

การส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์โดยพุทธสันติวิธี:

ศึกษากรณีตำบลสวาย อำเภอปราณบุรี จังหวัดศรีสะเกษ*

Promotion of Community Products with Online Marketing by Buddhist
Peaceful Mean: A Case Study of Sawai Sub-District Prangku District,
Srisaket Province

¹สุระเชษฐ์ สุทธิบุตร, พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส และพระพรโมทย์ วาทโกวิโท

Surachet Sutthibut, Phramaha Hansa Dhammahaso

and Phra Pramote Vadakovito

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand.

¹Corresponding Author. Email: surachet_kla@hotmail.com



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันปัญหา และอุปสรรคการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน ด้วยการตลาดออนไลน์ในกลุ่มเศรษฐกิจชุมชน ตำบลสวาย อำเภอปราณบุรี จังหวัดศรีสะเกษ 2) เพื่อศึกษากระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ตำบลสวาย อำเภอปราณบุรี จังหวัดศรีสะเกษ 3) นำเสนอกระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ตำบลสวายให้เป็นตำบลสะอาดต้นแบบ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 19 คน วิเคราะห์ข้อมูล ตีความ ออกแบบและสร้างกระบวนการพัฒนาการตลาดออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัญหาที่ส่งต่อการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ โดยใช้ Swot analysis มาวิเคราะห์พบว่า ขาดทักษะในเรื่องเทคโนโลยีด้านไอที ไม่กล้าแสดงออก มีความรู้น้อย ไม่มีทักษะในการบันทึก ขาดความมั่นใจในตัวเอง ไม่มีทักษะในการสื่อสาร เล่นเฟซบุ๊กไม่เป็น รวมทั้งไม่มีความรู้ในการถ่ายภาพ

2. กระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ใช้หลักการกระตุ้นเพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจ 4 ขั้นตอน คือ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา และประเมินผล และหลักพุทธสันติวิธี คือ ภาวนา 4 คือ การเข้าถึงชุมชน สร้างคนในชุมชนให้มีอาชีพ มีเงินเก็บ มีความสุข เห็นอกเห็นใจผู้อื่น เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เสียสละ แบ่งปันช่วยเหลือ สามารถแก้ไขปัญหาได้ และรู้จักการทำงานเป็นทีม

* Received March 21, 2020; Revised June 12, 2020; Accepted June 15, 2020



3. การนำเสนอกระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน พบว่า หลักพุทธสันติวิธี คือ หลักภาวะ 4 ที่ช่วยพัฒนาด้านปัญญาให้ตื่นรู้ รู้จักโลก เกื้อกูลกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม มีเจตจำนงหรือเจตนาที่มีจิตที่เป็นด้านบวก และรู้จักคิดพิจารณาแก้ไขปัญหาด้วยปัญญา

คำสำคัญ: การส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน; การตลาดออนไลน์; พุทธสันติวิธี

Abstract

The article of research aimed 1) to study the current conditions of problems and obstacles in the promotion of selling community products through online marketing in the community-based economy of Sawai subdistrict, Prang Ku district, Srisaket province; 2) to study the promotion process of selling community products through online marketing of Sawai subdistrict, Prang Ku district, Srisaket province; and 3) to present the promotion process of selling community products through online marketing of Sawai subdistrict in order to become the model Chor Sa-at subdistrict. This was qualitative research involving documentary research and in-depth interview with 19 persons. The data was analyzed and interpreted for designing and creating a process for the development of the promotion process of selling community products through online marketing.

The results of research were found that 1) The problems affecting the promotion of selling community products through online marketing were is Lacking skill in IT technology, Not Breve enough to show, Little knowledge, No Recording skill, Lack of self-confidence, Not communication Skill, Can't play Facebook, and No Knowledge in photography. 2) The promotion process of selling community products through online marketing should use the motivation principle to create inspiration for the following 4 steps: Understanding, Accessibility, Development, and Assessment. In addition, the Buddhist peaceful means that should also be applied was the Four Aspects of Development (*Bhāvanā*), that was, having access to the community; and creating people in the community to have a career, to have savings, to be happy, to have sympathy for others, to be generous and make sacrifices by sharing and helping others, to have the ability to solve problems, and to know how to work as a team. 3) The presentation of the promotion process of selling community products found that the Buddhist peaceful means was the Four Aspects of Development (*Bhāvanā*) which would help to develop the wisdom in order to have an awakened mind, to understand the world, to support the social environment, to have a will or an intention that was positive, to think and contemplate for problem-solving with wisdom.



