

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด” กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง” เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการใช้สื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง 2) เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้สื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง และ 3) เพื่อศึกษาความสำเร็จของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การตรวจสอบข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอข้อมูล

การกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในมิติต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้เลือกเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบาย และการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดตราด จำนวน 2 คน อาจารย์วิทยาลัยชุมชนตราดจำนวน 2 คน ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จำนวน 1 คน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่จำนวน 7 คน รวมทั้งหมด 12 คน อันเป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกผู้ให้สัมภาษณ์จากตัวแทนมีส่วนเกี่ยวข้องกับน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์การคัดเลือก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดตราด “ผู้ดูแลนโยบายวิสาหกิจชุมชน” โดยเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ประสบการณ์การทำงานประมาณ 5 - 7 ปี และเป็นผู้มอบนโยบาย และสนับสนุนการใช้สื่อออนไลน์การส่งเสริมด้านการตลาด

1.1 นายมนตรี ฮมแสน

ตำแหน่ง พัฒนาการจังหวัดตราด

1.2 น.ส.อัมพร ธรรมชาติ

ตำแหน่ง นักวิชาการพัฒนาชุมชนจังหวัดตราด

2. อาจารย์วิทยาลัยชุมชนตราด “ผู้ดูแลนโยบายวิสาหกิจชุมชน” โดยอาจารย์วิทยาลัยชุมชนตราดมีประสบการณ์ทำงานประมาณ 10 ปี อาจารย์ประสบการณ์ทำงานประมาณ 6 ปี เป็นผู้สนับสนุนหลักในการส่งเสริมการพัฒนาสินค้าชุมชน

2.1 อาจารย์.ดร.กรรณิกา สุภาภา

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนตราด

2.2 นายเพชร แก้วดี

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์วิจัย และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

3. ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง โดยมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมา 7 ปี เป็นผู้คิดค้นผลิตภัณฑ์และปรับแต่งรสชาติจนได้มาตรฐาน และดูแลภายในระบบวิสาหกิจชุมชน

3.1 นางนารีรัตน์ ทศรัตน์

4. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมา 7 ปี เป็นคิดค้นสูตรและนำมาปรับปรุง ทั้งหมด 7 เดือน จนได้สูตรที่ได้การยอมรับและได้รับมาตรฐาน Q

4.1 นายสุวัฒน์ สุนทรเวช ตำแหน่ง รองประธาน

4.2 น.ส.อลิสรา พัมสิงห์ ตำแหน่ง ฝ่ายผลิต

4.3 นางพาที บั้นชู ตำแหน่ง ฝ่ายบัญชี

4.4 นางชมภู รอดคำ ตำแหน่ง กรรมการ

4.5 นางทองเย็น แพทย์นุเคราะห์ ตำแหน่ง กรรมการ

4.6 น.ส.บังอร แพทย์นุเคราะห์ ตำแหน่ง กรรมการ

4.7 นางพัชร สุขชนะ ตำแหน่ง กรรมการ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับ “การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง” โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่างๆ จากหนังสือเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ทฤษฎีสื่อออนไลน์ ด้วยเฟสบุ๊ก (Facebook) ทฤษฎีการส่งเสริมการตลาด และทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาดที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย
2. ศึกษาโดยการสังเกตการณ์ เพื่อค้นหาพฤติกรรมที่แท้จริงในการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยใช้เทคนิคการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Informal Observation) และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ร่วมกัน โดยใช้ช่วงที่มีการประชุมเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด

3. ศึกษาการหลักการสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ เพื่อความชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา และนำแบบสัมภาษณ์ ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ โครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ ความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหาภาษาที่ใช้และปรับปรุงแก้ไข และนำแบบสัมภาษณ์ ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ มาพัฒนาและปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ เรื่อง การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง ต่ออาจารย์ปรึกษาเพื่อให้ข้อเสนอแนะและนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 12 คน โดยการคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติที่มีความเหมาะสมซึ่งมีข้อมูลที่มีความเพียงพอและครอบคลุมต่อการศึกษาแล้ว จึงมีการยุติการสัมภาษณ์ไว้เพียง 12 คน เท่านั้น

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ประสานขอความร่วมมือจากบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์ในการพัฒนาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง และ

การดำเนินการผลิตภัณฑน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทองวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด เช่น เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดตราด อาจารย์วิทยาลัยชุมชนตราด ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่อย่างเป็นทางการ โดยแจ้งให้ทราบว่า ในการสัมภาษณ์เจาะลึกนั้น ผู้วิจัยจะมีการบันทึกข้อมูลตรวจสอบและตรวจทานความถูกต้องย้อนกลับในภายหลังได้

2. ผู้วิจัยส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ ที่ออกโดยคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลและเต็มใจจะให้ข้อมูลประกอบไปด้วยเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดตราด จำนวน 2 คน อาจารย์วิทยาลัยชุมชนตราดจำนวน 2 คน ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่จำนวน 1 คน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่จำนวน 7 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 คน ตามที่ได้คัดเลือกไว้ เพื่อเชิญเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

3. ผู้วิจัยส่งหนังสือแจ้งผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมทั้งแนบเอกสารแนะนำตัวประกอบหนังสือขอความอนุเคราะห์ และแบบสัมภาษณ์ เพื่อมอบให้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ศึกษาล่วงหน้าก่อนให้สัมภาษณ์

4. ผู้วิจัยเข้าพบผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตามกำหนดวันที่และเวลาที่ได้ติดต่อประสานไว้เพื่อทำการสัมภาษณ์ เรื่องการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง โดยมีกรบันทึกเสียง บันทึกภาพ และการบันทึกย่อระหว่างการสัมภาษณ์

5. ดำเนินการจัดทำรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก เรื่องการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง

การตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความเชื่อถือของข้อมูล โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกันออกไป (Methodological Triangulation) โดยเปลี่ยนแปลงที่เป็นบุคคล เวลา หรือสถานที่ที่ให้ข้อมูล และเป็นการตรวจสอบโดยใช้แหล่งข้อมูลที่ต่างกัน (Data Triangulation) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการพิสูจน์การใช้ความหลากหลายของแหล่งข้อมูลทั้งในเชิงเวลา สถานที่ และบุคคล และพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้นั้นถูกต้องหรือไม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความจริงมากที่สุด ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้อง

โดยการเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลหลาย ๆ แหล่ง ได้แก่ ผู้รับผิดชอบในการรับมอบนโยบาย และการดำเนินการผลิตภัณฑน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทองวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด โดยแจ้งให้ทราบว่าในการสัมภาษณ์เจาะลึกนั้น ผู้วิจัยจะมีการบันทึกข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ โดยวิธีการจดบันทึกข้อมูลและการบันทึกเสียงของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการขออนุญาตก่อน ทำการบันทึกเสียง เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการ ประกอบด้วยบุคคลต่าง ๆ ดังนี้ เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดตราด จำนวน 2 คน อาจารย์วิทยาลัยชุมชนตราด จำนวน 2 คน ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จำนวน 1 คน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จำนวน 7 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 12 คน นำข้อมูลในประเด็นเดียวกันที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละรายมาเทียบเคียงว่า มีความคล้ายคลึงและไปในทางทิศเดียวกันหรือไม่

2. ตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลาย ๆ วิธี การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเรื่องการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง ส่วนใหญ่ที่สำคัญเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การทบทวนและวิเคราะห์เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการส่งเสริมการตลาดของน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด คือ เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดตราด อาจารย์วิทยาลัยชุมชนตราด ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่จากการจดบันทึกและบันทึกเสียง เพื่อยืนยันข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก และการรวบรวมจากเอกสาร

3. ตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เป็นการยืนยันข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎี โดยผู้วิจัยได้บูรณาการแนวความคิด ทฤษฎีหลาย ๆ ชุด ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ ทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ทำให้สามารถมองแนวการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด กรณีศึกษาน้ำพริกเผาสับประรดตราดสีทอง ได้หลายมุมมอง เปรียบเสมือนการมองภาพจากแว่นหลายประเภท เพื่อนำมา กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยได้รับการตรวจสอบความถูกต้องจากคณะอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งแต่ละท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่จะช่วยตรวจสอบและให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารเนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความหมายเชื่อมโยงความสัมพันธ์และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ โดยทำไปพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้เพื่อจะได้ศึกษาประเด็นต่าง ๆ ได้ลึกซึ้งเมื่อประเด็นใดวิเคราะห์แล้วไม่มีความชัดเจนก็จะตามไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อตอบคำถามหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพได้นำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี

3. การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล ในขั้นแรกผู้วิจัยได้ตรวจสอบว่าได้ข้อมูลเพียงพอแล้วหรือยังข้อมูลนั้นได้ตอบปัญหาของการวิจัยแล้วหรือไม่ หากผู้วิจัยพบว่าได้ข้อมูลที่ไม่ตรงกัน ผู้วิจัยจะตรวจสอบว่าข้อมูลที่แท้จริงเป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพคือการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ดังต่อไปนี้

3.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่มาที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่

3.1.1 แหล่งเวลา ถ้าเวลาต่างกันข้อมูลที่ได้รับจะเหมือนกันหรือไม่

3.1.2 แหล่งสถานที่ ถ้าสถานที่ต่างกันข้อมูลที่ได้รับจะเหมือนกันหรือไม่

3.1.3 แหล่งบุคคล ถ้าบุคคลผู้ให้ ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมอยู่หรือไม่

3.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยลงไปเก็บแต่ละครั้งจะแตกต่างกันอย่างไรในกรณีที่ไม่แน่ใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูลสนามผู้วิจัยได้ปรับเปลี่ยนตัวผู้วิจัยให้มีหลายคนขึ้น

3.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าถ้าใช้แนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

3.4 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodology Triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกันนั้นก็ คือ การศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วยนั่นเอง

3.5 การสร้างบทสรุปและการพิสูจน์บทสรุป เป็นการนำแนวคิด ทฤษฎีงานวิจัยต่าง ๆ ทางวิชาการมาสร้างเป็นบทสรุปพร้อมกับข้อมูลที่เชื่อถือได้อีกครั้งหนึ่ง โดยเน้นความเชื่อมโยงเพื่อนำไปสู่การพิสูจน์ที่เป็นรูปธรรมและตรงต่อข้อเท็จจริงที่ปรากฏ

การนำเสนอข้อมูล

เพื่อการนำเสนอข้อมูลที่ละเอียดและทำให้การนำเสนอผลการวิจัยมีความน่าสนใจผู้วิจัยกำหนดการนำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายและพรรณนาข้อมูลที่ได้จากการวิจัย คือ นำเสนอข้อมูลในแต่ละตอนของการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด เพื่อนำมารวบรวมข้อมูล สรุปข้อมูล ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญและนำมาประกอบกับการนำเสนอข้อมูลภาพถ่ายและแผนภาพประกอบการวิจัย และนำเสนอข้อมูลสรุปผลการวิจัยที่ได้เป็นการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด