

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟิน ในจังหวัดสุพรรณบุรี

Development Guidelines for the Digital Marketing Potential of the Freshfin Community Enterprise Network in Suphan Buri Province

พิมลวรรณ เกตพันธ์¹, สันติ ศรีสวนแดง²

Pimolwan Katepan¹, Santi Srisuantang²

คณะเกษตร กำแพงแสน¹, คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์² มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน¹⁻²

Faculty of Agriculture at Kamphaeng Saen¹, Faculty of Education and Development Science²

Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus¹⁻²

aon400480@gmail.com¹, satsts@ku.ac.th²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟิน 2) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่าย และ 3) สังเคราะห์แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า 1) เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟินมีศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลอยู่ในระดับปานกลาง 2) การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่าย พบว่า สมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในภาพรวมในระดับมาก ทั้งการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนา มีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการประเมินผล 3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัล ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟิน พบว่า รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การส่งเสริมในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (1) ด้านการผลิตหรือการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน (2) ด้านการบริหารตลาดหรือการจัดการสินค้าหรือบริการ (3) ด้านการเงินหรือเงินทุน และ (4) ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล

คำสำคัญ: กระบวนการมีส่วนร่วม, การตลาดดิจิทัล, การตลาดออนไลน์, เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟิน, วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the digital marketing potential of the Freshfin Community Enterprise Network, 2) to study the participation in the development guidelines preparation for the digital marketing potential of the Network, and 3) to synthesize the development guidelines for the digital marketing potential of the Network through a participatory process by using a qualitative research method. The results reveal that 1) the Freshfin Community Enterprise Network has a moderate level of digital marketing potential. 2) Participation in the development guidelines preparation for the digital marketing potential of the Network, found that network members participated in the overall at a high level consisted of involving in decision-making, participated in implementation, participated in the

preparation of the development plan, participated in benefit sharing, and participated in assessment. 3) Development guidelines for the digital marketing potential of the Freshfin Community Enterprise Network, found that governments and relevant agencies should provide support in following areas: (1) production or planning; (2) marketing management or product/service management; (3) funding, and (4) knowledge and information management.

Keywords: Participatory Process, Digital Marketing, Online Marketing, Freshfin Community Enterprise Network, Community Enterprise

บทนำ

ในปัจจุบันเกษตรกรส่วนใหญ่ประสบปัญหาสินค้าเกษตรล้นตลาด เนื่องจากเกษตรกรไม่สามารถขายสินค้าเกษตรได้ตามปกติ ส่งผลให้เกษตรกรขาดรายได้ในการลงทุนและการดำเนินชีวิต ดังนั้นการซื้อขายสินค้าเกษตรบนตลาดดิจิทัล จึงมีความสำคัญมาก (ชนินทร์ มหัทธนะชัย และคณะ, 2560) เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญ ต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการเกษตรที่มีการปรับตัวภายใต้การขับเคลื่อน Thailand 4.0 ซึ่งการตลาดดิจิทัลได้ทวีบทบาทและความสำคัญมากขึ้นในทุกภาคส่วนของการดำเนินธุรกิจทุกประเภททุกระดับ ตลอดจนมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าบนโลกออนไลน์ ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลเพื่อให้เกษตรกร หรือผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพและเตรียมความพร้อมทางธุรกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจเกษตรต่อไปในอนาคต (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2563)

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ทำหน้าที่ในการผลิตและจำหน่ายสินค้า หรือผลผลิตทางการเกษตร ก่อตั้งจากแนวคิดและความต้องการในการรวมกลุ่มซึ่งเป็นหนึ่งในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร โดยมีการจดทะเบียนเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 และได้รับการยอมรับจากกรมวิชาการเกษตรอย่างใกล้ชิดอยู่เสมอ ปัญหาหลักในปัจจุบัน ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินในจังหวัดสุพรรณบุรีคือ ไม่ได้ทำการตลาดแบบเครือข่ายอย่างจริงจังในอดีตที่ผ่านมา ในขณะที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570 ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลในด้านการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ และส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจให้เป็นระบบดิจิทัล (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม, 2564) ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัล จากการสังเคราะห์แนวทางในการพัฒนาศักยภาพ ทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม โดยประกอบด้วย สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินผู้ซึ่งเป็นเจ้าของฟาร์มหรือตัวแทนของฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครือข่ายและมีบทบาทในการจัดการ ของแต่ละฟาร์ม เกษตรอำเภอสรีประจันต์ และเกษตรอำเภอสามชูก เพื่อให้ทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพ ทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่าย รวมทั้งเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและเกษตรกรในพื้นที่อื่นต่อไป

