



รายงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิก
ของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่อ Infographic

โดย

นางสาวณิกานต์ สุขอนันต์

หลักสูตร นิเทศศาสตร์บัณฑิต

รหัสนักศึกษา 5940604108

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ ดร.จิรพัฒน์ โทพล อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำ การปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องตลอดระยะเวลาการทำโครงการสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี นับเป็นพระคุณอย่างสูงยิ่ง ผู้จัดทำโครงการขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ นายธนวัฒน์ บุญมี (ผู้จัดการ) และ นางสาวสุจิตรา บรรณจิตร (รองผู้จัดการ) และบุคลากรของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ในการจัดทำรายงานฉบับนี้ จึงขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล คำแนะนำ และวิธีของการปฏิบัติงานโครงการสหกิจศึกษาในครั้งนี้

สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษากระบวนการด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อ Infographic ของผู้ที่สนใจต่อไป

นางสาวณิชากานต์ สุขอนันต์

ผู้จัดทำโครงการ

หัวข้อโครงการ	การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่อ Infographic
ประเภทของโครงการ	โครงการสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
นิเทศศาสตร์บัณฑิต	การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
ผู้เสนอโครงการ	นางสาวณิชากานต์ สุขอนันต์ นักศึกษาชั้นปีที่ 4
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	ดร.จิรพัฒน์ โทพล
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ เข้ามามีบทบาททางการสื่อสารมากขึ้นในสังคมที่มีการรับสื่อในปัจจุบัน ซึ่งจำนวนข้อมูลข่าวสารที่ถูกผลิตขึ้นในแต่ละวันมีปริมาณมากมายมหาศาล (Big Data) อันก่อให้เกิดภาวะที่ผู้คนประสบกับความยุ่งยากในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากเกินไป ปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ถูกผลิตขึ้นจากองค์กรต่าง ๆ แปรผกผันกับเวลาของผู้อ่านที่น้อยลงในฐานะผู้รับสื่อ แต่ต้องการที่ครบถ้วนและเข้าใจง่ายในระยะเวลาที่จำกัด จนเกิดภาวะข้อมูลท่วมท้น (Information Overload) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดรับสื่อ ดังนั้นรูปแบบวิธีการ และกลยุทธ์ในการสื่อสารประเด็นเนื้อหาที่เคยมีมาในอดีตจึงเปลี่ยนแปลงไป แต่ยังคงมีความจำเป็นต้องมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ (Issue) และมีเนื้อหา (Content) ที่สั้นกระชับ เพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว การสื่อสารในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิกจึงเข้ามามีบทบาทในบริบทสังคมการรับสื่อต่อสังคมไทยมากขึ้น

รายงานเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์งานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก 2) เพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อหาความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา โดยรายงานฉบับนี้มีขั้นตอนการศึกษาดังนี้คือ ศึกษาข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานบริการสมาชิกและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่สมาชิกสภาอุตสาหกรรม ฯ จะได้รับ เพื่อนำมาจัดจัดทำเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิกซึ่งรายงานเล่มนี้จะช่วยทำให้สมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงบุคลากรภายในองค์กรเข้าใจในขั้นตอนการปฏิบัติงาน ช่วยลด

ความผิดพลาด และช่วยให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเป็นเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 18 พฤศจิกายน 2562 จนถึง วันที่ 6 มีนาคม 2563 ผู้จัดทำได้รับประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการและสามารถความรู้ที่ได้รับจากการฝึกปฏิบัติงานมาประยุกต์ใช้ในการทำงานในอนาคตได้

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญ.....	ง
สารบัญ (ต่อ)	จ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 รายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการ	1
1.2 ที่มาและความสำคัญ	3
1.3 วัตถุประสงค์	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.5 ขั้นตอนการดำเนินการ	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 คำนิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟฟิกและการออกแบบอินโฟกราฟฟิก	6
2.2 แนวคิดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟฟิก	10
2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่	12
บทที่ 3 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	16
3.1 ศึกษารายละเอียดของงานเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานบริการสมาชิก	17
3.2 จัดทำแบบสอบถาม	18
3.3 จัดทำรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน	19
3.4 เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้นิเทศสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ.....	20

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน	21
4.1 หน้าที่ของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	22
4.2 การสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย/สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ...	25
4.3 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับการเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรม	36
4.4 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับการเป็นสมาชิกบัตร APEC.....	38
4.5 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (GS1 THAILAND).....	43
4.6 วิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจในการรับสื่อเพื่องานบริการของสมาชิกสภาอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่อ Infographic.....	56
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินงาน	62
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	62
5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน.....	63
5.3 ปัญหาและอุปสรรคจากการปฏิบัติงาน	63
5.4 ข้อเสนอแนะ	63
เอกสารอ้างอิง	64

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์สถานประกอบการ	1
ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	19
ภาพที่ 4.1 บทบาทและหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรม.....	22
ภาพที่ 4.2 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	25
ภาพที่ 4.3 อัตราค่าลงทะเบียนและค่าบำรุงสมาชิกของ สอท.....	28
ภาพที่ 4.4 อัตราค่าบำรุงกลุ่มอุตสาหกรรม	29
ภาพที่ 4.5 อัตราค่าบำรุงกลุ่มอุตสาหกรรม (ต่อ).....	30
ภาพที่ 4.6 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา.....	31
ภาพที่ 4.7 อัตราค่าบำรุงสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา	33
ภาพที่ 4.8 ใบสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและใบสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมา	34
ภาพที่ 4.9 ใบสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและใบสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมา (ต่อ).....	35
ภาพที่ 4.10 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรม.....	36
ภาพที่ 4.11 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิก APEC.....	38
ภาพที่ 4.12 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (GS1 THAILAND).....	43
ภาพที่ 4.13 ขั้นตอนการนำบาร์โค้ดมาตรวจสอบคุณภาพ.....	47
ภาพที่ 4.14 อัตราค่าลงทะเบียนแรกเข้าและค่าสมาชิกรายปี	50
ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างของใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล.....	51
ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างของใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (ต่อ)	52
ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างของใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (ต่อ)	53
ภาพที่ 4.19 ตัวอย่างของใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (ต่อ)	54
ภาพที่ 4.20 ตัวอย่างของใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (ต่อ)	55

บทที่ 1

บทนำ

1.1 รายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการ

สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

ชื่อสถานประกอบการ	สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
ที่ตั้งของสถานประกอบการ	เลขที่ 276/11 ถนนพลแสน ตำบลในเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
ลักษณะการประกอบการ	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม
ประเภทกิจการ	1. เป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนครราชสีมา 2. เป็นศูนย์กลางประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ในการวางแผนเพื่อพัฒนาศักยภาพ และขีดความสามารถของอุตสาหกรรมระดับรากหญ้า เพื่อให้รัฐบาลมีช่องทางรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

ตราสัญลักษณ์สถานประกอบการ



ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์สถานประกอบการ

เป้าหมายของสถานประกอบการ

สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรที่เป็นตัวแทนของภาคอุตสาหกรรมเอกชนของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์การดำเนินงานเพื่อประสานนโยบายภาครัฐกับเอกชน ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรม และดูแลสมาชิกให้ปฏิบัติตามนโยบาย

ปรัชญาของสถานประกอบการ

สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีพันธะผูกพันที่มุ่งมั่นต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมของจังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้บนความเชื่อมั่นที่มีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

วิสัยทัศน์ของสถานประกอบการ

เป็นสถาบันเอกชนด้านอุตสาหกรรมที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริม พัฒนา สถาบันธุรกิจภาคเอกชนของประเทศไทยให้แข็งแกร่ง อันจะทำให้กลไกการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรมเป็นไปได้อย่างต่อเนื่องและประสานกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ พิชัยชัยผลประโยชน์ของชาติในวงการเศรษฐกิจนานาชาติ

พันธกิจของสถานประกอบการ

ให้บริการที่มีคุณภาพแก่ภาคอุตสาหกรรมที่ก่อประโยชน์ต่อประเทศและสังคม โดย

1. เป็นตัวแทนภาคอุตสาหกรรม
2. ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม
3. มีบทบาทแสดงความคิดเห็น และเสนอคณะรัฐบาลในการกำหนดนโยบายอุตสาหกรรม
4. ให้บริการกับวงการภาคอุตสาหกรรมทั้งภาคเอกชน ภาครัฐบาล และต่างประเทศ

การบริหารงานของสถานประกอบการ

1. ผู้จัดการ
2. รองผู้จัดการ
3. เจ้าหน้าที่ธุรการ-ทั่วไป
4. เจ้าหน้าที่การเงิน
5. เจ้าหน้าที่บริหารงานโครงการ

1.2 ที่มาและความสำคัญ

การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้อย่างถูกต้อง ถือเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์ต้องการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เกิดการติดต่อสื่อสารระหว่างกันให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล, 2556) ในปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสนับสนุนของรัฐบาลและการวางทิศทางการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology ICT) ในปี ค.ศ. 2020 เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ สามารถตอบสนองต่อระบบและอุปกรณ์ทุกประเภท ให้มีความถูกต้องและทันต่อสถานการณ์ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558) อีกทั้งคุณลักษณะเด่นของอินเทอร์เน็ตได้ถูกพัฒนาขึ้นเป็นการสื่อสารแบบสองทาง คือ ผู้รับสารสามารถสร้างข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้ แสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการโต้ตอบข้อมูลต่าง ๆ ในโลกอินเทอร์เน็ต เกิดเป็นสังคมขนาดใหญ่ ที่เรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ทำหน้าที่สร้างปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยมุ่งเน้นการสร้างชุมชนออนไลน์ซึ่งทำหน้าที่เชื่อมโยงในกันเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือความสนใจร่วมกัน ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นสื่อใหม่ประเภทหนึ่งที่น่ามียอมรับอย่างมาก

(ณัฐพล บัวอุไร, 2554) คำว่า อินโฟกราฟิก (Infographic) เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายทั้งในเว็บเครือข่ายสังคมและสื่อสาธารณะทั่วไป Infographic หรือ Information Graphic เป็นการนำภาพหรือกราฟิกซึ่งบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นสถิติ ความรู้ ตัวเลข เป็นต้น โดยนับเป็นการย่อข้อมูลเพื่อให้ประมวลผลได้ง่ายขึ้นภายในภาพเดียว ซึ่งเหมาะสำหรับผู้คนในยุคปัจจุบันที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลที่ซับซ้อนในเวลาอันจำกัด อินโฟกราฟิกจึงเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้จัดการกับ ข้อมูลตัวเลขและตัวอักษรที่มากมาย แล้วสื่อออกมาในรูปแบบกราฟิกที่สวยงามและเข้าใจได้ง่ายขึ้น

ในการฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้ ผู้จัดทำได้รับโอกาสในการเข้าฝึกปฏิบัติงานที่สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนด้านอุตสาหกรรมที่ช่วยส่งเสริม พัฒนา สถาบันธุรกิจภาคเอกชนของประเทศไทยให้แข็งแกร่งและมีสมาชิกขององค์กรจำนวน 241 ราย ซึ่งในการที่จะทำให้ทุกคนได้รับข่าวสารอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว นั้น ผู้จัดทำได้เล็งเห็นถึงปัญหาในด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก ดังนั้นผู้จัดทำจึงได้จัดทำสื่ออินโฟกราฟิก เพื่องานบริการของสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยและนำเสนอข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ให้สมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาได้เข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครราชสีมาในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก

1.3.2 เพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครราชสีมา

1.3.3 เพื่อหาความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก เพื่องานบริการสมาชิกของสภา อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

แหล่งข้อมูลภายใน (Internal Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากภายในสถานประกอบการ โดย ทำการค้นคว้ารายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการเอกสารที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลภายนอก (External Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากภายนอกสถานประกอบการโดยทำการศึกษาค้นคว้าจาก หลักการออกแบบ Infographics ซึ่งประกอบด้วย Infographics คืออะไร หลักการออกแบบ Infographics การสร้างอินโฟกราฟิกส์ให้ดึงดูดความสนใจ (Designing An Amazing Infographics) การสร้างอินโฟกราฟิกส์ให้มีประสิทธิภาพ (Designing Effective Infographics) และข้อควรคำนึงใน การสร้าง Infographics ส่วนโปรแกรมที่ใช้ในการดำเนินงานได้แก่ Adobe Illustrator, Adobe Photoshop

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

สมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ศึกษาและปฏิบัติงานเป็นระยะเวลาทั้งหมด 18 สัปดาห์ ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่างวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2563

1.5 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1.5.1 ศึกษารายละเอียดและรวบรวมข้อมูลของงานเอกสารเพื่อบริการสมาชิก

1.5.2 จัดทำรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน

1.5.3 จัดทำแบบสอบถาม

1.5.4 เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้นิเทศสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 สามารถเข้าใจในกระบวนการการบริการสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
- 1.6.2 สามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกไปใช้ในการจัดทำโครงการได้
- 1.6.3 สามารถนำความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติงานในสถานประกอบการมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในอนาคต
- 1.6.4 สถานประกอบการสามารถนำอินโฟกราฟิกไปใช้ได้จริง

1.7 คำนิยามศัพท์

1.7.1 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มประชาชน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบันกับกลุ่ม ประชาชนเป้าหมายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง

1.7.2 อินโฟกราฟิก หมายถึง การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูล ภายในภาพนั้นอาจประกอบด้วย สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม แผนที่ เป็นต้น ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่ง ให้สามารถ เข้าใจง่าย รวดเร็ว และชัดเจน เปรียบเสมือนการสรุปข้อมูลลงในภาพสื่อให้เข้าใจความหมายทั้งหมดได้

1.7.3 งานบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่าง ๆ หรือ งานที่มีผู้คอยช่วยอำนวยความสะดวกซึ่งเรียกว่า “ผู้ให้บริการ” และ “ผู้มารับบริการ” ซึ่งงานบริการของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ในที่นี้ ได้แก่ การสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา และสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, การสมัครบัตร APEC และการสมัครบาร์โค้ด (GS1) เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการจัดทำโครงการได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาจัดทำรายงานการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก ซึ่งผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิด ที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกและการออกแบบอินโฟกราฟิก
- 2.2 แนวคิดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก
- 2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกและการออกแบบอินโฟกราฟิก

อินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิตประจำวัน การนำเสนอข้อมูลด้วยกราฟิกสวย ๆ หรือที่มีการบัญญัติศัพท์ “อินโฟกราฟิก” ดูจะยิ่งเป็นแฟชั่นที่ระบาดไปทั่วทุกหัวระแหง และในเมื่อธรรมชาติของการเสพข้อมูลบนเว็บคือการกวาดสายตาไปเร็ว ๆ บนหน้าจอ คนจะคลิกเข้าไปอ่านในละเอียดก็ต่อเมื่อมีอะไรที่ทำให้ เอ๊ะใจ หรือ สะดุดตา ไม่ว่าจะอยู่ในรูปกราฟิก คลิปวิดีโอ จึงไม่แปลกใจที่การทำอินโฟกราฟิกจะกลายเป็นกระแสยอดฮิตติดลมบนอย่างรวดเร็วและอินโฟกราฟิกหลายชิ้นก็ทั้งสวยและสื่อข้อมูลอย่างทรงพลัง

2.1.1 ความหมายของการออกแบบอินโฟกราฟิก

Infographic มาจากคำว่า Information + graphic อินโฟกราฟิกหมายถึง การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศ ในลักษณะของกราฟิกที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของ ข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่ต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก

2.1.2 ความสำคัญของการออกแบบอินโฟกราฟิก

การออกแบบอินโฟกราฟิก เป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจยากหรือข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือจำนวนมาก มานำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ให้สามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวเองทำให้เข้าใจง่ายและชัดเจน มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ภาพและเสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอแล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพทำให้ดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติมกราฟิก ที่ใช้อาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ ตาราง เป็นต้น

จัดทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน ๆ จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

หลักการออกแบบอินโฟกราฟิกแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. ด้านข้อมูล ข้อมูลที่จะนำเสนอต้องมีความหมายมีความน่าสนใจ เรื่องราวเปิดเผยเป็นจริงมีความถูกต้อง
2. ด้านการออกแบบ การออกแบบต้องมีรูปแบบ แบบแผนโครงสร้าง หน้าที่และความสวยงาม โดยออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่ายและใช้ได้จริง

การสร้างอินโฟกราฟิกให้ดึงดูดความสนใจ (Designing An Amazing Infographic)

ข้อมูลสารสนเทศสามารถนำมาจัดทำให้สวยงามและมีประโยชน์หากมีการนำเสนอที่ดีที่ ผ่านมาข้อมูลสารสนเทศจำนวนมากถูกนำมาจัดกลุ่มทำให้ไม่น่าสนใจการจัดทำข้อมูลให้เป็นภาพกราฟิกจึงเป็นที่นิยมในปัจจุบันอินโฟกราฟิกเป็นการออกแบบให้เป็นภาพที่ช่วยอธิบายข้อมูล ที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย

Hyperakt's Josh Smith ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ค้นพบกระบวนการที่ดีในการออกแบบอินโฟกราฟิก 10 ขั้นตอนดังนี้

1) การรวบรวมข้อมูล (Gathering data) คัดเลือกข้อมูลดิบที่รวบรวมมาแต่ยังไม่เป็นระเบียบ เขียนแหล่งอ้างอิงที่มาของข้อมูลที่เป็นต้นฉบับบันทึกภาพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย

2) การอ่านข้อมูลทั้งหมด (Reading everything) การอ่านข้อมูลเฉพาะจุดเน้นหรืออ่านอย่าง ผิวเผินให้ผ่านไปอย่างรวดเร็วเพราะคิดว่าเสียเวลาจะหา ให้ได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมของประเด็นสำคัญผู้ออกแบบอินโฟกราฟิกต้องมีทักษะในการจัดการข้อมูลและแน่ใจว่าข้อมูลที่สำคัญไม่ถูกละเลยที่จะมาสนับสนุนเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ

3) การค้นหาวิธีการเล่าเรื่อง (Finding the narrative) การเล่าเรื่องการบรรยายการนำเสนอข้อมูลที่นำเสนอจะทำให้อินโฟกราฟิกน่าเบื่ออินโฟกราฟิกเริ่มที่จุดมุ่งหมายเดียวขยายความข้อมูลที่ซับซ้อนอธิบายกระบวนการการหาวิธีการเล่าเรื่องที่นำเสนออาจจะยุ่งยากในระยะแรกแต่ถ้าคุ้นเคยกับข้อมูลที่มีอยู่จะทำให้สามารถเล่าเรื่องราวได้การใส่ใจกับเนื้อหาที่สำคัญจะช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีคุณค่า

4) การระบุปัญหาและความต้องการ (Identifying problems) หาเอกลักษณ์ระบุปัญหาเมื่อได้ข้อมูลมาแล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้องโดยปรับปรุงข้อมูลและเรื่องราวให้มีเอกลักษณ์ตรงกับหัวข้อศึกษาบททวนหลาย ๆ ครั้งหาวิธีการนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้องและมีคุณค่า

5) การจัดลำดับโครงสร้างข้อมูล (Creating a hierarchy) การจัดลำดับชั้นของข้อมูลเป็นที่ยอมรับในการสรุปข้อมูลเป็นการนำผู้ชมให้มองเห็นภาพรวมตั้งแต่ต้นจนจบและส่งเสริมให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลเป็นช่วงระยะของการเล่าเรื่องซึ่งกลายเป็นวิธีการที่แพร่หลายในการออกแบบอินโฟกราฟิก

