

“การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์” บ้านพญาขัน ตำบลพญาขัน อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง



จัดทำโดย
พกามาส พรหมบุตร



ที่มา (๑=ความสำคัญ



วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านพญาขัน ตั้งอยู่ที่ ตำบลพญาขัน อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรทางการเกษตรอุดมสมบูรณ์ชุมชนมีการรวมกลุ่มกันแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้เสริมให้กับครัวเรือน ปัจจุบันการจำหน่ายสินค้ายังคงพึ่งพาช่องทางออฟไลน์ เช่น การขายหน้าร้าน งานแสดงสินค้า และการบอกต่อแบบปากต่อปาก ช่วยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น ทั้งในระดับจังหวัด ภูมิภาค และทั่วประเทศ ลดข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลาในการจำหน่ายสินค้า เพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน สร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในชุมชน และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของสมาชิก

วัตถุประสงค์ = สบค

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาด้านการ
จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนแปรรูป
ผลิตภัณฑ์บ้านพญาขัน ตำบลพญาขัน อำเภอเมือง
จังหวัดพัทลุง

2. เพื่อศึกษาความต้องการและความพร้อมในการ
พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจ
ชุมชน

3. เพื่อพัฒนาและเสนอแนวทางการใช้ช่องทางการ
ตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับวิสาหกิจชุมชน
แปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านพญาขัน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

P = Plan (การวางแผน)

- วิเคราะห์ปัญหาการตลาดออนไลน์ในปัจจุบัน
 - สำรวจความต้องการของสมาชิกกลุ่ม
- วางแผนพัฒนาช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสม

A = Action (การปฏิบัติการ)

- นำแผนที่วางไว้ไปทดลองปฏิบัติจริง

O = Observation (การสังเกตผล)

- ติดตามผลลัพธ์จากการดำเนินกิจกรรม

R = Reflection (การสะท้อนผล)

- ร่วมกันประเมินผล และปรับปรุงแนวทาง



ขอบเขตผลการศึกษา

- ศึกษาและพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านพญาขัน
- มุ่งเน้นการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook และ Line ในการจำหน่ายสินค้า
- ประเมินผลการเข้าถึงลูกค้าและยอดจำหน่ายหลังการพัฒนา
- ดำเนินการศึกษากับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและลูกค้าที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดพัทลุง



ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาดำเนินการในพื้นที่วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านพญาขัน
ตำบลพญาขัน อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

ขอบเขตระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ผู้จัดทำได้กำหนดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยเป็น
ระยะเวลาทั้งหมด 2 เดือน ตั้งแต่วันที่ 20 ธันวาคม 2568 – 20
กุมภาพันธ์ 2569





ขอบเขตด้านเนื้อหา



การศึกษามุ่งเน้นการศึกษาสภาพการดำเนินงานด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านพญาขัน โดยครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับ

- สภาพปัจจุบันของช่องทางการจำหน่ายสินค้า
- ปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- ความรู้ ความเข้าใจ และความพร้อมของสมาชิกในการใช้สื่อออนไลน์
- ความต้องการในการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์
- แนวทางการพัฒนาและการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายสินค้า เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) หรือแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นที่เหมาะสม

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ คณะกรรมการและสมาชิกของวิสาหกิจ
ชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านพญาขัน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการ
ผลิต การบริหารจัดการ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยใช้วิธีการ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสอบถามความคิดเห็น และการ
สังเกตข้อมูลภาคสนาม

