

Received :	July	01,2021
Revised :	October	10,2021
Accepted :	October	26,2021

การพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม

ฉัตรรัตน์ โหตระไวศยะ*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างและแบบสอบถามวัดประสิทธิภาพของคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม มี 4 บท ประกอบด้วย บทที่ 1 ช่องทางการตลาดออนไลน์ บทที่ 2 ผักปลอดภัย บทที่ 3 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และบทที่ 4 เทคนิคการขายบนช่องทางการตลาดออนไลน์ และผลการวัดประสิทธิภาพคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ และด้านการใช้ภาษา รายด้านมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีประสิทธิภาพสูงสุด คือ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ด้านการใช้ภาษา ด้านการเรียนรู้ของผู้ใช้ และด้านที่มีระดับน้อยที่สุดคือ ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์การใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ เกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐมสามารถนำไปใช้เรียนรู้วิธีการปลูกผักที่ปลอดภัยและประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและขายผักปลอดสารพิษได้ในราคาสูงขึ้น

คำสำคัญ: ช่องทางการตลาดออนไลน์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ผักปลอดภัย

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

*ผู้รับผิดชอบงานหลัก

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, อีเมล: chatrarat.ho@ssru.ac.th

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

Development of Manual on Utilization of Online Marketing Channels in the Form of e-Book for Safe Vegetables Farmers in Nakhon Pathom Province

Chattrarat Hotrawaisaya*

Abstract

The purpose of this research was to develop a manual on utilizing online marketing channels for safe vegetable farmers in the form of the e-Book in Nakhon Pathom province. The sample consisted of a group of farmers who grow safe vegetables in Nakhon Pathom province. Purposive sampling was adopted in this research and the sample size was 30. The research instruments were structured interview form and questionnaire to measure the efficiency of the manual on utilizing online marketing channels in the form of an e-Book. Qualitative data were analyzed using content analysis and quantitative data were analyzed using descriptive statistics to find percentage, mean and standard deviation. The manual consists of 4 chapters: Chapter 1 Online Marketing Channels, Chapter 2 Safe Vegetables, Chapter 3 Internet Use Behavior and Chapter 4 Sales Techniques in Online Marketing Channels. There are 3 main aspects used in measuring the efficiency of the manual which are content, utilization and language use. The result revealed that the overall efficiency in each aspect was at the highest level. The most efficient aspect was content, utilization, language use, and user learning. The lowest level was efficiency and effectiveness. Therefore, e-Book using online marketing channels can use for the farmers. Farmers who grow safe vegetables in Nakhon Pathom province can use them to learn how to grow safe vegetables, and public relations to create awareness among consumers in order to reach customers and sell organic vegetables at higher prices.

Keywords: Online marketing channels, e-Book, Safe vegetables

Type of Article: Research Article

* Corresponding author

Lecturer Doctoral of Business Administration Program, College of Logistics and Supply Chain,
Suan Sunandha Rajabhat University, E-mail: chattrarat.ho@ssru.ac.th

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

1. บทนำ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) หรือ การตลาดออนไลน์เป็นรูปแบบช่องทางการตลาด ที่ช่วยให้เกษตรกรสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้เพราะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีต้นทุนต่ำ ลด เวลาและค่าใช้จ่าย เข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันเชื่อมต่อกับระบบ สื่อสารและเทคโนโลยีในชีวิตประจำวันสร้างโอกาส ให้กับเกษตรกรที่ต้องการพัฒนากระบวนการดำเนิน ธุรกิจ สร้างภาพลักษณ์ให้ทันสมัยโดยการนำเทคโนโลยี มาใช้ให้เหมาะสม สำหรับด้านการเกษตรเริ่มมีการนำ ช่องทางการตลาดออนไลน์ เช่น ผักอินทรีย์ ผัก ปลอดภัย ช่วยให้การกระจายสู่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง เพิ่ม ศักยภาพของเกษตรกรใน 4 ด้าน คือ 1) ลดต้นทุน 2) เพิ่มคุณภาพการผลิตและมาตรฐานสินค้า 3) เพิ่ม ช่องทางการตลาดที่หลากหลาย และ 4) การจัดการ และส่งผ่านข้อมูล ความรู้ และสารสนเทศเป็นการ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี แต่ในปัจจุบันยังขาดองค์ความรู้ การใช้ที่สามารถเป็นคู่มือการปฏิบัติจริงรวมถึงขาดสื่อ ที่เป็นแหล่งข้อมูลที่เหมาะสมกับเกษตรกร เกิดช่องว่าง ทางวิชาการด้านการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) จากการปฏิบัติจริง (Tacit Knowledge) มาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสารสนเทศโดยการนำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นสื่อเสริมการ เรียนรู้เนื่องจากหนังสืออิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ สามารถแทรกรูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว แบบ ทดสอบสามารถเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ของบทเรียน ในหนังสือและเว็บไซต์ ตลอดจนมีปฏิสัมพันธ์และ สามารถโต้ตอบกับผู้เรียนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงาน วิจัยของ ธนาพร ปัญญาอมรรัตน์ และอนุช สุทธิธนกูล (2560, หน้า 34-43) กล่าวถึงการใช้สื่อมัลติมีเดีย ประกอบการสอนสามารถทำให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหา ได้รวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น รวมถึงการทำให้ผู้เรียน มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นการนำ