6) การออกแบบโครงสร้างข้อมูล (Building a wireframe) เมื่อพิจารณาตรวจสอบคัดเลือกข้อมูลอย่างละเอียด จัดแบ่งข้อมูลเป็นลำดับชั้น และออกแบบโครงสร้างของข้อมูลแล้วผู้ออกแบบควรทำความเข้าใจกับภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลสำคัญ ที่จัดไว้เป็นลำดับ ชั้น แล้วนำไปให้ผู้ชมวิพากษ์วิจารณ์ การออกแบบที่ผ่านการโต้เถียงจากบุคคลในหลายมุมมองที่ให้ข้อเสนอแนะแตกต่างกันออกไป จะเป็นข้อสรุปของการจัดทำโครงสร้างอินโฟกราฟิก

7) การเลือกรูปแบบอินโฟกราฟิก (Choosing a format) เมื่อสิ้นสุดการกำหนดภาพหรือกราฟิกที่เป็นตัวแทนของข้อมูลแล้ววิธีจัดทำข้อมูลที่ดีที่สุดคือ การนำเสนอข้อมูลด้วยแผนผัง กราฟต่าง ๆ เช่น กราฟแท่ง กราฟเส้น กราฟวงกลม หรืออาจจะใช้ไดอะแกรม หรือผังงานเพื่ออธิบายกระบวนการทำงาน อาจนำแผนที่มาประกอบในการเล่าเรื่อง หรือบางครั้ง การใช้ตัวเลขนำเสนอข้อมูลง่ายๆ อาจเป็นวิธีที่ดีที่สุด

8) การกำหนดภาพให้ตรงกับหัวข้อ (Determining a visual approach) การเลือกใช้ภาพในการทำ อินโฟกราฟิกให้ดูดีมี 2 แนวคิด คือ แนวคิดแรกคือ ใช้ข้อมูลดิบมาจัดทำเป็นกราฟหรือแผนผังที่น่าสนใจ ใช้สี การพิมพ์ และการจัดโครงสร้างในการออกแบบงานให้มีศิลปะ และ แนวคิดต่อมาคือ ใช้ลายเส้นวาดภาพหรือ คำอุปมาเปรียบเทียบไม่แสดงข้อมูลตัวเลขออกมาอย่างชัดเจนจะเห็นเป็นภาพแสดงแทนข้อมูลคล้ายกับกราฟหรือแผนผังเท่านั้น เราไม่ควรติดยึดกับวิธีการใดวิธีการหนึ่งควรผสมผสานวิธีการใช้กราฟ แผนภาพ และแผนผัง ตกแต่งองค์ประกอบด้วย การวาดลายเส้นหรือนำภาพที่เป็นตัวแทนของข้อมูลมาจัดวางซ้อนกันอาจเสริมด้วยข้อมูล สื่อ ตรา สัญลักษณ์ และเนื้อหาในการออกแบบให้ตรงกับหัวข้อ

9) การตรวจสอบข้อมูลและทดลองใช้ (Refinement and testing) เมื่อออกแบบอินโฟกราฟิกเสร็จแล้วเริ่มตรวจสอบข้อมูลอย่างละเอียด ผู้ชมจะดูทั้งข้อมูลและภาพที่เล่าเรื่องราว เพื่อให้แน่ใจว่าผลงานที่เสร็จแล้วมีคุณภาพตรงกับหัวข้อและเป้าหมาย ประเมินทั้งการออกแบบและจุดเน้นจนกระทั่งผลงานชัดเจนและเข้าใจง่าย ทดลองให้กลุ่มตัวอย่างชมผลงานและให้ข้อคิดเห็นที่สามารถเข้าใจได้ง่ายหรือไม่ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่เคยเห็นข้อมูลมาก่อน ประเมินกลับไปกลับมาระหว่าง ผู้ชมและกลุ่มตัวอย่างจนกระทั่งลงตัวได้ข้อยุติ จึงนำเสนอเผยแพร่สู่สาธารณะ

10) การแบ่งปันความรู้ในอินเทอร์เน็ต (Releasing it into the world) อินโฟกราฟิกส่วนใหญ่เผยแพร่แบ่งปันในอินเทอร์เน็ต มีแพร่หลายเป็นที่นิยม การวิพากษ์วิจารณ์ในอินเทอร์เน็ตจะ ช่วยขยายข้อโต้แย้งและค้นพบวิธีการนำเสนอข้อมูลวิธีใหม่ โดยได้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ วิธีการปรับปรุง แก้ไข

ผลงานที่ถูกวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญมาสู่ตัวเราเหมือนเป็นรางวัลในการทำงาน การออกแบบที่ ถูก กลั่นกรองอย่างเข้มข้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะกดผู้ชม

การสร้างอินโฟกราฟิกให้มีประสิทธิภาพ (Designing Effective Infographic) อินโฟกราฟิก เป็นที่นิยมแพร่หลายในอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถถ่ายทอดข้อมูลจากการ ออกแบบที่มีศิลปะอย่าง แท้จริง เป็นภาษาสากลที่สามารถเล่าเรื่องราวแม้ว่าคู่แข่งภาพที่น่าเสนอ สามารถพูดได้ว่าอินโฟกราฟิก ไม่มีขอบเขตและขีดจำกัดในการเล่าเรื่องผ่านภาพ การใช้กราฟิกช่วย เพิ่มความสวยงามแก่สิ่งต่าง ๆ ทำให้ข้อมูลน่าประทับใจมีคุณค่าอย่างมีนัยเพื่อที่จะเผยแพร่สู่สาธารณะ

1) เน้นที่หัวข้อหลักหัวข้อเดียว (Focus on a single topic) สิ่งแรกที่ต้องพิจารณาคือหัวข้อ หลักในการสร้างอินโฟกราฟิกกันออกแบบสามารถมีผลงานที่มีประสิทธิภาพได้ ถ้ารู้ทิศทางของสิ่ง ที่ จะทำช่วยขจัดความยุ่งยากสำหรับผู้อ่านและผู้ชม

2) ออกแบบให้เข้าใจง่าย (Keep it simple) ตั้งแต่เริ่มออกแบบข้อมูลต้องแน่ใจว่าข้อมูลไม่ อัดแน่นซับซ้อนสับสน เข้าใจได้ง่าย ไม่ทำให้ผู้อ่านและผู้ชมยุ่งยาก ภาพที่ซับซ้อนจะทำให้การ ตี ความผิดพลาดไม่มีประสิทธิภาพ

3) ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ (Data is important) การสร้างอินโฟกราฟิกต้องคำนึงถึงข้อมูลที่ เกี่ยวข้องกับหัวข้อเป็นสำคัญ การออกแบบต้องไม่ทำเกินขอบเขตของหัวข้อซึ่งจะเป็นการทำลายข้อมูล ที่ จำเป็นต้องแน่ใจว่าการออกแบบเน้นที่ข้อมูลและรูปแบบของอินโฟกราฟิก

4) แน่ใจว่าข้อเท็จจริงถูกต้อง (Be sure facts are correct) การท าข้อมูลให้ถูกต้องเป็นสิ่ง สำคัญถ้าไม่ถูกต้องจะลดความน่าเชื่อถือของอินโฟกราฟิก ดังนั้นก่อนที่จะสร้างอินโฟกราฟิกต้อง แน่ใจว่าข้อมูลถูกต้อง ศึกษาค้นคว้าหาข้อเท็จจริงและใช้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่าลืมนอ่านผลงานและ ตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ถูกต้อง

5) ให้อินโฟกราฟิกเป็นตัวเล่าเรื่อง (Let it tell a story) อินโฟกราฟิกที่มีประสิทธิภาพ สามารถเล่าเรื่องราวด้วยภาพวาดหรือกราฟิก ซึ่งสามารถบอกบางสิ่งบางอย่างและสามารถถ่ายทอด ข้อมูลได้ถึงแม้ว่าผู้ชมจะไม่ได้อ่านข้อมูลมาก่อน

6) การออกแบบที่ดีทำให้มีประสิทธิภาพ (Good design is effective) การบรรยายด้วย ภาพ ถ้ามีการออกแบบที่ดีจะดึงดูดใจผู้ชม สิ่งสำคัญคือออกแบบอินโฟกราฟิกให้เข้าใจง่าย ใช้ความคิด สร้างสรรค์ออกแบบให้น่าสนใจ ภาพ กราฟิก สี ชนิด แบบ และช่องว่าง

7) ใช้สีที่ดึงดูดความสนใจ (Choose attractive colors) ควรเลือกใช้สีที่กระตุ้นดึงดูดความ สนใจผู้ชมควรศึกษาทฤษฎีการใช้สีให้ถูกต้องเหมาะสมกับหัวข้อว่าเราจะออกแบบอินโฟกราฟิกให้ ใครชม ไม่จำเป็นต้องทำให้มีสีสันมาก อินโฟกราฟิกบางชิ้นมีสีเพียงเล็กน้อยก็มีประสิทธิภาพได้

8) ใช้คำพูดที่กระชับ (Use short texts) การออกแบบภาพที่ใช้ในการนำเสนอ จำเป็นต้องสรุปข้อความให้สั้นกระชับตรงกับจุดหมายที่ต้องการนำเสนอ อาจใช้แผนป้ายหรือข้อมูลสั้น ๆ มาสนับสนุนภาพ การทำเรื่องราวให้ดึงดูดความสนใจอาจใช้ตัวเลขมาสรุปเปรียบเทียบข้อมูล และควรใช้ตัวหนังสือที่อ่านเข้าใจง่าย

9) ตรวจสอบตัวเลขข้อมูล (Check your numbers) ถ้านำเสนอข้อมูลด้วยตัวเลขผ่านกราฟและแผนผังตรวจสอบความถูกต้องของตัวเลขและภาพวาดและต้องรู้ว่าตัวเลขไหนควรใช้และไม่ ควรมียูต์ด้วยวิธีนี้จะทำให้อินโฟกราฟิกมีประสิทธิภาพมากขึ้น

10) ทำไฟล์อินโฟกราฟิกให้เล็ก (Make the file size small) ทา ไฟล์อินโฟกราฟิกให้เล็กเพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่ายและนำไปใช้ต่อได้ดีตามจุดประสงค์ที่ต้องการดาวน์โหลดเร็วและใช้เวลาน้อยในการถ่ายโอนข้อมูลใส่แฟลชไดรฟ์สามารถแนบไฟล์ส่งอีเมลไปให้ผู้อื่น แต่ไม่ควรลดคุณภาพของรูปภาพควรใช้ไฟล์ที่มีคุณภาพสูงเพื่อที่จะดึงดูดผู้ชม

ปัจจุบันการใช้อินเทอร์เน็ตแพร่หลายมาก คนส่วนใหญ่จะรับ ข้อมูลที่เข้าถึงง่ายที่สุดข้อมูลจำนวนมากที่แพร่หลายอยู่ในอินเทอร์เน็ต ข้อมูลบางส่วนออกแบบเป็นกราฟิก ซึ่งถูกตีพิมพ์ออกมาใช้งานด้วยอินโฟกราฟิก เป็นเครื่องมือสำคัญในการสอน วงการธุรกิจเป็นแรงบันดาลใจที่มีอิทธิพลในการนำเสนอและการสื่อสารข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อน ประสิทธิภาพของอินโฟกราฟิกนั้นต้องอาศัยวิธีการออกแบบที่มีพลังที่ยิ่งใหญ่

2.2 แนวคิดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก

การประชาสัมพันธ์ PR (Public Relations) เป็นการเผยแพร่ ชี้แจงให้ทราบ เป็นการชักจูงใจให้มีส่วนร่วม และเห็นด้วย กับวัตถุประสงค์ และวิธีการดำเนินงาน เป็นการผสมผสานความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงาน

Infographic มาจากคำว่า Information + graphic อินโฟกราฟิกหมายถึง การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศ ในลักษณะของกราฟิกที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของ ข้อมูลทั้งหมดได้โดยไม่ต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก

การออกแบบอินโฟกราฟิก เป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจยากหรือข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือจำนวนมาก มานำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ให้สามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวเองทำให้เข้าใจง่ายและชัดเจน มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ภาพและเสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอแล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพทำให้ดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติมกราฟิก ที่ใช้อาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ ตาราง เป็นต้น

จัดทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน ๆ จะทำให้การสื่อสารมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การออกแบบในแนวอินโฟกราฟิก Infographic

ผู้ส่งสาร => รูปภาพ ตัวเลข ข้อความ => กระชับ น่าสนใจ เข้าใจง่าย => ช่องทางการ ประชาสัมพันธ์ => ผู้รับสาร

จุดเด่นของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก

- นำไปเผยแพร่ได้ง่าย
- ง่ายต่อการทำความเข้าใจ
- ดึงดูดความสนใจได้มากกว่า
- ประหยัดเวลาในการศึกษาข้อมูล
- ดูเป็นมืออาชีพ น่าเชื่อถือ
- ช่วยให้จดจำข้อมูลได้ดีกว่า

การประชาสัมพันธ์ PR (Public Relations)

Public หมายถึง หมู่คน ประชาชน หรือ สาธารณชน

Relations หมายถึง การสัมพันธ์

Public Relations หมายถึง การสัมพันธ์กับคนหมู่มาก

2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

พัชรี เมืองมุสิก, ธีรวัชรต์ สิ้นธนะกุล, จิรพันธุ์ ศรีสมพันธ์ (2557) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อ การสอนด้วยภาพ อินโฟกราฟิก ผ่านระบบเครือข่าย วิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ หลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผลการศึกษา พบว่า สื่อการสอนด้วยภาพอินโฟกราฟิกมี ประสิทธิภาพได้ตามเกณฑ์ของเมกุยแกนส์ มีค่าเท่ากับ 1.09 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังเรียน สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 และผลการสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษาพบว่านักศึกษามีความ พึ่งพอใจในสื่อการ สอนที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมาก ($X = 4.35$, $SD=0.56$)

ปาไลดา ศรีทาบุตร และ นฤมล อินทธีรภัช (2559) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง “เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน” ผลการศึกษาพบว่า (1) ได้สื่ออินโฟกราฟิก เรื่อง “เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน” ที่มีความยาว 3.00 นาที โดยมี เนื้อหาเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้อ้วน (2) ผลจากการประเมินความพึงพอใจการออกแบบอินโฟกราฟิก เรื่อง “เพราะอะไร ทำไมถึงอ้วน” พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($X = 4.49$, $SD = 0.74$)

อิริยา ผ่องพิทยา, ศุภดา คณารักษ์สมบัติ, กัญทิมา อิมใจ (2558) ศึกษาเรื่อง การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก แอนิเมชัน เรื่อง ภาวะโลกร้อน ผลการศึกษาพบว่า การประเมินคุณภาพสื่อจากผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านเนื้อหาและด้านเทคนิค มีค่าเฉลี่ย 3.99 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 โดยรวมอยู่ในระดับดี

ธัชพล อินทรเทวี (2556) วิจัยเรื่อง ทักษะคิดของคนไทยที่มีต่อการสื่อสารในรูปแบบอินโฟกราฟิกและ ข้อความในการรณรงค์เพื่อสังคม ผลของการวิจัยพบว่าระดับความสัมพันธ์ของทัศนคติ ความเข้าใจ และความตั้งใจ ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังจากอ่านตัวสารในรูปแบบอินโฟกราฟิกนั้นมีระดับที่สูงกว่าตัวสารในรูปแบบ ข้อความ จากข้อมูลพบว่าการสื่อสารในรูปแบบที่ประกอบไปด้วยรูปภาพมากกว่าปกติที่เหมาะสมที่จะใช้ในการ สร้างความสนใจเพื่อดึงดูดผู้รับสาร ในขณะที่การสื่อสารในรูปแบบที่มีข้อความเป็นจำนวนมากกว่าปกติ นั้น เหมาะสมสำหรับการอธิบายความซับซ้อน เพื่อสร้างความเข้าใจได้ดีกว่า ดังนั้นการสื่อสารที่สมดุลซึ่งใช้ปริมาณ รูปภาพร้อยละ 40 ถึง 60 ไม่มากหรือน้อยเกินไปนั้นจะสามารถสร้างความสนใจ และส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารได้ในทุกระยะของการรณรงค์ตามแนวคิดไอดา (AIDA Model) ทั้งหมดนี้ จุดประสงค์ของการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพิจารณาก่อนที่จะทำการสื่อสารใด ๆ ต่อกลุ่มเป้าหมาย

ภาณุพงศ์ จันทน์ผลิน (2557) วิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบอินโฟกราฟิกสำหรับนักเรียนฝึก อาชีพโรงเรียนพระดาบส ผลการวิจัยพบว่า การเรียนรู้จากการใช้สื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบอินโฟกราฟิก มีคะแนนเฉลี่ย รวมคิดเป็น ร้อยละ 77.24 และผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบอินโฟกราฟิกอยู่ในระดับ มากที่สุด

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

เป็นช่องทางการสื่อสารที่น่าเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณา ไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ต

พัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ (พรจิต สมบัติพานิช, 2547: 4)

1) สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพ ไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ แลสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

2) สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่ยุติและนิยมกันมากขึ้น (Burnett, R. and Marshall D. P. 2003: 40-41)

บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร โครงข่ายโทรศัพท์ อุปกรณ์ภาพและเสียงมีผลกระทบต่อ "สื่อแบบดั้งเดิม" (Traditional Media) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า "การปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข" (Digital Revolution) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณะใด เช่น ข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาอีกชนิดหนึ่งเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด คือ สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วยังสามารถนำเสนอในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน ความเปลี่ยนแปลงนี้ ถูกเรียกขานว่า "การทำให้เป็นระบบตัวเลข" หรือ "ดิจิทัลเซชัน" (Digitization) ด้วยระบบที่มีการทำให้เป็นระบบตัวเลข เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิด "สื่อใหม่" (New Media) ขึ้น เป็นสื่อที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ หรือ "อินเตอร์แอคทีฟ" (Interactive) คาดหวังกันว่าสื่อใหม่ จะสามารถตอบสนองความต้องการของ "ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร" (Seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มี ข้อจำกัด ในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) เหมือนอย่างเคยเป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, www, ม.ป.ป.)

สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเว็ลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW)

บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ , 2545)

เควิน คาวาโมโตะ (Kevin Kawamoto, 1997) ได้ให้ความหมายของ "สื่อใหม่" (New Media) ว่าหมายถึง ระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก

จิตาพร ชนะชัย (2550: 1-3) ได้ให้ความหมายของ สื่อใหม่ (New media) โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) Digital Media เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม
- 2) สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่
- 3) สื่อสร้างสรรค์ชิ้นใหม่เพื่อ Support งานบางอย่าง โดยเน้น Creativity Innovation

เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่าหมายถึง เนื้อหา (content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย "อิสระ 5 ประการ" (5 Freedoms) ได้แก่ (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และ ประภัสสร วรรณสถิต, ผู้แปล, 2551)

- 1) อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด
- 2) อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน
- 3) อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้
- 4) อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัล เช่น

ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำลงไปในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้ เป็นต้น

5) อีสาระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ผู้บริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่ กระจายไปอย่างรวดเร็ว

ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551: 43) กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในงานเผยแพร่ และรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า อีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่าง ๆ ที่เรียกว่าสื่อผสมผสาน

ประเภทของสื่อใหม่

ประเภทของสื่อใหม่ คือ รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ (ปิยะพร เขตบรรณพต, 2553: 9) และ (เดี๋ย สารานุกรมเสรี, www)

บทที่ 3

ขั้นตอนการดำเนินงาน

จากการศึกษาและปฏิบัติสหกิจศึกษาที่สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ส่วนงานที่ได้มอบหมายให้รับผิดชอบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่

1. ออกแบบโปสเตอร์อบรมโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ ปี 2563 จากสถาบัน ไทย - เยอรมัน
 2. ประมวลภาพงาน Northeast Thech 19
 3. ออกแบบตารางเวลาปฏิบัติงานของนักศึกษาฝึกงานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
 4. ออกแบบ Power Point ประชุมประจำเดือน
 5. ออกแบบป้ายมอบเงิน
 6. พิมพ์เอกสารลาออกจากการเป็นสมาชิก
 7. ออกแบบปกเล่มสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ปี 2562
 8. คิดแคปชั่นเชิญชวนสมัครเข้าอบรมของสถาบัน ไทย - เยอรมัน
 9. ออกแบบตารางการใช้ห้องประชุมสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
 10. ออกแบบโปสการ์ดเชิญเข้าร่วมประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
 11. ออกแบบโปสการ์ดเชิญร่วมประทานอาหารในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
 12. แก้ไขและเพิ่มเติมข้อมูล X-Stand , ไลน์ , โปสเตอร์ Industry Transformation ก้าวสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ด้วยโซลูชั่น e-Factory จากข้อมูลเดิม
 13. ออกแบบ Google Form ตอบรับเข้าร่วมประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
 14. รวมไฟล์ภาพมอบเช็คพนักงาน
 15. ออกแบบไลน์ประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
 16. ออกแบบกำหนดการเข้าร่วมประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
 17. ออกแบบ Power Point ประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
 18. ออกแบบปกใส่ Power Point ประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
 19. ออกแบบรายงานการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
- ออกแบบปกหน้า
 - ออกแบบปกหลัง
 - พิมพ์เนื้อหาภายในเล่ม
 - ออกแบบโปสเตอร์ทำเนียบคณะกรรมการบริหารและที่ปรึกษาสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ปีบริหาร 2561-2563

- ออกแบบโปสเตอร์ทำเนียบคณะทำงานฝ่ายสนับสนุนกิจกรรม และทำเนียบเจ้าหน้าที่สภาอุตสาหกรรม ปีบริหาร 2561 – 2563
- ออกแบบระเบียบวาระการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
- ออกแบบเอกสารแนบท้ายการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2563
- ออกแบบโปสเตอร์ความคืบหน้าการจัดทำผังเมืองของจังหวัดนครราชสีมา
- ออกแบบโปสเตอร์โครงการทำเรือบก
- ออกแบบโปสเตอร์การขอจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษนครราชสีมา
- ออกแบบโปสเตอร์มาตรการส่งเสริมการลงทุน เงื่อนไขพิเศษสำหรับ SMEs ไทย และนิยาม SMEs ไทย
- ออกแบบโปสเตอร์กลุ่มกิจกรรมเป้าหมาย ที่ให้การส่งเสริมในพื้นที่ 15 กลุ่มอุตสาหกรรม
- ออกแบบโปสเตอร์โครงการ Energy Points
- ออกแบบโปสเตอร์โครงการ Korat Young F.T.I
- ออกแบบโปสเตอร์โครงการ Northeast Tech 19
- ออกแบบโปสเตอร์ตารางการฝึกอบรม โครงการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติปี 2563

ซึ่งส่วนงานที่ได้รับผิดชอบทั้งหมดจะเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญมาก ดังนั้นผู้จัดทำได้มีความสนใจในการศึกษาและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อใช้เป็นคู่มือในการประชาสัมพันธ์และให้การทำงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยในบทนี้จะนำเสนอขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- 3.1 ศึกษารายละเอียดของงานเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานบริการสมาชิก
- 3.2 จัดทำแบบสอบถาม
- 3.3 จัดทำรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน
- 3.4 เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้นิเทศสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ

3.1 ศึกษารายละเอียดของงานเอกสารเพื่อบริการสมาชิก

การศึกษารายละเอียดของงานเอกสารมีความสำคัญอย่างมากต่อการจัดทำรายงาน โดยจะมีเอกสารที่นำมาเป็นหลักฐานเพื่อใช้ในการบรรยายประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีวิธีการศึกษารายละเอียดของเอกสารที่เกี่ยวข้องกับจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก ดังนี้

3.1.1 การศึกษาวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก รวมถึงการสืบค้นข้อมูล ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานจริง

3.1.2 การศึกษารายละเอียดของประเภทธุรกิจ ลักษณะการดำเนินงาน วิสัยทัศน์ ตลอดจนพันธกิจที่สถานประกอบการให้ความสำคัญในการบริหารงาน และศึกษาข้อมูลในการปฏิบัติงานในแต่ละส่วนงานของสถานประกอบการ

3.2 จัดทำแบบสอบถาม

แบบสอบถาม (Questionnaire) หมายถึง รูปแบบของคำถามเป็นชุด ๆ ที่ได้ถูกรวบรวมไว้ อย่างมีหลักเกณฑ์และเป็นระบบ เพื่อใช้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะวัดจากกลุ่มตัวอย่างหรือประชากร เป้าหมายให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงทั้งในอดีต ปัจจุบันและการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต แบบสอบถามประกอบด้วยรายการคำถามที่สร้างอย่างประณีต เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือข้อเท็จจริง โดยส่งให้กลุ่มตัวอย่างตามความสมัครใจ การใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น การสร้างคำถามเป็นงานที่สำคัญสำหรับผู้วิจัย เพราะว่าผู้วิจัยอาจไม่มีโอกาสได้พบปะกับผู้ตอบแบบสอบถามเพื่ออธิบายความหมายต่าง ๆ ของข้อคำถามที่ต้องการเก็บรวบรวม

แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือวิจัยชนิดหนึ่งที่นิยมใช้กันมาก เพราะการเก็บรวบรวมข้อมูล สะดวกและสามารถใช้วัดได้อย่างกว้างขวาง การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามสามารถทำได้ด้วยการสัมภาษณ์หรือให้ผู้ตอบด้วยตนเอง

โครงสร้างของแบบสอบถาม

โครงสร้างของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 3 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1. หนังสือนำหรือคำชี้แจง โดยมากมักจะอยู่ส่วนแรกของแบบสอบถาม อาจมีจดหมายนำอยู่ ด้านหน้าพร้อมคำขอบคุณ โดยคำชี้แจงมักจะระบุถึงจุดประสงค์ที่ให้ตอบแบบสอบถาม การนำคำตอบที่ได้ไปใช้ประโยชน์ คำอธิบายลักษณะของแบบสอบถาม วิธีการตอบแบบสอบถามพร้อมตัวอย่าง ชื่อ และที่อยู่ของผู้วิจัย ประเด็นที่สำคัญคือการแสดงข้อความที่ทำให้ผู้ตอบมีความมั่นใจว่า ข้อมูลที่จะตอบไปจะไม่ถูกเปิดเผยเป็นรายบุคคล จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบ และมีการพิทักษ์สิทธิของผู้ตอบด้วย

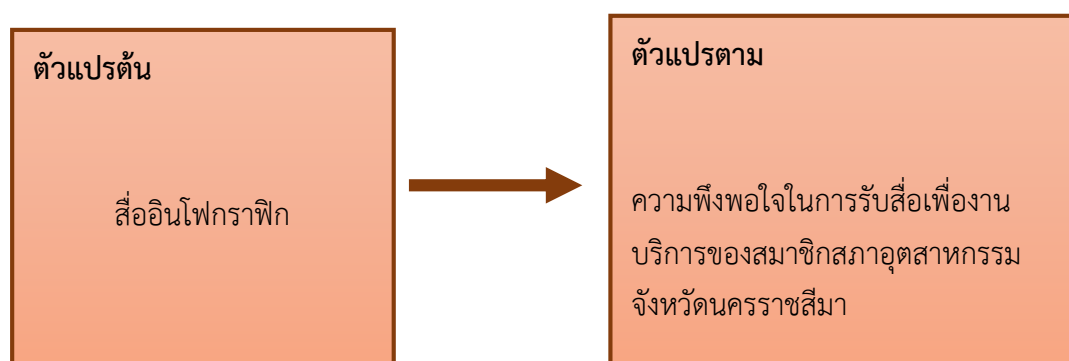
2. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นต้น การที่จะถามข้อมูลส่วนตัวอะไรบางอย่างนั้นขึ้นอยู่กับกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยดูว่าตัวแปรที่สนใจจะศึกษานั้น มีอะไรบางอย่างที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว และควรถามเฉพาะข้อมูลที่จำเป็นในการวิจัยเท่านั้น

3. คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือตัวแปรที่จะวัด เป็นความคิดเห็นของผู้ตอบในเรื่องของคุณลักษณะ หรือตัวแปรนั้น

ซึ่งตัวแปรที่จะใช้ในแบบสอบถามเรื่อง ความพึงพอใจในการรับสื่อเพื่องานบริการของสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา คือ

ตัวแปรต้น หมายถึง สิ่งที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดผลหรือสิ่งที่ต้องการทดลองเพื่อให้ทราบว่า เป็นสาเหตุของผลที่เกิดขึ้นหรือไม่ ได้แก่ สื่ออินโฟกราฟิก

ตัวแปรตาม หมายถึง ผลที่เกิดจากการกระทำของตัวแปรต้นในการทดลอง ได้แก่ ความพึงพอใจในการรับสื่อเพื่องานบริการของสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา



รูปที่ 3.1

กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 จัดทำรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน

3.3.1 ศึกษาข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานบริการสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา เช่น ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ฯ

3.3.2 สังเกตและสัมภาษณ์การปฏิบัติงานของงานบริการสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการปฏิบัติงาน

3.3.3 รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

3.3.4 จัดทำขั้นตอนและอธิบายกระบวนการบริการสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

3.4 เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้นิเทศสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ

3.4.1 นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้นิเทศสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของรายงาน

3.4.2 แก้ไขรายงานตามข้อเสนอแนะที่ได้จากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้นิเทศสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ พร้อมทั้งจัดทำเล่มรายงานและนำเสนอ

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

นครราชสีมา เป็นศูนย์กลางประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ในการวางแผนเพื่อพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของอุตสาหกรรมระดับรากหญ้า เพื่อให้รัฐบาลมีช่องทางรับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และจากการที่ได้ศึกษาข้อมูลด้านงานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ผู้จัดทำจึงสามารถจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 4.1 หน้าที่ของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
- 4.2 การสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา
- 4.3 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรม
- 4.4 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกบัตร APEC
- 4.5 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (GS1 THAILAND)
- 4.6 วิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจในการรับสื่อเพื่องานบริการของสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่อ Infographic

4.1 หน้าที่ของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา



ภาพที่ 4.1 บทบาทและหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรม

จากภาพที่ 4.1 บทบาทและหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรม สามารถอธิบายขั้นตอนได้ดังนี้

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร ที่ได้รับการยกฐานะขึ้นจากสมาคมอุตสาหกรรมไทย ที่ดำเนินการมาตั้งแต่วันที่ 13 พฤศจิกายน 2510 มาเป็นสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2530 ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐที่ต้องการพัฒนาสถาบันธุรกิจภาคเอกชน ของไทยให้แข็งแกร่ง อันจะทำให้กลไกการพัฒนา ในภาคอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง สามารถประสานกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และพิทักษ์ผลประโยชน์ของชาติในวงการเศรษฐกิจโลก

วิสัยทัศน์

“เป็นแกนกลางเสริมสร้างความเข้มแข็ง และผลิตภาพอุตสาหกรรมไทย ให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของไทยให้ยั่งยืน”

หน้าที่

สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีอำนาจหน้าที่ตาม พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2530 ดังนี้

1. เป็นตัวแทนของผู้ประกอบอุตสาหกรรมภาคเอกชน ในการประสานนโยบายและดำเนินการกับรัฐ
2. ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรม
3. ศึกษาและหาทางแก้ไขปัญหาลึกเกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรม
4. ส่งเสริม สนับสนุนการศึกษา วิจัย อบรม เผยแพร่วิชาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรม
5. ตรวจสอบสินค้า ออกใบรับรองแหล่งกำเนิดหรือใบรับรองคุณภาพสินค้า
6. ให้คำปรึกษาและเสนอแนะแก่รัฐบาล เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านอุตสาหกรรม
7. ส่งเสริมนักอุตสาหกรรม และเป็นแหล่งกลางสำหรับนักอุตสาหกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อประโยชน์ต่อวงการอุตสาหกรรม
8. ควบคุมดูแลให้สมาชิกปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบอุตสาหกรรม
9. ปฏิบัติกิจการอื่น ๆ ตามกฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ยังร่วมให้คำปรึกษา และเป็นกรรมการในคณะกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ หรือ กรอ. และคณะอนุกรรมการ และคณะทำงานต่าง ๆ

สภาอุตสาหกรรมฯ ประกอบด้วยสมาชิก 2 ประเภทคือ

1. ประเภทสามัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เป็นนิติบุคคล และประกอบการอุตสาหกรรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน ซึ่งรวมทั้งสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม
2. ประเภทสมทบ ได้แก่ บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลใด ๆ ที่มีใช้โรงงานอุตสาหกรรมหรือสมาคมการค้า

ปัจจุบันสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาทั้งหมด 241 ราย แบ่งเป็น สมาชิก สน. 98 ราย, สมาชิก ทน. 47 ราย และสมาชิกทบ. 96 ราย

บทบาท

บทบาทที่ทุกระดับเชื่อถือ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้รับการยอมรับทั่วไป ในฐานะตัวแทน ภาคอุตสาหกรรม ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐบาล ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยมี บทบาทที่สำคัญดังนี้

ร่วมเป็นกรรมการในคณะกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ หรือ กรอ. ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ตลอดจนรัฐบาลได้วางใจให้มีผู้แทน ส.อ.ท. ใน คณะอนุกรรมการ และคณะทำงานต่าง ๆ ในหน่วยงานราชการ จึงมีส่วนร่วมดูแล ส่งเสริมและวางแผน รวมทั้งนำเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไขที่สอดคล้องเหมาะสม ต่อภาครัฐบาล อันจะนำไปสู่การ กำหนดนโยบาย หรือการปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบวิธีการปฏิบัติต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ และเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจโดยรวมทุกภูมิภาคของประเทศ

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย มีฐานะเท่าเทียมและประสานงานกับ องค์กรภาคธุรกิจเอกชนด้านอุตสาหกรรม ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก จึงสามารถเจรจาต่อรองเพื่อผลประโยชน์ด้าน อุตสาหกรรมของประเทศไทย และเป็นแกนกลาง ประสานให้เกิดความร่วมมือที่จะส่งเสริมการ แลกเปลี่ยนข้อมูลและร่วมพัฒนาธุรกิจ การค้า การลงทุน ตลอดจนปกป้องสิทธิ และความยุติธรรมที่ สมาชิกและภาคอุตสาหกรรมพึงได้รับอย่างเต็มภาคภูมิทั้งในระดับประเทศ และระดับสากล ได้รับ มอบอำนาจจากภาครัฐให้มีศักดิ์และสิทธิ์ที่จะสอดส่อง ตรวจสอบให้การรับรองสมาชิก และ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทั่วไป เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามกฎหมาย หลักเกณฑ์ กฎ ข้อบังคับ ระเบียบและ กฎหมายที่กำหนด

4.2 การสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา



ภาพที่ 4.2 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

จากภาพที่ 4.2 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
สามารถอธิบายขั้นตอนการสมัครสมาชิกได้ดังนี้

1. เข้าไปที่เว็บไซต์ www.fti.or.th แล้วคลิกหัวข้อสมาชิก เลือก สมัครสมาชิก
2. เลือกหัวข้อสมัครสมาชิกผ่านระบบออนไลน์หรือดาวน์โหลดใบสมัครสมาชิกและกรอกข้อมูลให้ครบถ้วน
3. จากนั้นให้รอเจ้าหน้าที่ตรวจสอบ / และรอรับใบแจ้งหนี้ค่าสมาชิกผ่านทางอีเมล หลังจากได้รับใบแจ้งหนี้ให้ชำระเงินภายในระยะเวลาที่กำหนดตามอัตราประเภทที่สมัครในใบแจ้ง
4. รอผลอนุมัติปลายเดือน / และรอรับจดหมายทางไปรษณีย์เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูล ถือเป็นการเสร็จสิ้น

และหากประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกกลุ่มอุตสาหกรรม / สภาอุตสาหกรรมจังหวัด ให้ระบุชื่อกลุ่มอุตสาหกรรม / สภาอุตสาหกรรมจังหวัด ที่มุ่งบนด้านขวา และระบุชื่อผู้แทนใช้สิทธิ์ในข้อ 4 / ข้อ 5 ในใบสมัคร ลงลายมือชื่อผู้มีอำนาจกระทำการแทนกิจการประทับตรานิติบุคคล พร้อมแนบเอกสารประกอบการสมัคร ค่าลงทะเบียนและค่าบำรุงสมาชิก ส่งมายัง

ฝ่ายกิจการสภาจังหวัดและงานทะเบียน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

60 ถ.รัชดาภิเษกตัดใหม่ คลองเตย กทม.10110

โทร 0-2345-1027, 0-2345-1030-1

ซึ่งการสมัครสมาชิกแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. สมาชิกสามัญ สมาชิกสามัญ – โรงงาน มีเอกสารประกอบการสมัคร ดังนี้

- สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกระทรวงพาณิชย์
- สำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (รง.2 / รง.4) หรือใบรับรอง กนอ.
- งบกำไรขาดทุน (ย้อนหลัง 2 ปี)

สมาชิกสามัญ – สมาคมการค้า มีเอกสารประกอบการสมัคร ดังนี้

- สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นสมาคมการค้า
- รายชื่อสมาชิกสมาคม

2. สมาชิกสมทบ – นิติบุคคล มีเอกสารประกอบการสมัคร ดังนี้

- สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกระทรวงพาณิชย์

3. สมาชิกสมทบ – บุคคลธรรมดา มีเอกสารประกอบการสมัคร ดังนี้

- สำเนาหนังสือรับรองการมีผลงานทางวิชาการหรือเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรม
- สำเนาทะเบียนบ้าน
- สำเนาบัตรประชาชน

วิธีการชำระเงิน สามารถชำระเป็นเงินสด หรือเช็คสั่งจ่าย “สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย” หรือ โอนเข้าบัญชีสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประเภทบัญชีออมทรัพย์ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาคลองเตย เลขที่บัญชี 009-1-70874-5

อัตราค่าลงทะเบียนและค่าบำรุงสมาชิก

ประเภทสมาชิก	ค่าลงทะเบียน (แรกเข้า)	ค่าบำรุง/ ปี (บาท)	กรณีสมัครเป็นสมาชิกระหว่างปี ในช่วง			
			(ม.ค.-มี.ค.)	(เม.ย.-มิ.ย.)	(ก.ค.-ก.ย.)	(ต.ค.-ธ.ค.)
1. สามัญ-รง. (สน.) คิดค่าบำรุงตามยอดรายรับ (ก่อนหักค่าใช้จ่าย)						
- ไม่เกิน 50 ล้านบาท/ปี	2,000.-	1,000.-	1,000.-	750.-	500.-	250.-
- เกินกว่า 50 ถึง 100 ล้านบาท/ปี	2,000.-	2,400.-	2,400.-	1,800.-	1,200.-	600.-
- เกินกว่า 100 ถึง 200 ล้านบาท/ปี	2,000.-	4,800.-	4,800.-	3,600.-	2,400.-	1,200.-
- เกินกว่า 200 ถึง 500 ล้านบาท/ปี	2,000.-	6,000.-	6,000.-	4,500.-	3,000.-	1,500.-
- เกินกว่า 500 ถึง 1,000 ล้านบาท/ปี	2,000.-	8,000.-	8,000.-	6,000.-	4,000.-	2,000.-
- เกินกว่า 1,000 ถึง 1,500 ล้านบาท/ปี	2,000.-	10,000.-	10,000.-	7,500.-	5,000.-	2,500.-
- เกินกว่า 1,500 ถึง 2,000 ล้านบาท/ปี	2,000.-	15,000.-	15,000.-	11,250.-	7,500.-	3,750.-
- เกินกว่า 2,000 ล้านบาท/ปี	2,000.-	20,000.-	20,000.-	15,000.-	10,000.-	5,000.-
2. สามัญ-สมาคมการค้า (สส.)						
- สมาชิกไม่เกิน 50 ราย	2,000.-	50,000.-	50,000.-	37,500.-	25,000.-	12,500.-
- มีสมาชิกเกิน 50 ราย	2,000.-	100,000.-	100,000.-	75,000.-	50,000.-	25,000.-
- มีสมาชิก ส.อ.ท. เป็นสมาชิก สมาคม ไม่น้อยกว่า 20 ราย	2,000.-	10,000.-	10,000.-	7,500.-	5,000.-	2,500.-
3. สมทบ-นิติบุคคล (ทน.)	2,000.-	2,400.-	2,400.-	1,800.-	1,200.-	600.-
4. สมทบ-บุคคลธรรมดา (ทบ.)	300.-	600.-	600.-	450.-	300.-	150.-

ภาพที่ 4.3 อัตราค่าลงทะเบียนและค่าบำรุงสมาชิกของ ส.อ.ท.

