สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย) ช่องทางการขายสินค้าเกษตรบนสังคมออนไลน์
แหล่งเงิน ทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินงบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2555
จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 30,000.00 บาท
ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2554 ถึง 31 กันยายน 2555

ชื่อ-สกุล หัวหน้าโครงการวิจัย นายกนก เลิศพานิช สาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการช่องทางการขายสินค้าเกษตรบนสังคมออนไลน์ โดยใช้กรณีศึกษาจากสวนกุหลาบ จีระโรสเนิสเซอรี่ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) ผลการวิจัยพบว่า คุณจีระ ดวงพัตรา ประกอบธุรกิจขายพันธุ์กุหลาบให้กับเกษตกรและผู้สนใจ คุณจีระได้เลือกสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซด์พันทิป (pantip.com) เลือกห้องจตุจักร กลุ่มต้นไม้เป็นแหล่งสื่อสารกับสมาชิกคนอื่น ๆ ทำการสื่อสารกับสมาชิกอื่น ๆ ในเรื่องสายพันธุ์กุหลาบ ข้อมูลสำคัญในการปลูกและดูแลรักษา รวมถึงการให้ข้อมูลของไร่กุหลาบ การดำเนินการเช่นนี้จะทำให้คนรู้จักไร่กุหลาบมากขึ้นแล้วยังเป็นการถ่ายทอดเทคนิควิธีการจัดการไร่กุหลาบให้แก่สมาชิกในสังคมออนไลน์ ส่วนการซื้อขายจะเป็นการติดต่อกันภายนอก โดยเฉพาะการซื้อขายทางโทรศัพท์ จนในช่วงปีพ.ศ. 2551 คุณจีระจึงจัดทำการค้าขายพันธุ์กุหลาบผ่านสังคมออนไลน์ที่มีชื่อว่า Facebook ทำให้กลุ่มลูกค้ามีฐานที่กว้างมากขึ้นและส่งผลดีต่อการทำธุระกิจ

คำสำคัญ : สังคมออนไลน์ เฟซบุค จีระโรสเนิสเซอรี่

ACH
ก 123 ช
2555

b. 12740652
i.

สชหม.
เลขทะเบียน 140569
วัน.เดือน.ปี 9 ก.พ. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Research Title: Channel of Agricultural goods Selling in Social Network
Researcher: Kanok Lertpanich
Department: Agricultural Development and Resources Management
Faculty: Agricultural Technology **King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.**

ABSTRACT

This study is quality research, which focus on Channel of Agricultural goods selling in Social Network. The case study is Jira rose nursery, Sa Moeng District, Chiang Mai Province. The data collecting Methods are In-depth Interview, Participant Observation and Non-participant Observation. The result showed that Mr. Jira Duangpattra who is the garden roses seller. He joins pantip.com for communication with the members. The posts topics are rose varieties, rose plantation and take care. In 2008, He has decides to use Facebook for selling Channel and increase numerous of customers.

Keywords : Social Network, Facebook, Jira rose Nursery.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้เนื่องด้วยความอนุเคราะห์ของคุณจีระ ดวงพัตราและ และที่สำคัญคือ การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนการได้รับทุนอุดหนุนด้วยเงินรายได้จากคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555 ความรู้ที่เกิดจากการวิจัยขอมอบความดีให้กับครู อาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิประศาสตร์ความรู้

นาย กนก เลิศพานิช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ	III
สารบัญ	IV
สารบัญภาพ	VI
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	3
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	6
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล	7
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	24
เอกสารอ้างอิง	25
ภาคผนวก	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่จีระโรสเนิสเซอรี่	7
2	กุหลาบจำพวก Dormant eye plant	9
3	การแนะนำชนิดของกุหลาบ	11
4	การแนะนำสายพันธุ์ของกุหลาบ	12
5	การให้แนะนำการดูแลรักษากุหลาบ	12
6	การเป็นวิทยากรในงานพบปะสังสรรค์สมาชิกพันทิปของคุณจีระ	13
7	บรรยากาศการเป็นวิทยากรในงานพบปะสังสรรค์สมาชิกพันทิปของคุณจีระ	14
8	Facebook จีรโรสเนิสเซอรี่	16
9	ข้อมูลการซื้อสินค้าใน จีรโรสเนิสเซอรี่ Facebook	17
10	การแนะนำพันธุ์กุหลาบ	18
11	แสดงเหตุการณ์ที่เกิดในไร่กุหลาบ	19
12	แสดงการใช้เทคนิคพิเศษในการแนะนำพันธุ์กุหลาบ	20
13	แสดงเกรดต้นพันธุ์กุหลาบแบบพรีเมี่ยม	21
14	แสดงการตอบคำถามเกี่ยวกับโรคกุหลาบ	22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมออนไลน์ (Social Network) อาจมีการเรียกแตกต่างกันไปว่า เครือข่ายสังคม หรือ เครือข่ายมิตรภาพบ้าง เป็นเครือข่ายอินเตอร์เน็ตที่สามารถช่วยให้บุคคลได้มามีปฏิสัมพันธ์กัน เป็นการมีส่วนร่วมต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง โดยคาดหวังว่าผู้ที่ติดต่อกันเหล่านั้นจะมีแต่ความปรารถนาดี สิ่งที่ดีๆ มอบให้แก่กันและกัน ปัจจุบันสังคมออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มคนที่ใช้อินเตอร์เน็ต ทำให้เครือข่ายขยายวงกว้างออกไปเรื่อยๆ และจะยังคงได้รับความนิยมต่อไปอีกในอนาคต จากข้อมูลในปีค.ศ. 2007 พบว่าราว 2 ใน 3 ของประชากรออนไลน์ทั่วโลกล้วนเป็นสมาชิกของสังคมออนไลน์ เฉพาะในช่วงระหว่างเดือนธันวาคม 2007 และ 2008 เวลาในการใช้สังคมออนไลน์ นั้นเพิ่มขึ้นคิดเป็นสัดส่วนราว 63% รวมอยู่ที่สี่หมื่นห้าพันล้านนาที (Nielson Online, 2009) จะเห็นได้ว่าสังคมออนไลน์เป็นสัดส่วนที่มีจำนวนมากในเครื่อข่ายอินเตอร์เน็ต และใช้งานกันในหลากหลายลักษณะ โดยปกติแล้วจะมีลักษณะดังนี้ คือ การให้ผู้สนใจสร้างข้อมูลเนื้อหาลงในเว็บ หรือให้อัพโหลดไฟล์แบบต่างๆ ไม่ว่าจะภาพ เสียง หรือ คลิปวีดีโอ จากนั้นก็จะมีเรื่องของการแสดงความคิดเห็น (Comment) มีการเชื่อมต่อรายบุคคล (1Personal Message, PM) ให้คุยส่วนตัวกับบางบุคคล

ในด้านการพัฒนาธุรกิจสังคมออนไลน์ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการโฆษณาอย่างหนึ่ง โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2551) ประเมินว่าสังคมออนไลน์จะเป็นช่องทางสร้างโอกาสสำคัญในการเติบโตของโฆษณาออนไลน์ โดยมีจุดแข็ง คือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ โดยสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ตามลักษณะของกลุ่มเครือข่ายสังคมที่หลากหลายและซับซ้อน นอกจากนี้ยังสามารถใช้พลังทางเครือข่ายสังคมในการโฆษณาในลักษณะการบอกต่อปากต่อปาก (Words of Mouth) โดยจะสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ผ่านการบอกเล่าของสมาชิกในเครือข่ายสังคม เป็นต้น หลาย ๆ ธุรกิจได้ใช้สังคมออนไลน์ในการทำธุรกิจและประสบผลสำเร็จมาแล้ว เช่น กรณีการใช้ Branded Content ของ Louis Vuitton ที่สร้างเว็บไซต์ชื่อ NOWNESS โดยตัวเนื้อหาใน NOWNESS ไม่ใช่การโฆษณา Louis Vuitton โดยตรง แต่เป็นการบอกเล่าผ่านทีมงาน ที่ร่วมเขียน ถ่ายรูปหรือคลิปวิดีโอ บอกเล่าประสบการณ์ของการใช้ชีวิตที่หรูหรา ที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น ศิลปะ วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยเนื้อหาเป็นอิสระต่อ Louis Vuitton นอกจากตัวเว็บไซต์แล้ว Louis Vuitton ยังพยายามถ่ายทอดประสบการณ์ผ่านรูปแบบอื่นๆ เช่น วิดีโอการท่องเที่ยวในปารีส นิวยอร์กและเบอร์ลิน ผ่านทาง YouTube Channel และผ่าน Facebook Page ในชื่อของ Art of Travel Page ที่มีจำนวนเพื่อน ถึง 1,750,000 คน นับเป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับสินค้านี้มากขึ้น (ภิเษก ชัยนิรันดร์,2554)

