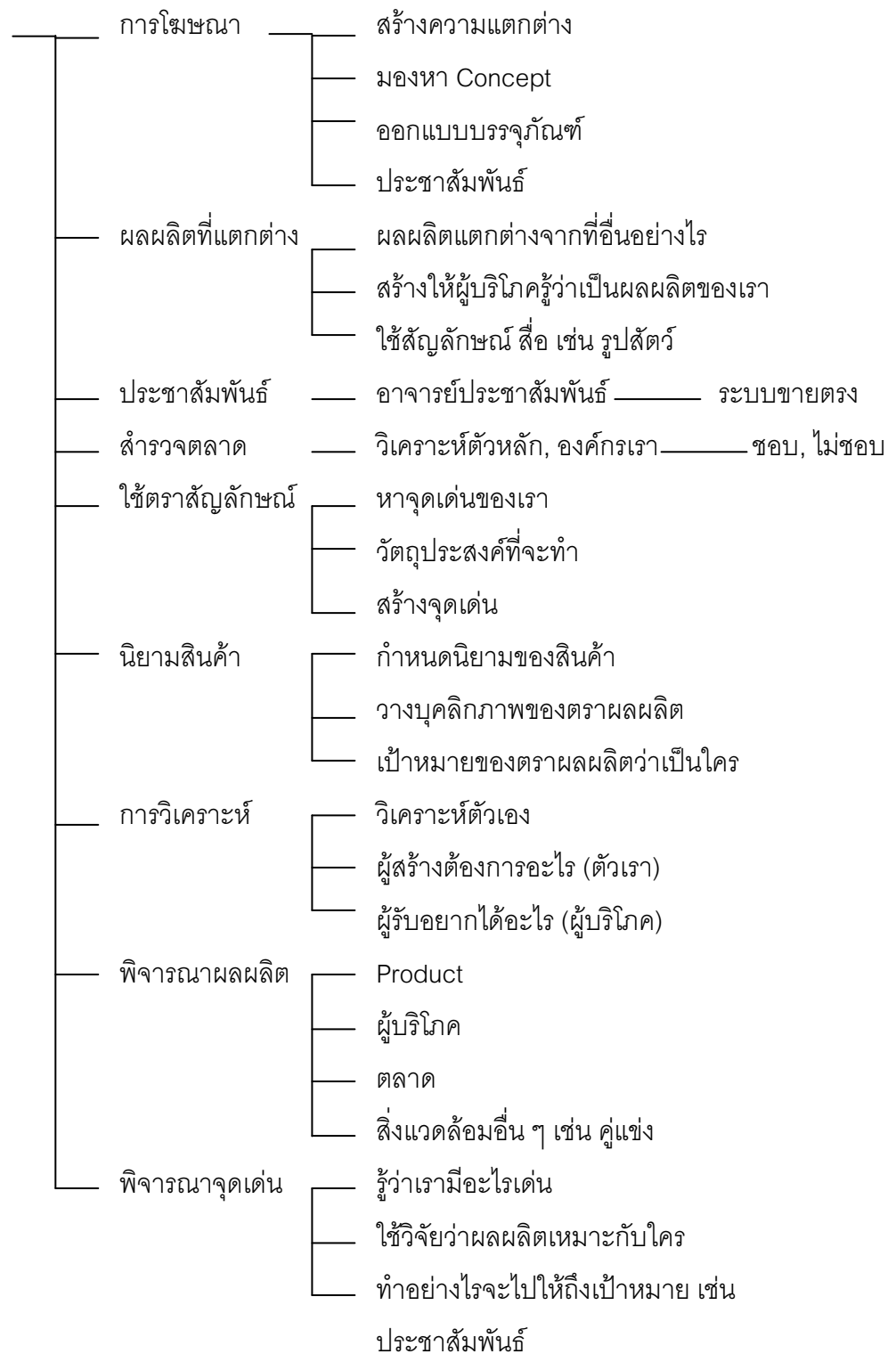
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ ตราผลผลิตที่ได้มีการนำไปใช้ในเชิงธุรกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตที่ได้มีการนำไปใช้ในเชิงธุรกิจตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตในสถาบันอุดมศึกษาและในวงการธุรกิจ และมีประสบการณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราผลผลิตที่เกี่ยวกับภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 15 ท่าน ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ นำเสนอผลเป็นแผนภูมิเดนไดรแกรม ดังนี้

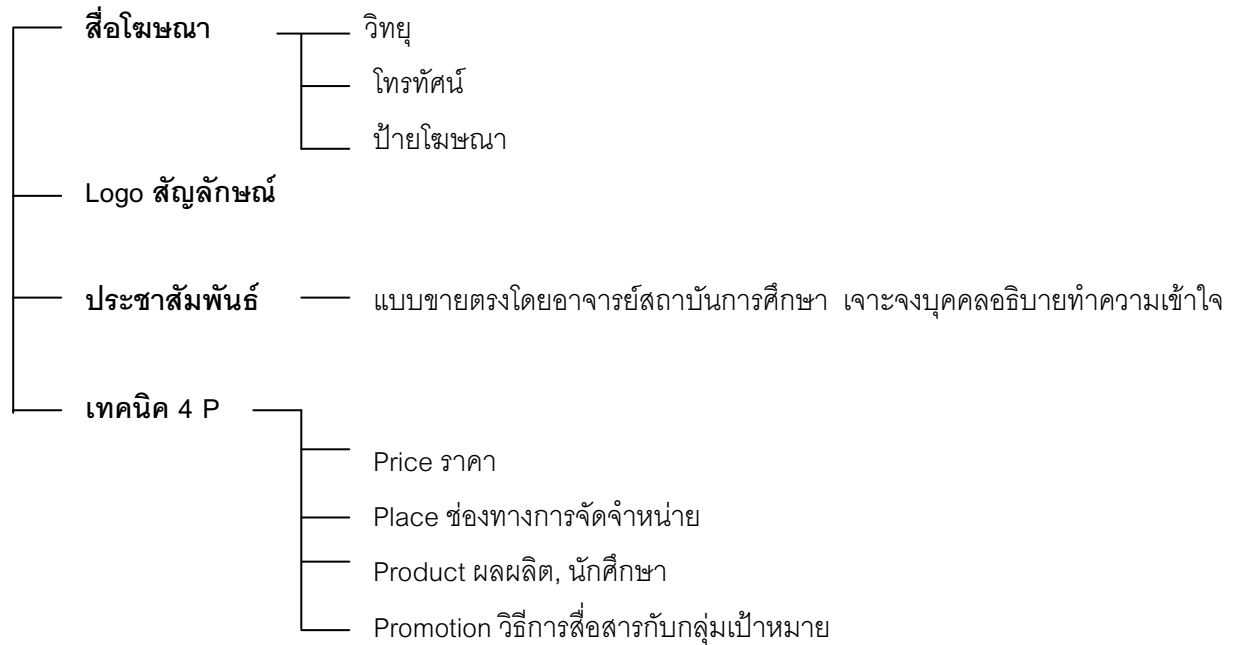
แผนภูมิที่ 2 แผนภูมิเดนไดรแกรมของการสร้างตราผลผลิต (Brand) ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ



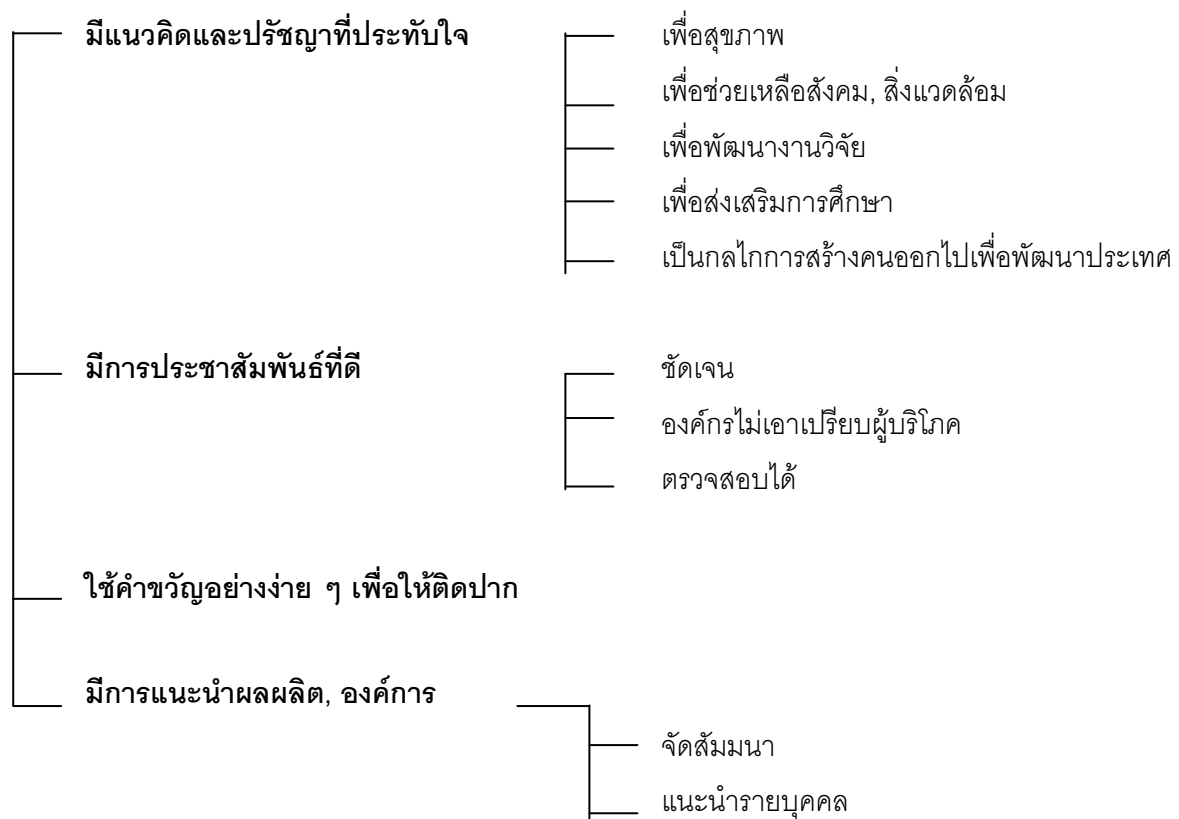
—วิธีการ



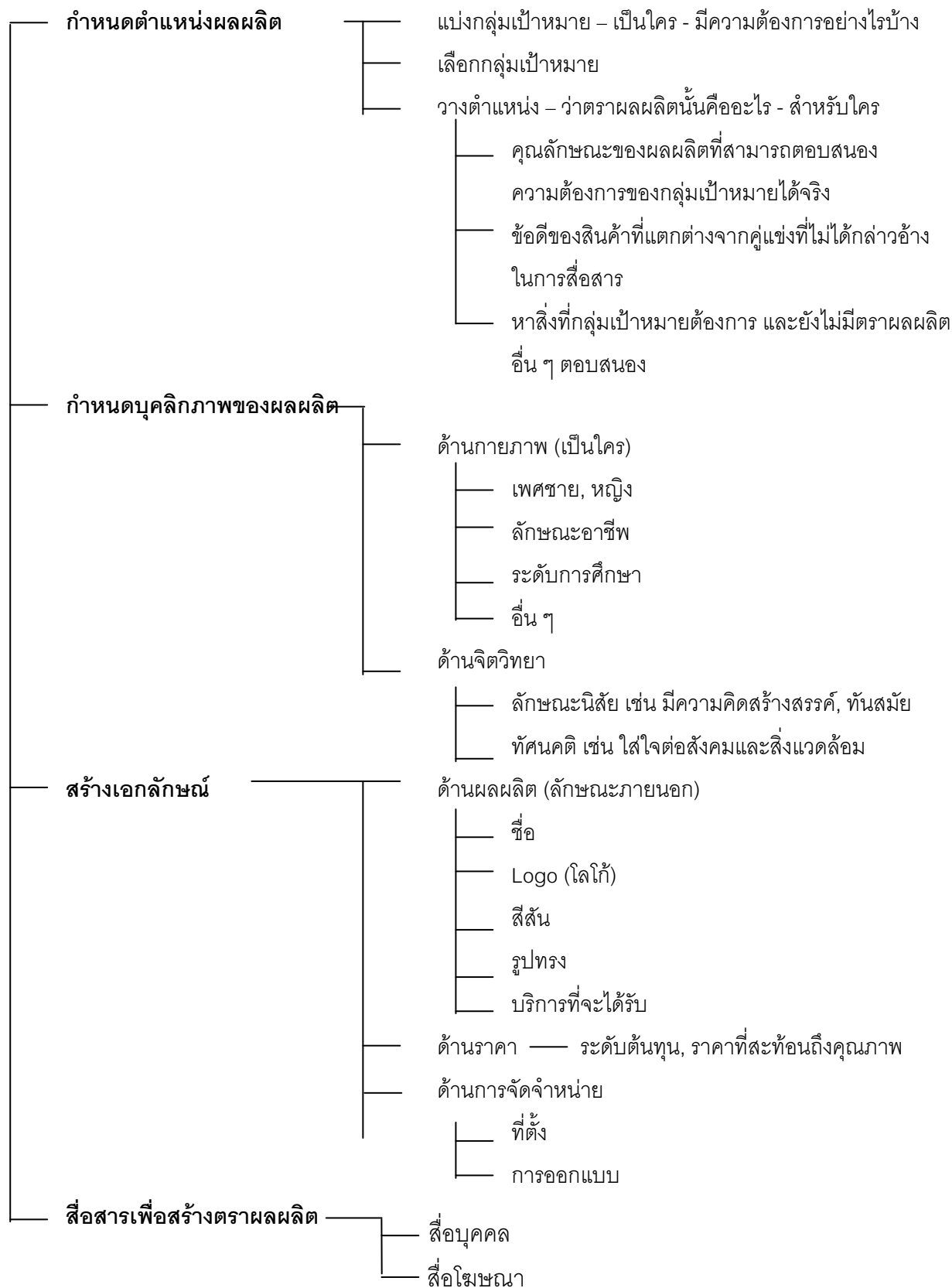
**แผนภูมิที่ 3 แผนภูมิเดนไดรแกรมของเครื่องมือ/กระบวนการ เพื่อส่งเสริมตราผลผลิตให้ประสบ
ความสำเร็จตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ**



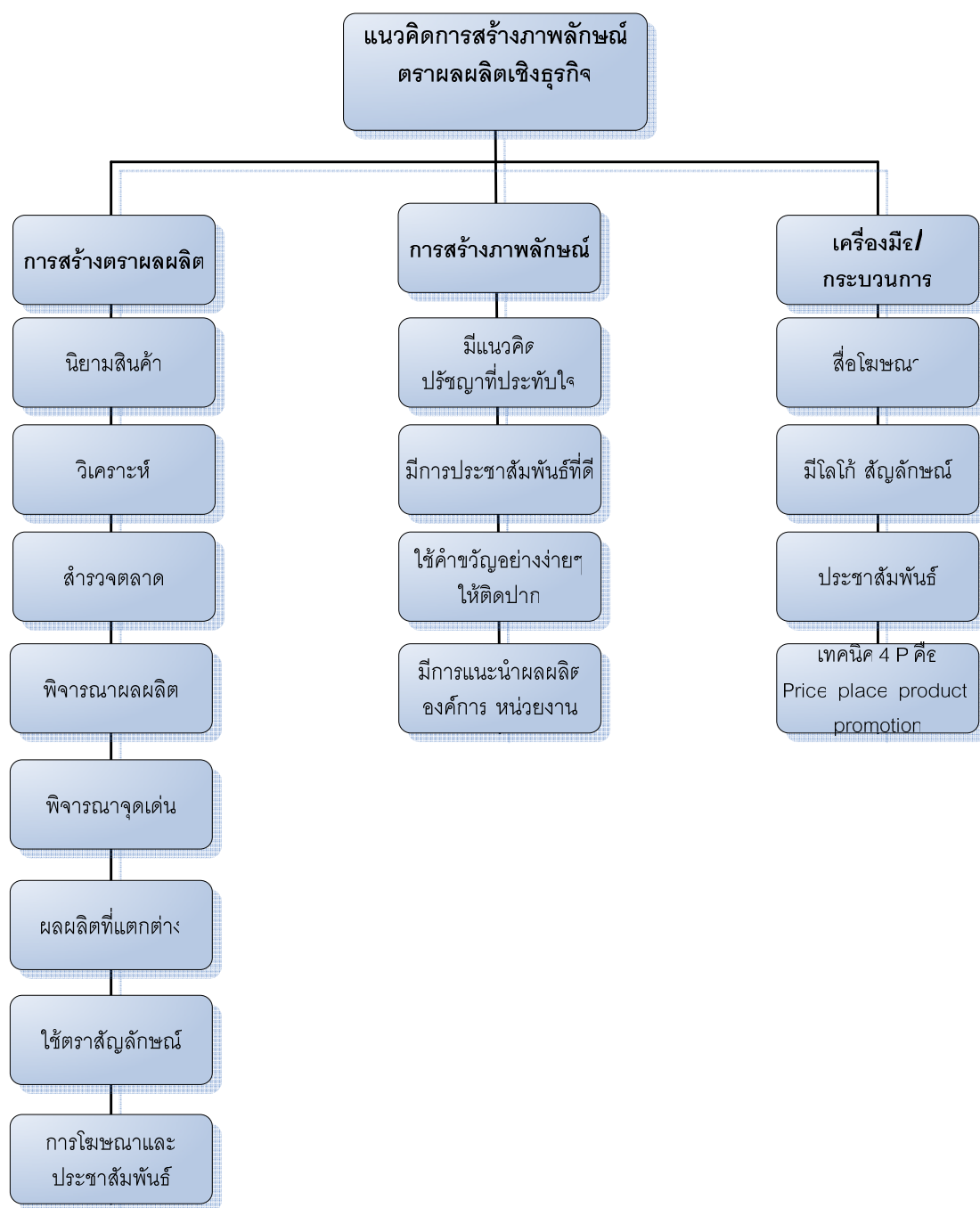
แผนภูมิที่ 4 แผนภูมิเดนไดรแกรมการสร้างภาพลักษณ์



แผนภูมิที่ 5 แผนภูมิเดนไดรแกรมการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการIRPUSที่พัฒนาจากการ
สร้างตราผลผลิตในเชิงธุรกิจและตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

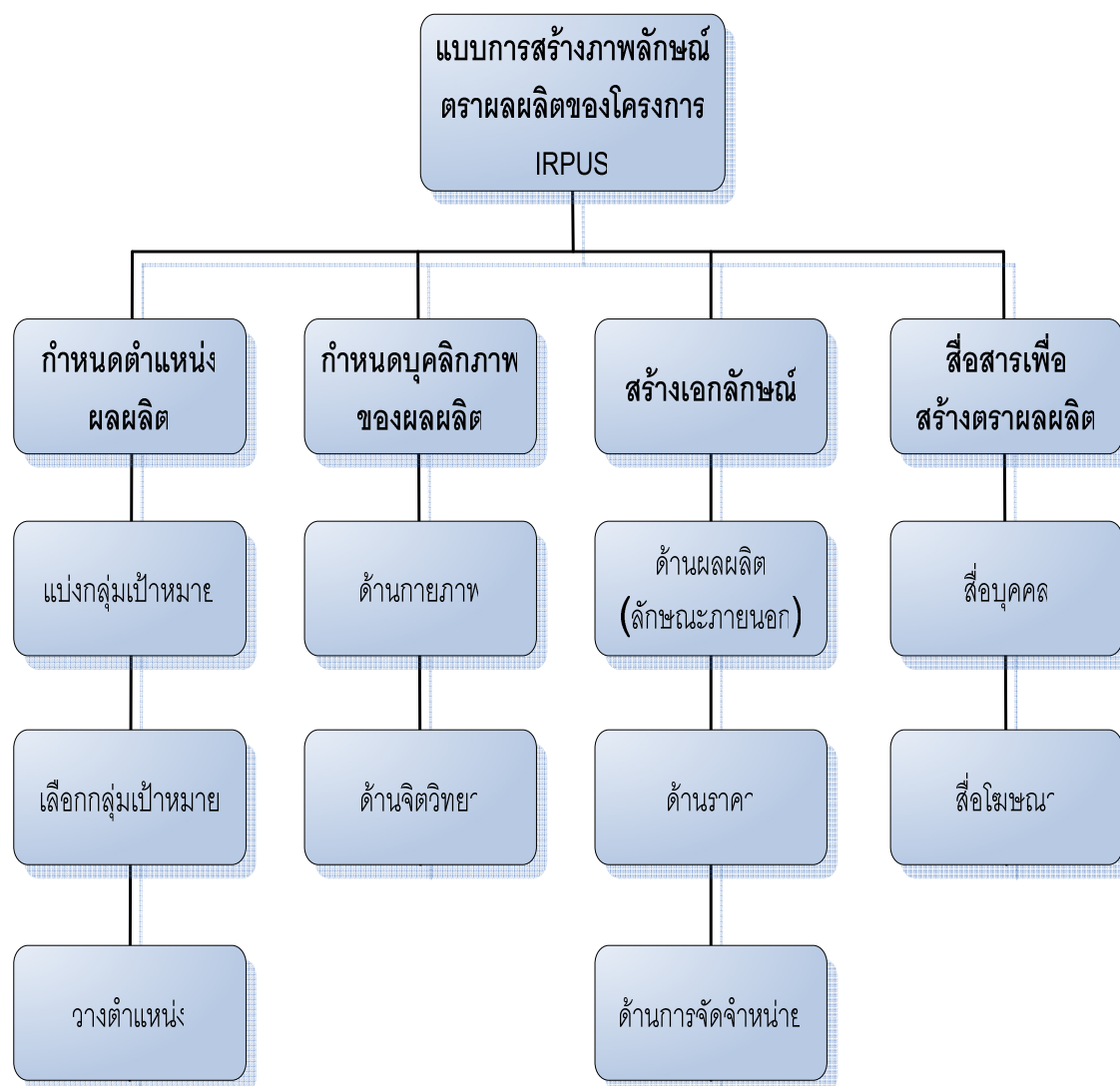


ผู้วิจัยได้นำข้อมูลในประเด็นของการสร้างตราผลผลิตตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากแผนภูมิที่ 2-4 มาสรุปเป็นแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเชิงธุรกิจ ดังแสดงในแผนภาพที่ 12



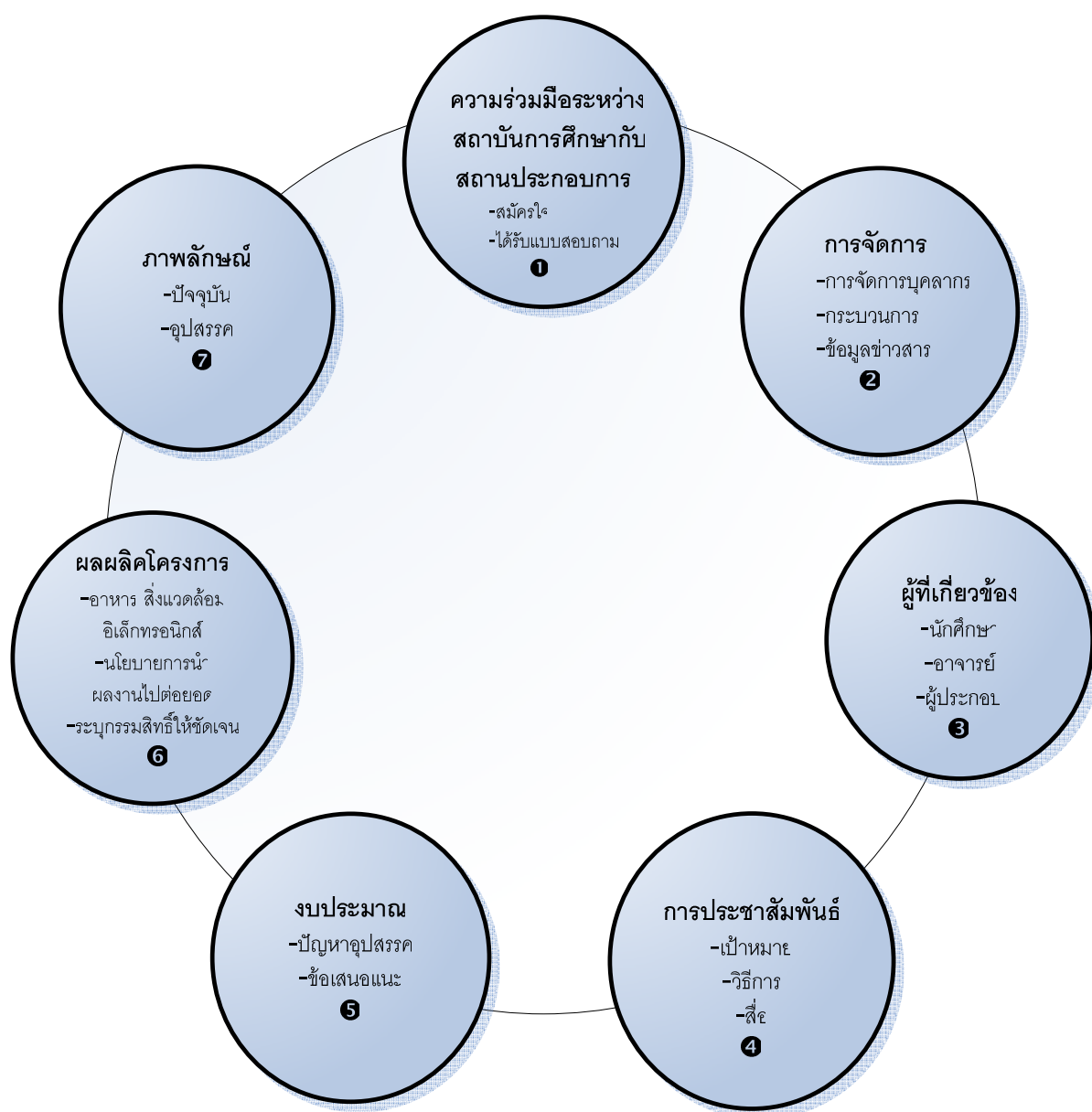
แผนภาพที่ 12 แนวคิดการสร้างตราผลผลิตในเชิงธุรกิจ

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลในประเด็นการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการIRPUSที่พัฒนาจากการสร้างตราผลผลิตในเชิงธุรกิจตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จากแผนภูมิที่ 5 มาสรุปแบบการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS ดังแสดงในแผนภาพที่ 13



แผนภาพที่ 13 แบบการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการ IRPUS

ผู้วิจัยได้นำข้อมูล จากแผนภาพที่ 5-11 แสดงองค์ประกอบ 7 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของโครงการ IRPUS ของผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาและนักศึกษา มาสรุปเป็นวงจรการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS ดังแสดงในแผนภาพที่ 14



แผนภาพที่ 14 วงจรการสร้างภาพลักษณ์

ตอนที่ 4 ผลการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรม และวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา นักศึกษา และผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ ตราผลผลิต มาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ตลอดจนแนวทางการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการนำผลผลิตของโครงการไปใช้ ในการจัดทำแผนกลยุทธ์โดยทั่วไปมีขั้นตอนดังนี้ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการ การจัดวางทิศทางของโครงการและการกำหนดกลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการเพื่อกำหนดกลยุทธ์และทิศทางการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการ IRPUS นั้น ใช้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการสอบถามความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา ที่ได้เข้าร่วมโครงการ จากนั้นจะเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน แล้วนำผลการวิเคราะห์ทุกด้านมาประเมินสภาพของโครงการในปัจจุบัน เพื่อนำไปพิจารณาสรุปทิศทางของการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS ซึ่งจะนำไปกำหนดกลยุทธ์ต่อไป

จากการศึกษาสภาพทั่วไป และผลจากการศึกษาเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้องควบคู่กับการสอบถามความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา อาจารย์และนักศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการ โดยใช้หลักการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) ทำให้สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ (วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์, 2542)

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอกโดยทั่วไป เป็นปัจจัยภายนอกในระดับกว้างและมีผลกระทบโดยอ้อมต่อการปฏิบัติขององค์กร ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ อันได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural factors) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technological factors) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic factor) ปัจจัยทางด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal factors)

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural factors: S)

โครงการ IRPUS ได้สนับสนุนทุนให้กับนักศึกษาโดยเป็นโครงการทางด้านวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับภาคอุตสาหกรรม (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2544) ผลจากการแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ พบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเพื่อให้ผลผลิตในโครงการ IRPUS เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมและการตรวจสอบของภาคประชาชนมีมากขึ้น (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2540) ส่งผลให้การดำเนินงานของโครงการสามารถสร้างโอกาสในการส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลงานเทคโนโลยีของนักศึกษาได้โดยตรง

อย่างไรก็ตาม ค่านิยมและทัศนคติต่อผลผลิตที่พัฒนาโดยคนไทยไม่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเห็นว่าการพัฒนาผลผลิตอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว การวิจัยในสถาบันการศึกษาก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (วิชิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร์, 2537) ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่ค่อยให้ความสำคัญกับนักศึกษาที่จะมาปฏิบัติงานในสถานประกอบการ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของโครงการ

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological factors: T)

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การจัดการศึกษาในปัจจุบันถูกปรับเปลี่ยนไป เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการจัดการมากขึ้น อีกทั้งยังส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความต้องการในการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลผลิตของตนเองมากยิ่งขึ้น (ครรชิต มาลัยวงศ์, 2547)

ประเด็นช่องว่างการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนา ทำให้เกิดอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย เพราะในประเทศที่มีเทคโนโลยีในระดับสูงจะทำให้การพัฒนาเทคโนโลยีในประเทศจะต้องใช้เงินลงทุนสูงเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในอนาคต (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2548)

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic factors: E)

ประเทศไทยประสบวิกฤติเศรษฐกิจตั้งแต่ปี 2540 ทำให้ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมลงทุนด้านการวิจัยและเทคโนโลยีน้อยลง เกิดนโยบายกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงกับอุตสาหกรรมด้านการผลิต (สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, 2549) ปัญหาผลผลิตอุตสาหกรรมมีราคาตกต่ำลงแต่ขณะที่ต้นทุนและกระบวนการผลิตมีราคาสูงขึ้น เป็นผลทำให้ผู้ประกอบการไม่กล้าตัดสินใจลงทุน ขาดการลงทุนทางด้านวัสดุอุปกรณ์สมัยใหม่เพื่อให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

(กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2550) โดยเฉพาะการตัดสินใจในการเข้าร่วมโครงการทำให้เป็นอุปสรรคในการดำเนินการสร้างความร่วมมือในระยะยาวระหว่างผู้ประกอบการกับโครงการ

ฉะนั้นหากโครงการมีการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการรู้จักวัตถุประสงค์ของโครงการ ก็จะส่งผลให้มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการและมีการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น

ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and legal factors, P)

นโยบายของรัฐบาลในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยการลงทุนทั้งจากในและนอกประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงและส่งเสริมความร่วมมือภายใต้กรอบพหุภาคีและสร้างบทบาทไทยในเวทีโลก (สำนักงานผลิตภัณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรม, 2549) ส่งผลให้มีการผลิตและยกระดับฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาศักยภาพคนไทย ซึ่งเป็นโอกาสต่อการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

การบูรณาการจัดการศึกษาระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมขาดความเชื่อมโยงในทางปฏิบัติ (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2548) ทำให้การปฏิบัติตามแผนงานต่างๆ ในโครงการขาดความต่อเนื่องในการสร้างความร่วมมือกับผู้ประกอบการ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาผลงานของนักศึกษา และอาจารย์ในโครงการ

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

สภาพแวดล้อมภายใน เป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการปฏิบัติงานของโครงการ ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์การ ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ และปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

ปัจจัยด้านโครงสร้างและนโยบาย (Structure and Policy: S1)

วัตถุประสงค์ของโครงการคือการส่งเสริมด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2546) ซึ่งทางโครงการมุ่งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้นักศึกษาทำงานจากโจทย์ที่ได้รับจากภาคอุตสาหกรรมโดยตรง เป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่นักศึกษาอีกทางหนึ่ง

ในขณะที่หลักสูตรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไม่เอื้ออำนวยต่อสังคมปัจจุบัน ส่งผลให้ขาดความเชื่อมโยงในการพัฒนาการเรียนการสอนระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับภาคอุตสาหกรรม (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2548) และเมื่อเสร็จสิ้นโครงการ ควรมีนโยบายที่นำผลผลิตที่ได้ให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ (ข้อมูลจากแบบสอบถาม)

ปัจจัยด้านการให้บริการ (Service and Products: S2)

การให้บริการของโครงการที่มีต่อข้อเสนอของภาคอุตสาหกรรมยังไม่ชัดเจน เนื่องจากการกำหนดทิศทางการให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาในโครงการยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร จึงทำให้

ผู้ประกอบการไม่กล้ารับนักศึกษาเข้าฝึกงานในสถานประกอบการ รวมทั้งการจัดให้บริการข้อมูลให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของโครงการมีน้อย (กอบบุญ หล่อทองคำ.สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2551)

ปัจจัยด้านบุคลากร (Manpower: M1)

โครงการมีผู้บริหารมีวิสัยทัศน์กว้างไกล และมีประสบการณ์ และมีอาจารย์ บุคลากร มีความรู้ ความสามารถและมีความเข้าใจด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรม (สกุณณี บวรสมบัติ.สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2551) โดยมีอาจารย์หลายท่านเป็นผู้ประสานงานกับผู้ประกอบการในพื้นที่ และที่สำคัญนักศึกษาที่ได้รับทุนจะมีผลต่อการสมัครงาน ซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ (อทิพันธ์ เสียมไหม.สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2550; ข้อมูลจากแบบสอบถาม) ซึ่งเป็นจุดแข็งของโครงการโดยตรง

ปัญหาที่สำคัญที่พบคือ อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษามีภาระงานสอนมาก ขาดการทำงานเป็นทีม / การทำงานเชิงรุก และไม่มีผู้เชี่ยวชาญในการชี้แนะผลผลิตของนักศึกษา ขณะออกประเมินตรวจสอบโครงการ (กอบบุญ หล่อทองคำ.สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2551)

ปัจจัยด้านการเงิน (Money: M2)

โครงการอยู่ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2548) แต่มีนักศึกษาเสนอโครงการขอรับทุนเป็นจำนวนมาก จึงทำให้การจัดสรรทุนให้กับนักศึกษามีจำนวนที่จำกัดและไม่แน่นอนในแต่ละปี แต่งบประมาณค่อนข้างจำกัด ทำให้ไม่สามารถทดสอบงานที่มีค่าใช้จ่ายสูงได้ (ข้อมูลจากแบบสอบถาม)

ปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ (Materials: M3)

สถาบันอุดมศึกษาในโครงการมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย ทำให้โครงการสามารถสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกันระหว่างสถาบันอุดมศึกษาที่อยู่ในโครงการได้ แต่ในเรื่องของสื่อและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษา พบว่ามีจำนวนน้อยมาก ยังขาดการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร (กิตติพงษ์ พลศรี.สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2550)

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (Management: M4)

โครงการยังไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์ จึงทำให้ผู้ประกอบการยังคงรู้จักโครงการไม่ทั่วถึง แต่หากผู้บริหารมีแนวทางผลักดันให้เกิดกระบวนการในการบริหารจัดการโดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงผู้ประกอบการให้มากขึ้น (พัชรนันท์ พูลมานะอุสากุล.สัมภาษณ์, 20 กันยายน 2550) และอาจใช้ภาพลักษณ์ มีโลโก้ที่สวยงาม ใช้ฟรีเซนเตอร์ที่เชื่อถือได้ (สุธีระ ประเสริฐสรรพ.สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2550) จะทำให้ลดจุดอ่อนของโครงการลงไปได้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการ IRPUS

ส่วนที่ 1.1 ข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของโครงการ IRPUS โดยผู้วิจัยนำข้อมูลเบื้องต้นมาวิเคราะห์ ดังแผนภูมิที่ 6

Strength : S จุดแข็ง	Weakness : W จุดอ่อน
S1 วัตถุประสงค์ของโครงการ IRPUS ด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม S2 สถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ กระจายอยู่ในพื้นที่ภาคอุตสาหกรรม S3 โครงการให้ความสำคัญกับการจัดประสบการณ์วิชาชีพแก่นักศึกษา S4 ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์กว้างไกล และมีประสบการณ์ S5 อาจารย์ บุคลากร มีความรู้ ความสามารถและมีความเข้าใจด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรม S6 อาจารย์หลายท่านเป็นผู้ประสานงานกับผู้ประกอบการในพื้นที่ S7 นักศึกษาที่ได้รับทุนจะเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ S8 สก.สนับสนุนงบประมาณและนโยบายของโครงการด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและอุตสาหกรรม S9 สถาบันอุดมศึกษาในโครงการมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย	W1 สถาบันอุดมศึกษาไม่มีแผนงานสนับสนุนด้านความร่วมมือกับผู้ประกอบการ W2 ขาดความเชื่อมโยงในการพัฒนาการเรียนการสอนระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับภาคอุตสาหกรรม W3 การกำหนดทิศทางด้านการให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาในโครงการยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร W4 การจัดให้บริการและแนะนำด้านข้อมูลเพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการมีน้อย W5 อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษามีภาระงานสอนมาก W6 ขาดผู้เชี่ยวชาญในการชี้แนะผลผลิตของนักศึกษาขณะออกประเมิน ตรวจสอบโครงการ W7 โครงการIRPUS ได้รับการจัดสรรทุนนักศึกษากำหนดและไม่แน่นอน W8 สื่อและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของโครงการในสถาบันอุดมศึกษามีจำนวนน้อยมาก W9 สัญลักษณ์ของโครงการไม่โดดเด่น W10 อาจารย์ บุคลากร ขาดการทำงานเป็นทีม / การทำงานเชิงรุก W11 การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการรู้จักโครงการยังไม่ทั่วถึง
Opportunities : O โอกาส	Threats : T อุปสรรค
O1 ผู้ประกอบการเห็นคุณค่าในการสร้างภาพลักษณ์และตราผลผลิต O2 การมีส่วนร่วมและการตรวจสอบของภาคประชาชนมีมากขึ้น O3 ผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม O4 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการจัดการมากขึ้น O5 การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น O6 นโยบายรัฐบาลในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลให้มีการผลิตและยกระดับฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาศักยภาพคนไทย O7 นโยบายรัฐบาลส่งเสริมความร่วมมือภายใต้กรอบพหุภาคีและสร้างบทบาทไทยในเวทีโลก	T1 ทิศนคติต่อผลผลิตที่พัฒนาโดยคนไทยไม่เป็นที่ยอมรับ T2 การพัฒนาผลผลิตอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว การวิจัยในสถาบันการศึกษาก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น T3 ช่องว่างการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนาทำให้เกิดอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย T4 ภาวะเศรษฐกิจไม่ดี ส่งผลให้ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมลงทุนด้านการวิจัยและเทคโนโลยีลดน้อยลง T5 ผลผลิตอุตสาหกรรมมีราคาตกต่ำ ในขณะที่ต้นทุนกระบวนการผลิตมีราคาสูง T6 นโยบายกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศส่งผลกระทบต่อการผลิตในภาคอุตสาหกรรม T7 การบูรณาการจัดการศึกษาระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมขาดความเชื่อมโยงในทางปฏิบัติ

แผนภูมิที่ 6 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) เบื้องต้น

การตรวจสอบกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัย สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

การดำเนินงานในขั้นตอนนี้เป็นการตรวจสอบความถูกต้องของกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 8 ท่าน (รายชื่อดังภาคผนวก) โดยผู้วิจัยทำการนำเสนอแผนกลยุทธ์พร้อมแบบตรวจสอบกลยุทธ์ ผลการพิจารณาตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิมีข้อเสนอแนะ สรุปดังนี้

1. วิสัยทัศน์ ควรเขียนลงลึกอย่างเป็นระดับ และเชื่อมโยงกับการทำจริง
2. พันธกิจ ควรเขียนให้ชัดเจน ต้องต่อเนื่องและเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ให้เกิดการพัฒนา และค้นหาและสร้างองค์การที่สร้าง Innovation ได้จริง
3. การวิเคราะห์ SWOT ต้องแยกให้ออกว่าเป็นส่วนของสถาบันอุดมศึกษา สกว หรือโครงการ
4. การกำหนดกลยุทธ์ระดับกิจกรรม ควรมีการจัดนิทรรศการเคลื่อนที่ไปที่สถาบันอุดมศึกษาที่ห่างไกลด้วย และหากจัดร่วมกับผู้ประกอบการได้ เช่นในงานมอเตอร์โชว์ หรืองานสัปดาห์หนังสือจะดีมาก และตอนนี้ตราสัญลักษณ์เริ่มเป็นที่รู้จักมากบ้างแล้ว
5. ควรพิจารณาการจัดทำโครงการในลักษณะบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ต้องให้ สกอ.และ สกว. กระทรวงเทคโนโลยี กำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนการทำ Senior Projects
6. ให้ประเมินความต้องการของผู้ประกอบการ และประเมินผลโครงการ เพื่อกำหนดทิศทาง โดยความร่วมมือในด้านงบประมาณ ใช้ทรัพยากรร่วมกันให้มากขึ้น
7. สถาบันอุดมศึกษาควรมีหน่วยงานโครงการให้มากขึ้น โดยมีการปรับปรุงหลักสูตรให้ตอบรับกับภาคอุตสาหกรรม

จากการพิจารณา ตรวจสอบ และข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการปรับแก้ไขและเพิ่มเติมประเด็นต่างๆ ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยเน้นเฉพาะกลยุทธ์ แผนงาน และกลยุทธ์กิจกรรม/โครงการ ของโครงการ IRPUS ดังรายละเอียดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ที่จะนำเสนอในลำดับต่อไป

นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา นักศึกษา และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ ตราผลผลิต มาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ปรับแก้ไขและเพิ่มเติมตามประเด็นต่างๆจากข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาแสดง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

1. ปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural factors)

โอกาส		อุปสรรค	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ
O1 ผู้ประกอบการเห็นคุณค่าในการสร้างภาพลักษณ์และตราผลผลิต O2 การมีส่วนร่วมและการตรวจสอบของภาคประชาชนมีมากขึ้น	O1 ผู้บริโภคในสังคมปัจจุบันหันมาสนใจกับสินค้าที่มีตราผลผลิต O2 การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตจะทำให้เป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ O3 ทศนคติต่อผลผลิตที่พัฒนาโดยคนไทยไม่เป็นที่ยอมรับ	T1 ทศนคติต่อผลผลิตที่พัฒนาโดยคนไทยไม่เป็นที่ยอมรับ T2 การพัฒนาผลผลิตอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว การวิจัยในสถาบันการศึกษาก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น	T1 ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการ T2 สังคมโลกาภิวัตน์เน้นความรวดเร็วในการให้บริการและการแก้ปัญหา T3 การพัฒนาผลผลิตอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว การวิจัยในกรอบของโครงการก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technological factors)

โอกาส		อุปสรรค	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
O3 ผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม O4 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการจัดการมากขึ้น	O4 ผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม O5 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการจัดการมากขึ้น O6 กลุ่มผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	T3 ช่องว่างการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนาทำให้เกิดอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย	T4 ช่องว่างการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนาทำให้เกิดอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย T5 การระดมทรัพยากรเพื่อการจัดการด้านเทคโนโลยีจากภาครัฐและภาคเอกชนยังมีปริมาณไม่มากและจำกัด

3. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic factor)

โอกาส		อุปสรรค	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
O5 การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น	O7 การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น	T4 ภาวะเศรษฐกิจไม่ดีส่งผลให้ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมลงทุนด้านการวิจัยและเทคโนโลยีลดน้อยลง T5 ผลผลิตอุตสาหกรรมมีราคาตกต่ำ ในขณะที่ต้นทุนและกระบวนการผลิตมีราคาสูง	T6 การลงทุนของภาคอุตสาหกรรมเน้นผลกำไรมากกว่าการร่วมมือทางวิชาการ

5. ปัจจัยทางด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal factors)

โอกาส		อุปสรรค	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
O6 นโยบายรัฐบาลในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลให้มีการผลิตและยกระดับฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาศักยภาพคนไทย O7 นโยบายรัฐบาลส่งเสริมความร่วมมือภายใต้กรอบพหุภาคีและสร้างบทบาทไทยในเวทีโลก	O8 นโยบายรัฐบาลในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลให้มีการผลิตและยกระดับฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาศักยภาพคนไทย O9 นโยบายรัฐบาลส่งเสริมความร่วมมือภายใต้กรอบพหุภาคี และสร้างบทบาทไทยในเวทีโลก O10 มีกฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรและการสร้างเครื่องหมายทางการค้า	T6 นโยบายกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ ส่งผลกระทบต่อการผลิตในภาคอุตสาหกรรม T7 การบูรณาการจัดการศึกษาระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมขาดความเชื่อมโยงในทางปฏิบัติ	T7 นโยบายในการบริหารงานภาครัฐไม่สอดคล้องกับการทำงานของผู้ประกอบการที่ต้องการความรวดเร็ว T8 การบูรณาการจัดการศึกษาระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมขาดความเชื่อมโยงในทางปฏิบัติ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

1. ปัจจัยด้านโครงสร้างและนโยบาย (Structure and Policy)

จุดแข็ง		จุดอ่อน	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
S1 วัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรม S2 สถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ กระจายอยู่ในพื้นที่ภาคอุตสาหกรรม S3 โครงการให้ความสำคัญกับการจัดประสบการณ์วิชาชีพแก่นักศึกษา	S1 โครงการมีแผนงานที่ชัดเจน S2 สถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ กระจายอยู่ในพื้นที่ภาคอุตสาหกรรม	W1 สถาบันอุดมศึกษาไม่มีแผนงานสนับสนุนด้านความร่วมมือกับผู้ประกอบการ W2 ขาดความเชื่อมโยงในการพัฒนาการเรียนการสอนระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับภาคอุตสาหกรรม	W1 โครงการ RPUS เป็นโครงการเชิงเดี่ยว ทำให้การบูรณาการศาสตร์ต่างๆ มีน้อย

2. ปัจจัยด้านการให้บริการ (Service and Products)

จุดแข็ง		จุดอ่อน	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
-	-	W3 การกำหนดทิศทางการให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาในโครงการยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร W4 การจัดให้บริการและแนะนำด้านข้อมูลเพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการมีน้อย	W2 การกำหนดทิศทางการให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาในโครงการยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร W3 การจัดให้บริการและแนะนำด้านข้อมูลเพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการมีน้อย

3. ปัจจัยบุคลากร (Manpower)

จุดแข็ง		จุดอ่อน	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
S4 ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์กว้างไกลและมีประสบการณ์ S5 อาจารย์ บุคลากร มีความรู้ ความสามารถ และมีความเข้าใจด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรม S6 อาจารย์หลายท่านเป็นผู้ประสานงานกับผู้ประกอบการในพื้นที่ S7 นักศึกษาที่ได้รับทุนจะเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ	S3 ผู้บริหารโครงการมีวิสัยทัศน์และมีประสบการณ์ S4 นักศึกษาที่ได้รับทุนจะเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ	W5 อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษามีภาระงานสอนมาก W6 ขาดผู้เชี่ยวชาญในการชี้แนะผลผลิตของนักศึกษาขณะออกประเมิน ตรวจสอบโครงการ	W4 บุคลากรเชิงปฏิบัติการของโครงการเปลี่ยนแปลงบ่อย และขาดความมั่นคงในการทำงาน W5 ผู้ประสานงานของโครงการมีน้อย เมื่อเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการ W6 อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษามีภาระงานสอนมาก

4. ปัจจัยด้านการเงิน (Money)

จุดแข็ง		จุดอ่อน	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
S8 สกว.สนับสนุนงบประมาณและนโยบายของโครงการด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และอุตสาหกรรม	S5 โครงการมีเงินทุนจำนวนมาก ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักศึกษาที่ต้องการขอทุน	W7 โครงการIRPUS ได้รับการจัดสรรทุนนักศึกษาจำนวนจำกัดและไม่แน่นอน	W7 โครงการIRPUS ได้รับการจัดสรรทุนนักศึกษาจำนวนจำกัดและไม่แน่นอน

5. ปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ (Materials)

จุดแข็ง		จุดอ่อน	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
S9 สถาบันอุดมศึกษาในโครงการมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย	S6 โครงการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการ	W8 สื่อและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของโครงการในสถาบันอุดมศึกษาจำนวนน้อยมาก W9 สัญลักษณ์ของโครงการไม่โดดเด่น	W8 สื่อและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของโครงการในสถาบันอุดมศึกษา มีจำนวนน้อยมาก

6. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (Management)

จุดแข็ง		จุดอ่อน	
ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ข้อมูลเบื้องต้น	ข้อมูลปรับปรุงจากการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
	S7 การบริหารงานโครงการมีประสิทธิภาพตรงตามเวลา	W10 อาจารย์ บุคลากร ขาดการทำงานเป็นทีม / การทำงานเชิงรุก W11 การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการรู้จักโครงการยังไม่ทั่วถึง	W9 การประเมินผลและการตรวจสอบภายในไม่เข้มแข็ง W10 ภาพลักษณ์ของโครงการในปัจจุบันเป็นภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาที่โครงการประสานงานไปตั้งอยู่ W11 การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการรู้จักโครงการยังไม่ทั่วถึง

ส่วนที่ 1.2 ข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของโครงการ IRPUS โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังแผนภูมิที่ 7

Strength : S จุดแข็ง	Weakness : W จุดอ่อน
S1 โครงการมีแผนงานที่ชัดเจน S2 สถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ กระจายอยู่ในพื้นที่ภาคอุตสาหกรรม S3 ผู้บริหารโครงการมีวิสัยทัศน์และมีประสบการณ์ S4 นักศึกษาที่ได้รับทุนจะเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ S5 โครงการมีเงินทุนจำนวนมาก ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักศึกษาที่ต้องการขอทุน S6 โครงการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการ S7 การบริหารงานโครงการมีประสิทธิภาพตรงตามเวลา	W1 โครงการIRPUS เป็นโครงการเชิงเดี่ยว ทำให้การบูรณาการศาสตร์ต่างมีน้อย W2 การกำหนดทิศทางด้านการให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาในโครงการยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร W3 การจัดให้บริการและแนะนำด้านข้อมูลเพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการมีน้อย W4 บุคลากรเชิงปฏิบัติการของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย และขาดความมั่นคงในการทำงาน W5 ผู้ประสานงานของโครงการมีน้อย เมื่อเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการ W6 อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษามีภาระงานสอนมาก W7 โครงการIRPUS ได้รับการจัดสรรทุนนักศึกษาจำนวนจำกัดและไม่แน่นอน W8 สื่อและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของโครงการในสถาบันอุดมศึกษามีจำนวนน้อยมาก W9 การประเมินผลและการตรวจสอบภายในไม่เข้มแข็ง W10 ภาพลักษณ์ของโครงการในปัจจุบันเป็นภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาที่โครงการประสานงานไปตั้งอยู่ W11 การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการรู้จักโครงการยังไม่ทั่วถึง
Opportunities : O โอกาส	Threats : T อุปสรรค
O1 ผู้บริโภคในสังคมปัจจุบันหันมาสนใจกับสินค้าที่มีตราผลผลิต O2 การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตจะทำให้เป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ O3 ทิศนคติต่อผลผลิตที่พัฒนาโดยคนไทยไม่เป็นที่ยอมรับ O4 ผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม O5 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการจัดการมากขึ้น O6 กลุ่มผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ O7 การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น O8 นโยบายรัฐบาลในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งผลให้มีการผลิตและยกระดับฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาศักยภาพคนไทย O9 นโยบายรัฐบาลส่งเสริมความร่วมมือภายใต้กรอบพหุภาคี และสร้างบทบาทไทยในเวทีโลก O10 มีกฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรและการสร้างเครื่องหมายทางการค้า	T1 ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการ T2 สังคมโลกาภิวัตน์เน้นความรวดเร็วในการให้บริการและการแก้ปัญหา T3 การพัฒนาผลผลิตอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว การวิจัยในกรอบของโครงการก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น T4 ช่องว่างการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนาทำให้เกิดอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย T5 การระดมทรัพยากรเพื่อการจัดการด้านเทคโนโลยีจากภาครัฐและภาคเอกชนยังมีปริมาณไม่มากและจำกัด T6 การลงทุนของภาคอุตสาหกรรมเน้นผลกำไรมากกว่าการร่วมมือทางวิชาการ T7 นโยบายในการบริหารงานภาครัฐไม่สอดคล้องกับการทำงานของผู้ประกอบการที่ต้องการความรวดเร็ว T8 การบูรณาการจัดการศึกษาระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมขาดความเชื่อมโยงในทางปฏิบัติ

แผนภูมิที่ 7 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของโครงการ IRPUS ที่ปรับตามการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

การวิเคราะห์ตำแหน่งในสถานภาพของโครงการ IRPUS เพื่อประเมินสถานภาพของโครงการในปัจจุบันว่าอยู่ในตำแหน่งที่มีความโน้มเอียงไปในทางที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์เพียงใด ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยได้จัดทำตารางเมตริก (วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์, 2542) ดังนี้

1. จับคู่ จุดแข็งหลัก-โอกาสหลัก (Strengths-Opportunities: SO) คิดหากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับช่องนี้ กลยุทธ์ที่ใช้ในช่องของ SO คือ ใช้จุดแข็งเพื่อรับโอกาสมากที่สุด
2. จับคู่ จุดแข็งหลัก-ภาวะคุกคามหลัก (Strengths-(Threats: ST) คิดหากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับช่องนี้ กลยุทธ์ในช่อง ST คือ การใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภาวะคุกคาม
3. จับคู่ จุดอ่อนหลัก-โอกาสหลัก (Weaknesses-Opportunities: WO) คิดหากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับช่องนี้ กลยุทธ์ในช่องของ WO คือ การลดจุดอ่อนเพื่อเพิ่มโอกาส
4. จับคู่ จุดอ่อนหลัก-ภาวะคุกคามหลัก (Weaknesses-(Threats: WT) คิดหากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับช่องนี้ กลยุทธ์ในช่องของ WT คือ การลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภาวะคุกคาม
5. พิจารณาทางเลือกกลยุทธ์ในระดับขององค์กร เช่น เลือกกลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ (stability strategies) หรือเลือกกลยุทธ์การสร้างเจริญเติบโต (growth strategies) หรือเลือกกลยุทธ์การตัดทอน (retrenchment strategies) ตัดสินใจเลือกกลยุทธ์เพียงหนึ่งหรือสองกลยุทธ์ที่จะเกิดผลสูงสุด กำหนดเป็นกลยุทธ์หลักที่สอดคล้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต โครงการงานอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ตลอดจนแนวทางการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการนำผลผลิตของโครงการไปใช้

จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของโครงการ IRPUS ที่ได้ทำการปรับปรุงแล้ว มาจัดทำเป็นแบบเมตริก (SWOT Matrix) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ต่อไป

ส่วนที่ 1.3 ข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของโครงการ IRPUS
โดยผู้วิจัยได้นำมาจัดทำเป็นรูปแบบเมตริก (SWOT Matrix) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ดังแผนภูมิที่ 8

กลยุทธ์เชิงรุก SO Stars	โอกาส : O O1 ผู้บริโภคในสังคมปัจจุบันหันมาสนใจกับสินค้าที่มีตราผลิตภัณฑ์ O2 การสร้างภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ทำให้เป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ O3 ที่สนใจต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาโดยคนไทยไม่เป็นที่ยอมรับ O4 ผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม O5 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการจัดการมากขึ้น O6 กลุ่มผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ O7 การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น O8 นโยบายรัฐบาลในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลให้มีการผลิตและยกระดับฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาคุณภาพของคนไทย O9 นโยบายรัฐบาลส่งเสริมความร่วมมือภายใต้กรอบพหุภาคีและสร้างบทบาทไทยในเวทีโลก O10 มีกฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรและการสร้างเครื่องหมายทางการค้า	กลยุทธ์พลิกฟื้น WO Question marks
จุดแข็ง : S S1 โครงการมีแผนงานที่ชัดเจน S2 สถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการกระจายอยู่ในพื้นที่ภาคอุตสาหกรรม S3 ผู้บริหารโครงการมีวิสัยทัศน์และมีประสบการณ์ S4 นักศึกษาที่ได้รับทุนจะเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ S5 โครงการมีเงินทุนจำนวนมาก ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักศึกษาที่ต้องการขอทุน S6 โครงการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการ S7 การบริหารงานโครงการมีประสิทธิภาพตรงตามเวลา		จุดอ่อน : W W1 โครงการIRPUS เป็นโครงการเชิงเดียวทำให้การบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ น้อย W2 การกำหนดทิศทางด้านการให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาในโครงการยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร W3 การจัดให้บริการและแนะนำด้านข้อมูลเพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการมีน้อย W4 บุคลากรเชิงปฏิบัติการของโครงการมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยและขาดความมั่นคงในการทำงาน W5 ผู้ประสานงานของโครงการมีน้อย เมื่อเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ W6 อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษามีภาระงานสอนมาก W7 โครงการIRPUS ได้รับการจัดสรรทุนนักศึกษาน้อยจำกัดและไม่แน่นอน W8 สื่อและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของโครงการในสถาบันอุดมศึกษามีจำนวนน้อยมาก W9 การประเมินผลและการตรวจสอบภายในไม่เข้มแข็ง W10 ภาพลักษณ์ของโครงการในปัจจุบันเป็นภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาที่โครงการประสานงานไม่ตั้งอยู่ W11 การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการรู้จักโครงการยังไม่ทั่วถึง
กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ ST Cash cows	อุปสรรค : T T1 ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการ T2 สังคมโลกาภิวัตน์เน้นความรวดเร็วในการให้บริการและการแก้ปัญหา T3 การพัฒนาผลผลิตอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว การวิจัยในกรอบของโครงการก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น T4 ช่องว่างการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนาทำให้เกิดอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย T5 การระดมทรัพยากรเพื่อการจัดการด้านเทคโนโลยีจากภาครัฐและภาคเอกชนยังมีปริมาณไม่มากและจำกัด T6 การลงทุนของภาคอุตสาหกรรมเน้นผลกำไรมากกว่าร่วมมือทางวิชาการ T7 นโยบายในการบริหารงานภาครัฐไม่สอดคล้องกับการทำงานของผู้ประกอบการที่ต้องการความรวดเร็ว T8 การบูรณาการจัดการศึกษาระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมขาดความเชื่อมโยงในทางปฏิบัติ	กลยุทธ์ดัดทอน WT Dogs

