

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

กุลชญา กุลธิรวงศ์^{1*} ชินรัตน์ สมสืบ² และ ศิริพงศ์ บัวแดง³

Received: 18 April 2023 / Revised: 8 May 2023 / Accepted: 23 May 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อนำเสนอองค์ความรู้และแนวปฏิบัติที่ดีทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา 2) เพื่อนำเสนอแพลตฟอร์มออนไลน์ส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา ซึ่ง Best Practice คือ วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จ ซึ่งเป็นผลมาจากการนำความรู้ไปปฏิบัติจริงแล้วสรุปความรู้และประสบการณ์นั้น เป็นแนวทางที่ดีที่สุดของตนเองหรืออีกนัยหนึ่ง Best Practice คือ โครงการที่ผู้จัดทำทำแล้วประสบความสำเร็จและมีความภาคภูมิใจในการนำเสนอโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้สะบ้าย้อย และผลิตภัณฑ์ของชุมชนด้วยระบบการขายออนไลน์นำเสนอเป็น Best Practice เนื่องจากเป็นโครงการที่สำคัญที่สามารถสร้างรายได้และเพิ่มมูลค่าและหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับนักศึกษาและประชาชนในอำเภอสะบ้าย้อย ผู้จัดทำได้ดำเนินงานมาตามลำดับขั้นตอนตั้งแต่ส่งเสริมการเรียนรู้ การอบรมอาชีพ และจัดทำช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถกระจายได้สินค้า และสร้างรายได้ให้กับชุมชนจนประสบผลสำเร็จ

คำสำคัญ: วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ, ระบบการขายออนไลน์, ผลิตภัณฑ์ชุมชน

^{1,2,3}ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอสะบ้าย้อย

วิทยาลัยการบริหารแห่งรัฐ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

*E-mail: kratabatic@gmail.com

Promoting Community Products with Online Marketing Strategies of the Center for Non-formal Education and Informal Education, Saba Yoi District, Songkhla Province

Kulchaya Kultirawong^{1*} Chinnarat Somsueb² and Siripong BuaDaeng³

Abstract

This article aims to 1) present knowledge and good practices in community product marketing by the Center for Non-Formal and Informal Education, Saba Yoi District, Songkhla Province 2) present an online platform to promote marketing of community products created by the Center for Non- Formal Education and Informal Education, Saba Yoi District, Songkhla Province. Best Practice is a result of putting knowledge of the highest standards into practice. Best Practice is a project that is likely to create a sense of pride. In implementing a project to promote products of the Center for Non-Formal and Informal Education Saba Yoi and community products With an online sales system is an important project that can generate income and add value in selling products to students and people in Saba Yoi District. The organizers followed a sequence from promoting, learning, vocational training and creating distribution channels to the point when product can be successfully distributed and generate income for the community.

Keywords: Best Practice, Online Sales System, Community Products

^{1*-3}Sabayoi District Learning Encouragement Centre

²College of State Administration Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

*E-mail: kratabatic@gmail.com

บทนำ

ในกระแสของการเปลี่ยนแปลงและยุคของ Disruption เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตของผู้คนมากขึ้นไม่ว่าแต่การซื้อขายสินค้าต่าง ๆ ที่รูปแบบออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญจนเกิดเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมโดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด-19 รูปแบบการชื้อขายออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งความหมายของการขายออนไลน์ หมายถึง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) คือ การดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อสินค้า ขายสินค้า จัดส่งสินค้า และการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ หรือสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ขายไม่จำเป็นต้องพบหน้ากันโดยตรงก็สามารถซื้อขายสินค้าและบริการได้ (พรรณี สนวนเพง, 2556) ปัจจุบันแพลตฟอร์มการขายออนไลน์ ได้รับความนิยมอย่างมาก เช่น การขายสินค้าหรือบริการผ่านทาง Fanpage Facebook ซึ่งผู้ขายสามารถนำเสนอขายสินค้าได้อย่างรวดเร็วและทันความต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ใช้งานที่มีหลากหลายและจำนวนมาก เว็บไซต์ lnwshop (เทพซ็อบ) เป็นแพลตฟอร์มให้บริการร้านค้าออนไลน์ฟรี ไม่มีค่าบริการรายปีแรกเข้า ไม่มีการจำกัดพื้นที่เว็บ ไม่จำกัดจำนวนสินค้า ตอบสนองครบทุกความสามารถสำหรับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ เว็บไซต์ Weloveshopping อีกหนึ่งเว็บไซต์ช้อปปิ้งที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์แรก ๆ ที่มีการขายสินค้าออนไลน์ และเปิดให้บริการลงขายสินค้าโดยไม่มีค่าบริการรายเดือนหรือค่าบริการอื่นเพิ่มเติม รวมทั้งสามารถลงขายสินค้าได้ไม่จำกัดจำนวนต่อครั้ง นอกจากนี้ ยังมีเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เช่น เว็บไซต์ Kaidee, Lazada, Shopee และ Instagram (IG) ซึ่งปัจจุบันแพลตฟอร์มเหล่านี้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายด้วยเทคโนโลยีอย่าง Smart Phone

ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้สระบัวอ้อย เป็นหน่วยงานราชการที่มีบทบาทหน้าที่ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มาจากกระบวนการอบรมด้านอาชีพของประชาชนในชุมชนต่าง ๆ สร้างอาชีพให้กับประชาชน ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการส่งเสริมการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ และมีการสร้างเครือข่ายชุมชนที่มีการผลิตสินค้าในชุมชนอยู่มากมาย การส่งเสริมข้างต้นศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้สระบัวอ้อยได้ดำเนินการผ่านโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้สระบัวอ้อย และส่งเสริมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนด้วยระบบการขายออนไลน์ ซึ่งเป็นการจำหน่ายสินค้าที่มีอยู่ผ่านแพลตฟอร์มโดยการสร้างเว็บเพจใน facebook

