

บทที่ 5

สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นขั้นตอนที่ 2 ของการวางแผนการตลาดดิจิทัลของงานวิจัย “การบูรณาการการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนการทำตลาดดิจิทัลให้สอดคล้องกับบริบทของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของชุมชน

ผู้ศึกษาได้ทำการเลือกที่จะกำหนดตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความเป็น (Non-Probability Sampling) จำนวน 31 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกสอบถามกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่จะยื่นขอการรับรองมาตรฐานการคัดสรรฯ ผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของอำเภอแมริม จ.เชียงใหม่ ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559

การเก็บข้อมูลในขั้นแรกจะทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 31 ชุด โดยแบบสอบถามจะแบ่ง

ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 3 วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในการขายผลิตภัณฑ์ และส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package For the Social Science (SPSS for Window) โดยการคำนวณค่าทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 40 ปี อาศัยในตำบลริมใต้และตำบลห้วยทราย อ.แมริม จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่มีอีเมล ยังไม่มีไลน์ไอดี แต่ส่วนใหญ่มิ เฟซบุ๊กใช้งาน

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขายผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องแต่งกายและผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของประดับตกแต่ง ของที่ระลึก มีช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเอง คือ การขายผลิตภัณฑ์ในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ รองลงมาคือ มีร้านค้าสำหรับขายผลิตภัณฑ์ของตนเอง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นงานฝีมือ

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับการรับรองมาตรฐานมาแล้ว โดยจะได้รับการรับรองมาตรฐาน มพช.(มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) มากกว่าการได้รับมาตรฐานการคัดสรรผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) และมากกว่าการได้รับรองมาตรฐาน อย.(องค์การอาหารและยา)

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในการขายผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มากกว่า 1 ชนิดใช้งานร่วมกัน อุปกรณ์ที่ได้รับความนิยมใช้งานมากที่สุด คือ สมาร์ทโฟน รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ รองลงมาคือ แท็บเล็ตและไม่ได้ใช้อุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ใด ๆ เลย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ มาใช้ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของตน โดยจะใช้โปรแกรมสนทนา คือ ไลน์ มากที่สุด รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก อีเมลและอินสตาแกรมตามลำดับ ในส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ มาใช้ในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของตน มีความสนใจทุกรายที่จะนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ มาใช้งาน ในส่วนของเว็บไซต์ในการขายผลิตภัณฑ์ของตนเอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่มีเว็บไซต์ในการขายผลิตภัณฑ์และมีความสนใจที่จะมีเว็บไซต์ในการขายผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่พบปัญหาที่จากการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของตนเอง ปริมาณลูกค้าที่ได้จากการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมานำเสนอขายผลิตภัณฑ์ คือ ได้ลูกค้าน้อยกว่า 10 คนต่อเดือน รองลงมาคือ ได้ลูกค้ามากกว่า 10 คนต่อเดือนและไม่ได้ลูกค้าเลย มีจำนวนเท่ากัน กลุ่มตัวอย่างจะมีลูก หลานหรือผู้ที่สามารถใช้งานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว และมีความพร้อมของเนื้อหาของผลิตภัณฑ์ที่จะนำเสนอในสื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะเข้าร่วมโครงการอบรมของโครงการวิจัยฯ มากกว่าไม่มีความสนใจจะเข้าร่วมโครงการอบรมของโครงการวิจัยฯ และมีความต้องการในการจัดอบรมเพื่อ

ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์มาใช้ในการเพิ่มช่องทางการตลาด โดยต้องการให้อบรมในหัวข้อการขายสินค้าทางสื่อออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น รองลงมา คือ การสร้างสื่อมีเดียเพื่อใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ การสร้างเว็บไซต์ของตนเอง เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนรูป ข้อมูลได้ด้วยตนเอง และ สอนตกแต่งภาพ ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 : ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหา :

- สนใจเนื้อหาอบรมมานานแล้ว แต่ยังไม่มีโอกาสเรียนรู้
- ผู้ประกอบการไม่รู้หนังสือ ดังนั้นจะต้องให้ลูกชายมาอบรมแทน
- ใช้คอมพิวเตอร์ยังไม่เป็น
- เคยเรียนมาแล้ว แต่ลืมเนื่องจากไม่ได้ลงมือทำอย่างจริงจัง
- ไม่มีคอมพิวเตอร์เป็นของตนเอง
- คุณภาพของสินค้าไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นงานฝีมือ และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตคุณภาพไม่สม่ำเสมอ
- คนในองค์กรยังไม่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ข้อเสนอแนะ :

- อยากได้ประเภทที่สร้างเว็บไซต์เป็นของตนเอง เพื่อที่จะลงรายละเอียดของสินค้าได้
- อยากให้สอนเทคนิคการใช้สื่อออนไลน์ในการขายสินค้า เพราะยังทำไม่เป็น
- อยากให้มีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ปฏิบัติเองได้
- อยากให้สอนการใช้คอมพิวเตอร์ เนื่องจากผู้ประกอบการบางคนเล่นไลน์ได้ ใช้เฟซบุ๊กเป็น

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขายผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องแต่งกายและผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของประดับตกแต่ง ของที่ระลึก ซึ่งมีจำนวนมากว่าผู้ประกอบการที่ผลิตอาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารและผลิตเครื่องคัมภัณฑ์รวมกันมากกว่า 2 เท่า

กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเอง คือ การขายผลิตภัณฑ์ในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ มากที่สุด มีผู้ประกอบการน้อยรายที่ไม่นำผลิตภัณฑ์ของตนเองไปขายใน

งานแสดงสินค้า อาจจะเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าได้ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะไม่นิยมนำผลิตภัณฑ์ของตนเองไปขายในตลาดชุมชน ถนนคนเดิน ส่งขายที่ตลาดต้นตำไย รวมทั้งฝากขายตามร้านหรือห้างสรรพสินค้า ความนิยมใช้ช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถัดมาคือ การมีร้านค้าสำหรับขายผลิตภัณฑ์ของตนเอง ซึ่งในกรณีที่มีร้านค้าและไม่มีร้านค้าของตนเอง นั้นมีอัตราส่วนที่ต่างกันไม่มากนัก ในส่วนของช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยใช้อี้อหรือการมีเว็บไซต์เพื่อเสนอขายสินค้ายังมีไม่มากนัก

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มตัวอย่าง คือ มุ่งเน้นขายผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในขณะที่มุ่งเน้นขายผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าในประเทศอย่างเดียวจะมีน้อยกว่า และมุ่งขายผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าต่างประเทศอย่างเดียวจะมีเพียงรายเดียวเท่านั้น

อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ครั้งหนึ่ง คือ เป็นงานฝีมือ ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและการแต่งกาย จะเป็นมีอัตลักษณ์คือ เป็นผ้าของชนเผ่า บางรายจะใช้ผ้าชนเผ่าโบราณมาดัดแปลง ตกแต่งให้ทันสมัย บางรายจะใช้เทคนิคการค้นมือโดยใช้ผ้าใยัญชาเขียนเทียนโบราณทำให้ไม่เหมือนใคร บางรายจะใช้ผ้าชนเผ่ามาดัดเย็บประยุกต์เพื่อให้ทันสมัยมากขึ้น แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าไว้ ในกรณีที่เป็นผ้าฝ้ายจะมีอัตลักษณ์คือ เป็นผ้าฝ้ายทอมือของชาวไทลื้อ บางรายเน้นอัตลักษณ์คือ ดัดเย็บด้วยความประณีตด้วยผ้าไหมแก้ว เป็นต้น กรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ของใช้ ของประดับ ของที่ระลึก จะมีอัตลักษณ์คือ บางรายเน้นรูปแบบดั้งเดิมเหมือนสมัยล้านนาโบราณ เช่น การผลิตตุ๊ก โคม ปลายต้อง บางรายเน้นการถักโครเชต์ด้วยมือ บางรายเน้นการนำผ้าชนเผ่ามาประยุกต์เป็นผ้าคลุมโต๊ะ กลุ่มเตียง ปลอกหมอน เป็นต้น บางรายใช้การปักลูกปัดลงในชิ้นงาน ซึ่งอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานฝีมือจะมีมากกว่ากลุ่มอื่นรวมกัน 1 เท่าตัว

