

แนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร^{1*}

¹ศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมชุมชน ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยว และการศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

และ สถาบันนวัตกรรมทางการศึกษา สมาคมส่งเสริมการศึกษาทางเลือก

E-mail: dr.thiwat@gmail.com , Tachakorn W@DRU.ac.th , sp_teacher06@miat.ac.th , Osmile1111@hotmail.com

Received: 12 Oct 2023

Revised: 15 Nov 2023

Accepted: 25 Dec 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods) มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำนวน 100 คน เลือกแบบเจาะจง แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (แบบบันทึก/แบบสังเกต มาวิเคราะห์แบบเชิงเนื้อหา (Content Analysis) -test) แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากเอกสาร/วรรณกรรม/แบบสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน เนื้อหารูปภาพใน Viral Video ทำให้เกิดแรงจูงใจ วิธีการโพสต์หรือแคปชั่น เป็นที่น่าสนใจ บรรจุภัณฑ์ มีความโดดเด่นและทันสมัย ทำให้สามารถติดต่อกับผู้ประกอบการได้ง่าย

คำสำคัญ: การจัดการตลาด,การตลาดดิจิทัล,วิสาหกิจชุมชน,กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมหาสวัสดิ์,ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง

Social Media Development Guidelines Mahasawat Farmer Housewives Community Enterprise Flossy pork rice products Phutthamonthon Nakhon Pathom Province

Ntapat Worapongpat¹ *

¹ Center for Knowledge Transfer, Technology, Community Innovation, Entrepreneurship, Tourism
and Education Eastern Institute of Technology Suvarnabhumi (EITS)

*Corresponding author: E-mail:dr.thiwat@gmail.com , tachakorn.w@dru.ac.th

Received: 12 Oct 2023

Revised: 15 Nov 2023

Accepted: 25 Dec 2023

Abstract

This research has the objective to study the satisfaction and development of digital marketing of community enterprises of the Mahasawat Farmer Housewives Group. Product: rice cracker with pork floss, Mahasawat Subdistrict, Phutthamonthon District, Nakhon Pathom Province. The research is a combination of qualitative and quantitative research (Mixed Methods). Research tools include questionnaires/interviews. The sample group/target group is consumers including housewives and farmers, numbering 100 people, selected specifically. The data collected from the questionnaire was then analyzed using descriptive statistics consisting of percentage, mean, and standard deviation. (recording form/observation form Let's do a content analysis (Content Analysis) -test) and then use the information gathered from documents/literature/interviews. The research results found that Developing the design and layout of the website The formatting on the website is easy to read and use. Image content in Viral Video is motivating. How to post or caption It is interesting, the packaging is unique and modern. Makes it easy to contact entrepreneurs

Keywords: Market Management, Digital Marketing, Community Enterprise, Mahasawat Farmer Housewives Group, Rice Cracker Product With Flossy Pork Face

บทนำ

การจัดการและการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม เริ่มจัดตั้งกลุ่มเมื่อวันที่ 20 ต.ค. 2520 โดยมีเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลได้แนะนำการรวมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำนวน 18 คน เพื่อแปรรูปผลผลิตเกษตรต่อมาเมื่อปี 2539 สมาชิกกลุ่มได้เชิญเจ้าหน้าที่เคหะกิจ มาดำเนินการจัดทำไข่เค็มเสริมเกลือไอโอดีนขึ้น เนื่องจากในหมู่บ้านเลี้ยงเป็ดไข่มาก และไข่เป็ดมีราคาถูก แต่ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร และทำผลไม่แปรรูป ยังไม่ประสบผลสำเร็จเช่นเดียวกัน ต่อมาเมื่อต้นปี 2543 สมาชิกกลุ่มฯ ได้เชิญเจ้าหน้าที่เคหะกิจ อำเภอกุสุมาลย์ แนะนำการทำข้าวตัง โดยใช้ข้าวซ้อมมือ ทำให้ข้าวตังเป็นที่รู้จักของคนที่มาเยือนบ้านศาลาติน ได้รู้จักกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม เปรียบเสมือนศูนย์กลางที่รวบรวมองค์ความรู้ภูมิปัญญาแบบพึ่งพาตนเองของชุมชน ซึ่งมุ่งเน้นในเรื่องการสร้างรายได้ การแก้ปัญหา และการอนุรักษ์ธรรมชาติภายในชุมชน เช่น การสาธิตการทำข้าวตัง การให้ความรู้เกี่ยวกับข้าวซ้อมมือ ที่นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถเป็นต้นแบบให้ชุมชนอื่นมาศึกษาได้ด้วย (พิมพ์ชนก มูลมิตร, นิพล เชื้อเมืองพาน, 2565).