แผนภูมิที่ 8 ผลการวิเคราะห์รูปแบบเมตริกซ์ (SWOT Matrix) เพื่อกำหนดกลยุทธ์

ส่วนที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์และทิศทางเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของ โครงการ IRPUS

การกำหนดกลยุทธ์และทิศทางของโครงการ IRPUS เพื่อการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS คือการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ โดยพิจารณาจากที่มา วัตถุประสงค์ของโครงการ IRPUS และผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ภายในและภายนอกของโครงการ IRPUS ได้เป็นกลยุทธ์และทิศทางดังรายละเอียดต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งสู่การเป็นหน่วยงานที่เน้นเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษา กับภาคอุตสาหกรรมในด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตแก่ผู้ประกอบการ

พันธกิจ (Mission)

สำนักงานโครงการ IRPUS เป็นหน่วยงานที่เน้นการสร้างเครือข่ายพหุภาคีด้านการวิจัย วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เสริมสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตแก่ผู้ประกอบการ โดยสนับสนุนทุนการวิจัย ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการนักศึกษา อาจารย์ และส่งเสริมการทำงานด้านการวิจัยร่วมระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการในภาคอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดการร่วมมือในด้านการวิจัย วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Objectives)

1. เพื่อเป็นศูนย์กลางความร่วมมือด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในสถาบันอุดมศึกษาและผู้ประกอบการ
2. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการแก่ผู้ประกอบการ
3. เพื่อนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาสนับสนุนด้านการวิจัย วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งได้แก่ การพัฒนาเครือข่ายระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลอุตสาหกรรมออนไลน์
4. เพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินกิจกรรมสนับสนุนการสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่ และการปรับปรุงภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ

ส่วนที่ 3 ผลการกำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS

ผู้วิจัยนำเสนอกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

1.กลยุทธ์พลิกฟื้น เพื่อเพิ่มโอกาส หรือ กลยุทธ์ส่งเสริม ปรับปรุง เจริญรุ่งเรือง เพื่อสร้างโอกาส ในการขยายงานหรือสร้างความเจริญเติบโตในอนาคต (Question marks)

จุดอ่อน (W)	โอกาส (O)	กลยุทธ์ที่ลดจุดอ่อน (WO) (Question marks)
W1 โครงการIRPUS เป็นโครงการเชิงเดี่ยว ทำให้การบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ มีน้อย W2 การกำหนดทิศทางการให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาในโครงการยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร W3 การจัดให้บริการและแนะนำด้านข้อมูลเพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการมีน้อย W5 ผู้ประสานงานของโครงการมีน้อย เมื่อเทียบกับสถาบันอุดมศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการ	O3 ทิศนคติต่อผลผลิตที่พัฒนาโดยคนไทยไม่เป็นที่ยอมรับ O8 นโยบายรัฐบาลในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งผลให้มีการผลิตและยกระดับฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาศักยภาพคนไทย O9 นโยบายรัฐบาลส่งเสริมความร่วมมือภายใต้กรอบพหุภาคี และสร้างบทบาทไทยในเวทีโลก	1. เพิ่มประสิทธิภาพความร่วมมือด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับองค์กรพันธมิตร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาศักยภาพบัณฑิตให้มีความพร้อมปฏิบัติงานในยุคโลกาภิวัตน์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ
W3 การจัดให้บริการและแนะนำด้านข้อมูลเพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการมีน้อย W10 ภาพลักษณ์ของโครงการในปัจจุบันเป็นภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาที่โครงการประสานงานไปตั้งอยู่ W11 การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการรู้จักโครงการยังไม่ทั่วถึง	O1 ผู้บริโภคในสังคมปัจจุบันหันมาสนใจกับสินค้าที่มีตราผลผลิต O2 การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตจะทำให้เป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ O10 มีกฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรและการสร้างเครื่องหมายทางการค้า	2. ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเชิงรุกผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย รวมทั้งการสร้างค่านิยมด้านผลผลิตของนักศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการ

2.กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพ หรือเรียกว่า กลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภาวะคุกคาม
ชะลอ ปรับปรุง พัฒนาสมรรถนะภายในโครงการ IRPUS เพื่อรอโอกาสที่เหมาะสมในการดำเนิน
กิจการให้เจริญเติบโตต่อไป (Cash cows)

จุดแข็ง (S)	ภัยอุปสรรค (T)	กลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงภาวะคุกคาม (ST) (Cash cows)
S1 โครงการมีแผนงานที่ชัดเจน S6 โครงการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการ S7 การบริหารงานโครงการมีประสิทธิภาพตรงตามเวลา	T1 ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการ T2 สังคมโลกาภิวัตน์เน้นความรวดเร็วในการให้บริการและการแก้ปัญหา T3 การพัฒนาผลผลิตอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว การวิจัยในกรอบของโครงการก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น T6 การลงทุนของภาคอุตสาหกรรมเน้นผลกำไรมากกว่าการร่วมมือทางวิชาการ	3. ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาบัณฑิต รวมทั้งผลผลิตและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ
S3 ผู้บริหารโครงการมีวิสัยทัศน์และมีประสบการณ์ S5 โครงการมีเงินทุนจำนวนมาก ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักศึกษาที่ต้องการขอทุน S7 การบริหารงานโครงการมีประสิทธิภาพตรงตามเวลา	T2 สังคมโลกาภิวัตน์เน้นความรวดเร็วในการให้บริการและการแก้ปัญหา T4 ช่องว่างการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนาทำให้เกิดอุปสรรคในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย T5 การระดมทรัพยากรเพื่อการจัดการด้านเทคโนโลยีจากภาครัฐและภาคเอกชนยังมีปริมาณไม่มากและจำกัด T7 นโยบายในการบริหารงานภาครัฐไม่สอดคล้องกับการทำงานของผู้ประกอบการที่ต้องการความรวดเร็ว	4. เร่งรัดพัฒนาโครงสร้างการบริหารโครงการ IRPUS รองรับการยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม

3.กลยุทธ์เชิงรุก ที่ใช้จุดแข็งเพื่อให้ได้รับโอกาสมากที่สุด หรือเรียกว่า กลยุทธ์เพื่อขยายงานและสร้างความเจริญเติบโต (Stars)

จุดแข็ง (S)	โอกาส (o)	กลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งเพื่อให้ได้รับโอกาสมากที่สุด (SO) (Stars)
S1 โครงการมีแผนงานที่ชัดเจน S6 โครงการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการ S7 การบริหารงานโครงการมีประสิทธิภาพตรงตามเวลา	O1 ผู้บริโภคในสังคมปัจจุบันหันมาสนใจกับสินค้าที่มีตราผลผลิต O2 การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตจะทำให้เป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการ O3 ทศนคติต่อผลผลิตที่พัฒนาโดยคนไทยไม่เป็นที่ยอมรับ O8 นโยบายรัฐบาลในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งผลให้มีการผลิตและยกระดับฝีมือแรงงานเพื่อพัฒนาศักยภาพคนไทย	5. สร้างมูลค่าแก่ผลผลิต ด้วยระบบการบริหารจัดการและการสร้างแรงจูงใจเพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตให้เป็นที่ยอมรับหลายในระดับชาติ
S3 ผู้บริหารโครงการมีวิสัยทัศน์และมีประสบการณ์ S5 โครงการมีเงินทุนจำนวนมาก ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักศึกษาที่ต้องการขอทุน S6 โครงการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการ	O3 ทศนคติต่อผลผลิตที่พัฒนาโดยคนไทยไม่เป็นที่ยอมรับ O6 กลุ่มผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ O9 นโยบายรัฐบาลส่งเสริมความร่วมมือภายใต้กรอบพหุภาคี และสร้างบทบาทไทยในเวทีโลก	6. ขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา เพื่อการนำผลผลิตและนวัตกรรมที่มีศักยภาพไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล

4.กลยุทธ์ตัดตอน ที่ใช้ลดจุดอ่อน และหลีกเลี่ยงภาวะคุกคาม หรือเรียกว่า กลยุทธ์ตัดตอนยวบเล็ก ควนกิจการ (Dogs)

จุดอ่อน (W)	ภัยอุปสรรค (T)	กลยุทธ์ที่ใช้ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภาวะคุกคาม (WT) (Dogs)
W1 โครงการIRPUS เป็นโครงการเชิงเดี่ยว ทำให้การบูรณาการศาสตร์ต่างๆมีน้อย W2 การกำหนดทิศทางการให้บริการของสถาบันอุดมศึกษาในโครงการยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร W9 การประเมินผลและการตรวจสอบภายในไม่เข้มแข็ง	T1 ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของโครงการ T2 สังคมโลกาภิวัตน์เน้นความรวดเร็วในการให้บริการและการแก้ปัญหา T5 การระดมทรัพยากรเพื่อการจัดการด้านเทคโนโลยีจากภาครัฐและภาคเอกชนยังมีปริมาณไม่มากและจำกัด T7 นโยบายในการบริหารงานภาครัฐไม่สอดคล้องกับการทำงานของผู้ประกอบการที่ต้องการความรวดเร็ว	7. ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตของนักศึกษา เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากการกำหนดกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ และการกำหนดทิศทางของโครงการ IRPUS เพื่อการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการIRPUS เพื่อให้การนำกลยุทธ์ต่างๆ ไปสู่การปฏิบัติได้อย่างชัดเจน และมีความเป็นไปได้ ผู้วิจัยจึงเสนอแผนงานหลักมีกลยุทธ์ทั้ง 3 ระดับ ซึ่งได้กลยุทธ์ระดับองค์กรรวม 8 ประเด็น ดังนี้

ส่วนที่ 4 สรุปกลยุทธ์องค์กร กลยุทธ์แผนงาน และกลยุทธ์ระดับโครงการ

กลยุทธ์องค์กร	กลยุทธ์แผนงาน	กลยุทธ์งาน/กิจกรรม
กลยุทธ์พลิกฟื้น (Question marks) 1. เพิ่มประสิทธิภาพความร่วมมือด้านการวิจัย วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับ องค์กรพันธมิตร ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อพัฒนา ศักยภาพบัณฑิตให้มีความ พร้อมปฏิบัติงานในยุค โลกาภิวัตน์และเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขัน ระดับนานาชาติ	1.1 ส่งเสริมสร้างเครือข่ายปัจจัย สนับสนุนขององค์กรพันธมิตรและ พหุภาคีเพื่อการขยายกลุ่มเป้าหมาย ในการส่งเสริมและพัฒนา 1.2 เพิ่มประสิทธิภาพด้านความ ร่วมมือในการประสานงานกับ ผู้ประกอบการและสถาบันอุดมศึกษา	1.1.1 จัดตั้งเครือข่ายองค์กร พันธมิตรและพหุภาคีระหว่าง สถาบันอุดมศึกษา-สถาน ประกอบการ-ส่วนราชการที่ เกี่ยวข้อง-สื่อมวลชน 1.1.2 จัดนิทรรศการเคลื่อนที่ไปใน พื้นที่ที่มีผู้ประกอบการ เช่นนิคม อุตสาหกรรมต่างๆ
2. ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ และการสร้างภาพลักษณ์ตรา ผลผลิตเชิงรุกผ่านช่องทางสื่อที่ หลากหลาย รวมทั้งการสร้าง ค่านิยมด้านผลผลิตของ นักศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการ	2.1 ปรับปรุงการสร้าง ภาพลักษณ์ตราผลผลิตของ โครงการให้เป็นที่รู้จักครอบคลุม ทุกพื้นที่อุตสาหกรรม 2.2 พัฒนาอาจารย์ นักศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้ตระหนักถึง ความสำคัญของการประสาน ร่วมมือกับผู้ประกอบการ	2.1.1 ประชุมระดมความคิดเห็นผู้ที่ เกี่ยวข้องในด้านการสร้าง ภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษา 2.1.2 จัดกิจกรรมการปรับปรุง ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการ บริหารและบริการแก่ผู้ประกอบการ 2.2.1 จัดตั้งผู้จัดการหรือผู้ ประสานงานในทุกสถาบันอุดมศึกษา ที่ได้เข้าร่วมโครงการ

กลยุทธ์องค์กร	กลยุทธ์แผนงาน	กลยุทธ์งาน/กิจกรรม
กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพ (Cash cows) 3. ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาบัณฑิตรวมทั้งผลผลิตและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ	3.1 ส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนให้เกิดการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในโรงงานอุตสาหกรรมให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ	3.1.1 ทำเอกสารคู่มือแจกเทคนิคการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในโรงงานอุตสาหกรรมสำหรับนักศึกษาและอาจารย์ในโครงการให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ
4. เร่งรัดพัฒนาโครงสร้างการบริหารโครงการ IRPUS รองรับการยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม	4.1 การดำเนินงานด้านการยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม	4.1.1 จัดทำแผนติดตามประเมินผลและพัฒนาหน่วยงานเพื่อยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย
กลยุทธ์เชิงรุก (Stars) 5. สร้างมูลค่าแก่ผลผลิต ด้วยระบบการบริหารจัดการและการสร้างแรงจูงใจ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตให้เป็นที่แพร่หลายในระดับชาติ	5.1 สร้างรูปแบบและมูลค่าแก่ผลผลิต โดยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในลักษณะธุรกิจขายตรง 5.2 สร้างกลไกการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของผลผลิตนักศึกษาเพื่อประโยชน์ต่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โครงการ	5.1.1 ประชาสัมพันธ์ Logo ของโครงการให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ 5.1.2 กำหนดสิทธิประโยชน์พิเศษเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจ สำหรับผู้ประกอบการที่นำผลผลิต นวัตกรรมของนักศึกษาไปใช้
6. ขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา เพื่อการนำผลผลิตและนวัตกรรมที่มีศักยภาพไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล	6.1 การวางแผนและรายงานผลเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันระหว่างโครงการกับเจ้าของอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีที่สำคัญไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล	6.1.1 จัดทำเครือข่ายข้อมูลการวางแผนและรายงานผลเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันระหว่างโครงการกับเจ้าของอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีที่สำคัญไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล

กลยุทธ์ตัดทอน (Dogs) 7. ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตของนักศึกษา เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	7.1 ส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการผลผลิตของนักศึกษาให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ประกอบการ	7.1.1 จัดตั้งหน่วยประสานงานในสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการในการจัดการผลผลิตของนักศึกษาให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ประกอบการ
--	--	--

จากกลยุทธ์ที่นำเสนอมาทั้ง 4 ด้าน จำนวน 7 กลยุทธ์นั้น ผู้วิจัยสามารถจำแนกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ กลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต และกลยุทธ์ด้านการสร้างความร่วมมือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต ได้แก่

กลยุทธ์ข้อที่ 2 ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเชิงรุก ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย รวมทั้งการสร้างค่านิยมด้านผลผลิตของนักศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ข้อที่ 3 ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาบัณฑิตรวมทั้งผลผลิตและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ข้อที่ 5 สร้างมูลค่าแก่ผลผลิต ด้วยระบบการบริหารจัดการและการสร้างแรงจูงใจ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตให้เป็นที่แพร่หลายในระดับชาติ

กลยุทธ์ข้อที่ 7 ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตของนักศึกษา เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ด้านการสร้างความร่วมมือ ได้แก่

กลยุทธ์ข้อที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพความร่วมมือด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับองค์กรพันธมิตร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาศักยภาพบัณฑิตให้มีความพร้อมปฏิบัติงานในยุคโลกาภิวัตน์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ข้อที่ 4 เร่งรัดพัฒนาโครงสร้างการบริหารโครงการ IRPUS รองรับการยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม

กลยุทธ์ข้อที่ 6 ขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา เพื่อนำผลผลิตและนวัตกรรมที่มีศักยภาพไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล

กลยุทธ์และทิศทางเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS

วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งสู่การเป็นหน่วยงานที่เน้นเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับภาคอุตสาหกรรมในด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษา

พันธกิจ (Mission)

สำนักงานโครงการ IRPUS เป็นหน่วยงานที่เน้นการสร้างเครือข่ายพหุภาคีด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เสริมสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตแก่ผู้ประกอบการ โดยสนับสนุนทุนการวิจัย ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการนักศึกษา อาจารย์ และส่งเสริมการทำงานด้านการวิจัยร่วมระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการในภาคอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดการร่วมมือในด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และมุ่งสู่การพัฒนาเทคโนโลยีอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Objectives)

1. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการแก่ผู้ประกอบการ
2. เพื่อนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาสนับสนุนด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินกิจกรรมสนับสนุนการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นนักศึกษาฝึกประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริง และการปรับปรุงภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ

กลยุทธ์ระดับองค์กร

กลยุทธ์ข้อที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพความร่วมมือด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับองค์กรพันธมิตร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาศักยภาพบัณฑิตให้มีความพร้อมปฏิบัติงานในยุคโลกาภิวัตน์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ข้อที่ 2 ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเชิงรุกผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย รวมทั้งการสร้างค่านิยมด้านผลผลิตของนักศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ข้อที่ 3 ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาบัณฑิตรวมทั้งผลผลิตและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ข้อที่ 4 เร่งรัดพัฒนาโครงสร้างการบริหารโครงการ IRPUS รองรับการยกฐานะเป็น ศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม

กลยุทธ์ข้อที่ 5 สร้างมูลค่าแก่ผลผลิต ด้วยระบบการบริหารจัดการและการสร้างแรงจูงใจ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตให้เป็นที่แพร่หลายในระดับชาติ

กลยุทธ์ข้อที่ 6 ขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา เพื่อนำผลผลิตและนวัตกรรมที่มีศักยภาพไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล

กลยุทธ์ข้อที่ 7 ยกกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตของนักศึกษา เพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ระดับแผนงาน

1. ส่งเสริมสร้างเครือข่ายปัจจัยสนับสนุนขององค์กรพันธมิตรและพหุภาคีเพื่อการขยายกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมและพัฒนา
2. เพิ่มประสิทธิภาพด้านความร่วมมือในการประสานงานกับผู้ประกอบการและสถาบันอุดมศึกษา
3. ปรับปรุงการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการให้เป็นที่รู้จักครอบคลุมทุกพื้นที่อุตสาหกรรม
4. พัฒนาอาจารย์ นักศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการประสานร่วมมือกับผู้ประกอบการ
5. ส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนให้เกิดการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในโรงงานอุตสาหกรรมให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ
6. การดำเนินงานด้านการยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม
7. สร้างรูปแบบและมูลค่าแก่ผลผลิต โดยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในลักษณะธุรกิจขายตรง
8. สร้างกลไกการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของผลผลิตนักศึกษาเพื่อประโยชน์ต่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โครงการ
9. การวางแผนและรายงานผลเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันระหว่างโครงการกับเจ้าของอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีที่สำคัญไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล
10. ส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการผลผลิตของนักศึกษาให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ระดับงาน/กิจกรรม

1. จัดตั้งเครือข่ายองค์กรพันธมิตรและพหุภาคีระหว่างสถาบันอุดมศึกษา สถานประกอบการ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และสื่อมวลชน
2. จัดนิทรรศการเคลื่อนที่ไปในพื้นที่ที่มีผู้ประกอบการ เช่น นิคมอุตสาหกรรมต่างๆ
3. ประชุมระดมความคิดเห็นผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษา
4. จัดกิจกรรมการปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารและบริการแก่ผู้ประกอบการ
5. จัดตั้งผู้จัดการหรือผู้ประสานงานในทุกสถาบันอุดมศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการ
6. จัดทำเอกสารคู่มือแจกเทคนิคการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในโรงงานอุตสาหกรรมสำหรับนักศึกษาและอาจารย์ในโครงการให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ
7. จัดทำแผนติดตามประเมินผลและพัฒนาหน่วยงานเพื่อยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษา การพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย
8. ประชาสัมพันธ์ Logo ของโครงการให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ
9. กำหนดสิทธิประโยชน์พิเศษเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจ สำหรับผู้ประกอบการที่นำผลผลิต นวัตกรรมของนักศึกษาไปใช้
10. จัดทำเครือข่ายข้อมูลการวางแผนและรายงานผลเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันระหว่างโครงการกับเจ้าของอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีที่สำคัญไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล
11. จัดตั้งหน่วยประสานงานในสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการในการจัดการ ผลผลิตของนักศึกษาให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ประกอบการ

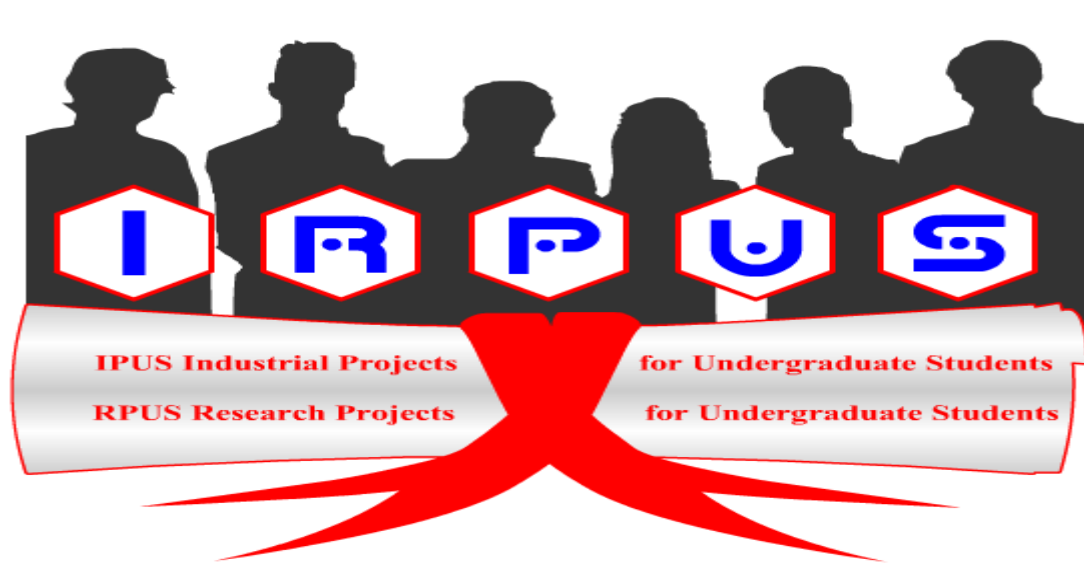
จากกลยุทธ์ที่นำเสนอมาทั้ง 4 ด้าน จำนวน 7 กลยุทธ์ ผู้วิจัยสามารถจำแนกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ

1. เรื่องภาพลักษณ์ตราผลผลิต
2. เรื่องความร่วมมือทางด้านการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต มาเป็นแนวคิดในการออกแบบตราผลผลิตของโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษา โดยดำเนินการตามแบบการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ที่ผู้วิจัยได้สรุปจากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต ซึ่งผู้วิจัยได้มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

- 1) การกำหนดตำแหน่งผลผลิต โดยกำหนดเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับวิศวกรรมและเทคโนโลยี

2) มีบุคลิกภาพเป็นเพศชาย ซึ่งมีอาชีพเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์ น่าเชื่อถือและทันสมัย มีทัศนคติเกี่ยวกับการหว่านโยไลใจสังคมและสิ่งแวดล้อม 3) มีเอกลักษณ์ของตราผลผลิต (สัญลักษณ์โครงการ IRPUS) สื่อให้เห็นถึงผลผลิตของนักศึกษาที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของผู้ประกอบการโดยเป็นการวิจัยที่ใช้ต้นทุนต่ำ ประหยัด 4) การสื่อสารให้เป็นที่รู้จักจะใช้การประชาสัมพันธ์ มุ่งเน้นการสื่อสารจากอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา ไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการโดยตรง ด้วยการจัดสัมมนาพบปะในกลุ่มผู้ประกอบการและใช้สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ในการเผยแพร่ให้มากขึ้น จากข้อมูลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำมาออกแบบตัวอย่างตราผลผลิตของโครงการ IRPUS แสดงในแผนภูมิที่ 15-16 ดังรายละเอียดต่อไปนี้



แผนภาพที่ 15 ตัวอย่างการออกแบบตราผลผลิตของโครงการ IRPUS แบบที่ 1

จากแผนภาพ ที่ 15 มีแนวความคิดในการออกแบบ แสดงให้เห็นถึง การทำงานให้ประสบผลสำเร็จ ได้นั้น จะต้อง มี 2

ส่วนประกอบกัน คือ สมอของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาและผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมที่ให้การสนับสนุน จะเห็นได้ว่าในรูป มีกลุ่มคนยืนอยู่ด้วยกัน และยืนคู่กันซึ่งเกิดจากการสนับสนุนของโครงการ IRPUS เปรียบได้กับนักศึกษาและผู้ประกอบการที่ได้ทำงานร่วมกัน ในแต่ละมุมของรูปหกเหลี่ยมแทน ความคิด ความรู้ ความสามารถ ความถนัด ความสนใจ และความมุ่งมั่น ส่วนม้วนกระดาษนั้นเปรียบเสมือนเป็นใบเกียรติบัตรที่เกิดจากผลสำเร็จของผลผลิตนักศึกษาที่สามารถแก้ปัญหาให้กับภาคอุตสาหกรรมได้ด้วยการวิจัย โดยมีโครงการ IRPUS เป็นผู้ประสานงาน



แผนภาพที่ 16 ตัวอย่างการออกแบบตราผลผลิตของโครงการ IRPUS แบบที่ 2

จากแผนภาพที่ 16 มีแนวคิดในการออกแบบแสดงให้เห็นถึง การทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น จะต้องมีส่วนประกอบกัน คือ สมอของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาและผู้ประกอบการ ในภาคอุตสาหกรรมที่ให้การสนับสนุน จะเห็นได้ว่าในรูปครึ่งวงกลมสีเขียวอ่อนและสีเขียวเข้มประกบคู่เป็นรูปวงกลม ซึ่งเปรียบได้กับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาและผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมที่ได้ทำงานด้วยกัน และมีชื่อของโครงการ IRPUS และตัวอักษร C อยู่ตรงกลางของตรา ที่มาจากราค่า Collaboration สื่อถึงโครงการ IRPUS เป็นผู้ประสานงานเพื่อให้เกิดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับสถาบันอุดมศึกษา

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา และนักศึกษา ข้อเสนอแนะเพื่อการเชื่อมโยงโครงการ IRPUS ในการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา และนักศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการ IRPUS เพื่อการเชื่อมโยงโครงการ IRPUS ในการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา โดยผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (จำนวนเลขในวงเล็บคือ จำนวนผู้แสดงความคิดเห็น)

การจัดการกิจกรรมสหกิจศึกษา

1. ด้านการเตรียมความพร้อมของนักศึกษา

ผู้ประกอบการ (5)

- นักศึกษาต้องรู้ปัญหาในภาคอุตสาหกรรมและประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎี หลักการที่ได้มาแก้ปัญหา
- สถาบันอุดมศึกษาต้องปูพื้นฐานและทำความเข้าใจกับนักศึกษาถึงการเรียนในชั้นเรียนกับการทำงานจริง เพราะนักศึกษาแยกแยะไม่ค่อยออก
- นักศึกษาต้องทำงานตามที่ตนเองถนัด และตรงกับโครงการที่ตนเองทำไป ซึ่งจะให้นักศึกษาปรับตัวและรับรู้ได้จริง
- มีการปฐมนิเทศให้นักศึกษาตระหนักถึงความรู้ที่จะได้จากสถานศึกษา มีการศึกษาดูงาน และเตรียมความพร้อม
- เริ่มทำโครงการตั้งแต่ชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป

ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา (4)

- นักศึกษาต้องเรียนรู้ภาคทฤษฎีก่อนเข้าปฏิบัติงานจริง
- มีการปฐมนิเทศให้นักศึกษาตระหนักถึงความรู้ที่จะได้จากสถานศึกษา มีการศึกษาดูงาน และเตรียมความพร้อม
- เนื้อหาหลักสูตรควรปรับปรุงให้มีการนำไปใช้งานมากขึ้น โดยการมีกรณีศึกษา
- นักศึกษาต้องมีการเตรียมความพร้อมในการเรียนรู้มาตรฐานสากลประเภทต่างๆ ที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรม

นักศึกษา (4)

- ต้องจัดการอบรมให้นักศึกษาก่อนไปปฏิบัติงาน เพื่อให้เข้าใจในระบบงาน
- สถาบันการศึกษาควรมีเครือข่ายกับสถานประกอบการ
- ประชาสัมพันธ์มากขึ้น
- สถาบันการศึกษาควรมีเครือข่ายกับสถานประกอบการ

2. ด้านการจัดหางานสหกิจศึกษา

ผู้ประกอบการ (1)

- ดำเนินงานให้ครอบคลุมทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา (3)

- กำหนดหลักเกณฑ์การจัดหางาน สถานประกอบการที่ความพร้อมในการรับนักศึกษาเข้าอบรม
- ต้องทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการให้เข้าใจใน IRPUS อย่างถ่องแท้ ไม่เช่นนั้นจะเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการ อาจารย์ที่ปรึกษา และนักศึกษา
- ให้สถานประกอบการส่งตำแหน่งงาน และลักษณะงานที่ทำให้ทางมหาวิทยาลัย หรือ สกว. เพื่อให้มีการพิจารณาจัดส่งนักศึกษาที่ต้องการทำงานในตำแหน่งนั้น

นักศึกษา (6)

- อาจารย์ต้องจัดหางานให้นักศึกษาได้ทำ
- ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความตัดสินใจของอาจารย์
- มีคำตอบแทนเป็นแรงจูงใจ
- จัดประชุมระหว่างสถาบันการศึกษากับสถานประกอบการ
- ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนวิจัยทั้งหมด
- ควรเพิ่มรายวิชาที่สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงานได้จริง
- ให้นักศึกษามีส่วนในการรับทราบปัญหาของผู้ประกอบการ

3. ด้านการคัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

ผู้ประกอบการ (4)

- เลือกตามความต้องการจริง ความถนัดจริง อยากทำ และสนใจงานนั้นจริง ๆ
- กำหนดหลักเกณฑ์การคัดเลือกที่เหมาะสมร่วมกันระหว่างสถานประกอบการและสถานศึกษา
- ต้องมีความรู้ และความสามารถที่หลากหลาย
- ต้องคัดเลือกนักศึกษาที่มีคุณธรรม จริยธรรม ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และพร้อมเรียนรู้งานให้ดี อยู่เสมอ

ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา (2)

- หากนักศึกษามีความรู้ ความสามารถ และผลการปฏิบัติจริงที่ได้ฝึกงานในสถานประกอบการ น่าจะได้รับการบรรจุเป็นพนักงานในสถานประกอบการนั้น ๆ
- ต้องมีการสัมภาษณ์ก่อนรับเข้าปฏิบัติงาน

นักศึกษา (5)

- เกรด
- บุคลิกภาพ
- ความเหมาะสมของงาน
- ความสนใจของนักศึกษา
- ทักษะความสามารถและการแก้ปัญหา

4. ด้านการจัดลักษณะงานสหกิจศึกษา

ผู้ประกอบการ (3)

- ให้นักศึกษามีโอกาสเรียนรู้งาน
- ให้นักศึกษาปฏิบัติงานจริง และต่อเนื่องอย่างน้อย 1 ปี
- จัดลักษณะงานให้เหมาะสมกับความสนใจกับนักศึกษา

ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา (3)

- ลักษณะงานที่สถานประกอบการ ควรเป็นลักษณะงานที่เป็นงานวิจัยและพัฒนา
- ต้องดำเนินการประชุมเชิงปฏิบัติการ
- จัดให้มีการสอนสหกิจศึกษาในช่วงฤดูร้อน ไม่ควรใช้เวลาถึง 1 ภาคการเรียน ซึ่งจะทำให้การเรียนวิชาอื่น ๆ ในหลักสูตรติดขัดเป็นอย่างยิ่ง

นักศึกษา (2)

- ต้องตรงกับสายที่เรียนมา
- ควรเพิ่มชั่วโมงฝึกงาน
- มุ่งเน้นประสบการณ์การทำงาน
- ให้สถานประกอบการเป็นพี่เลี้ยงช่วยสอนในการทำงานจริง

5. ด้านการนิเทศสหกิจศึกษา โดยอาจารย์นิเทศที่สถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

ผู้ประกอบการ (3)

- อาจารย์ต้องมีความรู้ มีหลักการที่สามารถชี้แจงให้ผู้ประกอบการเพิ่มผลที่ชัดเจน
- การนิเทศของอาจารย์ไม่ควรบอกนักศึกษาให้ทราบล่วงหน้า
- มีการติดตามอย่างน้อย 3 ครั้ง คือ ช่วงเริ่มต้นเพื่อตกลงในสิ่งที่นักศึกษาต้องทำ ช่วงติดตามความก้าวหน้า และช่วงสุดท้าย เพื่อว่าผลการปฏิบัติงานของนักศึกษา

ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา (1)

- อาจารย์นิเทศจะต้องเข้าไปรับทราบปัญหาด้วยตนเอง

นักศึกษา (2)

- อาจารย์และผู้ประกอบการจะนิเทศงานที่ภาควิชา
- บางครั้งเป็นรุ่นพี่ที่เป็นศิษย์เก่าทำงานอยู่ในสถานประกอบการ

6. ด้านการประเมินผล

ผู้ประกอบการ (5)

- มีการมอบประกาศนียบัตรให้แก่นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ
- มีการกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลที่ชัดเจน
- ต้องมีแหล่งที่มาและข้อมูลที่สามารถอ้างอิงออกมาเป็นตัวเลขได้อย่างชัดเจน
- ปัจจุบันการประเมินผลไม่ชัดเจน ต้องกำหนดวัตถุประสงค์หรือดัชนีชี้วัดให้ชัดเจน
- การประเมินผลการปฏิบัติงาน ควรเป็นหน้าที่ของสถานประกอบการ

ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา (1)

- เกณฑ์ที่ออกให้นักศึกษา ไม่ควรเป็น A B C D F แต่ควรเป็นการประเมินผลในภาพรวมว่าผ่านหรือไม่ผ่าน
- การประเมินผลควรแบ่งเป็น 2 อย่าง คือ ประเมินผลการปฏิบัติงาน และ ประเมินผลโครงการ
- ให้สถานประกอบการประเมินร้อยละ 80 และสถานศึกษา ร้อยละ 20
- มีการออกแบบการประเมินผลให้สถานประกอบการ

นักศึกษา (2)

- ต้องมีทั้งอาจารย์และผู้ประกอบการด้วย

จากผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ และผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ IRPUS เพื่อการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษานั้น สรุปได้ว่า การจัดการสหกิจศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษานั้น ต้องได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการเพื่อให้เข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการให้มากขึ้น โครงการ IRPUS จึงเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถจะผลักดันการมีส่วนร่วมระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการให้ร่วมมือกันในสนับสนุนแหล่งการเรียนรู้และพัฒนานักศึกษาจากประสบการณ์ที่ได้ทำงานในสภาพแวดล้อมจริง ซึ่งจะทำให้ นักศึกษามีความพร้อมที่จะออกไปทำงานได้ตรงตามเป้าหมายของการพัฒนาประเทศ

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษา พบว่า นักศึกษามีความเห็นว่าการจัดการศึกษาในปัจจุบันยังเป็นรูปแบบเดิม โดยยึดหลักการและแนวทฤษฎีมากเกินไป มีการปฏิบัติน้อย โดยนักศึกษาเห็นด้วยกับการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง เช่น ควรเพิ่มชั่วโมงฝึกงานหรือให้นักศึกษาเข้าไปมีส่วนร่วมรับทราบข้อปัญหาของผู้ประกอบการ และเสนอให้สถาบันอุดมศึกษาต้องสร้างเครือข่ายกับสถานประกอบการ เพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาทักษะความรู้

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพื่อการเชื่อมโยงโครงการ IRPUS ในการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

จากการวิเคราะห์แนวคิดของการจัดการกิจกรรมสหกิจศึกษาในสภาพปัจจุบันพบว่า ในประเทศไทยแนวคิดสหกิจศึกษายังคงเป็นเรื่องที่ใหม่ มีสถาบันอุดมศึกษาที่นำแนวคิดดังกล่าวมาปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางยังไม่มากนัก รูปแบบการจัดการยังไม่หลากหลายและเป็นการนำรูปแบบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีมาเป็นแบบอย่าง

ในการจัดการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ถือว่าโครงการ IRPUS เป็นโครงการที่สนับสนุนการสร้างบัณฑิตในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมกับภาคอุตสาหกรรมเพื่อให้นำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในสถานประกอบการ ซึ่งในการจัดกิจกรรมในโครงการดังกล่าวสามารถที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบในการส่งเสริมการทำงานวิจัยของนักศึกษาควบคู่ไปกับการดำเนินการจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับสภาพการณ์จริงในสถานประกอบการได้ ซึ่งวิธีการดำเนินการในลักษณะของการจัดสหกิจศึกษานั้น เป็นส่วนสำคัญยิ่งในการพัฒนาบัณฑิตให้ประสบผลสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ตามความต้องการของโครงการที่ตั้งไว้เป็นอย่างดี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1-5 ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการ IRPUS และสหกิจศึกษา ประกอบกับการเสนอรายละเอียดของสหกิจศึกษาในบทที่ 2 ผู้วิจัยจึงได้ข้อสรุปเพื่อการเชื่อมโยงโครงการ IRPUS ในการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ข้อเสนอแนะเพื่อการเชื่อมโยงโครงการ IRPUS ในการจัดการสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ความสอดคล้องและความแตกต่างระหว่างโครงการ IRPUS และสหกิจศึกษา

ความสอดคล้อง

1. มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างความรู้ ทักษะ และเจตคติในตัวผู้เรียน เพื่อให้ได้บัณฑิตที่เปี่ยมทักษะ
2. พัฒนาบัณฑิตให้สามารถนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในสถานประกอบการ
3. พัฒนาทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการสื่อสาร รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อสาขาอาชีพ
3. สร้างประสบการณ์ในการปฏิบัติงานของนักศึกษา.
4. ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทั้งในสถาบันอุดมศึกษา และการศึกษาดด้วยตนเอง
5. ให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาที่เน้นการผสมผสานกันระหว่างภาคทฤษฎีกับภาคปฏิบัติ
6. เสริมสร้างโอกาสในการพัฒนาผลผลิตและสร้างนวัตกรรมใหม่
7. มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
8. สร้างความร่วมมือทางวิชาการ การวิจัยและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการ

ความแตกต่าง

โครงการ IRPUS	สหกิจศึกษา
1. นักศึกษาในโครงการสามารถเสนอโจทย์ปัญหาให้กับอาจารย์ และสถานประกอบการเพื่อเสนอเป็นโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของสถานประกอบการได้	1. นักศึกษาสหกิจศึกษาจะได้รับโจทย์ปัญหาจากผู้ประกอบการที่ไปปฏิบัติงานโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นงานในหน้าที่และความรับผิดชอบตามที่สถานประกอบการกำหนด
2. การคัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะเน้นนักศึกษาที่มีความสนใจกับโจทย์ปัญหาของผู้ประกอบการ	2. การคัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมสหกิจศึกษา ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักศึกษาสหกิจศึกษา

โครงการ IRPUS	สหกิจศึกษา
3. สถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการได้ประโยชน์โดยตรงเนื่องจากผลผลิตของนักศึกษาตอบรับกับโจทย์และความต้องการของผู้ประกอบการที่ได้เสนอผ่านโครงการ	3. การปฏิบัติงานของนักศึกษาส่วนใหญ่จะให้นักศึกษาทำงานประจำที่มีการกำหนดระยะเวลาและการนำเสนอรายงานทางวิชาการมากกว่าที่จะเน้นผลผลิตของนักศึกษา
4. อาจารย์ได้มีโอกาสนำผลการวิจัยที่ได้จากนักศึกษาและผู้ประกอบการในโครงการไปพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนและอาจจะทำวิจัยต่อเนื่อง	4. อาจารย์สหกิจศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานวิจัยค่อนข้างน้อย เนื่องจากไม่มีนโยบายในการส่งเสริมที่ชัดเจน
5. การนำเสนอประเด็นโครงงานวิจัยของนักศึกษาในโครงการจะต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ของ สกว. โดยมีเกณฑ์ที่เข้มงวด	5. การนำเสนอรายงาน จะต้องจัดทำร่างรายงานทางวิชาการ (Report outline) เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา เพื่อขอความเห็นชอบก่อน
6. ระยะเวลาการทำงานในโครงการเกิดจากการฝึกงานภาคฤดูร้อนของนักศึกษาและวิชาโครงงานปีสุดท้าย (Final year projects) เป็นหลัก	6. ระยะเวลาการทำงาน 1 ภาคการศึกษา และใช้เวลาถึง 4 เดือน
7. โครงการมีเงินทุนสนับสนุนการทำวิจัยโดยผ่านคณะต้นสังกัด จากทาง สกว.	7. ไม่พบข้อมูลการจัดงบประมาณสนับสนุนการทำวิจัยให้กับนักศึกษา และไม่มีนโยบายในการส่งเสริมที่ชัดเจน
8. ไม่มีอาจารย์ไปนิเทศงานโครงการ	8. มีอาจารย์นิเทศงานในระยะเวลาปฏิบัติงาน
9. สถานประกอบการสามารถนำผลผลิตไปจดลิขสิทธิ์หรือนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดมูลค่าเชิงพาณิชย์ได้	9. สถานประกอบการนำผลผลิตของนักศึกษาไปประยุกต์ใช้ได้บ้าง เนื่องจากไม่มีนโยบายในการส่งเสริมที่ชัดเจน

จากประเด็นความสอดคล้องและความแตกต่างระหว่างโครงการ IRPUS และสหกิจศึกษา ผู้วิจัยขอเสนอแนะหลักการของโครงการ IRPUS มาปรับประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดการส่งเสริมการจัดสหกิจศึกษาขึ้น เพื่อเป็นข้อเสนอแนะการเชื่อมโยงโครงการ IRPUS ในการจัดการสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

1. นักศึกษาสหกิจศึกษาสามารถเสนอโจทย์ปัญหาให้กับอาจารย์ และผู้ประกอบการเพื่อเสนอเป็นโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของสถานประกอบการได้
2. การคัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการต้องเน้นนักศึกษาที่มีความสนใจกับโจทย์ปัญหาของผู้ประกอบการ ทั้งนี้สถาบันอุดมศึกษาต้องหาแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่าย คือ นักศึกษาและผู้ประกอบการ
3. การนำเสนอประเด็นโครงการวิจัยของนักศึกษาสหกิจศึกษาจะต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ของหน่วยงานโดยมีเกณฑ์ที่เข้มงวดและชัดเจน
4. อาจารย์ต้องมีโอกาสนำผลการวิจัยที่ได้จากนักศึกษาและผู้ประกอบการนำไปพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนและอาจจะทำวิจัยต่อเนื่อง
5. สถาบันอุดมศึกษาต้องสานความร่วมมือกับสถานประกอบการ
 - 5.1 ด้านการตั้งประเด็นปัญหาทางด้านการวิจัย โดยเปิดโอกาสให้สถานประกอบการตั้งประเด็นปัญหาหรือโจทย์การวิจัยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
 - 5.2 สถานประกอบการควรมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน การมีส่วนกำหนดเกณฑ์การวัดและประเมินผลสหกิจศึกษา การเป็นวิทยากรพิเศษเพื่อให้ความรู้เฉพาะทาง
 - 5.3 สถาบันอุดมศึกษาควรให้สถานประกอบการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการรับนักศึกษาเพื่อให้ได้ผลผลิตของนักศึกษาตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ
6. สถาบันอุดมศึกษาควรปรับเปลี่ยนหรือยืดหยุ่นเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับระยะเวลาของนักศึกษาสหกิจศึกษาและเพื่อเอื้อต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการ
7. การจัดสหกิจศึกษาต้องส่งเสริมนโยบายสนับสนุนงบประมาณการทำวิจัยให้กับนักศึกษา โดยประสานงานกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงบรรยาย มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. สัมภาษณ์ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจ
2. วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษา
3. พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี
4. เสนอแนวทางการเชื่อมโยงโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีในการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ได้ตอบแบบสอบถามจำนวน 94 คน และนักศึกษาที่ได้สร้างผลผลิตในโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยมีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจจำนวน 8 คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตในสถาบันอุดมศึกษาและในวงการธุรกิจ และมีประสบการณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราผลผลิตเกี่ยวกับภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 15 คน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบกลยุทธ์จำนวน 8 คน

การดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน สรุปได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สัมภาษณ์ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจ โดยดำเนินการดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับลักษณะการสร้างภาพลักษณ์ ลักษณะตราผลผลิต การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตในวงการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

1.2 สำรวจผลผลิตที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

1.3 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าในขั้นตอนที่ 1 และข้อมูลจากการสำรวจมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นและแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับผลผลิตของนักศึกษาของโครงการ ที่ได้นำไปใช้ในวงการธุรกิจ ได้แก่ 1) แบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจต่อผลผลิตของนักศึกษาโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี สำหรับผู้ประกอบการและผู้บริหารในสถาบันอุดมศึกษา และ 2) แบบสัมภาษณ์คุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนาผลผลิตไปสู่การนำไปใช้ในวงการธุรกิจ สำหรับสัมภาษณ์นักศึกษา และตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการ 2 ลักษณะ คือ ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจ ต่อผลผลิตของนักศึกษาโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี เพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดลำดับความสำคัญ และการแปลค่า และข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์คุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนาผลผลิตไปสู่การนำไปใช้ในวงการธุรกิจ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์การสร้างตราผลผลิตและการสร้างภาพลักษณ์ในวงการธุรกิจเพื่อนำมาปรับใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยดำเนินการ ดังนี้

2.1 นำผลจากการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 2 และผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์มาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการสร้างภาพลักษณ์ ลักษณะตราผลผลิต การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตในวงการธุรกิจ

2.2 สัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการสร้างภาพลักษณ์ ลักษณะตราผลผลิต การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตในวงการธุรกิจ เพื่อสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 ท่าน คือผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตในสถาบันอุดมศึกษาและในวงการธุรกิจ จำนวน 10 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราผลผลิตเกี่ยวกับ ภาครัฐและภาคเอกชนด้านวิศวกรรมการผลิต วิศวกรรมโยธาและสิ่งแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี ข้อมูลและการสื่อสาร ด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ และ

ด้านเทคโนโลยีชีวภาพและอาหาร จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดย ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน

2.3 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการสร้างภาพลักษณ์ ลักษณะตราผลผลิต การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตในวงการธุรกิจ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระ

2.4 ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาสาระนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี เพื่อพัฒนาไปสู่การสร้างกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

ขั้นตอนที่ 3 การจัดทำกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยมีการดำเนินการดังนี้

3.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต โดยนำข้อมูลเกี่ยวกับโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา นักศึกษา และผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ ตราผลผลิตมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ตลอดจนแนวทางการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการนำผลผลิตของโครงการไปใช้

3.2 เขียนโครงร่างกลยุทธ์ โดยทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ดังนี้

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เกี่ยวข้องกับผลผลิตของโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ด้านโครงสร้างและนโยบาย ด้านลักษณะและบริการ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ ด้านการบริหารจัดการ

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เกี่ยวข้องกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และอื่นๆ

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก มาจัดทำเป็นโครงร่างกระบวนการจัดการกลยุทธ์ และทิศทางขององค์กร โดยกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับแผนงาน และกลยุทธ์ระดับโครงการ ดังนี้

- 1) การจัดวางทิศทางขององค์กร ได้แก่ การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์
- 2) การกำหนดระดับของกลยุทธ์ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของ

โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ซึ่งเป็นวิธีการที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

3) การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อมุ่งเน้นการการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

3.3 การตรวจสอบกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยการนำเสนอกลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการนำผลผลิตของโครงการไปใช้ ที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขปรับปรุงให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 เสนอแนวทางการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ตามกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยมีการดำเนินการดังนี้

4.1 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าในขั้นตอนที่ 1 ถึงขั้นตอนที่ 4 โดยมีข้อมูลเกี่ยวกับโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา มาเป็นแนวทางในการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

4. 2 เสนอแนวทางการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตจากโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง 6 ด้าน คือ 1) ด้านการเตรียมความพร้อมของนักศึกษา 2) ด้านการจัดหางานสหกิจศึกษา 3) ด้านการคัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการ 4) ด้านการจัดลักษณะงานสหกิจศึกษา 5) ด้านการนิเทศสหกิจศึกษา โดยอาจารย์นิเทศที่สถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา และ 6) ด้านการประเมินผล

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการสำรวจผลผลิตของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจ

จากการสำรวจผลผลิตที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจ ของนักศึกษาในโครงการ อุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยดำเนินการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นตั้งแต่ปี 2545 ถึงปัจจุบัน จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและสถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วม โครงการฯ ปรากฏว่า มีผลผลิตของนักศึกษาในโครงการ IRPUS พบว่า ผลผลิตของนักศึกษามี 2 ลักษณะ คือ 1) ผลผลิตที่ได้รับการจดสิทธิบัตร 2) ผลผลิตที่อยู่ในขั้นตอนการพัฒนาผลการ ทดลองในโครงการต่อ ยอด เพื่อให้ได้รับการต่อยอดในเชิงธุรกิจเป็นลำดับต่อไป

จากการสำรวจพบว่า มีเพียง 2 ผลงานเท่านั้นที่ได้รับการจดสิทธิบัตร คือ ผลงานจากโครงการ การศึกษาและเตรียมแผ่นสไลด์รีน – เมทิลเมทาคริลิตโคพอลิเมอร์ ทนแรงกระแทกแบบโปร่งใส โดย กระบวนการหล่อ และผลงานจากโครงการการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการเผาไหม้ในเครื่องยนต์ แก๊สโซลีนที่อัตราเร็วรอบปานกลางถึงสูง ผลงานของนักศึกษาเหล่านี้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้กับภาคอุตสาหกรรม และยัง นำไปใช้ในเชิงธุรกิจได้อีกด้วย และยังมีผลงานอื่นๆ อีกประมาณ 82 โครงการ (รายชื่อโครงการ และสถาบันของนักศึกษาเพิ่มเติมในภาคผนวก) เป็นโครงการที่ได้นำไปพัฒนาเพิ่มขึ้นไป เพื่อให้ เป็นเทคโนโลยีที่ใช้งานได้จริง แต่ยังคงอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาผลการทดลองในโครงการต่อ ยอด เพื่อให้ได้รับการต่อยอดในเชิงธุรกิจเป็นลำดับต่อไป นอกจากนี้ยังมีโครงการที่ได้รับรางวัลจากการ ประกวดด้านนวัตกรรมแห่งประเทศไทยจำนวน 9 โครงการ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา
เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหาร สถาบันอุดมศึกษาเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา

ด้านคุณประโยชน์ของผลผลิต พบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา มีความ คิดเห็นต่อด้านคุณประโยชน์ของผลผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยผลผลิต โครงการ IRPUS ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างนักศึกษา อาจารย์และผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ย สูงสุด (4.35) รองลงมาคือ ผลผลิตโครงการ IRPUS เป็นผลผลิตที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ผลผลิตโครงการ IRPUS มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับ ผลผลิตอื่นๆ และ ผลผลิตโครงการ IRPUS มีคุณภาพดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตอื่นๆ

ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30 และ 3.40 ตามลำดับ)

ด้านคุณค่าของผลผลิต พบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อด้านคุณค่าของผลผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยผลผลิตโครงการ IRPUS ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างงานอุตสาหกรรมและการวิจัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.22) รองลงมาคือ ผลผลิตโครงการ IRPUS มีบทบาทในการส่งเสริมความคิดริเริ่มของนักศึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.14) ผลผลิตโครงการ IRPUS เชื้อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของประชาชน ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) เมื่อพิจารณาแยกตามสถานภาพของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อด้านคุณค่าของผลผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยผลผลิตโครงการ IRPUS มีบทบาทในการส่งเสริมความคิดริเริ่มของนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ ผลผลิตโครงการ IRPUS ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างงานอุตสาหกรรมและการวิจัย (ค่าเฉลี่ย 4.16) สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาที่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยผลผลิตโครงการ IRPUS ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างงานอุตสาหกรรมและการวิจัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ ผลผลิตโครงการ IRPUS ก่อให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ด้านลักษณะของตราผลผลิต พบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อลักษณะของตราผลผลิตให้เห็นถึงลักษณะ โดยส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีลักษณะเป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์ (ร้อยละ 76.6) รองลงมาคือ เป็นคนน่าเชื่อถือ และเป็นคนทันสมัย (ร้อยละ 42.6 และ 39.4 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมโครงการให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า การส่งเสริมโครงการให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการโดยผ่านกิจกรรมหรือสื่อต่าง ๆ ได้แก่ การจัดสัมมนาพบปะในกลุ่มผู้ประกอบการ เป็นกิจกรรมที่เสนอมากที่สุด (ร้อยละ 66.0) รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ (ร้อยละ 63.8)

ด้านการใช้สื่อที่ทำให้เป็นที่รู้จักของผู้ประกอบการ พบว่า สื่อที่ทำให้ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษารู้จักโครงการมากที่สุดคือ อาจารย์จากสถาบันการศึกษา (ร้อยละ 78.05) รองลงมาคือ สิ่งพิมพ์โปสเตอร์ (ร้อยละ 30.49) เมื่อพิจารณาตามสถานภาพของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่รู้จักโครงการจากอาจารย์สถาบันการศึกษา (ร้อยละ 59.76) รองลงมาคือ เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ (ร้อยละ 17.07)

สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาส่วนใหญ่รู้จักโครงการจากสื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ (ร้อยละ 19.51) รองลงมาคือ อาจารย์จากสถาบันการศึกษา (ร้อยละ 18.29)

ด้านสาเหตุการเข้าร่วมโครงการ พบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเข้าร่วมโครงการ เป็นสาเหตุจากการตัดสินใจเข้าร่วมเองโดยสมัครใจมากที่สุด (ร้อยละ 40.5) รองลงมาคือ ได้รับมอบหมายจากที่ทำงานให้เข้าร่วม (ร้อยละ 25.3) เมื่อพิจารณาแยกตามสถานภาพผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการเพราะตัดสินใจเข้าร่วมเองโดยสมัครใจมากที่สุด (ร้อยละ 24.1) รองลงมาคือ ได้รับมอบหมายจากที่ทำงานให้เข้าร่วม (ร้อยละ 22.8) สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาส่วนใหญ่เข้าร่วมโครงการเพราะตัดสินใจเข้าร่วมเองโดยสมัครใจ (ร้อยละ 16.5)

ด้านปัจจัยการเข้าร่วมโครงการ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา คือ กระบวนการดำเนินงานของโครงการจะเป็นประโยชน์กับธุรกิจที่ทำ มากที่สุด (ร้อยละ 55.7) รองลงมาคือ มีงบประมาณสนับสนุนให้ (ร้อยละ 43.0) เมื่อพิจารณาแยกตามสถานภาพของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ คือ กระบวนการดำเนินงานของโครงการจะเป็นประโยชน์กับธุรกิจที่ทำมากที่สุด (ร้อยละ 48.1) รองลงมาคือ ต้องการได้รับความรู้ใหม่ ๆ จากเทคโนโลยีและความทันสมัย (ร้อยละ 35.4) สำหรับปัจจัยที่ทำให้ผู้บริหารสถานศึกษาเข้าร่วมโครงการ คือ มีงบประมาณสนับสนุนมากที่สุด (ร้อยละ 17.7) รองลงมาคือ เป็นโครงการของ สกว. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษา (ร้อยละ 10.1)

