

สื่ออินเทอร์เน็ตกับโครงการพัฒนาธุรกิจชุมชน
ของบริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน)



นางสาว จิตติมา กาญจนินทุ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-2068-8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INTERNET AND COMMUNITY BUSINESS DEVELOPMENT
PROJECT OF UNITED COMMUNICATION INDUSTRY PUBLIC COMPANY LIMITED



Miss Chittima Kanchanindu

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-2068-8

จิตติมา กาญจนินทุ : สื่ออินเทอร์เน็ตกับโครงการพัฒนาธุรกิจชุมชนของบริษัท ยูโนเด็ดคอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) : (Internet and Community Business Development Project of United Communication Industry Public Company Limited) อ.ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.กิตติ กัญภัย, 173 หน้า, ISBN 974-17-2068-8

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพด้านการสื่อสารของธุรกิจชุมชนก่อนมี/ใช้อินเทอร์เน็ต และวิเคราะห์ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน รวมทั้งเพื่อค้นหาแบบจำลองกระบวนการในการใช้อินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาประเทศต่อไป โดยชุมชนที่ศึกษาคือชุมชนบ้านลาดจังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิจัยพบว่า สภาพภาพด้านการสื่อสารของธุรกิจชุมชนเป็นแบบเดิมที่เคยเป็นมาในอดีตคืออาศัยสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์และใช้สื่อบุคคลเป็นหลักในการหาข่าวสารข้อมูลหรือการติดต่อระหว่างกัน รวมทั้งเป็นผู้รับฟังข่าวสารจากทางราชการหรือหน่วยงานองค์กรเอกชนขนาดใหญ่แต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่มีการโต้กลับหรือแสดงความคิดเห็น สำหรับศักยภาพของอินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนนั้น ถูกใช้อย่างไม่เต็มศักยภาพจริงที่มีอยู่ของอินเทอร์เน็ตเนื่องจากปัจจัยหลาย ๆ ด้านเช่นทรัพยากรธรรมชาติ และสาธารณูปโภค ทรัพยากรมนุษย์ องค์กรสังคม ภาวะผู้นำ การแพร่กระจายตลอดจนเรื่องการเมืองการปกครอง ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตที่ถูกนำมาใช้คือการเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ และการเป็นช่องทางการตลาดช่องทางใหม่ การใช้งานอินเทอร์เน็ตในการประกอบธุรกิจกรรมมีเพียงในช่วงแรกเท่านั้น เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนระยะหลังแทบจะไม่มีการใช้งานเกิดขึ้นเลย

แบบจำลองกระบวนการในการใช้อินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน สรุปได้ว่าต้องประกอบด้วยคณะทำงานที่มีคุณภาพ งบประมาณ ความชัดเจนในการดำเนินงาน สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชน ต้องมีความพร้อมด้านสาธารณูปโภค ต้องสร้างความรู้ความเข้าใจให้คนในชุมชน การกระตุ้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม การอบรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้คนในชุมชนเกิดการยอมรับนวัตกรรมให้ได้และสุดท้ายคือต้องมีการสร้างเครือข่ายระหว่างองค์กร

ภาควิชา	<u>การสื่อสารมวลชน</u>	ลายมือชื่อนิสิต.....
สาขาวิชา	<u>การสื่อสารมวลชน</u>	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา	<u>2545</u>	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

438 52150 28 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORDS : INTERNET / COMMUNITY BUSINESS / DEVELOPMENT

CHITTIMA KANCHANINDU : INTERNET AND COMMUNITY BUSINESS

DEVELOPMENT PROJECT OF UNITED COMMUNICATION INDUSTRY PUBLIC COMPANY

LIMITED. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.KITTI GUNPAI,PH.D., 173 PAGES,

ISBN 974-17-2068-8

This research is an analysis descriptive research. The objective of this research is to study the status of communication within the community before using the internet, to analyse the capability of internet in the business development in their community and to find out the process of using internet in community development to be applied for further country's development. Banlad community in Petchaburi province was chosen to be a case study for this research.

Key finding of this research indicates that the status of community communication still remain the same through mass media such as newspaper, television, radio and face to face communication media as means of source of information or communication among them. The communication is only one way from the government or big private sector without any feedback or comments. However, internet capability is not utilized at the maximum for business development in community due to many factors such as natural resources, infrastructure, human resources, social organization, leadership, diffusion including training program. Capability of internet has been used as the source of information and the new channel for marketing. Internet was used for trading only in the early phase caused by heavily promoted from both private and public organization. Subsequently, it has been rarely used at all.

The conclusion of internet usage process model in community business development must be consist of quality committee, sufficient budget, clear direction, serve community requirements, support by a good infrastructure, educate people in community, encourage people in community to participate, continuously training program, to be able to convince them to accept this innovation. Finally, to have a good network from both private and government organization.

Department Mass Communication

Student's signature.....

Field of study Mass Communication

Advisor's signature.....

Academic year 2002

Co-advisor signature.....

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถของหลาย ๆ ท่านด้วยกัน ก่อนอื่นขอกราบ
ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อ ผศ.ดร.กิตติ กันภัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้
คำปรึกษา แนะนำแนวทาง ตลอดจนเคียงบ่าเคียงไหล่ผู้วิจัยทุกวิถีทางในการทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วง
ไปได้ด้วยดี ถ้าไม่มีท่านคอยเป็นห่วงเป็นใยและกระตุ้นสติผู้วิจัยเป็นระยะ วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้คงไม่
สามารถสำเร็จลงไปได้อย่างแน่นอน

กราบขอบพระคุณรศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.
กาญจนา แก้วเทพ และ รศ.ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ช่วยให้
คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่อง จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ขึ้น

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของบมจ.ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี
จำกัด(มหาชน) ที่ให้ความร่วมมือ ในการอนุเคราะห์ข้อมูล ประสานงานกับชุมชนและช่วยเหลือให้
การสนับสนุนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์รวมทั้งอินเทอร์เน็ต และจัดทีมเจ้าหน้าที่มาเป็นวิทยากรในการ
จัดเวทีชุมชนขึ้น อีกคนที่เป็นผู้ช่วยเหลือในการทำวิจัยในครั้งนี้คือ คุณวีระวรรณ ยังกิจการ ที่คอย
เป็นผู้ร่วมเดินทางในการไปเก็บข้อมูลยังต่างจังหวัดกับผู้วิจัยอย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย

ท้ายสุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นแรงสำคัญในการสนับสนุนค่าเล่า
เรียนให้กับผู้วิจัยและเป็นกำลังใจที่ดีให้กับผู้วิจัยเสมอมา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จิตติมา กาญจนินทุ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ

บทที่

1	บทนำ.....	1
	- ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	- ปัญหานำวิจัย.....	7
	- วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
	- ขอบเขตของงานวิจัย.....	8
	- ข้อเสนอแนะพื้นฐาน.....	8
	- นิยามศัพท์.....	9
	- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2	ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
	- ทฤษฎี Technological Determinism.....	12
	- ทฤษฎีเทคโนโลยีด้านสื่อใหม่ (New Media Technology).....	16
	- ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (Communication Theory of Modernization).....	25
	- แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชน (Community Communication).....	34
	- แนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน.....	44
	- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
	- Conceptual Framework.....	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย.....52
	- หน่วยการวิเคราะห์.....52
	- แหล่งข้อมูล.....52
	- ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล..... 56
	- การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 56
	- การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย..... 59
	- การวิเคราะห์ข้อมูล.....59
	- การนำเสนอข้อมูล.....59
4	สถานภาพการสื่อสารธุรกิจชุมชน.....61
	4.1 ธุรกิจหลักของชุมชน.....61
	4.1.1 สินค้าเกษตรของชุมชน.....62
	4.1.2 การประกอบธุรกิจของชุมชน.....64
	- การซื้อขายกับคู่ค้าโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง..... 64
	- การซื้อขายผ่านโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง.....66
	- การซื้อขายผ่านสหกรณ์การเกษตร.....72
	4.1.3 แหล่งทุนในการทำธุรกิจของชุมชน.....77
	4.2 สถานภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชน.....80
	4.2.1 โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารและการเปิดรับข่าวสาร.....80
	ลักษณะโครงสร้างระบบเศรษฐกิจและการจัดการภายในชุมชน.....84
	4.2.2 ความต้องการในเรื่องธุรกิจชุมชน.....89
	4.3 กระบวนการเผยแพร่อินเทอร์เน็ตสู่ชุมชน.....91
	4.3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานของบริษัท ยูคอม.....91
	4.3.2 ขั้นตอนการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชน..... 94
5	ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน.....102
	5.1 ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต (www.rakbankerd.com).....102

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5.2	ลักษณะของ CMC ที่นำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน.....119
5.3	การรับรู้ศักยภาพและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อชุมชน.....126
5.4	ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และการใช้งานอินเทอร์เน็ต.....127
5.5	การนำศักยภาพสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน.....130
5.6	ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน.....136
6	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....149
	รายการอ้างอิง.....176
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....178



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	แสดงการเปรียบเทียบการสื่อสารมวลชนและการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์.....22
2	แสดงความแตกต่างระหว่างสังคมที่ทันสมัยและไม่เป็นทันสมัย.....28
3	แสดงการอธิบายถึงประโยชน์ที่ชุมชนบ้านลาดใช้จากเนื้อหาใน www.rakbankerd.com117
4	แสดงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของแนวคิด CMC กับศักยภาพของ www.rakbankerd.com119



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 แสดงกระบวนการกลุ่มเพื่อการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรธุรกิจชุมชน.....	45
2 แสดงองค์ประกอบในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน.....	161
3 แสดงแบบจำลองกระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน.....	166



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1	แสดงรูปคุณฉวีใจใหญ่ ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด.....53
2	แสดงรูปคุณเดือนขวัญ คำรัก เจ้าหน้าที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต.....54
3	แสดงรูปคุณศรีสุดา ไชยบุญญานภาพ พัฒนาการอำเภอบ้านลาด.....54
4	แสดงบรรยากาศในการจัดเวทีชุมชน.....58
5	แสดงบรรยากาศในการจัดเวทีชุมชนรูปที่ 2.....58
6	แสดงบรรยากาศสภาพท้องทุ่งนาในอำเภอบ้านลาด.....63
7	แสดงสภาพความเป็นอยู่ของคนในชุมชนบ้านลาด.....64
8	แสดงภาพตลาดกลางสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด.....67
9	แสดงภาพการซื้อขายสินค้าในตลาดกลาง.....70
10	แสดงภาพการซื้อขายสินค้าในตลาดกลางรูปที่ 2..... 70
11	แสดงภาพที่ทำการสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด.....72
12	แสดงบริเวณพื้นที่การซื้อขายและเก็บข้าวเปลือกของสหกรณ์.....74
13	แสดงภาพสวนกล้วยหอมทองที่มีการควบคุมการปลูกจากประเทศญี่ปุ่น.....85
14	แสดงภาพบอร์ดข่าวสารความรู้ที่สำนักงานพัฒนาการอำเภอบ้านลาด.....88
15	แสดงภาพสำนักงานในปั้มน้ำมัน ปตท. ซึ่งเป็นที่ตั้งของคอมพิวเตอร์ ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต.....95
16	แสดงบริเวณภายในสถานที่ตั้งอินเทอร์เน็ต.....96
17	แสดงขั้นตอนแรกของการเข้าสู่ระบบซื้อขาย.....98
18	แสดงรายละเอียดข้อมูลในหัวข้อข่าวเด่นประเด็นร้อน.....104
19	แสดงข้อมูลรายละเอียดในหัวข้อรากฐานไทยและเกษตรพลิกฟื้นชาติ.....104
20	แสดงรายละเอียดข้อมูลในหัวข้อธุรกิจชุมชน ร้านรักบ้านเกิด ข่าวสารสถานการณ์ ศาสนาและจิตวิญญาณ มุลนิธิสำนึกรักบ้านเกิด ทำความรู้จักรักบ้านเกิด.คอม.....105
21	แสดงรายละเอียดข้อมูลในหัวข้อกระทู้รักบ้านเกิด.....105
22	แสดงตัวอย่างรายละเอียดประเด็นย่อยในรากฐานไทยที่ถูกจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่.....107
23	แสดงตัวอย่างรายละเอียดในกานำศาสนาและจิตวิญญาณ.....108
24	แสดงรายละเอียดเนื้อหาในหัวข้อเกษตรพลิกฟื้นชาติ.....109
25	แสดงตัวอย่างคำถามในหน้าถามตอบปัญหาเกษตรในหัวข้อเกษตรพลิกฟื้นชาติ.....110

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
26	แสดงรายการขายสินค้าขององค์กรสมาชิก.....	111
27	แสดงรายการประกาศซื้อขององค์กรสมาชิก.....	112
28	แสดงรายละเอียดสินค้าหลังจากเลือกหัวข้อเข้าสู่ระบบธุรกิจชุมชนและสินค้าขาย.....	112
29	แสดงรายการสินค้าที่เลือกจากหัวข้อสินค้าขายประเภทสินค้าเกษตรหลัก.....	113
30	แสดงรายละเอียดข้อมูลสินค้าหลังจากเลือกหัวข้อข่าวและบัญชีและข่าวเจ้า.....	113
31	แสดงรายละเอียดตลาดสินค้าที่จะเลือกดูราคาสินค้า.....	114



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกปัจจุบันวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีได้พัฒนาไปมากโดยเฉพาะในด้านโทรคมนาคม ทำให้ข้อมูลข่าวสารสามารถส่งผ่านถึงกันโดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาและระยะทางอีกต่อไป ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดการสื่อสารแบบ 2 ทางที่ตอบโต้กันได้ (Interactive) และแบบหลายสื่อ (Multimedia) ทำให้รูปแบบการสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นในยุคสารสนเทศที่มีการพัฒนาไปมากนี้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้ถูกโยงใย เพื่อที่จะทำให้สามารถติดต่อเชื่อมเข้าหากันได้ทั่วโลกด้วยเครือข่ายข้อมูลข่าวสารหรือที่เรียกว่า “อินเทอร์เน็ต” จึงนับได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหรือช่องทางสื่อสารสำหรับโลกปัจจุบันและอนาคต

ในอดีต มนุษย์มีประสบการณ์การสื่อสารแบบเส้นตรง หรือที่เรียกกันว่า linear communication คือการอ่าน การดูโทรทัศน์ การฟัง แต่ด้วยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ต่อเชื่อมโยงเข้าหากัน จนทำให้โลกไร้พรมแดนอย่างในปัจจุบันทำให้เกิดกระบวนการสื่อสารแนวใหม่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นรูปแบบหลายสื่อ คือมีทั้งภาพนิ่ง วิดีโอเคลื่อนไหว เสียงหรือข้อมูลที่มีคุณภาพสูง บังเกิดการโต้ตอบที่ผู้สื่อสารเลือกควบคุมได้ ทำให้ข้อมูลข่าวสารตรงตามที่ต้องการ (information on demand) ในเวลารวดเร็ว ตื่นตาตื่นใจ บางเรื่องเสมือนหนึ่งว่าได้เข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้นจริง ๆ

ในช่วง 10 – 15 ปีที่ผ่านมา ผู้รับสารมีการปฏิสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ซึ่งเป็นการปฏิสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก สื่อที่เข้ามามีบทบาทมากที่สุดขณะนี้คือสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อที่ไร้ขีดจำกัดเป็นการเปลี่ยนแปลงของสื่อมวลชนครั้งใหญ่ในยุคใหม่ที่จะสามารถครอบคลุมไปทั่วโลก การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมเกิดการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ขึ้นจากการเปิดรับข้อมูลของผู้รับสาร การเปลี่ยนแปลงจากระบบรวมอำนาจ (Centralization) มาเป็นระบบกระจายอำนาจ (Decentralization) ซึ่งเป็นแนวความคิดของสื่อยุคใหม่

อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณนับว่าเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก อินเทอร์เน็ตถือกำเนิดในปี 2512 โดยมาจากการพัฒนาเครือข่ายในยุคสงครามเย็นระหว่างค่ายคอมมิวนิสต์กับค่ายเสรีประชาธิปไตย สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศผู้นำในค่ายเสรีประชาธิปไตย ได้วางโครงการพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อการทหารและต่อมาได้ขยายตัวออกไปทั่วโลกจนกระทั่งพัฒนามาเป็นอินเทอร์เน็ต สำหรับประเทศไทย การเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ต มีจุดกำเนิดมาจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระหว่างมหาวิทยาลัยหรือที่เรียกว่า Campus Network เครือข่ายดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) จนกระทั่งได้เชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตโดยสมบูรณ์ในเดือนสิงหาคมปี 2535 ประเทศไทยได้เริ่มติดต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่ปี 2530 โดยเริ่มที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่เป็นแห่งแรกและสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย ภายใต้โครงการความร่วมมือระหว่างไทยกับออสเตรเลียในช่วงเวลาต่อมา และหลังจากนั้นเป็นต้นมา เครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในภาคเอกชนและหน่วยงานของรัฐบาล จนกระทั่งปัจจุบันมีจำนวนผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (Internet Service Provider) ถึง 18 รายด้วยกัน (Internet Today Jan,2001)

อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมสูงสุด และก้าวเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนในสังคมยุคข่าวสารมากขึ้น เมื่อได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งบันเทิงที่มีขนาดใหญ่ นอกเหนือจากการเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการศึกษา ปัจจุบัน ผู้คนสามารถหาความบันเทิง จับจ่ายซื้อของหรือเลือกใช้บริการจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ในราคาถูก และเท่าเทียมกัน เพราะเมื่ออยู่บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ ทุกคนต่างมีวรรณะเท่ากันหมด ไม่มีการแบ่งแยกชนชั้น เชื้อชาติ หรือศาสนา ทุกคนสามารถส่งข้อมูลถึงคนกลุ่มใหญ่ทั่วโลกได้ และสามารถโต้ตอบกันได้ในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน นอกเหนือจากนี้ ก็ยังมีเว็บไซต์ของกลุ่มเอกชนของไทยต่าง ๆ เช่น องค์กร โรงเรียน กลุ่มการค้า บริษัท หน่วยงานราชการ และเครือข่ายอิสระต่าง ๆ ที่นำเรื่องราวที่น่าสนใจของหน่วยงานของตนขึ้นเผยแพร่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้วยวัตถุประสงค์ทั้งในเชิงพาณิชย์ใช้ในการประกอบธุรกรรมต่าง ๆ อย่างมากมาย ทั้งการนำไปเป็นช่องทางในการจำหน่าย ช่องทางการส่งเสริมการขายรวมทั้งการใช้เพื่อการส่งข่าวสารข้อมูลโดยตรง และให้สาระความรู้ รวมไปถึงการรายงานข่าวสารต่าง ๆ อีกด้วย กล่าวโดยรวมพอจะสรุปความสำคัญหรือประเภทของการให้บริการดังนี้

1. Electronics Mail (E-mail)

เป็นบริการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ในเครือข่าย หรือเรียกง่าย ๆ ก็เหมือนกับการส่งจดหมายโดยบุรุษไปรษณีย์นั่นเอง แต่มีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดกว่า เนื่องจากสามารถส่งข้อมูลที่มีอยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ทันที ไปยังที่ใดก็ได้โดยระบุที่อยู่ของผู้รับภายในระยะเวลาไม่กี่วินาที จดหมายนั้นก็จะไปถึงผู้รับได้

2. Usenet News

บริการนี้เปรียบเสมือนแหล่งรวมข่าวสารและความคิดเห็นของบุคคลในเรื่องต่าง ๆ โดยผู้ใช้บริการ สามารถเลือกอ่านหัวข้อของข่าวสารหรือเรื่องที่เขาสนใจโดยจะมีเนื้อหาและความคิดเห็นของบุคคลอื่นในเรื่องนั้น ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มคนขึ้น และผู้ใช้สามารถเสนอความคิดเห็นของตนเองได้ หรือถ้าหากต้องการทราบความคิดเห็นจากบุคคลอื่นในเรื่องใดก็ตาม สามารถกำหนดหัวข้อเพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องนั้นแสดงความคิดเห็นผ่านบริการ Usenet News ได้เช่นกัน

3. Gopher

คือบริการที่ช่วยในการค้นหาข้อมูล สามารถนำไปสู่การค้นหาข้อมูลจากห้องสมุดต่าง ๆ ทั่วโลก โดยการเลือกคำสั่งผ่านรายการที่ปรากฏในแต่ละขั้นตอนและสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลนั้น ๆ ได้โดยไม่ต้องใช้คำสั่งที่สลับซับซ้อน

4. Telnet

ผู้ใช้บริการสามารถใช้คำสั่งนี้ เพื่อติดต่อขอใช้หรือค้นหาข้อมูลจากเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นในลักษณะการเข้าใช้ระบบจากระยะไกล (Remote Login) โดยไม่จำเป็นต้องเข้าไปใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องนั้น

5. Archie

เครื่องมือในการช่วยค้นหาแฟ้มข้อมูลที่ต้องการนั้น สามารถพบได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์ (Host) เครื่องใด โดยการใช้คำสั่งพร้อมกับระบุชื่อแฟ้มข้อมูลที่ต้องการค้นหา

6. File Transfer Protocol (FTP)

บริการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อไปยัง host ที่มีการให้บริการ FTP เพื่อขอใช้บริการโอนถ่ายข้อมูลไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร รายงานวิจัยหรือ Software เป็นต้น

7. Hytelnet

การใช้บริการนี้จะให้ข้อมูลว่ามีเครือข่ายใด หรือ host ใดที่มีการให้บริการ telnet บ้าง และมีรหัสในการขอเข้าใช้บริการคืออะไร นับว่าเป็นเครื่องมือสนับสนุนการใช้บริการ telnet ได้เป็นอย่างดี

8. Internet Relay Chat (IRC)

ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นที่ใช้บริการในขณะเดียวกันจากทั่วทุกมุมโลก โดยเมื่อป้อนข้อความสนทนาลงไป ข้อความนั้นก็จะปรากฏบนเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องที่เป็นผู้ร่วมสนทนาด้วยในเวลาเดียวกัน

9. Talk

มีลักษณะการใช้งานเช่นเดียวกับ IRC แต่ต่างกันที่บริการนี้เป็นการสนทนายาระหว่างบุคคลสองคนเท่านั้นไม่สามารถทำการสนทนาเป็นกลุ่มได้ โดยผู้ใช้จะต้องระบุ E-mail Address ของผู้ที่ต้องการจะสนทนาด้วย

10. Wide Area Information Server (WAIS)

การทำงานของ WAIS จะมีลักษณะการทำงานคล้ายกับการทำงานของarchie แต่มีความสะดวกในการทำงานมากกว่าเนื่องจากการค้นหาแหล่งข้อมูลของarchie นั้น ผู้ใช้จะต้องทราบชื่อแฟ้มข้อมูลที่ต้องการค้นหาแต่การทำงานของ WAIS เพียงแต่ระบุข้อความที่ต้องการค้นหา WAIS ก็จะได้แสดงชื่อแฟ้มข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวพร้อมทั้งแหล่งของข้อมูล

11. World Wide Web (WWW)

จัดเป็นบริการเครือข่ายมัลติมีเดียหรือสื่อประสมที่เรียกว่า เครือข่ายใยแมงมุมคลุมโลก เพราะเป็นระบบการสื่อสารที่มีความเร็วสูง ตลอดจนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีการประมวลผลที่รวดเร็วไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร, ภาพนิ่ง, ภาพเคลื่อนไหวและเสียง ปัจจุบันหน่วยงานวิจัยหรือสถาบันการศึกษาชั้นนำทั่วโลก ได้ตั้งศูนย์บริการ WWW ขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตสามารถใช้คอมพิวเตอร์เข้าไปอ่านข่าวสาร, รูปภาพ, วีดีโอ, ฟังเพลง หรือเสียงพูดเก็บเป็นไฟล์ไว้อย่างง่ายดาย นอกเหนือจากการเรียกดูบริการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ หรือแม้แต่บริการหนังสือพิมพ์ที่สามารถอ่านฟรีทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งก็ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง

การเติบโตทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมักแพร่กระจายอยู่ในสังคมเมืองเป็นส่วนใหญ่แต่ด้วยพลังแห่งการสื่อสารในอนาคตก้อนนี้ หน่วยที่เล็กที่สุดในสังคมคือครอบครัวจะเชื่อมโยงกับหน่วยที่ใหญ่ที่สุดในสังคมได้โดยตรง แต่ด้วยหน่วยทางสังคมที่เรียกว่าครอบครัวนั้นไม่มีพลังทางเศรษฐกิจเพียงพอและไม่มีสถานะทางกฎหมายรองรับ ชุมชนในระดับตำบลก็จะเป็นหน่วยทาง

สังคมที่เป็นตัวแทนที่จะเชื่อมโยงกับหน่วยที่ใหญ่ที่สุดในสังคมแทน หน่วยที่ใหญ่ที่สุดในสังคมประกอบด้วยรัฐบาลและบรรษัทขนาดใหญ่ ซึ่งในความหมายนี้โดยไม่มีเขตแดนของประเทศเข้ามาเกี่ยวข้อง นั่นคือหน่วยทางสังคมของประเทศหนึ่งจะติดต่อกับรัฐบาลอีกประเทศหนึ่งก็ได้ โดยการเชื่อมโยงดังกล่าว จะทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทาง เศรษฐกิจ การเมือง และการปกครอง ในทางเศรษฐกิจผู้ประกอบการขนาดย่อยและขนาดกลางจะหมดบทบาทเพราะผู้บริโภคติดต่อกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้โดยตรง

ภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็นฐานหลักของการพัฒนาประเทศ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเกษตรกรผู้ผลิตก็เป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง เนื่องจากการเกษตรในปัจจุบันเป็นการผลิตเพื่อส่งออกเป็นส่วนใหญ่ การติดต่อสื่อสารทางด้านการเกษตรจึงต้องมีความเกี่ยวข้องกับต่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งในด้านการนำเข้าปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีการผลิตต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาเกษตรกรรมของประเทศให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้

การเชื่อมโยงอันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ เป็นไปตามเทคโนโลยีที่ได้พัฒนา มาจนถึงจุดที่ การติดต่อสื่อสาร การตัดสินใจ การทำธุรกรรมจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ซึ่งจะทำให้พฤติกรรมของผู้คนและสังคมเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีดังกล่าวก็คืออินเทอร์เน็ตซึ่งต่อไปเทคโนโลยีนี้จะมีอิทธิพลต่อครัวเรือนมากขึ้นไปทุกที การสร้างรากฐานใหม่ของชุมชนจะต้องเชื่อมโยงชุมชนเข้าด้วยกัน ให้การสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ และสามารถประกอบธุรกรรมได้ในหมู่ชุมชนของตน

การพัฒนาไม่ควรยึดติดเฉพาะหน่วยระดับโลกเท่านั้น แต่ควรผนวกรวมการสื่อสารระดับกลุ่มคนในหมู่บ้าน ระดับหมู่บ้าน ระดับเครือข่ายหมู่บ้านเข้าไว้ด้วย โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์แบบองค์รวมและถือเอาปัญหาของชุมชนเป็นตัวตั้ง (Problem-oriented Approach) นอกจากนั้น ยุทธศาสตร์การพัฒนาควรเน้นลักษณะเชิงโครงสร้างและเน้นระดับนโยบาย เช่น การคืนอำนาจสู่ประชาชนเพื่อการกำหนดชะตากรรมของชุมชนเอง ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวต้องใช้นโยบายการพัฒนาแบบกระจายอำนาจ การเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ในการพัฒนาจาก “ระดับโลก” หรือ “ระดับชาติ” มาสู่ระดับ “หมู่บ้าน” และ “ชุมชน” ซึ่งเน้นการพัฒนาปัจเจกบุคคลที่มีความเป็นรูปธรรม(มากกว่า) และตัว “ชุมชน” ที่มีความเป็นนามธรรม(มากกว่า) ได้ฉายชัดให้เห็นถึงเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาว่าเป็นการพัฒนาเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชนเอง

บริษัท ยูไนเต็ดคอมมูนิเกชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) หรือยูคอมซึ่งดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ได้จัด “โครงการเครือข่ายข้อมูลข่าวสารและธุรกิจชุมชน” ขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารชุมชนทั้ง 7,255 ตำบลใน 795 อำเภอใน 76 จังหวัดทั้งนี้เพื่อที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน มีการจัดสร้างเว็บไซต์ รักบ้านเกิดดอตคอม (www.rakbankerd.com) ขึ้นมาโดยนำเทคโนโลยีการสื่อสารทั้งระบบคอมพิวเตอร์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต วิทยุร่วมด้วยช่วยกัน โทรศัพท์เคลื่อนที่และทรังก์โมบายมาเป็นช่องทางในการสื่อสารของชุมชน ซึ่งเว็บนี้จะเป็นสื่อกลางระหว่างชุมชน ทั้งให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในพื้นที่ชนบททั่วประเทศ ตอบปัญหาเกษตรกร รวมทั้งให้บริการทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรที่ผลิตในชุมชนระหว่างกันในลักษณะการทำอี-คอมเมิร์ซแบบบีทูบี (business to business) ด้วยเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารชุมชน เพิ่มช่องทางการขายผลผลิตแลกเปลี่ยนผลผลิตพื้นฐานและผลผลิตเสริม หรือสินค้าระหว่างชุมชนกับชุมชน และชุมชนกับผู้ซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยโครงการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างชุมชนที่เคยปรากฏคือโครงการปลาแลงข้าว ซึ่งได้ดำเนินการไปเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2544 โดยมีสินค้าข้าวจากบ้านหนองแปน จังหวัดกาฬสินธุ์ นำมาแลกกับปลาของกลุ่มชาวประมงในจังหวัดระนองโดยผ่านทางเว็บไซต์

www.rakbankerd.com ทำให้ชุมชนมีรายได้พอเพียงต่อการดำรงชีพ ชุมชนมีความเข้มแข็งเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศก่อให้เกิดการเชื่อมโยงคนกลุ่มอาชีพกลุ่มปัญหาในพื้นที่ทั่วประเทศ และเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้เข้มแข็ง ด้วยการให้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารและด้วยปัจจุบันปัญหาสำคัญของการพัฒนาธุรกิจสินค้าชุมชนคือ ปัญหาช่องทางการตลาดและรูปแบบสินค้า การดำเนินการนี้จึงจะเอื้อประโยชน์ให้ชุมชนได้ใช้ช่องทางดังกล่าวเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจำหน่ายสินค้าของชุมชนออกสู่ตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศได้สะดวกและรวดเร็วส่งผลให้เกิดการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนในด้านธุรกิจ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้นและนำไปสู่การพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป

แนวคิดดังกล่าวสืบเนื่องมาจากความเชื่อที่ว่า เทคโนโลยีและโทรคมนาคมทำให้ชีวิตคนดีขึ้น ไม่เว้นแต่คนในชนบท เพียงแต่ปกติคนเหล่านั้นมักไม่มีโอกาสที่จะเข้าถึงเทคโนโลยีเท่าที่ควร ซึ่งการดำริโครงการดังกล่าวนี้เกิดจากความพร้อมของกลุ่มยูคอม เพราะมันใจว่ามีความพร้อมเนื่องจากมีเครือข่ายโยงใยทั่วประเทศ ทำให้มีศักยภาพที่จะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ การหยิบยื่นเทคโนโลยีส่งเสริมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรระหว่างชุมชน ผ่านระบบอี-คอมเมิร์ซยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้ทุกตำบลมีการค้าขาย สร้างรายได้ ซึ่งเมื่อประชาชนมีรายได้ก็จะมีอำนาจซื้อ ทำให้ธุรกิจขายสินค้าได้มากขึ้น

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของโครงการดังกล่าว ที่จะพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชน สร้างความเข้มแข็งของระดับองค์กรระดับรากหญ้า โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านอินเทอร์เน็ตไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และอีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่ความรู้ในแง่ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ รายละเอียดงบประมาณสำหรับทุกตำบลหลัก 7,000 ตำบล เพื่อให้ชาวบ้านได้รับรู้ว่ารัฐบาลให้งบมาพัฒนาและลงทุนในส่วนใดบ้าง นอกจากนั้นข่าวสารด้านการเกษตร ตอบปัญหาการเกษตรโดยเจ้าหน้าที่จากกระทรวงการเกษตรและสหกรณ์ ปฏิทินด้านการเกษตรบอกรายละเอียดกำหนดเวลาของพืชแต่ละชนิดที่จะออกสู่ตลาด ข้อมูลพื้นฐานด้านการเพาะปลูก เช่น พื้นที่ใดควรปลูก พืชชนิดใดไม่ควรปลูก ที่บรรจุเป็นเนื้อหาในอินเทอร์เน็ตให้แก่ชุมชน อันจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในด้านข้อมูลข่าวสารและเพื่อเป็นการพัฒนาความเป็นอยู่ และยกระดับรายได้ให้กับชุมชน และสื่ออินเทอร์เน็ตยังจะเป็นช่องทางทางการตลาดหรือเรียกได้ว่าเป็นการเพิ่มช่องทางทางการจำหน่ายให้แก่คนในชุมชน ทำให้มีการซื้อ-ขายอย่างสะดวกขึ้น โดยลดปัญหาเกี่ยวกับการถูกกดราคาอย่างไม่เป็นธรรมจากพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งยังสามารถให้คนในชุมชนทราบราคากลางของสินค้าในตลาดได้อีกด้วย

โดยสรุป หากนักพัฒนาทั้งหลาย ผู้นำชุมชน องค์กรเอกชนทั้งหลายที่มีแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพชุมชนใดให้มีความเข้มแข็ง และยืนหยัดอยู่ด้วยการพึ่งพาตนเองได้แล้ว ย่อมต้องมองถึงศักยภาพในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้ว ก็จะช่วยให้ชุมชนเหล่านั้นมีจุดเริ่มของการพัฒนาชุมชน มาสู่กระบวนการเรียนรู้ และกิจกรรมการเรียนรู้ที่จะนำพาชุมชน ไปสู่ความดำรงอยู่ได้ พึ่งพาตนเองได้ โดยอาศัยสื่อใหม่คืออินเทอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีวิตในด้านการสื่อสาร ทั้งทางด้านข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการดำเนินธุรกิจ ถ้าชุมชนมีการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ นี้และนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนจะทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากการสื่อสารแบบใหม่นี้ ซึ่งถ้าหากชุมชนทุกชุมชนดำรงอยู่และพึ่งพาตนเองได้ นั้นหมายถึง ประเทศชาติของเราสามารถดำรงอยู่ และพึ่งพาตนเองได้ นั่นเอง

ปัญหานำวิจัย

1. สถานภาพด้านการสื่อสารของธุรกิจชุมชนก่อนมี / ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอย่างไร
2. ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนเป็นอย่างไร
3. กระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านการสื่อสารของธุรกิจชุมชนก่อนมี / ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจของชุมชน
3. เพื่อค้นหาแบบจำลอง (Model) กระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

ขอบเขตของงานวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง โครงข่ายข้อมูลข่าวสารและธุรกิจชุมชนเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่กำหนดขอบเขตการวิจัยครอบคลุมถึงเนื้อหาของโครงการ และวิธีการดำเนินงานทุกขั้นตอนและนโยบายการดำเนินงานของโครงการในบริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) รวมทั้งศักยภาพของอินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การวิจัยแบบสังเกตการณ์ภาคสนาม และการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยจะศึกษาในชุมชนอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด เนื่องจากเป็นสถานที่ที่บริษัท ยูคอมได้ไปติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และติดตั้งโปรแกรมอินเทอร์เน็ต เพื่อการใช้งานของชุมชน เมื่อเดือนมีนาคม 2543 ซึ่งนับว่าเป็นสหกรณ์นำร่องหนึ่งในสามสหกรณ์ชุดแรกที่ยูคอมได้ไปติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และโปรแกรมอินเทอร์เน็ต ระยะเวลาในการวิจัยคือตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2546 โดยอาศัยกระบวนการทัศนวิสัยในเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ การแพร่กระจายนวัตกรรม ความทันสมัยด้วยการสื่อสาร การสื่อสารเพื่อชุมชนและเรื่องธุรกิจชุมชนมาเพื่อเป็นกรอบในการศึกษา

ข้อสันนิษฐาน

1. สถานภาพด้านการสื่อสารของธุรกิจชุมชนในปัจจุบัน มีลักษณะของการสื่อสารแบบบนลงล่าง (Top-Down Communication) การได้รับข่าวสารมักได้รับจากหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานองค์กรที่มีขนาดใหญ่เป็นส่วนมาก และแหล่งข้อมูลที่มาจากสื่อมวลชนที่นำเสนอออกไป เช่น จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นการสื่อสารที่ชุมชนรับสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่สามารถมีการตอบโต้หรือ Interactive กลับไปได้

2. ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน มีลักษณะเป็นโครงข่ายข้อมูลขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมพื้นที่ในทุกจังหวัดสามารถเชื่อมต่อไปได้ทั่วโลก ทำให้เกิดการไหลของข้อมูลต่าง ๆ เช่น ด้านการเกษตรสามารถติดต่อไปได้ทั่วโลกและทำให้เกิดความสามารถในการใช้ข้อมูลด้านการเกษตรของเกษตรกร เกิดการรวมตัวกันของเกษตรกรและการแลกเปลี่ยนข้อมูลการตลาดเกษตรของเกษตรกรในประเทศ
3. กระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน เริ่มด้วยการสร้างเครือข่ายของสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลทางด้านธุรกิจข้อมูลที่หลากหลายเต็มรูปแบบ และการฝึกอบรมให้คนในชุมชนเข้าใจวิธีการใช้งานของสื่อใหม่และเมื่อคนในชุมชนได้เข้าใจยอมรับและนำไปใช้งานด้านธุรกิจชุมชนจะก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านธุรกิจชุมชนที่ดีขึ้น

นิยามศัพท์

- สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายของคอมพิวเตอร์ที่ประกอบด้วยเครือข่ายย่อยเป็นจำนวนมากต่อเชื่อมเข้าด้วยกัน ภายใต้มาตรฐานเดียวกันจนเป็นสังคมเครือข่ายขนาดใหญ่ เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลกัน
 - ชุมชน หมายถึง หน่วยของสังคมที่เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มคนในพื้นที่เดียวกันจำนวนหนึ่งซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าครอบครัว ในที่นี้จะหมายถึงระดับตำบลขึ้นไปมารวมตัวกัน โดยมีวิถีชีวิตเกี่ยวพันกัน และมีการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นปกติต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการอยู่ในพื้นที่ร่วมกัน หรือมีอาชีพร่วมกันหรือประกอบกิจการซึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือการมีวัฒนธรรม ความเชื่อ หรือความสนใจร่วมกัน มีบรรทัดฐานของการอยู่ร่วมกัน ในที่นี้คือ ชุมชนสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จังหวัด เพชรบุรี
- โดยสหกรณ์ในที่นี้จะถือว่าเป็นสถานที่ที่คนในชุมชน จะมาใช้บริการอินเทอร์เน็ต เนื่องจากทางบริษัท ยูคอมได้ใช้สหกรณ์เป็น

ศูนย์กลางในการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับชุมชนต่าง ๆ ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง

- สถานภาพด้านการสื่อสาร หมายถึง สถานภาพการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทางด้านธุรกิจ ด้านการซื้อขาย หรือสื่อที่คนในชุมชนใช้เป็นประโยชน์เพื่อเป็นข้อมูลทางด้านธุรกิจชุมชน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ S M C R ของคนในชุมชนนั่นเอง
- ธุรกิจชุมชน หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินการร่วมกันของสมาชิกในชุมชน และมีการแบ่งปันผลประโยชน์แก่สมาชิกของกลุ่ม และเพื่อสาธารณประโยชน์ในชุมชน เป็นธุรกิจที่ชุมชนก่อตั้งขึ้นและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของธุรกิจนั้น ๆ เช่น การซื้อ-ขายสินค้า การแลกเปลี่ยนสินค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจ เพื่อประโยชน์ต่อคนในชุมชนเอง ท้ายที่สุดจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของพื้นที่เป้าหมายในเรื่องการบริหารจัดการในท้องถิ่น
- เครือข่ายข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้มีการโยงถึงกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ทำให้รับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ต่าง ๆ ภายนอกได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง
- ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง ความสามารถของสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีเทคโนโลยีทางการสื่อสารประกอบด้วย คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต ระบบโทรคมนาคมที่ทันสมัยรวมถึงโทรศัพท์มือถือ ระบบเครือข่ายไฟเบอร์ ออปติก เป็นต้นสนับสนุนให้เกิดกระบวนการของสื่อใหม่ ที่สามารถทำให้การติดต่อสื่อสารของคนในปัจจุบันเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และทันสมัยอย่างมาตรฐานสากล
- กระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง วิธีการและขั้นตอนในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อขับเคลื่อนชุมชนให้ยอมรับและใช้สื่อใหม่

- การพัฒนาชุมชน หมายถึง กระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อประสิทธิภาพที่ดีขึ้นและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยจะเน้นในเรื่องการพัฒนาธุรกิจชุมชน ที่จะก่อให้เกิดแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านธุรกิจชุมชนมากขึ้น หรือมีการซื้อ-ขายสินค้าที่สะดวกและรวดเร็วขึ้นโดยไม่ต้องถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางอีกต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาการดำเนินงาน ที่เกี่ยวเนื่องกับประโยชน์ของชุมชน ผ่านทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อนำไปประยุกต์ใช้เพื่อขับเคลื่อนพลังชุมชนในที่อื่นๆ ในการทำธุรกิจต่อไป
2. ผลการวิจัยทำให้โครงการเครือข่ายข้อมูลข่าวสารและธุรกิจชุมชน เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มชนทั้งภาครัฐและเอกชน ทำให้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ อันจะทำให้โครงการบรรลุผลรวดเร็วขึ้นและก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนมากที่สุด
3. เพื่อให้ผู้ที่สนใจทำการวิจัยต่อไปในอนาคตเมื่อโครงการนี้ได้ขยายการดำเนินงานมากขึ้นเพราะเป็นงานที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อประเทศ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง สื่ออินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาเครือข่ายข้อมูลข่าวสาร และธุรกิจชุมชน ของบริษัท ยูไนเต็ดคอมมูนิเคชั่น อินด์สตรี จำกัด(มหาชน) ผู้วิจัยจะใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้เป็นการรอบในการศึกษา

1. ทฤษฎี Technology Determinism
2. ทฤษฎีเทคโนโลยีด้านสื่อใหม่ (New Media Technology)
3. ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (Communication Theory of Modernization)
4. แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชน
5. แนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน

1. ทฤษฎี Technological Determinism

เป็นกลุ่มที่เชื่อว่า เทคโนโลยีเป็นสาเหตุหลัก ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับส่วนอื่น ๆ ซึ่ง D.McQuail (1994) ได้ประมวลคุณลักษณะเด่น ๆ ของกลุ่มทฤษฎีเอาไว้ดังนี้

1. เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกสังคม
2. เทคโนโลยีแต่ละชนิดก็จะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมแต่ละอย่าง
3. ขั้นตอนการผลิตและการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร จะเป็นตัวนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม
4. การปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ

สำหรับนักทฤษฎีในกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดที่จะกล่าวถึงนี้ จะเป็นนักวิชาการด้านการสื่อสาร ที่สนใจการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อสังคมและปัจเจกบุคคลในแง่ของเวลา (time) และสถานที่ (space) และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบชีวิตประจำวัน

แนวคิดของ McLuhan แห่งสำนัก Toronto

McLuhan เป็นนักทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดที่ทำงานอยู่ในสำนักโตรอนโต แนวคิดพื้นฐานของ McLuhan ต่อเทคโนโลยีสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ก็คือ สื่อทุกชนิด (Media) คือการขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปราวกับว่าทำให้คนจำนวนมากสามารถรับรู้เรื่องราวจากที่ไหนก็ได้ เวลาใดก็ได้ทำให้คนทั่วโลกสามารถได้เห็นเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นภายในเวลาเดียวกัน ไม่มีอุปสรรคใดสามารถมาปิดกั้นอีกได้

สำหรับความสนใจเรื่องสื่อกับประสบการณ์ของมนุษย์นั้น จุดเด่นของ McLuhan อยู่ที่ว่าเขาไม่ได้สนใจว่าคนเรามีประสบการณ์กับอะไร แต่เขากลับสนใจว่าคนเรามีประสบการณ์อย่างไร การพูดในภาษาการสื่อสารก็คือ McLuhan ไม่ได้สนใจเนื้อหาของสารแต่มุ่งความสนใจไปที่ตัวของสื่อ ตามคำกล่าวของเขาที่ว่า Medium is a message เนื่องจาก McLuhan คิดว่าถ้าเราเปลี่ยนแปลงตัวสื่อก็จะเกิดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับตัวเนื้อหา Message (McLuhan & Fiori, 1967)

แนวคิดพื้นฐานของ McLuhan พอจะสรุปได้ดังนี้

1. McLuhan มองว่าเทคโนโลยีการสื่อสารช่วยให้ประสบการณ์ของมนุษย์แผ่ขยายกว้างออกไป
2. McLuhan สนใจหน่วยของการวิเคราะห์ในระดับจุลภาคคือสนใจประสบการณ์ของปัจเจกบุคคลเป็นสำคัญ ประเด็นคำถามที่ McLuhan ต้องการค้นคว้าหาคำตอบก็คือ มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อกับประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็น การเห็น การได้ยิน การสัมผัส ในกาละเทศะต่าง ๆ อย่างไรบ้าง
3. แนวคิดพื้นฐานของ McLuhan ต่อเทคโนโลยีสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ก็คือ สื่อทุกชนิด (media) คือการขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ เริ่มตั้งแต่จุดหมายที่ทำให้เราสามารถจะพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลในรูปแบบการสื่ออักษร จนกระทั่งมาเป็นโทรศัพท์ที่ทำให้พูดคุยได้ในรูปแบบสื่อเสียง โทรทัศน์ทำให้มองเห็น ได้ยินกับเรื่องราวที่อยู่ไกลตัว McLuhan กล่าวว่า โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้น

ได้ขยับขยายประสบการณ์ของมนุษย์อย่างมากมายาวกับว่า ทำให้คนจำนวนมากสามารถจะรู้เรื่องที่หนักก็ได้ภายในเวลารวดเร็วยิ่ง พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ไม่สามารถปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว

4.. McLuhan ไม่สนใจว่าคนเรามีประสบการณ์อะไร แต่กลับสนใจว่าคนเรามีประสบการณ์อย่างไร หากพูดในภาษาสื่อคือเขาไม่สนใจเนื้อหาของข่าวสาร (Content) แต่สนใจรูปแบบของสื่อ ดังข้อสรุปสั้น ๆ ของเขาที่ว่าเพียงแค่ตัวสื่อก็เป็นสารแล้ว “Medium is a message” ความสำคัญไม่ได้อยู่ที่ตัว message อีกต่อไปแล้ว แต่ขึ้นอยู่กับว่าพูดผ่านตัวสื่ออะไรต่างหากที่เกิดผลกระทบต่อสังคม

นักคิดอีกท่านหนึ่งที่เป็นนักคิดในกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดก็คือ E.Rogers เขามีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารบวกผสมกับปัจจัยอื่น ๆ จะร่วมกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคม กล่าวคือ Rogers เห็นว่าเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ทว่าปัจจัยนี้ก็ต้องทำงานร่วมกับปัจจัยอื่น

Rogers ได้ศึกษาคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการคือ

1.1 ลักษณะ Interactive ของสื่อ แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้ระหว่าง 2 ฝ่าย นั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (Face to Face Communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้อง ลักษณะ ตอบโต้อย่างฉับพลันทันทีจะสูญหายไปแต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่นการใช้ E-mail Computer-Conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

1.2 ลักษณะ Individualize/ Demassified แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็นมวลชนขึ้นมา ทุกคนจะสามารถดูรายการทุกอย่างเหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ถึงแม้วันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามความต้องการของตนเองมากขึ้น

1.3 ลักษณะ Asynchronous nature of new communication คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่คือสามารถจะแบ่งแยกเป็นส่วน ๆ ได้โดยไม่มา เป็นกลุ่มก้อน ผู้รับสารจะต้องแยกประกอบเอาเองนอกจากนั้นยังหมายถึง ศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการ เก็บข่าวสารก็สามารถแยกไว้ในที่ต่าง ๆ ได้ด้วย

Rogers กล่าวเสริมว่า ลักษณะทั้ง 3 ประการนี้จะมีความหมายในสังคมที่เรียกว่า สังคมข่าวสาร ซึ่งมีคุณสมบัติที่เด่น ๆ อยู่ 2 ประการคือ

1. กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสินค้าประเภท “บริการ” จะมีความสำคัญ มากกว่ากิจกรรมการผลิต เพราะฉะนั้น ในการขายอุปกรณ์เครื่องมือการสื่อสาร สมัยใหม่ เพียงการขายตัวสินค้าที่เป็นอุปกรณ์ยังไม่สำคัญเท่ากับบริการต่าง ๆ ที่ จะทำให้หลังการขายแล้ว

2. ในสังคมเช่นนี้ ข่าวสารจะกลายเป็นทรัพยากรที่มีค่าแทนเงินทุนและ เครื่องจักรดังเช่นสมัยก่อน เพราะฉะนั้น บุคลากรที่ทำงานกับข่าวสารหรือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับข่าวสาร ก็จะกลายเป็นส่วนเลี้ยวที่สำคัญของระบบ เศรษฐกิจและของสังคม

ดังนั้นโดยสรุปแล้วทฤษฎี Technological Determinism จะมีผลโดยตรงอย่างมากใน ชีวิตประจำวันของคนในยุคปัจจุบันนี้ ซึ่งเป็นยุคที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีทางด้านโทรคมนาคม ซึ่งเป็นตัวกลางสำคัญที่ช่วยย่อโลกให้เล็กลง สามารถทำให้ การติดต่อเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและข้ามเขตแดนต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย และเทคโนโลยีอีกชนิด หนึ่งที่มีความสำคัญมากอีกตัวหนึ่งในขณะนี้ก็คือสื่ออินเทอร์เน็ต เมื่อเทคโนโลยีผ่านมาที่ตัวสื่อและ ถูกใช้โดยคน ทำให้การกระทำและการแสดงออกของคนเปลี่ยนไป พุดอีกนัยหนึ่งคือเทคโนโลยีเข้า มาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนนั่นเอง เมื่อเป็นเช่นนั้น คนที่อยู่ในสังคมเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทำ ให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จึงกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงต่อตัวปัจเจกบุคคลและสังคมโดยเฉพาะ ในที่นี้คือเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เข้ามา เป็น สื่อที่ผ่านข้อมูลต่าง ๆ มาสู่ชุมชน โดยให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารรวมทั้งสามารถให้ชุมชนมีการติดต่อ แลกเปลี่ยนข่าวสารทางการเกษตรระหว่างกันได้ การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตสามารถทำให้ผู้รับ เลือกที่จะรับข้อมูลที่ตนเองต้องการได้เช่นการซื้อขายสินค้าชุมชน สามารถเลือกดูเฉพาะสิ่งที่ ตนเองสนใจได้ ข้อมูลก็จะแยกมาเป็นส่วน ๆ ผู้เข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต ก็สามารถที่จะเรียกดูข้อมูล ต่างๆได้ที่ละส่วนที่ตนเองต้องการจริงๆ แล้วนำมาปะติดปะต่อกันตามความต้องการนั้นคือสื่อ

อินเทอร์เน็ตทำให้สังคมชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลง อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของคนในชุมชนนั้นๆทั้งในด้านความรู้หรือประโยชน์ของธุรกิจชุมชน โดยอาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

2. ทฤษฎีเทคโนโลยีด้านสื่อใหม่ (New Media Technology)

เทคโนโลยีด้านสื่อใหม่ เป็นการพูดถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เข้ามาใช้ในการสื่อสาร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาขึ้นในแง่ข้อมูลข่าวสาร ความรวดเร็ว ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ สื่อใหม่ที่จะพูดถึงในที่นี้คือสื่อคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ตามมาคือคอมพิวเตอร์คือซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่กำหนดโปรแกรมการทำงานมากมายที่เอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่มวลชนมนุษยชาติในการกระทำต่าง ๆ และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่จะเป็นแหล่งข้อมูลและสามารถขนถ่ายความรู้และประโยชน์ต่าง ๆ ได้นานับประการ Rogers ได้นิยามเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ (new communication technologies) หรือสื่อใหม่ (new media) ว่าเป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิด การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมากไปสู่คนจำนวนมาก (many-to-many basis) ผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง (Everett Rogers, 1994)

แนวคิดที่จะนำมากล่าวในที่นี้คือ แนวคิดเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication : CMC)

ลักษณะของ CMC

1. การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication)
2. ไม่จำกัดแหล่งข้อมูล (Hypertext)
3. แสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้งานมากกว่าผลักดันข้อมูลสู่ประชาชน (Information pull > Information Push)
4. แยกย่อยตามความสนใจของผู้ใช้งาน (Demassified)
5. การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (Participative Audience)
6. เอกลักษณะของผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (Identity Shift)
7. เป็นสื่อประเภทที่ใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient)
8. กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป (Widely distributed)
9. มีความหลากหลายในแง่เส้นทางหรือช่องทาง (Multi-model)

10. ให้โอกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใด ๆ กับเนื้อหาสารก็ยอมได้

(Manipulation of content)

11. เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะสากล (Universal medium)

อินเทอร์เน็ตนับเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่มนุษย์สื่อสารสามารถวิภาคข้อมูลได้รวดเร็วตามที่ตนต้องการ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถรับรู้ข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั่วโลก และสามารถกระทำได้ในเวลาอันรวดเร็ว การใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมอย่างมากคือการค้นหาไฟล์และฐานข้อมูลแบบเครือข่ายใยแมงมุม ซึ่งมีข้อมูลมากมายปรากฏบนเครือข่ายรูปแบบ Multi media ลักษณะของข้อมูลมีลักษณะไม่จำกัดแหล่งข้อมูลและสามารถเชื่อมต่อไปยังข้อมูลอื่น ๆ ได้ (Hypertext) ในปัจจุบันมีผู้ใช้งานระบบ World Wide Web มากที่สุด เพราะสามารถครอบคลุมการบริการแบบอื่น ๆ ได้ เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การสืบค้นข้อมูล การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการดาวน์โหลดข้อมูล (Download) การให้บริการแบบ World Wide Web ขององค์กรต่าง ๆ สามารถบรรลุกลุ่มเป้าหมายได้โดยไม่จำกัดเวลา สถานที่ และเรื่องราวการนำเสนอ (รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์, 2542)

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ เป็นสิ่งใหม่ในสังคมที่ยังต้องอาศัยการเรียนรู้ (Socially oriented) ความไม่เจาะจงในการสื่อสารใน CMC ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า การสื่อสารที่ไม่เจาะจงผู้รับสารหรือปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (Socioemotional) ไม่เหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face Communication) นอกจากนั้นการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นกันเอง ไม่เร้าอารมณ์และไม่เจาะจงผู้รับสาร ผู้ร่วมสื่อสารแบบ CMC ต้องปรับสภาพตัวเองให้เข้ากับการสื่อสารมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

ในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นับว่าเป็นช่องทางให้เกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้น เป็นการเกิดปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ ตัวสื่อเป็นเพียงตัวส่งสารที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ผู้รับสารจึงสามารถกลายเป็นผู้ส่งสารได้ โดยข่าวสารถูกส่งผ่านตัวกลางคือคอมพิวเตอร์

Kerr และ Hiltz (1982) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ไว้ว่า

1. ปัจจัยสำคัญในกระบวนการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ซอฟแวร์ที่นำมาใช้ในการควบคุมระบบการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ต้องสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ เช่น ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล การประมวลผลและความสามารถในการโต้ตอบ นอกจากนี้ ได้กำหนดคุณสมบัติในการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้านการแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ (feedback) ในรูปของข้อความ (Textbased Communication) เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน

2. ผลกระทบที่เกิดจากการใช้คอมพิวเตอร์ ในระบบการสื่อสารต่อพฤติกรรมของบุคคล เป็นการเข้าไปเกี่ยวข้องกับคุณภาพของชีวิตการทำงานและการตัดสินใจ การเพิ่มโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินชีวิต เช่น การมีเวลามากขึ้นหรือมีทางเลือกและเวลาในการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น เพลิดเพลินกับการทำงานมากขึ้น ประหยัดเวลาในการเดินทาง เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็อาจก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านของกิจกรรมยามว่าง เปลี่ยนแปลงวิธีการจัดการข้อมูลจากเดิมที่เป็นเอกสารจำนวนมาก

3. กระบวนการในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication : CMC) ผู้ส่งสารจะทำการเข้ารหัสสาร (Encoding) ในรูปของข้อความ (Text) ส่งผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปยังคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร ซึ่งในยุคแรกเริ่มการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์จะเป็นการสื่อสารกันด้วยข้อความ (Text) โดยปราศจากภาพ เสียงหรือภาพเคลื่อนไหวอย่างในปัจจุบัน จากจุดนี้เมื่อ World wide Web ได้ถูกคิดค้นขึ้นทำให้สามารถใช้คอมพิวเตอร์เครือข่ายในการสื่อสารในลักษณะโต้ตอบ ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

อินเทอร์เน็ตนับว่าเป็นช่องทางสำหรับสารที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ซึ่งรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ลักษณะนี้เรียกว่า Machine Inter-activity ในกรณีนี้ ตัวสื่อจะเป็นเพียงท่อส่งสาร ที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร คุณลักษณะของสื่อประเภทนี้เป็นสื่อที่ถูกจำกัดรูปแบบในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารทางคอมพิวเตอร์จะขาดอวัจนภาษา ไม่สามารถมองเห็นสีหน้า หรือได้ยินน้ำเสียงของผู้ร่วมสื่อสาร

อินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายข้อมูลข่าวสารระดับโลก ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถท่องไปในโลก

ของข้อมูลข่าวสารจากแหล่งหนึ่งและสามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งอื่นๆได้อย่างไม่จำกัดแหล่งข้อมูล ซึ่งเป็นข้อแตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ อีกประการหนึ่งนอกเหนือจากความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์

ในปัจจุบัน เครือข่ายคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต จัดได้ว่าเป็นทั้งเครื่องมือในการสื่อสารและเป็นทั้งอุปกรณ์ในการจัดเก็บข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตไม่เป็นการนำเสนออย่างตรงไปตรงมาอย่างรูปแบบการนำเสนอของนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งเรามักจะอ่านจากบนลงล่าง จากหน้าแรกไปหน้าสุดท้าย แต่อินเทอร์เน็ตสามารถค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ในเอกสารที่เกี่ยวข้องได้โดยไม่จำกัดรูปแบบ ข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตที่เป็น Multimedia จะช่วยสร้างบรรยากาศในการรวมตัวขององค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ เสียงจากวิทยุ ภาพจากโทรทัศน์ ข้อความจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ ภาพจากคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเลือกเดินทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ (Link) ตามความปรารถนา หรือเปิดดูข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (Search) ตามความสนใจ แต่ในขณะเดียวกัน การแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตก็มีข้อจำกัดปัญหาอุปสรรค คือ ข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่มากมายในอินเทอร์เน็ตขาดผู้กรองสาร ทำให้ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารไม่สามารถเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนเองต้องการอย่างแท้จริงได้ นอกจากนี้ ความคับคั่งของข้อมูลข่าวสารเป็นเหตุให้สื่อได้รับความสนใจน้อยลง จนทำให้มีการกำหนดประสิทธิภาพความสนใจท่ามกลางแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มากเกินไปจนความจำเป็น

Donna L. Hoffman and Thomas P. Novak (1995) ให้คำจำกัดความของ Hypermedia ว่าเป็นเครือข่ายแห่งการกระจายข่าวสารที่มีพลวัตในตัวเอง มีศักยภาพเป็นสื่อที่ครอบคลุมทั่วโลกพร้อม ๆ กับเป็นการประสานศักยภาพระหว่าง Software และ Hardware เพื่อเข้าไปสู่ระบบเครือข่ายซึ่งทำให้ผู้ใช้และหน่วยงานต่าง ๆ สามารถเตรียมข้อมูลข่าวสารแบบ Hypermedia ที่เปิดรับและสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ และสามารถสื่อสารผ่านสื่อ เช่น การมีปฏิสัมพันธ์ของบุคคล เป็นต้น

ความสัมพันธ์จากการสื่อสารในเบื้องต้นไม่ได้เกิดขึ้นจากสภาพบรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลาง (Computer Mediated Environment) ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กัน นอกจากนั้น ผู้รับสารอาจกลายเป็นผู้ส่งสารได้อันเนื่องมาจากปฏิสัมพันธ์ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ในมุมมองนี้ข้อมูลข่าวสารไม่ได้เป็นการส่งผ่านจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเท่านั้น แต่เป็นการส่งผ่านตัวกลางในการสื่อสารซึ่งเป็นตัวทำให้เกิดกระบวนการในการสื่อสารที่แท้จริง เมื่อเกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นในการสื่อสารผ่านตัวกลาง ผู้สื่อสารจะรับรู้บรรยากาศการสื่อสารสอง

แบบ คือ บรรยายภาพทางกายภาพที่ผู้สื่อสารนำเสนอออกไป และบรรยายภาพในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

ลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ มีลักษณะที่แตกต่างจากการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ดังนั้นจึงจะเปรียบเทียบให้เห็นระหว่างการสื่อสารทั้งสองประเภท โดยใช้องค์ประกอบการสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร (sender) สาร (message) ช่องทาง (channel) และผู้รับสาร (receiver) มาเปรียบเทียบกันโดยมีเนื้อหาสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender)

ผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนมีลักษณะเป็นทางการ ผู้ส่งสารมีความเป็นมืออาชีพและทำงานอยู่ในองค์กรการสื่อสารมวลชน ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความสัมพันธ์ในทางเดียว ไม่ได้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน มีปฏิริยาโต้ตอบกลับจากผู้รับสารน้อย ผู้ส่งสารเล่นบทบาทในการส่งสารให้กับสาธารณชน และยึดถือบรรทัดฐานความเป็นกลางโดยไม่ยึดติดกับสิ่งที่ตนเองนำเสนอ เห็นได้ว่าผู้ส่งสารมีอำนาจมากกว่าผู้รับสาร

สำหรับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ผู้ส่งสารก็คือผู้ใช้งานที่สามารถเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสารได้ เพราะด้วยลักษณะเฉพาะของสื่อเองสามารถมีปฏิริยาในการสื่อสารได้ทันที (Interactive) ผู้ส่งสารมีลักษณะไม่เป็นทางการและไม่ต้องมีพิธีรีตองในการสื่อสาร เนื่องจากเป็นการสื่อสารจากที่ส่วนตัว (Private space) ไปยังที่สาธารณะ (Public space) ผู้ส่งสารอาจเป็นผู้ที่มีอาชีพในการสื่อสารมวลชนหรือไม่ได้เป็นก็ได้ ผู้ส่งสารจะเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอหรือไม่ได้เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นก็ได้ เพราะการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มีลักษณะไม่ปรากฏอย่างเฉพาะเจาะจงว่าใครเป็นผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารและผู้รับสารใกล้ชิดสนิมสนมกัน สามารถรับรู้ปฏิริยาตอบกลับของอีกฝ่ายได้ เป็นการสื่อสารสองทาง (Two way Communication) ผู้ส่งสารยึดติดกับสิ่งที่ตนเองนำเสนอ มีอคติต่อเรื่องที่นำเสนอ ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีอำนาจเท่าเทียมกัน อันเป็นลักษณะของการสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้อย่างเสรี

2. สาร (Message)

สารที่เกิดขึ้นในการสื่อสารมวลชน จะนำเสนอสารแบบเดียว หรือคล้ายกันหมด เนื่อง

จากผู้ผลิตเนื้อหาจากองค์กรที่ไม่ใคร่หลากหลายนัก และยังคงคำนึงถึงผลกำไรทางธุรกิจด้วย เนื้อหาที่เกิดขึ้นจึงเป็น สินค้าทางเศรษฐกิจ ผู้รับสารถูกมองว่าเป็นผู้บริโภค สินค้าที่เกิดขึ้นจึงเอาใจผู้บริโภคเป็นหลัก เป็นสินค้าที่มีมูลค่าแลกเปลี่ยนกันได้ตามความต้องการของผู้บริโภค สารที่เกิดขึ้นจึงเป็นสารที่มาจากทางเดียว คือ ผู้ที่เป็นสื่อมวลชนโดยอาชีพ นอกจากนี้ยังเป็นสารที่ได้รับการกลั่นกรองจากผู้ที่เป็นมืออาชีพและยังมีลักษณะเป็นทางการ

สำหรับเนื้อหาที่เกิดขึ้นในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ มีลักษณะที่แยกย่อย (Demassified) ตามความสนใจของผู้ใช้งาน สารที่เกิดขึ้นไม่จำกัดแหล่งข้อมูล (Hyper text) และมาจากหลาย ๆ ทางไม่จำเป็นต้องมาจากผู้มีอาชีพทางสื่อมวลชนแต่เพียงอย่างเดียว เนื้อหาสารที่เกิดขึ้นไม่ได้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจ แต่เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดหรือปิดรับเนื้อหาที่ต้องการหรือไม่ต้องการก็ได้ เน้นความสนใจเฉพาะกลุ่ม และมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ สารที่เกิดขึ้นจึงตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มคนมากกว่าที่จะตอบสนองความต้องการของสื่อมวลชน

3. ช่องทาง (Channel)

ลักษณะช่องทางที่เกิดขึ้นในการสื่อสารมวลชนก็คือ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งผู้รับสารสามารถฟังและดูได้อย่างเดียว และมีข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลาในการรับฟังหรือรับชม ในขณะที่การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Machine Interactive) โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลา ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดรับสารในเวลาและสถานที่ใดก็ได้ นอกจากนี้แล้วผู้ใช้งานมีกิจกรรมเคลื่อนไหวในการรับสารที่เกิดขึ้นตลอดเวลา

4. ผู้รับสาร (Receiver)

ผู้รับสารที่เกิดขึ้นในการสื่อสารมวลชน เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารคนหนึ่งกับผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ผู้รับสารอยู่กระจัดกระจายเป็นวงกว้าง และไม่รู้จักกัน ขาดเอกลักษณ์ ไม่มีจุดประสงค์หรือกิจกรรมร่วมกัน เมื่อสลายตัวแล้วก็ไม่สามารถให้ฝูงชนลักษณะเดิมเกิดขึ้นมาใหม่ได้อีก ผู้รับสารยังเป็น ผู้ฟัง หรือผู้ดู ที่ได้รับประสบการณ์ในการเปิดรับสื่อเหมือนกัน ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนถูกมองว่าเป็นตลาดใหญ่ของผู้บริโภค การสื่อสารมวลชนสามารถควบคุมพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ผู้รับสารมักไม่ค่อยมีปฏิกิริยาตอบกลับในเนื้อหาที่ได้รับในทันที หรือถ้ามีก็เป็นปฏิกิริยาที่เป็นรูปแบบแน่นอนและคาดการณ์ได้

สำหรับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้งานมีลักษณะเฉพาะกลุ่ม ที่มีความสนใจร่วมกัน ผู้ใช้งานสามารถมารวมกลุ่มกัน ถึงแม้ว่าจะไม่เห็นหน้าซึ่งกันและกัน แต่ก็ทำความรู้จักกันโดยผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ มีเอกลักษณ์ มีจุดประสงค์ มีกิจกรรมประจำกลุ่ม และเลือกที่จะกลับเข้ามาในกลุ่มหรือไม่กลับเข้ามาก็ได้ ผู้ใช้งานในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ยังมีลักษณะกระตือรือร้น (Active) แสวงหาข่าวสารตามความสนใจ ทำให้คาดการณ์ปฏิกริยาได้ตอบที่แน่นอนไม่ได้และเป็นปฏิกริยาตอบกลับที่เกิดขึ้นโดยทันที

ความแตกต่างระหว่างผู้ใช้งานในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ และผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนจึงทำให้เกิดการแสวงหาข้อมูลที่แตกต่างกัน ผู้ใช้งานในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เลือกแสวงหาข่าวสารตามความต้องการ ในขณะที่ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนรับสารตามที่มีอยู่อันเป็นการผลักดันข้อมูลสู่ผู้รับสาร สถานะของ Receiver ที่เกิดขึ้นในกระบวนการ S M C R ในบริบทของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์จึงเปลี่ยนไป ผู้ใช้งานมีอำนาจสามารถเลือกที่จะรับเนื้อหาข่าวสารตามความสนใจและยังสามารถเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ส่งสารได้

การสื่อสารมวลชนผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการส่งสารแล้ว สามารถเปรียบเทียบได้เป็นตารางดังนี้

องค์ประกอบการสื่อสาร	การสื่อสารมวลชน	การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์
ผู้ส่งสาร (Sender)	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เป็นสื่อมวลชนโดยอาชีพ และมาจากองค์กรของสื่อมวลชน มีความรู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอ - มักจะปฏิบัติตัวเป็นกลางต่อเรื่องที่น่าสนใจ - ผู้ส่งสารมีอำนาจเหนือกว่าผู้รับสาร 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ใช้งานที่ไม่ได้เป็นสื่อมวลชนโดยอาชีพ อาจจะมีรู้และความเชี่ยวชาญหรือไม่มีในเรื่องที่น่าสนใจก็ได้ - มีอคติต่อเรื่องที่น่าสนใจ - ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีอำนาจเท่าเทียมกัน
สาร (Message)	<ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะแบบเดียวกันหมด - สารมาจากองค์กร 	<ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะหลากหลายและแยกย่อยไม่จำกัดแหล่งข้อมูล

	<p>สื่อมวลชนที่ไม่ใคร่ หลากหลายนัก</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะเป็นทางการ - สารเป็นสินค้าทางเศรษฐกิจที่มุ่งขายคนจำนวนมาก 	<ul style="list-style-type: none"> - สารมาจากผู้ใช้งานที่มีลักษณะหลากหลายมาก - มีลักษณะไม่เป็นทางการ - สารตอบสนองของความสนใจเฉพาะของผู้ใช้งาน
ช่องทาง (Channel)	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางที่ฟังและดูเท่านั้น - มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิสัมพันธ์กับคอมพิวเตอร์ - ไม่จำกัดเวลาและสถานที่
ผู้รับสาร (Receiver)	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นมวลชน - ไม่รู้จักกัน - ไม่มีเอกลักษณ์ประจำกลุ่ม - ไม่มีจุดประสงค์และกิจกรรมร่วมกัน - ปฏิกริยาตอบกลับเกิดขึ้นได้ยาก - ผลักดันข้อมูลสู่ผู้รับสาร - เป็นผู้รับสารอย่างเดียว 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มคน - ถึงไม่เห็นหน้ากันแต่ทำความรู้จักกันได้ - มีจุดประสงค์และมีกิจกรรมร่วมกัน - มีปฏิกริยาตอบกลับ - แสวงหาข้อมูลตามความสนใจ - เปลี่ยนสถานะได้จากผู้รับสารเป็นผู้ส่งสาร

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบการสื่อสารมวลชนและการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์

ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ (User) สามารถที่จะควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปิดรับหรือเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่เห็นว่าไม่น่าสนใจได้อย่างสะดวกนอกจากนั้นบรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง และกระบวนการเรียกและค้นหาข้อมูลข่าวสารแบบ Non-Linear ทำให้ไม่มีขีดจำกัดในการเลือกเปิดรับข่าวสาร รวมทั้งสามารถควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปิดรับได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ ในปัจจุบัน ผู้รับสารจะแสวงหาข้อมูลตามความพอใจของตน (Information on demand) เมื่อผู้รับสารมีความสนใจเป็นพิเศษต่อข้อมูลข่าวสารก็จะมีปฏิสัมพันธ์ (Interact) เพื่อติดต่อกับผู้ส่งสารเพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็นโดยการใช้อีเมลอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ได้อีกด้วย

Hoffman and Novak (1995) พบว่าอินเทอร์เน็ต มีคุณลักษณะของการสื่อสารแบบแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ (Information Pull) ซึ่งต่างจากสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่เป็นการสื่อสารแบบผลักดันข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชน (Information Push) ซึ่งทำให้การบริโภคข้อมูลข่าวสารของสื่อทั้งสองประเภทมีความแตกต่างกัน เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ใช้ มากกว่าจะเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ส่งสารที่เปลี่ยนจากผู้ส่งสารไปเป็นผู้รับสารนั้นมีแนวโน้มที่สื่อจะแยกย่อยมากขึ้น (Fragmentation) มีความหลากหลาย (Diversity) และมีลักษณะแตกต่างกันมากยิ่งขึ้น

พัฒนาการที่เกิดขึ้นในองค์ประกอบของการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ได้เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีการสื่อสาร Rogers ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร บวกผสมกับปัจจัยอื่น ๆ จะรวมกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคม เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นในสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคล สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ก็คือ อำนาจการสื่อสารส่วนหนึ่งกลับคืนสู่ผู้ใช้งาน เทคโนโลยีการสื่อสารได้เปลี่ยน Receiver จากผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม มาเป็นผู้ใช้ และอำนาจของผู้ใช้ก็สามารถก่อให้เกิดปรากฏการณ์ใหม่ในสังคม

ทฤษฎีเทคโนโลยีด้านสื่อใหม่นี้ สามารถนำมาวิเคราะห์ เรื่องอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาชุมชนได้โดยตรง เนื่องจากเป็นการใช้สื่อใหม่คือ คอมพิวเตอร์เป็นตัวกลาง และอินเทอร์เน็ตเป็นตัวผ่านข้อมูล ขนถ่ายความรู้ ประโยชน์ต่าง ๆ มาสู่ชุมชน โดยคนในชุมชนสามารถที่จะสื่อสารกับคนอื่นได้โดยผ่านตัวกลาง มีการโต้ตอบกันได้ เป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร และเป็นแหล่งข้อมูลอันมหาศาลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตและเศรษฐกิจของคนในชุมชน ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น สามารถเชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก ทั้งยังเป็นการขยายฐานสังคมที่ไร้ขอบเขตของพรมแดนและกาลเวลา การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนในฐานะเป็นสื่อที่ผ่านข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ผู้รับสามารถเลือกรับข้อมูลตามความต้องการของตนเอง ตามความสนใจของผู้ใช้ซึ่งแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่นที่เป็นการผลักดันข้อมูลสู่ประชาชน โดยข้อมูลที่ประชาชนเลือกใช้นั้นจะเป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจของเขาเหล่านั้น และสามารถทำให้เขาทำหน้าที่เป็นได้ทั้งผู้รับข้อมูลและผู้ส่งข้อมูลได้ภายในเวลาเดียวกัน คือสามารถใช้สื่อคอมพิวเตอร์ในการเข้าไปทำการซื้อขายสินค้าที่ตนเองต้องการได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อชุมชนและคนในชุมชน

3. ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (Communication Theory of Modernization)

ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (Communication Theory of Modernization) เป็นทฤษฎีตะวันตกอีกทฤษฎีหนึ่งโดยผู้สร้างทฤษฎีคือ Danial Lerner นักวิชาการชาวอเมริกัน ทฤษฎีนี้อธิบายว่าความทันสมัยเกิดจากการสื่อสารสมัยใหม่ซึ่งก่อให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งเป็นตัวทำให้มีการปลูกฝังจินตภาพสมัยใหม่ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวต่าง ๆ อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม อันเป็นตัวนำความทันสมัยมาสู่สังคม กล่าวโดยสรุปคือ

- การสื่อสารสมัยใหม่ ก่อให้เกิดการขัดเกลาทางสังคมสมัยใหม่
- การขัดเกลาทางสังคมสมัยใหม่ ทำให้สามารถปลูกฝังจินตภาพสมัยใหม่
- จินตภาพสมัยใหม่ กระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวที่ประเภทต่าง ๆ
- การเคลื่อนไหวที่ประเภทต่าง ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
- การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้เกิดภาวะความเป็นสมัยใหม่

ตามทฤษฎีนี้ เน้นความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ในขณะที่กระบวนการสร้างภาพความเป็นสมัยใหม่ (modernization) เป็นพลวัตเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกทอดหนึ่งซึ่งต่างกับคำว่าพัฒนาที่หมายถึงความเจริญมีคุณภาพของคนและระบบสังคม ซึ่งลึกซึ้งกว่าการสื่อสารมวลชนสมัยใหม่ จะเป็นสื่อหรือตัวนำเอาความรู้ ความคิด ข่าวสารเกี่ยวกับชีวิตสังคมสมัยใหม่ ทั้งในส่วนที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุ มาจากสังคมที่เรียกว่า แพร่กระจายสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไปทั่วสังคมตามช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ก็ตาม คนโตแล้วก็จะรับรู้ประเมินค่า แล้วอาจนำมาใช้ นี่ก็เป็นการขัดเกลาทางสังคมแบบหนึ่ง เมื่อคนที่โตแล้วเรียนรู้และรับเอาความคิดความรู้สมัยใหม่เข้าใจแล้ว ถึงเวลาอบรมสั่งสอนลูกหลาน ก็จะถ่ายทอดความรู้ข่าวสารใหม่ ๆ เหล่านี้ต่อไป ในสังคมที่ใช้การสื่อสารสมัยใหม่ เป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงที่มวลปัจเจกชนในสังคมมุ่งวางไว้ ย่อมมีลักษณะอันพึงปรารถนานั้นคือ ภาวะสมัยใหม่ (Modernity) ทั้งนี้เป็นทำนองที่ว่า “ความสำนึกที่ว่าสังคมของตนด้อยพัฒนาจะทำให้คนในสังคมนั้นมุ่งการเปลี่ยนแปลง” โดยมีเป้าหมายที่ความเจริญก้าวหน้าของสังคมดังกล่าว

ทฤษฎีนี้อยู่บนพื้นฐานของความเชื่อที่ว่า สื่อมวลชนสามารถเป็นเครื่องมือที่จะทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของโลกได้ สื่อสามารถมีประสิทธิภาพที่จะแพร่กระจายข่าวสารความทันสมัยต่าง ๆ และเป็นตัวขนถ่ายความรู้เกี่ยวกับสถาบันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเมือง การตลาด เศรษฐกิจ รวมทั้งสังคม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาติใด ๆ ในโลก โดยเฉพาะพวกที่อยู่นอกการควบคุมหรืออิทธิพลของพรรคคอมมิวนิสต์ แนวคิดนี้มุ่งหวังที่จะพัฒนาประเทศในโลกที่

สาม และเชื่อในอำนาจของสื่อที่จะสามารถสอน โน้มนำตัวอย่างที่ดีและกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าอุตสาหกรรมได้ ทฤษฎีสื่อสารมวลชนและการพัฒนามีความหลากหลาย แต่โดยมากจะกล่าวถึงความสำคัญของความทันสมัยหรือการทำให้เป็นสมัยใหม่ และการจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของตัวปัจเจกบุคคล เพราะคนส่วนใหญ่มีความต้องการอยากมีอยากเป็น (McLelland, 1961; Hagen, 1962) การแพร่กระจายของการสื่อสารมวลชนมีความหลากหลาย ซึ่งเทคโนโลยีใหม่ ๆ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมีผลต่อความเป็นสมัยใหม่มาก ซึ่งถูกกระตุ้นให้เกิดขึ้นในจิตใจก่อน โดยเฉพาะความเป็นไปได้ในการจินตนาการทางเลือกในการดำรงชีวิต

Learner ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนให้ทันสมัยใหม่ มีข้อวิจารณ์อย่างกว้างขวางว่า “modernization” ไม่ใช่สิ่งเดียวกับ “development” Learner ได้กล่าวถึงทฤษฎีการเปลี่ยนให้ทันสมัยว่า องค์ประกอบของการเปลี่ยนให้ทันสมัยใหม่ได้แก่

1. ความสามารถในการที่จะเห็นตัวเองในสถานการณ์ของผู้อื่น (The Mobile Personality : Empathy) Learner ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมตะวันตกว่าเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของบุคคลที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การคิดโดยอาศัยหลักเหตุผลและผล (rationality) จะทำให้คนก้าวล่วงไปจากการเชื่อถือโชคลางและไสยศาสตร์ และมีการใช้เหตุผลที่จะสำรวจดูความสำเร็จหรือล้มเหลวของตนเองมีขึ้นอยู่กับการบูชาเทพเจ้า Learner เห็นว่าความสามารถในการเห็นตัวเองในสถานการณ์ของผู้อื่น (empathy) นั้น เป็นทักษะที่จะทำให้สังคมเปลี่ยนจากแบบดั้งเดิมได้ เพราะบุคคลจะเข้าใจบทบาทและความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ของคนอื่น ๆ ในสังคมตลอดจนความสัมพันธ์ของตนเองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งลักษณะอย่างนี้เป็นลักษณะของคนในสังคมสมัยใหม่ (modern society) Learner กล่าวโดยสรุปว่า ตัวแบบของพฤติกรรมที่ประชาชนส่วนใหญ่ในสังคมสมัยใหม่ควรจะมีคือ ความสามารถในการเห็นตัวเองในสถานการณ์ของผู้อื่น ไม่ใช่เป็นแบบที่เรียกว่า “highly constrictive personality” คือบุคคลจะยึดมั่นอยู่กับตนเองไม่พยายามที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมกับผู้อื่นซึ่งเป็นแบบของสังคมดั้งเดิม

2. ตัวคูณของการเปลี่ยนแปลง : สื่อมวลชน (The Mobility Multiplier : Mass Media) การติดต่อสื่อสารนั้นเป็นการทำให้มนุษย์ได้เรียนรู้และรู้จักสิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น การคมนาคมขนส่งช่วยทำให้มนุษย์ได้ติดต่อไปมาหาสู่กันมากขึ้น และเมื่อมนุษย์รู้จักพัฒนาการสื่อสารมวลชนขึ้นมาใช้ ก็ทำให้มีโอกาสและช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น ในประเด็นนี้สื่อมวลชนจึงเป็นเสมือนตัวคูณของการเปลี่ยนแปลง สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นครูของการเรียนรู้ เพราะช่วยทำให้การรับรู้เกิดขึ้นอย่างง่าย ๆ และช่วยสร้างให้เกิดมติมหาชนของโลก (World public opinion) ได้ สื่อมวลชน

จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเปลี่ยนให้เป็นสมัยใหม่หรือการพัฒนา เป็นการทำให้คนจำนวนมาก (mass) ได้เห็นวิถีชีวิตจากที่ต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการรับรู้และการตอบสนองเกิดขึ้น

3. ระบบของความทันสมัย (The System of Modernity) นอกจากองค์ประกอบทั้ง 2 อย่าง ระบบของความทันสมัยก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ระบบของความทันสมัยก็คือ ระบบการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกันระหว่างระบบเก่ากับระบบใหม่ ในสังคมดั้งเดิมนั้นระบบการติดต่อสื่อสารเป็นแบบระบบปากเปล่า (oral system) แต่ในสังคมสมัยใหม่นั้นเป็นระบบสื่อมากขึ้น ซึ่ง Learner กล่าวว่า โดยความเป็นจริงแล้วก็ไม่มีสังคมใดที่เป็นระบบใดระบบหนึ่งอย่างแท้จริง มักจะมีทั้งสองแบบร่วมกัน เพียงแต่มีลักษณะที่สำคัญคือ ประเทศต่าง ๆ กำลังอยู่ในขั้นของการเปลี่ยนแปลงจากระบบหนึ่งไปสู่อีกระบบหนึ่ง และการเปลี่ยนแปลงนี้มีทิศทางที่จะเปลี่ยนจากระบบปากเปล่าเป็นระบบ สื่อ โดยมีลักษณะที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงในส่วนอื่น ๆ ของระบบสังคมด้วย ระบบสังคมอื่น ๆ ที่สำคัญก็คือ เศรษฐกิจและสังคม วัฒนธรรม และการเมือง

Learner ยังได้กล่าวถึงขั้นตอนของการเปลี่ยนให้เป็นสมัยใหม่ ซึ่งมี 4 ขั้นตอน คือ การเป็นเขตเมือง การรู้หนังสือ การมีส่วนร่วมในสื่อมวลชน และการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (Daniel Lerner, 1958)

ขั้นตอนแรก - การเป็นเขตเมือง (urbanization) นั้น Learner ถือว่าเป็นจุดของการเคลื่อนย้ายประชากรจากส่วนต่าง ๆ ที่กระจัดกระจายมารวมอยู่ที่ตัวเมือง ซึ่งจะทำให้เกิดการกระตุ้นความต้องการและจัดหาเงื่อนไขบางประการเพื่อจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางแบบแผนของชีวิตในเมืองนั้นมีลักษณะที่แตกต่างไปจากชนบทในแง่ชีวิตในเมืองนั้น คนต้องการทักษะและความสามารถบางอย่าง อย่างน้อยก็ความสามารถในการอ่านป้ายเครื่องหมายต่าง ๆ ซึ่งถูกจัดทำขึ้นเพื่อลดความสูญเสียของมนุษย์เขตเมือง จึงเป็นตัวสร้างเครื่องมือไปสู่การพัฒนาให้ทันสมัย ซึ่งจะทำให้เกิดการรู้หนังสือและการมีส่วนร่วมในสื่อมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่สอง - การรู้หนังสือ (Literacy) นั้น เป็นทั้งดัชนีของการเปลี่ยนแปลงและเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง การรู้หนังสือเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการที่จะกระจายผลผลิตของเมืองไปสู่ส่วนต่าง ๆ ของสังคม

ขั้นตอนที่สาม - การใช้สื่อมวลชน (media participation) เมื่อประชาชนสามารถรับ

ประสบการณ์ใหม่ ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลง (mobility) คือการย้ายเข้าสู่เมืองและสามารถที่จะรับประสบการณ์ใหม่จากสื่อ ประชาชนก็จะเริ่มหาความพอใจซึ่งเกิดจากการพัฒนาทักษะต่าง ๆ การเพิ่มขึ้นของการมีส่วนร่วมในสื่อจะมีส่วนเพิ่มต่อการมีส่วนร่วมในทุกส่วนของระบบสังคม

ขั้นตอนสุดท้าย – การมีส่วนร่วมทางการเมือง (electoral participation) จากการศึกษาข้อมูลพบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองจะสูงในเมื่อระดับของความทันสมัยสูงขึ้น ในประเทศที่มีการมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงขึ้น พบว่า ประชาชนจะมีการเปิดรับสื่อสูง

อุปสรรคของการเปลี่ยนแปลงให้เป็นสมัยใหม่ (The Hurdles of Modernity) ในประเด็นนี้ Learner ชี้ให้เห็นว่า การที่โลกตะวันออกจะรับเอาแบบแผนของการพัฒนาจากโลกตะวันตกมาใช้ นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ เพราะจะต้องผ่านอุปสรรคหลาย ๆ อย่าง โดยเฉพาะปัญหาของการใช้ทรัพยากรที่ไม่เป็นไปตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นของคนได้ ยิ่งประชากรมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเท่าไร การให้การศึกษา ก็ยังเป็นปัญหามากขึ้นเท่านั้น และการจะทำให้อัตราการรู้หนังสือเพิ่มขึ้น ก็จำเป็นต้องพัฒนาชุมชนให้มีลักษณะที่เป็นเขตเมือง ก่อน ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้จึงอาจเป็นอุปสรรคของการเปลี่ยนให้เป็นสมัยใหม่ เพราะประชาชนของสังคมแบบดั้งเดิมนั้นจะพัฒนาระบบของการมีส่วนร่วมในสังคมที่มีประสิทธิภาพอย่างไร

Levy's Foci ได้สรุปความแตกต่างของสังคมสมัยใหม่และสังคมที่ยังไม่มีความทันสมัยได้ ดังนี้ (Alvin Y. So, 1990)

	สังคมที่ยังไม่ทันสมัยใหม่	สังคมทันสมัย
ความเฉพาะตัวขององค์กร	ต่ำ	สูง
ความเป็นอิสระขององค์กร	ต่ำ	สูง
ระดับของการรวมอำนาจ	สูง	ต่ำ Decentralization
การแลกเปลี่ยนและการตลาด	ไม่ค่อยเกิดขึ้น	เกิดขึ้นมาก
ความเป็นอิสระของเขตเมือง	เนื้อหาที่ป้อนเป็นทางเดียว	มีการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงความแตกต่างระหว่างสังคมที่ทันสมัยและไม่ทันสมัยใหม่

ทฤษฎี Modernization Theory สามารถนำมาวิเคราะห์เรื่องอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาชุมชนในแง่ของความทันสมัยของปัจเจกบุคคลในชุมชน เมื่อคนในชุมชนเห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทันสมัย สังคมยอมรับ นำศึกษาหาความรู้ ก็จะทำให้คนในชุมชนค่อย ๆ อยากที่จะปรับตัวเองให้มี

ความรู้มากขึ้น เพื่อที่จะได้เป็นคนทันสมัยมีมุมมองวิสัยทัศน์กว้างไกลมากขึ้น ได้รับการยอมรับ สามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารได้อย่างไม่จำกัดดังนั้นจึงเกิดความคิดที่จะพยายามปรับตัว ทำให้เกิดการเคลื่อนไหว และเปลี่ยนแปลงทางสังคมชุมชนได้ อันจะนำมาสู่ความทันสมัยของสังคมและเกิดการพัฒนาสังคมในที่สุด

ภายใต้ความทันสมัยด้วยการสื่อสารนั้น จะต้องมียุคประกอบของศักยภาพการพัฒนา รวมทั้งความสามารถในการแพร่กระจายของนวัตกรรมรวมอยู่ด้วย ดังนั้นจึงต้องทำความเข้าใจถึงเนื้อหาขององค์ประกอบเหล่านั้น จึงจะสามารถเข้าใจได้ว่าชุมชนจะมีความทันสมัยได้หรือไม่อย่างไร

ทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและแพร่กระจาย ประกอบด้วย 2 ส่วนด้วยกันคือ ศักยภาพการพัฒนาจะประกอบด้วย 4 แนวคิด คือ 1. ทรัพยากรธรรมชาติ 2. ทรัพยากรมนุษย์ 3. องค์การสังคม 4. ภาวะผู้นำ นั่นคือ ทฤษฎีส่วนนี้อธิบายว่า 4 สิ่งนี้เป็นตัวเหตุให้เกิดการพัฒนาสังคม 4 สิ่งนี้ถือเป็น ศักยภาพของสังคม อีกส่วนหนึ่งคือ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมโดยมี concept 1 ตัวคือ การติดต่อกับโลกภายนอก ซึ่งก็อธิบายการพัฒนาว่าเกิดจากการติดต่อกันระหว่างสังคม โดยเฉพาะสังคมด้อยพัฒนาที่ติดต่อกับสังคมพัฒนา จะทำให้สังคมด้อยพัฒนามีระดับการพัฒนาสูงขึ้น ทฤษฎีศักยภาพและการแพร่กระจายมีตัวเชื่อม คือ การฝึกอบรม (training) ซึ่งทางวิชาการเรียกว่า ตัวแปรแทรก (intervening variable) สำหรับนักปฏิบัติการพัฒนาสังคม ก็มองตัวนี้เป็นปัจจัยเหตุให้เกิดการพัฒนาอีกตัวหนึ่งนั่นเอง และเชื่อในพลังอำนาจของสื่อว่าสื่อสามารถจะสร้างสมานฉันท์ และการเห็นพ้องต้องกันให้เกิดขึ้นในสังคมที่หลากหลายได้

สรุปว่า ตามทฤษฎีนี้ สังคมจะพัฒนาได้โดยมีเหตุปัจจัย 6 ประการ คือ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ องค์การสังคม ภาวะผู้นำ การติดต่อและการฝึกอบรม ยังมีสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มากเพียงใด การพัฒนาก็ยิ่งมีสูงเท่านั้น (Everett M. Rogers, 1962 อ้างถึงในสัญญาสัญญาวิวัฒน์, 2539)

ทรัพยากรธรรมชาติก่อให้เกิดปัจจัยผล คือการพัฒนาเพราะเมื่อมีทรัพยากรจะทำให้เกิดเป็นทรัพย์สินเงินทอง สามารถจะนำไปใช้จ่ายยกระดับคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้นได้ ยิ่งมี ทรัพยากรธรรมชาติมีค่าจำนวนมาก ก็ยิ่งทำให้ระดับการพัฒนาสูงมากขึ้นไปอีก ทรัพยากรที่สำคัญคือทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะมนุษย์ในวัยแรงงานก่อให้เกิดปัจจัยผล คือ การพัฒนาหรือพูดอีกอย่างว่า ยิ่งมีคนในวัยแรงงานมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ระดับการพัฒนาสูงมากขึ้นเพียงนั้น เหตุผลก็

คือคนในวัยแรงงานที่กำลังแรงงานที่สามารถใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อคุณภาพชีวิตได้ เช่น เพิ่มการศึกษา ทำให้สุขภาพอนามัยแข็งแรง จิตใจมั่นคงเข้มแข็ง เป็นต้น

สำหรับองค์กรสังคมในที่นี้หมายถึงองค์กรสังคมประเภทสหจรรยา โดยที่องค์กรสังคมเหล่านี้จะช่วยทำให้เกิดพลังในการทำงานได้ใหญ่ขึ้นและมากขึ้น เพราะเป็นการรวมกำลังแรงงานกับงานใหญ่ ๆ ที่ทำคนเดียวไม่ได้ องค์กรก็สามารถทำได้ ทำได้มาก และทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะได้รวมช่วยกันคิด ช่วยกันพิจารณา จึงมีความรอบคอบ ไม่บกพร่องหรือบกพร่องน้อย จึงเป็นเหตุให้เกิดการพัฒนาได้อีกทางหนึ่ง อีกประการคือภาวะผู้นำทั้งนี้เพราะผู้นำมักจะเป็นคนที่มีคุณภาพ ผู้นำจะสามารถรวมคนได้เป็นจำนวนมากกลายเป็นกลุ่มคนจำนวนมาก จึงทำงานใหญ่หรืองานปริมาณมากได้ นอกจากนั้น ด้วยบารมีของผู้นำ ทำให้คนที่มารวมตัวกันทำงาน ทำงานอย่างทุ่มเทเพื่อผู้นำจึงทำให้เกิดผลดีแก่การพัฒนา เมื่อมีชุมชนก็ต้องมีการติดต่อระหว่างกัน การติดต่อระหว่างชุมชน ระหว่างเมือง หรือระหว่างประเทศ โดยเฉพาะชุมชนเมือง ประเทศด้อยพัฒนาจะได้ประโยชน์จากชุมชนเมือง ประเทศที่พัฒนาแล้วหรือเจริญกว่า ทั้งนี้เพราะการติดต่อเช่นนั้นทำให้เกิดการถ่ายทอด เรียนรู้ รับเอาความรู้ ความชำนาญ สินค้า เทคโนโลยีจากสังคมเจริญมาใช้หรือมาผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ สินค้าขึ้นมาในสังคมด้อยพัฒนา ทำให้สังคมด้อยพัฒนา มีความเจริญก้าวหน้าตามไปด้วย

การฝึกอบรมก็เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนาอีกประการหนึ่ง การฝึกอบรมมีฐานะพิเศษเป็นทั้งตัวเหตุโดด ๆ และเป็นตัวเหตุร่วมกับตัวเหตุอื่น ๆ ทำให้เกิดการพัฒนาได้ คำอธิบายให้เห็นความจริงก็ไม่ยากเพราะหากมองการฝึกอบรมว่าเป็นการศึกษา (education) เสียแล้ว ก็ย่อมจะเห็นความสำคัญได้ชัดเจนในการทำให้เกิดการพัฒนา เพราะทำให้ความรู้ความชำนาญด้านต่าง ๆ ของคนสูงขึ้น การพัฒนาย่อมจะสูงตามไปด้วย สำหรับการเป็นตัวเหตุควบกับตัวเหตุอื่น ก็อาจมองได้ว่า การศึกษาดีย่อมจะทำให้รู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ทรัพยากรมนุษย์ที่ดีการศึกษาก็ย่อมเป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพ องค์กรสังคมที่มีคนมีคุณภาพเป็นสมาชิกก็ย่อมพลอยมีคุณภาพไปด้วย ผู้นำที่มีการศึกษาดีย่อมมีคุณภาพดียิ่งขึ้น การติดต่อที่เฉลี่ยฉลาดอันเกิดจากการศึกษา ย่อมก่อผลประโยชน์ด้านการพัฒนาการ การฝึกอบรมจึงช่วยให้เกิดการพัฒนาดังเหตุนี้

การแพร่กระจายเป็นกระบวนการของการที่นวัตกรรมได้ถูกสื่อสารผ่านไปยังช่องทางต่าง ๆ ส่งไปถึงสมาชิกที่อยู่ในระบบสังคม การสื่อสารนี้เป็นรูปแบบพิเศษ เนื่องจากเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องนี้เป็นแนวความคิดใหม่ ๆ ที่คนในสังคมมีส่วนร่วมสร้างสรรค์และแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน คำ

