



รายงานโครงการพิเศษ

สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

นายสัญญาพรรณ เสริมสุข

โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ปีการศึกษา 2561



ใบรับรองโครงการพิเศษ

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เรื่อง สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

โดย นายสัญญาพรรณ เสริมสุข

ได้รับอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย

(อาจารย์ภัทรสิทธิ์ ทวีสุข)

กรรมการภายนอก

(อาจารย์ ดร.วิชพร เทียบจตุรัส)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ณัฐภณ สุขเมธอติคม)

หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย

(อาจารย์อภิญญาพัทธ์ กุสิยารังสีสิทธิ์)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

ชื่อโครงการพิเศษ	สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา
ชื่อผู้จัดทำ	นายสัญญาพรรณ เสริมสุข
ชื่อปริญญา	เทคโนโลยีบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีมีลติมีเดีย
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.วิชพร เทียบจตุรัส
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

โครงการพิเศษนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมาและประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อการตลาดออนไลน์ ได้พัฒนาเว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถเข้ามาชมผลิตภัณฑ์และวิดีโอที่แสดงขั้นตอนการผลิตสินค้า เว็บไซต์เชื่อมโยงไปยังสื่อสังคมออนไลน์อื่นเช่น เฟสบุ๊กและไลน์ โดยใช้เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างจะต้องประเมินจากตัวเลือก 5 ระดับจำนวน 24 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจเป็นผู้สนใจสินค้าของทางกลุ่มหัตถศิลป์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสุ่ม จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ได้สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา 2) ผู้ใช้สินค้ามีความพึงพอใจต่อสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.63)

คำสำคัญ: สื่อการตลาดออนไลน์ , สบูโปรตีนไหม , เว็บไซต์

Special Project	Online marketing communication for Nontum, Nakhon Ratchasima
Authors	Mr. Sanyapan Sermsuk
Degree	Bachelor of Technology
Major Program	Multimedia Technology
Faculty/University	Mass Communication Technology Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
Project Advisor	Dr. Widchapon Taipjutorus
Academic Year	2018

Abstract

This special project is made with the objectives of developing an online marketing media showcasing the craftsmanship of Nontum Community, Nakhon Ratchasima and to evaluate the satisfaction of the online marketing media. The website is developed for the users to be able to view the products and the videos showing the process of making the products. The website, in addition, links to the other social media, for instances, Facebook, and LINE. With the use of questionnaire tools, the survey is conducted by having 24 participants do the 5-level satisfaction questionnaire to collect the data on potential participants who will interest in the products from the craftsman group. The data is then analyzed statistically by using frequency, percentage, mean, and standard deviation. From the analyzed data, it is found that 1) Online marketing media for craftsman group in Nontum Community, Nakhon Ratchasima is eligible for use 2) The product users are highly satisfied with the online marketing media (With the \bar{x} of 4.48, S.D. of 0.63).

Keywords: Online marketing, Silk Protein, Website

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำโครงการเรื่องสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา เป็นโครงการพิเศษของหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความช่วยเหลือให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะจากอาจารย์ ดร.วิชพร เทียบจัตุรัส อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ ดร.วิชพร เทียบจัตุรัส อาจารย์ผู้สอนรายวิชาการจัดการการผลิตงานมีเดีย อาจารย์ ดร.ฉันทนา ปาปัดถา อาจารย์ประจำวิชาโครงการพิเศษทางเทคโนโลยีมีเดีย

ขอขอบคุณวิจิตรา กาญจนวัฒนา หัวหน้ากลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา คุณธนสาร กาญจนวัฒนา ที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านเนื้อหาและอำนวยความสะดวกด้านพื้นที่สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอขอบคุณผู้ใช้นิตินค้าของทางกลุ่มหัตถศิลป์ ที่ได้ทดลองใช้สื่อและประเมินผล ความพึงพอใจต่อสื่อสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้น

โครงการนี้ได้รับทุนอุดหนุนงบประมาณจากโครงการส่งเสริมสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมเพื่อคนรุ่นใหม่ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมให้ความช่วยเหลือทั้งให้ข้อมูล คำแนะนำ ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการพิเศษครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 กรอบแนวคิด	3
1.5 นิยามศัพท์	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อการตลาดออนไลน์	5
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	
3.1 เครื่องมือที่ใช้	14
3.2 ขั้นตอนดำเนินโครงการ	15
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	21
3.5 การดำเนินการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน	
4.1 ผลการผลิตสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา	25
4.2 ผลการประเมินความเหมาะสมของสื่อ	31
4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	33
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	34
5.3 ข้อเสนอแนะ	35
เอกสารอ้างอิง	
ภาคผนวก	
ก ไซตแมพ	
ข วิธีการใช้สื่อ	
ค เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	
ประวัติ	



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	การประเมินความเหมาะสมของสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชน โนนตูม จังหวัดนครราชสีมา	24
4.1	ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
4.2	ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกอายุ	27
4.3	ความพึงพอใจสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัด นครราชสีมา ด้านเนื้อหา	28
4.4	ช่องทางที่สะดวกส่งสินค้ามากที่สุด	28



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
3.1	เริ่มขั้นตอนวางแผนการเนื้อหาภายในเว็บไซต์	16
3.2	สินค้าของทางกลุ่ม	16
3.3	วิดิทัศน์การทำสบูโปรตีนใหม่	17
3.4	แต่งภาพในโปรแกรม Adobe Light room	17
3.5	นำไฟล์วิดีโอมาเรียบเรียงในโปรแกรม Adobe Premier	18
3.6	ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์	18
3.7	ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์	18
3.8	ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์	19
3.9	ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์	19
3.10	เลือกธีมเพลตเว็บไซต์	20
3.11	แก้ธีมเพลตเว็บไซต์	20
3.12	อัปไฟล์ภาพสินค้าและวิดิทัศน์ลงในเว็บไซต์	20
3.13	จัดหน้าและรูปภสพเว็บไซต์	21
3.14	ขั้นตอนการอัปเกรตเว็บไซต์	21
3.15	ขั้นตอนการอัปเกรตเว็บไซต์	21
3.16	หน้าหลักเว็บไซต์	22
4.1	หน้าหลักสินค้า	24
4.2	สินค้าทั้งหมด	25
4.3	ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า	25
4.4	ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	26
4.5	ผลิตภัณฑ์สำหรับอาบน้ำ	26
4.6	อุปกรณ์เสริมความงาม	26
4.7	วิธีการสั่งซื้อทางเว็บไซต์	27
4.8	ช่องทางอื่นสำหรับติดต่อ	27
4.9	รายละเอียดติดต่อ	27
4.10	ข้อมูลผู้ใช้งาน	28
4.11	ข้อมูลที่อยู่	28
4.12	ข้อมูลบัตรเครดิต	28

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.13	ข้อมูลที่อยู่สำหรับจัดส่ง	29
4.14	ข้อมูลบัตรเครดิต	29
4.15	สินค้าที่สั่งซื้อ	29



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

กลุ่มหัตถศิลป์ชุมชนโนนตูม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาก่อตั้งเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ.2555 โดยมีผู้ก่อตั้งกลุ่ม ๘ คนและปัจจุบันมีสมาชิก 30 คนก่อตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ชุมชนโนนตูม ทางกลุ่มหัตถศิลป์ชุมชนโนนตูม มีแนวคิดที่จะใช้ประโยชน์จากน้ำกาวยุคใหม่เนื่องจากชาวบ้านโนนตูม แทนที่จะทิ้งโดยไร้ประโยชน์จึงได้แสวงหาความรู้และศึกษาข้อมูลประโยชน์ของน้ำกาวยุคใหม่หรือที่เรียกว่าน้ำโปรตีนใหม่ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการนำความรู้ที่ได้ศึกษาและหาวิทยากรที่มีความรู้ทางด้านนี้มาดำเนินการฝึกอบรมให้กับสมาชิกกลุ่มหัตถศิลป์ชุมชนโนนตูม จนสามารถผลิตสินค้าจากกาวยุคใหม่ได้เช่นการทำสบู่โปรตีนใหม่ โลชั่นโปรตีนใหม่ ครีมอาบน้ำโปรตีนใหม่ ใยไหมขัดผิวที่ทำจากเส้นไหมแท้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างอาชีพเสริมให้กับสมาชิกกลุ่มและคนในชุมชนทางกลุ่มจึงได้ผลิตสินค้าจากการสกัดน้ำกาวยุคใหม่ พยายามที่จะไม่ใช้สารเคมี เพื่อลดภาวะโลกร้อนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์ที่ใช้น้ำกาวยุคใหม่ไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งหมด โดยไม่ทิ้งหรือทำลายสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและราคาที่เหมาะสมกลุ่มสามารถรวมกลุ่มโดยใช้ต้นทุนการผลิตต่ำ โดยจำหน่ายสินค้าที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาโดยตั้งชื่อแบรนด์ว่า Serina สินค้าที่จำหน่ายคือ สบู่โปรตีนใหม่ โลชั่นโปรตีนใหม่ ครีมอาบน้ำโปรตีนใหม่ ใยไหมขัดผิวที่ทำจากเส้นไหมแท้

เส้นใยไหมเป็นโปรตีนธรรมชาติ ที่ได้จากการสร้างรังของหนอนไหม Bombyx Mori ประกอบด้วยกรดอะมิโน 18 ชนิด คล้ายกับที่พบในร่างกายมนุษย์ เส้นใยโปรตีนไหมมีคุณสมบัติในการเก็บกักความชุ่มชื้นให้กับผิวหนัง ทำให้ผิวพรรณดูชุ่มชื้น เรียบเนียนขึ้น และไม่หยาบกร้าน มีสารต้านอนุมูลอิสระจึงป้องกันการเสื่อมสภาพของเซลล์ผิว และส่งเสริมการเจริญเติบโตของเซลล์ผิวให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถกระตุ้นการสร้างคอลลาเจนในเนื้อเยื่อผิวหนังและเพิ่มความยืดหยุ่นของผิวด้วย

ประโยชน์จากน้ำกาวยุคใหม่ เกิดจากการนำรังไหมไปต้มเพื่อ ลอกกาวยุคใหม่ออกและโปรตีนที่อยู่ในน้ำต้มรังไหมคือ โปรตีนกาวยุคใหม่เซริซิน ซึ่งพบว่ามีคุณสมบัติเป็นวัตถุดิบชั้นเลิศในการผลิตเครื่องสำอาง ภาครัฐจึงส่งเสริมให้มีการวิจัยน้ำกาวยุคใหม่เพื่อใช้ประโยชน์จากไหมอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าทางธุรกิจ จากการค้นคว้าวิจัยในน้ำกาวยุคใหม่มีโปรตีนกาวยุคใหม่เซริซิน ซึ่งมีคุณสมบัติด้านเวชสำอางและการบำรุงผิวพรรณ ถือเป็นวัตถุดิบชั้นดีที่ใช้เป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอาง มีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระซึ่งช่วยทำให้ผิวพรรณเกิดความชุ่ม

สบู่โปรตีนไหมค์สดสรไหมพันธุ์ที่ดีที่สุด โดยการนำรังไหมที่เติบโตสมบูรณ์เต็มที่ นำมาผ่านกระบวนการ การสกัดโปรตีนด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้ได้โปรตีนไหมที่เข้มข้น ซึ่งมีกรดอะมิโน 18 ชนิด ที่ใกล้เคียงกับโปรตีน ในร่างกายมนุษย์ จึงมีคุณสมบัติทำให้ผิวนุ่ม ชุ่มชื้น ไม่แห้งตึง มีประสิทธิภาพในการทำความสะอาดได้อย่างล้ำลึกทั้งสิ่งสกปรกและความมัน อันเป็นสาเหตุแห่งการเกิดสิว สบู่โปรตีนไหมผสมผสานคุณค่าสารสกัดสมุนไพรธรรมชาติได้แก่ แต่งกว่า รากหม่อน ฟักขาว เปลือกมังคุด พร้อมการบำรุงเซรั่ม เพื่อผิวที่นุ่มนวล กระจ่างใสน่าสัมผัส ทางกลุ่มผู้ผลิตพยายามสร้างตลาดให้เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายที่ปัจจุบันใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก โดยการใช้ Facebook Fanpage แต่ก็ยังไม่สามารถทำได้ดีเท่าที่ควร