ด้านคุณลักษณะของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง พบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษามีความคิดเห็นต่อด้านคุณลักษณะของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยอาจารย์ที่ปรึกษาในโครงการ IRPUS มีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.03) รองลงมาคือ ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของการเข้าร่วมโครงการ IRPUS (ค่าเฉลี่ย 3.82) และผู้ประกอบการชักชวนผู้ประกอบการอื่นๆ ที่รู้จักสนับสนุนผลผลิตในโครงการ IRPUS ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษามีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ด้านการดำเนินการโครงการ พบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเพื่อให้ผลผลิตในโครงการ IRPUS เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้ประกอบการ (ร้อยละ 91.5) รองลงมาคือ ชื่อโครงการ IRPUS เป็นชื่อที่จำได้ง่าย และสร้างตราผลผลิตเพื่อให้ผู้ประกอบการเห็นคุณค่าและความภูมิใจที่ได้นำผลผลิตใน

โครงการ IRPUS ไปใช้ (ร้อยละ 88.3 และ 87.2 ตามลำดับ) ส่วนสัญลักษณ์มีคุณลักษณะที่โดดเด่น สะดุดตา ใจให้คนมอง มีผู้เห็นด้วยน้อยที่สุด (ร้อยละ 72.3)

ส่วนที่ 2 ผลจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงการดำเนินงานของโครงการ IRPUS ที่ได้จากการสอบถามผู้ประกอบการ จำนวน 68 คน และผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาจำนวน 26 คน ผู้วิจัยสรุปเป็นประเด็นข้อเสนอแนะได้ 7 องค์ประกอบ คือ

- 1) ด้านความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา กับสถานประกอบการ พบว่าสถาบันการศึกษา และสถานประกอบการร่วมมือกันดี แต่ยังขาดการติดตามและการประเมินถึงประโยชน์ที่ได้รับ
- 2) ด้านการจัดการ พบว่าก่อนเริ่มโครงการจะต้องมีการประชุมร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่ของ สกว. อาจารย์ปรีक्षा นักศึกษา และตัวแทนของสถานประกอบการ เพื่อกำหนดแนวทางที่ชัดเจน ในการดำเนินงาน
- 3) ด้านผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่าต้องให้นักศึกษาในโครงการรายงานผลการดำเนินโครงการกับสถานประกอบการเป็นระยะจนเสร็จสิ้น
- 4) ด้านประชาสัมพันธ์ พบว่าการประชาสัมพันธ์ ยังน้อย ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น
- 5) ด้านงบประมาณ พบว่าต้องมีเงินสนับสนุน เป็นเงินเบี้ยเลี้ยงให้กับนักศึกษาระหว่างทำโครงการ
- 6) ด้านผลผลิตโครงการ พบว่า เมื่อเสร็จสิ้นโครงการควรมีนโยบายเพื่อนำผลงานที่ได้ไปต่อยอดหรือให้การสนับสนุนให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ต่อ และ
- 7) ด้านภาพลักษณ์ พบว่า เป็นโครงการที่ดี แต่อยากให้ เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากทุกสาขาวิชาได้มีโอกาสเข้าร่วม

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ได้มีการนำไปใช้ในเชิงธุรกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างตราผลผลิตที่ได้มีการนำไปใช้ในเชิงธุรกิจ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ นำเสนอผลเป็นแผนภูมิเดนไดรแกรม โดยแนวคิดการสร้างตราผลผลิต (Brand) ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนที่ 1 การสร้างตราผลผลิตต้องเน้นด้านความสำคัญ โดย 1) ทำให้รู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของเรา 2) ทำให้ติดตลาด 3) แนะนำให้คนรู้จัก 4) สร้างความแตกต่าง 5) สร้างภาพลักษณ์ให้องค์การ 6) เอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงผลผลิตหรือองค์กรนั้น ๆ 7) สร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า 8) เป็นความยั่งยืนยิ่งกว่าทรัพย์สินที่มีค่าของคนและองค์การ

ด้านความหมาย คือ 1) การทำเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก 2) เป็นตัวแทนของผลผลิตและองค์กร 3) ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสัมผัสได้ 4) ทำให้ภาพลักษณ์ดูดีขึ้น

ด้านวิธีการ คือ 1) การโฆษณา 2) ผลผลิตที่แตกต่าง 3) ประชาสัมพันธ์ 4) สำรวจตลาด
5) ใช้ตราสัญลักษณ์ 6) นิยามผลผลิต 7) การวิเคราะห์ 8) พิจารณาผลผลิต 9) พิจารณาจุดเด่น

ส่วนที่ 2 เครื่องมือ/กระบวนการ เพื่อส่งเสริมตราผลผลิตให้ประสบความสำเร็จ

ต้องใช้ 1) สื่อโฆษณา 2) Logo สัญลักษณ์ 3) ประชาสัมพันธ์ 4) ด้านเทคนิค 4 P ได้แก่ Price
ราคา, Place ช่องทางการจัดจำหน่าย, Promotion วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย, Product
ผลผลิตนักศึกษา

ส่วนที่ 3 การสร้างภาพลักษณ์ มีหลักการคือ 1) มี Concept, ปรัชญาที่ประทับใจ
2) มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี 3) ใช้ Slogan (คำขวัญ) อย่างง่าย ๆ เพื่อให้ติดปาก 4) มีการแนะนำ
ผลผลิตและองค์การ

ส่วนที่ 4 การสร้างตราผลผลิตโครงการ IRPUS ที่พัฒนาจากการสร้างตราผลผลิตในเชิง
ธุรกิจ ประกอบด้วย 1) กำหนดตำแหน่งผลผลิต 2) กำหนดบุคลิกภาพของผลผลิต 3) สร้าง
เอกลักษณ์ 4) สื่อสารเพื่อสร้างตราผลผลิต

ตอนที่ 4 ผลการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรม
และวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในสหกิจศึกษา

เมื่อได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหาร
สถาบันอุดมศึกษา และวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก
แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมา จัดทำโครงร่างกลยุทธ์และ
ทิศทางของโครงการ IRPUS เพื่อกำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ
IRPUS โดยทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก โดยกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร
กลยุทธ์ระดับแผนงาน และกลยุทธ์ระดับโครงการ การจัดวางทิศทางขององค์กร ได้แก่ การ
กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และการตรวจสอบกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต
โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี โดยการนำเสนอกลยุทธ์และแนว
ทางการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการนำผลผลิตของโครงการไปใช้ ที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์
โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขปรับปรุงให้มีความเหมาะสม โดยได้กลยุทธ์
ของโครงการ จำนวน 7 กลยุทธ์ ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเด็นหลัก คือ กลยุทธ์ด้านการสร้าง
ภาพลักษณ์ตราผลผลิต และกลยุทธ์ด้านการสร้างความร่วมมือ โดยผู้วิจัยขอเสนอผลการ
พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษา
ปริญญาตรี ดังนี้

กลยุทธ์และทิศทางเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS

วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งสู่การเป็นหน่วยงานที่เน้นเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับภาคอุตสาหกรรมในด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษา

พันธกิจ (Mission)

โครงการ IRPUS เป็นหน่วยงานที่เน้นการสร้างเครือข่ายพหุภาคีด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เสริมสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตแก่ผู้ประกอบการ โดยสนับสนุนทุนการวิจัย ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการนักศึกษา อาจารย์ และส่งเสริมการทำงานด้านการวิจัยร่วมระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการในภาคอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดการร่วมมือในด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และมุ่งสู่การพัฒนาเทคโนโลยีอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Objectives)

1. เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการแก่ผู้ประกอบการ
2. เพื่อนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาสนับสนุนด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินกิจกรรมสนับสนุนการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นนักศึกษาฝึกประสบการณ์จากการปฏิบัติจริง และการปรับปรุงภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ

กลยุทธ์ระดับองค์กร

กลยุทธ์ข้อที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพความร่วมมือด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับองค์กรพันธมิตร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาศักยภาพบัณฑิตให้มีความพร้อมปฏิบัติงานในยุคโลกาภิวัตน์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ข้อที่ 2 ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเชิงรุกผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย รวมทั้งการสร้างค่านิยมด้านผลผลิตของนักศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ข้อที่ 3 ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาศักยภาพรวมทั้งผลผลิตและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ข้อที่ 4 เร่งรัดพัฒนาโครงสร้างการบริหารโครงการ IRPUS รองรับการยกฐานะเป็น ศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่ง ประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม

กลยุทธ์ข้อที่ 5 สร้างมูลค่าแก่ผลผลิต ด้วยระบบการบริหารจัดการและการสร้างแรงจูงใจ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตให้เป็นที่แพร่หลายในระดับชาติ

กลยุทธ์ข้อที่ 6 ขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา เพื่อการนำผลผลิตและนวัตกรรมที่มีศักยภาพไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล

กลยุทธ์ข้อที่ 7 ยกกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตของนักศึกษา เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ระดับแผนงาน

1. ส่งเสริมสร้างเครือข่ายปัจจัยสนับสนุนขององค์กรพันธมิตรและพหุภาคีเพื่อการขยายกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมและพัฒนา
2. เพิ่มประสิทธิภาพด้านความร่วมมือในการประสานงานกับผู้ประกอบการและสถาบันอุดมศึกษา
3. ปรับปรุงการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการให้เป็นที่รู้จักครอบคลุมทุกพื้นที่อุตสาหกรรม
4. พัฒนาอาจารย์ นักศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการประสานความร่วมมือกับผู้ประกอบการ
5. ส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนให้เกิดการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในโรงงานอุตสาหกรรมให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ
6. การดำเนินงานด้านการยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม
7. สร้างรูปแบบและมูลค่าแก่ผลผลิต โดยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในลักษณะธุรกิจขายตรง
8. สร้างกลไกการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของผลผลิตนักศึกษาเพื่อประโยชน์ต่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โครงการ
9. การวางแผนและรายงานผลเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันระหว่างโครงการกับเจ้าของอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีที่สำคัญไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล
10. ส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการผลผลิตของนักศึกษาให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ระดับงาน/กิจกรรม

1. จัดตั้งเครือข่ายองค์กรพันธมิตรและพหุภาคีระหว่างสถาบันอุดมศึกษา-สถานประกอบการ-ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง-สื่อมวลชน
 2. จัดนิทรรศการเคลื่อนที่ไปในพื้นที่ที่มีผู้ประกอบการ เช่น นิคมอุตสาหกรรมต่างๆ
 3. ประชุมระดมความคิดเห็นผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษา
 4. จัดกิจกรรมการปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารและบริการแก่ผู้ประกอบการ
 5. จัดตั้งผู้จัดการหรือผู้ประสานงานในทุกสถาบันอุดมศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการ
 6. จัดทำเอกสารคู่มือแจกเทคนิคการวิเคราะห์และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในโรงงานอุตสาหกรรมสำหรับนักศึกษาและอาจารย์ในโครงการให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ
 7. จัดทำแผนติดตามประเมินผลและพัฒนาหน่วยงานเพื่อยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษา การพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย
 8. ประชาสัมพันธ์ Logo ของโครงการให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ
 9. กำหนดสิทธิประโยชน์พิเศษเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจ สำหรับผู้ประกอบการที่นำผลผลิต นวัตกรรมของนักศึกษาไปใช้
 10. จัดทำเครือข่ายข้อมูลการวางแผนและรายงานผลเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกันระหว่างโครงการ กับเจ้าของอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีที่สำคัญไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล
 11. จัดตั้งหน่วยประสานงานในสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการในการจัดการผลผลิต ของนักศึกษาให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ประกอบการ
- จากกลยุทธ์ที่นำเสนอมาทั้ง 4 ด้าน จำนวน 7 กลยุทธ์นั้น ผู้วิจัยสามารถจำแนกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ
1. กลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต
 2. กลยุทธ์ด้านการสร้างความร่วมมือ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา และ นักศึกษา ข้อเสนอแนะเพื่อการเชื่อมโยงโครงการ IRPUS ในการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

สรุปได้ว่า การจัดการสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษานั้น ต้องได้รับความร่วมมือจาก ผู้ประกอบการเพื่อให้เข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการให้มากขึ้น โครงการ IRPUS จึงเป็นส่วน หนึ่งที่สามารถจะผลักดันการมีส่วนร่วมระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับสถานประกอบการให้ร่วมมือ

กันในการสนับสนุนแหล่งการเรียนรู้และพัฒนาการศึกษาจากประสบการณ์ที่ได้ทำงานในสภาพแวดล้อมจริง ซึ่งจะทำให้ นักศึกษามีความพร้อมที่จะออกไปทำงานได้ตรงตามเป้าหมายของการพัฒนาประเทศ

นักศึกษามีความเห็นว่า การจัดการศึกษาในปัจจุบันยังเป็นรูปแบบเดิม โดยยึดหลักการและแนวทฤษฎีเกินไป มีการปฏิบัติการณ์น้อย โดยนักศึกษาเห็นด้วยกับการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง เช่นควรเพิ่มชั่วโมงฝึกงานหรือให้นักศึกษาเข้าไปมีส่วนรับทราบข้อปัญหาของผู้ประกอบการ และเสนอให้สถาบันอุดมศึกษาต้องสร้างเครือข่ายกับสถานประกอบการ เพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาทักษะความรู้

จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา และนักศึกษา ผู้วิจัยได้สรุปและนำผลการวิเคราะห์มานำเสนอเป็นแนวทางการจัดการสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ดังนี้

1. นักศึกษาสหกิจศึกษาสามารถเสนอโจทย์ปัญหาให้กับอาจารย์ และผู้ประกอบการเพื่อเสนอเป็นโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของสถานประกอบการได้
2. การคัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการต้องเน้นนักศึกษาที่มีความสนใจกับโจทย์ปัญหาของผู้ประกอบการ ทั้งนี้สถาบันอุดมศึกษาต้องหาแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่าย คือ นักศึกษาและผู้ประกอบการ
3. การนำเสนอประเด็นโครงการวิจัยของนักศึกษาสหกิจศึกษาจะต้องผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ของหน่วยงานโดยมีเกณฑ์ที่เข้มงวดและชัดเจน
4. อาจารย์ต้องมีโอกาสนำผลการวิจัยที่ได้จากนักศึกษาและผู้ประกอบการนำไปพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนและอาจจะทำวิจัยต่อเนื่อง
5. สถาบันอุดมศึกษาต้องสานความร่วมมือกับสถานประกอบการ
 - 5.1 ด้านการตั้งประเด็นปัญหาทางด้านการวิจัย โดยเปิดโอกาสให้สถานประกอบการตั้งประเด็นปัญหาหรือโจทย์การวิจัยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
 - 5.2 สถานประกอบการควรมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน การมีส่วนกำหนดเกณฑ์การวัดและประเมินผลสหกิจศึกษา การเป็นวิทยากรพิเศษเพื่อให้ความรู้เฉพาะทาง
 - 5.3 สถาบันอุดมศึกษาควรให้สถานประกอบการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการรับนักศึกษาเพื่อให้ได้ผลผลิตของนักศึกษาตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ
6. สถาบันอุดมศึกษาควรปรับเปลี่ยนหรือยืดหยุ่นเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับระยะเวลาของนักศึกษาสหกิจศึกษาและเพื่อเอื้อต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการ
7. การจัดสหกิจศึกษาต้องส่งเสริมนโยบายสนับสนุนงบประมาณการทำวิจัยให้กับนักศึกษา โดยประสานงานกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเพื่อให้โครงการ IRPUS เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้ประกอบการ (ร้อยละ 91.5) ซึ่งสอดคล้องกับอิมเมจดีไซน์คอมมูนิเคชัน (Image Design Communication Inc, 2005) ที่ว่า ภาพลักษณ์ตราผลผลิตเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับลูกค้าหรือผู้บริโภค และผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าตราผลผลิตนั้นควรจะมีบุคลิกที่สะท้อนในลักษณะที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าเชื่อถือ และทันสมัยตามลำดับ สอดคล้องกับ เอเคอร์ (Aaker, 1996) ได้อธิบายถึงมิติของการกำหนดภาพลักษณ์ตราผลผลิตไว้ 4 มิติ มิติหนึ่งคือ ตราผลผลิตเหมือนบุคคล (Brand as person) กล่าวคือ ตราผลผลิตที่มีบุคลิกภาพคล้ายกับตัวบุคคลนั้น จะมีความน่าสนใจมากกว่าตราผลผลิตที่นำเสนอด้านคุณสมบัติของผลผลิตเพียงอย่างเดียว มิติของตราผลผลิตนี้จะช่วยอธิบายให้ทราบว่าตราผลผลิตนั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร เมื่อมองเปรียบเทียบกับเป็นคน ๆ หนึ่ง ทั้งในมุมมองด้านบุคลิกภาพ การอยู่ในสังคม ลักษณะทางด้านประชากร และด้านจิตวิทยา และ มูทธี (Moothi, 2002) ได้กล่าวเสริมว่า ตราผลผลิตที่มีลักษณะเป็นเหมือนบุคคลนั้น จะทำให้เห็นคุณภาพชีวิตและพฤติกรรมของตราผลผลิตได้

นอกจากนี้ พบว่า ผู้ประกอบการรู้จักโครงการ IRPUS ผ่านทางอาจารย์จากสถาบันอุดมศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.76 ซึ่งสอดคล้องกับสฤณณี บวรสมบัติ (สัมภาษณ์ 28 เมษายน 2551) กล่าวว่า "มีหลายวิธี ลองไปแล้วแต่ได้ผลตอบสนทนมาน้อยมาก คือ ส่งจดหมายไปถึงผู้ประกอบการที่จะหาได้ทางอินเทอร์เน็ตและกระทรวงพาณิชย์ ว่าเรามีโจทย์แบบนี้อยู่ ให้ทางสถานประกอบการส่งโจทย์กลับมา มิได้ถึง 10 % เมื่อเทียบกับการที่เรารู้จักจากการที่นักศึกษาไปดูงาน ฝึกงาน คุยกับทางผู้ประกอบการเองแล้ว 80 % จะตอบกลับมา พูดย่อยๆ คือ ไปเองดีกว่าจดหมายไป" ในประเด็นของการสร้างภาพลักษณ์นั้น ถือเป็นหน้าที่ของผู้บริหารด้วยเช่นกัน ซึ่งเสรี วงษ์มณฑา (2540) ได้กล่าวถึง หน้าที่ของผู้บริหารที่มีต่อการรักษาภาพลักษณ์ขององค์กร ไว้ว่า

ผู้บริหารต้องยอมรับว่าสื่อสารเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ผู้บริหารต้องเอาใจใส่อย่างจริงจัง และต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ค่านิยมของกลุ่มผลประโยชน์ที่มีผลกระทบต่อความเจริญและความเสื่อมขององค์กร

จากประเด็นที่อภิปรายมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่า อาจารย์ที่เข้าร่วมโครงการมีความสำคัญมาก ดังนั้นโครงการ IRPUS จะต้องมีการกำหนดบทบาทของอาจารย์ให้ชัดเจน นอกจากอาจารย์จะมีภารกิจในการสอนในสถาบันอุดมศึกษาที่สังกัดแล้ว โครงการจะต้องเน้นในเรื่องบทบาทของอาจารย์ในโครงการให้เป็นผู้มีศักยภาพในด้านการบริการวิชาการ บริการสังคมและมีความเต็มใจที่จะถ่ายทอดความรู้ให้กับภาคอุตสาหกรรมโดยการเผยแพร่และสนับสนุนเทคโนโลยีทางการวิจัยให้ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนร่วม อาจารย์ที่มีความรับผิดชอบ และเอาใจใส่ต่อการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพสูงสังคม ย่อมเป็นที่น่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ ซึ่งหากผู้บริหารของโครงการให้ความสำคัญกับอาจารย์ที่ได้เข้าร่วมโครงการมากขึ้นเท่าไร ย่อมจะทำให้โครงการประสบผลสำเร็จมากขึ้นตามลำดับ

ส่วนในประเด็นรองลงมานั้นคือ ผู้ประกอบการรู้จักโครงการได้จากกลุ่มเพื่อน และคนรู้จักแนะนำ ซึ่งถือว่าเป็นวิธีการที่ดีที่สุดที่จะทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในการเข้าร่วมโครงการมากขึ้น ทำให้ข้อมูลของโครงการเข้าถึงผู้ประกอบการได้โดยตรง ซึ่งเกิดจากผู้ประกอบการที่เคยมีประสบการณ์ในการเข้าร่วมโครงการ IRPUS และเห็นว่าโครงการนี้สามารถแก้โจทย์ปัญหาจากผู้ประกอบการได้จริง แล้วได้พบปะ พูดคุย และถ่ายทอดข้อมูลการดำเนินการของโครงการให้ผู้ประกอบการท่านอื่นได้รับทราบข้อมูลด้วย ก็ย่อมจะทำให้โครงการมีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้นไปอีกด้วย ฉะนั้นหากโครงการมีแนวทางในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมมากขึ้นจะต้องให้ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมโครงการเป็นตัวแทน หรือเป็นสื่อบุคคลในการเผยแพร่โครงการอีกทอดหนึ่ง โดยใช้วิธีการสนับสนุนเพื่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายในกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งเปรียบเหมือนวิธีการทางธุรกิจที่เรียกว่า การขายตรง

นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์และอินเทอร์เน็ต มีส่วนทำให้ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษารู้จักมากขึ้น เนื่องจากผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาให้ความสนใจกับสื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์และอินเทอร์เน็ตภายในสถาบันอุดมศึกษามาก ซึ่งในสถาบันอุดมศึกษาช่องทางของสื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย เนื่องจากในการทำงานในสถาบันอุดมศึกษา โดยเฉพาะภาครัฐ มีการติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูลด้วยการติดโปสเตอร์ในบอร์ดประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่ มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลในการติดต่อสื่อสารและการค้นคว้า จึงทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และที่สำคัญยังเป็นนโยบายของภาครัฐที่ได้

รณรงค์ส่งเสริมให้สถาบันอุดมศึกษาใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพราะหากโครงการใช้สื่อโปสเตอร์นั้น และใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตย่อมจะทำให้โครงการประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์และเป็นที่รู้จักมากขึ้นในสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานของภาครัฐอื่น ๆ ที่มีการติดต่อกับสถาบันการศึกษานั้นๆ

ในด้านคุณค่าของผลผลิตนั้นจะทำให้มีบทบาทในการส่งเสริมความคิดริเริ่มของนักศึกษา ส่วนด้านคุณลักษณะของบุคลากรนั้น ขึ้นอยู่กับอาจารย์ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเชิญชวนผู้ประกอบกรให้เข้าร่วม ซึ่งสอดคล้องกับหลักการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของเดวิส (Davis, 2000) ได้วางหลักไว้ว่า ให้พิจารณาตราผลผลิตขององค์กรนั้น ว่ามีความเหมาะสมกับตำแหน่งใดในปิรามิดแห่งคุณค่าของตราผลผลิต (Brand Value Pyramid) ซึ่งประกอบด้วย 3 ชั้น คือ ลักษณะและจุดเด่น ผลประโยชน์ ความเชื่อและค่านิยม

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS ของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการสรุปผล เพื่อให้ได้แบบการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการ IRPUS แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ

1) การกำหนดตำแหน่งผลผลิต ซึ่งถือเป็นหัวใจของการกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งคอตเลอร์ (Kotler, 2003) กล่าวว่า เปรียบเสมือนการนำเสนอผลงานของบริษัท เพื่อต้องการที่จะเข้าไปสร้างคุณค่าในใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร และมีความต้องการอย่างไร และอภิตี สีดอกบวบ (2540) ได้ทำวิจัยพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับผลผลิตที่แตกต่างกัน”สำหรับโครงการ IRPUS เริ่มจากการแบ่งความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการต่างๆ เช่น กลุ่มวิศวกรรมการผลิตต้องการให้ผลผลิตของโครงการประหยัด ลงทุนน้อย ส่วนกลุ่มวิศวกรรมโยธาและสิ่งแวดล้อมต้องการให้ผลผลิตของโครงการเน้นในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดมลพิษ ส่วนกลุ่มเทคโนโลยีด้านข้อมูลและการสื่อสารต้องการให้ผลผลิตของโครงการมีความทันสมัย ใช้เทคโนโลยีที่รวดเร็ว และส่วนกลุ่มเทคโนโลยีทางการแพทย์ เทคโนโลยีชีวภาพ และอาหารต้องการให้ผลผลิตของโครงการมีความปลอดภัยต่อสุขภาพเป็นหลัก ซึ่งก็สอดคล้องกับเอเคอร์ (Aaker, 1996) กล่าวถึง แนวคิดการวางตำแหน่งของตราผลผลิต เป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดเอกลักษณ์และคุณค่าของตราผลผลิตผ่านการสื่อสารต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยทางโครงการ IRPUS ต้องเลือกกลุ่มเป้าหมายว่าต้องการที่จะเน้นไปในทางกลุ่มเป้าหมายใด สำหรับใคร เช่น ผลผลิตของโครงการมุ่งเน้นไปในด้าน “ลงทุนน้อย แต่ปลอดภัย” เป็นต้น

2) การกำหนดบุคลิกภาพของผลผลิต มีความสัมพันธ์กับบุคลิกของกลุ่มเป้าหมายในด้านกายภาพ และด้านจิตวิทยา ในด้านกายภาพ คือ การกำหนดบุคลิกภาพของผลผลิต ว่าเป็นเพศ

ชายหรือหญิง อาชีพ การศึกษา เป็นต้น เช่น ผลผลิตโครงการ IRPUS เน้นกลุ่มผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม เพศชาย มีประสบการณ์ 1-10 ปี รายได้ระดับกลางถึงสูง การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ข้อมูลจากแบบสอบถาม) และในด้านจิตวิทยา คือการกำหนดบุคลิกภาพของผลผลิต พฤติกรรม ทักษะติดต่อสิ่งต่างๆ เปรียบเป็นคน ว่าเป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์ ความทันสมัย อนุรักษ์นิยม เช่น ผลผลิตโครงการ IRPUS มีนิสัยเป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์ สะท้อนความภูมิใจในความร่วมมือระหว่างนักศึกษา อาจารย์และผู้ประกอบการ มีพฤติกรรมห่วงใยสังคม รู้จักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลดโลกร้อน เป็นต้น ในแนวคิดแรกนั้น เอเคอร์ (Aaker, 1996) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพตราผลผลิตนั้นสามารถให้ความหมายและขยายความได้โดยการนำมาเปรียบเทียบกับกลุ่มบุคลิกภาพของบุคคล ซึ่งรวมทั้งบุคลิกภาพที่แสดงออกในเรื่องเพศ อายุ ชนชั้นทางสังคม รวมทั้งประเภทตามลักษณะของแต่ละบุคคล เช่น มีความอบอุ่น เป็นห่วงเป็นใย โศกเศร้า เป็นต้น และบุคลิกภาพตราผลผลิต สามารถสร้างคุณค่าตราผลผลิตได้ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ เอเคอร์ (Aaker, 1996) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมว่า บุคลิกภาพตราผลผลิต เหมือนกับบุคคลที่มีทั้งลักษณะเฉพาะ (Distinctive) และคงอยู่ตลอดไป (Enduring)

3) สร้างเอกลักษณ์ คือ การสร้างเอกลักษณ์เพื่อสื่อตำแหน่งและบุคลิกภาพของตราผลผลิตให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ เป็นตัวแทนของผลผลิต โดยผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ในด้านผลผลิต (ลักษณะภายนอก) เช่น ชื่อ โลโก้ สี สัน รูปทรง โดย เอเคอร์ (Aaker, 1996) ได้เสนอความคิดว่า หน้าที่ของสัญลักษณ์ตราผลผลิต คือ การรวบรวมและสร้างเอกลักษณ์ตราผลผลิตและความสามารถในการเป็นตัวแทนของตราผลผลิตได้ ดังนั้น สัญลักษณ์จึงควรได้รับการออกแบบให้ง่ายต่อการจดจำ และสามารถระลึกได้ ในด้านราคา ตราผลผลิตทำหน้าที่เหมือนการให้คำมั่นของเจ้าของผลผลิตต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ในเรื่องของคุณภาพของผลผลิต ราคาที่เหมาะสม (Keller, 1990) เช่น บ่งบอกถึงระดับต้นทุนและเป็นการสะท้อนถึงคุณภาพของผลผลิตในทางอ้อม และในด้านการจัดจำหน่าย เช่น ที่ตั้ง บรรยากาศภายใน การตกแต่ง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ เออดี้และแมคคินทอช (Eadie and Mackintosh, 1998) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อผลผลิตอย่างใดอย่างหนึ่งของผู้บริโภคนั้นไม่ได้อยู่ที่การพิจารณาประโยชน์ของผลผลิต หรือการใช้งานของผลผลิตเพียงอย่างเดียว แต่การตัดสินใจซื้อผลผลิตบางครั่งนั้น ก็อยู่บนพื้นฐานของความต้องการทางด้านอารมณ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อสัญลักษณ์ของตราผลผลิต ยกตัวอย่าง ตราผลผลิตของโครงการ IRPUS มีสัญลักษณ์เป็นวงรี สีเขียว ผลผลิตที่ได้เป็นการวิจัยโดยใช้ต้นทุนต่ำ(ประหยัด) ราคาถูก มีมีสถานประกอบการให้ความร่วมมือในการวิจัย และสถาบันอุดมศึกษาของโครงการเป็นสถานที่ตั้งของโครงการ IRPUS เป็นต้น

4) การสื่อสารเพื่อสร้างตราผลผลิต เป็นการถ่ายทอดตำแหน่ง และบุคลิกภาพของตราผลผลิตผ่านสื่อบุคคล หรือสื่อโฆษณา ให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ โดยใช้การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการรับรู้และภาพลักษณ์ของตราผลผลิต ซึ่ง บัญญัติ คำณูวัฒน์ (2532) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ โดยสรุปว่า หากจะมีการกำหนดนโยบายและวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์อย่างจริงจัง และควรให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับงานชุมชนสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น ให้มีการนำมาใช้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยที่องค์กรส่วนใหญ่มักเน้นไปที่สื่อมวลชนหรือสื่อบุคคลเพื่อการเผยแพร่ และจิตพิสัย ศรีประกายเพ็ชร (2538) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ พบว่า กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ คือ การใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร และการสร้างเหตุการณ์เทียม โดยมีกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ 3 ขั้นตอน คือ (1) การให้ข้อมูลข่าวสาร (2) การโน้มน้าวชักจูง (3) การย้าความเชื่อถือ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ได้กับการดำเนินงานของโครงการ IRPUS

2. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

จากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ที่ได้จากการสอบถาม การสัมภาษณ์ รวมทั้งแนวคิดของผู้วิจัยที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเสริมแนวคิด ผลจากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและปัญหาการดำเนินโครงการIRPUS โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก คือด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองและกฎหมาย และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน คือด้านโครงสร้างและนโยบาย ด้านลักษณะและบริการ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ และด้านการบริหารจัดการ พบว่ามีประเด็นปัญหามากมาย โดยเฉพาะปัญหาด้านบุคลากร คือ อาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการมีภาระงานสอนมาก ขาดการทำงานเป็นทีม/การทำงานเชิงรุก และไม่มีผู้เชี่ยวชาญในการชี้แนะผลผลิตของนักศึกษาขณะออกประเมินตรวจสอบโครงการ (กอบบุญ หล่อทองคำ.สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2551) และด้านการบริหารจัดการ คือ โครงการยังไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ จึงทำให้ผู้ประกอบการยังคงรู้จักโครงการได้ไม่ทั่วถึง (อุทุมมา มัชฌะเนมิ.สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2550) โดยผู้วิจัยได้นำประเด็นต่างๆ ที่ได้ มาจัดทำเป็นรูปแบบเมตริก เพื่อการกำหนดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ โดยมีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเชิงรุกผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย รวมทั้งการสร้างค่านิยมด้านผลผลิตของนักศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่ง อำนาจ วีรวรรณ (2540) กล่าวว่า องค์การต้องมีการบริหารภาพลักษณ์ของตน โดยไม่ปล่อยให้เกิดตามธรรมชาติ เพราะอาจทำให้ภาพลักษณ์ที่แท้จริงขององค์การไม่ครบถ้วน หรือไม่เป็นกระบวน ไม่เป็นระบบ ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารภาพลักษณ์ ทั้งนี้ในการสร้างภาพลักษณ์นั้นต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ “กลุ่มพลังทางสังคม” ซึ่งแต่ละกลุ่มต่างมีความต้องการได้รับการตอบสนองจากองค์การในรูปแบบที่แตกต่างกัน ฉะนั้นการสร้างกลยุทธ์ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ของโครงการต้องคำนึงถึงผู้ประกอบการหลักที่เข้าร่วมด้วย ซึ่งผู้ประกอบการในโครงการมีหลายกลุ่มอุตสาหกรรม ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดของโครงการจากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา พบว่า อาจารย์จากสถาบันการศึกษาเป็นผู้แนะนำให้รู้จักโครงการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาคือ สิ่งพิมพ์ ไปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 30 (ข้อมูลจากแบบสอบถาม) และสร้างค่านิยมให้เกิดกับตราผลผลิตของโครงการ IRPUS ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ความประทับใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค แม้ว่าผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน แต่ความประทับใจเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีส่วนร่วมกันได้ (Herzog, 1963 cite in Dobni & Zinkhan, 1990)

กลยุทธ์สร้างมูลค่าแก่ผลผลิต ด้วยระบบการบริหารจัดการและการสร้างแรงจูงใจ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตให้เป็นที่แพร่หลายในระดับชาติ เพราะตราผลผลิตถือได้ว่าเป็นทรัพย์สินทางกฎหมายและการค้า ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินความมั่นคง ความปลอดภัยในเรื่องรายได้จากการสนับสนุนตราผลผลิต ซึ่งสอดคล้องกับคำอธิบายของ ลินเดอร์แมน (Lindemann, 1996 as cited in Clifton, Simmons, 2004) ว่าการประเมินผลกำไรจากการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัทนั้นไม่ได้มุ่งเน้นในเรื่องการวัดผลตอบแทนจากการลงทุนเท่านั้น แต่ควรนำเรื่องการวัดผลกำไรที่ได้มาจากการสร้างคุณค่าตราผลผลิตที่เพิ่มพูนขึ้นด้วย ซึ่งถือว่าตราผลผลิตเป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ (Intangible assets) อย่างหนึ่งขององค์กร ส่วนดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง (2536) ได้เสนอแนวทางในการส่งเสริม ป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์ด้วยการใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยอาศัยการวิจัยด้านต่าง ๆ เช่น การสำรวจความคิดเห็นของประชาชน และทางสื่อมวลชน เพื่อให้ได้ข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการประเมินวิเคราะห์ และวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริม ป้องกัน และรักษาภาพลักษณ์ ซึ่งจะเป็นการสร้างแรงจูงใจในการเข้าร่วมของผู้ประกอบการอีกด้วย

กลยุทธ์ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาบัณฑิตรวมทั้งผลผลิตและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ และกลยุทธ์ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตของนักศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการคือ 1) สร้างบัณฑิตระดับปริญญาตรี ให้มีทักษะในการนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์ และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในโรงงานอุตสาหกรรม และ 2) ผลิตงานวิจัยและพัฒนาเบื้องต้นในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือที่ีระหว่างสถาบันการศึกษากับภาคอุตสาหกรรมในระยะยาวอันจะเป็นการพัฒนาขีดความสามารถทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการบริหาร การจัดการ และการบริการ เพื่อยกระดับและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่อุตสาหกรรมของประเทศในการแข่งขันในระดับนานาชาติ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของสหกิจศึกษาคือ เพิ่มเติมประสบการณ์ทางด้านวิชาชีพและการพัฒนาตนเองแก่นักศึกษาที่มีคุณค่ามากกว่าการฝึกงาน สถานประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญของระบบสหกิจศึกษา (มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2549)

2. กลยุทธ์ด้านการสร้างความร่วมมือ ประกอบด้วย กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพความร่วมมือด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับองค์กรพันธมิตร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาศักยภาพบัณฑิตให้มีความพร้อมปฏิบัติงานในยุคโลกาภิวัตน์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ, กลยุทธ์เร่งรัดพัฒนาโครงสร้างการบริหารโครงการ IRPUS รองรับการยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม และกลยุทธ์ขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา เพื่อนำผลผลิตและนวัตกรรมที่มีศักยภาพไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547) ในการกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม โดยมียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องคือ ยุทธศาสตร์เพิ่มมูลค่าภาคอุตสาหกรรมและการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบวิจัยและพัฒนานวัตกรรมแห่งชาติและทรัพย์สินทางปัญญา และมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเอกชนพัฒนาตราผลผลิตและการออกแบบ ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาการวิจัยในภาคอุตสาหกรรม คือ การจัดให้การสนับสนุนการวิจัยร่วมกันระหว่างรัฐ-เอกชน-มหาวิทยาลัย ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ต้องอาศัยเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญ...จึงมีการพิจารณาประเด็นเรื่องความสัมพันธ์แบบความร่วมมือระหว่างรัฐ ธุรกิจเอกชน และสถาบันอุดมศึกษาเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระความรับผิดชอบในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี รวมทั้งรายงานเรื่อง Unlocking Our Future : Toward a New National Science Policy ซึ่งเป็นรายงานที่คณะกรรมการการ

วิทยาศาสตร์ของสหรัฐเสนอต่อสภาองเกรส ที่ชี้ชัดว่า “ภาคเอกชนซึ่งนำนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์ไปผลิตเป็นสินค้าหรือนำแนวคิดนั้นไปพัฒนาต่อ จะต้องมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในกระบวนการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (อภิชัย พันธเสนและคณะ, 2542)

จากผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา และนักศึกษา ข้อเสนอแนะเพื่อเชื่อมโยงโครงงานอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีกับการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษานั้น ซึ่งมีประเด็นที่สอดคล้องกับแนวคิดในเชิงทฤษฎีการเรียนรู้ และวิธีการจัดการสหกิจศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาทั้งในและต่างประเทศดังนี้

1. จัดทำคู่มือนักศึกษา โดยในคู่มือนั้น ต้องมีการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของโครงการคืออะไร นักศึกษาต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง โดยอาจมีคำอธิบายในเว็บไซต์ของโครงการในรูปแบบวิดีโอคลิป มีการชี้แจงให้นักศึกษาทราบและให้ความรู้ความเข้าใจว่าจะต้องปฏิบัติตามอย่างไรบ้างในสถานประกอบการ เช่น วัฒนธรรมการทำงานและข้อตกลงต่างๆ ในสถานประกอบการด้านชีวนาณัยและความปลอดภัย ตลอดจนความรู้ที่เกี่ยวกับการปกกันภัยจากการคุกคามทางเพศ สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ที่เน้นประสบการณ์ คือ ต้องเตรียมผู้เรียนให้สามารถรองรับการถ่ายทอดความรู้ (Acquisition) ต้องเตรียมทักษะพื้นฐานการเรียนรู้ของผู้เรียนแต่ละคนในการเข้าถึงและใช้เครื่องมือในการเรียนรู้จากสังคม (Kolb, 1984)

2. มีการกำหนดให้อาจารย์ที่ปรึกษา เป็นผู้รับผิดชอบประจำสถานประกอบการ โดยคำนึงถึงการพัฒนาด้านทักษะของนักศึกษาในสภาพแวดล้อมของการปฏิบัติงานจริง ซึ่งสอดคล้องกับมหาวิทยาลัยวอเตอร์ลู (University of Waterloo, 2003) ที่มีการจัดเจ้าหน้าที่หรือผู้ประสานงานสหกิจศึกษาในพื้นที่ที่นักศึกษาปฏิบัติงานทำหน้าที่พัฒนางาน ช่วยเหลือผู้ประกอบการในการรับคนเข้าทำงาน ตลอดจนให้คำปรึกษานักศึกษา

3. สถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการต้องมีการตกลงร่วมกันในการกำหนดลักษณะงานสหกิจศึกษาที่นักศึกษาจะต้องปฏิบัติในสถานประกอบการ เพื่อให้ลักษณะงานตรงตามกับความต้องการของผู้ประกอบการ ที่ต้องการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในสถานประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีการเรียนรู้ในสภาพจริงที่ลักษณะของนักศึกษา โดยการแก้ไขปัญหา ผู้เรียนต้องมีศักยภาพเพียงพอที่จะปฏิบัติได้ (Gordon, 1998 อ้างถึงใน ปทีป เมธาคุณวุฒิ)

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการ
อุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การจะนำกลยุทธ์ภาพลักษณ์ตราผลผลิตไปดำเนินการให้ประสบความสำเร็จนั้น ทาง
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย จะต้องนำกลยุทธ์มาสู่แนวทางปฏิบัติ โดย

1.1 ประสานความเข้าใจกับผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้ผู้บริหาร
สถาบันอุดมศึกษาได้ส่งเสริมศักยภาพของอาจารย์ที่ได้เข้าร่วมโครงการ อันจะนำไปสู่ปัจจัยแห่ง
ความสำเร็จและเป็นที่รู้จักของผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่ง โดยส่งเสริมให้มีการ
ประชาสัมพันธ์เพื่อให้โครงการ IRPUS เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในส่วนภาคอุตสาหกรรม

1.2 กำหนดสิทธิประโยชน์พิเศษ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจ สำหรับผู้ประกอบการที่นำ
ผลผลิต นวัตกรรมของนักศึกษาไปใช้

1.3 จัดตั้งหน่วยประสานงานในสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการในการจัดการ
ผลผลิตของนักศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

2. การจัดสหกิจศึกษารูปแบบใหม่ที่มีการเชื่อมโยงโครงการ IRPUS สถาบันอุดมศึกษา
ต้องดำเนินการสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการ โดยนำแนวคิดของโครงการ IRPUS ไป
ปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการจัดสหกิจศึกษา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาถึงเรื่องการรับรู้ของผู้ประกอบการต่อตราสัญลักษณ์ของโครงการ IRPUS ที่มี
ผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

2. การทดลองนำกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัย
สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มาทำเป็นแนวปฏิบัติงานในระยะเวลาที่กำหนด แล้วติดตามประเมินผล
การรับรู้โครงการ IRPUS

3. การศึกษาทดลองเชิงเปรียบเทียบระหว่างการจัดสหกิจศึกษารูปแบบใหม่ที่มีการ
เชื่อมโยงโครงการ IRPUS ในการจัดสหกิจศึกษากับการจัดสหกิจศึกษาในรูปแบบเดิม

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายรัชชัย จิตรนันท์ เกิดวันอังคารที่ 20 มกราคม พ.ศ.2519 ที่จังหวัดฉะเชิงเทรา สำเร็จการศึกษาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) ภาควิชาดุริยางคศิลป์ จากคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2540 สำเร็จการศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพื้นฐานการศึกษา ภาควิชาสารัตถศึกษา จากคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2543 และเข้าศึกษาต่อในระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการ และความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2546

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

เกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัย. (2549). **หลักสูตรสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**
[online]. Available from ; <http://co-op.psd.ku.ac.th/coop/coop.php>

กองทุนสนับสนุนการวิจัย, สำนักงาน. (2548). **สื่อบัณฑิตนิตยสาร IRPUS 48**. กรุงเทพมหานคร:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ขอนแก่น, มหาวิทยาลัย.(2549). **พัฒนาสหกิจศึกษา**[online]. Available from:
[http://vdo.kku.ac.th/Academic/co ed.html](http://vdo.kku.ac.th/Academic/co%20ed.html)

คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2545). **พระราชบัญญัติ**
การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545.
กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิค.

คณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2548). ยุทธศาสตร์การปรับ
โครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม :หนทางพัฒนาประเทศให้ก้าวทันโลก. **วารสารเศรษฐกิจ**
และสังคม. 42,1 : 14-19.

ครุฑชิต มาลัยวงศ์. (2547). **ไอทีกับธุรกิจ แนวคิดและแนวทาง**. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์
เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.

จิตลวณีย์ บุณนาค. (2540). **ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในสายตาของนักเรียน**
มัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิราวรรณ ฉายสุวรรณ. (2546). **โครงการปัจจัยแห่งความสำเร็จในการสร้างตราสินค้าที่**
เข้มแข็งของสินค้าไทย : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. (2537). **การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผล**
ของการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. (2548). **การจัดการสารสนเทศเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

ชัยนันท์ นันทพันธ์. (2534). **การสื่อสารกับการสร้างภาพพจน์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ดวงพร คำณวนวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). **การสื่อสารประชาสัมพันธ์.**

กรุงเทพมหานคร: ที.พี. พริน.

ดาราวรรณ ศรีสุกใส. (2543). **การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความรู้ ทักษะ และการใช้ รถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**

เตือนใจ จวบสมัย. (2545). **ภาพลักษณ์ขององค์การสหประชาชาติจากการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ การเปิดรับข่าวสารสหประชาชาติ การรับรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ต่อองค์การสหประชาชาติของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**

ทบวงมหาวิทยาลัย. (2543). **แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 9 พ.ศ.2545-2549.**

กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย.

ทบวงมหาวิทยาลัย. (2541). **รายงานการประชุมโลกเรื่องการอุดมศึกษาในศตวรรษที่21:**

วิสัยทัศน์และการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ทบวงมหาวิทยาลัย.

ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2539). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพมหานคร: กราฟิคฟอร์แมท.

ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2539). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี.

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, สถาบัน. (2546). **คู่มือสหกิจศึกษา 2546.**

กรุงเทพมหานคร: มปท.

เทคโนโลยีสุรนารี, มหาวิทยาลัย. (2546). **คู่มือสหกิจศึกษา 2546-2547. นครราชสีมา:**

โครงการสหกิจศึกษาและพัฒนาอาชีพ.

ธวัชชัย ทิมขุนทดเถียร และไพฑูรย์ นิยมนา. (2541). ผลการดำเนินงานโครงการสหกิจศึกษาและ

พัฒนาอาชีพในหลักสูตรระดับปริญญาตรี. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 5:114-134.**

ธงชัย สันติวงศ์. (2537). **การบริหารเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงศ์. (2537). **การวางแผนเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงศ์ และ ชนาธิป สันติวงศ์. (2541). **องค์การกับการสื่อสาร.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์.

ธีรพงษ์ เขมฤกษ์กำพล และคณะ. (2541). **รายงานผลการวิจัย เรื่องภาคเอกชนกับ**

อุดมศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ทบวงมหาวิทยาลัย.

- นเรศวร, มหาวิทยาลัย. (2548). **โครงการสหกิจศึกษา**[online]. Available from;
<http://www.nrru.ac.th/web/coop/co-01.asp>
- ปทีป เมธาคุณวุฒิ. (2546). **หลักสูตรอุดมศึกษา : การประเมินและการพัฒนา**.
 กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปทีป เมธาคุณวุฒิ. (2547). กลไกการจัดสหกิจศึกษา. **วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย** 32 (3),68-81
- ปรีดา ยนต์พิเศษ. (2542). **ภาพลักษณ์ขององค์กรพัฒนาเอกชนต่อการสร้างจิตสำนึกของประชาชน : ศึกษาเฉพาะกรณี สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา
 มหาบัณฑิต. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร . (2537). **ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในภาพพจน์สำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์**. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และ
 สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรชูลี อาชาวอำรุง. (2544). **การสอนโดยเน้นการคิดวิเคราะห์**. กรุงเทพมหานคร: คณะครุ
 ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เอกสารประกอบการประชุมเชิงวิชาการเรื่องปฏิรูป
 การเรียนรู้: นวัตกรรมการสอนระดับอุดมศึกษา วันที่ 30-31 กรกฎาคม 2544.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร . (2537). **ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์ในภาพพจน์สำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์**. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และ
 สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พันธ์ศักดิ์ พลสารมัย. (2540).**การพัฒนากระบวนการบริหารงานสถาบันอุดมศึกษาตามแนวคิดการบริหารงานแบบมุ่งคุณภาพทั้งองค์การ: กรณีศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาอุดมศึกษา ภาควิชา
 บัณฑิตศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูรย์ ลินลารัตน์. (2546). **กระบวนการทัศน์ใหม่ในการบริหารจัดการอุดมศึกษาไทย**.
 กรุงเทพมหานคร: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มานิต รัตนสุวรรณ. (2537). **โลกของการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พิมพ์เนศ.
- ราชภัฏเชียงใหม่, มหาวิทยาลัย. (2548). **โครงการสหกิจศึกษา**[online]. Available from;
<http://www.office.cmu.ac.th/web/sch/Co-01.htm>
- ราชภัฏนครราชสีมา, มหาวิทยาลัย. (2548). **สหกิจศึกษาพัฒนาบัณฑิตช่วยเศรษฐกิจชาติ**
 [online]. Available from; <http://www.nrru.ac.th/web/sch/Co-01.htm>

- ราชภัฏนครศรีธรรมราช, มหาวิทยาลัย. (2548). **สหกิจศึกษาพัฒนาบัณฑิตช่วยเศรษฐกิจชาติ** [online]. Available from; http://webserver.nstru.ac.th/co_op/m
- ราชภัฏอุดรธานี, มหาวิทยาลัย. (2548). **สหกิจศึกษาคืออะไร**[online]. Available from; <http://www.udru.ac.th/coop/coop.pdf>
- รัตนา ปัญญาดี. (2541). **ภาพพจน์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุด ในสายตาของประชาชนและสื่อสารมวลชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนวดี เทพช่วยสุข. (2540). **การรับรู้ของชาวพุทธต่อภาพลักษณ์ของพระสงฆ์กับการ นำเสนอผ่านสื่อมวลชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2545). **กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ ใน นิเทศศาสตร์การตลาด แนวคิดและกรณีศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วลัยลักษณ์, มหาวิทยาลัย. (2548). **สหกิจศึกษา ประโยชน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยและสถาน ประกอบการ** [online]. Available from; http://www.server.ac.th/2548/newsco_op
- วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์. (2542). **การบริหารแผนงานเชิงกลยุทธ์ในหน่วยงานภาครัฐบาล**. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันทนา จิรธนา. (2538). **กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิต วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาสนา พงษ์พิงศ์สิทธิ์. (2544). **การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการ ให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตร ศรีสะอ้าน. (2518). **หลักการอุดมศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช.
- วิรัช ภิเษกธนากุล. (2538). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิพรธณ บิลมานิช. (2538). **การศึกษาปัจจัยส่งเสริมและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องในการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.)**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สงขลานครินทร์, มหาวิทยาลัย. (2548). **สหกิจศึกษาคืออะไร** [online]. Available from; http://natre.psu.ac.th/office/co_operative/Index.htm
- สรวุฒ อนันตชาติ. (2549). การสื่อสารการตลาดในกระแสโลกาภิวัตน์ : สถานภาพและองค์ความรู้ปัจจุบัน. **วารสารนิเทศศาสตร์**. 24 (1), 94-118.
- สมคิด จาตุศรีพิทักษ์. (2548). How to catch Trend in 2005. *thaicoon* 7, 86 : 56-57.
- สมยศ นาวิการ. (2537). **การบริหารพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์ผู้จัดการ.
- สมยศ นาวิการ. (2537). **แนวความคิด : การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991 จำกัด.
- สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา. (2540). **ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลีปนันท เกตุทัต. (2532). **บทบาทของมหาวิทยาลัยในประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในวารสารการศึกษาแห่งชาติ**, ฉบับพิเศษ : 82.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี.(2542). **พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พรินทวาทกราฟฟิค จำกัด.
- สุนาว วรสุตร. (2541). **ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทย ในช่วงวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ ปี 2540**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2548). **Thailand stand-up**. กรุงเทพมหานคร: Brand Age Books.
- อดิษฐ์ นิมิตรสถาพร. (2544). **ภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชัย พันธเสนและคณะ. (2542). **สรุปผลการประเมินแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติฉบับที่ 8 ในระยะ 2 ปีแรก (2540-2541) เล่ม 1**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- อภินันท์ สีดอกบวบ. (2540). **ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยของเจ้าหน้าที่องค์กรรัฐและพนักงานองค์กรเอกชนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่การทำอากาศยานกรุงเทพ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อลงกต ยะไวทย์. (2550). **การพัฒนารูปแบบการจัดการสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีจากผลการเปรียบเทียบสมรรถนะกับสถาบันอุดมศึกษาต่างประเทศ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชานโยบายการจัดการ และ ความเป็นผู้นำทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารยา ถาวรวันชัย. (2539). **ภาพลักษณ์ของวิรบุรุษแบบผู้ร้ายกลับใจ หรือปรากฏในสื่อมวลชน ในปี พ.ศ.2539**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต และพัชนี เสงี่ยมรักษา (2537). **ภาพลักษณ์ของระบบราชการไทยในสายตาของคนรุ่นใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Aaker, D.A. (1996). **Building strong Brand**. New York : Free Press.
- Aaker, J, L. (1997). **Dimensions of brand personality**. Journal of Marketing Research, 34(3). 347-356.
- Anderson, Patricia M.and Leonard G.Rubin.(1986). **Marketing Communication**. New Jersey : Prentice – Hall.
- Arnold, K. (1992). **The Handbook of Brand Management**. London, UK : Pitman.
- Assael. H, (2004). **Consumer behavior : A strategic approach**. Houghton Mifflin Company, USA.
- Bedford, C. (2003). **A Tool for Managing Brand Assets**. Design Management Journal: 81-87. [online]. Available from ; http://www.karo.com/portfolio/images/ideaspdf/TELUS_Bedford.pdf [2006, January,14]
- Belch. G.E. & Belch. M.A. (2007). **Advetising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective** (7th ed.). McGrew-Hill/rwin.NY.
- Bernays, Edward L. (1961). **Your Future in Public Relations**. New York : Richard Rosen Press.

- Betts, P., Huntington. A., Pulford, A.& Warnaby, G. (1995). **Marketing communications strategy** (2 nd ed.) BPP Publishing
- Biel, A. L. (1992). **How brand image drives brand equity**. Journal of Advertising Research, 32(12), RC6-RC12.
- Biel, A.L.(1997). **Discovering brand magic : The hardness of the softer side of branding**. International Journal of Advertising, 16 (3), 199-210.
- Boorstin, Daniel J. (1973). **The Image**. New York : Atheneum.
- Boulding E. Kenneth. (1975). **Knowledge in Life and Society**. Ann Arbor : The University of Michican.
- Cook, Tony. (2003). **Student retention University of Ulster**. Online Available from: <http://www.cphc.ac.uk> (12/9/06).
- Certo, Samuel C. and Peter, J.Paul. (1991). **Strategic management : Concept and Applications**. New York : McGraw - Hill.
- Chalmers, D., and Fuller, Richard. (2000). **Teaching for learning at university theory and practice**. Great Britain: Selwood Printing Ltd.
- Chernatony, L. (1999). **Brand management through narrowing the gap between brand identity and brand reputation**. Journal of Marketing Management, 15(1-3), 157-166.
- Cliffon. R., Simmons, J. & et al (2004). **Brands & Branding**. Princeton. New Jersey : Bloomberg Press.
- Coulter,R.H. and Zaltman,G (1994). **Using the zaltman metaphor elicitation technique to understand brand images**. In C. Allen & D.R.John (Eds.), Advances in Consumer Research,21.
- Courtland L. Boree, et al. (1993). **Management**. New York: McGraw-Hill.
- Cowley, D. (1996). **Understanding brands by 10 people who do**. Kogan Page Limited, London.
- Davis, Scott M. (2000). **Brand Asset Management**. California : Jossey-Bass.
- David, F.R. (1995). **Strategic Management**. New York: New York: Prentice-Hall.

- Dobni, D., & Zinkhan, G.M. (1990). In search of brand image: A foundation analysis. ***Advance in Consumer Research***, 17, 110-119.
- Duncan, T. (2005). *Principles of advertising & imc*. McGrill-Hill/rwin. New York.
- Eadie, D., Hastings, G., Stead, M. & MacKintosh, A.M. (1998). Brand could it hold the key to future tobacco reduction policy. *Health Education*, 99(3), 103.
- Ellwood, L. P. (2000). *The essential brand book : Over 100 techniques to increase brand value*, London. UK : Kogan Page Limited.
- Engel, F. J., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed). The Dryden Press, USA.
- Goodstein, Leonard D., Noaln, Timothy M., and Pfeiffer J. William. (1993). **Applied Strategic Planning: How to Develop a Plan that Really Works**. California: Pfeiffer Company,.
- Gwinner,K.P. and Eaton,J. (1999). **Buiding brand image through event sponsorship:** *International Marketing Review*, 14(3), 145-158.
- Hawkins, D. I., Best, R. B. & Coney, K. A. (2004). *Consumer behavior : building marketing strategy*(9 th ed). McGrew-Hill/rwin. New York.
- Hoyer, W. D. & MacInnis. D. J. (2001). *Consumer behavior* (2 nd ed.). Houghton Mifflin Company, USA.
- Hussey,M., and Duncome,N. (1999). **Projecting the right image: Using projective techniques to measure brand**. *Qualitative Market Research*, 2 (1).
- Image Design Communications Inc. (2005). **Image Design: Brand that Inspire**. [online]. Available from; <http://www.imagedesign.ca/default.asp?id=190&pagesize=1&sfield=content..>[2006,January 14]
- Jefkins, F. (1982). **Planned Press and public Relations**. London: International Textbook Company.
- Johar, J.S.& Sirgy, M. J. (1991). **Value-expressive versus utilitarian advertising appeal : when and why to use which appeal**. *Journal of Advertising*, 20 (3), 23-33.
- Kalman, D. M.)2005). **Brand communication, marketing, and madia**. Available from : <http://www.terrella.com>. 1-5.

