

แบบเสนอโครงการบริการวิชาการ
เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณโครงการบริการวิชาการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

1. ชื่อโครงการ “เสริมศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนด้วยการสื่อสารการตลาดออนไลน์”

2. ระบุความสอดคล้องตามประกาศมหาวิทยาลัยและยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน

2.1 ระบุยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 บริการวิชาการสู่ชุมชน

2.2 ระบุความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์คณะ/หน่วยงาน

สร้างสรรค์วิชาการ บริการสู่สังคม ส่งเสริมความรู้สู่งานวิจัย

3. พื้นที่/ชุมชนเป้าหมาย

3.1 ความต้องการของชุมชน (จะต้องมีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สะท้อนถึงความต้องการของชุมชน)

ตามทีมงานบริการวิชาการ คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ได้จัดโครงการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชน ระหว่างวันที่ 16-18 มีนาคม 2561 ที่ผ่านมา โดยได้รับความสนใจจากกลุ่มธุรกิจชุมชนในพื้นที่เป็นอย่างมาก เนื่องจากทั้งหมดเห็นว่าเป็นโครงการที่จะช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีมาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและความต้องการของผู้บริโภค ที่จะทำให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น

จากการจัดกิจกรรมที่ผ่านมาพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนดังกล่าวมีช่องทางการสื่อสารการตลาดและการจำหน่ายผ่านทางระบบออนไลน์ที่เรียกว่า สื่อสังคม (Social media) กันจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันแทบจะเป็นช่องทางสำคัญในการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม ซึ่งจากการสอบถามปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนดังกล่าว พบว่า กลุ่มยังไม่สามารถทำการสื่อสารการตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เข้าถึงและโดนใจผู้รับสาร

ตัวอย่างปัญหาที่ผู้ประกอบการพบ เช่น การถ่ายภาพสินค้าเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อสังคม ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการขาดทักษะการถ่ายภาพเพื่อสื่อสารเป็นอย่างมาก ทำให้สินค้าที่ได้รับการเผยแพร่ออกไป ไม่โดนใจผู้รับสาร ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการเขียนข่าวเล่าเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มและผลิตภัณฑ์ของตนเอง ซึ่งการเขียนเล่าเรื่องผ่านสื่อสังคม นั้น มีความสำคัญไม่น้อยที่จะช่วยส่งเสริมคุณค่าของสินค้าและกลุ่ม ที่จะเป็นส่วนสำคัญให้ผู้รับสารเห็นคุณค่าของการช่วยสินค้าของผู้ประกอบการชุมชน

เหล่านี้เป็นตัวอย่างที่ได้รับการสะท้อนจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมอบรมในวันดังกล่าว ซึ่งเป็นส่วนที่คณะวิทยาการสื่อสารมีองค์ความรู้ดังกล่าวที่สามารถถ่ายทอดให้แก่ผู้ประกอบการได้ เนื่องจากเห็นว่าการสื่อสารการตลาดออนไลน์นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบัน การสื่อสารการตลาดออนไลน์จะ

ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีโอกาสในการตลาดและการขายใหม่ ๆ สร้างการรับรู้ในวงกว้างทั้งประชาสัมพันธ์ หรือ แคมเปญโฆษณาต่าง ๆ สร้างโอกาสในการขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง¹

ดังนั้นคณะวิทยาการสื่อสารจึงเล็งเห็นว่า หากผู้ประกอบการชุมชนได้รับการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารการตลาดออนไลน์จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การประกอบการของชุมชนมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น จึงได้จัดโครงการเสริมศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนด้วยการสื่อสารการตลาดออนไลน์ขึ้น

3.2 ระบุจำนวนผู้รับบริการ

ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในจังหวัดปัตตานีและใกล้เคียง จำนวน 30 คน

4 ระยะเวลา/สถานที่ดำเนินการ (โปรดระบุวัน/เดือน/ปี)

3 กรกฎาคม – 15 สิงหาคม 2561 (2 เดือน)

สถานที่ดำเนินการ คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

5. ผู้รับผิดชอบโครงการ

3.1 คณะทำงาน/หน่วยงาน คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

3.2 หน่วยงานร่วม(ภายใน/ภายนอก) -

3.3 วิทยากร ผู้เชี่ยวชาญภายนอก/คณาจารย์และบุคลากร คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

6. หลักการและเหตุผล

การสื่อสารการตลาด หมายถึง การสื่อสารเพื่อให้ผู้รับสารเข้าถึงตราสินค้า สินค้า และบริการให้ได้ตรงตามที่ต้องการ โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารทั้งคำพูด รูปแบบ (รูป รส กลิ่น เสียง) ซึ่งต้องมีการวางแผนและประยุกต์เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อส่งสารถึงผู้รับสารได้ตรงกับวัตถุประสงค์การสื่อสาร เครื่องมือที่นักการสื่อสารการตลาดใช้สำหรับการสื่อสารการตลาด ได้แก่²