จำกัดความนี้แสดงถึงการสื่อสารเป็นกระบวนการที่รวบรวมข้อมูล มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง มีขั้นตอนของการกระจายข้อมูลใหม่ ๆ อาจผ่านตัวกลางอื่นก่อน ไม่ใช่จากผู้สื่อสารโดยตรงก็ได้

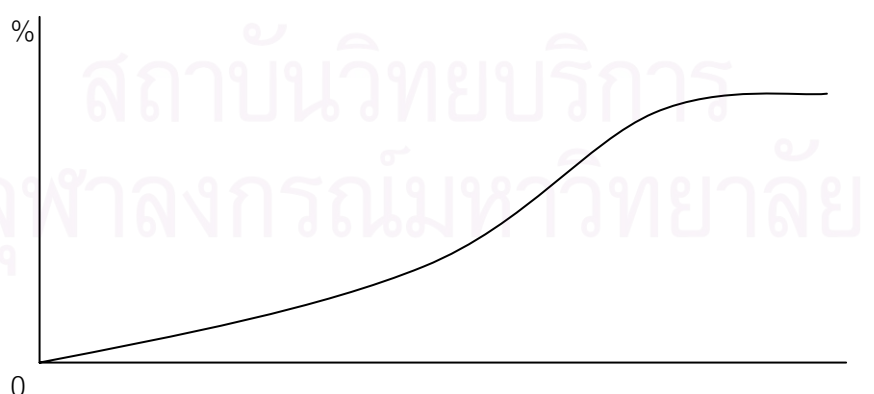
ดังนั้น การแพร่กระจายเป็นการสื่อสารรูปแบบพิเศษ โดยสารที่ถูกแพร่กระจายนั้นจะเกี่ยวข้องกับแนวคิดใหม่ ๆ ซึ่งความใหม่ในความคิดและตัวเนื้อหานั้น ทำให้เกิดการแพร่กระจายในรูปแบบลักษณะที่พิเศษออกไป ซึ่งก็จะมีรูปแบบที่แน่นอนตายตัวลงไป

การแพร่กระจายนับว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม อธิบายไปถึงกระบวนการที่เกิดขึ้นซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง มีทางเลือก ทั้งทางด้านโครงสร้าง หน้าที่ต่าง ๆ ของระบบสังคม โดยการแพร่กระจายนี้จะรวมถึงทั้งที่มีการวางแผนไว้ก่อนและการกระจายแนวความคิดใหม่ ๆ ที่เป็นไปโดยธรรมชาติของตนเอง (Everett M. Roger, 1971)

การแพร่นวกรรม คือ การกระจายของสิ่งใหม่นั้น จะต้องมีการเผยแพร่ใหม่นั้นออกไป ซึ่งมี 2 สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจ คือ

1. Knowledge Diffusion
2. Use Diffusion

จากเรื่องของการเผยแพร่นวกรรม (Diffusion) นี้ นักวิชาการด้านการสื่อสารได้พยายามสร้าง Curve ของการกระจายที่เรียกว่า S curve คือเป็นรูปตัว S



จากรูปโค้งดังกล่าว นักวิชาการได้อธิบายความหมายไว้ว่า ในระยะต้น ๆ ของการเผยแพร่

แพร่ นวัตกรรมจะมีคนรับรู้ น้อย ยิ่งเวลานานมากขึ้นจำนวนคนที่รับรู้ก็จะมีมากขึ้น เราอาจจะต้องยอมรับว่า นวัตกรรมอินเทอร์เน็ตคือสิ่งใหม่ ซึ่งการเผยแพร่กระจายแสดงออกได้ตาม S curve ซึ่งระยะแรกจะมีการรับรู้ น้อย ดังนั้นจึงต้องใช้เวลา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเรื่องของความรู้และการนำไปใช้ (Knowledge Diffusion and Use Diffusion)

Rogers และ Shoemaker ให้คำนิยามการเปลี่ยนแปลงทางใด ๆ ก็ตาม หมายถึง กระบวนการ ที่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในโครงสร้างและหน้าที่การปฏิบัติงาน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อาจจะเป็นการก่อตั้งหน่วยงานและนำเครื่องมือที่ประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่เข้ามา

ทั้งนี้ การเผยแพร่ นวัตกรรม (Diffusion of innovation) นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ ความคิดใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ ๆ การประดิษฐ์คิดค้นการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งคำว่า “ใหม่” ในที่นี้ไม่ได้หมายถึง นวัตกรรมยังมิได้ปรากฏที่ใดมาก่อน หากแต่เป็น นวัตกรรมที่บางคนอาจเคยได้ ยิน มา ก่อน แต่ยังไม่เกิดทัศนคติชอบหรือไม่ชอบ นวัตกรรมนั้น หรือยังไม่เคยยอมรับ การเผยแพร่ นวัตกรรมทุกชนิดมีองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการคือ

1. ต้องมี นวัตกรรม (innovation)
2. ถูกถ่ายทอดผ่านช่องทาง (channel)
3. ในระยะเวลาหนึ่ง (overtime)
4. ไปยังสมาชิกภายในสังคม (social system)

ปกติ การยอมรับ นวัตกรรมที่เกิดจากอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงที่มาจากแหล่งภายในของระบบสังคมและมาจากแหล่งภายนอกของระบบสังคมโดยไม่ได้ตั้งใจ ต้องใช้เวลานานกว่าการยอมรับ นวัตกรรมที่เกิดจากอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมโดยตั้งใจ หรือโดยมีการวางแผนจากแหล่งภายนอกของระบบสังคมมาก เรายังอาจแบ่งโดยพิจารณาจากธรรมชาติหรือลักษณะของหน่วยที่ยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรม ซึ่งมีสองประเภทด้วยกันคือ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมหลายอย่างเกิดขึ้นในระดับปัจเจกบุคคล มีบางคนเรียกการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระดับปัจเจกบุคคลว่า การเผยแพร่ (diffusion) การยอมรับ (adoption) การทำให้ทันสมัย (modernization) การสังสรกันของวัฒนธรรม (acculturation) การเรียนรู้ (learning) การขัดเกลาทางสังคม (socialization) หรือการสื่อสาร (communication)

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระดับสังคม (social system level) มีบางคนเรียกการเปลี่ยนแปลง

แปลงที่เกิดขึ้นในระดับนี้ว่า การพัฒนาการ (development) การทำให้เกิดความแตกต่าง (differentiation) การบูรณาการ(integration) หรือการปรับตัว (adoption)

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation decision process)

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นติดต่อกันเป็นระยะเวลาอันพอสมควรอันประกอบด้วย

1. ขั้นการตระหนักหรือตื่นตัว (awareness) หมายถึงระยะแรกที่บุคคลได้รับทราบข่าวสารความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เช่นเริ่มทราบว่าอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไหร่ และมีการนำเอาระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ เป็นต้น
2. ขั้นสนใจ (interest) หมายถึงระยะเวลาที่บุคคลเกิดความสนใจนวัตกรรมและเริ่มแสวงหารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับนวัตกรรม เช่นต้องการรู้ว่าอินเทอร์เน็ตช่วยให้สามารถค้นหาข้อมูลอย่างไร รวมไปถึงการค้นหาประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต
3. ขั้นประเมินผล (evaluation) เมื่อบุคคลได้รับรายละเอียดของนวัตกรรมเพิ่มเติมแล้ว ก็จะมีการประเมินคุณค่าของนวัตกรรมนั้น โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ ผลได้ผลเสียของการยอมรับนวัตกรรมหรือปฏิเสธนวัตกรรม
4. ขั้นทดลอง (trial) เป็นระยะเวลาที่บุคคลจะประยุกต์แนวความคิดโดยนำไปทดลองปฏิบัติเพื่อประกอบการตัดสินใจ เช่นทดลองใช้ระบบอินเทอร์เน็ตโดยให้ชุมชนใช้ หรือทดลองเช่าเวลาบนเวปไซด์ ไซด์ เว็บ
5. ขั้นการยอมรับ (adoption) หมายถึงระยะเวลาที่บุคคลยอมรับโดยนำนวัตกรรมมาใช้ อย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพราะคิดว่านวัตกรรมนั้นเป็นวิถีทางที่ดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าและระยะเวลาตั้งแต่ขั้นความรู้ จนถึงขั้นยืนยันอาจกินเวลาหลายปีก็ได้ ระยะเวลาที่ต้องใช้ในกระบวนการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นความรู้จนถึงขั้นการยืนยันเรียกว่า ระยะเวลาของการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (innovation-decision period) การ

ตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมอาจเป็นทั้งด้านบวก คือ การยอมรับนำเอานวัตกรรมไปใช้ และด้านลบ คือ การปฏิเสธไม่ยอมรับนวัตกรรม

มีข้อสังเกตว่า แม้บุคคลจะยอมรับนวัตกรรม และแสวงหาการยืนยันเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจแล้ว ต่อมาภายหลังบุคคลนั้นก็อาจเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจที่ได้ตัดสินใจไปแล้วก็ได้ ถ้าได้รับข่าวสารใหม่ที่ขัดแย้งกับข่าวสารหรือความรู้เดิม ที่เกี่ยวกับนวัตกรรม การเลิกรับนวัตกรรมอาจเกิดขึ้นได้ด้วยเหตุผลหลายประการด้วยกัน รวมทั้งการเกิดของนวัตกรรมใหม่ที่ดีกว่าสิ่งเก่า อนึ่งการเลิกรับนวัตกรรมจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้ใช้นวัตกรรมนั้นอย่างเต็มที่แล้ว

ทฤษฎี Development Potential Diffusion Theory สามารถนำมาวิเคราะห์เรื่องอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาชุมชน ในแง่ของการแพร่กระจายของข่าวสารไปสู่ชุมชนซึ่งจะทำให้เกิดศักยภาพของการพัฒนา โดยเฉพาะสังคมชนบทหรือชุมชนชนบทของประเทศไทย โดยการแพร่กระจายนี้เป็นเรื่องของสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมคืออินเทอร์เน็ต ดังนั้น ทางบริษัทยุคคอมจะต้องพยายามหาวิธีที่จะทำให้อินเทอร์เน็ตชุมชนได้รับการยอมรับจากชาวบ้าน และต้องสร้างความเข้าใจให้กับชุมชนถึงประโยชน์ที่เขาจะได้รับ และเห็นคุณค่าของสื่อใหม่ ข้อมูลใหม่นี้

5. แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชน (Community Communication)

การสื่อสารเพื่อชุมชนนั้นหมายถึง การสื่อสารที่ดำเนินการตามหลักประชาธิปไตย กล่าวคือ “เป็นการสื่อสารของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน” ดังนั้นการสื่อสารดังกล่าวจะต้องเป็นการสื่อสารแบบที่ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นระบบการสื่อสารประเภทใดก็ตาม

หากเราพิจารณาพัฒนาการแนวคิด และแนวทางปฏิบัติ ของเรื่อง “การพัฒนา” ที่เริ่มต้นตั้งแต่ราวทศวรรษ 1960 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันนี้ เราอาจแบ่งยุคสมัยของพัฒนาการดังกล่าวออกได้เป็น 3 ยุคใหญ่ ๆ ตามลักษณะของกระบวนทัศน์ (Paradigm) คือ

1. Dominant / Modernization Paradigm ได้แก่ช่วงทศวรรษ 1960 – 1970 ที่เน้นเรื่องการพัฒนาประเทศโลกที่สามให้มีความทันสมัยแบบตะวันตก

2. Dependency Paradigm เป็นกระบวนทัศน์ที่ได้แย้งกระบวนทัศน์แรก โดยมีแนวคิดหลักว่า การพัฒนาความสัมพันธ์นั้นเป็นกระบวนการนำเอาประเทศโลกที่สามไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้ว
3. Alternative / Another Development / Multiplicity Paradigm นับตั้งแต่ทศวรรษ 1980 มาจนถึงปัจจุบัน ได้เกิดกระบวนทัศน์ใหม่ในการพัฒนาที่อาจจะมีชื่อเรียกหลาย ๆ ชื่อ แต่ทว่าจุดร่วมของกระบวนทัศน์ใหม่ก็คือ มิใช่เพียงการปฏิเสธกระบวนทัศน์หลัก (Dominant Paradigm) จากแบบขาวเป็นดำ เช่นที่ Dependency Paradigm กระทำเท่านั้น หากแต่เป็นการนำเสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่รากฐานและค่านิยมของการพัฒนากันเลยทีเดียว รวมทั้งยังได้นำเสนอทัศนะใหม่ที่ท้าทายว่าการพัฒนาไม่จำเป็นต้องมีเพียงกระบวนทัศน์เดียวที่ใช้กันอย่างเป็นทางการทั่วโลก หากทว่า ในแต่ละที่แต่ละแห่งอาจจะมีกระบวนทัศน์เฉพาะของตนเอง (จึงเรียกว่า Multiplicity Paradigm)

เนื่องจากแนวคิดเรื่อง “การพัฒนา” มิได้มีฐานะเป็นเพียง “แนวคิด” อย่างหนึ่งเท่านั้น หากทว่ายังเป็น “แนวคิดที่มีวิธีการนำไปสู่การปฏิบัติ” อีกด้วยและในการปฏิบัตินั้น ต้องการเงื่อนไขและกลไกทางสังคมหลายชนิดเข้าไปเกี่ยวข้อง ณ จุดนี้เองที่การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารมวลชนได้ถูกคาดหวังให้เข้ามามีบทบาทมีส่วนร่วมกับการพัฒนาดังเช่นแนวคิดที่รู้จักกันดีในนามของ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” (Development Communication) ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นแนวคิดลูกผสมระหว่าง “การสื่อสาร” กับ “การพัฒนา”

สำหรับแนวคิดเรื่อง “การสื่อสารเพื่อชุมชน” นั้น จัดเป็นแนวคิดปลีกย่อยแนวคิดหนึ่งของเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” หากทว่าเป็นแนวคิดที่มีพัฒนาการการก่อตัวขึ้นมาในชั้นหลังดังนั้นเพื่อทำความเข้าใจกับแนวคิดนี้ จึงจำเป็นต้องทบทวนแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เคยมีมาก่อนในระยะแรกๆ

การสื่อสารชุมชนเป็นชื่อที่นิยมเรียกรูปแบบของการสื่อสารภายใต้กระบวนทัศน์แบบทางเลือก ซึ่งมีจุดเน้นที่สำคัญ ดังนี้

- 1) การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบ (Interactivity) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็น

ทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง ทำให้สถานะของผู้ส่งและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา

- 2) ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) ในขณะที่ทิศทางการไหลของข่าวสารภายใต้กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระแสหลักนั้นเป็นไปอย่างจำกัด คือ มีการไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (ประชาชน) เท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนนั้นการหลั่งไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลาย กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารสามารถหลั่งไหลมาจากทุกทิศทุกทาง ทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) แบบล่างสู่บน (Bottom-up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้นข่าวสารจึงอาจจะไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชุมชน ในเวลาเดียวกัน ชาวบ้านอาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อส่งข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน ในวงการพัฒนาชุมชนของไทยในปัจจุบัน เริ่มคุ้นเคยกับแนวทางการปฏิบัติที่เรียกว่า การสร้างเครือข่ายชุมชน การศึกษาดูงานจากกลุ่มชาวบ้าน ด้วยกันเอง

นอกจากนั้น เราพิจารณาการไหลของข่าวสารโดยอาศัยขอบเขตของชุมชนเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ อาทิ Pavelka (1978) กำหนดเรื่อง ขอบเขตภายในชุมชน และ ขอบเขตภายนอกชุมชน เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ทิศทางการไหลของข่าวสาร โดยเราแบ่งทิศทางการไหลของข่าวสารเป็น 3 ทิศทาง คือ การไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน การสื่อสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และการสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเองอันจะนำไปสู่การยกระดับสมาชิกในชุมชนด้านความตระหนักต่อปัญหา ความต้องการและการแสดงความเป็นตัวตนของชุมชน

- 3) เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน (Purpose) มีวิธีการและแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ตัวอย่างเช่น

3.1 การกำหนดเป้าหมายโดยการชี้ระดับผู้เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์การสื่อสารชุมชน มีเป้าหมายด้านกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1.1) ระดับชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพของชีวิตชุมชน

- 3.1.2) ระดับหน่วยงานนอกชุมชนเป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาและการสื่อสาร
- 3.1.3) ระดับสังคมส่วนรวม เป็นการสื่อสารที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในระดับกว้าง

3.2 การกำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางภารกิจของข่าวสาร ในแง่มุมนี้อาจกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารชุมชนได้เป็น 3 เป้าหมายย่อย คือ

- 3.2.1) การถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลและโน้มน้าวชักจูงใจ อันมักได้แก่ ทิศทางภารกิจของข่าวสารจากบนลงล่าง (อย่างไรก็ตามทิศทางภารกิจไหลแบบอื่น ๆ ก็ใช้เป้าหมายนี้ได้เช่นกัน)
- 3.2.2) การแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของชุมชน (Community Self-expression) โดยในที่นี้หมายถึงการแสดงออกเกี่ยวกับความต้องการของชุมชนไปจนกระทั่งถึงการแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชนด้วย
- 3.2.3) การพัฒนาความเป็นตัวเองของปัจเจกบุคคล (Development of the Individual's Self) ในหน่วยที่เล็กลงมากกว่าชุมชน การสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้าย ๆ เป็นเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่

4) การสื่อสารที่เกิดขึ้น และดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (Need-oriented) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะประการสำคัญของกระบวนการพัฒนาแนวใหม่แทนการพัฒนาที่แต่เดิมเคยตอบสนองความต้องการของรัฐเป็นหลัก

5) หน้าที่ของการสื่อสารโดย Windahl และคณะ (1992) ระบุว่าหน้าที่ของการสื่อสารชุมชนน่าจะประกอบด้วย

- 5.1) หน้าที่ในการแสดงออก (Expressive Function) คือ ทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมา เพื่อที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้

- 5.2) หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คือ การเข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อจะสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นชุมชนเดียวกัน
- 5.3) หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไป หากทว่าในการสื่อสารชุมชนนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารต้องเป็นไปอย่างรอบด้านดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น ผู้เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคน จึงได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้เพื่อยกระดับความเข้าใจและความรู้ในเรื่องการสื่อสาร และทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน
- 5.4) หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control Activation Function) การสื่อสารจะเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้เนื่องจาก การสื่อสารชุมชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีขั้นตอนของปฏิกริยาป้อนกลับ (Feedback)

นอกเหนือจากคุณลักษณะที่กล่าวมาแล้วนี้ Berrigan (1979) ได้เพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการที่การสื่อสารชุมชนน่าจะมี คือ

- 1) สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน ไม่ว่าจะชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม
- 2) สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลา เพื่อนำไปใช้เพื่อหาข่าวสาร เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง
- 3) สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (Participates) ในหลาย ๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ
- 4) สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชน ซึ่งหมายความว่า ตัวตนของชุมชนที่จะแสดงออกไปนั้นต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชน
- 5) สื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสาร และความคิดเห็น

เงื่อนไขและอุปสรรคของการสื่อสารชุมชน

การสร้างระบบการสื่อสารชุมชนขึ้นมา นั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งด้านแนวทาง (approach) และด้านเทคนิค (การสื่อสารประเภทนี้น่าจะใช้ได้กับสื่อทุกประเภท แต่ทว่ามีรูปแบบและความยากง่ายแตกต่างกันออกไปดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้ว ในการดำเนินการในภาคปฏิบัติให้มีผลอย่างจริงจังนั้น เงื่อนไขที่จะเอื้ออำนวยให้บรรลุเป้าหมายนั้นจะมีดังนี้

1. การสนับสนุนทางการเมือง (Political Back-up)

จากการกล่าวถึงแนวคิดต้นแบบเรื่อง การพัฒนา ที่โยงใยมาจนถึงเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้แสดงให้เห็นแล้ว เรื่องการพัฒนาและการสื่อสารนั้นเป็นเรื่องที่จะหลีกเลี่ยงมิติทางการเมืองไปไม่ได้เลย ทั้งนี้เริ่มตั้งแต่ข้อเท็จจริงง่าย ๆ ว่า รัฐและเจ้าหน้าที่รัฐเป็นผู้กำหนดค่านิยมและดำเนินโครงการพัฒนาต่าง ๆ ดังนั้น กล่าวเฉพาะในเรื่องการสื่อสารชุมชน หากขาดเสียซึ่งเจตนาธรรมและการเห็นคุณค่าของการสื่อสารชุมชนจากบรรดาผู้นำทางการเมืองแล้ว ก็คงเป็นไปได้ยากที่จะเกิดระบบการสื่อสารดังกล่าวขึ้นมา ในภาคปฏิบัติ การสนับสนุนทางการเมืองจะมีบทบาท 2 ประการสำคัญ ๆ ของการสื่อสารทางการเมืองคือ ประการแรก ก็คือเมื่อประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นของพวกเขาออกมาต่อสาธารณะแล้ว จำเป็นต้องมีหลักประกันว่า ข้อเสนอแนะ ข้อวิจารณ์และข้อขัดข้องของพวกเขาจะได้รับฟังอย่างจริงจังจากผู้มีอำนาจ มิฉะนั้น ประชาชนก็จะไม่เห็นความจำเป็นของการสื่อสารของคนเพราะ พูดไปแล้วก็ไม่เกิดอะไรขึ้น ประการที่สอง เนื่องจากเมื่อมีการเปิดเวทีให้แสดงทัศนะแล้ว อาจจะมีผู้ที่ได้รับผลกระทบกระเทือนจากข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงต้องมีหลักประกันว่า ผู้ที่นำข้อมูลมาเปิดเผยจะต้องมีความปลอดภัย มิฉะนั้นจะเกิดสถานการณ์ที่ว่า รู้ ๆ กันอยู่ แต่ไม่มีใครกล้าพูดหลักประกันทั้งสองประการที่กล่าวมานี้จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนทางการเมืองจึงจะมีความเป็นไปได้

2. แนวคิดที่ถูกต้องของ การพัฒนา

แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแนวใหม่นั้น จะเกิดขึ้นควบคู่กับแนวคิดการพัฒนากระบวนการทัศน์ใหม่เท่านั้น ฉะนั้น หากในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ไม่ว่าจะ เป็นเจ้าหน้าที่รัฐหรือชาวบ้านเองยังคงทัศนะการพัฒนาแบบเดิมที่เน้นความมั่งคั่งเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมก็จะเป็นไปไม่ได้ ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยส่วนใหญ่มักจะเกิดมาจากแนวคิดต่อการพัฒนาที่แตกต่างกันระหว่างเจ้าหน้าที่พัฒนา และชาวบ้านและหากไม่มีการเปิดเวทีให้มีการพูดคุยสนทนาแลกเปลี่ยนระหว่างสองฝ่ายความต่างต่างนั้นก็ไม่ได้รับการแก้ไข

3. ต้องมีการยืดหยุ่น

ถึงแม้ในทางอุดมคติ การดำเนินงานโครงการพัฒนาตามแนว Alternative Development นั้นควรจะต้องเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มแรก แต่ในทางปฏิบัติที่เป็นจริงแล้ว เจ้าหน้าที่รัฐมักจะเป็นผู้วางแผนงานพัฒนาทั้งหมดเอาไว้ก่อนล่วงหน้า และชาวบ้านจะได้เข้ามามีส่วนร่วมก็เมื่อถึงขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติแล้วเท่านั้น ดังนั้น ความขัดแย้งจึงมักจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ปฏิบัติไม่ได้เป็นผู้ร่วมวางแผนมาตั้งแต่ต้น และในสถานการณ์เช่นนี้ หากได้ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมแล้ว ในการดำเนินงานโครงการจำเป็นต้องมีการยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง มิฉะนั้นประชาชนก็จะไม่เห็นประโยชน์เลยของการสื่อสาร เพราะไม่มีผลที่เป็นจริงเป็นจังเกิดขึ้นเนื่องจากโครงการได้ถูกออกแบบมาอย่างตายตัว แก้อะไรไม่ได้เลย

4. ต้องมีการสนับสนุนจากท้องถิ่น

ในขณะที่เป้าหมายของการสื่อสารชุมชนนั้นก็เพื่อสนับสนุนการริเริ่มของชุมชน การเป็นตัวของตัวเอง และถูกกระตุ้นให้มีการพึ่งตนเอง แต่ในขั้นตอนของการลงมือกระทำนั้น ก็จำเป็นต้องมีการสนับสนุนจากท้องถิ่นก่อนในระยะของการตั้งตัว การสนับสนุนจากท้องถิ่น ซึ่งหมายถึงระดับของเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือองค์กรพัฒนาเอกชนที่จะให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ทั้งการเงิน อุปกรณ์ คำแนะนำ ข้อมูลข่าวสารและกำลังใจ อย่างไรก็ตาม เพื่อมิให้การสนับสนุนนั้นกลับกลายเป็นการทำลายเป้าหมายการพึ่งตนเองที่วางเอาไว้ จำเป็นต้องมีการฝึกฝนเจ้าหน้าที่พัฒนาให้รู้จัก วิธีการให้ เพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน

5. การฝึกอบรม

เจ้าหน้าที่ที่จะทำงานการสื่อสารชุมชนนั้น จะมีความรู้เพียงด้านสื่อเท่านั้นยังไม่พอ พวกเขาจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมด้านงานพัฒนาชุมชน ทักษะในการทำงานกลุ่ม ความรู้เรื่องชุมชน ฯลฯ และแน่นอนว่า เทคนิคและทักษะในงานพัฒนานั้นต้องเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ได้กล่าวมาแล้ว

6. ต้องมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

คงจะไม่มีประโยชน์อะไร ที่จะกระตุ้นให้ประชาชนพูดแสดงความคิดเห็นของตนเองออกมาแล้ว ก็ไม่มีช่องทางที่จะนำความคิดเห็นนั้นไปถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้รับฟัง ดังนั้นปัจจัยแห่งความสำเร็จในเรื่องการสื่อสารชุมชนก็คงจะไม่แตกต่างจากเรื่องการสื่อสารโดยทั่วไป กล่าวคือ ต้องมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นตัวรองรับ ในแง่นี้ด้านหนึ่งอาจจะหมายความว่ามีการมีอุปกรณ์เครื่องมือการสื่อสารในปริมาณที่มากพอและใช้งานได้จริง หากเราต้องการนำเอาทักษะ

ของชาวบ้านไปออกวิทยุชุมชน ก็จำเป็นต้องมีเครื่องอัดเทปบันทึกเสียงจำนวนมากพอสมควรอยู่ในชุมชน นอกจากเครื่องมืออุปกรณ์แล้ว ระบบการสื่อสารดังกล่าวยังอาจะหมายถึงการมีเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีตำแหน่งผู้ติดต่อเรื่องข่าวสารอยู่ในกลุ่มพัฒนา เป็นต้น

7. การมีเทคโนโลยีที่เหมาะสม

การเลือกใช้เทคโนโลยีแต่ละชนิดแต่ละระดับ ต้องเหมาะสมกับลักษณะของงานพัฒนา หากในตัวจังหวัดนั้นไม่มีร้านล้างฟิล์มหนังเลย การใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อกลางกระตุ้นให้ชาวบ้านพูดคุยอภิปรายกันก็คงจะไม่เหมาะสมทันกาลและไม่สะดวก หากไม่มีกล้องวิดีโอบันทึกการแสดงทัศนะของชาวบ้านการใช้สไลด์ประกอบเสียงแทนฟิล์มหนัง และใช้เครื่องเทปบันทึกเสียงก็น่าจะเป็นอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับชุมชน การเลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารชุมชนนั้น จะหลีกเลี่ยงหลักการ 2 แบบ คือ แบบมีอาชีพที่ต้องใช้สื่อที่ดีที่สุด มีประสิทธิภาพมากที่สุดในทางเทคนิค แม้จะมีราคาแพงอย่างมาก หรือในทางตรงกันข้าม ต้องเลือกสื่อที่เรียบง่าย ราคาถูก โดยหลักการเลือกใช้เทคโนโลยีนั้นก็จะต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับระดับของงาน และสภาพความเป็นจริงของชุมชนแม้ว่าประสิทธิภาพในเชิงเทคนิคจะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสื่อสารโดยทั่วไป แต่สำหรับเรื่องการสื่อสารชุมชนแล้ว เราไม่อาจจะให้ความสำคัญแก่ปัจจัยดังกล่าวเพียงประการเดียว เนื่องจากยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสำคัญใกล้เคียงกัน เช่นโอกาสในการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) ความรวดเร็ว (Immediacy) และความยืดหยุ่น (Flexibility) และการวัดประสิทธิภาพของการสื่อสารก็มีได้อยู่ที่ตัวสื่อเท่านั้น หากแต่อยู่ที่ คุณภาพที่สื่อสามารถกระตุ้น ให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของชาวบ้านได้

8. ความต่อเนื่อง

เป้าหมายของการใช้สื่อชุมชนนั้นก็เพื่อช่วยให้ประชาชนเชื่อมโยงความเข้าใจต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ กระตุ้นการพึ่งตนเอง และสร้างความคาดหวังใหม่ ๆ โดยการนำเอาเทคโนโลยีทางการสื่อสารแบบต่าง ๆ เข้ามาในชุมชน อย่างไรก็ตามเพื่อมิให้กระบวนการดังกล่าวเป็นเพียงปรากฏการณ์ของไฟไหม้ฟาง อุปกรณ์ต่าง ๆ เหล่านั้นจะต้องมีใช้อย่างต่อเนื่องอยู่ในชุมชน แม้ว่านักสื่อสารจากหน่วยงานพัฒนาจะออกจากหมู่บ้านไปแล้ว ระบบการสื่อสารของชุมชนจะต้องเปิดใช้ได้อยู่เสมอเมื่อชุมชนมีความต้องการ

ปัญหาและอุปสรรค

ในการดำเนินงานการสื่อสารชุมชนนั้น ทุกอย่างคงจะไม่สวยสดงดงามและราบเรียบราวกับการเดินบนถนนที่โรยด้วยกลีบกุหลาบ เราอาจจะคาดเดาได้ล่วงหน้าว่า อาจเกิดปัญหาติดตามมาจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น

1. ยิ่งเป็นการมีส่วนร่วมในระดับยิ่งสูงเท่าไร ความซับซ้อนของปัญหาก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น เช่น การให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในระดับวางแผนนโยบาย ซึ่งจะต้องมีการตัดสินใจเรื่องการจัดลำดับความสำคัญของแผนงานการจัดสรรงบประมาณ การควบคุมติดตามการดำเนินงาน ฯลฯ และเนื่องจากเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างตัวแทนชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่รัฐ/เจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีภูมิหลังและวิถีคิดที่แตกต่างกัน ดังนั้นความขัดแย้งจึงย่อมเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และภายในกลุ่มต้องมีทักษะในการแสวงหาข้อตกลงร่วมกันท่ามกลางความแตกต่างให้ได้

2. ในส่วนของชุมชนเอง ก็มีปัญหาในเรื่องขีดความสามารถ ที่จะดำเนินการกิจใหม่ ๆ ดังกล่าวได้ ดังนั้นตัวแทนชาวบ้านอาจจะมีความรู้ไม่พอหรือเลือกลำดับความสำคัญของกิจกรรมไม่ถูกต้อง ในกรณีดังกล่าว ปัญหาที่อาจจะตามมาก็คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น จะมีฐานะเป็นเพียงไม้ประดับเท่านั้น ฉะนั้นข้อเท็จจริงประการหนึ่งที่ต้องยอมรับก็คือ ในชุมชนเดียวกัน ความสามารถของชาวบ้านแต่ละคนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในระดับต่าง ๆ จะไม่เท่ากัน และในระดับของแต่ละชุมชนก็มีขีดความสามารถที่จะเข้าร่วมได้แตกต่างกันเช่นกัน

3. ในกลุ่มของเจ้าหน้าที่พัฒนาทั้งภาครัฐและเอกชนเอง อาจจะมีความเข้าใจผิดว่า เมื่อใช้แนวทางการพัฒนาแบบล่างขึ้นบน (Bottom-up Approach) หรือ การพัฒนาแบบชาวบ้านมีส่วนร่วมแล้ว บทบาทของนักพัฒนา นักวางแผนเช่นเดียวกับนักสื่อสารมวลชนก็ไม่จำเป็นต้องทำอะไรเลย อันที่จริงแล้ว ยิ่งมีการพัฒนาแบบใหม่หรือการสื่อสารแนวใหม่ บทบาทของนักพัฒนาและนักสื่อสารก็ยิ่งต้องมีเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพราะฉะนั้น การปล่อยให้ชาวบ้านทำงานไปตามลำพังก็เท่ากับปล่อยให้เกิดสภาวะวุ่นวายสับสนอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ทักษะและความเข้าใจของนักพัฒนาและนักสื่อสารที่แสดงบทบาทในสถานการณ์ใหม่นี้ ก็แตกต่างไปจากรูปแบบการพัฒนาและการสื่อสารแบบเดิมที่เคยเป็นมา

4. ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้ที่เคยมีอำนาจในการพัฒนามาก่อน เช่น นักวางแผน ผู้กำหนดนโยบาย เมื่อมีการเปิดให้มีการอภิปราย การทำประชาพิจารณ์แผนงานและโครงการที่เจ้าหน้าที่ระดับสูงนี้เป็นคนรับผิดชอบ นอกเหนือไปจากปัญหาเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจที่อาจจะแอบแฝงเข้ามาในโครงการแล้ว แม้จะไม่มีประเด็นผลประโยชน์ดังกล่าว แต่ผู้วางแผนงานและกำหนด

นโยบายก็อาจจะรู้สึกเสียหน้า รู้สึกเสียกำลังใจ และมีใจว่าคำวิจารณ์ทั้งหมดนั้นจะถูกต้องไปเสียหมด ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ มีข้อเสนอแนะว่า ให้บรรดาผู้ที่มีความรับผิดชอบระดับสูงเหล่านี้สร้างความเข้าใจว่า การเปิดโอกาสให้มีการพูดอย่างเปิดเผยนั้นดีกว่าสร้างการปิดกั้นการสื่อสาร แล้วปะทุออกมาเป็นการต่อต้านประท้วงโครงการในชั้นหลัง นอกจากนี้เวทีการสื่อสารดังกล่าวก็เป็นโอกาสที่จะแก้ไขข้อข้องใจและให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้

การสื่อสารภายในชุมชนเองในฐานะที่เป็นกลไกสำคัญ ในการขับเคลื่อนพลังภายในชุมชน ให้คงความเป็นชุมชนเอาไว้ได้ หากจะกล่าวให้ทันสมัยก็คือการจะทำให้ ชุมชนเข้มแข็ง นั้น ต้องอาศัยปัจจัยต้นที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การสื่อสารภายในชุมชนเองต้องเข้มแข็งเสียก่อน การสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการพัฒนาชุมชนจึงผูกโยงกับกลไก/กระบวนการสื่อสารภายในชุมชนอย่างไม่อาจจะแยกขาดออกจากกันได้

นักวิชาการร่วมสมัย สาขาสังคมศาสตร์ ต่างยอมรับตรงกันว่า ชุมชนสามารถที่จะสร้างความเข้มแข็งขึ้นมาได้ด้วยตัวของมันเอง หากคนในชุมชนมีเป้าหมายร่วมกันรวมทั้งร่วมมือกันเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมและบริบทของชุมชน ชุมชนดังกล่าวต้องมีวิสัยทัศน์ประชาสังคม (Civil Society) ร่วมกัน ซึ่งก็คือการยอมรับเป้าหมายของการพัฒนา (คือความรุ่งเรืองและดีงาม) ตรงกัน การสร้างชุมชนหรือการสร้างความเป็นชุมชนด้วยการสร้างเป้าหมายร่วมกันนั้น มีเบื้องหลังคือตัวแปรต้นที่ต้องมาก่อนคือ ปฏิบัติการสื่อสารระหว่างคนภายในชุมชน (Communication Practices)

จากที่กล่าวมาข้างต้น เราอาจสรุปได้ว่า บทบาทของการสื่อสารและการพัฒนาเป็นกระบวนการที่เกี่ยวพันซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้บริบทของสังคมไทยปัจจุบัน กระบวนการพัฒนาสมัยใหม่ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ได้เฟื่องถึงความสนใจมายังชุมชนและสมาชิกในชุมชนฐานะศูนย์กลางแห่งการพัฒนา สิ่งที่ทำทลายต่อไปก็คือ กระบวนการสื่อสารในการพัฒนาบุคคล ในชุมชนทั้งในเชิงคุณธรรมและความสามารถของตน ตลอดจนโอกาสและสิทธิในการสื่อสารของบุคคลในเวทีสาธารณะต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่ความผูกพันของสมาชิกในชุมชน และการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนในการกำหนดทิศทางและปฏิบัติการกิจ ในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งต่อไป

แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนนี้สามารถนำมาวิเคราะห์เรื่องอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาชุมชนเนื่องจาก การวิจัยมุ่งประเด็นเรื่องอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาชุมชนซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อชุมชนโดยตรง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนสามารถได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างเต็มที่ มีการ

ไหลของข่าวสารจากทุกทิศทุกทาง ชาวบ้านสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายไปยังชุมชนอื่น ๆ ได้ มีการสื่อสารที่มีปฏิริยาโต้ตอบกันได้ ทั้งนี้เพื่อให้การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้เกิดการพัฒนาทางสังคมและวัฒนธรรมในวงกว้าง โดยต้องได้รับความร่วมมืออันดีจากภาคเอกชนในที่นี้คือ บริษัทยูคอมและคนในชุมชนเองด้วยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

6. แนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ในงานพัฒนา แต่กำลังได้รับความสนใจ จากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้วยตระหนักดีว่าภายใต้สภาวะการณ์เศรษฐกิจ-สังคมในปัจจุบัน การส่งเสริมให้ชุมชนทำธุรกิจที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของตนเอง เป็นแนวทางการพัฒนาที่จำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้มีการระบุแนวทางการทำงานพัฒนาว่า เป็นแบบบูรณาการกล่าวคือการพยายามประสานการพัฒนาทุกด้านเข้าด้วยกัน โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือการพัฒนาคน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือคนเป็นศูนย์กลางของงานพัฒนา เพื่อให้นโยบายดังกล่าวบังเกิดผลเป็นรูปธรรม จึงจำเป็นต้องมีโครงการปฏิบัติการรองรับ การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เป็นแนวทางหนึ่งที่มีเป้าหมายที่จะพัฒนาคนและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น หมายถึงการพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวและชุมชน เน้นให้ชุมชนเข้ามาจับบทบาท และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนพร้อมกับการพัฒนาทางสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมืองการปกครอง โดยกล่าวได้ว่า “ธุรกิจชุมชน” คือกุญแจสำคัญอีกอันหนึ่ง ที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน แต่การที่จะบรรลุเป้าหมายได้นั้นต้องอาศัยการผนึกกำลังของทุกฝ่ายทุกระดับ ทั้งภาครัฐ องค์กรเอกชน ภาคธุรกิจ นักวิชาการ องค์กรประชาชน และสื่อมวลชน เป็นต้น โดยสนับสนุนให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีดังกล่าว ให้เกิดการร่วมมือร่วมปฏิบัติงานด้วยกัน ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมเรียนรู้ และร่วมกันทำงานภายใต้ความรัก ความเมตตา ความเอื้ออาทร ไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน ธุรกิจชุมชนจึงมีความหมายครอบคลุมการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โดยเฉพาะในชนบท ซึ่งจะไม่นับเฉพาะการสร้างรายได้ และการตีค่าการพัฒนาเป็นเพียงตัวเลขที่บ่งบอกถึงอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวเงินแต่เพียงอย่างเดียว

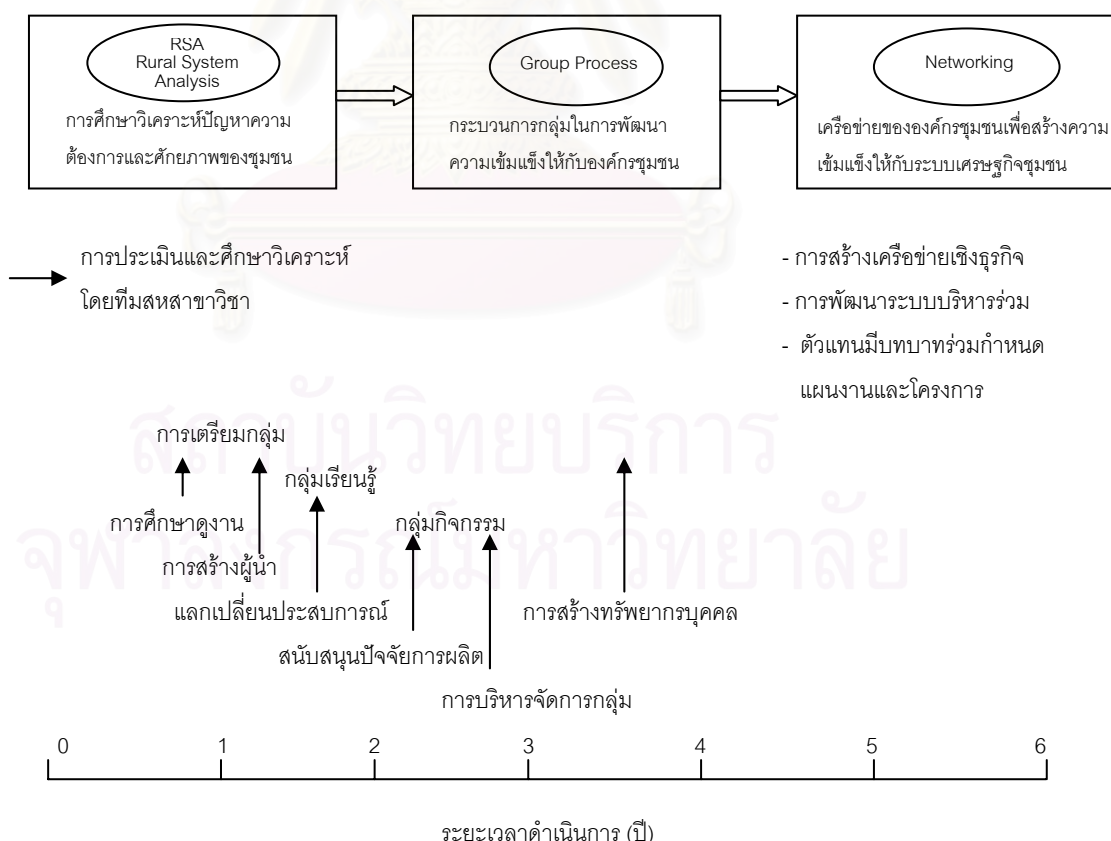
ปัจจุบันมีการทำธุรกิจชุมชนทั้งที่มีแนวทางในการดำเนินการทั้งแบบ “จากบนลงล่าง” และ “จากล่างขึ้นบน” อยู่ประมาณ 7,000 แห่ง ซึ่งนับว่าน่าพอใจในเชิงปริมาณ แต่หากพิจารณาในแง่คุณภาพแล้ว อาจถือได้ว่าธุรกิจชุมชนเหล่านี้ยังอยู่ในขั้นตอนของการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะฉะนั้นส่วนใหญ่จึงยังไม่เข้มแข็ง และมีจุดอ่อนอยู่หลายแห่งเช่น การขาดแหล่งเงินทุน ขาดความรู้ด้าน

บริหารจัดการ ความรู้ด้านการตลาด ความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจ นอกจากนี้ในส่วนของรัฐยังมีกฎระเบียบหลายอย่างด้านกฎหมายที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจชุมชน

การพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความละเอียดอ่อนความละมุนละม่อมในการประสานสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้น ทั้งระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มหรือองค์กรนั้น และการประสานให้เกิดการสนับสนุนซึ่งกันและกันของทุกภาคที่เกี่ยวข้อง หัวใจสำคัญของกระบวนการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนคือ การศึกษาศักยภาพชุมชนและการวิเคราะห์ปัญหาหรือเงื่อนไขข้อจำกัดของชุมชนและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน เพื่อการวางแผนวิธีการและขั้นตอนการทำงานได้ตรงประเด็น ชัดเจน ทั้งนี้โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน การทำงานโดยวิธีนี้เท่ากับเป็นการประสานความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้หรือประสบการณ์ ตลอดจนเทคนิควิธีจากภายนอก ที่นักพัฒนาหรือเจ้าหน้าที่นำเข้าไปแลกเปลี่ยนกับชุมชน

สำหรับประสบการณ์เกี่ยวกับการวิเคราะห์ชุมชน และวิธีการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนโดยชาวบ้านมีส่วนร่วม ที่มีการดำเนินการโดยหน่วยงานต่าง ๆ สรุปได้ดังแผนภูมิต่อไปนี้

กระบวนการกลุ่มเพื่อการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรธุรกิจชุมชน



ที่มา : กระบวนการกลุ่ม การสังเคราะห์ประสบการณ์ของโครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเกษตรกร ในการพัฒนา (SFPP) กรมส่งเสริมการเกษตรปี พ.ศ. 2529 - 2532

กระบวนการพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งดังแสดงในแผนภูมิเริ่มจากการศึกษาวิเคราะห์ชุมชน ซึ่งโดยทั่วไปมีวิธีการศึกษาได้หลายวิธี นอกจากเทคนิควิธีการประเมินวิเคราะห์ระบบชุมชน (RSA หรือ Rural System Analysis) ที่พัฒนามาจาก RRA (Rapid Rural Appraisal) ดังกล่าวแล้ว

สำหรับประเด็นสำคัญของวิธี RSA คือการวิเคราะห์ 2 ระดับ กล่าวคือ การวิเคราะห์ภาพรวมของชุมชน ซึ่งจะได้ทราบรายละเอียดทางด้านกายภาพ ชีวภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งรวมถึงวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น จากนั้นเป็นการวิเคราะห์ระดับครัวเรือน โดยมุ่งหาความสัมพันธ์ระหว่างคนและทรัพยากรในชุมชน ว่ามีการใช้ประโยชน์ในด้านใดบ้าง และประเด็นปัญหาหรือความขัดแย้ง หรือการแข่งขันที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรชุมชน ที่มักแปรเป็นอำนาจทางเศรษฐกิจหรือการต่อรองอื่น ๆ

กระบวนการกลุ่มคือ กระบวนการพัฒนาจิตสำนึก ให้คนในชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญและร่วมกันแก้ปัญหาด้วยตนเอง พึ่งพาอาศัยกัน ตลอดจนการกำหนดประเด็นที่จำเป็นต้องหาความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก ขั้นตอนการทำงานเพื่อพัฒนาจิตสำนึกและดำเนินงานโดยกลุ่มมีหลายขั้นตอน กล่าวคือ

ขั้นตอนการเตรียมกลุ่ม (Group Preparation Stage)

เป็นการนำเอาข้อมูลของชุมชน ศักยภาพและปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนผลการวิเคราะห์เบื้องต้นโดยนักวิจัยหรือคณะทำงานมานำเสนอ และวิเคราะห์ร่วมกันกับเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน/นักพัฒนา และชาวบ้านเพื่อแสวงหาวิธีแก้ไข ปัญหาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับเงื่อนไขความสามารถของชุมชนอีกครั้ง โดยวิธีการนี้จะเป็นการร่วมคิด ร่วมเรียนรู้ สร้างความคุ้นเคย ความไว้วางใจ และความร่วมมือ ระหว่างชาวบ้านเป้าหมายจนสามารถรวมกลุ่มริเริ่มทำกิจกรรมร่วมกันได้

ขั้นกลุ่มเรียนรู้ (Group Learning Stage)

เป็นการนำเสนอแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆกับกลุ่ม ทั้งการศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับกลุ่มอื่น ๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือทำให้การศึกษาแก่ชาวบ้าน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยบุคคลหรือวิทยากรที่มีความรู้และเป็นนักปฏิบัติ ทำหน้าที่แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและให้ข้อคิดแก่ชาวบ้าน เป็นการเปิดโลกทัศน์และสร้างแนวคิดทางเลือกใหม่แก่ชาวบ้าน รวมทั้งการปรับปรุงเทคโนโลยี อันจะนำไปสู่การพัฒนากิจกรรมในที่สุด วิธีการเรียนรู้

ระหว่างชาวบ้านด้วยกันและการเรียนรู้จากวิทยากรท้องถิ่น ที่ผ่านมาพบว่าน่าสนใจกว่าสำหรับชาวบ้าน และชาวบ้านสามารถเรียนรู้ได้มากกว่าการเรียนรู้จากนักวิชาการ

ขั้นตอนกิจกรรมหรือกลุ่มกิจกรรม (Action Group)