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมีสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมากมาย อย่างไรก็ตามเกษตรกรยังเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องการค้าขายน้อย โดยเฉพาะการค้าข่ายบนอินเตอร์เน็ตที่สร้างรายได้โดยตรงแก่ผู้ทำธุรกิจเอง ดังนั้นงานวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นี้จะเป็นการค้นหาช่องทางการขายสินค้าทางการเกษตรเพื่อเป็นข้อมูลให้เกษตรกรได้นำไปเลือกใช้กับสินค้าของตนเองได้ในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

เพื่อศึกษาช่องทางขายสินค้าเกษตรบนสังคมออนไลน์ กรณีศึกษาจีระโรสเนิสเซอรี่

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย โดยสินค้าเกษตรในการวิจัยนี้ขอบเขตอยู่ในสินค้าที่เป็นสินค้าเพื่อการสันทนาการ เช่น ต้นพืชพันธุ์พืชไม้ดอกไม้ประดับ สัตว์เลี้ยง เป็นต้น ส่วนสังคมออนไลน์ไม่จำกัดอยู่แต่เฉพาะ Facebook YouTube Myspace Twitter LinkedIn Multiply เท่านั้นยังถือรวมกับเว็บที่มีลักษณะใกล้เคียงกันอีกด้วย โดยเลือกกรณีศึกษาจากสวนกุหลาบ จีระโรสเนอส์เซอรี่ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาช่องทางขายสินค้าเกษตรบนสังคมออนไลน์ กรณีศึกษาจากสวนกุหลาบ จีระโรสเนอส์เซอรี่ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้จะทำให้เห็นช่องทางการทำธุรกิจของเกษตรกรบนสังคมออนไลน์ ที่สามารถเป็นตัวอย่างให้เกษตรกรและผู้ที่สนใจนำไปพัฒนาธุรกิจของตนเองให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
การทบทวนวรรณกรรม

ในปัจจุบันการใช้อินเตอร์เน็ตเปลี่ยนแปลงไปจากลักษณะของยุค web 1.0 ที่เป็นยุคของการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตเพื่อการเข้าถึงข้อมูลเป็นหลัก พัฒนาต่อมาเป็นยุค web 2.0 ที่เป็นการสื่อสารย้อนกลับไปกลับมาระหว่างคนในเครื่อข่าย ผู้ใช้เครื่อข่ายสามารถจะสร้างเนื้อหาในพื้นที่บางส่วนที่ผู้จัดทำเว็บเอื้อให้ได้ แม้แนวโน้มการพัฒนาอินเตอร์เน็ตจะพัฒนาไปสู่ยุคที่เป็น web 3.0 แล้ว แต่ก็ยังมีคนส่วนใหญ่ยังชมชอบลักษณะการใช้ประโยชน์ของอินเตอร์เน็ตในยุคที่สองอยู่ ยกตัวอย่าง เช่น Facebook youtube และหลาย ๆ คนได้ใช้ประโยชน์สังคมออนไลน์ในการสร้างรายได้แก่ตนเองอีกด้วย การทำความเข้าใจในเรื่องสังคมออนไลน์จึงต้องเริ่มจากความรู้พื้นฐานดังนี้

จากข้อมูลของจุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2552) สามารถอธิบายถึงประโยชน์ของสังคมออนไลน์ได้หลายประการดังนี้

1) สังคมออนไลน์เป็นสังคมที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าหากัน ก่อให้เกิดเป็นสังคมขนาดใหญ่ที่เชื่อว่าปรารถนาดีต่อกัน บางกลุ่มขนาดเป็นหลักแสนรายอยู่ในไซเบอร์สเปซ สังคมออนไลน์ทำให้คนมีตัวตนอยู่ได้บนไซเบอร์สเปซ เพราะจะต้องแสดงความเป็นตัวเองออกมาให้ได้มากที่สุด เพื่อทำให้เชื่อได้ประมาณหนึ่งว่ามีตัวตนอยู่จริงบนโลกมนุษย์

2) สังคมออนไลน์สามารถใช้ในด้านการตลาด จากสถิติการใช้สื่อโฆษณาของอเมริกาที่จัดทำขึ้นโดย eMarketer ได้มีการใช้เงินโฆษณา ผ่านสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะใช้มากขึ้นต่อไปในอนาคต เนื่องจาก ชาวอเมริกันใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับอินเตอร์เน็ตมากกว่าทีวี อาจจะเป็นผลมาจากเครือข่ายที่ขยายวงกว้างมากขึ้น และการพัฒนาเทคโนโลยีที่มากขึ้น ทำให้ผู้ใช้ได้คอยติดตามกันมากขึ้น จนสังคมออนไลน์ไม่ใช่เป็นเพียงแค่เว็บไซต์ที่แชร์ข้อมูล รูปภาพอีกต่อไป แต่ได้พัฒนามาเป็นที่แนะนำสินค้า และสถานที่ที่สามารถซื้อหาได้ หรือที่รู้จัก กันในนามของ Collaborative Shopping Communities อีกด้วย สมาชิกสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของเรื่องต่าง ๆ ถือเป็นโอกาสสำหรับนักการตลาดที่สามารถ ทราบถึงความสนใจ และความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จากการสำรวจ Global Shopping Insight ของบริษัทวิจัย TNS เมื่อปีพ.ศ. 2008 รายงานยอดใช้บริการ Social Network Shopping ในแต่ละประเทศ พบว่าจีน และสเปน เป็นประเทศที่มีอัตราการใช้บริการและความสนใจที่จะใช้บริการ Social Network Shopping ค่อนข้างสูงกว่าประเทศอื่น ๆ

ภิเษก ชัยนิรันดร์ (2554) กล่าวถึงสังคมออนไลน์เมื่อนำไปใช้ในด้านธุรกิจก็จะเป็น Social Media โดยสื่อดังกล่าวสามารถแยกออกเป็นส่วนประกอบดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม โดยการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) จากใครก็ได้ ทั้งนี้อาจจะอยู่ในรูปของ เนื้อหา รูปภาพ เสียงหรือวิดีโอและแพร่กระจายของสื่อง่ายผ่านอินเตอร์เน็ต เช่นกรณีของSusan Boyle ที่มีชื่อเสียงจากการส่งคลิปที่ประกวดร้องเพลงในรายการ Britain's Got Talent ผ่านทาง Youtube เป็นต้น

2) เป็นสื่อที่แพร่กระจายข่าวสารมีผู้เข้าร่วมได้หลายๆคน (many-to-many) เนื่องจากสภาพของการเป็นสื่อสังคม สิ่งสำคัญก็คือการสนทนาพาทีที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นการร่วมกลุ่มคุยในเรื่องที่สนใจร่วมกัน หรือการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือบริการต่างๆ โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของการสนทนา แม้กระทั่งตัวผู้ผลิตเนื้อหานั่นเอง เพราะผู้ที่ได้รับสารมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในรูปแบบของการเพิ่มเติมความคิดเห็น หรือแม้กระทั่งเข้าไปแก้ไขเนื้อหานั้นได้ด้วยตัวเอง

3) เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิต เมื่อเป็น Social Media ที่แทบจะไม่มีต้นทุน ทำให้ใครๆก็สามารถผลิตเนื้อหาและกระจายไปยังผู้รับสารได้อย่างเสรี หากใครผลิตเนื้อหาที่โดนใจคนหมู่มาก ก็จะเป็นผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ไป ยิ่งหากเป็นในทางการตลาด ก็สามารถโน้มนำผู้ติดตามในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยง่าย

จะเห็นได้ว่าสังคมออนไลน์ค่อนข้างมีประโยชน์และทำให้ผู้ประกอบธุรกิจเพิ่มศักยภาพในการขายสินค้าของตนเองได้ดีขึ้น รวมถึงถ้าสามารถเป็น Influencer ก็จะทำให้สามารถเป็นผู้ชักจูงให้มีการเปลี่ยนแปลงความคิดและมีแนวโน้มทางบวกต่อสินค้าใดสินค้าหนึ่งได้

อย่างไรก็ตามการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสังคมออนไลน์มีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตร โดยการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาก็สามารถพัฒนาแนวความคิดของการวิจัยนี้ได้มากขึ้น เช่น

ฤดีพร ผ่องสุภาพ (2551) ได้ศึกษาการแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจจากการสื่อสาร ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้แก่ การแสวงหาข่าวสาร ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่ารูปแบบและลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่พบในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์บุคคล ข่าวประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ข่าวประชาสัมพันธ์องค์กร ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมการกุศล และภาพข่าวกิจกรรม งานวิจัยนี้ยังพบว่าการแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ของนิสิตนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับ 1)ทัศนคติที่มีต่อสังคมออนไลน์ 2)การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ 3) ความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และพบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมถึงการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