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ได้พัฒนาสูตรวิธีการทำข้าวตัง ที่ทำจากข้าวกล้องและข้าวไรต์เบอร์ตากแห้ง นำไปทอดให้กรอบในน้ำมันใหม่ แล้วราดน้ำสูตรพิเศษเฉพาะของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม ไร่น้ำข้าวตังด้วยธัญพืช หรือหมูหยอง จนสามารถสร้างเครื่องหมายการค้า “ข้าวตังบ้านศาลาติน” ที่เป็นเอกลักษณ์สร้างชื่อเสียงให้ที่นั่นจนปัจจุบัน แต่กว่าสินค้าของกลุ่มจะเป็นที่รู้จักจะต้องผ่านปัญหามากมาย ต้องหาความรู้ใช้ทุนตนเองและทดลองทำการตลาด หาช่องทางโฆษณา นำสินค้าไปขายด้วยตัวเอง และวางขายตามร้านต่าง ๆ ฝากขายตามร้านค้าที่ขายของฝาก ที่หน่วยราชการจัดขึ้น จนทำให้ข้าวตังบ้านศาลาตินเป็นที่รู้จักและยังได้เป็นสินค้าขึ้นชื่อใน OTOP ของตำบลมหาสวัสดิ์อีกด้วย ปัจจุบันกิจการข้าวตังบ้านศาลาตินบริหารโดย คุณปราณี สวัสดิ์แดง หนึ่งในสมาชิกผู้บุกเบิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนมหาสวัสดิ์ (เพ็ญศรี ฉรินง, ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง, 2561).

ดังนั้น ทางคณะผู้จัดทำจึงเล็งเห็นปัญหาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม และให้ความสำคัญของการจัดการการตลาดดิจิทัล จึงทำให้เกิดแนวคิดที่จะพัฒนาและถ่ายทอดความรู้ให้กับเจ้าของกิจการ เกี่ยวกับการสร้าง Websites พัฒนาเพจ Facebook เพิ่มช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่สะดวกขึ้น โดยการสแกน QR Code ที่เชื่อมต่อกับ Line เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม

วิธีดำเนินการวิจัย

รายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยมีดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้ประกอบการ ผู้มีประสบการณ์ ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม โดยเก็บข้อมูลระหว่างช่วงเวลา (ธันวาคม-มกราคม 65) จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

การศึกษาครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ และเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) Google Form

1. การสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารๆ เพื่อออกแบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีสาระตรงกับวัตถุประสงค์ เพื่อสอบถามผู้ที่มีประสบการณ์ตรงและเกี่ยวข้องกับการศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัล

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม

2. การสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามการศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัล วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม โดยการสร้างแบบสอบถามในระบบออนไลน์ ด้วย Google Form มีจำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต พฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบใดใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ใด และประเภทสินค้าที่จะซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต

ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ “การศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัล วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม” ได้แก่ 1. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ 2. ด้านการออกแบบการจัดทำ Viral Video 3. ด้านการออกแบบและการพัฒนาเพจ Facebook 4. ด้านประโยชน์ของการใช้งาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Interview)

1.1 ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์

1.2 ผู้วิจัยได้ดำเนินสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการจดบันทึกการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

และการบันทึกเสียง

1.3 ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แล้วนำมาวิเคราะห์พร้อมทั้งแยกแยะจับประเด็น อีกทั้งตัดคำพูดบางคำที่ไม่เหมาะสม และไม่เกี่ยวข้องกับการวิจัยออกไป เพื่อให้ข้อมูลเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

2.1 ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามในระบบออนไลน์ ด้วย Google Form จำนวน 100 คน แก่กลุ่มตัวอย่างที่ได้เลือกไว้ด้วยตนเอง

เครื่องมือที่ใช้ แบบสอบถามออนไลน์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม โดยใช้วิธีการศึกษาเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่เก็บจากแบบสอบถาม (Questionnaire) Google Form ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

2. ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม การศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม โดยการสร้างแบบสอบถามในระบบออนไลน์ ด้วย Google Form มีจำนวน 3 ตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Questions)

คุณ วันชัย สวัสดิ์แดง เพศ ชาย อายุ 42 ปี อาชีพผู้แทนชุมชนบ้านศาลาดีน และประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์

1.1 การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐม ของคณะผู้วิจัยให้ความรู้และสามารถนำไปใช้ได้ จากเดิมที่ไม่ค่อยมีการโพสต์ Facebook เปลี่ยนไปจากเดิมคือมีการโพสต์รูปพร้อมลายน้ำ เพื่อให้รู้ว่าเป็นรูปของทางร้านจริง ๆ และแคปชั่นที่น่าสนใจ มีการลงรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง หรือกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา

1.2 การจัดทำการตลาดดิจิทัลมีประโยชน์ต่อกิจการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐม อย่างไรประโยชน์ในด้านการประชาสัมพันธ์ทำให้มีคนรู้จักมากยิ่งขึ้น และประหยัดเพราะไม่เสียค่าใช้จ่ายจากการโปรโมทเพจFacebook แคปชั่นเชิญชวนทำให้มีคนสนใจเข้ามาดู และแวะเวียนเข้ามาชมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐมเพิ่มมากขึ้น

1.3 ท่านจะนำความรู้เกี่ยวกับการจัดการการตลาดดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ต่อยอดกับกิจการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐมหรือไม่

2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม การศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐม และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตสื่อสารสังคมออนไลน์ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่เป็นร้อยละ(Percentage)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติพื้นฐาน ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เลือกใช้สถิติตามการใช้ของได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐม

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 3 ชม./วัน	0	0
3 – 6 ชม./วัน	40	40
6 – 9 ชม./วัน	60	60
มากกว่า 9 ชม./วัน	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน 6 - 9 ชม./วัน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 3 - 6 ชม./วัน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และ 1 - 3 ชม./วันและมากกว่า 9 ชม./วัน จำนวน 0 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบใด

ท่านมีพฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โพสต์ Post	0	0
แชร์ Share	10	10
เช็คอิน Check in	10	10
ไลค์ Like	80	80
แท็ก Tag	0	0
อื่นๆ	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านพฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบใดของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัลในรูปแบบไลค์ Like จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 80 แชร์ Share และเช็คอิน Check in จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และโพสต์ Post แท็ก Tag และอื่น ๆ จำนวน 0 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ใด

ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ใด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อติดต่อสื่อสาร	30	30
เพื่อความบันเทิง	50	50
เพื่อซื้อขายสินค้าและบริการ	20	20
เพื่อค้นคว้าหาข้อมูล	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ใดของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 เพื่อติดต่อสื่อสาร จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 เพื่อซื้อขายสินค้าและบริการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และเพื่อค้นคว้าหาข้อมูล จำนวน 0 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ประเภทสินค้าที่ท่านจะซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตต่อการศึกษาความพึงพอใจและการพัฒนาการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอบางแพ จังหวัด นครปฐม

ประเภทสินค้าที่ท่านจะซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อาหาร / ผัก ผลไม้	10	10
เสื้อผ้า	70	70
จองโรงแรม / ห้องเที่ยว	20	20
จองตั๋วเครื่องบิน	0	0
อื่น ๆ	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านประเภทสินค้าที่จะซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ประเภทสินค้าที่จะซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตเป็นประเภทเสื้อผ้า จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ประเภทจองโรงแรม / ห้องเที่ยว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ประเภทอาหาร / ผัก ผลไม้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และประเภทจองตั๋วเครื่องบินและอื่น ๆ จำนวน 0 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ แนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมดังนี้

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอ พุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม ได้แก่	MEAN	แปลผล
ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์	4.00	ระดับความพึงพอใจมาก
ด้านการออกแบบการจัดทำ Viral Video	4.25	ระดับความพึงพอใจมาก
ด้านการออกแบบและการพัฒนาเพจ Facebook	4.20	ระดับความพึงพอใจมาก
ด้านการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	4.17	ระดับความพึงพอใจมาก
ด้านประโยชน์ของการใช้งาน	4.23	ระดับความพึงพอใจมาก
รวม	4.17	ระดับความพึงพอใจมาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอ พุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ ด้านการออกแบบการจัดทำ Viral Video ($\bar{x} = 4.25$) ด้านประโยชน์ของการใช้งาน ($\bar{x} = 4.23$) ด้านการออกแบบและการพัฒนาเพจ Facebook ($\bar{x} = 4.20$) ด้านการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ($\bar{x} = 4.17$) และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ ($\bar{x} = 4.00$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ และแนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์	MEAN	แปลผล
1. หน้าโฮมเพจมีความสวยงามเหมาะสมและน่าสนใจ	4.10	ระดับความพึงพอใจมาก
2. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.20	ระดับความพึงพอใจมาก
3. ข่าวสารประชาสัมพันธ์เว็บไซต์มีความเหมาะสม	3.70	ระดับความพึงพอใจมาก
รวม	4.00	ความพึงพอใจมาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ การจัดการการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอ พุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน ($\bar{x} = 4.20$) หน้าโฮมเพจมีความสวยงามเหมาะสมและน่าสนใจ ($\bar{x} = 4.10$) และข่าวสารประชาสัมพันธ์เว็บไซต์มีความเหมาะสม ($\bar{x} = 3.70$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ข้อมูลความพึงพอใจของบริโภคด้านการออกแบบการจัดทำ Viral Video ต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ด้านการออกแบบการจัดทำ Viral Video	MEAN	แปลผล
1. เนื้อหารูปภาพใน Viral Video ทำให้เกิดแรงจูงใจหรือไม่	4.40	ระดับความพึงพอใจมาก
2. หลังจากการรับชม Viral Video แล้วทำให้อยากไปสถานที่ในคลิปหรือไม่	4.10	ระดับความพึงพอใจมาก
รวม	4.25	ระดับความพึงพอใจมาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ การจัดการการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอ พุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม ด้านการออกแบบการจัดทำ Viral Video อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก

ได้แก่ เนื้อหารูปภาพใน Viral Video ทำให้เกิดแรงจูงใจหรือไม่ ($\bar{x} = 4.40$) และหลังจากการรับชม Viral Video แล้วทำให้
อยากไปสถานที่ในคลิปหรือไม่ ($\bar{x} = 4.10$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการออกแบบและการพัฒนาเพจ Facebook ต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสังคม
ออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ด้านการออกแบบและการพัฒนาเพจ Facebook	MEAN	แปลผล
1. การติดแฮชแท็ก ทำให้สะดวกต่อการค้นหา	4.30	ระดับความพึงพอใจมาก
2. วิธีการโพสต์หรือแคปชั่น เป็นที่น่าสนใจ	4.60	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3. รูปภาพโปรไฟล์ สโลแกน มีความสวยงามและน่าสนใจเป็นที่จดจำ	3.70	ระดับความพึงพอใจมาก
รวม	4.20	ระดับความพึงพอใจมาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอ พุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม ด้านการออกแบบ
และการพัฒนาเพจ Facebook อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับ
มากที่สุด ได้แก่ วิธีการโพสต์หรือแคปชั่น เป็นที่น่าสนใจ ($\bar{x} = 4.60$) ทั้งนี้ยังพบว่าความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก
ได้แก่ การติดแฮชแท็ก ทำให้สะดวกต่อการค้นหา ($\bar{x} = 4.30$) และ รูปภาพโปรไฟล์ สโลแกน มีความสวยงามและน่าสนใจเป็น
ที่จดจำ ($\bar{x} = 3.70$) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการโปรโมทผลิตภัณฑ์ ต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจ
ชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ด้านการโปรโมทผลิตภัณฑ์	MEAN	แปลผล
1. เว็บไซต์และเว็บไซต์มีความโดดเด่นและทันสมัย	4.30	ระดับความพึงพอใจมาก
2. ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความโดดเด่นและทันสมัย	4.50	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3. การโปรโมทผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์และเว็บไซต์	3.70	ระดับความพึงพอใจมาก
รวม	4.17	ระดับความพึงพอใจมาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดการการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอ พุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม ด้านการโปรโมท
ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่อง
ทางการจัดจำหน่ายมีความโดดเด่นและทันสมัย ($\bar{x} = 4.50$) ทั้งนี้ยังพบว่าความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ เว็บไซต์
และเว็บไซต์มีความโดดเด่นและทันสมัย ($\bar{x} = 4.30$) และการโปรโมทผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์และเว็บไซต์ ($\bar{x} = 3.70$)
ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านประโยชน์ของการใช้งาน ต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

ด้านประโยชน์ของการใช้งาน	MEAN	แปลผล
1. การมี QR Code ทำให้สะดวกต่อการสอบถามข้อมูลหรือสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์	3.80	ระดับความพึงพอใจมาก
2. ทำให้สามารถติดต่อกับผู้ประกอบการได้ง่าย	4.90	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3. ทำให้ได้รับการตอบสนองจากผู้ประกอบการได้อย่างรวดเร็ว	4.00	ระดับความพึงพอใจมาก
รวม	4.23	ระดับความพึงพอใจมาก

ได้แก่ ทำให้ได้รับการตอบสนองจากผู้ประกอบการได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.00$) และการมี QR Code ทำให้สะดวกต่อการสอบถามข้อมูลหรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.80$) ตามลำดับ

ผลการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

คำถาม	คุณจิรายุ แก่นจันทร์
การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการจัดการและพัฒนาตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐม ของนักศึกษา มทร. พระนคร ให้ความรู้และสามารถนำไปใช้จริง	สามารถนำไปใช้ได้จริง จากเดิมที่ไม่ค่อยมีการโพสต์ Facebook เปลี่ยนไปจากเดิมคือมีการโพสต์รูปพร้อมลายน้ำเพื่อให้รู้ว่าเป็นรูปของทางร้านจริง ๆ และแคปชั่นที่น่าสนใจ มีการลงรูป หรือกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา ทำให้เป็นที่น่าสนใจ
การจัดทำการตลาดดิจิทัลมีประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐม อย่างไร	มีประโยชน์ในด้านการประชาสัมพันธ์ทำให้มีคนรู้จักมากยิ่งขึ้น และประหยัดเพราะไม่เสียค่าใช้จ่ายจากการโปรโมทเพจ Facebook แคปชั่นเชิญชวน ทำให้มีคนสนใจเข้ามาดูและแวะเวียนเข้ามาชมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐม เพิ่มมากขึ้น
ท่านจะนำความรู้เกี่ยวกับการจัดการตลาดดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ต่อยอดกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐม หรือไม่	นำไปใช้อย่างแน่นอน เพราะการทำการตลาดดิจิทัลจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง ตำบล มหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัด นครปฐม เป็นที่รู้จักมากขึ้น

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการอภิปรายผลข้อมูลเชิงปริมาณ

1.1 เมื่อพิจารณาจากการพัฒนาออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ต่อ แนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม พบว่า การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน ($\bar{x} = 4.20$) หน้าโฮมเพจมีความสวยงามเหมาะสมและน่าสนใจ ($\bar{x} = 4.10$) และข่าวสารประชาสัมพันธ์เว็บไซด์มีความเหมาะสม ($\bar{x} = 3.70$) ซึ่งสอดคล้องกับ (ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชรและคณะ, 2565) กล่าวว่า เนื้อหาเว็บไซด์ (Contents) คือส่วนประกอบของเนื้อหาเว็บไซด์ที่ประกอบด้วยเนื้อหา ข้อมูลที่น่าสนใจอยู่บนเว็บไซด์ในรูปแบบของตัวอักษร ภาพประกอบ รวมไปถึงการใช้เสียงและไฟล์วิดีโอต่าง ๆ และสอดคล้องกับ (ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชรและคณะ, 2564) เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น ในรูปแบบที่ทันสมัยขึ้น แต่ยังคงคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก

1.2 เมื่อพิจารณาจากการพัฒนาการออกแบบการจัดทำ Viral Videoต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม พบว่า เนื้อหารูปภาพใน Viral Video ทำให้เกิดแรงจูงใจหรือไม่ ($\bar{x} = 4.40$) และหลังจากการรับชม Viral Video แล้วทำให้อยากไปสถานที่ในคลิปหรือไม่ ($\bar{x} = 4.10$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชรและคณะ, 2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งต่อหรือไม่ส่งต่อ Viral Video” พบว่า มี 2 ปัจจัย คือ ความประทับใจหลังจากดูออนไลน์วิดีโอ อันเนื่องมาจากเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ปัจจัยรองลงมา คือ ความเหมาะสมของเนื้อหาที่จะแชร์ลงไปในเครือข่ายสังคม