- Kardes, F. R. (1999). **Consumer behavior and managerial decision making**. Addison Wesley Education Publishers. Inc. USA.
- Keller, G. (1986). **Academic Strategy**. Baltimore: The Johns Hopkins University,.
- Keller, k.L. (1993). **Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity**. *Journal of Marketing*, 57,1-22.
- Keller, K.L. (1998). **Strategic brand management: Building, Measuring and managing Brand equity**. Upper saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Keller, K.L.(2003). **Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity** (2 nd ed.). Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, NJ.
- Kotler,Phillip and Murphy,Patrick.E. (1981). **Strategic Planning for Higher education**. *Journal of higher education*. 52: 470-489.
- Kotler, Phillip. (1988). **Marketing Management** (Analysis, Planning, Implementation and Control) 6th. ed. Englewood Cliffs , New Jersey : Prentice-Hall , Inc.,
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management : Building, Measuring** (11th ed.). Prentice Hill, Upper Saddle River, NJ.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J & Wong, V.(1999). **Principles of Marketing**. Prentice Hall.
- Kolb, David A. (1984). **Experiential learning**. Englewood Cliffs : Prentice-Hall.
- Low, G.S., & Lamb, C.W. (2000). The measurement and dimensionality of Brand associations. ***Journal of product & brand management***, 9(6), 350-368.
- Lutz, R. J.(1991). The role of attitude theory in marketing. In H. H. Kassarian & T. S. Robertson (Eds.) **Perspective in consumer behavior** (4th ed.,PP. 317-399). Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- Maassen P.A.M. AND Von V.F.A.(1992) **Strategic Planning in the Encyclopedia of Higher Education Volumn 2: Analytical Perspectives**. Pp.1483-1494. Oxford: Pergamon Press.
- Maguire Associates, Inc. (2004). **Advancing Higher Education through Insight and Innovation**. [online] Available from ; <http://www.maguireassoc.com/services/branding.html> [2006,January 14]

- Meenaghham, T. (1995). The role of advertising in brand image development. *Journal of Product & Brand Management*, 4(4), 23-34.
- Mackay, A.R. (2005). **The Practice of advertising** (5th ed.). Elsevier Ltd. Oxford, UK
- Mowen, J.C. & Minor, M.(1998). **Consumer behavior** (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Muniz, A.M. Jr. & O'Guinn, T. C. (2001). **Brand Community**. *Journal of Consumer Research*, 27, 412-432.
- Murphy J.M. (1990). **Brand Strategy**. Cambridge director book McGrill-Hill/rwin. New York..
- Parente, D.E.(2006). **Advertising Campaign Strategy** : a guide to marketing communication plans (4th ed.). Thomson, South-Western, Canada.
- Pelsmacker, P.D.,Geuens,M. & Bergh, J.V.(2001). **Marketing communications**. Prentice hall, Edinburgh Gate. England.
- Pickton, D. & Broderich, A.(2005). **Integrated Marketing communications** (2nd ed.). pearson Education Limited, Edinburgh Gate, UK.
- Randall,G. (1997). **Branding**. London: Kogan Page.
- Randall, G. (2000). **Branding : A practical guide to planning your strategy** (2nd ed.). Kogan Page Limited, London.
- Renolds,W.H. (1965). **Brand images and the consumer**. *The Wall Street Journal*,3(2),49-52.
- Robinson, Claude and Barlow, Walter. (1959). **Public Relation**. New York : A Hamilton.
- Roth, M.S. (1994). Innovations in defining and measuring brand image. In C. Allen & D.R.John (Eds.), **Advances in Consumer Research**,21,495.
- Sallis, Edward.(1993).**Total Quality management education**. London: Philadelphia, Kogan Page, Education management Series.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2000). **Consumer behavior** (7th ed.). Prentice Hill, Upper Saddle River, NJ.
- Schultz D.E. & Barnes E.B.(1990). **Strategic brand communication campaign**. Lincolnwood, Illinois:NTC Business.

- Schultz, D.E., Tannenbaum, S.I.& Lauterborn, R.F. (1993) **Integrated marketing communications**. NTC Business Books, Lincolnwood, Illinois, USA.
- Shimp, T.A.(1997). **Advertising, Promotion, and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications** (4th ed.). The Dryden Press, Orlando, FL.
- Sirgy, M.J.(1998.). **Integrated marketing communications: A systems approach**. Prentice Hall, Upper.Saddle River. New York.
- Solomon, M.r.(1999). **Consumer behavior: buying, having, and being** (4th ed.). Upper Saddle River, New Jersey.
- Southgate, P. (1994). **Total branding by design : How to make your brand's packaging more effective**. Kogan Page Limited, London.
- Steiner, George A.(1989). **Strategic planning what Every Manager Must Know**. New York: The Free Press.
- Temporal, P. (2002). **Advanced brand management from vision to valuation**. John Wiley & Son (Asia)Pte Ltd, Singapore.
- Van Heerden,C.H., and Puth,G. (1995). Factors that determine the corporate image of South African banking institutions: An exploratory investigation. **International Journal of Bank Marketing**, 13(3),12-17.
- WACE. (2006). **World association for cooperative education**. [online] Available from ; <http://www.waceinc.org>. [2006,January 9].

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

1. รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
2. รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบกลยุทธ์
3. รายชื่อ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่มีความรู้และมีประสบการณ์ในด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ
4. รายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ตรา
ผลิตภัณฑ์ในสถาบันอุดมศึกษาและในวงการธุรกิจ
5. รายชื่อนักศึกษาที่ได้สัมภาษณ์ในโครงการ IRPUS

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มล.วิญญารัตน์ จิระประวัติ
 - คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - อุปนายกสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริยุพา รุ่งเรืองสุข
 - สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - ที่ปรึกษาบริษัทเอพีเอ็ม เซ็นทรัล เซอร์วิสเชส จำกัด
 - อนุกรรมการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ
 - กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริพันธุ์ สุวรรณมรรคา
 - คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - ที่ปรึกษาและวิทยากรบรรยายด้านการวิจัย การวัดและประเมินผลโครงการ และด้านการวางแผนพัฒนาในหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจ
4. รองศาสตราจารย์ ดร.สุธีระ ประเสริฐสรรพ
 - ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
 - ผู้ริเริ่มและที่ปรึกษาโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี (โครงการ IRPUS)
 - กรรมการในคณะกรรมการสาขาวิศวกรรมศาสตร์ในโครงการความร่วมมือทางวิชาการระหว่างไทย – ญี่ปุ่นของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบกลยุทธ์

- | | |
|--|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุธีระ ประเสริฐสรรพ | ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.กอบบุญ หล่อทองคำ | คณะวิศวกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ แย้มเม่น | คณะวิศวกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สฤณี บวรสมบัติ | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4. อาจารย์ ดร.กิตติกร จามรดุสิต | คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 5. อาจารย์ ดร.รังรอง ยกสำน | คณะอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 7. คุณกฤตพาดากร ภาคพลธนกุล | กรรมการผู้จัดการบริษัทไบโอเอสประเทศไทย จำกัด |
| 8. คุณรุ่งศักดิ์ วิเศษศักดิ์ | ประธานบริษัทโปรอาร์กรุ๊ป จำกัด |

รายชื่อ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่มีความรู้และมีประสบการณ์ในด้านการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. คุณประจพร ตันมณี | ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมมูลค่าและตราสินค้า
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ |
| 2. คุณพัชรนันท์ พูลมานะอุสาหกุล | กรรมการบริหารสมทบ และผู้อำนวยการฝ่ายบริการ
ลูกค้า บริษัท เดนซู คูแล Brand รถยนต์ Toyota |
| 3. คุณอนันต์ ธีรวิญญกุล | Brand Manager บริษัท กรีนสปอร์ต
ผู้ดูแลแบรนด์ ไวต้ามิลค์ |
| 4. คุณดารุณี ภาโสตา | ผู้จัดการด้านธุรกิจระหว่างประเทศ
บริษัท Advance Agro Company Limited |
| 5. คุณสมศักดิ์ ว่องพิสุทธิพงศ์ | Brand Manager ในระบบ Prepaid
บริษัท Total access Communication PLC. |

**รายชื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง
ภาพลักษณ์ตราผลผลิตในสถาบันอุดมศึกษาและในวงการธุรกิจ**

- | | |
|---|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุธีระ ประเสริฐสรรพ | ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรม
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พสุ เดชะรินทร์ | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สกุนณี บวรสมบัติ | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อุทุมมา มัชฌะณี | คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ แย้มเม่น | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกสัชกร ภูริวัฒน์ ลีสวัสดิ์ | คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 7. อาจารย์ ดร. กิตติกร จามรดุสิต | คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 8. คุณโสรัตน์ วณิชวรากิจ | กรรมการบริหารบริษัทแพนเอเชีย จำกัด |
| 9. คุณกฤตพาดากร ภาคพลธัญกุล | กรรมการผู้จัดการบริษัทไบโอเบส จำกัด |
| 10. คุณสายฝน ถึงหมื่นไวย | บริษัท น้ำมันพืชทิพย์ |

รายนามนักศึกษาที่ได้สัมภาษณ์ในโครงการ IRPUS

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. นายเก่งกล้า พานคง | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 2. นายกิตติพงษ์ พลศร | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม |
| 3. นางสาวชนัญญ์ เต่าสมตา | คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี |
| 4. ว่าที่ ร.ต. นิรุติ นงภา | คณะเทคโนโลยีการเกษตร
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |
| 5. นางสาวช่อทิพย์ แซ่เตียว | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 6. นายอภิพันธ์ เสียมใหม่ | คณะอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 7. นายณัฐพล ยุวประการ | คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 8. นายวรินทร์ ตันติรัตน์ | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา |

ภาคผนวก ข

- 1.แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาที่ได้เข้าร่วม
โครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี (ผู้ประกอบการและผู้บริหาร
สถาบันอุดมศึกษา)
- 2.แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต (สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)
3. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนาผลผลิต (สำหรับนักศึกษา)

1. แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา ที่ได้เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี (โครงการ IRPUS)

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีจากผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา
2. แบบสอบถามนี้มีจำนวน 7 หน้า แบ่งออกเป็น 2 ส่วน
ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับภูมิหลังและประสบการณ์เกี่ยวกับโครงการ IRPUS
ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพการจัดการในโครงการที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจ
3. แบบสอบถามฉบับนี้ใช้เป็นข้อมูลการวิจัยประกอบการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. สืบหาผลผลิตของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจ
2. วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี
3. พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี
4. เสนอแนวทางการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อส่งเสริมผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

นิยามศัพท์

1. โครงการ IRPUS หมายถึง โครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สร้างบัณฑิตให้มีทักษะในการวิเคราะห์ และแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในโรงงานอุตสาหกรรม (2) สนับสนุนให้อาจารย์ในสถาบันการศึกษาได้เข้าใจสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในภาคอุตสาหกรรม เพื่อนำไปสู่งานวิจัยและพัฒนาหลักสูตร ที่มุ่งเน้นให้นักศึกษามีการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (3) ผลิตงานวิจัยและพัฒนาเบื้องต้นในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือที่ีระหว่างสถาบันการศึกษากับภาคอุตสาหกรรม ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากโครงการฯ คือ (1) การพัฒนาผลผลิตใหม่ที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ (2) การแก้ปัญหาเทคนิคของกระบวนการผลิต และ(3) การปรับปรุงผลผลิตหรือระบบการผลิตให้สามารถแข่งขันได้

2. ผลผลิตโครงการ IRPUS หมายถึง ผลงานสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ของนักศึกษาโครงการ IRPUS

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ด้านสถานภาพของผู้ตอบ

ตอนที่ 2 ด้านประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับโครงการอุตสาหกรรมและ

การวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี (โครงการ IRPUS)

2. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ และกรอกข้อความในช่องว่าง ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

ตอนที่ 1 ด้านสถานภาพของผู้ตอบ

1. เพศ ☐ 1.ชาย ☐ 2.หญิง
2. สถานที่ปฏิบัติงาน /สถานประกอบการ
3. ประสบการณ์ในการทำงาน ปี

ตอนที่ 2 ด้านประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัย

สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี (โครงการ IRPUS)

1. ท่านเคยเห็นสัญลักษณ์นี้หรือไม่



- ☐ 1. ไม่เคย
- ☐ 2. เคย เป็นสัญลักษณ์ของ
2. ท่านรู้จักโครงการ IRPUS หรือไม่
 - ☐ 1. ไม่รู้จัก
 - ☐ 2. รู้จัก
3. ท่านรู้จักโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีหรือ IRPUS ได้อย่างไร
 - ☐ 1. โทรทัศน์
 - ☐ 2. วิทยุ
 - ☐ 3. หนังสือพิมพ์
 - ☐ 4. สิ่งพิมพ์โปสเตอร์
 - ☐ 5. อินเทอร์เน็ต
 - ☐ 6. เพื่อน หรือคนรู้จักแนะนำ
 - ☐ 7. อาจารย์จากสถาบันการศึกษา
 - ☐ 8. อื่นๆ โปรดระบุ

4. ท่านเข้าร่วมโครงการ IRPUS หรือไม่

☐ 1. ไม่เข้าร่วม

☐ 2. เข้าร่วม

5. ท่านเข้าร่วมโครงการ IRPUS เพราะเหตุใด

☐ 1. ได้รับมอบหมายจากที่ทำงานให้เข้าร่วม

☐ 2. มีผู้แนะนำชักชวนให้เข้าร่วม

☐ 3. ตัดสินใจเข้าร่วมเองโดยสมัครใจ

☐ 4. อื่นๆ โปรดระบุ

6. อะไรที่ทำให้ท่านสนใจเข้าร่วมโครงการ (เลือกได้ 2 ข้อ)

☐ 1. มีงบประมาณสนับสนุนให้

☐ 2. เป็นโครงการของ สกว.ร่วมมือกับสถาบันการศึกษา

☐ 3. กระบวนการดำเนินงานของโครงการจะเป็นประโยชน์กับธุรกิจที่ทำ

☐ 4. เพื่อต้องการได้รับความรู้ใหม่ๆ ทางเทคโนโลยีและความทันสมัย

☐ 5. อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นความต้องการเกี่ยวกับสภาพการจัดการในโรงงานอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจ

คำชี้แจง แบบสอบถามชนิดนี้ประกอบด้วย 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามประเมินค่าด้านความคิดเห็นของโรงงานอุตสาหกรรมและ

การวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี (โครงการ IRPUS)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ผลผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมและการวิจัย

สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี (โครงการ IRPUS)

ตอนที่ 1 ในการประเมินแบบสอบถามนี้ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามเกณฑ์พิจารณาดังนี้

5 หมายถึง ข้อความนี้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4 หมายถึง ข้อความนี้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมาก

3 หมายถึง ข้อความนี้ตรงกับความคิดเห็นของท่านปานกลาง

2 หมายถึง ข้อความนี้ตรงกับความคิดเห็นของท่านน้อย

1 หมายถึง ข้อความนี้ตรงกับความคิดเห็นของท่านน้อยที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อคำถาม	ความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านคุณประโยชน์ของผลผลิต					
1.1 ผลผลิตโครงการ IRPUS เป็นผลผลิตที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ					
1.2 ผลผลิตโครงการ IRPUS ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างนักศึกษา อาจารย์และผู้ประกอบการ					
1.3 ผลผลิตโครงการ IRPUS มีคุณภาพแตกต่างจากผลผลิตชนิดเดียวกันที่มีจำหน่ายในตลาด					
1.4 ผลผลิตโครงการ IRPUS มีคุณภาพดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตอื่นๆ					
1.5 ผลผลิตโครงการ IRPUS เป็นผลผลิตที่เกิดจากการวิจัยที่ใช้ต้นทุนต่ำ					
1.6 ผลผลิตโครงการ IRPUS มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตอื่นๆ					
2. ด้านคุณค่าของผลผลิต					
1.7 ผลผลิตโครงการ IRPUS มีส่วนช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม					
1.8 ผลผลิตโครงการ IRPUS มีบทบาทในการส่งเสริมความคิดริเริ่มของนักศึกษา					
1.9 ผลผลิตโครงการ IRPUS ก่อให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยี					
1.10 ผลผลิตโครงการ IRPUS เอื้อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของประชาชน					
1.11 ผลผลิตโครงการ IRPUS ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างงานอุตสาหกรรมและการวิจัย					
1.12 ผลผลิตโครงการ IRPUS สามารถใช้ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการ					
1.13 ผลผลิตโครงการ IRPUS สร้างความรู้สึกและความสัมพันธ์ที่ดีในกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ					
1.14 ผลผลิตโครงการ IRPUS สร้างความภูมิใจของผู้ประกอบการในการนำไปใช้					
3. ด้านคุณลักษณะของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง					
1.15 นักศึกษาในโครงการ IRPUS มีความเข้าใจในปัญหาของผู้ประกอบการ					
1.16 นักศึกษาในโครงการ IRPUS เป็นผู้ที่มีความตื่นตัวทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ					
1.17 อาจารย์ที่ปรึกษาของโครงการ IRPUS มีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ					
1.18 ผู้ประสานงานของ สกว.มีส่วนกระตุ้นให้ท่านเกิดความสนใจในผลผลิตในโครงการ IRPUS					
1.19 ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของการเข้าร่วมโครงการ IRPUS					
1.20 ผู้ประกอบการชักชวนผู้ประกอบการอื่นๆ ที่รู้จัก สนับสนุนผลผลิตในโครงการ IRPUS					

ตอนที่ 2

ในกรณีที่สถาบันอุดมศึกษาร่วมมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว) จะดำเนินการให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการ IRPUS เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้ประกอบการและเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการนำไปใช้ ควรจะต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

1. สร้างตราผลผลิตเพื่อให้ผู้ประกอบการเห็นคุณค่าและความภูมิใจที่ได้นำผลผลิตในโครงการ IRPUS ไปใช้

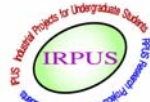
☐ 1. เห็นด้วย

☐ 2. ไม่เห็นด้วย เพราะ

2. สร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเพื่อให้ผลผลิตในโครงการ IRPUSเป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้ประกอบการ

- ☐ 1. เห็นด้วย
- ☐ 2. ไม่เห็นด้วย เพราะ

3. สัญลักษณ์ข้างล่างนี้มีคุณลักษณะที่โดดเด่น สะดุดตา จูงใจให้คนมอง



- ☐ 1. เห็นด้วย
- ☐ 2. ไม่เห็นด้วย เพราะ

4. ชื่อ โครงการ IRPUS เป็นชื่อที่จำได้ง่าย

- ☐ 1. เห็นด้วย
- ☐ 2. ไม่เห็นด้วย เพราะ

5. หากจะเปรียบเทียบตราผลผลิตของโครงการ IRPUS เป็นคน คนๆนี้ควรมีลักษณะอย่างไร(ตอบได้มากกว่า1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. เป็นคนทันสมัย | ☐ 2. เป็นคนเรียบง่าย |
| ☐ 3. เป็นคนสนุกสนานร่าเริง | ☐ 4. เป็นคนฉลาด |
| ☐ 5. เป็นคนมีน้ำใจ | ☐ 6. เป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์ |
| ☐ 7. เป็นคนน่าเชื่อถือ | ☐ 8. เป็นคนมีความกระตือรือร้น |

6. ถ้าจะส่งเสริมให้โครงการ IRPUS เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการ ควรจะมีกิจกรรมหรือสื่อใดบ้าง เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ (ตอบได้มากกว่า1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. โทรทัศน์ | ☐ 2. สื่อทางวิทยุ |
| ☐ 3. สื่อทางหนังสือพิมพ์ | ☐ 4. สื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ |
| ☐ 5. สื่ออินเทอร์เน็ต | ☐ 6. สื่อข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ – CD Rom |
| ☐ 7. การจัดสัมมนาพบปะในกลุ่มผู้ประกอบการ | |
| ☐ 8. การสื่อสารโดยตรงจากบุคลากรเฉพาะของโครงการฯ ไปสู่ผู้ประกอบการ | |
| ☐ 9. อื่นๆ โปรดระบุ | |

7. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงการดำเนินงานของโครงการ IRPUS

ด้านผลผลิตโครงการ IRPUS

.....

ด้านนโยบายการจัดการ

.....

ด้านงบประมาณ

.....

ด้านประชาสัมพันธ์

.....

ด้านนักศึกษา

.....

ด้านภาพลักษณ์

.....

ด้านความร่วมมือความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับสถานประกอบการ

.....

ด้านอื่น ๆ คือ

.....

8. สถานประกอบการของท่านเคยรับนักศึกษาโครงการสหกิจศึกษาเข้าฝึกงานหรือไม่

☐ 1. เคย

☐ 2. ไม่เคย

9. ถ้าจะพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนสหกิจศึกษา (การเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ) ในสถาบันอุดมศึกษา ท่านเห็นว่าควรมีการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับโครงการ IRPUS ในสถานประกอบการในด้านใดบ้าง

1) ด้านการเตรียมความพร้อมของนักศึกษา

.....

2) ด้านการจัดหางานสหกิจศึกษา

.....

3) ด้านการคัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

.....

4) ด้านการจัดลักษณะงานสหกิจศึกษา

.....

5) ด้านการนิเทศงานสหกิจศึกษา โดยอาจารย์นิเทศที่สถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

.....

6) ด้านการประเมินผล

.....

เมื่อท่านตอบแบบสอบถามครบถ้วนแล้ว ขอความกรุณาส่งตามที่อยู่ของผู้วิจัยแนบมาด้วยแล้วนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามชุดนี้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

รัชชัย จิตรนันทน์

2. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต

เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัย
สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์จะเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต
2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ สำหรับสัมภาษณ์ 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและกลยุทธ์ในสถาบันอุดมศึกษาและในวงการธุรกิจ 2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราผลผลิตที่เกี่ยวกับ ภาครัฐและภาคเอกชน
3. ข้อคำถามจะครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตลักษณะแบบสัมภาษณ์มีจำนวน 4 หน้า แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต
4. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ใช้เป็นข้อมูลการวิจัยประกอบการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าคำตอบหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

1. ผู้ให้สัมภาษณ์
☐ ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและกลยุทธ์ในสถาบันอุดมศึกษาและในวงการธุรกิจ
☐ ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์และตราผลผลิตที่เกี่ยวกับ
ภาครัฐและภาคเอกชน
2. สถานที่ทำงาน
3. ตำแหน่ง หน้าที่.....
4. ประสบการณ์ในการทำงานปี
5. ผู้สัมภาษณ์
6. วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์
7. สถานที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับองค์ความรู้ในการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเป็นลักษณะคำถามปลายเปิดแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

ส่วนที่ 2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

ส่วนที่ 3 สัมภาษณ์ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ

แนวการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร
.....
2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบผลสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร
.....
3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ
.....
4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ
.....

ส่วนที่ 2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร
.....
2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร
.....
3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์
.....

ส่วนที่ 3 ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการ

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่างๆ ที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจ และเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด
.....
2. เมื่อพูดถึงคำว่า “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี”
ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง
.....

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

.....

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุดใน “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

.....

5. ท่านมีความเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านอุตสาหกรรม การวิจัย และเทคโนโลยี

.....

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี เป็นคนคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

.....

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ จะดำเนินการอย่างไร

.....

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

.....

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้น ได้อย่างไร

.....

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อจะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

.....

3. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนาผลผลิต

สู่การนำไปใช้ในวงการธุรกิจ

เรื่องการพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตโครงการอุตสาหกรรมและวิจัย

สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์จะเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลผลิตของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจ
2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ สำหรับสัมภาษณ์นักศึกษาโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี
3. ข้อคำถามจะครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนาผลผลิตสู่การนำไปใช้ในวงการธุรกิจ ลักษณะแบบสัมภาษณ์มีจำนวน 4 หน้า แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนาผลผลิตสู่การนำไปใช้ในวงการธุรกิจ
4. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ใช้เป็นข้อมูลการวิจัยประกอบการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าคำตอบหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

1. ผู้ให้สัมภาษณ์

- ☐ ด้านวิศวกรรมการผลิต
- ☐ ด้านวิศวกรรมโยธาและสิ่งแวดล้อม
- ☐ ด้านเทคโนโลยีด้านข้อมูลและการสื่อสาร
- ☐ ด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ เทคโนโลยีชีวภาพและอาหาร

2. สถานที่ทำงาน

3. ตำแหน่งหน้าที่.....

4. ผู้สัมภาษณ์

5. วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์

6. สถานที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ประเด็นที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนามผลผลิตสู่การนำไปใช้ในวงการธุรกิจ

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนามผลผลิตสู่การนำไปใช้ในวงการธุรกิจเป็นลักษณะคำถามปลายเปิดแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สัมภาษณ์ด้านคุณลักษณะผลผลิตของนักศึกษา

ส่วนที่ 2 สัมภาษณ์ด้านการจัดการโครงการฯ ในปัจจุบัน

ส่วนที่ 3 สัมภาษณ์ด้านประเด็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

แนวการสัมภาษณ์

ตอนที่ 1 ด้านคุณลักษณะผลผลิตของนักศึกษา

1.โครงการที่ท่านสร้างขึ้นขณะเป็นนักศึกษาในโครงการฯ มีคุณค่าอย่างไรบ้างต่อสถานประกอบการและตัวท่านเอง สถานประกอบการจึงได้เลือกรับท่านเข้าทำงาน

.....

2.ในปัจจุบัน ท่านมีโอกาสพัฒนามผลผลิตที่ท่านสร้างขึ้นนั้นอีกหรือไม่ อย่างไร และเป็นที่ยอมรับของภาคเอกชน (สถานประกอบการ) หรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

3.ในอนาคต ท่านจะพัฒนามผลผลิตที่สร้างขึ้นในโครงการฯ นี้ ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร อย่างไร

.....

4. หากจะสร้างตรามผลผลิตในผลผลิตที่ท่านสร้างขึ้นนั้น ท่านคิดว่า โครงการฯ จะนำผลผลิตนั้นไปพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้หรือไม่ ท่านคิดว่าควรจะทำอย่างไร

.....

5.ท่านคิดว่า โครงการฯควรมีกลยุทธ์ส่งเสริมการพัฒนามผลผลิตของนักศึกษา ให้เป็นที่ยอมรับของภาคเอกชน (สถานประกอบการ) ได้อย่างไร ด้วยวิธีอะไรบ้าง

.....

ตอนที่ 2 ด้านการจัดการโครงการฯ ในปัจจุบัน

1.ท่านคิดว่าผลผลิตส่วนมากที่สร้างขึ้นของนักศึกษาโครงการฯ ในปัจจุบัน บรรลุเป้าหมายของโครงการฯ หรือไม่ อย่างไร

.....

2.ท่านคิดว่าสถานประกอบการที่เข้าร่วมในโครงการฯนี้ มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการสร้างผลผลิตของนักศึกษามากน้อยเพียงใด

.....

3. ท่านคิดว่าโจทย์การวิจัยที่ได้รับจากโครงการฯ นั้น เหมาะสมหรือสอดคล้องกับโจทย์ที่ได้รับจากการเรียนการสอนในห้องเรียนหรือไม่ อย่างไร

.....

4. ท่านคิดว่ากระบวนการตั้งแต่การรับสมัครผู้เข้าร่วมโครงการจนถึงขั้นตอนการประเมินผลของโครงการฯ มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

.....

ตอนที่ 3 ประเด็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. สภาพการเรียนการสอนในสถาบันที่ท่านศึกษาอยู่มีความเหมาะสมและสอดคล้อง หรือมีความแตกต่างจากภาคอุตสาหกรรมอย่างไร มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้าง

.....

2. ท่านคิดว่าควรพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาของท่านอย่างไร เพื่อให้สอดคล้องกับการเรียนรู้และการปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง

.....

3. ท่านคิดว่าสถานประกอบการและสถาบันการศึกษาควรทำอย่างไร เพื่อให้เกิดนโยบายหรือวิธีการปฏิบัติที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะความรู้ในสถานประกอบการเพื่อนำไปใช้งานได้จริง

.....

4. ท่านต้องการให้สถาบันการศึกษานับสนุน และมีส่วนปรับปรุงในประเด็นใดบ้าง ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

5. ในสถาบันอุดมศึกษาของท่านมีโครงการสหกิจศึกษาหรือไม่

.....

6. โครงการ IRPUS นั้น มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของท่านหรือไม่ อย่างไรในด้านต่อไปนี้

- 1) ด้านการเตรียมความพร้อมของนักศึกษา
- 2) ด้านการจัดหางานสหกิจศึกษา
- 3) ด้านการคัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการ
- 4) ด้านการจัดลักษณะงานสหกิจศึกษา
- 5) ด้านการนิเทศงานสหกิจศึกษา โดยอาจารย์นิเทศที่สถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา
- 6) ด้านการประเมินผล

ภาคผนวก ค

1. บันทึกการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่มีความรู้และมีประสบการณ์ในด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ
2. บันทึกการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตในสถาบันอุดมศึกษาและในวงการธุรกิจ
3. บันทึกการสัมภาษณ์นักศึกษาที่ได้สัมภาษณ์ในโครงการเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนาผลผลิต

บันทึกการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่มีความรู้และมีประสบการณ์ในด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ฯ คนที่ 1

ส่วนที่ 1

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

ความหมายจำเป็นต้องยาก เพราะคำเราเขียนไม่เหมือนกัน ผู้รู้พูดไม่เหมือนกัน เปรียบเสมือนตัวตนของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ มีความหมายเท่ากับคนคนหนึ่ง คือ อะไรก็ตามที่เราอยากให้คนรับรู้ว่าเป็นของเราคืออะไร สินค้าของเรามีคืออะไร ก็ต้องให้เขาจดจำ และอยากให้เขาจดจำอะไร ความหมายของแบรนด์มันมีความหมายต่อเราเพราะช่วยให้คนจดจำเราได้ในรูปแบบที่เราอยากเป็น จำได้อย่างถูกต้อง เมื่อไหร่ก็ตามที่เขาต้องการสินค้าหรือบริการใด ๆ ก็ตามที่อยู่ในขอบข่ายที่เราสามารถบริการเขาได้ เสนอสินค้าให้เขาได้ เขาจะนึกถึงเราและหาเราได้ถูกต้อง ความหมายก็คือจดจำเราได้และถูกต้อง เพราะมีหลาย ๆ แบรนด์ที่มีชื่อชัดเจนแต่เวลาลูกค้าซื้อกลับหยิบถูกหยิบผิด เป็นต้น

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิด ขึ้นได้อย่างไร

ผลผลิตที่ดีคือคนจดจำได้อย่างถูกต้อง อย่างเช่นเวลาคนเราหิวน้ำ อยากได้เครื่องดื่ม พอพูดถึงเครื่องดื่มก็มีมากมายหลายแบบ ร้อนหรือเย็น รสชาติแบบไหน ชาหรือไม่ ความหมายของตราสินค้าจะเข้ามาหลังจากที่เราอยากได้เครื่องดื่ม แล้วมีใครจะนำเสนอเครื่องดื่มแบบนั้นให้เรา หรือแม้แต่เราไปเองปัจจุบันยังมีแบรนด์เป็นไปตามขบวนการ Consumer Behavior ความต้องการของคนจะไล่ไปตามลำดับ เราในฐานะผู้สร้างแบรนด์ผู้ประกอบการ ต้องมองแล้วว่าเราจะเอาแบรนด์เราไปไว้ตรงไหน เพื่อที่จะตอบความต้องการของผู้บริโภค

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

เราเริ่มจากศูนย์จริง ๆ ทุกอย่างอยู่ในใจของผู้สร้างว่าต้องการสร้างอะไร ขณะเดียวกันต้องเข้าใจภาครับก่อนว่าเขาอยากได้อะไร พร้อมจะรับอะไร ในพื้นที่ที่เราจะเข้าไปแข่งขัน เราต้องรู้จักสภาพโดยรวมของมัน สำคัญที่สุดเราต้องรู้จักตัวเองและคนที่เราต้องการมาเป็นลูกค้า ถ้าเราสนใจ ศึกษาคำสองคำนี้ พยายามหาโจทย์ให้กับตัวเองอย่างชัดเจน ถ้าเราเข้าใจทั้งสองทาง เราก็จะทำสำเร็จ อย่างเช่น ผมเข้าไปในกลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่ง พบว่ากลุ่มคนนั้นชอบดื่มวิสกี้กันออก ดังนั้นเราจะรู้วิธีหาเงินจากเขาคือการขายวิสกี้ แต่ปรากฏว่าโรงงานหรือคนงานเก่งเรื่องการผลิตเรื่องน้ำอัดลม แล้วก็ดันร่นตัดแปลงโรงงาน เครื่องจักรให้สามารถผลิตวิสกี้ก็มันคงเป็นไปได้ เราจึงต้องรู้จักเขา รู้จักเรา เรา รู้จักตัวเองว่าทำอะไรได้ถึงไหน ทางที่ดีก็ควรหาทีมงานใหม่มาผลิตจะดีกว่า หรือถ้ารอได้ก็ส่งคนงานไปศึกษางานก่อนก็ได้ จริง ๆ แล้วคำว่าแบรนด์มันอยู่ที่ว่าภาครับ เขาจะรับอะไรไปและจำเราแบบไหน เพราะว่าจุดหนึ่งที่เราอยากให้เราจำได้คือ อยากให้เขารู้ว่าเราเก่งที่สุดเรื่องวิสกี้ ลูกค้าแต่ละคนจะได้ไม่เหมือนกัน ต่างคนต่างจดจำ จริงๆ แล้วแบรนด์มันอยู่ในใจของผู้รับมากกว่าภาคส่ง ปัญหาอยู่ที่ว่าภาคส่งต้องเรียนรู้ให้ดี ต้องพยายามทำอะไรออกไปเพื่อให้ภาครับจดจำเราแบบเราอยากให้จำ

4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไรเพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

ความหมายเหมือนกับคำว่า Strategy รวมถึงกลยุทธ์ ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว ขึ้นกับสภาพแวดล้อมของเราเอง ตลาดและภาครับ เราจะทำอะไรได้ต้องคำนึงถึงสิ่งที่มีอยู่ แล้วเราใช้อะไรบ้าง

- ใช้คนของเรา
- ใช้ศักยภาพความสามารถที่มีอยู่
- ใช้ทรัพยากรทั้งภายในภายนอก

มีหลายข้อขึ้นอยู่กับว่าเราต้องการทำอะไรในตลาดนั้นมากกว่า ในแต่ละตลาดแต่ละภาครับ แต่ละเวลา การใช้เครื่องมือ กลยุทธ์ก็จะปรับเปลี่ยนไปตามเป้าหมายที่อยากให้เป็น ขึ้นอยู่กับว่าเราคิดอย่างไร เครื่องมือที่สำคัญเลยต้องอยู่ที่สมอง เพราะการสร้างแบรนด์เริ่มที่สมองก่อน ต้องมีการเรียนรู้ ต้องวิเคราะห์เก่ง เข้าใจอย่างถูกต้องว่าภาครับต้องการอะไร และเข้าใจตัวเองว่าเราต้องการอะไร หากจุดกึ่งกลางของทั้งสองอย่าง แล้วหาว่าต้องพึ่งพาอะไรบ้าง สมองต้องสั่งการมือทำ สั่งให้ปากพูด

- การจ้างให้บริษัทออกแบบดีไซน์ บริษัทออกแบบแบรนด์ให้ จำเป็นต้องตีโจทย์ก่อนหรือยกให้ฝ่ายโฆษณาเลย ?

โดยเนื้อหาแล้วควรจะต้องตีโจทย์ก่อน แต่ปัจจุบันมันมีการทำงานหลายรูปแบบ สุดท้ายแล้วขึ้นอยู่กับศักยภาพของตัวเริ่มต้นว่ามีความพร้อมในการทำงานแค่ไหน ถ้ามีศักยภาพที่พร้อมจะทำด้วยตนเองก็ไม่ต้องจ้างก็ได้ แต่ถ้ามีศักยภาพระดับหนึ่งแล้วมีความไม่ว่างระดับหนึ่งก็จ้างได้ จ้างทั้งหมดก็มี คิดให้บ้างก็มี สิ่งที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบันนี้เกิดจากการผสมผสานกัน เพราะเวลาทำงานเราต้องฟังเอเจนซีที่มาเสนอด้วย ไม่ใช่คิดอย่างเดียว จุดเริ่มต้นอยู่ที่ผู้สร้างว่ากำหนดโจทย์ให้ใครบ้าง การตั้งโจทย์ดีพอหรือไม่ ยิ่งเรามีศักยภาพในการตั้งโจทย์มากเท่าไร คนที่ทำงานต่อให้ก็ทำต่อได้มีความแม่นยำมากขึ้นเท่านั้น นอกจากว่าคนที่ทำงานอยู่ไม่มีศักยภาพ ดังนั้นคนที่ทำงานทั้งทีมงานต้องมีศักยภาพ เข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน

ส่วนที่ 2

1. การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

ภาพลักษณ์ตรงกับคำว่า Brand image คือสิ่งที่ทำให้คนจดจำได้ ภาพอะไรบางอย่างที่อยู่ในหัวของคนที่เป็นภาครับ เวลานี้ก็ถึงเขาเขาเห็นเราเป็นอย่างไร คงไม่มีคำจำกัดความตายตัว บางคนอาจจะจำว่าเราเป็นผู้เชี่ยวชาญ บางคนอาจจำว่าเราเป็นของจริง สาระสำคัญไม่ใช่ความหมายแต่อยู่ที่การใช้มากกว่า เพราะว่าเวลาทำงานจริง อย่างเช่นคำว่าภาพลักษณ์ ยี่ห้อ แบรนด์ ตราสินค้า คำๆเดียวกัน ดีความหมายได้เป็นสิบอย่าง จะได้ไม่ต้องเสียเวลามาตีความหมาย ทั้งที่เข้าใจความหมายไปในทางเดียวกัน บางครั้งก็เข้าใจไม่ตรงกัน ถือเป็นเรื่องยากของการสร้างแบรนด์ สร้างแบรนด์อย่างไรให้คนจดจำไปในทิศทางเดียวกัน

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดของท่านเป็นอย่างไร

ชัดเจน ตรงไปตามวัตถุประสงค์ของผู้สร้าง ชัดเจนในใจของผู้รับ ถ้าผู้รับจำแบบถูกบ้างผิดบ้าง จำแบบเลือนลางแสดงว่า Brand Image ยังไม่ดีพอ

3. ท่านมีกระบวนการดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

คนที่อยู่ในวงนี้นะจะอยู่ในวงนี้นาน ต่างบริษัทต่างก็ผลิตเครื่องมือที่เป็นสูตรสำเร็จที่จะสร้างความสำเร็จให้ตัวเอง แต่ละบริษัทก็มีวิธีของตัวเอง อย่างแรกต้องเข้าใจตัวเรา เข้าใจสภาพตลาดโดยรวม เข้าใจภาครับ เข้าคู่แข่ง คือจะสร้างยังไงต้องเริ่มจากความเข้าใจก่อน ถ้าเราเข้าใจอย่างแท้จริง วิเคราะห์ได้อย่างแม่นยำ เราก็เจอทางที่จะสร้าง จะใช้เครื่องมือไหน จะใช้โฆษณาหรือไม่ ใช้ PR มั้ย ใช้ event marketing หรือไม่ จะทำ Packaging แบบไหน หรือว่าจะสร้างที่ตัวบุคลากร เป็นต้น ไม่มีเป็นสูตรสำเร็จ

- การสร้างภาพลักษณ์กับแบรนด์เหมือนกันหรือไม่

คิดว่าไม่เหมือนกัน เพราะบางทีภาษาไทยไม่ชัดเจนเท่าภาษาอังกฤษ ในภาษาอังกฤษภาพลักษณ์คือ image มันคือภาพที่อยู่ในจินตนาการของผู้รับ ว่าคนคิดถึงแบรนด์ของเราอย่างไร แต่แบรนด์น่าจะมีความหมายกว้างกว่าคำว่า image แบรนด์เหมือนตัวตนของสินค้า การบริการ นั้นๆ

ส่วนที่ 3

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการต่างๆที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจและเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

โครงการต้องนำมาใช้งานได้จริงและให้ประโยชน์กับบริษัท

2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

คำว่าอุตสาหกรรมจะนึกถึงภาคการผลิตไม่จำเป็นต้องเป็นโรงงานอุตสาหกรรม ส่วนคำว่าโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี เป็นภาพที่ไม่ชัด เพราะไม่รู้ว่าคำว่าอุตสาหกรรมคืออุตสาหกรรมอะไร วิจัยอะไร

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

อย่างแรกเลยไม่เชื่อว่าโครงการจะดีแค่ไหน อย่างไร จุดเริ่มต้นคือเราต้องการสร้างภาพให้ผู้ประกอบการเห็นภาพของโครงการชัดเจนแค่ไหน ภาพของโครงการเริ่มต้นไม่ชัดเจน แล้วมันทำให้อยากรู้เพิ่มเติมหรือไม่ ถ้ามันทำให้อยากรู้ต่อไปก็ยังมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ โครงการฯ นี้ก็น่าจะดี แต่เรามองภาพไม่ออกว่า เมื่อมาทำงานกับเราจะทำงานด้วยวิธีไหน เหมาะกับรูปแบบงานของเราหรือไม่ เพราะมีกระบวนการเยอะไม่ใช่แค่ตัวโครงการอย่างเดียว ขึ้นกับนักศึกษาในโครงการฯ ด้วยว่ามีความสนใจเรื่องที่เราตรงกันหรือไม่ โดยตรงหรือไม่ ไม่อยากบอกว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ เพราะว่าทั้งหมดอยู่ที่ปัจจัยรอบด้าน ทุกปัจจัยต้องมีความสอดคล้องกัน ถ้ามีความสอดคล้องกันก็จะเกิดการเบี่ยงเบน ก็เกิดความสงสัยว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุดใดใน "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

ชื่อไม่มีชื่อสั้นๆ ให้จำได้ง่ายๆ ฟังชื่อแล้วเหมือนเป็นโครงการของใครก็ได้ ชื่อเป็นชื่อสามัญที่ใครก็ใช้ได้ ไม่บ่งบอกชัดเจนว่าเป็นใคร ถ้าเป็นคำว่า IPRUS ก็จะกลายเป็นชื่อเฉพาะ ซึ่งโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี เป็นคำอธิบายเพิ่มเติมมากกว่า อย่างแรกถ้าอยากให้คนจดจำก็ต้องมีชื่อให้เรียก

การตั้งชื่อแล้วสามารถมีความบ่งบอกตัวตนได้ก็ดี แต่ก็ไม่ใช่สาระสำคัญเสมอไป อยู่ที่ว่าวางแบรนด์ไว้อย่างไร อยากให้คนรู้จักแบรนด์แบบไหน แล้วทำในสิ่งนั้นหรือไม่ ชื่อเป็นแค่สิ่งที่จะทำให้สามารถระบุได้ถูกตัวชื่อจะเป็นอะไรก็ได้ แต่อย่าเรียกยากมาก ถ้าทำได้ชัดเจนแล้วส่งสารออกไปชัดเจน คนก็กลับมาถูกต้อง คำว่า IRPUS ง่ายหรือยากขึ้นกันคนตีความ แล้วแต่คนจะตีความ สุดท้ายอยู่ที่ผู้สร้าง ทำอย่างไรให้คนรู้จักคำนี้ ถ้าท้ายที่สุดเขาเรียกชื่อเราได้แสดงว่าแบรนด์สมบูรณ์แบบ

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรม การวิจัยและมีบุคลากรอย่างไร

-

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรม

เนื่องจากไม่มีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับโครงการมาก่อนเลย IRPUS ก็เป็นแค่ชื่อหนึ่งชื่อเฉยๆ จึงไม่สามารถจะบอกได้ว่าเหมือนใคร

ถ้ามองตั้งแต่ยังไม่เคยเห็น ก็เหมือนเป็นโครงการทั่วไป บุคลากรก็เหมือนเป็นคนที่ไม่มีความรู้จักร เป็นคนเก็บตัว อาจจะดีบ้าง หลังจากอ่านใบปลิว พบว่าเขาพยายามอ้างอิงถึงความสำเร็จของบริษัทใหญ่ๆ อย่างโตโยต้า เป็นต้น มีบทบาทช่วยให้โตโยต้าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง แต่ก็เกิดคำถามตามว่า เป็นความจริงหรือเปล่า

IRPUS ดูเหมือนจะสื่อสารมาชัดเจน ไม่สามารถวาดภาพลักษณ์ได้ชัดเจน เป็นองค์กรหนึ่งที่ทำให้ทุนกับนักศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรการศึกษาให้นักศึกษาปริญญาตรีให้จบมามีคุณภาพพร้อมทำงาน

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไรและท่านคิดว่าโครงการฯจะดำเนินการอย่างไร

เป็นไปได้ที่จะวางตลาด จะสำเร็จหรือไม่ตอบไม่ได้ เพราะขึ้นกับองค์ประกอบรวม ทั้งตัวนักศึกษาเอง ตัวโครงการฯ ผู้ประกอบการ ขึ้นกับว่าแต่ละคนมีศักยภาพแค่ไหน เหมือนแต่ละคนเป็นเฟื่องมีศักยภาพที่จะขับเคลื่อนไปข้างหน้า จะสำเร็จหรือไม่ตอบไม่ได้ เพราะโครงการโตโยต้านี้สำเร็จไม่ใช่ว่าทุกโครงการจะประสบความสำเร็จทั้งหมด แต่มีความเป็นไปได้หมด แต่สาระสำคัญอยู่ที่ว่า นักศึกษาเหล่านั้นจบแล้วมีประสิทธิภาพจริงหรือเปล่า จบไปแล้วทำงานดีทุกคนหรือไม่ตอบไม่ได้ เป้าหมายหลักคือ เป้าหมายคือให้เด็กจบมาอย่างมีประสิทธิภาพไม่ได้ต้องการให้ผลิตให้ผู้ประกอบการสำเร็จ หวังให้นักศึกษาจบออกมาแล้วทำงานได้ดี มีประสิทธิภาพ

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆ ด้าน ???

-

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯและจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้นได้อย่างไร

ต้องรู้จักผู้ประกอบการ ให้เขารู้สึกว่าทำมาเพื่อเขาจริงๆ แล้วเอาไปใช้ประโยชน์และเกิดผลกำไรต่อเขาจริง ต้องทำการบ้านนะ มี 4 ผู้เล่นคือ ตัวโครงการฯ ผู้ประกอบการ ตัวนักศึกษาและผลผลิตของนักศึกษา อย่างแรก ผู้ประกอบการเป็นใคร ให้ความสำคัญกับอะไร ให้ความสำคัญกับโครงการ นักศึกษาหรือผลงานของนักศึกษา ผู้เล่นที่ตามมาคือผู้ใช้บริการของผู้ประกอบการ อย่างแรกที่ผู้ประกอบการคิดคือผลผลิตของนักศึกษา

เพราะเป็นลูกค้าของเขา ถ้าเชื่อว่าโครงการนี้ผลิตนักศึกษาที่ดี และนักศึกษาสามารถผลิตผลงานได้มีประสิทธิภาพ ก็จะเป็นที่น่าเชื่อถือ

สาระสำคัญของโครงการฯ รู้จักผู้ประกอบการดีพอหรือไม่ เป็นไปไม่ได้ที่โครงการจะเก่งไปทุกเรื่อง และเป็นไปไม่ได้ที่นักศึกษาจะเก่งไปทุกด้านเหมือนกัน ยังไม่มีประสบการณ์จริง แต่เชื่อได้ว่านักศึกษาไม่ได้ถูกปิดล้อมด้วยการตลาด การแข่งขัน สภาวะกำไรขาดทุน เชื่อว่านักศึกษาอยู่นอกกรอบ มีความคิดนอกกรอบ ไม่ยึดติดกับสิ่งนี้ ถือเป็นจุดเด่นอย่างหนึ่ง คือน่าจะได้ไอเดียที่อยู่นอกกรอบ การจะพัฒนาไปใช้ได้จริงนั้นอีกเรื่องหนึ่ง เช่น โครงการสำนึกรักบ้านเกิด เป็นโครงการที่มีความแตกต่าง ชัดเจน เป็นโครงการที่สนับสนุนเด็กให้เรียนตั้งแต่เด็กจนจบปริญญาตรีเพื่อเอาความรู้ความสามารถไปพัฒนาบ้านเกิดของตัวเอง ไม่มีพันธะผูกพัน แต่มีข้อแม้อย่างเดียวคือต้องกลับไปพัฒนาสังคมของตัวเอง

ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ฯ คนที่ 2

ส่วนที่ 1

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

การสร้างแบรนด์เป็นตัวแทนของสินค้า สินค้ามาเร็วไปเร็วตามแฟชั่น แต่แบรนด์ยังคงอยู่ ถ้าเราสร้างแบรนด์ให้ดี และสะท้อนภาพลักษณ์ต่างๆ มันจะออกมาอย่างชัดเจนและอยู่นานกว่าผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาจไม่ได้รับความสนใจแต่แบรนด์ของเรายังคงอยู่ ผลิตภัณฑ์บางอย่างเป็นแฟชั่น บางครั้งไม่เสถียร แต่แบรนด์ยังคงอยู่ได้เป็นร้อยปี อย่างเช่นโกดักส์ ถ้าเขาไม่ได้สร้างแบรนด์ที่เป็นโกดักส์ เป็นสินค้าที่เป็นฟิล์มถ่ายภาพ ปัจจุบันบริษัทนั้นคงล้มละลายไปแล้ว แต่เขาสร้างเป็นโกดักส์ โกดักส์คือ ผู้ผลิตและจำหน่ายและผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการถ่ายภาพ ถ้าเขา define บริษัทเขาแบบนั้น เขาสามารถเอาโกดักส์ไปทำเป็นกล่องเมมโมเรการ์ด หรือกล่องสำหรับใส่กล้อง เพราะว่าเขาดีไซน์มาเพื่อคนถ่ายรูปโดยเฉพาะ ไม่ใช่เป็นสินค้า คือการสร้างแบรนด์เราต้องเขียน definition ให้ชัดเจนว่าแบรนด์นี้สะท้อนถึงอะไร หลังจาก that definition ของแบรนด์ชัดเจน เราจะสามารถทำอะไรได้หลายอย่าง อย่างโตโยต้า ที่สร้างแบรนด์วิโก้ วิโก้เป็นแค่รุ่นกระบะ ไม่สามารถทำเป็นรถเก๋งวิโก้ได้ ไม่สามารถที่จะเทียบชั้นกับเบนซ์ที่เป็นวิโก้ได้ ถ้าเขาต้องการสร้างหรือขยายฐานกลุ่มผู้บริโภคที่จับตลาดบน ถ้าเขาสร้างโตโยต้าที่มีผลิตภัณฑ์เป็นวอลส ผลิตภัณฑ์ Toyota harrier คือจับตลาดกลุ่มบน ความสำคัญสามารถเอาไปต่อยอดทางธุรกิจ เป็นการ define ว่าสัญลักษณ์นั้นมีความหมายว่าอย่างไร และให้บริการอะไร

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร

มี Definition คำนิยามแบรนด์คืออะไร คาแรกเตอร์ของแบรนด์ต้องชัดเจน Personality ของแบรนด์ต้องชัดเจน เช่นv นีเวียร์ เป็นเครื่องสำอางค์ที่ดูแลร่างกาย personality เมื่อก่อนของเขาเป็นผู้หญิง ถ้าต้องการแตก segment ต้องใช้เวลาเป็น10 ปีในการสร้าง นีเวียร์ for men เพราะฉะนั้นการ define ตราสินค้าต้องระบุอย่างชัดเจนว่านิยามของสินค้าคืออะไร personality ของแบรนด์เป็นอย่างไร และ เป้าหมายของแบรนด์เป็นใคร factor 3 อย่างนี้ต้องระบุอย่างชัดเจนและเขียนอย่างแน่วแน่ว่าต้องการให้อุตสาหกรรมไปทางไหน

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

ไม่ยาก แต่ต้องใช้ให้ถูกวิธีและจำเป็น หลังจากนิยามแบรนด์ของเราเสร็จแล้ว ต้องหาข้อมูลมา Support ว่า Segment ตลาดที่เราจะไปถูกต้องหรือไม่ ในเรื่องของการตลาด ต้องทำส่วนผสมทางการตลาดหรือเรียกว่า marketing mixed ประด้วย 4 P เป็นเครื่องมือหนึ่งในการ Define ตลาดที่ขึ้นไปแข่งขันกับตลาดวงกว้าง ตัวอย่างเช่น ไวตามิลด์ เราจำหน่ายน้ำมันถั่วเหลืองเพื่อให้คนไทยกิน ในอีก 5 ปีข้างหน้า Define ขึ้นมาว่าเราจะใช้แบรนด์อะไร อาจจะใช้ Soya plus ก็ได้เพราะเราจะระบุอย่างชัดเจนว่าเป็นน้ำมันถั่วเหลืองที่จะขายในประเทศไทย แล้วดูว่าเราควรขายที่ไหน เพราะเป็นไปไม่ได้ที่อุตสาหกรรมทำขึ้นมาจะขายได้ทั่วโลก แล้วเป็นแหล่งที่เราจะไปหรือไม่ อย่างเช่นใน Short Term จะขายแค่ South East Asia เราต้องหาตลาดว่าเป็นไปได้หรือไม่ แล้วเข้าไปสำรวจใช้ Research ใช้ Data Based มาช่วย คนญี่ปุ่น มาเลเซีย เวียดนามรับถั่วเหลืองหรือไม่ เป็นการระบุว่าตลาดเราไปได้หรือไม่ Research เป็นส่วนหนึ่งเข้ามาช่วยสำรวจในการลงทุนตลาด ต้องดูข้อมูลจากบริษัทที่ทำ เก็บจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็น Secondary Data

ส่วนที่ 2

1. การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

หลังจากที่เราเขียนนิยามของตราสินค้าลงในกระดาษเราต้องเอาข้อมูลตรงนี้ส่งให้ประชาชน เข้ามาถึงการสื่อสาร การสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ เราเขียนแล้วว่าภาพลักษณ์เราเป็นแบบนี้ เราจะออกไปสู่ประชาชนจะอย่างไร เหมือนเพลงถ้ามีโน้ตอยู่แล้ว คนฟังไม่มีทางรู้ว่าเพลงเพราะหรือไม่ร้อง เราต้องหาวิธีการไปแสดงภาพลักษณ์ออกมา ต้องสื่อสารออกไปให้รู้ตามนิยามที่เราเขียน รับรู้ได้ถูกต้อง เหมือนสคริปเพลงเป็นเพลงชาติ แต่ร้องเพลงสรรเสริญ ก็ใช้การสร้างภาพลักษณ์ที่ถูกต้อง เพลงชาติมีค่าแรกเดอ์เป็นเพลงที่ปลุกใจ เข้มแข็ง ต้องใช้นักร้องที่ร้องเพลงปลุกใจ

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดของท่านเป็นอย่างไร

จะต้องสะท้อนจุดมุ่งหมายของบริษัท (vision) ออกมาอย่างชัดเจน

3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

หลังจากที่เราเขียนนิยามเสร็จแล้ว เราต้องจับประเด็นสื่อสารออกไปสู่ผู้บริโภค เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ง่ายมาก อย่างไวตามิลด์เป็นสินค้าเพื่อสุขภาพ จะไม่สนับสนุนนักดนตรี การพนัน จะเลือกสนับสนุนการออกกำลังกาย กิจกรรมเพื่อสุขภาพ สนับสนุนกีฬาโอลิมปิก เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์เพื่อเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพของไวตามิลด์

ส่วนที่ 3

1. ถ้าหากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่าง ๆ ที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัยท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจและเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

ดูความเป็นไปได้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรหรือไม่ ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรหรือไม่ ในฐานะนักธุรกิจ เพราะเราไม่ใช่องค์กรการกุศล เราทำไปเพื่อธุรกิจ ถ้าไร ต้องมีผลตอบแทนกลับมา แต่ไม่ได้ตอบแทนมาเป็นตัวเงินทันที แต่ออกมาเป็นภาพลักษณ์

2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง
นึกถึงเมื่อก่อนช่อง 7 ที่มีการนำผลงานของนักเรียนมาเสนอ นึกถึงนักเรียนอาชีวะที่ผลิตหุ่นยนต์มาแข่งขัน โครงการวิทยาศาสตร์