จะต้องมีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเหมาะสม สมาชิกและกรรมการจะต้องได้รับประโยชน์อย่างยุติธรรม กลุ่มกิจกรรมหลายกลุ่มมีโครงสร้างการทำงานเกี่ยวข้งกัน หากแต่ละชุมชนมีองค์กรของตนเองและสร้างเป็นเครือข่ายกับหลายชุมชนแล้ว ก็จะทำให้เกิดความร่วมมือและอำนาจต่อรองเชิงเศรษฐกิจได้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจชุมชน ได้แบ่งประเภทของการลงทุนเพื่อทำธุรกิจออกเป็น 2 แบบคือ การลงทุนโดยนายทุนเอกชนภายนอก ในลักษณะสร้างงานในชุมชน กล่าวคือ มีการจ้างคนในชุมชนเป็นแรงงานผลิต การลงทุนในลักษณะนี้โดยทั่วไปคนในชุมชนจะไม่มีบทบาทหรือส่วนร่วมอะไรในการบริหารกิจการ ส่วนอีกรูปแบบคือ ชุมชนร่วมกันลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ โดยมีภาครัฐหรือหน่วยงานพัฒนาทั้งรัฐหรือองค์กรพัฒนาเอกชนให้การสนับสนุน

นอกจากนั้นยังเห็นความสำคัญของความร่วมมือกับธุรกิจเอกชน ในลักษณะการร่วมทุนระหว่างองค์กรธุรกิจชุมชนกับธุรกิจเอกชน เพื่อให้กิจการนั้นสามารถขยายและเติบโตได้มากขึ้น ทั้งนี้โดยเน้นว่า การร่วมทุนนี้จะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งในการกำหนดแนวทางการทำงานและการตัดสินใจ ต้องมีการกระจายผลประโยชน์อย่างยุติธรรม บทบาทภาคธุรกิจเอกชนนอกเหนือการร่วมทุนคือ การช่วยเหลือด้านบริหารจัดการให้กับธุรกิจชุมชน โดยอาจจัดตั้งในลักษณะหน่วยงานจัดการกลางทางด้านการตลาด ช่วยจัดการเรื่องการตลาดให้กับองค์กรธุรกิจชุมชนในระยะเริ่มต้น เป็นต้น ประการสำคัญคือ ธุรกิจชุมชนต้องเป็นธุรกิจที่พัฒนาทรัพยากรท้องถิ่น ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ คงความหลากหลายของธุรกิจชุมชนให้เป็นไปตามศักยภาพและความต้องการของชุมชนโดยอินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีส่วนช่วยทำให้ผู้ผลิต ในที่นี้หมายถึงเกษตรกรได้รับความยุติธรรมในแง่การซื้อขาย และไม่ถูกซูดรีดเอาเปรียบจากพ่อค้าหรือนายทุน เนื่องจากสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการทำธุรกรรมซื้อขายต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ซึ่งจะทำให้ช่วยยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ของประชาชนส่วนหนึ่งอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีการสื่อสารหรือที่เรียกว่าสื่อใหม่นี้

จากนิยามความหมายของธุรกิจชุมชนสามารถพบตัวบ่งชี้ความเป็นธุรกิจชุมชน
อยู่ที่

1. เป้าหมายของกิจการ
2. การครอบครองและจัดการปัจจัยการผลิต
3. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

จึงอาจสามารถสรุปความหมายของธุรกิจชุมชนว่าเป็นการประกอบการผลิต การ
แปรรูป การค้า หรือบริการ เพื่อแสวงหากำไรโดยกลุ่มชาวบ้านหรือองค์กรชุมชนเป็น
เจ้าของทุน การบริหารจัดการและการรับผลกำไร(หรือขาดทุน) ของกิจการทั้งหมดหรือ
บางส่วน ซึ่งกลุ่มชาวบ้านอาจเป็นองค์กรชุมชนอย่างเป็นทางการ เช่น สหกรณ์ หรือไม่เป็น
ทางการก็ตาม ทั้งนี้ กิจการที่ทำได้ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อความเป็นอยู่ของคนในชุมชน
หรือสภาพแวดล้อมของชุมชน

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และ
คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนหรือเกษตรกรในชนบท ที่เป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ของประเทศ
แต่เป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของประเทศ หากกลุ่มคนในชุมชนหรือเกษตรกรเหล่านี้มี
รายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยในการ
ประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจ
ชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตในชุมชน โดยคนในชุมชนเพื่อคน
ในชุมชน ให้ชาวบ้านในชุมชนได้คิดเอง วางแผน และตั้งเป้าหมายด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการ
แก้ปัญหาปากท้องของคนส่วนใหญ่ในประเทศ และสามารถลดปัญหาการอพยพเข้าสู่
เมืองเพื่อหางานทำ อีกทั้งเป็นการสร้างความเข้มแข็งของภาคชนบท

ภูมิปัญญาและทรัพยากรภายในประเทศไทย สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้
มากมายหากมีการสนับสนุนอย่างจริงจัง โดยมุ่งเน้นยกระดับรายได้ และความเป็นอยู่ของ
ชาวบ้านในชนบทบนพื้นฐานของความเป็นไทย ด้วยภูมิปัญญาไทย ที่ชาติอื่นหรือชาติ
ตะวันตกไม่มี พัฒนาเป็นจุดเด่นในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อเป็น
ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภูมิภาค โดยการเริ่มต้นที่การสร้างฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง
มุ่งพัฒนาชุมชนชนบทให้สามารถพึ่งพาตนเอง มีรายได้และคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น ก่อให้เกิด
สังคมที่เข้มแข็งบนพื้นฐานความเป็นไทย และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ซึ่งถือว่าเป็นก้าว
เดินก้าวใหม่ของสังคมไทยที่จะเริ่มต้นเดินอีกครั้งด้วยความเข้มแข็ง และมั่นคง เพื่อความ
อยู่ดีกินดีของคนไทยทุกคน

แนวคิดธุรกิจชุมชน นำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เรื่องอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาชุมชน เนื่องจากการจะลงไปทำธุรกิจชุมชนนั้น จะต้องรู้พื้นฐานเบื้องต้นก่อนเพราะธุรกิจปกติธรรมดาทำกับธุรกิจชุมชนมีความต้องการและวัตถุประสงค์ต่างกันโดยอินเทอร์เน็ตชุมชนนี้จะมุ่งประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับเป็นหลักโดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของคนในแต่ละชุมชนเป็นสำคัญ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมระหว่างชุมชนและการทำธุรกิจ โดยมุ่งหวังที่จะให้ชุมชนมีรายได้โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ของตนเองมาก่อให้เกิดประโยชน์ นั้นเป็นการเอื้ออำนวยความสะดวกและหยิบยื่นเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เข้าไปในชุมชน เพื่อให้เกิดธุรกิจที่กระทำเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชนโดยผลตอบแทนที่ได้ก็เพื่อคนในชุมชนนั้น ๆเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาและวิจัยที่ผ่านมา มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่ออินเทอร์เน็ต โดยสังเขปดังต่อไปนี้

ศุจิกา ดวงมณี (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทย” ซึ่งเป็นการศึกษาเปรียบเทียบในเรื่องของเนื้อหาข่าวสาร ประกอบกับรูปแบบของสื่อมวลชนต่างประเภทกัน นำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปถึงทิศทางและแนวโน้มของสื่อมวลชนไทยบน World Wide Web ซึ่งผลการวิจัยพบว่ารูปแบบของข้อมูลข่าวสารจะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ และส่วนใหญ่จะมีรูปแบบเรียบง่ายเป็นตัวหนังสือมีภาพประกอบ และในอนาคตสื่อมวลชนไทยจะใช้ World Wide web เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น ในรูปแบบที่ทันสมัยขึ้น แต่ยังคงคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก

สมคิด เลิศพิริยประเสริฐ (2540) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นเรื่องปัจจัยด้านโครงสร้างสังคมและทัศนคติของคนไทยที่สัมพันธ์กับพัฒนาการของอินเทอร์เน็ต” ซึ่งเป็นการศึกษาถึงปัจจัยโครงสร้างสังคมและทัศนคติของคนไทยที่เอื้ออำนวยหรือเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ต และศึกษาผลกระทบของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อสังคมไทยรวมทั้งหาคำตอบว่าอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จะมีการพัฒนาอย่างไร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมีการตอบสนองที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมากที่สุด และปัจจัยด้านโครงสร้างการเมืองเป็น

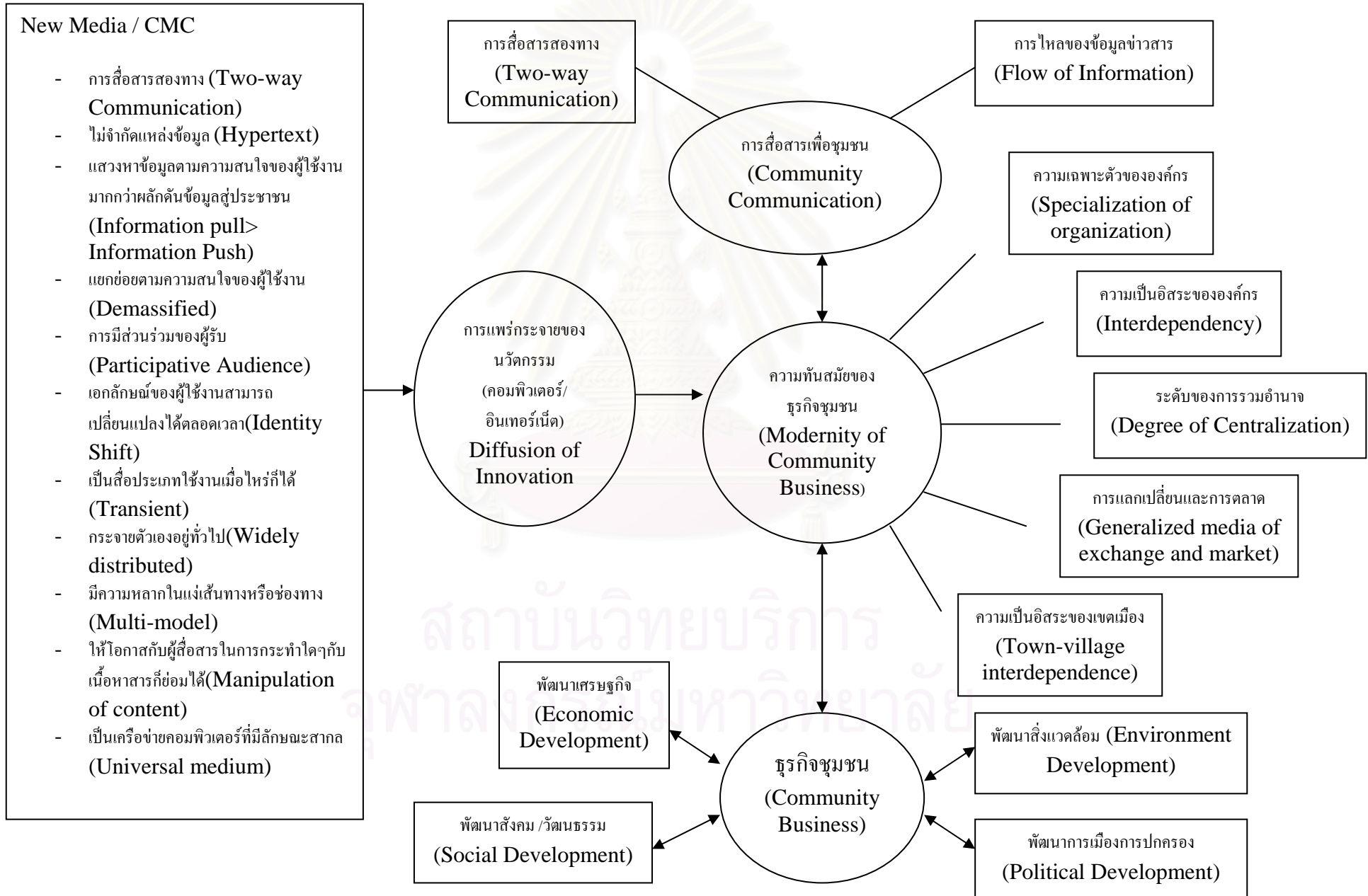
อุปสรรคต่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ต แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกิดจากผลของอินเทอร์เน็ตในอนาคต 5-10 ปีข้างหน้ายังไม่แจ่มชัด แต่จะเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

สายชล บุรณกิจ (2541) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “บทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม” ซึ่งศึกษาถึงลักษณะของเว็บไซต์ไทย กระบวนการสื่อสารของเว็บไซต์ไทยและตรวจสอบว่า เว็บไซต์ไทยมีบทบาทในการประสานสังคมหรือไม่ซึ่งผลการวิจัยพบว่าเว็บไซต์ไทย มีรูปแบบและลักษณะเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นชุดเดิมที่ข้อมูลมีการเผยแพร่ทางสื่อปกติอยู่แล้ว มีการเชื่อมโยงประสานสังคมด้วยการเสนอข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ มีการติดต่อสื่อสารสองทาง เกิดการขยายฐานของสังคม มีการเชื่อมโยงข้อมูลแพร่กระจาย ส่งผลให้ด้านการตลาดเปิดกว้าง นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอีกด้วย

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com ซึ่งศึกษาถึงลักษณะ หน้าที่ และประโยชน์ที่เกิดขึ้นในมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ลักษณะที่เกิดขึ้นเป็นเวทีเสวนาทางวัฒนธรรม ที่มีประเด็นตามความสนใจของผู้ใช้งานและมีลักษณะเป็นชุมชนเสมือน และเป็นช่องทางให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในหน้าที่ดังต่อไปนี้ คือ การให้ข้อมูลสาธารณะ การสอดส่องดูแลสภาพแวดล้อม การกระตุ้นเร้าและผลักดันเพื่อพัฒนาผลประโยชน์แห่งชาติ การสร้างสายสัมพันธ์ การให้ความบันเทิงและช่องทางการสื่อสารต้องห้าม นอกจากนี้ผู้ใช้งานยังใช้เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของตนเอง

จากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยขอสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเรื่อง “สื่ออินเทอร์เน็ตกับโครงการพัฒนารัฐกิจชุมชน ของบริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) ได้ดังนี้

กรอบการวิเคราะห์ (Conceptual Framework)



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง สื่ออินเทอร์เน็ตกับโครงการพัฒนาธุรกิจชุมชน ของบริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาถึงสถานการณ์ด้านการสื่อสารของธุรกิจชุมชนในปัจจุบัน ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน รวมทั้งการค้นหาแบบจำลอง (Model) กระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยใช้เครื่องมือการวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสาร (Textual Analysis)
2. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview)
3. การสังเกตภาคสนาม (Field Observation)
4. การจัดเวทีชุมชน

การใช้วิธีจัดเวทีชุมชนเนื่องจากหลังจากผู้วิจัยเข้าไปเก็บข้อมูล แล้วพบว่าเมื่อมีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตแล้ว แต่คนในชุมชนไม่มีความรู้ความเข้าใจและไม่สามารถใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกิจชุมชนได้ตามศักยภาพของสื่อ ผู้วิจัยจึงจะดำเนินการจัดเวทีชุมชนขึ้นเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจกับคนในชุมชนและให้ทดลองใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตจริง ทั้งนี้เพื่อให้คนในชุมชนได้มีความเข้าใจและคุ้นเคยกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

หน่วยการวิเคราะห์

หน่วยการวิเคราะห์สำหรับงานวิจัยนี้แบ่งเป็น 2 ประเภท

1. Individual คือระดับบุคคลหมายถึงคนในชุมชนที่เลือกมาในการสัมภาษณ์
2. Group คือระดับกลุ่มคนหมายถึงกลุ่มคนในชุมชนและกลุ่มคนในสหกรณ์ที่ผู้วิจัยเข้าไปสังเกตการณ์

แหล่งข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

ผู้วิจัยได้ใช้เอกสารของบริษัท ยูคอมเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้เบื้องต้นของ ประวัติความเป็นมาของโครงการอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาธุรกิจชุมชน และเอกสารบันทึกการใช้งาน อินเทอร์เน็ตของสมาชิก ทำให้สามารถทราบถึงความถี่ในการเข้าระบบอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ประกอบด้วยกลุ่มบุคคลดังนี้

- เจ้าหน้าที่จากบริษัท ยูคอม

2.1 คุณเสาวณีย์ คำประกอบ เจ้าหน้าที่บริษัท ยูคอมเป็นผู้ดูแลเกี่ยวกับเรื่องธุรกิจชุมชน ของโครงการฯ โดยผู้วิจัยได้รับคำแนะนำและทราบถึงวัตถุประสงค์และรายละเอียด ต่าง ๆ ของโครงการ

- เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานสหกรณ์

2.2 คุณฉวี ใจใหญ่ ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด เป็นผู้ให้ข้อมูลถึงเรื่องการใช้งานและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต หลังจากที่ได้รับการติดตั้งจากบริษัทยูคอม เนื่องจากสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด เป็นชุมชนที่เข้มแข็งโดย ใช้ตัววัดคือ ความสามารถในการประกอบธุรกิจ ดูจากผลการดำเนินงานเงินทุนหมุนเวียนและ ความสามารถในการรวบรวมสินค้าจากสมาชิกมาจำหน่าย ซึ่งมีแนวโน้มที่สื่อ อินเทอร์เน็ตจะเข้าไปมีบทบาทต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้



ภาพที่ 1 แสดงรูปคุณฉวี ใจใหญ่ ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด

2.3 คุณเดือนขวัญ คำรัก เจ้าหน้าที่บัญชีของ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด ซึ่งเป็น
 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่บริษัทยูคอมนำไปติดตั้ง



ภาพที่ 2 แสดงรูปคุณเดือนขวัญ คำรัก เจ้าหน้าที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต

2.4 คุณพิน พูนสมบัติ ประธานกรรมการสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด เป็นผู้ให้สัมภาษณ์
 ในเรื่องทั่ว ๆ ไปทั้งการดำเนินงานของสหกรณ์และการประกอบอาชีพของตนเอง

- เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการ

2.5 คุณศรีสุดา ไชยบุญญานุกภาพ พัฒนาการอำเภอบ้านลาด เป็นผู้ให้ข้อมูลด้านการ
 พัฒนาสังคมของอำเภอบ้านลาดในฐานะตัวแทนภาครัฐ



ภาพที่ 3 แสดงรูปคุณศรีสุดา ไชยบุญญานุกภาพ พัฒนาการอำเภอบ้านลาด

2.6 คุณชัชชาติ ศรีจันทร์ พัฒนาการอำเภอบ้านลาด

- กลุ่มผู้นำชุมชน

2.7 คุณขรรชัย สิงห์แดง ผู้นำชุมชนอำเภอบ้านลาดและเกษตรกรเจ้าของที่นา เป็นผู้ให้ข้อมูลด้านการประกอบอาชีพ การค้าขาย รวมทั้งความสัมพันธ์และกิจกรรมของคนในชุมชน

2.8 คุณบุญช่วย แยมศรี ประธานองค์การบริหารส่วนตำบลของอำเภอบ้านลาด เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ในฐานะเป็นผู้นำชุมชน

- กลุ่มผู้ค้าขายสินค้าในตลาดกลาง

2.9 คุณสาย สิมเมือง แม่ค้าในตลาดกลางอำเภอบ้านลาด เป็นผู้ให้ข้อมูลด้านการซื้อขายสินค้า

2.10 คุณประยูร แพทย์พันธ์ พ่อค้าในตลาดกลางอำเภอบ้านลาด เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ด้านการซื้อขายสินค้าและช่องทางการรับส่งข่าวสารด้านธุรกิจชุมชน

2.11 คุณนพดล พุ่มพฤษ พ่อค้าและเกษตรกรสวนมะนาว เป็นผู้ให้ข้อมูลด้านการเพาะปลูกและซื้อขายสินค้า

- กลุ่มคนในชุมชน

2.12 ประชาชนในชุมชนบ้านลาด โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากแกนนำกิจกรรมชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน ผู้ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ นักธุรกิจชุมชน ผู้ทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในชุมชน รวมทั้งเกษตรกรในอำเภอบ้านลาด

2.13 ผู้เข้าร่วมการจัดเวทีชุมชนจำนวน 56 ราย

- ข้อมูลใน www.rakbankerd.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของยูทูปคอมที่ใช้เป็นตัวกลางในการเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ตด้านการซื้อขาย รวมทั้งใช้เป็นแหล่งหาข้อมูลทั้งทางด้านการเมือง การปกครอง สังคม รวมทั้งข้อมูลด้านการเกษตรที่เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

เป็นการศึกษาในภาคตัดขวาง (Cross – sectional) เป็นการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2546

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- การเก็บข้อมูลที่เป็นเอกสารจากการวิเคราะห์เอกสาร (Textual Analysis) ผู้วิจัยนำเอกสารทั้งหมดมาศึกษาจนเข้าใจและเรียบเรียงเป็นบทวิเคราะห์
- กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องมือ In-depth Interview ใช้การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และบันทึกเทปรวมทั้งจดบันทึก
- กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องมือ Field Observation ผู้วิจัยจะเข้าไปสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม โดยเฝ้าดูและจดบันทึกอย่างละเอียดในสิ่งที่ได้ไปสังเกตการณ์มาคือการใช้งานอินเทอร์เน็ตของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ การใช้งานอินเทอร์เน็ตของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล การซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าของพ่อค้า แม่ค้าในตลาดกลางอำเภอบ้านลาด รวมทั้งการดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพของคนในอำเภอบ้านลาด
- กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิธีการจัดประชุมชุมชน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยโดยการจัดเวทีชุมชนขึ้นมา เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2546 ณ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 56 ราย การจัดเวทีจัดขึ้นมีวัตถุประสงค์เพื่อ
 - ให้ความรู้กับคนในชุมชนว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีศักยภาพอะไรบ้าง
 - ให้คนในชุมชนได้ทดลองใช้ศักยภาพนั้น
 - ให้คนในชุมชนบอกถึงปัญหาและอุปสรรคที่พบหลังจากได้ทดลองใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแล้ว

- สร้างแบบจำลองในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

รูปแบบการจัดเวทีชุมชนที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยกล่าวแนะนำตัว พร้อมทั้งอธิบายวัตถุประสงค์ของการจัดเวทีเรื่องอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้ผู้เข้าฟังทราบ
2. ถามความเข้าใจของผู้เข้าร่วมงานว่า มีความเข้าใจว่าคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร พร้อมทั้งแจกกระดาษให้เขียนคำตอบ
3. เมื่อได้คำตอบของทุกคนมาแล้ว ผู้วิจัยอ่านคำตอบนั้น พร้อมทั้งเขียนลงบนกระดานเพื่อให้เห็นโดยทั่วกัน
4. จากนั้นผู้วิจัยเชิญวิทยากรจากยูคอมมาเป็นผู้ให้คำแนะนำ และให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องอินเทอร์เน็ต พร้อมทั้งสาธิตการใช้งานเบื้องต้นให้ทราบ
5. หลังจากนั้น เป็นการให้ผู้เข้าร่วมงานใช้งานจริงกับเครื่องคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต โดยมีเจ้าหน้าที่ของยูคอมจำนวน 2 ท่านและทีมงานผู้วิจัยคอยให้คำแนะนำอยู่ที่เครื่องคอมพิวเตอร์จำนวน 2 เครื่อง
6. จากนั้น ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมงานแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 8 คนรวมทั้งสิ้น 7 กลุ่มด้วยกันและถามคำถามอีกครั้งว่าคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตคืออะไร ใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง พร้อมทั้งให้บอกถึงปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้งาน รวมทั้งปัญหาโดยทั่วไป
7. เมื่อทุกกลุ่มได้มีข้อสรุปเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ให้แต่ละกลุ่มผลัดกันมารายงานผลของกลุ่มตนเอง
8. ท้ายที่สุด ผู้วิจัยได้สรุปปัญหาที่เกิดขึ้นพร้อมทั้งขอบคุณผู้เข้าร่วมงานทุกคนที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี และผู้วิจัยจะนำผลที่ได้ของการจัดเวทีในครั้งนี้ไปศึกษาและหาแนวทางที่ถูกต้องในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4 แสดงบรรยากาศในการจัดเวทีชุมชน



ภาพที่ 5 แสดงบรรยากาศในการจัดเวทีชุมชนรูปที่ 2

การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยจะใช้การเปรียบเทียบข้อมูล (Cross Check) ที่ได้จากการสัมภาษณ์จากประชาชนมาเปรียบเทียบกัน เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้ตรงกันหรือไม่อย่างไร

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลเอง (Face Validity) จึงไม่น่ามีปัญหาเรื่องความเที่ยงตรงของข้อมูล รวมทั้งมีการขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ที่มีความชำนาญในเรื่องที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่ เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงในการวิจัย (Expert Validity)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้กรอบในการวิเคราะห์จากแนวคิดและทฤษฎีในบทที่ 2 มาประกอบการวิเคราะห์ โดยนำผลการวิจัยที่ได้มาแยกเป็นส่วน ๆ แล้วอธิบายให้เห็นถึงสถานภาพการสื่อสาร และสถานภาพการประกอบธุรกิจของชุมชนเดิมเป็นอย่างไร และหลังจากที่สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้าไปมีบทบาท วิถีชีวิตโดยทั่วไปและด้านประกอบธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร และวิเคราะห์ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีศักยภาพอะไรบ้างในการพัฒนาธุรกิจชุมชน รวมทั้งตรวจสอบว่าคนในชุมชนมีทักษะในการใช้ศักยภาพหรือไม่อย่างไร

การนำเสนอข้อมูล

สำหรับการนำเสนอข้อมูลในครั้งนี้ จะนำเสนอรูปแบบการศึกษาค้นคว้าและการวิเคราะห์และข้อสรุปของของศึกษาออกมาในเชิงพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยมีสาระในการนำเสนอต่อไปนี้

1. สถานภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชน
 - ธุรกิจหลักของชุมชน
 - สถานภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชน
 - กระบวนการเผยแพร่อินเทอร์เน็ตสู่ชุมชน
 - ขั้นตอนการดำเนินการของยูทูป
 - ขั้นตอนการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชน

2. ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน
- ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต (www.rakbankerd.com)
 - ลักษณะของ CMC ที่นำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน
 - การรับรู้ศักยภาพและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อชุมชน
 - ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และการใช้งานอินเทอร์เน็ต
 - การนำศักยภาพสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน
 - ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

สถานภาพการสื่อสารธุรกิจชุมชน

การศึกษาเรื่อง “สื่ออินเทอร์เน็ตกับโครงการพัฒนาธุรกิจชุมชนของบริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเกชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)” เป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และการสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth interview) ผู้กำหนดแนวคิดการพัฒนาธุรกิจชุมชนโดยนำอินเทอร์เน็ตมาเชื่อมโยงกับชุมชนของบริษัทยูไนเต็ด คอมมูนิเกชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) รวมทั้งศึกษาชุมชนที่ได้นำอินเทอร์เน็ตลงไปติดตั้งและได้ให้บริการไปแล้ว ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด จังหวัดเพชรบุรี โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 4.1 ธุรกิจหลักของชุมชน
- 4.2 สถานภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชน
- 4.3 กระบวนการเผยแพร่อินเทอร์เน็ตสู่ชุมชน

4.1 ธุรกิจหลักของชุมชน

จากการวิเคราะห์เอกสารพบว่า ในจังหวัดเพชรบุรีมีพื้นที่ทั้งหมด 3.89 ล้านไร่ เป็นพื้นที่ถือครองทางการเกษตร 693,646 ไร่ รายได้เฉลี่ย/ คน/ ปี 53,028 บาท ผลผลิตที่สำคัญ 3 อันดับแรกคือ ภาคค้าส่งและค้าปลีกมีมูลค่าจำนวน 4,627 ล้านบาท ภาคเกษตรกรรม 3,654 ล้านบาท ภาคการบริการ 3,227 ล้านบาท ความก้าวหน้าในด้านการค้าและการลงทุนของจังหวัด ในจังหวัดไม่มีการขยายการลงทุนเพิ่มขึ้น ประชาชนยังจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นแก่การครองชีพ สถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน ภาคเกษตรกรรมมีการเพาะปลูกข้าวนาปี ปีการผลิต 2544/2545 มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 407,405 ไร่ ผลผลิตรวม 244,443 ตัน โดยเริ่มออกสู่ตลาดช่วงไตรมาสนี้ 195,555 ตัน (ประมาณ 80 % ของผลผลิตรวม) คิดเป็นเงิน 879.99 ล้านบาท (ประมาณ 4,500 บาท/ตัน) ซึ่งผลผลิตออกมากที่สุดเดือน มกราคม 2545 จังหวัดเพชรบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ คืออำเภอเมือง อำเภอหนองหญ้าปล้อง อำเภอบ้านแหลม อำเภอท่ายาง อำเภอแก่งกระจาน อำเภอชะอำและอำเภอบ้านลาด

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะศึกษาในอำเภอบ้านลาด ดังนั้นจึงต้องเจาะลงมาถึงธุรกิจหลักของชุมชนบ้านลาดก่อน ธุรกิจของคนในชุมชนบ้านลาดเป็นธุรกิจการเกษตร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.1 สินค้าเกษตรของชุมชน

สืบเนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี เหมาะแก่การทำ การเกษตร คนในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำการเกษตร วิธีการดำเนินชีวิตของคนในอำเภอบ้านลาดยึดถือการทำนาข้าวเป็นอาชีพหลัก เนื่องด้วยภูมิประเทศเป็นที่ราบและมีแม่น้ำไหลผ่านจึงเหมาะแก่การทำนา โดยมากการทำนาจะเป็นแบบนาปี คือทำนาปีละ 1 ครั้งเรียกได้ว่ารอบน้ำฝนจึงจะมีการทำนา ช่วงเดือนสิงหาคมจะเหมาะแก่การปลูกข้าวมากที่สุด

ขั้นตอนของการทำนาคือจะต้องหว่านกล้าก่อน ชาวนาจึงทำการหว่านกล้าเดือน 7 หรือเดือนกรกฎาคม หลังจากนั้นจึงเริ่มดำนาเดือน 8 หรือเดือนสิงหาคม ช่วงนี้เกษตรกรจะบำรุงด้วยการใส่ปุ๋ยและจะใส่อีกครั้งช่วงที่ข้าวตั้งท้อง สังเกตได้จากตัวของต้นข้าวจะมีลักษณะอ้วน ๆ ข้าวจะใช้ระยะเวลาปลูกประมาณ 2 เดือนก็เริ่มเก็บเกี่ยวได้ทั้งนี้โดยสังเกตได้จากรวงข้าว จะเริ่มมีสีเหลือง การเกี่ยวข้าวต้องเกี่ยวโดยใช้ระยะเวลาสั้นที่สุดไม่ควรเกิน 10 วันมิฉะนั้นข้าวที่ได้จะมีเมล็ดที่ไม่สวยงาม เมื่อก่อนคนในชุมชนจะใช้วิธีการเก็บเกี่ยวที่เรียกว่า ลงแขกคือเกณฑ์ชาวบ้านในละแวกเดียวกันมาช่วยกันเกี่ยวข้าว โดยมีค่าตอบแทนเป็นการเลี้ยงสุรา อาหาร แต่ในปัจจุบันวิธีการดำรงชีวิตเปลี่ยนไป ภาพของการลงแขกร่วมแรงร่วมใจของเกษตรกรเป็นภาพที่หาได้ยากแล้ว เนื่องจากความเจริญได้เข้าสู่ชนบทและสังคมเกษตรกรรมมากขึ้น การดำรงชีวิตแบบรวมกลุ่มอย่างเหนียวแน่นเริ่มคลายตัว กลายเป็นความสัมพันธ์อย่างหลวม การใช้แรงงานในการเก็บเกี่ยวอาศัยเงินเป็นค่าจ้างมากกว่าการช่วยเหลือกัน ต้นทุนการผลิตในปัจจุบันจึงสูงขึ้น อีกทั้งในการใช้ปุ๋ยเพื่อเร่งผลผลิตมีการใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์มากขึ้น ซึ่งต่างจากในอดีตที่เกษตรกรมีการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นปุ๋ยหรือที่เรียกกันว่าเกษตรอินทรีย์ จึงมีผลต่อต้นทุนการผลิต

เมื่อเกษตรกรเกี่ยวข้าวแล้ว จะนำรวงข้าวที่ได้มาฝัดออกจากรวงได้เป็นข้าวเปลือก และหลังจากนั้นก็นำข้าวเปลือกที่ได้ใส่ถัง โดยมากปริมาตรของถังจะบรรจุได้ประมาณ 20 ลิตร เพื่อรอคนจากโรงสีมาติดต่อขอซื้อ ข้าวที่ยังมีได้ขายจะถูกเก็บอยู่ในยุ้งข้าว ซึ่งทุกบ้านของเกษตรกรจะมีอยู่เพื่อเก็บรักษาข้าวไว้ให้อยู่ในสภาพที่ดีที่สุด

เมื่อหมดฤดูการทำนาชาวบ้านมักหันมาปลูกพืชผัก ผลไม้อื่น ๆ ประกอบเพื่อเพิ่มรายได้ และเป็นการหมุนเวียนในระบบการทำมาหากิน พืชผลไม้ที่นิยมปลูกและถือเป็นพืชเศรษฐกิจของชาวอำเภอบ้านลาดคือ มะนาว ชมพู่ กระท้อน แตงกวา ถั่วฝักยาว ถั่วพู มะม่วง กล้วย ฯลฯ เป็นต้น การปลูกพืชผัก ผลไม้ในอำเภอบ้านลาดปลูกได้ตลอดปี การบำรุงรักษาสำหรับพืชที่ปลูกก็ไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก อาจเป็นเพราะว่าสภาพดินในอำเภอบ้านลาดมีความอุดมสมบูรณ์ที่เหมาะสมกับการปลูกพืชผักผลไม้ประเภทนี้ สำหรับการเก็บเกี่ยวผลผลิตโดยมากจะใช้การจ้างแรงงาน เช่น เกษตรกรสวนมะนาวโดยมากจะจ้างคนมาเก็บเกี่ยว ซึ่งเสียค่าเก็บชั่วโมงละ 20 บาท นอกจากการทำนาและปลูกพืชผัก ผลไม้แล้วเกษตรกรในอำเภอบ้านลาดยังนิยมเลี้ยงวัวไถขายอีกด้วย ทำให้ครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 6 แสดงบรรยากาศสภาพท้องทุ่งนาในอำเภอบ้านลาด



ภาพที่ 7 แสดงสภาพความเป็นอยู่ของคนในชุมชนบ้านลาด

4.1.2 การประกอบธุรกิจของชุมชน

4.1.2.1 การซื้อขายกับคู่ค้าโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในด้านธุรกิจชุมชนในยุคแรก ซึ่งเป็นการซื้อขายโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้เป็นข้อมูลในภาพรวมของประเทศหรือกลุ่มสังคม โดยรวมที่ผู้วิจัยจะนำเสนอให้เห็นพัฒนาการการทำมาค้าขาย ในระดับต่าง ๆ ต่อไป

ก่อนที่คนในชุมชนจะมีการทำธุรกิจขึ้นภายในชุมชน เหมือนดังเช่นในยุคปัจจุบัน คนในชุมชนรู้จักการทำมาค้าขายกันมาตั้งแต่ยุคสมัยสุโขทัย โดยพ่อขุนรามคำแหงได้จารึกไว้ในศิลาจารึกว่า “ใครใคร่ค้าค้า ใครใคร่ค้าม้าค้า” เป็นการแสดงให้เห็นสิทธิในการทำมาหากิน และสิทธิในการทำมาค้าขายของประชาชน โดยในยุคที่ยังไม่มีการใช้เงินตรามาเป็นสิ่งตีค่าหรือประเมินราคาของสินค้าด้วยเงิน ชาวบ้านจึงรู้จักการค้าขายด้วยวิธีการทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันขึ้นภายในชุมชน เช่น ใครมีไข่ไก่ และต้องการแลกกับผัก ก็นำมาแลกเปลี่ยนกันได้ ซึ่งก็เพียงเพื่อบริโภคกันภายในครอบครัวเท่านั้น ไม่ได้ประกอบอาชีพเพื่อก่อให้เกิดรายได้ขึ้นในครอบครัว

การแลกเปลี่ยนสินค้ากันในยุคนั้น จึงใช้วิธีการเจรจากันด้วยตนเองของบุคคลสองฝ่ายที่ต้องการทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากัน แบบเผชิญหน้า face-to-face โดยผู้ต้องการแลกเปลี่ยนสินค้านำสินค้าของตนไปให้อีกฝ่ายหนึ่งดู ถ้าหากเป็นที่พอใจกันทั้งสองฝ่ายทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพของสินค้า ก็ตกลงยอมแลกเปลี่ยนสินค้ากันได้

จนกระทั่งมีการนำระบบเงินตรามาใช้ในการประเมินราคาสินค้า การแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อบริโภคภายในครอบครัว ก็ได้กลายมาเป็นการผลิตเพื่อก่อให้เกิดรายได้ และการผลิตเพื่อขายขึ้น เพราะความต้องการเงินมาเพื่อซื้อหาสินค้าที่คนในครอบครัวต้องการ แต่ประชาชนก็ยังคงใช้วิธีการเจรจากันโดยผ่านตัวบุคคล เพียงแต่เปลี่ยนจากแลกเปลี่ยนสินค้าต่อสินค้า มาเป็นการใช้เงินแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ต้องการ เมื่อทุกอย่างในระบบมีการใช้เงินมาเป็นตัวบ่งชี้มูลค่าของสินค้าจึงทำให้เกิดการทำมาค้าขายขึ้นในชุมชน และเริ่มก่อตั้งเป็นศูนย์กลางการค้าขายขึ้นในชุมชน คือ ตลาด ประจำชุมชน ซึ่งยังคงมีภาพให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ ตลาดประจำชุมชนใหญ่ๆ ทั่วไป

ด้วยการประกอบอาชีพหลักของประเทศไทย เป็นอาชีพด้านการเกษตร จึงทำให้สินค้าที่ประชาชนนำมาแลกเปลี่ยน และซื้อขายกันจึงเป็นสินค้าด้านการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ เมื่อประเทศมีการพัฒนาขึ้น โดยอาศัยระบบเศรษฐกิจของประเทศมาเป็นตัวกำหนด วัตถุประสงค์เจริญเติบโตของประเทศด้วยมูลค่าการส่งออกและการผลิตสินค้า จึงทำให้สินค้าเกษตรเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้นในตลาด รัฐบาลจึงได้ตั้งกระทรวง ทบวง กรม ต่างๆ มาทำการดูแลสินค้าด้านการเกษตร โดยในยุคหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ.2475 รัฐบาลในยุคนั้นได้ตั้งกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงอื่นๆอีกหลายกระทรวง เพื่อบริหารปกครอง ควบคุม พัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ส่วนหนึ่งก็เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน โดยคนกลุ่มแรกที่รัฐบาลให้ความสนใจ ได้แก่ เกษตรกรซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่ผู้ที่ประกอบอาชีพทางการเกษตร กลับประสบกับปัญหาความยากจน ขาดแคลนที่ดินทำกิน

โดยรัฐบาลได้กระจายการปกครองออกไปสู่ชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศ โดยให้มีการปกครองโดยส่วนปกครองท้องถิ่น มีการดูแล ปกครองเป็นลำดับขั้น ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด ซึ่งเป็นผู้รับนโยบายจากส่วนกลางโดยตรง และกระจายงานไปยังบุคคลในลำดับขั้นต่างๆ เช่น นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และปัจจุบันได้มีการเพิ่มหน่วยงานอย่างองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เข้าไปปกครองอีกชั้นหนึ่ง เพื่อให้คนในชุมชนได้มีส่วนในการปกครอง และพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยคนภายในชุมชนกันเองเพิ่มขึ้น

ในส่วนภาคการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้มอบหมายให้พัฒนากรจังหวัด และพัฒนากรอำเภอ ซึ่งประจำอยู่ตามหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานพัฒนาที่ดิน สำนักงานส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น เป็นผู้ให้ความรู้ด้านการเกษตรและการประกอบอาชีพต่างๆกับชาวบ้าน โดยหน้าที่หลักของพัฒนากรคือการส่งเสริมประสานและสนับสนุนนโยบายของรัฐกับประชาชน โดยเน้นนโยบาย แก้ไขปัญหาความยากจน กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มอาชีพ สนับสนุนให้เกิดการผลิต

จากผลการวิจัยในอำเภอบ้านลาด รัฐบาลมีการสนับสนุนด้านอาชีพโดยมีพัฒนากรประจำอำเภอ คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเพาะปลูกด้วย นอกจากนี้พัฒนากรในอำเภอบ้านลาด มีการนำผลผลิตทางการเกษตรของอำเภอบ้านลาด รวมทั้งข้อมูลพื้นฐานของอำเภอบ้านลาดไปประกาศในเว็บไซต์ไทยตำบลดอทคอมอีกด้วย สินค้าที่พัฒนากรนำไปประกาศแนะนำสินค้าคือ ข้าวพันธ์ชัยนาทซึ่งปลูกในอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรีนี้

การซื้อขายโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางของชุมชนบ้านลาดในปัจจุบัน มีไม่มากนักเนื่องจากไม่เป็นที่นิยมเพราะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง หรือค่าพาหนะในการขนส่ง จะมีบ้างก็ประเภทผักผลไม้ โดยการขนส่งสินค้าไปขายเองที่กรุงเทพฯ ไม่ก็เป็นประเภทน้ำตาลจากต้นตาลหรือน้ำตาลโตนด โดยจะเคี้ยวแล้วไปขายที่สถานีรถไฟเขาทะโมน แต่ก็ยังเป็นเพียงแค่ปริมาณไม่มากนัก

“ แพนเค้าเอามะนาวไปขายที่ตลาดบางแค จะมีรถมารับไปกันทีก็หลาย ๆคน ไปวันเว้นวัน นั่งรถไปตอนดึก ขายช่วงเช้ากลับมาอีกทีก็ดึกของอีกวัน ขายวันเว้นวัน ” (ขรรชัช สิงห์แดง , เกษตรกร ,สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2546)

การค้าปลีกในตลาดกลางของเกษตรกรผู้นำสินค้ามาขายมีอยู่บ้างในบางรายเท่านั้น ดังตัวอย่างเช่น ผู้วิจัยได้เดินทางไปสัมภาษณ์พ่อค้าแม่ค้าในตลาดกลางและขอซื้อสินค้าจากผู้ขาย ซึ่งบางรายขายให้แต่บางรายไม่ขาย เช่น ชมพู่ แม่ค้าบางรายต้องการขายยกข่งไปเลยไม่นับแบ่งออกมาขาย เนื่องจากยุ่งยาก และมีผู้จะมารับซื้ออยู่แล้ว แต่ในบางรายก็กันสินค้าส่วนหนึ่งไว้สำหรับแบ่งขายด้วยแต่ก็อยู่ในปริมาณที่แม่ค้าจัดเตรียมใส่ถุงไว้แล้ว คือชมพู่ 5 กิโลกรัม หรือมะนาวจำนวน 100 ลูก เป็นต้น แต่จะไม่มีแบ่งขายตามความต้องการของลูกค้าเหมือนในตลาดสดทั่วไป

4.1.2.2 การซื้อขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง



ภาพที่ 8 แสดงภาพตลาดกลางสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด

จากเดิม พัฒนาการการประกอบอาชีพของคนในชุมชนเป็นการผลิตเพื่อบริโภคเท่านั้น จนกระทั่งเรียนรู้การซื้อขาย กลายเป็นกลไกในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ จนคนในชุมชนได้รู้จักการเพิ่มผลผลิตพืชผลทางการเกษตรจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งเป็นผู้ให้ความรู้ในด้านการประกอบอาชีพทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นการดูแลผลผลิตให้ออกตามฤดูกาลและให้ผลดี หรือการบำรุงดินเพื่อผลผลิตในครั้งต่อไป การให้ปุ๋ยให้น้ำ เป็นต้น

แต่รัฐบาลไม่ได้หาแนวทางในการระบายสินค้าทางการเกษตร ที่ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศผลิตตามความต้องการของตลาด จนเกิดการแข่งขันกันผลิตเพื่อขายให้ได้ราคาสูงและนำไปสู่ปัญหาสินค้าล้นตลาด ขายไม่ได้ หรือราคาตกต่ำ

ปัญหาใหญ่ที่คนในชุมชนประสบคือ การขายสินค้าในราคาถูกซึ่งมีสาเหตุมาจากสินค้ามีปริมาณมากและให้ผลผลิตในคราวเดียวกัน ทำให้จำเป็นต้องขายสินค้าในราคาที่พ่อค้าคนกลางกำหนดขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่งคือคนในชุมชนไม่ได้เป็นผู้กำหนดราคาสินค้านั่นเอง

พ่อค้า หรือแม่ค้าที่รับซื้อผลผลิตผลทางการเกษตรจากเกษตรกรแล้วนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง หรือเรียกว่า พ่อค้าคนกลาง

พ่อค้าคนกลางในชุมชนบ้านลาดแบ่งเป็น 2 ประเภท

1. พ่อค้าคนกลางที่เป็นคนในพื้นที่ พ่อค้าคนกลางประเภทนี้จะมาซื้อสินค้าจากเกษตรกรที่ตลาดกลางแล้วบรรทุกใส่รถไปขายต่อที่อื่น หรืออาจจะไปซื้อสินค้าจากเกษตรกรในไร่แล้วมาขายที่ตลาดกลาง เพื่อมีพ่อค้าจากพื้นที่อื่นมารับซื้ออีกทอดหนึ่ง พ่อค้าคนกลางในพื้นที่อีกประเภทหนึ่งคือ โรงสี ซึ่งจะต้องมารับซื้อข้าวเปลือกจากชาวนาในพื้นที่ การค้าขายข้าวเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงพ่อค้าคนกลางได้เลย และจากการวิจัยพบว่าไม่มีชาวนาคนใดที่มีโรงสีเองเลย ต้องกระทำผ่านพ่อค้าคนกลางหรือโรงสีหมด
2. พ่อค้าคนกลางนอกพื้นที่ คือพ่อค้าจากที่อื่น ๆ เช่นกรุงเทพฯ ชลบุรี จะตีรถมารับซื้อสินค้าที่ตลาดกลางจากเกษตรกรหรือพ่อค้าในพื้นที่ แล้วกลับไปขายต่อยังพื้นที่ของตนเอง

คุณพิน พูนสมบัติ ประธานกรรมการสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด กล่าวถึงลักษณะการสื่อสารด้านธุรกิจชุมชนของชุมชนบ้านลาดว่า

“การซื้อขายสินค้าของเกษตรกรนิยมขายสินค้าให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งส่วนใหญ่พ่อค้าคือกลุ่มคนในพื้นที่เดียวกัน เนื่องจากความสะดวกในการซื้อขายสินค้า แม้ราคาสินค้าที่ขายไปจะไม่สูงมากก็ตาม อีกอย่างหนึ่งซึ่งถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของการซื้อขายสินค้าคือการให้เกียรติซึ่งกันและกัน ไว้ใจกันระหว่างพ่อค้า เป็นมารยาทในการซื้อขายของกลุ่มพ่อค้า ทำให้ผู้ค้าปลายทางในเมืองหลวงไม่นิยมรับซื้อสินค้าจากพ่อค้าแปลกหน้า ในขณะที่เดียวกันผู้ขายต้นทางก็ไม่นิยมขายสินค้าให้ผู้ซื้อแปลกหน้าด้วยเช่นกัน” (คุณพิน พูนสมบัติ, สัมภาษณ์ 13 กันยายน 2545)

คุณพิน พูนสมบัติ ยังกล่าวเพิ่มเติมถึงปัญหาที่เกษตรกรไม่นิยมค้าขายสินค้าเกษตรด้วยตนเอง ยินดีที่จะขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ทั้งที่จะต้องถูกกดราคา ว่า

“เกษตรกรหลายคนก็นำรถบรรทุกสินค้าไปขายส่งด้วยตนเองมักได้ประโยชน์ไม่เต็มที่ ถูกพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อกดราคา ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับการขายสินค้าให้กับพ่อค้าคนกลางในพื้นที่แล้วถือว่าคุ้มค่างกว่า การนำสินค้าบรรทุกโดยตรงไปยังกรุงเทพฯ อาจทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เช่น ค่าสึกหรอและค่าซ่อมแซมพาหนะขนส่งอันเนื่องมาจากประสบการณ์เหตุระหว่างทางและ

ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่อาจต้องเสียไปจากการเดินทาง” (คุณพิน พูนสมบัติ, สัมภาษณ์ 13 กันยายน 2545)

สินค้าหลักทางการเกษตรของบ้านลาดคือข้าวดังที่ได้กล่าวมาแล้ว มีการค้าขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลางอย่างชัดเจน เนื่องจากเกษตรกรไม่สามารถที่จะขายสินค้า คือข้าว ให้กับผู้บริโภคได้โดยตรงอยู่แล้ว ดังนั้นบทบาทของพ่อค้าคนกลางจึงเห็นได้ชัดในกระบวนการซื้อขายนี้