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับการรับรองมาตรฐานมาแล้ว โดยจะได้รับ การรับรองมาตรฐาน มผช.(มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) มากกว่าการได้รับมาตรฐานการกัศสรผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) และมากกว่าการได้รับรองมาตรฐาน อย.(องค์การอาหารและยา) เนื่องจากในการจะขอการรับรองมาตรฐานการกัศสรผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) นั้น จำเป็นที่จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน มผช.(มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) มาก่อนนั่นเองจึงทำให้ผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐาน มผช.(มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) นั้น สามารถได้การรับมาตรฐานการกัศสรผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ด้วย หรือผู้ประกอบการบางรายจะได้รับการรับรองมาตรฐาน มผช.(มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) แต่ไม่ผ่านการได้รับมาตรฐานการกัศสรผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ก็ได้

เมื่อพิจารณาถึงการเคยได้รับระดับดาวจากการรับรองมาตรฐานการคัดสรรฯ จะพบว่า มีผู้เข้ารับการคัดสรรฯ รายใหม่ มากกว่ารายเก่า ซึ่งผู้ประกอบการรายเก่าที่เคยได้รับดาวจะเป็นผู้ที่เคยได้รับ 3 ดาวมีมากที่สุด รองลงมาคือ 4 ดาว ตามลำดับ

สาเหตุที่มีผู้ประกอบการมีจำนวนน้อยรายที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย.(องค์การอาหารและยา) เนื่องจากในกลุ่มตัวอย่างมีผู้ผลิตอาหาร 4 ราย เครื่องดื่ม 1 ราย รวมเป็น 5 ราย แต่มีผู้ได้รับมาตรฐาน อย. เพียง 2 ราย เท่านั้น

5.2.2 ด้านพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในการขายผลิตภัณฑ์

ในการวิจัยในครั้งนี้จะสนใจวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่นิยมใช้งาน และ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ที่นิยมใช้งาน ในการอภิปรายผล จึงแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

5.2.2.1 เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้งาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ใดๆ เลย 3 เท่า เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์นั้น พบว่ายังใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มากกว่าหนึ่งอย่างด้วยกัน จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สมาร์ทโฟนมีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่นิยมใช้สมาร์ทโฟนเพียงเล็กน้อย ซึ่งคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้คอมพิวเตอร์ในขณะที่ความนิยมใช้แท็บเล็ตนั้นมีน้อยมาก

กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์นั้นมาใช้ในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของตนเองมีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของตนเองเลยมากกว่า 2 เท่า

5.2.2.2 เทคโนโลยีสารสนเทศที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้งาน

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของตนว่านิยมใช้เทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ใดมากที่สุด พบว่า มีความนิยมใช้โปรแกรมสนทนาไลน์มากที่สุดเป็น 3 เท่าของกลุ่มที่ไม่ใช้ รองลงมาคือ ใช้เฟซบุ๊กมีอัตราส่วนน้อยกว่ากลุ่มไม่ใช้เพียงเล็กน้อย รองลงมาคือใช้อีเมล และใช้อินสตราแกรมที่ใช้เป็นส่วนน้อย ในขณะที่ทวิตเตอร์ไม่มีกลุ่มตัวอย่างใช้เลย

เมื่อสอบถามกลุ่มผู้ที่เคยไม่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เลย จึงยังไม่เคยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ด้วย มีจำนวน 8 คน ว่าสนใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ไปใช้ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของตนหรือไม่ พบว่า ทั้งหมดมีความสนใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ไปใช้ เนื่องจากตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยีดังกล่าวว่าจะสามารถช่วยในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้หลากหลายและง่ายขึ้น เพียงแต่ยังไม่มีคอมพิวเตอร์ และยังไม่มีผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำในการใช้งานอุปกรณ์และซอฟต์แวร์เหล่านั้น บางคนใช้งานยังไม่คล่อง บางคนเป็นชนเผ่าที่ไม่รู้หนังสือ เป็นต้น

