

**แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนผ่านระบบสารสนเทศออนไลน์
ของชุมชนหินตั่ง ตำบลหินตั่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก**
**GUIDELINES FOR COMMUNITY BUSINESS VIA ONLINE INFORMATION
SYSTEM IN HIN TANG COMMUNITY, MUANG DISTRICT, NAKHON NAYOK
PROVINCE**

ประมา ศาสตรารุจิ^{1*} ณัฐกฤตย์ ดิฐวิรุฬห์²

Prama Sastraruji^{1}, Nattakrit Dittawiron²*

¹วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

¹College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University.

²วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

²College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University.

**Corresponding author, e-mail: ppeekkk@yahoo.com*

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนผ่านระบบสารสนเทศออนไลน์ของชุมชนหินตั่ง ตำบลหินตั่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบททางสังคมชุมชนหินตั่ง ตำบลหินตั่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก 2) เพื่อศึกษาลักษณะธุรกิจชุมชนและสภาพการณ์การดำเนินธุรกิจของชุมชนหินตั่ง ตำบลหินตั่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนโดยใช้ระบบสารสนเทศออนไลน์ของชุมชนหินตั่ง ตำบลหินตั่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาศักยภาพและการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชนการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยพบว่า วิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชนในชุมชนหินตั่งมีการประกอบการอย่างจริงจังสืบเนื่องจากนโยบายรัฐที่ต้องการส่งเสริมให้ชุมชนผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนและดำเนินธุรกิจในระบบเศรษฐกิจเพื่อการค้า ภายใต้ชื่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นับแต่ปี 2540 เป็นต้นมาทำให้เกิดการรวมตัวกันทั้งในรูปของธุรกิจชุมชนซึ่งเป็นการประกอบการโดยเจ้าของคนเดียวหรือครอบครัวเดียว และในรูปของวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการจากหลายๆ คนหรือหลายครอบครัวในชุมชน โดยในแต่ละธุรกิจหรือวิสาหกิจชุมชนจะมีการผลิตผลิตภัณฑ์หลายชนิดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคและการดำเนินงานด้านการตลาดใช้วิธีการจัดแสดงและขายสินค้าหรือออกบูธในงานจัดแสดงสินค้าซึ่งจัดโดยหน่วยงานรัฐเป็นหลัก มีเพียงบางธุรกิจที่ใช้วิธีการขายตรงร่วมด้วย ผู้ประกอบการทั้งหมดมีแผนที่จะใช้สื่อออนไลน์มาพัฒนากิจการตามลักษณะการบริโภคของผู้บริโภคในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยควรใช้ระบบสารสนเทศออนไลน์มาดำเนินงานทางด้านการตลาด ทั้งในรูปการนำเสนอเนื้อหาผ่านเว็บไซต์ การทำคลิปวิดีโอ การเขียนบทความเชิงโฆษณา การชักจูงโน้มน้าวใจให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ระบบสารสนเทศออนไลน์ ธุรกิจชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

Abstract

The objectives of the research on development guidelines for community business via online information system in Hin Tang Community, Tambon Hin Tang, Muang District, Nakhon Nayok province is to : 1) determine the social context of Hin Tang Community, Tambon Hin Tang, Muang District, Nakhon Nayok province; 2) learn the aspect of the community business and business situation of Hin Tang Community, Tambon Hin Tang, Muang District, Nakhon Nayok province; 3) study of the development of the guidelines for the community business via online information system in Hin Tang Community, Tambon Hin Tang, Muang District, Nakhon Nayok province. The study was undertaken in order to gain insight on business operation of the community enterprise and community business as well as their prospective. The data for this study were collected from documents and in-depth interviews. The study revealed that the community enterprise and community business conducted their business professionally. This finding is corresponded with the introduction of One Tambon One Product (OTOP) project in 1997. The OTOP was run under the government policy aiming to promote the production of the village communities for profit business. This OTOP project has encouraged the integration of the community businesses, operated by one business owner or one family, as well as, a community enterprise, composing a number of business owners or families; by which, each business or community business produced a wide range of products to serve consumers. The study found that the community enterprise and community business conducted market operations by selling and displaying their products in trade fairs, mainly the government trade fairs and exhibitions, and in some businesses, direct-marketing method was included in the market operations. All business operators planned to use online information system to develop their community business, due to the changes in consumer behaviors driven by changing society. It is suggested that the online information system should be implemented in their market operations. This includes to provide information about their products on different channels; Web Content, Video Clip, Advertorial, and Influencer.

Keywords: Online Information System, Community Business, One Tambon One Product

บทนำ

วิถีการพัฒนาประเทศไทยภายใต้กระบวนการความคิดของชาติตะวันตกในระบบทางเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม หรือทุนนิยมที่ผ่านมาแม้ว่าจะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ก็ได้สร้างปัญหาไว้มากมายที่สำคัญ ได้แก่ การกระจายรายได้ที่กระจุกตัวเฉพาะคนบางกลุ่ม ทำให้เกิดภาวะความยากจนในคนส่วนใหญ่ของ

ประเทศ สังคมขาดระเบียบวินัย เกิดลัทธิวัตถุนิยม วัฒนธรรมดั้งเดิมที่เป็นสังคมแห่งการเอื้ออาทร ฟังพากันอ่อนแอลง สถาบันครอบครัวเสาหลักของความมั่นคงของชาติ และชุมชนอ่อนแอเสื่อมสลาย ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม การพัฒนาเศรษฐกิจได้ทำลายทรัพยากรและภูมิปัญญาของประเทศลง

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) [1] ได้นำเสนอ ทิศทางการพัฒนาที่ตระหนักถึงสถานการณ์และความเสี่ยงซึ่งเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกและภายในประเทศ โดยเฉพาะภาวะผันผวนด้านเศรษฐกิจ พลังงาน และภูมิอากาศ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบอย่างชัดเจนต่อประเทศไทยทั้งเชิงบวกและลบ โดยนำเสนอให้ประเทศไทยมีทิศทางการบริหารจัดการประเทศภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สนับสนุนให้ใช้จุดแข็งและศักยภาพที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศเพื่อสร้างความเข้มแข็งและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศที่เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตภาคเกษตร และการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อสามารถใช้โอกาสที่เกิดขึ้นและเพิ่มภูมิคุ้มกันของทุนที่มีอยู่ในสังคมไทยได้อย่างเหมาะสม พร้อมก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

