

## แบบบันทึกองค์ความรู้รายบุคคล



๑. ชื่อองค์ความรู้ เทคนิคการส่งเสริมการตลาดแนวใหม่ผ่านอินเทอร์เน็ต
๒. ชื่อเจ้าขององค์ความรู้ นางสาวทันตา เกกิงกาญจน์
๓. หมวดองค์ความรู้ที่บ่งชี้ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัว เทคนิคการส่งเสริมการตลาดดิจิทัล
๔. ที่มาและเป้าหมายของการจัดการองค์ความรู้

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP ถือเป็นนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากที่ทุกรัฐบาลให้ความสำคัญ และเป็นแนวทางในการต่อสู้กับปัญหาความยากจนของประเทศที่ส่งเสริมให้คนในชุมชนให้ความสำคัญและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเองเป็นจุดแข็งในการพัฒนาศักยภาพเพื่อพัฒนาตนเองให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนระดับฐานรากที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงละยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงเศรษฐกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจโลก กรมการพัฒนาชุมชนเป็นหน่วยงานหลักที่ดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ดำเนินการขึ้นทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด โดยมุ่งเน้นให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP พัฒนาขีดความสามารถในการประกอบอาชีพและสร้างรายได้แก่ตนเอง ชุมชน ประเทศ

กระบวนการส่งเสริมและพัฒนาการผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ของกรมการพัฒนาชุมชน ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ กล่าวคือต้นน้ำ โดยการสนับสนุนให้ชุมชนรวมกันก่อตั้งเป็นกลุ่มอาชีพ ค้นหาภูมิปัญญาชุมชนดั้งเดิมพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรในชุมชนเป็นหลัก รวมถึงการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่คนรุ่นหลังและการอนุรักษ์หรือสร้างทรัพยากรให้มีการใช้อย่างต่อเนื่อง จัดให้มีการลงทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP และการจำแนกศักยภาพของผู้ผลิตฯ และผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นข้อมูลเข้าสู่กระบวนการส่งเสริม และพัฒนาการส่งเสริมช่วงกลางน้ำ ดำเนินการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ให้มีความพร้อมเชิงธุรกิจ สามารถแข่งขันกับภายนอกได้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพมาตรฐาน และความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการรวมพลังสร้างเป็นเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สำหรับปลายน้ำนั้นเน้นการส่งเสริมด้านการตลาด ตั้งแต่ตลาดระดับชุมชน ท้องถิ่น ภูมิภาค ระดับประเทศและการตลาดชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ตลาดต่างประเทศ

๕. วิธีการ/ขั้นตอนการจัดการความรู้
  - ๕.๑ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดจัดเตรียมฐานข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ที่ผ่านการลงทะเบียน OTOP
  - ๕.๒ ประชุมชี้แจงแนวทางการดำเนินการตามยุทธศาสตร์กรมการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัวด้านการพัฒนาการตลาดแก่เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนระดับอำเภอ
  - ๕.๓ ประชาสัมพันธ์แนวทางการพัฒนาการตลาดเพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ที่มีความประสงค์เข้ารับการอบรมการส่งเสริมการตลาดยุคใหม่ โดยดำเนินการตามยุทธศาสตร์ของกรม
  - ๕.๔ พิจารณาคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ที่มีความต้องการและความพร้อมในการเข้ารับการอบรม ตามแนวทางของกรมและส่วนราชการที่ให้ความรู้

๕.๕ ประชุมให้ความรู้แก่กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP เรื่องกลยุทธ์การตลาดแนวใหม่โดยผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ประกอบด้วย อินเทอร์เน็ต เพสบุ๊ค ทวิตเตอร์

๖.ผลที่ได้จากการจัดการจัดความรู้

- ๖.๑ เทคนิคและแนวทางการทำงาน ผูกอบรมให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยการใช้แนวทางการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต ใช้หลัก 4Cs ประกอบด้วย Consumer คือการเน้นความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก เข้าถึงใจผู้บริโภคให้มากที่สุด รวมถึงการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้ตรงใจลูกค้า, Cost ทำต้นทุนให้ต่ำเพื่อจะได้กำหนดราคาขายถึงมือผู้บริโภคต่ำไปด้วยซึ่งจะเป็นที่ได้เปรียบในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่ง.Convenience ช่องทางการจำหน่ายต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสะดวกซื้อมากที่สุด และCommunications หมายถึงการสื่อสาร เป็นการติดต่อสื่อสารที่ต้องสะดวก ง่าย รวดเร็ว การสื่อสารที่ต้องสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคและตลาด ซึ่งได้แก่การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย รวมถึงการกระตุ้นตลาด ได้แก่การจัดการแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการงานโชว์ การตลาดเชิงรุกหรือการตลาดแบบตรงและเข้าถึงลูกค้ารายตัว โดยอินเทอร์เน็ตช่วยในแต่ละ C คือ
- 1.Consumer อินเทอร์เน็ตช่วยลดความห่างระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคให้น้อยลง ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคสามารถส่ง Comment ตรงถึงผู้ประกอบการได้ซึ่งตรงนี้จะป็นข้อมูลสำคัญเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขในสิ่งที่ลูกค้าต้องการส่วนผู้ประกอบการก็สามารถเข้าใจถึงผู้บริโภคมากขึ้น
  2. Cost ต้นทุนการดำเนินการลดลงได้หากใช้อินเทอร์เน็ต เป็นต้นว่าใช้อีเมลในการติดต่อแทนโทรศัพท์ส่งอีเมลแทนส่งแฟกซ์เหล่านี้ทำให้ประหยัดค่าดำเนินการทั้งสิ้น
  3. Convenience อินเทอร์เน็ตช่วยให้ซื้อสะดวกขึ้น นั่นคือการสั่งซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ตเพียงแค่นั่งหน้าจออินเทอร์เน็ตที่ไหนก็สามารส่งซื้อของได้
  - 4.communications อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญ ทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อได้อย่างดี การส่งเสริมการขายก็สามารถทำผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ข้อดีของอินเทอร์เน็ตคือทำให้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายนั้นแผ่ขยายวงกว้างออกไป ไม่เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง สื่อใดสื่อหนึ่งแต่หมายถึงการสร้างความรู้ได้ทั่วโลก

๖.๒ ปัจจัยแห่งความสำเร็จคือ การเพิ่มรายได้และช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการผ่านการโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของโซเชียลมีเดีย เช่น เพสบุ๊ค ทวิตเตอร์ ยูทูป

๖.๓ ปัญหาและวิธีแก้ไข

- กลุ่มขาดความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์ ต้องมีการฝึกอบรมการให้ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์เพื่อให้กลุ่มสามารถใช้ความรู้จากการฝึกอบรมมาพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและตลาด

๖.๔ ผลลัพธ์จากการแก้ปัญหาและการพัฒนา

กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP มีช่องทางการตลาดเพิ่มในเชิงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้โอกาสของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารสร้างช่องทางการจำหน่ายทางโซเชียลมีเดีย เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เพชบุ๊ค ไลน์ โดยกลุ่มจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ การบริหารจัดการกลุ่มที่เป็นที่ต้องการของตลาดและผู้ซื้อ