นอกจากนี้ช่องทางในสังคมออนไลน์จะเปิดกว้างมาก ดังที่ ภาสกร โควินท์ (2553) ได้ทำการศึกษาอิสระเกี่ยวกับการขอบริจาคเงินเพื่อการกุศลบนเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษาการขอบริจาคเงินเพื่อการกุศลบนเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ hi5 ในประเทศไทยพบว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสังคมเปิดกว้าง สามารถขยายได้อย่างไม่จำกัด ไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อกีดกันในเรื่อง เชื้อชาติ ศาสนา การเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตจะเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ และทำให้มีการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารไปในเครือข่ายในวงกว้างมาก ถือเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถจะนำไปสู่การช่วยเหลือทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สังคมออนไลน์เป็นสังคมที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ รวมถึงการซื้อขายอีกด้วย ดังที่ จงจินต จิตร์แจ้ง (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภคบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอบรับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบผู้บริโภคกับผู้บริโภคบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ส่วนผสมของการตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และอิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์

จากข้อมูลดังกล่าวจะเป็นการชี้ให้เห็นว่าสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อผู้เป็นสมาชิกเครือข่าย ดังนั้นการวิจัยจึงจำเป็นต้องดำเนินการวิจัยโดยพิจารณาจากรูปแบบสินค้าและรูปแบบของเครือข่ายเพื่อนำไปสู่การสืบค้นช่องทางที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรในที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาช่องทางขายสินค้าเกษตรบนสังคมออนไลน์ กรณีศึกษาจากสวนกุหลาบ จีระโรสเนิสเซอรี่ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน และรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ผู้ให้ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ คุณจีระ ดวงพัตรา เจ้าของและผู้บริหารจีระโรสเนอส์เซอรี่ นอกจากนี้ยังมีการเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ คนงานในสวนเพิ่มเติมอีกด้วย

3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

- การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study) โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทความ วารสาร อินเตอร์เน็ต เอกสาร และผลงานวิจัยต่างๆ เพื่อประกอบการศึกษาวิจัยครั้งนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

- สร้างโครงร่างคำถามให้ครอบคลุมตรงตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

- การสัมภาษณ์ (Interview) โดยผู้สัมภาษณ์จะเริ่มจากการอธิบายข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับการวิจัย พร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์และป้อนคำถามหลังจากการให้ข้อมูล ในขณะที่สัมภาษณ์ ถ้าผู้ให้ข้อมูลสงสัยก็สามารถถามทวนได้ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยสัมภาษณ์ในลักษณะที่เป็นกันเอง เพื่อช่วยให้ผู้ให้สัมภาษณ์เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย และสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการ มีการถ่ายรูป จดข้อมูล และบันทึกเสียง

-การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม ทำได้โดยเข้าร่วมกิจกรรมทั้งที่สวนกุหลาบและการเข้าร่วมสังคมออนไลน์ รวมถึงสังเกตการณ์ในลักษณะบุคคลที่ 3 เพื่อให้ได้ข้อมูลมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล

4.1 จีระโรสเนิสเซอรี่

จีระโรสเนิสเซอรี่ ตั้งอยู่ที่ บ้านเลขที่ 215 หมู่ 10 ต.สะเมิงใต้ อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่ ดำเนินการโดยคุณจีระ ดวงพัตรา อายุ 84 ปี โดยประกอบธุรกิจขายพันธุ์กุหลาบให้กับเกษตกรและผู้สนใจ มีพันธุ์กุหลาบที่สะสมไว้มากกว่า 700 สายพันธุ์ เดิมที่จิระโรสเนิสเซอรี่ตั้งอยู่ที่อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี และได้ย้ายมาอยู่ที่อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ในภายหลัง โดยรวมเวลาที่ดำเนินการธุรกิจนี้ประมาณ 50 ปี นอกจากนี้ยังเป็นผู้พัฒนาสายพันธุ์ใหม่ ๆ หลายสายพันธุ์ ที่โดดเด่นมาก ๆ ได้แก่ กุหลาบพระนามสิรินธร และยังเป็นผู้ที่ริเริ่มในการผลิตกุหลาบแบบล้างราก (Bare-root) ในประเทศไทย

ภาพที่ 1 แผนที่จีระโรสเนิสเซอรี่

ที่มา: จีรโรสเนิสเซอรี่ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขายพันธุ์กุหลาบมีทั้งขายที่ไร่และขายผ่านอินเตอร์เน็ต ด้วยชื่อเสียงที่คุณจีระได้ทำการสะสมมาเป็นเวลาอันยาวนาน ทำให้มีลูกค้ามาที่ไร่อย่างสม่ำเสมอ ส่วนมากจะเป็นลูกค้าเก่าที่มีความสนิทสนมกัน มีการบอกต่อๆ กันแบบปากต่อปาก ส่วนการสั่งซื้อทางอินเตอร์เน็ตส่วนมากจะเป็นลูกค้าหน้าใหม่ๆ การจัดหาต้นพันธุ์กุหลาบของคุณจีระ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการหาต้นพันธุ์มาจากต่างประเทศ โดยเลือกจากพันธุ์ที่ได้รับความนิยมสูงและเป็นสายพันธุ์กุหลาบที่ได้รับรางวัลชนะเลิศจากการประกวดในแต่ละปี ส่วนการตั้งราคาขายจะแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทและคุณภาพของกุหลาบดังนี้

การตั้งราคาโดยประมาณตามประเภทของกุหลาบ

- กุหลาบประเภท Hybrid Tea เป็นกุหลาบที่มีดอกขนาดดอกใหญ่ได้รับความนิยมสูง มีราคาตั้งแต่ 200 - 800 บาท กุหลาบที่จัดจำหน่ายมานานแล้วตลาดมีความอิ่มตัว เช่นพันธุ์ Double delight (HT) และพันธุ์ Peace (HT) ราคาจะลดลงอยู่ที่ประมาณ 300 - 500 บาท ส่วนกุหลาบที่เพาะพันธุ์ได้ในปัจจุบันและเป็นที่ต้องการของตลาดมาก ราคาจะอยู่ที่ 600 บาท ส่วนกุหลาบที่ได้รับรางวัล ราคาก็จะอยู่ที่ 800 บาท

- กุหลายประเภท Grand flora ที่มีขนาดดอก และความสวยงามใกล้เคียงกับกุลาบ Hybrid Tea การตั้งราคาจึงไม่แตกต่างไปจากกุหลาบประเภท Hybrid Tea มากนัก โดยราคาก็จะอยู่ที่ประมาณ 200-800 บาท สายพันธุ์ที่ได้รับรางวัล All American Rose Societies ราคาอยู่ที่ประมาณ 800 บาท และพันธุ์ที่ได้รับรางวัล American Rose Societies ราคาจะอยู่ที่ 600 บาท

- กุหลาบประเภท Floribunda Polyantha และ Miniflora ที่เป็นกุหลาบพวงที่มีลักษณะออกดอกเป็นช่อ คือกิ่งหนึ่งๆ จะมี 4-5 ดอก หรือมากกว่า และมีขนาดดอกเล็กลงมา โดยจะมีราคาที่ค่อนข้างต่ำ โดยราคาจะอยู่ที่ ประมาณ 200 – 400 บาท ตามใหม่เก่าของสายพันธุ์

- กุหลาบประเภท Climbing จะกำหนดราคาอยู่ที่ประมาณ 600 บาท

- กุหลาบอังกฤษ กำหนดราคาตามความใหม่เก่าของสายพันธุ์ โดยจะมีราคาอยู่ในช่วง 700- 800 บาท

การตั้งราคาตามคุณภาพของต้นพันธุ์ของกุหลาบ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการแบ่งคุณภาพของต้นพันธุ์กุหลาบ โดยพิจารณาจากอายุของต้นพันธุ์กุหลาบ และจากความแข็งแรงของระบบราก แบ่งได้เป็น 4 เกรด ดังนี้

- เกรด 1 เป็นกุหลาบอายุ เข้าสู่ปีที่ 2 จะมีความแข็งแรงที่สุด โดย ราคาจะขึ้นอยู่กับแต่ละสายพันธุ์ของกุหลาบ รวมถึงความใหม่เก่าของสายพันธุ์กุหลาบ โดยกุหลาบที่มีสายพันธุ์ใหม่ราคาจะตกอยู่ที่ 600 - 800 บาท และกุหลาบสายพันธุ์เก่าราคาจะตกอยู่ที่ 200 บาท