ผู้จัดโครงการเห็นโอกาสที่จะช่วยเหลือวิสาหกิจชุมชนโนนตูมด้วย ออกแบบและพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์ โดยมีเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสบู่โปรตีนไหมเป็นสื่อหลัก โดยเว็บไซต์จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เข้าชม ได้แก่ ความเป็นมาของสบู่โปรตีนไหม ผลิตภัณฑ์ สรรพคุณ ราคาและสามารถสั่งซื้อสินค้าของทางสบู่โปรตีนไหมได้โดยผ่านเว็บไซต์ ที่ประกอบไปด้วยภาพ ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอแนะนำสินค้า เว็บไซต์จะมีการเชื่อมต่อกับสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมซื้อขายในปัจจุบัน เช่น Facebook Fanpage และไลน์ ทำให้ลูกค้าสะดวกต่อการรับข้อมูล และการสั่งซื้อสินค้าสบู่โปรตีนไหม ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักต่อสาธารณชน มีภาพลักษณ์สินค้าที่ดีขึ้น และมียอดขายเพิ่มขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

1.2.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

1.3 ขอบเขตการศึกษาของโครงการ

โครงการนี้มีขอบเขตการศึกษา 3 ด้าน คือ

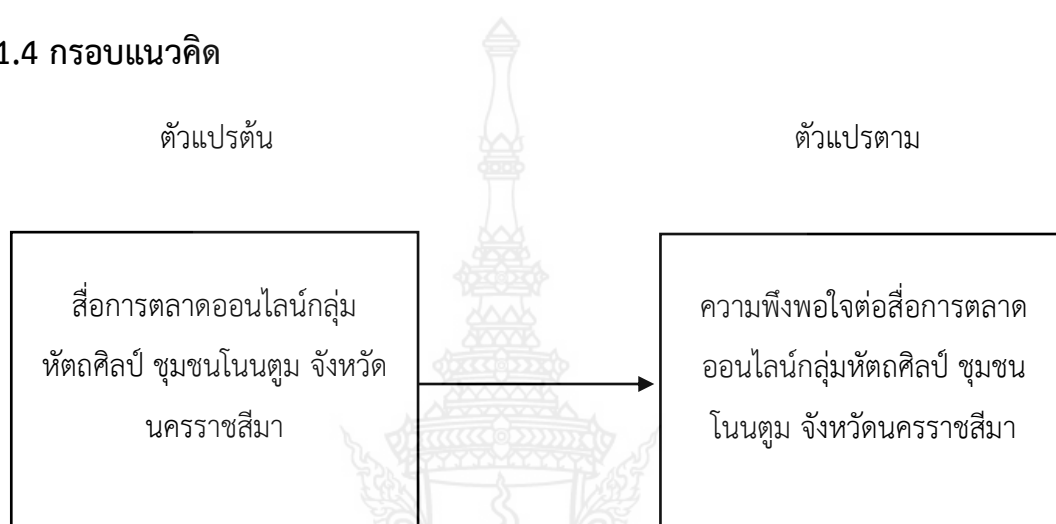
1.3.1. ขอบเขตด้านประชากร คือ ลูกค้าของทางกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม และผู้ที่สนใจสินค้าดูแลผิวพรรณ

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ออกแบบและพัฒนาสื่อออนไลน์ โดยมีเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสบู่โปรตีนไหมเป็นสื่อหลัก โดยเว็บไซต์จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เข้าชม ได้แก่ ความเป็นมาของสบู่โปรตีนไหม ผลิตภัณฑ์ สรรพคุณ ราคาและสามารถสั่งซื้อสินค้าของทางสบู่โปรตีน

ใหม่ได้โดยผ่านเว็บไซต์ ที่ประกอบไปด้วยภาพ ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอที่แนะนำสินค้า เว็บไซต์จะมีการเชื่อมต่อกับสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมซื้อขายในปัจจุบัน

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา ตั้งแต่ พฤศจิกายน ปี พ.ศ.2560 – กุมภาพันธ์ ปี พ.ศ.2562
ระยะเวลารวม ประมาณ 1 ปี 4 เดือน

1.4 กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิด

1.5 นิยามศัพท์

โปรตีนไหม (Silk Protein) หรือเซริซิน (Sericin) เป็น silk fiber ชนิดหนึ่ง โดยปกติแล้วผงไหมที่ได้จากส่วนของใยไหม ทั้งจากรังและเส้นจะมี 2 ชนิด คือ ผงไหมจากกาวไหม (sericin) ซึ่งมีประมาณ 20-30% และผงไหมจากเส้นไหม (fibrous protein หรือ fibroin) อีกประมาณ 70-80% โดย เซริซินจะมีลักษณะเป็น amorphous matrix ทำหน้าที่เป็นกาวเชื่อม fibroin filaments ไว้ด้วยกัน เซริซิน จะมีสารสำคัญบางชนิดที่ช่วยป้องกันผิวแห้ง ลดการเจริญเติบโตของ ไวรัส และมีสารต้าน ไวรัส อีกทั้งยังมี กรดอะมิโน 16-18 ชนิด จากการวิจัยพบว่า เซริซิน มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระยับยั้งการทำลายเซลล์โดย oxygen free radicals ซึ่งเชื่อว่าการที่เซลล์ถูกทำลายนี้เป็นสาเหตุให้เกิดโรค มะเร็ง ความแก่ นอกจากนี้ยังมีฤทธิ์ต้านเชื้อแบคทีเรียบางชนิดซึ่งเป็นสาเหตุของ โรคผิวหนัง และช่วยรักษาแผลให้หาย เร็วขึ้น กำจัดสิ่งสกปรกและยืดอายุเซลล์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

โครงการนี้มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับดังต่อไปนี้

1.5.1 สื่อการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม โดยมีสบูโปรตีนไหม จังหวัดนครราชสีมา

1.5.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อออกแบบและพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์ กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม โดยมีสบูโปรตีนไหม Serina silk เป็นกรณีศึกษา

1.5.3 ต้นแบบสื่อการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม ที่สามารถนำไปขยายใช้กันผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูมต่อไป



บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำโครงการเรื่อง สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 สื่อการตลาดออนไลน์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่สื่อการตลาดออนไลน์
 - 2.2.1 ความหมายของการตลาดออนไลน์
 - 2.2.2 เว็บไซต์
 - 2.3.3 การออกแบบเว็บไซต์
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คือ การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณา Facebook, โฆษณา Google, โฆษณา YouTube, โฆษณา Instagram มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่าง ๆ ในการ โฆษณาเว็บไซต์ หรือ โฆษณาขายสินค้าที่จะนำสินค้าของเราไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้และเกิดความสนใจ จนกระทั่งเข้ามาใช้บริการหรือซื้อสินค้าของเราในที่สุด โดยการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) สามารถทำได้หลายช่องทาง ดังนี้

2.1.1 Search Engine Marketing คือ การตลาดบน Search Engine เป็นการทำให้สินค้าของเราติดอันดับการค้นหาในลำดับแรกๆ ซึ่งจะทำให้เราถูกค้นพบได้ง่ายและถูกคลิกได้บ่อยกว่าเว็บไซต์ที่อยู่ด้านล่างหรืออยู่ในหน้าถัดไป แบ่งออกเป็น SEO (การทำเว็บไซต์ของเราให้ติดอันดับของ Google) กับ PPC (การซื้อ Ads บน Google)

2.1.2 Email Marketing คือ การตลาดที่ทำผ่านอีเมล เพื่อส่งข่าวสาร โปรโมชั่นต่างๆ ถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นการตลาดที่ต้นทุนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการตลาดในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นการทำการตลาดที่ตรงกลุ่ม และสามารถเข้าถึงผู้รับภายในเวลาอันรวดเร็ว

2.1.3 Social Marketing คือ การตลาดที่ทำผ่าน Social Network ต่าง เช่น Facebook, Twitter, Instagram ,Pinterest ฯลฯ ซึ่ง Social Marketing กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะมีสถิติการใช้งานสูงกว่าแหล่งออนไลน์ประเภทอื่น

2.2 เว็บไซต์ (Website)

เว็บไซต์ (Website) หมายถึง หน้าเว็บเพจที่จัดทำขึ้น เพื่อนำเสนอข้อมูลต่างๆ ผ่านทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตโดยจะมีหน้าเว็บเพจหลายๆ หน้าที่เชื่อมโยงเข้ากับไฮเปอร์ลิงค์ เพื่อให้สามารถเปิดไปยังหน้าเพจต่างๆ ได้อย่างง่ายดายและถูกจัดเก็บไว้ใน www. (เวิลด์ไวด์เว็บ) โดยเว็บไซต์ส่วนใหญ่นั้นก็มีทั้งเว็บไซต์ที่เปิดให้เข้าชมได้ฟรี และเว็บไซต์ที่ต้องสมัครสมาชิกและเสียค่าบริการ จึงจะเข้าใช้งานเว็บได้ ซึ่งข้อมูลในเว็บก็จะมีหลากหลายแบบ ขึ้นอยู่กับความต้องการนำเสนอของเจ้าของเว็บไซต์ การเรียกดูเว็บไซต์จะเรียกดูผ่านทางซอฟต์แวร์ ในลักษณะของเบราว์เซอร์

2.2.1 ประโยชน์ของการทำเว็บไซต์

ประโยชน์ของการทำเว็บไซต์ ไม่เพียงแต่มีประโยชน์ในการนำเสนอข้อมูล ให้กับผู้ใช้งานได้ทราบเท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์อื่น ๆ อีกมากมาย ได้แก่

2.2.1.1 ขยายช่องทางในการขายสินค้าและบริการ ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้มากขึ้น และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายที่สูงเกินไป

2.2.1.2 สำหรับการทำธุรกิจร้านค้าออนไลน์หรือขายของบนเว็บไซต์ จะทำให้มีหน้าร้านเป็นของตัวเอง ซึ่งก็คือโฮมเพจ และเป็นการเปิดตัวสินค้าสู่ตลาดโลก

2.2.1.3 เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ร้านค้าและบริษัท ให้มีความน่าเชื่อถือและทันสมัยมากยิ่งขึ้น

2.2.1.4 มีความเป็นสากล ด้วยช่องทางการติดต่อลูกค้าที่หลากหลาย ทั้งอีเมลล์ Facebook Line และอื่น ๆ

2.2.1.5 เพิ่มความสะดวกให้กับกลุ่มผู้บริโภค โดยสามารถซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา

2.2.1.6 ช่วยโฆษณาบริษัท องค์กรและสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.2.1.7 ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายและบริการของบริษัทช่วยยกระดับมาตรฐานในการซื้อขายระหว่างประเทศและสามารถเสริมสร้างธุรกิจให้มีความแข็งแกร่งได้ดี

2.3 การออกแบบเว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในความควบคุมของ ผู้ใช้โดยสมบูรณ์ กล่าวคือ ผู้ใช้สามารถตัดสินใจเลือกได้ว่า จะดูเว็บไซต์ใดและจะไม่เลือกดูเว็บไซต์ใดได้ตาม ต้องการ จึงทำให้ผู้ใช้ไม่มีความอดทนต่ออุปสรรคและปัญหาที่เกิดจากการออกแบบเว็บไซต์ผิดพลาดถ้าผู้ใช้ เห็นว่าเว็บที่ก ลังดูอยู่นั้นไม่มีประโยชน์ต่อตัวเขา หรือไม่เข้าใจว่า

เว็บไซต์นี้จะใช้งานอย่างไร เขาก็สามารถที่จะ เปลี่ยนไปดูเว็บไซต์อื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในปัจจุบันมีเว็บไซต์อยู่มากมาย และยังมีเว็บไซต์ที่เกิดขึ้น ใหม่ ๆ ทุกวัน ผู้ใช้จึงมีทางเลือกมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้เอง