อัตราค่าลงทะเบียนแรกเข้า และค่าบำรุงกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	ค่าลงทะเบียนแรกเข้า	ค่าบำรุง / ปี			
		สน.	ทน.	ทบ.	สส.
1 ก๊าซ	-	4,000	2,000	2,000	-
2 การจัดการของเสียและวัสดุเหลือใช้	-	2,000	2,000	2,000	-
3 การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์กระดาษ - รายรับไม่เกิน 25 ล้านบาท/ปี - รายรับเกิน 25 ล้านบาท / ปี	-	1,000 2,000	1,000	1,000	-
4 แกรนิตและหินอ่อน	-	2,500	2,500	2,500	-
5 แก้วและกระจก	-	1,000	1,000	1,000	1,000
6 เคมี	-	4,000	4,000	4,000	-
7 เครื่องจักรกลการเกษตร	-	2,000	2,000	2,000	-
8 เครื่องจักรกลและโลหะการ	-	2,000	2,000	2,000	-
9 เครื่องนุ่งห่ม	500	500	500	500	-
10 เครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น	-	3,000	2,000	1,000	-
11 ชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์	-	2,000	2,000	-	-
12 ซอฟต์แวร์	-	2,000	2,000	2,000	2,000
13 เซรามิก	-	3,000	3,000	3,000	-
14 เทคโนโลยีชีวภาพ	-	2,000	2,000	2,000	
15 น้ำตาล	-	4,000	4,000	4,000	-
16 ปีโตรเคมี - รายรับไม่เกิน 5,000 ล้านบาท - รายรับเกิน 5,000 - 10,000 ล้านบาท - รายรับเกิน 10,000 ล้านบาท	- - -	20,000 50,000 80,000	10,000 25,000 40,000	- - -	80,000 80,000 80,000
17 ปูนซีเมนต์	-	-	-	-	-
18 ผลิตภัณฑ์ยาง	-	3,000	3,000	3,000	-
19 ผู้ผลิตไฟฟ้า	10,000	20,000	20,000	20,000	20,000
20 พลังงานทดแทน	-	5,000	5,000	5,000	5,000
21 พลาสติก	-	2,000	2,000	2,000	-
22 เฟอร์นิเจอร์	-	1,000	1,000	1,000	-
23 ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	-	4,000	4,000	4,000	4,000
24 ไม้อัด ไม้บางและวัสดุแผ่น	-	4,000	4,000	4,000	-
25 ยา	-	1,000	1,000	1,000	-
26 ยานยนต์ - รายรับไม่เกิน 1,000 ล้านบาท - รายรับเกิน 1,000 - 5,000 ล้านบาท - รายรับเกิน 5,000 -10,000 ล้านบาท - รายรับเกิน 10,000 ล้านบาท	- - - -	10,000 25,000 40,000 65,000	7,500 18,750 30,000 48,750	- - - -	- - - -
27 เยื่อและกระดาษ	-	2,000	2,000	-	-

ภาพที่ 4.4 อัตราค่าบำรุงกลุ่มอุตสาหกรรม

28 รองเท้า	-	2,000	2,000	2,000	-
29 โรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม	-	50,000	50,000	50,000	-
30 โรงเลื่อยและโรงอบไม้	-	3,000	3,000	3,000	5,000
31 สิ่งทอ	1,000	2,000	2,000	2,000	-
32 สมุนไพร	-	2,000	1,000	500	4,000
33 หนังและผลิตภัณฑ์หนัง	-	1,000	1,000	1,000	-
34 หลักราชและอุปกรณ์	-		1,200		20,000
- รายรับไม่เกิน 100 ล้านบาท/ปี		2,400			
- รายรับเกิน 100 ล้านบาท / ปี		4,800			
35 หัตถอุตสาหกรรม	-	2,000	1,000	500	-
36 เหล็ก	-	4,000	4,000	4,000	-
37 อลูมิเนียม	-	5,000	5,000	5,000	-
38 อัญมณีและเครื่องประดับ	-	4,000	4,000	4,000	4,000
39 อาหาร	-	4,000	4,000	4,000	4,000

หมายเหตุ อัตรานี้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

updated 03/51

ภาพที่ 4.5 อัตราค่าบำรุงกลุ่มอุตสาหกรรม

การสมัครสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา



ภาพที่ 4.6 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

จากภาพที่ 4.6 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา สามารถอธิบายขั้นตอนการสมัครสมาชิก ได้ดังนี้

1. เข้ามาติดต่อที่สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาเพื่อขอรับใบสมัครสมาชิก หรือติดต่อเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง โทร 044-267117-8
2. หลังจากได้รับใบสมัคร ต้องกรอกข้อมูลให้ครบถ้วน พร้อมแนบเอกสารที่เกี่ยวข้อง
3. เจ้าหน้าที่ตรวจสอบเอกสารว่ามีความถูกต้องครบถ้วน จะทำการออกใบเรียกเก็บค่าบำรุงสมาชิก
4. ผู้สมัครทำการชำระเงิน โดยชำระได้ที่ ธนาคารกรุงเทพ บัญชีกระแสรายวัน เลขที่บัญชี 489-3-01364-1 การสมัครถือเป็นการเสร็จสิ้น

โดยค่าบำรุงสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา มีอัตราค่าบำรุง ดังภาพที่ 4.7

อัตราค่าลงทะเบียนแรกเข้า และค่าบำรุงสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัด

ที่	สภาอุตสาหกรรมจังหวัด	ค่าลงทะเบียนแรกเข้า				ค่าบำรุง / ปี			
		สน.	สส.	ทน.	ทบ.	สน.	สส.	ทน.	ทบ.
1	กระบี่	-	-	1,000	-	2,000	-	2,000	500
2	กาญจนบุรี	2,000	-	2,000	2,000	2,000	-	2,000	2,000
3	กำแพงเพชร	-	-	-	-	1,000	-	1,000	1,000
4	ขอนแก่น	-	-	-	-	2,000	-	800	600
5	จันทบุรี	1,000	-	500	-	1,000	-	500	-
6	ฉะเชิงเทรา	-	-	-	-	2,000	-	2,000	2,000
7	ชลบุรี	-	-	-	-	2,000	-	1,000	600
8	ชัยภูมิ	-	-	-	-	1,000	-	500	-
9	ชุมพร	-	-	-	-	1,000	-	1,000	1,000
10	เชียงราย	500	-	300	300	1,000	-	500	500
11	เชียงใหม่	-	-	-	-	1,000	-	1,000	1,000
12	ตรัง	1,000	-	1,000	1,000	1,000	-	1,000	1,000
13	ตาก	-	-	-	-	2,000	-	1,000	500
14	ตราด	-	-	-	-	1,000	-	1,000	1,000
15	น่าน	1,000	-	1,000	500	1,000	-	1,000	500
16	นครปฐม	-	-	-	-	1,000	-	1,000	1,000
17	นครราชสีมา	-	-	-	-	1,000	-	400	200
18	นครศรีธรรมราช	-	-	-	-	1,000	-	1,000	1,000
19	นครสวรรค์	-	-	-	-	500	-	500	500
20	นนทบุรี	-	-	-	-	1,000	-	500	500
21	นราธิวาส	-	-	-	-	1,200	-	600	600
22	บุรีรัมย์	500	-	500	500	500	-	500	500
23	ปทุมธานี	1,000	-	1,000	500	1,000	-	1,000	500
24	ประจวบคีรีขันธ์	-	-	-	-	1,000	-	1,000	-
25	ปราจีนบุรี	-	-	-	-	2,000	-	1,000	300
26	ปัตตานี	-	-	2,000	300	2,000	-	1,000	1,000
27	พะเยา	-	-	-	-	1,200	-	1,200	1,200
28	พระนครศรีอยุธยา	-	-	-	-	1,500	-	1,000	600
29	พิจิตร	-	-	-	-	100	-	500	500
30	พิษณุโลก	-	-	-	-	1,000	-	1,000	-
31	เพชรบุรี	-	-	-	-	1,000	-	800	800
32	เพชรบูรณ์	-	-	-	-	500	-	300	200
33	แพร่	-	-	-	-	1,000	-	-	600
34	ภูเก็ต	500	-	200	-	2,000	-	1,000	-
35	ยะลา	2,000	-	1,000	1,000	3,000	-	1,000	1,000

ภาพที่ 4.7 อัตราค่าบำรุงสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ลำดับที่ 17

เอกสารประกอบการสมัคร	
<p>1. ประเภทสามัญ</p> <p>1.1 สามัญ-โรงงาน</p> <p><input type="checkbox"/> 1. สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกระทรวงพาณิชย์</p> <p><input type="checkbox"/> 2. สำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน</p> <p><input type="checkbox"/> 3. สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (แบบ ภ.พ.20)</p> <p><input type="checkbox"/> 4. งบกำไรขาดทุนย้อนหลัง 2 ปี</p> <p>1.2 สามัญ-สมาคมการค้า</p> <p><input type="checkbox"/> 1. สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นสมาคมการค้า</p> <p><input type="checkbox"/> 2. รายชื่อสมาชิกสมาคม</p> <p><input type="checkbox"/> 3. สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (แบบ ภ.พ.20)</p>	<p>2. ประเภทสมทบ</p> <p>2.1 สมทบ-นิติบุคคล</p> <p><input type="checkbox"/> 1. สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกระทรวงพาณิชย์</p> <p><input type="checkbox"/> 2. สำเนาใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (แบบ ภ.พ.20)</p> <p>2.2 สมทบ-บุคคลธรรมดา</p> <p><input type="checkbox"/> 1. สำเนาหนังสือรับรองการมีผลงานทางวิชาการหรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม</p> <p><input type="checkbox"/> 2. สำเนาทะเบียนบ้าน</p> <p><input type="checkbox"/> 3. สำเนาบัตรประชาชน</p>
<p>วิธีการชำระค่าสมาชิก / Payment Method</p> <p><input type="checkbox"/> เงินสด / Cash</p> <p><input type="checkbox"/> เช็คสั่งจ่าย "สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย" / Cheque Enclosed Payable to "The Federation of Thai Industries"</p> <p><input type="checkbox"/> โอนเงินเข้าบัญชีสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประเภทออมทรัพย์ ธนาคารกรุงไทย สาขาศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เลขที่บัญชี 009-1-70874-5</p> <p><input type="checkbox"/> ชำระเงินโดยใช่ใบ Pay-In-Slip ผ่านธนาคาร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) - ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) - ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) - ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) - ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 	
<p>ผู้แนะนำ</p> <p><input type="checkbox"/> กลุ่มอุตสาหกรรม.....</p> <p><input type="checkbox"/> สภาอุตสาหกรรมจังหวัด.....</p> <p><input type="checkbox"/> ฝ่าย / สถาบัน ของ ส.อ.ท.....</p>	
<p>ผู้รับรอง (สำหรับสภาอุตสาหกรรมฯ)</p> <p>ข้าพเจ้า ได้พิจารณาข้อความในใบสมัครแล้วครบถ้วน และขอรับรองว่าผู้สมัครรายนี้มีคุณสมบัติครบถ้วนในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกตามระเบียบ และข้อบังคับของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ทุกประการ</p> <p style="text-align: right;">ลงชื่อ</p> <p style="text-align: center;">(_____)</p> <p style="text-align: right;">นายทะเบียน</p>	
<p>สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย</p> <p>ชั้น 8 อาคารปฏิบัติการเทคโนโลยีเชิงสร้างสรรค์ เลขที่ 2 ถนนนางลิ้นจี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120</p> <p>โทร 0-2345-1027, 0-2345-1030, 0-2345-1209 โทรสาร 0-2345-1296-9</p> <p>Email : ftimember1030@gmail.com ; worapanw@fti.or.th ; sirirata@fti.or.th ; somruks@fti.or.th</p>	
<p>ใบสมัครสมาชิก F-GN-121 เริ่มใช้วันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 แก้ไขครั้งที่ 9</p>	

ภาพที่ 4.9 ใบสมัครสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและใบสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

4.3 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรม



สภาอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทย

สิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิกสภาอุตสาหกรรม (F.T.I. MEMBER PRIVILEGES)

- 1

ให้คำแนะนำปรึกษาด้าน IT สำหรับสมาชิก
- 2

การเสนอปัญหาร้องเรียนจากการประกอบอุตสาหกรรมพร้อมข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข
- 3

บริการออกหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า E- C/O เพื่อแสดงแหล่งกำเนิดสินค้าจากไทยในการส่งออกในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีความสะดวกกว่า รวดเร็วกว่า และค่าใช้จ่ายถูกลงกว่า
- 4

บัตรเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยว คือ VISA เข้าเมืองประเทศธุรกิจ (Multiple entry) มีอายุการใช้งาน 5 ปี ไปจำกัดจำนวนครั้งที่เข้าโดยผู้ถือบัตรไม่ต้องขอวีซ่าก่อนเข้าเมือง 19 ประเทศ และมีช่อง Fast-track lanes สามารถใช้ได้ 21 ประเทศ
- 5

สิทธิในการถือบัตร BM VIP CARD จากหน่วยงานจับคู่ธุรกิจ
- 6

การให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะแก่รัฐบาลเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมบ้านสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- 7

ให้บริการออกหนังสือรับรองฐานะการเงินเพื่อการขอรับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีจากหน่วยงานราชการต่างๆ
- 8

การตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติก เพื่อขอรับสิทธิประโยชน์กเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบตามอัตรา 36 (1) และ (2) จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
- 9

ได้รับเอกสารเวียนแบบเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอุตสาหกรรม
- 10

การเข้าร่วมอบรม สัมมนา งานทั้งในและต่างประเทศ และเข้าร่วมโครงการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งที่เป็นกิจกรรม / โครงการของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสถาบันต่างๆ ที่อยู่ภายใต้การบริหารของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พร้อมส่วนลดพิเศษ
- 11

ได้รับคำนิยามสมาชิก พร้อม CD ROM จำนวน 1 ชุด (เฉพาะสมาชิกสามัญ)
- 12

สิทธิในการเข้าร่วมโครงการ E-Business ฟรี (<http://ftiebusiness.com>)
- 13

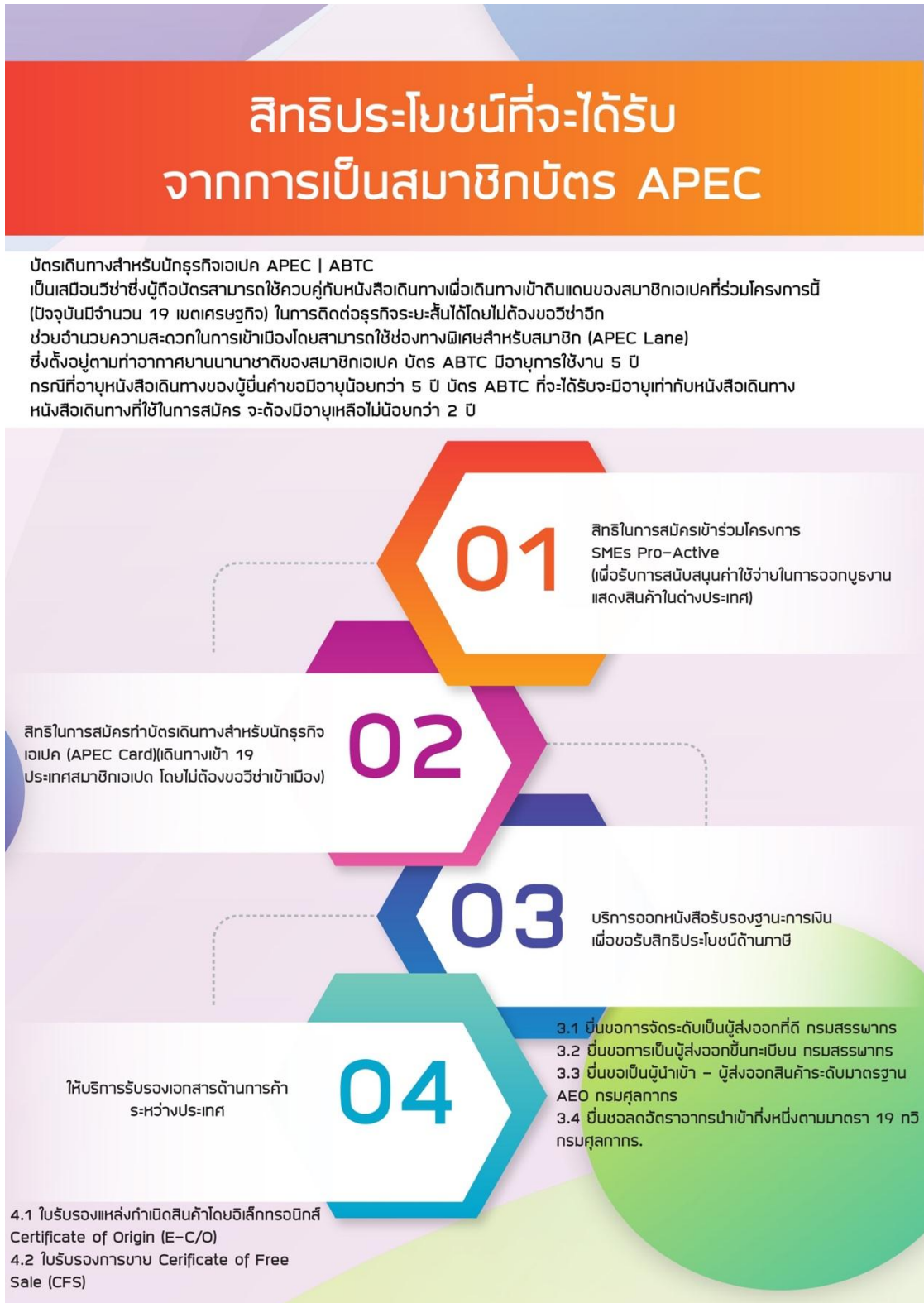
สิทธิในการเข้าร่วม โครงการพัฒนาผู้บริหาร FTI Business Administration-FIBA หน่วยงานจับคู่ธุรกิจ

ภาพที่ 4.10 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรม

จากภาพที่ 4.10 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับการเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมสามารถอธิบาย ได้ดังนี้