เนื่องจากปัจจุบัน facebook เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใช้งานอย่างแพร่หลายและขั้นตอนการใช้งานไม่ซับซ้อนทำให้สามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่มอายุ ซึ่งเริ่มต้นโดยการสมัครเป็นสมาชิก ส่งคำขอเป็นเพื่อนและอีกฝ่ายตอบรับหรือหากเป็น Fanpage Facebook ก็เป็นการกด Like หรือการกดติดตาม ในกรณีของผู้ขายยังสามารถใช้ facebook ทำการตลาดสินค้าได้อีกด้วยมีบริการการโฆษณาสำหรับเว็บเพจ เป็นบริการให้สร้างเว็บเพจสาธารณะ ต่างจากการสมัครเป็นสมาชิกโดยทั่วไป เพื่อผู้เข้ามาชมได้อย่างไม่มีจำนวนจำกัด ผู้เข้าชมสามารถเข้ามาเยี่ยมชมเว็บเพจได้โดยไม่ต้องส่งคำร้อง เนื่องจากเป็นเว็บเพจสาธารณะจึงสามารถนำข้อมูลสินค้ามาลงในเว็บเพจใน facebook ที่สร้างขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสอีกทางเลือกหนึ่งที่จะจำหน่ายสินค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถตอบสนองวิสัยทัศน์ของประเทศไทย “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ด้านการสร้าง

ความสามารถในการแข่งขัน ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์พัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็น คนดี คนเก่งและมีคุณภาพ มีพัฒนาการที่รอบด้านและมีสุขภาพที่ดีในทุกช่วงวัย ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ปรับเปลี่ยนภาครัฐ โดยยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” ตอบสนองแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 12 ในข้อการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ และข้อ 3. ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และสนองยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ มุ่งสร้างโอกาสให้ประชาชนผู้เรียนที่สำเร็จหลักสูตร สามารถมีงานทำด้วยจุดเน้น การใช้ดิจิทัล เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับหาช่องทางในการสร้างอาชีพ การจัดทำหลักสูตรพัฒนาอาชีพที่เหมาะสมสำหรับผู้เข้าสู่สังคมสูงวัย (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, ฉบับย่อ) และสนองวิสัยทัศน์ของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ให้ “คนไทยได้รับโอกาสการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ สามารถดำรงชีวิตที่เหมาะสมกับช่วงวัย สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และมีทักษะที่จำเป็นในโลกศตวรรษที่ 21” โดยได้วางแผนการดำเนินการภายใต้ 5 พันธกิจหลัก ได้แก่

- 1) จัดและส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยที่มีคุณภาพ
- 2) การศึกษาพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสมทุกช่วงวัยและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคมและสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- 3) ส่งเสริม สนับสนุน และประสานภาคีเครือข่ายในการมีส่วนร่วมจัดการศึกษานอกระบบและ
- 4) การศึกษาตามอัธยาศัยและการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้และแหล่งการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ
- 5) ส่งเสริมและพัฒนาการนำเทคโนโลยีทางการศึกษาและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการศึกษานอกระบบ
- 6) พัฒนาหลักสูตรรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ สื่อและนวัตกรรม การวัดและประเมินผลในทุกรูปแบบให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน
- 7) พัฒนาบุคลากรและระบบการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพเพื่อมุ่งจัดการศึกษาและการเรียนรู้ที่มีคุณภาพโดยยึดหลักธรรมาภิบาล

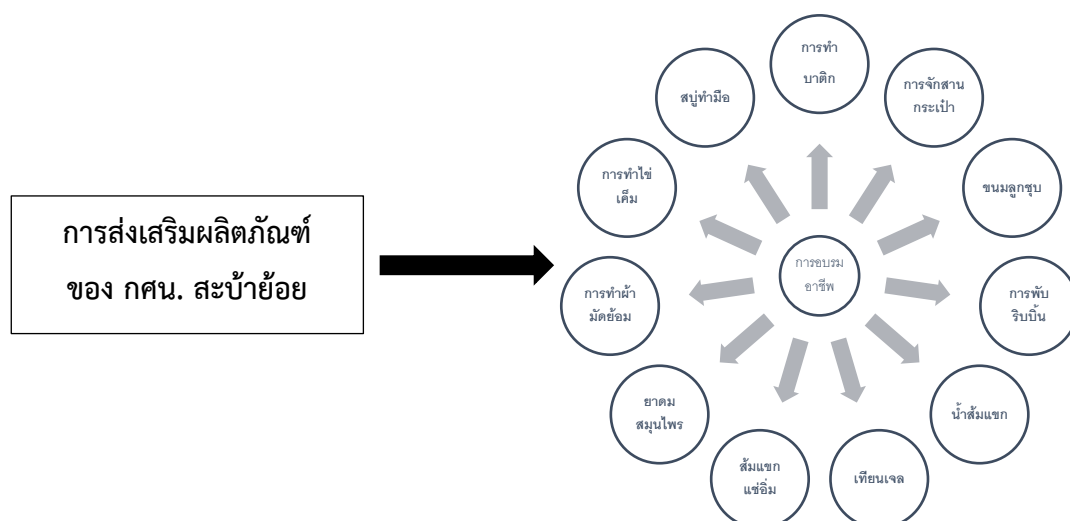
จากแนวคิดกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสะบ้าย้อยจึงได้มีแนวคิดในการจัดการการศึกษาตามอัธยาศัย และการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้และแหล่งการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนก่อให้เกิดรายได้และแก้ปัญหาการว่างงานของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤตทางการเงินเป็นกระบวนการพัฒนาคนเพื่อสร้างครอบครัว ชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ และเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะส่งเสริมให้ประชาชนได้เกิดกลุ่มอาชีพที่หลากหลายเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถกลุ่มอาชีพของชุมชนให้มีประสิทธิภาพสามารถพึ่งตนเองได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สนับสนุนกลุ่มอาชีพที่มีอยู่ให้ได้รับการต่อยอดเพื่อความเจริญเติบโตสามารถเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับในระดับหนึ่ง และ

นำมาสู่การจัดทำโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอสบ้าย้อย และผลิตภัณฑ์ของชุมชนด้วยระบบการขายออนไลน์ อันจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาชนให้อยู่อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไปซึ่งมีวัตถุประสงค์การนำเสนอ ดังนี้

1. เพื่อนำเสนอองค์ความรู้และแนวปฏิบัติที่ดีทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสบ้าย้อย จังหวัดสงขลา
2. เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

ผลิตภัณฑ์ชุมชนของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอสบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอสบ้าย้อย ได้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในอำเภอสบ้าย้อยด้วยการจัดการส่งเสริมอาชีพหลากหลายประเภท และในขณะเดียวกันได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่พัฒนาและผลิตโดยคนในชุมชนเข้าร่วมในการส่งเสริมการขายในนามของอำเภอสบ้าย้อย ผลิตภัณฑ์ที่นำมาเข้าโครงการ ได้แก่ การทำบาติก การจักสานกระเป๋า ขนมลูกชุบ การพับรีบบิ้น น้ำส้มแขก เทียนเจล ส้มแขกแช่อิ่ม ยาต้มสมุนไพร การทำผ้ามัดย้อม การทำไข่เค็ม สบู่ทำมือ เมื่อทำการสอน ส่งเสริมอาชีพให้นักศึกษาการศึกษานอกโรงเรียนและชุมชนทำได้ ทำเป็น และสินค้ามีมาตรฐาน และพัฒนาต่อยอดในการหาช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่นักศึกษาและชุมชน โดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีต่าง ๆ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบการขายออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนของศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