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มาเป็นสื่อเสริมการเรียนรู้ที่มี ผลต่อการพัฒนาความรู้ของผู้เรียนทำให้ผู้เรียนมีผล สัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น (ไกรภพ เจริญโสภา, 2561, หน้า 1-71)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพัฒนา คู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัด นครปฐมเพื่อใช้ในการเผยแพร่องค์ความรู้ให้กับ เกษตรกรที่ขาดความรู้และความเข้าใจในการใช้ช่อง ทางการตลาดออนไลน์ โดยคู่มือในรูปแบบหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์นั้นเกษตรกรสามารถทบทวนความรู้ได้ ด้วยตนเองในเวลาที่ยากัด ขยายความรู้สู่เกษตรกรทั้ง ในและนอกพื้นที่จังหวัดนครปฐมสามารถพัฒนาทักษะ และความรู้ในการทำตลาดออนไลน์ให้สามารถเข้าถึง ลูกค้าและผู้บริโภคได้โดยตรง ช่วยลดคนกลางในตลาด ลดต้นทุน ลดเวลา สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความมั่นใจ และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อที่รวดเร็วต่อเนื่องเกิดการ พัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาด ออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับ เกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม

3. วรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นิยามความหมายของการตลาดออนไลน์ หมายถึง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือใน การสื่อสาร สนับสนุนการดำเนินการกระบวนการทางธุรกิจ (Burgess et al, 2001) การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและ โซเชียลมีเดียมาใช้เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร รับคำสั่งซื้อ ออนไลน์และการทำธุรกรรมออนไลน์ กิจกรรมทั้งหมด เป็นกระบวนการทางธุรกิจผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Thompson & Pian, 2013) จากการทบทวนงานวิจัย ที่ผ่านมามีพบว่า The Theory of Extended Model of Internet Commerce Adoption : eMICA ของ

Burgess et al. (2011) นำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบการตลาดออนไลน์เชิงพาณิชย์ ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล โซเชียลมีเดียมาใช้ในการส่งเสริมสินค้าและบริการของธุรกิจ 2) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล โซเชียลมีเดียเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารและการบริการ 3) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล โซเชียลมีเดียมาใช้ในการประมวลผลการทำธุรกรรม การเพิ่มระดับการทำงานของเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัล โซเชียลมีเดีย เป็นการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมต่างๆ ในโซ่อุปทานผ่านการจัดการสารสนเทศและการทำงานที่หลากหลาย (Timmers, 2018) รวมถึงการนำรูปแบบการตลาดออนไลน์มาใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทำให้ลูกค้าได้รับคุณค่าในสินค้าหรือบริการขององค์กรมากกว่าคู่แข่งขึ้นเพื่อการอยู่รอดและเติบโตขององค์กรธุรกิจ (Laudon, 2019) รวมถึงการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีน้อยเนื่องจากเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่บางคนยังไม่เข้าใจบริบทเกี่ยวกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) มี 2 รูปแบบ คือ 1) พิตีเอฟไพล์ (PDF: Portable Document Format) ที่มีจะนำเอางานที่ตีพิมพ์จริงทำการส่งออกไฟล์เป็นพิตีเอฟ (PDF) แล้วทำการส่งออกเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีข้อจำกัดในการนำเสนอในด้านปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ รูปแบบตัวอักษรสามารถปรับข้อความให้ใหญ่เล็กได้เฉพาะในส่วนของการข้อความ และ 2) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์แบบสื่อประสม (Multimedia) เน้นเสนอข้อมูลเนื้อหาสาระในลักษณะแบบสื่อผสมระหว่างสื่อภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวกับสื่อประเภทเสียงในลักษณะต่างๆ ผสมผสานกับศักยภาพของคอมพิวเตอร์ สำหรับกระบวนการผลิตหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ได้พัฒนาตามแบบจำลองเอ็ดดี้ (ADDIE Model) โดยหลักการออกแบบของ ADDIE model เป็นกระบวนการพัฒนารูปแบบการ

พัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เป็น 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การนำไปใช้ และการประเมินผล ซึ่งแต่ละขั้นตอนเป็นแนวทางที่มีลักษณะที่ยืดหยุ่นเพื่อให้สามารถนำไปสร้างเป็นเครื่องมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความนี้นำเสนอรูปแบบการสร้างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ตามแบบจำลองเอ็ดดี้ (ADDIE Model) (Welty, 2007) โดยผู้วิจัยได้ต่อยอดองค์ความรู้เดิมเพิ่มอีก 4 องค์ประกอบ คือ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เนื้อหา และบุคคล ซึ่งส่งผลให้ได้กรอบแนวคิดใหม่ที่เป็นการบูรณาการขอบเขตความรู้ที่ขยายผลให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติจริง ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมาเพื่อทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์กรอบแนวคิดงานวิจัยต่อบัณฑิตศึกษานงานวิจัย โดยมีขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

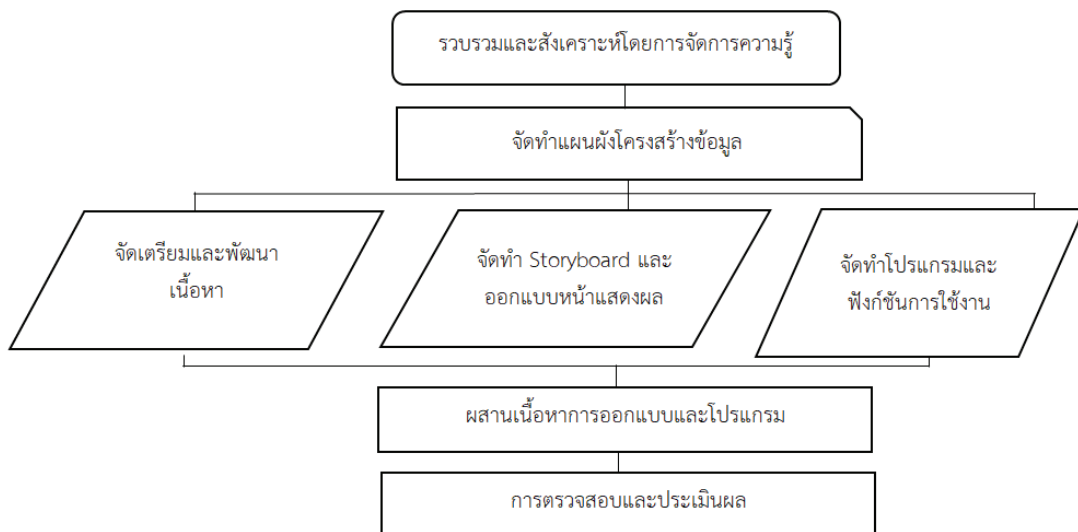
1. การวิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ เป็นการทบทวนแนวคิด สืบค้นข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมาและข้อมูลจากเอกสารเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และเกษตรกรผักปลอดภัย
2. การออกแบบการดำเนินเรื่อง (Flow Chart) เพื่อกำหนดขั้นตอนการเข้าสู่ส่วนต่างๆ ของคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์
3. การเขียนบทดำเนินเรื่อง (Storyboard) การเขียนเรื่องราวประกอบเนื้อหา แบ่งออกเป็นเฟรมย่อยเรียงตามลำดับ ตั้งแต่เฟรมที่ 1 จนถึงเฟรมสุดท้าย ประกอบด้วย ข้อความลักษณะของภาพและเงื่อนไขต่างๆ โดยยึดหลักข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาที่ผ่านมาเป็นหลัก
4. การเลือกใช้โปรแกรมหลัก Canva และโปรแกรมตกแต่งในการสร้างเนื้อหาใช้ในการสร้าง