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ กลุ่มเกษตรกรที่เป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี รวมทั้งสิ้น 10 ราย โดยประกอบด้วย 6 ฟาร์ม ได้แก่ ฟาร์มบ้านสวนสีทอง ฟาร์มโชคนันต์ ฟาร์มตะขอบฟ้า สวนทรัพย์วิมลฟาร์ม Win Garden Farm และเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม (ตารางที่ 1)

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่ม 1 | วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี

กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของฟาร์มหรือตัวแทนของฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินและมีบทบาทในการจัดการ จำนวน 6 ราย ซึ่งมาจากการคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling)

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน

ลำดับ	ชื่อฟาร์ม	สินค้าหรือผลผลิตที่ผลิต	ที่ตั้ง	จำนวนสมาชิก (คน)
1	ฟาร์มบ้านสวนสีทอง	มะม่วง	อำเภอเมือง	2
2	ฟาร์มโชคอนันต์	ข้าวไรซ์เบอร์รี่ (ข้าวสาร และการแปรรูปข้าว)	อำเภอศรีประจันต์	1
3	ฟาร์มตะขอบฟ้า	มะเขือเทศเชอร์รี่ เมล่อน องุ่น แคนดัส	อำเภอศรีประจันต์	2
4	สวนทรัพย์วิมลฟาร์ม	สวนผสมผสาน (ทำนา มะนาว มะเขือเทศเชอร์รี่ กล้วย และการแปรรูปกล้วย)	อำเภอศรีประจันต์	1
5	Win Garden Farm	มะม่วง กล้วย และการแปรรูปกล้วย	อำเภอสามชูก	2
6	เพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม	เพาะเห็ดในโรงเรือนระบบปิด และการแปรรูปเห็ด	อำเภอสามชูก	2

ที่มา: พิมลวรรณ เกตพันธ์ และสันติ ศรีสวนแดง (2565)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview form) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview) การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) ตามประเด็นที่ค้นหา (topic inquiry) เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออภิปรายผล

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบสัมภาษณ์ใช้วิธีอ้างอิง จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (รัตนานภิก รัชตะวรรณและคณะ, 2561) โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของสมาชิกเครือข่าย ส่วนที่ 2 การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่าย และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข ของสมาชิกเครือข่ายในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่าย เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับการมีส่วนร่วม 5 ระดับ คือ คะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง การมีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมในระดับน้อย และคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง การมีส่วนร่วมในระดับน้อยที่สุด (วัฒนา สุนทรชัย, 2551)

การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการสัมภาษณ์ประกอบแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างอย่างไม่เป็นทางการจากสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินจำนวน 6 รายผู้ซึ่งเป็นเจ้าของฟาร์มหรือตัวแทนของฟาร์มและมีบทบาทในการจัดการ ซึ่งกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับประเด็นการศึกษา

การสนทนากลุ่ม ดำเนินการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2563 ณ. เพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม เลขที่ 129/1 หมู่ที่ 5 ตำบลหนองผักนาก อำเภอสามชูก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน ประกอบด้วย สมาชิกเครือข่ายผู้ซึ่งเป็นเจ้าของฟาร์มหรือเป็นตัวแทนของแต่ละฟาร์ม เกษตรอำเภอศรีประจันต์ และเกษตรอำเภอสามชูก รวมทั้งสิ้นจำนวน 10 ราย สกัดข้อมูลโดยการนำสรุปการประชุมสนทนากลุ่มเสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อพิจารณาคำแนะนำที่เหมาะสมของเนื้อหา สำคัญและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข จากนั้นแจ้งให้ผู้ที่เข้าร่วมสนทนากลุ่มทุกท่านทราบถึงผลสรุปในการสนทนาในแต่ละประเด็น ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT ถือเป็นกระบวนการมีส่วนร่วมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน (นันทิยา หุดานูวัตร

และณรงค์ หุตานวัตร, 2543) จากนั้นวิเคราะห์ TOWS matrix เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน

ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้การพัฒนาเครื่องมือของงานวิจัยด้วยการนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมาปรับปรุงคุณภาพตามการตรวจประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ได้ค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.990 โดยมีค่าตั้งแต่ 0.80-1.00 ซึ่งแสดงว่าแบบสัมภาษณ์มีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ (เอมอร์ อังสุรัตน์, 2556) และใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ซึ่งงานวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาและรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผลการวิจัย

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน

1.1 การประเมินศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน

การประเมินศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา โดยมีประเด็นในการประเมิน 7 ด้าน ตามเกณฑ์การประเมินของ Community Enterprise Promotion Division (2017) ได้แก่ 1. ด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน 2. ด้านการผลิตหรือการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน 3. ด้านการบริหารตลาดหรือการจัดการสินค้าหรือบริการ 4. ด้านการเงินหรือเงินทุน 5. ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล 6. ด้านการบริหารสมาชิกและชุมชน และ 7. ด้านการมีสัมพันธ์กับภายนอกหรือผลลัพธ์ของการดำเนินงาน สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินในงานวิจัยของ (คณิดา ไกรสันติ และรัสมนต์ คาศรี, 2559)

