

ชื่อผลงาน	การพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ชื่อผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สายสุนีย์ จັบโจร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุดาใจ โล่ห์วนิชชัย
หน่วยงาน	โปรแกรมวิทยาการสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ปีที่ทำการวิจัยเสร็จ	2558

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและวิเคราะห์สภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมา และ 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จากผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 40 ราย การวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสนทนาเฉพาะกลุ่ม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสนทนาเฉพาะกลุ่ม การเพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใช้การฝึกอบรมการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ และติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์ของการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

ผลการศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและขายสินค้าในชุมชน สินค้ามีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สะท้อนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ปัญหาสำคัญที่พบ คือ ด้านการผลิต ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เงินทุน การประชาสัมพันธ์ และการตลาด ผลการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยการฝึกอบรมการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้น มีกลุ่มลูกค้าใหม่ทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น ปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ การลดปัญหาด้านการสื่อสาร การเพิ่มช่องทางการติดต่อและการประชาสัมพันธ์ การขยายตลาดตรงกับกลุ่มลูกค้า และต้นทุนการดำเนินงานลดลง ปัญหาที่พบ คือ ขาดการอัปเดตข้อมูล ขาดความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค การตอบคำถามและตรวจสอบข้อมูลตลอดเวลา และการแจ้งข้อมูลเท็จ บทเรียนและความรู้ที่ได้จาก

การวิจัย คือ การทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ สามารถยกระดับคุณภาพการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ทั้งด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์สินค้า และเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้แก่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

Title : The Development of Information Technology capacity of OTOP Entrepreneurs in Nakhon Ratchasima province to enhance the Marketing Opportunities for entering the ASEAN Economic Community.

Researcher : Asst. Prof. Dr. Saisunee Jabjone and
Asst. Prof Dr. Sudajai Loavanichai

Institute : Informatic Program, Faculty of Science and Technology,
Nakhon Ratchasima Rajabhat University

Year : 2015

Abstract

The research objectives are 1) to study and analysis the business situation of OTOP Entrepreneurs in Nakhon Ratchasima province and 2) to develop the information technology capacity by using Social Media Marketing. The purposive sampling came from 40 OTOP Entrepreneurs in Nakhon Ratchasima. This research used a participatory action research process. The data were collected by using In-Depth interviews and focus groups discussion. The Social Media Marketing training was used to increase the IT ability of OTOP Entrepreneurs. This study followed up and evaluated how the Social Media Marketing affected on business operations.

From the study, we found that most of OTOP Entrepreneurs used the local raw material and sold in their community. The products were unique and reflected the culture and local wisdom which the both Thai and foreigner consumers need. The problems consist of the production, use of Information Technology, product design, funding, public relations and marketing. The result of using Social Media Marketing training showed that the income and new customer group increased in the most of OTOP Entrepreneurs. The important factors that encourage entrepreneurs to succeed in social media marketing were to reduce the problem of communication, more communication channels and advertising, expand directly to customers and reduce the operating cost. The problems were the lack of updating new Information, the lack of technical

expertise, the user must responding all time and the false information. Lessons learned and knowledge gained from this research was the social media marketing constructed the learning society, create the Entrepreneurs network, enhance the quality of commercial competition both the marketing and public relations and increase the value and worth of the OTOP products.