- เกรด 2 มีอายุต่ำกว่า 1 ปี เนื่องจากอายุของต้นกุหลาบที่น้อย ความแข็งแรงของลำต้นที่ยังไม่แข็งแรงมากนัก ดังนั้นกุหลาบเกรด 2 จึงมีราคาที่ลดลงจากเกรด 1 ลงมาประมาณร้อยละ 25-30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เกรด 3 เป็นกุหลาบจำพวก Dormant eye plant ที่เป็นกุหลาบที่ติดตาบนตอกุหลาบป่า แต่ยังไม่แตกยอดใหม่ (ตาที่ติดไว้ยังอยู่ในสภาพพักตัวยังไม่แตกยอด) โดยจะขายอยู่ในช่วงราคา 20-100 บาท/ต้น

- เกรด 4 เกรดระดับ Premium จะเป็นต้นกุหลาบที่มีอายุตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป เป็นเกรดที่ดีที่สุดมีคุณภาพที่ ดีและแข็งแรงกว่าเกรดที่ 1 โดยจะขายในราคาที่สูงกว่าราคาเกรด 1 อยู่ถึงร้อยละ 50 เพราะกุหลาบ Premium จะเลือกพันธุ์กุหลาบที่ได้รับความนิยมและจะมีการคัดสรรอย่างดีจากคุณจีระ ต้นพันธุ์ที่มีความแข็งแรงจนสามารถที่จะทำการล้างรากเพื่อที่จะส่งให้ลูกค้าได้แล้วและมีความทนทานสามารถจัดส่งได้ในระยะทางไกลๆ โดยไม่ต้องห่วงเรื่องความเสียหาย

คุณจีระจะรับประกันสินค้าถ้าเกิดส่งไปแล้วต้นพันธุ์กุหลาบตายภายใน 1 เดือน คุณจีระยินดีที่จะเปลี่ยนสินค้าหรือจะมีการคืนเงินที่จ่ายมาทันที โดยส่วนมากคุณจีระจะส่งสินค้าไปก่อนแล้วค่อยรับเงินจากการโอนเข้าบัญชีธนาคาร

ภาพที่ 2 กุหลาบจำพวก Dormant eye plant

ที่มา: จีรโรสเนิสเซอรี่ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค

พันทิพย์ดอทคอม

คุณจีระ ดวงพัตราได้เข้ามาสัมผัสกับโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คจากการแนะนำของลูกค้า เนื่องจากจะเป็นช่องทางในการขายต้นพันธุ์กุหลาบได้อีกทางหนึ่ง โดยคุณจีระได้เลือกสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซด์พันทิป (pantip.com) และเลือก log in name ว่า Uncle rose โดยเลือกห้องจตุจักร กลุ่มต้นไม้เป็นแหล่งสื่อสารกับสมาชิกคนอื่น ๆ และเนื่องจากข้อจำกัดของการเป็นสมาชิกได้มีข้อห้ามขายสินค้า ดังนั้นคุณจีระจึงเลือกเป็นผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญในการปลูกกุหลาบและการเลือกสายพันธุ์ในการปลูก โดยสามารถแบ่งกิจกรรมในการสื่อสารกับสมาชิกพันทิพย์คนอื่น ๆ ได้ ดังนี้

- การแนะนำสายพันธุ์กุหลาบ คุณจีระจะทำการแนะนำสายพันธุ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ปลูกกุหลาบ โดยทำการโพสต์กระทู้ที่มีกุหลาบสายพันธุ์ต่าง ๆ มีรูปดอกกุหลาบพร้อมกับการบรรยายลักษณะที่สำคัญ พร้อมกับให้ความรู้ เกี่ยวกับพันธุ์กุหลาบ การจัดจำแนกกุหลาบ ตลอดจนตอบคำถามเกี่ยวกับสายพันธุ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะมีกระทู้สอบถามสายพันธุ์ก็จะร่วมเข้าไปตอบคำถามพร้อมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นสายพันธุ์ ให้ข้อสังเกตต่างๆ เนื่องจากคุณจีระเป็นผู้มีประสบการณ์สูงและสะสมสายพันธุ์ไว้ในปริมาณมากจึงไม่เป็นเรื่องยากที่จะให้คำแนะนำในสังคมออนไลน์แห่งนี้

- ข้อมูลสำคัญในการปลูกและดูแลรักษากุหลาบ โดยคุณจีระจะทำการโพสต์กระทู้วิธีการดูแลรักษากุหลาบ ไม่ว่าจะเป็นวิธีการเตรียมวัสดุปลูก โดยการโพสรูปประกอบการอธิบายภาพ และตอบข้อซักถามต่างๆ ในประเด็นของกระทู้ ประเด็นที่มีการนำเสนอในสังคมออนไลน์แห่งนี้มีหลายประเด็น เช่น วัสดุปลูก วิธีการปลูก การให้ปุ๋ยและการให้น้ำ การกำจัดศัตรูกุหลาบไม่ว่าจะเป็นแมลงศัตรูกุหลาบ เช่น เพลี้ยไฟ ไรแดง หรือโรคกุหลาบที่เกิดจากเชื้อรา เช่น โรค die black เป็นต้น

- การให้ข้อมูลของไร่กุหลาบ โดยคุณจีระจะดำเนินการโพสต์รูปไร่กุหลาบและจะนำเสนอสภาพทั่วๆ ไป รวมถึงกิจกรรมในไร่กุหลาบ ไม่ว่าจะเป็นการตัดแต่งกุหลาบ การพัฒนาโครงสร้างโรงเรือน เทคนิควิธีการกำจัดหญ้าในไร่โดยการใช้ผ้าพลาสติกคลุมดิน การดำเนินการเช่นนี้จะทำให้คนรู้จักไร่กุหลาบมากขึ้นแล้วยังเป็นการถ่ายทอดเทคนิควิธีการจัดการไร่กุหลาบให้เป็นวิทยาทานแก่สมาชิกในสังคมออนไลน์

เมื่อระยะเวลาผ่านไปการเป็นผู้ให้ความรู้ในสังคมออนไลน์จึงทำให้สมาชิกค่อนข้างชื่นชมและให้ความสำคัญกับคุณจีระ โดยพิจาณาจากกิจกรรมการพบปะสังสรรค์ของกลุ่มสมาชิกคุณจีระจะได้รับการเชิญเป็นผู้บรรยายให้ความรู้แก่สมาชิกผู้เข้าร่วมสังสรรค์ จนในที่สุดคุณจีระหรือ Uncle rose จึงเป็นเครื่องหมายการค้าได้ด้วยตัวเอง

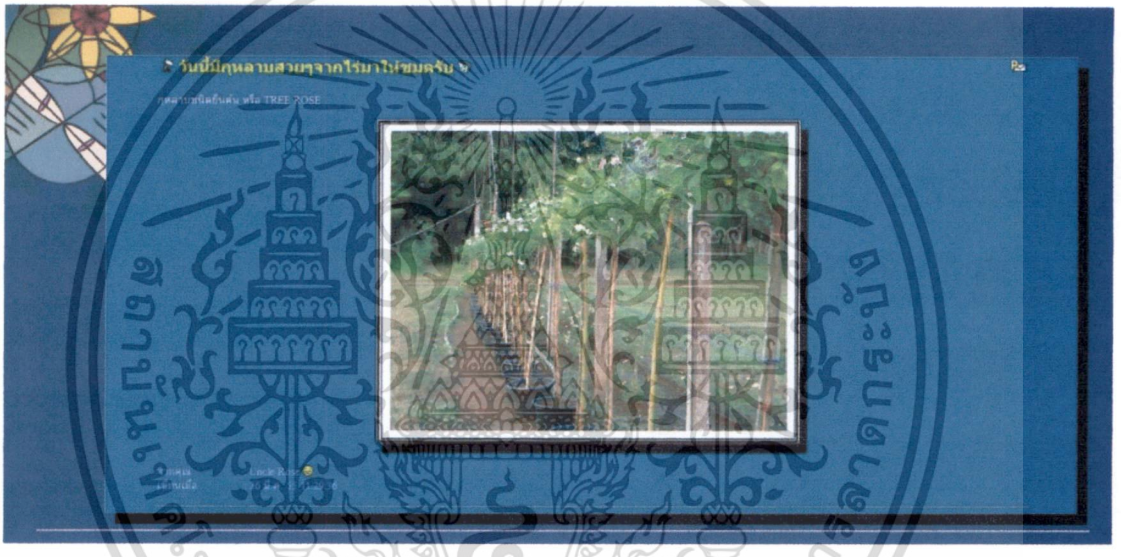
ประเด็นที่น่าสนใจ คือการถ่ายทอดความรู้ให้กับสังคมออนไลน์ จะเป็นไปในลักษณะที่ให้ความรู้โดยไม่มีการปิดบัง การนำเสนอวิธีการต่างๆ ในสังคมออนไลน์จะต้องง่ายต่อการทำความเข้าใจ เนื่องด้วยคุณจีระมีอายุมากแล้วการดำเนินการในสังคมออนไลน์จะต้องอาศัยความช่วยเหลือจากลูกชาย อย่างไรก็ตามถ้ามีการโพสต์ผิดพลาดคุณจีระแก้ไข และจะชี้นำอยู่เสมอว่าไม่ควรโอ้อวด และใช้คำที่ไม่เหมาะสม สิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้สังคมออนไลน์มีความกลมเกลียวกันและสื่อสารกันได้สม่ำเสมอ ส่วนการซื้อขายมักจะติดต่อกันด้วยโทรศัพท์เป็นหลัก