Keywords: Promotion of Community Products; Online Marketing; Buddhist Peaceful Means

บทนำ

ท่ามกลางสถานการณ์ในปัจจุบันที่ประเทศไทยได้ประสบกับปัญหาที่มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อชีวิต และความเป็นอยู่ของมนุษย์ในด้านต่าง ๆ เป็นวงกว้าง โดยเฉพาะปัญหาด้านเศรษฐกิจซึ่งเป็นเรื่องปากท้องของคนทุกชีวิต ระบบทางเศรษฐกิจพิการ ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ไม่เอื้ออำนวยต่อการบริหารจัดการให้เกิดสภาพคล่อง ประชาชนมีรายได้ต่ำ แต่ค่าครองชีพสูงหาได้ไม่เพียงพอแก่ความต้องการ เป็นต้น ในยุคแห่งการสื่อสารอย่างไร้พรมแดน หรือยุคดิจิทัล

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีซึ่งได้มีการพัฒนาการสื่อสารข้อมูลให้สามารถเข้าถึงผู้คนในปัจจุบันได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ข้อมูลจากบริษัทศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทยจำกัด พบว่าในช่วง 6 ปี ที่ผ่านมา (2552-2558) จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม ร้อยละ 13.4 ต่อปีและในปี 2558 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 38 ล้านคน มีอัตราการเติบโตร้อยละ 37.4 จากปีก่อนโดยมีสัดส่วนการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 56 จากจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศไทยซึ่งมีจำนวน 68 ล้านคน โดยสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยม 5 อันดับ อันดับแรก ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) มีผู้ใช้งาน ร้อยละ 97.3 % รองลงมาคือ เฟสบุ๊ค (Facebook) และไลน์ (Line) มีผู้ใช้งานคิดเป็นร้อยละ 94.8 และ 94.6 ตามลำดับ อันดับ 4 คือ อินสตาแกรม (Instagram) ร้อยละ 57.6 และ อันดับ 5 คือ ทวิตเตอร์ (Twitter) (Luengsurang, 2010)

ทั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของช่องทางการขายสินค้าในสื่อออนไลน์คือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงมากได้แก่ ยูทูบ (YouTube) และรองลงมาคือ การซื้อขายสินค้าบนเฟซบุ๊กเพจ (facebook page) ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 ซึ่งเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดจากการที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก พบว่า สถิติประชากรมีผู้เปิดบัญชีผู้ใช้ facebook ในประเทศไทยมีจำนวนทั้งหมด 38 ล้านบัญชี เติบโตขึ้นจากปีก่อน 8.57 % และมีจำนวนเพจ 700,000 เพจ จากการกระจายข่าวสารเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายโดยมีงานวิจัยได้กล่าวว่า เฟสบุ๊คมีลักษณะของเว็บเพจและอินเตอร์เฟซ (interface) ที่ทำให้ผู้ซื้อใช้เวลาไม่มากในการเปิดชมหน้าเพจสามารถเข้าถึงได้ง่าย และง่ายในการสื่อสารระหว่างผู้ซื้อผู้ขายด้วยการมีอินเตอร์เฟซที่ง่ายต่อการตอบสนองต่อผู้ให้บริการทำให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการได้มากกว่าการซื้อสินค้าจาก official website ทั่วไป จะเห็นได้ว่าช่องทางเฟซบุ๊กกำลังเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง และสามารถสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าโดยไม่จำเป็นต้องทำการซื้อขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางเหมือนแต่ก่อนสามารถเปิดดำเนินงานได้ตลอดเวลาไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ และทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงและรวดเร็ว

จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการขายสินค้าผ่านทางช่องออนไลน์ในการนำเสนอสินค้าของชุมชนในท้องถิ่นที่ส่วนใหญ่เมื่อผลิตแล้วไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ส่งเสริมรายได้อย่างจริงจัง โดยผู้วิจัยได้เลือกหมู่บ้านในตำบลสวาย อำเภอปราณบุรี จังหวัดศรีสะเกษ เพราะจากการลงพื้นที่สำรวจพบว่า มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่ล้ำค่าหาได้ในท้องถิ่น สามารถนำมาผลิตไปทำการค้าขายเพื่อให้ได้กำไร อาทิเช่น ต้นตาลที่เป็นต้นไม้ที่หาได้ในชุมชนสวายที่สร้างรายได้โดยการนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์



เช่น กาบตาล หรือทางตาล สามารถนำมาผลิตเป็น หมวก กระเป๋า ไม้กวาด ภาชนะใส่สิ่งของ ทำอาหาร และอื่น ๆ อีกมากมาย สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน แต่ผู้ผลิตไม่มีช่องทางการขายสินค้าที่ชัดเจน ทำให้สินค้าชุมชนไม่สามารถสร้างเป็นรายได้หลักเพื่อเลี้ยงครอบครัวได้ หากสามารถหาช่องทางที่สามารถส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน จะทำให้สมาชิกในกลุ่มเป็นการสร้างงานแก่คนในชุมชนโดยที่คนในชุมชนไม่ต้องย้ายไปทำงานต่างถิ่นและเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

นอกจากการพัฒนาการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์แล้ว คนในชุมชนจำต้องมีพุทธสันติวิธี ในการพัฒนาทักษะหลายด้าน เช่น ต้องรู้ทันโลก รู้จักบริบทของชุมชน ต้องมีเครือข่าย รวมทั้งมีความรู้ สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ ในทางพระพุทธศาสนามีหลักของการทำงานเพื่อเป็นการพัฒนาผู้ทำงานด้านการตลาดออนไลน์ โดยการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ได้แก่ หลักภavana 4 คือ กายภavana ความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ศิลภavana ความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม จิตภavana การมีจิตที่สมบูรณ์ด้วยคุณธรรมความดี ปัญญาภavana การเสริมสร้างความรู้ความคิดความเข้าใจในการทำงาน

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนากระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ดังนั้นเห็นได้ว่าช่องทางการซื้อขายสินค้าผ่านเฟสบุ๊คได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทำให้กลายเป็นตลาดในระบบทุนนิยมที่ผู้ขายเกิดความเห็นแก่ตัวมากขึ้น เพราะต่างคนถือเอาเงินเป็นเป้าหมายสำคัญของการดำเนินชีวิตโดยการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวให้มากที่สุดนำไปสู่การเอารัดเอาเปรียบยิ่งเศรษฐกิจสมัยนี้เป็นแบบทุนเสรีก็ยิ่งทำให้ผู้รู้อำนาจได้รับการศึกษา ผู้ที่ขาดความรู้ ความเข้าใจถูกเอารัดเอาเปรียบทำให้เกิดช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจนเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคสินค้าก็ได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพที่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ขายสินค้าเพราะบางครั้งการตลาดในการขายสินค้าอาจไม่ตรงกับความจริง และปัญหาอีกประการ พบว่าชาวบ้านส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจและเคยรู้ว่าการตลาดออนไลน์เป็นอย่างไร และจะช่วยให้การขายสินค้าของชุมชนได้อย่างไร การตลาดออนไลน์ยังเป็นเรื่องใหม่และยากสำหรับชาวบ้าน โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการทำตลาดออนไลน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันปัญหา และอุปสรรคการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน ด้วยการตลาดออนไลน์ในกลุ่มเศรษฐกิจชุมชน ตำบลสวาย อำเภอปราสาท จังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษากระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ตำบลสวาย อำเภอปราสาท จังหวัดศรีสะเกษ
3. เพื่อนำเสนอกระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ตำบลสวายให้เป็นตำบลพอสะอาดต้นแบบ



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ตำบลสวาย อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การฝึกอบรมอาสา การสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง (Focus group discussion) โดยสรุปการดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้คือ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารชั้นปฐมภูมิ (Primary Sources) เก็บรวบรวมข้อมูล จาก พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทยของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ฉบับภาษาไทย พ.ศ. 2539

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาเอกสารชั้นทุติยภูมิ (Secondary Sources) ได้แก่ หนังสือ เอกสาร สิ่งพิมพ์และงานวิจัย และผลงานของบุคคลต้นแบบ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์

ขั้นตอนที่ 3 จัดทำเครื่องมือการวิจัย แบบสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและเกษตรกรในเรื่องการขายสินค้าและการตลาดของสินค้า และทำแบบสัมภาษณ์ Pre Test และ Post Test จิตอาสาที่จะเข้าอบรมเรื่องการตลาดออนไลน์

ขั้นตอนที่ 4 สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ และ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ผู้ผลิตสินค้าจำนวน 11 คน และกลุ่มจิตอาสาจำนวน 8 คน และเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง จำนวน 6 คน มาให้ข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์นำไปสู่การปรับแก้ไข เพื่อนำไปสู่กระบวนการพัฒนาการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ตามกระบวนการขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์รูปแบบการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ และแนวทางการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ด้วยหลักสันติวิธีทั้งตะวันตกและตะวันออก และนำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ และบูรณาการหลักภavana 4

ขั้นตอนที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ นำเสนอผลการวิจัยโดยทำการสรุปเนื้อหา โดยเขียนบรรยายเชิงวิเคราะห์ทั้งเพิ่มเติมข้อเสนอแนะทั้งในด้านเนื้อหาและประเด็นในการทำวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาที่ส่งผลต่อการการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์โดยพุทธสันติวิธีมากที่สุดจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนและเกษตรกร คือ ปัญหาภายในตัวบุคคลที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่องานการขายสินค้าชุมชนเนื่องจากปัญหาต่าง ๆ ของตัวบุคคลเอง ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาด้านทักษะในการสื่อสาร (communication skills) ขาดทักษะในการสื่อสารกับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า ปัญหาด้านความรู้ (knowledges) ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการตลาดออนไลน์ ขาดความรู้ด้านไอที ปัญหาด้านทัศนคติ (Attitude) มีทัศนคติเชิงลบต่อผู้ซื้อสินค้า ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง (self-