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

มีความคิดสร้างสรรค์ ใช้ความคิดที่ก่อให้เกิดรายได้โดยใช้วัสดุที่หาได้ตามท้องตลาด อย่างที่เคยเห็น นोटเล็ก ๆ สามารถเอามาทำเป็นหุ่นยนต์ได้ เป็นโมเดล ดีสเพลย์

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี"

มีความคิดสร้างสรรค์ เอาไปใช้ก่อให้เกิดประโยชน์ เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ที่ไม่ชอบคือซ้ำกับของคนอื่น

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรม การวิจัยและมีบุคลากรอย่างไร

วิธีการจัดการแข่งขันดีกว่า สามารถดึง Inside หรือ Inspiration ของเด็กออกมาได้ แต่ถ้าไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม ถูกครอบด้วยกฎระเบียบและข้อบังคับ เขาจะปฏิบัติตามนั้นโดยที่ Idea จะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ แต่ถ้ามาทำการแข่งขัน เราสามารถดึง Innovative Idea ของเด็กออกมาได้ เราจะมีความคิดสร้างสรรค์ เหมือนที่เค้ามักจะพูดว่า คลื่นลูกใหม่ชนะคลื่นลูกเก่า คนหนุ่มไฟแรง เด็กจะมีความคิดสร้างสรรค์ที่โดนสิ่งแวดล้อมกดดัน ต้องคิดจิปาถะ ความคิดสร้างสรรค์ไม่ออก แต่ถ้าเป็นเด็กจะ Freeze factor ต่างๆภาวะครอบครัวยังไม่มี จะคิดได้ง่ายกว่า competition จึงเปิดกว้างให้เด็กมากกว่า

6. ถ้าจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

ดูเป็นคนทันสมัย แต่ถ้าเป็นโรงงานไปฝึกงานธรรมดา ดูเก่า ๆ แต่ถ้าเป็นโครงการที่ประกวดที่จะสาธิตผ่านช่อง 7 ที่ทำกรณีศึกษาจากไมยราพ ดูเป็นคนรุ่นใหม่

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไรและท่านคิดว่าโครงการฯจะดำเนินการอย่างไร

การวางขายได้ต้องศึกษาผู้บริโภค จริงไม่ยากถ้าโปรโมท OTOP อยู่แล้วคือ perception ของ OTOP เป็นสินค้าจากชาวบ้าน ถ้าเราสามารถไปผูกติดกับ OTOP ได้ ใช้แบรนด์ OTOP นำสิ่งประดิษฐ์ของนักเรียนจะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ หมายความว่าสิ่งประดิษฐ์หรือโครงการต่างๆ ที่เป็น out put มันจะได้การรับรองมาตรฐานและได้รับการยอมรับมากกว่าการสร้างแบรนด์เอง

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาในโครงการถือได้ว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

ไม่ต่างกัน แต่ขาดความน่าเชื่อถืออย่างเดียว อย่างเช่นไปซื้อไม้กวาดที่ดูดีฝุ่นไปด้วย กับเครื่องดูดฝุ่น จะเลือกซื้อเครื่องดูดฝุ่นมากกว่า เพราะมีความเชื่อถือมากกว่า

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้นได้อย่างไร

คุณภาพและมาตรฐานต้องเท่ากันทุกชิ้น

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อที่จะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

โปรโมทไปกับโครงการของรัฐ มี OTOP อยู่แล้ว เราก็โปรโมทไปกับเขา เราจะใช้กระแสของ OTOP ที่สร้างขึ้น OTOP ใน position ของคนคือเป็นสินค้าที่เอามาจากชาวบ้านและมีมาตรฐาน เราไม่จำเป็นต้องสร้างสินค้าที่มีมาตรฐาน แต่เราแค่เอา OTOP มาแปะ คนจะรู้สึกว่ามีความมาตรฐานแน่นอนเพราะผ่านการรับรองจาก OTOP

- จะทำให้ โครงการ IRPUS ประสบความสำเร็จ หรือถูกใจผู้ประกอบการควรจะเน้นไปทางไหน

เพิ่มมูลค่าอะไรให้อุตสาหกรรมนั้น อย่างเช่น โครงการนี้ทำให้ประหยัดไฟได้ 50 % ชื่อเค้าไม่อ่าน เพราะว่ามันยาว ต้องบอกโครงการที่นำเสนอจะสามารถทำให้คุณประหยัดไฟได้ 50 % เพราะว่าอะไร เราต้องจั่วหน้าให้น่าสนใจ หัวข้อก็น่าสนใจแต่ว่าอุตสาหกรรม แต่ดู Out put มากกว่า ว่าทำแล้วก่อให้เกิดอะไร อย่างเช่นถ้ามีเงิน 5 แสนเท่ากัน จะซื้อโตโยต้าหรือมาสด้า ต้องดูที่ out put ด้วยว่าคืออะไร ต้องบอกวัตถุประสงค์การทำ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ฯ คนที่ 3

ส่วนที่ 1

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

การสร้างแบรนด์ ในแง่ของการโฆษณา เราสร้างแบรนด์เพื่อจะสร้างความสำเร็จให้สินค้า เพราะฉะนั้นแบรนด์ที่จะสร้างความสำเร็จให้สินค้า คือภาพรวมของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสัมผัสได้ จับต้องได้ ในการสร้างแบรนด์ ๆ หนึ่งนั้น อาจหมายถึงในแง่ของ functional benefic หรือ personal benefic ของสินค้านั้น ในส่วนที่รู้สึกว่าได้ใกล้เคียงตัวเขามากที่สุด การสร้างแบรนด์นั้นก็มีหลายแบบ อย่างเช่นการสร้างแบรนด์ของรถยนต์ อย่างแรกเราต้องกำหนดก่อนว่าตัวเราเป็นแบบไหน เราต้องการจะเป็นอย่างไร มองในแง่ของเป้าหมายทางธุรกิจเราจึงต้องสร้างแบรนด์ให้เป็นไปตามเป้าหมายทางธุรกิจที่เราต้องการ อย่างเช่น โตโยต้า มีความแข็งแกร่งมากในเรื่องผลิตภัณฑ์ การใช้งาน คุณภาพสินค้า แต่ที่โตโยต้ายังขาด คือความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์โตโยต้า ว่าโตโยต้าเป็นแบรนด์ที่ให้อะไรต่อเขา เพราะโตโยต้าส่งเสริมเรื่องผลิตภัณฑ์มากกว่า ตัวผลิตภัณฑ์มากกว่าแบรนด์ ช่วงนี้จึงต้องพยายามสร้างความรู้สึกของคนให้มี linked ระหว่างโปรดักส์ กับผู้ใช้บริการ มากขึ้น เพราะฉะนั้นความรู้สึกของคนที่มีต่อสินค้าของเราทั้งหมดเป็นอย่างไร นั่นคือแบรนด์ของเรา

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิด ขึ้นได้อย่างไร

มีแนวทางใกล้เคียงกับเป้าหมายทางธุรกิจของเจ้าของบริษัทหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์มากที่สุด เขาจะต้องสร้างแบรนด์โดยการขัดเกลา สมมติแบรนด์เป็นก้อนใหญ่ ๆ อาจจะมีส่วนเกินหรือไม่ดีเจ้าของต้องเอาออก ให้เป็นในแบบที่เจ้าของต้องการมากที่สุด ซึ่งกว่าจะถึงตรงนั้นต้องมีการ Research มากมายเพื่อจะบอกว่า

ตรงไหนควรตัดทิ้งตรงไหนควรเอาเข้ามา เพราะฉะนั้นการที่แบรนด์แบรนด์หนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ จะต้องรู้จักความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะขัดเกลาหล่อหลอมมาใส่ในความเป็นแบรนด์นั้นให้มากที่สุด

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

แบรนด์ประกอบด้วย โปรดักส์ ผู้บริโภค ตลาด สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่นผู้แข่งขัน ในการจะทำแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จ เราต้องรู้จักทุกส่วนที่ประกอบมาเป็นแบรนด์ของเรา คือในตัวโปรดักส์เป็นอย่างไร ข้อดีข้อเสียเป็นอย่างไร อะไรที่พูดได้อะไรไม่ควรพูด หรือว่าผู้บริโภค ความรู้สึกที่มีต่อแบรนด์ อะไรที่ชอบอยู่แล้ว อะไรที่ไม่ชอบ อะไรที่เราจะใส่เข้าไปแล้วเขาจะชอบ ดังนั้นหลักที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ เราจะต้องศึกษากับ Consumer คือการทำวิจัยกับผู้บริโภคแต่ว่าทำวิจัยอย่างไรจะได้คำตอบที่ถูกต้องมากที่สุด เราต้องมั่นใจว่าคนที่เราเอาทำวิจัยเป็นผู้บริโภคของเราจริงๆ ขั้นตอนการคัดเลือกคนที่เราจะเอามาซักถามต้องมั่นใจแล้วว่าเป็นผู้บริโภคของเรา หลังจากนั้นคือการวิเคราะห์ข้อมูลที่เราได้มา หลังจากนั้นเราต้องศึกษาข้อมูลต่อไปว่าข้อมูลที่เรารู้แล้วว่าเขาชอบไม่ชอบอะไรแล้ว เครื่องมืออะไรที่จะมาเสริมให้แบรนด์ประสบความสำเร็จ

4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

ยกตัวอย่างเช่น คนขับรถปิกอัพกับคนขับรถเก๋ง มีความต่างกัน คนขับรถปิกอัพในต่างจังหวัดจะไม่ค่อยเดินเข้ามาใน Show Room ถ้าไม่ได้ต้องการซื้อจริง ๆ รถเพราะว่าเขาเป็นคนทำมาหากิน การจะซื้อรถต้องแน่ใจแล้วว่าต้องการซื้อ เพราะฉะนั้นการจัดกิจกรรมในต่างจังหวัดจะเป็นการจัด Road Show เราเอารถไปโชว์ในที่ที่เขาเข้าถึง ไม่อึดอัดใจ แทนที่ให้เราเข้ามาดูใน Show Room ติดแอร์เป็นตึกใหญ่โต เราเอาไปที่ตลาดสด ให้เขาได้สัมผัสรถ เข้าถึงง่าย การตัดสินใจซื้อมันจะง่ายจะขึ้น หรือว่าบางทีอาจจะรู้สึกว่ายังไม่ถึงเวลา แต่เมื่อเขาดูเงื่อนไขทางการเงินแล้ว ดีกว่ารอไป เราเอาเครื่องมือจากการวิจัยผู้บริโภค คือเราวิเคราะห์ Consumer Inside ดูว่าพฤติกรรมเขาเป็นอย่างไร แล้วเราก็จัดเสริมในสิ่งที่เขาเข้าถึงผลิตภัณฑ์เราได้ง่าย แล้วการจะจัดต้องมีการประชาสัมพันธ์โฆษณา

ส่วนที่2

1. การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

เป็นความรู้สึกที่คนรู้สึกต่อสินค้าของเรา เราต้องการให้คนรู้สึกดีต่อสินค้าของเรา แต่มันดูว่าไป ดังนั้นเราต้องการให้คนรู้สึกต่อแบรนด์อย่างไรเราต้อง set ไว้ก่อน ว่าเราต้องการให้เขารู้สึกอย่างไร จะให้เขารู้สึกแบบนั้นเราต้องสร้างสิ่งนั้นขึ้นมา เช่น คนขับรถทุกคนต้องการความภูมิใจ กว่าที่จะซื้อมาก่อนข้างยาก เราสร้างความภูมิใจในแบรนด์ให้เขารู้สึก ให้เขารู้สึกว่าเขาเลือกรถที่ดีต่อเขาอย่างไร คนบางพวกก็ไม่ต้องการให้คนมาบอกว่าเขาเป็นอย่างไรที่เป็นคนเลือกรถ ซึ่งก็มีหลายระดับ image ของผลิตภัณฑ์ที่เราจะใส่ในโปรดักส์จะต้องสามารถ Reflex ไปที่ผู้ใช้ด้วย เพราะ image ของตัวผลิตภัณฑ์อย่างเดียวคงไม่พอ ต้องสามารถย้อนกลับไปให้ผู้ซื้อด้วย ถ้าเป็นรถเขารู้สึกว่าขับรถที่ส่งเสริมสถานะของเขา เขาเป็นคนที่ประสบความสำเร็จ เหมือนยกขึ้นมาระดับหนึ่ง ให้ความรู้สึกทางจิตใจ

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดของท่านเป็นอย่างไร

ต้องไม่เกินเลยความเป็นจริง อาจจะเป็นไปไม่ได้ตามความเป็นจริง

3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

เรามีอะไรที่จะนำเสนอผู้บริโภคแล้วจะเสริมอะไรได้บ้าง เราศึกษาคู่แข่ง ศึกษาลาด เราเน้นในสิ่งที่เป็นอยู่ อย่างเช่น โตโยต้ามีบริการหลังการขายที่ดี ให้บริการแล้วสบายใจ ไว้ใจได้ แทนที่เราจะสร้างภาพลักษณ์ที่ใช้แล้วเท่ แล้วโก้ แต่เราเอาตัวตนที่แท้จริงของเรามาบอกเขา มาสรุปเป็นภาพลักษณ์ของเราที่เขา รู้สึกได้ ในการสร้างภาพลักษณ์ เราวิเคราะห์จากสิ่งที่มี ข้อดีที่เรามีกว่าคู่แข่ง พยายามที่จะเอามาพูดที่เป็น ภาษาที่เขาเข้าใจได้ ก็คือเป็นการเอามา Link กับผู้บริโภคกับสิ่งที่มี ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือตอบสนองความต้องการของเขา

ส่วนที่ 3

1. ถ้าหากท่านจะเข้าร่วมโครงการต่างๆที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัยท่านจะใช้ อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจและเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

วัตถุประสงค์ของโครงการคืออะไร ผลที่ได้จากโครงการคืออะไรเป็นหลัก

2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง เป็นโครงการที่สนับสนุนนักศึกษาทางด้านการวิจัยให้ไปทำงานร่วมกับผู้ประกอบการ

ภาคอุตสาหกรรม

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

-

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี"

-

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรม การวิจัยและมีบุคลากรอย่างไร

-

6. ถ้าจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

-

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไรและท่านคิดว่าโครงการฯ จะดำเนินการอย่างไร

อาจารย์และนักศึกษาไม่มีประสบการณ์ทางด้านธุรกิจ แต่เวลามาทำงาน เขียนโครงการมักจะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่เยอะ ข้อมูลบางอย่างมาจากการสังเกตมากกว่าได้สัมผัส บางครั้งการวิเคราะห์ของนักศึกษาที่ทำโครงการ ไม่ได้ลงในแง่ลึก มีรายละเอียดอีกเยอะที่ไม่สามารถลงรายละเอียดได้ทั้งหมด ดังนั้นงานนักศึกษาที่ทำมาก่อนข้างอยู่ในระดับผิวเผิน ประกอบกับอาจารย์เองอาจจะไม่ได้ลงมาสัมผัสกับวงการธุรกิจ ถ้าได้อาจารย์ที่เป็นคนทำธุรกิจเข้าไปสอนหรือชี้แนะอาจจะมีข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น อาจจะมีเชิญนักธุรกิจหรือคนทำงานไปเป็นที่ปรึกษาไปสอนบ้าง

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุก ๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

คงเทียบกับไม่ได้เพราะว่าเป็นของมืออาชีพกับมือสมัครเล่น เพราะนักศึกษาก็ยังไม่จบการศึกษา ยังไม่มีประสบการณ์

- ถ้าเราจะทำให้ผลผลิตออกมาทัดเทียมกับตลาด

ขึ้นกับแต่ละโครงการแต่ละผลิตภัณฑ์ เพราะบางอย่างต้องอาศัยประสบการณ์เยอะ ๆ แต่บางอย่าง เช่นการสร้างหนัง เด็กจบใหม่อาจจะมีความรู้ที่มีมากกว่า สดใหม่ น่าสนใจว่าคนที่สร้างหนังมานานแล้วก็ได้ ต่างไปตามอุตสาหกรรม ตามผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าเอาเด็กอีกกลุ่มหนึ่งมาคิดโฆษณาให้โตโยต้า เขาต้องคิดอะไรที่ล้ำกว่าที่ไม่ได้อยู่แล้ว เพราะต้องมีประสบการณ์เรื่องการตลาด มุมมองของรถยนต์ บางอุตสาหกรรมเด็กรุ่นใหม่จะได้เปรียบ ประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญในการทำงาน

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้นได้อย่างไร

ต้องส่งเสริมและให้โอกาส ทุก ๆ คนที่ไม่มีประสบการณ์แต่ต้องการโอกาสทุกคน ถ้าเราจำกัดตั้งแต่ต้นก็จะถูกจำกัดโอกาส เด็กที่ไม่มีประสบการณ์ก็ต้องการโอกาสที่จะนำเสนอ สำหรับผู้บริโภคแล้วเขาต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับตัวเอง ถ้าเขาจะซื้อของอย่างหนึ่งเขาก็ต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุดกับเงินที่เขาเสียไป

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อที่จะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

การทำประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อเดียวกับโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ หนังสือพิมพ์ คนที่ทำประชาสัมพันธ์ต้องขยันมากๆ เพราะปัจจุบันข่าวสารเยอะไปหมด ทำอย่างไรเขาถึงจะหยิบงานของเรามาประชาสัมพันธ์ให้ เราต้องมีวิธีเข้าหาสื่อแต่ละส่วน เข้าไปแนะนำตัวว่างานของเราเป็นอย่างไร คนที่ทำประชาสัมพันธ์เก่งเขาจะเป็นคนที่พูดเก่ง เก่ง เนื้อหากระชับรวบรัด เพราะต้องเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

- แบนด์ของ IRPUS เท่าที่เห็นเป็นแบบไหน ควรปรับปรุงอย่างไร

ธรรมดา ไม่โดดเด่น โลกี้ควรจะเรียบง่าย แล้วก็ชัดเจนว่ากำลังจะบอกอะไร IRPUS ก็เรียบง่ายแต่ไม่ค่อยมีความน่าสนใจ มันจะต้อง Attractive และจะต้องเป็นอะไรที่น่าสนใจ โดดเด่นกว่านี้ ต้องมีสัญลักษณ์ที่หมายถึงอะไร ต้องดูเป็น Symbolic

ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ฯ คนที่ 4

ส่วนที่ 1

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจ อย่างไร

เป็นการยกระดับภาพพจน์สินค้าไทยให้ดูดีขึ้นในสายตาต่างประเทศ ของประเทศไทยมีแค่ ไม่ก็แบรนด์ที่ตั้งในต่างประเทศ อาจจะมีกระทิ้งแดง สิงห์ นอกนั้นจะเป็นแบรนด์ในระดับภูมิภาค เช่น บุ่มบู่ ดับเบิลเอ ไวตามิลค์ พยายามผลักดัน ให้มีตราสัญลักษณ์ขึ้นมา เพื่อให้แปะเป็น Country brand ถ้าใครมีแบรนด์ของตัวเองของตัวเองก็

แปะเลย ภาพรวมน่าจะเป็นระหว่างประเทศมากกว่า นอกจากมีระดับประเทศแล้ว น่าจะมีเป็นกลุ่มสินค้า เช่นถ้าร้านอาหาร สินค้าอะไร ไรยนต์ แต่ก็ไม่สามารถทำถึงขั้นนั้นได้

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิด ขึ้นได้อย่างไร

ไม่ว่าจะมีแต่เฉพาะ โลโก้ หรือสโลแกนที่เพราะ ๆ เท่านั้น แต่ต้องมีการศึกษาวิจัย เพื่อให้ งานนั้นๆออกมาตาม Identity ของแบรนด์นั้น ๆ สมมติในนี้ มีการทำวิเคราะห์ วิจัย มีโลโก้ มีสโลแกนที่ดี เพราะมีการศึกษาทางการตลาดมาก่อน แล้วถ้ามีคนทำในลักษณะนั้นเหมือนในนี้ ก็ไม่ประสบความสำเร็จเท่าในนี้ เพราะยังขาดการวิเคราะห์วิจัย วิเคราะห์ตัวแบรนด์ที่เกิดขึ้น เพราะ ไข่มี่แต่โลโก้หรือสโลแกน แต่ต้องมีหลาย ๆ อย่าง ผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสำคัญเรื่องนี้ด้วย

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จใน วงการธุรกิจ

ต้องรู้ก่อนว่าผลิตภัณฑ์ของเราคืออะไร เหมากับกลุ่มเป้าหมายไหนบ้าง มีหลายช่องทาง ที่ทำให้ประสบความสำเร็จ ต้องมีการวิจัยว่าสินค้าเหมาะกับใครแล้วทำตามกระบวนการนั้นไป ปัญหาคืออะไร ทำอะไรเพื่อแก้ปัญหา นั้น พอดิได้แล้ว ก็ทำแบบนั้น แล้วทบทวนว่าทำอย่างไร ถึงจะไปให้ถึงเป้าหมายได้

4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไรเพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิต ประสบความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับ

การวิจัย ผู้บริหารต้องมี Vision ที่ดีมีความใส่ใจ มีการกระทำต่อเนื่อง เพราะสภาวะทางการตลาดจะเปลี่ยนแปลงไปตลอด ต้องมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง

ส่วนที่ 2

1. การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

ประชาสัมพันธ์อย่างเดียวเลย เพื่อให้ผู้บริโภคประทับใจได้มากที่สุด ซึ่งมีหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ตสื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้ภาพลักษณ์ดีขึ้น

3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

มีการจัดสัมมนา Link ไปสู่ภายใต้โครงการนี้ นอกจากประชาสัมพันธ์แล้ว ยังต้องมีการให้ความรู้ ผู้ส่งออกให้มีความเข้มแข็ง มี brand clinic เน้นให้คำแนะนำรายบุคคลเลย ได้มีการสร้างเครือข่าย ผู้เชี่ยวชาญ โดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ มาให้ความรู้ ซึ่งยินดีให้ความช่วยเหลือ ซึ่งเป็นการ ช่วยเหลือสังคมด้วย

ส่วนที่ 3

1. ถ้าหากท่านจะเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจและเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

ดูวัตถุประสงค์ ถ้าเป้าหมายเดียวกันก็สามารถเข้าร่วมได้เลย เพราะว่าเรามีเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ ด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นบริษัทที่สร้างแบรนด์แข็ง ๆ เอเจนซี่เราก็อาจจะเป็นตัวประสานหาผู้เชี่ยวชาญ มาให้ มาใช้ ห้องประชุมสัมมนาได้ จัดเอกสารให้ได้ ประเด็นสำคัญคือต้องมีเป้าหมายเดียวกัน

2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

งานวิจัยที่เกี่ยวกับตัวสินค้า พัฒนาผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมนั้น ๆ โดยนิสิตนักศึกษา

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

เมื่อมีการวิจัยหรือนวัตกรรมใหม่ๆ แล้วมุ่งไปสู่ตลาดเลย มีการจดทะเบียน เป็นต้น

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

เป็นจุดเริ่มต้นที่ดี น่าจะให้การสนับสนุนมากๆ เป็นสิ่งที่นักศึกษาพยายามคิดค้นขึ้นมา สุดท้ายต้องทำเป็นผลิตภัณฑ์ให้ได้ ไม่ใช่ทำวิจัยเสร็จแล้วได้รับรางวัลก็เลิกทำ ต้องมีการเอามาใช้จริง

6. ถ้าจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

มีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ สามารถอธิบายให้เข้าใจได้

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการ ฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ จะดำเนินการอย่างไร

หลายอย่างก็ดี อย่างโครงการพลอย เป็นการออกแบบ แต่ไม่ใช่คำนึงถึงความคิดสร้างสรรค์อย่างเดียว แต่ต้องมีฟังก์ชันการทำงานด้วย

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุก ๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาในโครงการถือว่า ได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

ได้เปรียบ ถ้ามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการทำวิจัยที่ดี มีการออกแบบที่มีฟังก์ชันการใช้งานที่ดี เป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วย

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้นได้อย่างไร

ผู้บริโภคประทับใจ เอาไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อที่จะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็น ที่รู้จักแพร่หลาย

พอประกวดเสร็จ จะมีการเชิญผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องมาดูงานที่ถูกต้อง ผู้ประกอบการ จับคู่กับเจ้าของโครงการแล้วทำงานร่วมกันไปเลย มีหลายคู่ที่ทำงานร่วมกันได้ แต่ก็มีหลายคู่ที่ทำงานไปแล้ว Concept ไม่เหมือนกัน ผู้ประกอบการจะคำนึงถึงผลกำไร นักศึกษาจะคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่ออกมาสวยงาม ต้องจูนเข้าหากันให้ได้

พยายามเน้นว่า เมื่อเป็นแบรนด์แล้ว ผู้ประกอบการต้องมีการลงทุนเองด้วย สิ่งที่ได้มีแต่ ความรู้ มี Brand Clinic เพื่อให้คุยกับผู้เชี่ยวชาญโดยตรง ให้ได้ไอเดียว่าต้องทำอะไร เพราะเราต้อง มีการพัฒนาตลอดเวลา อย่างเวียดนาม จีน เราจะสู้แรงงานไม่ได้เพราะถูกกว่า การมีแบรนด์จะทำให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

โรงงานที่ไปตรวจจะเป็นโรงงานที่เข้าร่วมโครงการสร้างแบรนด์ และโครงการผู้ส่งออกดีเด่น โดยรับรางวัลจากนายกรัฐมนตรี จะมีการประกวดแล้วตัดออกเรื่อย ๆ ส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่ผลิต ส่งออก แบ่งออกเป็น ทางด้านแบรนด์ ส่งออกดีเด่น การออกแบบ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างภาพลักษณ์ฯ คนที่ 5

ส่วนที่ 1

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

การสร้างแบรนด์ คือการสร้างความแตกต่าง เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะเมื่อลูกค้าชื่นชอบแบรนด์แล้ว สินค้าที่อยู่ในแบรนด์นั้น ๆ ก็จะขายได้ดีด้วย เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าอีกด้วย

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร

ต้องทำให้คนรู้จัก คนจำได้ว่า ตราของเราเป็นแบบไหน ลักษณะอย่างไร

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

การสร้างแบรนด์ ขึ้นแรกต้องรู้ว่า ลูกค้าหรือเป้าหมายเราเป็นใคร แล้วเราจะทำวางตำแหน่งอย่างไร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเขาเหล่านั้น ซึ่งคนทำก็ต้องวางให้เกิดความแตกต่างจากแบรนด์อื่น ๆ ด้วย แล้วจากนั้นจึงจะกำหนดบุคลิกให้แบรนด์นั้น เช่น อาจจะเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ ที่มีหัวคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย เช่น โฆษณาว่า สินค้านี้เหมาะกับคนที่ต้องการรักษาสีผิวสวย อนุรักษ์นิยม ก็จะหาตัวแทน หาดารามาเป็น Presenter เช่น หาดาราที่รักธรรมชาติ ชอบท่องเที่ยวไปโนป่า มีนิสัยใจเย็นในการตัดสินใจ เป็นตัวแทนของความเป็นคนรักสิ่งแวดล้อม เป็นต้น พอเรานึกภาพได้ว่า เราจะถ่ายทอดในลักษณะไหน เราก็นำแนวคิดนั้นมาสร้าง เป็นรูป เป็นร่าง เป็นสี เป็น Logo รูปทรงต่าง ๆ เพื่อให้ภาพนั้น สัญลักษณ์นั้น เป็นสื่อตัวแทนของบริษัท หมายถึงการบริการจากทางบริษัทที่สร้างแบรนด์ก็ได้

คู่แข่งบางแห่งสู้แบรนด์ดัง ๆ ไม่ได้ ก็อาจจะขายให้ราคาถูก ๆ ซ้ำไว้ แต่บางทีก็ไม่ได้ทำ เพราะคิดว่า ราคาก็คือคุณภาพของสินค้าด้วย แล้วรวมทั้งการออกแบบเพื่อจะให้ลูกค้าจำได้ สถานที่ที่วางขายสินค้าก็มีผลด้วยเช่นกัน แบรนด์หนึ่งมีขายในห้างดัง แต่แบรนด์ยี่ห้อหนึ่งขายตามตลาดนัด สุดท้ายก็ใช้การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ใช้ตัวแทนเป็นบุคคลที่เรารู้จัก ใช้โฆษณาหลาย ๆ ด้าน

4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

คือ ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ใส่ Slogan ที่ฟังง่ายติดหู ชัดเจนให้ติดปาก

ส่วนที่ 2

1. การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

สร้างความรู้สึกดีที่มีต่อสินค้าของเรา ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมองว่าเราเก่ง เราบริการดี ส่วนประโยชน์คือ ทำให้เชื่อมั่นในความเป็นตัวของตัวเรามากขึ้น รู้จักเราง่ายขึ้น

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดของท่านเป็นอย่างไร

ทำให้เขาอยากรู้จักกับเรา เข้ามาเป็นมิตรกับเรา

3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

มี Concept ที่ชัดเจน เช่น พอมองปั๊บจะรู้ว่า บริษัทเราเนี่ย ทำเพื่ออะไร เช่นเพื่อ สุขภาพ สังคม การศึกษา วิจัย และความภูมิใจในความเป็นคนไทย ที่ไปร่วมพัฒนาประเทศ

ส่วนที่ 3

1. ถ้าหากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่างๆ ที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัยท่านจะใช้ อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจและเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

วัตถุประสงค์ของโครงการเป็นอย่างไร เกณฑ์ที่สำคัญคือผลที่ทางบริษัทจะได้กลับคืนมานั้น

2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี"ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

การทำงานวิจัยโดยมีนักศึกษาเป็นผู้ทำ

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

การให้นักศึกษาทำวิจัยร่วมกับภาคอุตสาหกรรม

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับ นักศึกษาปริญญาตรี"

การให้นักศึกษาเรียนรู้งานในสภาพจริง และที่ไม่ชอบคือ ระยะเวลาที่สั้นไป

5.ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรม การวิจัยและมีบุคลากรอย่างไร

โครงการนี้จะเน้นเฉพาะที่ส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมมากกว่าทุกด้าน บุคลากรที่ว่าเป็น คือ คน แบบนี้เขาก็เน้นที่คนที่มีความคิดสร้างสรรค์

6. ถ้าจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

ดาราที่เรียนวิศวกรรมศาสตร์ เช่น ปีมติทุปี

7.ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไรและท่าน คิดว่าโครงการฯจะดำเนินการอย่างไร

คิดว่ากำลังจะดีไปเรื่อย ๆ เพราะโครงการเพิ่งเริ่ม

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบ หรือไม่ อย่างไร

คงได้เปรียบบางอย่าง เพราะนักศึกษาบางคนก็เก่ง ชยัน ขึ้นกับแต่ละโครงการแต่ละผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญในการทำงาน

9.ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผู้ผลิตของนักศึกษาในโครงการฯและจะทำให้ผู้บริโภครู้สึก อย่างนั้นได้อย่างไร

รู้สึกดี ที่เป็นแนวของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต้องส่งเสริม ช่วยเหลือ และบอกเล่า บอกต่อกันไป ก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกดีในสายตาของผู้ใช้ เพราะภูมิใจ

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อที่จะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯเป็นที่รู้จัก แพร่หลาย

การทำประชาสัมพันธ์ อาจจะใช้ทั้ง วิทย์ หนังสือพิมพ์

2. บันทึกการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตในสถาบันอุดมศึกษาและในวงการธุรกิจ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ฯ คนที่ 1

ส่วนที่1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร
 - เหมือนเครื่องหมายการค้าที่ทำให้คนเห็นแล้วรู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของเรา ความสำคัญของแบรนด์ก็คือเมื่อไหร่ก็แล้วแต่ที่แบรนด์ติดตลาด คนก็จะนึกถึงสิ่งนี้ก่อน เช่น ผงซักฟอก คนจะเรียกว่าแฟ็บ เพราะว่าตราติดตลาดแล้วก็คือ แฟ็บ เป็นเครื่องหมายการค้า พูด่ง่ายๆก็คือสมมติเราทำให้ติดตลาดได้ ทุกคนก็จะนึกถึงสิ่งนั้นก่อนอย่างอื่น
2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร
 - ใครเห็นก็รู้ว่าสินค้าคืออะไร เห็นตราแล้วรู้ทันทีว่าสื่อถึงอะไร สินค้าคืออะไร จะสามารถเกิดขึ้นได้โดยการโฆษณา ของบางอย่างไม่มีอะไรเลย แต่โฆษณาจนติดตลาดได้ โดยเฉพาะแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เช่นโออิชิ ที่มี1 ฝา 40 ล้าน คนซื้อเยอะมาก แทบจะรู้จักแค่ชาเขียวโออิชิ ทั้งที่จริงๆแล้วมีหลายยี่ห้อ
3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ
 - ในเมืองไทยส่วนใหญ่เป็นการโฆษณา แต่ผลผลิตนั้นต้องยอมรับได้ในระดับหนึ่ง เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ถ้ารสชาติไม่เป็นที่ยอมรับก็จะหายไป
4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ
 - โฆษณาเป็นเครื่องมือที่สำคัญ แต่อาจจะต่างสื่อกัน เช่น วิทย์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณาอย่างอื่น

ส่วนที่2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร
 - ต้องมีความชัดเจนในสิ่งที่เราจะเจาะลึกไปตรงนั้น คือต้องมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอน ไม่เปลี่ยนไปมา เช่น IRPUS เน้นนักศึกษาทำงานร่วมกับผู้ประกอบการ เป็นโครงการที่นักศึกษาปี 4 ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นต้น ต้องอยู่ในแนวทางนี้ตลอด ในการสร้างภาพลักษณ์ต้องใช้เวลา มีการต่อเนื่อง ถ้าไม่ความต่อเนื่องก็จะไม่เด่นชัด
2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร
 1. เด่นชัดในวัตถุประสงค์
 2. มีประโยชน์อย่างไรในภาพลักษณ์อันนั้น ถ้าพูดถึง IRPUS ทุกคนต้องรู้ว่าหมายถึงอะไร ถึงจะเรียกว่าเป็นภาพลักษณ์ได้ แต่ถ้าพูดถึง IRPUS แล้วยังไม่รู้ว่าเป็นอะไร ภาพลักษณ์ก็ยังไม่เด่นชัด
3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์
 - อย่างที่เป็นอยู่ก็ดี แต่ได้กลุ่มคนที่ยังไม่กระจาย นักศึกษา อาจารย์ต้องรู้ในหน่วยงานที่ทำงาน ต้องรู้จักและเข้าใจมันก่อนว่าคืออะไร ผู้ประกอบการก็จะเข้าใจตาม หลังจากนั้นคนอื่นก็จะเข้าใจ เพราะการบอกต่อกันก็มีความสำคัญ เป็นการบอกต่อที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดี หมายความว่า คนที่ทำมาก่อนต้องทำสิ่งที่ดีด้วย

ส่วนที่ 3 ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการฯ

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่างๆที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจ และเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

- เหตุผลแรกคือต้องการเงินวิจัย ปกติแล้วเงินวิจัยในระดับปริญญาตรีค่อนข้างน้อย ทางสาขาให้นักศึกษาต่อคนเป็น 1500 บาท ตอนหลังทางภาควิชาปรับขึ้นมาเป็นคนละ 2500 บาท ซึ่งก็ถือว่ายังน้อยมากเมื่อเทียบกับการทำวิจัยทางจุลชีววิทยา เพราะอาหารเพาะเลี้ยงเชื้อ 1 กระป๋องก็สองพันกว่าบาทแล้ว ซึ่งทำยาก ต้องรวมกันหลาย ๆ คนแล้วทำงาน พอมีทุนก็ร่วมกับอุตสาหกรรม ซึ่งเราได้ทำงานกับเขาอยู่ก่อนแล้วบ้าง จึงไม่ยากที่จะคุยกันกับเขาว่า สิ่งที่จะให้เราทำมาทำเป็นโครงการร่วมกันหรือไม่

สำหรับเรื่องเงินทุน งบประมาณเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะว่าจะทำให้เราทำงานวิจัยได้ง่ายขึ้น และที่สำคัญเรามั่นใจว่างานที่ทำออกไปแล้ว ทางภาคอุตสาหกรรมได้เอาไปใช้ได้จริง เป็นเป้าหมายที่ดี

2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

- เป็นนักศึกษาปี 4 ร่วมกับภาคอุตสาหกรรม เป็นโครงการที่ทำงานร่วมกัน ที่เคยทำโครงการส่วนใหญ่จะเป็น 12 คือนักศึกษาทำงานกับผู้ประกอบการ ปัญหาคือ ถ้าได้ผู้ประกอบการที่เขาไม่เคยรู้จักเรามาก่อน ความไว้วางใจจะไม่เต็มที่ คือผู้ประกอบการมีโจทย์อยู่ก็จริง แต่บางทีเราก็กหาข้อมูลจากเขาได้ไม่เต็มร้อย เพราะเขากลัวว่าความลับของโรงงานจะรั่วไหล ทั้งที่จริงๆแล้วไม่ได้เป็นความลับอะไรมาก ทำให้เวลาที่จะทำโครงการร่วมกับผู้ประกอบการโดยตรง โดยที่เราไม่รู้จักรู้ผู้ประกอบการนั้นเลย ค่อนข้างยาก ส่วนใหญ่เราจึงเริ่มจากคนที่เรารู้จักก่อน คือทางเขาเคยเข้ามาหาเราก่อนที่มหาวิทยาลัยเพื่อถามข้อมูลหรือถามปัญหา หรือเคยมีนักศึกษาไปดูงาน เราได้ไปดูงานกับโรงงานนั้น ก็จะง่ายขึ้นในการทำงานกับโรงงานนั้นๆ ถึงแม้จะไม่ใช่ว่าตัวเราไปเอง แต่เราส่งคนอื่นไปว่าอาจารย์คนนี้ต้องการทำโครงการนี้ ผู้จัดการสนใจจะทำหรือไม่ ก็จะคุยกันง่ายขึ้น แต่ถ้าเราไม่รู้จักกันเลย ส่งเอกสารไป น้อยมากที่จะตอบกลับมา

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

- อาจจะข้อดีที่ 3 -4 โครงการที่ทำการร่วมมือระหว่างอาจารย์ นักศึกษาและผู้ประกอบการที่ทำด้วยกัน ผู้ประกอบการไว้วางใจ เชื่อใจ ให้ความร่วมมือดีมาก เลยไม่มีปัญหาในการทำโครงการ

ข้อดีที่ตามมาคือ เวลาที่โรงงานมีปัญหา ทางโรงงานจะโทรมาถาม ทั้งที่ไม่ได้เกี่ยวกับโครงการที่ทำ เป็นความร่วมมือที่ต่อเนื่อง เป็นสิ่งที่ดีผู้ประกอบการก้าวเข้ามาหาเรา

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

- สิ่งที่ชอบ คือ นักศึกษาได้มีโอกาสแสดงผลงานแล้วก็ได้เห็นโครงการของสถาบันต่างๆ เป็นการแชร์ความรู้ที่มีค่ามาก โดยเฉพาะในการออกไปทำงาน ได้เห็นว่าโครงการแต่ละโครงการมีปัญหาอะไร ทำแล้วแก้ปัญหาได้อย่างไรบ้าง อย่างน้อยเวลาที่นักศึกษาออกไปทำงาน สิ่งที่ได้รับอาจจะช่วยแก้ปัญหาในอนาคตได้

- สิ่งที่ไม่ชอบ คือการที่เราไม่รู้ว่าจะได้ทุนหรือไม่ แต่ต้องทำงานไปก่อนแล้ว ไม่สามารถบอกยกเลิกโรงงานได้ว่า เราไม่ได้ทุน เลิกทำเพราะว่านักศึกษาเริ่มทำโครงการตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถ้าสมมติเราไม่ได้

ทุน เราก็ไม่สามารถบอกเลิกได้ ต้องทำต่อไป แต่ต้องใช้เงินก้อนอื่นแทน ไม่การันตี 100 % ว่าเราจะได้ทุนหรือไม่ แต่นักศึกษาก็ต้องทำไปทั้งที่ไม่มั่นใจว่าจะได้ทุน

5. ท่านมีความเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านอุตสาหกรรม การวิจัย และเทคโนโลยี

- บางที่มีโรงงานอุตสาหกรรมเข้ามา แต่ไม่ยอมทำ IRPUS เพราะไม่ยอมเปิดเผยข้อมูล ถึงแม้เราจะบอกว่า เราจะเก็บไว้เป็นความลับ ข้อมูลจะเปิดเผยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่า แต่ทางผู้ประกอบการก็บอกว่าตั้งแต่จะเขียนโครงการ ก็เห็นแล้วว่าโรงงานของเขามีปัญหาตรงไหน ซึ่งปัญหานี้ไม่ยากให้คู่แข่งรู้ จริงๆ แล้วคู่แข่งเขาไม่รู้หรอกเพราะกรรมการเป็นคนอ่าน

อาจารย์เองก็เป็นกรรมการประเมินโครงการด้วย เป็นธรรมชาติของหาประเมินอยู่แล้ว ซึ่งมีความแตกต่างกันในกรรมการแต่ละคน ประมาณว่า โครงการเขียนออกมาคล้ายกัน อีกโรงงานหนึ่งได้ แต่อีกโรงงานไม่ได้ ต้องบอกว่า กรรมการประเมินคนละคนกัน ต้องเชื่อถือกรรมการด้วย ซึ่งเป็นปัญหาที่แก้ไม่ได้

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

- ต้องขยันและตั้งใจ ไม่อย่างนั้นงานไม่เสร็จ ส่วนใหญ่นักศึกษาที่ทำโครงการนี้ จะทำงานมากกว่านักศึกษาในโครงการอื่นๆ ทั่วไป ถ้าหากว่าไม่ได้ก็ต้องทำซ้ำๆ เพื่อให้ผลมันออก เพราะการทำงานกับภาคอุตสาหกรรมคือต้องเอาไปใช้งาน ต้องแน่ใจว่าผลที่ได้ไม่แหว่ง ถ้าหากทำ 3 ซ้ำแล้วผลยังแหว่งก็ต้องทำครั้งที่ 5 ครั้งที่ 6 ซึ่งต้องอดทนกว่าการทำโครงการทั่วไป และต้องยอมรับในข้อนี้

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ ดำเนินการอย่างไร

- การตอบรับก็ดี แต่ไม่ถึง 100 % ทางผู้ประกอบการต้องทำการคอนเฟิร์มที่โรงงานเพื่อความมั่นใจก่อนการใช้จ่าย ถึงแม้ตอนที่ทำการทดลองจะทำที่โรงงาน พอจะใช้จริงๆ ก็ต้องทดลองซ้ำจนกว่าจะมั่นใจว่าสิ่งที่เราทำกับผู้ประกอบการทำเหมือนกัน ไม่มีข้อผิดพลาด

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

- แข่งกับตัวเอง คู่แข่งอื่นคงไม่มี ในระดับปริญญาตรี โครงการค่อนข้างเล็กและสั้น โอกาสที่จะแข่งขันค่อนข้างยาก ผู้ประกอบการที่จะให้ทุนการวิจัยจึงมีไม่มากนัก เพราะอุตสาหกรรมที่ใหญ่ๆ เลย จะมี R&B อยู่แล้ว จึงไม่สนใจงานวิจัยตรงนี้มากนัก ส่วนใหญ่จึงเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง โอกาสที่จะแข่งขันยากเหมือนกัน

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้น ได้อย่างไร

- อยากให้เอาไปใช้จริง คือมั่นใจในสิ่งที่นักศึกษาทำและเอาไปใช้ ผู้ประกอบการมีหลายรูปแบบมาก คืออยากทำ แต่ไม่ยอมลงทุนเพิ่ม ไม่อยากปรับเปลี่ยนอะไรใหม่ เป็นต้น ปัญหาจากผู้ประกอบการ คือ ทำอันนี้ไปแล้ว โรงงานก็มีไอเดียอย่างอื่น โรงงานก็จะทำเอง ไม่เอาโครงการนี้แล้ว วิธีการ ถ้าธุรกิจไม่ใหญ่มาก โอกาสที่จะเอาไปใช้จริงมีค่อนข้างสูงกว่าบริษัทใหญ่ ๆ เท่าที่เห็นจะเป็นสหกรณ์ชุมชน หรือผู้ประกอบการขนาดเล็ก

ก็จะเอาไปใช้เลย รายที่ใหญ่ขึ้นมากคือ ลงทุนสูงขึ้นมา ถ้าปรับแล้วมีปัญหา ไม่ตรงตามเป้าหมาย ไม่กล้าที่จะทำ แต่พอทางสถานประกอบการเอาไปแล้วก็ปรับเปลี่ยนเล็กน้อย แล้วจึงทำ ชัดเจนในพวกผู้ประกอบการขนาดใหญ่

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อจะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

- มีหลายวิธี ลองไปแล้วแต่ได้ผลตอบสนองมาน้อยมาก คือ ส่งจดหมายไปถึงผู้ประกอบการเท่าที่จะหาได้ทางอินเทอร์เน็ตและกระทรวงพาณิชย์ ว่าเรามีโจทย์แบบนี้อยู่ ให้ทางสถานประกอบการส่งโจทย์กลับมา มีไม่ถึง 10 % เมื่อเทียบกับการที่เรารู้จักจากการที่นักศึกษาไปดูงาน ฝึกงาน คุยกับทางผู้ประกอบการเองแล้ว 80 % จะตอบกลับมา พุดง่าย ๆ คือ ไปเองดีกว่าจดหมายไป

นอกจากนี้ยังมีการออกวิทยุ แต่ยังไม่มีการตอบกลับมาว่าสนใจจะทำหรือไม่

ที่สภาอุตสาหกรรม มีปัญหา คือ สภาอุตสาหกรรมจะมีการพูดคุยกันเองระหว่างผู้ประกอบการกับนักวิชาการ ประชุมเดือนละหน ไปมา 2-3 ครั้ง ผู้ประกอบการไม่เคยเข้าหน้า มาบ้างไม่มาบ้าง ไม่ค่อยมีความสม่ำเสมอ ก็คือผู้ประกอบการมักจะไปหาคนที่เขาวางใจก่อน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ คนที่ 2

ส่วนที่ 1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

- การทำให้คนรู้จักชื่อ ความเป็นตัวของเรา ถ้าเปรียบสินค้าเป็นคนคนหนึ่ง ก็เหมือนเป็นการแนะนำตัวเราให้คนรู้จัก ให้กับแวดวงที่เราทำงานอยู่ได้รู้จัก นอกเหนือจากชื่อคือตัวสินค้า ต้องให้เขารู้ว่าเรามีบุคลิกอย่างไร มีความสามารถอย่างไร โดดเด่น ทำไม่เขาถึงควรที่จะรู้จักเรา

มีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

- อย่างในธุรกิจน้ำมันพืช Tip เองคือแบรนด์ ส่วน Tip White เป็น sub brand ของ Tip อีกที่แตกต่างในแง่ที่ว่า Tip White เป็นน้ำมันพืชเพื่อสุขภาพ ถ้าพูดถึง Tip จะนึกถึงน้ำมันพืชทั่วไปที่ชาวบ้านใช้ ส่วน Tip White เป็นเกรดที่เป็นคุณภาพ Premium พอพูดถึงแบรนด์นี้จะต้องสะท้อนว่าต้องเป็นคนคนสมัยใหม่ ใส่ใจสุขภาพ รักการค้นหาสิ่งใหม่ๆ เสมอ ความเป็นตัวของตัวเองสูง

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร

- ต้องอาศัยความไว ต่อเนื่อง ตลอดเวลา คืออย่าง Tip White ถ้าสร้างขึ้นมาแล้วไม่มีกิจกรรม ไม่มีการสื่อสารเพิ่มเติม ถ้าไม่มีการพูดถึงออกไป ก็ไม่มีคนรู้จัก เหมือนกันคือแบรนด์ต้องพยายามคง concept ของแบรนด์ สมมติอธิบายว่าเป็นน้ำมันพืชเพื่อสุขภาพ เราต้องยืนยันว่าเป็นที่ทำน้ำมันเพื่อสุขภาพ กิจกรรมที่ทำก็เกี่ยวกับสุขภาพ เราต้องออกไปบอกกับคนอื่นด้วยว่าเราน้ำมันเพื่อสุขภาพ ดังนั้นจะไปเกี่ยวข้องกับพวก IMCทั้งหลาย ประชาสัมพันธ์ trade sale โฆษณา กิจกรรม การตลาดทั้งหมดเลย

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

- เริ่มแรกต้องมานั่งคิดก่อนว่าต้องการทำอะไร คือต้องการสร้างความแตกต่างอะไร จากน้ำมันที่มีอยู่ปัจจุบัน พอดีได้แล้วก็ต้องมาหา concept ว่าน้ำมันตัวคือ concept อะไร อย่าง Tip White คือ กินอย่างคนที่มีอยู่อย่างคนฉลาดใช้ชีวิต ซึ่งค่อนข้างครอบคลุมลักษณะการใช้ชีวิต พุดง่าย ๆ คือ life style ของคนปัจจุบัน ว่าเขามีเงินจริงแต่ฉลาดในการใช้เงินแต่ละบาท มันอาจจะไม่ได้หมายถึงน้ำมันอย่างเดียว แต่หมายถึงทุกอย่าง ซึ่งน้ำมันก็รวมอยู่ในนี้ด้วย มันอาจจะมองดูเป็นเหมือนสิ่งธรรมดา ๆ ที่ใช้อยู่ทุกวัน แต่มันคือสิ่งจำเป็นที่คุณต้องรู้จักเลือก

หลังจากคิด Concept แล้วมาถึงตัวผลิตภัณฑ์ต้องไปด้วยกัน ทำยังไงให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากของเก่า ไม่อย่างนั้นคนก็แยกไม่ออก ว่าอันไหนคือฟีนโด อันไหนเป็นน้องสาวคนรอง คือต้องจับมาแต่งตัว มันเหมือนกัน คือ ฟีนโดอาจจะแต่งตัวเซ็กซี่ ธรรมดาแม่บ้านแก่ๆ แต่น้องสาวคนรอง อาจจะสมัยใหม่มาหน่อย ต้องดูตั้งแต่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องมีสีสันทันแนวชาว-ดาราฟัก รวมถึงสิ่งที่ใช้ประกอบเอง ทั้งคู่มือ Booklet การประชาสัมพันธ์ ต้องออกแบบสมีใหม่ และโฆษณาในช่องทางโทรทัศน์ต่างๆ ต้องสื่อให้กลุ่มคนที่เป็นเป้าหมายจริงๆ ซึ่งแตกต่างกันไปเลย

4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

- เครื่องมือที่พิเศษ ต้องพิเศษอยู่ตลอดเวลาอย่างต่อเนื่องและค่อนข้างยาวนาน เพราะเป็นเรื่องของการให้ความรู้กับคน คือมันยากที่ยากที่จะเปลี่ยนความคิดเดิมๆของคนที่ว่าน้ำมันอะไรก็ได้ และปกติเรื่องน้ำมันหรืออะไรที่จำเป็นที่ใกล้ตัวสุดชีวิต คนจะมองข้ามและทำอะไรตามความเคยชิน เดินไปถึงชั้นก็หยิบน้ำมันไม่ต้องบอกว่าคืออะไร ยี่ห้ออะไรก็ไม่มอง ด้วยความเคยชิน เพราะฉะนั้นการเปลี่ยนจากการซื้อน้ำมันขวดละ 30 บาท มาเป็นขวดละ 60 กว่าบาท คุณต้องสามารถบอกได้ว่ามันมีความแตกต่างกันอย่างไร ทำไมต้องเสียเงินแพงเพื่อซื้อน้ำมัน 60 บาท เพราะฉะนั้นเครื่องมือที่ใช้จะเป็นพนักงานแนะนำสินค้าไปยืนแนะนำสินค้าที่นั่น หน้าจุดขาย เพื่อที่จะบอก เพราะบางทีแค่กระดาษแผ่นเดียว อ่านก็ยังไม่เข้าใจ จะเดินมาดูก็คงไม่ดู คืออย่างน้อยต้องมีคนเรียกความสนใจจากลูกค้ามาก่อน แล้วเราก็มีคู่มือแจก หลังจากนั้นก็จัดกิจกรรม ออกทำ road show คือตระเวนไปตามอาคารสำนักงาน ตามสถานที่ต่างๆที่มีกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะออกไปบอกว่ามันมีดีอย่างไรถึงต้องเปลี่ยน ถือเป็นการจ่ายเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

- Image คือสิ่งที่ความเป็นตัวคุณ ถ้าบอกว่าเป็นน้ำมันเพื่อสุขภาพ แต่คุณขายที่ช่องทาง การจำหน่ายที่ไม่เหมาะสม สมมติขายเฉพาะต่างจังหวัดอย่างเดียว ไม่มีในกรุงเทพฯเลย ในเมื่อบอกว่าเป็นน้ำมันเพื่อสุขภาพคนสมัยใหม่ คุณก็ต้องวางสินค้าในช่องทางที่ควรจะเป็นเปรียบเทียบกับ ง่าย ๆ อย่างกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพฯ ก็คงเดินมาบุญครอง สยาม คงไม่ไปเดินตามห้างใหญ่ ๆ ในต่างจังหวัดหรือร้านโชห่วย ก็คือจัดให้อยู่เป็นที่ เป็นทางในช่องทางที่ควรจะเป็น ตามบุคลิกของเสื้อผ้าที่ใส่อยู่

ประโยชน์ ในเมื่อคุณสะท้อนความเป็นตัวคุณออกมาทางเสื้อผ้า หน้า ผม อะไรก็แล้วแต่ ทำให้คนรู้ว่าคุณคือใคร คุณดียังไง ที่ตามมาคือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการซื้อ ปรับเปลี่ยนความเชื่อของคนในการใช้อะไรหลายๆอย่าง อาจจะน้ำมันในกาทำอาหาร และที่ตามมาแน่นอนคือยอดขายและผลกำไร

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร

- สำหรับ Tip White คือมาสุขภาพก็ต้องไปสุขภาพเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นจอมแถมก็ต้องแถมอะไรที่เกี่ยวข้องสุขภาพ เป็นน้ำมันเพื่อสุขภาพ อาจจะแถมเกี่ยวกับการทอด หรือจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อสุขภาพ เช่น ทำโยคะ ตระเวนวัดไขมัน เพราะนั่นคือภาพลักษณ์ นอกจากภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แล้ว อาจจะต้องออกไปช่วยเหลือสังคม เช่น ช่วยเหลือเด็ก สมทบทุนสร้างอุปกรณ์ออกกำลังกาย คือให้เป็นไปในแนวทางสุขภาพทั้งหมด

3.ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

- เริ่มจากการเปลี่ยนบรรทัดฐานของผลิตภัณฑ์ ให้ดูดีเข้า Concept ในสิ่งที่คุณตั้งใจจะให้ เป็นพนักงานที่ออกมา Brand Ambassador คือกลุ่มคนที่จะออกไปแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ต่างๆ ต้องเป็นคนที่มีรูปร่างหน้าตาทันสมัย ดูฉลาด Smart ต้องเป็นคนทันสมัยใหม่ทำงาน ผู้หญิงหรือผู้ชายก็ได้ คือสะท้อนว่าคนรุ่นใหม่ก็สามารถทำกับข้าวได้ คือพยายามล้างภาพว่า คนที่ทำกับข้าวคือคนรุ่นแม่ รุ่นป้า ไม่โครเวฟ เตาไฟฟ้าก็สามารถทำกับข้าวได้

ส่วนที่ 3 ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการฯ

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่าง ๆ ที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจ และเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

- ตอนแรกที่มีเอกสารส่งมา ลักษณะงานเป็นอย่างไร ออกแนวส่งเสริมการพัฒนาความคิดคนผลิตภัณฑ์สำหรับTip เรายึดตัวน้ำมันเมล็ดฝ้ายกับสูตรสมุนไพร เป็นตัวใหม่ที่เพิ่งออกตลาด เป็นการทำงานร่วมกับสถาบัน

การวิจัยของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ค่อนข้างจะ amazing ที่ว่า ฝ้ายอยู่ข้างตัวเรามาเนิ่นนาน แต่เราไม่เคยรู้เลยว่ามันสามารถทอดได้และปลอดภัยกว่าน้ำมันปาล์มตั้งเยอะคือต้องอาศัยการวิจัย พัฒนา และทดสอบจนออกมาเป็นหน้าตาที่บรรจุให้เห็นในปัจจุบัน อีกตัวที่น่าสนใจคือ สูตรสมุนไพร คือเราบอกว่า ถั่วเหลืองใช้ทอดไม่ได้ ปาล์มทอดแล้วไม่ดี ทำไมเราถึงเอาถั่วเหลืองกับปาล์มมาผสมกัน แล้วบอกว่าเป็นน้ำมันเพื่อสุขภาพ มันตรงในแง่การพัฒนาความคิดค้นเหมือนกัน คือถึงจุดเด่นของทั้งสองอย่างมารวมกัน จุดดีของถั่วเหลืองคือมีโอไมกา 3 บำรุงสมอง ปาล์มทอดแล้วกรอบ แต่เราพยายามดึงจุดดีและกำจัดจุดด้อยออกด้วย เมื่อเอามารวมกันทำให้มันดียิ่งขึ้น เลยมองว่างานนี้มันตรงกับนวัตกรรมของตัวนี้ จึงตัดสินใจเข้าร่วมงาน อย่างน้อยๆก็ชี้ให้เห็น ในแง่ของการขายเป็นประเด็นรองในงานนี้ แต่ต้องการบอกว่า นี่เป็นสิ่งที่เราทำได้ เราคิดได้ เราคิดที่จะเลือกทำและเลือกเอามาเป็นสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคชาวไทย

2. เมื่อพูดถึงคำว่า “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี ” ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

- พอจะรู้คร่าวๆว่าเป็นงานที่ส่งเสริมการพัฒนาวิจัยของนักศึกษาปริญญาตรี

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

- ผลงานการวิจัยของนักศึกษาไม่เด่นมาก อยู่ในระดับหนึ่ง คือไม่ถึงกับแปลกและแตกต่างมาก แต่ในแง่เป็นการจุดประกายให้นักศึกษาเริ่มรู้จักคิด ถามว่าจากที่เคยไปร่วมงานหรือไม่ บางช่วงบางตอนก็ดูธรรมดา เพราะเคยเห็นงานวิจัยของบริษัทต่างๆคิดค้นไปไกลกว่านี้เยอะ จึงน่าสนใจในแง่ อย่างน้อยก็ทำให้นักศึกษารู้จักคิด บางทีผู้ประกอบการเอาจากที่นักศึกษาคิดไปต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่ คือมีแนวทางที่จะพัฒนาอยู่แล้ว คือเหมือนผู้ประกอบการเองก็คิดได้เทียบกับระยะเวลาที่นักศึกษาเอาออกมาออกบู๊ เพียงแต่อาจจะมีบางจุดที่นักศึกษาคิดได้มากกว่า อาจจะเอาตรงนี้ดัดแปลง มีลูกเล่นมากขึ้น เพื่อจะต่อและสร้างกำไรให้กับธุรกิจ ถ้าผู้ประกอบการมาเดินงานน่าจะเป็นการต่อยอดผลกำไรมากกว่า

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุดใด "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

- ชอบมากที่สุด ก็คือ อย่างน้อยนักศึกษาลำ present งาน ว่ามันคืออะไร เป็นจุดเริ่มต้นที่ดี ตรงส่วนที่ไม่ชอบคือ ลักษณะการ Present บางครั้ง MC ออกแนวเด็กมากเกินไป น่าจะทำให้มีความน่าเชื่อถือขึ้นอีกนิด ให้เหมาะกับตรา IRPUS ที่พยายามนำเสนอ เพราะว่ามันจะสะท้อนกลับมาที่แบรนด์ ว่าดูไม่น่าเชื่อถือ ยังขาดน้ำหนักเรื่องความน่าเชื่อถือ และการประชาสัมพันธ์ที่ดี ไม่สามารถเป็น International Brand ได้ ไม่ถึงกับขนาดที่ต้องการเอาไปติดที่ฉลากของเรา

5. ท่านมีความเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านอุตสาหกรรม การวิจัย และเทคโนโลยี

- เป็นการส่งเสริมงานวิจัยเหมือนกัน ต่างกันคือดูจากสเกล การนำเสนอตัวผลงาน ดูก็รู้ว่าเป็นงานของนักศึกษา เพราะว่าถ้าเป็นงานของผู้ประกอบการหรือกลุ่มที่มีกำลังมาก เป็นพวกเทคโนโลยีทำ หรือกระทรวงทำ สเกลงานก็จะเห็นได้ชัดเจน

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

- เด็กที่รู้จักคิด smart กระตือรือร้นที่จะคิดตลอดเวลา มองอย่างสุขุมแล้วคิดได้ มองแล้วอยากทำงานต่อ เป็นคนที่เฝ้าหาความรู้ให้ตัวเอง ไม่ถึงกับฉลาดเลิศเลอ แต่มองว่าเป็นคนช่างคิด ไม่หยุดนิ่ง

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ ดำเนินการอย่างไร

- เป็นจุดเริ่มต้นที่ดี เช่น แผ่นยาง ผนว เป็นผลงานการวิจัยของนักศึกษาที่ทำขึ้นมา รูปร่างหน้าตาธรรมดา แต่ถ้าผู้ประกอบการมา ดูอาจเอาไปดัดแปลง ใส่ลูกเล่น ใส่ลวดลาย มีช่องทางการจัดจำหน่าย นักศึกษาทำเพื่อเอามา present ว่าดียังไง แต่ผู้ประกอบการดูแล้วคิดต่อ ดูเพื่อให้เกิดไอเดียเพื่อให้งานในการขาย อาจจะเอาไอเดียของนักศึกษาไปต่อยอดก็ได้ นักศึกษาอาจจะทำเป็นสี่เหลี่ยม แต่ผู้ประกอบการอาจทำเป็นรูปสามมิติ เป็นต้น

ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ผู้ประกอบการน้อย ลองทำเป็นโมเดล เปิดช่องทางให้น่าสนใจกว่านี้ พยายามเรียกผู้ประกอบการที่เกี่ยวกับงานนั้นๆมา เช่น การทำยาง อาจจะเรียกคนปลูกยาง คนรับยาง อาจจะมี

โอกาสมาทำงานร่วมกันได้ เป็นไอเดีย ที่มีประโยชน์มากกว่า ดีกว่า present แล้วกลุ่มผู้ปกครอง นักศึกษามาดู ต้องทำให้ดูน่าเชื่อถือว่าส่งเสริมการตลาดและเศรษฐกิจจริง ๆ

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

- ภาค consumer ไม่ค่อยได้เปรียบเท่าไร เช่น เต้าหู้ บริษัทที่ทำเต้าหู้ ไปไกลมาก เอามาทำเป็น เยลลี่ ผสมดอกอัญชัน packet สวยงาม ทั้งความเป็นตู้ไปเลย เอาเต้าหู้มาทำกระบวนการที่ไม่ได้ทอด แต่กรอบ เหมือนทอดกับน้ำมันได้ แล้วกินกับ cracker กินกับ ซ็อกโกแลตได้ บางทีถ้ามีงานที่ผู้ประกอบการทำเอง ให้ นักศึกษาลองดู อาจจะเอาไอเดียของผู้ประกอบการ มาต่อยอดเป็นงานวิจัยของนักศึกษา เป็นการแลกเปลี่ยนกัน คือ ณ ตอนนี้นักศึกษาเป็นฐานความคิดให้กับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมาเอาความคิดของนักศึกษาไป พัฒนาเรื่อย ๆ ในขณะที่นักศึกษาเองจะอยู่อย่างนี้ตลอดเวลา ในทางกลับกันพยายามให้นักศึกษาไปดูงานที่ ผู้ประกอบการเขาไปใช้ ว่าทำอะไร แล้วให้นักศึกษาต่อยอดจากตรงนั้น การพัฒนาคิดค้นจะเร็วและไปได้ไกล ดู น่าสนุกกว่านี้

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภค รู้สึกอย่างนั้น ได้อย่างไร

- ถ้าเป็น in user ดูสนใจ ในแง่ของ in user ไม่ได้คิดอะไรซับซ้อนมากเท่ากับผู้ประกอบการ ใน งานนี้จะไม่มีการขาย in user ที่เข้ามามักจะถามว่างานชิ้นนี้ขายหรือไม่ ถ้าเปิดโอกาสให้มีการขายด้วยจะทำให้ กิจกรรมสนุกมากขึ้น อย่างน้อยให้นักศึกษามีรายได้เข้ามาระหว่างที่จัดงาน ดูว่าผลงานขายได้ เอกสารนำ แจกประกอบอาหารที่ขายก็ดูน่าเชื่อถือ ให้คนซื้อเอากลับไปอ่านที่บ้านต่อได้ ถ้าอยากซื้อก็จะติดต่อกลับเข้ามาที่ คณะหรือมหาวิทยาลัย อาจจะได้ก่อตั้งบริษัทเล็กๆของคณะนั้นเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตัวนี้ เป็นลักษณะบริษัท จำลองเลยก็ได้ ดูดีกว่ามาแสดงให้ดูแล้วไม่สานต่อเลย ทำยังไงจะให้ผู้สนใจติดตามได้ตลอด ถ้าเปิดโอกาสให้ทำ ธุรกิจต่อจะสนุกกว่านี้เยอะ

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อจะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จัก แพร่หลาย

- ลองเปิดให้ขาย อย่างน้อยให้ชิม ถูกใจ มีข้อมูลให้ สนใจติดต่อที่นี่ ถ้าสมมติจะซื้อในงานนี้ ก็ สามารถทำได้เลย เพิ่มในแง่การประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าไม่ใช่คนในวงการหรือไม่ใช่คนที่เดินผ่านไปมา ไม่ได้รับ เอกสารแจกหน้าประตู จะไม่รู้ว่ามีงานนี้ นอกจากจะมีนักศึกษาไปบอกต่อ หนังสือเชิญผู้ประกอบการจะทำให้ดู น่าเชื่อถือ ประชาสัมพันธ์ประชาชนทั่วไปทั่วถึง ทั้งวิทยุ ช่วง prime time ใกล้เคียงงาน ติดที่ BTS เป็นต้น

หากจะพัฒนา IRPUS เป็นแบรนด์ ก็สามารถทำได้ แต่ต้องเพิ่มความน่าเชื่อถือ อย่างตอนนี้จะดู เฉยๆ เน้นตรงที่ส่งเสริมความคิดของคน มีนวัตกรรม ยังไม่สะท้อนถึงการสร้างกำไร แต่ถ้ามีตราที่เป็นback ผลิตภัณฑ์มีการรองรับแต่ก็ยังมีสถาบันอื่นที่รับรองแล้วน่าเชื่อถือกว่า บางทีไม่ต้องรับรองอะไรมาเลย แค่อัน เดียวแต่น่าหนักแน่นๆ ที่สำคัญเลยต้องมีการประชาสัมพันธ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ฯ คนที่ 3

ส่วนที่1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

1.การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

- เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นตราสำหรับธุรกิจ มีความสำคัญต่อธุรกิจ ถ้าธุรกิจสามารถสร้างแบรนด์ เนิม ของตัวเองได้ เป็นจุดขายที่ทำให้ลูกค้าจำสินค้าได้ ยิ่งถ้าเป็นแบรนด์ของไทย คือประเทศไทยมีสินค้าเยอะ เช่น OTOP แต่ไม่ได้สร้าง

แบรนด์ให้จดจำได้ แต่ในต่างประเทศจะมีแบรนด์ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจ เป็นส่วนสำคัญสำหรับผู้บริโภค ความหมายของแบรนด์น่าจะหมายถึงเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์อะไรสักอย่างของธุรกิจนั้น ๆ

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร

- สื่อเข้าใจง่าย ประชาชน ลูกค้าย่อยใจ ดูแล้วรู้ ดูแล้วจำได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์นั้น ส่วนหนึ่งแบรนด์จะพ่วงเรื่องลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรด้วย เกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัยหลาย ๆ ส่วน

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ ในวงการธุรกิจ

- อย่างแรก ต้องรู้ว่าผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคนอื่นอย่างไรก่อน พอเรารู้ว่าแตกต่างกันอย่างไรแล้ว เราสร้างให้ผู้บริโภครู้ว่าคือผลิตภัณฑ์ของเรา แล้วมันแตกต่างจากของคนอื่นอย่างไร เช่น อาจจะมีกระดาดเหมือนๆกันแต่ของเราอาจใช้วัตถุดิบอีกอย่าง นั่นคือข้อแตกต่าง เราสร้างแบรนด์จากตรงนั้น

แบรนด์ต้องสื่อถึงตัวของเรากับด้วย เช่น สังเกตว่าปูนซีเมนต์เป็นรูปสัตว์ทั้งนั้น เป็นสัตว์ที่สุดยอดทั้งนั้น ไม่ว่า จะเป็นเสือ อินทรี เป็นต้น

4.ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

- ครีเอทีฟ ผู้บริหาร ช่วยกันสร้างแบรนด์ขึ้นมา ประชาสัมพันธ์อย่างไรให้คนรู้จักแบรนด์นั้น บางครั้งสร้างแบรนด์ขึ้นมาแต่ไม่ประสบความสำเร็จ ธุรกิจจะพ่วงหลายอย่าง เกี่ยวกับการลงทุน การประชาสัมพันธ์สำคัญ สร้างแบรนด์ขึ้นมา แต่ไม่มีการประชาสัมพันธ์ออกไป บางครั้ง Product ก็ไม่ประสบความสำเร็จ

ส่วนที่2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

- สร้างให้รู้ว่าตัวเองคืออะไร วัตถุประสงค์คืออะไร ต้องดูตัวเองก่อน สมมติ IRPUS คือการดึงอุตสาหกรรมเชื่อมโยงกับนักศึกษา พยายามสร้างภาพลักษณ์ของนักศึกษาจากปรัชญา

มีประโยชน์ เพราะ IRPUS สร้างภาพลักษณ์ คือต้องมีอุตสาหกรรม พอสร้างขึ้นมาได้แล้ว ผ่านไป 5-6 ปี พอพูดถึงคำว่า IRPUS ต้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรม

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร

- ต้องสื่อความเป็นตัวของตัวเองให้มากที่สุด

3.ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

- โชว์ความเป็นตัวของตัวเองให้มากที่สุด มีปรัชญาอย่างหนึ่งแต่พยายามดึงปรัชญาอีกอย่างมาใช้ เพราะคิดว่าเป็นตัวที่จะประชาสัมพันธ์ได้ดี ปรากฏว่าตรงนั้นไม่ใช่ตัวเรา ไม่ใช่ปรัชญาของเรา ไม่ใช่วัตถุประสงค์ของเรา บางครั้งก็ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ

ส่วนที่ 3 ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการฯ

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่าง ๆ ที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจ และเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

- ต้องเป็นอุตสาหกรรมที่เป็น SME ถือหุ้นโดยคนไทย เป็นของคนไทย ไม่ใช่มีชาวต่างชาติ 40 % เหมือนเอาคนไทยมาแต่งไว้ เพราะงานวิจัยเป็นของคนไทย รัฐบาลทุ่มงบประมาณมา ก็อยากให้คนไทยพัฒนา SME ของไทย ซึ่งเป็นเป้าหมายหลัก ถ้าเป็น SME ใหญ่ๆ ที่มีชาวต่างชาติอยู่จะไม่ค่อยเอาไปเข้าร่วม

ถามว่าทำไมถึงเข้าร่วม ก็เพราะว่าจริงๆ มีลูกศิษย์ที่ทำงานกับแพนอยู่ก่อนแล้ว แล้วประดิษฐ์โจทย์ขึ้นมา ขอร่วมทำกับทางผู้จัดการ ซึ่งทางผู้จัดการก็ยินดีร่วมด้วย

IRPUS ต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยใช้นักวิจัยเข้าไปช่วย เกณฑ์ที่สำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจก็คือ

- เอาผลลัพธ์จากงานวิจัยไปช่วยแก้ปัญหาของภาคอุตสาหกรรม

- เอาความรู้ที่เกิดขึ้นจากการแก้ปัญหาในงานจริง เอากลับมาสอนนักศึกษาได้ เป็น cast study เพราะบางครั้งตามตำราที่เรียนมา ก็ไม่ได้เป็นไปตามนั้น

2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

- นึกถึงการวิจัยกับผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม การแก้ไขปัญหาอุตสาหกรรมโดยการวิจัย

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

- 1. เชื่อมอุตสาหกรรมกับนักวิจัยเข้าด้วยกันได้

2. ปิดโอกาสให้นักศึกษาปริญญาตรี เมื่อก่อนจะไม่มีเวทีที่ให้โชว์ผลงาน ตรงนี้เป็นเหมือนให้นักศึกษาได้ show off ตัวเอง

3. อาจารย์นักวิจัยรุ่นใหม่ ๆ ทุนนี้เหมือนเป็นทุนแรกที่เปิดโอกาสให้กลายเป็นนักวิจัยที่ดี และก้าวสู่ step อื่นต่อไปในการวิจัย ถือว่าเป็นเวทีสำหรับนักวิจัยรุ่นใหม่

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

- ที่ชอบ คือมีการจัดนิทรรศการให้นักศึกษาจัดแสดงผลงาน

ไม่ชอบก็คือ การที่เข้มงวดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ อาจารย์มีงานวิจัยแต่ไม่มีผู้ประกอบการ ไม่สามารถขอทุนได้ แต่ก็พยายามปรับปรุงอยู่ มี IRPUS 3 ขึ้นมา

5. ท่านมีความเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านอุตสาหกรรม การวิจัย และเทคโนโลยี

- โครงการอื่นจะจำกัดเป็นเรื่องๆ IRPUS จะเปิดกว้างมีหลายสาขา ต่างกันเพราะ IRPUS จะได้ทั่วประเทศมากกว่า

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการนอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

- คนที่มีหัวนักวิจัยและพัฒนา ไม่ใช่หัวนักวิจัยใน Lab เป็นนักวิจัยที่ไม่ใช่ basic research แต่สามารถเอางานวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ เป็นเชิงพัฒนา เป็น Demand pull ผลักดันด้วยกลไกภาคอุตสาหกรรม โจทย์หรือความต้องการที่แท้จริง

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ ดำเนินการอย่างไร

- ที่นำมาโชว์ก้าวหน้าขึ้นเยอะ ทุกคนพยายามทำให้เป็นเชิงพาณิชย์ได้จริง แต่บางครั้งต้องอาศัยความต่อเนื่อง ปีเดียว ได้โครงการเดียว ไม่สามารถต่อไปได้ แต่ถ้าไม่เริ่มก็จะไม่มี ต้องมีการพัฒนา

เท่าที่ทราบกำลังพยายามขยายโครงการฯ คิดว่าน่าจะมีอย่างต่อเนื่องต่อไปเรื่อยๆ รัฐบาลควรจะต้องมามองตรงนี้ให้เยอะขึ้น ผลงานที่ออกมา ควรจะมีการประเมิน ให้เงินแล้วได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ ขายได้จริง เชิงพาณิชย์จริง มีการพัฒนาได้จริง ออกมา Index น่าจะมองที่จุดนี้ ทุ่มเงินทุนลงมา บางครั้งการทุ่มงบเพื่อสร้างนักวิจัย 1 คนกับการสร้างแบบนี้ซัก 20 คน การเป็นนักศึกษาปริญญาเอก การออกสู่ตลาดก็อยู่ในวงจำกัด แต่ตรงนี้เราสร้างนักวิจัยที่มีลักษณะวิจัยเชิงพัฒนา ได้เป็นพื้นฐาน อุตสาหกรรมก็พัฒนาได้โดยไม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีต่างประเทศ

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

- คู่แข่ง จะเป็นการแข่งขันกับตัวเอง ทำยังไงให้ปีหน้าดีกว่าปีนี้

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้น ได้อย่างไร

- รู้สึกว่าลูกหลานเรียนเก่ง มีความต่อเนื่อง เป็นไปได้จริงในเชิงพาณิชย์ ทุกวันนี้ที่ออกมาประมาณ 10- 20 ที่ผลิตขายได้จริง แต่เราต้องการความต่อเนื่องของนักศึกษา ของอาจารย์ที่มาขอให้มีความต่อเนื่องอยู่เรื่อยๆ แล้วพัฒนาจนกระทั่งขายเป็นเชิงพาณิชย์ได้

-ผู้ประกอบการต้องเปิดกว้าง เปิดใจเข้าหานักวิจัย เปิดใจยอมรับ สถานการณ์ FTA รุนแรง ประเทศที่ผลิตได้ถูกก็จะตีตลาดเรา ถ้าหากคุณยังเป็นอย่างเดิมอยู่ ก็สู้เขาไม่ได้ บางทีก็ต้องเปิดใจ กล้าที่ลองแนวคิดใหม่ๆ กล้าที่จะพัฒนาตัวเองจากงานวิจัยบ้าง ไม่อย่างนั้น SME ก็ไปไม่รอด

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อจะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

- แพร่หลายในความหมาย คือใช้ได้จริง ผลิตได้จริง อาศัยโรงงานช่วย เพราะนักศึกษาที่ทำวิจัยเกือบ 10 เดือน อาศัยความต่อเนื่อง พอรับรุ่นใหม่เข้ามา ต้อง take time ประมาณ 3-4 เดือนในการเรียนรู้ ต้องมีทีมของบริษัทที่จะต้องสนับสนุนว่าผลผลิตตรงนี้ที่ต้องขยายต่อ ที่สงสัยก็เอามาวิจัยใหม่ คนจะรู้จักก็ต่อเมื่อเราทำเป็น commercial ได้เท่านั้น

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ฯ คนที่ 4

ส่วนที่ 1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

- เวลาคนเห็นตราหรือแบรนด์นี้แล้วนึกถึงได้ว่ามันคืออะไร ถ้าหากเป้าหมายอยู่ที่ผู้ประกอบการจะนึกถึงประโยชน์ที่จะได้จากมัน ถ้าหากคนที่เป็นผู้บริหารสถานศึกษา จะนึกถึงตราคุณภาพทางการศึกษา คนที่เป็นนักศึกษาจะเห็นว่าเป็นตราที่จะทำให้มีโอกาสทำกาวิจัยภายใต้แบรนด์ของสพว. เพราะสพว. ก็มีแบรนด์ของมันอยู่ และมีความสำคัญต่อธุรกิจ ต่อโครงการฯ เพราะเราอยู่เดียวๆไม่ได้ ต้องมีคนอื่นมาร่วมกันได้เป็นหน่วยงาน จัดการเพื่อให้คนอื่นที่มีความเหมาะสมที่จะทำงานร่วมกันให้สามารถมาทำงานร่วมกันได้ นี่คือหลักของการจัดการโครงการฯ นี้ เพราะฉะนั้นแบรนด์จึงมีความสำคัญต่อทั้งผู้ประกอบการ ผู้บริหารสถาบันการศึกษา และตัวนักศึกษาเอง โดยแต่ละส่วนจะมีความรู้ถึงแบรนด์ที่แตกต่างกัน โดยที่แบรนด์จะต้องให้ประโยชน์ตรงตามเป้าหมายของบุคคลและกลุ่มให้ได้

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร

- หลายลักษณะ ลักษณะหนึ่งก็คือการติดหู ติดตา บางแห่งจะสร้างให้ติดเร็ว เช่น อาจจะเป็นของตลกขบขัน เป็นตัวอย่าง แต่ภาพลักษณ์ก็เป็นอีกแบบหนึ่งติดเร็วแบบสมัยก่อน มีสินค้าใช้วิธีหนึ่งใช้เป็นชื่อของน้องฟ้า ของไทยประกันชีวิต ก็เป็นแบรนด์ที่ติดเร็วและใช้ภาพลักษณ์ อย่างเช่น ชีวรี่พ็อทหนู เป็นต้น แบรนด์เกิดจากความต้องการของ Consumer แต่ว่าของ IRPUS ไม่ได้ขาย แต่เป็นเชิงคุณภาพ แล้ว consumer ของเราก็ไม่ใช่ของแบบ consumer product มันเป็นเรื่องของหน่วยงานและหน่วยงานต้องทำหน้าที่ของตัวเอง เช่น สถานศึกษาต้องผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ สถานประกอบการอยากจะได้ผลิตสินค้าที่มีเทคโนโลยีที่ดีขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่สูงได้

ลักษณะที่ดีต้องแยกออกจาก Consumer product ลักษณะที่ดีก็คือ ต้องอาศัยความเชื่อถือ หมายความว่า ถ้าหากผ่านเข้ากระบวนการนี้ได้ เชื่อถือได้ว่า นักศึกษาที่จบกระบวนการนี้มีคุณภาพ ถ้าเข้าร่วมโครงการนี้แสดงว่า product ที่ผลิตได้ เป็นไปตามความต้องการ คือมีคุณภาพ ก็คือเทคโนโลยีที่ผลิตได้

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

- เนื่องจากมันไม่เป็น Consumer product มันต้องสร้างโดยกติกาก่อนที่ทุกอย่างคือ สมส. อาศัยการได้ทุนของ IRPUS เป็นตัวชี้วัดว่า การศึกษาผลิตบัณฑิตมีคุณภาพ ตามที่ตลาดต้องการ สมส. ทำให้มหาวิทยาลัยได้ทราบ KPI IRPUS คือดัชนีตัวหนึ่งของคุณภาพ นี่คือการกติกาก่อน เพราะฉะนั้นวิธีการสร้าง จะต้องใช้คนอื่นมาเป็นกติการ่วมกับเราคือภาคอื่น มันไม่เหมือนสินค้าที่ขาย มันสร้างความติด สร้างความต้องการ สร้างว่าผิวขาวแล้วจะสวย เค้าสร้างไว้แบบนั้น แต่ของเราไม่ใช่แบบนั้น ของเราเป็นแบบต้องอาศัยคนอื่นมาสร้างกติกาก่อน แล้วมันจะไปได้เร็ว โดยเป็นแบรนด์ที่กึ่งๆ ที่ว่าจะถูกต้องเข้าร่วมในโครงการฯ เพราะถูกบังคับด้วยกติกานี้ในระบบอื่นในระบบสินค้าทั่วไป มันไม่ได้ถูกมาให้เข้ามาด้วยกติกาก่อน แต่ว่าจะสร้างกติกาก่อน เช่น ชิงโชค นี่คือการกติกาก่อน แต่ของเราต้องการกติกาก่อนคนอื่นที่มีหน้าที่ สถาอุตสาหกรรม เป็นต้น นี่คือการกติกาก่อน การศึกษา ก็คือสกอ. หรือทางสมส. ทางชี้ของผู้ประกอบการ ก็คือ สสว. สถาอุตสาหกรรม สมาคมต่างๆของผู้ประกอบการ

4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

-เครื่องมือแบรนด์ เครื่องมือประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ต้องต่างออกไป ต้องพึ่งพาอาจารย์ด้วย ว่าอาจารย์จะทำหรือไม่ ประชาสัมพันธ์จะคล้ายกับระบบขายตรง คือธรรมชาติของการโฆษณาสินค้า มันเป็นเรื่องที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน แต่อันนี้เป็นธรรมชาติที่ผิด เป็นเรื่องของการปฏิบัติหน้าที่ของตัวเองให้ดีที่สุด เหมือนเราโฆษณาว่า คุณต้องเป็นข้าราชการที่ซื่อสัตย์ อย่างนี้มันใช้ไม่ได้ เพราะฉะนั้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่สร้างได้แต่ว่าวิธีการจะต้องเป็นแบบ Direct sale คือต้องจัดตัวอธิบายทำความเข้าใจ

ส่วนที่2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

- น่าจะเป็นสิ่งที่คนอื่นมองเห็น เมื่อมองเห็นความหมายหรือลักษณะของมัน เมื่อได้ยินชื่อ อย่างเช่น Benz ภาพลักษณ์ของมัน คือ รถหรู คนรวยขับ กระบะ คือรถใช้งานสำหรับชาวไทย ชาวนาใช้ จะเห็นว่าเวลาทำแบรนด์ จะโฆษณาคนละแบบกัน

ประโยชน์ก็คือทำให้คนมีความเชื่อมั่น มีความเชื่อถือ เวลาที่สร้างภาพลักษณ์ก็เพื่อให้คนจงรักภักดีต่อแบรนด์นั้นๆด้วย มีความเชื่อมั่นและเชื่อถือ ถ้าหากผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นว่าบัณฑิตที่ผ่านกระบวนการนี้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ ก็จะโยนไปถึงกิตติภาพที่ได้กล่าวว่าทำให้พูดกันปากต่อปาก ว่ามหาวิทยาลัยนี้ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ จริงๆที่ดีเพราะมีกระบวนการนี้เข้าไป ควรจะศึกษาต่อไปว่าดีเพราะอะไร ดีเพราะ IRPUS ต่อไปก็จะเกิดdemand ทางซีกของมหาวิทยาลัยที่จะมาทำ IRPUS ด้วย ดังนั้น ภาพลักษณ์สามารถสร้างได้ทั้งซีกของผู้ประกอบการและซีกของสถานศึกษา นักศึกษา

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร

- ในสมัยนี้เป็นภาพลักษณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่กำลังทำองค์กรต่างๆให้มีภาพลักษณ์แบบนี้ สำหรับโครงการฯ ภาพลักษณ์ที่เป็น Good Image ก็คือ เป็นกลไกในการสร้างคนออกไปเพื่อพัฒนาประเทศชาติ โดยที่สามารถใช้กลไกทางการศึกษา ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เป็นภาคร่วมมือกับคนที่ทำให้เศรษฐกิจของชาติโต ก็คือผู้ประกอบการ ภาพลักษณ์ของมันจะทำให้ผู้ประกอบการได้ประโยชน์จากซีกของนักศึกษาและสถาบันการศึกษา

3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

- 1. ขายตรง

2. การประชาสัมพันธ์แบบ Mass media หลายอันใช้ Mass media ใช้ภาพลักษณ์ที่มีโลโก้สวยงาม ใช้ presenter ที่เชื่อถือได้ ใช้สื่อที่ดี

ส่วนที่ 3 ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการฯ

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่างๆที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจ และเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

- ทางสกว. ก็มีเกณฑ์ในใจ ก็ต้องดูว่าเป้าหมายของโครงการฯ คืออะไร เป้าหมายคือการสร้างคนเราต้องดู

1 . Process ที่เราจะนักศึกษาไปทำงานว่าเป็น process ที่ทำให้เกิดการสร้างคนที่เข้าใจ รู้จักการทำงานในบริบทจริงของโรงงานอุตสาหกรรม

2. ตัวProduct ต้องดูว่า Impact ดีต่อประเทศหรือไม่ Impact ที่มีผลคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่ เช่น อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและอาหาร เป็นปัญหาที่สามารถแก้ไขได้ในเรื่องของการกระจายรายได้ไปสู่ผู้ผลิต นี่คือ Product ดังนั้นการพิจารณาของ สกว. คือ Process ของการสร้างคนและผลที่จะเกิดขึ้นกับประเทศชาติ คือ out put แต่ที่สำคัญที่สุดคือ process เพราะว่าโครงการฯ นี้เป็นโครงการที่สร้างคน เราจะยึดที่ process

2. เมื่อพูดถึงคำว่า “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

- งาน Exhibition เพราะเป็นจุดที่เราเห็นผลิตภัณฑ์สุดท้าย และอธิบายได้ง่ายกว่าให้ประชาชนทั่วไปนึกถึง Exhibition เหมือนงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ เรารู้เลยว่าเป็นงานอะไร IRPUS รู้เลยว่าเป็นงานของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เข้ามาดูแล้วเรามีโอกาสทั้งเรียนรู้ และใช้ประโยชน์ ทางซีกของสถานศึกษา ก็อยากให้นึกถึงว่าเป็นโอกาสที่จะทำให้การศึกษามีประสิทธิภาพ มี Out put ที่ดี ซีกของผู้ประกอบการ ให้นึกถึงว่าเป็นโอกาสที่ดีที่มีคนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างสถานประกอบการกับมหาวิทยาลัยและทำงานได้

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

- การจัดการ เพราะทุกคนมีหน้าที่อยู่แล้ว สามารถทำให้คนที่ไม่มีหน้าที่เข้ามาบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้หน้าที่ของแต่ละฝ่ายมีมูลค่ามากขึ้น มหาวิทยาลัยทำหน้าที่โดยมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการ ทำหน้าที่ของตัวเองโดยมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น จุดเด่นคือวิธีการจัดการ

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

- ชอบระบบการจัดการที่สามารถ Handle project จำนวนมากได้ตรงเวลาไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอโครงการฯ ปิดโครงการฯ อย่างในวันนี้กว่า 240 กว่าproject ที่เราให้ทุน ทำเสร็จหมดทุก project มาแสดงงานทั้งหมด ซึ่งแสดงว่าระบบการจัดการสามารถทำให้นักศึกษาผู้ได้รับทุนสามารถทำงานได้เสร็จตรงตามเวลา มาออกงานได้

ที่ไม่ชอบคือ มันยังไม่เกิดขึ้น คือการเรียนรู้จากผู้ประกอบการอื่นที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ อย่างการทำ Exhibition ผู้ประกอบการควรจะมา มันยังไม่เกิดขึ้น เพราะว่าไม่สามารถเอาภาคของผู้ประกอบการที่เป็นเชิงสถาบัน เช่น สมคม สภาอุตสาหกรรม กลุ่มที่เป็นพวกนักธุรกิจเข้ามารู้ได้ เขายังมองโครงการนี้เป็นซีกของการศึกษา เราต้องล้างภาพนี้ออกว่าซีกของผู้ประกอบการก็ได้ประโยชน์ ยังไม่ชอบเพราะยังทำให้เกิดขึ้นตามความต้องการของเราไม่ได้

5. ท่านมีความเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านอุตสาหกรรม การวิจัย และเทคโนโลยี

- Concept คนละ concept กันเหมือนกันในโครงสร้างแต่เป้าหมายมันต่างกัน เช่น NPUS เป้าหมายต้องการสร้างความเข้มแข็งให้กับราชภัฏ เพราะคิดว่าราชภัฏอยู่ในพื้นที่ แต่มหาวิทยาลัยที่เข้า IRPUS

อยู่ในเมือง ถ้าเราสามารถสร้างความเข้มแข็งให้ราชภัฏได้ก็จะสามารถกระจายโอกาสไปยังพื้นที่ได้ ความต่างของอาชีพ คือ ไม่ใช่งานวิจัย แต่จะเป็นสิ่งประดิษฐ์ เพราะเขามี skill ทางด้านนี้ ก็ควรส่งเสริมทางด้านนั้น

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการนวัตกรรมการเรียนการสอนและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

- เป็นคนที่ทันสมัย หัวคิดก้าวหน้า รู้จักจัดการทางด้านการหาความรู้ที่ดี อาจจะนึกถึง บ๊อบบดินทร์ เพราะเขามีภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นนักศึกษาปริญญาโทสาขาวิศวกรรม เป็นคนค่อนข้างทันสมัย

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ ดำเนินการอย่างไร

- ถ้าจะจับวัยรุ่น ประเภทยุคเดียวทันสมัย ถึงแม้ลูกค้าที่ต้องการนั้นจะเป็นนักศึกษาแต่มองว่าต้องเป็นคนที่มีความรู้ที่ดึงดูดความสนใจของผู้ประกอบการ กับสถานศึกษา เป็นบุคลิกภาพของคนทันสมัยสำหรับผู้ประกอบการ

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

- มีการแข่งขันสูง เพราะเศรษฐกิจ down ลงบ้าง การผลิตภายในประเทศถูกย้ายฐาน นักศึกษาเปลี่ยนไปเยอะจากหลายสถาบัน เชื่อว่ามีการแข่งขันสูงในตลาดแรงงาน

ตลาดก็คือ อาจารย์และนักศึกษา เพราะเขาทำให้เกิดการทำงานขึ้น ตลาดคิดว่าดีขึ้น ไม่มีคู่แข่ง แต่ทำตลาดยาก มันไม่เหมือน Product ที่เป็น consumer product คือไม่มีคนที่ทำตลาดนี้ แต่ทำตลาดยาก เพราะระบบเดิมไม่จำเป็นต้องทำตลาด เป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเอาเอง

ให้ภาคีที่มีส่วนร่วม ร่วมกันสร้างกติกา สมส . สร้างกติกา สสว. มาสร้างการต่อยอดให้เกิดผลจริง ทำประชาสัมพันธ์ให้ด้วย แล้วให้ผลประโยชน์กลับคืนมาที่อาจารย์และนักศึกษา จะได้เป็นตัวอย่างให้นักศึกษารุ่นน้องเห็นว่าทำแล้ว มีคนเขาไปช่วยทำธุรกิจต่อ ทำให้ได้ผลประโยชน์

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้น ได้อย่างไร

- รู้สึกดีที่ผู้ที่มีส่วนร่วมแล้วคุ้ม ทั้งนักศึกษาและผู้ประกอบการรู้สึกคุ้มค่า มีมูลค่าเพิ่มในกิจกรรม นักศึกษาได้รู้ว่าตัวเองมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร จากจากเข้าร่วมโครงการฯและไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯนี้ ผู้ประกอบการเองก็เหมือนกัน

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อจะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

- ประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก แบบขายตรง เราไม่มีงบประมาณมากพอที่จะทำเป็น mass media กลยุทธ์ปากต่อปาก กลยุทธ์การสร้างกติกา โดยมีภาคีมาร่วมสร้างกติกาด้วย

แบรนด์ IRPUS เป็นแบรนด์คุณภาพของการศึกษา ไม่คิดว่าจะเอาไปต่อยอดเป็นเชิงธุรกิจได้ คิดว่า แบรนด์นี้เอาไปต่อยอดให้คนอื่นเขาไปทำด้วยตัวเอง เช่น NPUS ของราชภัฏ เป็นแบรนด์ที่ให้อีกคนอื่นเขา concept นี้ไปทำต่อ

จุดอิมพัลส์ของIRPUS คือสามารถอยู่ได้ด้วยตัวเองทั้งหมดโดยไม่ต้องยุ่งกับมัน คือการศึกษาก็เห็นว่าการฝึกงานคือการทำ project เป็นสิ่งเดียวที่ต่อเนื่องกันให้เห็น project ต้องมีuser แล้วจัดการให้เกิดประโยชน์ ระบบจะอยู่ในสภาพที่สามารถเดินได้ด้วยตัวเอง

โครงการ IRPUS กับสหกิจศึกษา เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สันนิษฐานเน้นในการปฏิบัติในโรงงานจริง IRPUS เน้นการวิจัย เอาโจทย์จากโรงงานมาทำ โดยความร่วมมือจากอาจารย์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ฯ คนที่ 5

ส่วนที่1

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

การรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการมีภาพลักษณ์ตามที่ต้องการให้เกิด หรือถ้าจะมองคือมี Positioning เพราะฉะนั้นเราอยากจะสร้างภาพ Positioning ของ IRPUS ในสายตาของผู้ประกอบการอย่างไร ให้เขาเห็นว่าเราเป็นอะไรอย่างไร คือนอกจากการรับรู้ต้องมองไปอีกระดับหนึ่งว่ารับรู้ในสถานะแบบไหนอย่างไร นั่นคือมองในเรื่องของการสร้างแบรนด์

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร

แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จคืออย่างแรก คนรับรู้และสิ่งที่รับรู้ตรงตามความต้องการ อย่างเช่น Coke เขาสร้างแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จ คนรับรู้ Coke ว่าคืออะไรอย่างไร เป็น positioning อย่างไร อีกอย่างคือความต่อเนื่องปัญหาของหลายองค์การคือคนรับรู้แล้วก็ phase down ไม่เกิดความต่อเนื่อง อีกอย่างคือ signal ที่ส่งออกไปคือแบรนด์ที่สร้างกับตัว Value ที่แท้จริงของโปรดักส์ ก็ต้องเหมือนกันด้วย ไม่ใช่ว่าส่ง signal เป็นของดีมีคุณภาพ ตัวนี้เป็นอะไรที่ดีมากเลย แต่ปรากฏว่าตัวโปรดักส์ value ของ product จริงๆไม่ดีเท่าที่สร้างแบรนด์ เพราะฉะนั้นแบรนด์เป็นเรื่องของ projection ของ image การทำให้เกิด แต่เป็นแค่ชั่วคราว ถ้าไม่มี actual value ที่เกิดขึ้นไปสนับสนุนด้วยแล้วแบรนด์ก็ไม่เกิด

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

จะสร้างแบรนด์ได้ product หรือผู้ที่เกี่ยวข้องเอง ต้องคิดด้วยว่าการสร้างภาพอะไรออกไป ต้องมองตัวผลิตภัณฑ์ก่อน สินค้ามีศักยภาพอะไรบ้าง มีอะไรที่โดดเด่นกว่าชาวบ้าน ก่อนสร้างแบรนด์เราต้องมองที่ตัวเรา differentiate จากคนอื่นเขา มี value ที่แตกต่างจากคนอื่นเขาตรงไหนอย่างไร ชูตัวตนตรงนั้นขึ้นมา ดังนั้นประการแรกเราต้องหันไปมองตัวเอง อะไรคือข้อแตกต่างอะไรคือความโดดเด่นของเราจากข้อแตกต่างความโดดเด่นของตัวเรานั้น ค่อยสร้างแบรนด์ออกไป อยากให้คนรับรู้จุดนั้นอย่างไร ขณะเดียวกัน ต้องตอกย้ำไปเรื่อยๆ คือคุณส่งภาพออกไปการปฏิบัติจริงก็ต้องควบคู่ไปด้วย เป็น cycle วนไปเรื่อย ๆ ทำให้เกิดความต่อเนื่องไม่ให้มันหลุดหายไปทุกคนยังเห็น ยังรับรู้ตลอดเวลาด้วย

4.ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

เท่าที่เห็นหนีไม่พ้นเครื่องมือ marketing ประชาสัมพันธ์ทั้งหลายแหละ activityทั้งหลาย เดียวนี้มีหลักการสร้างแบรนด์แบบแปลก ๆ ออกไป มีหนังสือเล่มหนึ่งชื่อ [The Training point](#) จะพูดถึงเรื่องการ Stretch

image ทำกับคนแค่ไม่กี่คน จากคนแค่ไม่กี่คนตรงนั้นสามารถกระจายไปสู่ big effect แต่จะเลือกคนที่ถูกที่เหมาะสม บางองค์กรแทนที่จะทำแบรนด์กับคนหมู่มากแต่จะเจาะเพียงแค่มือไม่กี่คน อย่างกรณี IRPUS สมมติแทนที่จะลงทุนสร้างแบรนด์ให้คนรับรู้เยอะแยะ เจาะเพียงแค่มือไม่กี่แห่ง สมมติเช่นเจาะ ตัวสภาอุตสาหกรรม เจาะหอการค้า เจาะ key man แค่มือไม่กี่คน แต่เป็น key man ที่เป็น conductor ที่รู้จักคนเยอะ ๆ มีอะไรก็พูด ๆ ช่วยได้ เหมือนโฆษณาหลายแห่งแทนที่จะโฆษณาให้คนเยอะ ๆ แต่ให้สินค้านั้นกับ celebrity ข้างบางคนมองตัว celebrity มองตัวดารา สินค้านั้นก็กระจายไปได้

ส่วนที่ 2

1. การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

ก็คือภาพลักษณ์ คือสิ่งที่เจ้าของผลิตภัณฑ์อยากให้คนอื่นรับรู้ มันมี Design image คือสิ่งที่เราอยากให้คนอื่นรับรู้ และมี undersign image คือสิ่งที่มันเกิดขึ้นโดยเป็นสิ่งที่เราไม่อยากจะรับรู้ คือหลายครั้งเป็นไปได้ว่าภาพลักษณ์หลายอย่างเป็นสิ่งที่เราไม่ต้องการ อาจเกิดจาก bad news จากความเข้าใจผิด จาก message ที่ส่งไปผิด แต่ไม่ใช่สิ่งที่เจ้าของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต้องการให้ลูกค้าหรือผู้บริโภครับรู้

ความจริงก็ตอบไม่ได้ ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ ว่าเราอยากให้คนอื่นเห็นผลิตภัณฑ์เราเป็นอย่างไร สินค้า ไฮโซมันมีคุณภาพดี ก็ไม่ใช่ ในขณะที่เดียวกันสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าไฮโซ เป็นสินค้า Mass ก็มีภาพลักษณ์ที่ดี ขึ้นอยู่กับว่าความน่าเชื่อถือว่า message ที่ส่งออกไปกับตัวผลิตภัณฑ์มันควรจะใช้ เช่นโทรศัพท์มือถือ Sony เขาพยายาม project ไปที่ความทันสมัย ไฮเทค สินค้ามีคุณภาพ แต่สมมติว่าใช้ไปแล้วไม่ดีจริงตามที่โฆษณาแสดงว่านั่นเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ได้

2. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

ผ่านทางแบรนด์ ความชัดเจนของแบรนด์ เรื่องของของจริง Walk and talk talk อย่างไร ต้อง walk ตามนั้นด้วยไม่ใช่สร้างแบรนด์ออกไปอย่างเดียว แต่ปรากฏว่ามันไม่ได้เป็นไปตามนั้น

ส่วนที่ 3

1. ถ้าหากท่านจะเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจและเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

สงสัยว่าทำไมถึงไม่สร้างแบรนด์อาจารย์กับนิสิต

- จุดที่จะทำให้โครงการเป็นที่เผยแพร่มากที่สุด น่าจะต้องออกไปข้างนอกก่อน ถ้าเกิด

ผู้ประกอบการ สนใจก็จะทำให้อาจารย์ Active มากกว่าการสอนที่เป็นแง่ของทฤษฎีหรือในห้องเรียนเท่านั้น

โครงการที่มีความสนใจในขณะนั้น อาจจะไม่ใช่ Field ที่ทำโดยตรงแต่เป็นเรื่องที่สนใจ ถ้ามองในฐานะอาจารย์ ตัวเองจะมีได้ประโยชน์จากตรงนั้น มีความรู้เพิ่มขึ้นหรือต่อยอดจากงานที่ตัวเองทำอยู่

2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

เด็กปริญญาตรี Senior project ไม่เกี่ยวกับภาคอุตสาหกรรม

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

ถ้ามียังมองไม่เห็น ชื่อแปลกอย่างเดียว แต่ถ้าจะสร้างก็คือเน้นในเรื่องของว่าทำอย่างไรจะให้ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ คือภาคผู้ประกอบการเองที่รับนิสิตไปฝึกงานหรือเข้าร่วมโครงการเอง ประเด็นสำคัญต้องมองประโยชน์ที่กลับมาคืออะไร ขณะเดียวกันสถานศึกษาเอง อาจารย์ นิสิตต้องเห็นว่าเข้าร่วมแล้วมีประโยชน์อย่างไรมากกว่าการส่งเด็กไปฝึกงานธรรมดา เด็กไปฝึกงานธรรมดาก็มีอยู่แล้วทุกสถาบันอะไรคือประโยชน์ที่แตกต่าง คือถ้าจะสร้างต้องชี้ให้เห็นว่าประโยชน์ของแต่ละ part ที่จะได้รับคืออะไร ชี้ให้เห็นว่าไม่ใช่ว่าได้ประโยชน์ฝ่ายเดียว ไม่ใช่ว่าผู้ประกอบการได้ฝ่ายเดียว อาจารย์ก็ นิสิตก็ได้

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

แทนที่จะให้ทุนกับนิสิต ทำไมไม่ให้ทุนกับผู้ประกอบการ สิ่งที่จะเห็นจากสถานประกอบการใหญ่ ๆ ปัจจุบันที่มีมากขึ้น คือเวลาที่เด็กมาฝึกงาน แทนที่จะให้เด็กไปฝึกงาน ถ่ายเอกสาร ส่งแฟกซ์ธรรมดาแล้วเขาจะให้เด็กทำลักษณะโครงการวิจัย โครงการประกวด โครงการนวัตกรรม ซึ่งบริษัทใหญ่ ๆ เขาจะทำ เช่นบริษัทปูนซีเมนต์ไทย ประกวดโครงการฯ ก่อนจบ ประกวดโครงการนวัตกรรม เด็กก็ต้องไปคิดโปรเจกต์ขึ้นมา เพื่อจะทำนวัตกรรมให้บริษัทเขาแล้วเอามา present แล้วก็มีรางวัล เชิดชูเกียรติกันไป เป็นเนื้อเป็นหนังมากกว่า คือมันอยู่ที่บริษัทหนึ่งแล้วมันก็ได้เห็นภาพแล้วบริษัทก็ได้ประโยชน์ เด็กก็ได้ประโยชน์ ถ้าให้เด็ก สมมติให้เด็ก 10 กลุ่ม ฝึกงาน 10 บริษัท บริษัทที่ฝึกมีหลายสถาบัน 2 คนนี้ให้ทุนมาแต่คนอื่นไม่มีเลย ก็ไม่มี impact อะไรกลับมาให้บริษัทจะง่ายกว่า เพราะว่าบริษัทสามารถที่จะครอบคลุมไปที่เด็กได้มากกว่า ว่าคุณต้องทำอันนี้ก่อนจบ ถ้าคุณให้เด็กไปคุณต้องขายให้ทั้งเด็ก ทั้งตัวบริษัท บริษัทจะหรือเปล่าก็ไม่รู้ ถ้าจะลงก็ลงที่บริษัทแล้วลงบริษัทที่ไม่มีโอกาส ถ้าบริษัทขนาดใหญ่ก็ต้องช่วยเพราะเขาพร้อมอยู่แล้ว บางทีอาจจะต้องไปเรียนรู้กับเขาด้วย บริษัทขนาดกลางจะมี impact มากกว่า คือทำจุดเดียวแล้วมันเริ่มมาได้แทนที่จะกระจายไปหลายจุดแล้วไม่รู้ว่าจะประสบความสำเร็จหรือเปล่า

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรม การวิจัยและมีบุคลากรอย่างไร

ต่างกัน เพราะว่าโครงการฯ นี้ดึงดูดนิสิตเข้ามาร่วมมากกว่าขึ้น ซึ่งโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ตัวผู้ประกอบการ พัฒนาผู้ประกอบการเองเป็นหลัก พัฒนาลูกจ้าง พัฒนาพนักงาน แต่นี่เอาตัวนิสิตเข้ามา มีข้อดีคือได้แนวคิดใหม่ ๆ ได้วิธีคิดใหม่ ๆ ได้อะไรที่แปลก ๆ ไป ข้อเสียคือเด็กมีเวลาคิดแค่ 2-3 เดือน ถ้าจะฝึกซัมเมอร์หรือสหกิจก็ 4-5 เดือน อาจจะได้อะไรที่ผู้ประกอบการต้องเอาไปสานต่อ ไม่ใช่เป็น Final solution ที่เขาทำเอง

6. ถ้าจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นบุคคลคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

ตอนนี้เหมือนคนเมา ไม่รู้ว่าเดินถูกทางหรือยัง

- ภาพที่อยากให้เป็นคืออยากให้มุ่งไปที่ใดที่หนึ่งมากกว่า ไม่รู้จะเปรียบเทียบกับใคร มุ่งที่จุดโฟกัสอย่างกระจัดกระจายมาก พอกระจัดกระจายมากไม่รู้จะไปทางไหนดี จากที่ฟังมาคือจะให้ทุนนิสิตหรืออาจารย์ แต่มา

ประชาสัมพันธ์กับผู้ประกอบการ ไม่รู้จะไปทางไหนดี ถ้าจะมุ่งไปทางไหนก็ไปทางหนึ่ง แล้วเอาจุดนั้นเป็นตัวกระจายไป ดีกว่ากระจายไปเยอะแยะ

- ปัจจุบันมีกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการประมาณ 250 โครงการ เป็นบริษัทประมาณ 200

เท่าที่ฟังมาโครงการนี้ให้ทุนนิสิตให้อาจารย์ แต่คุณทำประชาสัมพันธ์กับบริษัท มองว่ามันเป็น Inconstancy กัน สิ่งที่คุณทำทำให้ใครกับสิ่งที่คุณทำประชาสัมพันธ์เข้าไป ถ้ามองว่า 250 บริษัทที่เข้าร่วมโครงการ ทั้ง 250 นิสิตที่ไปฝึกงานทุกคนนี้ได้โครงการนี้ทุกคนหรือเปล่า อาจจะเป็นไปได้ว่า 250 บริษัทนี้ มีเด็กไปฝึกงาน 10 คน แต่มีคนได้โครงการนี้ 1 คน ก็นับเป็น 250 แล้ว ถ้ามองว่าจะมี impact อะไร

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการ ฯ เป็นอย่างไรและท่านคิดว่าโครงการฯ จะดำเนินการอย่างไร

ยังไม่หวังผลเชิงธุรกิจ เพราะว่ามีเวลาไม่นาน ประโยชน์ที่ได้คือเขาเป็นเลือดใหม่เข้ามา มีวิธีการคิดแบบใหม่ ไม่ได้ถูกตีกรอบด้วยความวัฒนธรรมเดิมๆ ที่มีอยู่ สิ่งของบริษัทต้องทำต่อไปคือเอาไปคิดต่อยอด แต่มีปัญหามีหลายครั้งมากคือพอทำโครงการเสร็จแล้ว พอเด็กจบโครงการก็จบลงไปด้วย ทางบริษัทไม่มีคนเข้ามาประกบและทำต่อ

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุก ๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาในโครงการนี้ถือว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

ยังไม่เห็น

- แสดงว่ามองว่าโครงการนี้ก็เป็นโครงการหนึ่ง ยังไม่เกิดการแข่งขัน

ไม่มีการแข่งขัน แสดงว่าคุณต้องประสบความสำเร็จหรือเปล่ายังไม่แน่ ถ้าโครงการนี้ไม่ก่อให้เกิด Value มันก็ไม่มีประโยชน์ คือจะถามว่าความ success ดูในแง่บริษัทที่เข้าร่วม มันก็ไม่ใช่ บอกว่ามีบริษัทเข้าร่วม 250 บริษัทแล้วมองว่า success มันก็ไม่ใช่มองในแง่ 250 นี้มีการเอาผลผลิตไปใช้ต่อเป็นยังไงบ้าง มองในเชิงปริมาณอย่างเดียวก็ไม่ได้

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯและจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้นได้อย่างไร

อยากให้เห็นคุณค่าความสำคัญของงานของเด็ก แล้วสามารถเอาไปใช้ต่อ คือเรารับเด็กมาฝึกงาน ทำงานแป๊บเดียวก็จบ บางทีก็รู้สึกเป็นภาระให้บริษัทด้วยซ้ำไป ทำอย่างไรให้เขารู้สึกว่าเด็กไม่ได้มาเรียนรู้จากเขาอย่างเดียว เขาได้ประโยชน์จากกลับไปจากเด็กด้วย บางบริษัทจะมองว่าเขารับเด็กมาฝึกงานเพื่อสร้างภาพทางสังคม แล้วบริษัทได้อะไร

- ทำอย่างไรให้ผู้ประกอบการเห็นคุณค่าความสำคัญ

เขาไม่เห็นภาพว่าประโยชน์ที่จะได้คืออะไร และความต่อเนื่องของโครงการนี้ คือไม่ใช่ว่าส่งเด็กมาฝึกงาน 3 เดือน ทำโครงการหนึ่งสำเร็จแล้วก็จบ ได้มีการช่วยเหลือต่อเนื่องไหม สิ่งที่ได้คิดมาตรงนั้น สกว. ได้เอาไปลิงค์กับหน่วยงานอื่นด้วยหรือเปล่า เมื่อเด็กคิดโครงการนี้มาแล้วต้องมีหน่วยงานรัฐหน่วยงานอื่นเข้ามาช่วย ไม่ว่าจะเป็น สสวท. สวทช. หรือใครก็ได้แล้วแต่ คำถามคือว่ามีลิงค์เชื่อมต่อหรือไม่ สิ่งที่ได้คิดหลายอย่างที่เด็กคิดเป็นสิ่งที่ดี แต่ขาดความต่อเนื่อง

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อที่จะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯเป็นที่รู้จักแพร่หลาย

Focus ไปที่ผู้ประกอบการ แล้วแทนที่จะให้เด็กเป็นคนขอทุนเอาเข้าบริษัทแล้วให้ผู้ประกอบการขอทุนแล้วดึงเด็กมาเข้าทำงานที่บริษัท มองกลับกันว่า ให้ทุนผู้ประกอบการ แล้วผู้ประกอบการเอาทุนตรงนั้นไป แล้วดึงเด็กที่มีความสามารถเข้ามา แล้วล่อเด็กเข้ามา แล้วก่อประโยชน์ให้กับตัวบริษัท

- เท่าที่ดูมามีบางบริษัทที่นิสิตมาฝึกงานเขาเห็นความสำคัญ แล้วรับเข้าทำงานเลยแล้วพัฒนาต่อ คิดว่าประสบความสำเร็จหรือเปล่า

ก็ถือว่าประสบความสำเร็จ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ฯ คนที่ 6

ส่วนที่1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

1.การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

- หน้าที่ภาพลักษณ์ของเป็น MD หรือ CEO หรือถ้าก็คือ แบนด์ดี CEO ก็สวยงาม แบนด์ดี CEO ก็ดี ด้วย แบนด์จะบ่งบอกเป็น Personality ของความเป็น CEO นั้นๆ เช่นถ้ามอง แบนด์ของผม ต้องนึกถึงความรู้ลึกเชิงรุก เด็ดเดี่ยวมั่นใจ ความเด็ดเดี่ยวมั่นใจ คือแบนด์มี personality มีจุดยืนของตัวเอง สอดคล้องกับความเป็นบุคลิกและการเดินไปใน visionของเรา แบนด์ ตัวเรา เป็นตัวแทนของเรา ถ้าพูดง่าย ๆ ก็คือ แบนด์ก็หมายถึงตัวของเรานั่นเอง