โดยมากเกษตรกรที่ทำนา เมื่อได้ผลผลิตเก็บเกี่ยวข้าวมาแล้ว จะทำการมัดข้าวออกมาเป็นข้าวเปลือก และจะมีคนจากโรงสีมารับซื้อถึงที่ โดยชาวนาจะเป็นผู้กำหนดว่าจะขายราคาเท่าไร พ่อค้าอาจมีการต่อรองราคา ถ้าราคาเป็นที่พอใจของทั้งสองฝ่ายก็จะตกลงซื้อขาย แต่ถ้าชาวนาเห็นว่าราคาต่ำเกินไป ก็จะเก็บข้าวไปนึ่งก่อนเพื่อรอพ่อค้าจากโรงสีอื่น ๆ มาตีราคา

สินค้านำรองลงมาคือ ผัก ผลไม้ การซื้อขายผ่านพ่อค้าคนกลางมีทั้งที่เข้าไปซื้อในสวนเองและซื้อขายที่ตลาดกลางการเกษตรบ้านลาด จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าในตลาดกลางนิยมนำสินค้ามาขายที่ตลาดกลาง แล้วมีพ่อค้าจากที่ต่าง ๆ มาซื้อ ทั้งจากกรุงเทพฯ ชลบุรีและพื้นที่ใกล้เคียง มารับซื้อไปขายอีกทอดหนึ่ง

คุณประยูร แพทย์พันธ์ แม่ค้าคนกลางซึ่งขายผักและผลไม้ มะม่วง มะนาว ชมพู่ ละมุด แตงกวา ถั่วฝักยาวและมะเขือเปาะ ให้สัมภาษณ์ว่า

“ เอรารถไปรับซื้อสินค้าจากสวนแล้วเอามาขายที่ตลาดกลางแล้วจะมีพ่อค้าจากกรุงเทพฯ มาซื้อไปขายที่ตลาดคลองเตย ตลาดพระประแดง ตลาดมหานาค มีเจ้าประจำอยู่ 2-3 เจ้า ” (ประยูร แพทย์พันธ์, สัมภาษณ์ 14 กันยายน 2545)

สินค้าที่ขายจะรวบรวมและขายเป็นเซ่ง ไม่มีการขายปลีกให้กับลูกค้าจรขายกับเจ้าประจำเท่านั้น



ภาพที่ 9 แสดงภาพการซื้อขายในตลาดกลาง



ภาพที่ 10 แสดงภาพการซื้อขายในตลาดกลางรูปที่ 2

คุณสาย สิ้นเมือง เกษตรกรเจ้าของสวนและเป็นผู้ขายเองในตลาดกลางให้สัมภาษณ์ว่า

“ที่บ้านปลูกแตงกวา 2 ไร่ ทำนา 6 ไร่ เลี้ยงวัวอีก 3 ตัว ขายทั้งเจ้าประจำและชาว มาขายตั้งแต่เช้า บ่ายสามก็หมดบางที่ก็เย็นกว่านั้น ได้เงินวันละประมาณ 1 – 2 พันบาท”

(สาย สิ้นเมือง, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2546)

คุณนพดล พุ่มพฤษ เกษตรกรเจ้าของสวนมะนาวและเป็นผู้ขายในตลาดกลางรวมทั้งเป็นผู้ซื้อจากเกษตรกรรายอื่นแล้วนำมาขายที่ตลาดกลางด้วยให้สัมภาษณ์ว่า

“ที่บ้านปลูกมะนาวเป็นอาชีพมาตั้งแต่สมัยรุ่นพ่อ ขายมะนาวตลอดปี มีอยู่ 3-4 ไร่ ขายวันหนึ่ง 4 – 5 หมื่นลูกแต่ซื้อจากคนอื่นมาขายด้วย ที่สวนก็จ้างคนเก็บชั่วโมงละ 20 บาท คนซื้อประจำอยู่ชลบุรี มีคนมาซื้อเพื่อส่งออกด้วย เราก็ต้องคัดอย่างละเอียดให้ขนาดของลูกเท่ากันพอดี และผิวต้องสวยจริง ๆ” (นพดล พุ่มพฤษ, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2546)

คุณวรรณ จันอ่อน แม่ค้าคนกลางขายมะนาวให้สัมภาษณ์ว่า

“ ปีนี้ชาวไร่ขายแพง แม่ค้าได้กำไรน้อยเพราะคนกลางมากขึ้น ชาวไร่เริ่มฉลาดได้กำไรลูกละ 20 สตางค์ หนานี่มะนาวดี กำไรยังไม่ดีเลย คนซื้อส่วนใหญ่มาจากตลาดสี่มุมเมือง ปากคลองโคกขาร ” (วรรณ จันอ่อน, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2546)

คุณสมศักดิ์ พิมพะสะอาด เกษตรกรทำไร่มะนาวและนำมาขายเองที่ตลาดกลางให้สัมภาษณ์ว่า

“ ทำไร่มะนาว 30 ไร่ แล้วขนส่งรถมาส่งเองที่ตลาดกลาง มีเจ้าประจำมาซื้ออยู่แล้ว ส่งวันละ 5000 ลูกทุกวัน ช่วงนี้ราคาดีหน่อยลูกประมาณละ 2 บาท” (สมศักดิ์ พิมพะสะอาด, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2546)

เห็นได้ว่าการซื้อขายผ่านพ่อค้าคนกลางมีอยู่หลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งที่พ่อค้าไปรับซื้อจากสวนมาขายต่อที่ตลาดกลางแล้วมีผู้มารับซื้อต่อจากพื้นที่อื่น หรือเกษตรกรเป็นผู้มาขายสินค้าเองที่ตลาดกลางแล้วมีคนมารับซื้อต่อ หรือแม้กระทั่งเกษตรกรเป็นผู้ปลูกเองแล้วมาขายรวมทั้งไปรับซื้อจากเกษตรกรรายอื่นแล้วนำมาขายที่ตลาดกลางด้วย ทั้งนี้เนื่องจากว่าเป็นวิธีที่สะดวกและรวดเร็ว มีรายได้แน่นอนจากผู้ซื้อเจ้าประจำ

การซื้อขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นที่นิยมของคนในชุมชนบ้านลาดเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันนี้ แต่ก็มีปัญหาบ้าง ปัญหาส่วนใหญ่ของเกษตรกรและพ่อค้าแม่ค้าของชุมชนบ้านลาดคือ 'ไม่รู้จักรวิธีการทำการตลาด' สินค้าทางการเกษตรบางฤดูกาลมีมากแต่ก็ 'ไม่รู้ว่าจะทำอย่างไรกับสินค้านั้นดี' การขายก็พึ่งจากพ่อค้าคนเดิม ๆ โดยที่ราคาก็จะลดลงถ้าในฤดูกาลนั้นมีสินค้าล้นตลาด 'ไม่รู้จักรกลยุทธ' ในการทำการตลาด และไม่มีเครือข่ายความสัมพันธ์ในการค้าเชิงพาณิชย์

4.1.2.3 การซื้อขายผ่านสหกรณ์การเกษตร

การซื้อขายผ่านสหกรณ์การเกษตร เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากคนในชุมชนบ้านลาด เนื่องจากคนในชุมชนมีความไว้วางใจและเห็นประโยชน์จากสหกรณ์ โดยสหกรณ์นั้นถือว่าเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารธุรกิจชุมชน (Networking Communication) ทำให้เกิดการรวมตัวของสมาชิกเป็นเครือข่ายธุรกิจระดับชุมชน และบทบาทของสหกรณ์ก็มีหน้าที่เป็นตัวกลางในการซื้อขายสินค้าของชุมชน ซึ่งสามารถสรุปการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรได้ดังนี้



ภาพที่ 11 แสดงภาพที่ทำการสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี และสัมภาษณ์เจาะลึกผู้จัดการสหกรณ์ คุณณชวี ใจใหญ่ ได้ผลการวิจัย ดังนี้

สหกรณ์การเกษตรบ้านลาดจดทะเบียนสหกรณ์วันที่ 1 สิงหาคม 2518 เป็นสหกรณ์ประเภทการเกษตร เลขทะเบียนสหกรณ์ที่ กสก 63/2518 ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 91 หมู่ 7 ถนนสายสุทธิ ตำบลบ้านลาด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ดำเนินธุรกิจและให้บริการกับประชาชนในด้านต่างๆในอำเภอบ้านลาด ซึ่งประกอบด้วย 18 ตำบลคือ บ้านลาด, บ้านหาด, บ้านทาน, สมอพลือ, ตำหุ, ไร่มะขาม, ท่าเสน, โรงเข้, ไร่สะท้อน, ห้วยข้อง, ท่าช้าง, ถ้ำรงค์และห้วยลึก ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านลาดชี้ว่าประชากรในอำเภอบ้านลาดมีทั้งสิ้น 43,979 คนจาก 10,005 ครัวเรือน

ปัจจุบันสหกรณ์การเกษตรบ้านลาดมีสมาชิกทั้งหมด 6,428 คนและมีจำนวนเงินหมุนเวียน 470 ล้านบาทต่อปี มีคณะกรรมการทั้งหมด 15 คน ผู้ตรวจสอบกิจการ 3 คนและเจ้าหน้าที่ 23 คน

การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาดเป็นการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร โดยบริการธุรกิจต่างๆแก่สมาชิก ได้แก่

1. บริการเงินกู้แก่สมาชิกเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพ
2. บริการด้านการรับฝากเงินจากสมาชิก มีบริการ 3 ประเภทคือ
 - เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประเภทนี้จะฝากหรือถอนเมื่อใดก็ได้ สหกรณ์คิดดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7 ต่อปี
 - เงินฝากประจำ สหกรณ์คิดอัตราดอกเบี้ยให้ร้อยละ 10 ต่อปี แต่จะต้องฝากเงินตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป ถ้าถอนก่อนกำหนด 3 เดือนสหกรณ์จะไม่คิดดอกเบี้ยให้
 - ฝากถือหุ้นพิเศษ หุ้นพิเศษนี้สหกรณ์จะให้ผลตอบแทนเหมือนเงินฝากประจำ คืออัตราร้อยละ 10 บาทต่อปี แต่พิเศษที่สมาชิกจะถอนเมื่อไรก็ได้ และไม่ต้องหักภาษี ณ ที่จ่าย การฝากจะได้ผลตอบแทนต่อเมื่อต้องฝากครบ 3 เดือน ถ้าถอนก่อนกำหนด 3 เดือนจะไม่คิดผลตอบแทนให้
3. บริการด้านการจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ดังนี้
 - แผนกวัสดุการเกษตร (ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช เครื่องยนต์ รถไถ เครื่องสูบน้ำและอุปกรณ์การเกษตร)
 - แผนกอาหารสัตว์ผสมสำเร็จ (อาหารสุกร และอาหารโคขุน)

- แผนกวัดก่อสร้าง (อิฐบล็อก อนุกรรมและสุขภัณฑ์ก่อสร้างทุกชนิด)
- แผนกอุปโภคบริโภค (เครื่องของใช้ประจำวัน เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม)
- แผนกบริการปั้มน้ำมัน และล้างอัดฉีด

4. บริการด้านการซื้อขาย รวบรวมผลผลิต และการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร

สหกรณ์ทำการรวบรวมข้าวเปลือกจากบรรดาสมาชิก เพื่อจำหน่ายและแปรรูปเป็นประจำทุกปี ด้วยราคายุติธรรม และสหกรณ์ดำเนินการบริการด้านการรวบรวมข้าวเปลือกไว้หลายวิธี เพื่อให้สมาชิกสามารถเลือกใช้บริการได้ดังนี้

1. สมาชิกสามารถฝากข้าวเปลือกไว้รอราคา เมื่อปลายปีเมื่อมีราคาดีขึ้นได้ แต่กรณีนี้ทางสหกรณ์ได้กำหนดวันสิ้นสุดการฝากไว้ถึงสิ้นเดือนพฤศจิกายน ของทุกปี สมาชิกจะต้องตีราคาข้าวที่ฝากไว้ทั้งหมด เพราะเป็นช่วงที่ข้าวใหม่จะเข้ามา
2. สมาชิกสามารถนำข้าวเปลือกส่งชำระหนี้เงินกู้ต่อสหกรณ์
3. สมาชิกจะฝากข้าวเปลือกไว้ เปลี่ยนเป็นข้าวสารไว้รับประทานได้โดยสหกรณ์คิดอัตราการแลกเปลี่ยนแปลงเป็นข้าวเปลือก 1 ตันต่อข้าวสาร 580 กิโลกรัม
4. สมาชิกจะขายเพื่อรับเงินสดทันทีก็ได้สมาชิกที่จะนำข้าวมาขายหรือฝากไว้กับสหกรณ์จะต้องติดต่อกับสหกรณ์เพื่อตกลงราคาและค่าขนส่งโดยสหกรณ์จะอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก



ภาพที่ 12 แสดงบริเวณพื้นที่การซื้อขายและเก็บข้าวเปลือกของสหกรณ์

หลักเกณฑ์การรวบรวมข้าวเปลือกของสหกรณ์

สหกรณ์เริ่มดำเนินการรวบรวมข้าวเปลือกจากสมาชิก ตั้งแต่เดือน ธันวาคม เป็นต้นไป โดยมีหลักการในการรวบรวมดังนี้

1. รวบรวมข้าวจากสมาชิกตามราคาที่กำหนด หรือราคาท้องถื่น
2. เมื่อสมาชิกลำข้าวมา จะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพข้าว นำเข้าชั่ง และวัดความชื้น ตรวจสอบสิ่งเจือปน และหักออกจากน้ำหนักข้าวตามความเป็นจริง ที่ตรวจสอบได้
3. วิธีจ่ายค่าข้าวให้สมาชิก
 - สมาชิกจะตัดชำระหนี้ที่มีอยู่แต่ละแผนกของสหกรณ์ได้ ให้สมาชิกแจ้งความจำนงได้โดย ทางสหกรณ์จะดำเนินการให้
 - เมื่อสมาชิกตีราคาข้าวแล้วจะนำเงินฝากไว้กับสหกรณ์ได้ โดยสหกรณ์จะให้ดอกเบี้ยเงินฝากตามอัตราที่กำหนดไว้
 - จ่ายเป็นเงินสด เมื่อสมาชิกต้องการเงินสด
4. การบริการ สหกรณ์รับซื้อข้าวเปลือกขั้นต่ำเป็นราคาหน้าลาน ส่วนค่าขนส่งสหกรณ์จะเป็นผู้รับภาระจ่ายให้
5. บริการด้านสวัสดิการสงเคราะห์สมาชิก หรือฌาปนกิจสงเคราะห์

การดำเนินการทั้งหมดจะอยู่ภายใต้การบริหารงานของผู้จัดการสหกรณ์ คณะกรรมการสหกรณ์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ และพนักงาน

คุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกสหกรณ์ได้นั้นต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ต้องเป็นเกษตรกร
2. ต้องเข้ามาด้วยความสมัครใจ
3. เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ ขยันขันแข็ง และรู้จักประหยัด
4. ตั้งบ้านเรือนอยู่ในเขตท้องที่ดำเนินงานของสหกรณ์
5. ทำการเกษตรในที่ดินขนาดพอสมควร และมีรายได้จากการเกษตรพอที่จะชำระหนี้ตามข้อผูกพันต่อสหกรณ์
6. ไม่เป็นคนทุพพลภาพ วิกลจริตหรือจิตฟั่นเฟือน
7. ไม่เป็นคนล้มละลาย หรือมีหนี้สินล้นพ้นตัว

8. ไม่เคยเป็นผู้เคยถูกให้ออกจากสหกรณ์ใดๆ โดยมีความผิด เว้นแต่พ้นกำหนดสองปีนับแต่วันที่ถูกลูกออก

การประชุมกลุ่มในปีหนึ่ง ๆ สหกรณ์จะจัดให้มีการประชุมกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ เพื่อชี้แจงผลการดำเนินงาน นโยบายสหกรณ์ และเรื่องอื่น ๆ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

ครั้งที่ 1 ประมาณเดือน มกราคม – กุมภาพันธ์

ครั้งที่ 2 ประมาณเดือน มิถุนายน – กรกฎาคม

การประชุมกลุ่มถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง และเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนที่จะต้องเข้าร่วมประชุมกลุ่มทุกครั้ง ถ้าผู้ใดขาดประชุมจะถือว่าไม่ให้ความร่วมมือกับสหกรณ์ และจะมีผลต่อการขอกู้เงินในคราวต่อ ๆ ไป ถ้ามีความจำเป็นจริง ๆ จะต้องแจ้งให้ประธานกลุ่มของตนทราบล่วงหน้าก่อนถึงวันประชุม เพื่อจะได้บันทึกไว้ในรายงานการประชุมเพื่อเป็นหลักฐานก็จะไม่เสียสิทธิใด

สินค้าหลักของอำเภอบ้านลาดคือ ข้าว พืชไร่ ผัก ผลไม้ สหกรณ์มีตลาดกลางให้ผู้ซื้อผู้ขายมาพบกันเอง เปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนตกลงราคากันตามความพอใจ ส่วนการรับทราบข่าวสารด้านราคานั้นอาศัยสื่อจากทางราชการ โดยจะมีเอกสารส่งมาให้กำหนดราคากลาง บางครั้งรับทราบข่าวสารจากโทรทัศน์ วิทยุ แต่ปัจจุบันมองช่องทางสื่อสารเพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่งคืออินเทอร์เน็ต แต่ราคาสินค้ามักมีราคาตายตัวจากกระทรวงพาณิชย์ออกมาเป็นราคาจำหน่าย ข้าว หรือพ่อค้าอาจซื้อขายกันเอง ตามราคาที่กำหนด ดูน้ำหนัก ความชื้นในส่วนผลผลิตข้าว สำหรับพืชไร่โดยมากจะนำไปขายที่กรุงเทพฯ ตลาดสี่มุมเมือง โดยมากคนในชุมชนจะมาซื้อของที่ตลาดกลางแล้วนำไปขายที่กรุงเทพฯ

บทบาทของสหกรณ์ในการสื่อสารเพื่อธุรกิจชุมชนคือมีลักษณะเป็นตัวแทนหรือองค์กรที่มาทำหน้าที่ในการซื้อขายสินค้าแทนคนในชุมชน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตร (exchange) เกิดการไหลของข้อมูลข่าวสาร (flow of information) และยังเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน (information transfer) ระหว่างองค์กรต่าง ๆ ถือเป็นศูนย์กลางหรือศูนย์รวมทางธุรกิจของคนในชุมชนนั่นเอง

4.1.3 แหล่งทุนในการทำธุรกิจของชุมชน

แหล่งทุนของคนในชุมชนบ้านลาดมี 4 แหล่งหลัก ๆ ดังนี้

- ก. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.)
- ข. สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด
- ค. เงินทุนนอกระบบ
- ง. กองทุนหมู่บ้าน

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์มุ่งให้ความช่วยเหลือทางการเงิน เพื่อส่งเสริมอาชีพ การเกษตร หรือการดำเนินการของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร สามารถ ประกอบอาชีพอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องในการเกษตร เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวเกษตรกร รวมทั้ง ให้บริการรับฝากเงิน เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไป

เกษตรกรที่จะขอกู้เงินจาก ธกส. ได้ จะต้องขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้าของ ธกส. ก่อน โดยแจ้ง ความประสงค์ต่อพนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธกส. ประจำสาขาหรือหน่วยอำเภอ ที่ตั้งอยู่ในท้องที่ โดยประเภทของเงินกู้จำแนกได้เป็น

เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการผลิต มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตทางการเกษตร สำหรับฤดูกาลผลิตหนึ่ง ๆ เช่น ค่าเตรียมดิน ค่าพันธุ์พืช ค่าปุ๋ย ค่าจ้างแรงงาน ฯลฯ

เงินกู้ระหว่างรอการขายผลผลิต มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในระหว่างรอการขาย ผลผลิตเพื่อให้เกษตรกรสามารถเก็บผลผลิตไว้รอราคาได้ โดยไม่จำเป็นต้องขายในช่วงที่ผลผลิต ออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมากและราคาตกต่ำ

เงินกู้ระยะปานกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อการลงทุน ในทรัพย์สินการเกษตร ซึ่งมีอายุใช้งาน ได้เกินกว่า 1 ปี เช่น เงินกู้เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการลงทุน ในการบุกเบิกหรือเพื่อปรับปรุงที่ดิน เพื่อ ใช้ทำการเกษตร การซื้อเครื่องจักรกลการเกษตร การลงทุนเลี้ยงปศุสัตว์ เป็นต้น

เงินกู้ระยะยาวเพื่อชำระหนี้สินเดิม มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปชำระหนี้สินเดิมหรือเพื่อนำไปไถ่ถอน หรือซื้อคืนที่ดินการเกษตร ซึ่งเดิมเคยเป็นของตนหรือคู่สมรสหรือบุตร หรือเป็นของบิดาหรือมารดา และเป็นการสงวนกรรมสิทธิ์ ในที่ดินการเกษตรไว้ ตลอดจนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานการเกษตรในฤดูแรก การลงทุนในทรัพย์สินการเกษตรที่จำเป็น และค่าใช้จ่ายอันจำเป็นเกี่ยวกับการจัดจ้างของสหกรณ์ทรัพย์ควบคู่ไปด้วย

เงินกู้ระยะยาวเพื่อการเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นค่าลงทุนในสินทรัพย์ประจำทาง การเกษตรหรือเพื่อปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงหรือวางรูปแบบการผลิตขึ้นใหม่ ซึ่งมีการลงทุนสูงและต้องใช้เวลาช้านาน จึงจะได้รับผลตอบแทนคุ้มค่าเงินลงทุน

สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด

สหกรณ์มีบริการให้กู้ยืมเงิน แต่ผู้ที่มาขอกู้จำเป็นต้องมีคุณสมบัติตามที่สหกรณ์ได้กำหนดไว้ ที่สำคัญคือต้องเป็นสมาชิกสหกรณ์ นั่นก็แปลว่าต้องมีอาชีพเป็นเกษตรกรด้วยอีกทั้งยังต้องให้ประกันกลุ่มเช่นชื่อรับรองการกู้ และต้องมีบุคคลค้ำประกันอีก 2 คน

การให้เงินกู้มี 2 ประเภท

1. เงินกู้ระยะสั้น สหกรณ์ให้กู้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 12 เดือน เพื่อให้สมาชิกนำไปลงทุนในการประกอบอาชีพที่ใช้ระยะเวลาสั้น ๆ
2. เงินกู้ระยะปานกลาง สหกรณ์จะให้เงินกู้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 3 – 5 ปี โดยแบ่งการส่งชำระคืนออกเป็นงวด ๆ ละ 1 ปี

คุณสาย สินเมือง เกษตรกรรายหนึ่งให้สัมภาษณ์ว่า

“ป่าขายของทุกรูปแบบ คือทั้งปลีกทั้งส่ง ถ้าเงินไม่พอก็กู้สหกรณ์เอา ค่าคิดร้อยละ 7 กู้ที่อื่นมันแพง ” (สาย สินเมือง, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2546)

นอกจากสหกรณ์ให้บริการกู้เงินแล้ว ยังมีบริการซื้อสินค้าเชื่อ กล่าวคือสมาชิกสามารถซื้อเงินเชื่อได้ กรณีไม่มีเงินสด สหกรณ์จะให้เครดิต 2 เดือน ถ้าครบกำหนดแล้ว สมาชิกยังไม่ชำระ จะต้องเสียค่าปรับให้สหกรณ์ในอัตราร้อยละ 12 ต่อปี สำหรับวงเงินซื้อสินค้าเชื่อ สมาชิกที่ไม่มี

หลักทรัพย์จำนองไว้กับสหกรณ์ สหกรณ์จะให้เครดิตได้ภายในวงเงินไม่เกิน 40,000 บาท (สี่หมื่นบาทถ้วน)

คุณแสง งามบุญ เกษตรกรได้กล่าวถึงการซื้อสินค้าเชื่อกับสหกรณ์ไว้ว่า

“ ปกติไม่ได้กู้เงิน ถ้าขาดเงินก็จะขายนาเลย กับสหกรณ์ที่เป็นสมาชิกอยู่ก็มีคล้าย ๆ กับกู้คือซื้อปุ๋ยที่สหกรณ์ ไปเอาปุ๋ยมาก่อน พอสองเดือนค่อยเอาเงินไปจ่าย ก็เหมือน ๆ กู้ แต่เราก็ไม่ได้เสียอะไร” (แสง งามบุญ, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2546)

เงินกู้นอกระบบ

คนในชุมชนบ้านลาดส่วนหนึ่งยังพึ่งพิงเงินกู้นอกระบบอยู่คือกู้กับคนที่ปล่อยเงินกู้ถึงแม้ว่าดอกเบี้ยจะแพง แต่ก็ยังมีผู้ยินดีกู้เนื่องจาก สะดวกรวดเร็ว ไม่มีขั้นตอนทางเอกสารที่ยุ่งยาก อีกประการถ้าคนในชุมชนจะกู้จากสหกรณ์หรือ ธกส. ยังมีข้อจำกัดว่าบุคคลผู้กู้จะต้องมีอาชีพเป็นเกษตรกรเท่านั้น ดังนั้นผู้ที่เป็นพ่อค้า แม่ค้าธรรมดาจึงไม่มีคุณสมบัติในการกู้ยืมเงินได้

คุณวรรณ จันอ่อน แม่ค้าในตลาดกลางให้สัมภาษณ์ว่า

“ ถ้าขาดเงินก็จะกู้กับคนในตลาดนี้แหละ ค่าคิดดอกเบี้ยร้อยละ 10 ต่อเดือนนะ ไม่ใช่ต่อปี ก็รู้ว่าแพงแต่ทำไม่ได้ เราไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์ จะไปกู้เค้าก็ไม่ได้” (วรรณ จันอ่อน, สัมภาษณ์ 22 กุมภาพันธ์ 2546)

กองทุนหมู่บ้าน

กองทุนหมู่บ้านเป็นนโยบายใหม่ที่เร่งด่วนของรัฐ ให้จัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง แห่งละ 1 ล้านบาท สำหรับเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อใช้ในการลงทุนสร้างอาชีพเสริมและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน และวิสาหกิจขนาดเล็กในครัวเรือน อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งเพื่อให้ท้องถิ่นมีขีดความสามารถในการจัดการระบบและบริหารจัดการเงินกองทุนของตนเอง เพื่อสร้างศักยภาพในการเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจของประชาชนในหมู่บ้านและชุมชนเมือง ผู้การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน อันเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ รวมทั้งเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในอนาคต

จากผลการวิจัยประเด็นธุรกิจหลักของชุมชนในอำเภอบ้านลาดสรุปได้ว่า ธุรกิจหลักของชุมชนบ้านลาดคือธุรกิจการเกษตร โดยเฉพาะข้าวถือเป็นผลิตผลทางการเกษตรหลัก รองลงมาคือมะนาว และชมพู การประกอบธุรกิจของคนในชุมชนบ้านลาดนิยมการซื้อขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง แหล่งที่ถือว่าเป็นศูนย์กลางของการค้าขายคือตลาดกลาง ซึ่งจะมีการค้าขายเกิดขึ้นทุกวัน ธุรกิจชุมชนบ้านลาดเป็นธุรกิจที่พึ่งพาตนเอง ไม่ได้รับการสนับสนุนจากใคร ตั้งแต่การเพาะปลูกและค้าขายก็พึ่งตนเอง โดยที่ไม่มีหน่วยงานใด ๆ มาให้ความช่วยเหลือทั้งทางด้านการเพาะปลูกและการค้าขายโดยเฉพาะการจัดการด้านการตลาด หน่วยงานรัฐอาจให้คำแนะนำในการพัฒนาพืชผลการเกษตรบ้างแต่คนในชุมชนก็ไม่เห็นความสำคัญและยินดีที่จะดำเนินรูปแบบการเพาะปลูกตามแบบฉบับเดิมของตนเองมากกว่า

4.2 สภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชน

4.2.1 โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารและการเปิดรับข่าวสาร

โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารและการเปิดรับข่าวสารนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ถึงช่องทางในการรับส่งข่าวสารและการเปิดรับข่าวสารของคนในชุมชน โดยจะแยกให้เห็นแหล่งข้อมูลดังนี้

สื่อมวลชน

- สื่อวิทยุ

คนในชุมชนใช้สื่อวิทยุในการให้ความบันเทิง และเป็นแหล่งข้อมูลความรู้ข่าวสารบ้านเมืองคือใช้ฟังข่าวในช่วงเช้ามีด และเมื่อมีเวลาว่างจะฟังเพลงเพื่อผ่อนคลาย และฟังซีดีเพลงของตนเอง

คุณขรรค์ชัย สิงห์แดงให้สัมภาษณ์ว่า

“ ตอนเช้าก็ฟังข่าวบ้าง แต่ไม่ได้เอาวิทยุไปทำงานด้วย กลับบ้านแล้วถึงฟังวิทยุพวกเพลงฟัง FM หรือไม่ก็ฟังซีดีเพลง” (ขรรค์ชัย สิงห์แดง, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2546)

- สื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงชุมชนบ้านลาดกว่า 20 ปีแล้ว คนในชุมชนจะดูละครช่วงเย็นเป็นหลัก โดยมากจะดูละครช่อง 7 หลังข่าวภาคค่ำ

- สื่อหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่คนในชุมชนบ้านลาดใช้บริโภคเพื่อหาความรู้ ข่าวสาร โดยเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องการเมืองการเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการทำมาหากิน หนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยมคือ เดลินิวส์ รองลงมา คือ ไทยรัฐ เนื่องจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ จะมีเกร็ดความรู้เกี่ยวกับเรื่องการเมืองการเกษตรมากกว่า สำหรับผู้หญิงโดยมากจะอ่านนิยายที่ลงในหนังสือพิมพ์มากกว่าข่าวสาร ข่าวโดยมากที่คนในชุมชนอ่านคือหน้าดาราและข่าวอาชญากรรม สำหรับข่าวการเมืองอ่านบ้างเพราะคนในชุมชนคิดว่าเป็นเรื่องใกล้ตัว

คุณสุวรรณ ท่าอิม เกษตรกรผู้หนึ่งให้สัมภาษณ์ว่า

“ชอบอ่านเดลินิวส์ เพราะมีเรื่องเกษตรเยอะ อ่านแล้วก็จำ ๆ ไว้ เอามาทำนา ทำสวนของเราให้ดีขึ้น ไทยรัฐก็อ่านแต่ชอบเดลินิวส์มากกว่า พวกเพื่อน ๆ ก็อ่านเดลินิวส์ แล้วก็คุยกันเรื่องในหนังสือพิมพ์นั่นแหละ” (สุวรรณ ท่าอิม, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2546)

คุณประดัด กลิ่นจันทร์ เกษตรกรปลูกกล้วยหอมรายหนึ่งให้สัมภาษณ์ว่า

“หนังสือพิมพ์ก็อ่านไทยรัฐ อ่านนิยายแล้วก็เรื่องดารา ข่าวฆ่ากันตายก็อ่านบ้างแต่ไม่มาก ไม่ค่อยมีเวลาอ่าน เข้าก็ตื่นแต่เช้า เย็นก็เหนื่อยแล้ว” (ประดัด กลิ่นจันทร์, สัมภาษณ์ 29 มกราคม 2545)

จากผลการวิจัย สามารถสรุปถึงสถานภาพการสื่อสารด้านธุรกิจชุมชนโดยผ่านสื่อมวลชนได้ว่าสื่อมวลชนยังมิได้ถูกใช้เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญทางด้านข่าวสารการเกษตรเท่าใดนัก มีเพียงแค่นิตยสารที่เป็นสื่อที่คนในชุมชนใช้หาความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร เกร็ดความรู้ทางการเกษตรเท่านั้น ส่วนโทรทัศน์และวิทยุ คนในชุมชนใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ความจำเป็นในด้านการซื้อขายสินค้ามิได้พึ่งพิงความสำคัญของสื่อมวลชนเลย คนในชุมชนใช้เป็นส่วนเสริมในการหาความรู้เพิ่มเติมเท่านั้นเอง

สื่อชุมชน

- หอกระจายข่าว

หอกระจายข่าวของชุมชนบ้านลาดมีแยกตามแต่ละตำบล โดยมากจะเป็นบ้านของกำนัน หรือไม่กี่บ้านของอบต.ของแต่ละตำบล ซึ่งจะเป็นแหล่งกระจายข่าวสารที่มาจากทางราชการหรือ ข่าวสารความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนนั้น ๆ ในรูปของสิ่งพิมพ์หรือประกาศทาง ราชการ และยังใช้เป็นสถานที่ประชุมระหว่างคนในตำบลอีกด้วย

- เสียงตามสาย

ปัจจุบันเสียงตามสายในชุมชนบ้านลาดแทบจะไม่มีแล้ว เนื่องจากใช้สถานที่ของบ้าน กำนันหรือ อบต. เป็นที่ชุมนุมแทน และระยะทางก็ไม่ลำบาก เดินทางถึงกันสะดวก ในอดีตเคยมี เสียงตามสาย โดยจะมีลำโพงอยู่ที่วัด เป็นที่กระจายเสียงให้คนในชุมชนทราบข่าวต่าง ๆ

คุณแถว สันชัย เกษตรกรในตำบลท่ามะขาม อำเภอบ้านลาดให้สัมภาษณ์ว่า

“เมื่อก่อนตอนเช้ามีด ก็จะได้ยินข่าวเปิดแต่เช้า สาย ๆ ก็ปิด บางทีก็มีประกาศเรียกให้มา ประชุมเหมือนกัน ตอนนี่เค้าเลิกไปแล้ว ก็เปิดวิทยุฟังเองเช้า ๆ” (แถว สันชัย, สัมภาษณ์ 13 กันยายน 2545)

- วิทยุชุมชน

ไม่ปรากฏว่ามีวิทยุชุมชนสำหรับชุมชนบ้านลาด

จากผลการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกพบว่า คนในชุมชนอำเภอบ้านลาดมีการสื่อสาร โดยใช้สื่อชุมชนประเภทหอกระจายข่าวมากที่สุดในการรับข้อมูลข่าวสาร ทั้งจากทางหน่วยงาน ราชการและข่าวสารความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ส่วนเสียงตามสายนั้นเคยมีแต่ปัจจุบัน ไม่มีแล้ว เนื่องจากความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ ที่ทำให้คนในชุมชนบ้านลาดสามารถซื้อหา เครื่องรับวิทยุและเครื่องรับโทรทัศน์ ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ต่าง ๆ เองได้อยู่แล้ว ดังนั้นจึงไม่ต้องพึ่งพา สื่อชุมชนประเภทเสียงตามสายอีกแล้ว ส่วนวิทยุชุมชนในอำเภอบ้านลาดไม่มีเนื่องจากการรวมตัว ของคนในชุมชนยังไม่เข้มแข็งพอที่จะร่วมกันทำประโยชน์หรือเผยแพร่ความรู้ข่าวสาร ให้กับคนใน ชุมชนของตนเอง

สื่อบุคคล

สื่อบุคคลในชุมชนบ้านลาดเป็นสื่อที่ถูกใช้เป็นช่องทางในการกระจายข่าวสารมากที่สุด

เนื่องจากคนในชุมชนยังเห็นความสำคัญของการสื่อสารที่เห็นหน้าค่าตากัน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ไว้เนื้อเชื่อใจกัน ข่าวสารต่าง ๆ จะถูกถ่ายทอดไปถึงตัวคนในชุมชนโดยใช้สื่อบุคคล เช่น ข่าวสารที่มาจากทางราชการ ก็จะส่งตรงมายัง อบต.หรือกำนันในตำบล จากนั้นกำนันก็จะกระจายข่าวสารไปสู่คนในชุมชนโดยให้ผู้ใหญ่บ้านเป็นกระบอกเสียง หรือถ้าเจอใครในหมู่บ้านก็จะบอกต่อ ๆ กันไป ทำให้ได้รับข่าวสารอย่างทั่วถึงกัน

สถานที่อีกแห่ง ที่เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้สื่อบุคคลเป็นตัวกระจายข่าว คือ ร้านกาแฟ เนื่องจากคนในชุมชนยังนิยมไปร้านกาแฟกันในช่วงเช้าก่อนออกไปทำงาน การแลกเปลี่ยนข่าวสารกันก็จะเริ่มขึ้นแต่เช้า ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของคุณชรรชัย สิงห์แดง

“ตอนเช้าก็ไปนั่งร้านกาแฟ คอยกันกับเพื่อน ๆ เรื่องสารพัด ถ้าว่างเมื่อไหร่ก็จะไปนั่งแล้ว กินเบอรรี่สักสองกระป๋อง แล้วก็กลับมาทำงานต่อ เย็น ๆ ก่อนกลับบ้านก็จะแวะคุยกันอีก มีปัญหาที่ปรึกษากัน ใครรู้ข่าวอะไรก็จะมาบอกต่อ ๆ กันที่นี่แหละ” (ชรรชัย สิงห์แดง, สัมภาษณ์ 23 มกราคม 2546)

จากผลการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักของสถานภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชน ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกันของธุรกิจ ดังตัวอย่างของการขายกล้วยหอมทองในอำเภอบ้านลาด อาศัยการรู้จักกันของคนในชุมชนและเชื่อมต่อไปถึงนักธุรกิจต่างประเทศ ก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจเป็นลำดับถัดมาได้เป็นอย่างดีประสบความสำเร็จ หรือแม้กระทั่งในระดับคนในชุมชนเอง ก็ใช้ความสัมพันธ์กันของคนในหมู่บ้านเป็นช่องทางของข่าวสารที่จะไหลไปยังคนในชุมชนด้วยกัน

สหกรณ์การเกษตร

สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด ถือเป็นอีกแหล่งหนึ่งที่คนในชุมชนใช้เป็นช่องทางในการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตร เนื่องจากสหกรณ์เป็นศูนย์กลางในด้านการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าของคนในชุมชน และสหกรณ์ก็เป็นองค์กรทางสังคมที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร ดังนั้นจึงมีการติดต่อกับหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาลเช่นกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือองค์กรภาคเอกชนที่เห็นความสำคัญของสหกรณ์ในฐานะเป็นตัวแทนของคนในชุมชน สหกรณ์เองก็จะเป็นผู้หาความรู้อันเป็นประโยชน์แก่สมาชิกมาเผยแพร่ให้สมาชิกทราบอยู่เสมอ เช่น การเชิญวิทยากรมาสอนเรื่องการหมักปุ๋ยเองโดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่อำเภอบ้านลาด เพื่อให้คนใน

ชุมชนมีความรู้เพิ่มเติมและสามารถลดต้นทุนการผลิตได้อีก หรือแม้กระทั่งการติดต่อขายกล้วยหอมทองกับประเทศญี่ปุ่น เกษตรกรที่ปลูกกล้วยหอมจะได้รับความรู้ถึงวิธีการ ขั้นตอน เทคนิคในการปลูก ดูแลและบำรุงกล้วยหอมให้ออกผลดีและมีคุณภาพ ถือเป็น การเพิ่มช่องทางความรู้ที่สามารถทำให้คนในชุมชนนำมาใช้ในการประกอบธุรกิจต่อ ๆ ไปได้ อีกประการสหกรณ์ทำงานในรูปแบบเครือข่ายคือมีสหกรณ์อื่น ๆ ที่ติดต่อกันอยู่เป็นประจำ ดังนั้นจึงเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันตลอดเวลา

สภาพการสื่อสารของสหกรณ์สามารถแยกสรุปได้เป็น 2 ประเด็นด้วยกันคือการติดต่อหน่วยงานหรือบุคคลอื่นของสหกรณ์ กับอีกประเด็นคือ การที่หน่วยงานอื่นหรือบุคคลอื่นจะติดต่อสหกรณ์ได้อย่างไร

การไหลออกของข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์นั้นถ้าเป็นการติดต่อทางด้านธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสหกรณ์ได้ผลว่า เมื่อสหกรณ์ต้องการที่จะซื้อสินค้าจากที่ใดจะใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสาร คือโทรไปถามกับหน่วยงานอื่นโดยมากจะเป็นสหกรณ์ที่เคยทำธุรกิจด้วยตนเอง นอกจากนั้นยังพบลักษณะการสื่อสารที่เป็นการบอกต่อ ๆ กันไปในเครือข่ายที่รู้จักกัน ถ้าเป็นกรณีข้อมูลโดยทั่วไป การกระจายข่าวสารจะใช้เครื่องมือในการใช้สื่อหลายประเภท เช่น โทรศัพท์จดหมายแจ้งข่าว หรือการให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์ไปแจ้งกับผู้รับสารโดยตรง โดยมากผู้รับสารจะเป็นประธานกลุ่มสหกรณ์ แล้วบุคคลเหล่านี้จะแจ้งข่าวสารต่อถึงสมาชิกสหกรณ์หรือคนในชุมชนอีกทอดหนึ่ง

สหกรณ์อาจสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายให้มีมากขึ้น เพื่อเป็นช่องทางในการส่งข่าวสารได้ด้วยการเชื่อมโยงกับหอกระจายข่าว ในชุมชนบ้านลาดคือบ้านของกำนันและสถานที่ทำงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งทั้งกำนันและ อบต.ก็เป็นสมาชิกสหกรณ์ด้วย เพื่อเพิ่มช่องทางการรับส่งข่าวสารให้กว้างขึ้นในกรณีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน หรือข่าวเกี่ยวกับการเกษตร หรือแม้กระทั่งราคาของสินค้าเช่นราคาข้าวที่สหกรณ์ได้ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์เป็นประจำทุกเดือน ราคาพืชผลที่ได้จากอินเทอร์เน็ตหรือช่องทางอื่น ๆ แทนที่สหกรณ์จะนำข้อมูลนั้นติดประกาศอยู่แค่เพียงที่ทำการสหกรณ์แล้วให้ผู้ที่สนใจเข้ามาดูราคาเอง ก็เปลี่ยนวิธีการเป็นให้ข้อมูลเหล่านั้นเดินทางไปสู่คนในชุมชนแทนผู้ที่มิได้เป็นสมาชิกสหกรณ์จะได้รับทราบข่าวสารด้วย เป็นการขยายผลของการกระจายข่าวสารให้มีมากขึ้น

ลักษณะโครงสร้าง ระบบเศรษฐกิจและการจัดการภายในชุมชน

จากลักษณะทางภาษาศาสตร์ดังกล่าว รูปแบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านการจัดการธุรกิจของสมาชิกในชุมชน การซื้อขายสินค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการค้ามักใช้วิธีการสื่อสารด้วยปากต่อปาก (Verbal Language) โดยผ่านสื่อบุคคลเป็นส่วนใหญ่

ลักษณะการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าหน้าที่สหกรณ์ และสมาชิก ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้โทรศัพท์ติดต่อกันเป็นหลัก จากการรู้จัก คู่คนเคยกันดีของเจ้าหน้าที่และสมาชิกที่ต้องเคยพบปะกันจากการที่สมาชิกต้องเข้ามาติดต่อกับทางสหกรณ์ในเรื่องใด ๆ ก็ตาม เช่น ฝากเงิน กู้เงิน ซื้อสินค้า เมื่อรู้จักกันจนไว้นือเชื่อใจกันทั้งสองฝ่ายแล้ว หลังจากนั้นเมื่อระบบการสื่อสารด้วยโทรศัพท์กว้างขึ้น จึงมีการติดต่อกันโดยพูดคุยผ่านโทรศัพท์เป็นส่วนใหญ่เพื่อประหยัดเวลาในการเดินทางมาที่สหกรณ์ของสมาชิก

คุณฉวี ใจใหญ่ ผู้จัดการสหกรณ์ ให้สัมภาษณ์ถึงตัวอย่างของการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจที่อาศัยความสัมพันธ์ส่วนบุคคลว่าตัวของผู้จัดการรู้จักกับข้าราชการในอำเภอ และข้าราชการผู้นั้นรู้จักกับนักธุรกิจชาวญี่ปุ่น ซึ่งสนใจในการดำเนินธุรกิจการซื้อขายกล้วยหอมจากอำเภอบ้านลาด ทำให้มีการติดต่อกันจนปัจจุบันมีธุรกิจส่งออกกล้วยหอมทองไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยทางญี่ปุ่นจะจัดส่งเจ้าหน้าที่มาดูแลขั้นตอนการปลูกตั้งแต่แรกจนจบ รวมถึงวิธีปลูก การให้น้ำ ให้อุ๋ยอย่างใกล้ชิด ทำให้คนในพื้นที่มีรายได้ประจำ กอปรกับการได้รับความรู้ในการปลูกกล้วยหอมทองและการควบคุมคุณภาพ เห็นได้ว่าสถานการณ์การสื่อสารที่ก่อให้เกิดการทำธุรกิจก็ต้องอาศัยความสัมพันธ์ (Connection) ส่วนบุคคล การรู้จักคุ้นเคยเข้ามาเกี่ยวข้อง



ภาพที่ 13 แสดงภาพสวนกล้วยหอมทองที่มีการควบคุมการปลูกจากประเทศญี่ปุ่น

สถานการณ์ทางการสื่อสารของคนในชุมชนพัฒนาขึ้นมาเป็นลำดับขั้น อันเนื่องมาจากการพัฒนาทางด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานอันได้แก่ ไฟฟ้า ถนนหนทาง โทรศัพท์พื้นฐาน เห็นได้จากการที่มีไฟฟ้าเข้าถึงตามชุมชนต่าง ๆ นั้นหมายความว่าคนในชุมชนจะได้รับข่าวสารจากทางสื่อที่ต้องพึ่งพิงไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น ส่วนระบบการคมนาคม ถนนหนทางนำไปสู่การสื่อสารที่เป็นแบบ face-to-face เช่นการเดินทางไปมาหาสู่กัน นำข่าวสารไปยังพื้นที่ห่างไกล หรือแม้กระทั่งเป็นหนทางของระบบการโทรคมนาคม การไปรษณีย์ไปยังที่ ๆ มีถนนไปถึง การคมนาคมที่ดีเป็นปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในการพัฒนาท้องถิ่น การคมนาคมสะดวกช่วยส่งเสริมให้เกิดการลงทุนใหม่ๆ ขึ้นในพื้นที่นั้นหรือส่งเสริมให้มีการขยายการลงทุนให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเครือข่ายคมนาคมดีอำนวยความสะดวกในการติดต่อของผู้ผลิตกับตลาดผู้ซื้อและกับแหล่งวัตถุดิบ ยังผลให้ช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มกำไรและขยายตลาดสินค้าของผู้ผลิตให้กว้างขวางขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งส่งผลดีต่อผลผลิตเกษตรที่เน่าเสียง่าย เช่น ผัก ผลไม้ เป็นต้น สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานนำไปสู่การพัฒนาขึ้นมาของการสื่อสาร หลังจากนั้นโทรศัพท์ได้เข้ามามีบทบาทมากในการทำธุรกิจของชุมชนทั้งโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์มือถือ ทำให้การค้าขายเริ่มขยายวงกว้างขึ้น และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับคนในชุมชน เห็นได้จากการโทรศัพท์สั่งซื้อสินค้า ถ้ามองไปถึงสินค้าที่ตนต้องการซื้อหรือต้องการขายกับที่อื่น ๆ โดยไม่ต้องเสียเวลา

การสื่อสารที่ดี หมายความว่าถึง การมีขยายการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายได้กว้างขวาง จนทำให้ราษฎรสามารถสื่อสารกันได้สะดวกรวดเร็วทั้งภายในอำเภอและนอกอำเภอ ท้องถิ่นที่มีการสื่อสารที่ดีราษฎรย่อมเป็นคนหูไวตาไว รู้และตอบสนองได้ดีต่อข่าวสารทางเกษตร เศรษฐกิจ การเมือง สาธารณสุข การศึกษาและเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของลมฟ้าอากาศ อันจะนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น และทำให้ชุมชนโดยรวมพัฒนาได้เร็วขึ้น

ผลดีต่อเกษตรกรในฐานะผู้ผลิตก็คือ ฐานะภาวะการตลาดและผลิตผลต่าง ๆ อันจะทำให้ขายผลผลิตได้ราคาดี ซื้อปัจจัยการผลิตได้ราคาถูกและยุติธรรม ลดหรือเลี่ยงการผลิตสินค้าการเกษตรที่มีแนวโน้มราคาตกต่ำ เพิ่มหรือมุ่งไปผลิตสินค้าที่มีอนาคตดี อันจะช่วยสร้างเสถียรภาพรายได้ของเกษตรกร ลดปัญหาการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง นอกจากนี้ข่าวสารดียังทำให้เข้าถึงแหล่งสินเชื่อที่ยุติธรรม ซึ่งช่วยลดปัญหาหนี้สินของเกษตรกร