บทบาทสำคัญของการตลาดออนไลน์

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การเติบโตของยอดขายออนไลน์ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ที่สำคัญมากขึ้นในโลกของการค้า ความสะดวกสบายในการช้อปปิ้งออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากเลือกซื้อสินค้าและความสะดวกในการ

เข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมีส่วนทำให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ในประเด็นนี้จะนำเสนอแง่มุมต่าง ๆ ของการขายออนไลน์ รวมถึงข้อดีและข้อเสีย ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม

ข้อดีที่สำคัญของการขายออนไลน์ คือ ความสะดวกสบายที่ผู้ขายมอบให้ด้วยการคลิกเพียงไม่กี่ปุ่ม ผู้บริโภคก็สามารถซื้อสินค้าจากบ้านของตนเองได้อย่างสะดวกสบาย โดยไม่ต้องไปที่ร้านค้าซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลและมีที่พักอาศัยค่อนข้างไกลจากร้านค้าหรือมีความคล่องตัวจำกัด เนื่องจากช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายมากขึ้นโดยไม่ต้องเดินทางไกล และข้อดีของการขายออนไลน์ คือ ความสามารถในการเปรียบเทียบราคา และผลิตภัณฑ์จากผู้ขายหลายราย สิ่งนี้ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดเกี่ยวกับการซื้อ และมั่นใจได้ที่จะได้รับความคุ้มค่าสูงสุดสำหรับเงินที่จ่ายไป นอกจากนี้ การขายออนไลน์มักจะให้ส่วนลดและโปรโมชั่นที่ดึงดูดใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้ากับผู้ค้าปลีกรายใดรายหนึ่งต่อไป

แต่อย่างไรก็ตาม การขายออนไลน์ก็มีข้อเสียอยู่บ้างเช่นกัน เช่น ข้อกังวลในการฉ้อโกง เนื่องจากอาชญากรไซเบอร์สามารถใช้แพลตฟอร์มการขายออนไลน์เพื่อหลอกลวงผู้บริโภคที่ไม่สงสัย นอกจากนี้ยังขาดการปฏิสัมพันธ์ส่วนตัวที่มักเกี่ยวข้องกับร้านค้าที่มีหน้าร้านจริงแบบดั้งเดิม ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความรู้สึกโดดเดี่ยวหรือแยกตัวออกจากประสบการณ์การช้อปปิ้ง แม้จะมีข้อกังวลเหล่านี้ ยอดขายออนไลน์ก็มีความสำคัญ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม การขายออนไลน์ได้สร้างโอกาสกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ เช่น โลจิสติกส์ และเทคโนโลยี รวมทั้งการทำให้ธุรกิจขนาดเล็กเข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และการสนับสนุนการเติบโตของอีคอมเมิร์ซอีกด้วย

สรุป การขายออนไลน์ได้กลายเป็นส่วนสำคัญมากขึ้นของเศรษฐกิจโลก ทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกทางเลือก และแม้ว่าจะมีความกังวลเกี่ยวกับการฉ้อโกงและการขาดปฏิสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย แต่ประโยชน์ของการขายออนไลน์นั้นไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงมีแนวโน้มว่าอุตสาหกรรมดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างมากในอนาคตข้างหน้า

การขายออนไลน์

ไปรษณีย์ไทย (2566,ออนไลน์) ให้ความหมาย การขายของออนไลน์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) เป็นการดำเนินการซื้อขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ลดต้นทุนและกระบวนการดำเนินงานให้น้อยลง แถมยังเพิ่มประสิทธิภาพการขายสินค้าได้อย่างทั่วถึง สามารถซื้อขายได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมมาก

IGITAL GEEK (2561) การทำธุรกิจออนไลน์ คือ การขายสินค้า / บริการบนเว็บไซต์ ไม่ว่าจะขายสินค้าบนเว็บไซต์ที่ลงทุนเสียเงินทำเอง หรือ ขายบนเว็บฟรี เช่น Facebook, Line , Instagram หรือ การนำสินค้าไปฝากขายกับ แอปพลิเคชัน ตลาดออนไลน์ต่างๆ ไม่ได้เป็นเพียง Trend หรือกระแสเท่านั้น แต่กลับเป็นการหารายได้ที่สามารถหาเลี้ยงครอบครัวได้เลย

สรุป การขายออนไลน์ หมายถึง การสร้างเว็บไซต์เพื่อนำเสนอสินค้าและจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งร้านค้าออนไลน์จะเหมือนกับร้านค้าทั่วไปที่นำสินค้ามาวางขายแต่มีความแตกต่างกันตรงที่ทำการซื้อขายทุก

ขั้นตอนผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น สามารถซื้อขายได้ทุกที่ทุกเวลาไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก เพียงใช้อินเทอร์เน็ตก็สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ง่ายมีปัญหาในเรื่องการทำเลที่ตั้งของร้านค้า

ส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ McCarthy and Perreault ไว้ว่าส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย หรือหมายถึงความเกี่ยวข้องกัน 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ โครงสร้างราคา ระบบการจัดจำหน่าย กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ของระบบการตลาดขององค์การ จากความหมายนี้ได้แสดงลักษณะของส่วนประสมการตลาด คือ เป็น ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ต้องใช้ร่วมกันหรือเกี่ยวข้องกัน 4 เครื่องมือมีวัตถุประสงค์เพื่อสนอง ความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ แต่สำหรับการตลาดออนไลน์นอกจาก 4Ps แล้วองค์ประกอบของการขายออนไลน์อีก 2 ประเด็นเป็น 6Ps ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนใครและสินค้าที่มีคุณค่าตรงใจกลุ่มเป้าหมาย ผู้ขายควรมีการทำวิจัยตลาดและความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้องกับตลาด

ราคา (Price) เป็นการใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้และขับเคลื่อนด้วยมูลค่าให้สิ่งจูงใจสำหรับการซื้อออนไลน์ เช่น ส่วนลดและการจัดส่งฟรีเพื่อดึงดูดลูกค้า