เมื่อถามกลุ่มตัวอย่างในเรื่องเว็บไซต์สำหรับเสนอขายผลิตภัณฑ์ของตนเองไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ที่พัฒนาเองหรือนำข้อมูลไปฝากไว้ในเว็บไซต์ประเภทฝากขายผลิตภัณฑ์ หรือที่เรียกว่า มาร์เก็ตเพลส (Market Place) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่มีเว็บไซต์นำเสนอสินค้าและมีความสนใจอยากจะมี มีเพียง 8 รายที่มีเว็บไซต์แล้ว ตัวอย่างเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้คือ 1) ศูนย์หัตถกรรมเมตตานารี 2) เว็บไซต์ OTOP 3) ภูมิฟ้าไทย 4) www.maaajaidum.com 5) www.katawaa.com 6) www.crispyvegandfruit.com 7) อปต.คอนแก้ว 8) www.suphabeefarm และอีกเพียง 3 รายที่ไม่มีเว็บไซต์และไม่สนใจอยากมี สาเหตุที่ 3 รายไม่มีเว็บไซต์และไม่สนใจอยากจะมี เพราะกลัวถูกผู้ประกอบการรายอื่นลอกเลียนแบบและคิดว่าไม่เหมาะต่อการนำไปเสนอขายบนเว็บไซต์เนื่องจากไม่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสามารถเห็นผลิตภัณฑ์ได้ทั้งในและต่างประเทศ ง่ายต่อการลอกเลียนแบบ แต่กลุ่มตัวอย่างนี้สนใจที่จะนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ผ่านโปรแกรมสนทนาไลน์มากกว่าเนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี สามารถเสนอขายสินค้าได้เป็นรายบุคคลโดยผู้ประกอบการสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายให้ลูกค้าตามความพอใจของลูกค้าแต่ละคนได้ดี และสามารถเก็บความลับของผลิตภัณฑ์ได้ดีกว่าเว็บไซต์

5.2.2.3 ผลของการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่เคยนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ไปใช้และยังไม่พบปัญหาจากการใช้งานมีมากกว่ากลุ่มที่เคยนำเทคโนโลยีไปใช้และพบปัญหาจากการไปใช้งาน สามารถอภิปรายเป็นประเด็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

ปัญหาที่พบจากการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้มีหลายกรณี อาทิเช่น

1. ไม่ได้ใช้งานบ่อยทำให้จำ URL ของเว็บไซต์ของตนเองไม่ได้

- 2.รูปภาพของผลิตภัณฑ์มีสีที่ไม่เหมือนของจริง ทำให้ต้องเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าใหม่
- 3.เคยเสนอขายผลิตภัณฑ์ในเว็บไซต์ของไทยตำบล แต่พบว่าไม่มียอดขาย
- 4.ประสบปัญหาในการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอและการตอบรับจากลูกค้าไม่คล่อง
- 5.ผู้ประกอบการไม่สามารถตอบคำถามลูกค้าได้ตลอดเวลา
- 6.โดนผู้อื่นคัดลอกภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปทำผลิตภัณฑ์เลียนแบบ
- 7.ลูกค้าอายุเกินกว่า 35 ปี ไม่ค่อยใช้งานสื่อออนไลน์

ปริมาณลูกค้าที่ได้จากการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ พบว่า ได้ลูกค้าน้อยกว่า 10 คนต่อเดือน รองลงมาคือ ได้ลูกค้ามากกว่า 10 คนต่อเดือนและไม่ได้ลูกค้าเลย มีจำนวนเท่ากัน ในส่วนที่กลุ่มตัวอย่างไม่ตอบคำถามข้อนี้เนื่องจากไม่นำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศใด ๆ มาใช้

กลุ่มตัวอย่างจะมีลูก หลานหรือผู้ที่สามารถใช้งานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว และมีความพร้อมของเนื้อหาของผลิตภัณฑ์ที่จะนำเสนอในสื่อออนไลน์ มีเพียง 5 รายเท่านั้นที่ยังไม่มีเนื้อหาที่จะเสนอในสื่อออนไลน์