พัฒนาการของโทรศัพท์ โยงใยเข้าไปสู่ระบบการสื่อสารแบบใหม่ เป็นการสื่อสารที่ผ่านระบบคอมพิวเตอร์หรือที่เรียกว่าการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั่นเอง สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด เป็นหนึ่งในตัวอย่างของสหกรณ์ที่บริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) ได้เลือกให้เป็นสหกรณ์นำร่องในการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสหกรณ์เปรียบเสมือนตัวแทนของคนในชุมชน ได้รับความไว้วางใจจากคนในชุมชนในการประกอบธุรกิจ โดยคนในชุมชนจะได้รับผลประโยชน์คืนในรูปแบบเงินปันผล อีกทั้งยังเป็นหน่วยธุรกิจที่รับซื้อขายสินค้าจากภาคเกษตรกรรม เป็นศูนย์รวมข่าวสารทางเศรษฐกิจ และมีความพร้อมในการบริหารงานบริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน) จึงได้เลือกสหกรณ์เป็นสถานที่ติดตั้งคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เพราะเห็นว่ามันจะเป็นช่องทางที่เป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนโดยตรง

นางศรีสุดา ไชยบุญญาภานุภาพ พัฒนาการชุมชนอำเภอบ้านลาด กล่าวถึงสถานภาพของการสื่อสารในอำเภอส่วมากใช้ แผ่นพับ ไปสเตอร์ในการแจ้งข่าวสาร

“หน่วยงานของเราเข้าไปพบ พูดคุย กับชาวบ้านเรื่องปัญหาการทำกินบ้าง รัฐมีนโยบายอะไรให้ชาวบ้านบ้าง โดยเรามีพัฒนาการประจำอยู่ในอำเภอบ้านลาดส่วนหนึ่ง ส่วนใหญ่เราจะแนะนำการปลูกพืชชนิดใหม่ ๆ การใช้ปุ๋ย การเลี้ยงสัตว์เป็นอาชีพเสริม บางที่เราใช้แผ่นพับไปสเตอร์ ไปติดตามที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้านบ้าง ตามบ้านต่าง ๆบ้าง แต่ไม่ค่อยได้ผล เพราะแปะไว้เค้าไม่อ่าน ชาวบ้านจะรับรู้ข่าวสารจากการที่พัฒนากรไปบอก และกับออกต่อ ๆกันไปอีกที เช่นเรื่องนัดหมายประชุม อบรมชาวบ้านเรื่องการใช้ปุ๋ยกับพืชผล” (ศรีสุดา ไชยบุญญาภานุภาพ , สัมภาษณ์ 13 กันยายน 2545)

พัฒนาการถือเป็นสื่อบุคคลประเภทหนึ่ง ที่ทำหน้าที่ในการเป็นช่องทางการรับส่งข่าวสารจากทางราชการและจากประชาชน สื่อบุคคลประเภทนี้มักได้รับการยอมรับจากคนในชุมชนในแง่ความน่าเชื่อถือ (มีความรู้ความสามารถ) แต่ทว่ายังไม่อาจจะสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีนี้ที่ประชาชนผู้รับสารรับรู้ถึงสถานภาพของสื่อบุคคลผู้ส่งสารว่าอาจจะเป็นผู้ที่มีประโยชน์ขัดแย้งตรงกันข้ามกับประชาชน แต่ในบางกรณีสื่อบุคคลก็ได้รับความไว้วางใจจากคนในชุมชนเช่น ในกรณีอำเภอบ้านลาด พัฒนาการจะเป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาสินค้าเกษตร การหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ให้ มีการนำสินค้าของชุมชนเข้าไปลงในเว็บไซต์ เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป นับว่าเป็นช่องทางในการพัฒนาโดยใช้สื่อประเภทบุคคลเป็นตัวเชื่อมไปสู่การใช้สื่อใหม่



ภาพที่ 14 แสดงภาพบอร์ดข่าวสารความรู้ที่สำนักงานพัฒนาการอำเภอบ้านลาด

หน้าที่หลักของพัฒนาการอำเภอคือ การส่งเสริมประสานและสนับสนุนนโยบายของรัฐกับประชาชน โดยเน้นนโยบาย แก้ไขปัญหาความยากจน กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มอาชีพ ศูนย์รวมให้ประชาชนรวมกลุ่ม เก็บข้อมูลประชาชน เป็นต้น เห็นได้ว่าหน้าที่หลักจริง ๆ นั้น เป็นเสมือนช่องทางของสารที่ไหลจากหน่วยงานภาครัฐมาสู่ประชาชนเท่านั้น ทำตามนโยบายที่รัฐกำหนดขึ้นมา โดยมิได้เน้นถึงความมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเท่าใดนัก เป็นการสื่อสารจากเบื้องบนลงมาสู่เบื้องล่าง การสื่อสารในแนวตั้ง ปัญหาสำคัญคือคนในชุมชนขาดการรวมกลุ่มกัน การรวมกลุ่มอาชีพทำได้ครั้งคราว ถ้ามีผลประโยชน์เมื่อไหร่ก็จะแตกคอกัน คุณชูชาติ ศรีจันทร์ พัฒนาการอำเภออีกท่านกล่าวว่า

“การรวมกลุ่มทำไม่ได้ถาวรแน่ เพราะเป็นธรรมชาติของคน การรวมกลุ่มมักเกิดขึ้นเมื่อมีปัญหาเดือดร้อนที่จะมาถึงตัวเอง แต่ที่จะรวมเพื่อคิดทำประโยชน์ คนไทยไม่มี ทำให้ที่นี้ต่างคนต่างอยู่ ต่างคนต่างทำกิน แต่พอมีเรื่องผลประโยชน์ขึ้นมา ชาวบ้านก็แตกคอกันแล้ว” (คุณชูชาติ ศรีจันทร์, สัมภาษณ์ 13 กันยายน 2545)

ความเห็นนี้ สอดคล้องกับความเห็นของประธานองค์การบริหารส่วนตำบลอำเภอบ้านลาด คุณบุญช่วย แยมศรี ซึ่งมองว่าการรวมตัวกันของคนในอำเภอบ้านลาดเพื่อเรียกร้องหรือต่อรองกับอำนาจรัฐนั้นมักไม่เกิดขึ้น

คุณบุญช่วย แยมศรี ประธานองค์การบริหารส่วนตำบลอำเภอบ้านลาด กล่าวว่าการสื่อสารกับคนในชุมชนนั้น โดยมากจะใช้พาหนะคือจักรยานยนต์ ขี่ไปแจ้งข่าวสารกับกำนันและกำนันจะแจ้งผู้ใหญ่บ้านเพื่อให้ไปบอกต่อกับคนในชุมชนต่อไปเป็นลำดับขั้น ข่าวสารที่จะแจ้งให้ทราบโดยมากได้รับจากทางราชการส่งหนังสือมา สำหรับการนัดประชุมก็ใช้วิธีการส่งสารไปถึงคนในชุมชนด้วยวิธีเดียวกันคือบอกต่อ ๆ กันไป สื่อบุคคลจะใช้ในการสื่อสารเป็นหลัก และสื่อสิ่งพิมพ์รองลงมา การสื่อสารก็เป็นแบบแนวตั้งอีกในการแจ้งข่าวสารของภาครัฐสู่ประชาชน

4.2.2 ความต้องการในเรื่องธุรกิจชุมชน

ปัญหาใหญ่ที่คนในชุมชนประสบคือ การขายสินค้าในราคาถูกซึ่งมีสาเหตุมาจากสินค้ามีปริมาณมากและให้ผลผลิตในคราวเดียวกัน ทำให้จำเป็นต้องขายสินค้าในราคาที่พ่อค้าคนกลางกำหนดขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่งคือคนในชุมชนไม่ได้เป็นผู้กำหนดราคาสินค้านั่นเอง

สาเหตุที่ทำให้สินค้านั้นส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากพฤติกรรมกรรมการเกษตร การมองตลาดของเกษตรกร ตัวอย่างเช่น สินค้าใดก็ตามที่มีราคาสูงในปัจจุบัน คนในชุมชนจะนิยมปลูกเหมือน ๆ กัน ครั้นเมื่อผลไม้นั้นให้ผลผลิตราคาสินค้าจึงตกต่ำลงตามกลไกตลาด กล่าวคือสินค้าใดมีปริมาณมากในท้องตลาด สินค้านั้นจะมีราคาถูก ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งกล่าวว่า

“พอสินค้าอะไรแพงขึ้นมา ชาวบ้านก็แห่กันมาปลูก อย่างเช่นแตงกวา พอราคาดีขึ้นมาทุกคนก็แห่กันปลูก พอปลูกมาก ๆ เข้า ราคาก็ถูกลง ถูกลง” (พิน พูนสมบัติ, สัมภาษณ์ 13 กันยายน 2545)

“ คนในชุมชนขาดกลยุทธ์ทางการตลาด และขาดตลาดที่จะมารองรับสินค้า ทางหน่วยงานรัฐได้เข้ามาช่วยแต่ในทางด้านการให้พันธุ์พืชมาปลูก แต่เมื่อปลูกแล้วไม่มีตลาดที่จะรับซื้อ ดังนั้นคนในชุมชนต้องการให้รัฐช่วยหาตลาดให้ เพื่อจะได้ขายสินค้าได้ในราคาดี ยิ่งถ้าเป็นไปได้ อยากให้รัฐติดต่อหาตลาดต่างประเทศเพื่อที่จะได้ส่งสินค้าไปยังต่างประเทศและได้ราคาที่ดีกว่า ชาวบ้านค้าขายไม่เป็น ไม่ยอมรวมตัวกันทำธุรกิจ เพราะไม่เชื่อมั่น ชาวบ้านมักรวมตัวกัน

และมีส่วนร่วมในงานบุญหรืองานมงคลมากกว่า “ (คุณบุญช่วย แยมศรี, สัมภาษณ์ 13 กันยายน 2545)

คุณชาญ หาญอาสา เกษตรกรอำเภอบ้านลาดกล่าวถึงการประกอบอาชีพของตนเองว่า

“ ปกติก็ทำนา พอว่างจากนาก็เลี้ยงวัวไปด้วย ที่บ้านก็มีอยู่ 8 ตัว มีคนเขาคอยรับซื้อกันประจำอยู่แล้ว ได้ตัวหนึ่งก็สามสี่หมื่นบาท เลี้ยงสัก 3 ปีก็ขายได้อยู่ได้ไปนานเหมือนกัน พอใจแล้วไม่รอรัฐมาช่วยหรอก มันช้า เราช่วยเหลือตัวเองกันได้ เค้าไม่เข้าใจอาชีพเราหรอก ” (คุณชาญ หาญอาสา, สัมภาษณ์ 14 กันยายน 2545)

เห็นได้ว่าความแตกต่างของคนในพื้นที่เดียวกันก็ยังมีอยู่ ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยหลายประการเช่น การศึกษา วัฒนธรรมในการดำเนินชีวิต บทบาทหน้าที่ในสังคม จะเป็นตัวกำหนดความต้องการของปัจเจกบุคคล ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า บทบาทหน้าที่ในสังคมมากกว่า มักมีความต้องการ (Demand) ในสิ่งต่าง ๆ มากกว่าบุคคลที่มีวิถีชีวิตเรียบง่าย ใช้ชีวิตอย่างพอมีพอกิน พอเพียง ไม่เรียกร้องอะไรจากสังคมขอเพียงให้ตนเองและครอบครัวไม่ลำบากเป็นพอ

จากผลการวิจัย สามารถสรุปได้ว่า สภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชน ใช้สื่อบุคคลเป็นช่องทางในการรับส่งข่าวสารเป็นหลัก โดยมีองค์กรกลางเช่น สหกรณ์การเกษตรหรือองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นคนรับนโยบายจากหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานอื่น ๆ แล้วนำข้อมูลข่าวสารมาเผยแพร่แก่คนในชุมชนอีกทอดหนึ่ง ไม่ว่าจะป็นข่าวสารทางราชการหรือข่าวสารทางการเกษตร การสื่อสารด้านธุรกิจชุมชนเป็นการสื่อสารในแนว vertical communication มากกว่า horizontal communication คือเป็นแนวนบนลงล่างมากกว่าแนวราบด้วยกัน สื่อมวลชนและสื่อชุมชนไม่ค่อยมีบทบาทในการดำเนินธุรกิจชุมชน ความต้องการของคนในชุมชนสำหรับการดำเนินธุรกิจนั้น มีความต้องการแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งความต้องการจะมีความสอดคล้องกับภาวะทางการศึกษา ภาวะผู้นำ ยิ่งมีการศึกษามาก ภาวะผู้นำสูงจะมีความต้องการมาก และคิดวิธีที่จะทำให้ชุมชนของตนพัฒนายิ่ง ๆ ขึ้นไป มองหาตลาดและคิดวิธีบริหารจัดการใหม่ ๆ อยู่เสมอ แต่ทั้งนี้ก็ต้องอาศัย connection ของตัวผู้นำเองด้วยว่ารู้จักบุคคลที่สามารถร่วมมือกันทำงานดำเนินธุรกิจกันได้ดีมากน้อยเพียงใด

4.3 กระบวนการเผยแพร่อินเทอร์เน็ตเข้าสู่ชุมชน

4.3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานของบริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

บมจ.ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี (ยูคอม) ซึ่งดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร มาโดยตลอดจนมีความชำนาญในด้านนี้ คุณบุญชัย เบญจรงค์กุล ประธานบริษัท ยูคอม มีความคิดเห็นว่า สมควรจะนำกระแสพระราชดำริของในหลวงท่าน ที่เรียกว่า ทฤษฎีใหม่ มาเป็นแนวทาง ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ บริษัท ยูคอม เข้ามาช่วยเหลือในขั้นที่สาม ที่เรียกว่า ทฤษฎีขั้นที่ 3 ซึ่งขั้นที่ 1 คือ ขั้นทำการเกษตรพอเพียง พออยู่พอกิน ขั้นที่ 2 คือ เมื่อพอกินแล้วเหลือกินเหลือใช้ก็ค่อยขาย แต่การขายนั้นไม่ให้ขายแบบตัวใครตัวมัน แต่จะรวมกลุ่มหรือรวมกันเป็นสหกรณ์ รวมกันซื้อรวมกันขาย เพื่อให้กลุ่มหรือองค์กรเข้มแข็ง เมื่อขายในชุมชนหรือท้องถิ่นแล้วต้องการที่จะขยายตลาดไปสู่ส่วนอื่น ๆ จะต้องมีบริษัทหรือหน่วยงานมาช่วยเหลือซึ่งเราเรียกว่า พหุภาคี เป็นทฤษฎีขั้นที่ 3 คุณบุญชัย เบญจรงค์กุล ได้เป็นผู้ริเริ่มจัดทำโครงการ “เครือข่ายข้อมูลข่าวสาร และธุรกิจชุมชน” ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตขึ้น โดยยึดถือปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการรับส่งและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชนทั้ง 7,255 ตำบล 795 อำเภอ 76 จังหวัด ทั่วประเทศ ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงคน กลุ่มอาชีพ กลุ่มปัญหาในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ตลอดจน เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ช่องทางดังกล่าว เพิ่มศักยภาพในการจำหน่ายสินค้าของชุมชนออกสู่ตลาดทั้ง ภายใน และต่างประเทศได้สะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง เป็นรากฐานในการพัฒนาประเทศ

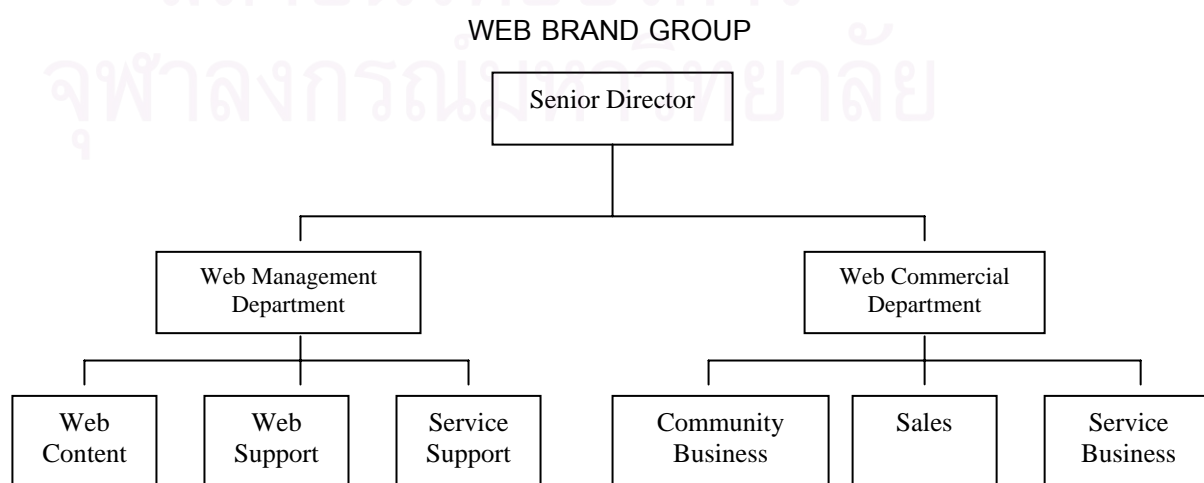
นอกจากนั้นแล้ว บริษัท ยูคอม ยังได้นำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารทั้งภาครายการวิทยุ “ร่วมด้วยช่วยกัน” ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด วิทยุชุมชนอีก 18 สถานี ครอบคลุมทั่วประเทศ หนังสือพิมพ์อาทิตย์วิเคราะห์รายวัน โทรศัพท์ไร้สายสาธารณะ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ทรังค์โมบาย ฯลฯ มาใช้เป็นช่องทางสื่อสารของชุมชนองค์กรภาคเกษตรต่าง ๆ ให้เกิดการแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้า โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางและได้รับรู้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน

โดยในช่วงแรกมีการติดตั้งคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตจำนวน 169 องค์กรทั่วประเทศ ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ได้ลงไปสำรวจองค์กรภาคการเกษตรรวม 1,000 แห่งทั่วประเทศ แล้วมาคัดเลือก 169 จุดแรกก่อนจากนั้นค่อยขยายไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะครบทุกตำบล โดยองค์กรที่จะเข้าร่วมเครือข่าย ฯ นั้นจะต้องเป็นสมาชิกที่เป็นเกษตรกร มีเงินทุนหมุนเวียน มีสินค้าทางการเกษตรที่จะแลกเปลี่ยน

ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต และมีคณะกรรมการบริหารที่เข้มแข็ง โครงการนี้จะเอื้อประโยชน์กับเกษตรกรภาคการเกษตรโดยแท้จริง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการใช้เครือข่ายข้อมูลข่าวสารเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าชุมชนในท้องถิ่นทั่วทุกภูมิภาคออกสู่ตลาด ทั้งภายในและต่างประเทศ และยังใช้เป็นเครือข่ายข่าวสารเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ แลกเปลี่ยนข้อมูลจังหวัด อำเภอ ตำบล ชุมชนต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอีกด้วย โดยมีการประสานงานภาครัฐ องค์กรชุมชน องค์กรพัฒนาเอกชน ตลอดจนประชาชนในพื้นที่ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการรับส่งข่าวสารต่าง ๆ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน โดยจะมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปติดตั้งยังชุมชนที่เข้มแข็งในแต่ละพื้นที่

จากผลการวิจัยถึงแม้ว่าองค์กรที่บริษัทยูคอม ได้คัดเลือกแล้ว เช่น สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด ซึ่งมีคุณสมบัติครบทุกประการตามที่บริษัท ยูคอมได้ตั้งเงื่อนไขไว้ในเบื้องต้น โดยคิดว่าจากคุณสมบัติดังกล่าวน่าจะมีการพัฒนาของธุรกิจโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวเสริมได้ แต่จริง ๆ แล้วคุณสมบัติเหล่านั้นเป็นคุณสมบัติในการประกอบธุรกิจเดิมขององค์กรนั้น ๆ แต่ในด้านการแนะนำสื่อใหม่คุณสมบัติของคนจะเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะตัวผู้นำ ผู้จัดการของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาดไม่มีความรู้เรื่องอินเทอร์เน็ตเลย และไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ ดังนั้นจึงไม่เห็นความสำคัญของศักยภาพของอินเทอร์เน็ตเท่าใดนัก จึงได้แต่รับเทคโนโลยีใหม่เข้ามาแต่ไม่รู้วิธีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่นั้นให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพของมัน อีกประการที่ทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตในชุมชนไม่ได้ผลเนื่องเพราะตัวบริษัท ยูคอมเองไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์หรือกระตุ้นการใช้ ตลอดจนอบรมการใช้งานให้กับคนในชุมชนหรือแม้แต่ตัวเจ้าหน้าที่ในสหกรณ์เองอย่างกว้างขวาง ทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตในการประกอบธุรกิจชุมชนค่อย ๆ ถูกลืมไปในที่สุด

หน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบคือ หน่วยงาน Web Brand Group โดยมีโครงสร้างการบริหารดังนี้



เนื้อหาข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ ได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงานด้วยกัน ทั้งจากภาครัฐ เอกชน รวมทั้งกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่ได้สนับสนุนข้อมูลอันเป็นประโยชน์มาก ได้แก่ หน่วยงานดังนี้

- กรมส่งเสริมสหกรณ์
- กรมการพัฒนาชุมชน
- กองทุนเพื่อสังคม (SIF)
- สถาบันพระปกเกล้า
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
- วุฒิสภา
- สมาคมสันติบาลเทศบาลแห่งประเทศไทย
- สมาคมองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งประเทศไทย
- กลุ่ม “พลังเจียมมหาชน”
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- กระทรวงมหาดไทย
- กรมการปกครอง
- กรมการเร่งรัดพัฒนาชนบท
- กรมชลประทาน
- กรมส่งเสริมการเกษตร
- กรมวิชาการเกษตร
- คนไทยดอทคอม

ในการสรรหาจุดที่จะเป็นตัวแทนของสมาชิกชุมชนได้นั้น ทางบริษัท ฯ ได้ส่งเจ้าหน้าที่ไปสำรวจองค์การภาคการเกษตรรวม 1,000 แห่งทั่วประเทศ แล้วคัดเลือกมาเบื้องต้น 169 แห่งเพื่อเป็นพื้นที่นำร่องก่อนที่จะขยายไปอีกเรื่อย ๆ โดยองค์กรที่จะเข้าร่วมเครือข่าย ฯ นั้นจะต้องเป็นสมาชิกที่เป็นเกษตรกร มีเงินทุนหมุนเวียน มีสินค้าทางการเกษตรที่จะแลกเปลี่ยน ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตได้ และมีคณะกรรมการบริหารที่เข้มแข็ง ซึ่งโครงการนี้จะได้เชื่อมโยงกับเกษตรกรภาคการเกษตรอย่างแท้จริง

เมื่อทางบริษัท ฯ ได้ทำการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ ณ สถานที่ที่ได้รับการคัดเลือกแล้ว จะจัดส่งทีมเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้าไปสอนการใช้งาน ซึ่งบริษัท ฯ มีข้อได้เปรียบอยู่แล้วเนื่องจากมีหน่วยงานที่ควบคุมคอมพิวเตอร์และระบบออนไลน์เอง

โดยผ่านสายไฟเบอร์ออฟติก ทำให้การใช้งานสะดวกรวดเร็วมากขึ้นกว่าการใช้อินเทอร์เน็ตธรรมดา (เฉพาะบางจุด) การสอนการใช้งานจะกระทำควบคู่ไปตามหนังสือคู่มือการใช้งาน หลังจากสอนการใช้งานจนเข้าใจทางบริษัทฯ จะจัดส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปดูแลอีกเป็นระยะ โดยมากภายหลังเมื่อเกิดปัญหาการใช้งานขึ้น ทางจุดติดตั้งก็จะใช้โทรศัพท์ในการสอบถามและปรึกษาการใช้งานเมื่อเกิดเหตุติดขัดขึ้นมา

4.3.2 ขั้นตอนการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชน

จากคุณสมบัติที่ทางบริษัท กำหนดไว้คือ หน่วยงานที่จะได้รับการคัดเลือกต้องเป็นองค์กรที่มีสมาชิกเป็นเกษตรกร มีเงินทุนหมุนเวียน มีสินค้าทางการเกษตรที่จะแลกเปลี่ยน ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ดังนั้นสถานที่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยคือ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็งทางด้านธุรกิจ กล่าวคือมีความสามารถในการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตรที่ดี มีผลประกอบการผลการดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ดี และคนในชุมชนมีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น

เดิมสถานที่เปิดรับข่าวสารของชุมชนมักได้แก่ วัด บริเวณหน้าบ้าน ร้านค้า และในวาระโอกาสต่าง ๆ เช่น งานบุญ หรือการทำงาน รูปแบบการติดต่อสื่อสารมักเป็นวิธีการบอกปากต่อปาก และการส่งสัญญาณแจ้งข่าวกัน โดยอาจผ่านตัวกลางคือกลุ่มคนที่ติดต่อกับชุมชนเมืองอย่างสม่ำเสมอ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แต่ปัจจุบันรูปแบบการติดต่อสื่อสาร นอกจากจะเก็บรักษา รูปแบบเก่า ๆ เอาไว้แล้ว ก็ยังมีการเพิ่มรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ เช่นการเปิดรับข่าวสารจากโลกภายนอกผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งอินเทอร์เน็ตที่ได้นำเข้าไปติดตั้งยังสหกรณ์ด้วย

สหกรณ์ฯ บ้านลาดนี้ ได้ติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ สถานีน้ำมัน ปตท. ซึ่งดำเนินการโดยสหกรณ์เองด้วย โดยพื้นที่บริเวณของปั้มน้ำมันอยู่ใกล้กับตัวอาคารสำนักงานของสหกรณ์ฯ คืออยู่ในพื้นที่บริเวณเดียวกัน ซึ่งสมาชิกชุมชนของที่นี่อาจจะยังไม่ทราบถึงการติดตั้งอินเทอร์เน็ตนี้เท่าใดนัก แต่กลุ่มที่เป็นแกนนำ เช่นประธานกลุ่มได้รับทราบข้อมูลการติดตั้งแล้ว เพียงแต่ยังมีได้แจ้งให้คนในชุมชนทราบอย่างทั่วถึง



ภาพที่ 15 แสดงภาพสำนักงานในปืมน้ำมัน ปตท. ซึ่งเป็นที่ตั้งของคอมพิวเตอร์ในการใช้งาน อินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ที่ได้ใช้งานหรือได้ใช้ประโยชน์จากคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต จริง ๆ คือตัวเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ ถ้ากล่าวถึงในกรณีการสัมผัสกับเครื่องคอมพิวเตอร์จริง แต่โดยทางอ้อม สมาชิกชุมชนทุกคนมีโอกาสได้ใช้ประโยชน์จากคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตนี้แล้ว ดังเห็นได้จากการซื้อขายสินค้าทางการเกษตรผ่านอินเทอร์เน็ต

เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบการใช้งานอินเทอร์เน็ตคือ คุณเดือนขวัญ คำรัก ดำรงตำแหน่งเจ้าหน้าที่บัญชีของสหกรณ์ ฯ อายุ 26 ปี จากการสัมภาษณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตจะใช้งานเกือบทุกวันเนื่องจากผู้จัดการสหกรณ์ได้ให้มีการเช็คข่าวสารข้อมูลทางการเกษตรอยู่ตลอด การใช้งานโดยมากคือใช้ประโยชน์ในการดูข่าวสาร ตรวจสอบรายการสั่งซื้อซื้อขาย ป้อนข้อมูลการซื้อขาย เป็นต้น

การจัดการกับข้อมูลข่าวสารนี้จะกระทำโดยการสั่งพิมพ์ข้อมูลและส่งไปให้ผู้จัดการดู หรือถ้าผู้จัดการมานั่งที่หน้าจอคอมพิวเตอร์ก็จะรับทราบข้อมูลเอง โดยต้องมีเจ้าหน้าที่คอยใช้เครื่องให้ เพราะผู้จัดการไม่ทราบวิธีการใช้งานของเครื่อง เมื่อเข้าไปดูข้อมูลที่ต้องการแล้ว จะนำข้อมูลที่ต้องการไปบอกต่อกับสมาชิกในวาระที่มีการประชุม หรือใช้สิ่งพิมพ์เพื่อแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์

ต่อคนในชุมชนเช่น ชาวสารทางการเกษตร หรือวิธีการเพาะปลูก บางครั้งอาจเป็นการแจ้งข่าวสาร การอบรมในพื้นที่ฐานความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนที่แจ้งผ่านทางเว็บไซต์มา แต่ถ้าเป็นการเข้าไปประกาศซื้อหรือประกาศขายและมีผู้เข้ามาสนใจสินค้า จะมีการติดต่อทางเครื่องคอมพิวเตอร์เลย แต่โดยปกติ สหกรณ์มิได้เปิดเครื่องดูทุกวันถ้ามีรายการซื้อ-ขายเปลี่ยนแปลงจะมีเจ้าหน้าที่จากยูคอมโทรมาแจ้งอีกครั้งหนึ่งก่อนเมื่อเห็นว่าเครื่องของสหกรณ์มิได้มีการเข้าไปดูรายการเป็นเวลานาน



ภาพที่ 16 แสดงบริเวณภายในสถานที่ตั้งอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตนั้นจะเป็นเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์เอง โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีพื้นฐานความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์อยู่แล้วมาเป็นผู้ใช้งาน แต่จากการสังเกตเจ้าหน้าที่ที่ใช้งานยังไม่คล่องในการเปิดใช้โปรแกรมอินเทอร์เน็ตมากนัก จากชุมชนที่ศึกษาฯ ยังไม่เคยเปิดให้สมาชิกชุมชนมาใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ เนื่องจากเกรงว่าสมาชิกชุมชนจะทำให้เครื่องเสียหาย และเกิดความยุ่งยากในการใช้งานเนื่องจากแนวคิดแรกเริ่มคือจะให้เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์เป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ของการใช้งานแทน

การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชนนี้ เรียกได้ว่าเป็นการมีส่วนร่วมในการสื่อสารของชุมชนที่อยู่ในระดับล่างที่สุดจากการแบ่งระดับของการมีส่วนร่วม การจัดแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนถูกแบ่งไว้เป็น 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับที่น้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุดดังนี้

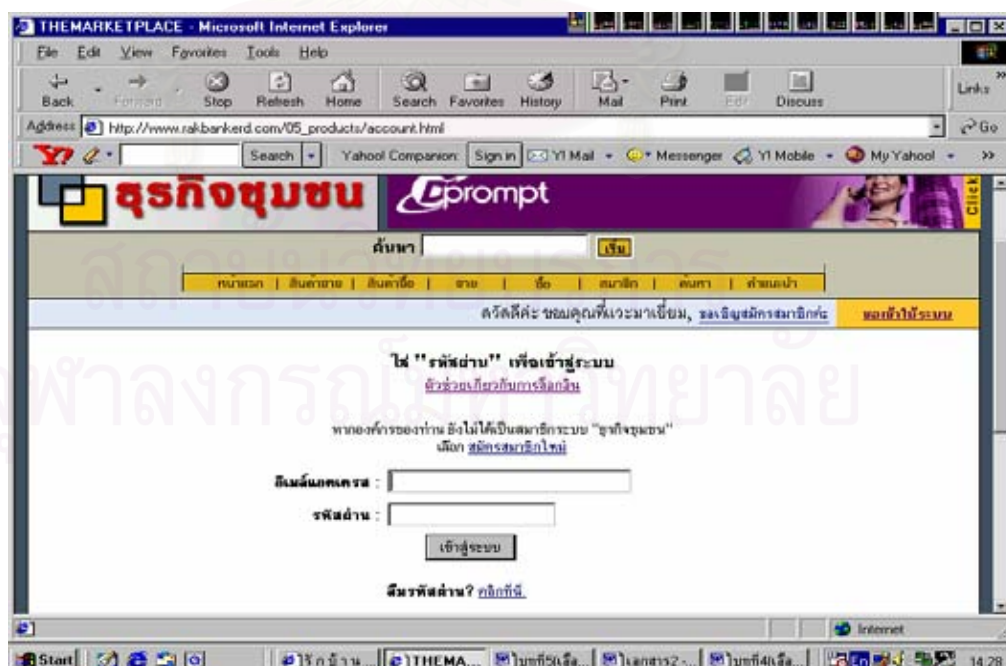
1. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร (Audience / Receiver / Users)
2. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง / ผู้ผลิต / ผู้ร่วมผลิต / ผู้ร่วมแสดง (Sender / Producer / Co-producer / Performance)
3. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Policy Maker / Planner)

ขั้นตอนการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชน เป็นการมีส่วนร่วมในระดับล่างสุด กล่าวคือ ในกระบวนการการสื่อสารตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสาร (ยูคอม) ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ ไปจนกระทั่งการเลือกช่องทางสื่อที่จะใช้เผยแพร่ และผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม สิ่งนี้อาจเปลี่ยนแปลงไปสำหรับฐานะของผู้รับสารในการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมก็คือ

1. มีการขยายแนวคิดของผู้รับสาร ให้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรู้ของตน (Right to know/ Right to be informed) และนอกจากนั้นสิทธินี้ยังขยายไปถึงสิทธิที่จะบอกเล่าข้อมูลข่าวสารของตนต่อสาธารณชนด้วย (Right to inform)
2. การสร้างหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ทั้งในช่วงขาเข้า(input) และช่วงขาออก(output) เช่นในช่วงนำเข้าข้อมูล จะมีการสำรวจว่ามีช่องทางข่าวสารอะไรบ้างที่เป็นประโยชน์สำหรับชุมชน โอกาสในการเข้าถึงเป็นอย่างไร เนื้อหาของข่าวสารนั้นเกี่ยวข้องกับชุมชนหรือเปล่า และมีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะอย่างไร ในช่วงของการส่งข้อมูลออกจากชุมชนก็เช่นกัน ในกรณีศึกษาที่ผู้รับข่าวสารจะได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน โดยสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา ส่วนการส่งออกข้อมูลสามารถกระทำได้ทุกเมื่อที่ต้องการ
3. ปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ก็คือ ช่องทางข่าวสาร (Channel) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบางช่วงเวลาที่ในช่วงระยะเวลาสำคัญของชุมชน มีช่องทางอะไรบ้างที่ประชาชนในบริเวณดังกล่าวจะได้รับ-ส่งข่าวสารอย่างทั่วถึง ในกรณีเช่นนี้ มาตรการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร (Addition of Channel) เป็นสิ่งที่จำเป็น นอกจากข่าวสารที่ได้รับทางอินเทอร์เน็ตแล้ว อาจต้องใช้สื่อบุคคลเพิ่มเติม หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ประกาศแจ้งข่าวให้กับคนในชุมชนได้ทราบเรื่องราวที่สำคัญโดยทั่วกัน

ในเบื้องต้นของการใช้งานดังที่กล่าวมาแล้ว หลังจากได้ติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ทางบริษัทฯ จะจัดส่งเจ้าหน้าที่มาเพื่อทำการสอนการใช้งาน พร้อมทั้งมีสมุดคู่มือการใช้งาน โดยมีรายละเอียดทุกขั้นตอนอย่างละเอียด ตั้งแต่การเปิดเครื่อง การคลิกเมาส์ไปยังคำสั่งที่ต้องการ การคีย์ข้อมูล การประกาศซื้อ ประกาศขาย การต่อราคา เป็นต้น

สำหรับการซื้อขายสินค้าชุมชนนั้น จะต้องเข้าไปที่หัวข้อธุรกิจชุมชนก่อน แล้วทำตามขั้นตอนของการซื้อขายเป็นลำดับดังนี้คือ การประกาศขายสินค้านั้น อันดับแรกผู้ขายต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อน โดยจะต้องป้อนข้อมูลดังต่อไปนี้มาให้บริษัท ยุคคอมพิวเตอร์ตรวจสอบก่อน คือ ชื่อองค์กร ที่อยู่องค์กร รายละเอียดคณะกรรมการขององค์กร จำนวนสาขา(จำนวนเครือข่าย) จำนวนสมาชิก วงเงินหมุนเวียนรายปี ส่วนแบ่งผลกำไร ความเข้มแข็งขององค์กร รายการสินค้าหลัก ๆ ที่ต้องการขาย จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ จำนวนเครื่องโทรศัพท์ จำนวนอาสาสมัครที่จะคอยดูแล หลังจากนั้นบริษัท ยุคคอมพิวเตอร์จะส่งรหัสผ่านในการใช้งานให้ทาง mail ซึ่งผู้ที่ประกาศขายสินค้าต้องเก็บรหัสผ่านนั้นไว้เป็นความลับ จากนั้นให้เลือกที่หัวข้อประกาศขายที่หน้าประกาศขายจะมี 2 ขั้นตอน ให้กรอกข้อมูลสินค้าที่ต้องการขายลงให้ครบถ้วนและถูกต้องตามที่ต้องการ เพื่อประโยชน์ของผู้ขายเองในการที่ระบบจะจัดการนำสินค้าของผู้ขายไปแสดง และเสนอแก่ผู้ซื้อที่ต้องการสินค้าได้อย่างถูกต้อง สำหรับขั้นตอนการซื้อก็ต้องทำขั้นตอนลักษณะเดียวกัน



ภาพที่ 17 แสดงขั้นตอนแรกของการเข้าสู่ระบบซื้อขาย

จากขั้นตอนการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชน ที่ยูคอมได้พยายามถ่ายทอด เพื่อให้ตัวแทนของคนในชุมชนได้รับรู้วิธีการสื่อสารแบบใหม่ ตลอดจนขั้นตอนวิธีการใช้งานโดยละเอียด ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนของชุมชนจากเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย การฝึกอบรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตถือเป็นตัวแปรแทรก (Intervening variable) ที่จะสร้างพลังอำนาจให้คนใช้สื่อใหม่อย่างถูกต้อง

การให้ความรู้ ทักษะ วิธีการใช้งานถือเป็นการอบรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาอีกประการหนึ่ง การอบรมมีฐานะพิเศษ เป็นทั้งตัวเหตุโดด ๆ และเป็นตัวเหตุร่วมกับตัวเหตุอื่น ๆ ทำให้เกิดการพัฒนาได้ ทำให้ความรู้ความชำนาญของคนสูงขึ้น การพัฒนาก็ย่อมจะสูงตามไปด้วย สำหรับการเป็นตัวเหตุควบกับตัวเหตุอื่น ก็อาจมองได้ว่า การศึกษาดีย่อมจะทำให้รู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ทรัพยากรมนุษย์ที่ดีการศึกษาก็ย่อมเป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพ องค์การสังคมที่มีคุณภาพเป็นสมาชิกก็ย่อมพลอยมีคุณภาพไปด้วย ผู้นำที่มีการศึกษาดีย่อมมีคุณภาพดียิ่งขึ้น

เมื่อสมาชิกชุมชนได้รับรู้ถึงวิธีการใช้งานจะทำให้เกิดความตื่นตัว (awareness) ที่จะได้รับรู้ถึงนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นทางการสื่อสาร เมื่อรับรู้จะได้เกิดความสนใจ (interest) เริ่มแสวงหารายละเอียดเพิ่มเติมถึงความสามารถของอินเทอร์เน็ต ค้นหาประโยชน์ที่จะได้รับจากนวัตกรรมใหม่นี้

ตามทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (Communication Theory of Modernization) กล่าวไว้ว่า การสื่อสารสมัยใหม่ ก่อให้เกิดการขัดเกลาทางสังคมสมัยใหม่ การขัดเกลาทางสังคมสมัยใหม่ทำให้สามารถปลูกฝังจิตภาพสมัยใหม่ จิตภาพสมัยใหม่กระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนที่ประเภทต่าง ๆ การเคลื่อนที่ประเภทต่าง ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สุดท้ายการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้เกิดภาวะความเป็นสมัยใหม่ กล่าวคือ เมื่อคนในชุมชนสามารถรับรู้และใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นก็จะก่อให้เกิดจิตภาพ แนวความคิดใหม่ ๆ อันจะนำไปสู่ความเจริญของชุมชนในอนาคต

ผลการวิจัยของวัตถุประสงค์ด้านสถานการณ์การสื่อสารของธุรกิจชุมชนก่อนมี / ใช้ อินเทอร์เน็ตนั้นได้ข้อสรุปว่า สถานการณ์การสื่อสารของธุรกิจชุมชนในปัจจุบันยังเป็นลักษณะของการสื่อสารแบบบนลงล่าง (Top-Down Communication) การได้รับข่าวสารมาจากหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานองค์กรที่มีขนาดใหญ่เป็นส่วนมาก และจากข้อมูลที่มาจากสื่อมวลชนที่เสนอออกไป เช่น จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นการสื่อสารที่ชุมชนรับสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่สามารถมีการโต้ตอบหรือ Interactive กลับไปได้ สื่อที่ใช้จะเป็นสื่อบุคคลส่วนใหญ่และธุรกิจ

ชุมชนดำเนินไปตามวัฒนธรรมการซื้อขายแบบเดิม ๆ ที่เคยปฏิบัติมา โดยผ่านพ่อค้าคนกลางและอาศัยความคุ้นเคยระหว่างผู้ค้าด้วยกัน ปัญหาทางด้านธุรกิจชุมชนคือคนในชุมชนขาดความรู้ทางด้านกลยุทธ์การตลาด ผลผลิตสินค้าได้มากแต่ไม่รู้จักริธีการตลาดเพื่อรองรับ อีกทั้งยังขาดการประสานงานของหน่วยงานรัฐกับประชาชนอย่างแท้จริง สินค้าแปรรูปยังมีอยู่น้อยมากทั้งนี้เนื่องจากคนในชุมชนเกิดความพอใจในชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองแล้ว จึงเป็นอุปสรรคอันยิ่งใหญ่ในการนำสิ่งใหม่ ๆ เข้าไป

อาจกล่าวได้ว่าสถานการณ์ภาพด้านการสื่อสารของธุรกิจชุมชนก่อนที่จะมีอินเทอร์เน็ตเข้าไปนั้น คนในชุมชนมีสถานการณ์ภาพการสื่อสารโดยใช้สื่อดังต่อไปนี้

1. สื่อมวลชน

คนในชุมชน ใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการรับทราบข่าวสารทางธุรกิจ คือสื่อหนังสือพิมพ์ เนื่องจากในหนังสือพิมพ์มีข้อมูลเกี่ยวกับการเกษตรซึ่งจำเป็นต่อการประกอบอาชีพของคนในชุมชนและนอกจากนั้นยังมีราคาที่ขผลกลาง ทำให้คนในชุมชนสามารถทราบราคาของตลาด ณ ขณะนั้นได้ทันทั่วถึง การสื่อสารจากสื่อมวลชนเป็นการรับข่าวสารแต่เพียงทางเดียวโดยไม่มี การโต้ตอบกลับ (feedback)

2. สื่อบุคคล

สถานการณ์การสื่อสารของธุรกิจชุมชนใช้สื่อบุคคลเป็นส่วนมาก การสื่อสารของคนในชุมชนยังนิยมแบบ face-to-face คือการเผชิญหน้ากัน ได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ใครมีข่าวสารอะไรก็จะบอกต่อ ๆ กันไป การสื่อสารเป็นแบบ Interactive สามารถแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องนั้นๆ ต่อกันในสถานการณ์นั้นได้เลย

3. สื่อสิ่งพิมพ์

การสื่อสารธุรกิจชุมชนใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นตัวกระจายข่าวสาร เช่นข่าวสารที่มาจากทางราชการ จะออกมาในรูปหนังสือเอกสารแจ้งมายังที่ว่าการอำเภอ อบต หรือส่งมาที่กำนันเพื่อที่จะให้มีการแจ้งข่าวต่อถึงคนในชุมชน และบางครั้งหน่วยงานราชการอาจใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ หรือแผ่นพับในการแจ้งข่าวหรือรณรงค์เรื่องต่าง ๆ ต่อคนในชุมชนอีกด้วย ซึ่งการใช้สื่อสิ่งพิมพ์นี้ก็เป็น การสื่อสารแบบทางเดียวอีกคือคนในชุมชนมีหน้าที่รับทราบข่าวสารเท่านั้น

4. สหกรณ์การเกษตร

สถานภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชน มีการพึ่งพาสหกรณ์การเกษตรด้วย เนื่องจากสหกรณ์การเกษตรถือเป็นศูนย์กลางของการประกอบธุรกิจของคนในชุมชน เป็นสถานที่แลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้า ตลอดจนการรับส่งข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรเป็นหลัก โดยสหกรณ์มีหน้าที่เป็นตัวแทนของคนในชุมชนในด้านการประกอบธุรกิจอยู่แล้ว เพราะผู้ที่จะเป็นสมาชิกของสหกรณ์ได้จะต้องเป็นเกษตรกรและสหกรณ์จะดำเนินธุรกิจทางการเกษตร รวมทั้งให้กู้ยืมเงินแก่เกษตรกรด้วย โดยจะมีผลตอบแทนในรูปเงินปันผลคืนให้แก่สมาชิก ซึ่งถือว่าเป็นตัวแทนในการดำเนินธุรกิจของคนในชุมชน สหกรณ์ถือเป็นศูนย์รวมโดยเฉพาะด้านราคาสินค้า เห็นได้จากมีการนำตัวเลขราคาขึ้นบอร์ดเพื่อแจ้งให้สมาชิกทราบ โดยมีเจ้าหน้าที่การตลาดของสหกรณ์เป็นผู้ดูแลเรื่องราคาสินค้าและแจ้งให้สมาชิกทราบ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน

จากการศึกษาเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ในข้อที่ 2 ของการวิจัยครั้งนี้ คือเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมและการจัดเวทีชุมชน

หลังจากที่ได้สำรวจชุมชนเป้าหมายในเบื้องต้นทั้งในแง่ สภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชน สภาพแวดล้อมของชุมชนที่อาจมีผลต่อการรับรู้สื่ออินเทอร์เน็ต ในบทนี้ เป็นการศึกษาศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งในสภาวะจริงของศักยภาพโดยรวมของอินเทอร์เน็ตและศักยภาพที่ชุมชนดึงออกมาใช้ในการพัฒนาชุมชน รวมถึงความรู้ ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชน และการสังเกตการประกอบธุรกิจชุมชน การแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า รวมทั้งตลาดกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวแทนการจำหน่ายหรือเป็นตัวเชื่อมโยงให้การประกอบธุรกิจเกิดขึ้น เพื่อศึกษาสถานการณ์ดังกล่าวขั้นต้น ผู้วิจัยได้เลือกสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด ในฐานะที่เป็นตัวแทนและสถานที่กลางในการทำธุรกิจชุมชนโดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ และระบบอินเทอร์เน็ตมาศึกษาโดย การสังเกตภาคสนาม (Field observation) การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory research) โดยผู้วิจัยขอเสนอในประเด็นดังต่อไปนี้

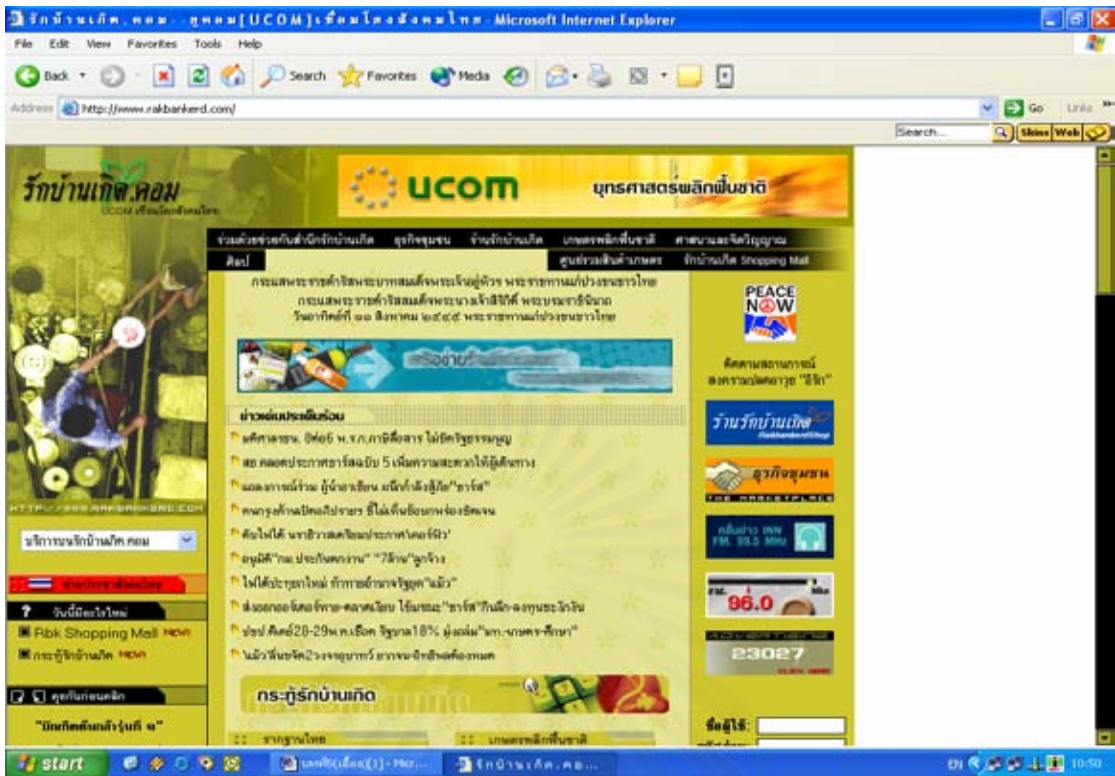
5.1 ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต (www.rakbankerd.com)

ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ข้อมูลต่าง ๆ จากในส่วนนี้เป็นหลักการ รายละเอียด ของ www.rakbankerd.com ที่ปรากฏเป็นในรูป web site และส่วนหนึ่งเป็นในรูปของการจัดพิมพ์ในรูปแบบ

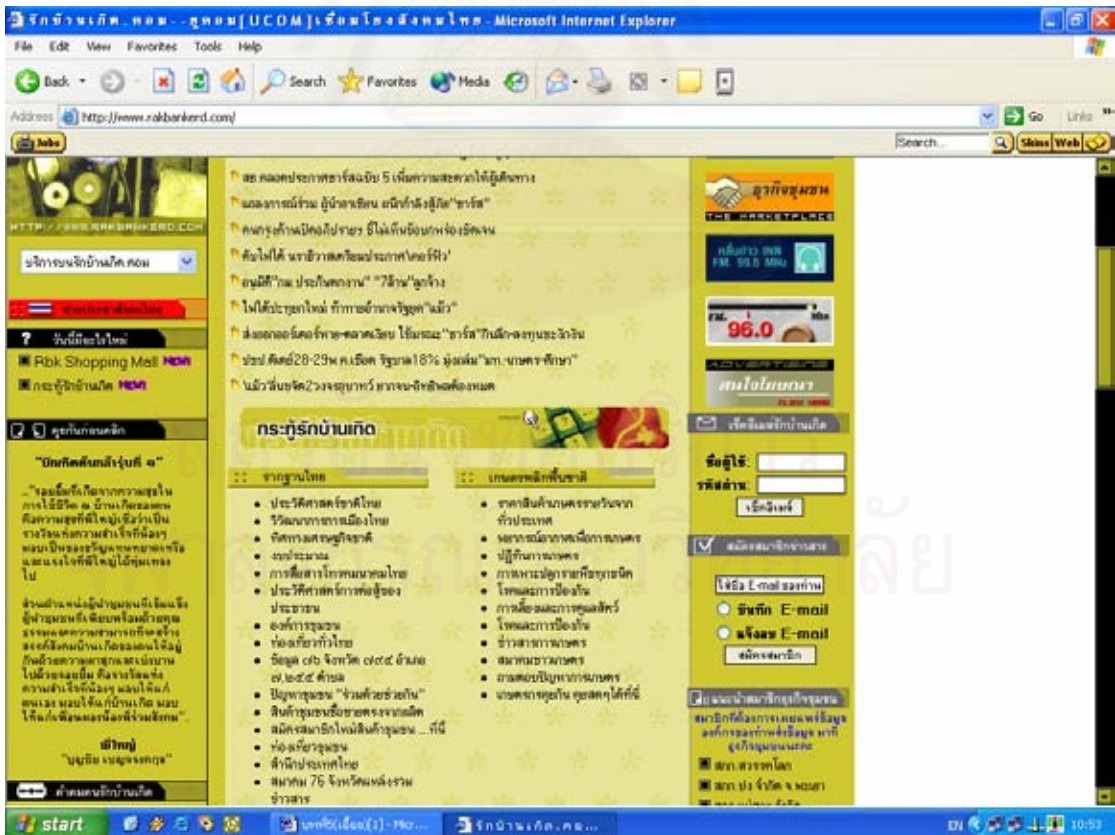
อาจกล่าวได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตในชื่อที่ว่า www.rakbankerd.com ซึ่งเป็นของ บริษัทยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน)หรือ ยูคอม ที่ติดตั้งอยู่ที่สหกรณ์การเกษตรในตำบลชุมชน จำนวน 169 ชุมชน เพื่อใช้ในการช่วยเหลือและสนับสนุนการดำเนินการธุรกิจการเกษตรของชุมชน ก็คือการนำเอาเทคโนโลยีสื่อใหม่ (New Media Technology) มาใช้ในการสื่อสารเพื่อ

การพัฒนาชุมชน โดยการสื่อสารนี้เป็นระบบการสื่อสารที่ผ่านตัวกลางอย่างคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated-Communication : CMC) ซึ่งการสื่อสารแบบนี้ใหม่เป็นปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม โดยเฉพาะการพัฒนาชุมชน เพราะด้วยลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากสื่ออื่น ทำให้ส่งผลต่อการขยายประสบการณ์ของผู้รับสารเอง และจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชน การวิเคราะห์ถึงเนื้อหาใน www.rakbankerd.com เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นโดยบริษัทยูคอม ซึ่งเนื้อหาภายในจะเกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตรกรรมโดยเน้นความเป็นตลาดสินค้ามากกว่าเน้นภาพลักษณ์ขององค์กรต่าง ๆ ที่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายองค์กร การเข้าใช้งานในเว็บไซต์นี้ ทุกคนสามารถเข้าไปดูได้โดยพิมพ์ชื่อเว็บไซต์ และเข้าไปดูข้อมูลได้โดยตรงเลย แต่กรณีของชุมชนที่ยูคอมได้เข้าไปติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตให้นี้ สามารถเข้าเว็บไซต์โดยไม่ต้องเสียค่าเชื่อมโยงเนื่องจากใช้ระบบออนไลน์จากบริษัท ในกรณีของชุมชนบ้านลาด ปัจจุบันสามารถเข้าชมเว็บไซต์รักบ้านเกิดดอทคอมได้โดยไม่ต้องเสียค่าชั่วโมง ทั้งนี้บริษัท ยูคอมได้ใช้เทคโนโลยีออนไลน์ที่มีอยู่แล้วเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจอย่างแท้จริง เมื่อกล่าวถึงเหตุผลของการศึกษาเว็บไซต์รักบ้านเกิดดอทคอมแล้ว คงจะต้องทำความเข้าใจศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะของ www.rakbankerd.com ดังนั้นจึงคงต้องทำความเข้าใจก่อนว่าภายใน www.rakbankerd.com นั้นมีเนื้อหาอะไรบ้างและแต่ละส่วนนั้นมีความสอดคล้องกับทฤษฎี สื่อใหม่อย่างการสื่อสารที่ผ่านตัวกลางอย่างคอมพิวเตอร์ (CMC) ได้อย่างไรบ้าง ตามด้านล่างนี้ โดยผู้วิจัยจะวิเคราะห์ให้เห็นโครงสร้างของเว็บไซต์ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

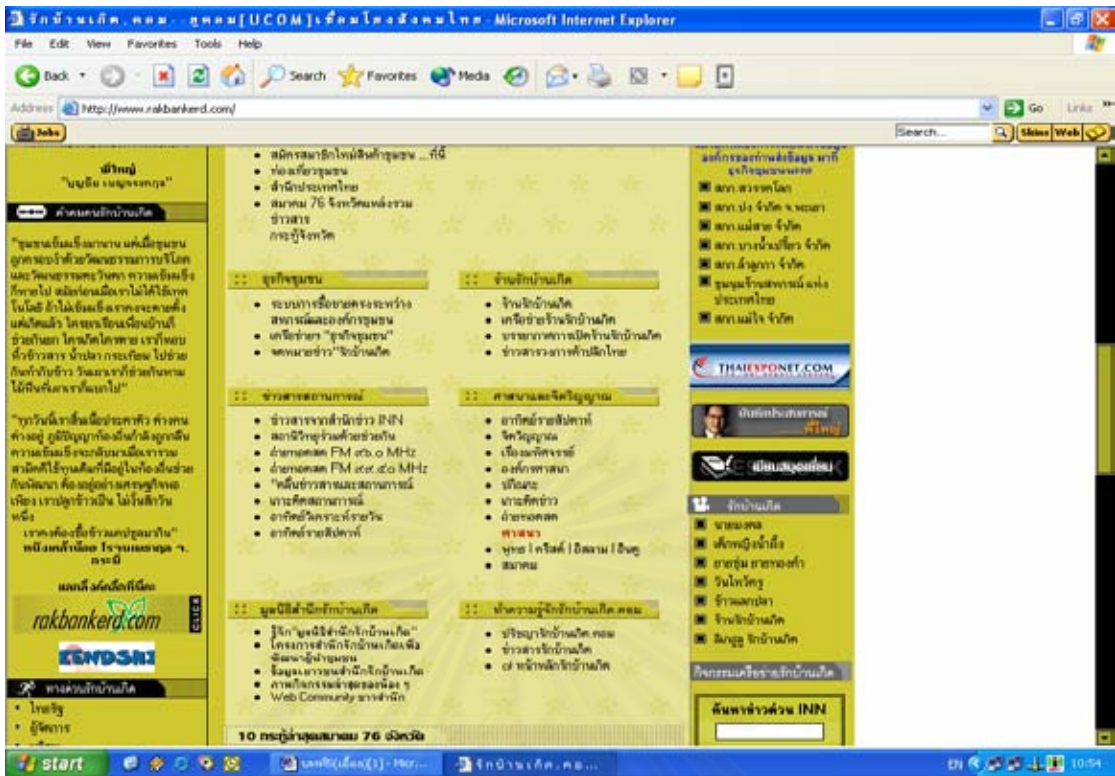
www.rakbankerd.com มีลักษณะเป็น Individualise / Demassified กล่าวคือด้วยความก้าวหน้าของสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกชมข่าวสารได้ตามความชอบของตนเอง ซึ่งใน www.rakbankerd.com ก็ได้แบ่งย่อยส่วนต่าง ๆ ตามความสนใจของผู้ใช้สาร ชาวเด่นประเด็นร้อน เป็นการรวบรวมประเด็นข่าวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะข่าวเศรษฐกิจมหภาค และข่าวการเมืองทั่วไป เช่นหัวข้อ “เตือนภัยสัญญาณร้ายส่งออก” , “ธีรยุทธ บุญมีวิเคราะห์สังคมไทยยุค “ทักษิณนวัต”” ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์แก่ชุมชนต่าง ๆ ในการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเอง



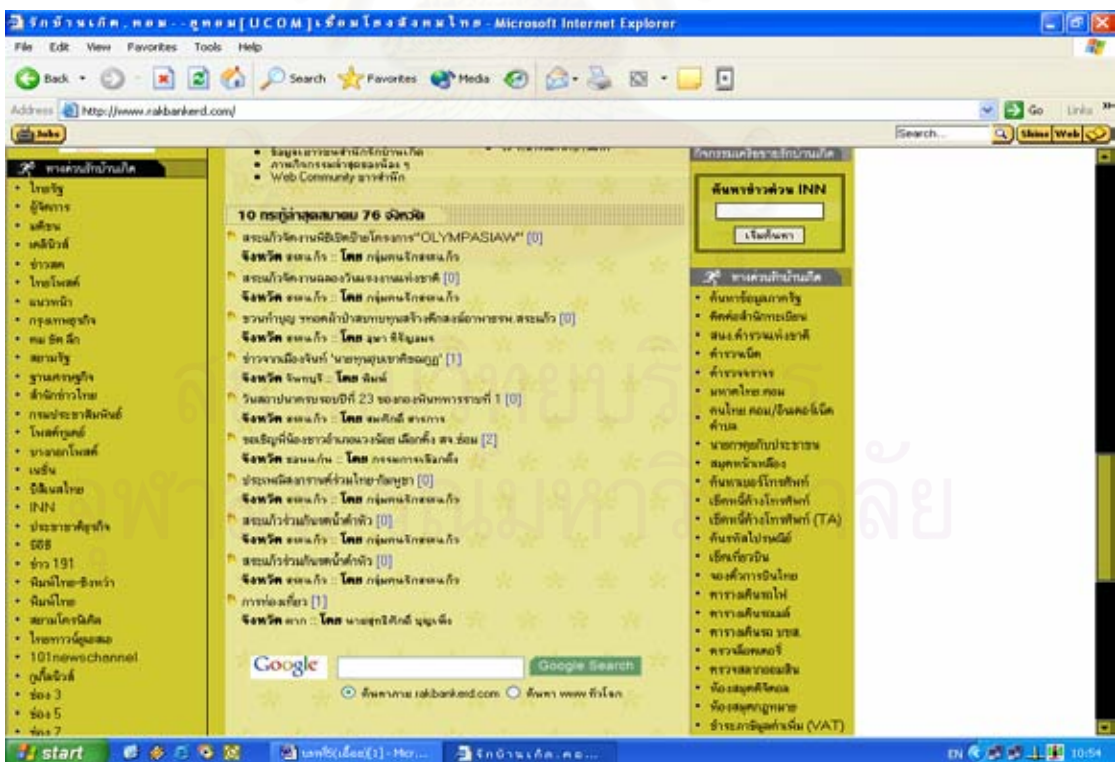
ภาพที่ 18 แสดง รายละเอียดข้อมูลในหัวข้อข่าวเด่นประเด็นร้อน



ภาพที่ 19 แสดง ข้อมูลรายละเอียดในหัวข้อรากฐานไทยและเกษตรพลิกพื้นชาติ



ภาพที่ 20 แสดงรายละเอียดข้อมูลในหัวข้อธุรกิจชุมชน ร้านรักบ้านเกิด ชาวสารสถานการณ ศาสนาและจิตวิญญาณ มูลนิธิสำนักรักบ้านเกิด ทำความรู้อักบ้านเกิด.คอม



ภาพที่ 21 แสดงรายละเอียดข้อมูลในหัวข้อกระทู้รักบ้านเกิด

- ข่าวสารสถานการณ์

เป็นส่วนที่เชื่อมต่อไปถึง web site อื่น ๆ ที่เป็นพันธมิตร เช่น สำนักข่าว INN, สถาบันวิทยุร่วมด้วยช่วยกัน, การถ่ายทอดสด FM 96.0 MHz, FM 99.50 MHz., คลื่นข่าวสารและสถานการณ์, เกาะติดสถานการณ์, อาทิตยวิเคราะห์รายวัน, อาทิตยรายสัปดาห์ ซึ่งเมื่อมองแล้วถึงแม้การเชื่อมต่อไปสู่ web site อื่นอาจมีไม่หลากหลายนัก แต่หลาย web site ที่มีอยู่ ก็เป็น website ที่น่าสนใจ เช่นการเชื่อมโยงหรือสร้างเครือข่ายร่วมกับ สถานีวิทยุร่วมด้วยช่วยกัน ที่ปัจจุบันนับว่าเป็นเครือข่ายทางผู้ฟังวิทยุที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศ

จากข้อมูลที่พบในหัวข้อข่าวสารสถานการณ์จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในหลายด้านทั้งด้านความรู้ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน โดยมีหัวข้อที่ผู้สนใจสามารถเลือกดูได้รวมทั้งเรื่องการเมืองด้วย

- รากฐานไทย

เป็นส่วนที่บอกข้อมูลเกี่ยวกับ ความเป็นประเทศไทย ในหลายหลากแง่มุม เช่น ประวัติศาสตร์ (ประวัติศาสตร์ชาติไทย, ประวัติศาสตร์การต่อสู้ของชุมชน) การเมือง (วิวัฒนาการการเมืองไทย, สำนักประเทศไทย) เศรษฐกิจ (ทิศทางเศรษฐกิจชาติ, งบประมาณ) การท่องเที่ยว (ท่องเที่ยวทั่วไป, ท่องเที่ยวชุมชน) จังหวัดและชุมชนต่างๆ (องค์การชุมชน, ข้อมูล 76 จังหวัด 795 อำเภอ 7,255 ตำบล, ปัญหาชุมชน “ร่วมด้วยช่วยกัน”, สินค้าชุมชนซื้อขายตรงจากผลผลิต, สมัครสมาชิกใหม่สินค้าชุมชน...ที่นี่, สมาคม 76 จังหวัด แหล่งรวมข่าวสารกระทุ้งจังหวัด) การใช้งบประมาณทุกพื้นที่ทั่วประเทศในระดับกระทรวง ทบวง กรมและงบประมาณพัฒนาจังหวัด ตรวจสอบและพัฒนากองทุนหมู่บ้าน กองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร ในส่วนของ “รากฐานไทย” นอกจะเป็นการบอกเรื่องราว ของความเป็นคนไทย ยังมีรายละเอียดในเรื่องของจังหวัดและชุมชน ที่น่าสนใจ เพราะได้รวมถึงเรื่องของการซื้อขายสินค้าชุมชนไว้ด้วย และสามารถเป็นช่องทางให้ปัญหาชุมชนห่างไกลส่งตรงถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อให้เกิดการแก้ไข

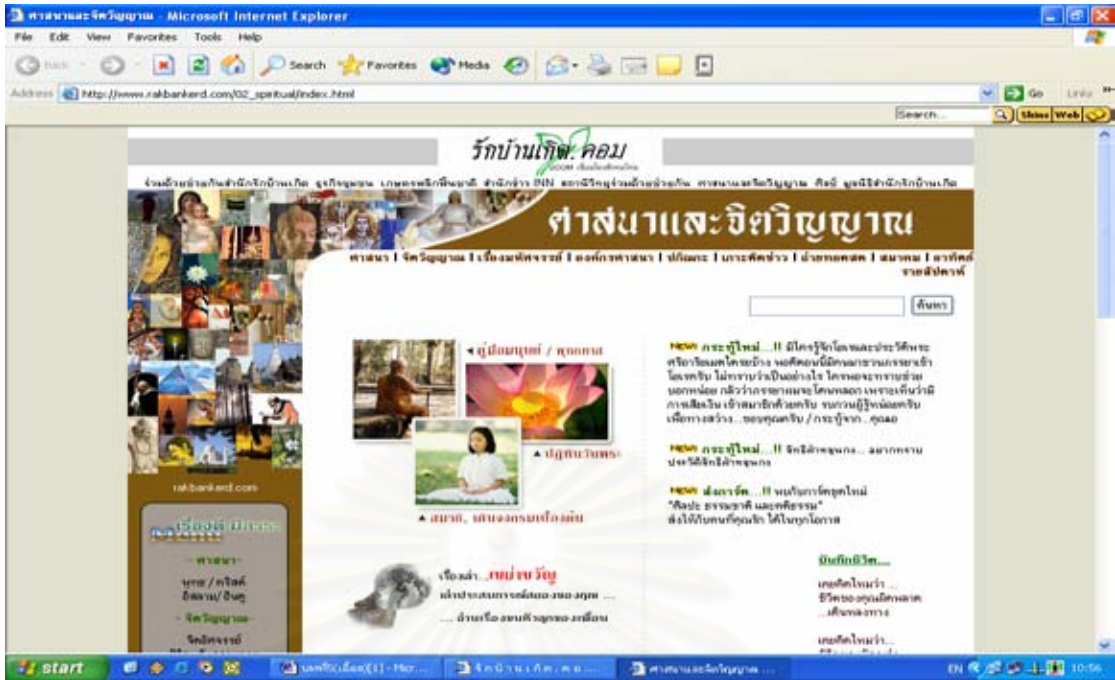


ภาพที่ 22 แสดงตัวอย่างรายละเอียดประเด็นย่อยในรากฐานไทยที่ถูกจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่

ในหัวข้อนี้จะมีข้อมูลมากมายในประเทศไทย ในเรื่องสินค้าชุมชนจะปรากฏรูปภาพและรายละเอียดของสินค้าว่าผลิตโดยชุมชนใด เพื่อเป็นการเผยแพร่ให้ชุมชนอื่นๆ ได้ทราบข้อมูล ซึ่งสามารถเป็นประโยชน์กับชุมชนบ้านลาดได้ถ้าคนในชุมชนมีสินค้าที่ต้องการเผยแพร่ ก็สามารถติดต่อให้หน่วยงานของบริษัทยูคอม ทำการบรรจุรายละเอียดสินค้าลงในเว็บไซต์ได้

- ศาสนาและจิตวิญญาณ

เช่นเดียวกันกับในส่วนของ “รากฐานไทย” ส่วนนี้ของ web site ได้รวบรวม และเชื่อมโยง ไปสู่ web site อื่นๆ ที่เสนอเรื่องราวของศาสนาต่างๆ แต่ที่น่าสนใจก็คือการมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับจิตวิญญาณ เรื่องมหัศจรรย์ สอดแทรกเข้ามา ผลักดันให้ความเชื่อเรื่องวิญญาณที่เกี่ยวกับศาสนาให้เป็นที่ยอมรับของผู้คนในสังคม เพื่อไปสู่การโน้มน้าวให้ผู้คนมุ่งทำความดี ละเว้นความชั่ว เชื่อในผลแห่งบุญและเกรงกลัวต่อบาปกรรม ทำให้ทุกศาสนาในโลกเป็นสากล ไม่มีการแบ่งแยกกันในเรื่องจิตวิญญาณ เชื่อมโยงให้ผู้คนเป็นหนึ่งเดียวด้วยจิตวิญญาณ ถ่ายทอดพิธีกรรมทางศาสนา รวมทั้งเป็นเวทีแลกเปลี่ยนแนวความคิด และความเชื่อในเรื่องของศาสนาจิตวิญญาณและการสร้างสมความดีในหน้า Chatroom และกระดานข่าว



ภาพที่ 23 แสดงตัวอย่างรายละเอียดในหน้าศาสนาและจิตวิญญาณ

ในเรื่องศาสนาและจิตวิญญาณนี้จะช่วยพัฒนาในแง่สังคม เนื่องจากคนในชุมชนสามารถศึกษาถึงความเป็นมา หลักคำสอนทางศาสนาได้ อันจะทำให้รู้จักกับผิดชอบชั่วดี ในการดำรงชีวิตและการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

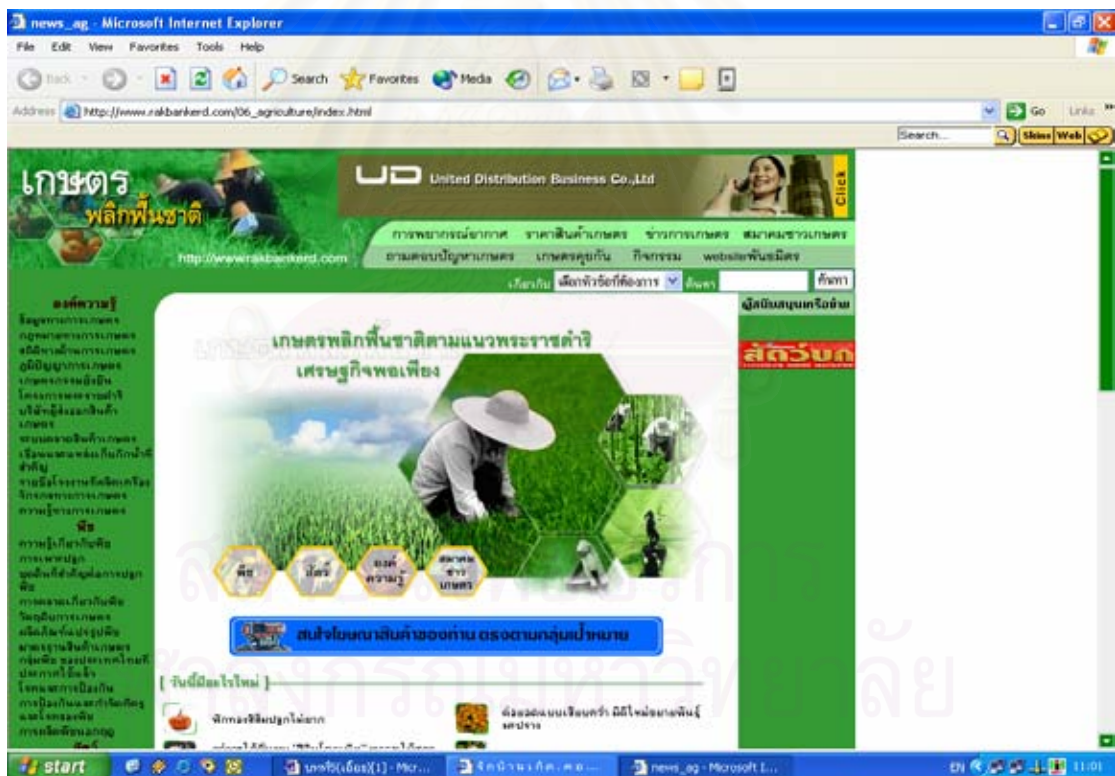
- เกษตรพลิกฟื้นชาติ

เป็นการบอกกล่าวข้อมูลที่มีความจำเป็นต่อเกษตรกร เช่น “ราคาสินค้าเกษตรรายวันจากทั่วประเทศ”, “พยากรณ์อากาศเพื่อการเกษตร”, “ปฏิทินการเกษตร”, การเพาะปลูกพืชทุกชนิด”, “โรคและการป้องกัน”, “ข่าวสารการเกษตร”, “สมาคมชาวเกษตร”, “ถามตอบปัญหาการเกษตร”, “เกษตรคุยกัน” อาจกล่าวได้ว่าผู้อ่านที่เป็นเกษตรกร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลนี้ได้เป็นอย่างดี เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตผลของตนเองหรือของชุมชน ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้เป็นตัวอย่างที่ดีในการสะท้อนแนวคิดในลักษณะ Asynchronous nature of new communication ที่ข้อความ ข่าวสารจะมีลักษณะแบ่งแยกเป็นส่วนๆ ซึ่งผู้ใช้สารจะสามารถเรียกดูข่าวสารต่างๆ ได้ตามลำดับความสนใจของตนเอง แล้วจึงนำเอาข้อมูลต่างๆ ที่อ่านนั้นมาปะติดปะต่อเป็นเรื่องราวตามที่ต้องการ โดยเฉพาะในเรื่องการจัดการด้านการเกษตร เชื่อมโยงเกษตรกรและองค์กรภาคเกษตรเข้าหากัน ประชาชนภาคเกษตรสามารถถามปัญหาเกี่ยวกับเกษตร โดยมี

นักวิชาการจากหน่วยงานเกษตรภาครัฐเป็นผู้ตอบคำถาม
ประกอบด้วย

การนำเสนอข้อมูล

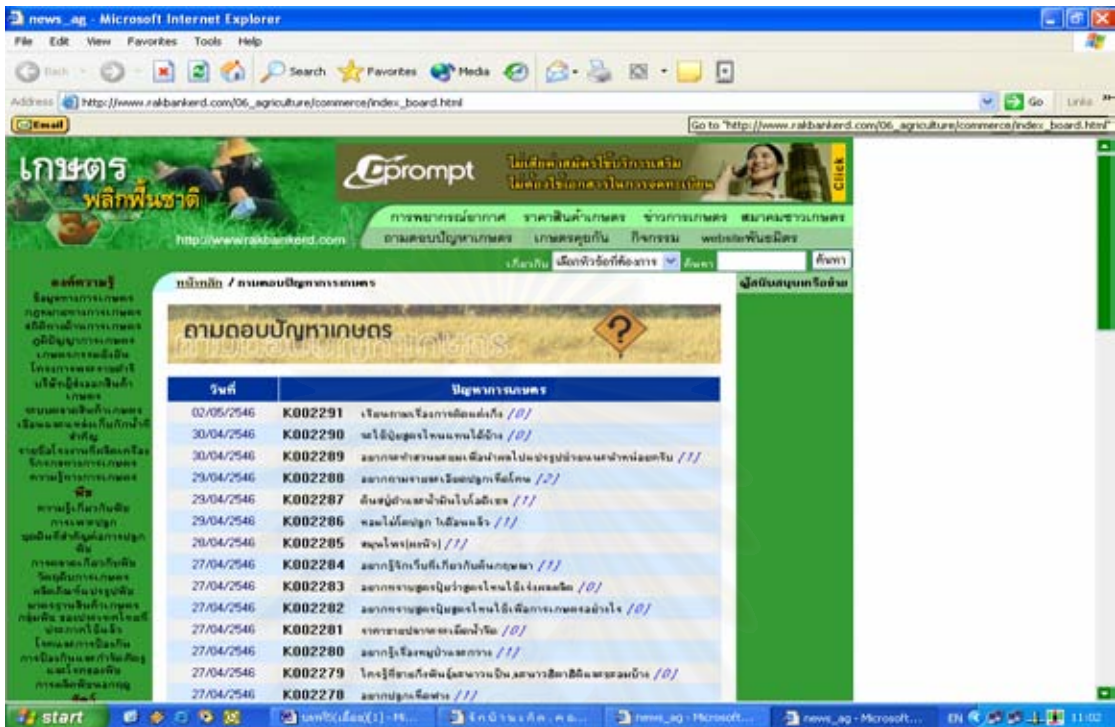
1. ข้อมูลข่าวสาร วิชาการด้านการเกษตรทั้งพืชและสัตว์
2. ข้อมูลการเกษตรครบวงจร โครงการเกษตร โครงการในพระราชดำริ ข้อมูล
ทฤษฎีใหม่ โครงการพักชำระหนี้เกษตรกร ภูมิปัญญาชาวบ้าน
3. ข้อมูลแหล่งเงินทุนการเกษตร กฎหมายการเกษตร
4. ตรวจสอบราคาผลผลิตการเกษตรจากตลาดกลาง 4 ภาคในประเทศและ
ตรวจสอบราคาจากตลาดโลก พร้อมแหล่งรับซื้อสินค้าเกษตร
5. ถามมา-ตอบไป โดยนักวิชาการเกษตรเฉพาะทาง
6. ตรวจสอบสภาพอากาศ และการพยากรณ์อากาศเพื่อการเกษตร
7. ปฏิทินการเกษตร ฤดูกาลเพาะปลูก ดูแล เก็บเกี่ยว
8. พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร



ภาพที่ 24 แสดงรายละเอียดเนื้อหาในหัวข้อเกษตรพลิกฟื้นชาติ

ในประเด็นหัวข้อเกษตรพลิกฟื้นชาติเกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจการเกษตรของ
ชุมชน เนื่องจากคนในชุมชนสามารถที่จะหาข้อมูลข่าวสารในทุก ๆ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับ

การเกษตรในหน้านี้ และจะเชื่อมโยงไปยังองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทำให้คนในชุมชนบ้านลาดสามารถนำความรู้ไปทำให้ผลผลิตของตนเองมีการพัฒนาดีขึ้น



ภาพที่ 25 แสดงตัวอย่างคำถามในหน้าถามตอบปัญหาเกษตร ในหัวข้อเกษตรปลูกพืชผัก

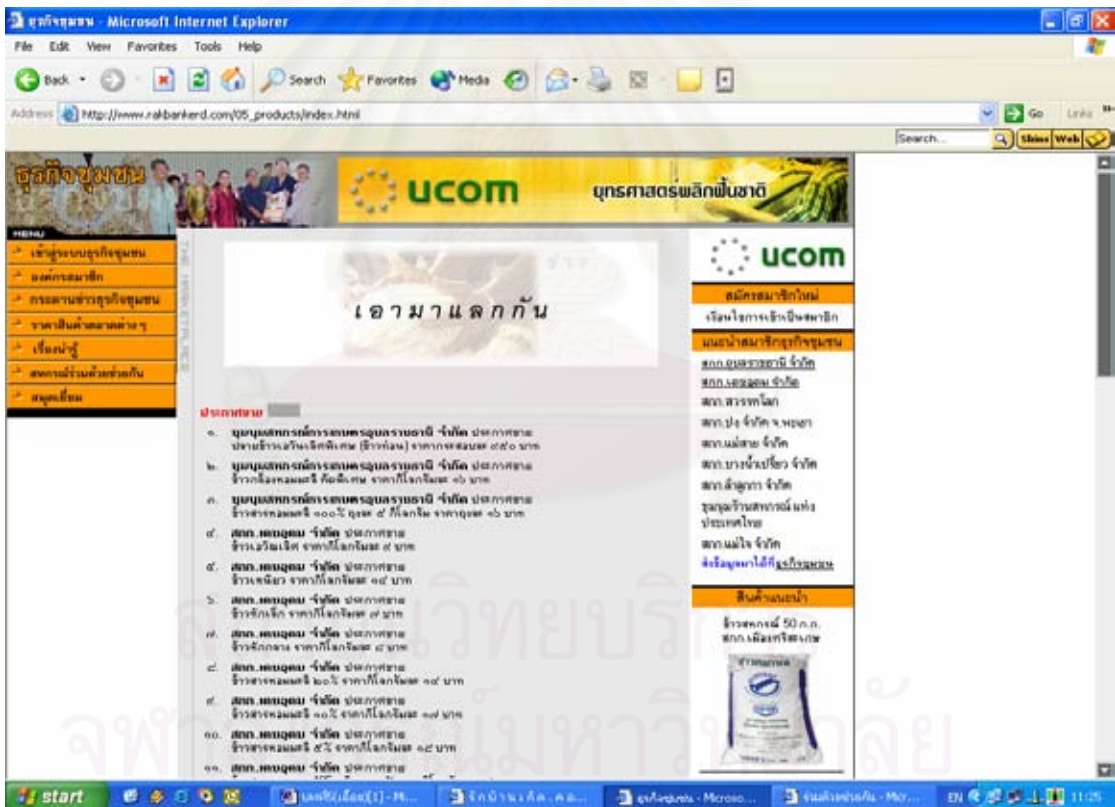
- ธุรกิจชุมชน

อาจกล่าวได้ว่าส่วนนี้ เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดใน www.rakbankerd.com เพราะเป็นส่วนที่เกี่ยวกับธุรกิจชุมชนโดยตรง เช่น ระบบการซื้อขายตรงระหว่างสหกรณ์และองค์กรชุมชน ที่สหกรณ์เกษตรสามารถนำสินค้าของชุมชนมาเสนอซื้อหรือเสนอขาย หรือนำมาแลกเปลี่ยนสินค้ากับชุมชนอื่นได้ กล่าวในอีกด้านหนึ่ง ก็คือการพยายามหาตลาดใหม่หรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับสินค้าชุมชน ซึ่งเป็นที่รับรู้กันว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจชุมชน เมื่อมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าผ่านสื่อกลางอย่าง www.rakbankerd.com ก็ย่อมตัดปัญหาการตัดราคาจากคนกลางได้ นอกจากนี้ในส่วนของ “ธุรกิจชุมชน” ยังมีรายละเอียดของ “เครือข่ายธุรกิจชุมชน” ซึ่งก็คือสหกรณ์การเกษตรทั้งหลายที่ติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตแล้ว และส่วนของ “จดหมายข่าวรักบ้านเกิด” ที่เป็นเรื่องราวความเคลื่อนไหวของร้านรักบ้านเกิดที่น่าสนใจโดยมีระบบดังนี้

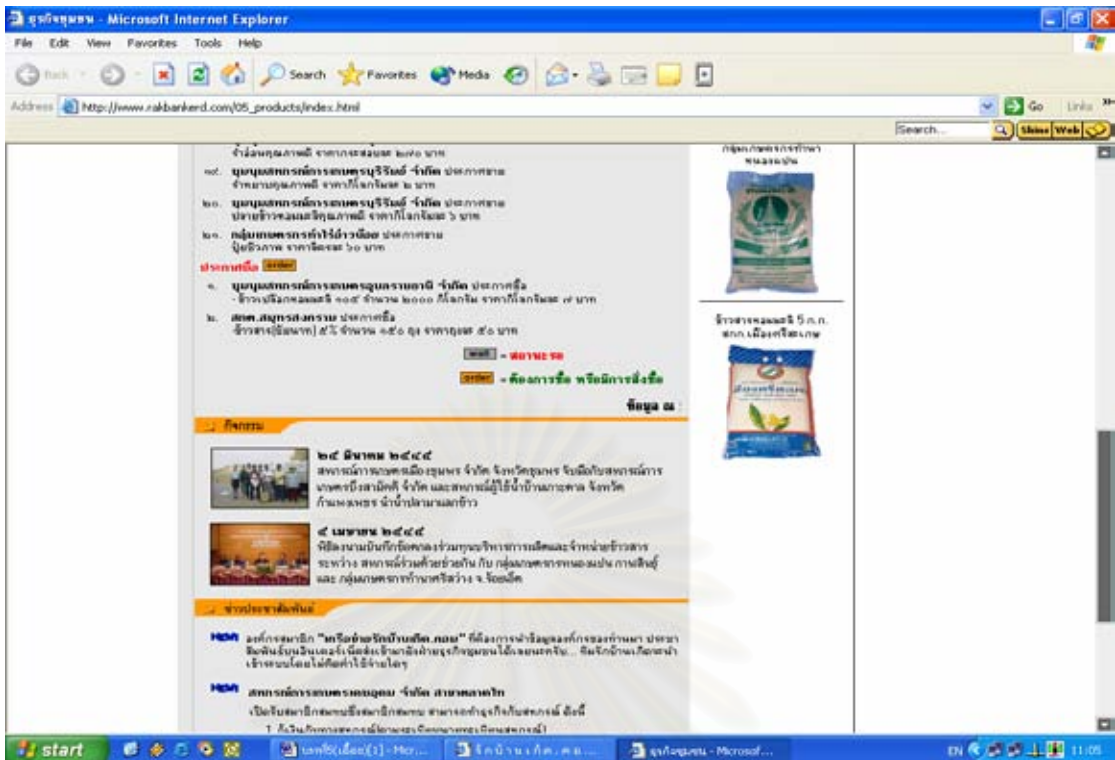
- ระบบซื้อขายสินค้าเกษตร รูปแบบใหม่ ส่งเสริมการติดต่อค้าขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ผลิตโดยตรง ลดส่วนต่างของราคาสินค้า ลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง

- เพิ่มช่องทางค้าขายให้กับองค์กรชุมชน เพื่อให้การตลาดสินค้าภายในประเทศเข้มแข็ง ลดการพึ่งพาดตลาดต่างประเทศ หรือลดการผลิตเพื่อส่งออกเพียงอย่างเดียว
- ระบบการซื้อขายลดค่าใช้จ่ายด้านเอกสาร
- ระบบการซื้อขายส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้ากับสินค้า
- ระบบการซื้อขายรองรับ การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร

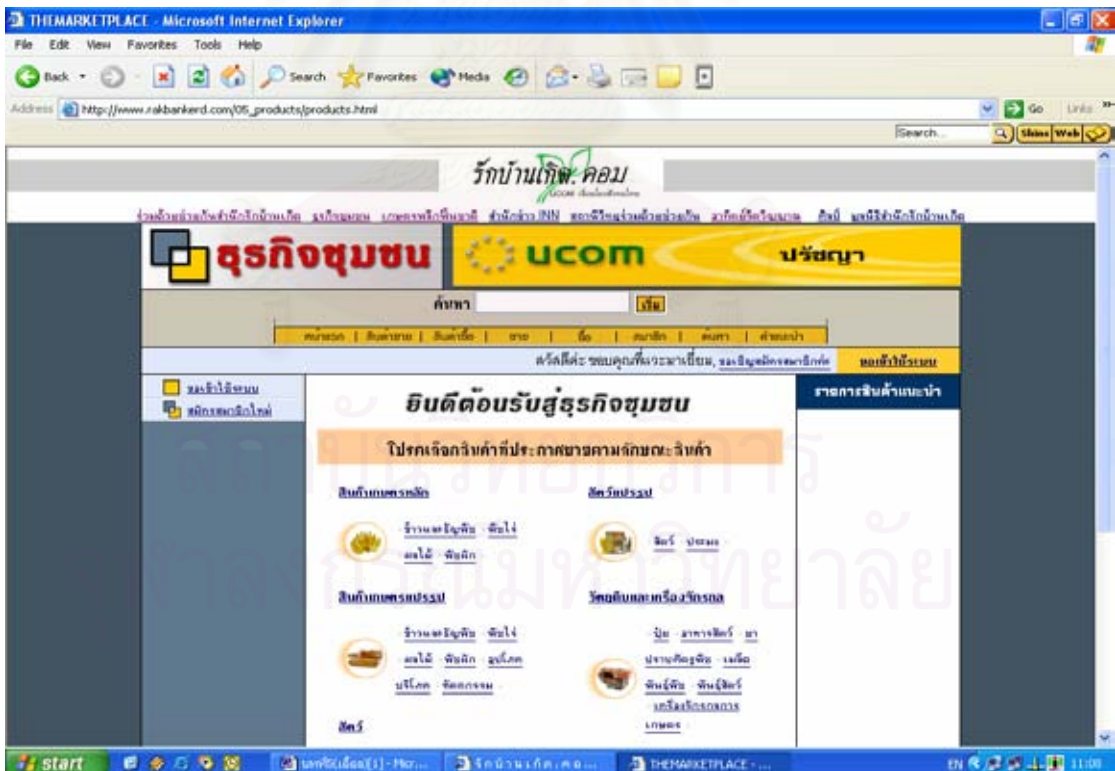
หน้าธุรกิจชุมชนนี้ผู้ที่ทำการซื้อขายได้จะต้องสมัครเป็นสมาชิกกับทางบริษัท ยูคอม ก่อน ถึงจะสามารถซื้อขายผ่านเว็บไซต์ได้ ซึ่งสหกรณ์บ้านลาดก็เป็นองค์กรหนึ่งที่เป็นสมาชิกแล้ว และได้มีการทำการซื้อขายผ่านเว็บไซต์นี้แล้วก่อให้เกิดการกระทำธุรกรรมทางการค้า ดังนั้นหน้าธุรกิจชุมชนจึงเปรียบเสมือนเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าโดยผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์



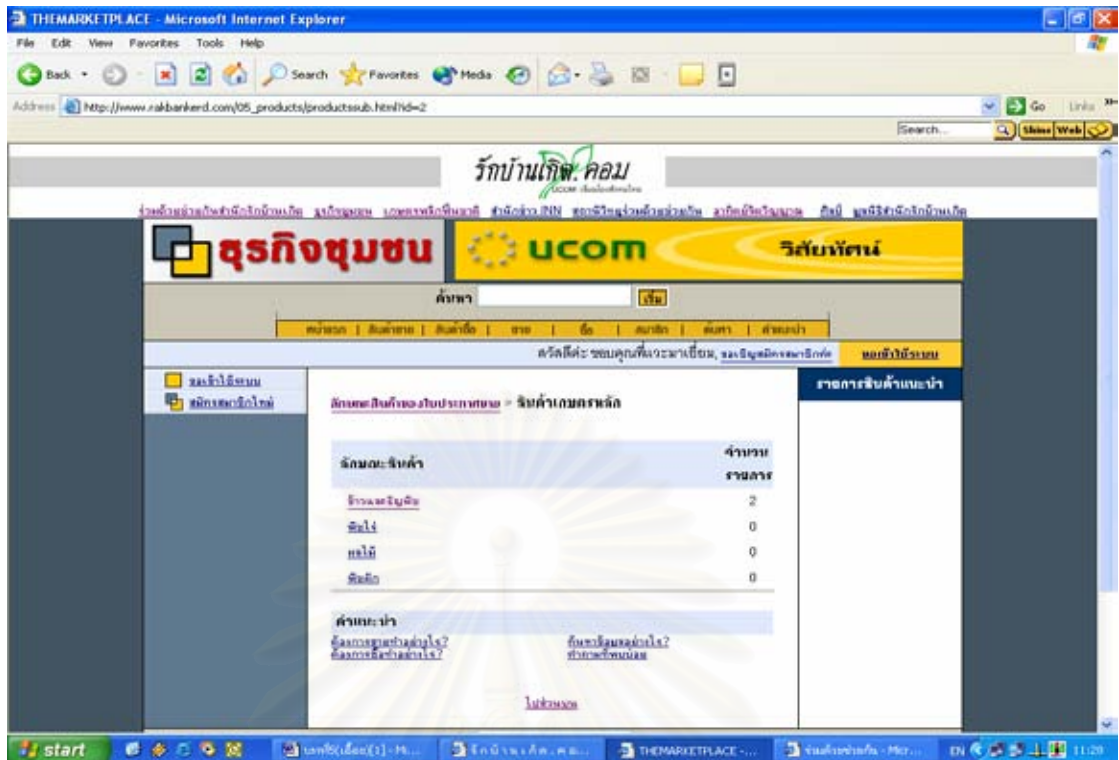
ภาพที่ 26 แสดงรายการขายสินค้าขององค์กรสมาชิก



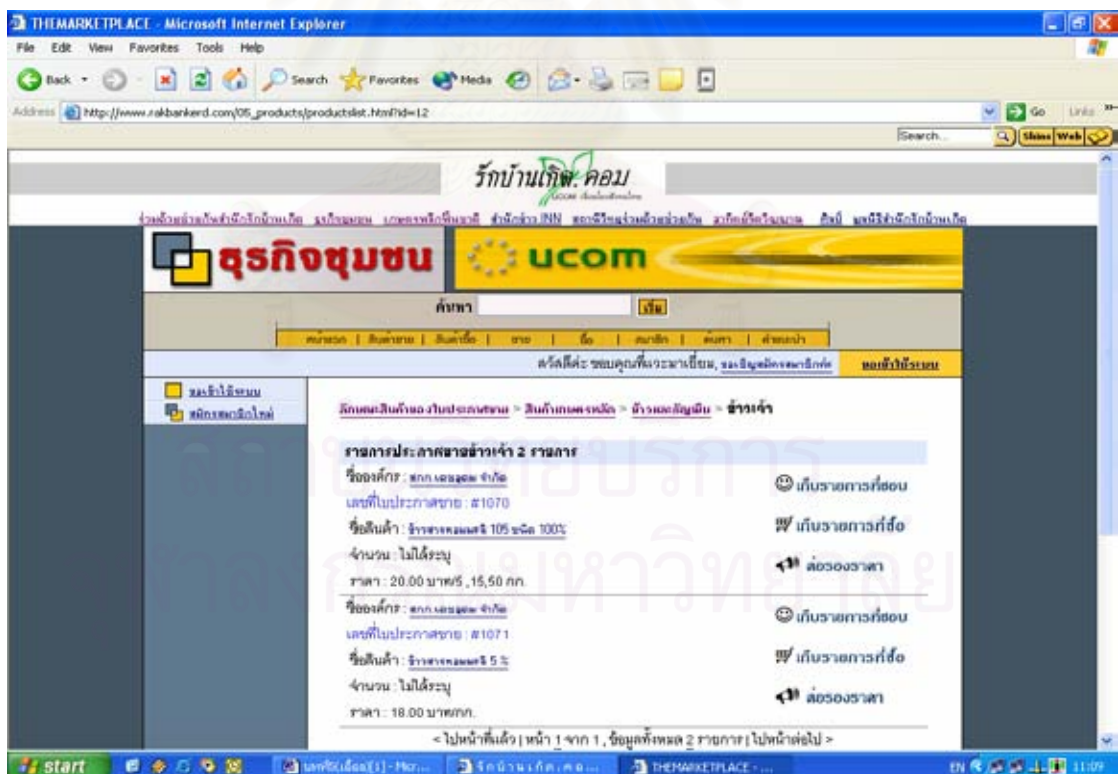
ภาพที่ 27 แสดงรายการประกาศซื้อขององค์กรธรรมาภิบาล