ผลลัพธ์จากการประเมินศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลตามเกณฑ์ของ Community Enterprise Promotion Division (2017) พบว่า เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินมีศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลอยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน

ประเด็นการประเมิน	ผลลัพธ์จากการประเมิน
1. ด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้นำเครือข่าย เป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ มีความรอบคอบเป็นนักคิด นักวางแผน และนักการตลาด สามารถพูดโน้มน้าวสมาชิกให้เกิดความร่วมมือกันในกลุ่ม และติดต่อประสานงานหาลูกค้าได้ - เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน เป็นเครือข่ายที่มีศักยภาพด้านผู้นำและการบริหารกลุ่มอย่างเป็นระบบ มีการสนับสนุนให้สมาชิกเกิดความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และการดำเนินงานกลุ่มแบบสมาชิกมีส่วนร่วมในการพัฒนาเครือข่าย
2. ด้านการผลิต/การวางแผนดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - แต่ละฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครือข่ายมีวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเพียงพอ และมีแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ ในการผลิตภายในประเทศไทย ซึ่งเป็นการลดต้นทุนในการผลิต ตลอดจนมีการสร้างความแตกต่างของสินค้า ให้เป็นที่ต้องการของตลาด โดยการจำหน่ายแต่สินค้าที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานรับรอง เช่น การได้รับมาตรฐาน ออ. มาตรฐาน GAP และมาตรฐานโอท็อป เป็นต้น - เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน เป็นเครือข่ายที่มีองค์ความรู้หลากหลาย สามารถช่วยกันวางแผนการจัดการในการรับมือกับภัยธรรมชาติและโรคติดต่อต่าง ๆ ได้ เช่น การทำโคกหนองนาโมเดล การใช้ระบบ พันหมอก การใช้ระบบน้ำหยดในการรับมือกับสภาวะภัยแล้ง เป็นต้น - จุดอ่อนของแต่ละฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครือข่ายส่วนใหญ่คือ ไม่สามารถผลิตสินค้า/ผลผลิตให้ต่อเนื่องได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อปริมาณผลผลิต

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเด็นการประเมิน	ผลลัพธ์จากการประเมิน
3. ด้านการบริหารตลาด/การจัดการสินค้าหรือบริการ	- เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน มีการใช้พนักงานขายที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ผู้บริโภค จึงเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการ ส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าหรือผลผลิตผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งมีระบบเครือข่ายคอยช่วยซัพพอร์ตข้อมูลข่าวสารให้แก่สมาชิกแต่ละฟาร์ม - อุปสรรคทางการตลาดของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินคือ ปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค และส่งผลกระทบต่อรายได้ของแต่ละฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครือข่ายด้วย
4. ด้านการเงิน/เงินทุน	- เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน มีงบประมาณในกองทุนสำรองสำหรับแต่ละฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครือข่ายจำกัด ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของแต่ละฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครือข่าย - อัตราดอกเบี้ยจากแหล่งเงินกู้ค่อนข้างสูงและต้องใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกัน ส่งผลต่อเงินลงทุนเพื่อการผลิต การตลาด และการซื้อเครื่องจักรใหม่ ๆ ของทางเครือข่ายเป็นอย่างมาก
5. ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล	- เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน ยังขาดความเชี่ยวชาญทางเทคนิคในการทำการตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะ ในด้านของการมียอดขายที่ยังไม่บรรลุตามเป้าหมาย ตลอดจนการจัดการความรู้ เช่น การผลิตสินค้า/ผลผลิต ให้ต่อเนื่องและเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค และการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ฐานลูกค้าภายใต้แบรนด์เกษตรกรเพชรพินเสถียร เป็นต้น
6. ด้านการบริหารสมาชิกและชุมชน	- สมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน เป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะในการผลิตจากประสบการณ์ การถ่ายทอดความรู้ของผู้นำและจากการศึกษาดูงาน - เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน มีการจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี และผลกำไรบางส่วนนำมาทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น กิจกรรมสังสรรค์ปีใหม่ และกิจกรรมวันเด็กของหมู่บ้าน เป็นต้น
7. ด้านการมีสัมพันธภาพภายนอก/ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน	- เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน มีการอบรมความรู้ให้แก่สมาชิกภายในฟาร์มทั้งการอบรมออนไลน์และ การอบรมตามสถานที่ต่าง ๆ อยู่เสมอ จึงได้รับรางวัลเครือข่ายดีเด่น ตลอดจนมีการสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน

ที่มา: พิมลวรรณ เกตพันธ์ และสันติ ศรีสวนแดง (2565)

2) การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่าย

2.1 ข้อมูลสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน

ข้อมูลสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม หมายถึง สภาพทางเศรษฐกิจสังคม โดยศึกษาจากเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึกจากสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน

ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกเครือข่ายที่ศึกษา เป็นเพศหญิงจำนวน 3 คน และเป็นเพศชายจำนวน 3 คน โดยอายุของเกษตรกรจำนวน 3 คน มีอายุ 31-40 ปี และจำนวน 3 คน มีอายุ 41 ปีขึ้นไป

สถานภาพการสมรสของสมาชิกเครือข่าย พบว่า จำนวน 3 คน มีสถานภาพโสด และจำนวน 3 คน แต่งงานแล้ว ระดับการศึกษาสูงสุดของสมาชิกเครือข่าย พบว่า จำนวน 4 คน สำเร็จการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 1 คน สำเร็จการศึกษาระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี และจำนวน 1 คน สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกเครือข่าย พบว่า จำนวน 3 คน มีรายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาทต่อเดือน และจำนวน 3 คน มีรายได้เฉลี่ย 15,000-25,000 บาทต่อเดือน

2.2 ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่าย

ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายในด้านของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พบว่า สมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการตัดสินใจวางแผนขั้นตอนการดำเนินงานในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมประชุมเพื่อนำเสนอและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ในเรื่องต่าง ๆ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีส่วนร่วมในการเสนอปัญหาความต้องการและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและความต้องการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ซึ่งในภาพรวมสมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) ตามลำดับ

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน พบว่า สมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมปฏิบัติตามแผนงานหรือกิจกรรมที่ศูนย์กลางของเครือข่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ซึ่งในภาพรวมสมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ตามลำดับ

การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนา พบว่า สมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีส่วนร่วมสนับสนุนทรัพยากรส่วนตัวให้กับเทศบาลท้องถิ่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ซึ่งในภาพรวมสมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ พบว่า สมาชิกเครือข่ายได้รับการพัฒนาศักยภาพของตนเองจากการร่วมทำแผนพัฒนาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีส่วนร่วมรับผลประโยชน์จากกิจกรรมโครงการพัฒนาต่าง ๆ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ซึ่งในภาพรวมสมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

การมีส่วนร่วมในการประเมินผล พบว่า สมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการติดตามผลการดำเนินงานต่าง ๆ ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีโอกาสในการเข้าร่วมตรวจสอบการปฏิบัติงานตามแผนพัฒนาของเครือข่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีส่วนร่วมในการประเมินเกี่ยวกับผลการดำเนินงานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ซึ่งในภาพรวมสมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการประเมินผลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพ ทาง การตลาดดิจิทัลของเครือข่าย

การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการมีส่วนร่วม
1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ			
1.1 การเข้าร่วมประชุมเพื่อนำเสนอและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน	4.33	0.52	มาก
1.2 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจวางแผนขั้นตอนการดำเนินงานของกิจกรรมพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน	4.50	0.55	มาก
1.3 การมีส่วนร่วมในการเสนอปัญหาความต้องการและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน	4.33	0.82	มาก
1.4 การมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและความต้องการ ตลอดจนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการจัดทำแผน	4.33	0.82	มาก
Grand Mean	4.38	0.67	มาก
2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน			
2.1 การมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์	4.33	0.82	มาก
2.2 การเข้าร่วมปฏิบัติตามแผนงาน/กิจกรรมที่ศูนย์กลางของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และได้นำไปดำเนินการในวิสาหกิจชุมชนของตนให้บรรลุเป้าหมาย	4.33	0.82	มาก
Grand Mean	4.33	0.82	มาก
3. การมีส่วนร่วมของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนา			
3.1 การมีส่วนร่วมประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จตามแผนงานที่วางไว้ เช่น ประชาชนในชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น	4.33	0.82	มาก
3.2 การมีส่วนร่วมสนับสนุนทรัพยากรส่วนตัวให้กับเทศบาลท้องถิ่นเพื่อให้แผนงานบรรลุผล เช่น บริจาคเงิน และอื่น ๆ	3.67	1.21	มาก
Grand Mean	4.00	1.01	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการมีส่วนร่วม
4. การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์			
4.1 การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์จากกิจกรรมโครงการพัฒนาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากวิสาหกิจ ชุมชน	4.17	0.75	มาก
4.2 การได้รับการพัฒนาศักยภาพของตนเองจากการร่วมทำแผนพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน	4.33	0.52	มาก
Grand Mean	4.25	0.63	มาก
5. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล			
5.1 การมีส่วนร่วมติดตามผลการดำเนินงานต่าง ๆ ตามแผนงานที่เกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนอย่างสม่ำเสมอ	4.67	0.52	มากที่สุด
5.2 การมีโอกาสเข้าร่วมตรวจสอบการปฏิบัติงานตามแผนพัฒนาของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน	4.33	0.52	มาก
5.3 การมีส่วนร่วมในการประเมินเกี่ยวกับผลการดำเนินงานต่าง ๆ ว่าต่ำกว่าหรือสูงกว่า เป้าหมายที่กำหนดไว้	4.33	0.52	มาก
Grand Mean	4.44	0.52	มาก