5.2.3 ด้านความต้องการให้มีการอบรมเพื่อนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะเข้าร่วมโครงการอบรมของโครงการวิจัยฯ มากกว่าไม่มีความสนใจจะเข้าร่วมโครงการอบรมของโครงการวิจัยฯ และมีความต้องการในการจัดอบรมเพื่อใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์มาใช้ในการเพิ่มช่องทางการตลาด โดยต้องการให้อบรมในหัวข้อการขายสินค้าทางสื่อออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น รองลงมาคือ การสร้างสื่อมีเดียเพื่อใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ การสร้างเว็บไซต์ของตนเอง เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนรูป ข้อมูลได้ด้วยตนเอง และ สอนตกแต่งภาพ ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีความนิยมใช้สื่อออนไลน์ในการซื้อขายผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศไทยที่มีการกำหนดกฎหมายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมาใช้ในการปี พ.ศ.2550 ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นมากขึ้นในการซื้อขายผลิตภัณฑ์บนสื่อออนไลน์ ประกอบกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ โดยเฉพาะสมาร์ทโฟน ราคาถูกลง และความเร็วในการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพิ่มมาก

ขึ้น ราคาถูก ทำให้ผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัยสามารถซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ได้ทุกชนิด สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้การค้าขายผลิตภัณฑ์บนสื่อออนไลน์ได้รับความนิยมทั้งสิ้น ดังนั้นหากผู้ประกอบการรายใดอยากที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตน จำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้ทันต่อความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค มิฉะนั้นจะไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

ในส่วนรูปแบบสอบถามบางชุดที่ไม่ตอบในบางข้อนั้น จากการวิเคราะห์แบบสอบถามชุดที่มีปัญหาพบว่า สาเหตุที่ไม่ตอบเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นตัวแทนกลุ่มสตรี ซึ่งไม่มีอำนาจในการตัดสินใจเด็ดขาดเหมือนกับผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว ดังนั้นบางข้อจึงไม่สามารถตอบได้ ต้องรอสอบถามสมาชิกในกลุ่มเสียก่อน

5.3 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ควรจัดอบรมให้กับผู้ประกอบการ โดยเรียงลำดับหัวข้อก่อนหลังของการอบรมดังต่อไปนี้

- 1) การขายสินค้าทางสื่อออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น
- 2) สอนตกแต่งภาพ
- 3) การสร้างเว็บไซต์ของตนเอง เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนรูป ข้อมูลได้ด้วยตนเอง

การสร้างสื่อมีเดียเพื่อใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์

การเลือกเทคโนโลยีสารสนเทศออนไลน์ที่ใช้การอบรม ควรเป็นโปรแกรมสนทนาไลน์ และ เฟซบุ๊ก เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่มีกลุ่มเป้าหมายใช้งานจำนวนมาก ในส่วนของโปรแกรมสนทนาไลน์ ควรอบรมในส่วนของการใช้ไลน์แบบไม่ต้องเสียเงิน และในเฟซบุ๊กควรอบรมในการสร้างเพจ ซึ่งทั้งสองสื่อมีคุณสมบัติในการอนุญาตให้ผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการสามารถสื่อสารตอบกลับตามความสะดวก และเมื่อมีคำสั่งซื้อโปรแกรมจะแจ้งเตือนผู้ประกอบการแบบเรียลไทม์ โดยเฉพาะโปรแกรมสนทนาไลน์จะใช้งานง่ายกว่าเฟซบุ๊ก และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ตรงจุด จึงควรอบรมก่อน ประกอบกับผู้ประกอบการบางรายไม่ได้มีคอมพิวเตอร์เป็นของตนเอง การใช้โปรแกรมสนทนาไลน์หรือเฟซบุ๊กสามารถทำได้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถถ่ายรูปสินค้าและอัปโหลดรูปภาพทำได้ง่าย

ในการจัดอบรมในหัวข้อข้างต้น ควรจะเชิญผู้ประกอบการและผู้ติดตามที่สามารถใช้งานสื่อออนไลน์แทนผู้ประกอบการเข้าอบรมพร้อม ๆ กัน และควรมีการวัดผลก่อนและหลังการอบรม

เพื่อวัดความสำเร็จของโครงการ และควรจัดการอบรมเพื่อฝึกการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการมีทักษะในการใช้งาน

งานวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัย ในเรื่อง “ผลสัมฤทธิ์ของการอบรมการสร้างสื่อออนไลน์ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคสินค้า OTOP” หรือ งานวิจัยเรื่อง “ผลิตภัณฑ์ OTOP ขอดนิยมในการขายบนสื่อออนไลน์”