1. ให้คำแนะนำปรึกษาด้าน IT สำหรับสมาชิก
2. การเสนอปัญหาร้องเรียนจากการประกอบอุตสาหกรรม พร้อมข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข
3. บริการออกหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า E- C/O เพื่อแสดงแหล่งกำเนิดสินค้าจากไทยในการส่งออก ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีความสะดวกกว่า รวดเร็วกว่า และค่าใช้จ่ายถูกกว่า
4. บัตรเดินทางสำหรับนักธุรกิจเอเปค คือ VISA เข้าเมืองประเภทธุรกิจ (Multiple entry) มีอายุการใช้งาน 5 ปี ไม่จำกัดจำนวนครั้งที่เข้าโดยผู้ถือบัตรไม่ต้องขอวีซ่าก่อนเข้าเมือง 19 ประเทศ และมีช่อง Fast-track lanes สามารถใช้ได้ 21 ประเทศ
5. สิทธิในการถือบัตร BM VIP CARD จากหน่วยงานจับคู่ธุรกิจ
6. การให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะแก่รัฐบาล เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ผ่านสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
7. ให้บริการออกหนังสือรับรองฐานะการเงิน เพื่อการขอรับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีจากหน่วยงานราชการต่าง ๆ
8. การตรวจสอบและรับรองสูตรการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติก เพื่อขอรับสิทธิประโยชน์ยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบตามมาตรา 36 (1) และ (2) จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
9. ได้รับเอกสารเวียนเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอุตสาหกรรม
10. การเข้าร่วมอบรม สัมมนา ดูงานทั้งในและต่างประเทศ และเข้าร่วมโครงการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา อุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นกิจกรรม / โครงการของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสถาบันต่าง ๆ ที่อยู่ภายใต้การบริหารของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พร้อมส่วนลดพิเศษ
11. ได้รับทำเนียบสมาชิก พร้อม CD ROM จำนวน 1 ชุด (เฉพาะสมาชิกสามัญ)
12. สิทธิในการเข้าร่วมโครงการ E-Business ฟรี (<http://ftiebusiness.com>)
13. สิทธิในการเข้าร่วม โครงการพัฒนาผู้บริหาร FTI Business Administration-FIBA หน่วยงานจับคู่ธุรกิจ

4.4 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกบัตร APEC



ภาพที่ 4.11 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกบัตร APEC

จากภาพที่ 4.11 สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกบัตร APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) สามารถนำมาอธิบาย ได้ดังนี้

บัตรเดินทางสำหรับนักธุรกิจ APEC (ABTC)

นักธุรกิจไทยสามารถยื่นคำร้องขอมีบัตรเดินทางสำหรับนักธุรกิจเอเปค (ABTC) ซึ่งเป็นโครงการในกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเอเชีย – แปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation หรือ APEC) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางติดต่อระหว่างนักธุรกิจของสมาชิกเอเปค บัตร ABTC เป็นเสมือนวีซ่า มีอายุการใช้งาน 5 ปี โดยผู้ถือบัตร ABTC สามารถใช้ควบคู่กับหนังสือเดินทางเพื่อเดินทางเข้าเขตเศรษฐกิจอื่นที่เข้าร่วมโครงการบัตรเดินทางสำหรับนักธุรกิจเอเปคได้ (แทน business visa) ในปัจจุบันสมาชิกเอเปคที่ได้เข้าร่วมโครงการฯ มีจำนวน 19 เขตเศรษฐกิจ (จากจำนวนทั้งหมด 21 เขตเศรษฐกิจ) ได้แก่ ออสเตรเลีย บรูไน ชิลี จีน ฮองกง อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย เม็กซิโก นิวซีแลนด์ เปรู ฟิลิปปินส์ ปาปัวนิวกินี รัสเซียสิงคโปร์ ไทย ไต้หวัน และเวียดนาม โดยสหรัฐอเมริกาและแคนาดาได้เข้าร่วมโครงการฯ เป็นสมาชิกชั่วคราว ซึ่งในขั้นนี้ผู้ถือบัตร ABTC ยังต้องขอวีซ่าเข้าสหรัฐ ฯ และแคนาดา

นักธุรกิจไทยผู้ถือบัตร ABTC ที่จะเดินทางไปติดต่อธุรกิจระยะสั้นสามารถเดินทางเข้าดินแดนของสมาชิกที่ร่วมในโครงการฯ ที่มีชื่อปรากฏอยู่บนด้านหลังของบัตร ABTC โดยไม่ต้องขอวีซ่า และผู้ถือบัตร ABTC ได้รับอนุญาตให้ใช้ช่องทางพิเศษสำหรับสมาชิกเอเปค (APEC Lane) ที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองที่ทำอากาศยานนานาชาติของสมาชิกเอเปค

APEC Business Travel Card (ABTC) บัตรเดินทางสำหรับนักธุรกิจเอเปค เป็นเสมือนวีซ่า ซึ่งผู้ถือบัตรสามารถใช้ควบคู่กับหนังสือเดินทางเพื่อเดินทางเข้าดินแดนของสมาชิกเอเปคที่ร่วมโครงการนี้ ในการติดต่อธุรกิจระยะสั้นได้โดยไม่ต้องขอวีซ่าอีก ช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองโดยสามารถใช้ช่องทางพิเศษสำหรับสมาชิกเอเปค (APEC Lane) ซึ่งตั้งอยู่ตามท่าอากาศยานนานาชาติของสมาชิกเอเปค บัตร ABTC มีอายุการใช้งาน 5 ปี กรณีที่อายุหนังสือเดินทางของผู้ยื่นคำขอมีอายุน้อยกว่า 5 ปี บัตร ABTC ที่จะได้รับจะมีอายุเท่ากับหนังสือเดินทาง *** หนังสือเดินทางที่ใช้ในการสมัคร จะต้องมียุอายุเหลือไม่น้อยกว่า 6 เดือน

คุณสมบัติผู้สมัคร:

วิธีการสมัครบัตร ABTC

ผู้ที่ทำการสมัครบัตร ABTC จะต้องเป็นผู้ที่อยู่ในบริษัทที่เป็นสมาชิกของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง ได้แก่: สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือ สมาคมธนาคารไทย เว็บไซต์สมัครบัตร <https://abtc-jscib.org/login-page.html>

การสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์เพื่อเข้าใช้งานระบบ:

หนึ่งบริษัทสามารถมีตัวแทนสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ได้ 5 คน โดยตัวแทนแต่ละคนสามารถทำการสมัคร ให้กับพนักงานในบริษัทได้ไม่จำกัดจำนวน และตัวแทน 1 คน สามารถสังกัดได้เพียง 2 บริษัทเท่านั้น ตัวแทนจะเป็นผู้ทำการล็อกอินเข้าสู่ระบบ และดำเนินการกรอกรายละเอียดให้กับผู้สมัคร/ผู้ยื่นคำขอ รวมทั้ง อัปเดตเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร/ยื่นคำขอต่าง ๆ เมื่อทำการสมัคร/ยื่นคำขอแล้วเสร็จ ระบบจะทำการส่งอีเมลเพื่อแจ้งให้ทราบว่า ระบบได้ทำการบันทึกใบสมัคร/คำขอไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ตัวแทนสามารถติดตามผลการสมัครได้ทางเว็บไซต์ ทั้งนี้ หากผู้ที่เกี่ยวข้องต้องการ ขอเอกสารเพิ่มเติมหรือข้อมูลอื่นใด อาจทำการติดต่อทางโทรศัพท์หรืออีเมลที่ได้แจ้งไว้ในระบบ

การชำระเงิน :

เมื่อกรอกข้อมูลแล้วเสร็จ ระบบจะพาไปยังหน้าพิมพ์เอกสารประกอบการชำระเงิน เมื่อชำระเงินเรียบร้อยแล้ว กรุณาอัปเดตหลักฐานการชำระเงินเข้าสู่ระบบ เมื่อดำเนินการทุกขั้นตอนแล้วเสร็จ หลังจากที่ เจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบเอกสารต่าง ๆเรียบร้อยแล้ว จะมีอีเมลแจ้งผลการอนุมัติ ผู้ที่ผ่านการอนุมัติจะได้รับการติดต่อจากเจ้าหน้าที่เพื่อไปรับบัตร ณ คณะกรรมการ ร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร) ทั้งนี้ ผู้สมัครต้องเป็นสมาชิกและยังคงความเป็นสมาชิกภาพ หากขาดการเป็นสมาชิกภาพใบสมัครของท่านจะถูกปฏิเสธ และเสียค่าดำเนินการ 1,500 บาท

เอกสารประกอบการสมัคร

1. ผู้ยื่นคำขอต้องกรอกข้อมูลให้ถูกต้องครบถ้วน ทั้งนี้ผู้สมัครต้องเป็นสมาชิกและยังคงความเป็นสมาชิกภาพ หากขาดการเป็นสมาชิกภาพใบสมัครของท่านจะถูกปฏิเสธและเสียค่าดำเนินการ 1500 บาท

2. ไฟล์หนังสือเดินทางฉบับปัจจุบัน และฉบับอื่น ๆ ที่ใช้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเป็น (PDF) ไฟล์สำเนาหนังสือเดินทางไทยฉบับปัจจุบัน เพื่อแสดงหน้าที่มีการตรวจลงตราการเดินทางไปยังกลุ่มประเทศสมาชิก (หน้าที่มีประวัติวีซ่าทั้งหมด) กรณีที่อายุหนังสือเดินทางของผู้ยื่นคำขอมีอายุน้อยกว่า 5 ปี บัตร ABTC ที่จะได้รับจะมีอายุน้อยกว่า 5 ปี คือบัตร ABTC จะมีอายุเท่ากับหนังสือเดินทางที่เหลือ หากภายหลังผู้ถือบัตรไปทำหนังสือเดินทางเล่มใหม่ และมาแจ้งทำบัตร (กรณีเปลี่ยนหนังสือเดินทางผ่านระบบ ABTC elodgment) จึงจะได้รับการเพิ่มอายุการใช้งานของบัตรในส่วนที่ได้ไม่ครบ 5 ปีในครั้งแรก

3. ไฟล์ลายเซ็น (JPG) ลายเซ็นต้องเหมือนกับที่ปรากฏในหนังสือเดินทางเล่มปัจจุบัน โดยลายเซ็นเป็นสีดำ และพื้นหลังเป็นสีขาว ขนาดลายเซ็นขั้นต่ำ 50 x 50 Pixels และสูงสุดไม่เกิน 600 x 300 Pixels ขนาดไฟล์ไม่เกิน 1 MB

4. ไฟล์รูปถ่าย รูปสี่ ถ่ายปัจจุบัน มีอายุไม่เกิน 3 เดือน ฉากหลังต้องเป็นสีขาวเท่านั้น การแต่งกาย แต่งกายสุภาพ ไม่ควรใส่เสื้อยืตและไม่ควรใส่เสื้อสีขาว เป็นรูปถ่ายที่ชัดเจน ห้ามใช้รูปถ่ายสติ๊กเกอร์และห้ามรีทัชภาพ ลักษณะรูปเป็นแบบเดียวกับรูปถ่ายในหนังสือเดินทาง ขนาดรูปถ่ายขั้นต่ำ 50 x 50 Pixels และสูงสุดไม่เกิน 600 x 800 Pixels ขนาดไฟล์ไม่เกิน 1 MB

5. หนังสือรับรองการทำงานที่มีรายละเอียดตำแหน่ง เงินเดือน และเวลาเริ่มต้นการทำงานกับบริษัทหรือองค์กร ไฟล์สำเนาหนังสือรับรองการทำงานที่มีรายละเอียดตำแหน่ง เงินเดือน และเวลาเริ่มต้นการทำงานกับบริษัทหรือองค์กร โดยระบุวัตถุประสงค์เพื่อการสมัครบัตร APEC Business Travel Card ของหน่วยงานนั้น ๆ

- สำหรับผู้สมัครที่มีชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท สามารถใช้สำเนาบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นแทนได้

- สำหรับผู้สมัครที่มีชื่อเป็นกรรมการของบริษัท สามารถใช้สำเนาหนังสือรับรองบริษัทผู้ (สมัครทุกคนต้องอัปโหลดไฟล์นี้) แทนได้

6. Financial Certificate ใบแจ้งยอดรายการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของผู้สมัครย้อนหลัง 6 เดือน ต้องผ่านการรับรองจากธนาคาร

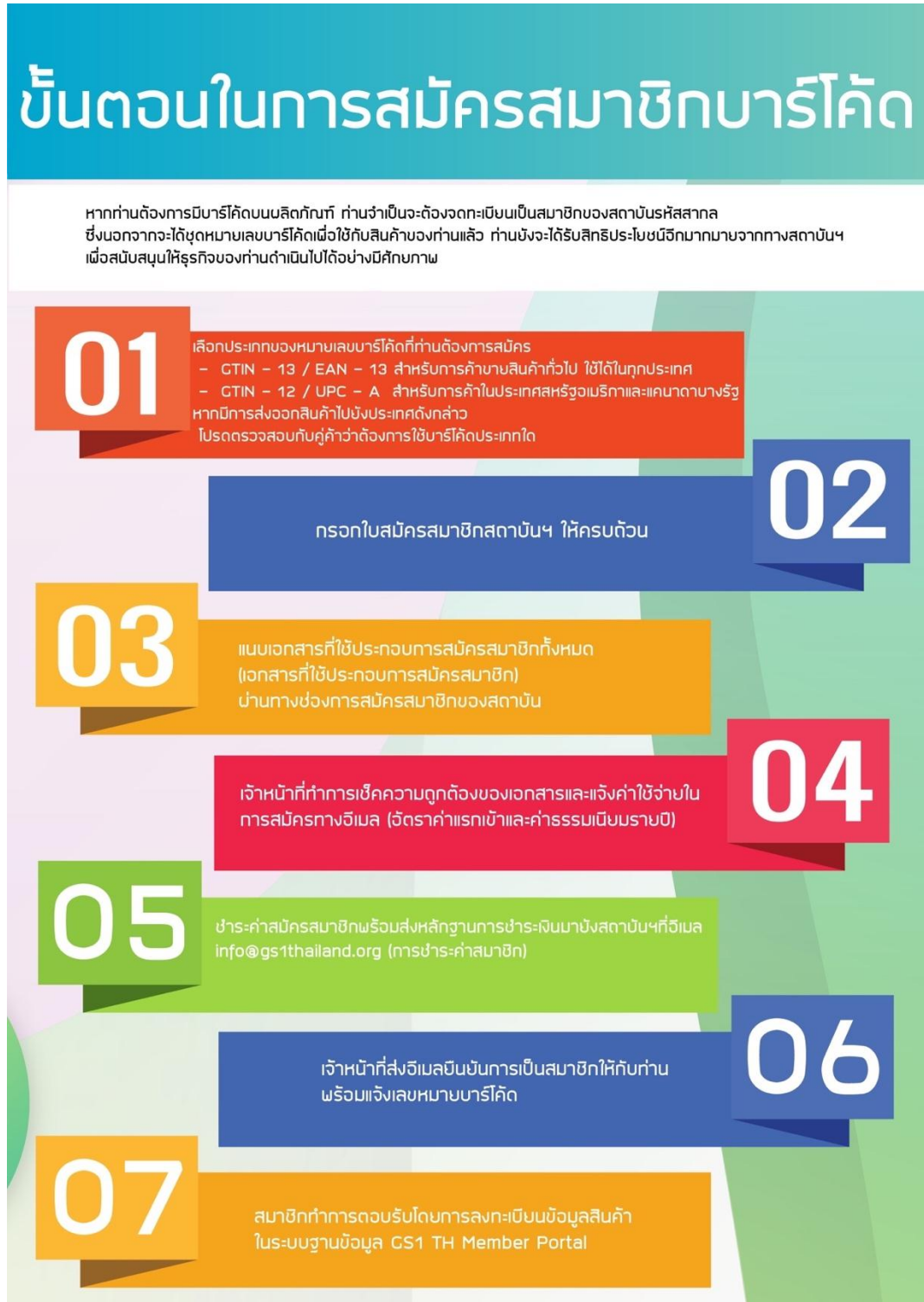
7. หนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่าย
8. ไฟล์รูปบัตร ABTC ใบเก่า (กรณีที่เคยมีบัตรแล้ว)
9. ค่าธรรมเนียมการสมัคร 8,500 บาท

*เอกสารต่าง ๆ ให้สแกนเป็นไฟล์สี เอกสารที่ออกโดยบริษัทจะต้องประทับตรารับรองสำเนาทุกหน้า

สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับการเป็นสมาชิกบัตร APEC

1. สิทธิในการสมัครเข้าร่วมโครงการ SMEs Pro-Active (เพื่อรับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการออกบูธงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ)
2. สิทธิในการสมัครทำบัตรเดินทางสำหรับนักธุรกิจเอเปค (APEC Card) (เดินทางเข้า 19 ประเทศสมาชิกเอเปค โดยไม่ต้องขอวีซ่าเข้าเมือง)
3. บริการออกหนังสือรับรองฐานะการเงิน เพื่อขอรับสิทธิประโยชน์ด้านภาษี
 - 3.1 ยื่นขอการจัดระดับเป็นผู้ส่งออกที่ดี กรมสรรพากร
 - 3.2 ยื่นขอการเป็นผู้ส่งออกขึ้นทะเบียน กรมสรรพากร
 - 3.3 ยื่นขอเป็นผู้นำเข้า - ผู้ส่งออกสินค้าระดับมาตรฐาน AEO กรมศุลกากร
 - 3.4 ยื่นขอลดอัตราอากรนำเข้ากึ่งหนึ่งตามมาตรา 19 ทวิ กรมศุลกากร
4. ให้บริการรับรองเอกสารด้านการค้าระหว่างประเทศ
 - 4.1 ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าโดยอิเล็กทรอนิกส์ Certificate of Origin (E-C/O)
 - 4.2 ใบรับรองการขาย Certificate of Free Sale (CFS)

4.5 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (GS1 THAILAND)



ภาพที่ 4.12 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (GS1 THAILAND)

ความเป็นมาของสถาบันรหัสสากล

กว่า 40 ปีที่ผ่านมา เราได้เปิดสาขาในมากกว่า 100 ประเทศทั่วโลก และมีสมาชิกมากกว่า ล้านบริษัทที่ใช้มาตรฐานด้านซัพพลายเชนของเรา ทำให้การดำเนินธุรกิจง่ายมากขึ้น

ค.ศ. 1973: มาตรฐานบาร์โค้ดได้รับการยอมรับจากผู้นำด้านอุตสาหกรรมใน สหรัฐอเมริกา โดยเลือกให้เป็นมาตรฐานเพียงหนึ่งเดียวในการระบุขี้อผลิตภัณฑ์ หรือในปัจจุบันรู้จักกันในาม บาร์โค้ด GS1

ค.ศ. 1974: บาร์โค้ดชิ้นแรกได้ถูกสแกนเมื่อวันที่ 26 เมษายน โดยบาร์โค้ดชิ้นแรกได้ถูกพิมพ์ลงห่อหมากฝรั่งเพื่อใช้สแกนในร้านค้าแห่งหนึ่ง

ค.ศ. 1977: มาตรฐาน GS1 ได้เปิดตัวหน่วยงาน European Article Numbering (EAN) Association (ซึ่งในภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น GS1) โดยได้เปิดสำนักงานขึ้นที่กรุงบรัสเซลส์ สมาชิกผู้ก่อตั้งบริษัทได้ร่วมกันเปิดตัวระบบบ่งชี้ตัวตน (Identification System) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ธุรกิจในสายซัพพลายเชน

ค.ศ. 1983: บาร์โค้ดได้ถูกนำไปใช้กับการค้าส่ง จากการที่บาร์โค้ดได้พิสูจน์ว่ามีความน่าเชื่อถือและสามารถนำมาใช้ได้จริง จึงได้เริ่มนำบาร์โค้ดมาใช้บนกล่องลูกฟูกด้านนอก

ค.ศ. 1989: GS1 ก้าวไปไกลมากกว่าบาร์โค้ด ด้วยพื้นที่เครือข่ายที่กว้างขวางส่งผลกระทบต่อสายซัพพลายเชน เราจึงได้คิดค้นมาตรฐานสากลแรกขึ้นมาเพื่อใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange)