ที่มา: พิมลวรรณ เกตพันธ์ และสันติ ศรีสวนแดง (2565)

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่าย 1) ในส่วนของการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพ พบว่า สมาชิกเครือข่ายระบุว่า แผนพัฒนาศักยภาพ ทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายเป็นสิ่งจำเป็นที่สมาชิกทุกคนในกลุ่มต้องช่วยกันวางแผนเพื่อพัฒนาสินค้าของตนเอง และของชุมชน 2) ในส่วนของปัญหาในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพ พบว่า สมาชิกเครือข่ายระบุว่า เกิดจากการที่สมาชิก เครือข่ายมีเวลาว่างไม่ค่อยตรงกันและค่อนข้างมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน 3) ในส่วนของวิธีการที่เหมาะสมที่สุดในการ แก้ปัญหาการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพ พบว่า สมาชิกเครือข่ายระบุว่า ทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการ วางแผนแต่ละเรื่อง โดยการนัดรวมกันเพื่อจัดทำแผนร่วมกับการทำกิจกรรมอื่น ๆ ในคราวเดียวกัน 4) ในส่วนของวิธีการ ในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพทางให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด พบว่า สมาชิกเครือข่ายระบุว่า โดยการใช้วิธีการระดม ความคิดเห็นของสมาชิกทั้งหมด การปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งการพูดคุยและทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างสมาชิกทุกคน ผ่านการมีส่วนร่วม

3) การจัดสนทนากลุ่ม เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน

3.1 ข้อมูลการวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพชรพินในจังหวัดสุพรรณบุรี

การจัดสนทนากลุ่มระดมความคิดเห็น เพื่อสังเคราะห์แนวทางในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาศักยภาพ ทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินภายใต้กระบวนการการมีส่วนร่วม โดยใช้วิธี SWOT analysis และ TOWS matrix ณ. เพิ่มทรัพย์เท็ดฟาร์ม อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ผลวิเคราะห์ SWOT analysis แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปัจจัยภายใน	
จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weaknesses: W)
S1: เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินเป็นเครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง มีความเป็นตัวตนสูง และมีความเป็นกันเอง	W1: แต่ละฟาร์มยังขาดแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
S2: สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินทุกคนเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการดำเนินกิจการ และมีใจรักในการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม	W2: สถานที่จัดจำหน่ายหลักและช่องทางการจำหน่ายสินค้า หรือผลผลิตภายใต้แบรนด์เกษตรกรเพชรพินยังมีน้อย

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่ม 1 | วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปัจจัยภายใน	
จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weaknesses: W)
S3: เครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนใช้หลักคุณธรรมนำการผลิตจำหน่ายแต่สินค้าที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานรับรอง	W3: การผลิตสินค้าหรือผลผลิตไม่ต่อเนื่องและไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ
S4: เครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนมีองค์ความรู้หลากหลายสาขาในด้านการเกษตร ทำให้สินค้ามีความหลากหลาย	W4: ยังไม่มีสินค้าหรือผลผลิตหลักของกลุ่มภายใต้แบรนด์เกษตรกรเฟรชฟีน
S5: เครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนมีการมุ่งเน้นการขายตรงให้ลูกค้าที่มาซื้อหน้าฟาร์ม โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจของฟาร์มและFacebookส่วนตัว	W5: ขาดการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ทำให้ฐานลูกค้าภายใต้แบรนด์เกษตรกรเฟรชฟีนยังไม่เสถียร
	W6: งบประมาณในกองทุนสำรองสำหรับแต่ละฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนยังมีจำกัด
	W7: เครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนยังขาดความเชี่ยวชาญทางเทคนิคในการทำการตลาดออนไลน์ และการโฆษณาเพื่อโปรโมทสินค้าหรือผลผลิตยังไม่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
ปัจจัยภายนอก	
โอกาส (Opportunities: O)	อุปสรรค (Threats: T)
O1: นโยบายของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะนโยบายส่งเสริม การบริโภคสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงสาธารณสุข เพิ่มโอกาสให้กับเกษตรกรในหลายด้าน	T1: ที่ตั้งของแต่ละฟาร์มค่อนข้างห่างไกล ทำให้การเดินทางไปมาหาสู่กันของแต่ละฟาร์มไม่สะดวกเท่าที่ควร
O2: ความต้องการในการบริโภคสินค้าหรือผลผลิตจากเครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนในตลาดภายในประเทศยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอ้างอิงข้อมูลจากระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน	T2: ภัยธรรมชาติเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อสินค้าหรือผลผลิตของแต่ละฟาร์มซึ่งไม่สามารถควบคุมได้
O3: มีรายการโทรทัศน์และสื่อต่าง ๆ ให้ความสนใจและติดต่อมายังเครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนเป็นจำนวนมาก รวมทั้งการออกสื่อโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของแต่ละฟาร์มที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพมีความต้องการบริโภคสินค้าหรือผลผลิตเพิ่มขึ้น	T3: การเกิดโรคติดต่อต่าง ๆ ซึ่งไม่อาจควบคุมได้ เช่น โรคโควิดในปัจจุบัน เป็นต้น ส่งผลให้อัตราการเติบโต เศรษฐกิจของประเทศถดถอยลง
O4: เครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนได้รับรางวัลเหรียญดีเด่น และได้รับคัดเลือกให้เป็นตัวแทนของเครื่องช่วยเกษตรกรรุ่นใหม่ของภาคตะวันตก ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น	T4: การขนส่งสินค้าโดยบริษัทขนส่งไปยังผู้บริโภคค่อนข้างจำกัด เนื่องจากสินค้าเกษตรเป็นสินค้าสดไม่ผ่านการแปรรูป
O5: เครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุน เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น	
O6: เครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนมีตลาดค่อนข้างมาก ทั้งออฟไลน์และออนไลน์	