สังคมไทยนำเข้าภูมิปัญญาจากสังคมภายนอกเข้ามาแทนที่ภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนทำให้ความสามารถในการพึ่งพาตนเองลดลงและจำนวนไม่น้อยสูญหายไป หลายภาคส่วนมองว่าการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน และเมื่อเกิดปัญหาแล้วจะเกิดความเสียหายแก่ประเทศชาติและประชาชนอย่างรุนแรง ดังที่ระบบเศรษฐกิจของไทยที่เคยเฟื่องฟูในช่วงที่ผ่านมาตกต่ำลงอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่ปี 2540 ผลที่เกิดจากเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้อำนาจการซื้อขยายการบริโภคของประชาชนลดน้อยลง ธุรกิจเกิดการชะลอตัวหรือลดการผลิตมีการเลิกจ้างงานเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาการว่างงานความสูญเสียทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบลูกกลายกลายเป็นปัญหาสังคมที่ต้องเร่งรัดดำเนินการแก้ไข

ให้ความช่วยเหลือโดยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชน

ในขณะเดียวกันภาคชนบทและภาคเกษตรถูกมองว่าจะเป็นทางออกของสังคมไทย เศรษฐกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองถูกประกาศเป็นนโยบายสำคัญเพื่อสร้างความมั่นคงหรือเป็นหลังอิงให้กับคนในชาติ ด้วยการที่จะกระตุ้นสนับสนุน และส่งเสริมให้ประชาชนสามารถพัฒนาอาชีพแบบพึ่งพาได้โดยใช้ปัญญาซึ่งเป็นพื้นฐานของครอบครัวและชุมชน การพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจระดับชุมชนที่มุ่งแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในระดับฐานรากทั้งระดับตำบลและหมู่บ้านส่งเสริมให้ชุมชนทำธุรกิจที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของตนเองโดยการพัฒนาความสามารถของชุมชนในการผลิตการแปรรูป การบริการ รวมทั้งแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนผ่านระบบสารสนเทศออนไลน์ของชุมชนขึ้นตั้งตำบลขึ้นตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก โอกาสและกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างครบวงจร การส่งเสริมให้เกษตรกรแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าซึ่งเป็นการแก้ปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานให้เกิดขึ้นภายในชุมชนอีกด้วยทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองในชนบทได้

ธุรกิจชุมชนได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่สามารถยกระดับรายได้แก่ครัวเรือนในชุมชน พัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างแท้จริง และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยรวม [2] และถึงแม้ว่าภาพรวมจะเติบโตได้อย่างเห็นได้ชัดโดยการสนับสนุนจากนโยบายต่างๆ จากภาครัฐ แต่เมื่อพิจารณาในระดับหน่วยย่อยของแต่ละธุรกิจพบว่ายังคงประสบปัญหาในเรื่องของคุณภาพสินค้า ประสิทธิภาพการผลิตที่ต่ำ รวมทั้งในด้านการตลาดหรือช่องทางการจำหน่าย และรัฐมองว่าส่วนหนึ่งของปัญหา คือ เรื่องทุนในการผลิต [3] ซึ่งต่อมาในปี 2548 ภาครัฐเห็นว่าควรสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจชุมชนโดยอาศัยความ

ร่วมมือกันของคนในชุมชน จึงมีการส่งเสริมให้มีการประกอบการโดยอาศัยการร่วมมือกันของคนในชุมชนในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and Micro Community Enterprise) ซึ่งหมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชน

ในชุมชนหินดั่ง ตำบลหินดั่ง อำเภอเมืองจังหวัดนครนายก เป็นชุมชนที่มีศักยภาพทั้งในเรื่องของการเกษตร ภูมิปัญญาด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลาย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมเชิงการเกษตร เชิงกิจกรรมผจญภัย ที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี การเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในวันหยุดซึ่งเป็นผลดีต่อระบบตลาดทางตรง เป็นผลให้มีการรวมกลุ่มดำเนินธุรกิจทั้งเป็นผู้ประกอบการรายเดี่ยวและการรวมกลุ่มประกอบการในรูปวิสาหกิจชุมชนจำนวนมากกว่า 10 รายซึ่งการประกอบการจะมีทั้งการผลิตสินค้าและการบริการด้านการท่องเที่ยวและสุขภาพ

อย่างไรก็ตามธุรกิจชุมชนส่วนมากยังใช้การตลาดแบบเดิม คือ มีลักษณะของการจัดการอยู่ในสถานประกอบการเพื่อรอลูกค้า หรือการออกบูธเพื่อขายในงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ ซึ่งในความเป็นจริงสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่เป็นการตลาดเชิงรุก โดยการใช้ระบบสารสนเทศออนไลน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเป็นตัวขับเคลื่อนพัฒนาธุรกิจของตนได้ ซึ่งในปัจจุบันคนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่าเมื่อก่อนมาก มากจนอินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันที่ขาดไม่ได้ของใครหลายคนไปแล้ว ไม่เพียงแต่การใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน

ทางเครื่องคอมพิวเตอร์พีซีหรือโน้ตบุ๊กแบบเดิมๆ เดียวนี้เราเชื่อมต่อกับโลกอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลาผ่านทางมือถือสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต การเปิดร้านค้าออนไลน์ควบคู่กันไปด้วยทำให้ได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น สามารถขายของให้กับลูกค้าที่อยู่ไกลไม่สะดวกมาที่ร้านได้ ดังนั้นคณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการดำเนินการพัฒนาธุรกิจชุมชนผ่านสื่อสมัยใหม่ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกรวดเร็วและสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมปัจจุบัน ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้และมีพัฒนาการไปตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบททางสังคม ชุมชนหินดั่ง ตำบลหินดั่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาลักษณะธุรกิจชุมชนและสภาพการณ์การดำเนินธุรกิจของชุมชนหินดั่ง ตำบลหินดั่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนโดยใช้ระบบสารสนเทศออนไลน์ของชุมชนหินดั่ง ตำบลหินดั่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และศึกษาจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยมีรายละเอียดดังนี้

พื้นที่ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะพื้นที่ชุมชนหินดั่ง ตำบลหินดั่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ใน 9

หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 1 บ้านคลองสีสุก หมู่ที่ 2 บ้านท่าด่าน หมู่ที่ 3 บ้านนางรอง หมู่ที่ 4 บ้านท่าชัย หมู่ที่ 5 บ้านหุบเมย หมู่ที่ 6 บ้านวังยายฉิม หมู่ที่ 7 บ้านบึงเข้ หมู่ที่ 8 บ้านหนองสีเสียด หมู่ที่ 9 บ้านวังยาว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ประชากรสำหรับศึกษาลักษณะธุรกิจชุมชนและสภาพการณ์การดำเนินธุรกิจของชุมชน หินตั้งด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน และสมาชิกชุมชนหินตั้ง

1.2 ประชากรสำหรับศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนโดยใช้ระบบสารสนเทศออนไลน์ของชุมชนหินตั้ง ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ซื้อสินค้าและบริการจากธุรกิจชุมชนหินตั้ง

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาลักษณะธุรกิจชุมชนและสภาพการณ์การดำเนินธุรกิจของชุมชนหินตั้งด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน และสมาชิกชุมชนหินตั้ง โดยการเลือกแบบเจาะจง (purposive selection) จำนวน 19 คน

2.2 นักท่องเที่ยว ผู้ซื้อสินค้าและบริการจากธุรกิจชุมชนหินตั้ง ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างการใช้สูตรของ Yamane (1970) ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน แล้วใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยกำหนดแนวคำถาม (Guidelines) ในเนื้อหาเกี่ยวกับที่มาของโครงการ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินโครงการ การรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชน วิธีการผลิตและการตลาด โดยกำหนดโครงสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการข้อมูล และช่องทางการซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งความคิดเห็นต่อความสำคัญของสื่อดิจิทัลในการนำเสนอข้อมูลและการเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริการของชุมชนหินตั้ง

2. แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เป็นแบบบันทึกการสังเกต (Observation Form) ซึ่งจะบันทึกเนื้อหาในเรื่องของวิธีการดำเนินงาน ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของวิสาหกิจชุมชน 13 กลุ่ม ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรบ้านวังยายฉิม 2) ธุรกิจชุมชนกลุ่มสตรีคลองสีเสียด (กล้วยฉาบตราผู้ใหญ่นุ) 3) ธุรกิจชุมชนรูปหอมอุดมมงคล 4) ธุรกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ (กัณฑ์วัดน้ำ) 5) กลุ่มสร้างสรรค์งานไม้ไผ่ (เกาะสลักเหงาไม้ไผ่) 6) ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ (เศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่) 7) สวนศรียา (นายไสว ศรียา) 8) สวนเกษตรภูกระเหี่ยง (เกษตรผสมผสาน) 9) กลุ่มการให้บริการท่องเที่ยวชุมชนหินตั้ง 10) กลุ่มแปรรูปไม้กฤษณา 11) สวนกัณฑ์ (การท่องเที่ยวเชิงเกษตร) 12) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเรือยางหลังเขื่อนขุนด่านปราการชล และ 13) ชุมชนล่องแก่งแพยางหินตั้งหลังเขื่อนขุนด่านปราการชล

3. แบบสอบถามความต้องการซื้อสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยผู้วิจัยวิเคราะห์และพัฒนาขึ้นจากกรอบแนวความคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ 2) ระดับความต้องการซื้อสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ และ 3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการซื้อสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมในการเกิดขึ้นและดำรงอยู่ของธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์ หรือการสื่อสารด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะทางด้านการตลาด โดยจะศึกษาจากเอกสารในแผนการดำเนินธุรกิจ และการสัมภาษณ์ระดับลึก การศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อสินค้าและบริการ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) โดยศึกษาจากเอกสารแหล่งข้อมูลสารสนเทศในอินเทอร์เน็ต ใน 2 ส่วน คือ

1.1 ศึกษาข้อมูล บริบทชุมชนที่ตั้งและพื้นที่ใกล้เคียง โดยในการศึกษาจะไม่เฉพาะเจาะจงความเป็นชุมชนที่ตั้งในแง่ของเขตทางการปกครองแต่เพียงอย่างเดียว แต่จะมองความเป็นชุมชนในเชิงสังคมวิทยาหรือระบบความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในพื้นที่ ที่มีการเกาะเกี่ยวสัมพันธ์กัน ซึ่งคืออาณาเขตทางปกครองที่มีใกล้เคียงกับตำบลที่ตั้ง ได้แก่ ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ตำบลศรีนาวา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก และตำบลสาธิตา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

1.2 ศึกษาแผนการดำเนินธุรกิจของแต่ละธุรกิจหรือวิสาหกิจ โดยจะศึกษารายละเอียดของแผนตั้งแต่ความเป็นมาของการประกอบการ ลักษณะผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต แผนการประกอบการ ของธุรกิจและวิสาหกิจชุมชนเฉพาะในชุมชนที่ตั้ง ตำบลที่ตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ที่เป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งมีจำนวน 4 ราย คือ 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรบ้านวังยายฉิม 2) ธุรกิจชุมชนกลุ่มสตรีคลองสี่เสียด (กล้วยฉาบตราผู้ใหญ่นุ) 3) ธุรกิจชุมชนรูปหอมอุดมมงคล และ 4) ธุรกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ (กังหันวิดน้ำ)

2. สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบไปด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก 2) แบบสอบถามความต้องการซื้อสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ และ 3) แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานและขั้นตอนการผลิต โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ให้มีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนด แล้วนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3. รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 19 คน โดยผู้วิจัยบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ แล้วนำมาถอดเทปและเมื่อดำเนินการสัมภาษณ์หรือสังเกตแล้วผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และพิจารณาว่ายังต้องการข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ เพื่อให้สามารถอ้างอิงนำไปสู่ผู้ให้ข้อมูลหลักคนต่อไป และจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักรายใด การดำเนินการเก็บข้อมูลจะดำเนินการเช่นนี้เรื่อยไปโดยแบ่งเป็น 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลแบบทั่วไปแล้วนำมาประมวลผลข้อมูลเบื้องต้นเพื่อพิจารณาถึงความครอบคลุมและตรวจสอบ

ประเด็นที่ต้องเก็บข้อมูลเพิ่มเติม จากนั้นจะเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้งหนึ่งเป็นครั้งที่ 2 เมื่อผู้วิจัยแน่ใจว่าข้อมูลที่ได้มีความครอบคลุมและถึงแม้จะดำเนินการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมก็ไม่อาจค้นพบข้อมูลใหม่เพื่อนำไปสู่การสร้างข้อสรุปเพิ่มเติม กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลก็จะเสร็จสิ้นลง ผู้วิจัยจะดำเนินการจัดระเบียบข้อมูลด้วยการถอดความและบรรณาธิกรณข้อมูล แล้วนำมาแยกส่วนเพื่อจัดหมวดหมู่

4. รวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมด้านวิธีการดำเนินงาน ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของวิสาหกิจชุมชน 13 กลุ่ม โดยบันทึกข้อมูลที่ได้ลงในแบบบันทึก แล้วนำผลที่ได้จากการบันทึกมาวิเคราะห์เนื้อหา แล้วสรุปเป็นความเรียง

5. รวบรวมข้อมูลระดับความต้องการซื้อสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการของชุมชนหัตถ์ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก จำนวน 400 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์และประมวลผล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต มาจัดหมวดหมู่ออกเป็นมิติ (Dimension) ต่างๆ ตามคุณสมบัติ (Properties) รวมทั้งการประมวลผลทางสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัย ผู้วิจัยจะนำหมวดหมู่ข้อมูลมาตีความ (Interpretation) เพื่อเชื่อมโยงมิติที่ต่างกันเข้าด้วยกัน การดำเนินการตีความจะอาศัยพื้นฐานในกรอบความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้าง (Construct) ข้อสรุป และวิเคราะห์เพื่อสร้างองค์ความรู้ กระบวนการนี้จะดำเนินการต่อไปเรื่อยๆ จนกว่าจะสามารถหาข้อสรุปที่เป็นเรื่องราวของการดำเนินธุรกิจของธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชน

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

1. บริบททางสังคมชุมชนหัตถ์ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

ตำบลหินตั้ง เดิมชื่อ ตำบลเขาใหญ่ อยู่ในอำเภอปากพลี มีนายอำเภอมาตรวจท้องที่เห็นกองหิน (อยู่ในหมู่ที่ 7) มีลักษณะแปลก คือมีกองหินเป็นก้อนเล็กๆ วางเป็นฐานล่างและมีหินก้อนใหญ่มาก อยู่ด้านบนในลักษณะที่หินก้อนใหญ่ไม่ถูกพื้นดิน ก็เลยเปลี่ยนชื่อจากตำบลเขาใหญ่มาเป็นตำบลหินตั้ง และถือเอาสัญลักษณ์ประจำตำบลหินตั้ง ตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา ตำบลหินตั้งเป็นตำบลในเขตการปกครองของอำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ประกอบด้วยบ้านทั้งหมด จำนวน 9 หมู่บ้าน ดังนี้ หมู่ที่ 1 บ้านคลองสี่สุข หมู่ที่ 2 บ้านท่าด่าน หมู่ที่ 3 บ้านนางรอง หมู่ที่ 4 บ้านท่าชัย หมู่ที่ 5 บ้านหุบเมย หมู่ที่ 6 บ้านวังยายฉิม หมู่ที่ 7 บ้านมุงเข้ หมู่ที่ 8 บ้านหนองสีเสียด หมู่ที่ 9 บ้านวังยาว

ตำบลหินตั้ง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาท่องเที่ยวโดยเฉพาะในวันหยุดเป็นจำนวนมาก อันได้แก่ เขื่อนขุนด่านปราการชล การท่องเที่ยวในอ่างเก็บน้ำเหนือเขื่อนการล่องเรือยางในแม่น้ำนครนายก และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในศูนย์การเรียนรู้ไร่สุริยา และศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาตินอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงอีกเป็นจำนวนมาก

กล่าวโดยสรุป ตำบลหินตั้ง ตั้งอยู่ทางด้านทิศเหนือของศาลากลางจังหวัดนครนายก เป็นระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร และห่างจากที่ว่าการอำเภอเมืองนครนายกไปทางด้านทิศเหนือเช่นเดียวกัน โดยมีระยะห่างประมาณ 13 กิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มเชิงเขาพื้นที่ลาดเขาจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ มีแม่น้ำนครนายกไหลผ่าน พื้นดินส่วนใหญ่เป็นดินเหนียวร่วนปนทราย เหมาะแก่การทำการเกษตร

ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลหมูสี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาทิศใต้ ติดกับ ตำบลศรีนาวา และตำบลสาริกา อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลีจังหวัดนครนายก และทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลสาริกา อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 95,2848 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 59,553 ไร่ แบ่งการปกครอง เป็น 9 หมู่บ้านประชากรส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพทำสวนผลไม้และทำนาค้าขาย และรับจ้างทั่วไป มีผลิตภัณฑ์ มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น คือ กังหันวิดน้ำ รูปหอมอุดมมงคล และผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาร่างกาย รวมทั้งอาหารแปรรูปประเภทกล้วยฉาบ ตำบลหินตั้งตั้งอยู่ในพื้นที่ติดกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ทำให้มีบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อมที่ดีอากาศบริสุทธิ์เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเชิงเกษตร

2. ลักษณะธุรกิจชุมชนและสภาพการณ์การดำเนินธุรกิจของชุมชนหินตั้ง ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

สืบเนื่องจากวิถีการดำรงอยู่ในสังคมดั้งเดิมของผู้คนในจังหวัดนครนายก จะพบว่า การสนองตอบต่อความจำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นสังคมที่ดำรงอยู่อย่างเป็นปึกแผ่นมาเป็นเวลานานภายใต้กรอบสังคมประเพณี (Traditional Society) มีรากฐานของระบบความคิดหรือภูมิปัญญาที่เข้มแข็ง และใช้ภูมิปัญญาในการดำเนินชีวิตของผู้คนเพื่อการผลิตแบบยังชีพ อย่างไม่เบียดเบียนธรรมชาติ มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับการทำมาหากิน เช่น การปลูกพืชทำนา ทำสวน การจับสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ การทำเครื่องมือเพื่อการทำมาหากิน การทำสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ มีการทำนาเป็นอาชีพหลัก สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยให้บุคคลต้องคิดและสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อความอยู่รอดโดยในวิถีการผลิตเพื่อยังชีพจะใช้การแลกเปลี่ยนสิ่งของระหว่างเครือญาติเป็นสำคัญต่อมาเมื่อสังคมไทยเปลี่ยนแปลงสู่สังคมทันสมัย

(Modernization) การผลิตเพื่อการแลกเปลี่ยนและใช้ในการดำรงชีวิตจึงถูกแทนที่ด้วยระบบการผลิตเพื่อการค้าในระบบตลาดภูมิปัญญาในวิถีชีวิตที่เป็นรากเหง้าของสังคมไทยได้รับการปรับเปลี่ยนตามไปด้วย มีการผสมผสานความรู้ดั้งเดิมกับความรู้ใหม่เพื่อเพิ่มผลผลิต และให้มีคุณภาพตามความต้องการของตลาดและผู้ซื้อ

การพัฒนาเป็นสังคมที่มีการแลกเปลี่ยนในระบบเศรษฐกิจเพื่อการค้าทั้งภายในชุมชนและนอกชุมชนคนในชุมชนจะต้องสามารถนำมรดกทางภูมิปัญญามาผลิตเป็นสินค้าเพื่อขายและสร้างรายได้ หรือการตั้งอยู่บนเงื่อนไขของการทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นสามารถแลกเปลี่ยนได้ในระบบตลาด ซึ่งก็คือ การนำผลิตผลจากภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นมาขายให้กับคนนอกชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ไม่ใช่การผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในวิถีชีวิตแบบเดิมในสังคมเกษตรกรรมอีกต่อไปผลของการเปลี่ยนแปลงสังคมเข้าสู่การพัฒนาเพื่อความทันสมัยทำให้ชุมชนในชนบทมีการติดต่อกับสังคมภายนอกมากขึ้น

ภายใต้นโยบายจากภาครัฐที่เชื่อว่าการอยู่ดีกินดีของประชาชนในระบบเศรษฐกิจเพื่อการดำรงชีวิต ประชาชนต้องมีการผลิต หรือแปรรูปผลผลิตเข้าสู่ระบบตลาด ไม่ว่าจะเป็นสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาจากภูมิปัญญา ที่เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อนำมาซึ่งรายได้ในตัวตนและครัวเรือน และที่สำคัญเชื่อว่าประชาชนมีองค์ความรู้ไม่เพียงพอที่จะสร้างผลผลิตตามที่กล่าวมาได้ จึงต้องมีโครงการส่งเสริมผ่านกรมการพัฒนาชุมชน และในหน่วยงานที่ขับเคลื่อนโดยตรง คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายก

โครงการที่สำคัญ คือ โครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product)” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้า

ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ”

ในช่วงแรกประมาณปี 2545 เป็นต้นมาของการที่ภาครัฐมีการส่งเสริมให้ประชาชนรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ในลักษณะของวิสาหกิจชุมชน และการรวมกลุ่มประกอบ การเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งในตำบลหินตั้ง อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก มีการจัดตั้งกลุ่มเป็นจำนวนมากซึ่งจากการรวบรวมพบว่ามี 13 กลุ่ม 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรบ้านวังยายฉิม 2) วิสาหกิจชุมชนไม้กฤษณาแปรรูปบดละเอียด 3) กลุ่มแปรรูปไม้ไผ่ (กัณฑ์วิดน้ำ) 4) การผลิตรูปหอมอุดมมงคล 5) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหินตั้ง (หอพรหมเซ็ดเท้า) 6) กลุ่มหัตถกรรมไม้ไผ่ (โคมไฟไม้ไผ่) 7) กลุ่มลายไม้เก่า 8) กลุ่มแกะสลักหัวไม้ไผ่ 9) ข้าวเกรียบผลไม้สมุนไพร 10) กลุ่มสตรีบ้านคลองสี่เสียด 11) กลุ่มแกะสลักหัวไม้ไผ่บ้านนางรอง 12) กลุ่มสร้างสรรค์งานไม้ไผ่ และ 13) กลุ่มแกะสลักไม้ไผ่ อย่างไรก็ตามเมื่อมีการดำเนินธุรกิจมาระยะหนึ่งหลายกลุ่มประสบปัญหาเรื่องเงิน และการตลาด กลุ่มหลายกลุ่มจึงยุบเลิกไปประกอบอาชีพอื่นๆ ในปัจจุบันมีเพียง 4 กลุ่มที่ยังคงประกอบการ และเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นในโครงการ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นสินค้าคุณภาพระดับ 4 และ 5 ดาวต่อเนื่องมาหลายปี ซึ่งมีดังนี้ 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรบ้านวังยายฉิม 2) กลุ่มแปรรูปไม้ไผ่ (กัณฑ์วิดน้ำ) 3) การผลิตรูปหอมอุดมมงคล และ 4) กลุ่มสตรีคลองสี่เสียด (กล้วยฉาบผู้ใหญ่นุ)

3. แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนโดยใช้ระบบสารสนเทศออนไลน์ของชุมชนหินตั้ง ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

จากการศึกษา พบว่า วิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชนดำเนินงานทางการตลาดโดยอาศัยการ

ออกบูทในงานมหกรรมแสดงสินค้าเป็นสำคัญ ในอีกส่วนหนึ่งจะใช้กลยุทธ์ขายตรงตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ นั้นหมายถึงว่าใช้การขายโดยการให้ผู้ซื้อซื้อตรงจากหน้าร้าน โดยมีการเปลี่ยนสถานที่ขายไปตามที่ต่างๆ ซึ่งเป็นสถานที่ที่ภาครัฐเป็นผู้จัดเพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าชุมชน จะมีเพียงกรณีรูปหอมอุดมมงคลจะใช้วิธีการขายตรงตามวัดที่มีการใช้รูปเป็นจำนวนมากควบคู่กับการออกบูทในงานแสดงสินค้าทั้งในระดับชาติและระดับจังหวัด โดยในผู้ประกอบการทั้งหมดต่างมีแผนที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ตามสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในส่วนของการประชาสัมพันธ์สินค้า และการตลาดออนไลน์

จากการผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชนในชุมชนหินตั้งต่างๆ เห็นความสำคัญของระบบสารสนเทศออนไลน์ และมีการวางแผนที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ แต่จะพบปัญหาเรื่องของความเข้าใจและวางแผนจัดการการสื่อสารในสื่อดิจิทัลของโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลกับสื่อสังคมออนไลน์ คณะผู้วิจัยขอเสนอแนวทาง ดังนี้

1. พัฒนาเว็บไซต์ชุมชนหินตั้ง (Website) โดยการจัดทำเว็บไซต์ในรูปแบบ Single Page หรือเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลทุกอย่างไว้ในหน้าเดียว โดยสามารถเลือกอ่านหัวข้อที่ต้องการโดยการเลื่อนหน้าจอขึ้นลงโดยจะมีการฝังลิ้งค์แบบกระโดดข้ามเนื้อหาไปหัวข้อนั้นๆ เหตุผลที่เลือกใช้รูปแบบเว็บไซต์ในลักษณะนี้เพราะว่า หัวข้อที่นำเสนอที่มีเพียง 6 หัวข้อสั้นๆ ได้แก่ ประวัติและความเป็นมา สถานที่ท่องเที่ยว ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนการสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์ แผนที่และข้อมูลติดต่อสอบถาม นอกจากนี้การทำเว็บไซต์ในรูปแบบ Single Page นั้น ทำให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยากกับการใช้งาน ประหยัดพื้นที่ในการเข้าใช้อินเทอร์เน็ตโหลดได้รวดเร็วแม้ความไวอินเทอร์เน็ตจะช้า ซึ่งมีการ

ใช้ชื่อว่า www.HINTANGNAKHONNAYOK.com และชื่อภาษาไทย www.หินตั้งนครนายก.com

2. Search (Keyword Google) การใช้ Keyword Google จะใช้ทั้งหมด 2 วิธี ดังต่อไปนี้

2.1 Keyword ทั่วไป คือ แบบธรรมดาที่ใช้ภายในเว็บไซต์ ซึ่งจะต้องสามารถระบุตัวตนและสรุปออกมาสื่อให้ผู้ค้นหาเข้าใจ โดยสามารถดู Keyword ได้จากประเภทธุรกิจที่ทำ จุดเด่นของสินค้าหรือบริการและทราบว่าคุณกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นใคร แล้วกำหนดเอาความโดดเด่นเหล่านั้นมาใช้เป็น Keyword ตัวอย่าง ชุมชนหินตั้ง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว คนทำงาน วัยรุ่นสมัยใหม่ และครอบครัวที่ต้องการพักผ่อนในวันหยุด คีย์เวิร์ดที่ใช้อาจจะคำว่า”ชุมชนหินตั้ง” หรือระบุความเฉพาะเจาะจงโดยเพิ่มรายละเอียดสถานที่เข้าไปด้วย เช่น”ที่เที่ยว ชุมชน หินตั้ง” เป็นต้น การใช้คำค้นหาในกูเกิ้ลนั้น จำเป็นต้องใช้คำที่ง่าย ตรงความหมาย ซึ่งคำที่จะใช้จะมีทั้งคำตรงตัวและคำใกล้เคียง โดยคำตรงตัวนั้นก็เพื่อให้เว็บของเราสามารถอยู่ในหน้าแรกของการค้นหา และคำใกล้เคียงจะมีประโยชน์ต่อเราก็คือเมื่อมีการค้นหาสถานที่ใกล้เคียงกับชุมชนหินตั้ง แต่ก็ยังคงมีเว็บไซต์ของเราติดอยู่ในหน้าแรกของการค้นหาอยู่ดี ซึ่งคำตรงตัวที่จะใช้ เช่น หินตั้งนครนายก ชุมชนหินตั้ง ชุมชนหินตั้งนครนายก ที่เที่ยวหินตั้ง สินค้าชุมชนหินตั้ง ล่องเรือหินตั้ง เป็นต้น

2.2 Search โดยการใช้ Google Planner Keyword Planner มีไว้หา Keyword ที่จะบอกถึงจำนวนการค้นหาในแต่ละเดือนได้อย่างแม่นยำ เราจะนำ keyword เหล่านั้นมาทำการเปรียบเทียบเพื่อนำไปทำ SEO (Search Engine Optimization) ซึ่งเป็นวิธีการปรับแต่งเว็บไซต์ ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเนื้อหาและการเพิ่มลิงก์ที่มีคุณภาพมายังเว็บไซต์ เพื่อให้เว็บไซต์ติดอยู่ในอันดับต้นๆ บน Search Result Page (หน้าแสดงผลการค้นหา) เมื่อกรอก Keyword