กิจกรรมของไร่กุหลาบจีระโรสเนิสเซอรี่มีส่วนสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมออนไลน์แห่งนี้พอสมควร คือ การที่มีกิจกรรมออกร้านในที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการออกร้านที่งานกุหลาบเหมันต์ที่จังหวัดเชียงใหม่ หรืองานออกร้านในงานสวนหลวงรัชกาลที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9 หรืองานเกษตรเจ้าคุณทหารแฟร์ คุณจีระจะแจกเอกสาร รวมถึงการติดโปสเตอร์ในร้านว่าสามารถใช้พันทิพย์ในการสื่อสารระหว่างลูกค้าและไร่กุหลาบได้ผ่านชื่อ Uncle rose จึงเป็นการเชื่องโยงระหว่างลูกค้าและไร่กุหลาบผ่านสังคมออนไลนได้ตลอดเวลา

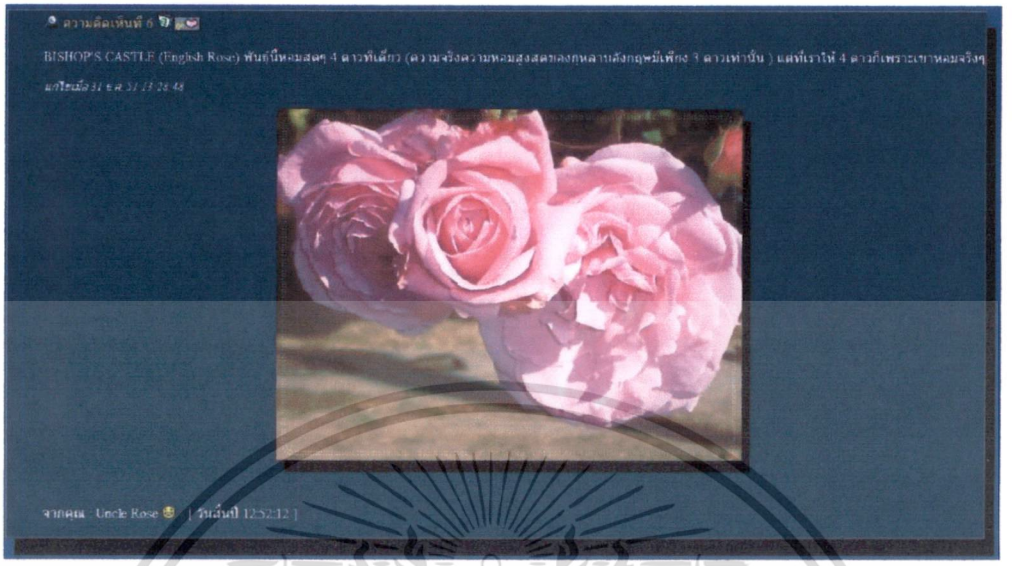
อย่างไรก็ตามในปัจจุบันคุณจีระได้เข้ามาทำกิจกรรมในพันทิพย์น้อยลง เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องสุขภาพ รวมถึงการมี Facebook การดำเนินการจึงเปลี่ยนแปลงไป



ภาพที่ 3 การแนะนำชนิดของกุหลาบ

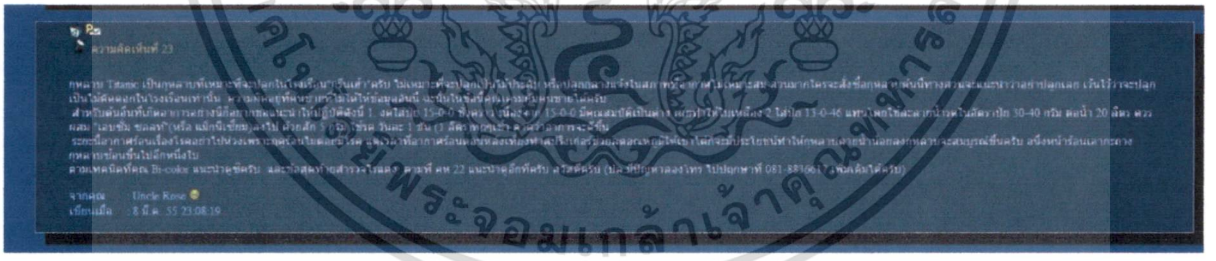
ที่มา: พันทิป (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 การแนะนำสายพันธุ์ของกุหลาบ

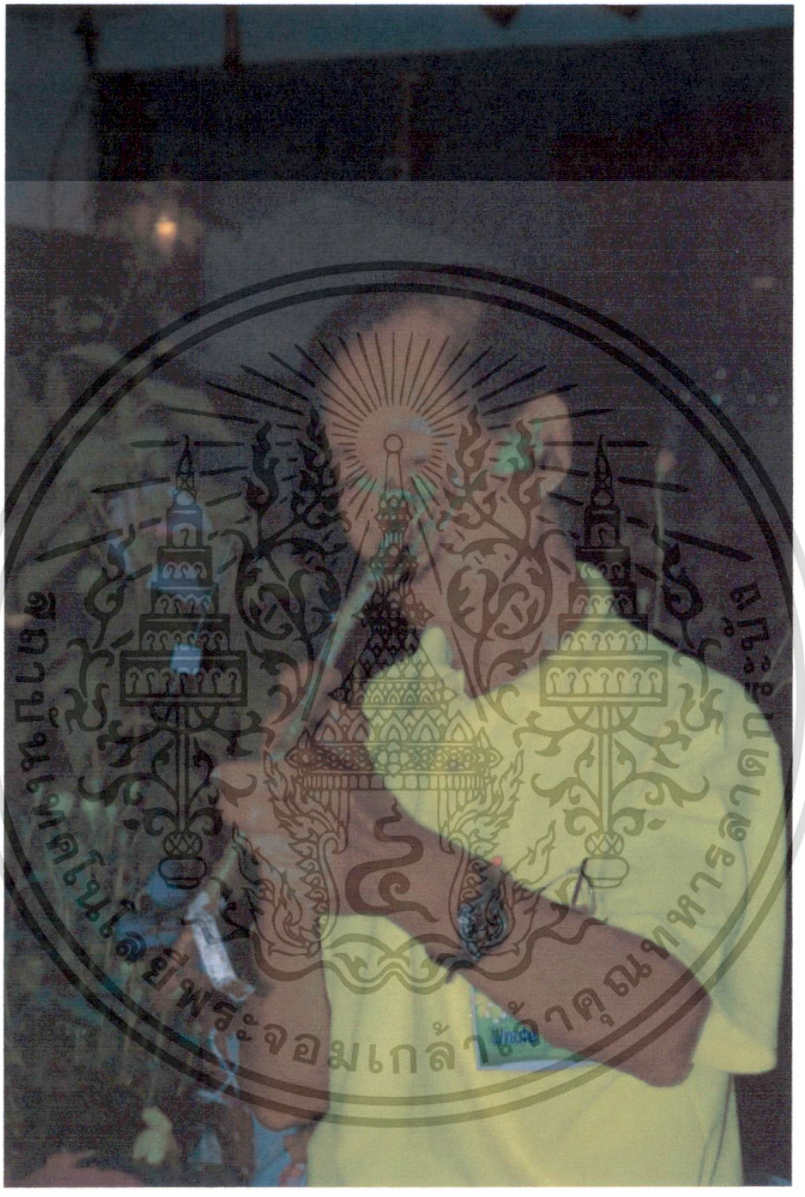
ที่มา: พันทิป (2555)



ภาพที่ 5 การให้แนะนำการดูแลรักษากุหลาบ

ที่มา: พันทิป (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6 การเป็นวิทยากรในงานพบปะสังสรรค์สมาชิกพันทิปของคุณจีระ

ที่มา: พันทิป (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 7 บรรยากาศการเป็นวิทยากรในงานพบปะสังสรรค์สมาชิกพันทิปของคุณจีระ
ที่มา: พันทิป (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Facebook