ออนไลน์ ปัจจัยรองลงมา คือ ความชอบหรือความประทับใจหลังชมคลิปวิดีโอ ปัจจัยนี้เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้เกิดการแบ่งปัน เพราะหลังจากดูคลิปวิดีโอจบ ถ้าผู้ชมเกิดความชอบหรือความประทับใจ จะทำให้เกิดการแบ่งปันต่อที่สูง แต่มีกลุ่มตัวอย่างหลายคนที่ชอบหรือประทับใจเรื่องราวในคลิปวิดีโอ แต่กลับไม่แบ่งปันเพราะไม่ใช่ประเภทของคลิปวิดีโอที่ตนเองชอบหรือสนใจ แค่ดูคลิปวิดีโอแล้วรู้สึก ชอบ ประทับใจ แต่ไม่ได้เกิดความรู้สึกที่อยากจะแบ่งปัน ปัจจัยสุดท้าย คือ ความเหมาะสมในการแบ่งปัน เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ดูความเหมาะสมก่อนที่จะแบ่งปันคลิปวิดีโอออกไป เนื่องจากบางคนห่วงในภาพลักษณ์ที่คนอื่นมองตนเอง ถ้าการแบ่งปันคลิปวิดีโอมีลักษณะเชิงลบ อาจทำให้คนอื่นมองว่า เป็นคนชอบคลิปวิดีโอประเภทนี้ และการแบ่งปันคลิปวิดีโอเกี่ยวกับเรื่องศาสนา การเมือง เรื่องเพศ ต้องดูความเหมาะสมก่อนที่จะแบ่งปัน เพราะความเห็นของคนในสังคม อาจจะไม่ตรงกับที่ผู้แบ่งปัน และจะเกิดข้อถกเถียงขึ้นได้

1.3 เมื่อพิจารณาจากการพัฒนาการออกแบบและการพัฒนาเพจ Facebook ต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า วิธีการโพสต์หรือแคปชั่น เป็นที่น่าสนใจ ($\bar{x} = 4.60$) การติดแฮชแท็ก ทำให้สะดวกต่อการค้นหา ($\bar{x} = 4.30$) และรูปภาพโปรไฟล์ สโลแกน มีความสวยงามและน่าสนใจเป็นที่จดจำ ($\bar{x} = 3.70$) ซึ่งสอดคล้องกับ (ณฐาพัชร วรพงศ์พัชรและคณะ, 2564) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารบน Facebook Fanpage Goal Thailand ที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ Goal.com/th/” พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเนื้อหาได้รับความนิยมจากความน่าสนใจและมีความแตกต่าง มีการใช้คำแสดงภาพลักษณ์และคำร่วมสมัย นอกจากนี้การโพสรูปหรือข้อมูลของนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงหรือมีความโดดเด่นก็ทำให้ได้รับความสนใจจากแฟนเพจเพิ่มมากขึ้น

1.4 เมื่อพิจารณาจากการพัฒนาการออกแบบโลโก้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า บรรจุภัณฑ์ มีความโดดเด่นและทันสมัย ($\bar{x} = 4.50$) ทั้งนี้ยังพบว่าความพึงพอใจโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ โลโก้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่นและทันสมัย ($\bar{x} = 4.30$) และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายในราคาที่สูงขึ้น ($\bar{x} = 3.70$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ (ณฐาพัชร วรพงศ์พัชรและคณะ, 2564) กล่าวว่า ตราสินค้า หมายถึง ความโดดเด่นของชื่อ สัญลักษณ์เช่น โลโก้เครื่องหมายการค้า หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยมีเอกลักษณ์ของสินค้าหรือบริการให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคสามารถทราบที่มาของสินค้าและยังช่วยปกป้องบริษัท ลูกค้านับจากคู่แข่งที่พยายามเข้ามาทำตลาด ซึ่งสอดคล้องกับ (ณฐาพัชร วรพงศ์พัชรและคณะ, 2565) กล่าวว่า การตั้งราคาที่สูงกว่า (Price Premium) หมายถึง เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงตราสินค้า จะเป็นโอกาสให้ตราสินค้านั้นสามารถตั้งราคาได้สูงกว่าคู่แข่งเพราะผู้บริโภคยอมรับและมองเห็นถึงความแตกต่างจากตราสินค้าและสอดคล้องกับ (ณฐาพัชร วรพงศ์พัชรและคณะ, 2565) กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีหลักที่ต้องคำนึงถึงมีความโดดเด่น (Outstanding) ในสภาพการตลาดที่มีการแข่งขันที่สูง บรรจุภัณฑ์จะต้องมีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก เมื่อเวลาวางข้างกับคู่แข่งหรือสินค้าอื่น ๆ ก็จะต้องดูโดดเด่น ทั้งสี สัน รูปทรง และรูปแบบ