ค.ศ. 1990: ความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้น เมื่อสหรัฐอเมริกาได้ร่วมมืออย่างเป็นทางการกับ GS1 นานาชาติ ได้รวม GS1 ให้เป็นองค์กรเดียวและมีสาขาอยู่ใน 45 ประเทศ

ค.ศ. 1995: มาตรฐานสำหรับสุขภาพ (Healthcare) ได้ถูกสร้างขึ้น เราได้ขยายมาตรฐานของเราไปสู่ภาคการบริการด้านสุขภาพ โดยมีการทำงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานที่ดูแลและให้บริการด้านสุขภาพ

ค.ศ. 1999: การถือกำเนิดของ DataBar หลังจากมีการวิจัยและการออกแบบ GS1 DataBar ได้ถือกำเนิดขึ้น ซึ่งบรรจุข้อมูลได้มากกว่าบาร์โค้ด ในขณะที่ขนาดเล็กลง

ค.ศ. 2000: สาขาที่ 90 ในเวลาแค่ 10 ปี เราได้เพิ่มสาขาในต่างประเทศกว่าเท่าตัว

ค.ศ. 2002: เปิดตัวการประชุมมาตรฐานสากล มีการเปิดตัวกระบวนการจัดการมาตรฐานสากล ซึ่งการประชุมนี้ได้ให้สมาชิกของ GS1 เข้ามาพูดคุยเกี่ยวกับมาตรฐานได้

ค.ศ. 2004: มาตรฐานสำหรับ RFID ได้ถูกสร้างขึ้น มีการนำเอาชิพของ Radio Frequency Identification หรือ RFID มาใช้ประโยชน์มากขึ้นกว่าเดิม และมีการสร้างมาตรฐานสำหรับเพื่อการใช้งานและประยุกต์ใช้ RFID

ค.ศ. 2007: GS1 ได้เข้าสู่โลกของ B2C (Business to Consumer) จากการเติบโตของตลาดออนไลน์ e-commerce เราเริ่มสร้างสรรค์มาตรฐานที่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่สำคัญได้โดยตรง

ค.ศ. 2013: ครบรอบ 40 ปี ด้วยสำนักงานมากกว่า 100 สาขาในแต่ละประเทศ และสมาชิกมากกว่าล้านราย เราเฉลิมฉลองปีที่ 40 ของการเป็นภาษาสากลที่ใช้ในภาคธุรกิจ

สถาบันรหัสสากล หรือ GS1 Thailand ให้บริการระบบมาตรฐานสากล GS1 (GS1 System of Standards) แก่สมาชิกในประเทศไทย โดยส่งเสริมการนำมาตรฐานสากลไปใช้ในภาคอุตสาหกรรม ดูแลระบบมาตรฐานสากล GS1 แนะนำและให้ความรู้เพื่อการศึกษา และเชื่อมโยงกับสมาชิกผ่านกิจกรรมและช่องทางต่าง ๆ

- เป็นนายทะเบียนกำหนดเลขหมายบาร์โค้ดมาตรฐาน GS1 แก่สมาชิก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสมาชิกจะได้รับหมายเลขประจำตัวสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ และสามารถนำไปใช้ได้ทั่วโลก
- ส่งเสริมการนำบาร์โค้ดมาตรฐานสากล GS1 ไปใช้ปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินงานของธุรกิจให้ทันสมัย
- เป็นองค์กรกลางที่ไม่แสวงหาผลกำไร เราส่งเสริมให้เกิดความเป็นธรรมและความร่วมมือระหว่างคู่ค้า และให้ความเท่าเทียมในทุกภาคส่วน
- ช่วยให้องค์กรเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ ยั่งยืน และปลอดภัย และช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานและการดำเนินชีวิต
- มาตรฐานสากล GS1 ช่วยให้การระบุสิ่งต่าง ๆ บันทึกข้อมูล และแบ่งปันข้อมูล ขององค์กรได้อย่างราบรื่น สร้างภาษากลางที่เป็นระบบรากฐานให้ใช้งานได้ทั่วโลก

จากภาพที่ 4.12 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (GS1 THAILAND) สามารถนำมาเขียนอธิบาย ได้ดังนี้

การสมัครบาร์โค้ด การมีบาร์โค้ดบนผลิตภัณฑ์ จำเป็นจะต้องจดทะเบียนเป็นสมาชิกของสถาบันรหัสสากล ซึ่งนอกจากจะได้ชุดหมายเลขบาร์โค้ดเพื่อใช้กับสินค้าของท่านแล้ว ยังจะได้รับสิทธิประโยชน์อีกมากมายจากทางสถาบันฯ เพื่อสนับสนุนให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนในการสมัครสมาชิก

1. เลือกประเภทของหมายเลขบาร์โค้ดที่ท่านต้องการสมัคร
 - GTIN – 13 / EAN – 13 สำหรับการค้าขายสินค้าทั่วไป ใช้ได้ในทุกประเทศ
 - GTIN – 12 / UPC – A สำหรับการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดาบางรัฐ

หากมีการส่งออกสินค้าไปยังประเทศดังกล่าว โปรดตรวจสอบกับคู่ค้าว่าต้องการใช้บาร์โค้ดประเภทใด
2. กรอกใบสมัครสมาชิกสถาบันฯ ให้ครบถ้วน
3. แนบเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัครสมาชิกทั้งหมด (เอกสารที่ใช้ประกอบการสมัครสมาชิก) ผ่านทางช่องการสมัครสมาชิกของสถาบันดังนี้:
 - ยื่นด้วยตนเองที่สถาบัน (ที่อยู่ของสถาบัน)

- ยื่นเอกสารผ่านระบบออนไลน์
 - ยื่นเอกสารผ่านอีเมลของทางสถาบัน (info@gs1th.org)
 - ยื่นเอกสารผ่านไปรษณีย์มายังสถาบัน (ที่อยู่ของสถาบัน)
4. เจ้าหน้าที่ทำการเช็คความถูกต้องของเอกสารและแจ้งค่าใช้จ่ายในการสมัครทางอีเมล (อัตราค่าแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี)
 5. ชำระค่าสมัครสมาชิกพร้อมส่งหลักฐานการชำระเงินมายังสถาบันฯ ที่อีเมล info@gs1thailand.org (การชำระค่าสมาชิก)
 6. เจ้าหน้าที่ส่งอีเมลยืนยันการเป็นสมาชิกให้กับท่านพร้อมแจ้งเลขหมายบาร์โค้ด
 7. สมาชิกทำการตอบรับโดยการลงทะเบียนข้อมูลสินค้าในระบบฐานข้อมูล [GS1 TH Member Portal](#)

กรณีไม่สะดวกทำการสมัครผ่านระบบออนไลน์ สามารถเข้ามาติดต่อขอรับใบสมัครและยื่นเอกสารการสมัครได้ที่สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อเป็นสมาชิกสถาบันรหัสสากล

1. ได้รับการอนุมัติเลขหมายประจำตัวบริษัท (GLN) และหมายเลขที่นำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ (GTIN) โดยสมาชิกจะเป็นผู้กำหนดเลขหมายประจำตัวสินค้าให้กับสินค้าแต่ละชนิด
2. คู่มือการใช้บาร์โค้ดพร้อมตัวอย่างแนะนำการใช้สีและขนาดที่ถูกต้องของบาร์โค้ดจำนวน 1 ชุด ในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์
3. ผู้ที่สมัครสมาชิกสถาบันฯ ภายในปีแรก จะได้รับสิทธิ์เข้ารับการอบรมหลักสูตร มากกว่าสัญลักษณ์บาร์โค้ด คือการบริหารจัดการข้อมูลสินค้าที่ดียิ่งขึ้น – More Than A Barcode Is The Better Product Data Management (Certificate Program) และหลักสูตร Supply Chain ที่มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นด้วยมาตรฐานสากล GS1 – More Efficient Supply Chain with GS1 Standard (Certificate Program) ฟรี หลักสูตรละ 1 ครั้ง (ครั้งละ 2 ท่าน/บริษัท) และสำหรับสมาชิกที่มีอายุเกิน 1 ปี จะได้รับสิทธิ์การอบรมดังกล่าวในอัตราสมาชิก
4. เข้าร่วมอบรมสัมมนาในหัวข้อต่าง ๆ ที่สถาบันฯ จัดขึ้น ในอัตราสมาชิก
5. ได้รับสิทธิ์ส่งตรวจสอบคุณภาพบาร์โค้ด

ปัจจุบัน บาร์โค้ดที่สามารถเชื่อถือได้ 100% นับเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในระบบซัพพลายเชน บริษัทนับแสนทั่วโลกใช้มาตรฐานสากล GS1 ในการดำเนินธุรกิจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นั่นหมายความว่าหากบาร์โค้ดนั้นไม่สามารถแปลงเป็นตัวเลขได้อย่างถูกต้องหรือใช้เวลาในการสแกนนาน ความเสียหายไม่ได้เกิดขึ้นแค่ ณ จุดขาย หรือคลังสินค้าเท่านั้น ทุก ๆ ครั้งที่มีมนุษย์ต้องคีย์ข้อมูลเข้าระบบด้วยมือ นั้นมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดความผิดพลาดและความล่าช้า ข้อมูลยอดขายที่ไม่แม่นยำนั้นส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าเพิ่ม และความไม่แม่นยำในการรับ-ส่งสินค้าจากคลังสินค้านั้นหมายความว่าถึงสินค้านั้นหายไปจากซัพพลายเชน หรือพบว่าสินค้าอยู่ในที่ ๆ ไม่ควรอยู่ ปัญหาเหล่านี้

อาจจะดูเหมือนเล็กน้อย แต่หากมีการสะสมของปัญหาก็คะส่งผลกระทบต่ออย่างมาก

ดังนั้น ผู้ใช้งานบาร์โค้ดทั่วโลก ได้ร้องขอให้บาร์โค้ดที่อยู่บนสินค้ามีความถูกต้องตามมาตรฐานสากล GS1 จึงได้มีบริการตรวจสอบคุณภาพบาร์โค้ดเกิดขึ้นเพื่อเป็นการประเมินคุณภาพบาร์โค้ดที่เป็นกลางและสามารถช่วยให้การสแกนนั้นได้ผลดีขึ้นซึ่งเป็นการส่งเสริมความแม่นยำและมีประสิทธิภาพของการสแกนบาร์โค้ด

ขั้นตอนการนำบาร์โค้ดมาตรวจสอบคุณภาพ



ภาพที่ 4.13 ขั้นตอนการนำบาร์โค้ดมาตรวจสอบคุณภาพ

6. ใช้บริการขอหนังสือรับรองการเป็นสมาชิกสถาบันฯ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย
7. สมาชิกโครงสร้าง 9999 หมายเลขได้รับวารสาร GS1 Thailand Newsletter* (สมาชิกโครงสร้างอื่น ๆ สามารถอ่านออนไลน์ได้ที่ <https://www.gs1th.org/newsletter>)
8. ขอรับคำปรึกษาเกี่ยวกับระบบมาตรฐาน GS1 จากผู้เชี่ยวชาญของสถาบันฯ
9. ได้รับสิทธิ์เข้าร่วมงานประชุมใหญ่สามัญประจำปีของสถาบันฯ
10. ได้รับสิทธิ์เข้าใช้งานระบบ Member Portal เพื่อให้ผู้บริโภครสามารถตรวจสอบข้อมูลสินค้าผ่าน Application “Smartbar”
11. ได้รับสิทธิ์บันทึกข้อมูลบริษัทลงในฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกมาตรฐานสากล GS1 จากทั่วโลก (<http://gepir.gs1.org>)

เอกสารประกอบการสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล

แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. บุคคลธรรมดา / คณะบุคคล / ร้านค้า

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน
- สำเนาทะเบียนบ้าน
- สำเนาหนังสือรับรองการตั้งคณะบุคคลจากกระทรวงพาณิชย์ (กรณีเป็นคณะบุคคล)
- สำเนา ภงด. 90 91 94 เพื่อแสดงรายได้
- สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์ (กรณีเป็นร้านค้า)
- ใบสมัครสมาชิกสถาบัน ฯ
- รูปผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง หรือโบว์ชัวร์ หรือ รูปฉลากผลิตภัณฑ์
- ระเบียบข้อบังคับการเป็นสมาชิก ฯ ของสถาบัน

2. บริษัท / ห้างหุ้นส่วนจำกัด

- สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียน (ย้อนหลังไม่เกิน 3 เดือน)
- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน (ผู้มีอำนาจทำการ)
- สำเนาบัตรประจำตัวผู้เสียภาษี หรือ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภพ. 20 21 หรือ 09)
- สำเนางบกำไรขาดทุนปีล่าสุด
- ใบสมัครสมาชิกสถาบัน ฯ
- รูปผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง หรือโบว์ชัวร์ หรือ รูปฉลากผลิตภัณฑ์
- ระเบียบข้อบังคับการเป็นสมาชิก ฯ ของสถาบัน

3. กลุ่มแม่บ้าน / กลุ่มสตรี / กลุ่มชุมชน ฯ

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของประธานกลุ่ม
- สำเนาหนังสือรับรองการจัดตั้งกลุ่ม
- รายงานการประชุมจัดตั้งกลุ่ม

- เอกสารเสียภาษีกลุ่ม (ถ้ามี)
- สำเนาบัญชีแสดงรายได้ของกลุ่ม
- ใบสมัครสมาชิกสถาบัน ฯ
- รูปผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง หรือโบว์ชัวร์ หรือ รูปฉลากผลิตภัณฑ์
- ระเบียบข้อบังคับการเป็นสมาชิก ฯ ของสถาบัน

4. สหกรณ์ / สหกรณ์การค้า / สมาคม / มูลนิธิ

- เอกสารขึ้นทะเบียนสหกรณ์/สหกรณ์ร้านค้า/สมาคม/มูลนิธิ
- สำเนารายงานการประชุมจัดตั้งและวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง
- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของประธาน
- เอกสารการเสียภาษี
- สำเนางบกำไรขาดทุน
- ใบสมัครสมาชิกสถาบัน ฯ
- รูปผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง หรือโบว์ชัวร์ หรือ รูปฉลากผลิตภัณฑ์
- ระเบียบข้อบังคับการเป็นสมาชิก ฯ ของสถาบัน

อัตราค่าลงทะเบียนแรกเข้าและค่าสมาชิกรายปี

อัตราค่าลงทะเบียนแรกเข้าและค่าสมาชิกรายปีสำหรับผู้ประกอบการ SMEs			
รายรับที่ยังไม่หักค่าใช้จ่าย	ค่าแรกเข้า	อัตราค่าสมาชิก	จำนวนเลขหมาย
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	ไม่มี	1,500	9 เลขหมาย
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	ไม่มี	3,000	99 เลขหมาย
1 - 50 ล้านบาท	7,000	8,000	9,999 เลขหมาย
50 - 100 ล้านบาท	7,000	10,000	9,999 เลขหมาย
มากกว่า 100 ล้านบาท	7,000	12,000	9,999 เลขหมาย

ภาพที่ 4.14 อัตราค่าลงทะเบียนแรกเข้าและค่าสมาชิกรายปี

อัตราค่าลงทะเบียนแรกเข้าและค่าสมาชิกรายปี



ใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล / Application Form for GS1 Thailand Member

เลขหมาย GLN.....(สำหรับเจ้าหน้าที่ / Officer only)

วันที่ / Date..... เดือน / Month..... พ.ศ. / Year.....

สมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากลในนาม.....
Member Name.....

• ข้อมูลสถานที่ติดต่อ / Address

ที่อยู่สำนักงาน / Office Address

เลขที่..... หมู่..... ซอย..... อาคาร / หมู่บ้าน.....

No..... Moo..... Soi..... Building/Village.....

ถนน..... แขวง / ตำบล..... เขต / อำเภอ.....

Road..... Sub-district..... District.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์.....

Province..... Area code..... Telephone No.....

โทรสาร..... อีเมล..... เว็บไซต์.....

Fax No..... E-mail..... Web site.....

ที่อยู่เอกสาร / Tax Address ที่อยู่เดียวกันกับที่อยู่สำนักงาน / Same office Address

เลขที่..... หมู่..... ซอย..... อาคาร / หมู่บ้าน.....

No..... Moo..... Soi..... Building/Village.....

ถนน..... แขวง / ตำบล..... เขต / อำเภอ.....

Road..... Sub-district..... District.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์.....

Province..... Area code..... Telephone No.....

โทรสาร..... อีเมล.....

Fax No..... E-mail.....

ที่อยู่ส่งเอกสาร / Mailing Address ที่อยู่เดียวกันกับที่อยู่สำนักงาน / Same office Address

เลขที่..... หมู่..... ซอย..... อาคาร / หมู่บ้าน.....

No..... Moo..... Soi..... Building/Village.....

ถนน..... แขวง / ตำบล..... เขต / อำเภอ.....

Road..... Sub-district..... District.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์.....

Province..... Area code..... Telephone No.....

F-GS1-010 เริ่มใช้วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2562 แก้ไขครั้งที่ 9



ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างของใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล

● ข้อมูลบุคคลผู้ติดต่อ / Contacted Person

ผู้มีอำนาจทำการ.....ตำแหน่ง.....
 1st Authorizer.....Position.....
 โทรศัพท์ / Phone.....ต่อ/ Ext.....โทรสาร/Fax.....อีเมล/E-mail.....
 ผู้มีอำนาจทำการแทน.....ตำแหน่ง.....
 2nd Authorizer.....Position.....
 โทรศัพท์ / Phone.....ต่อ/ Ext.....โทรสาร/Fax.....อีเมล/E-mail.....
 ผู้ประสานงานกับสถาบันฯ.....ตำแหน่ง.....
 Coordinated Person.....Position.....
 โทรศัพท์ / Phone.....ต่อ/ Ext.....โทรสาร/Fax.....อีเมล/E-mail.....

● ข้อมูลทางการเงิน / Financial Data

ทุนจดทะเบียนของบริษัท / ห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นจำนวนเงิน.....บาท
 รายได้ของปีที่ผ่านมา (จากงบกำไรขาดทุน/ ก.จ.ด.) เป็นจำนวนเงิน.....บาท
 รายได้ไม่เกิน 1 ล้านบาท สถานภาพสมาชิกประเภท 1,500 บาทต่อปี
 รายได้ไม่เกิน 1 ล้านบาท สถานภาพสมาชิกประเภท 3,000 บาทต่อปี } ละเว้นค่าแรกเข้า
 รายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาท สถานภาพสมาชิกประเภท 8,000 บาทต่อปี (ค่าแรกเข้า 7,000 บาท)
 รายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาท และไม่เกิน 100 ล้านบาท สถานภาพสมาชิกประเภท 10,000 บาทต่อปี (ค่าแรกเข้า 7,000 บาท)
 รายได้เกิน 100 ล้านบาท สถานภาพสมาชิกประเภท 12,000 บาทต่อปี (ค่าแรกเข้า 7,000 บาท)

* อัตราค่าสมาชิกรวมหลักสูตรอบรมความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบาร์โค้ดแล้ว *

ข้าพเจ้ามีความประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกสถาบันรหัสสากล สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยยินยอมชำระค่าธรรมเนียมตามระเบียบของสถาบันฯ พร้อมยื่นงบกำไรขาดทุนเพื่อแสดงรายได้ให้กับสถาบันฯ ทุกปี หากปีใดข้าพเจ้าไม่ยื่นงบกำไรขาดทุน/เอกสารแสดงรายได้ ข้าพเจ้าจะยินยอมชำระค่าบำรุงสมาชิกในอัตราสูงสุด คือ 12,000 บาท

● ข้อมูลธุรกิจ/ Type of Business

ประเภทธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง ผู้ส่งออก โอท็อป
 Manufacturer Distributor Modern Trade Wholesaler Exporter OTOP

ประเภทสินค้า.....จำนวนรายการสินค้า (โดยประมาณ).....รายการ
 ผลิตภัณฑ์หลัก 1.ตราสินค้า
 2.ตราสินค้า
 3.ตราสินค้า

● ช่องทางการจัดจำหน่าย / Place.....