ในช่วงปีพ.ศ. 2551 คุณจีระเริ่มมีปัญหาสุขภาพ จึงเริ่มให้ลูกสะใภ้ช่วยทำหน้าที่ดำเนินการจัดทำการค้าขายพันธุ์กุหลาบผ่านสังคมออนไลน์ที่มีชื่อว่า Facebook โดยสามารถเข้าถึงได้จาก https://www.facebook.com /JiraRose โดยจะเน้นการโพสต์รูปสายพันธุ์กุหลาบและการดำเนินกิจกรรมภายในไร่ นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการโดยการให้ความรู้ การอธิบายถึงสายพันธุ์ ตลอดจนการส่งแคตตาล็อกของทางไร่ให้กับลูกค้า

การดำเนินการจะเน้นการโพสต์รูปสายพันธุ์กุหลาบ โดยเป็นการถ่ายรูปกุหลาบแต่ละสายพันธุ์ในหลากหลายมุม พร้อมกับอธิบายถึงลักษณะเด่นของสายพันธุ์ เช่น สี กลิ่น ลักษณะทรงพุ่ม การถ่ายภาพจะเน้นเรื่อง สีและรูปทรงของดอก รวมถึงลูกสะใภ้คุณจีระมีทักษะทางด้านการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการตกแต่งภาพทำให้มีภาพที่สวยงามและมีมุมมองที่แปลกตาออกไป

อย่างไรก็ตามกิจกรรมใน Facebook จะมีความใกล้เคียงกับกิจกรรมจากพันทิป ในยุคแรก ๆ กลุ่มที่เริ่มเข้ามาร่วมกิจกรรมใน Facebook จะตามมาจากพันทิป แล้วค่อย ๆ ขยายฐานกลุ่มออกไปทำให้มีคนเข้ามาติดต่อกันเป็นจำนวนมากขึ้น กิจกรรมการดำเนินธุรกิจก็จะเหมือนเดิม คือ การสั่งซื้อ การเตรียมสินค้า และการส่งสินค้า เพียงแต่ในปัจจุบันมีการส่งทางไปรษณีย์เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้การใช้ Facebook ทำให้มีการตอบกลับจากลูกค้าได้ดีขึ้น เช่นการ โพสต์กุหลาบที่ลูกค้านำไปปลูกว่ามีปัญหาอะไร มีแนวทางแก้ไขอย่างไร รวมถึงการเพิ่มประสบการณ์ใหม่ ๆ ในสังคมแห่งนี้ เช่น การนำกุหลาบบางสายพันธุ์ไปปลูกในภาคใต้ จะออกดอกมีลักษณะเป็นอย่างไร และเกิดลักษณะที่แตกต่างกับการปลูกในไร่อย่างไร คำถามที่มักพบบ่อยอีกคำถาม คือ การให้จำแนกสายพันธุ์ โดยลูกค้าจะโพสต์รูปและสอบถามเพื่อหาคำตอบ รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างลูกค้าทำให้เป็นข้อมูลที่ทำให้เกิดการตัดสินใจได้ดีขึ้น

การตอบโต้กันอย่างทันท่วงทีจะเป็นข้อดีของการใช้ Facebook การที่ลูกค้าโพสต์ถามก็จะได้คำตอบทันใจ รวมถึงการให้คำชื่นชมผลการปลูกของลูกค้าก็จะทำให้เกิดความเป็นมิตร ความผูกพันกลายเป็นสังคมที่เหนียวแน่น อย่างไรก็ตามคุณจีระให้ความสำคัญกับเรื่องการให้ความรู้ การเปิดโอกาสให้ซักถาม ที่สำคัญการเน้นการไม่โอ้อวด การพัฒนาตัวสินค้าและการนำเข้าสายพันธุ์ใหม่ ๆ มาตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

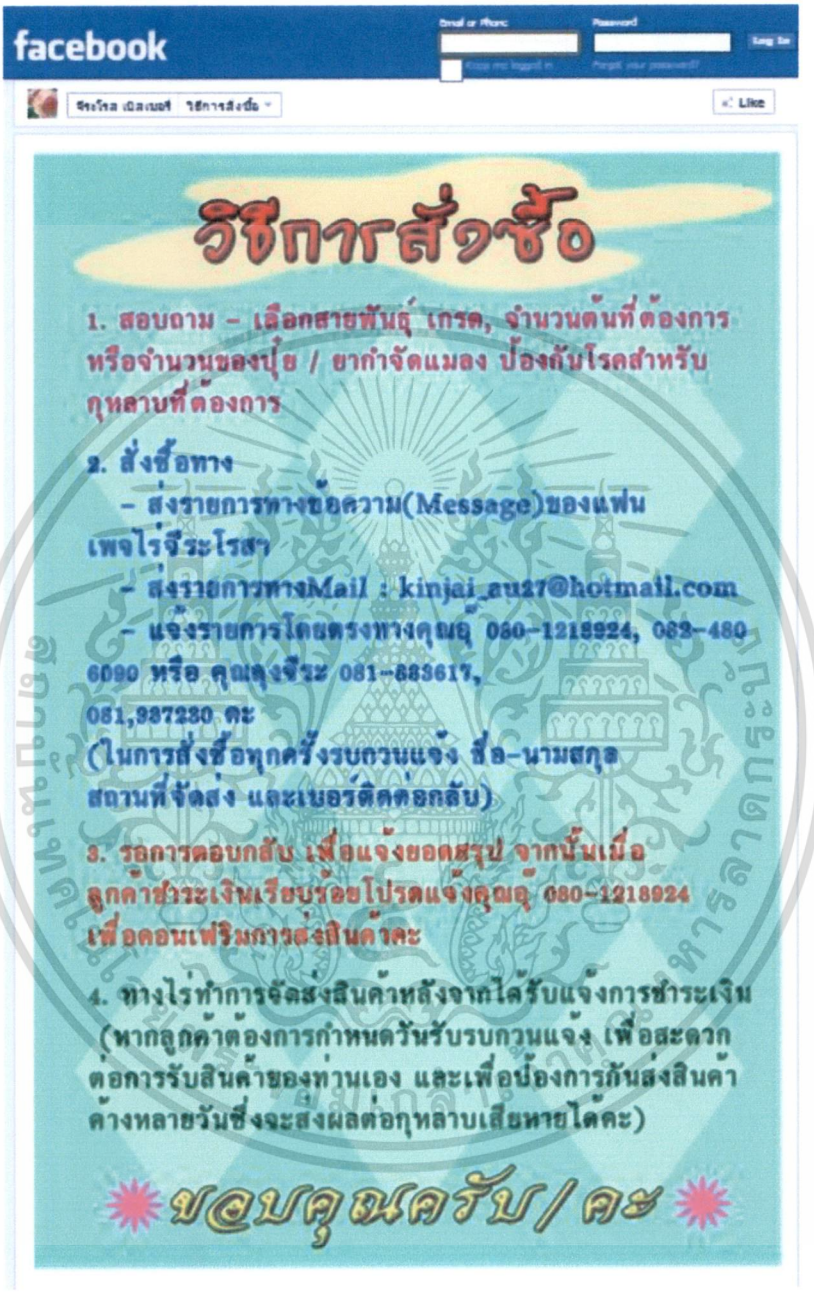
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 8 Facebook จีรโรสเนิสเซอรี่