สถานที่ (Place) การสร้างตัวตนทางออนไลน์และเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มเพื่อประสบการณ์ของผู้บริโภคและการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องมือค้นหาใช้โซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซเพื่อขยายการเข้าถึง

การโปรโมท (Promotion) การใช้เทคนิคการตลาดดิจิทัล เช่น การตลาดทางอีเมล การโฆษณาทางโซเชียลมีเดีย และการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา เพื่อโปรโมตผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ขาย

การให้บริการแบบเจาะจง (Personalization) เป็นการตลาดเฉพาะบุคคลซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่ธุรกิจจดจำข้อมูลของลูกค้าเพื่อนำมาตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงได้ กลยุทธ์การตลาดเฉพาะบุคคลนี้จะช่วยสร้างประสบการณ์ดี ๆ ให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษสำหรับธุรกิจ

การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) นโยบายความเป็นส่วนตัวของลูกค้า การแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลรูปแบบหนึ่ง โดยระบุว่า คุณจะเก็บข้อมูลอะไรของเจ้าของลูกค้าบ้าง เก็บไว้ทำอะไร เก็บที่ไหน ถ้าต้องการลบข้อมูลจะต้องดำเนินการอย่างไรและจะมีมาตรการอย่างไรในการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล เป็นต้น

เปิดร้านค้าออนไลน์ต้องเตรียมอะไรบ้าง

ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าผ่านหน้าร้านออนไลน์ในประเทศไทย คนส่วนใหญ่ในประเทศให้การยอมรับเปิดกว้างมากขึ้น เพราะทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้อย่างทั่วถึง หรือโลกออนไลน์ได้อย่างทั่วถึงเกือบทั้งประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการหันมาหาช่องทางการค้าขายสินค้าเพิ่มมากขึ้นโดยการเปิดร้านค้าออนไลน์ แต่ปัญหาก็คือร้านค้าหรือผู้สนใจไม่มีความรู้เกี่ยวกับร้านค้าออนไลน์ ว่าจะต้องเริ่มต้นอย่างไร จะต้องติดต่อใครบ้าง ใช้งบประมาณเท่าไร เปิดร้านแล้วจะขายได้หรือไม่ ดังนั้นการขายออนไลน์จึงเตรียมสิ่งต่อไปนี้

1. สินค้า อันดับแรกก่อนที่จะเปิดร้านค้า สิ่งที่เป็นที่สะดุดตาของจุดมุ่งหมายนี้คือ การขายสินค้า เพราะฉะนั้นสินค้าจึงเป็นหัวใจสำคัญในการทำรายได้ทั้งหมด

2. ข้อมูลร้านและข้อมูลสินค้า ในเมื่อมีสินค้าที่ต้องการนำมาขายผ่านระบบออนไลน์แล้วสิ่งที่ต้องจัดเตรียมต่อมา คือ ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าที่จะขายนอกจากข้อมูลของสินค้าตัวเองควรจัดเตรียมข้อมูลติดต่อกับทางลูกค้าของทางร้านลงไปด้วย

3. รูปภาพประกอบ มีข้อมูลแล้วสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับผู้ทำการขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตได้แก่ รูปภาพ เป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ผู้ซื้อทางอินเทอร์เน็ตจะซื้อหรือไม่ซื้อ ขึ้นอยู่กับรูปถ่ายยิ่งมีรูปมากก็จะเป็นการดี

การกำหนดตลาดหรือกลุ่มเป้าหมาย

1. ความหมายของการตลาดเป้าหมาย ตลาดเป้าหมาย คือ กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนที่คุณต้องการจะสื่อสารหรือขายสินค้ากับพวกเขา กล่าวอีกนัยหนึ่ง พวกเขาอาจจะเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าหรือเป็นลูกค้าในปัจจุบันของคุณอยู่แล้ว กลุ่มเป้าหมาย จะมีลักษณะร่วมบางอย่างที่คล้ายคลึงกันในด้านใดด้านหนึ่ง หรือหลายด้านก็ได้เช่น มีคุณสมบัติบางอย่างที่คล้ายกัน อยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง หรือมีพฤติกรรมบางอย่างในทำนองเดียวกัน เป็นต้น

2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ การคัดเลือกรายชื่อหรือกลุ่มคนที่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการของกิจการ กลุ่มเป้าหมายหนึ่ง ๆ จะมีลักษณะความสนใจ ความปรารถนา และพฤติกรรมที่แตกต่างจากตลาดผู้บริโภคทั่วไป การกำหนดกลุ่มเป้าหมายจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดว่า ใครซื้ออะไร ที่ไหน เหล่านี้อย่างไร และทำไม ข้อมูล คำตอบ เหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นในการตลาด เพื่อการบริหารทรัพยากรองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพหรือให้ผลคุ้มค่ามากที่สุด

ข้อมูลลูกค้าเป้าหมาย

1. ลักษณะของข้อมูลลูกค้า

ลักษณะของข้อมูลลูกค้า (Customer Profile) ประกอบด้วย คุณลักษณะ/ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ พื้นที่/ข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์ และข้อมูลเชิงจิตวิทยา ซึ่งทั้ง 3 ประเภทคือข้อมูลที่บอกถึงตลาดเป้าหมายหรือกลุ่มเป้าหมายหนึ่ง ๆ ว่ามีลักษณะอย่างไร ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ พื้นที่/ข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์ ข้อมูลเชิงจิตวิทยา

2. การกำหนดลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดลักษณะของกลุ่มเป้าหมายได้เจาะจงมากเพียงใด โอกาสที่กลุ่มเป้าหมายจะตอบสนองต่อแคมเปญการตลาดทางตรงของกิจการก็จะมากขึ้นเท่านั้น

การกำหนดลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย สามารถทำได้โดยการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้น มากำหนดเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น มีบ้านหรือที่พักอาศัยเป็นของตนเอง สมรสแล้ว จำนวนบุตรตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

3. แหล่งที่มาของรายชื่อประเภทต่างๆ

นักการตลาดทางตรงได้แบ่งรายชื่อกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มต่างๆ ตามแหล่งที่มาของรายชื่อ เพื่อประโยชน์ในการใช้งานเป็นหลัก ทั้งนี้ การแบ่งรายชื่อบางประเภท จะมีความคล้ายคลึงกันในบางกลุ่ม ดังนี้ เช่น การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ตาม รายชื่อภายใน รายชื่อสมาชิก รายชื่ออีเมล รายชื่ออื่นๆ