● ข้อมูลอื่นๆ / Other Detail

ไม่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัด.....
 เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัด.....
 เลขที่.....
 ในการสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล ได้รับคำแนะนำมาจาก.....

F-GS1-010 เริ่มใช้วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2562 แก้ไขครั้งที่ 9



ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างของใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (ต่อ)

สัญญาให้สิทธิ

สัญญานี้ทำขึ้นระหว่าง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สำนักงานตั้งอยู่ ชั้น 8 อาคารปฏิบัติการเทคโนโลยีเชิงสร้างสรรค์ เลขที่ 2 ถนนนางลิ้นจี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 (ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "ผู้ให้สิทธิ") ฝ่ายหนึ่ง กับ

ชื่อ (บุคคล บริษัท/ห้าง).....ที่อยู่ / ที่ตั้งสำนักงาน เลขที่..... หมู่.....
 ซอย..... ถนน..... แขวง / ตำบล..... เขต / อำเภอ.....
 จังหวัด..... (ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "ผู้ใช้เครื่องหมาย") อีกฝ่ายหนึ่ง

โดยที่ : (1) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นสมาชิกของ GS1 ซึ่งมีสำนักงานตั้งอยู่ใน กรุงเทพมหานคร ประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา และเป็นเจ้าของระบบในการสื่อสารและการระบุตัวสินค้าและบริการซึ่งสามารถใช้ในอุตสาหกรรมหลากหลายประเภทในระดับโลก เป็นมาตรฐานซึ่งเป็นที่ยอมรับระหว่างประเทศและมุ่งเน้นในทางธุรกิจ

ในฐานะสมาชิกของ GS1 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิที่จะใช้และคุ้มครองเครื่องหมายการค้าของ GS1 และเป็นผู้ใช้สิทธิแต่ผู้เดียวในประเทศไทยจาก GS1 ในการให้สิทธิการใช้ระบบและหรือเครื่องหมายของ GS1 แก่ผู้ใช้ในภาคการค้าและอุตสาหกรรมในประเทศไทย

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้จัดตั้งสถาบันรหัสสากลขึ้น เพื่อเป็นหน่วยงานในการบริหารการใช้ระบบหรือเครื่องหมายของ GS1 แก่ผู้ใช้ และการประสานงานติดต่อกับสมาชิก

(2) ผู้ใช้เครื่องหมายมีความประสงค์ขอใช้ระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 กับสินค้าและบริการของตน คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจึงได้ตกลงร่วมกัน โดยมีรายละเอียดของข้อสัญญา ดังนี้

1. ผู้ใช้เครื่องหมายตกลงขอสิทธิจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยตกลงให้สิทธิแก่ผู้ใช้เครื่องหมาย ซึ่งระบบ และ/หรือเครื่องหมายของ GS1 ดังต่อไปนี้ เพื่อให้กับสินค้าบริการ หรือบรรจุภัณฑ์ของผู้ใช้เครื่องหมาย คือ

- สัญลักษณ์รหัสแท่ง (Bar Code) ระบบ EAN 8 หลัก, 13 หลัก, 14 หลัก
- ระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 อื่นตามที่จะได้ตกลงเพิ่มเติมต่อไป

(ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า "เครื่องหมาย")

ทั้งนี้ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยจะเป็นผู้กำหนดรหัสสมาชิกสัญลักษณ์รหัสแท่งให้แก่ผู้ใช้เครื่องหมายแต่ละราย ผู้ใช้เครื่องหมายไม่มี สิทธิที่จะตั้งรหัสสมาชิกเอง

ผู้ใช้เครื่องหมายมีสิทธิใช้เครื่องหมาย เฉพาะกับสินค้าและบริการของผู้ใช้เครื่องหมายเท่านั้น

2. เพื่อเป็นการต่างตอบแทนกับสิทธิใช้เครื่องหมายตามข้อ 1. ข้างต้น ผู้ใช้เครื่องหมายต้องสมัครเป็นสมาชิกของสถาบันรหัสสากล สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และต้องชำระเงินดังต่อไปนี้แก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คือ

2.1 ค่าลงทะเบียนแรกเข้าในอัตราซึ่งสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนด โดยชำระครั้งเดียวในวันที่แรกเข้าเป็นสมาชิก

2.2 ค่าบริการรายปีแก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในอัตราที่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนดตามขนาดของกิจการและปริมาณ เลขหมายของเครื่องหมายที่ผู้ใช้เครื่องหมายต้องการ ทั้งนี้ ผู้ใช้เครื่องหมายต้องชำระค่าบริการรายปีสำหรับปีแรก พร้อมกับการชำระค่าลงทะเบียนแรกเข้า และชำระค่าบริการรายปีในปีถัดไปเมื่อครบรอบปีที่สมัครเป็นสมาชิก

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิปรับค่าบริการรายปีได้ตามความเหมาะสม โดยการออกประกาศสถาบันรหัสสากลล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน และให้มีผลบังคับและผูกพันผู้ใช้เครื่องหมาย โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

3. ผู้ใช้เครื่องหมายมีหน้าที่ต่อสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คือ

3.1 ร่วมส่งเสริมการใช้ระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 ให้แพร่หลายแก่คู่ค้าและผู้บริโภคทั่วไป และต้องไม่ร่วมหรือส่งเสริมการใช้ระบบ และ/หรือเครื่องหมายทางธุรกิจอื่น ซึ่งมีลักษณะเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน

3.2 ต้องปฏิบัติตามระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 และตามข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติซึ่งสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนดโดย เค่งครัด

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิวางข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติ และการแก้ไขเพิ่มเติมข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติได้ โดยการออก ประกาศสถาบันรหัสสากล โดยให้ถือว่ามีผลบังคับและผูกพันผู้ใช้เครื่องหมาย เป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

4. ผู้ใช้เครื่องหมายมีหน้าที่ต้องชำระค่าบริการรายปีแก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลอดระยะเวลาที่ได้สิทธิใช้เครื่องหมายตามสัญญานี้ หากไม่ประสงค์จะใช้เครื่องหมายต่อไป ผู้ใช้เครื่องหมายต้องแจ้งเลิกการใช้เครื่องหมายต่อสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นลายลักษณ์อักษร โดยคู่สัญญาตกลงให้มีผลต่อสิทธิหน้าที่ตามสัญญา ดังนี้ คือ

4.1 ให้ถือว่าสิทธิของผู้ใช้เครื่องหมายในการใช้เครื่องหมายสิ้นสุดลงทันที และให้ถือว่าผู้ใช้เครื่องหมายได้คืนรหัสสมาชิก

สัญลักษณ์รหัสแท่งแก่ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยแล้ว โดยเป็นสิทธิของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่จะนำรหัสสมาชิกสัญลักษณ์รหัสแท่งที่ได้คืนดังกล่าว ไปให้ผู้ใช้เครื่องหมายอื่นนำไปใช้กับสินค้า บริการ และบรรจุภัณฑ์ของผู้ใช้เครื่องหมายรายอื่นดังกล่าว.

4.2 ผู้ใช้เครื่องหมายต้องไม่ใช่เครื่องหมายและรหัสสมาชิกสัญลักษณ์รหัสแห่งกับธุรกิจ ตลอดจนสินค้าบริการและบรรจุภัณฑ์ของตนอีกต่อไปไม่ว่า ในทางหนึ่งทางใดก็ตามในทันที และผู้ใช้เครื่องหมายต้องลบหรือขีดฆ่าเครื่องหมายออกจากสินค้า บริการและบรรจุภัณฑ์เดิมซึ่งเคยใช้เครื่องหมาย และเก็บสินค้า บริการและบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดซึ่งใช้เครื่องหมายคืนจากตลาด ให้เสร็จสิ้นภายใน 3 เดือนนับจากที่สิทธิการใช้เครื่องหมายสิ้นสุดลง

4.3 ผู้ใช้เครื่องหมายไม่ต้องชำระค่าสมาชิกรายปีในปีถัดไปจากวันแจ้งเลิกใช้เครื่องหมาย แต่มีหน้าที่ต้องชำระค่าสมาชิกรายปีที่ค้างก่อนวันแจ้ง เลิกใช้เครื่องหมายให้แก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยให้ครบถ้วน

5. สิทธิของผู้ใช้เครื่องหมายตามสัญญานี้เป็นสิทธิเฉพาะตัว ไม่สามารถจำหน่ายจ่ายโอนได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจาก GS1 Thailand

6. ในกรณีที่ผู้ใช้เครื่องหมายชำระค่าสมาชิกรายปีหรือเงิน จำนวนใดจำนวนหนึ่งให้แก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยล่าช้ากว่ากำหนด ผู้ใช้เครื่องหมาย ต้องชำระดอกเบี้ยให้แก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยในอัตราร้อยละ 15 ต่อปีของจำนวนเงินที่ค้างชำระ จนกว่าจะชำระครบถ้วน และหากสภา อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงถามหรือฟ้องคดีเพื่อบังคับชำระหนี้ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิเรียกค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียม รวมทั้งค่าทนายความจากผู้ใช้เครื่องหมายผู้ค้างชำระได้นอกจากนั้น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิเรียกเบี้ยปรับเพิ่มเติมจากผู้ใช้เครื่องหมาย ซึ่งไม่ชำระค่าบริการรายปีตามระยะเวลาที่กำหนดดังนี้

- ค้างชำระเกิน 6 เดือน ต้องชำระเบี้ยปรับในอัตราร้อยละ 50 ของค่าบริการรายปีที่ค้างชำระทั้งหมดทุกจำนวน
- ค้างชำระเกิน 1 ปี ต้องชำระเบี้ยปรับ 1 เท่าของค่าบริการรายปีที่ค้างชำระทั้งหมดทุกจำนวน
- ค้างชำระเกิน 2 ปี ต้องชำระเบี้ยปรับ 2 เท่าของค่าบริการรายปีที่ค้างชำระทั้งหมดทุกจำนวน
- ค้างชำระเกิน 3 ปี ต้องชำระเบี้ยปรับ 3 เท่าของค่าบริการรายปีที่ค้างชำระทั้งหมดทุกจำนวน

7. หากผู้ใช้เครื่องหมายไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง หรือไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยข้อใด ข้อหนึ่ง หรือฝ่าฝืนหรือละเมิดสิทธิของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 หรือไม่ชำระหนี้จำนวนใดจำนวนหนึ่ง และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้มีหนังสือเตือนถึงผู้ใช้เครื่องหมาย ให้ปฏิบัติตามหน้าที่ให้ถูกต้องภายในระยะเวลาที่กำหนดในหนังสือเตือนดังกล่าว แต่ผู้ใช้เครื่องหมายยังคงเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามที่ได้แจ้งเตือน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิออกเลิกสัญญานี้ และเพิกถอนสิทธิการใช้ เครื่องหมายและรหัสสมาชิกสัญลักษณ์รหัสแห่งของผู้ใช้เครื่องหมายดังกล่าวทันทีเมื่อครบกำหนดระยะเวลาในหนังสือเตือน

ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญาดังกล่าว คู่สัญญาให้นำข้อ 4.1 ถึง 4.3 ของสัญญานี้มาใช้บังคับให้ครบถ้วน

8. ผู้ใช้เครื่องหมายตระหนักถึงความสำคัญของระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 และข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นมาตรฐาน เครื่องมือ และระเบียบทางการค้าสำคัญอันทำให้ผู้ใช้เครื่องหมาย ผู้ขายสินค้า บริการ และผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สามารถทำธุรกิจค้าขายร่วมกันโดยสะดวก และเป็นผลดีทางเศรษฐกิจและสังคมทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ผู้ใช้เครื่องหมายต้องไม่ลอกเลียน ละเมิด หรือฝ่าฝืนระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 และข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยโดยเด็ดขาด ในกรณีที่มิลอกเลียน ละเมิด หรือฝ่าฝืน ผู้ใช้เครื่องหมายตกลงและต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อสภาอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทยและ GS1 ซึ่งสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีความจำเป็นและไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ต้องดำเนินการตามกฎหมายทั้งทางแพ่งและ ทางอาญากับผู้ฝ่าฝืนในทุกกรณี

ผู้ใช้เครื่องหมายได้อ่านและเข้าใจเนื้อหาของสัญญาโดยตลอดแล้ว ผู้มีอำนาจลงนามของคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจึงได้ลงนามพร้อมประทับตราสำคัญ (ถ้ามี) ไว้เป็นหลักฐานในวันที่ยกขึ้น

<p>สำหรับผู้สมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล</p> <p>ผู้มีอำนาจทำการเป็นผู้ลงนาม / ประทับตรา (ถ้ามี)</p> <p>ชื่อ.....</p> <p>(.....)</p> <p>ตำแหน่ง.....</p> <p>วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....</p>	<p>สำหรับเจ้าหน้าที่สถาบันรหัสสากล</p> <p>วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....</p>
--	--

เลขที่ 2 อาคารปฏิบัติการเทคโนโลยีเชิงสร้างสรรค์ ชั้น 11 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ถนนนางลิ้นจี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทร. 0-2345-1200 โทรสาร 0-2345-1217

2nd, Creative Technology Bldg. Floor 11 Rajamangala University of Technology Krungthep, Nang Linchi Rd, Bangkok 10120

Tel. +662345-1200 Fax. +662345-1217 E-mail : info@gs1thailand.org Home Page http://www.gs1thailand.org

F-GS1-010 เริ่มใช้วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2562 แก้ไขครั้งที่ 9



ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างของใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (ต่อ)



ระเบียบ ข้อบังคับ การเป็นสมาชิกสถาบันรหัสสากล

- (1) ผู้ที่จะสมัครโครงการ ส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ไซท์ก้าวไกลสู่สากล ต้องเป็นผู้ประกอบการ SMEs กรณีจดทะเบียนไม่เกิน 1 ปี ทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ล้านบาท, กรณีจดทะเบียนเกิน 1 ปีพิจารณาจากกำไรสุทธิในสามปีติดต่อกันไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ล้านบาท และมีความจำเป็นในการใช้รหัสสินค้าบาร์โค้ดสากลเพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบการ
- (2) สมาชิกจะได้รับเลขหมายตามโครงสร้างในประเภทใดประเภทหนึ่ง ตามที่ได้รับอนุมัติจากสถาบันรหัสสากล ดังนี้
- 2.1 สมาชิกประเภท 1,500 บาท/ปี จะได้รับรหัสสินค้าไปใช้จำนวน 9 รายการเท่านั้น ถ้าปีถัดไป งบกำไร-ขาดทุนในส่วนของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายมากกว่า 1 ล้านบาท จะถูกปรับค่าสมาชิกรายปีสูงขึ้นตามอัตราที่กำหนด* โดยไม่สามารถปรับลดลงเท่าอัตราของการสมัครครั้งแรกได้อีกและจะใช้รหัสสินค้าได้ 9 รายการตามเดิม
- 2.2 สมาชิกประเภท 3,000 บาท/ปี จะได้รับรหัสสินค้าไปใช้จำนวน 99 รายการเท่านั้น ถ้าปีถัดไป งบกำไร-ขาดทุนในส่วนของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายมากกว่า 1 ล้านบาท จะถูกปรับค่าสมาชิกรายปีตามอัตราที่กำหนด* โดยไม่สามารถปรับลดลงเท่าอัตราของการสมัครครั้งแรกได้อีกและจะใช้รหัสสินค้าได้ 99 รายการตามเดิม
- (3) กรณีสมาชิกตามข้อ 2.1 และ 2.2 มีความประสงค์สมัครเลขหมายเพิ่ม
- 3.1 ดำงงบกำไร-ขาดทุนในส่วนของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายมากกว่า 1 ล้านบาท จะต้องขอรหัสสินค้า 9999 รายการเท่านั้น โดยต้องชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้า 7,000 บาท และค่าสมาชิกรายปีตามอัตราที่กำหนด*
- 3.2 ดำงงบกำไร-ขาดทุนในส่วนของรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ล้านบาท สามารถขอรหัสสินค้า 9 หรือ 99 รายการ หรือถ้าประสงค์ขอรหัสสินค้า 9999 รายการต้องชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้า 7,000 บาท และค่าสมาชิกรายปีตามอัตราที่กำหนด*
- 3.3 สมาชิกประเภท 1,500 บาท/ปี ได้รับเลขหมายตามโครงสร้างจำนวน 9 รายการ เป็นหมายเลขแรก ถ้าต้องการขอเลขหมายเพิ่มจะต้องสมัครเลขหมายตามโครงสร้าง 99 หรือ 9999 รายการ เท่านั้น ไม่สามารถสมัครเลขหมายตามโครงสร้างจำนวน 9 รายการได้ในเลขหมายที่ 2
- (4) กรณีสมาชิกตามข้อ 2.1 และ 2.2 มีความประสงค์สมัครสมาชิก UPC จะต้องชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้า 7,000 บาท และค่าธรรมเนียมรายปี 3,000 บาท
- (5) กรณีสมัครสมาชิกประเภท 9999 รายการ ในปีถัดไป การชำระเงินค่าบำรุงสมาชิกประจำปี จะพิจารณาจากเกณฑ์รายได้รวมก่อนหักค่าใช้จ่าย ในงบกำไร-ขาดทุน
- (6) หากสมาชิกไม่ประสงค์จะใช้เลขหมายบาร์โค้ดมาตรฐานสากลจะต้องทำหนังสือขอยกเลิกแจ้งล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรมายังสถาบันฯ ทางไปรษณีย์ลงทะเบียนเท่านั้น ก่อนครบกำหนดชำระไม่น้อยกว่า 3 เดือน หรือภายในระยะเวลาที่กำหนด
- (7) สมาชิกยินดีที่จะปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับของสถาบันฯ ทุกประการ และสมาชิกไม่มีสิทธิที่จะนำเลขหมายประจำตัวขายให้บุคคลอื่น หรือนิติบุคคลอื่น ไม่ว่าจะมีค่าตอบแทนหรือไม่ กรณีโอนเลขหมายจะต้องดำเนินการตามระเบียบของสถาบันฯ เท่านั้น
- (8) ระเบียบนี้สมาชิกยินยอมให้สถาบันฯ สงวนลิขสิทธิ์ในอันที่จะแก้ไขเปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมใดๆ ได้ตามที่สถาบันฯ เห็นสมควร และมีผลบังคับใช้ทันทีที่สมาชิกได้รับการอนุมัติเป็นสมาชิก
- (9) สมาชิกพึงให้ความร่วมมือกับสถาบันฯ ในการจัดส่งข้อมูลที่เปลี่ยนแปลง และกรอกรายละเอียดที่สถาบันฯ ได้สอบถามไป สมาชิกได้อ่านโดยละเอียดและเข้าใจระเบียบนี้แล้ว และจึงตกลงถือปฏิบัติตามทุกประการ

ลงชื่อ _____ ผู้มีอำนาจทำการ/ประทับตรา (ถ้ามี)

(_____) (เขียนตัวบรรจง)

ตำแหน่ง _____

วันที่ _____ เดือน _____ พ.ศ. _____

* อัตราตามที่กำหนด คือ 8,000 10,000 และ 12,000บาท ตามรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายในงบกำไร-ขาดทุน

(เริ่มใช้ วันที่ 3 พฤศจิกายน 2561)

ภาพที่ 4.19 ตัวอย่างของใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล (ต่อ)

4.6 วิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจในการรับสื่อเพื่องานบริการของสมาชิกสภา อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่อ Infographic