1.5 เมื่อพิจารณาจากการพัฒนาด้านประโยชน์ของการใช้งาน ต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยอง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า ทำให้สามารถติดต่อกับผู้ประกอบการได้ง่าย ($\bar{x} = 4.90$) ทำให้ได้รับการตอบสนองจากผู้ประกอบการได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.00$) และการมี QR Code ทำให้สะดวกต่อการสอบถามข้อมูลหรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.80$) ซึ่งสอดคล้องกับ (ณฐาพัชร วรพงศ์พัชรและคณะ, 2564) ส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยให้ความเห็นว่าสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่เปิดกว้าง เป็นช่องทางที่ไว้ให้คนได้แสดงความคิดเห็นได้ในหลากหลายแง่มุม สามารถค้นหาข้อมูลและตอบสนองต่อความต้องการได้ง่าย และเป็นการโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระไม่ว่าจะเวลาใด อยู่ที่ไหน มีการใช้ประโยชน์จากสังคมออนไลน์เพื่อพูดคุยกับเพื่อน ค้นหาเพื่อนเก่าหรือหาเพื่อนใหม่ เพื่อการติดตามข่าวสารที่สนใจและเหตุการณ์ต่างๆ มีความพึงพอใจมากในเรื่องของการได้สนทนาโต้ตอบกับเพื่อน หรือผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย มีความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร และมีความหลากหลายของชุมชนหรือกลุ่มสังคม

ส่วนที่ 2 ผลการอภิปรายผลข้อมูลเชิงคุณภาพ

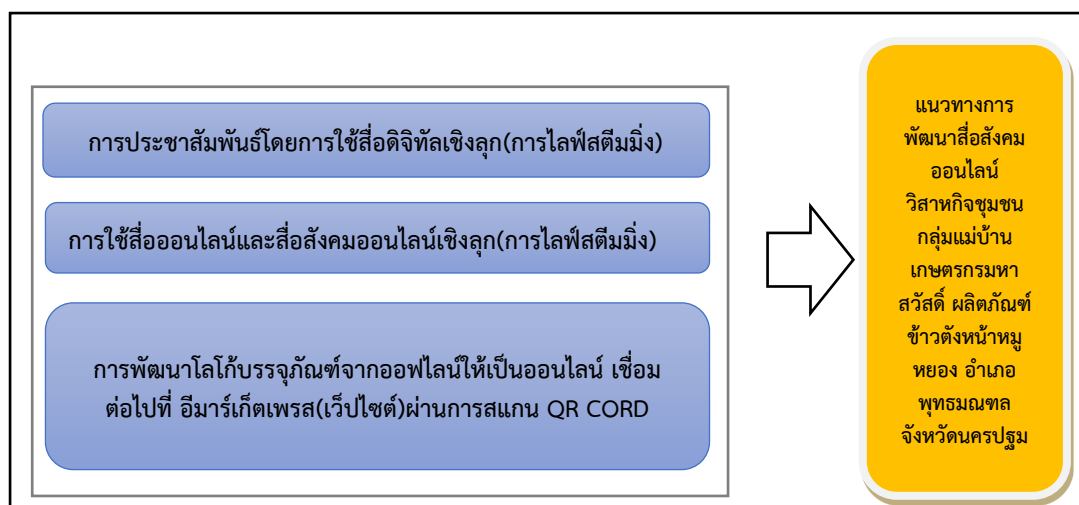
เมื่อพิจารณาจากกรอบงานวิจัยของ (ณฐาพัชร วรพงศ์พัชรและคณะ, 2564) พบว่า แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ เว็บไซต์ที่ให้ความรู้ข้อมูลหรือคลิป

วิดีโอเพื่อการสื่อสารรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ มีเอกลักษณ์ ทันสมัย ดึงดูด ความสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ส่วนประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย ส่วนหัวเรื่อง ข้อความ ภาพประกอบ ข้อมูลการติดต่อ และข้อมูลผู้จัดทำ ซึ่งสอดคล้องกับ (ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร และคณะ, 2563) และจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กลุ่มอาชีพเกษตรกรให้รู้จักการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

1. เพิ่มการประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อดิจิทัลควบคู่กับเว็บไซต์
2. การพัฒนา เนื้อหา(Content) เพื่อทำให้เกิดแรงจูงใจ
3. การพัฒนาโลโก้บรรจุภัณฑ์จากออฟไลน์ให้เป็นออนไลน์ เชื่อมต่อไปที่ อีมาร์เก็ตเพลส (เว็บไซต์) ผ่านการสแกน QR CORD