แนวโน้มการขายออนไลน์ในประเทศไทย

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างมาก โดยยอดขายปลีกออนไลน์คิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นของตลาดค้าปลีกโดยรวมของประเทศ จากรายงานล่าสุด แพลตฟอร์มการซื้อขายออนไลน์และตลาดออนไลน์ซึ่งนำโดยแพลตฟอร์มข้ามชาติอย่าง Shopee และ Lazada ปัจจุบันมีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของมูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซทั้งหมดในประเทศไทย มีบุคคลทั่วไปให้ความสนใจกันเป็นอย่างมาก โดยจะเห็นว่ามีปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้การอีคอมเมิร์ซของประเทศไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยลูกค้าซื้อของออนไลน์ได้ด้วยวิธีง่ายๆ ดังนั้น มีการคาดการณ์ว่าสิ่งที่จะทำให้แนวโน้มการขายออนไลน์ของประเทศไทยเพิ่มปริมาณมากขึ้น ต้องประกอบด้วย ระบบชำระเงินออนไลน์ที่สะดวก เว็บไซต์สามารถสร้างได้ง่าย สินค้าขายออนไลน์มีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการลดราคา รูปแบบร่วมกันซื้อแล้วลด การค้าผ่านโซเชียลคอมเมิร์ซ การเข้าสู่โลกออนไลน์ของห้างออฟไลน์ การค้าบนโลกออนไลน์ของไทยขณะนี้เติบโตอย่างมาก โดยเฉพาะปี 2563 ซึ่งถือเป็นปีที่เปลี่ยนแปลงมากที่สุด เป็นปีที่ระบบพื้นฐานสนับสนุนการค้าออนไลน์พัฒนาเพิ่มขึ้น ได้แก่ การขนส่งสินค้าที่หลากหลาย ระบบชำระเงินที่หลากหลาย พฤติกรรมคนไทยที่เริ่มจับจ่ายซื้อของออนไลน์เพิ่ม ผู้ให้บริการอีคอมเมิร์ซที่เริ่มมีมากขึ้นจากปีก่อน ๆ

อย่างไรก็ตาม ในขณะที่การขายออนไลน์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในประเทศไทยแต่กลับมีความท้าทายและอุปสรรคมากมายที่ต้องดำเนินการเพื่อใช้ศักยภาพของตลาดประเภทนี้ ตัวอย่างเช่น ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์และการชำระเงิน ตลอดจนข้อกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของธุรกรรมออนไลน์ ได้รับการระบุว่าเป็นประเด็นหลักที่น่ากังวลสำหรับผู้ค้าปลีกออนไลน์ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย

พฤติกรรมของคนไทยต่อการค้าออนไลน์

1. พฤติกรรมคนไทยจะซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น (Online Shopping Behavior Shift)

ปี 2562 มีคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 30 ล้านคน และตอนนี้ มีสินค้าผู้ประกอบการไทยที่ขายในโลกออนไลน์มากกว่า 10 ล้านรายการแล้ว มีแนวโน้มเติบโตขึ้นต่อเนื่อง ทำให้การค้นหาซื้อสินค้าทางออนไลน์เป็นเรื่องง่าย และสะดวกสำหรับทุกคนในประเทศ

สิ่งที่เห็นชัดจากการสำรวจของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) พบว่า คนไทยซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นจาก 47.8% เป็น 57.2% และตัวเลขการเพิ่มขึ้นของประกอบการออนไลน์ก็เติบโตขึ้นเช่นกัน ทำให้เห็นชัดว่า พฤติกรรมคนไทย เริ่มค้นหาสินค้า และจับจ่ายผ่านทางออนไลน์เพิ่มอย่างต่อเนื่อง

อีกทั้งการรวมกันของกลุ่มประเทศอาเซียน (เออีซี) จะยิ่งทำให้โอกาสค้าขายทางออนไลน์เปิดกว้างมากขึ้น และขยายโอกาสเข้าสู่คนมากกว่า 600 ล้านคน ช่องทางออนไลน์ คือ ช่องทางเดียว ประหยัดค่าใช้จ่ายแต่มีศักยภาพเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจทางตรงทันที

2. จากแคตตาล็อกออนไลน์สู่ร้านค้าออนไลน์เต็มรูปแบบ (E-Catalog move to E-Tailor)

ปัจจุบันเว็บจำนวนมากของหลายธุรกิจในประเทศไทย ยังเป็นเว็บให้ข้อมูลบริษัท (Corporate Web Site) หรือเป็นแคแคตตาล็อกสินค้า (Catalogue Web Site) ที่สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ทันทีไม่ได้ ต้องโทรหรือติดต่อไปผ่านทางช่องทางอื่นแทน ซึ่งจะทำให้สูญเสียโอกาสการขายสินค้าไป

ในโลกออนไลน์หากคุณปล่อยให้ลูกค้าต้องโทรติดต่อ หรือติดตามคุณ นั้นหมายถึงโอกาสที่คุณจะสูญเสียลูกค้าเหล่านั้น สูงมากกว่า 50% แต่หากธุรกิจคุณมีระบบการค้าออนไลน์ที่ เปิดโอกาสให้ลูกค้าคลิกสั่งซื้อสินค้าของธุรกิจของคุณได้ทันที นั้นหมายถึงคุณสามารถปิดการขายลูกค้าได้ทันทีที่เป็นช่องทาง ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วประเทศและทั่วโลก ไม่ต้องมีคนมานั่งเฝ้าตลอดเวลา

ดังนั้นปี 2562 จะเป็นปีที่หลายๆ ธุรกิจไทยมีศักยภาพการค้าออนไลน์มากขึ้น เพราะมีหลายคนเริ่มประสบความสำเร็จและเพิ่มยอดขายได้มากมาย ผ่านช่องทางนี้ ทำให้หลายธุรกิจจะเริ่มเปลี่ยนจากเว็บไซต์รูปแบบเดิมๆ เข้าสู่เว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ (E-Tailor) เต็มรูปแบบมากขึ้น

3. สินค้าอุปโภคบริโภคจะเริ่มเข้าสู่โลกการค้าออนไลน์มากขึ้น (FMCG Goods Go Online)