เว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม มีการใช้งานที่สะดวก ย่อมได้รับความสนใจจาก ผู้ใช้ มากกว่าเว็บไซต์ที่ดูสับสนวุ่นวาย มีข้อมูลมากมายแต่หาอะไรไม่เจอ นอกจากนี้ยังใช้เวลาในการ แสดงผลแต่ละ หน้านานเกินไป ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นผลมาจากการออกแบบเว็บไซต์ไม่ดีทั้งสิ้น ดังนั้น การออกแบบ เว็บไซต์จึงเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างเว็บไซต์ให้ประทับใจผู้ใช้ ทาให้เขา อยากรากลับเข้ามาเว็บไซต์เดิม อีกในอนาคต ซึ่งนอกจากต้องพัฒนาเว็บไซต์ที่มีประโยชน์แล้ว ยังต้อง คำนึงถึงการแข่งขันกับเว็บไซต์อื่นๆ อีกด้วย

หลักสำคัญในการออกแบบหน้าเว็บก็คือ การใช้รูปภาพและองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันเพื่อ สื่อ ความหมาย เกี่ยวกับเนื้อหาหรือลักษณะสำคัญของเว็บไซต์ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อการสื่อ ความหมายที่ ชัดเจนและน่าสนใจ บนพื้นฐานของความเรียบง่ายและความสะดวกของผู้ใช้

การออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญดังต่อไปนี้ ความ เรียบง่าย ได้แก่ มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานได้สะดวก ไม่มีกราฟฟิกหรือ ตัวอักษรที่ เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ชนิดและสีของตัวอักษรไม่มากจนเกินไปทำให้วุ่นวาย

2.3.1 ความสม่ำเสมอ ได้แก่ ใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เช่นรูปแบบของหน้า สไตล์ ของกราฟฟิก ระบบเนวิเกชันและโทนสี ควรมีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์ การจัดทำเนื้อหา องค์ความรู้ SMEs ภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center ปี 2557

2.3.2 ความเป็นเอกลักษณ์ การออกแบบเว็บไซต์ควรคำนึงถึงลักษณะขององค์กร เพราะ รูปแบบของ เว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้น ๆ เช่น ถ้าเป็นเว็บไซต์ของ ทาง ราชการ จะต้องดูน่าเชื่อถือ

2.3.3 เนื้อหาที่มีประโยชน์ เนื้อหาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้นควรจัดเตรียมเนื้อหา และข้อมูลที่ ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื้อหาไม่ควรซ้ำกับเว็บไซต์อื่น จึงจะดึงดูดความสนใจ

2.3.4 ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย ต้องออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายและใช้งานสะดวก ใช้ กราฟฟิกที่สื่อ ความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน มีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ เช่น วางไว้ ตำแหน่งเดียวกันของทุกหน้า

2.3.5 ลักษณะที่น่าสนใจ หน้าตาของเว็บไซต์จะต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของ องค์ประกอบต่าง ๆ เช่น คุณภาพของกราฟฟิกที่จะต้องสมบูรณ์ การใช้สี การใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา การใช้โทนสีที่เข้ากัน ลักษณะหน้าตาที่น่าสนใจนั้นขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล

2.3.6 การใช้งานอย่างไม่จำกัด ผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุดเลือกใช้เบราว์เซอร์ชนิดใดก็ได้ใน การเข้าถึงเนื้อหาสามารถแสดงผลได้ทุกระบบปฏิบัติการและความละเอียดหน้าจอต่างๆ กันอย่างไม่มีปัญหา เป็นลักษณะสำคัญสำหรับผู้ใช้ที่มีจำนวนมาก

2.3.7 คุณภาพในการออกแบบ การออกแบบและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ สร้างความรู้สึกว่า เว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้อง และเชื่อถือได้ ลิงค์ต่าง ๆ จะต้องเชื่อมโยงไปหน้าที่มีอยู่จริง และถูกต้อง ระบบการทำงานต่าง ๆ ในเว็บไซต์ควรมี ความถูกต้องแน่นอน ซึ่งต้องได้รับการออกแบบสร้างสรรค์และตรวจสอบอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น ลิงค์ต่าง ๆ ใน เว็บไซต์ ต้องตรวจสอบว่ายังสามารถลิงค์ข้อมูลได้ถูกต้องหรือไม่ เพราะเว็บไซต์อื่นอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ตลอดเวลา ปัญหาที่เกิดจากลิงค์ ก็คือ ลิงค์ขาด ซึ่งพบได้บ่อยเป็นปัญหาที่สร้างความรำคาญกับผู้ใช้เป็นอย่างมาก

2.4 Responsive Web

Responsive Web คือ เว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานบนหน้าจออุปกรณ์เครือข่ายได้ อุปกรณ์ เช่น Desktop Internet , Mobile Internet (ipad ,iphone, android , windows mobile อื่น ๆ) ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้จะมีหน้าจอแตกต่างกันไป ตามขนาดความกว้างของเครื่อง ทำให้หน้าตาเว็บไซต์ที่ออกแบบให้ดูผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์อย่างเดียว มีปัญหาการทำงานเมื่อใช้งานผ่านอุปกรณ์ที่มีหน้าจอนขนาดเล็กกว่า เช่น Mobile Internet Users อุปกรณ์มือถือ เพราะเนื่องจากปัจจุบันนี้ การใช้งานผ่าน Mobile Internet มีการเจริญเติบโตสูง และมีแนวโน้มที่จะแซง Desktop Internet Users ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าชมเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ที่ต้องการทำเว็บไซต์ส่วนใหญ่จะต้องคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ด้วย บางครั้งออกแบบมาเพื่อรองรับการทำงานผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์อย่างเดียว ทำให้ผู้ใช้ที่ใช้อุปกรณ์มือถือ มีการดาวน์โหลด ทำให้เข้าหน้าเว็บไซต์ล่าช้า หรือบ้างอุปกรณ์มือถือไม่รองรับการทำงาน พวก flash ทำให้ไม่สามารถแสดงรายละเอียดอย่างชัดเจน

2.5 ฐานข้อมูล Database

Database หรือ ฐานข้อมูล คือ กลุ่มของข้อมูลที่ถูกเก็บรวบรวมไว้ โดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยไม่ได้บังคับว่าข้อมูลทั้งหมดนี้จะต้องเก็บไว้ในแฟ้มข้อมูลเดียวกันหรือแยกเก็บหลาย ๆ แฟ้มข้อมูล

ระบบฐานข้อมูล (Database System) คือ ระบบที่รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันเข้าไว้ด้วยกันอย่างมีระบบมีความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลต่าง ๆ ที่ชัดเจน ในระบบฐานข้อมูลจะประกอบด้วยแฟ้มข้อมูลหลายแฟ้มที่มีข้อมูล เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกันอย่างเป็นระบบและเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถใช้งานและดูแลรักษาป้องกันข้อมูลเหล่านี้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีซอฟต์แวร์ที่เปรียบเสมือนสื่อกลางระหว่าง ผู้ใช้และโปรแกรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ฐานข้อมูล เรียกว่า

ระบบจัดการฐานข้อมูล หรือ DBMS (data base management system) มีหน้าที่ช่วยให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายสะดวกและมีประสิทธิภาพ การเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้อาจเป็นการสร้างฐานข้อมูล การแก้ไขฐานข้อมูล หรือการตั้งคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลมา โดยผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องรับรู้เกี่ยวกับรายละเอียดภายในโครงสร้างของฐานข้อมูล

2.6 ตะกร้าสินค้า(Shopping Cart)

Shopping Cart คือซอฟต์แวร์ที่ทำหน้าที่เป็นเสมือนตะกร้าหรือรถเข็นสินค้าที่ลูกค้าใช้ระหว่างการเลือกสินค้าบนเว็บไซต์ ซึ่งจะเก็บข้อมูลต่าง ๆ ของสินค้าทุกชิ้นที่ถูกเลือกไว้แล้ว เช่น รหัสสินค้า ราคา และจำนวนสินค้า ในขณะที่ลูกค้ากำลังเลือกสินค้าอื่นอยู่หรืออยู่ระหว่างรอชำระเงิน ระบบนี้จะเอื้ออำนวยให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบรายการสินค้า เพิ่มสินค้าใหม่ ย้ายสินค้าเดิมออก หรือเปลี่ยนแปลงจำนวนสินค้าตามที่ต้องการ トラバドイトยังสามารถเข้าสู่ระบบชำระเงิน ระบบการทำงานดังกล่าวนี้สามารถสร้างขึ้นเองได้โดยใช้สคริปต์ของบางโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น ASP, CGI, หรือ PHP บวกกับการทำงานของคุกกี้ในกรณีที่มีรายการสินค้าให้เลือกไม่มากนัก แต่สำหรับเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่มีรายการสินค้าให้เลือกเป็นจำนวนมากมักจะใช้การซื้อซอฟต์แวร์สำเร็จรูปแทน เพราะมีประสิทธิภาพสูงกว่า และรองรับข้อมูลได้มากกว่า ระบบตะกร้าหรือรถเข็น แบ่งเป็น 2 ระบบได้แก่ ระบบแบบเติมตัวเลขจำนวนสินค้า ระบบคลิกหยุดสินค้าลงตะกร้าที่ละชิ้น

การคลิกส่งสินค้าในแต่ละครั้งของทั้ง 2 แบบจะเป็นการส่งรหัสสินค้า, ราคา และข้อมูลอื่น ๆ เข้าไปยังโปรแกรมประมวลผล เพื่อคำนวณยอดเงินและแสดงรายการที่สั่งซื้อไปแล้ว

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

2.6.1 Weblogs หรือว่า Blogs สื่อส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น บันทึกส่วนตัว โดยสามารถแบ่งปันให้บุคคลอื่น ๆ โดยผู้รับสารสามารถเข้าไปอ่านหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

2.6.2 Social Networking เป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม (Social Community) เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูล

2.6.3 Micro Blogging และ Micro Sharing เป็นเว็บเซอร์วิสหรือเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป สำหรับให้ผู้ใช้บริการเขียนข้อความสั้นๆ ประมาณ 140 ตัวอักษร ที่เรียกว่า “Status” หรือ “Notice” เพื่อแสดงสถานะของตัวเองว่ากำลังทำอะไรอยู่ หรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ แก่กลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์

2.6.4 Online Video เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เนื้อหาที่นำเสนอในวิดีโอออนไลน์ไม่ถูกจำกัดโดยผังรายการที่แน่นอนและตายตัว ทำให้ผู้ใช้บริการ

2.6.5 Porto Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เน้นให้บริการฝากรูปภาพผู้ใช้บริการสามารถอัปโหลดและดาวน์โหลดรูปภาพเพื่อนำมาใช้งานได้นอกเหนือจากผู้ใช้บริการจะมีโอกาสแบ่งปันรูปภาพแล้ว ยังสามารถใช้เป็นพื้นที่เพื่อเสนอขายภาพที่ตนเองนำเข้าไปฝากได้อีก

2.6.6 Wikis เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ผู้ใช้สามารถเขียนหรือแก้ไขข้อมูลได้อย่างอิสระ เช่น Wikipedia, Google Earth, diggZy Favorites Online

2.6.7 Virtual Worlds คือการสร้างโลกจินตนาการโดยจำลองส่วนหนึ่งของชีวิตลงไปจัดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่บรรดาผู้ท่องโลกไซเบอร์ใช้เพื่อสื่อสารระหว่างกันบนอินเทอร์เน็ตในลักษณะโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) ซึ่งผู้ที่จะเข้าไปใช้บริการอาจจะบริษัทหรือองค์กรด้านธุรกิจ ด้านการศึกษา รวมถึงองค์กรด้านสื่อ เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ สำนักข่าวซีเอ็นเอ็น ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่เพื่อให้บุคคลในบริษัทหรือองค์กรได้มีช่องทางในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเครือข่ายผู้ใช้สื่อออนไลน์

2.6.8 Crowd Sourcing มาจากการรวมของคำสองคำคือ Crowd และ Outsourcing เป็นหลักการขอความร่วมมือจากบุคคลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ จัดทำในรูปแบบของเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อค้นหาคำตอบและวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ ทั้งทางธุรกิจ การศึกษา รวมทั้งการสื่อสาร โดยอาจจะเป็นการดึงความร่วมมือจากเครือข่ายทางสังคมมาช่วยตรวจสอบข้อมูลเสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอ

2.6.9 Podcasting หรือ Podcast การบันทึกภาพและเสียงแล้วนำมาไว้ในเว็บเพจ (Web Page) เพื่อเผยแพร่ให้บุคคลภายนอก (The public in general) ที่สนใจดาวน์โหลดเพื่อนำไปใช้งาน

2.6.10 Discuss / Review/ Opinion เป็นเว็บบอร์ดที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถแสดงความคิดเห็น โดยอาจจะเกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการ

2.7 ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การทำงานใด ๆ ประสบความสำเร็จได้ นักธุรกิจหรือผู้นำที่มีความสามารถจะศึกษาความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อสร้างความพึงพอใจในสินค้าและบริการให้กับลูกค้า หรือทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความพึงพอใจในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด เป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็น

ความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2547) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการ ปฏิบัติงานและได้รับผลตอบแทน คือ ผลที่เป็นความพึงพอใจทำให้บุคคลเกิดความรู้สึก กระตือรือร้นมีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและกำลังใจ และสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน รวมทั้งส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไป ตามเป้าหมายขององค์การ

โยเดอร์ (1985) อธิบายความพึงพอใจในงาน หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีความพึงพอใจในงานและ เต็มใจที่จะปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จตาม วัตถุประสงค์ขององค์การ บุคคลที่มีความพึงพอใจในงานที่ท า เมื่อได้รับผลตอบแทน ประโยชน์ที่ตอบแทนทั้งทางด้านวัตถุและด้านจิตใจจากงานนั้น

สุนทร เพ็ชรพราว (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ความรู้สึก ของบุคคลที่มีต่อ งานและการทำงานนั้น ถ้าบุคคลมีความรู้สึกพร้อมจะเสียสละ ทุกอย่างอุทิศ แรงกาย แรงใจ และสติปัญญาให้แก่งาน และทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลมีความรู้สึกไม่ พึงพอใจต่องาน ก็จะไม่กระตือรือร้นในการทำงาน เพียงทำงานตามหน้าที่ให้เสร็จไปใน แต่ละวันเท่านั้น ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน เป็นความรู้สึกรวมของบุคคลในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน และได้รับผลตอบแทน ความพึงพอใจจะให้บุคคลกระตือรือร้นในการทำงาน ที่มีความมุ่งมั่นมีขวัญและกำลังใจ สิ่งเหล่านี้ 11 ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน และส่งผลต่อความสำเร็จ เป็นไป ตามเป้าหมายขององค์การ

2.8 วิธีการวัดความพึงพอใจ

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจ วิธีดังต่อไปนี้

2.8.1 การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม ต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าว อาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ตอบทุกคนมาเป็นแบบแผนเดียวกัน มักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาก ๆ วิธีนี้นับเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดทัศนคติ รูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดทัศนคติ ซึ่งที่นิยมใช้ในปัจจุบันวิธีหนึ่ง คือ มาตรารสวนแบบลิเคิร์ท ประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2.8.1 การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยจะต้องออกไปสอบถามโดยการพูดคุย โดยมีการเตรียมแผนงานล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

2.8.2 การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่า จะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมี ระเบียบแบบแผน วิธีนี้เป็นวิธีการศึกษาที่เก่าแก่ และยังเป็นที่ยอมรับใช้อย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน

จากการศึกษาการวัดความพึงพอใจ สรุปได้ว่าการวัดความพึงพอใจเป็นการบอกถึงความชอบ ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถวัดได้หลายวิธี การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม ความคิดเห็น การใช้แบบสำรวจความรู้สึก

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดลฤทธิ เสฎฐสุวจะ (2559) กล่าวว่า โครงการเรื่อง เว็บไซต์สารสนเทศเชิงภูมิศาสตร์เพื่อ สนับสนุนการท่องเที่ยว และ ผลิตภัณฑ์ ตำบลนานก อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ทำขึ้นเพื่อ สนับสนุนการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตำบลนานก ประกอบด้วยฐานข้อมูล 2 ระบบ คือ ของตำบลนานก โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ 1. ระบบฐานข้อมูลเชิงบรรยาย เป็นข้อมูลแสดง รายละเอียดของสถานที่สำคัญและผลิตภัณฑ์ชุมชน 2.ระบบฐานข้อมูลเชิงพื้นที่เป็นข้อมูลพื้นฐาน ภายในตำบลนานก ได้แก่เส้นทาง ระยะทาง

จตุพิงศ์ ภูสุมาศ (2550) กล่าวว่า การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจทำเว็บไซต์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SME ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการตัดสินใจการเลือกทำ เว็บไซต์ จำแนก ตามคุณลักษณะส่วนบุคคลเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือความถี่ ค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และ เปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีการของเซฟ เฟ ผลการศึกษาพบว่า 1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มี อายุระหว่าง 26 - 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 มีอาชีพ ลูกจ้างบริษัทเอกชน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 และมีรายได้ 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 2. ปัจจัยการตัดสินใจทำเว็บไซต์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SME ในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 ปียงเบนมาตรฐาน .418 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อันดับแรกคือ ด้าน ราคา มีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .745 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.92 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน .605 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .578 และด้านคุณภาพบริการ มีน้ำหนักการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .703 เป็นลำดับสุดท้าย 3. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการ ตัดสินใจทำเว็บไซต์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SME จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ พบว่าน้ำหนักในการตัดสินใจทำเว็บไซต์ไม่ต่างกันทุกด้าน มีนัยสำคัญทางสถิติที่สำคัญที่

ระดับ .05 ส่วน ปัจจัยทางการศึกษา จะพบว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาต่างกันจะมีน้ำหนักในการตัดสินใจทำเว็บไซต์ต่างกัน



บทที่ 3

ขั้นตอนและการดำเนินงาน

การศึกษาครั้งนี้เป็นการพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัด นครราชสีมา จากการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนั้น สามารถกำหนดวิธีดำเนินการ ดังนี้

- 3.1 เครื่องมือที่ใช้
- 3.2 ขั้นตอนการดำเนินโครงการ
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การดำเนินการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัด นครราชสีมา มีดังต่อไปนี้

- 3.1.1 โปรแกรม Adobe light room ใช้ในการตกแต่งภาพ
- 3.1.2 โปรแกรม Adobe Photo shop ใช้ในการตกแต่งตัวอักษร
- 3.1.3 โปรแกรม Adobe After effect ใช้ในการทำอินโทรเปิดเรื่อง
- 3.1.4 โปรแกรม Adobe Premier pro ใช้ในการทำวิดีโอ
- 3.1.5 Wix.com ใช้ในการสร้างเว็บไซต์
- 3.1.6 กล้อง nikkon D7500 ใช้ในการถ่ายภาพและบันทึกวิดีโอ
- 3.1.7 Samsung galaxy S9+ ใช้การบันทึกวิดีโอ

3.2 ขั้นตอนการดำเนินโครงการ

ขั้นตอนในการดำเนินงาน สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัด นครราชสีมา ประกอบไปด้วยแผนการดำเนินงาน ลำดับการทำงาน การดำเนินงานต่าง ๆ โครงการนี้มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

3.2.1 แผนการดำเนินงานโครงการพิเศษ

ในขั้นตอนของการวางแผนการทำงานได้มีการกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับเวลาที่มีโดยใช้เครื่องมือคือ GRANT CHART (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2 แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562					
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
1. ขั้นตอนการเตรียมโครงการ						
2. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล						
3. ออกแบบผลงาน						
4. สอบเปิดหัวข้อโครงการพิเศษ						
5. ผลิตผลงาน						
6. ตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขสื่อ						
7. จัดทำรูปเล่มรายงาน						
8. ทดลองใช้สื่อ						
9. สอบปิดหัวข้อโครงการพิเศษ						
10. เผยแพร่และนำไปใช้						

3.2.2 ขั้นตอนการผลิต (Pre-production)

3.2.2.1 กำหนดเนื้อหา โดยการทำไซด์แมพเว็บไซต์

3.2.2.2 กำหนดเนื้อหาของวิดีโอทัศน์

3.2.2.3 นำเสนอบริการที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้คำแนะนำ ก่อนขั้นตอน

การผลิตเป็นผลงานจริง

3.2.3 ขั้นตอนการผลิต (production)

3.2.3.1 เริ่มขั้นตอนวางแผนการเนื้อหาภายในเว็บไซต์



ภาพที่ 3.1 สร้างไซต์แม่พข้อมูลในเว็บไซต์

3.1.3.2 เดินทางไปจังหวัดนครราชสีมาเพื่อเก็บข้อมูลสินค้า ถ่ายรูปสินค้าและถ่ายวิดีโอ



ภาพที่ 3.2 ถ่ายรูปสินค้าของทางกลุ่ม

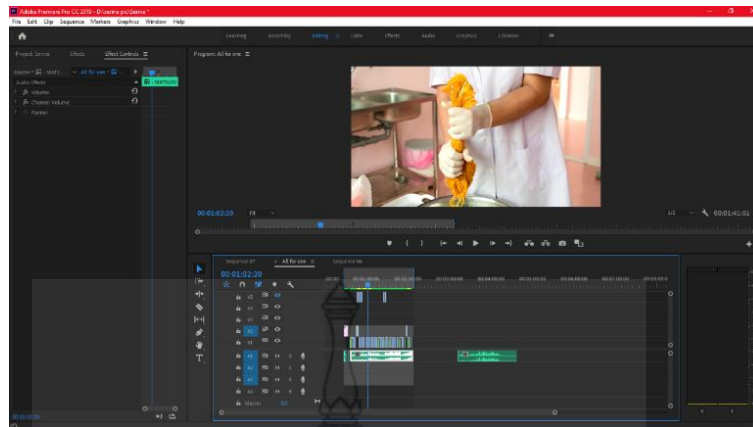


ภาพที่ 3.3 ถ่ายวิดีโอที่ศึกรการทำสบู่โปรตีนไหม

3.1.3.2 หลังจากนั้นนำไฟล์ภาพและวิดีโอที่ถ่ายมาทำการตกแต่งและตัดต่อ

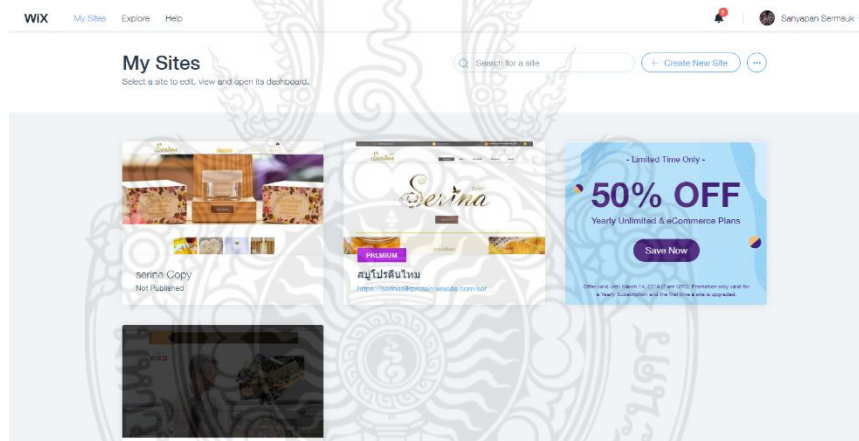


ภาพที่ 3.4 นำมาภาพแต่งในโปรแกรม Adobe Light room

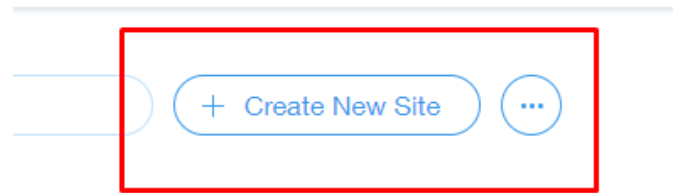


ภาพที่ 3.5 นำไฟล์วิดีโอมาเรียบเรียงในโปรแกรม Adobe Premier

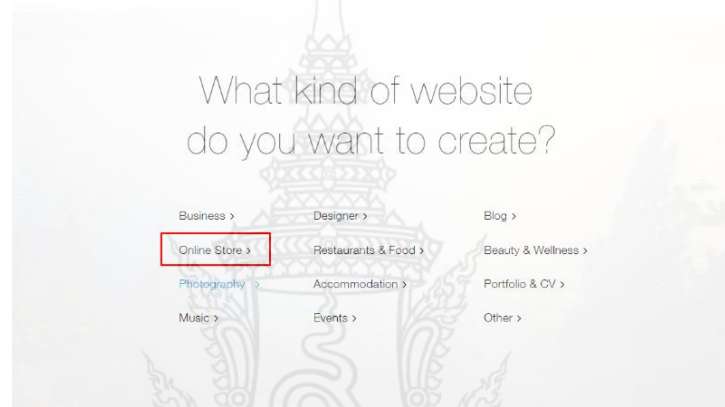
3.1.3.3 เริ่มต้นสร้างเว็บไซต์โดยใช้ WIX.COM