confidence) ปัญหาด้านครอบครัว ขาดการสนับสนุนด้านอาชีพ ปัญหาด้านชุมชน สังคม และเศรษฐกิจความสมดุลระหว่างความต้องการและการตอบสนองความต้องการขึ้นในชุมชน จากการสำรวจเก็บข้อมูลในหมู่บ้านสามารถทำเป็นตารางวิเคราะห์ได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strange)	จุดอ่อน (Weakness)
1. มีความพร้อมที่จะพัฒนาตนเองในด้านการตลาดออนไลน์ 2. กล้าพูด กล้าทำ กล้าคิด กล้าแสดงออก 3. มีเวลา 4. มีใจในการพัฒนาศักยภาพ 5. มีความสามารถหลายอย่าง 6. มีอาชีพเสริมที่สร้างรายได้ให้ครอบครัว 7. มีทักษะในการประกอบอาชีพ 8. มีฝีมือ 9. อยากรู้ อยากทำ อยากลอง 10. มีอาชีพรองรับ(อาชีพประจำ) 11. ไม่มีภาระ 12. ครอบครัวสนับสนุน 13. พร้อมเรียนรู้การใช้เทคโนโลยี	1. ขาดทักษะในเรื่องเทคโนโลยีด้านไอที 2. ไม่กล้าแสดงออก 3. ขาดความรู้ ความรู้ น้อย 4. ทักษะในการบันทึก 5. ขาดความมั่นใจในตัวเอง 6. ขาดทักษะในการสื่อสาร 7. เล่นเฟซบุ๊กไม่เป็น 8. ไม่มีความรู้ในการถ่ายภาพ
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Treat)
1. พระอาจารย์และทีมงานสนับสนุน 2. ได้รับโอกาสให้อบรมเพื่อสร้างความรู้ใหม่ 3. มีทีมงานและองค์กรต่างๆสนับสนุน 4. หลักสูตรที่ได้รับการพัฒนาจากกลุ่มคนต่าง ๆ ก่อนที่จะมีการฝึกอบรม	1. ภาวะทางบ้านมาก 2. ไม่มีเวลา 3. ไม่มีเงิน, ไม่มีทุน 4. ครอบครัวไม่เข้าใจ และไม่เห็นด้วย 5. ขาดคนสนับสนุน 6. ขาดอุปกรณ์ เช่นคอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายภาพ



วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ ตำบลสวาย อำเภอบางบาล จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้สร้างเพจเฟซบุ๊กของชุมชนสวายก่อตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนเป็นการสร้างรายได้แก่ชาวบ้านเน้นวิคิดและกระบวนการเรียนรู้เพื่อจะได้คิดและแก้ปัญหาของชุมชนได้ ทำให้พอกินพอใช้ก่อนแล้วพัฒนาไปเชิงธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า กระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กด้วยการส่งเสริมการขายผ่านออนไลน์จากกระบวนการดังต่อไปนี้ 1) การจัดทำเว็บเพจเฟซบุ๊กสำหรับรวบรวมข้อมูลข่าวสาร 2) การส่งเสริมการขายผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจสำหรับเจาะกลุ่มผู้บริโภค 3) การส่งเสริมการขายผ่านไลน์แอดสำหรับรักษาสถานผู้บริโภค โดยผู้วิจัยเป็นผู้ริเริ่มและดูแลเรื่องการตลาดออนไลน์ของชุมชนสวายเริ่มตั้งแต่วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2563 ที่ผ่านมาโดยพิจารณาจากการให้สัมภาษณ์ที่สะท้อนผ่านการบอกเล่าของหัวหน้าชุมชนและสมาชิกในชุมชนสวายที่ว่า ชุมชนมีความพร้อมที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองในด้านการตลาดออนไลน์ คนในชุมชนกล้าคิด กล้าทำ อยากรู้ อยากรอง อยากรู้ทำให้เกิดอาชีพที่รองรับ รวมทั้งครอบครัวก็ยังให้การสนับสนุน สรุปได้ว่าชุมชนสวายได้เล็งเห็นว่าควรใช้ความสามารถของอินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมการขายเพื่อส่งเสริมยอดการจัดจำหน่ายซึ่งปัจจุบันการติดต่อสื่อสารมีความรวดเร็วในการสื่อสารกับผู้บริโภคจึงจัดทำเว็บไซต์เพื่อช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