จากเดิมที่สินค้าอุปโภคบริโภค จะเน้นการตลาดในการสื่อสารสร้างแบรนด์ และโปรโมชันแล้วดึงดูดคนไปซื้อตามจุดขายต่างๆ เป็นหลัก แต่ปี 2556 จะเป็นปีที่สินค้าหลายๆ ตัวจะเริ่มต้นการใช้ช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น และใช้การตลาดออนไลน์เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดยอดขาย ผ่านไปยังกลุ่มเป้าหมายลูกค้าทั่วประเทศ แนวโน้มนี้จะเห็นได้จากสินค้าหลายๆ ตัวที่เริ่มขายในโลกออนไลน์แล้ว เช่น เก้าแก่น้อย, สินค้าของค่ายแบรนด์ เครื่องสำอาง อาหารเสริม เป็นต้น

4. คนไทยจะซื้อผ่านมือถือและแท็บเล็ตเพิ่มมากขึ้น (Growth of Mobile Commerce)

ปี 2562 จะเป็นปีที่มีการใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ต 4 จีมาใช้กันอย่างแพร่หลายราคาจะถูกลงด้วย และมือถือและอุปกรณ์พกพาจะถูกลง ฉลาดและเก่งมากขึ้น มือถือในมือคนไทยจะต่ออินเทอร์เน็ต ได้เพิ่มมากขึ้น คนไทยมีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือกันมากขึ้น แนนอนเมื่อใช้มากขึ้น การซื้อสินค้าผ่านช่องทางนี้ ก็จะเพิ่มมากขึ้นอย่างเช่นกัน ทำให้เราก้าวเข้าสู่ ยุคที่ 4 ของอีคอมเมิร์ซอย่างเต็มตัว (<http://www.pawoot.com/thailand-E-Commerce-Generatio>)

อย่างตอนนี้ จำนวนคนใช้มือถือและอุปกรณ์พกพาเข้ามาที่ TARAD.com มากถึง 30% ของจำนวนคนเข้าเว็บไซต์ทั้งหมด และมียอดขายที่เกิดขึ้นผ่านช่องทางนี้ 11% และเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกๆ เดือน เป็นช่องทางที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง

5. การชำระเงินผ่านโทรศัพท์ ระบบการจ่ายเงินในเครือข่ายต่าง ๆ จะมีเพิ่มมากขึ้น ตั้งแต่การจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าประกันฯ และกลุ่มคนจำนวนมากเหล่านี้จะสามารถจับจ่ายซื้อสินค้าทางออนไลน์ได้มากขึ้น นอกจากนั้น ยังมีการซื้อขายจ่ายเงินในระบบไลน์ พร้อมเพย์และอื่น ๆ ทำให้การซื้อขายมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่างการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์

ผู้เขียนขอยกตัวอย่างขั้นตอนการทำเว็บเพจบน Facebook เป็นเป็นแพลตฟอร์มที่ไม่ยุ่งยากและชุมชนสามารถจัดการร้านค้าออนไลน์ได้ง่าย ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. การเปิดเพจ Facebook ไปที่ลิงค์สร้างแฟนเพจ <https://www.facebook.com/pages/create> ออกเป็นทั้งหมด 6 หมวดหมู่ดังนี้

ธุรกิจหรือสถานที่ในท้องถิ่น – SME หรือ ธุรกิจที่มีหน้าร้าน

บริษัท องค์กร หรือ สถาบัน – ธุรกิจหรือองค์กรขนาดใหญ่

แบรนด์หรือสินค้า – สินค้าออนไลน์

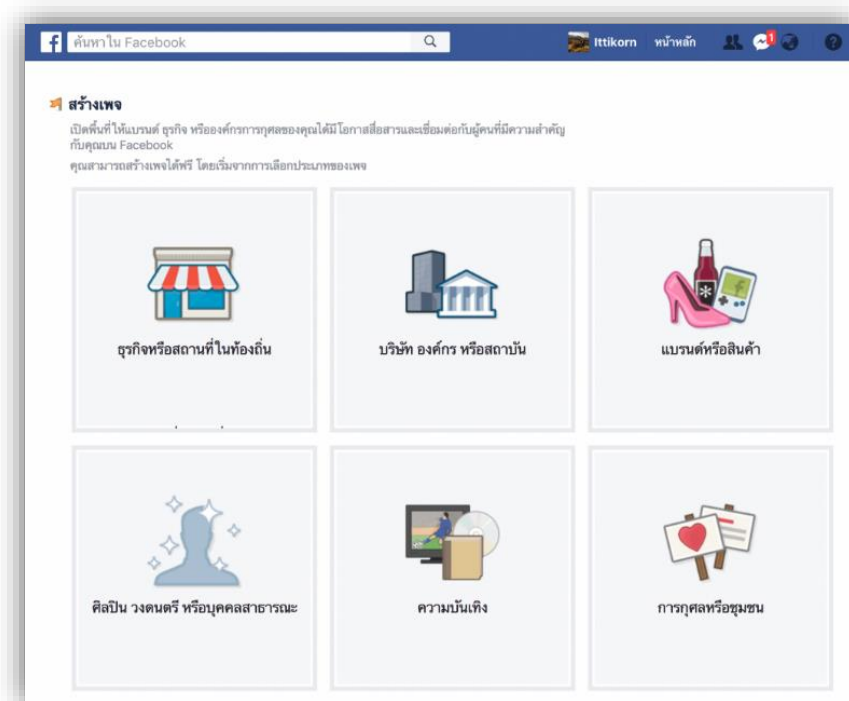
ศิลปิน วงดนตรี หรือ บุคคลสาธารณะ – เพจสำหรับบุคคล กลุ่ม หรือ วงดนตรี

ความบันเทิง – เพจทั่วไปบันเทิง

การกุศลหรือชุมชน – สำหรับเพจที่ไม่หวังผลประโยชน์ หรือ เพจที่เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