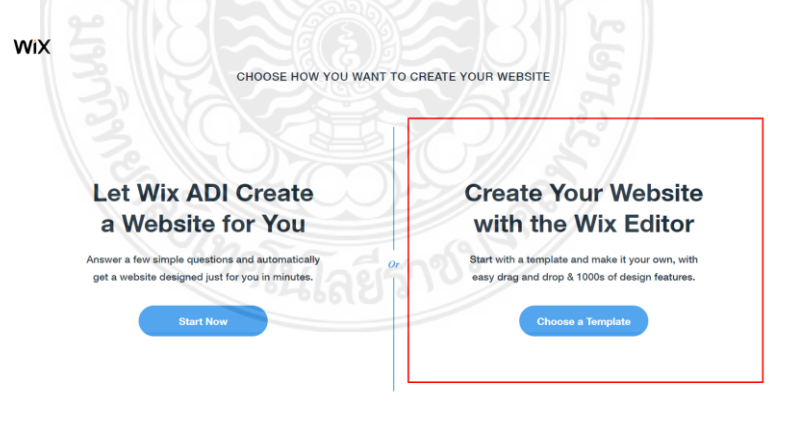
ภาพที่ 3.6 เข้าเว็บไซต์ wix.com



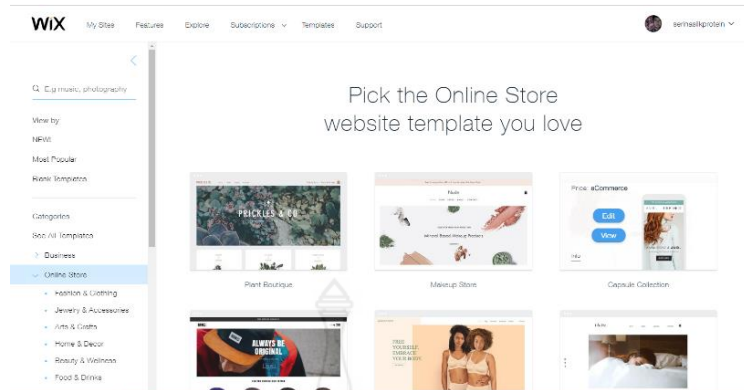
ภาพที่ 3.7 เลือก Create New site เพื่อสร้างเว็บไซต์



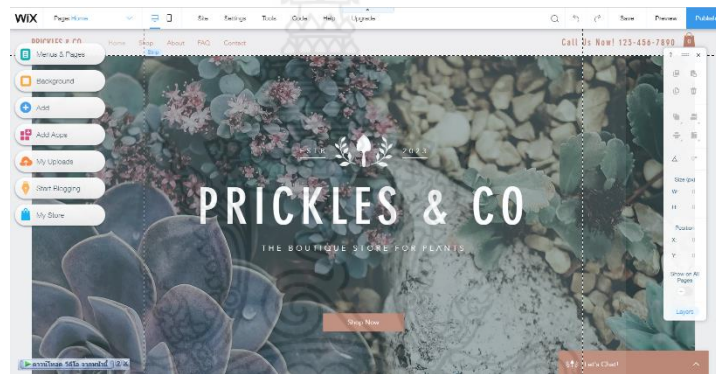
ภาพที่ 3.8 เมื่อเลือกแล้ว WIX จะถามว่าจะสร้างเว็บไซต์แบบไหน เลือก Online store



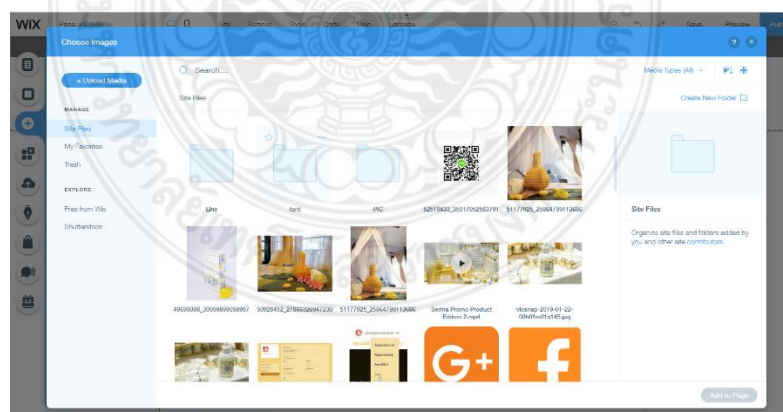
ภาพที่ 3.9 หน้าถัดไป เลือก Choose a template



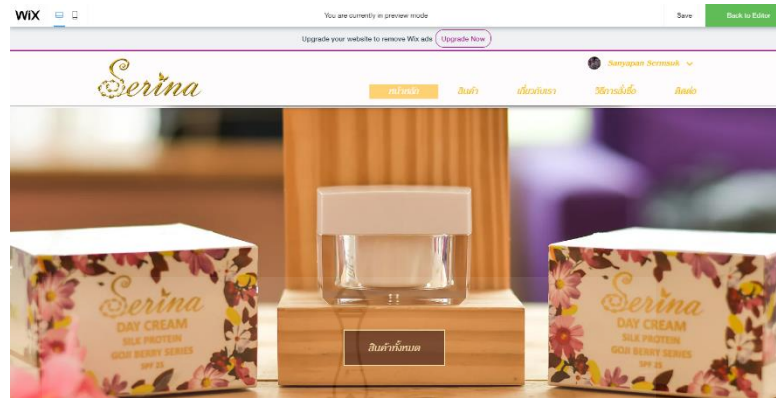
ภาพที่ 3.10 เลือกเทมเพลตที่จะนำมาแก้ไขเป็นเว็บไซต์



ภาพที่ 3.11 แก้เทมเพลตที่เลือก



ภาพที่ 3.12 อัปโหลดภาพสินค้าและวิดีโอที่ค้นลงในเว็บไซต์

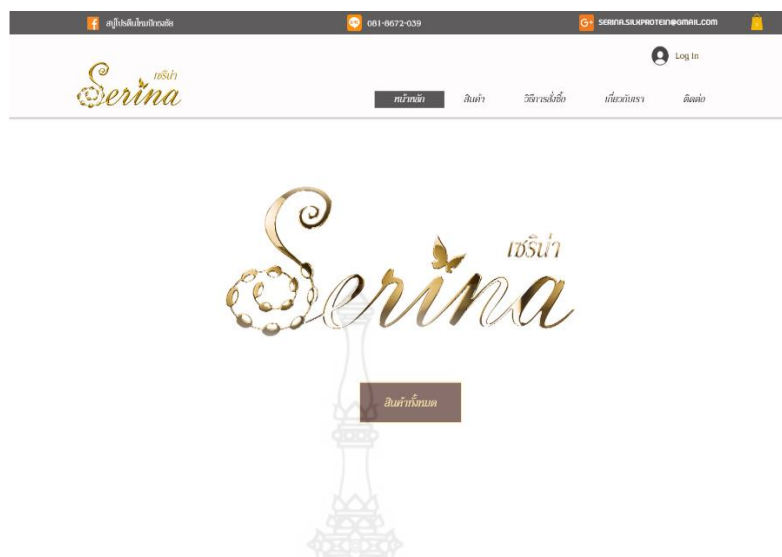


ภาพที่ 3.13 จัดหน้าและรูปภาพให้เรียบร้อยแต่ยังติดข้อความด้านบนเพื่อความเนียน จึงต้องเลือก upgrade now



ภาพที่ 3.14 เลือก Unlimited Store

ภาพที่ 3.15 เลือก month to month เพื่อทดลองใช้งานเว็บไซต์



ภาพที่ 3.16 หน้าหลักเว็บไซต์ <https://serinasilkprotein.wixsite.com/serina>

3.2.4 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production)

3.2.4.1 ตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขสื่อ นำเว็บไซต์และวิดีโอที่ค้นกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และหัวหน้ากลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมาเพื่อตรวจสอบความผิดพลาด พร้อมพิจารณารูปแบบของผลงานก่อนนำไปปรับปรุงแก้ไขจนเนื้อหา องค์ประกอบ ทั้งหมดจนสมบูรณ์ครบถ้วน

3.1.4.2 จัดทำสื่อการตลาดออนไลน์ โดยทำการแก้ไข ปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและหัวหน้ากลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมาอีกครั้งเพื่อเตรียมการเผยแพร่ต่อไป

3.1.4.3 นำสื่อการตลาดออนไลน์ไปทดสอบความพึงพอใจที่เดอะมอลล์โคราชที่บูธของทางกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากร คือ ผู้ใช้สินค้าของทางกลุ่มหัตถศิลป์

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้านักชื้อของทางกลุ่มหัตถศิลป์ จำนวน 24 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เฉพาะผู้ที่ชมเว็บไซต์และมาเลือกซื้อสินค้า

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4.1 เว็บไซต์และสินค้ากลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

3.4.2 แบบประเมินความพึงพอใจของสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

3.5 การดำเนินการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 การดำเนินการทดลอง

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้ศึกษาได้ทำการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ เป็นการทดลองใช้เว็บไซต์ เพื่อเป็นสื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ตามแผนทดลอง (Experimental Designs) ที่ออกแบบขึ้นในการศึกษา โดยอาศัยหลักการการศึกษาและการแปรผลค่าต่าง ๆ ที่ได้ตามหลักสถิติจำนวนผู้ชมสื่อในการทดลองจริง เพื่อเก็บข้อมูลแบบแผนการทดลอง ตามขั้นตอนดังนี้

3.5.1.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย 24 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง

3.5.1.2 ให้กลุ่มเป้าหมายชมเว็บไซต์

3.5.1.3 หลังเสร็จสิ้น ให้ผู้ชมสื่อทำแบบทดสอบความพึงพอใจ

3.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.5.2.1 ขั้นตอนที่ 1 แบบสอบถามความพึงพอใจ มีระดับการประเมิน 5 ระดับ คือ

5	หมายถึง	มีความถึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.4.2.2 ขั้นตอนที่ 2 แบบเสนอความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย (ปลายเปิด)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความพึงพอใจ ดังนี้

ตารางที่ 3.2 ตารางการแปลความหมายข้อมูลของแบบประเมินความพึงพอใจ

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาโครงการพิเศษ เรื่อง สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษาได้ดำเนินโครงการพิเศษตามขั้นตอนและวิธีการที่ได้กำหนดไว้ สามารถนำเสนอผลดำเนินโครงการพิเศษและการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ดังนี้

4.1 ผลการพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ชมสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