แบนด์เป็นสิ่งที่ยั่งยืนที่สุด และเป็นสิ่งเดียวที่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องและมหาดล คนเรามักมองว่าคนเป็นทรัพย์สินที่ยิ่งใหญ่ที่สุด แนนอนคนทำให้เกิดผล แต่ว่าคนมีทั้งดีและไม่ดี แล้วที่ดีที่มาอยู่กับเราก็คือได้ทั้งนานและไม่นาน ด้วยเหตุผลของส่วนตัวและการงาน ซึ่งการอยู่ยาวหรือไม่ยาว ไม่ใช่เหตุผลว่าองค์กรเราดีหรือไม่ดี มีเหตุผลของตัวเอง หรือมีปรัชญาในแง่คิดของตัวเองว่าจะไปในแนวทางไหน ด้วยข้อสันนิษฐานว่าเป็นคนดี แต่ก็ต้องไปในวันหนึ่ง ต่างฝ่าย ต่างแก่ชรา หรือรีไทร์ แต่แบนด์ไม่ไปไหน คนสร้างดี แบนด์ก็ดี แบนด์จะอยู่กับบริษัทตลอดไป แถมเป็นความยั่งยืนกว่าทรัพย์สินที่มีค่าของคนซะอีก เพราะคนคือเหตุ แบนด์คือผลลัพธ์ ถ้าความสำคัญของธุรกิจ เราไม่สามารถที่จะขายคนได้ สิ่งของผู้ถือหุ้น คือเงิน หนี้ เท่ากับทรัพย์สิน เงินก็ต่างหาก อย่างโคคาโคล่า แบนด์มีมูลค่าเท่ากับยอดขายหนึ่งปี ความสำคัญของธุรกิจ คือถ้าแบนด์เราใช้แล้ว เราสร้างแล้ว เราประชาสัมพันธ์แล้ว เกิด imageที่ดี ภาพลักษณ์สุดยอด เราสามารถต่อรุ่นของแบนด์ของเราไปยังสินค้าอื่น ทำให้ลูกค้า short cut จากการต้องสร้าง 5 ปี 10 ปี ในสินค้าแต่ละตัว กลายเป็นว่าเคยใช้สินค้านี้แล้วดีด้วยตรายี่ห้อนี้ ภายใน 1-5 วินาที เห็นยี่ห้อแล้ว เขาจะเชื่อมั่นอีกโดยไม่ต้องทำการประชาสัมพันธ์ อีก

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร

- ชัดเจนและตรงกับตรงกับบุคลิกของเรา และต้องตรงกับบุคลิกของกลุ่มเป้าหมายเหมือนกัน เช่นถ้ามองเราเป็นแบนด์ที่มีความconservative อยู่แบบอนุรักษ์นิยม ไปช้าๆไม่หวือหวา ความเป็นไทยสูง จะเป็นคนละเรื่องเลย ถ้าเป็นคนที่ชอบเรียนรู้ ชอบจินตนาการ ชอบทำอะไรหวือหวา ชอบความเสี่ยง มีมีความเป็นอนุรักษ์นิยม มีความเป็น international ถือว่าขัดแย้ง อย่างนี้ไม่ประสบความสำเร็จ ถึงแม้ว่า position ของแบนด์

จะเป็นชอบ ลูกค้ามีความสุข มีกลุ่มลูกค้านั้นจริงๆ แต่ถ้าเราเองไปไม่ได้ เพราะฉะนั้นองค์ประกอบของเราก็ไม่ได้ประสบความสำเร็จ ลูกค้าไม่ประสบความสำเร็จ จึงมองว่าถ้าจะให้แบรนด์ประสบความสำเร็จ ต้องมองที่ตัวเราว่าเราเป็นอย่างไร สร้างแบรนด์ที่มองเห็นแบรนด์แล้วรู้สึกโดยไม่ต้องพูดออกมา แล้วให้ลูกค้าบรรยายออกมาว่ารู้สึกอย่างไร แต่ถ้าหากว่าพอบรรยายออกมาแล้วไม่ตรงกับความรู้สึกของเรา ก็ไม่เป็นไร ตลาดเป็น segment เราไม่ได้สร้างมาเพื่อเขา แต่สร้างมาเพื่อเพื่อนของเขาที่มีอีกสไตล์

แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จ จะต้องเกิดจากองค์ประกอบของตัวเองเป็นหลัก พอตัวเองชัดแล้วต้องสื่อไปที่แบรนด์ให้ชัดว่าแบรนด์นั้นต้องการสื่ออะไรออกไปให้ได้ในสารที่เราต้องการจะบอก ถือเป็นการสื่อสารที่ดี แต่ถ้าสารชัดแต่การสื่อสารไม่ชัดก็ไม่ได้ เราต้องสื่อไปที่กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ถ้าทั้งสามอย่างเจอกัน อย่างเป็นลำดับขั้นตอน ไม่มีตัวไหนสำคัญมากน้อยไปกว่ากัน

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

- ตามทฤษฎีแล้วต้องหาดตลาดก่อน ว่าตลาดชอบอะไร แล้วกลับมาดูตัวเองว่ามีความเป็นไปได้หรือไม่ แล้วสร้างขึ้นมาว่าอันนี้สำหรับเขาจริงๆ เรียกว่า market in outside in หรือ consumer inside มีความเป็นผู้บริโภคในตัว

ถ้าจะทำอะไรให้แตกต่าง คือหลักการตลาดที่ถูกต้อง แต่ถ้าถ้าจะสร้างขึ้นเอง ถือว่าการทำอะไรของคนหนึ่งต้องทำนานๆ ทำอย่างไม่เห็นเหนื่อย สนุกกับมันแล้วจะสำเร็จ เพราะธุรกิจเหมือนมาราธอน ถ้าเรามีความสุขกับมันเราก็จะประสบความสำเร็จ แบรนด์ที่ดีนั้นก็คือตัวของเรา แล้วทำเป็นงานอดิเรกของตัวเอง บางคนหลังจากเกษียณมาปลูกต้นไม้หรือเปิดร้านขายของทำได้ดี เพราะชอบสิ่งนี้ ถ้าจะเริ่มต้นให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ จะเริ่มจากสิ่งที่รัก ทำโดยไม่รู้สึกว่าเป็นงาน มีลมหายใจที่เป็นมันตลอดเวลา หาข้อมูลตลอดเวลา ถึงจะไปหาลูกค้าที่เหมือนเรา จะน้อยจะมากไม่แคร์ ถ้าน้อยไม่เป็นไรก็ตั้งใจให้มากขึ้น แต่ถ้าต้องการขยายตลาด ใช้ต้องใช้เวลาในการถ่ายทอดให้กลุ่มเป้าหมายอื่นๆ เรียกว่า การสร้างความต้องการที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ไม่มีความต้องการ แต่จริงๆ แล้วมีความต้องการ เรียกว่า Latent need ถ้าประสบความสำเร็จแล้วจะไปได้ไกล

4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

- เราต้องรู้ว่าเราจะไปยังไง ต้องกลับมาเอาทฤษฎีไปจัด เช่น ถ้าต้องการทำให้สินค้าตัวนี้ เช่น พลาสติก พอร์ซเลนสิ่งที่ทำแล้ว เริ่มทำโดยการ research ทำการวิจัยราคา วางกลยุทธ์การตั้งราคาว่าเราควรจะอยู่ในระดับไหน ลูกค้าชอบเดินพารากอน เราต้องมี out let ที่พารากอน เป็นต้น ใช้หลักการ 4p คือ ต้องมีผลิตภัณฑ์ มีการตั้งราคา มีช่องทางการจัดจำหน่าย มีการสื่อสารที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เป็นกรอบการคลาสิคที่ต้องเอามาจัดรวมกับสิ่งที่เรารักทางจิตวิทยา ไม่เช่นนั้นจะเดินแบบสะเปะสะปะ ไม่มีแนวทางในการต่อยอด ที่สำคัญถ้าจะให้สำเร็จเป็นที่ยอมรับ ต้องสามารถทำให้ทุกคนในที่งาน องค์กรอ้อมไปกับเรา ทำอย่างต่อเนื่องโดยไม่ใช่ว่าตัวคนเดียว ช่วยเป็นเครื่องมือที่มีชีวิตในการสื่อสาร จึงเรียกว่า การสร้างการยอมรับ แต่จะประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ ต้องใช้เวลาและไม่ใช่ว่าคนเดียวจะสามารถทำได้

ส่วนที่2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

- บ่งบอกความเป็นตัวเองออกมาให้ได้มากที่สุด โดยการสื่อสารผ่านภาพ คำพูด สี ตัวการ์ตูน ไรท์ มีหลายรูปแบบ แต่ไม่ว่าจะรูปแบบใด จะผสมผสานกันขนาดไหน จะหรูหราขนาดไหน แต่จุดประสงค์คือบอกความเป็นตัวเองให้ได้ การสร้างภาพลักษณ์ในความหมาย คือ การบ่งบอกถึงความเป็นตัวของตัวเอง ด้วยเครื่องมือและสัญลักษณ์และอุปกรณ์ต่างๆมากกว่า

มีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย คือการซื้อขาย มีการซื้อขายก็คือการธุรกิจ เป็นประโยชน์เพราะเป็น Positioning เดียวกัน

มีประโยชน์ต่อลูกค้าภายใน เพราะถ้าเกิดลูกน้องของเรายังไม่อยากใช้ของเรา แล้วใครจะใช้ Search ตรงนี้ให้ได้ แล้วเขาจะไปบอกต่อกันเอง ด้วยพลังที่แท้จริง

ประโยชน์ที่สำคัญที่สุด ทำให้ตัวเองไม่ลืมตัวเอง การสร้างภาพลักษณ์คือการสร้างตัวเอง มีประโยชน์ตั้งแต่กลุ่มเป้าหมาย ลูกค้าและตัวเราเอง

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร

- ตรงกับสิ่งที่เราคิด กับสิ่งที่เราทำ บางครั้งถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ เพราะว่าจับการตลาดเป็นหลัก

3.ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

- การอยู่เป็นคนคนหนึ่งที่มีชื่อโลโก้ เราต้องมี life style เสาร์-อาทิตย์ เรามี life style ตอนดินเบอร์ ตอนเย็นหลังเลิกงาน life style เหล่านั้นจะมาอัพเดท ตัวเราให้พัฒนาในจุดที่เราต้องการอยู่แล้ว

สามารถดำเนินการโดย ต้องรู้ก่อนว่าถึงเวลาที่เรากำลังเปลี่ยนเพราะเราไปรับรู้มาจาก life style ที่ผ่านไปทุกวัน คิดแทนผู้บริโภคได้ แล้วก็ลงมือทำ การปรับอย่างนั้นนับเป็นการหนีตลาด ไม่ใช่ follow ตลาด บางทีผู้บริโภคตอบมาก็ขัดกับความรู้สึก แต่ต้องทำตามข้อมูลของการวิจัย สุดท้ายถ้ามีงบประมาณมากพอ ในการประสานงานกับบริษัทวิจัยมาให้รู้ความต้องการของลูกค้า กล้าดัดแปลงก็เป็นบริษัทที่ได้เปรียบที่สุด แต่ต้องแข่งที่เงินทุน ความจริง SME ไม่เหมาะแล้วก็ได้เจาะตลาด blue ocean แต่เปรียบเป็น blue canal เล็กๆมากกว่า ถ้าเรากำหนดเป้าหมาย มีความสุขกับมัน ก็ทำให้ทีมงานขององค์กรมีการยอมรับแบบยั่งยืนและยาวนาน

ส่วนที่ 3 ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการฯ

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่างๆที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจ และเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

- 1) มีจุดลำบากใจหรือไม่ มีเหตุปัจจัยที่ทำให้ลำบากใจในการเข้าร่วม มีต้นทุนหรือไม่ สมมติว่าเข้าร่วมต้องมีต้นทุน ค่อนข้างจะมากไป ถ้าเริ่มต้นยุ่งยาก ก็มาคุยกัน ไม่ต้องจ่ายเงิน มีเงินทุนสนับสนุน แต่ก็ต้องสูญเสียทรัพยากรบางตัว ต้องมานั่งคุยกับอาจารย์และลูกศิษย์ ก็ทำให้เสียเวลา

2) ถ้าเสียเวลาแล้วเป็นแนวทางที่ประสบความสำเร็จหรือถ้าเป็นอีกทางก็ไม่เอา ถ้าจะเสียเวลาทั้งที่ ต้องเสียเวลาที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ

3) ถ้ายอมรับและทำการเข้าร่วมโครงการฯ ทำให้องค์กรเสียเวลาต้องคิดเยอะๆ

4) ผลลัพธ์ทางธุรกิจ ที่คิดว่าจะได้อะไร แต่ไม่ต้องเสียอะไร ใน IRPUS เสียเวลา เวลาก็คือโอกาสที่จะทำอะไรอย่างอื่น สรุปประเด็นก็คือ เรื่องเบื้องต้นว่าต้องเสียอะไร ไม่เสียยอดเยี่ยม ไม่ใช่ว่าไม่เสียแล้วจะต้องเข้าเสียอะไรในทางปฏิบัติ แล้วได้อะไรในเชิงปฏิบัติ

- ถ้าพูดถึงหลักเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด ต้องขึ้นกับมิติว่าคิดในเวลาไหน ถ้าคิดตั้งแต่แรกเริ่ม ต้องคิดถึงเงิน เพราะเราทำธุรกิจ เราต้องการผลกำไร ต้องคุ้มค่า พอเริ่มเข้าปีที่ 2 เริ่มสัมผัสได้ ถ้ามาถามอีกทีเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด ไม่ใช่เรื่องเงิน ตอนนั้นผมมองว่าสามารถเก็บเอาภูมิปัญญา แล้วเกิดนวัตกรรมทางความคิดใหม่ๆ อย่างมหาศาลกว่าที่ทำ project ในวันนี้เยอะ คือเกณฑ์ตัดสิน ณ ปีที่ 2 คือปีแรกต้องดูเงินก่อน ว่าsave ได้เท่าไร ปีที่ 2 เริ่มมองว่าต้องมีความรู้อะไร ปีนี้มองว่าเกณฑ์ตัดสินทุกตัวเป็น high lucky need มัน stratified ไปแล้วเรื่องเงิน ตอนนั้นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด คือทำให้นักศึกษาได้ประโยชน์ กลับไปช่วยสังคมของนักศึกษาเอง ทำบ้านเมืองดี ทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดี ถ้าจะเอานักศึกษาเข้ามาขอเด็กที่ไม่ได้มองเรื่องเงิน แต่มีอุดมการณ์ในชีวิตที่ดี

2. เมื่อพูดถึงคำว่า “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

- ครั้งแรก คิดถึงการเสียเวลาและเงินไปได้อย่าง โอกาสมีแต่น้อย

ปัจจุบัน เป็นโครงการฯ ที่สามารถเริ่มต้นโดยไม่มีค่าใช้จ่าย จุดประเด็นประกอบความคิดที่ไม่ยึดติดของเด็กรุ่นใหม่และอาจารย์ที่มีประสบการณ์ คิดถึงการเริ่มต้นที่มักจะไม่มีใครอยากเริ่มต้น คิดถึงการง่ายของการ set up แผนกวิจัยของตัวเองขึ้นมาให้ได้ ไม่สามารถ set up ขึ้นมาได้ ต้องฝังเข้าไปในตัวตน

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

- ประหยัด ตัดสินใจง่าย ไม่ต้องคิดมาก ทำให้การเริ่มต้นง่ายที่สุด ไม่ยุ่งยาก ไม่เหมือนโครงการอื่นๆ เช่น โครงการสถาบันเพิ่ม ไทย- ญี่ปุ่น ไทย-เยอรมัน เป็นต้น ซึ่งค่อนข้างยุ่งยาก

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

- ชอบมากที่สุด คือ

1. ทำให้ตัวเองมี RND
2. ได้กลับมาช่วยงานโดยการประชาสัมพันธ์ของอาจารย์วิโรจน์
3. มี connection กับมหาวิทยาลัยต่างๆ

ไม่ชอบ ไม่มี มีแต่อยากได้อะไรเพิ่มมากกว่า เพราะวันนี้ไม่ค่อย Happy เพราะอยากมีซัก 5,000 projects

5. ท่านมีความเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านอุตสาหกรรม การวิจัย และเทคโนโลยี

- โครงการอื่น เนื่องจากมีการใช้ทรัพยากรของกำลังคนและเงิน ผมเข้าโครงการประหยัดพลังงานของหน่วยงานราชการต่างๆ ต้องมีที่ปรึกษาและเงินเป็นบางส่วน ผมมองว่าการประเมินของโครงการอื่นมีความเข้มงวดในการประเมินมากกว่าปล่อยให้เงินหายไปกับอาจารย์ นักศึกษาและผู้ประกอบการที่แฝงมา แต่ระบบ

IRPUS ไม่สามารถประเมินกลับไปได้ว่า return on investment ที่ให้ประมาณ 100000 มีreturn กลับมาอย่างไร ประเมินออกมายาก แต่หน่วยงานอื่นพยายามประเมินออกมาเยอะๆ ก็จะแตกต่างกัน

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการงานอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

- คิดถึงตัวเอง เพราะผมโตมาจาก IRPUS บุคลิกภาพ จะน้อยรับการเปลี่ยนแปลง ใฝ่รู้และเรียนรู้ ชอบทำงานรุกไปข้างหน้า ทำงานเป็นทีม ที่สัมผัสได้เพราะว่า เราเริ่ม RND ได้โดย IRPUS จนทำให้เหมือนเด็กมหาวิทยาลัย ที่จะเริ่มต้นใช้ชีวิตจริงๆ ไปแล้วหลังจากเรียนวิชาซีพมาก ต้องเรียนรู้ผิดถูก ยอมรับสิ่งใหม่ ๆ ที่อยู่รอบ ต้องพยายามบอกโจทย์ให้ได้ว่าแก้ยังไง คล้าย ๆ กับคนรุ่นใหม่ ที่ young executive และ integrate idea ต่าง

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ ดำเนินการอย่างไร

- ดีขึ้นเรื่อย ๆ คึกคักเยอะขึ้นเรื่อย ๆ ผลงานเด่น ๆ เริ่มมีมากขึ้น so far so good ผมว่าทุกวันนี้ อาจารย์ทำได้ดีมาก ทั้งอาจารย์สุธีระและอาจารย์วิโรจน์ อย่าเพิ่งท้อแท้และทำเหมือนเดิมไปเรื่อยๆ step อย่างนี้ กำลังดีขึ้น เพราะตอนนี้ก็เกือบจะหนึ่งพันทุนแล้ว เดี่ยวผลลัพธ์ของการทำงานค่อย ๆ เยอะ แล้วมันจะกระตุ้นให้เกิดผล เป็นพันเป็นหมื่นทุนในที่สุด ไม่สามารถจะคอมเมนต์เพิ่มเติมได้เพราะว่าถือว่าทำได้ดีมาก

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุก ๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาโครงการฯ ถือว่า ได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

- คู่แข่ง คือผลของตัวเอง ที่ ณ วันนี้ 250 โครงการฯ ได้ผลจริงๆ 5 หรือ 10 project ผลคือ ผู้ประกอบการ happy และเห็นผลกำไรที่เยอะขึ้น แล้วเขาก็จะทำต่อ ปีหน้าเอาเปอร์เซ็นต์เยอะขึ้น ฐานใหญ่ขึ้น ถือว่าเป็นคู่แข่ง

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะให้ผู้บริโภค รู้สึกอย่างนั้น ได้อย่างไร

- รู้สึกว่าการวิจัยเป็นความเสี่ยงที่สามารถคำนวณได้ มีการตั้งลิมิตของความเสี่ยงไว้ แต่เมื่อเราตั้ง ลิมิตได้ เรียกว่า cut lose แต่โอกาสที่ได้รับ ถ้าทำสำเร็จ โอกาสจะเป็นเท่าไมโซเปอร์เซ็นต์ มูลค่าตรงนั้นกำไรกว่า เยอะ อยากให้ผู้บริโภครู้สึกว่าต้องให้โอกาสนักศึกษา และต้องทำใจว่าอาจเกิดความผิดพลาดในความเสี่ยงนั้นๆ แต่คุณต้องมีลิมิตความเสี่ยงเป็น แต่ถ้าได้ขึ้นมาก็คุ้มมหาศาล

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อจะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จัก แพร่หลาย

- ต้องใช้ระบบ short cut ถ้าเป็นธุรกิจ ทางใดที่เร็ว สั้นและประหยัดที่สุดจะใช้ทางนั้น know how know why know why สำคัญกว่า แต่ปัจจุบันที่สำคัญคือ know who

โครงการฯ ควรสร้างระบบรุ่นพี่รุ่นน้องให้เข้มแข็ง มหาวิทยาลัยมีผู้บริหารระดับสูงในบริษัทใหญ่ ๆ เยอะ เป็นผู้ประกอบการเองก็เยอะ ถ้า Linked สร้างจุด link ดีๆรุ่นพี่ช่วยรุ่นน้อง happy รุ่นน้องช่วยวิจัยรุ่นพี่ รุ่นพี่ก็ happy เพราะได้ประโยชน์จากการวิจัย รุ่นพี่ก็เลยช่วยรุ่นน้อง พอมาเป็นรุ่นพี่เอง เขาจะรู้สึกว่ายากช่วยรุ่นน้องบ้าง เริ่มจากกลุ่มเล็กๆตรงนี้ หลายกลุ่มที่ออกไปทำงานจริงๆ ใช้ประโยชน์จริง

ถ้าจะสร้างแบรนด์ IRPUS จะมีวิธีการอย่างไร

- ยากตรงที่ว่าการจะมีภาพลักษณ์ต้องรู้ว่าเราเป็นอย่างไร แต่การเป็นองค์การไม่ใช่คน แต่เป็นกลุ่มคน แต่การสร้างภาพลักษณ์ก็สามารถสร้างได้ แต่ว่าเป็นภาพลักษณ์ไหน แล้วชัดเจนหรือยัง การสร้าง image ไม่ยาก แต่ที่ยากคือจะสร้างอะไรมากกว่า

การสร้างภาพลักษณ์มีหลายวิธี ทั้ง PR marketing Event INC มีหลายแนวมาก เป็นที่รู้จักในการตลาดอยู่แล้ว แต่น่าจะเน้นว่า การจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีนั้น เพื่อให้ตรงกับปรัชญาของเรา เช่นสร้างกรอบว่าจะเล่นรุ่นพี่รุ่นน้อง เล่นผู้ประกอบการ เพื่อเริ่มสำหรับ RND แผนกวิจัยของเรา พอเราเริ่ม vision มา เราก็เริ่มสร้างภาพลักษณ์ให้ไปตรงปรัชญานั้นๆ หลังจากนั้นก็ง่ายแล้วในการสื่อสาร

ถ้าจะให้ชัดก็คือ ไซ้ได้จริง ขยายได้จริง IRPUS ใช้ได้จริง ระดมผู้ประกอบการต่อยอดไปเรื่อยๆ งานในแต่ละปีมากขึ้นเรื่อยๆ ใช้สโลแกนง่ายๆ ใช้ได้จริง ตรงนี้เป็นพลังและกะทัดรัด

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ฯ คนที่ 7

ส่วนที่ 1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

- การทำเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก ว่าถ้าเห็นแบบนี้แล้วคืออะไร ความสำคัญคือสมมติว่าถ้าคนเห็นแล้วรู้จักว่ามันคืออะไร ตอบได้โดยอัตโนมัติ

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร

- มองเห็นแล้วเข้าใจง่าย สีสั้น จุดเด่นชัดเจน สัมผัสกับตาแล้วอยู่ในความยาวคลื่นที่เหมาะสมกับการมองเห็นแล้วสบายตา

รู้สึอย่างไรบ้างกับแบรนด์ IRPUS ในปัจจุบัน

- ดูเบ๊ยาวไปหน่อย ดูแล้วมันไม่ stable สีโอเค มีข้อเสนอแนะ คือ ถ้ามีการประกวด แบรนด์จะเป็นช่องทางเผยแพร่แบรนด์ไปในตัว ทำให้บุคคลที่เกี่ยวข้อง บุคคลในสถาบันศึกษา อาจารย์ นักศึกษารู้จักเป็นการประชาสัมพันธ์และอาจจะได้ตราสัญลักษณ์ที่ดี เพราะเกิดขึ้นจากความคิดของคนเยอะๆ ทำให้มีโอกาสเลือกเยอะด้วย

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

- ถ้าเราจ้างคนเก่งๆ ก็ได้แค่นั้นๆ แต่ถ้าเราให้เยาวชนมามีส่วนร่วม เราจะได้ผลผลิตที่ออกมามี ร้อยๆแบบให้เขาเลือก แล้วคนที่เลือกก็ให้คนหลายๆคนช่วยกันดู น่าจะเป็นกลุ่มคนที่มีช่วงอายุต่างกันด้วย เพราะเราจะได้มองเห็นว่าทั้งเด็กและผู้ใหญ่ยอมรับหมด โครงการฯ นี้มีทั้งเด็กและผู้ใหญ่ อายุกว้างมากและตัวนักศึกษาเอง เพราะฉะนั้นตรงนี้เป็นตราที่ทั้งเด็กและผู้ใหญ่มองเห็นแล้วไซ้ ในกระบวนการต้องมีคนมาเกี่ยวข้องเยอะๆ มีคนส่งตราออกมาเยอะๆ มีคนเลือกหลายๆแบบ อย่างน้อยการประกวดตราสัญลักษณ์ เราจะต้องบอกวัตถุประสงค์ที่ให้ symbol ตัวนี้บ่งบอกถึงอะไร เพราะฉะนั้นก็จะมีคนจำนวนมากที่ได้เห็นวัตถุประสงค์นั้น ผลพลอยได้ก็คือ คนได้รู้จัก IRPUS เยอะขึ้น โดยอัตโนมัติ

4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

-

ส่วนที่ 2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

- คนมองว่าโครงการนี้ทำอะไร พอมีการพูดถึงโครงการนี้ จะรู้ว่าเป็นการส่งเสริมการวิจัย ภาพลักษณ์คือพอเห็นแล้ว รู้ว่าภาพลักษณ์นี้เกี่ยวข้องกับงานวิจัยอย่างไร ลักษณะไหน

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร

- เปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม มีการสนับสนุน มีความมุ่งมั่นหรือตั้งใจที่จะให้การสนับสนุน งานวิจัย พยายามช่วยสนับสนุนเยาวชนในการที่จะสร้างงานวิจัย

ภาพลักษณ์ควรจะสร้างตั้งแต่เป็นนักเรียนมัธยม ก่อนที่จะเข้าอุดมศึกษา เพราะถ้าเขาเป็นเด็กที่อยากทำวิจัย จะได้เลือกช่องทาง หรือรู้ว่าช่องทางวิจัยเป็นอย่างไร เป็นการสร้างคนก่อนเข้ามหาวิทยาลัย ก่อนทำการวิจัย

3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

- RPUS สนับสนุนงานวิจัยนักศึกษา มีเด็กนักศึกษาเข้าร่วมโครงการฯ เยอะ แต่เราจะเห็นว่าพอมีงานแสดง Exhibition แบบนี้เราไม่ค่อยเห็นนักเรียนมัธยมหรือนักศึกษาปีหนึ่งปีสองเข้ามาดูงาน น่าเสียดาย เพราะขนาดตัวเองยังแอบไชรู้ดูตามงาน เพราะเป็นความรู้ทั้งนั้น เราต้องการให้คนรู้ว่าเราสนับสนุนแต่การเปิดตัวที่คนมาเกี่ยวข้อง เช่น ปีหนึ่ง สองสาม จะไม่มีโอกาสรู้จักตรงนั้นเลย ยกเว้นอาจารย์อาจารย์ที่ปรึกษาจะมา ทำอย่างไรเวลาที่เรากำลังจะมีโอกาสประชาสัมพันธ์ไปตามสถาบันการศึกษา โรงเรียนมัธยมปลายให้เด็กเข้ามาดูงาน ซึ่งนอกจากเหนื่อยแรงจัดงานดีแล้ว เรายังสร้างประโยชน์ให้เยาวชน สร้างความรู้เยอะเลย เพราะฉะนั้น วิธีการของการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ คงต้องมองออกไปให้กว้างมากไปอีก ถึงในระดับที่เตรียมตัวคนสำหรับเข้าโครงการนี้ คือน้องปีหนึ่งปีสองและนักเรียนมัธยม ถ้าสามารถฝังตรงนี้ได้ตั้งแต่ก่อนขึ้นปี 4 ตัวนี้จะเป็นที่มุ่งหวัง เราติดตามอยู่ เมื่อถึงเวลา IRPUS ไม่ต้องไปกวาดหาว่าใครมาลงทุน จะมีใครมาทำโครงการฯ ใดๆ หรือไม่ อาจจะมีคนที่เตรียมตัวที่จะเข้า

ส่วนที่ 3 ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการฯ

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่างๆที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจ และเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

- 1. อาจารย์ในมหาวิทยาลัยต้องมี screen นักศึกษาในการเข้าทำงานวิจัย

2. เราต้องทำงานที่มีคุณภาพ เอาใช้งานได้ ซึ่งต้องใช้ทุน แต่ในมหาวิทยาลัยการใช้จ่ายเงินมีข้อจำกัด อีกเกณฑ์หนึ่งคือมีทุนสนับสนุนในการที่จะสร้างชิ้นงานที่มีประโยชน์ขึ้นมาได้

3. เป็นการร่วมกับบุคคลภายนอก เป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะเปิดตัว โครงการของภาครัฐและเอกชน

เกณฑ์ที่สำคัญที่สุด แน่นอนว่าเวลาจะขออะไรซักอย่างและคิดว่าเป็นประโยชน์ ใช้งานได้ จำเป็นต้องมีเงินทุนสนับสนุน ถ้าเราทำงานแบบไม่มีเงินทุนสนับสนุน แล้วทำในขอบเขตจำกัด งานก็จะอยู่บนหิ้ง เหมือนที่ทุกคนทำกัน แต่ถ้าเรามีทุนสูงขึ้น เราก็เชื่อว่างานนั้นจะขายออกได้ ซึ่งมีคุณค่ากว่าทุนที่ได้ด้วยซ้ำ

2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการนุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

- นึกถึงงานวิจัยที่เอาไปใช้งานได้ แล้วเป็นงานที่ภาคอุตสาหกรรมมีส่วนร่วม

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ "โครงการนุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

- เรื่องของการสนับสนุนให้นักศึกษาทำงานที่เกิดประโยชน์ เอาไปใช้ได้จริง

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน "โครงการนุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร

- ชอบ ได้ชิ้นงานที่ใหญ่กว่าในสเกลโดยเฉพาะในมหาวิทยาลัย ทำให้เราสามารถทำงานที่เกิดประโยชน์ได้

ไม่ชอบ คือ เกณฑ์การพิจารณา ไม่มีการสอบถาม ไม่มีโอกาสเข้าใจในจุดที่ไม่เข้าใจ เช่น โครงการปีที่แล้วที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ เกือบหลุด เกือบหลุดในตอนพิจารณา รอบแรกในการพิจารณาไม่ติด มาติดในรอบที่สอง คะแนนในการประเมินต่ำมาก แต่เป็นโครงการที่ได้รับรางวัลชนะเลิศในปีที่แล้ว มองได้ว่าการพิจารณาในเบื้องต้น อาจจะมีผู้อ่านที่ไม่เข้าใจ หรือคำพูดของเราอาจไม่เคลียร์ แต่ไม่ชอบเลยก็คือไม่มีการสอบถาม ไม่มีโอกาสได้ชี้แจง ทำให้หลุดไปโดยที่ไม่น่าจะหลุด อย่างปีนี้ก็หลุดไปโครงการหนึ่ง ซึ่งเราคิดว่าเป็นโครงการที่มีประโยชน์ต่อสังคม

5. ท่านมีความเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านอุตสาหกรรม การวิจัย และเทคโนโลยี

- เรายังไม่เคยทำโครงการฯ อื่น เราไม่ได้ศึกษาตรงนี้เลย แต่เชื่อว่า ถ้าเทียบกับโครงการอื่นๆแล้ว ก็คือให้โอกาสมากกว่าหลายๆโครงการ

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการนุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

- เป็นคนใจดี ผู้ใหญ่ใจดี เหมือนอาจารย์วิโรจน์ มีเหตุผล เป็นอนุรักษ์นิยมหน่อยๆ

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ ดำเนินการอย่างไร

- ถ้ามองในตัวนักศึกษาเอง นักศึกษาที่ผ่านโครงการฯ นักศึกษาต้องมีศักยภาพ มีความสามารถสูงกว่าเพื่อน ในระดับ เดียวกัน เนื่องจากว่าพอได้รับทุนแล้ว ในการทำงานจะต่างจากเด็กที่ไม่ได้รับทุน เพราะต้องมุ่งมั่นมากกว่า ถ้าเขาทำงานกับบริษัทที่มีตำแหน่งว่างที่รับคนใหม่ นักศึกษาพวกนี้จะมีโอกาสสูง

ด้านผลผลิต เชื่อว่าผู้ประกอบการพอใจ และอยากจะนำไปพัฒนาต่อเนื่อง หรือคิดว่าจะเอาไปใช้ต่อได้เป็นส่วนใหญ่ ถ้าคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ประสบความสำเร็จ ก็ประมาณ 70 % ประสบความสำเร็จในที่นี้หมายถึง ผู้ประกอบการหรือมีผู้เอางานไปใช้ เอาไปดำเนินการต่อ

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาโครงการฯ ถือว่าดีเปรียบหรือไม่ อย่างไร

- ถ้ามองเฉพาะ product ของ project มองว่าไม่มีคู่แข่ง แต่ถ้า project ที่มีคู่แข่ง ต้องได้เปรียบ เพราะต้นทุนในการวิจัยได้รับการสนับสนุนจากโครงการฯ นี้ ทุนการวิจัยดีกว่าการวิจัยอื่นๆ อย่างน้อยก็มีคณะอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่ถ่ายทอดวิชาออกมาช่วย ตัวนักศึกษาเองก็มุ่งมั่นเพราะอยากได้งานดีๆ เพราะฉะนั้นก็ยอมได้เปรียบคู่แข่งกันอยู่แล้ว

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้น ได้อย่างไร

- ผู้บริโภคพอใจ มีประโยชน์ เป็นประโยชน์กับบริษัทที่จะเอาไปพัฒนาต่อ ในกระบวนการวิจัยต้องให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนความคิดตลอดเวลา สิ่งที่เกิดขึ้นก็จะตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ ผลออกมาเขาก็ยิ่งพอใจ ก็คือต้องให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการแชร์ความคิด โฉนเดียในการทำงาน

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อจะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

- การจัดนิทรรศการน่าจะเอาผลผลิตของโครงการฯ มาประชาสัมพันธ์ มาเผยแพร่ น่าจะมีการร่วมมือของภาครัฐ ในการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการโฆษณา มีการจัดงานแสดงตัว จัดเหมือน motor show เป็น IRPUS show เชิญผู้ประกอบการมาเยอะๆ เชิญภาคอุตสาหกรรมมาเยอะๆ ทำเป็นเชิงธุรกิจ มีวันสำหรับผู้ประกอบการ สำหรับภาคธุรกิจมา shop เอา ต้องมีงบประมาณส่วนหนึ่งในการสนับสนุนส่วนนี้

ที่ยุโรปจะมีการจัดงาน เมติกา จะเป็นงานนิทรรศการเครื่องมือทางการแพทย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก เป็นงานที่ใหญ่มาก แต่วันนั้นบริษัทมาออก เชิญภาคอุตสาหกรรมมาออกอาจจะร่วมกับหอการค้า จริงๆงานลักษณะนี้เราก็สามารถทำได้ แต่เวลาที่เรารับเชิญภาคอุตสาหกรรมมาก็คือภาคอุตสาหกรรมเฉพาะที่เข้าสู่โครงการฯ แต่ถ้าอยากให้ง่วงออกไปมากกว่านั้น ก็คือต้องร่วมกับฝ่ายอุตสาหกรรม ฝ่ายหอการค้า มาพบกัน เหมือนเป็นสินค้าส่งออก

การเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยกับการออกไปทำงานกับภาคอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกันอย่างไร

- ถ้านักศึกษาได้ออกไปสัมผัสกับสถานที่จริง ไม่ว่าจะเป็นภาคอุตสาหกรรม โรงพยาบาล เขาจะได้เรียนรู้เยอะกว่าในห้องเรียน ได้มีโอกาสทำงานจริงๆ เด็กนักศึกษาพวกนี้จะมีศักยภาพสูงกว่าเพื่อนๆในรุ่นเดียวกัน

ผู้ประกอบการและสถาบันการศึกษาจะมีนโยบายอย่างไรในการสนับสนุนการทำงานของนักศึกษาในภาคอุตสาหกรรม

- มีการจัดการเรียนการสอน โดยการปรับปรุงหลักสูตรบางอย่าง จัดช่วงเวลาให้นักศึกษาได้ฝึกงาน บางที่นักศึกษาเรียนแต่ในห้องเพียงอย่างเดียว แต่จริงๆแล้ว ควรจะมีช่วงเวลา เราอาจจะมีการประสานงานกับโรงพยาบาล สถานประกอบการ ให้เด็กได้ไปฝึกงาน หลังจากนักศึกษาก็จะเอาข้อมูลมาเสนอเพื่อน ๆ เพราะฉะนั้นแต่ละคนที่ออกไปกลับมา ก็จะเอาประสบการณ์ มาเล่าให้เพื่อนๆ ฟัง ตัวเองได้ความรู้แล้วยังได้มาแชร์กับเพื่อนด้วย เพราะฉะนั้นนอกจากจะรู้ของตัวเองแน่นอนอยู่แล้ว ยังรู้ของคนอื่นด้วยว่าเป็นอย่างไร

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ฯ คนที่ 8

ส่วนที่1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร
 - การสร้างแบรนด์ เป็นการบอกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือองค์กร อุตสาหกรรมนั้นๆ แต่ละอุตสาหกรรมก็มีแบรนด์ของตัวเอง อาจจะเป็นแบรนด์ที่แตกต่างกันในแต่ละแง่ แต่ละอุตสาหกรรมหรือว่าแต่ละโรงงานจะมีข้อเด่นที่แตกต่างกัน คล้ายๆเป็น Differentiation ความแตกต่างกันระหว่างโรงงานต่างๆหรือว่าอุตสาหกรรม ซึ่งจะมีความสำคัญเรื่อยๆ ต่อไปในอนาคต เพราะว่าถ้าเราไม่มีความแตกต่างกัน โอกาสที่เราจะทำสินค้าแล้วทำให้ได้มูลค่าเพิ่มแล้วจะยาก เหมือนกับว่าเราผลิตอะไรได้คนอื่นก็ผลิตได้ จะมีการแข่งขันกันแค่ต้นทุนที่ต่ำลงไปเรื่อยๆ ซึ่งผลกำไรจะน้อยลงไปเรื่อยๆ
2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร
 - ต้องมีลักษณะเด่นของตัวเอง ต้องมีจุดขาย จุดแข็งของแบรนด์เอง ต้องมีการเลือกจุดแข็งที่เห็นชัดและมีพลัง จะเหมือนคนอื่นทั้งหมดไม่ได้
3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ
 - ต้องมีการอ่านหนังสือเพิ่มเติม ว่ามีขั้นตอนอย่างไร ซึ่งเท่าที่อ่านบ้าง ต้องเริ่มจากการวาง Concept ว่าแบรนด์เราจะแตกต่างจากแบรนด์อื่นอย่างไรบ้าง จุดเด่นของเรายึดเทียบกับจุดด้อยของคู่แข่งเป็นอย่างไรบ้าง
4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ
 - ต้องสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรหรือผลิตภัณฑ์ขึ้นมา แล้วจะเป็นการสร้างเชื่อมั่นในแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์นั้น

ส่วนที่2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร
 - สร้างอะไรที่คนพูดถึงสิ่งนี้แล้ว จะมีภาพขึ้นมาในใจเลยว่า มันคืออะไร
 - ทำให้ลูกค้าจำได้แน่นอน พอพูดถึงชื่อนี้ แล้วเกิดภาพขึ้นมาในใจทันที ได้ยินที่ไหนก็เหมือนการ Remind ไปเรื่อยๆ
2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร
 - ต้องมีคุณสมบัติเชิงบวกต่อสังคม ทำอะไรที่สังคมยอมรับและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เช่น อาจจะรวมฝาขวดของสินค้าเราแล้วเอามาทำเป็นขาเทียม หรือทำสินค้าที่เป็น Green Product สินค้าที่รักษาสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ว่าเรารักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างมลภาวะต่อโลก ปัจจุบันถ้ายังมีผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดปัญหาโลกร้อนได้ คิดว่าเป็นจุดเด่นที่คนให้ความสำคัญ
3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

- ต้องหาจุดขายก่อน ดูสังคม ว่ากระแสสังคมเป็นอย่างไร ถ้าเราสามารถสร้างกระแสภาพลักษณ์ให้เข้ากับสังคมได้ มันจะง่ายขึ้นและมีพลัง เช่นกระแสโลกร้อน ถ้าเราพยายามทำให้แบรนด์หรือกิจกรรมของเราช่วยลดภาวะโลกร้อนได้ น่าจะทำภาพพจน์ดี

ส่วนที่ 3 ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการฯ

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่างๆที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจ และเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

- ดูว่าประโยชน์ของโครงการฯ ที่จะเกิดตกอยู่กับใครบ้าง เท่าที่ดูประโยชน์ตกอยู่กับทุกฝ่าย ทั้งนักศึกษาโดยตรง ฝ่ายอาจารย์ และฝ่ายอุตสาหกรรม เพราะฉะนั้นถ้าได้ประโยชน์ร่วมกัน เราก็น่าจะทำโครงการฯ ไม่มีฝ่ายไหนเสียประโยชน์

2. เมื่อพูดถึงคำว่า “โครงการงานอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

- ตาม Concept แล้ว คือการสร้างนักศึกษาระดับปริญญาตรีสามารถทำงานสอดคล้องกับทางอุตสาหกรรม

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ “โครงการงานอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

- ได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้จริง เพราะบางที่ทำโครงการออกมาแล้วไม่ได้ผลิตภัณฑ์ บางโครงการได้ผลิตภัณฑ์ออกมาแล้วใช้ไม่ได้อีก แต่โครงการฯ นี้ส่วนมากสามารถเอาไปใช้ประโยชน์ได้จริง

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน “โครงการงานอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

- ชอบที่สุด ประโยชน์ที่ได้ ได้ทุกฝ่าย และสุดท้ายส่งผลต่อประเทศชาติได้ด้วย ทำให้ประเทศสามารถแข่งขันได้ และที่ดีกว่านั้นสามารถสร้างนวัตกรรมต่าง ๆ ขึ้นมาได้ ประเทศเราถึงจะสามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในโลกได้

- ปัญหาหรือสิ่งที่ไม่ชอบ เป็นข้อปลีกย่อย เช่นบางที่ไม่มีเวลาเข้าไปดูแลโครงการฯ ให้ละเอียดมากพอ เวลาอาจจะสั้นไปหน่อย ถ้ายาวกว่านี้เราอาจจะพัฒนาได้ดีกว่านี้ แต่โครงการฯ ปีบบังคับว่าจะระยะเวลาขนาดนี้ต้องปิดโครงการแล้ว ก็เลยทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ยังไม่ดีที่สุด

5. ท่านมีความเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านอุตสาหกรรม การวิจัย และเทคโนโลยี

- แตกต่างกัน แต่ละโครงการก็มีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน บางโครงการเน้นที่ผู้ประกอบการโดยตรง ฉะนั้นผู้ประกอบการจะได้เต็มที่ บางโครงการจะเน้นที่นักศึกษา สร้างนักศึกษาอย่างเดียว แต่โครงการ IRPUS ค่อนข้างจะสมดุลระหว่างอาจารย์ นักศึกษาและสถานประกอบการ

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการงานอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

- โครงการฯ นี้ เหมือนเป็นคนให้ที่ไม่คิดจะรับ คือเป็นผู้ให้อย่างเดียว บุคลิกก็เหมือนเป็นคนใจดีให้ทุน

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ ดำเนินการอย่างไร

- นักศึกษามีอิสระ มีอิสระในการทำงาน ไม่คิดที่จะทำงานแต่เพียงด้านเดียว แต่สามารถไปทำงานอย่างอื่นได้ ผลผลิตที่ออกมาก็สามารถออกสู่ตลาดได้

คิดว่า เราทำมาถูกทางแล้ว ผลรวมที่ออกมาคือสร้างประโยชน์ให้แก่ประเทศชาติ โครงการฯก็น่าจะดำเนินต่อไป

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

- เราพยายามทำโครงการออกมาอย่างน้อยก็ต้องเท่าเทียมคู่แข่งหรือดีกว่า เราเน้นนวัตกรรม โดยการใช้วัตถุดิบที่มีภายในประเทศ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิตได้มาก

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้น ได้อย่างไร

- รู้สึกว่ามีความแตกต่างจากของเดิม โดยจะต้องเทียบเท่าของเดิมหรือดีกว่า ราคาถูกกว่า โดยการเอานวัตกรรมเข้ามาช่วย

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อจะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

- โดยปกติจะมีคนมาสัมภาษณ์ โดยการนำมาเผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์ เชิญสื่อมวลชนมาดูโครงการฯ ว่ามีโครงการไหนที่น่าสนใจบ้าง และช่วยประชาสัมพันธ์ในโอกาสต่อไป

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ฯ คนที่ 9

ส่วนที่1 สัมภาษณ์ด้านการสร้างตราผลผลิต

1.การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร

- ขึ้นอยู่กับว่าเราจะเอาไปทำอะไร แบนด์ไปคอนเฟิร์มเกี่ยวกับกระบวนการผลิต คอนเฟิร์มเกี่ยวกับประสิทธิภาพ คุณภาพของระบบการจัดการ ทางด้านมูลค่า ทางด้านสินค้า แต่ส่วนใหญ่ แบนด์ที่ใช้กันส่วนใหญ่จะเป็นแบนด์ที่ในเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้ามากกว่า จะทำยังไงให้แบนด์นั้นติดตลาด เพราะว่าเราจะสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้าสามารถรู้จักได้

2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไร เกิดขึ้นได้อย่างไร

- ต้องหาจุดเด่นของแบนด์นั้น ว่าวัตถุประสงค์คืออะไร แล้วพยายามสร้างจุดเด่นของแบนด์ให้ได้ ให้คนเห็นแบนด์นั้นแล้วนึกถึงเรื่องเดียวกัน symbol ตรงนั้นทำอย่างไรมากกว่า

3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ

- ต้องทำสิ่งเหล่านั้นให้ประสบความสำเร็จก่อน เป็นรูปธรรมชัดเจน จับต้องได้ มีดัชนีชี้วัดอย่างชัดเจน หากกลุ่มสร้างเครือข่ายแนวร่วมเยอะ ๆ กลุ่มเครือข่ายแนวร่วมที่จะเป็นลูกค้าเราที่จะใช้แบรนด์ เราก็ต้องไปดูกลุ่มเครือข่ายของเราว่าคือใครพยายามสร้างความเชื่อมั่นในลูกค้าให้ได้ โดยอาศัยการใส่ผลงานให้เขาเห็น เป็นรูปธรรมมากขึ้น ขยายเครือข่าย พยายามสร้างเครือข่ายให้เยอะๆ ให้เขาเห็น เมื่อมีเครือข่ายไปเรื่อยๆ แบนด์หรือ Symbol นี้จะติดตลาดได้ไม่ยาก

4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ

- ต้องไปดูลูกค้าที่มาใช้แบรนด์คุณ อย่างแรกต้องรู้จักเขาก่อน เครื่องมือชี้วัดก็คืออุปกรณ์อะไรก็ได้ที่สามารถตรวจวัดเขาได้จริงๆ ว่า ลูกค้าต้องการอะไรจริง ๆ และสิ่งที่เขาต้องการคุณสามารถใช้ประโยชน์จากตรงนั้นได้หรือไม่ แล้วเชื่อมโยงอย่างไรกับผลประโยชน์ตรงนั้นกับแบรนด์ของคุณ เมื่อนั้นเราจะได้ในสิ่งที่เราต้องการ เพราะแบรนด์จะเกิดขึ้นได้ต้องมีคนรู้จักเยอะ ๆ และใช้มันเยอะ ๆ พอใช้เยอะ ๆ แล้ว อะไรคือสิ่งที่เขาต้องการจากแบรนด์และเราสามารถให้เขาได้หรือไม่ เป็นประเด็นเชิงธุรกิจ มีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ร่วมกัน

ส่วนที่2 สัมภาษณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร

- บางทีอาจจะจริงหรือไม่ใช่ของจริงก็ได้ มีประโยชน์เฉพาะตอนแรก ถ้าคุณทำมันติดกระแส เหมือนจุดตามระยะติดกระแส แต่เข้าไปจะดีหรือไม่ดีหรือยั่งยืนหรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่าผลงานชัดเจนหรือไม่ เป็นรูปธรรมหรือไม่ จับต้องได้หรือไม่ เพราะฉะนั้นภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ดีเฉพาะช่วงต้น ๆ ที่ทำให้คนรู้จักและเข้าถึงได้ง่าย แต่หลังจากนั้นต้องเน้นคุณภาพแล้ว ปริมาณจะได้ในช่วงแรก แต่ถ้าคุณภาพจะได้ทั้งสองช่วง ช่วงแรกจะใช้ภาพลักษณ์ ช่วงที่สองใช้ผลงานและคุณภาพของงานเป็นตัวจับ แล้วมันจะยั่งยืน

2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร

- ดิอยู่แล้ว ทำอย่างไรให้ติดตลาดไปเรื่อยๆ มันจะต้องไม่มีของเสียตรงนี้เกิดขึ้น พยายามลบจุดบอดทั้งหมดทุกเรื่อง ต้องพยายามสำรวจตัวเองตลอดเวลาว่าเรามีจุดบกพร่องอย่างไร แล้วพยายามปรับปรุงแก้ไข Dynamic อยู่ตลอดเวลา อันนั้นจะทำให้ภาพลักษณ์อยู่ได้อย่างยั่งยืน ที่สำคัญที่สุดคือ ใช้ในเรื่องการจัดการ ต้องพยายามอู้อยู่ไว้ ูโป้

3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์

- ทำโครงการให้ดี จับคนที่มีคุณภาพมาร่วมงาน เวลาทำเนติโครงการแล้ว พวกนั้นจะเป็นกระบอกเสียงเหมือนอย่างที่เป็นอยู่ตอนนี้ กระจายในทุกกลุ่มคน แล้วให้ทุกคนในสังคมมาร่วมมือกันเยอะ ๆ มันจะแผ่ไปเรื่อย ๆ สร้างผลงานออกไปเยอะ ๆ อย่างเป็นรูปธรรม อย่างต่อเนื่อง ทำให้เรายั่งยืน

ส่วนที่ 3 ด้านกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการฯ

1. หากท่านจะเข้าร่วมโครงการฯ ต่างๆที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัย ท่านจะใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจ และเกณฑ์ใดเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด

- ช่วงแรกไม่มีเกณฑ์ เพราะอยากทำ ใจอยากจะทำ ไม่ได้ดูที่ภาพลักษณ์ concept ได้และตรงกับที่ใจอยากทำ concept ก็คือ เอนักศึกษาไปทำงานช่วยเหลือผู้ประกอบการแล้วตอบโจทย์นั้นได้ เป็นรูปธรรมชัดเจน มีผลงาน เรื่องทุนไม่มีผล

2. เมื่อพูดถึงคำว่า “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง

- นึกถึงว่าใช้นิสิตในการตอบโจทย์ปัญหาอุตสาหกรรม โครงการ แร่กับผู้ประกอบการ พัฒนากำลังคน พัฒนานิสิตให้มีคุณภาพ มีความรู้หลายมิติที่สามารถไปแก้ไขและตอบโจทย์ปัญหาจริงๆให้กับองค์กร

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

- สร้างคน สร้างนิสิตปริญญาตรีให้เต็มเต็มให้สมบูรณ์แบบ สร้าง Effect สร้างผลประโยชน์ คือช่วยเหลือผู้ประกอบการด้วย จริงๆจุดเด่นคือสร้างคน ผลพลอยได้คือผู้ประกอบการ สามารถตอบโจทย์เขาได้

4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน “โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี” คืออะไร

- ชอบ คือ ผลประโยชน์ลงตัวทุกฝ่าย คือคนที่อยู่ในโครงการฯ ได้หมดเลยรวมทั้งผู้รับผลประโยชน์ คือผู้ประกอบการเองก็ได้ win win ทุกฝ่ายได้ประโยชน์หมด สกว. ในฝ่ายของรัฐ สกว. ช่วยกระตุ้นเพื่อสร้างฐานการผลิตให้เข้มแข็ง หมายถึงกลุ่มผู้ประกอบการ ทำให้เกิดการเรียนรู้ในการใช้ความรู้มาใช้ในสถานประกอบการ ใช้งานวิจัย ช่วยในการแก้ปัญหา จากการที่เข้าจากประสบการณ์ ฉะนั้นโครงการฯได้สร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาเป็นรูปธรรมชัดเจน เพราะต้องมีการแถลงผลงานทุก ๆ ปี เอาผลงานโชว์เป็นรูปธรรมและใช้งานจริง ๆ

ที่ไม่ชอบ คือการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ลงทุกกลุ่มคนมากนัก เแรงกระจายไปผู้ประกอบการทุก Sector กระจายนักวิจัยให้ทั่วถึง ทำยังไงให้เกิด motivation เป็นแรงบันดาลใจให้อาจารย์กระตุ้น ทำยังไงจะให้ลงไปถึงนักศึกษาเยอะๆ ให้เขาประทับใจ แต่บางทีโครงการรับทราบแค่ตอนบนแต่โดนตัดตอน นิสิตไม่ถึง ทำให้หยิ่งลึกทั้งอาจารย์และนิสิต นักวิจัย ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะนิสิตและผู้ประกอบการ ยังไม่ถึงทุก sector

5. ท่านมีความเห็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกับโครงการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านอุตสาหกรรม การวิจัย และเทคโนโลยี

- เป็นรูปธรรมชัดเจน มีระบบการประเมินเข้มข้น มี mid-term report final report มีการประเมินไปดูของจริงทุกโครงการ บางโครงการเขาจะดูแค่ paper เวลาดูรายละเอียดต่างๆไม่เห็นผลชัดเจน เพราะ paper สามารถสร้างขึ้นได้ แต่นี่ชัดเจน เพราะถ้าไม่มี ก็มาเปิดบู๊ทไม่ได้ เอาผลงานมาโชว์ไม่ได้ self lock ตัวเอง มันชัดเจน มันต้องมีการแถลงให้ประชาชนรับทราบและเห็นผลงานอย่างถูกต้อง เงินทุกบาททุกสตางค์ใช้อย่างคุ้มค่า

6. หากจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร

- เขาเป็นผู้ให้และผู้ประสานที่ดี ในการเชื่อมโยงระหว่างโลกของวิชาการและโลก realistic โลกของความเป็นจริงของอุตสาหกรรม สามารถจับ สองประเภทมาร่วมมือกันแล้วตอบโจทย์ได้ สามารถทำให้เรา win win ทั้งคู่ กลุ่มของนักศึกษาได้ประสบการณ์จริง เป็นเวทีทดสอบตอบโจทย์ปัญหาจริงโดยใช้ความรู้ที่ได้เรียนมา กลุ่มของอาจารย์นักวิจัยที่เป็นที่ปรึกษา ได้ดูว่าเทคโนโลยีไปถึงไหนกันแล้ว โจทย์ปัญหาต้องการอะไร จะได้ปรับ

ไปใช้ในการเรียนการสอนได้ โลกของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมไม่ต้องพูดถึง ได้คนมาใช้งานฟรีๆ ได้คนมาแก้ไขโจทย์ปัญหาให้เขาฟรีๆ โดยที่ไม่ต้องออกเงินเลย ลองคิดว่า สกว. เป็นผู้ให้หรือไม่ เป็นตัวเชื่อมโยง เป็นที่ปรึกษาให้ทุกฝ่าย โดยได้ผลประโยชน์อย่างลงตัวที่สุด โดยใช้เม็ดเงินอย่างคุ้มค่ามาก

7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไร และท่านคิดว่าโครงการฯ ดำเนินการอย่างไร

- กลุ่มเป้าหมายของเราจริงๆ คือ ผู้ประกอบการเป็นหลัก เป็นผู้สร้างโจทย์ขึ้นมา เป็นโจทย์จริง ไม่ใช่โจทย์เทียม เพื่อให้บัณฑิตเราเข้าไปฝึกฝนในการแก้ปัญหานั้นโดยมีอาจารย์เป็นพี่เลี้ยง

8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุก ๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบหรือไม่ อย่างไร

- ไม่มีคู่แข่ง เพราะโครงการฯ เป็นผู้ให้ไม่หวังสิ่งตอบแทน จะมีคู่แข่งได้อย่างไร เพราะว่าสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์เป็นการตกลงกันเองของนักวิจัยและผู้ประกอบการ เพราะฉะนั้นจึงไม่มีคู่แข่ง ไม่ได้ต้องการค้าขายเอากำไร

เมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตของตลาดทั่วไป เปรียบเทียบโดยเพิ่มเติมทำให้มันดีขึ้น โดยไปเพิ่มรสชาติ ซึ่งก็ทำอยู่แล้ว แต่อาจจะเพียงมีรอยร้าว ปัญหาการจัดการไม่ดี ประสิทธิภาพเครื่องจักรด้อยไป หรือ ต้นทุนการผลิตสูง ต้นทุนพลังงานสูง ก็มีนักวิจัยเข้าไปช่วยคิด เพื่อช่วยลดสิ่งเหล่านี้หรือไปสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เขาได้ เราแค่เติมเต็ม เป็นผู้ให้ที่ไปเติมเต็มในองค์ความรู้ เอา knowledge นี้ไปช่วย เพื่อให้สถานประกอบการดูดีขึ้น โดยภาพรวม ถ้าสถานประกอบการดูดีขึ้น มีคนมาทำงานมากขึ้น ขยายกิจการใหญ่โตขึ้น มันเป็นภาพรวม macro ของประเทศด้วย หน่วยงานอย่างนี้ควรจะมียะยะด้วยซ้ำ ไม่มีคู่แข่ง ถ้าแข่งก็ต้องแข่งกับตัวเองว่าทำยังไงให้ธุรกิจทุก sector รอด โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ด้อยเรื่อง RND ทำยังไงให้เขาสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และ product ให้เขาขายดีและต้นทุนถูกลง พอเขาดีขึ้น กำลังผลิตมากขึ้น จ้างคนมาทำงานมากขึ้น การพัฒนาประเทศดีขึ้น ผลิตรคนออกไปก็มียานทำหมด ยิ่งสามารถแตกโรงงานได้มากขึ้น เขาก็ต้องใช้ resource ทั้งวัตถุดิบทั้งคน

9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างนั้น ได้อย่างไร

- พยายามทำงานให้มีคุณภาพมากขึ้น แล้วความรู้สึกดีๆของผู้ประกอบการจะมีต่อโครงการฯ เข้ามาเยอะ ๆ รวมทั้งนิสิตนักศึกษา เขาก็ต้องทำงานให้มีประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ของทางโรงงานให้ได้ ไม่ใช่ทำแบบฉาบฉวย มีขั้นตอนวิเคราะห์ที่แน่นอน เพื่อที่เขาจะเอาไปใช้ได้จริงและต่อเนื่องได้ ต่อ ยอดได้ คือสิ่งสำคัญต้องมคุณภาพ ปริมาณไม่จำเป็น

10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไรเพื่อจะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

- เน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีผลงานดี ๆ เด่น ๆ ก็ต้องเอามาโชว์ พยายามเจาะเข้าไปกลุ่มทุกกลุ่มให้ได้ 5 % หรือ 10% ต้องตั้งเป้าหมายกลุ่มใหม่ ๆ ขยายฐาน ไม่ว่าจะเป็นฐานนักวิจัย ฐานผู้ประกอบการ ต้องพยายามสร้างฐานตรงนี้เยอะ ๆ เพราะฉะนั้นคนคนหนึ่ง สามารถกระจายต่อไป หลักการง่ายๆเหมือนธุรกิจ Amway เป็นพี่เลี้ยง อาจมีเวที IRPUS ขึ้นมา หรือเป็นเวทีของผู้ประกอบการ พี่เลี้ยง บางคนไม่กล้าเข้า อาจเสียสละเวลาสร้างความเข้าใจให้เขาตรงนี้ ต้องสร้างกลยุทธ์ตรงนี้ขึ้นมา ต้องสร้างเสียงทั้งฝ่ายนักวิจัยและพี่เลี้ยงของสถานประกอบการ เพื่อช่วยทั้งสองฝั่ง

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ฯ คนที่ 10

ส่วนที่ 1

1. การสร้างตราผลผลิตในความหมายของท่านคืออะไร และมีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร
ในการสร้างสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายเพื่อรองรับคุณภาพในกระบวนการผลิตและความปลอดภัยของผู้บริโภค
2. ท่านคิดว่าตราผลผลิตที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจนั้นควรมีลักษณะอย่างไรเกิดขึ้นได้อย่างไร
ควรมีลักษณะที่ง่ายต่อการจดจำและสามารถตัดเป็นสติ๊กเกอร์ติดได้ง่าย เกิดขึ้นด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตราสัญลักษณ์นั้น ๆ
3. ท่านมีกระบวนการสร้างตราผลผลิตในธุรกิจของท่านอย่างไร ให้ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจ
การสร้างแบรนด์ของสินค้าด้วยตัวของสินค้าที่มีคุณภาพ ทำประชาสัมพันธ์ด้านตราสัญลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายโดยเปิดโอกาสให้คนทั่วไปมีส่วนร่วม
4. ท่านมีเครื่องมือหรือกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมให้ตราผลผลิตประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ
สินค้าที่มีคุณภาพ หรือการบริการที่ประทับใจและเปิดโอกาสให้ส่วนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลาย

ส่วนที่ 2

1. การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของท่านคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร
คือการทำสินค้าหรือสิ่งที่ทำอยู่ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีประโยชน์ในการจำหน่ายสินค้าหรือ
การบริการให้บุคคลทั่วไปยอมรับ
2. ลักษณะภาพลักษณ์ที่ดีตามความคิดเห็นของท่านเป็นอย่างไร
เป็นการผลิตสินค้าและการให้บริการที่เป็นประโยชน์โดยตรงแก่ผู้ใช้บริการและก่อให้เกิดประโยชน์
ต่อสังคมโดยรวม
3. ท่านมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้างในการสร้างภาพลักษณ์
มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการที่มีสินค้าที่มีคุณภาพนำไปติดกับตัวสินค้าหรือการบริการ
เพื่อเป็นการกระจายตราสัญลักษณ์ให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักอย่างรวดเร็ว

ส่วนที่ 3

1. ถ้าหากท่านจะเข้าร่วมโครงการต่างๆที่มีการส่งเสริมทางด้านอุตสาหกรรมและการวิจัยท่านจะ
ใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจและเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด
เงื่อนไขระเบียบการ และการมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ให้แก่ส่วนรวม
2. เมื่อพูดถึงคำว่า "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" ท่านจะนึกถึงอะไรบ้าง
ผลงานด้านการผลิตที่วิจัยและค้นคว้าโดยนักศึกษา

3. ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นจุดเด่นที่สุดของ "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร
การสร้างตราสัญลักษณ์ให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์แก่ส่วนรวม
4. ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านชอบและไม่ชอบมากที่สุด ใน "โครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี" คืออะไร
สิ่งที่ชอบคือ นวัตกรรมและแนวคิดแปลก ๆ ที่สามารถนำไปต่อยอดผลิตสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายได้
6. ถ้าจะเปรียบเทียบตัวโครงการอุตสาหกรรมและการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีเป็นคนคนหนึ่ง ท่านจะนึกถึงใคร และมีบุคลิกภาพอย่างไร
เหมือนกันในลักษณะที่ทำคล้าย ๆ กัน ไม่เหมือนกันก็คือเป็นผลงานของนักศึกษา
7. ท่านคิดว่าสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลผลิตนักศึกษาโครงการฯ เป็นอย่างไรและ
ท่านคิดว่าโครงการฯ ดำเนินการอย่างไร
เป็นแนวคิดสร้างสรรค์ที่ดีแต่ยังไม่สามารถผลิตออกสู่ตลาดได้เท่าที่ควรจะเป็น
8. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในทุกๆ ด้าน ท่านคิดว่าผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ ถือว่าได้เปรียบหรือไม่
อย่างไร
ยังไม่สามารถแข่งขันได้ เพราะขาดประสบการณ์และความน่าเชื่อถือ จนกว่าจะสามารถผลิตออก
ถึงถึงผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง
9. ท่านต้องการให้ผู้บริโภครู้สึกอย่างไรต่อผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ และจะทำให้ผู้บริโภค
รู้สึกอย่างนั้นได้อย่างไร
ให้ผู้บริโภครู้สึกพอใจและยอมรับในผลงานของนักศึกษาที่มีแนวความคิดสร้างสรรค์
10. ท่านมีแนวทางหรือกลยุทธ์อย่างไร เพื่อที่จะทำให้ผลผลิตของนักศึกษาในโครงการฯ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย
ผลิตสินค้าโดยนักศึกษาและออกจำหน่ายได้จริง

3. บันทึกการสัมภาษณ์นักศึกษาที่ได้สัมภาษณ์ในโครงการ เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลผลิต แนวคิดการพัฒนาผลผลิต

แนวการสัมภาษณ์

ตอนที่1 ด้านคุณลักษณะผลผลิตของนักศึกษา

1. โครงการที่ท่านสร้างขึ้นขณะเป็นนักศึกษาในโครงการฯ มีคุณค่าอย่างไรบ้างต่อสถานประกอบการและตัวท่านเอง สถานประกอบการจึงได้เลือกท่านเข้าทำงาน

นักศึกษาคนที่ 1

เป็นโครงการที่ก้าวตามสมัย เป็นการประหยัดพลังงานธรรมชาติ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ เรื่องปิโตรเคมีและเรื่องของเครื่องยนต์ที่มาประกอบกับสายงานคือวิศวกรรมเคมี หวังว่าจะมีมุมมองที่กว้างขึ้น มีโอกาสเรียนรู้ระบบงานหลาย ๆ ระบบงาน ทำให้มีโอกาสเข้าไปสมัครงานในหลายสาขามากขึ้น

นักศึกษาคนที่ 2

เป็นผลผลิตที่ได้มาจากวัสดุเหลือใช้ ทำให้ช่วยลดต้นทุนการผลิตลงสำหรับผู้ประกอบการแต่โครงการนี้ไม่ได้มีผลต่อการรับเข้าทำงานเนื่องจากทำงานอยู่ก่อนแล้วระหว่างที่ทำโครงการนี้ขึ้นมา

นักศึกษาคนที่ 3

ไม่มีผลต่อการสมัครงาน แต่น่าจะมีประโยชน์ต่อสถานประกอบการมากกว่า เพราะสามารถเอาไปใช้ในสถานประกอบการจริงได้

นักศึกษาคนที่ 4

เป็นแนวทางการพัฒนาระบบการผลิตและการออกแบบให้มีเทคนิคใหม่ ๆ เกิดเทคโนโลยีใหม่ ๆ มากขึ้น

นักศึกษาคนที่ 5

ช่วยการแก้ปัญหาให้กับโรงงาน เป็นการลดต้นทุนการผลิตเครื่องบำบัดน้ำเสีย ซึ่งเป็น การเพิ่มแนวทางเลือกหนึ่งให้กับผู้ประกอบการ

นักศึกษาคนที่ 6

เป็นทางเลือกหนึ่งให้กับสถานประกอบการ เพราะเป็นการสร้างผลิตใหม่ให้ เป็นการ ขยายตลาดให้กับสถานประกอบการ ตอนสัมภาษณ์ได้แนบผลงานโครงการนี้ไปด้วย จึงคิดว่ามีผลต่อการสมัครงาน เพราะการได้รับทุนก็ผ่านการกลั่นกรองมาแล้วระดับหนึ่ง

นักศึกษาคนที่ 7

คิดว่าเป็นการแก้ปัญหาของสถานประกอบการโดยตรง มันสามารถเอาใช้ได้จริงแล้ว แต่โรงงานให้เขาไปประเมินเปรียบเทียบกับโครงการที่มีอยู่ เหมือนเป็นตัวเลือกหนึ่ง ให้กับโรงงาน ตอนสัมภาษณ์งานไม่ได้เสนอโครงการนี้ให้ดู แต่สำหรับการสมัครงาน คิดว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เรามีเครดิตมากขึ้น อย่างน้อยเหมือนเคยใช้ความรู้เรียนมา ไปใช้กับโรงงานจริงมาแล้ว ทำให้ดูมีต้นทุนมากกว่าคนอื่นนิดหน่อย

นักศึกษาคนที่ 8

ไม่ค่อยเกี่ยวกับการสมัครเข้างานเท่าไร แต่พื้นฐานก็คือเป็น programming เหมือนกัน ระหว่างสัมภาษณ์ก็มีการซักถามถึงโครงการที่เคยทำไปด้วย ส่วนประโยชน์ต่อสถานประกอบการ เป็นการทดสอบว่าวิธีนี้จะดีกว่าวิธีที่เคยทำอยู่แล้วหรือไม่

2. ในปัจจุบัน ท่านมีโอกาสพัฒนาผลผลิตที่ท่านสร้างขึ้นนั้นอีกหรือไม่ อย่างไร และเป็นที่ยอมรับของภาคเอกชน (สถานประกอบการ) หรือไม่เพราะเหตุใด

นักศึกษาคนที่ 1

ผลผลิตได้รับการยอมรับจากผู้ประกอบการ เนื่องจากได้เคยมีการผลิตอุปกรณ์ประหยัดน้ำมันให้แก่สถานประกอบการแห่งนี้มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547 อุปกรณ์ชิ้นนี้จึงอยู่ในเชิงธุรกิจ มาเป็นระยะเวลา 6 เดือนแล้ว นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายติดตั้งตามอุโมงค์ทั่วประเทศ ตอนนี้เป็นสินค้าส่งออกด้วย

นักศึกษาคนที่ 2

มีโอกาสพัฒนาเพราะโครงการยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น คาดว่าน่าจะมีโอกาสทำได้

นักศึกษาคนที่ 3

จะใช้กระดาษหนังสือพิมพ์ โบรชัวร์ ที่มียอดการพิมพ์สูงมากในแต่ละปี เป็นผลดีคือ มีการลดหมึกลง อาจมีการพัฒนาไปพิมพ์บนกระดาษอาร์ต กระดาษปอนด์ นิตยสาร ทำให้ลดต้นทุน หนังสือถูกลง คนอ่านหนังสือมากขึ้น เป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการ อยู่แล้วในปัจจุบัน

นักศึกษาคนที่ 4

มีโอกาส เป็นที่ยอมรับของภาคเอกชน เพราะมีคุณภาพทางด้านการผลิต ปัจจุบันมีการ ทำเชิงการค้าอยู่

นักศึกษาคนที่ 5

ยังไม่มีโอกาส เพราะยังไม่เป็นที่ยอมรับและยังไม่มียงบประมาณสนับสนุนที่เพียงพอ

นักศึกษาคนที่ 6

อยู่ในระดับของห้องปฏิบัติการ กำลังทำอยู่ในระดับโรงงานต้นแบบ กำลังศึกษาการออกแบบถึงปฏิกรณ์ขนาดใหญ่

นักศึกษาคนที่ 7

ด้วยเวลาที่ค่อนข้างจำกัด คือเวลาที่เหลืออยู่ทำได้แค่เอาไปเสนอโรงงาน ก็อยู่ที่โรงงานว่าจะพิจารณาหรือไม่ แต่ก็ทำเป็นแผนตารางไว้แล้ว ต้องรอดูโรงงานเอาไปเปรียบเทียบ ค่าใช้จ่ายกับตัวเลือกอื่น ว่า จะยอมรับหรือไม่

นักศึกษาคนที่ 8

จริง ๆ ต้องมีอีก Phase 2 เพราะว่าโครงการนี้เหมือนเป็นโครงการเริ่มต้น คือสร้างระบบ พื้นฐานไว้ก่อน ถ้ามีคนมาทำต่อก็ไม่ต้องทำตรงส่วนนี้ แค่อำนาจไปพัฒนาให้ดีขึ้น

3. ในอนาคต ท่านจะพัฒนาผลผลิตที่ท่านสร้างขึ้นในโครงการฯ นี้ต่อไปหรือไม่ เพราะอะไร อย่างไร

นักศึกษาคนที่ 1

ได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง

นักศึกษาคนที่ 2

พัฒนาต่อไป เพราะหากพัฒนาต่อไปได้จะมีคุณค่าทางเศรษฐศาสตร์มาก ได้เปรียบผู้ประกอบการรายอื่น ในแง่ของการลดต้นทุนการผลิต

นักศึกษาคนที่ 3

ใช้ในอุตสาหกรรมการพิมพ์เกือบทุกโรงพิมพ์ได้ น่าจะสามารถใช้ได้หลาย ๆ ธุรกิจที่ เกี่ยวกับการพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือเรียนได้

นักศึกษาคนที่ 4

พัฒนาต่อไป เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพสูงสุด

นักศึกษาคนที่ 5

พัฒนาต่อไป เพราะเป็นการลดงบประมาณในการบำบัด น้ำเสียและเพื่อ การผลิต มัลชไฟเออร์ที่ใช้ในการผลิตอาหาร

นักศึกษาคนที่ 6

ทำต่อไป เอาไปใช้จริงในโรงงาน คือสร้างเป็นโรงงานลูกข่ายอีกโรงงานหนึ่ง และเอาวัตถุดิบป้อนเข้าโรงงานเลย สำหรับตัวไบโอดีเซลที่เป็นผลิตภัณฑ์ไม่น่าจะพัฒนาต่อไปแล้วแต่ตัวกลีเซอรอลที่เป็นผลพลอยได้ที่ตอนนี้การใช้ประโยชน์ยังมีน้อยอยู่

นักศึกษาคนที่ 7

สามารถเอาไปใช้ได้จริง ทางโรงงานค่อนข้างจะพอใจกับโครงการนี้ พัฒนาอุปกรณ์ให้ระบบต่อเนื่องมากขึ้น ทำให้สะดวกสบายมากขึ้นแต่หลักการยังคงเหมือนเดิม

นักศึกษาคนที่ 8

มีโอกาสเป็นไปได้ แต่ขึ้นอยู่กับจะมีคนสนใจพัฒนาต่อหรือไม่ ถ้าให้ทำเองก็ต้องหาทีมงานที่ดีกว่านี้

4. หากจะสร้างตราผลผลิตในผลผลิตที่ท่านสร้างขึ้นนั้น ท่านคิดว่า โครงการฯ จะนำผลผลิตนั้นไปพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้หรือไม่ ท่านคิดว่าควรจะทำอย่างไร

นักศึกษาคนที่ 1

ปัจจุบันพัฒนาจนอยู่ในรูปแบบเชิงพาณิชย์แล้ว มีทั้งขายในประเทศและส่งออก

นักศึกษาคนที่ 2

ถ้าทำได้ก็ดี คิดว่าน่าจะเป็นไปได้ด้วยดี ถ้าลดต้นทุนได้ ก็เหมือนตัดราคาคู่แข่งได้ เพราะสร้างจากวัสดุเหลือใช้ ถ้าต่อยอดไปถึงการลดปูนซีเมนต์ลงก็จะได้ราคาที่ถูกลงมาก

นักศึกษาคนที่ 3

ถ้ามีการจดลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องอาจจะขายเป็นโปรแกรมๆหนึ่งได้เลย แต่ถ้ามีการพัฒนาจนสมบูรณ์แบบคือมีข้อบกพร่องน้อย อาจจะขายในเชิงธุรกิจเป็นรูป Profile สำเร็จรูปที่ลงคอมพิวเตอร์ได้

นักศึกษาคนที่ 4

ได้ เพราะปัจจุบันก็มีการทำเชิงพาณิชย์อยู่แล้ว ทั้งด้านผลผลิตและการผลิตตัวเครื่องเพื่อจำหน่าย ในอนาคตถ้ามีการพัฒนาจนมีคุณภาพทั้งทางอัตราการผลิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์และขนาดของเครื่อง คาดว่าจะสามารถขยายการจำหน่ายได้

นักศึกษาคนที่ 5

ได้ อาจจะขายสารที่ผลิตได้โดยตรงเลยหรืออาจนำไปใส่ในผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อจำหน่ายอีกที

นักศึกษาคนที่ 6

เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการลงทุนของสถานประกอบการ ตัวผลิตภัณฑ์อย่างน้อย ๆ ก็เอาไปใช้ในชุมชนได้

นักศึกษาคนที่ 7

โครงการนี้เป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะจุดของโรงงาน เชิงพาณิชย์จะใช้ไม่ได้ เพราะในแต่ละโรงงานก็มีปัญหาแตกต่างกัน ถ้ามารับจ้างบำบัดน้ำอย่างโครงการนี้ก็เหมือนเดิมแต่ Condition อาจเปลี่ยนไป

นักศึกษาคนที่ 8

จริง ๆ ก็มีโครงการอยู่แล้ว สมมติว่ามีแผนที่ทั่วประเทศอยู่แล้ว แค่ให้ลูกค้าระบุมาว่าต้องการเดินทางไปไหน ให้คำนวณเส้นทางให้ ก็สามารถทำได้ มีบริษัทที่ต้องส่งสินค้าเยอะอยู่แล้ว สถานประกอบการเองก็ต้องการประหยัดน้ำมัน วิธีที่จะช่วยได้คือการคำนวณเส้นทางที่ประหยัดที่สุด

5. ท่านคิดว่าโครงการฯ ควรจะมีกลยุทธ์ส่งเสริมการพัฒนาผลผลิต ของนักศึกษาให้เป็น ที่ยอมรับของภาคเอกชน (สถานประกอบการ) ได้อย่างไร ด้วยวิธีอะไรบ้าง

นักศึกษาคนที่ 1

ขึ้นกับอาจารย์หัวหน้าโครงการฯด้วย เพราะเมื่อได้ผลผลิตออกมาแล้วอยากจะพัฒนาต่อ ต้องส่งคำร้องไปที่โครงการIRPUS แล้วโครงการฯ อาจจะเสนอแนะแนวทางให้ อาจจะให้ทุนเพิ่ม จัดอบรม ส่งผู้เชี่ยวชาญทางด้านผลผลิตนั้นมาช่วยพัฒนา ดังนั้นก็ขึ้นกับหัวหน้าโครงการฯด้วย

นักศึกษาคนที่ 2

มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ เพราะว่าดูจากผู้เข้าชมแล้วยังขาดการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร

นักศึกษาคนที่ 3

ถ้าผู้ประกอบการเข้ามาหาปัญหาในสถานประกอบการให้นักศึกษาที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆได้ช่วยแก้ปัญหาให้ น่าจะเป็นประโยชน์มากขึ้น คือผู้ประกอบการน่าจะเห็นความสำคัญของการให้ความร่วมมือกับโครงการฯ มากขึ้น

นักศึกษาคนที่ 4

ให้มีการติดตามผลงานของนักศึกษาของโครงการฯ ให้มีการนำผลงานของนักศึกษาออกแสดงในงานต่างๆมากขึ้น

นักศึกษาคนที่ 5

จะต้องมีงบประมาณและแหล่งตลาด

นักศึกษาคนที่ 6

การประชาสัมพันธ์ และการประสานงานกันระหว่างอาจารย์และโรงงาน เพราะว่าโรงงานทั่วไปคิดว่า การทำโครงการของนักศึกษาไม่น่าจะมีประโยชน์ต่อโรงงาน แต่คนที่เปลี่ยนทัศนคติของโรงงานได้ก็คือ อาจารย์ที่เข้าไปติดต่อกับทางโรงงาน น่าจะให้อาจารย์สร้างความสัมพันธ์กับทางโรงงาน เพื่อให้โรงงานยอมรับว่าสิ่งที่เราทำก่อให้เกิดประโยชน์กับทางโรงงานจริง ๆ

นักศึกษาคนที่ 7

ต้องมีการโปรโมทมากกว่านี้ ต้องอาศัยส่วนหนึ่ง คือต้องให้ผู้ประกอบการมาเข้าร่วมโครงการฯ ก่อน แล้วจึงจะหานักศึกษามาตอบรับความต้องการของผู้ประกอบการ แต่ตอนนี้ยังมาผู้ประกอบการน้อยอยู่น่าจะเริ่มต้นจากที่ประกอบการมาสนองความต้องการของนักศึกษาเยอะ ๆ

นักศึกษาคนที่ 8

สถานประกอบการน่าจะระบุปัญหาให้ชัดเจน จริงๆแล้วน่าจะเข้าไปฝึกงานในโรงงานนั้นๆ มากกว่า เพื่อจะได้รู้ปัญหาจริงๆ

ตอนที่ 2 ด้านการจัดการโครงการฯ ในปัจจุบัน

1. ท่านคิดว่าผลผลิตส่วนมากที่สร้างขึ้นของนักศึกษาโครงการฯ ในปัจจุบัน บรรลุเป้าหมายของโครงการฯ หรือไม่ อย่างไร

นักศึกษาคนที่ 1

บรรลุเป้าหมายในแง่การเกษตรมาก เพราะประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมและมีปัญหาอยู่มาก โครงการฯ นี้เข้ามาช่วยแก้ปัญหาได้มาก ส่วนทางด้านอื่นยังไม่มีผลชัดเจน สถานประกอบการรายย่อยช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้มาก

นักศึกษาคนที่ 2

ดี ทำให้นักศึกษาพัฒนาขึ้นด้านความคิด มุมมองที่เกี่ยวกับความก้าวหน้าสาขานั้นๆ เป็นแรงจูงใจให้นักศึกษา

นักศึกษาคนที่ 3

โครงการส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษามากกว่า อาจจะไม่สมบูรณ์ทุกโครงการ แต่ก็สามารถลดหรือแก้ปัญหาของสถานประกอบการบางส่วนได้บ้าง ถ้ามีคนพัฒนาอย่างจริงจัง สนใจจริงจัง ให้เงินทุนสำหรับการศึกษามากขึ้นในทุกโครงการน่าจะได้ผลดีมาก

นักศึกษาคนที่ 4

บรรลุป้าหมาย นักศึกษาได้ใช้ความรู้แขนงต่างๆ เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มขึ้นและสามารถเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมได้

นักศึกษาคนที่ 5

ไม่บรรลุป้าหมาย

นักศึกษาคนที่ 6

บรรลุไม่มาก เพราะว่าเหมือนเป็นการวิจัยที่เป็นการสร้างฐานความรู้ก่อนแล้วจึงก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ ตอนนี้อาจเหมือนเริ่มต้นอยู่ในช่วงการสะสมความรู้

นักศึกษาคนที่ 7

สำหรับโครงการนี้ บรรลุวัตถุประสงค์ค่อนข้างมาก เพราะว่าโรงงานตั้งใจจะเอาโครงการนี้ไปใช้จริง ๆ ให้ความร่วมมือดี เหมือนเป็นการแก้ไขปัญหาให้กับโรงงานจริง ๆ ถ้ามองรวม ๆ โรงงานก็มีความตั้งใจส่วนหนึ่งที่จะเอาไปใช้จริง เพราะโรงงานก็ต้องเสียค่าใช้จ่าย ถ้าเกิดใช้ได้จริง ประเมินค่าใช้จ่ายแล้วไม่เสียหายก็คงเอาไปใช้ได้

นักศึกษาคนที่ 8

เป็นแรงกระตุ้นให้นักศึกษาทำโครงการตั้งแต่ต้นเทอม

2. ท่านคิดว่าสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ฯ นี้ มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการสร้างผลผลิตของนักศึกษามากน้อยเพียงใด

นักศึกษาคนที่ 1

เรื่องเงินทุน การบริการ สถานประกอบการช่วยออกค่าใช้จ่ายนอกเหนือจากโครงการฯ ติดต่อประสานงานสถานที่ต่างๆที่เกี่ยวข้องให้

นักศึกษาคนที่ 2

ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงาน ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมดเกี่ยวกับโครงการนั้น ๆ

นักศึกษาคนที่ 3

สถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ จะได้ประโยชน์ในแง่โครงการจะช่วยแก้ปัญหาให้กับโรงงาน แต่อาจไม่ยอมเข้าร่วมเพราะอาจคิดว่าเสียเวลา เสียค่าใช้จ่าย งานก็ทำได้น้อยลงเพราะต้องเสียเวลาให้กับการทดลอง แต่ถ้าทำแล้วแก้ปัญหาได้ก็จะแก้ปัญหาได้ระยะยาว

ตัวอย่างโครงการนี้ สถานประกอบการ จะช่วยในเรื่องกระดาษ หมึก เครื่องพิมพ์ เอาตัวงานไปทดสอบกับเครื่องพิมพ์ของสถานประกอบการนั้น ๆ

นักศึกษาคนที่ 4

มีส่วนมาก เพราะว่า สถานประกอบการเป็นแหล่งให้ข้อมูลสำหรับนักศึกษาได้ค้นคว้าหาข้อมูลระหว่างการทำโครงการนั้นๆ

นักศึกษาคนที่ 5

มีการสนับสนุนมาก ในเรื่องเงินทุนทำวิจัย

นักศึกษาคนที่ 6

มีส่วนมากในเรื่องของการให้วัตถุดิบ ค่าใช้จ่าย และสถานที่ ส่วนใหญ่มาจากสถานประกอบการ

นักศึกษาคนที่ 7

ที่เห็นชัดก็คือเงินทุน พวกโครงการที่ทำร่วมกับโรงงานต้องใช้ ค่าวิจัย ค่าเดินทาง ค่าลงทุน ค่าซื้อสาย เยอะ เงินทุนจะเป็นส่วนหลักๆที่สถานประกอบการช่วย อีกอย่างคือโอกาสให้เข้าไปสัมผัสกับประสบการณ์จริงในโรงงาน แล้วก็แก้ปัญหาที่หน้างานจริงๆ ซึ่งโครงการที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ ก็คงไม่ได้สัมผัส

นักศึกษาคนที่ 8

ถ้าสงสัยปัญหาที่ไม่เข้าใจก็สามารถเข้าไปสอบถามกับสถานประกอบการได้

3. ท่านคิดว่าโจทย์การวิจัยที่ได้รับจากโครงการนั้น เหมาะสมหรือสอดคล้องกับโจทย์ที่ได้รับจากการเรียนการสอนในห้องเรียนหรือไม่ อย่างไร

นักศึกษาคนที่ 1

สอดคล้องกับที่เรียนมาเกี่ยวปริศนาเคมีเกี่ยวกับน้ำมัน ไอเสียที่ออกมา ได้ความรู้เรื่องเคมีและเครื่องกลด้วย ทำให้มีประสบการณ์ในหลายสาขาอาชีพ

นักศึกษาคนที่ 2

มีส่วนสอดคล้องกันในหลายๆด้าน เช่น การหาความหนาแน่นของวัตถุ

นักศึกษาคนที่ 3

มีความสอดคล้องกัน คือที่เรียนมาจะเป็นสาขาเทคโนโลยีการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ โจทย์ที่ได้คือทำอย่างไรให้โรงพิมพ์ประหยัดหมึกจึงต้องใช้เทคนิคที่เรียนมาไปช่วยคิด

นักศึกษาคนที่ 4

สอดคล้องกัน เพราะมีการพัฒนาเทคโนโลยีและให้เข้าใจถึงระบบอุตสาหกรรม

นักศึกษาคนที่ 5

สอดคล้อง เพราะมีการนำความรู้ที่เรียนมาไปใช้ในการแก้ปัญหาจริงๆ

นักศึกษาคนที่ 6

ไม่ตรงกันทั้งหมด แต่ว่าการแก้ปัญหามันต้องใช้ความรู้พื้นฐานเยอะ ซึ่งที่เราเรียนมาจะเป็นความรู้พื้นฐาน อยู่ที่ว่าเราได้เอาไปใช้หรือเปล่า ต้องอาศัยความรู้พื้นฐานเหล่านั้น แต่บางคนก็ไม่ได้คิดถึงและเอาไปใช้

นักศึกษาคนที่ 7

สอดคล้องกัน คือปัญหาของโรงงานก็คือทฤษฎีพื้นฐานที่เรียนในห้อง แต่ต้องมีการประยุกต์ใช้ คือเหมือนการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เรียนในห้อง ต้องไปทดลองหน้างานถึงจะรู้ว่าปัญหาอะไรบ้าง

นักศึกษาคนที่ 8

ได้ บางส่วน เช่น เรียนคอมพิวเตอร์มาไม่ได้สอนจาวามา แต่จบไปก็ต้องใช้จาวา ดังนั้นก็ต้องทำการศึกษาเองเพื่อใช้ในการทำงาน เป็นต้น

4. ท่านคิดว่ากระบวนการตั้งแต่การรับสมัครผู้เข้าร่วมโครงการฯ จนถึงขั้นตอนการประเมินผล โครงการฯ มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

นักศึกษาคนที่ 1

เหมาะสมพอสมควร แต่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตไม่อัปเดต ทำให้ต้องโทรไปสอบถาม โดยตรง

นักศึกษาคนที่ 2

พอสมควรแต่ไม่มาก แต่การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง

นักศึกษาคนที่ 3

มีความเหมาะสมดี ให้การสนับสนุนดี การจัดนิทรรศการน่าจะมีการประชาสัมพันธ์ คนยังไม่รู้รายละเอียดของโครงการ เพราะบางทีอาจจะมีประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมของเขาก็ได้

นักศึกษาคนที่ 4

ไม่มีความคิดเห็น

นักศึกษาคนที่ 5

เหมาะสม มีการประชาสัมพันธ์โดยวิธีต่างๆ ใบสมัครได้มาจากการ print มาจากอินเทอร์เน็ต และมีโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ด้วย

นักศึกษาคนที่ 6

เพิ่มเรื่องการติดตามผลงาน ยังค่อนข้างที่จะกว้างเกินไป อยากให้มีการติดตามผลงานในแต่ละช่วงให้รัดกุมกว่านี้ การประชาสัมพันธ์ตอนจัดงานปีนี้ดีมาก ตอนรับสมัครยังไม่ค่อยทราบ

นักศึกษาคนที่ 7

รู้ข่าวการรับสมัครจากอาจารย์ จากประสบการณ์ที่อาจารย์เคยทำ มีการประเมินจากอาจารย์ เป็นการกระตุ้นให้ทำงานมากขึ้น

นักศึกษาคนที่ 8

ช่วงเวลาเหมาะสมดี คือ เราได้โจทย์จากตอนฝึกงาน ทำให้มีเวลาเตรียมตัว แต่ถ้าเกิดได้ปัญหาเร็วกว่านี้ อย่างเช่นตั้งแต่ปี 3 เทอม 2 ก่อนการฝึกงาน ตอนไปฝึกงานก็ไปดูปัญหาที่ฝึกงานจริง อาจจะทำให้โครงการสมบูรณ์มากกว่านี้ เพราะมีเวลาคิดและทำมากขึ้น

ตอนที่ 3 ประเด็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. สภาพการเรียนรู้การสอนในสถาบันที่ท่านศึกษาอยู่มีความเหมาะสมและสอดคล้องหรือมีความแตกต่างจากภาคอุตสาหกรรมอย่างไร มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้าง

นักศึกษาคนที่ 1

การเรียนการสอนในปัจจุบันยังยึดหลักทฤษฎีมากเกินไป น่าจะสอนแบบที่สามารถเอาไปใช้ในอุตสาหกรรมได้จริง ถ้าได้เห็นภาพจริงด้วยจะดียิ่งขึ้น น่าจะมีการใช้ text books ด้วย เพราะทางอุตสาหกรรมมีการใช้ศัพท์เทคนิคมาก

นักศึกษาคนที่ 2

ในความเป็นจริงควรจะสอดคล้องกันเป็นไปด้วยดี แต่ความเป็นจริงยังมีบางส่วนที่ไม่สอดคล้องกัน เช่น ในสถานศึกษาเน้นทฤษฎีสูงมาก แต่เด็กที่จบไปทำงานไม่ได้ รู้ไม่จริง รู้ไม่ลึก ไม่ชำนาญงาน คือสอนแบบคลุมเครือมากไป คือเด็กต้องรู้ทุกเรื่อง แต่ไม่แม่นยำพอ

นักศึกษาคนที่ 3

สอดคล้องกัน อย่างที่เรียนมาเกี่ยวกับการพิมพ์งานที่ทำก็เป็นการพิมพ์ เรียนมาเป็นภาคทฤษฎี แต่มีภาคอุตสาหกรรมเป็นเหมือนภาคปฏิบัติคอยรองรับ แล้วยังมีการแลกเปลี่ยนความรู้ เพราะในภาคอุตสาหกรรมเป็นการทำงานแบบเดิม ๆ สามารถเอาทฤษฎีใหม่ ๆ ความคิดใหม่ ๆ ไปเสนอ ก็สามารถทำงานได้ดีขึ้น

นักศึกษาคนที่ 4

ไม่แตกต่างเพราะสถาบันการศึกษาได้ให้โอกาสนักศึกษาทำการวิจัยเกี่ยวกับระบบอุตสาหกรรมอยู่แล้ว

นักศึกษาคนที่ 5

สอดคล้องกัน แต่ในสถานศึกษามีการปฏิบัติน้อยไป ในภาคอุตสาหกรรมจะเน้นการปฏิบัติโดยไม่ได้ตามทฤษฎีทั้งหมด ซึ่งการเรียนในห้องเรียนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้เราแก้ปัญหาในภาคอุตสาหกรรมได้ทั้งหมด

นักศึกษาคนที่ 6

สอดคล้องกัน อยู่ที่ว่ารู้จักประยุกต์ใช้หรือไม่ มีปัญหาในการเล่นพรรคเล่นพวกในโรงงาน ประสบการณ์ที่ยังมีน้อย

นักศึกษาคนที่ 7

เอาไปใช้ได้จริง เวลาเจอหน้างานแล้วต้องประยุกต์นิดหน่อย แต่ว่าทฤษฎีพื้นฐานก็มาจากในห้อง อุปสรรคก็คือมันในเป็นโปรเจกต์เริ่มต้นที่ทางโรงงานยังไม่มั่นใจว่าจะใช้ได้จริงหรือเปล่า ตอนที่เราทดลองอุปกรณ์ที่จำเป็นทางโรงงานก็ไม่อยากซื้อเพราะไม่รู้ว่าจะคุ้มหรือไม่ เวลาทดลองจริงทำให้เสียเวลาเยอะ

นักศึกษาคนที่ 8

ตรงบ้าง ไม่ตรงบ้าง เพราะตอนเรียนมาจะเป็นแบบบริหารงาน แต่ตอนฝึกงานจะเป็นแบบการวิจัยมากกว่า ซึ่งก็สอดคล้องกันในส่วนหนึ่ง ถ้าเรียนวิทย์ฯ คอมมา ก็ทำไป แต่ถ้าเป็นวิศวะทำวิจัยก็จะมองคนละมุมกัน ปัญหาตอนทำงาน ส่วนใหญ่จะเป็นเกี่ยวกับต้องการข้อมูลแบบนี้ แต่ไม่มีอาจต้องเสียเวลาหาข้อมูลหรืออ่านหนังสือมากขึ้น

2. ท่านคิดว่าควรพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาของท่านอย่างไรเพื่อให้สอดคล้องกับการเรียนรู้และการปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง

นักศึกษาคนที่ 1

พัฒนาหลักสูตรให้ใช้ text book ตั้งแต่ ปี 1 เพราะชาวต่างชาติมาลงทุนในประเทศไทยกันมาก การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษยังติดขัดอยู่ โดยเฉพาะการใช้ศัพท์ทางเทคนิค

นักศึกษาคนที่ 2

ให้นักศึกษาเรียนโดยใช้ความคิดของตัวเองเป็นหลัก มีความคิดริเริ่มเป็นของตัวเอง ตั้งเป้าเจาะจงไปเลยว่าสามารถทำงานนั้นๆได้ ทางด้านภาคอุตสาหกรรมให้สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนเรื่องอุปกรณ์การเรียน วัสดุ สถานที่ฝึกงาน พี่เลี้ยงช่วยสอนในการทำงานจริง

นักศึกษาคนที่ 3

ที่มหาวิทยาลัยมีเครื่องพิมพ์ให้ลอง แต่ถ้ามีอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้มากขึ้น ตัวนักศึกษาสามารถนำไปใช้ได้จริงมากขึ้น

นักศึกษาคนที่ 4

ให้มุ่งเน้นด้านประสบการณ์การทำงานในภาคอุตสาหกรรมและการใช้อุปกรณ์

นักศึกษาคนที่ 5

ควรเพิ่มชั่วโมงฝึกงานให้มากขึ้นกว่าเดิม

นักศึกษาคนที่ 6

อยากให้ปรับปรุงเรื่องของการไปมีส่วนร่วมกับโรงงาน ในส่วนของนักศึกษายังมีน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่ของอาจารย์จะเป็นคนจัดการให้ อยากให้นักศึกษาได้เข้าไปมีส่วนในการรับทราบปัญหาของโรงงาน

นักศึกษาคนที่ 7

เดิมก็ดีอยู่แล้ว ควรส่งเสริมการปฏิบัติจริง ปรับปรุงอุปกรณ์ในห้อง LAB ให้ดีขึ้น ใช้งานได้จริง

นักศึกษาคนที่ 8

หลักสูตรก็ดีแล้ว แต่เวลาเราไปทำงานจริง อาจจะต้องศึกษาเพิ่มเติม 80 % เลยก็เป็นไปได้ เพราะว่าบางทีมหาวิทยาลัยสอนทำเครื่องจักรเครื่องนี้มา สถานประกอบการอาจจะไม่ได้ใช้เครื่องจักรนี้ก็ได้ เพราะฉะนั้นถึงจะเรียนเครื่องนี้ไปก็ไม่สามารถใช้เครื่องหนึ่งไม่ได้ ดังนั้นเราควรเรียนพื้นฐานมากๆ รู้หลายๆศาสตร์จะดีกว่า

3. ท่านคิดว่าสถานประกอบการและสถาบันการศึกษาควรทำอย่างไร เพื่อเกิดนโยบายหรือวิธีการปฏิบัติที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะความรู้ในสถานประกอบการเพื่อนำไปใช้ในงานได้จริง

นักศึกษาคนที่ 1

สถานประกอบการควรให้ตัวแทนของสถานศึกษาได้มีโอกาสไปดูในสถานประกอบการจริง เพื่อดูข้อบกพร่องของสถานประกอบการ ความต้องการนักศึกษาที่มีทักษะความรู้แบบไหน เพื่อให้สถานศึกษามีโอกาสพัฒนาหลักสูตร หาแนวทางที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานประกอบการ เพื่อประสานงานมหาวิทยาลัยที่มีความรู้จากสถานศึกษาไปให้ความรู้แก่นักงานในสถานประกอบการที่ยังบกพร่องอยู่

นักศึกษาคนที่ 2

มาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานประกอบการนั้นๆมีอะไร ต้องการบุคลากรแบบไหน มีทักษะเรื่องอะไร ควรมีการช่วยเหลือเรื่องการศึกษา ค่าเทอม สถานที่ฝึกงาน เสนอโครงการให้ช่วยทำ สถานที่รองรับเมื่อเรียนจบจากสถานศึกษา

นักศึกษาคนที่ 3

เพิ่มการฝึกงานมากขึ้น มีหลักสูตรที่ฝึกงาน 2 ปี ฝึกงานทุกปีดเทอมน่าจะพัฒนาความรู้ ทักษะการทำงานมากขึ้น สถานประกอบการเป็นที่ฝึกภาคปฏิบัติ ช่วยพัฒนาความรู้ สอนให้ปฏิบัติเป็น

นักศึกษาคนที่ 4

ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและคำแนะนำระหว่างการทำโครงการนั้น ๆ

นักศึกษาคนที่ 5

ควรร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการและสถาบันการศึกษาเพื่อให้มีการนำปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในสถานประกอบการให้นักศึกษาลองใช้ความรู้ทักษะในการแก้ปัญหาจริง ๆ

นักศึกษาคนที่ 6

ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กันคืออาจารย์ต้องเข้าไปติดต่อกับโรงงาน ทางตรงกันข้ามทางโรงงานต้องเข้ามาหานักศึกษาเหมือนกัน ใ้ว่ารอจนเรียนจบแล้วค่อยมาหา เพื่อว่าทางสถานศึกษาจะได้สอนให้นักศึกษามีทักษะที่ตรงตามความต้องการของโรงงาน

นักศึกษาคนที่ 7

ส่งเสริมโดยการประชาสัมพันธ์มากขึ้น มีคำตอบแทนมากขึ้น เพื่อเป็นแรงจูงใจในการทำงานของนักศึกษา

นักศึกษาคนที่ 8

ต้องฝึกงานนานมากขึ้น เพราะบางทีไปฝึกงานเวลาน้อย ทำให้ดูไม่ทั่วถึง

4. ท่านต้องการให้สถาบันการศึกษานับสนุนและมีส่วนปรับปรุงในประเด็นใดบ้าง ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไร

นักศึกษาคนที่ 1

สถาบันการศึกษาควรมีเครือข่ายติดต่อกับสถานประกอบการ เพื่อดูว่าสถานประกอบการต้องการบุคลากรที่มีทักษะความรู้ด้านใดเป็นพิเศษ แล้วนำไปบรรจุในหลักสูตรการศึกษา เพื่อให้นักศึกษาที่จบมามีความพร้อมทำงานได้ในภาคอุตสาหกรรม

นักศึกษาคนที่ 2

จัดการประชุมระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการควรตกลงกันว่าควรจะเป็นไปในแนวทางไหน อุปกรณ์ในการสอน อาจารย์บางคนก็สอนแบบไม่เต็มที่

นักศึกษาคนที่ 3

สถาบันการศึกษาจะช่วยให้เราในการเข้าไปฝึกงาน แต่ถ้าเราได้ไปฝึกงานในภาคอุตสาหกรรมที่ใหญ่ จะทำให้เรามีความรู้มากขึ้น ทั้งการปฏิบัติและระบบการวางแผนต่างๆ ถ้าเกิดว่าโรงพิมพ์ใหญ่ๆเปิดโอกาสให้ฝึกงานร่วมกันมากขึ้น จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาและการทำงานมากขึ้น

นักศึกษาคนที่ 4

ให้การสนับสนุนทางด้านเงินทุนการวิจัยทั้งหมด

นักศึกษาคนที่ 5

น่าจะเพิ่มรายวิชาที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานได้จริง อาจจะผ่านทางการดูวิดีโอก็ได้ ถ้ามีโอกาสได้ไปฝึกงานในหลาย ๆ สถานที่จะดีมาก

นักศึกษาคนที่ 6

ไม่มีความคิดเห็น

นักศึกษาคนที่ 7

ก็ดีอยู่แล้ว

นักศึกษาคนที่ 8

กิจกรรมทางวิชาการ มีการแข่งขันกันภายในมหาวิทยาลัย มีหนังสือให้อ่านหลากหลายมากขึ้น

5. ในสถาบันของท่านมีโครงการสหกิจศึกษาหรือไม่

นักศึกษาคนที่ 1

มี อยากให้ปรับปรุงให้มีการติดต่อประชาสัมพันธ์กับภาคอุตสาหกรรมให้มากขึ้น ช่วยนักศึกษาหา
งานได้มากขึ้น

นักศึกษาคนที่ 2

มีสหกิจศึกษา

นักศึกษาคนที่ 3

มีสหกิจศึกษา เปิดเป็นสาขาใหม่ของมหาวิทยาลัย เป็นสาขาเทคนิคการพิมพ์ ซึ่งมีการฝึกงานทุกปี
ในช่วงปิดเทอม รับนักศึกษาปวช. ที่มีความสามารถมาฝึกฝนให้มากขึ้นจากเดิม

นักศึกษาคนที่ 4

ไม่มีความคิดเห็น

นักศึกษาคนที่ 5

ไม่มีความคิดเห็น

นักศึกษาคนที่ 6

มีสหกิจศึกษา ทำให้เราเข้าใจปัญหาของระบบโรงงานมากขึ้น แต่ไม่ได้มีอยู่ในทุกหลักสูตร มี
เฉพาะบางหลักสูตร

นักศึกษาคนที่ 7

มี มีการให้เกรดด้วย

นักศึกษาคนที่ 8

มี ส่วนใหญ่จะเป็นการปรึกษาอาจารย์มากกว่า อาจารย์จะดูแลเป็นภาควิชา สมมติว่าถ้าจะปิด
เทอมแล้วยังไม่มีที่ฝึกงาน อาจารย์จะพยายามสอบถามแล้วพยายามจัดหาที่ฝึกงานให้

6. โครงการ IRPUS มีส่วนเกี่ยวข้องกับสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของท่านหรือไม่ อย่างไรในด้านต่อไปนี้

นักศึกษาคนที่ 1

โครงการฯกับสหกิจศึกษาไม่มีความเกี่ยวข้องกัน

นักศึกษาคนที่ 2

คิดว่าสหกิจศึกษาไม่มีความเกี่ยวข้องกับ IRPUS สหกิจศึกษาคือนักศึกษาไปทำงานด้วยไม่มีการทำโปรเจ็คเหมือน IRPUS

นักศึกษาคนที่ 3

สหกิจศึกษาจะได้รับการฝึกงานเยอะ จะมีความคิดใหม่ๆ มานำเสนอ IRPUS ช่วยให้ทุนสนับสนุน นักศึกษาในการศึกษาวิจัย

นักศึกษาคนที่ 4

ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน

นักศึกษาคนที่ 5

ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน

นักศึกษาคนที่ 6

มีส่วนที่คล้ายกัน คือต้องการไปรับรู้และ แก้ปัญหาให้กับโรงงานเหมือนกัน แต่ IRPUS จะเน้นที่ การแก้ปัญหามากกว่าแต่ว่าสหกิจจะมีความผูกพันกันมากกว่า IRPUS

นักศึกษาคนที่ 7

สหกิจศึกษาทำตั้งแต่ปี 3 จึงเป็นพื้นฐานของ IRPUS ที่ทำตอนปี 4 สหกิจศึกษาที่ทำจะทำให้มี ประสบการณ์ มีความรู้มากขึ้น พอมาทำโครงการฯ ก็ทำให้เรามีข้อเสนอแนะให้โรงงานที่เราทำมากขึ้น ว่าเรา เคยเจอปัญหาแบบไหนมาบ้าง เป็นพื้นฐานให้กันและกันได้

นักศึกษาคนที่ 8

สหกิจศึกษาที่เราจะไปฝึกงาน ควรจะมี โรงงานที่อยู่ในสังกัด เราก็ควรรู้ว่าโรงงานนั้นมีปัญหาที่ เราสามารถแก้ไขได้หรือไม่ แล้วอาจจะส่งไปเพื่อขอทุนกับโครงการ IRPUS

1.ด้านการเตรียมพร้อมของนักศึกษา

นักศึกษาคนที่ 1

-

นักศึกษาคนที่ 2

ฝึกอบรมนักศึกษาก่อนที่จะส่งไปสถานประกอบการ

นักศึกษาคนที่ 3

-

นักศึกษาคนที่ 4

-

นักศึกษาคนที่ 5

-

นักศึกษาคนที่ 6

ทำให้นักศึกษาเข้าใจระบบการทำงานของภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น

นักศึกษาคนที่ 7

สหกิจศึกษาจะเลือกฝึกงานที่เราจะทำงานโดยตรง เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจว่าเราชอบแบบไหน ถ้าไม่ชอบก็สามารถเปลี่ยนแนวทางได้

นักศึกษาคนที่ 8

ทั้งสหกิจศึกษาและ IRPUS มุ่งเน้นนักศึกษาสามารถทำงานในโรงงานจริงได้ สามารถแก้ปัญหาจริง ๆ ได้ แต่ถ้าเป็น IRPUS จะเป็นการให้ทุนเพื่อลองทำจริง ๆ สหกิจศึกษาจะให้ลองไปเจอปัญหา แล้วลองคิดว่าเราจะแก้แบบไหน ไม่เน้นการลงมือปฏิบัติ

2. ด้านการจัดหางานสหกิจศึกษา

นักศึกษาคนที่ 1

เมื่อมีงานเข้ามาที่สหกิจศึกษา ทางสหกิจศึกษาจะส่งต่อไปที่คณะที่อยู่ในสายงานนั้นโดยตรง

นักศึกษาคนที่ 2

อาจารย์หางานมาให้ หาเองทางอินเทอร์เน็ต หรือไม่ก็ติดต่อกับคนรู้จัก สหกิจศึกษามีการงานให้บ้างหรือหาเองแล้วนำไปเสนอกับสหกิจศึกษา

นักศึกษาคนที่ 3

-

นักศึกษาคนที่ 4

-

นักศึกษาคนที่ 5

-

นักศึกษาคนที่ 6

มี ขึ้นอยู่กับนักศึกษาด้วย ที่ผ่านสหกิจมาโรงงานก็จะรับงานเลย ขึ้นกับนักศึกษาด้วย

นักศึกษาคนที่ 7

มีหางานมาให้เป็นรายชื่อ ให้เลือกว่าเราต้องการแบบไหน แล้วค่อยเอาไปคัดเลือกด้วย เกรดอีกที่อาจดูเป็นรายวิชาว่าโรงงานนี้ทำอะไร เกรดที่เกี่ยวกับสายงานนี้เป็นอย่างไรทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของอาจารย์

นักศึกษาคนที่ 8

อาจารย์จะติดต่อให้ โดยอาจารย์จะถามว่าปี 4 เราสนใจจะทำงานแบบไหน อาจารย์จะพยายามดูให้ว่าเหมาะหรือไม่ แต่บางทีก็จะติดต่องานเอง

3. ด้านการคัดเลือกนักศึกษาเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

นักศึกษาคนที่ 1

-

นักศึกษาคนที่ 2

มีใบผ่านงานที่รับรองจากสถานประกอบการที่ฝึกงานผ่านมาทางสหกิจศึกษา เพื่อเอาไปแนบประกอบการสมัครงานกับสถานประกอบการที่จะทำงานจริง ๆ พร้อมใบเกรดจากมหาวิทยาลัย

นักศึกษาคนที่ 3

-

นักศึกษาคนที่ 4

-

นักศึกษาคนที่ 5

-

นักศึกษาคนที่ 6

คิดว่ามีหลักเกณฑ์ดูจากมีบุคลิกที่ดี การแก้ไขปัญหา ทักษะความสามารถ

นักศึกษาคนที่ 7

ดูเกรดความเหมาะสมของงาน ขึ้นกับการตัดสินใจของอาจารย์อีกที

นักศึกษาคนที่ 8

ดูแนว Project ตอนปี 4 ว่าสนใจเรื่องอะไรเพื่อเลือกสถานประกอบการให้เหมาะสมกับความสนใจ

4.ด้านการจัดลักษณะงานสหกิจศึกษา

นักศึกษาคนที่ 1

-

นักศึกษาคนที่ 2

ส่วนใหญ่เป็นงานคุมงาน รับเหมา วิศวกรชั่วคราว ต้องติดต่อที่สหกิจศึกษา ก่อนจึงไปติดต่อที่คณะที่ศึกษาอยู่อีกทีหนึ่ง

นักศึกษาคนที่ 3

-

นักศึกษาคนที่ 4

-

นักศึกษาคนที่ 5

-

นักศึกษาคนที่ 6

ดูว่าเป็นงานแบบไหน เหมาะกับที่เราเรียนมาหรือไม่

นักศึกษาคนที่ 7

ตรงกับสายที่เรียนมา

นักศึกษาคนที่ 8

มีงานหลากหลาย ให้ทำ สถานที่ที่เป็นฝึกงานก็เป็นศูนย์วิจัย เพราะฉะนั้นจะมีงานแบบต่าง ๆ เข้ามาเสมอ

5. ด้านการนิเทศงานสหกิจศึกษา โดยอาจารย์นิเทศที่สถานประกอบการและอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

นักศึกษาคนที่ 1

-

นักศึกษาคนที่ 2

มีการนิเทศจากอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากสถานประกอบการที่เราจะไปทำงาน

นักศึกษาคนที่ 3

-

นักศึกษาคนที่ 4

-

นักศึกษาคนที่ 5

-

นักศึกษาคนที่ 6

มีการมานิเทศให้ ทั้งจากอาจารย์และจากสถานประกอบการ

นักศึกษาคนที่ 7

เป็นการอบรมจากรุ่นพี่ที่อยู่ในสถานประกอบการจริงมานิเทศให้ ซึ่งอาจารย์จะเชิญมา เพื่อให้รู้ว่า
สายงานที่เราจะทำเป็นอย่างไรบ้าง

นักศึกษาคนที่ 8

มีอาจารย์มานิเทศให้ที่ภาควิชา เพราะอาจารย์จะพยายามติดต่อกับสถานประกอบการอยู่แล้ว
ถ้าเห็นว่ามีอะไรที่น่าสนใจพอจะเป็นโครงการได้ ก็จะเสนอมา

6. ด้านการประเมินผล

นักศึกษาคนที่ 1

คาดว่านักศึกษาที่ร่วมโครงการฯ จะมีโอกาสหาง่ายได้ง่ายขึ้น

นักศึกษาคนที่ 2

อยู่ในขั้นที่ดี แต่น่าจะมีผลงานงานทั้งสหกิจศึกษาและทำโครงการด้วย เพราะที่มหาวิทยาลัยถ้าลง
ของสหกิจศึกษาแล้วก็ไม่จำเป็นต้องทำโครงการอีก จึงเสนอแนะว่าน่าจะทำทั้งสองอย่างควบคู่กันไป สหกิจศึกษา
น่าจะเปิดเป็นอีกวิชาหนึ่งเลย

นักศึกษาคนที่ 3

-

นักศึกษาคนที่ 4

-

นักศึกษาคนที่ 5

-

นักศึกษาคนที่ 6

มีการประเมินทั้งจากโรงงานและสถานประกอบการ

นักศึกษาคนที่ 7

ทำให้รู้ตัวก่อนคนอื่น ว่าเราจะทำงานแบบไหนดี

นักศึกษาคนที่ 8

ดูประมาณว่าทำประสบความสำเร็จตามที่สถานประกอบการตั้งไว้หรือไม่

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายรัชชัย จิตรนันท์ เกิดวันอังคารที่ 20 มกราคม พ.ศ.2519 ที่จังหวัดฉะเชิงเทรา สำเร็จ การศึกษาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) ภาควิชาดุริยางคศิลป์ จากคณะ ศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2540 สำเร็จการศึกษาคณะครุศาสตรมหา บัณฑิต สาขาวิชาพื้นฐานการศึกษา ภาควิชาสารัตถศึกษา จากคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2543 และเข้าศึกษาต่อในระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการ และความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2546