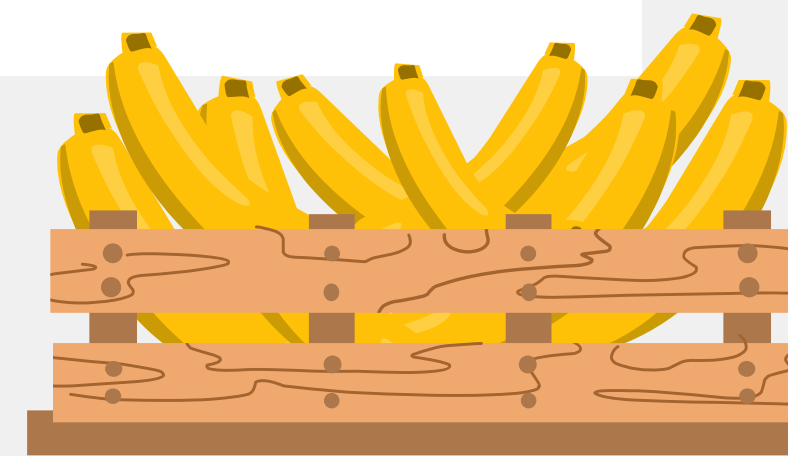




ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล



ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นายประทีป เอียดหนู ซึ่งเป็นผู้นำและผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านพญาขัน ตำบลพญาขัน อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง รวมทั้งสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านพญาขัน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิต การบริหารจัดการ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยให้ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ การสอบถามความคิดเห็น และการแลกเปลี่ยนข้อมูลภาคสนาม เพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางการตลาดออนไลน์ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน





การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยเริ่มจากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการในการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชน



ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป



- ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าออนไลน์โดยเฉพาะ
- ควรเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแต่ละแพลตฟอร์มในการสร้างยอดขาย
- ควรศึกษาการสร้างแบรนด์ (Branding) และภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในระยะยาว
- อาจขยายการวิจัยไปยังวิสาหกิจชุมชนอื่นในจังหวัดพัทลุง เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์
- ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาทักษะดิจิทัลของสมาชิกอย่างเป็นระบบ





ผลการดำเนินงาน



ผลการจัดตั้งเพจ Facebook

- ได้ดำเนินการจัดตั้งเพจ Facebook ของวิสาหกิจชุมชน เพื่อใช้เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าออนไลน์ โดยมีการดำเนินงานดังนี้
- ตั้งชื่อเพจให้สอดคล้องกับชื่อกลุ่มและพื้นที่ใน จังหวัดพัทลุง
- จัดทำรูปโปรไฟล์ (โลโก้กลุ่ม) และภาพหน้าปกที่แสดงเอกลักษณ์สินค้า
- จัดทำข้อมูล “เกี่ยวกับเรา” ระบุที่ตั้ง ช่องทางติดต่อ และจุดเด่นของผลิตภัณฑ์



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการในการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านพญาบันอย่างเป็นระบบ สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนพัฒนาด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสม
2. วิสาหกิจชุมชนมีแนวทางในการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ที่สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของกลุ่ม สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าได้จริง
3. ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง ส่งเสริมการสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ เพิ่มยอดจำหน่าย และสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในชุมชน
4. ส่งเสริมความรู้และทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการตลาดให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน อันจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัล

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ บ้านพญาขัน ตำบลพญาขัน อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของชุมชนผ่านสื่อดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การจัดตั้งและพัฒนาเพจ Facebook เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้า สามารถเพิ่มการรับรู้แบรนด์และขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการพัฒนาคอนเทนต์ที่หลากหลาย เช่น การแนะนำสินค้า ขั้นตอนการผลิต รีวิวจากลูกค้า และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ส่งผลให้จำนวนผู้ติดตามและการมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเกิดการสั่งซื้อจากลูกค้านอกพื้นที่มากขึ้น



ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้



- ควรแต่งตั้งผู้รับผิดชอบดูแลช่องทางออนไลน์โดยเฉพาะ เพื่อให้การโพสต์และตอบลูกค้ามีความต่อเนื่อง
- ควรวางแผนจัดทำคอนเทนต์ล่วงหน้า เช่น ปฏิทินการโพสต์รายสัปดาห์หรือรายเดือน
- พัฒนากทักษะสมาชิกด้านการถ่ายภาพสินค้า การเขียนข้อความโฆษณา และการไลฟ์สด
- ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และสร้างเอกลักษณ์แบรนด์ให้ชัดเจน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ
- ขยายช่องทางจำหน่ายไปยังแพลตฟอร์มอื่นเพิ่มเติม เช่น TikTok หรือ Marketplace