คู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

5. การสร้างคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในขั้นนี้จะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Canva ตามขั้นตอนที่ดำเนินการมาแล้วทั้งหมด คือ การดำเนินเรื่อง (Flow Chart) และบทดำเนินเรื่อง (Storyboard)

6. การวัดประสิทธิภาพคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยวิธีการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี หลังจากนั้นแก้ไข

ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้กับประชาชนทั่วไปโดยใช้แบบสอบถามประกอบด้วยด้านความสามารถในการใช้งานในภาพรวม ด้านความสามารถในการใช้งานแยกเป็นรายประเด็น ด้านเนื้อเรื่อง-สาระ ด้านการใช้ภาษา ด้านการจัดภาพประกอบ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ โดยกำหนดเกณฑ์การตัดสินประเมินหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไว้ 5 ระดับ ของ Likert Scale (Likert, 1932, pp. 1-55) อธิบายกระบวนการสร้างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กระบวนการจัดทำและพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม ทำการพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกพลอดภัยในจังหวัดนครปฐม

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพลอดภัย

ในจังหวัดนครปฐมทั้งหมด จำนวน 137 ราย

งานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพลอดภัยในจังหวัดนครปฐม และประชาชนทั่วไปในจังหวัดนครปฐมและกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพลอดภัยในจังหวัดนครปฐม ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 ราย

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้ 1) อายุระหว่าง 20 - 40 ปี 2) เป็นเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม 3) มีความเป็นผู้นำและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถร่วมงานวิจัยในพื้นที่จังหวัดนครปฐม 4) มีความรู้และประสบการณ์ในการปลูกผักปลอดภัยไม่น้อยกว่า 1 ปี 5) สมัครใจร่วมทำงานวิจัยตลอดโครงการ

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ประชาชนทั่วไปในจังหวัดนครปฐมและกรุงเทพมหานคร การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่ คัดเลือกพื้นที่ตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่สำคัญ มีกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดภัยที่มีความเข้มแข็งมีศักยภาพสูงด้วยความพร้อมทั้งในด้านพื้นที่และทรัพยากรบุคคล จึงเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการดำเนินการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

4.3 เครื่องมือวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถามออนไลน์วัดประเมินประสิทธิภาพ

2. โปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาคู่มืออิเล็กทรอนิกส์ คือ โปรแกรม Canva

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจากข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามวัดประสิทธิภาพ และการสัมภาษณ์

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูล

ที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ วรรณกรรมต่างๆ หนังสือ และข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ต่างๆ (Website) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการสกัดองค์ความรู้ให้อยู่ในรูปของการจัดการองค์ความรู้ที่ได้จากการสัมภาษณ์กระบวนการขายผักปลอดภัยผ่านช่องทางออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในการวัดประสิทธิภาพของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) (Standard Deviation)

5. ผลการวิจัย

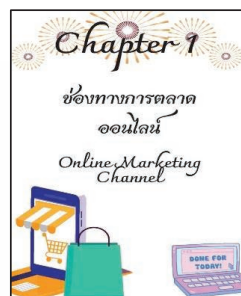
ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ พบว่า การพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยใช้โปรแกรม Canva ที่สามารถใช้รูปแบบมัลติมีเดีย ซึ่งมีเนื้อหาประกอบด้วย 4 บท ดังนี้ บทที่ 1 ช่องทางการตลาดออนไลน์ บทที่ 2 ผักปลอดภัย บทที่ 3 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และบทที่ 4 เทคนิคการขายบนช่องทางการตลาดออนไลน์ รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 1-12



ภาพที่ 1 หน้าปก



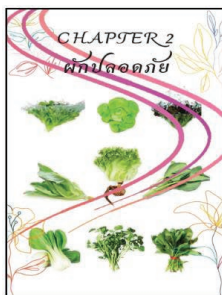
ภาพที่ 2 สารบัญ



ภาพที่ 3 Chapter 1



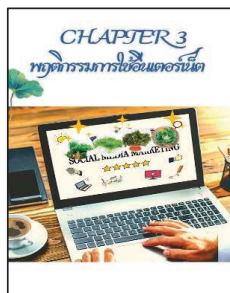
ภาพที่ 4 ช่องทางการตลาดออนไลน์



ภาพที่ 5 Chapter 2



ภาพที่ 6 ประเภทผักปลอดภัย



ภาพที่ 7 Chapter 3



ภาพที่ 8 พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์



ภาพที่ 9 Chapter 4



ภาพที่ 10 ช่องทาง Facebook



ภาพที่ 11 ช่องทาง Instagram



ภาพที่ 12 ช่องทาง Shopee

การวิเคราะห์ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้งานคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทดลองใช้งานให้ความคิดเห็นว่าเป็นสิ่งใหม่และไม่คุ้นเคยกับการใช้ในการอ่านคู่มือผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือคอมพิวเตอร์ เนื้อหาในคู่มือมีความน่าสนใจสามารถอ่านได้ทั้งเกษตรกรและผู้บริโภคทั่วไป เนื้อหาเข้าใจง่ายและมีความโดดเด่นทันสมัย น่าสนใจ สามารถดึงดูดด้วยรูปแบบของมัลติมีเดียที่หลากหลาย เช่น ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ ภาพสวยงาม มีข้อจำกัดของขีดความสามารถหน่วยความจำหรือสัญญาณโทรศัพท์ที่มีผลต่อการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่และคอมพิวเตอร์ที่ไม่สามารถรองรับโปรแกรมมัลติมีเดียที่ใช้กับคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการหาประสิทธิภาพของการพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) สำหรับ

เกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยนำเสนอโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบการหาประสิทธิภาพ ส่วนที่ 2 แบบประเมินการหาประสิทธิภาพของการพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้านเนื้อหาสาระ ด้านการใช้ภาษา ด้านการเรียนรู้ของผู้ใช้ และด้านการนำไปใช้ประโยชน์ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลส่วนตัวกลุ่มตัวอย่างวัดประสิทธิภาพพบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.30 และเพศชาย จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 18-22 ปี จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.30 ส่วนมากจะศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 กลุ่มผู้ตอบส่วนมากเป็นนักศึกษา จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.80

การวัดประสิทธิภาพของการพัฒนาคู่มือ
การใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสือ
อิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) สำหรับเกษตรกรฟักปอดภัย

ในจังหวัดนครปฐม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงใน
ตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของการพัฒนาคู่มือในภาพรวม

ประสิทธิภาพของการพัฒนาคู่มือ ในภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล	4.18	0.65	มาก
2. ด้านเนื้อหาสาระ	4.25	0.67	มาก
3. ด้านการใช้ภาษา	4.23	0.68	มาก
4. ด้านการเรียนรู้ของผู้ใช้	4.20	0.66	มาก
5. ด้านการนำไปใช้ประโยชน์	4.24	0.71	มาก
ภาพรวม	4.22	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ด้านความสามารถใน
การใช้งานในภาพรวมมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้านพบว่า ด้านเนื้อหาสาระ มีประสิทธิภาพอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.67) รองลงมา
คือ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ มีประสิทธิภาพอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.71) รองลงมา

คือ ด้านการใช้ภาษา มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.68) รองลงมาคือ ด้านการ
เรียนรู้ของผู้ใช้ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.66) รองลงมาคือ ด้าน
ประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีประสิทธิภาพอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพของการพัฒนาคู่มือด้านการเรียนรู้ของผู้ใช้