ที่มา: พิมลวรรณ เกตพันธ์ และสันติ ศรีสวนแดง (2565)

3.2 แนวทางในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนในจังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้กระบวนการการมีส่วนร่วม

ผลการวิเคราะห์ SWOT analysis ของเครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วม ในพื้นที่ตำบลหนองผักนาก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี นำมาวิเคราะห์ TOWS matrix ทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีน ดังนี้

แนวทางเชิงรุก SO: โดยให้สมาชิกเครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนเฟรชฟีนเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต เพิ่มการถ่ายทอดข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการผลิตไปยังสมาชิกเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ เครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชน

เฟรชพินมีจุดแข็งในเรื่องของการผลิตสินค้าหรือผลผลิตโดยเน้นหลักคุณธรรมนำการผลิต เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินมีความเป็นตัวตนและมีชื่อเสียงในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม และสมาชิกเครือข่ายมีความสุขสานเป็นกันเอง

แนวทางเชิงรับ ST: โดยสินค้าหรือผลผลิตภายใต้แบรนด์เกษตรกรเฟรชพินเป็นสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินเป็นเครือข่ายที่มีองค์ความรู้ที่หลากหลาย ความกระตือรือร้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้อุปสรรคในการเดินทางไปมาหาสู่ของแต่ละฟาร์มเป็นเรื่องเล็กน้อย และเพิ่มการสุ่มตรวจภายในแต่ละฟาร์ม

แนวทางเชิงแก้ไข WO: โดยกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดสินค้าหรือผลผลิตหลักของกลุ่มภายใต้แบรนด์เกษตรกรเฟรชพิน ผลักดันให้แต่ละฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินออกแคมเปญและการออกสื่อโฆษณาผ่านทางช่องทางออนไลน์และโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น และผลักดันให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือผลผลิต

แนวทางเชิงป้องกัน WT: โดยให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินจัดทำแผนพัฒนาเครือข่ายโดยเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกเครือข่าย และให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินเพิ่มงบประมาณในกองทุนสำรองให้เพียงพอ ซึ่งแนวทางทั้ง 4 ข้อแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินในจังหวัดสุพรรณบุรี ภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วม