4.1 ผลการพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

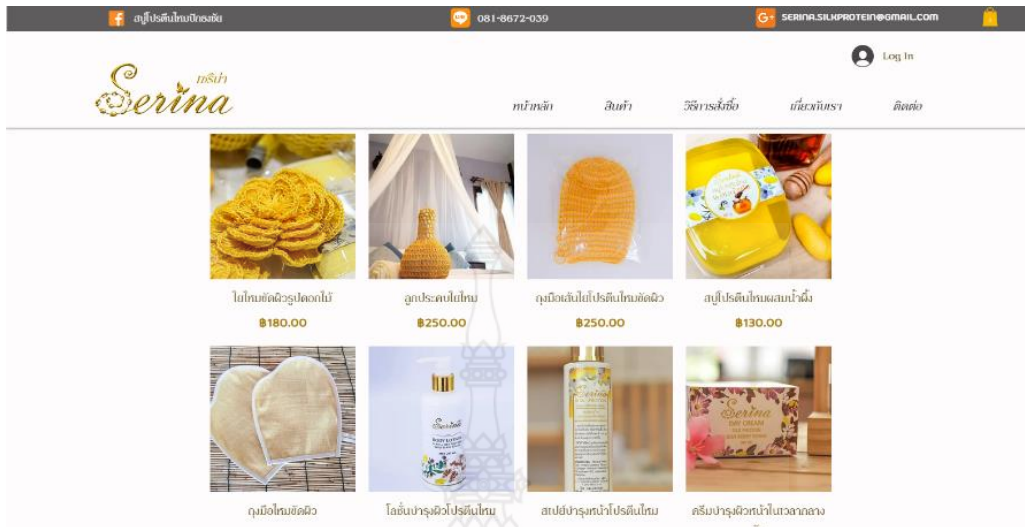
ผลการพัฒนาเว็บไซต์ สามารถนำเสนอผลการพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

4.1.1 สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัด นครราชสีมา

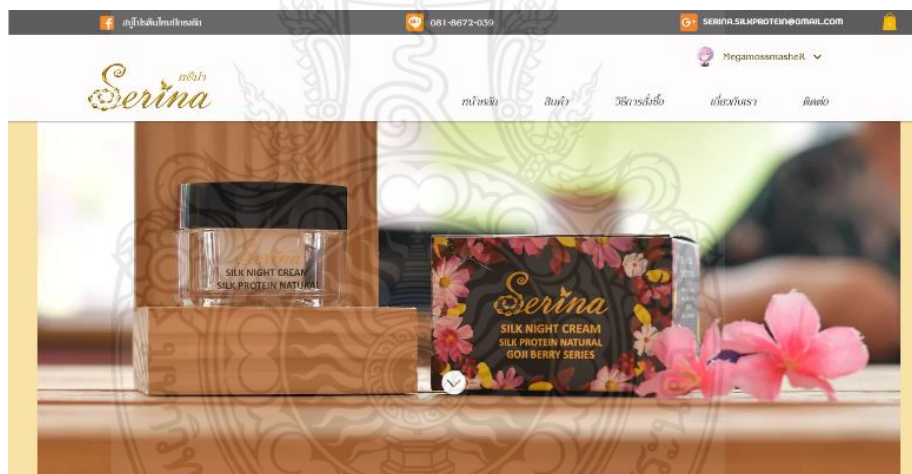
สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัด นครราชสีมา เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมผลงาน สินค้า ช่องทางติดต่อกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา serinasilkprotein.wixsite.com/serina โดยสามารถนำเสนอผลการพัฒนาดังนี้



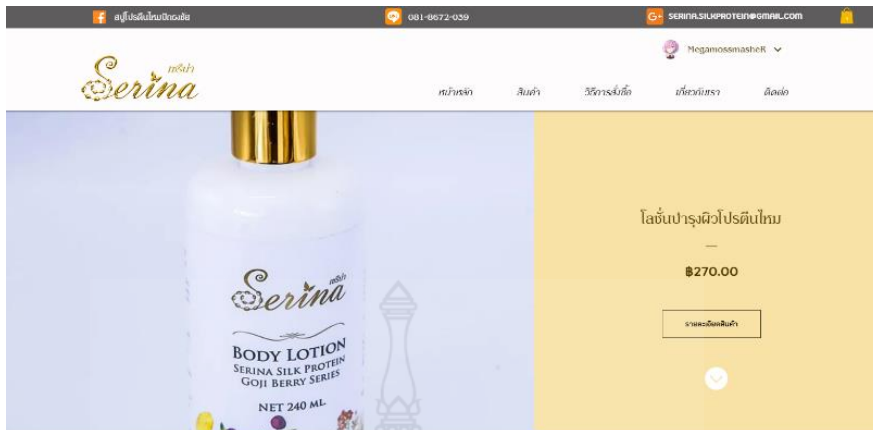
ภาพที่ 4.1 หน้าหลักเว็บไซต์



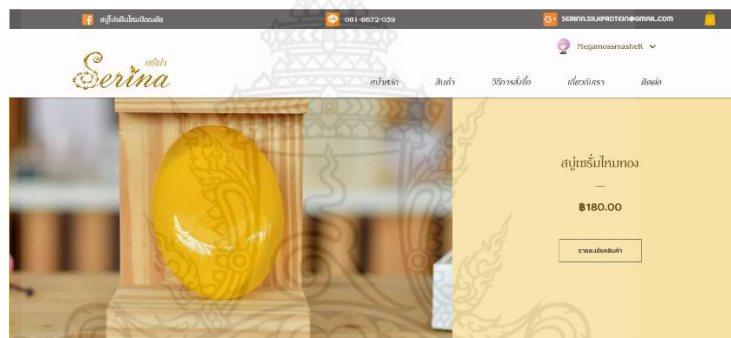
ภาพที่ 4.2 สินค้าทั้งหมด หน้ารวบรวมสินค้าของกลุ่ม



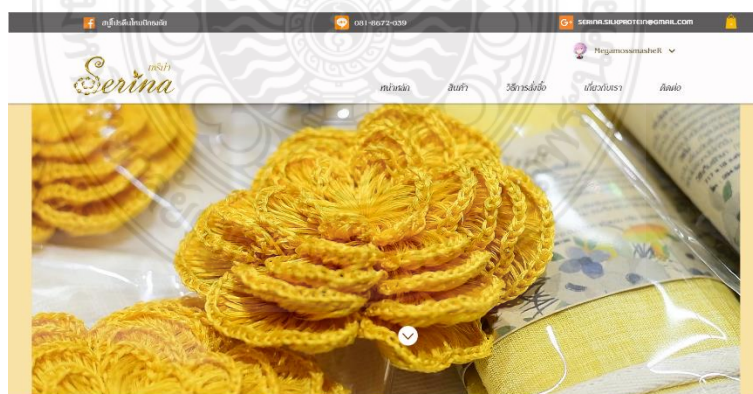
ภาพที่ 4.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า



ภาพที่ 4.4 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว



ภาพที่ 4.5 ผลิตภัณฑ์สำหรับอาบน้ำ



ภาพที่ 4.6 อุปกรณ์เสริมความงาม



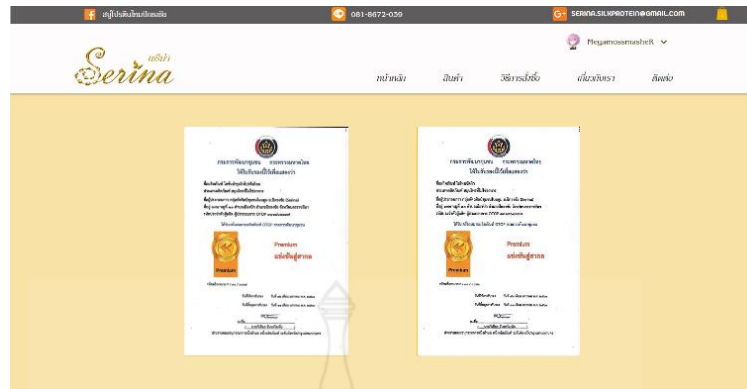
ภาพที่ 4.7 วิธีการสั่งซื้อทางเว็บไซต์ หน้าอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า



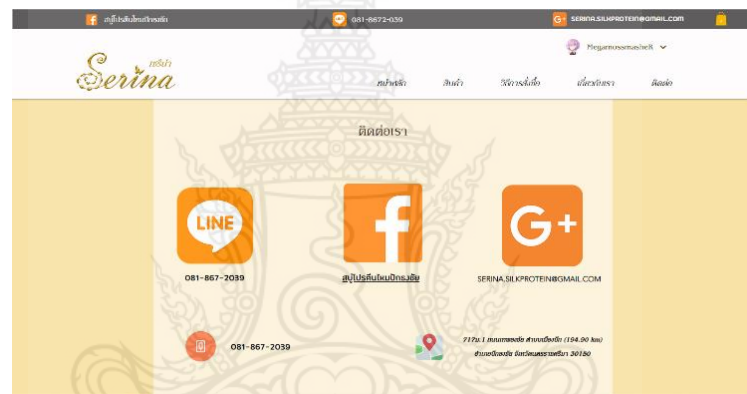
ภาพที่ 4.8 ช่องทางอื่นสำหรับติดต่อ อธิบายการสั่งผ่านช่องทางแฟลชบุ๊กและไลน์



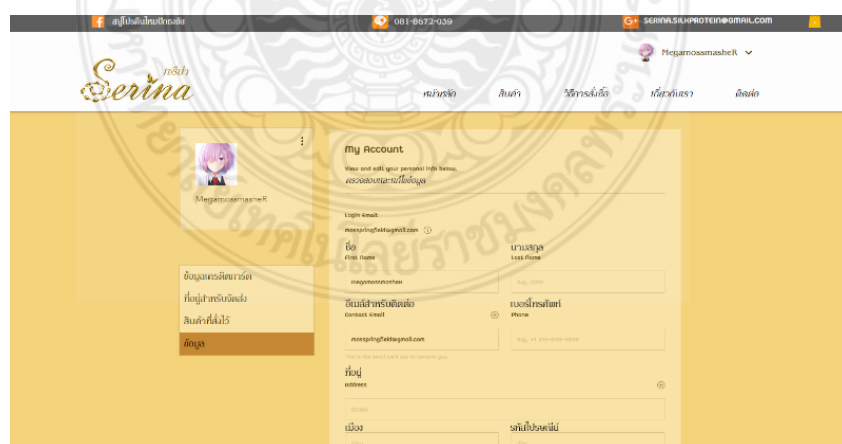
ภาพที่ 4.9 ความเป็นมา อธิบายความเป็นมาของกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา



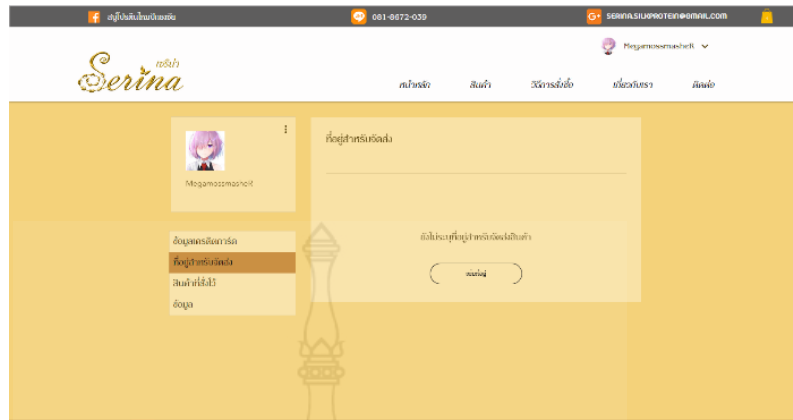
ภาพที่ 4.10 ใบรับรองสินค้า



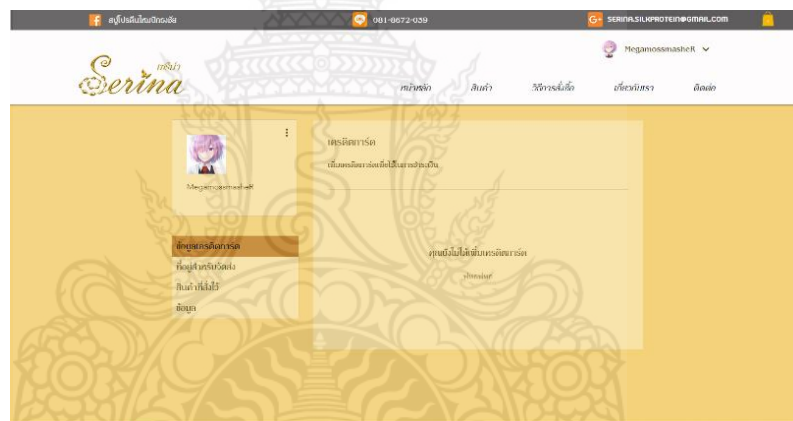
ภาพที่ 4.11 รายละเอียดติดต่อ หน้าที่เชื่อมต่อไปยังช่องทางเฟสบุ๊ค,ไลน์ ,เบอร์โทรศัพท์ , แผนที่ร้าน