ผู้วิจัยได้นำหลักภาวา 4 (Phra Brahmamagunabhorn (P.A.Payutto), 2003) มาประยุกต์ใช้กับหลักทฤษฎีการสื่อสาร S M C R ของเบอร์โล (The Berlo Model / SMCR Model) และกระบวนการส่งเสริมการตลาด 6Ps ซึ่งมีความสำคัญในกระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์โดยพุทธสันติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กายภาวา (Physical Development) การพัฒนากายการพัฒนาความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นการฝึกอบรมกาย ให้มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในทางที่เกื้อกูล โดยการปฏิบัติต่อสิ่งทั้งหลายอย่างมีสติให้เกิดโทษ แต่ให้เป็นคุณหรือเป็นไปในทางเกื้อกูล ประกอบด้วย การรู้จักใช้อินทรีย์ได้แก่ตา หู จมูก ลิ้น กายและใจ ด้วยปัญญา นอกจากนี้ยังเป็นการรู้จักบริโภคปัจจัย 4 และสิ่งของเครื่องใช้ตลอดจนเทคโนโลยีให้ได้ตรงตามคุณค่าที่แท้จริง ไม่ลุ่มหลงมัวเมา ไม่ประมาทขาดสติ

2) ศีลภาวา (moral development; social development) การพัฒนาศีล การพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นการฝึกอบรมด้านพฤติกรรมให้มีความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม มีพฤติกรรมที่ดีงามในความสัมพันธ์กับเพื่อนมนุษย์โดยตั้งอยู่ในวินัย อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ด้วยดีและมีอาชีพสุจริต ไม่ใช้กายวาจาและอาชีพในทางที่เบียดเบียน หรือก่อความเดือดร้อนเสียหายเวรภัย แต่ใช้เป็นเครื่องพัฒนาชีวิตของตนและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน สร้างสรรค์สังคม ส่งเสริมสันติสุข

2.1) ปฏิสัมพันธ์คือ การไม่เบียดเบียน ก่อความเดือดร้อนต่อผู้อื่น รู้จักสงเคราะห์เกื้อหนุน เอาใจใส่ทำให้เกิดไมตรีและความสามัคคีรู้จักการสื่อสารเพื่อชักจูงและชักนำเพื่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ยิ่งขึ้นไปในการอยู่ร่วมกันในสังคมทั้งครอบครัว ญาติมิตร บุคคลใกล้ชิด บุคคลในสถานศึกษาเพื่อนมนุษย์ต่างชาติต่างศาสนา



2.2) อาชีพ คือ การประกอบอาชีพการงานโดยไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ก่อความเสื่อมเสียแก่สังคม ไม่ทุจริตผิดกฎหมาย มีความสุจริต สร้างสรรค์ดีงาม เกื้อกูล เป็นไปเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนา

2.3) วินัย คือ มีความเคารพรักษากฎเกณฑ์ ระเบียบ จรรยาบรรณกฎหมายในสังคมในชุมชน และสำหรับวินัยในการดำเนินชีวิต รู้จักจัดวัตรสิ่งของจัดแบ่งเวลา จัดสภาพแวดล้อม และจัดระเบียบในการอยู่ร่วมกัน มนุษย์ในสังคมนั้นก็จะมีโอกาสพัฒนาชีวิตได้ดีที่สุด และผู้คนในสังคมจะอยู่ร่วมกันอย่างอยู่เย็นเป็นสุข

3) จิตตภาวนา (Emotional Development; Psychological Development)

การพัฒนาจิตใจ จิตใจมีองค์ประกอบสำคัญคือ เจตจำนงหรือเจตนา ที่เป็นตัวกำหนดหรือกำกับจิตใจ โดยจะเป็นตัวเชื่อมโยงจิตใจออกมาสู่การสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม และเจตนาหรือเจตจำนง จะทำงานไปอย่างไรมันจะมีแรงจูงใจเป็นตัวชักนำ และแรงจูงใจจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของตัวปรุงแต่งที่อยู่เบื้องหลังในจิตใจ คุณสมบัติดังกล่าวมี มีทั้งที่ดีและที่ชั่ว บุญหรือบาป กุศลหรืออกุศล เช่น ความโลภ ความโกรธ ความหลง ความหวง ความริษยาศรัทธา เมตตา กรุณา สติปัญญา เป็นต้น เป็นตัวที่มาปรุงแต่งเจตนา และเจตนา ก็จะแสดงตัวออกมาทางทวารคือ ทางกาย ทางวาจา และทางใจ สมาชิกในชุมชนจะมีสุขภาวะได้ ต้องบริหารใจ หรือฝึกฝนภายในจิตให้มีจิตที่เป็นด้านบวก โดยการพัฒนาในด้าน “จิตภาวนา” เป็นการฝึกอบรมด้านจิตใจ คือการพัฒนาให้บุคคลมีจิตใจที่สมบูรณ์

4) ปัญญาภาวนา (Intellectual Development; Mental Development; Cognitive Development) การพัฒนาปัญญา เป็นการฝึกอบรมด้านปัญญา การพัฒนาบุคคลให้รู้จักคิดพิจารณา วินิจฉัย แก้ไขปัญหา และดำเนินการต่าง ๆ ด้วยปัญญา เข้าใจเหตุผล มองสิ่งต่าง ๆ ตามเหตุและปัจจัย ไม่มีอคติ ปราศจากการครอบงำของกิเลส มีความเป็นอยู่โดยรู้เท่าทันธรรมดาของโลกและชีวิต เข้าถึงอิสรภาพ ปลอดทุกข์ปราศจากปัญหา และในเรื่องของระบบองค์รวมของการดำเนินชีวิตที่ดีซึ่งเป็นระบบแห่งเหตุปัจจัยที่สัมพันธ์กันเหมือนที่ผู้วิญญูได้จัดการอบรมคุณธรรมให้กับสมาชิกในชุมชน เป็นต้น