ที่มา: จีรโรสเนิสเซอรี่ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

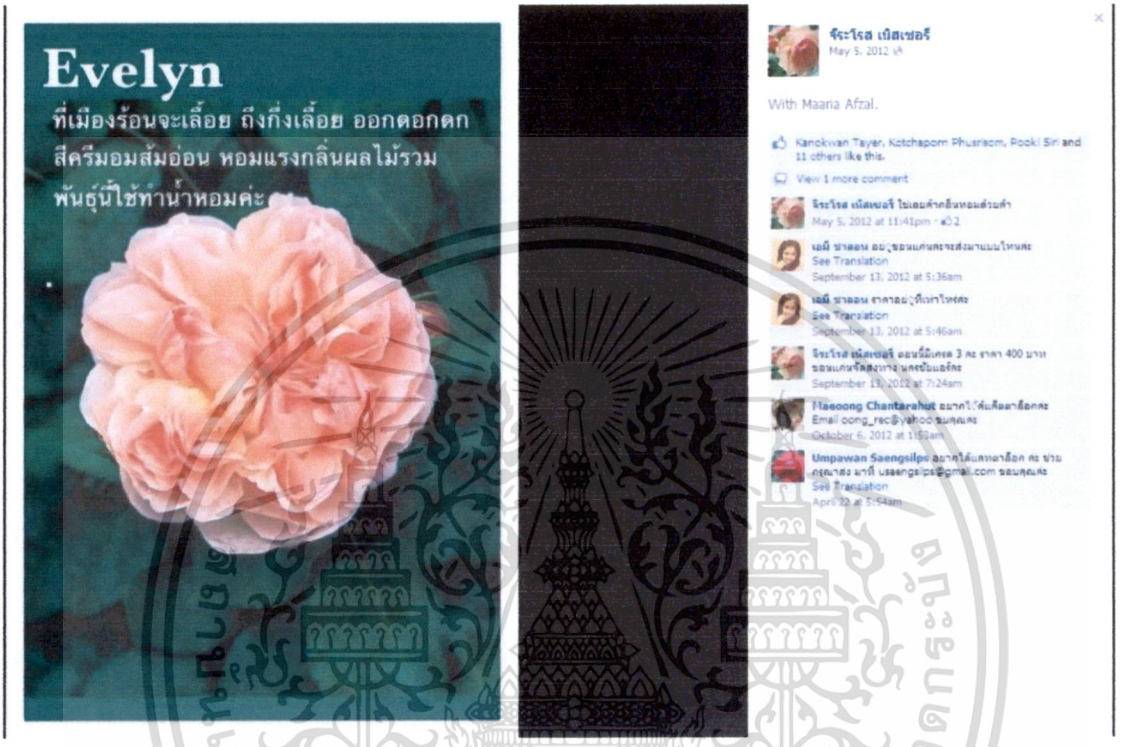


ภาพที่ 9 ข้อมูลการซื้อสินค้าใน จีรโรสเนิสเซอรี่ Facebook

ที่มา: จีรโรสเนิสเซอรี่ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

140560



ภาพที่ 10 การแนะนำพันธุ์กุหลาบ

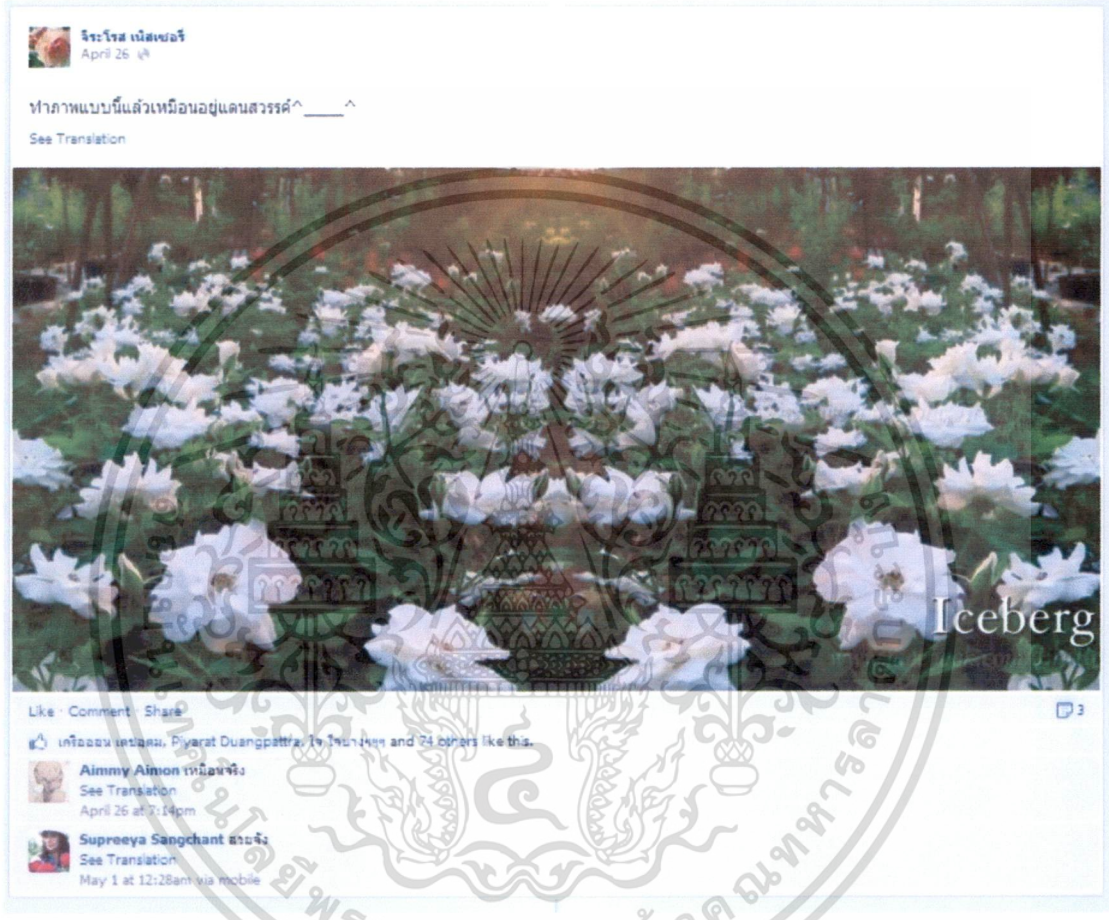
ที่มา: จีรโรสเนิสเซอรี่ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 11 แสดงเหตุการณ์ที่เกิดในไร่กุหลาบ

ที่มา: จีรโรสเนิสเซอรี่ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 12 แสดงการใช้เทคนิคพิเศษในการแนะนำพันธุ์กุหลาบ

ที่มา: จีรโรสเนิสเซอรี่ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 13 แสดงเกรดต้นพันธุ์กุหลาบแบบพรีเมี่ยม

ที่มา: จีรโรสเนิสเซอรี่ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 14 แสดงการตอบคำถามเกี่ยวกับโรคกุหลาบ

ที่มา: จีรโรสเนิสเซอรี่ (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าคุณจีระ ดวงพัตราเกษตรกรผู้ปลูกขายพันธุ์กุหลาบเป็นการค้าได้ดำเนินการขยายช่องทางการค้าโดยใช้สังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือ การดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไป จนมีคนในสังคมนั้นเชื่อว่ามีตัวตนอยู่จริงในห้องต้นไม้ พันทิป สอดคล้องกับแนวความคิดของจุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์ (2552) ที่อธิบายถึงการมีตัวตนอยู่ได้บนไซเบอร์สเปซเพราะจะต้องแสดงความเป็นตัวเองออกมาให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้การที่ให้ความรู้เกี่ยวกับ สายพันธุ์กุหลาบ การปลูก และการดูแลกุหลาบอย่างไม่ห่วงวิชาทำให้คุณจีระมีบทบาทเป็นผู้นำทางความคิดในสังคมออนไลน์แห่งนี้ และมีผลต่อการขายต้นพันธุ์กุหลาบ สอดคล้องกับแนวคิดของสังคภิเษก ชัยนิรันดร์ (2554) ที่กล่าวว่าหากใครผลิตเนื้อหาที่โดนใจคนหมู่มาก ก็จะเป็นผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ไป ยิ่งหากเป็นในทางการตลาด ก็สามารถโน้มนำผู้ติดตามในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยง่าย

การขยายช่องทางไปสู่ Facebook ก็ยิ่งเป็นการขยายช่องทางมากขึ้น เนื่องจาก Facebook เป็นสังคมออนไลน์ที่มีขนาดใหญ่ จากข้อมูลของ www. Whereisthailand.info ที่กล่าวว่าคนไทยมี Facebook account ทั้งสิ้น 16 ล้าน account หรือเป็นอันดับที่ 16 ของโลก จากจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในไทยประมาณ 18 ล้านคน คิดเป็น 88% ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตทั้งหมดในปีค.ศ. 2011 (ประเทศไทยอยู่ตรงไหน, 2555) และข้อมูลส่งถึงคนในสังคมได้อย่างรวดเร็วจากคุณสมบัติของ Facebook ที่เมื่อมีการเคลื่อนไหวของการโพสต์ก็จะทำให้คนที่ติดตามทราบข่าวได้ทันที่ และการที่ Facebook เป็นการเชื่อมต่อของคนที่ชื่นชอบในเรื่องเหมือน ๆ กัน ยิ่งทำให้ความน่าสนใจของสังคมออนไลน์มีมากยิ่งขึ้นและเปิดโอกาสให้มีการซื้อขายมากยิ่งขึ้น สอดของกับแนวคิดของ Gordhamer (2012) อ้างถึงใน นพพร เพียรพิกุล (2555) ที่กล่าวว่าประโยชน์ของ Facebook สามารถใช้เพื่อการทำธุรกิจโดยใช้ Facebook เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสาร การโฆษณา และการตกลงซื้อขายสินค้า รวมถึงใช้เพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้คนอื่น ๆ ในหัวข้อที่มีความสนใจตลอดจนใช้เพื่อการแสดงอิทธิพลหรือการเป็นผู้นำทางความรู้ ความคิดความเห็นและทัศนคติแก่คนอื่น ๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