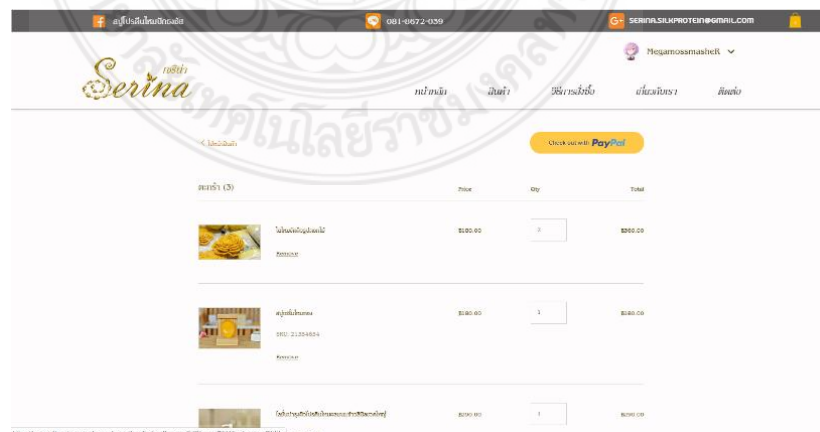
ภาพที่ 4.12 ข้อมูลผู้ใช้งาน หน้าเก็บข้อมูลของผู้ใช้ ชื่อ ,ที่อยู่ ,เบอร์โทร



ภาพที่ 4.13 ข้อมูลที่อยู่สำหรับจัดส่ง ที่อยู่สำหรับจัดส่งสินค้า



ภาพที่ 4.14 ข้อมูลบัตรเครดิต หน้าบอกละเอียดบัตรเครดิตของผู้ใช้เพื่อชำระสินค้า



ภาพที่ 4.15 สินค้าที่สั่งซื้อ หน้าสินค้าที่ผู้ใช้คลิกเลือกไว้และชำระสินค้า

4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สินค้าของกลุ่มหัตถศิลป์ต่อสื่อการตลาดออนไลน์ โดยทำการรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 7 มกราคม พ.ศ. 2562 จำนวน 24 คน ที่ได้รับชมเว็บไซต์ ผลการศึกษาความพึงพอใจสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศและอายุ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) สามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ตารางที่ 4.1 เพศของนักศึกษา

ข้อ	เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1.	ชาย	2	8.3
2.	หญิง	22	91.7
	รวม	24	100

จากตารางที่ 1 จำนวนผู้ชมสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมาเป็นเพศหญิง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 และเพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 4.2 ผู้สนใจสินค้ากลุ่มหัตถศิลป์ กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

ข้อ	อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1.	ต่ำกว่า 18	1	4.2
2.	19-24	4	16.7
3.	25-34	6	25
4.	35-50	11	45.8
5	50 ปีขึ้นไป	2	8.3
	รวม	24	100.00

จากตารางที่ 2 ผู้สนใจสินค้ากลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 24 คน อายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.2 อายุ 19-24ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7 อายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 อายุ 35-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 อายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตอนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจจากผู้ชมสื่อทุกเพศ ที่ชมสื่อ ได้จัดทำแบบสอบถามความคิดเห็น เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาระดับไควความพึงพอใจ ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ผลของความพึงพอใจด้านเนื้อหาของสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

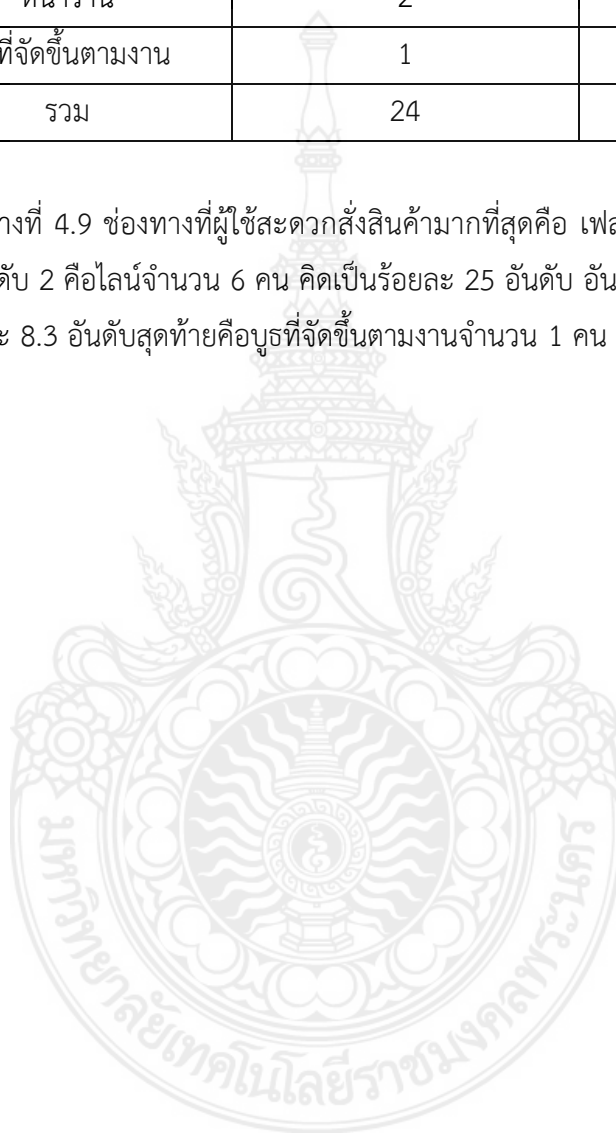
ด้านเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ					การแปลความหมาย		
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
1.เนื้อหาข้อมูลภายในเว็บ	20 (83.3)	4 (16.7)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.83	0.38	มากที่สุด
2.ข้อมูลสินค้า	19 (79.2)	5 (20.8)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.79	0.41	มากที่สุด
3.เนื้อหาเข้าใจง่าย	22 (91.7)	2 (8.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4.91	0.28	มากที่สุด
ผลรวมด้านเนื้อหา						4.48	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูมจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้รับใช้มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาเข้าใจง่ายอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อ 3) เนื้อหาในเว็บเข้าใจง่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.91 รองลงมาคือข้อ 1) เนื้อหาข้อมูลภายในเว็บ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.83 และข้อ 2) ปริมาณเนื้อหาในชิ้นงานมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ช่องทางที่สะดวกส่งสินค้ามากที่สุด

ข้อ	ช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
1.	เฟสบุ๊ก	15	62.5
2.	ไลน์	6	25
3.	หน้าร้าน	2	8.3
4.	บูธที่จัดขึ้นตามงาน	1	4.2
	รวม	24	100.00

จากตารางที่ 4.9 ช่องทางที่ผู้ใช้สะดวกส่งสินค้ามากที่สุดคือ เฟสบุ๊กจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 อันดับ 2 คือไลน์จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับ 3 คือหน้าร้านจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 อันดับสุดท้ายคือบูธที่จัดขึ้นตามงานจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2



บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินโครงการพิเศษ เรื่องสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำผลการวิจัยมาสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง สื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมาสามารถสรุปผลการดำเนินการศึกษาได้ ดังนี้

โครงการงานนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสร้างออกแบบและพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อออกแบบและพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์ กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม โดยมีสบูโปรตีนไหม Serina silk เป็นกรณีศึกษา ขอบเขตการวิจัยอยู่ที่การพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์ ให้กับกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา โดยมีเนื้อหาภายในเว็บไซต์ประกอบไปด้วย ข้อมูลสินค้า ประวัติความเป็นมา ช่องทางการติดต่อสั่งซื้อผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น เฟสบุ๊กและไลน์ เป็นต้น โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ที่สนใจสินค้าสบูโปรตีนไหม และกลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์สบูโปรตีนไหม จำนวน 24 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง จากการออกบูธแสดงสินค้า ระหว่างวันที่ 6-7 มกราคม พ.ศ. 2562 (2) โดยตัวแปรต้น คือ เพศ และอายุ

สรุปผลของการพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์มีเว็บไซต์และวีดิทัศน์การทำสบูโปรตีนไหม โดยเว็บไซต์มีทั้งหมด 15 หน้าประกอบไปด้วย 1.หน้าหลัก 2.หน้ารวมสินค้า 3. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า 4. ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว 5.ผลิตภัณฑ์อาบน้ำ 6.อุปกรณ์เสริมความงาม 7.วิธีการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ 8.ช่องทางการติดต่อสั่งซื้อผ่านช่องทางอื่น 9.ความเป็นมา 10.ใบรับรองสินค้า 11.รายละเอียดการติดต่อ 12. ข้อมูลผู้ใช้งาน 13.ข้อมูลการจัดส่งสินค้า 14.ข้อมูลบัตรเครดิต 15.สินค้าที่สั่งซื้อและชำระสินค้า และมีลิงภายนอกสำหรับติดต่อซื้อสินค้า วิดีทัศน์จะเสนอเกี่ยวกับการสบูโปรตีนไหมและสินค้าของทางกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา

จากการนำเว็บไซต์ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างพบว่าข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย 2 คน หรือ ร้อยละ 8.3 และเพศหญิง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7

อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ช่วงอายุ 19-24 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ช่วงอายุ 25-34 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ช่วงอายุ 35-50 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ผลการประเมินภาพรวมความพึงพอใจที่มีต่อกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้รับชมมีความพึงพอใจต่อกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อ 1) ด้านเนื้อหาที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.84

ข้อเสนอแนะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สบู่อปกรณศิลปกรรมออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ เนื้อหาดูแล้วเข้าใจง่าย ภาพสินค้าดูน่าสนใจ มีรายละเอียดช่องทางอื่นครบถ้วน

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาเรื่องสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา โดยนำเสนอเกี่ยวกับสินค้าของกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมาพบว่า เว็บไซต์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก มีภาพและคำอธิบายสินค้าทำให้ผู้ชมมีความเข้าใจ มีช่องทางเพ็ชบุ๊คและไลน์สำหรับติดต่อสั่งซื้อสินค้าของทางกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมาทำให้สะดวกสำหรับติดต่อซื้อขายในช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตของดลฤทธิ เสฎฐสุวจะ (2559) ที่พัฒนาเว็บไซต์ให้กับชุมชน เว็บไซต์แสดงสถานที่ท่องเที่ยวและแผนที่ของชุมชนตำบลน่าน อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการผลิตสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ความรู้และหาความพึงพอใจของผู้ชม พบว่า ผู้ชมเว็บไซต์มีความพึงพอใจต่อสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อนำเว็บไซต์ที่ผลิตขึ้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และมีการศึกษาต่อยอดดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและนำไปใช้ประโยชน์

จากการผลิตสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมาผู้ศึกษาเห็นว่า เว็บไซต์ที่ผลิตยังมีข้อบกพร่องในส่วนต่าง ๆ ประกอบด้วยเนื้อหาที่ค่อนข้างมาก ซึ่งผู้ที่จะทำการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกในลักษณะนี้มีข้อพึงระวัง ได้แก่

- 1) ควรเพิ่มเนื้อหาวิวสินค้า
- 2) ควรมีโปรโมชั่นและส่วนลดในเว็บไซต์ สำหรับผู้เป็นสมาชิกหรือซื้อสินค้าจำนวนมาก

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

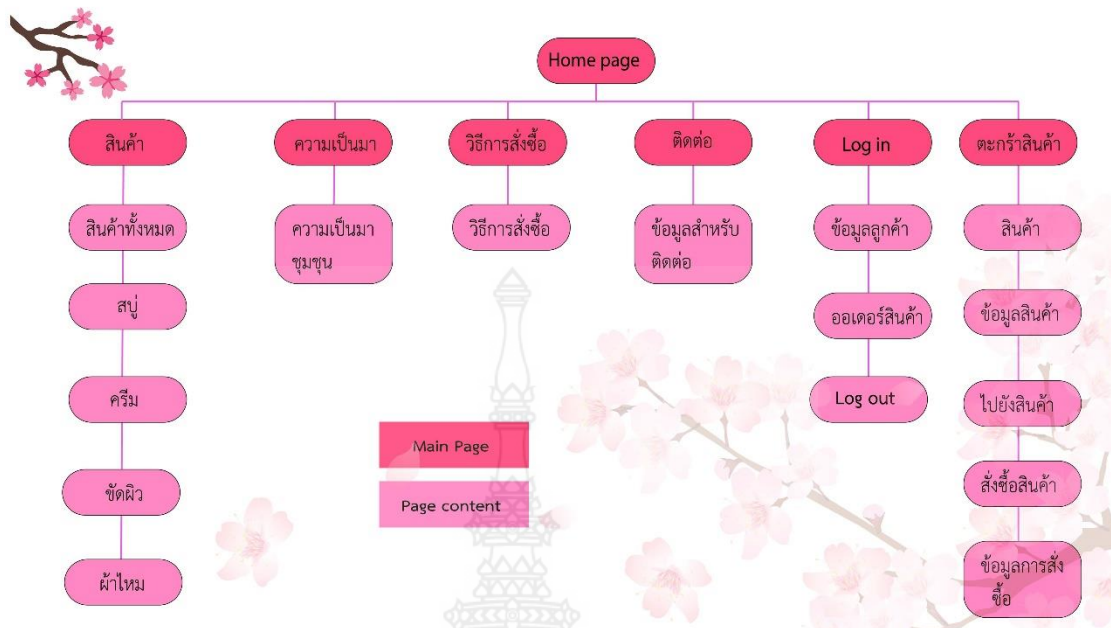
จากการศึกษาและพัฒนาสื่อการตลาดออนไลน์กลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมาในครั้งนี้ เป็นสื่อให้ทางกลุ่มกลุ่มหัตถศิลป์ ชุมชนโนนตูม จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้ยังสามารถนำไปพัฒนาสื่อ โดยใส่วิดีโอรีวิวนสินค้าเพิ่มความน่าสนใจยิ่งขึ้น



ภาคผนวก ก

ไซต์แม่พ



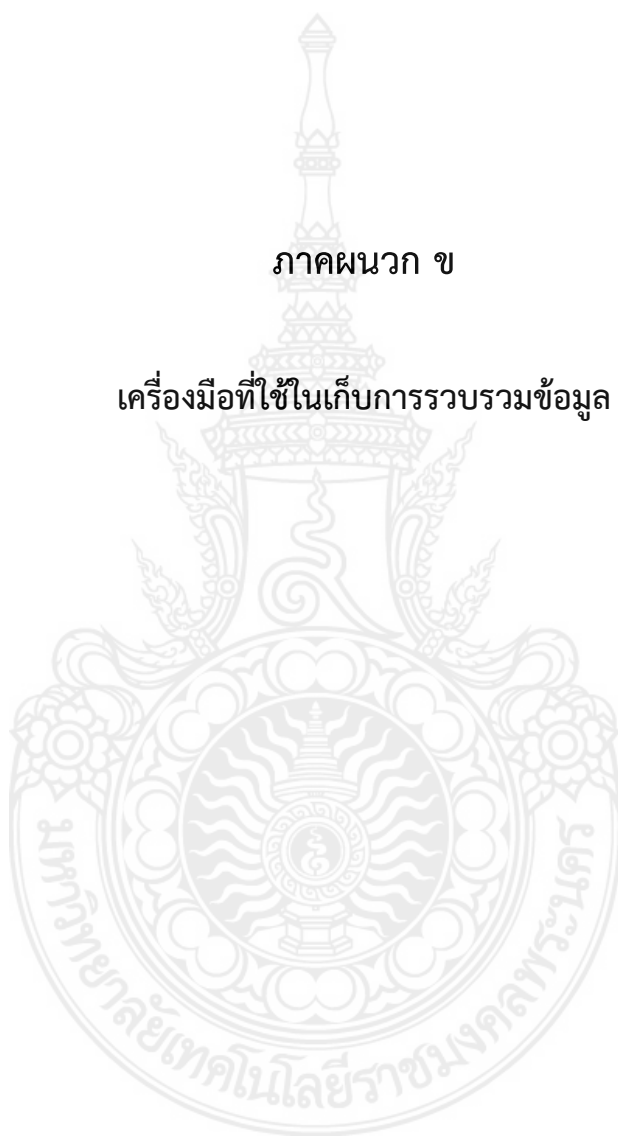


ไซตแมพ



ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในเก็บการรวบรวมข้อมูล



แบบสอบถามความพึงพอใจผู้ใช้เว็บไซต์

ช่วงอายุ

- ต่ำกว่า 18 ปี
- 19-24
- 25-34
- 35-50
- 50 ปีขึ้นไป

เพศ

- ชาย
- หญิง

สะดวกส่งสินค้าทางช่องทางใดมากที่สุด

- ไลน์
- เฟสบุ๊ค
- หน้าร้าน
- บุชที่จัดขึ้นตามงาน
- อื่นๆ: _____

ภาพ ข.1 แบบสอบถามความพึงพอใจออนไลน์

ความสะดวกในการใช้เว็บไซต์ดูข้อมูลสินค้า

- พอใช้
- ปานกลาง
- ดี
- ดีมาก

รู้จักสินค้าของ Serina ทางช่องทางใด

- เฟสบุ๊ก
- line
- การบอกต่อ
- บุรุษสินค้าที่จัดตามงาน
- อื่นๆ: _____

เหตุผลที่เลือกสินค้าของทาง Serina

- ดูแลผิวพรรณ
- อื่นๆ: _____

ภาพ ข.2 แบบสอบถามความพึงพอใจออนไลน์

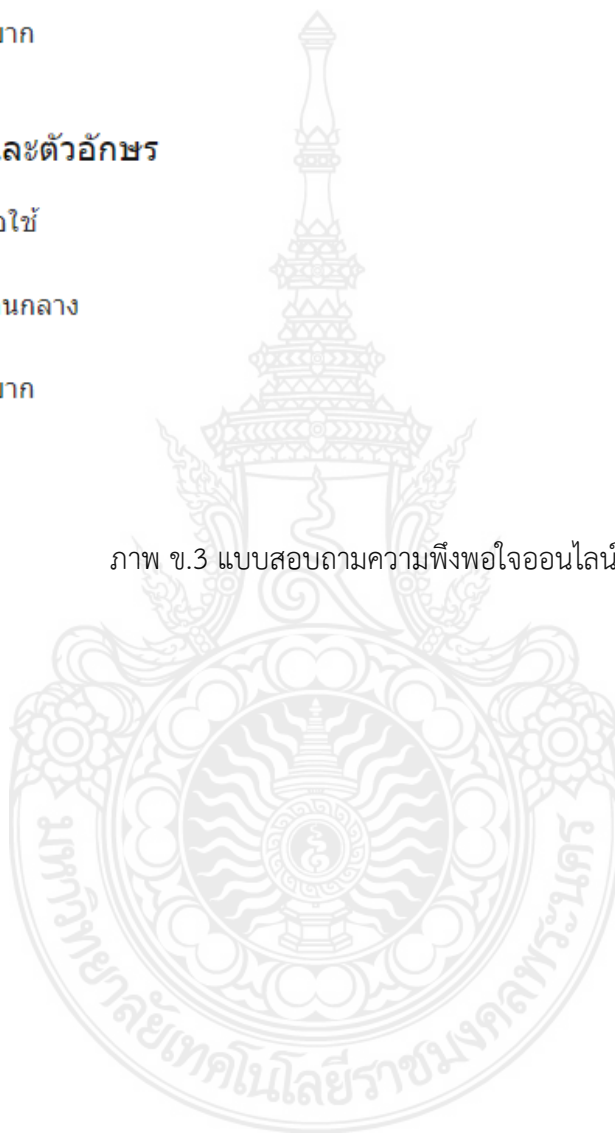
เนื้อหาภายในเว็บไซต์

- พอใช้
- ปานกลาง
- ต่ำมาก

ภาพและตัวอักษร

- พอใช้
- ปานกลาง
- ต่ำมาก

ภาพ ข.3 แบบสอบถามความพึงพอใจออนไลน์



ภาคผนวก ค

ภาพการเก็บแบบสอบถามความพึงพอใจ





ภาพ ง.1 การเก็บแบบสอบถามความพึงพอใจ



บรรณานุกรม

- การออกแบบอินโฟกราฟิก. (ม.ป.ป.). [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2561, จาก <https://www.learningstudio.info/infographics-design/>
- จงรัก เทศนา. (ม.ป.ป). **อินโฟกราฟิกส์ (Infographics)**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 30 มกราคม 2560 จาก http://www.krujongrak.com/infographics/infographics_information.pdf.
- จตุพงษ์ ภูสุมาศ. (2560). **Principles Infographic**. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.
- ไชยรัตน์ ปราณี และคณะ. (2552). **รูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความสมานฉันท์ของเยาวชนไทย**. (รายงานผลการวิจัย). นครสวรรค์: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ถนอม เลหาจรัสแสง. (2541). **คอมพิวเตอร์ช่วยสอน**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธัชพล อินทรเทวี. (2556). **ทัศนคติของคนไทยที่มีต่อการสื่อสารในรูปแบบอินโฟกราฟิกและข้อความในการรณรงค์เพื่อสังคม**. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราณี สุรสิทธิ์. (2555). **รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความสมานฉันท์ของผู้นำชุมชน ในเขตจังหวัดนนทบุรี**. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. (2544). **เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเครชั่น.
- พิชชยานาฏ รีรักษ์. (2553). **ระบบสี (Color Model)**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2561 จาก <http://tc.mengrai.ac.th/krunoom/instruction/photoshop/unit1-2.php>
- เพิ่มศักดิ์ มกราริรมย์. (2555). **สันติวัฒนธรรม**. เอกสารประกอบการอบรมเรื่องสันติวัฒนธรรม, สถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการเสริมสร้างความสมานฉันท์แห่งชาติ (2550). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 124 ตอนพิเศษ. 199 ง หน้า 1-2.
- สนั่น สระแก้ว. (ม.ป.ป.). **ขั้นตอนการทำอนิเมชัน**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2560 จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=36&chap=7&page=t36-7-infodetail04.html>
- สมเกียรติ ตั้งนโม. (2536). **ทฤษฎีสี : A complete guide for Artists by Ralph Fabri**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สยามฮาดอทคอม. (ม.ป.ป). [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 23 มกราคม 2561 จาก <http://km.siamha.com/การสื่อสารหมายถึง.html>

- สุกัญญา เสรีนนท์ชัย. 2550. การสื่อสารในกระบวนการยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ ศึกษากรณีการ
ประชุมกลุ่ม ครอบครัวและชุมชนเพื่อแก้ไขและฟื้นฟูเด็กและเยาวชนที่กระทำผิด.
(รายงานผลการวิจัย). ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อ
การสื่อสารและพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อานันท์ นิรมล. 2556. การพัฒนาเครือข่ายแกนนำเยาวชนเพื่อสร้างสื่อสำหรับสังคมสมานฉันท์.
ประชุมวิชาการระดับชาติพิบูลสงครามวิจัย. Rajabhat Journal of Science,
Humanities & Social Sciences
- อาภาศิริ สุวรรณานนท์ และ คณะ. (2558). รูปแบบการเสริมสร้างความสมานฉันท์ภายใต้บริบท
ความขัดแย้งของสังคมไทย. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการ
เสริมสร้างความสมานฉันท์แห่งชาติ กระทรวงยุติธรรม.