ผู้วิจัยได้นำหลักการแนวคิดทฤษฎีมาออกแบบกระบวนการพัฒนาตามหลักวิชาการประกอบกับหลักพุทธสันติวิธีที่สำคัญ ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ

- (1) การกระตุ้นผู้นำชุมชนและเกษตรกรเพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจ
- (2) การพัฒนาทักษะในการเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา ประเมินผลในการทำงาน
- (3) การเสริมกิจกรรมให้สามารถเข้าใจ และมีทักษะในระดับสูงมากยิ่งขึ้น
- (4) การทำงานจริงโดยการสร้างเฟสบุ๊คเพจ ของดีตำบลสวาย จ.ศรีสะเกษ ขึ้นมาเพื่อให้อาสาได้ปฏิบัติงานจริง

(5) การประเมินศักยภาพการทำงานของอาสา ว่าสำเร็จผลเป็นไปตามที่ได้รับการฝึกฝนพัฒนามามากน้อยหรือไม่อย่างไร

ทั้ง 5 กระบวนการนี้ สามารถสรุปเป็นโมเดลประกอบการดำเนินงานมีรายละเอียดได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1: กระบวนการพัฒนาการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ด้วย
พุทธสันติวิธีของตำบลสวาย อ.ปราณบุรี จ.ศรีสะเกษ

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอกระบวนการพัฒนาการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ด้วยพุทธสันติวิธี ของตำบลสวาย อ.ปราณบุรี จ.ศรีสะเกษ จากกระบวนการที่คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 6 ท่าน ได้ให้ข้อเสนอไว้ในวัตถุประสงค์ที่ 2 ข้างต้น และได้นำไปสู่การทดลองฝึกปฏิบัติในโครงการฝึกอบรม “การพัฒนาการตลาดออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนสวาย รุ่นแรกที่วัดท่าคอยนาง ตำบลสวาย อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ” เพื่อการพัฒนากลุ่มอาสา หลังจากที่ได้ผ่านการทดลองฝึกปฏิบัติเพื่อการพัฒนาแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการสรุปประเมินกระบวนการ และได้ค้นพบองค์ความรู้สามารถสรุปปรับแก้ไขกระบวนการดังกล่าวข้างต้นนั้นหลังจากที่ได้ทดลองปฏิบัติมาแล้ว ได้แบ่งกระบวนการพัฒนาออกเป็น 4 ชั้น (Layer) ประกอบด้วย

(1) แกนแห่งสติ เป็นการใช้สติเป็นแกนกลางของการปฏิบัติ ถ้ามีสติ จะมีศีล มีสมาธิ และมีปัญญา ในการปฏิบัติเรื่องต่าง ๆ

(2) หลักโยนิโสมนสิการ รู้จักคิด มีปัญญา หลักกัลยาณมิตร ต้องมีมิตรแท้ มีเพื่อน และเข้าใจ หลักการตลาดออนไลน์ คือ การทำการตลาดในสื่อออนไลน์

(3) แนวปฏิบัติว่าการปลูกฝังแนวทางการฝึกผู้นำสตรีจิตอาสา ประกอบด้วย การเข้าใจ เข้าถึง การพัฒนา และการประเมินผลการทำงาน

(4) เป้าหมาย (Outcome) คือ หลักภavana 4 ประกอบไปด้วย กายภavana มีความเข้าใจชุมชน ศีลภavana มีอาชีพ มีเงินเก็บ จิตภavana มีความสุข เห็นอกเห็นใจผู้อื่น และปัญญาภavana ต้องรู้จักแก้ปัญหา รู้จักทำงานเป็นทีม

สามารถอธิบายรายละเอียดประเด็นกระบวนการพัฒนาการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ด้วยพุทธสันติวิธี ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2: นำเสนอผลสรุปแนวทางกระบวนการพัฒนาการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน
ด้วยการตลาดออนไลน์ด้วยพุทธสันติวิธี