(คำค้นหา) ที่ต้องการผ่าน Search Engine ต่างๆ อาทิ Google, Yahoo!, Bing เป็นต้น ในปัจจุบันคีย์เวิร์ดคำค้นหานั้นถือว่ามีความสำคัญในการทำการตลาดออนไลน์ผ่าน Search Engine เป็นอย่างมาก ยิ่งคีย์เวิร์ดคำค้นหายิ่งสั้นและกระชับมากเท่าไร มันก็จะยิ่งมียอดค่าการค้นหาที่สูงมากขึ้นตามไปด้วยหลายเท่าตัว ซึ่งในส่วนนี้เว็บที่มีเนื้อหาคุณภาพที่ดี

3. Facebook การทำการตลาดออนไลน์ผ่าน Facebook นั้น เป็นช่องทางที่สร้างรายได้ให้กับธุรกิจรวมทั้งประหยัดต้นทุนและเข้าถึงคนได้จำนวนมาก โดยที่ Fan Page ของ Facebook สามารถช่วยในการสร้างแบรนด์ธุรกิจชุมชน ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวนมากจะสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าหรือบริการที่เราต้องการโปรโมตได้อย่างง่ายดาย และเหตุผลที่สำคัญ คือ Facebook Page นั้นสามารถวิเคราะห์และเก็บข้อมูลเฉพาะเจาะจงลงไปลึก(Facebook Insights) แสดงกราฟจำนวน ผู้ที่เข้ามา Like เพอร์เซ็นต์การตอบรับของสมาชิก Impression (จำนวนครั้งที่ถูกเห็น) ซึ่งจะช่วยให้สามารถจัดการและวางแผนกลยุทธ์ในการโปรโมตต่อไป และมีช่องทางการ Review ที่คล้าย Webboard ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าสนทนาและถามตอบกับลูกค้าได้ทันที โดยชุมชนหินตั้ง Facebook Page นั้นจะต้องมีการให้ข้อมูลและบทความที่น่าสนใจของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทั่วไป สถานที่เที่ยว กิจกรรม การแจ้งข่าวสารต่างๆ สภาพอากาศในแต่ละวันอัปเดตรูปภาพของสถานที่เที่ยว มีการให้ข้อมูล เบอร์โทรศัพท์ ติดต่อครบถ้วน พร้อมผู้ดูแล Facebook Page สามารถให้คำตอบแก่ผู้ที่สอบถามตลอดเวลา

4. Advertorial คือ เป็นบทความโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน สถานที่ท่องเที่ยวที่ทำให้ผู้อ่านไม่รู้สึกรู้ว่ากำลังดูโฆษณา ซึ่งก็คือการสร้างโฆษณาแอบแฝงอย่างหนึ่ง โดยจะเป็นการนำเสนอสินค้าหรือบริการของตนเองมาแฝงอยู่ในบทความบนสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร เว็บไซต์

ที่สามารถสื่อข้อความได้มากกว่าการโฆษณาแบบเก่า โดยหน้าตาของ Advertorial จะเหมือนคอลัมน์ปกติในนิตยสารส่วนข้อดีของสื่อ Advertorial คือ สามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าหรือบริการได้ ไม่เป็นการดู Hard Sale จนเกินไป อีกทั้งสามารถสื่อข้อความให้กับคนอ่านได้มากกว่าการโฆษณาแบบเก่าที่มักจะต้องประหยัคคำพูด เพื่อเชิญชวนให้ผู้อ่านทั่วไปสนใจ

5. Influencer Marketing เป็นการดำเนินการทางการตลาดเชิงอิทธิพล เป็นการโน้มน้าวโดยตัวบุคคลเพื่อให้เกิดความเชื่อในตัวผลิตภัณฑ์ ในที่นี้การโปรโมทผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้นตั้งควรมีความแตกต่างกันตามลักษณะผลิตภัณฑ์แต่โดยรวม คือ การใช้ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือที่เป็นที่รู้จักในวงกว้างของสังคม มีผู้ติดตามจำนวนมาก มีพฤติกรรมที่ดี บุคลิกเหมาะสม ไม่สร้างภาพลักษณ์ที่เป็นด้านลบ เพราะในแง่ของการตลาดโดยเฉพาะการตลาดดิจิทัล การใช้ Influencer จะช่วยประหยัดเวลา เปรียบเสมือนการใช้เส้นทางลัดที่ทำให้ไปถึงเป้าหมายได้เร็วขึ้นและยังเป็นวิธีที่ช่วยเพิ่มการตัดสินใจของลูกค้าและเป็นการขยายฐานลูกค้าได้เร็วที่สุด

อภิปรายผล

จากการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความต้องการซื้อสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการส่งมอบสินค้า พบว่า โดยส่วนใหญ่ประสิทธิภาพด้านเวลาในการจัดเตรียมสินค้า ด้านความปลอดภัยในตัวสินค้า ด้านต้นทุนที่ต่ำในการส่งมอบสินค้า ด้านความสะดวกในการส่งมอบสินค้า และด้านความรวดเร็วในการไปถึงมือลูกค้าอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของ Lambert, Stock & Ellram. [4] ที่ให้ความสำคัญกับโลจิสติกส์ว่าเป็นกระบวนการวางแผนการดำเนินงาน และการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ซึ่งตามหลักของ

การขนส่งแล้วถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติดังต่อไปนี้คือ ความรวดเร็ว การประหยัด ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา และจากผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนความต้องการซื้อสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ด้านการค้นหาข้อมูลพบว่า โดยส่วนใหญ่ประสิทธิภาพด้านข้อมูลสินค้าต่างๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้านการจัดลำดับของข้อมูลและข่าวสารต่างๆ ของสินค้า ด้านความน่าสนใจของข้อมูลสินค้าต่างๆ ด้านความทันสมัยของข้อมูลและข่าวสารต่างๆ ของสินค้า และด้านความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าต่างๆ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของ Gibson and Ivancevich [5] ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการสำคัญของการที่ผู้บริหารจะต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร จึงอาจกล่าวได้ว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเป็นยุทธศาสตร์หลักหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวอยู่หลายหน่วยงานด้วยเป้าหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ให้กับวิสาหกิจชุมชนผ่านกระบวนการพัฒนาทักษะการผลิต การบริหารจัดการ และพัฒนาช่องทางการตลาด ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบในชุมชนโดยคนในชุมชนเพื่อคนในชุมชน ให้ชาวบ้านในชุมชนได้คิดเอง วางแผน และตั้งเป้าหมายด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาปากท้องของคนส่วนใหญ่ในประเทศ และสามารถลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองเพื่อหางานทำ อีกทั้งเป็นการสร้างความเข้มแข็งของภาคชนบท หากกลุ่มชาวบ้านเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อด้านบวกต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