QR CORD



เอกสารอ้างอิง (Reference)

- ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร. (2565). การพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลชุมชนการท่องเที่ยว ชุมชนเชิงเกษตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวไร่เชิง. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 4(4), 1-9.
- ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร. (2565). การจัดการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทัพหลวง กะละแมลงพร ตำบลทัพหลวง อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 4(3), 1-15.
- ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร. (2565). การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มคุณป้า ชุมชนบ้านศาลาดิน นครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 4(2), 29-44.
- ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของนักท่องเที่ยวประเภทวางแผนการเดินทางเอง กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(1), 304-318.
- ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). การจัดการการตลาดดิจิทัลและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งจากอ้อยศูนย์การเรียนรู้ยั่งยืนเป็นสุขบ้านวังตะเคียนจังหวัดราชบุรี. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 5(2), 15-28.
- ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และสื่อสังคมออนไลน์กระเป๋าสานจากเส้นพลาสติก กลุ่มแม่บ้านงานจักสานบ้านนาโพรงมะเดื่อ ตำบลโพรงมะเดื่อ อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(1), 35-48.

- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). แนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มอาชีพสตรีแก้วถัก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 8(1), 53-67.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์วิสาหกิจชุมชนข้าวลุ่มรินตำบลเสม็ดอำเภอยะโฮง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 23(2), 1-16.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). การตลาดดิจิทัลและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมฝอยทองจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิจัยวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 4(1), 189-202.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2565). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเพชบุรีและไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำดอนหวาย หลังสถานการณ์โควิด-19. *วารสารการจัดการโซ่อุปทานและกลยุทธ์ธุรกิจ*, 2(1), 41-53.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2565). การจัดการการตลาดและการตลาดดิจิทัลแหล่งท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ OTOP นวัตกรรมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องปั้นดินเผาเคลือบสีลาดตำบลสัมปทวน อำเภอนครชัยศรีจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 4(3), 101-115.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2565). ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน นนทบุรี ในสถานการณ์โควิด 19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มจร วิทยาเขตอีสาน*, 3(2), 33-53.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2565). การจัดการการตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์เทียนเจลหอมแพนซีตำบลบ่อพลับ อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. *วารสารศึกษาศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 10(1), 160-179.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์วิสาหกิจชุมชนข้าวลุ่มรินตำบลเสม็ด อำเภอยะโฮง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 23(2), 1-16.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). แนวทางการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มอาชีพสตรีแก้วถักอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สกลนคร*, 8(1), 53-67.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). การจัดการการตลาดดิจิทัลและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งจากอ้อยศูนย์การเรียนรู้ยั่งยืนเป็นสุขบ้านวังตะเคียนจังหวัดราชบุรี. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 5(2), 15-28.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และสื่อสังคมออนไลน์กระเป๋าสานจากเส้นพลาสติก กลุ่มแม่บ้านงานจักสานบ้านนาโพรงมะเดื่อ ตำบลโพรงมะเดื่อ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี*, 3(1), 35-48.
- ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร. (2563). การพัฒนาทักษะ ทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าตำบลบ่อพลับ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคมวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 8(2), 166-176.
- พิมพ์ชนก มูลมิตร, นิพล เชื้อเมืองพาน. (2022). การพัฒนารูปแบบจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อ รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในเมืองต้องห้ามพลาดพลัสจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์ บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์)*, 8(2), 81-97.
- เพ็ญศรี ฉิรินัง, ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง. (2018). การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืนทาง เศรษฐกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์อำเภอยะโฮงจังหวัดนครปฐม. *RMUTSB ACADEMIC JOURNAL (HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES)*, 3(2), 139-150.
- MotionGraphicPlus. (2016). 5 สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุภัณฑ์. สืบค้น 6 เมษายน 2563, จาก <https://www.motiongraphicplus.com/archives/2338>
- Douglas Dollarhide (1923 – 2008) Dollarhide, Maya E. (2021). Social Media Definition. Retrieved 06 04, 2022, from <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>
- eMarketing Institute. (2018). Social Media Marketing: Social Media Marketing Fundamentals. Retrieved 05 05, 2022, from: <https://www.emarketinginstitute.org>

SEOPressor Connect Review:- The Best WordPress SEO Plugin. Retrieved 06 01, 2021, from
<https://www.digitaldesignjournal.com/seopressor-connect-review/>