ด้านการเรียนรู้ของผู้ใช้	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความรู้ที่ได้รับจากคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) สำหรับเกษตรกร ฟักปอดภัยในจังหวัดนครปฐม	4.18	0.76	มาก
2. มีความมั่นใจในตนเองสำหรับการเรียนรู้มากขึ้น	4.19	0.75	มาก
3. ผู้ใช้สามารถนำความรู้ด้านต่าง ๆ ไปใช้ในการแก้ไขปัญหา	4.14	0.79	มาก
4. ผู้ใช้สามารถจดจำเนื้อหาและเก็บความรู้ไว้ได้	4.21	0.77	มาก
5. ภาพประกอบมีความสัมพันธ์กับเนื้อหาในแต่ละตอน	4.24	0.79	มาก
6. ภาพประกอบช่วยให้เข้าใจเนื้อหาดีขึ้น	4.25	0.78	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20	0.66	มาก

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านการเรียนรู้ของผู้ใช้ในภาพรวมมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ภาพประกอบช่วยให้เข้าใจเนื้อหาดีขึ้นมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.78) รองลงมาคือ ภาพประกอบมีความสัมพันธ์กับเนื้อหาในแต่ละตอนมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.79) รองลงมาคือ ผู้ใช้สามารถจดจำเนื้อหาและเก็บความรู้ไว้ได้ มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.77) รองลงมาคือ มีความมั่นใจในตนเองสำหรับการเรียนรู้มากขึ้น มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.75) รองลงมาคือ ความรู้ที่ได้รับจากคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.76) รองลงมาคือ ผู้ใช้สามารถนำความรู้ด้านต่างๆ ไปใช้ในการแก้ไขปัญหา มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

6. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์การพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม พบว่า ได้คู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม เป็นคู่มือที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการสกัดองค์ความรู้จากการทำงานจริงในการขายผักปลอดภัยผ่านช่องทางออนไลน์มาทำการวิเคราะห์จัดการองค์ความรู้เป็นกระบวนการขั้นตอนการขายออนไลน์ผ่านช่องทางออนไลน์รวบรวมข้อมูลมาทำการสังเคราะห์จัดการความรู้ที่ได้เป็นหมวดหมู่ขั้นตอน แล้วนำมาดำเนินการออกแบบคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกร

ผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม ซึ่งองค์ประกอบของคู่มือ ประกอบด้วย บทที่ 1 ช่องทางการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Channel) เป็นการอธิบายถึงความหมายของช่องทางการตลาดออนไลน์ บทที่ 2 ผักปลอดภัย เป็นการอธิบายถึงคุณลักษณะรวมถึงคุณประโยชน์ของผักชนิดต่างๆ ที่มีการนำมาจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ผักสลัด ผักคะน้า ผักกวางตุ้งฮ่องเต้ เป็นต้น บทที่ 3 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เป็นการอธิบายถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมในการโพสต์ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ช่วงวัยและเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ต รวมถึงอาชีพและชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ต บทที่ 4 เทคนิคการขายบนช่องทางการตลาดออนไลน์ เป็นการอธิบายถึงเทคนิค การขายบนช่องทางการตลาดออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Shopee และ LINE รวมถึงกลยุทธ์การตลาดของช่องทางออนไลน์ต่างๆ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวัดประสิทธิภาพของการพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านเนื้อหาสาระด้านการนำไปใช้ประโยชน์ และด้านการใช้ภาษา โดยภาพรวมและรายด้านมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) โดยด้านที่มีประสิทธิภาพสูงสุด คือ ด้านเนื้อหาสาระ ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาคือ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมาคือ ด้านการใช้ภาษา ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ

จากผลการพัฒนาคู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐมช่วยเพิ่มทักษะและความรู้ในการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ ช่วยแก้ไขปัญหาในการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ ทำให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับช่องทางการตลาดออนไลน์มากยิ่งขึ้นตลอดจนสามารถทบทวนความรู้ได้ด้วยตนเองในเวลาที่ยากัดโดยใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์ได้จริง ซึ่งคู่มือมี