SO: แนวทางเชิงรุก	WO: แนวทางเชิงแก้ไข
1. ให้สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต และขายสินค้าหรือผลผลิตให้กับผู้บริโภคโดยตรงในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการขายตรงให้กับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือผลผลิตหน้าฟาร์ม (S5, O1, O2)	1. กระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดสินค้าหรือผลผลิตหลักของกลุ่มภายใต้แบรนด์เกษตรกรเฟรชพิน (W4, W7, O5)
2. เพิ่มการถ่ายทอดข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการผลิตไปยังสมาชิกเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ (O2, O5)	2. ผลักดันให้แต่ละฟาร์มที่เป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินออกแคมเปญและการออกสื่อโฆษณาผ่านทางช่องทางออนไลน์และโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น (W5, O3)
3. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินมีจุดแข็งในเรื่องของการผลิตสินค้าหรือผลผลิตโดยเน้นหลักคุณธรรมนำการผลิต จึงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (S3, O5)	3. ผลักดันให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือผลผลิต โดยเน้นช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น (O6)
4. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินมีความเป็นตัวตนและมีชื่อเสียงในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม จึงดึงดูดความสนใจของสื่อต่าง ๆ (S1, O3, O4)	
5. สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินมีความสุขสานเป็นกันเอง รวมทั้งมีใจรักในการทำเกษตรกรรม ทำให้เครือข่ายเข้มแข็งและมีองค์ความรู้ทางการเกษตรหลากหลายสาขา (S1, S2, S4)	
ST: แนวทางเชิงรับ	WT: แนวทางเชิงป้องกัน
1. สินค้าหรือผลผลิตภายใต้แบรนด์เกษตรกรเฟรชพินเป็นสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ จึงสามารถจำหน่ายสินค้าหรือผลผลิตได้แม้ในช่วงที่มีการเกิดโรคติดต่อต่าง ๆ (S3, T3)	1. ให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินจัดทำแผนพัฒนาเครือข่ายให้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย โดยเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิก (W1, W2, W3, T4)
2. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินเป็นเครือข่ายที่มีองค์ความรู้ที่หลากหลาย จึงสามารถช่วยกันรับมือกับภัยธรรมชาติ (S4, T2)	2. ให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินเพิ่มงบประมาณในกองทุนสำรองให้เพียงพอ และควบคุมการบริหารจัดการงบประมาณให้เป็นระบบมากขึ้น (W6)
3. ความกระตือรือร้นเป็นปัจจัยที่ช่วยให้อุปสรรคในการเดินทางไปมาหาสู่ของแต่ละฟาร์มเป็นเรื่องเล็กน้อย (S2, T1)	
4. เพิ่มการสุ่มตรวจภายในแต่ละฟาร์มโดยกรมวิชาการเกษตร (T2)	

ที่มา: พิมลวรรณ เกตพันธ์ และสันติ ศรีสวนแดง (2565)

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่ม 1 | วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพิน และแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินมีศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลอยู่ในระดับปานกลางตามเกณฑ์การประเมินของ Community Enterprise Promotion Division (2017) สอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาพรรณ เจนสันติกุล (2561) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา โดยพบว่า เครือข่าย มีศักยภาพในด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน ด้านการบริหารสมาชิกและชุมชน และด้านการมีสัมพันธ์กับภายนอกหรือผลลัพธ์ของการดำเนินงาน ส่วนปัญหาและข้อจำกัดหลัก ๆ ของเครือข่าย ได้แก่ ด้านการผลิตหรือการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการบริหารตลาดหรือการจัดการสินค้าหรือบริการ ด้านการเงินหรือเงินทุน และด้านการจัดการความรู้และข้อมูลซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งและอยู่รอดต่อสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน และที่สำคัญที่สุดคือ ปัญหาทางด้านการตลาดดิจิทัลที่นับเป็นจุดอ่อนที่สำคัญของเครือข่าย หากสมาชิกเครือข่ายสามารถใช้ประโยชน์จากความหลากหลายของสินค้าหรือผลผลิตจากแต่ละฟาร์มภายในเครือข่ายผนวกกับความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสม จะสามารถเพิ่มยอดขายสินค้าและสามารถเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกเครือข่ายได้เป็นอย่างดี จึงควรเร่งพัฒนาและยกระดับเครือข่ายให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจโดยเฉพาะในด้านการตลาดเพื่อยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้มีลักษณะก้าวหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาพรรณ เจนสันติกุล (2561) โดยการพัฒนาการตลาดเน้นช่องทางการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น เนื่องจากเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินเป็นเครือข่ายที่มีเข้มแข็งและมีองค์ความรู้ทางการเกษตรหลากหลายสาขาเป็นพื้นฐาน

การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่าย จากการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึกจากสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพิน พบว่า สมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีส่วนร่วมในการดำเนินงานในภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาในภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ในภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีส่วนร่วมในการประเมินผลในภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชยานภิกษ รัชตะวรรณและคณะ (2561) ซึ่งพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถนำไปเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งได้

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพินผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมจากการสนทนากลุ่ม โดยใช้วิธี SWOT analysis และ TOWS matrix รวมทั้งจากการประเมินศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพิน พบว่า รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การส่งเสริมในด้านการผลิตหรือการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการบริหารตลาดหรือการจัดการสินค้าหรือบริการ ด้านการเงินหรือเงินทุน รวมทั้งด้านการจัดการความรู้และข้อมูล สอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาพรรณ เจนสันติกุล (2561) ซึ่งค้นพบว่า วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ควรพัฒนาในด้านของการเข้าถึงแหล่งทุน และการพัฒนาการตลาดเน้นช่องทางการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเฟรชพิน

1) ควรเพิ่มช่องทางออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครือข่ายที่หลากหลายขึ้น เช่น E-Mail, TikTok และ Instagram เป็นต้น

2) ควรเพิ่มการจัดทำวิดีโอเล่าเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนควรมีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่โดดเด่นแตกต่างจากผู้อื่นอยู่เสมอ

3) ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้นานยิ่งขึ้น โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการขนส่งสินค้า/ผลผลิตไปยังผู้บริโภค