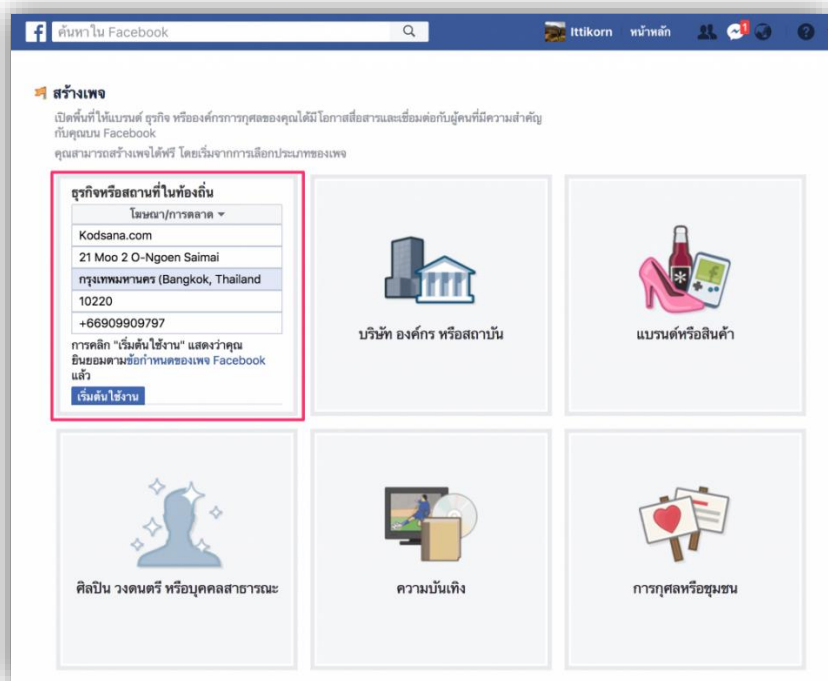
2. เลือกประเภทของเพจ ใส่ชื่อและทำตามขั้นตอนการอัปโหลดรูป

3. เลือกใช้ข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่เข้าใจง่าย เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2 หมวดหมู่ของแฟนเพจ

หลังจากที่ทำการเลือกประเภทของแฟนเพจที่ต้องการจะสร้างก็จะมีกล่องเพิ่มขึ้นมาให้เราทำการกรอกข้อมูลเกี่ยวกับเพจของเรา สำหรับร้านค้าออนไลน์หรือหากต้องการจะเปิดเพจ Facebook เพื่อขายของ ขายเสื้อผ้าออนไลน์ สามารถเลือก แบนด์หรือสินค้า



ภาพที่ 3 หมวดหมู่ของสินค้า

หลังจากนั้นกด “เริ่มต้นใช้งาน” Facebook ก็จะนำเรามาสู่หน้าถัดไป หรือ หน้าแฟนเพจนั่นเอง หลังจากนี้จะเป็นการตั้งค่าแฟนเพจโดยใช้ข้อมูลและรูปภาพต่าง ๆ

การนำเข้ารูปภาพโปรไฟล์ของแฟนเพจ คลิกที่ “เพิ่มรูป” หรือ รูปกล้องเล็ก ๆ ที่มุมขวาล่าง แล้วเลือกอัปโหลดรูปภาพ

การนำเข้ารูปภาพหน้าปกให้เพจ (Cover Photo) กดที่ปุ่ม “เพิ่มภาพหน้าปก” ตรงนี้จะสามารถเลือกได้ทั้งภาพและวิดีโอเพื่ออัปโหลดภาพหน้าปกให้เพจ หลังจากนั้นจะสามารถเลื่อนรูปให้อยู่ในตำแหน่งที่เราต้องการได้โดยคลิกค้างไว้แล้วเลื่อนหากได้ตำแหน่งที่พอใจแล้วจึงกด “บันทึก”

วิธีใส่ข้อมูลแฟนเพจคลิกที่ “เกี่ยวกับ” ที่เมนูด้านขวาของแฟนเพจจะเป็นการเปิดหน้าการตั้งค่าแฟนเพจ โดยสามารถเลือกหมวดหมู่ ใส่ที่อยู่ เวลาทำการ เว็บไซต์ เรื่องราว และ ตั้งชื่อผู้ใช้งานในหน้านี้ วิธีสร้างชื่อผู้ใช้งานเพจ เมื่อเจ้าของเพจจะตั้งชื่อเพจอะไร ก็ให้คำนึงถึงว่า หน้าเพจจะมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) ชื่อผู้ใช้งานนั้นไม่สามารถซ้ำได้ และ 2) ตั้งแล้วไม่สามารถเปลี่ยนได้

วิธีใส่ปุ่มให้กับแฟนเพจ

ปุ่มบนแฟนเพจเป็นอีกหนึ่งอย่างที่หลายๆ คนที่สร้างเพจไปแล้วอาจจะลืมใส่หรือไม่ได้ตั้งค่าให้เหมาะสมโดยปุ่มนี้จะแสดงเป็นทั้งมือถือและคอมพิวเตอร์ การเริ่มต้นใส่ปุ่มนั้นสามารถทำได้ง่ายๆ โดยการกด “เพิ่มปุ่ม”

หลังจากนั้นจะมีหน้าต่างขึ้นมาให้เราเลือกปุ่มที่เราต้องการโดยปุ่มสามารถเปลี่ยนเป็นปุ่มจอง ปุ่มติดต่อเรา ขอใบเสนอราคา และอื่นๆ อีกมากมาย และสามารถให้ลิงค์ไปที่เว็บไซต์ของ กศน.สระบุรีที่มีอยู่เดิมจึงเลือกใช้ปุ่มเรียนรู้เพิ่มเติม

หลังจากเลือกประเภทของปุ่มที่เราต้องการสร้างแล้วก็ให้ใส่ข้อมูลลงไปในกลุ่มที่กำหนดทำปุ่มลิงค์ไปยังเว็บไซต์

วิธีการตั้งค่ากลุ่มเป้าหมาย

การตั้งค่ากลุ่มเป้าหมายเพจจะสามารถช่วยให้เพจเราไปขึ้นแนะนำให้กับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ เช่น ขายเสื้อผ้า อาจจะต้องค่ากลุ่มเป้าหมายไปยังผู้หญิงอายุ 20-25 ปี อาศัยอยู่ในกรุงเทพ สนใจเรื่องเสื้อผ้า เป็นต้น ซึ่งการตั้งค่ากลุ่มเป้าหมายนี้เป็นการช่วยให้เพจเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ ได้ยิ่งขึ้น ส่วนคนที่ยังไม่ได้อยู่ในกลุ่มเป้าหมายก็ยังสามารถเห็นเพจได้ หลังจากตั้งค่าเสร็จก็ให้กด “บันทึก” ที่มุมขวาล่างก็เป็นอันเสร็จสิ้น

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

- มีบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างกิจกรรมในรูปแบบที่หลากหลายและมีความสามารถในการใช้อินเตอร์เน็ต มีผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการอบรมจาก ศูนย์การศึกษาอิสระและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอสระบุรี และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีมาตรฐานพร้อมส่ง

- ผู้บริหาร ซึ่งให้ความสำคัญ ส่งเสริม และสนับสนุนการจัดกิจกรรมทุกด้านเป็นอย่างดี กำหนดนโยบายให้มีการบริหารจัดการไว้ชัดเจน และจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