- การโฆษณา (Advertising)
- การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
- การสื่อสารการตลาดทางตรง (Direct Marketing Communication)
- การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด (Sales Promotion Communication)
- สื่อสารแบบส่วนตัว (Personal Communication)
- การสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด (Sponsorship and Event)

¹ ข้อมูลจากเพื่อนคู่คิดธุรกิจออนไลน์ <https://www.wynnsoft-solution.com/10-online-marketing-strategy>

² ข้อมูลจาก groupmarketingsites รายละเอียดเพิ่มเติมที่ <http://onlinetomarketing.blogspot.com/2012/03/blog-post.html>

ปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้รับสารหรือผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้การเข้าถึงลูกค้าจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว ซึ่งธุรกิจขนาดใหญ่สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากศักยภาพที่สามารถจะดำเนินการดังกล่าวได้ ขณะที่ธุรกิจขนาดเล็กหรือระดับชุมชน ยังขาดทักษะอย่างมากที่จะทำการสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคหรือจำหน่ายสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

สำหรับการสื่อสารการตลาดออนไลน์นั้น เป็นการสื่อสารที่มีกิจกรรมการสื่อสารการตลาดผ่านระบบออนไลน์ ทั้งการซื้อการขาย การโฆษณาหรือการวางแผนการตลาดผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งการใช้เครื่องมือออนไลน์ดังกล่าวสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดค่าใช้จ่าย ทั้งในเรื่องของสินค้า พนักงานขาย และให้บริการได้ตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง โดยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีผู้ใช้อย่างกว้างขวางทำให้ปริมาณการซื้อขายเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องศึกษาเรื่องของสินค้า ช่องทางการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อให้การใช้สื่อประเภทนี้มีประสิทธิภาพสูงสุด การสื่อสารการตลาดออนไลน์นั้นแบ่งเป็น 9 ประเภทด้วยกัน ประกอบด้วย

- ตราสินค้า (Branding)
- สื่อสังคม (Social media)
- การตลาดเนื้อหา (Content marketing)
- การตลาดอีเมล (E-mail marketing)
- วิดีโอ (Video marketing)
- การปรับแต่งเว็บไซต์ให้ค้นหา (SEO)
- การออกแบบเว็บไซต์ (Web design)
- การพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application development)
- การทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต (SEM)

การสื่อสารการตลาดออนไลน์นั้นมีเครื่องมือจำนวนมาก โดยโครงการนี้จะมีการคัดเลือกบางส่วนตัวมาใช้ในการเสริมศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนเพื่อให้สอดคล้องกับศักยภาพและการใช้ประโยชน์ได้จริง โดยจะมีการคัดเลือกเครื่องมือ 1) สื่อสังคม 2) การตลาดเนื้อหา และ 3) การสื่อสารวิดีโอ ซึ่งสามารถนำมาใช้ได้จริงในการสื่อสารของผู้ประกอบการ

7. วัตถุประสงค์

1. เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการสื่อสารการตลาดออนไลน์
2. เพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนในพื้นที่จังหวัดปัตตานีและใกล้เคียง ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

8. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (ตัวชี้วัดตามวัตถุประสงค์)

1. ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในจังหวัดปัตตานีและใกล้เคียงมีความรู้ความเข้าใจด้านการสื่อสารการตลาดออนไลน์

2. ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในจังหวัดปัตตานีและใกล้เคียงมีทักษะด้านการสื่อสารการตลาดออนไลน์ และสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง
3. ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในจังหวัดปัตตานีและใกล้เคียงมีเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

9. ความสอดคล้องกับพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัยและตัวชี้วัดประกันคุณภาพด้านบริการวิชาการของมหาวิทยาลัย (สามารถระบุได้มากกว่า1ข้อ และจะต้องมีหลักฐานเชิงประจักษ์ เมื่อดำเนินโครงการแล้วเสร็จ)

สอดคล้องกับพันธกิจ 1 พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นสังคมฐานความรู้บนพื้นฐานพหุวัฒนธรรม และหลักเศรษฐกิจพอเพียงโดยให้ผู้ใฝ่รู้ได้มีโอกาสเข้าถึงความรู้ในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

1. พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นสังคมฐานความรู้ในศาสตร์ด้านการสื่อสาร สามารถจัดการองค์ความรู้ที่มีอยู่ และใช้เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสม และมีหลากหลายรูปแบบมาช่วยในการเผยแพร่ความรู้ไปยังชุมชนบนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้
2. เปิดโอกาสให้ตัวแทนชุมชน องค์กรภาครัฐ และเอกชน ที่มีบทบาทในการพัฒนาชุมชน สามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่ชุมชนได้เรียนรู้การพัฒนาตนเอง การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อันจะนำไปสู่ชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ด้วยตนเอง และพึ่งพาตนเองได้

9.1 มีการบูรณาการกับการเรียนการสอน (โปรดระบุรายละเอียด)

วิธีการบูรณาการ	รายละเอียดบูรณาการ	รายวิชาที่นำไปบูรณาการ
1. อาจารย์ผู้สอนเข้าร่วมโครงการ	1. อาจารย์นำความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์มาถ่ายทอดให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น เครื่องมือสื่อสารและการสื่อสารการตลาด และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรม workshop ทำให้ผู้เข้าอบรมได้รับความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดที่ดีขึ้น	1.870-216 การตลาดเพื่อสังคม
2. อาจารย์ร่วมเป็นผู้ช่วยวิทยากร		2.870-319 หลักการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ
3. นักศึกษาในรายวิชาเข้าร่วมเป็นคณะทำงานในการบริการวิชาการแก่ชุมชน	2. นักศึกษานำความรู้ที่เรียนมาประยุกต์ใช้ในการเข้าร่วมโครงการ	3.870-314 การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ
4. นักศึกษานำความรู้จากการเรียนในห้องเรียนมาใช้ในการทำงานร่วมกับชุมชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอน		4.870-200 ทฤษฎีการสื่อสาร
		5.870-401 การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน
		6. วิชา 873-214 คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่อการออกแบบ
		7. 873-322 การผลิตสื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
		8. 873-325 การออกแบบผลิตภัณฑ์
		9. 870-210 การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารมวลชน

9.2 มีการบูรณาการกับการวิจัย (โปรดระบุรายละเอียด)

-

9.3 มีการบูรณาการกับการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม (โปรดระบุรายละเอียด)

-

9.4 พัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน การสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนให้มีความเข้มแข็ง จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่จะทำให้คุณภาพชีวิตของสมาชิกดีขึ้น บางกลุ่มสามารถจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรที่สูงขึ้น

10. แผน/วิธีดำเนินการ (ระบุกระบวนการที่ชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงานและการประเมินผล)

1. การประชุมร่วมกับชุมชนเพื่อประเมินความต้องการในการทำงานร่วมกับหน่วยงาน
2. เขียนโครงการ
3. เสนอโครงการเพื่อพิจารณาอนุมัติ
4. การวางแผนการทำงานร่วมกับกลุ่มเป้าหมายในรายละเอียด
5. ดำเนินการตามแผนงาน
6. ประเมินผลการอบรม

11. ผลที่คาดว่าจะได้รับ (เชิงปริมาณ/เชิงคุณภาพ)

11.1 ผลผลิต (output)

- 1) กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดปัตตานีและใกล้เคียง ร้อยละ 80 ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนด้วยการสื่อสารการตลาดออนไลน์
- 2) กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดปัตตานีและใกล้เคียง มีช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ในการจำหน่ายสินค้า
- 3) เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดปัตตานีและใกล้เคียง

11.2 ผลลัพธ์ (outcome)

- 1) สมาชิกในชุมชนมีงานทำเพิ่มขึ้น
- 2) สมาชิกกลุ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
- 3) กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดปัตตานีและใกล้เคียงมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

11.3 ผลกระทบ (impact)

สมาชิกกลุ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จากการมีรายได้เพิ่มขึ้น และรายได้เสริม

แนวทางการพัฒนาโครงการไปสู่การพึ่งพาตนเอง

1. โครงการนี้เป็นโครงการที่สนับสนุนและทำงานร่วมกับชุมชน ไม่มุ่งเน้นการเป็นผู้ให้ด้านงบประมาณหรือสิ่งของ แต่เป็นโครงการที่ชุมชนสามารถเรียนรู้การงานภายใต้ความรู้จากนักวิชาการในมหาวิทยาลัย ซึ่งเมื่อโครงการสิ้นสุดลง ชุมชนก็สามารถดำเนินการต่อไปได้ เพราะมีความรู้และทักษะอยู่แล้วจากการทำงานร่วมกัน
2. โครงการนี้เป็นโครงการที่มุ่งการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นทักษะที่จะติดตัวผู้ประกอบการธุรกิจ แม้จะจบโครงการนี้ไปแล้ว ซึ่งมีความยั่งยืน