องค์ประกอบ ดังนี้ บทที่ 1 ช่องทางการตลาดออนไลน์ บทที่ 2 ผักปลอดภัย บทที่ 3 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต บทที่ 4 เทคนิคการขายบนช่องทางการตลาดออนไลน์ โดยผลของการวัดประสิทธิภาพของการพัฒนาฝีมือ จากปัจจัยด้านความสามารถในการใช้งานในภาพรวมมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก เพราะคู่มืออิเล็กทรอนิกส์มีความครอบคลุมครบถ้วนของเนื้อหา เนื้อหาตรงตามข้อสงสัยของผู้อ่าน และสามารถนำมาศึกษาต่อยอดได้จริง ตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สุภาภรณ์ สิปปเวสม์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องประสิทธิภาพของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างจากโปรแกรม Adobe Acrobat โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผลการวิจัยพบว่าประสิทธิภาพของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างจากโปรแกรม Adobe Acrobat มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากคู่มือมีเนื้อหาเหมาะสมกับผู้อ่าน ความยาวของเนื้อหามีความเหมาะสม เนื้อหามีความถูกต้องตรงกับความเป็นจริง เนื้อหาสามารถเสริมสร้างความรู้ให้กับผู้อ่าน ความสมบูรณ์ของเนื้อหา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดวงพร วงศ์ฟัก และคณะ. (2554) ที่ทำการศึกษารื่องความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรของสถาบันการพลศึกษาในภาคกลางปีการศึกษา 2552 ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรของสถาบันการพลศึกษาในเขตภาคกลาง ปีการศึกษา 2552 โดยรวมมีความเหมาะสม

อยู่ในระดับมาก และด้านการนำไปใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก คู่มือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้ เนื้อหาในหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้เกิดความรู้สึกลอยตาม และอยากเรียนรู้เพิ่มเติม สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุวิดา ศรีนาค, 2559) ได้ทำการวิจัยผลสัมฤทธิ์และความคิดเห็นของผู้เรียนในการเรียนรู้ด้วยหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ส่งเสริมการอ่าน เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ส่งเสริมการอ่าน เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการนำ e-Book ไปใช้อาจมีข้อจำกัดในเรื่องการเรียนรู้ของเกษตรกร ดังนั้น ควรมีการอบรมแบบแบ่งกลุ่มย่อยเกษตรกร และเรียนรู้เนื้อหาของ e-Book ไปทีละบทเรียนอย่างช้าๆ เนื่องจากการเรียนรู้ของแต่ละคนอาจเร็วหรือช้าแตกต่างกัน จากนั้นเกษตรกรสามารถไปเรียนรู้ซ้ำด้วยตนเองได้

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรวิจัยเพื่อศึกษาติดตามผลการใช้คู่มือการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์รูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) สำหรับเกษตรกรผักปลอดภัยในจังหวัดนครปฐม นำมาประเมินและพัฒนาฝีมือให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกร

เอกสารอ้างอิง

- ไกรภพ เจริญโสภณ. (2560). *การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) วิชา การพิมพ์ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2563, จาก: <http://www.ssruii.ssu.ac.th/bitstream/ssruir/560/1/156-54.pdf>.
- ดวงพร วงศ์ฟัก, วัฒนา สุทธิพันธุ์ และนำชัย เลวลัย. (2554). ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตร ของสถาบันการพลศึกษา ในเขตภาคกลาง ปีการศึกษา 2552. *วารสารคณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 14(1), 117-125.
- สุวิดา ศรีนาค. (2552). *ผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจในการเรียนรู้ด้วยหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ส่งเสริมการอ่านเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สุภาภรณ์ สิปปเวสม์. (2545). *ประสิทธิภาพของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง การสร้างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่เขียนจากโปรแกรม Adobe Acrobat*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Burgess, L., Cooper, J. & Alcock, C. (2011). *The adoption of the Web as a marketing tool by Reginal Tourism Associations (RTAs) in Australia*. *ACIS2001 Proceedings*. Retrieved 20 June 2012, From: <http://aisel.aisnet.org/acis2001/9>.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2019). *Technology rent vs. buy decision. Management information systems: Managing the digital firm*.
- Likert, R. A. (1932). Technique for the Measurement of Attitude. *Archives Psychological*. 3(1), 42-48.
- Thompson S.H. Teo & Pian. (2013). A contingency perspective on Internet adoption and competitive advantage. *European Journal of Information System*. 12(2), 78-92.
- Timmers, P. (2018). *Electronic Commerce*. John Wiley & Sons, Inc. 605 Third Ave. New York, NY United States. 288.