รายงานสหกิจศึกษา เรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่องานบริการสมาชิกของสภา
อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่อ Infographic ซึ่งผู้จัดทำโครงการใช้เครื่องมือในการ
เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งแบบ
สัมภาษณ์ (Interview form) คือ เครื่องมือที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ จะเป็นแบบบันทึกคำให้
สัมภาษณ์ ซึ่งผู้สัมภาษณ์สร้างขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการรวบรวมข้อมูล ลักษณะของแบบ
สัมภาษณ์อาจจะคล้ายกับแบบสอบถาม นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือที่ใช้ประกอบในการสัมภาษณ์เป็นสื่อ
ประเภทเครื่องบันทึกเสียง ซึ่งใช้อำนวยความสะดวกในการ บันทึกรายละเอียดของข้อมูล ช่วยให้ผู้
สัมภาษณ์พิจารณาย้อนทวนข้อมูลได้ และสามารถสรุปข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน

อาจารย์นิเทศก์โดย ดร.จिरพัฒน์ โทพล ได้ไปนิเทศและให้คำปรึกษาเรื่องโครงการสหกิจ ที่
ผู้ทำโครงการคือนางสาวณิกานต์ สุขอนันต์ มีความสนใจจะทำเป็นโครงการสหกิจศึกษาของ
นักศึกษาที่ฝึกงานที่สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา จึงได้มีการสนทนากลุ่ม และได้ให้คำปรึกษา
ร่วมกับพี่เลี้ยงของนักศึกษาในสถานประกอบการ ซึ่งจะได้เป็นบทสนทนากลุ่มที่ประกอบไปด้วย

1. อาจารย์ที่ปรึกษา (ดร.จिरพัฒน์)
2. พี่เลี้ยง (พี่ต๋อง)
3. ผู้จัดทำโครงการ

จึงได้สรุปเป็นบทสนทนากลุ่มดังนี้

ดร.จिरพัฒน์ : นักศึกษาสนใจทำโครงการเกี่ยวกับอะไรในสถานที่ฝึกงานแห่งนี้

ผู้จัดทำโครงการ : หนูมีความสนใจที่จะทำเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานโดยการ
ใช้อินโฟกราฟิกในการประชาสัมพันธ์ค่ะ

พี่เลี้ยง : ดิฉันอยากเสนอให้นักศึกษาทำตามความถนัดมากกว่า เพราะจะได้สมบูรณ์แบบ
และไม่มีข้อบกพร่อง เพราะเป็นความถนัดของนักศึกษาเอง

จากการสนทนาระหว่างอาจารย์ ผู้จัดทำโครงการ และพี่เลี้ยง ได้ข้อสรุปในรอบแรกว่า จะให้
นักศึกษาไปสำรวจความต้องการจากผู้ใช้งานสื่อ โดยการสอบถาม ซึ่งการสื่อสารจะเกิดความเข้าใจ
ร่วมกันและตรงกัน ในการสำรวจความคิดเห็นรูปแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยใช้วิธี

สอบถามและสนทนากลุ่ม ว่ามีความต้องการผลิตสื่ออย่างไรบ้าง ดังนั้นจะได้เป็นบทสนทนากลุ่มที่ประกอบไปด้วย

1. พี่เลี้ยง (พี่ต๋อง)
2. ผู้ใช้งานสื่อ / ผู้ส่งสาร 5 คน คือ
 - พี่ธนวัฒน์ (พี่ชี่)
 - พี่สุจิตรา (พี่ต๋อง)
 - พี่ยุคลทิพย์ (พี่หนิง)
 - พี่ปิ่นสุดา (พี่กีฟ)
 - พี่ธิดารัตน์ (พี่แปง)
3. ผู้จัดทำโครงการ

ซึ่งก่อนจะจัดทำโครงการผู้จัดทำได้มีการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาเพื่อสอบถามความต้องการสื่อว่าต้องการสื่อในรูปแบบไหน เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาให้เข้าใจง่าย ตรงประเด็น และสามารถรับสื่อได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา ซึ่งสรุปการสนทนากลุ่ม ได้ดังนี้

ผู้จัดทำโครงการ : พี่ๆต้องการใช้สื่อแบบไหนในการประชาสัมพันธ์บ้างคะ

พี่ชี่ : พี่อยากได้สื่อที่ทันสมัย นำมาใช้ประชาสัมพันธ์แล้วสมาชิกสนใจ และเข้าใจง่าย

พี่ต๋อง : พี่อยากได้สื่อที่สามารถอ่านง่าย กระชับ รวดเร็ว

ผู้จัดทำโครงการ : แล้วพี่อยากได้สื่อประเภทไหน สามารถระบุได้ไหมคะ

พี่ต๋อง : พี่อยากได้สื่อออนไลน์

พี่ชี่ : แต่พี่ว่าสื่ออินโฟกราฟิกก็ดีนะ

พี่หนิง : พี่เห็นด้วยกับพี่ชี่ พี่ว่าสื่ออินโฟกราฟิกน่าจะง่ายต่อการอ่านและทำความเข้าใจ

ผู้จัดทำโครงการ : แล้วพี่ๆท่านอื่น ๆ คิดว่ายังไงคะ มีอะไรจะแนะนำหรือมีสื่ออื่น ๆ ที่สนใจอีกไหมคะ

ผู้จัดทำโครงการ : ถ้าไม่มีแล้วหนูขออนุญาตสรุปสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยการใช้สื่ออินโฟกราฟิกนะคะ พี่ๆเห็นด้วยไหมคะ

พีช : พี่เห็นด้วยนะ พี่ว่ามันน่าจะสะดวกกับการประชาสัมพันธ์และกระจายข่าวสารเกี่ยวกับสภาอุตสาหกรรมของเราดี

พีต้ง : พี่ก็เห็นด้วยว่ามันน่าจะสะดวกดี

ผู้จัดทำโครงการ : ปกติพี่ๆประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กับสมาชิกทางไหนคะ

พีต้ง : ก็จะมีการประชาสัมพันธ์ผ่าน ไลน์ แล้วก็ Page Facebook เป็นหลัก

พีกีฟ : บางครั้งก็ส่งแฟกซ์

พีช : แต่ก่อนเราเคยมีเว็บสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาด้วยนะ แต่ก็ได้ใช้มานานแล้ว

ผู้จัดทำโครงการ : อ้อ แล้วพี่คิดว่าสื่ออินโฟกราฟิกจะสามารถนำไปใช้ได้จริงในการประชาสัมพันธ์สมาชิกไหมคะ

พีต้ง : พี่คิดว่าใช้ได้จริงนะ เพราะมันอ่านง่าย กระชับ แล้วก็รวบรวมใจความสำคัญให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

พีกีฟ : พี่ก็ว่าใช้ได้จริง เพราะพี่รู้สึกว่าเราสามารถเข้าใจข้อมูลปริมาณมาก ๆ ได้ในสื่อแค่ชิ้นเดียว

พีหนิง : พี่ว่ามันประหยัดเวลาของคนอ่านดี เพราะข้อความมันอ่านง่าย ทำให้สามารถเข้าใจข้อมูลยากๆได้เร็วขึ้น

ผู้จัดทำโครงการ : แล้วพี่ๆคิดว่าอยากได้รูปแบบของสื่ออินโฟกราฟิกประมาณไหนคะ

พีช : พี่อยากได้แบบให้รูปแบบตัวอักษรสามารถมองเห็นชัดเจน มีสีสันทนสวยงามน่าอ่าน

พีแปง : พี่อยากได้แบบดึงดูดและน่าสนใจ รูปแบบของสื่อมีเอกลักษณ์ชัดเจน

ผู้จัดทำโครงการ : แล้วพี่ๆต้องการให้ทำสื่อประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่ออินโฟกราฟิก ประชาสัมพันธ์เรื่องอะไรบ้างคะ

พีต้ง : พี่ว่าทำซัก 5 เรื่องดีไหม

ผู้จัดทำโครงการ : ได้ค่ะ เอาเรื่องอะไรบ้างดีคะ

พีต้ง : พี่อยากได้เรื่องบทบาทและหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรม

ผู้จัดทำโครงการ : พี่ๆคนอื่นล่ะคะ อยากได้เรื่องอะไรกันคะ

พีซี : พี่อยากได้สิทธิประโยชน์ของการเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรม และขั้นตอนการสมัครสมาชิก คนอื่นอยากได้เรื่องอะไร

พีกีฟ : พี่อยากได้สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกบัตร APEC

พีแปง : ส่วนพี่อยากได้ขั้นตอนในการสมัครสมาชิกบาร์โค้ด

ผู้จัดทำโครงการ : พี่หนึ่งห่วยคะอยากได้เรื่องอะไรอีกไหม

พีหนึ่ง : ไม่จ้า พี่เห็นด้วยกับที่พี่ๆทุกคนพูดมาทั้งหมดเลย

ผู้จัดทำโครงการ : โอเคคะ งั้นหนูขออนุญาตสรุปอีกครั้งนะคะว่าจะทำสื่อประชาสัมพันธ์สมาชิกสภาอุตสาหกรรมในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก พี่ๆเห็นด้วยใช่ไหมคะ

พีซี : พี่และพี่ ๆ คนอื่นเห็นด้วยครับ

ผู้จัดทำโครงการ : แล้วสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมอยากได้สื่อไหนเป็นพิเศษหรือเปล่าคะ

พีซี : จริงๆเท่าที่พี่สอบถามเค้าบอกว่าสื่อแบบไหนก็ได้ ขอแค่มีเนื้อหาอ่านง่าย เข้าใจง่ายก็พอ

ผู้จัดทำโครงการ : อ้อ โอเคคะ ไว้ถ้าหนูมีข้อสงสัยหรือสอบถามจะมาถามอีกครั้งนะคะ

พีติง : ได้เลย มีอะไรสงสัยมาถามพี่ได้เลยนะ

ผู้จัดทำโครงการ : ขอบคุณคะ

จากการสนทนาระหว่างผู้จัดทำโครงการ พี่เลี้ยงและพี่ ๆ พนักงานสภาอุตสาหกรรม โดยสอบถามไปทั้งผู้สื่อสาร และผู้รับสาร สำนวจความคิดเห็นในรูปแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยใช้วิธีสอบถามและสนทนากลุ่ม ว่ามีความต้องการผลิตสื่ออย่างไรบ้าง ผลการสำรวจก่อนการผลิตสื่อจากการสนทนากลุ่ม เกี่ยวกับการจัดทำสื่ออินโฟกราฟิก สามารถสรุปได้ว่า สื่อที่พนักงานสภาอุตสาหกรรมมีความเห็นว่าเหมาะกับการใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในองค์กรได้แก่ สื่ออินโฟกราฟิก เพราะเป็นสื่อที่ทันสมัย สะดวกต่อการประชาสัมพันธ์และกระจายข่าวสารเกี่ยวกับสภาอุตสาหกรรมและยังสามารถทำให้สมาชิกเข้าใจข้อมูลปริมาณมาก ๆ ได้เร็วขึ้น ผ่านการประชาสัมพันธ์ทางไลน์ และ Page Facebook โดยมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อ อินโฟกราฟิก 5 เรื่อง คือ บทบาทและหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรม , สิทธิประโยชน์ของการเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรม , ขั้นตอนการสมัครสมาชิก , สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกบัตร APEC และขั้นตอนในการสมัครสมาชิกบาร์โค้ด

และหลังจากที่อาจารย์นิเทศก์ ดร.จิรพัฒน์ โทพล ได้ไปให้คำปรึกษา เรื่องโครงการสทกิจ ให้แก่ผู้ทำโครงการคือนางสาวณิชกานต์ สุขอนันต์ ที่มีความสนใจจะจัดทำโครงการสทกิจศึกษาของนักศึกษา ณ สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา และผู้จัดทำโครงการได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ให้แก่สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาโดยการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่อ Infographic และได้มีการสำรวจความพึงพอใจของสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาหลังจากที่ได้รับสื่อว่ามีความพอใจในชิ้นงาน มากน้อยเพียงใด ซึ่งได้ผลสำรวจหลังการรับสื่อ ดังนี้

ผู้จัดทำโครงการ : พี่ๆคิดว่าสื่อมีความน่าสนใจไหมคะ

พี่จิ : พี่ว่าน่าสนใจดีนะ ดูเป็นแพลตฟอร์มเดียวกันดี

พี่ตี่ : พี่ก็ว่าโอเคแล้วนะ ดูมีเอกลักษณ์ชัดเจนดี ดูแล้วน่าสนใจ

ผู้จัดทำโครงการ : แล้วสื่อมีเนื้อหาชัดเจน เข้าใจง่ายไหมคะ

พี่กีฟ : พี่ว่าอ่านแล้วเข้าใจง่ายนะ

พี่หนิง : เนื้อหาที่นำไปทำถือว่าเป็นข้อมูลจริงของสภาอุตสาหกรรมนะพี่ว่า

ผู้จัดทำโครงการ : ตัวหนังสือของสื่อมองเห็นชัดเจนไหมคะ

พี่หนิง : พี่ว่าตัวมันเล็กไปนิด ถ้าขยายขึ้นมาอีกหน่อยน่าจะโอเค

พี่แป้ง : พี่ว่ามันเล็กไป ปรับขึ้นอีกนิดน่าจะโอเคนะ

ผู้จัดทำโครงการ : แล้วพี่ๆว่าสื่ออินโฟกราฟิกประหยัดเวลาในการอ่านมากกว่าสื่อที่เคยใช้มาไหมคะ

พี่จิ : พี่ว่าประหยัดมากกว่านะ เพราะข้อความอ่านง่าย ทำให้สามารถศึกษาข้อมูลยากๆได้เร็วขึ้น

พี่แป้ง : พี่ก็ว่าอ่านง่าย เพราะสามารถเข้าใจข้อมูลในปริมาณมาก ๆ ได้ในสื่อแผ่นเดียว

ผู้จัดทำโครงการ : พี่ๆคิดว่าสื่ออินโฟกราฟิกมีประโยชน์กับสภาอุตสาหกรรมแค่ไหนคะ

พี่ตี่ : พี่ว่ามากนะ เพราะมันสะดวกต่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารดี

ผู้จัดทำโครงการ : แล้วพี่ๆคิดว่าสื่ออินโฟกราฟิกตอบโจทย์กับการประชาสัมพันธ์ของสภาอุตสาหกรรมไหมคะ

พีซี : พีว่าตอบโจทย์นะ เพราะข้อมูลมันอยู่ในแผ่นเดียว ทำให้คนอ่านสนใจมากขึ้น

พีแปง : พีก็ว่าตอบโจทย์เพราะสื่ออินโฟกราฟิกมีความน่าสนใจ ทำให้คนอยากอ่านมากขึ้น

ผู้จัดทำโครงการ : หลังจากได้ดูสื่อที่หนูได้ทำไปพีคิดว่าจะสามารถนำไปใช้ได้จริงในการประชาสัมพันธ์สมาชิกใหม่คะ

พีซี : พีคิดว่าใช้ได้จริงและพีจะนำไปใช้แน่นอน

ผู้จัดทำโครงการ : ขอบคุณค่ะ

จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาหลังการผลิตสื่อโดยสรุป การสนทนากลุ่ม เกี่ยวกับการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรม จังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่อ Infographic ได้ว่า พนักงานสภาอุตสาหกรรมมีความเห็นว่า สื่อมีความน่าสนใจ มีแพลตฟอร์มไปในทางเดียวกัน มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน เนื้อหาที่นำไปใช้สามารถเข้าใจง่าย มีความเหมาะสม เนื้อหาตรงกับข้อมูลจริงของสภาอุตสาหกรรม ตัวหนังสือที่ใช้เล็กไป ควรเพิ่มขนาดให้ใหญ่ขึ้นนิดนึง สื่อมีความประหยัดเวลาในการอ่านมากขึ้นเนื่องจากข้อมูลอ่านง่ายทำให้สามารถศึกษาข้อมูลยากๆได้เร็วขึ้น และสามารถเข้าใจข้อมูลในปริมาณมาก ๆ ได้ในสื่อแผ่นเดียว สื่ออินโฟกราฟิกที่ทำตอบโจทย์กับการประชาสัมพันธ์เพราะมีความน่าสนใจ ทำให้คนอยากอ่านมากขึ้น และสื่อสามารถนำไปใช้ได้จริง

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินงาน

จากการที่ผู้จัดทำได้ศึกษาและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา

ในรูปแบบสื่อ Infographic โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมาในรูปแบบสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา และเพื่อหาความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผู้จัดทำได้ปฏิบัติงานตามขั้นตอนการดำเนินงานและนำผลการดำเนินงานที่ได้ทำการวิเคราะห์ สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน

5.3 ปัญหาและอุปสรรคจากการปฏิบัติงาน

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผู้จัดทำได้ฝึกปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา เริ่มตั้งแต่วันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2562 ถึง 6 มีนาคม พ.ศ.2563 พบว่า จากการดำเนินงาน ทำให้ทราบถึงกระบวนการทำงานของส่วนต่าง ๆ ในองค์กร และได้จัดสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่องานบริการสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา ในรูปแบบสื่อ Infographic เป็นการนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศ ในลักษณะของกราฟิกที่ออกแบบเป็นภาพนิ่ง ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีกการออกแบบอินโฟกราฟิก เป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจยากหรือข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือจำนวนมาก มานำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ ให้สามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวเอง มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ภาพและเสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เพียงพอแล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพจึงจะดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติม กราฟิกที่ใช้อาจเป็นภาพ ลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม ตาราง แผนที่ ฯลฯ จัดทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เข้าใจง่าย สามารถจดจำได้นาน ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน

5.2.1 ได้เรียนรู้กระบวนการทำงานขององค์กร

5.2.2 ได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัด นครราชสีมา

5.2.3 ได้รับประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานในอนาคตได้

5.2.4 รู้จักการปฏิบัติตนให้ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

5.3 ปัญหาและอุปสรรคจากการปฏิบัติงาน

5.3.1 ข้อมูลในการจัดทำรายงานมีความซับซ้อน

5.3.2 การจัดทำรายงานในบางครั้งมีงานอื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมายเข้ามาแทรกแซง

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ต้องศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดให้เข้าใจในข้อมูลก่อนที่จะนำมาจัดทำรายงาน

5.4.2 ต้องรู้จักจัดการกับเวลาให้เหมาะสมเพื่อไม่ให้กระทบต่องานที่ได้รับมอบหมายในสถานประกอบการ

5.4.3 การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก ควรเพิ่มเติมวิดีโอในรูปแบบอินโฟกราฟิกแอนิเมชัน ที่สามารถแสดงผลได้อย่างชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

ธิดาใจ จันทนามศรี. (2560). เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจของ อินโฟกราฟิก ไทยแลนด์.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Documents/tidajai_jant_2.pdf. (วันที่สืบค้นข้อมูล 3 กุมภาพันธ์ 2563)

Amita Sujipisut. (2560). แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบอินโฟกราฟิก.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: <https://www.academia.edu/31615119/>. (วันที่สืบค้นข้อมูล 8 กุมภาพันธ์ 2563)

Siamsurvey. (2560). ทำความรู้จักกับแบบสอบถาม.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: https://www.siamsurvey.com/th/web_page/questionnaire. (วันที่สืบค้นข้อมูล 12 กุมภาพันธ์ 2562)

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2563). **สมัครสมาชิก ส.อ.ท.**[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: <https://www.fti.or.th/registermember/>. (วันที่สืบค้น ข้อมูล 7 มีนาคม 2563)

สถาบันรหัสสากล. (2563). **สมัครบาร์โค้ด**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.gs1th.org/get-a-barcode/>. (วันที่สืบค้นข้อมูล 7 มีนาคม 2562)

Asia-Pacific Economic Cooperation. (2563). **สมัครบัตรเดินทางสำหรับนักธุรกิจ APEC**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://abtc-jscib.org/login-page.html>. (วันที่สืบค้นข้อมูล 8 มีนาคม 2562)