จากแนวคิดในการพัฒนาชุมชนโดยการให้ชุมชนผลิตสินค้าเข้าสู่ระบบตลาดในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่มุ่งการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าแบบเดียวกันครั้งละจำนวนมาก (Mass Product) ซึ่งมีความขัดแย้งกับวิถีการผลิตแบบยังชีพในสังคมเกษตรกรรมที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ทำให้โอกาสในการแข่งขันกับระบบอุตสาหกรรมเป็นไปได้ยาก [6] นอกจากนี้ประสบปัญหาในเรื่องของคุณภาพสินค้า ประสิทธิภาพการผลิตที่ต่ำ อุปสรรคในด้านการตลาด รวมถึงการจัดการองค์กร ทำให้กลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมให้ผลิตสินค้าจำนวนไม่น้อยต้องเลิกกิจการ เพื่อไปประกอบอาชีพอื่น เช่นเดียวกันในกลุ่มผลิตที่สั่งสมความรู้การตลาดในระบบเศรษฐกิจเพื่อการค้า และพัฒนาหาช่องทางการตลาดใหม่ก็สามารถฝ่าฟันอุปสรรคและดำเนินธุรกิจมาได้กระทั่งปัจจุบัน สามารถยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์จนเป็นที่ยอมรับ อย่างไรก็ตามเมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปผู้คนในสังคมเริ่มมีความนิยมซื้อขายสินค้าผ่านตลาดออนไลน์มากขึ้น แม้มุมมองทางธุรกิจต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค การพัฒนาระบบตลาดของธุรกิจและวิสาหกิจชุมชนจึงต้องปรับตัว นั่นคือการดำเนินธุรกิจของธุรกิจและวิสาหกิจชุมชนต้องพัฒนาสู่ระบบตลาดออนไลน์ควบคู่กับการตลาดแบบเดิม แต่ด้วยความที่สื่อสังคมออนไลน์เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจนกระทั่งคนส่วนหนึ่งไม่อาจก้าวตามการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ทัน เป็นผลให้การขับเคลื่อนธุรกิจและวิสาหกิจชุมชนสู่การตลาดยุคใหม่เป็นไปได้ช้า ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้เชี่ยวชาญควรเป็นส่วนสำคัญในการให้ความรู้และร่วมมือพัฒนาธุรกิจและวิสาหกิจชุมชนสู่การตลาดยุคใหม่ได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการขายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ควรมีสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น มีการเพิ่มความดึงดูดในการโฆษณาสินค้า อัปเดตรายการตารางของสินค้าใหม่อยู่ตลอดเวลา และโปรแกรมค้นหาสินค้าควรมีการเสนอคำอัตโนมัติเพื่อให้ค้นหาง่ายขึ้น เพื่อความสะดวกและความพึงพอใจสูงสุดของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์

2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนควรมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อการใช้งาน เช่น การสมัครเป็นสมาชิกที่ง่ายขึ้น มีการใส่รหัสผ่านทุกครั้งในการเข้าใช้งานเพื่อความปลอดภัยของบัญชีผู้ใช้ มีข้อมูลและรูปภาพจริงของสินค้าที่ต้องการซื้อเพื่อความมั่นใจของลูกค้า มีการยืนยันหมายเลขพัสดุของสินค้าที่ทำการจัดส่งไปยังลูกค้า และควรแจ้งข้อมูลของสินค้าในทุกๆ ครั้ง หากสินค้าหมดผ่านหน้าเว็บไซต์เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

3. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนควรจัดหาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้านการชำระเงินที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าสูงสุด เช่น สามารถชำระค่าสินค้าภายหลังได้ เมื่อได้รับสินค้าแล้วและมีคำอธิบายในการชำระเงินอย่างชัดเจนภายหลัง มีช่องทางชำระสินค้าหลายช่องทาง มีขั้นตอนในการชำระสินค้าทุกครั้งและมีการแจ้งเตือนผ่าน sms เมื่อชำระสินค้าแล้วเสมอ เพื่อความมั่นใจของลูกค้า

4. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนควรมีการบริหารจัดการบุคลากรและแรงงานให้เพียงพอต่อการจัดเตรียมสินค้า ออกแบบหรือผลิตบรรจุภัณฑ์เองเพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ และควรมีหน้าร้านหรือที่ตั้งของแหล่งผลิตที่สามารถลำเลียงสินค้าไปยังสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวก

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการออกแบบระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

เพื่อการขายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาในเรื่องของปริมาณและคุณภาพของสินค้าตามความต้องการของลูกค้า เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่ต้องการของตลาดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2559, จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid395>
- [2] กลุ่มงานพัฒนาวิสาหกิจเกษตรชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2549). *วิสาหกิจชุมชนหนทางพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2559, จาก <http://www.moac.go.th/builder/aid/articleupdate.php?id=86>
- [3] กนต์กนิษฐ์ พงศ์กระพันธุ์. (2552). *ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน*. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- [4] Lambert, D.M., Stock, J.R.; & Ellran, L.M. (1998). *Supply chain and logistics*. Management: McGraw-Hill.
- [5] Gibson, James L., Ivancevich, John M.; and Donnelly, James H., Jr. (1997). *Organizations, Behavior Structure Processes*. International Edition. United States of America: Irwin/McGraw-Hill.
- [6] อัญชรา พุทธิกาญจนกุล; วชิราภรณ์ ภัทโรวาสน์; และ พัชราภรณ์ ลิ้มปิ้องคนันต์. (2559, มกราคม-มิถุนายน). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. 2(1): 75-85.