จากข้อมูลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

คุณจีระ ดวงพัตรา อายุ 84 ปี โดยประกอบธุรกิจขายพันธุ์กุหลาบให้กับเกษตกรและผู้สนใจ มีพันธุ์กุหลาบที่สะสมไว้มากกว่า 700 สายพันธุ์ เดิมที่จิระโรสเนิสเซอรี่ตั้งอยู่ที่อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี และได้ย้ายมาอยู่ที่ตั้งอยู่ที่ บ้านเลขที่ 215 หมู่ 10 ต.สะเมิงใต้ อ.สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ในภายหลัง โดยรวมเวลาที่ดำเนินการธุรกิจนี้ประมาณ 50 ปี นอกจากนี้ยังเป็นผู้พัฒนาสายพันธุ์ใหม่ ๆ หลายสายพันธุ์ ที่โดดเด่นมาก ๆ ได้แก่ กุหลาบพระนามสิรินธร และยังเป็นผู้ที่ริเริ่มในการผลิตกุหลาบแบบล้างราก (Bare-root) ในประเทศไทย โดยคุณจีระได้เลือกสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์พันทิป (pantip.com) และเลือก log in name ว่า Uncle rose โดยเลือกห้องจตุจักร กลุ่มต้นไม้เป็นแหล่งสื่อสารกับสมาชิกคนอื่น ๆ โดยทำการสื่อสารกับสมาชิกอื่น ๆ ในเรื่องสายพันธุ์กุหลาบ ข้อมูลสำคัญในการปลูกและดูแลรักษา รวมถึงการให้ข้อมูลของไร่กุหลาบ การดำเนินการเช่นนี้จะทำให้คนรู้จักไร่กุหลาบมากขึ้นแล้วยังเป็นการถ่ายทอดเทคนิควิธีการจัดการไร่กุหลาบให้เป็นวิทยาทานแก่สมาชิกในสังคมออนไลน์ ส่วนการซื้อขายจะเป็นการติดต่อกันภายนอก โดยเฉพาะการซื้อขายทางโทรศัพท์ จนในช่วงปี 2551 คุณจีระเริ่มมีปัญหาสุขภาพ จึงเริ่มให้ลูกสะใภ้ช่วยทำหน้าที่ดำเนินการจัดทำการค้าขายพันธุ์กุหลาบผ่านสังคมออนไลน์ที่มีชื่อว่า Facebook โดยสามารถเข้าถึงได้จาก https://www.facebook.com/JiraRose โดยจะเน้นการโพสต์รูปสายพันธุ์กุหลาบและการดำเนินกิจกรรมภายในไร่ นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการโดยการให้ความรู้ การอธิบายถึงสายพันธุ์ ตลอดจนการส่งแคตตาล็อกของทางไร่ให้กับลูกค้า ทำให้กลุ่มลูกค้ามีฐานที่กว้างมากขึ้นและส่งผลดีต่อการทำธุระกิจ

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากคุณจีระ ดวงพัตรามีอายุมากแล้วการดำเนินการกิจการต้องพึ่งพาอาศัยกับกลุ่มผู้สนับสนุน เช่น ลูกชาย และลูกสะใภ้ แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่ปฏิบัติการสืบทอดธุระกิจจำเป็นต้องเรียนรู้เทคนิควิธีการในการดำเนินการด้านการจัดการไร่ให้เชี่ยวชาญ ไม่ว่าจะเป็นสายพันธุ์กุหลาบ การปลูกและการดูแลรักษา เพื่อที่จะสืบทอดหน้าที่ผู้นำทางความคิดในสังคมออนไลน์ที่น่าเชื่อถือและจะเป็นการประกอบธุระกิจที่ยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

จีรโรสเนิสเซอรี่. 2555. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: https://th-th.facebook.com/JiraRose [1 เม.ย. 2556]

จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. 2552. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: http://pond-kp.blogspot.com/2012/02/3.html[12 ก.พ. 2555]

นพพร เพียรพิกุล. 2555. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: http://library.cmu.ac.th/prcorner/sites/default/files/EdatabaseMonitor/edata05Mar55.pdf [1 เม.ย. 2556].

ประเทศไทยอยู่ตรงไหน. 2555. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: http://www.whereisthailand.info/2012/08/facebook-penetration/[1 เม.ย. 2556].

พันทิป. 2555. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: http://topicstock.pantip.com/jatujak/topicstock/2012[1 เม.ย. 2556].

ภิเษก ชัยนิรันดร์ 2554. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: http://www.doctorpisek.com/pisek/?p=586. [12 ก.พ. 2555]

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2551. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: http://www.bangkokbiznews.com/2008/04/10/news_247342.php [12 ก.พ. 2555]

ฤดีพร ผ่องสุภาพ. 2551. การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Nielson Online. 2009. A Nielsen report on Social Networking's New Global Footprint [Online] Access: http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf. [12 Feb. 2012]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ (ภาษาไทย) นายกนก เลิศพานิช

(ภาษาอังกฤษ) MR. KANOK LERTPANICH

หน่วยงานที่ติดต่อ สาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โทร. 02-3298520 โทรสาร 02-3298520

ปีที่จบการศึกษา	ระดับปริญญา (ตรี โท เอก)	อักษรย่อปริญญา	สาขาวิชา	วิชาเอก	ชื่อสถาบัน	ประเทศ
2536	ปริญญาตรี	วท.บ.	เกษตรศาสตร์	สัตวศาสตร์	สจล.	ไทย
2539	ปริญญาโท	วท.ม.	สัตววิทยา	นิเวศวิทยา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ไทย
2546	ปริญญาเอก	Ph.D.	ชีววิทยา	นิเวศวิทยา	มหาวิทยาลัยมหิดล	ไทย

ประสบการณ์ที่เกี่ยวกับงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ : -

Aranvalai, V., Lertpanich, K. and W. Chulalaksananukul. 2009. Karyotype of two skink of genus *Lygosoma* in Thailand. 16th National Genetic Symposium. Thammasart University: Bangkok.

รินดา ดวงจิม และ กนก เลิศพานิช. 2552. ความรู้และการปฏิบัติตนของเกษตรกรต่อภาวะโลกร้อน หมู่บ้านหนองกระโดนมน ตำบลหนองโพธิ์ อำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารอิเล็กทรอนิกส์พัฒนาการเกษตร 2(1): 52-61.34

อำนาจ หอมจันทร์ และกนก เลิศพานิช. 2551. การศึกษามูลค่าของป่าในเขตป่าชายเลนอ่าวคุ้งกระเบน หมู่ ๗ ตำบลคลองขุด อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี. วารสารอิเล็กทรอนิกส์พัฒนาการเกษตร 1(1): 10-20.

อภิญญา เกตุแก้ว และ กนก เลิศพานิช. 2551. การศึกษารูปแบบการจัดการทรัพยากรน้ำของกลุ่มเกษตรกรสวนผลไม้ตำบลคลองนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี. วารสารอิเล็กทรอนิกส์พัฒนาการเกษตร 1(1): 67-75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กนก เลิศพานิช. 2551. การศึกษาการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินและทรัพยากรดินในเขตพื้นที่ชุ่มน้ำอุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด. วารสารอิเล็กทรอนิกส์พัฒนาการเกษตร 1(2): 16-29.

ศุภฤกษ์ วิภาคะ และ กนก เลิศพานิช. 2551. ความคิดเห็นของผู้ผลิตปลาสลิดหอมบางบ่อต่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.วารสารอิเล็กทรอนิกส์พัฒนาการเกษตร 1(2): 51-58.

Lertpanich, K. and Aranyavalai, V. 2007. Species diversity, distribution and habitat Characteristic of wild bubble nesting betta (*Betta* spp.) in Thailand. KMITL Science Journal 7(1): 37-42.

Lertpanich, K. 2007. A study on Mahachai betta an integration of ecological and qualitative research. International Conference on Integration of Science and Technology for Sustainable Development, Bangkok,Thailand 26-27 April 2007, 296-300.

วรภรณ์ ยิ้มพิทักษ์กุล และ กนก เลิศพานิช. ๒๕๕๐. ระบบการส่งออกปลากัด. วารสารพระจอมเกล้าลาดกระบัง. 15(2):42-48.

Lertpanich, K. and Aranyavalai, V. 2005. Biometric comparison among *Leiolepis* spp. (Sauria: Agamidae). King Mongkut's Agricultural Journal 23(2): 48-52.

Lertpanich, K. and Aranyavalai, V. 2005. Surveying butterfly lizards *(Leiolepis* spp.) distribution In Thailand. King Mongkut's Agricultural Journal 23(1): 36-42

Aranyavalai, V., Lertpanich, K., Thirakhupt, K., and Chulalaksananukul, W. 2005. Taxonomic re-Evaluation of the two subspecies of *Leiolepis belliana* (Hardwicke & Gray, 1827) (Sauria: Agamidae). Fifth World Congress of Herpetology, Stellenbosch, South Africa. 120.

Lertpanich, K. and Brockelman, W. 2003 Lianas and Environmental Factors in the Mo Singto Biodiversity Research Plot, Khao Yai National Park, Thailand. **NHJCU 3(2): 7-17.**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้