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1) ควรจัดให้มีการอบรมเพิ่มพูนความรู้ไปยังสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้านการผลิต การตลาดดิจิทัล และการโฆษณาเพื่อโปรโมทสินค้าหรือผลผลิตให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2) ควรกระตุ้นและสนับสนุนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินให้สามารถผลิตสินค้าหรือผลผลิตหลักของกลุ่มภายใต้แบรนด์เกษตรเพชรพิน

3) ควรสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพิน เพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรในการผลิตสมัยใหม่

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาวิสาหกิจชุมชน หรือเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เนื่องจากยังมีวิสาหกิจชุมชน หรือเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรอีกหลายกลุ่มที่ยังขาดศักยภาพทางการตลาดดิจิทัล

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จากสถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารอ้างอิง

คณิดา ไกรสันติ และ รัชมนต์ ศาสตร์. (2559). แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา. หน้า 554-566. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 7*. มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่. 23 มิถุนายน 2559.

ชนินทร์ มัทธนะชัย, มานพ ชุ่มอุ่น, บุษราภรณ์ มัทธนะชัย, จิตราภรณ์ ธาราพิทักษ์วงศ์, ทิวาวัลย์ ต๊ะการ และ ชัยทัศน์ เกียรติยากุล. (2560). รายงานการวิจัย *การบูรณาการการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

นันทิยา หุตานูวัตร และณรงค์ หุตานูวัตร. (2543). *SWOT: การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.

นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2561). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, 10(1), 95-120.

พิมลวรรณ เกตพันธ์ และสันติ ศรีสวนแดง. (2565). รายงานการวิจัย *ศักยภาพทางการตลาดดิจิทัลของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพชรพินในจังหวัดสุพรรณบุรี ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

รัถยานภิก รัชตะวรรณ, รมลวรรณ แก้วกระจก, วรรณรัตน์ จงเขตกิจ, ปิยะพร พรหมแก้ว, ดาไลมา สำแดงสาร และ ดลปภัฏ ทรงเลิศ. (2561). กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสุขภาพ. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 11(1), 231-238.

วัฒนา สุนทรชัย. (2551). เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังการพัฒนาเกณฑ์การตัดสินใจชนิด 5 ระดับ. *วารสารนักบริหาร*, 28(3), 97-101.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2563). *แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563*. (เอกสารอัดสำเนา).

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). (ร่าง) *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 – 2570*. (เอกสารอัดสำเนา).

เอมอร อังสุรัตน์. (2556). *การวิจัยเชิงบูรณาการในงานส่งเสริมการเกษตร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Community Enterprise Promotion Division. (2017). *Community Enterprise Information System*. (Unpublished manuscript).

Translated Thai References

Aungsuratana, A. (2013). *Integrated Research in Agricultural Extension Work*. Bangkok: Kasetsart University Press. (in Thai)

Digital Economy Promotion Agency (depa) Thailand. (2020). *Action Plan of depa Thailand Fiscal Year 2020*. (Mimeographed). (in Thai)

Hutanuwatr, N., and Hutanuwatr, N. (2000). *SWOT: Planning a Community Business Strategy*. Bangkok: Local Development Institute. (in Thai)

Jensantikul, N. (2018). The Development of Community Enterprise in Lower Central Provinces Region 1 to Enhance its Competitiveness in the ASEAN Community. *Political Science and Public Administration Journal*, 10(1), 95-120. (in Thai)

Katepan, P. and Srisuantang, S. (2022). Research Report *Potential of digital marketing of the Freshfin Community Enterprise Network in Suphan Buri Province by Participatory Action Research*. Kasetsart University Kamphaengsaen Campus. (in Thai)

Kraisanti, K., and Kasri, R. (2016). Potential Development of Community Enterprise Suchawadee in Prik, Sadao District, Songkhla. Pages 554-565. In *The 7th Hatyai National and International Conference*. Hatyai University. June 23, 2016. (in Thai)

Mahatthanachai, C., Chum-Un, M., Mahatthanachai, B., Tarapitakwong, J., Takarn, T., and Kiattiyakoon, C. (2017). Research Report *Integration of Digital Marketing to Promote Market of Product One Tambon One Product (OTOP) Mae Rim District, Chiangmai Province*. Chiang Mai Rajabhat University. (in Thai)

Office of the National Economics and Social Development Council. (2021) (Draft) *The Thirteen National Economic and Social Development Plan (2023-2027)*. (Mimeographed). (in Thai)

Ratchathawan, R., Kaewkrajok, T., Jongkatekit, W., Phromkaew, P., Sumdangsan, D., and Thonglert, D. (2018). The Community Participation Process in Well-being Development. *Journal of Southern Technology*, 11(1), 231-238. (in Thai)

Sunthornthai, W. (2008). The Rationale Behind the Development of a 5-Level Decision Criterion. *Executive Journal*, 28(3), 97-101. (in Thai)