- หน่วยงานเอกชนและรัฐวิสาหกิจ ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี ช่วยเหลือในการระดมทรัพยากรในการดำเนินงานให้ความอนุเคราะห์สถานที่ในเรื่องแหล่งเรียนรู้ และเป็นวิทยากรแก่สมาชิกกลุ่มเป็นอย่างดี

ผลิตภัณฑ์ชุมชนของศูนย์การศึกษาอิสระและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอสระบุรี จังหวัดสงขลา

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชุมชนของศูนย์การศึกษาอิสระและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอสระบุรี จังหวัดสงขลาซึ่งได้จัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์โดยใช้ Fanpage Facebook ดังภาพที่ 4-7



ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์ชุมชน



ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์ชุมชน



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์ชุมชน

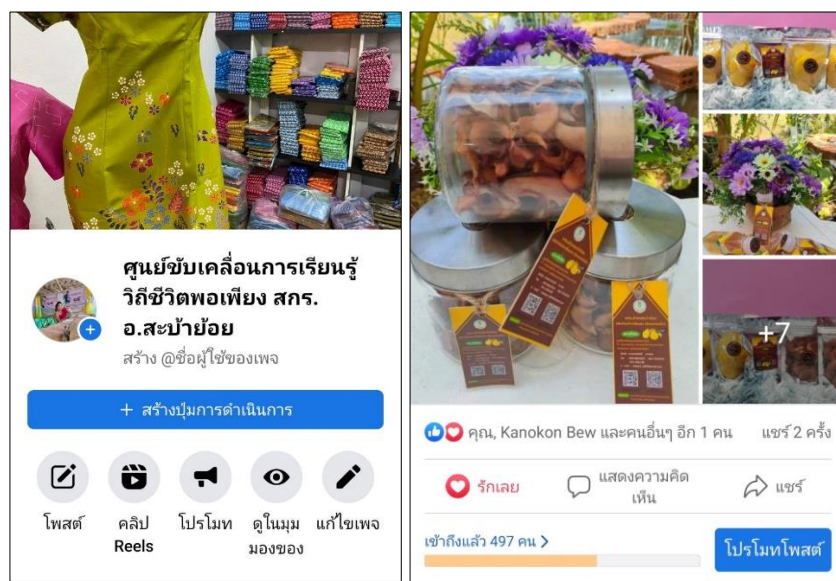


ภาพที่ 7 ผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากความสำเร็จในการดำเนินงานที่ผ่านมา ปัจจุบันได้ดำเนินการขยายผลและทำเป็นศูนย์ขับเคลื่อนการเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง@สะบาย้อย สกร. อำเภอสะบาย้อย โดยเปิดสอนฟรี เมื่อจบแล้วมีงานทำ ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง ดังตัวอย่างภาพที่ 8-11



ภาพที่ 8-9 การขยายผลความสำเร็จ



ภาพที่ 10-11 การขยายผลความสำเร็จ

สรุป

แนวทางการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนเน้นที่การส่งเสริมสินค้าที่มาจากท้องถิ่นและผลิตผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในการสร้างสถานะออนไลน์ที่แข็งแกร่ง ผู้ประกอบการควรมีแพลตฟอร์มและช่องทางโซเชียลมีเดียที่ออกแบบอย่างดีพร้อมเนื้อหาที่ปรับให้เหมาะสมโดยใช้คำหลักและแฮชแท็กในท้องถิ่น การใช้เทคนิค SEO สามารถช่วยให้ผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าค้นหาธุรกิจออนไลน์ได้ พัฒนาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องผ่านบล็อกบทความและสื่อสารภาพที่สวยงามถึงผู้บริโภคซึ่งสามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความสัมพันธ์ผ่านการตลาดผ่านอีเมลและการต้อนรับสามารถสร้างลูกค้าที่ภักดีได้ กลยุทธ์ทางการตลาดเหล่านี้เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับ SEO หรือการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องมือค้นหาเป็นส่วนสำคัญของการตลาดออนไลน์เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของแพลตฟอร์มให้มีอันดับสูงขึ้นในหน้าผลลัพธ์ของเครื่องมือค้นหา เทคนิคพื้นฐานบางอย่างที่ใช้ใน SEO ได้แก่ การวิจัยคำหลัก การเพิ่มประสิทธิภาพในหน้าแพลตฟอร์ม การเพิ่มประสิทธิภาพนอกหน้าแพลตฟอร์ม การสร้างเนื้อหา SEO ในแพลตฟอร์ม การเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงด้วย Smart Phone และการวิเคราะห์และการติดตามด้วยการปฏิบัติตามเทคนิคต่าง ๆ ที่สามารถปรับปรุงการมองเห็นแพลตฟอร์มในหน้าผลลัพธ์ของเครื่องมือค้นหาและดึงดูดลูกค้า

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนและการทำการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าชุมชนเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในยุคดิจิทัลที่เรากำลังเผชิญ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่ถูกผลิตขึ้นโดยชุมชนท้องถิ่นและการทำการตลาดออนไลน์ช่วยให้สามารถเข้าถึงตลาดกว้างขึ้น การส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นมีโอกาสในการพัฒนาและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน การผลิตสินค้าในชุมชนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น เช่น วัตถุดิบและแรงงานท้องถิ่นเพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพและความเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร ทั้งนี้ เพื่อให้การผลิตสินค้าชุมชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมทางการตลาด

ออนไลน์สินค้าชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้ประกอบการสามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์และขายสินค้า นอกจากนี้การทำการตลาดออนไลน์ยังช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซหรือแพลตฟอร์มการขายออนไลน์อื่น ๆ นำไปสู่ความเชื่อมั่นและการสนับสนุนต่อผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- พรณี สอนเพลง. (2556). รายงานฉบับสมบูรณ์เรื่องยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : เอ เอ็ม การพิมพ์
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติพ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐ (ฉบับย่อ). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ไปรษณีย์ไทย. (2566). เช็ก 7 ข้อ ก่อนเริ่มต้นอาชีพ ‘พ่อค้าแม่ค้าออนไลน์’ มือใหม่ต้องรู้! [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2566, จาก <https://postfamily.thailandpost.com/ecommerce-insights>
- IGITAL GEEK. (2561). ธุรกิจออนไลน์ คืออะไร ? ถ้าอยากเริ่มทำธุรกิจออนไลน์ต้องอ่าน [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.igitalgeek.com/blog>