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สภาพปัญหาที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์โดยพุทธสันติวิธีมากที่สุด คือปัญหภายในตัวบุคคลที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการขายสินค้าชุมชนเนื่องจากปัญหาต่าง ๆ ของตัวบุคคลเอง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านทักษะในการสื่อสาร ขาดทักษะในการสื่อสารกับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า ปัญหาด้านความรู้ ขาดความรู้ความเข้าใจในใจในเรื่องการตลาดออนไลน์ ขาดความรู้ทางด้านไอที ปัญหาด้านทัศนคติ มีทัศนคติในเชิงลบต่อผู้ซื้อสินค้า ขาดความมั่นใจในตนเอง ปัญหาด้านครอบครัว ขาดการสนับสนุนทางด้านอาชีพ ปัญหาด้านชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ ความสมดุลระหว่างความต้องการและการตอบสนองความต้องการขึ้นในชุมชน สอดคล้องกับ Kttima Surasonthi, (1995) ที่กล่าวว่า การสื่อสารจะประสบความสำเร็จได้ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีคุณลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จและประสิทธิผลของการสื่อสาร คือ มีทักษะในการสื่อสาร (communication skills) มีสามารถในการพูดและการเขียนรวมทั้งการตีความหมายข้อมูลข่าวสารได้ดี มีความรู้ (knowledges) ในเรื่องข่าวสารที่ผู้ส่งจะถ่ายทอดหรือส่งไปยังผู้รับสาร มีทัศนคติ (Attitude) ที่ดีต่อบุคคลหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง และต้องรู้ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture System) ผู้ส่งสารเป็นบุคคลที่อาศัยอยู่ในสังคมซึ่งมีกรอบกฎเกณฑ์ระเบียบ ค่านิยม ความเชื่อ ประเพณีหรือวิถีชีวิต ฯลฯ ตามในสังคมนั้นซึ่งมีผลต่อการรับรู้ประสบการณ์ความ



เชื่อ ค่านิยม หรือพฤติกรรมของผู้ส่งสารทำให้ผู้ส่งสารมีรูปแบบของการสื่อสารเป็นไปตามสังคมและวัฒนธรรมที่อาศัยอยู่

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผู้วิจัยได้สร้างเพจเฟซบุ๊กของชุมชนสวายก่อตั้งเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนเป็นการสร้างรายได้แก่ชาวบ้านเน้นวิถีคิดและกระบวนการเรียนรู้เพื่อจะได้คิดและแก้ปัญหาของชุมชนได้ ทำให้พอกินพอใช้ก่อนแล้วพัฒนาไปเชิงธุรกิจ สรุปได้ว่า ชุมชนสวายได้เล็งเห็นว่า ควรใช้ความสามารถของอินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมการขายเพื่อส่งเสริมยอดการจัดจำหน่าย ซึ่งปัจจุบันการติดต่อสื่อสารมีความรวดเร็วในการสื่อสารกับผู้บริโภคจึงจัดทำเว็บไซต์เพื่อช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย สอดคล้องกับงานของ Sanya Sanyawiwath, (2011) ในเรื่องทฤษฎีการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชนชนบทว่าเป็นภูมิคุ้มกันของชุมชนชนบทเพื่อป้องกันการเสียสมดุลอันเกิดจากกระแสโลกาภิวัตน์หรือภาวะวิกฤตที่มีผลต่อชุมชนตามตัวแบบของ “TERMS” ใน 5 ด้าน คือ การพึ่งตนเองทางเทคโนโลยี (Technology; T) การพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจ (Economic; E) การพึ่งตนเองทางทรัพยากรธรรมชาติ (Resources; R) การพึ่งตนเองทางจิตใจ (Moral ; M) และการพึ่งตนเองทางสังคม (Socio-cultural; S)

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การนำเสนอกระบวนการพัฒนาการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาช่วยพัฒนาความรู้ เข้าใจชุมชน เข้าใจโลกปัจจุบัน มีเครือข่ายรู้จักแก้ปัญหา ทำงานเป็นทีม นั้นสอดคล้องกับ Phra Brahmagunabhorn (P.A.Payutto), (2003) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาตามความหมายของพระพุทธศาสนา ก็คือ ภาวนา หมายถึง การเจริญ การทำให้เป็นให้มีขึ้น การฝึกอบรม การพัฒนา ซึ่งมีการพัฒนาอยู่ 4 ประเภท คือ กายภาวนา คือ การเจริญกาย พัฒนากาย การฝึกอบรม ให้รู้จักติดต่อกับสิ่งทั้งหลายภายนอกและปฏิบัติต่อสิ่งเหล่านั้นในทางที่เป็นคุณ สิลภาวนา คือ การเจริญศีล พัฒนาความประพฤติการฝึกอบรมศีลให้ตั้งอยู่ในระเบียบวินัยไม่เบียดเบียนหรือก่อความเดือดร้อนเสียหาย อยู่ร่วมกันกับผู้อื่นได้ด้วยดีเกื้อกูลแก่กัน จิตตภาวนา คือ การเจริญจิต พัฒนาจิต การฝึกอบรมจิตใจ ให้เข้มแข็งมั่นคงเจริญองกามด้วยคุณธรรมทั้งหลาย และปัญญาภาวนา คือ การเจริญปัญญา พัฒนาปัญญา การฝึกอบรมปัญญา ให้รู้เข้าใจสิ่งทั้งหลายตามเป็นจริง และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยปัญญา

สรุป

กระบวนการพัฒนาการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ด้วยพุทธสันติวิธี ในครั้งนี้ ทำให้เกิดรูปแบบการขายสินค้าในรูปแบบใหม่ให้กับชุมชนที่สามารถนำทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นมาผลิตสินค้า แต่ไม่สามารถหาตลาดในการขายสินค้าได้ การตลาดออนไลน์จึงเป็นช่องทางหนึ่งซึ่งได้รับความนิยมในปัจจุบัน ทำให้ชุมชนมีพื้นที่ขายสินค้าโดยไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านค้า ไม่จำเป็นต้องมีพนักงาน การลงทุนในการขายน้อยเพราะไม่ต้องเช่าพื้นที่ในการขายของ และที่สำคัญคือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการได้ พร้อมกับประยุกต์ใช้หลักพุทธสันติวิธีว่าด้วยภาวนา 4 เป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์โดยพุทธสันติวิธี คือ กายภาวนา ความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ศีล



ภาวนา ความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม จิตภาวนา การมีจิตที่สมบูรณ์ด้วยคุณธรรมความดี ปัญญาภาวนา การเสริมสร้างความรู้ ความคิด ความเข้าใจในการพัฒนาการทำงานให้ประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ในการพัฒนาอาสาที่เข้ามาทำการตลาดออนไลน์ อาสาจกต้องรู้จักการมีสติ ใช้สติเป็นฐานในการเรียนรู้และพัฒนา นอกจากนี้การตลาดออนไลน์มีการแข่งขันสูง ทำให้ต้องมีการออกแบบเนื้อหา และรูปแบบในการนำเสนอที่มีความแตกต่าง และโดดเด่น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาที่เพจ จากการปฏิบัติจริงในเพจของดีตำบลสวย จ.ศรีสะเกษ พบว่า การเขียนเนื้อหาที่เล่าเรื่องเกี่ยวกับชุมชน วัฒนธรรม หรือที่มาของสินค้าที่เกิดจากแนวคิดของชุมชนจะได้รับความสนใจจากผู้เข้าชม ดังนั้นการทำการตลาดออนไลน์เพื่อขายสินค้าชุมชน ผู้ทำเนื้อหาของเพจจะต้องเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ของชุมชน และตัวสินค้าเพื่อนำมาออกแบบเนื้อหาในการนำเสนอ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ด้วยพุทธานุวิธีในชุมชนอื่น

2.2 ศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรสู่การพัฒนาการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้วยการตลาดออนไลน์ด้วยพุทธานุวิธี

References

- Surasonthi, K. (1995). *Introduction to Communication*. Bangkok: Thammasat Printing House.
- Klausmeier, Herbert J. & Ripple, R.E. (1971). *Learning and Human Abilities Educational Psychology*. 3rd ed, New York : Harper and Row.
- Kongsat, S. & others. (2009). An Applied Local Wisdom to Manage Water for Developing Riverside Community: A Case Study of the Lam Ta Kong River Basin. *Journal of Sciences*, 5(2): 134-138.
- Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (1996). *Thai Tripitakas*. Bangkok: MCU Press.
- National Committee for Promotion and Coordination of Women. (1994). *Long-term Independent research report*. Bangkok: Graduate Business University.
- Nicola, W. (2011). Encouraging engagement in game-based learning. *International Journal of Game-Based Learning*, (1)1, 75-84.
- Phra Brahmagunabhorn (P.A.Payutto). (2003). *Buddhism Dictionary Edition Compile dhamma*. Bangkok.



- Phra Brahmagunabhorn (P.A.Payutto). (2005). *Dictionary of Buddhism*. 13th edition. Bangkok: S. R. Printing Ltd., Part.
- Phra Dharmakosajan. (2006). *Buddhist management methods*. Bangkok: Printing house Mahachulalongkornrajavidyalaya University.
- Phramaha Hansa Dhammahāso. (2011). *Buddhist Peaceful Means: The Integration of Principles and Tools to Resolve Conflicts*. Bangkok: 21 Century.
- Rigby, D. and D Caceres. (2001). Organic farming and the Sustainability of Agricultural Systems. *Agricultural Systems*, 68(1), 21-40.
- Sanyawiwath, S. (2011), Economy self-sufficiency in rural areas. Bangkok: National Research Council of Thailand
- Sisaket Statistical Office. (2018). *Situation of the elderly in Sisaket 2018*. Retrieved November 3, 2019, from http://urce:http://Sosisaket.nso.go.th /index.php? option =com_content&view=article&id=503:-2561&catid=105:2012-01-09-07-07-49Itemid.
- Luengsurang, T. (2010) “Customer’s satisfaction on Facebook fan page and official website. Thesis Master of Faculty of commerce and accountancy. Graduate School: Thammasat University
- Wand, Y. and R. Weber. (2002). Research Commentary: Information System and Conceptual Modeling - A Research Agenda. *Information System Research*, 13(4): 363-376.