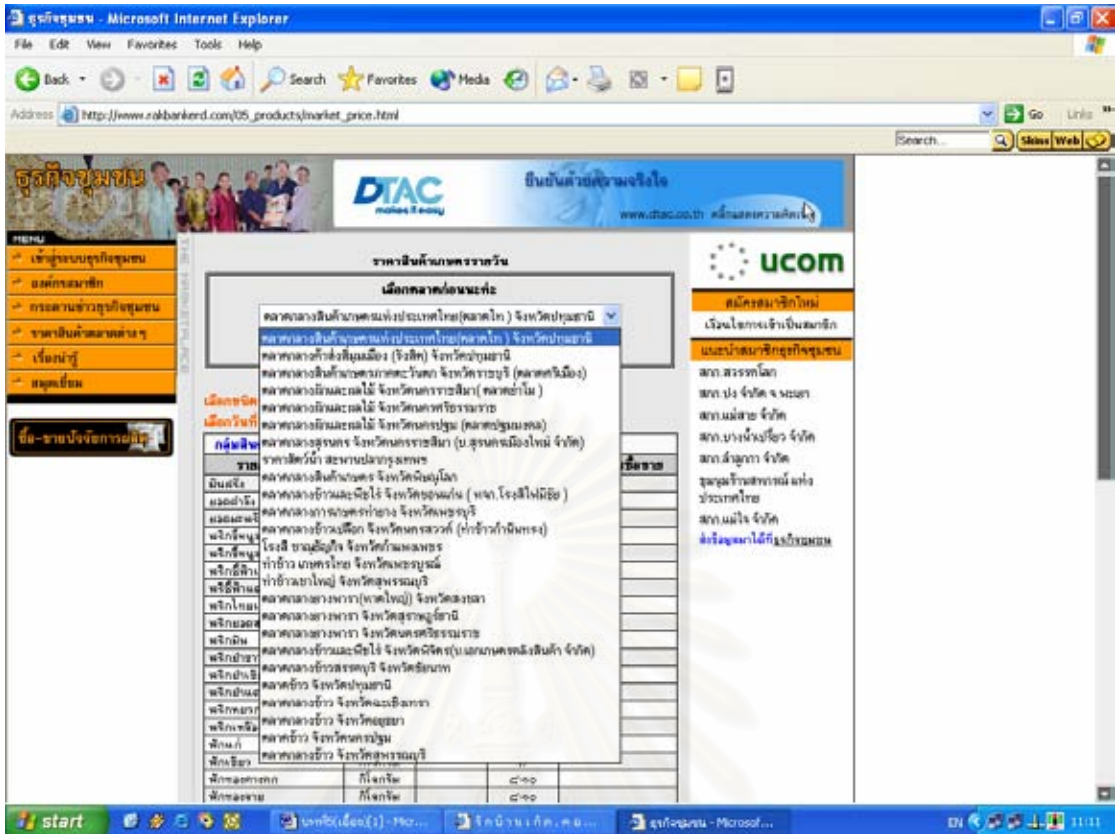
ภาพที่ 28 แสดงรายละเอียดสินค้าหลังจากเลือกหัวข้อเข้าสู่ระบบธรรมาภิบาลและสินค้าขาย



ภาพที่ 29 แสดงรายการสินค้าที่เลือกจากหัวข้อสินค้าขายประเภทสินค้าเกษตรหลัก



ภาพที่ 30 แสดงรายละเอียดข้อมูลสินค้าหลังจากเลือกหัวข้อข้าวและธัญพืช และสินค้าข้าวเจ้า



ภาพที่ 31 แสดงรายละเอียดตลาดสินค้าที่จะเลือกดูราคาสินค้า

- **ร้านรักบ้านเกิด**

เป็นรายละเอียดของร้านค้าสะดวกซื้อที่ชื่อ “รักบ้านเกิด” พร้อมทั้งเครือข่ายของร้านทั่วประเทศ โดยมีภาพบรรยากาศของการเปิดร้านให้ดูด้วย และยังมีข่าวสารของวงการค้าปลีกของไทยด้วย อาจกล่าวได้ว่าเป็นส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนมากนัก แต่เป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์ร้านรักบ้านเกิดมากกว่า แต่ถ้าจะมีความเกี่ยวโยงกันอยู่บ้างระหว่างร้านรักบ้านเกิดกับชุมชนก็คือ สหกรณ์การเกษตรเกือบทั้งหมดทั่วประเทศ กำลังจะมีร้านรักบ้านเกิดเปิดอยู่ภายในตัวสหกรณ์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่น่าสนใจ

ในชุมชนอำเภอบ้านลาดมีร้านรักบ้านเกิดไปเปิดทำการอยู่ในสหกรณ์ ทำธุรกิจขายสินค้าปลีกให้แก่ชุมชนในราคาที่ย่อมเยา ทำให้คนในชุมชนสะดวกเวลามาติดต่องานกับสหกรณ์ก็สามารถซื้อสินค้าเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่จำเป็นได้

- **มูลนิธิสำนักรักบ้านเกิด**

การบอกเล่าข้อมูลของมูลนิธิรักบ้านเกิด และโครงการ “สำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน” เป็นโครงการที่สนับสนุนให้ทุนแก่นักเรียนในระดับอุดมศึกษา เมื่อจบการศึกษาแล้วให้กลับไปที่บ้านเกิดของตัวเองเพื่อพัฒนาชุมชนของตัวเองให้ดีขึ้น เป็นการกระจายโอกาสทางการศึกษาสู่เยาวชนทั่วประเทศพร้อม ๆ กับการปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีงาม รักในถิ่นฐานบ้านเกิด อีกทั้งยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนทัศนคติ ความคิด ความตั้งใจของเยาวชน เป็นช่องทางสื่อสารระหว่างเยาวชน เชื่อมโยงความสัมพันธ์ฉันพี่น้อง นอกจากนี้รายละเอียดของโครงการนี้แล้ว ยังมีภาพกิจกรรมต่างๆที่เสริมศักยภาพการพัฒนาเยาวชนให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพ และยังมีกระดานสนทนาของเยาวชนในโครงการ หรือผู้ที่สนใจอื่นๆ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันด้วย

คนในชุมชนบ้านลาดสามารถรับทราบข้อมูลและสามารถให้บุตรหลานของตนเข้ารับสมัครเพื่อคัดเลือกเป็นนักเรียนในโครงการสำนักรักบ้านเกิดได้ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เยาวชนมีการศึกษาที่ดี และนำความรู้กลับไปเพื่อพัฒนาบ้านเกิดของตน

- ทำความรู้จักรักบ้านเกิด.คอม

รายละเอียดเกี่ยวกับ website www.rakbankerd.com ปรัชญาการก่อตั้ง ข่าวสารการเคลื่อนไหวต่างๆ และการอธิบายหน้าต่างๆ ของ website

- บอร์ดข่าวสาร

ส่วนที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารสามารถส่งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่างๆ มาบอกกล่าวให้บุคคลทั่วไปได้รับทราบ เช่นเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2546 ก็มีข่าวสารอยู่ 3 ข่าว คือ “การปฏิรูประบบราชการ”, การขอเชิญร่วมงาน “ร่วมด้วยช่วยกัน กู้เศรษฐกิจชุมชน จ.ปัตตานี” โดยคุณจิระศักดิ์ และรักบ้านเกิด.คอม และ “แถลงการณ์ ต่อชีวิต ต่อลมหายใจให้คนแม่มูนต้องเปิดเขื่อนปากมูลอย่างถาวร” โดยสมัชชาคนจน เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าเรื่องราวของการเมืองอยู่มาก โดยเฉพาะการเมืองที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งเมื่อมองอีกแง่หนึ่งแล้ว www.rakbankerd.com ก็คือช่องทางสื่อสารในอีกรูปแบบหนึ่งที่กลุ่มบุคคลใช้เพื่อทำการสื่อสารกับชุมชนในเรื่องราวที่ต้องการ

- 10 กระตุล่ำสุดของสมาชิก 76 จังหวัด

ส่วนนี้เปรียบเสมือนเวทีชุมชน (public sphere) ที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ด้วกันได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนความเป็น การสื่อสารสองทางของสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะ ลักษณะ Interactive ของสื่อ ความสามารถในการโต้ตอบกันระหว่าง 2 ฝ่ายภายใน www.rakbankerd.com หรือการเอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง เป็นลักษณะที่ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตนี้ แตกต่างจาก สื่ออื่นๆ ที่เคยใช้มา ซึ่งใน www.rakbankerd.com ก็ได้มีการใช้โปรแกรม (software) ในการทำให้เกิดการโต้ตอบโดยฉับพลัน อยู่ในหลายๆ ส่วน หรือการสื่อสารกับผู้จัดทำ website ในนาม webmaster@rakbankerd.com ที่ผู้รับสารสามารถส่งข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหา ภายใน website กลับไปสู่ผู้ส่งสารได้โดยทันที (อาจจะไม่ทันทีเหมือนการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่ก็สะดวกและง่ายกว่าการสื่อสารประเภทอื่นๆ)

คนในชุมชนบ้านลาดสามารถให้ความคิดเห็น ถามตอบในหน้านี้ได้ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาโดยทั่วไป หรือธุรกิจการเกษตรของชุมชน

- รายชื่อเครือข่ายองค์กร

เป็นรายชื่อขององค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน แต่ส่วนใหญ่ในรายชื่อจะเป็นหน่วยงานในภาครัฐ ซึ่งผู้อ่านสามารถเชื่อมโยงไปหาหรือเข้าไปอ่าน website ขององค์กรเหล่านี้ได้

- คำคมคนรักบ้านเกิด

การยกคำพูดที่น่าสนใจโดยเฉพาะในประเด็นการพัฒนาชุมชน และการกลับมาช่วยเหลือชุมชนให้พึ่งตัวเองได้ ซึ่งเป็นแนวความคิดหลักของ website (banner ที่หน้าแรก ก็ตอกย้ำแนวคิดนี้ด้วยคำว่า “UCOM เชื่อมโยงสังคมไทย ยุทธศาสตร์พลิกฟื้นชาติ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”) โดยได้ยกคำพูดของ หนึ่งเค้าน้อย โจรจนเมธากุล จากจังหวัดกระบี่ มาว่า

“ชุมชนเข้มแข็งมานาน แต่เมื่อชุมชนถูกรอบงำด้วยวัฒนธรรมการบริโภคและวัฒนธรรมตะวันตก ความเข้มแข็งก็หายไป สมัยก่อนเมื่อเราไม่ได้ใช้เทคโนโลยี ถ้าไม่เข้มแข็งเราก็คงตายตั้งแต่เกิดแล้ว ใครยกเรือนเพื่อนบ้านก็ช่วยกันยก ใครเกิดใครตาย เรา

ก็หอบหิ้วข้าวสารน้ำปลา กระเทียม ไปช่วยกันทำกับข้าว วันเผาเราก็ช่วยกันหาม ไม้พินที่ เรายเผาเราก็แบกไป”

“ทุกวันนี้เราสิ้นเนื้อประดาตัว ต่างคนต่างอยู่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นกำลังถูกกลืน ความเข้มแข็งจะกลับมา เมื่อเรารวมสามัคคีใช้ทุนเดิมที่มีอยู่ในท้องถิ่นช่วยกันพัฒนา ต้อง อยู่อย่างเศรษฐกิจพอเพียง เราปลูกข้าวเป็น ไม่นับสักวันหนึ่ง เราคงต้องซื้อข้าวแคปซูลมา กิน”

จากองค์ประกอบในโครงสร้างเนื้อหาในเว็บไซต์ www.rakbankerd.com สามารถนำมา อธิบายให้เห็นถึงการเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชนบ้านลาดได้ดังนี้

องค์ประกอบ	การเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชนบ้านลาด
ข้าวเด่นประเด็นร้อน	ใช้เพื่อรับทราบข่าวคราวบ้านเมืองซึ่งอาจมีเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจชุมชน หรือธุรกิจโดยรวมของประเทศที่อาจเป็นประโยชน์ ต่อชุมชน
รากฐานไทย	ใช้เพื่อศึกษาถึงงบประมาณในจังหวัดเพชรบุรีอื่นจะทำให้ ทราบถึงแนวการพัฒนาธุรกิจได้หรือศึกษาสินค้าชุมชนอื่น ๆ รวมทั้งทราบข้อมูลของจังหวัดอื่น ๆ เพื่อที่จะได้นำมาพัฒนา ปรับปรุงให้ชุมชนบ้านลาดมีธุรกิจชุมชนที่ดีขึ้น
เกษตรพลิกฟื้นชาติ	ใช้เพื่อศึกษาข่าวสารการเกษตร การเพาะปลูก รวมทั้งการ ถามตอบปัญหาเกษตร
ธุรกิจชุมชน	ใช้เพื่อเป็นระบบซื้อขายตรงกับสหกรณ์อื่นและองค์กรชุมชน อื่น ๆ ในการนำผลผลิตไปประกาศซื้อหรือขาย ทำให้เพิ่ม ช่องทางทางการตลาด รวมทั้งสามารถทราบถึงเครือข่ายธุรกิจ ชุมชนขององค์กรอื่นด้วย
ร้านรักบ้านเกิด	ใช้เพื่อทราบถึงความเป็นมาของร้านรักบ้านเกิด ซึ่งคนใน ชุมชนบ้านลาดที่สนใจสามารถติดต่อขอรายละเอียดในการ เปิดธุรกิจของตนเองได้ภายใต้ชื่อร้านรักบ้านเกิด เป็นการสร้าง ธุรกิจเริ่มต้นของตนเอง
ข่าวสถานการณ์	ใช้เพื่อทราบข่าวสารเหตุการณ์ปัจจุบันอย่างทันทั่วทั้งที่ โดย รับทราบจากสำนักข่าว INN หรือจากการถ่ายทอดสดจาก

	คลื่นวิทยุ ซึ่งอาจมีเรื่องที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์กับกับธุรกิจ
ศาสนาและจิตวิญญาณ	ใช้เพื่อศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับศาสนาซึ่งอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชนเท่าไร
มูลนิธิสำนักกรักบ้านเกิด	ใช้เพื่อทราบถึงการดำเนินงานสนับสนุนทางการศึกษาของบริษัท ยูคอม โดยไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน
ทำความรู้จักกรักบ้านเกิดดอทคอม	ใช้เพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาของโครงการ
กระทู้รักบ้านเกิด	ใช้เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้กับองค์กรในจังหวัดต่าง ๆ โดยอาจมีเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจชุมชน

ตารางที่ 3 แสดงการอธิบายถึงประโยชน์ที่ชุมชนบ้านลาดใช้จากเนื้อหาใน www.rakbankerd.com

จากศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตใน www.rakbankerd.com คนในชุมชนสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์นี้เพื่อประโยชน์แก่การดำเนินธุรกิจของตนได้มากมาย ทั้งในด้านการแสวงหาข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ และพัฒนาการเพาะปลูก อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้า โดยผ่านข้อมูลประกาศซื้อ ประกาศขายไปทางเว็บไซต์ได้อีกด้วย

สังคมข่าวสารกับ www.rakbankerd.com

ตามที่ Everett E. Rogers กล่าวไว้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตจะมีค่าหรือมีประโยชน์ขึ้นมากก็ต่อเมื่อสังคมหรือชุมชนนั้นเป็นสังคมข่าวสาร กล่าวอีกนัยหนึ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตมีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชน ถ้าชุมชนนั้นสามารถดึงเอาศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้โดยเฉพาะในเรื่องของข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่มากมาย เพราะฉะนั้นเมื่อเราต้องการศึกษาว่าชุมชนสามารถดึงเอาศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาชุมชนได้อย่างเต็มที่หรือไม่นั้น เราจะต้องเปรียบเทียบคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่ติดตั้งนี้

5.2 ลักษณะของ CMC ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชน

ตารางที่ 1 การแสดงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของแนวคิด CMC กับศักยภาพของ

www.rakbankerd.com

ลักษณะของสื่อ New Media	รูปธรรมใน www.rakbankerd.com
<p>การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) เป็นการเอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางที่ผู้รับสารสามารถสื่อสารไปยังผู้ส่งสารได้อย่างทันที</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการเปิดช่องทางเพื่อให้ผู้รับสารสามารถสื่อสารกับผู้ส่งได้ทันที เช่น E-mail address ของ ผู้จัดทำได้ที่ (webmaster@rakbankerd.com) 2. การตอบปัญหาเกษตร 3. การโต้ตอบกระทู้
<p>ไม่จำกัดแหล่งข้อมูล (Hypertext) สามารถเชื่อมโยงข้อมูลไปสู่แหล่งข้อมูลนอกได้อย่างไม่จำกัด</p>	<p>ผู้ใช้สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมจากภายนอก www.rakbankerd.com ได้โดยการ click หัวข้อที่มี hyperlink เช่นต้องการรับทราบข่าวสารต่างๆ ก็ click ไปที่ สำนักข่าว INN เป็นต้น</p>
<p>การแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้งานมากกว่าการผลักดันข้อมูลสู่ประชาชน (Information pull) ข้อมูลที่มีให้จะเป็นลักษณะหัวข้อที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้เลือกใช้งานตามความสนใจ</p>	<p>ผู้รับสารสามารถเลือกบริโภคข่าวสารข้อมูลที่ต้องการได้ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า หรือการสนทนาในเวทีชุมชน</p>
<p>แยกย่อยตามความสนใจของผู้ใช้งาน (Demassified) มีการแบ่งเนื้อหาอย่างชัดเจนตามกลุ่มและความสนใจของผู้รับสาร เช่นเพื่อเกษตรกรหรือนักธุรกิจ ซึ่งเนื้อหาจะมีความแตกต่างกัน</p>	<p>เป็น website สำหรับชุมชนโดยเฉพาะชุมชนการเกษตร โดยมีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอยู่เกือบทั้งหมด เช่น ข่าวสารการเกษตร</p>

<p>การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (Participative Audience)</p> <p>ผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมหรือทำกิจกรรมได้โดยตรงกับทาง website</p>	<p>การเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม เช่นการประกาศซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า โดยส่งข้อมูลสินค้าที่ต้องการไป หรือการส่งข้อความของตนเองไปที่เวทีชุมชนเพื่อพูดคุยหรือแลกเปลี่ยนความคิดกับผู้อื่น</p>
<p>เอกลักษณ์ของผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (Identity shift)</p> <p>ผู้ใช้งานสามารถปิดความเป็นตัวตนของตนเองได้ หรือสามารถเปลี่ยนเอกลักษณ์ของตนเองได้ตลอดเวลาเมื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต</p>	<p>ชุมชนหรือผู้ขาดโอกาสทางสังคมสามารถสื่อสารอย่างเท่าเทียมกันใน www.rakbankerd.com โดยเฉพาะในส่วน of เวทีชุมชน</p>
<p>เป็นสื่อประเภทที่ใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient)</p> <p>สามารถเชื่อมต่อเข้ามาใช้งานเวลาใดก็ได้ โดยไม่มีข้อจำกัด</p>	<p>สามารถเชื่อมต่อเข้ามาใช้งานได้ตลอดเวลา</p>
<p>กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป (Widely distributed)</p> <p>มีแพร่กระจายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะในชุมชนเมือง หรือในที่พักอาศัย แต่มีข้อแม้ว่าต้องมีคอมพิวเตอร์และคู่สายโทรศัพท์สำหรับการเชื่อมต่อ</p>	<p>สามารถเข้าถึง www.rakbankerd.com ได้ตลอดเวลา แต่ในชุมชนชนบทอาจมีปัญหาค้างในเรื่องของการจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ และเครือข่ายโทรศัพท์ที่มีอยู่จำกัด</p>
<p>ให้โอกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใดๆกับเนื้อหาสารก็ยอมได้ (Manipulation of content)</p> <p>ผู้ส่งสารสามารถติดต่อกับผู้รับสารโดยป้อนข้อมูลอย่างไรก็ได้โดยไม่มีผู้ควบคุมเนื้อหาสาร</p>	<p>คนในชุมชนสามารถป้อนรายการสินค้าและราคาได้ด้วยตนเองหรืออาจถามคำถามข้อสงสัยกับยูทูปได้ ใช้เป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดกับชุมชนอื่น</p>

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของแนวคิด CMC กับศักยภาพของ

www.rakbankerd.com

1. การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication)

การสื่อสารโดยใช้ CMC เป็นการเอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด เพราะผู้รับสารสามารถสื่อสารโดยตรงกับผู้ส่งสาร (ซึ่งในที่นี้ คือ www.rakbankerd.com) โดยข้อความที่สื่อสารกันอาจเป็นเรื่องของ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมหรือสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ในขณะที่สื่อเพื่อการพัฒนาชุมชนอื่นๆ เช่น สื่อโทรทัศน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่สามารถรับฟังข้อเสนอแนะได้อย่างทันที หรือใช้เวลาพอสมควรในการสื่อสารกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร

ในชุมชนบ้านลาดมีการใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารแบบสองทางโดยมีการโต้ตอบเรื่อง การซื้อขายกับผู้ที่สนใจในสินค้า รวมทั้งการต่อรองราคาสินค้ากับสหกรณ์อื่น

2. ไม่จำกัดแหล่งข้อมูล (Hypertext)

ข้อดีอีกประการหนึ่งของ CMC คือการที่เป็นแหล่งข้อมูลอันมหึมา ที่สามารถเชื่อมโยง (Hyperlink) ข้อมูลใน www.rakbankerd.com ไปสู่ข้อมูลอื่นในโลกได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งการเชื่อมโยงข้อมูลในลักษณะนี้เป็นประโยชน์อย่างมาก ในการที่ชุมชนจะนำเอาข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาใช้ในการพัฒนาชุมชนของตนเอง ในสื่อแบบดั้งเดิม แม้ชุมชนจะได้รับข่าวสาร ข้อมูลที่ผู้ส่งสารตั้งใจสื่อสารให้ แต่ในปัจจุบันข่าวสารเพียงแหล่งเดียวอาจไม่เพียงพอในการตัดสินใจ สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมโยงข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจ ไปสู่แหล่งข้อมูลภายนอกได้ ใน www.rakbankerd.com มีการใช้การเชื่อมโยงข้อมูลไปสู่แหล่งอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น องค์การของรัฐต่างๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย

จากผลการวิจัยการใช้งานเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่น เจ้าหน้าที่สหกรณ์จะใช้ในการหาข้อมูลการเกษตร เชื่อมต่อไปยังกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ เป็นต้น

3. การแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้งานมากกว่าการผลิตข้อมูลสู่ประชาชน (Information pull)

แม้เราจะทราบว่า www.rakbankerd.com จะมีการเชื่อมโยงข้อมูลไปสู่แหล่งข้อมูลอื่นในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แต่สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการที่ผู้ใช้สารหรือชุมชน ต้องมีความสนใจที่จะเลือกบริโภคข่าวสารที่ตัวเองสนใจนอกเหนือจากที่มีให้ใน www.rakbankerd.com

ตามที่ Hoffman and Novak (1995) กล่าวไว้ว่าอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะของการสื่อสารแบบแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ (Information pull) ทำให้ความสำคัญของผู้รับสารมีมากขึ้น กล่าวคือผู้รับสารจะเป็นผู้ควบคุมข้อมูลมากกว่าจะถูกควบคุม ในบริบทของการพัฒนาชุมชนโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ถ้าชุมชนสามารถควบคุมข่าวสารที่ต้องการบริโภคได้ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกดึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ข้อมูลเรื่องราคาสินค้า หรือข่าวสารการเกษตรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับชุมชน ก็จะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อตัวชุมชนเอง ในอดีตที่ผ่านมาประเด็นหนึ่งที่เป็นปัญหาในการพัฒนาชุมชน คือ การที่ภาครัฐสามารถควบคุมข่าวสารที่ต้องการสื่อสารให้กับชุมชนโดยผ่านสื่อต่างๆ ที่รัฐจัดทำขึ้น โดยที่ชุมชนเองนั้นไม่ค่อยมีอำนาจน้อยนิดในการแสวงหาข้อมูลอื่นๆ ที่ตนเองสนใจ นอกเหนือจากสื่อของรัฐ ซึ่งการที่ชุมชนสามารถกำหนดหรือเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตัวเอง ย่อมส่งผลให้การพัฒนาชุมชนของตนเอง เป็นไปในทิศทางที่ชุมชนต้องการ ใน www.rakbankerd.com มีแหล่งข้อมูลอื่นมากมายที่ชุมชนสามารถเข้าถึงได้ เช่นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างชุมชน หรือการจัดหาตลาดเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากผลการวิจัยผู้ใช้งานจะหาข้อมูลที่ตนเองสนใจเท่านั้น ส่วนข้อมูลที่ไม่สนใจจะไม่เปิดดู ทั้ง ๆ ที่มีข้อมูลอยู่มากมายแต่ไม่มีความจำเป็นต่อความต้องการของผู้ใช้ก็ไม่ต้องรับทราบก็ได้

4. แยกย่อยตามความสนใจของผู้ใช้งาน (Demassified)

ด้วยความที่สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจง เนื้อหาของ www.rakbankerd.com ก็เช่นเดียวกัน ที่มีการแยกย่อยลงตามความสนใจของผู้ใช้งาน ซึ่งข้อดีของอินเทอร์เน็ตในประเด็นนี้ต่อการพัฒนาชุมชนคือ ตัวชุมชนเองสามารถมีสื่อหรือแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเอง ข้อมูลที่ปรากฏในเว็บไซต์จะถูกจัดเป็นหมวดหมู่มาแล้วทั้งทางด้านศาสนา จิตวิญญาณ เกษตร ข่าวสารสถานการณ์หรือเรื่องข้อมูลประเทศ ซึ่งทำให้ผู้ใช้สะดวกต่อการใช้งานที่ตนเองต้องการ

ผู้ใช้งานสามารถเลือกหัวข้อที่ตนเองต้องการได้เลยโดยไม่ต้องเสียเวลาอ่านข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมด ในชุมชนบ้านลาดใช้ข้อมูลด้านการเกษตรเป็นหลัก

5. การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (Participative Audience)

การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการเอื้ออำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้รับสารโดยปริยาย เนื่องจากผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสาร (Vertical Communication) หรือ ผู้รับสาร

กลุ่มอื่น (Horizontal Communication) หรือเป็นตัวสร้างรอยเชื่อมต่อการสื่อสารในแนวนอน (Horizontal decision-making machinery) ในการติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนหนึ่งไปอีกชุมชนหนึ่งในประเด็นปัญหาที่สนใจร่วมกัน นอกจากนี้สื่ออินเทอร์เน็ตยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สารทุกคนได้กระทำการใดๆ กับเนื้อหาสารก็ยอมได้ (Manipulation of content) ซึ่งในกรณีนี้เราจะเห็นได้ชัดเจนจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกระดานสนทนาต่างๆ ที่ผู้ใช้สารทุกคนสามารถตกแต่งข้อความตามความคิดของตัวเอง โดยปราศจากผู้ควบคุมข่าวสาร (Gatekeeper)

ในชุมชนบ้านลาด ไม่เคยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชุมชนใด ๆ เลยการติดต่อจะติดต่อกับผู้ส่งสารมาเป็นหลัก คือผู้ที่สนใจในสินค้าที่ชุมชนต้องการจะขาย ส่วนข่าวสารที่จะไปถึงผู้รับสารกลุ่มอื่นคือ ข้อมูลการประกาศขายสินค้า

6. เอกลักษณ์ของผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (Identity Shift)

คุณลักษณะพิเศษของสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างหนึ่งคือ การที่อัตลักษณ์ของผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ระหว่างการสื่อสาร โดยผู้ใช้อาจปิดบังหรือไม่แสดงตัวตนที่แท้จริง และแสดงบุคลิกภาพ ในรูปแบบต่างๆ ที่เดิมไม่สามารถแสดงออกได้ผ่านการสื่อสารทั่วไป เพราะถูกกำหนดหรือยับยั้งไม่ให้แสดง (Reid, 1991) การสร้างอัตลักษณ์ใหม่ขึ้นมาในกระบวนการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตนี้ มีประเด็นที่น่าสนใจเป็นอย่างมากในการพัฒนาชุมชน เพราะการโต้ตอบจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าชุมชนมีความรู้สึกว่าตนเองมีลักษณะเป็นผู้ด้อยสถานะทางสังคม และเป็นผู้รับสารเชิงรับ (passive participant)

ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับธุรกิจการซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์นี้ผู้ใช้งานไม่สามารถปิดบังตนเองได้เนื่องจากต้องมีการตรวจสอบจากทางบริษัท ยูคอมในขั้นแรกก่อน ว่าผู้ที่จะสามารถมีส่วนร่วมในการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตนั้น จะต้องเป็นองค์กรธุรกิจเกษตรเท่านั้น ดังนั้นจึงต้องมีการให้ข้อมูลที่แท้จริง และได้รับการตรวจสอบเอกสารที่แท้จริง จึงมีอาจปิดบังตนเองได้

7. เป็นสื่อประเภทที่ใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient)

สื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างจากสื่อดั้งเดิมโดยทั่วไปอย่างหนึ่งคือ การที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา ชุมชนสามารถเข้าสู่ www.rakbankerd.com ได้ตลอดเวลาที่ต้องการ โดยไม่ติดเงื่อนไขเรื่องเวลาในการนำเสนอเนื้อหาเหมือนสื่ออื่นๆ เช่น สื่อโทรทัศน์หรือสื่อวิทยุ คุณสมบัติ

นี้มีประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนคือ การที่ชุมชนสามารถเข้าสู่แหล่งข้อมูลได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะในบริบททางด้านธุรกิจ ที่ต้องการข้อมูลและความรวดเร็วในการตัดสินใจ การทราบราคาสินค้า หรือการแลกเปลี่ยนสินค้าในระยะที่เหมาะสม เช่น ภายใต้หัวข้อใหญ่ “เกษตรกรพลิกพื้นชาติ” มีหัวข้อย่อยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกร เช่น “ราคาสินค้าเกษตรรายวันจากทั่วประเทศ”, “พยากรณ์อากาศเพื่อการเกษตร”, “โรคและการป้องกัน” ซึ่งหัวข้อย่อยเหล่านี้ ชุมชนสามารถเข้ามาอ่านได้ตลอดเวลา เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน (competitive advantage) กับชุมชนอื่น นอกจากนี้เป็นสื่อที่ใช้เมื่อไหร่ก็ได้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีลักษณะสากล (Universal Medium) ที่ไม่จำกัดการเข้าถึงไม่ว่าจะเข้ามาจากประเทศอะไร

ผลการวิจัยจากชุมชนบ้านลาด ผู้ใช้งานจะใช้งานเฉพาะเวลาทำการของสหกรณ์เท่านั้นคือ 8.00 น. – 17.00 น. เท่านั้น เนื่องจากเจ้าหน้าที่ที่ใช้เป็นเจ้าหน้าที่สหกรณ์ที่ดูแลบัญชีของปั้มน้ำมันในสหกรณ์ และการใช้งานแต่ละครั้งก็ต้องฟังคำสั่งจากผู้จัดการสหกรณ์ ดังนั้นเวลาในการใช้งานจึงเป็นเวลาทำงาน จึงไม่ได้ใช้ศักยภาพที่มีของอินเทอร์เน็ตอย่างเต็มที่

8. กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป (Widely distributed)

สื่ออินเทอร์เน็ตนั้น มีความหลากหลายตามการเจริญเติบโตของสังคมเพราะว่าต้องใช้คอมพิวเตอร์และเครือข่ายโทรศัพท์ ในสังคมเมืองอาจไม่มีปัญหาในการเข้าถึงสื่อนี้ แต่ในชนบทที่ห่างไกลการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตย่อมมีปัญหาแน่นอน

ในชุมชนบ้านลาดมีอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอยู่ไม่กี่แห่ง คือ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาดที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัท ยูคอม และที่ อบต. ที่ทำการพัฒนากรจังหวัด ที่ว่าการอำเภอ โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ในพื้นที่ห่างไกลยังไม่มีความพร้อมใช้

9. ให้ออกสกับผู้สื่อสารในการกระทำใด ๆ กับเนื้อหาสารก็ยอมได้ (Manipulation of content)

ความสามารถของอินเทอร์เน็ตนี้ทำให้ผู้สื่อสารมีอำนาจในตัวเอง ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถจัดการอย่างไรกับเนื้อหาสารก็ได้ เพราะผู้ส่งสารจะเป็นผู้กำหนดเนื้อหาสารเองตามความต้องการของตน สามารถใช้เป็นเวทีแสดงความคิดเห็น ตลอดจนถามปัญหา ไขข้อข้องใจ อีกทั้งยังเป็นการกำหนดความต้องการที่จะให้ได้ประโยชน์แก่ตนมากที่สุด เช่นการเสนอราคาสินค้าที่ต้องการซื้อ หรือเสนอราคาสินค้าที่ต้องการขายตามความพอใจของตนเองได้

จากข้อมูลการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้มีการบันทึกเอาไว้ ณ วันที่ 26 ธันวาคม 2545 สหกรณ์การเกษตรบ้านลาดมีการเข้าไปใช้ระบบ 120 ครั้ง มีการประกาศซื้อ 10 ครั้ง และประกาศขาย 76 ครั้ง มีการซื้อขายจริง 7 ครั้ง ตามรายละเอียดดังนี้

1. วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2544 ขายแข่งเบอร์ 1 ให้สหกรณ์การเกษตรลำลูกกา จำนวน 5 หน่วย ราคารวม 475 บาท
2. วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2544 ซื้อปุ๋ยแห่งชาติ 16-20-0 จากสหกรณ์การเกษตรลำลูกกา จำนวน 5 หน่วย ราคารวม 29,500 บาท
3. วันที่ 27 สิงหาคม 2544 ขายข้าวสารชัยนาทให้กับสหกรณ์การเกษตรเมืองชุมพร จำนวน 100 หน่วย ราคา 55,000 บาท (1 หน่วยบรรจุ 50 กิโลกรัม)
4. วันที่ 10 กันยายน 2544 ขายข้าวสารชัยนาทให้กับกลุ่มประมงจังหวัดระนอง จำนวน 200 หน่วย ราคา 110,000 บาท
5. วันที่ 6 ธันวาคม 2544 ขายข้าวสารให้กับสหกรณ์การเกษตรเมืองชุมพร จำนวน 100 หน่วย ราคา 55,000 บาท
6. วันที่ 15 ธันวาคม 2544 ซื้อกากปาล์มจากสหกรณ์การเกษตรเมืองชุมพร จำนวน 5 ตัน ราคา 55,000 บาท
7. วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2545 ซื้อปุ๋ยแห่งชาติ 16-20-0 จากสหกรณ์การเกษตรลำลูกกา จำนวน 5 หน่วย ราคา 29,500 บาท

จากข้อมูลการใช้งานอินเทอร์เน็ตในเรื่องธุรกิจชุมชนนั้น เห็นได้ว่า มีการใช้งานเฉพาะในช่วงแรกของการติดตั้งอินเทอร์เน็ตเท่านั้น หลังจากนั้นไม่มีการซื้อขายเกิดขึ้นเลย อาจเป็นเพราะในช่วงแรกยังมีการตื่นตัวอยู่ และมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี แต่ระยะหลัง ๆ ก็ยังมีการซื้อขายกัน แต่ใช้ระบบเดิมคือการโทรศัพท์สั่งของกันเองระหว่างสหกรณ์การเกษตร และจากข้อมูลที่ปรากฏเห็นได้ว่าลูกค้า จำกัดอยู่ในระบบสหกรณ์ด้วยกันเองและเป็นการซื้อขายจากผู้ซื้อผู้ขายกลุ่มเดิม สินค้าชนิดเดิม ไม่มีการซื้อขายจากชุมชนอื่นเลย อีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตไม่ได้รับความนิยมเพราะการซื้อขายแบบเดิมก็สามารถทำรายได้ให้กับคนในชุมชนดีอยู่แล้ว โดยไม่จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตมาช่วยแต่อย่างใด คนในชุมชนยังไม่เคยเห็นประโยชน์ที่แท้จริงของอินเทอร์เน็ตที่จะสามารถมาช่วยพัฒนาธุรกิจชุมชนได้อย่างมากมาย

ในระยะหลังคือในปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมาการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตแทบจะไม่เกิดขึ้นเลย การเข้าใช้ระบบยังมีบ้าง เป็นเพียงแค่เข้ามาดูข้อมูลในอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ไม่ได้ใช้

ประโยชน์จากหน้าธุรกิจชุมชน ทางบริษัทยูคอมจะเป็นผู้ป้อนข้อมูลเสียเป็นส่วนใหญ่เพื่อให้ความรู้แก่ผู้เข้ามาชมเว็บไซต์ แต่ไม่ค่อยมีผู้เข้าชมเขียนโต้ตอบกลับมา

จากลักษณะของ CMC ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชน ในชุมชนบ้านลาดไม่สามารถนำศักยภาพที่มีอยู่มาใช้ได้อย่างครบถ้วน ทั้งนี้เนื่องจากการที่ยังไม่เห็นความสำคัญที่แท้จริงในศักยภาพของอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้งานในชุมชนไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่

5.3 การรับรู้ศักยภาพและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อชุมชน

การรับรู้ศักยภาพและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อชุมชนนั้นเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของความเข้าใจและการเข้าถึงในเรื่องอินเทอร์เน็ตต่อชุมชน เนื่องจากถ้าชุมชนไม่มีความเข้าใจและรับรู้ในศักยภาพและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตที่แท้จริงแล้ว ก็ไม่มีประโยชน์อะไรที่จะพัฒนาธุรกิจชุมชนได้จากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

จากการจัดเวทีชุมชนขึ้นมาซึ่งเป็นเครื่องมือของการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระดับแรก โดยมีผู้เข้าร่วม 56 คนพบว่า คนในชุมชนยังไม่มีความรู้เรื่องอินเทอร์เน็ตดีพอ การรับรู้มีแต่เพียงผิวเผิน คำตอบของความเข้าใจว่า อินเทอร์เน็ตคืออะไรและมีประโยชน์อย่างไรของคนในชุมชนได้คำตอบสรุปได้ว่าอินเทอร์เน็ตคือ

1. สิ่งที่ทำให้เรามีความรู้กว้างไกล
2. สามารถเชื่อมโยงได้มากขึ้น
3. การสื่อสารที่ทันสมัย
4. เครื่องบันทึกข้อความให้ข้อมูลต่าง ๆ
5. ข้อมูลที่ได้จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง
6. ทำให้เชื่อมโยงธุรกิจ
7. ส่วนที่เก็บข้อมูลในคอมพิวเตอร์
8. การส่งข้อมูลไปยังผู้รับ
9. เชื่อมโยงเครือข่ายร้านค้าคนไทย
10. เครือข่ายความรู้ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก
11. ทำให้รู้เศรษฐกิจและสังคม
12. เครื่องเล่น

นอกจากนั้นยังมีผู้ที่ตอบว่าไม่รู้ว่ายินเทอร์เน็ทคืออะไรอยู่ 3 คน

จากคำตอบที่ได้มาเห็นได้ว่าคนในชุมชนมีความเข้าใจในเบื้องต้นเท่านั้น บางคนยังไม่รู้จัก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสังคมไทยยังต้องมีการพัฒนาอีกมาก โดยเฉพาะคนในชุมชนที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปในชนบทยังไม่ค่อยรู้จักเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ การให้การศึกษาแก่คนอายุในเกณฑ์นี้คงทำได้ด้วยความลำบาก การพัฒนาการศึกษาด้านนี้ควรให้ความรู้แก่เยาวชนรุ่นใหม่ที่อยู่ในยุค สังคมข่าวสารจะเหมาะสมกว่า คนในชุมชนได้ให้ความเห็นแก่ผู้วิจัยเอาไว้

หลังจากผู้วิจัยให้ความรู้และให้ทดลองใช้อินเทอร์เน็ทแล้ว ผู้เข้าร่วมงานมีความรู้สึก ตื่นเต้นและอยากลองใช้ แต่บางคนก็ไม่กล้าใช้งานเพราะกลัวทำเครื่องเสีย หรือบางคนอายุไม่กล้า แสดงออก บางคนพิมพ์ผิดไม่เป็น ดังนั้นผู้ที่ได้ทดลองใช้จริงเป็นเฉพาะบางคนเท่านั้น บางคนต้อง อธิบายในเรื่องเดิม ๆ เป็นเวลานานกว่าจะเข้าใจ เมื่อใช้งานจริงก็จำไม่ได้อีก ต้องคอยมีเจ้าหน้าที่ แนะนำอยู่ตลอด

เมื่อให้รายงานผลเกี่ยวกับ ความเข้าใจถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ทและปัญหาอุปสรรคที่ พบ ได้ผลว่าแต่ละกลุ่มมีความเข้าใจถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ทได้ลึกซึ้งขึ้นกว่าตอนแรก ส่วน ปัญหาที่พบคือ ความไม่กล้าใช้งาน กลัวเครื่องเสีย พิมพ์ผิดไม่เป็น จำการเข้าใช้งานระบบไม่ได้ และปัญหาโดยทั่วไปคือ ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้ประจำถ้าไม่ได้ใช้นาน ๆ อาจลืมขั้นตอนการใช้งานได้

ดังนั้นการรับรู้ศักยภาพและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ทที่มีต่อชุมชนนั้น จะต้องอาศัยการ ฝึกฝนเพื่อให้เกิดทักษะความเข้าใจในการใช้งาน และขจัดความรู้สึกกลัวเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้หมด ไป รวมทั้งยังต้องอาศัยความต่อเนื่องในการให้ความรู้พร้อมทั้งต้องมีสื่อให้คนในชุมชนใช้อย่าง ทั่วถึง

5.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และการใช้งานอินเทอร์เน็ท

จากการสังเกตภาคสนามและสัมภาษณ์เจาะลึกพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และการใช้ งานอินเทอร์เน็ทมี 5 ประการดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย เพื่อติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ท

เครื่องคอมพิวเตอร์และบริการอินเทอร์เน็ต ถือเป็นบริการที่มี ราคาค่อนข้างสูง เนื่องเพราะการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยทั่วไปนั้น จะต้องเสียค่าใช้จ่ายหลายรายการด้วยกัน ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโมเด็ม
2. ค่าใช้จ่ายด้านค่าบริการเป็นสมาชิกอินเทอร์เน็ต (ค่าชั่วโมงการใช้งาน)
3. ค่าใช้จ่ายเสริมอื่น ๆ เช่นค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์

ในกรณีของโครงการนี้ ยูคอมเป็นผู้ให้เครื่องคอมพิวเตอร์แก่ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด และให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตฟรี เนื่องจากใช้ระบบออนไลน์ ซึ่งยูคอมเป็นผู้ให้บริการนี้อยู่แล้ว โดยผ่านสายไฟเบอร์ออปติกที่มีอยู่ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายของชุมชนไปได้ แต่ถ้าในกรณีของส่วนบุคคลค่าใช้จ่ายส่วนนี้ก็จะเป็นปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดของอินเทอร์เน็ตต่อชุมชน

ปัจจัยด้านโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน (Infrastructure)

ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ อันเกี่ยวข้องกับ การเติบโตของอินเทอร์เน็ต เป็นองค์ประกอบหลักที่จำเป็นในการใช้งานอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นไฟฟ้า หรือโดยเฉพาะอย่างยิ่ง สายโทรศัพท์ เพราะหากขาดไฟฟ้าก็ยังสามารถใช้เครื่องกำเนิดไฟฟ้าแทนได้ แต่ถ้าหากขาดสายโทรศัพท์ก็ยากที่จะหาสิ่งใดมาทดแทนเพื่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ ในชุมชนบ้านลาดปัจจัยด้านสาธารณูปโภคไม่ใช่ปัญหา เพราะแทบทุกตำบลมีไฟฟ้าและสายโทรศัพท์ถึง แต่ปัญหาที่มีคือ ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่า

ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2546 ขององค์การโทรศัพท์รายงานว่ ในจังหวัดเพชรบุรีมี คู่สายโทรศัพท์จำนวน 21,358 เลขหมาย และมีเบอร์ของบริษัท TT&T อีกประมาณ 40,000 เลขหมาย สำหรับจำนวนโทรศัพท์มือถือ ข้อมูลจากบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)หรือดีแทครายงานว่ จำนวนผู้ให้บริการโทรศัพท์ระบบ DTAC ที่จดทะเบียนในจังหวัดเพชรบุรีมีอยู่ประมาณ 25,000 ราย ระบบ GSM ประมาณ 45,000 ราย ระบบ ORANGE ประมาณ 6,000 ราย

ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

การใช้งานอินเทอร์เน็ตจะได้ผลอย่างเต็มที่นั้น ต้องอาศัยทักษะความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์พอสมควร รวมทั้งความรู้ด้านภาษาอังกฤษในระดับหนึ่ง เนื่องเพราะการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ต้องอาศัยภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางสำหรับติดต่อกันเป็นส่วนใหญ่

แต่เว็บไซต์ที่บ้านเกิดดอทคอมถูกออกแบบมาเพื่อการใช้งานของภาคเกษตรกร ดังนั้นจึงใช้ภาษาไทยในการสื่อสารระหว่างกัน ประโยชน์ของการออกแบบเพื่อมุ่งเน้นให้ประชาชน คนในชุมชนของประเทศไทยสามารถสื่อสารกันได้อย่างทั่วถึง โดยไม่ต้องใช้ภาษาอังกฤษ ปัญหาของชุมชนอาจเกิดจากความไม่รู้ถึงการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ และอ่านหนังสือไม่ออกทำให้ไม่สามารถเป็นผู้ใช้โดยตรงได้ แต่สามารถเป็นผู้บอกผ่านหรือแจ้งความต้องการโดยใช้สหกรณ์เป็นตัวกลางในการผ่านข้อมูลให้

หลังจากที่ได้ทำการสัมภาษณ์เจาะลึกและสังเกตการณ์ภาคสนาม รวมทั้งการจัดเวทีชุมชนแล้วนั้นพบว่าคนในชุมชนบ้านลาดขาดความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่มาก เนื่องจากไม่เคยได้มีโอกาสใช้งานเลยจึงทำให้ไม่มีความรู้ แต่หลังจากที่ผู้วิจัยได้มีการสอนวิธีการใช้ เห็นได้ว่าคนในชุมชนมีความสนใจที่จะศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าถ้าได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้แก่คนในชุมชน น่าจะเป็นแนวโน้มที่ดีในการที่คนในชุมชนจะมีความเข้าใจการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

แต่ในความเป็นจริงแล้ว คนในชุมชนทุกคนไม่จำเป็นต้องมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นก็สามารถที่จะใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตได้ เพียงแต่ถ้ามีการรับรู้ถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตว่ามีศักยภาพในการที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจชุมชนอย่างไรก็เพียงพอ โดยผู้ใช้งานอาจเป็นเพียงเจ้าหน้าที่กลุ่มหนึ่งในสหกรณ์ ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ใช้งานโดยตรงกับอินเทอร์เน็ต เช่นการป้อนข้อมูล และการจัดรูปแบบความน่าสนใจของสินค้า โดยคนในชุมชนเพียงแคเป็นผู้แจ้งความประสงค์ ในการที่จะต้องการให้นำสินค้าของตนเองไปปรากฏให้มีการซื้อหรือขายในเว็บไซต์เท่านั้น การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในชุมชนก็จะเกิดขึ้นได้ ถือเป็นการใช้แนวคิดในการดึงกลุ่มที่ไม่สนใจเทคโนโลยีให้เข้ามามีส่วนร่วม

ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการใช้งานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตถือเป็นปัจจัยหนึ่งเช่นกัน ที่จะมีผลต่อการเติบโตของอินเทอร์เน็ตได้ เพราะถ้าถูกใช้งานไปในทิศทางที่เอื้อประโยชน์ก็จะส่งผลแก่การเติบโตได้มากกว่า

การใช้งานในทางที่ทำให้เกิดโทษ หรือเพื่อความบันเทิงแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตถูกมองว่าจะให้ประโยชน์มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการใช้งาน

การใช้งานของชุมชนบ้านลาดยังไม่ปรากฏการใช้งานในทางที่ทำให้เกิดโทษ แต่ความถี่ของการใช้งาน หรือการใช้ประโยชน์อย่างแท้จริงของอินเทอร์เน็ตยังกระทำได้อย่างไม่เต็มที่ อาจเนื่องจากขาดการตื่นตัว หรือการกระตุ้นจากสังคมหรือหน่วยงานยูคอมเพียงพอ หรือตัวผู้ใช้งานเองยังไม่เห็นความสำคัญของอินเทอร์เน็ตมากนัก

ปัจจัยด้านอายุของผู้ใช้งาน

เรื่องอายุเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากกับการใช้งานเทคโนโลยีี่ใหม่ตัวนี้ เนื่องจากคนในยุคก่อนจะมีความกลัวเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ยิ่งเป็นอุปกรณ์ที่มีราคาแพง และต้องอาศัยทักษะหลาย ๆ อย่างในการใช้ ผู้ที่มีอายุมากแล้ว (45 ปี ขึ้นไป) โดยเฉพาะในชนบทจะมีความกลัวเทคโนโลยี ทำให้ไม่กล้าที่จะใช้งานหรือคิดว่าไม่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เรื่องอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องของวัยรุ่นมากกว่า จึงทำให้อินเทอร์เน็ตถูกจำกัดให้อยู่ในวงแคบลงมาด้วยข้อจำกัดเรื่องอายุ

จากการสัมภาษณ์คนในชุมชนบ้านลาดที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้เพราะไม่เคยได้ใช้ และถ้าให้ใช้ก็ไม่กล้าเนื่องจากกลัวทำความเสียหาย ผู้ที่ใช้คือลูกหลานที่อยู่ในวัยเรียน เช่นที่โรงเรียนบ้านลาดวิทยาคม จะมีการสอนการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตให้แก่ นักเรียน

5.5 การนำศักยภาพสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

	ชุมชนบ้านลาด
1. เป็นการเผยแพร่อัตลักษณ์ของชุมชนสู่สังคมภายนอก	×
2. เป็นการใช้เพื่อหาข้อมูลข่าวสารหรือองค์ความรู้ต่างๆ	/
3. ใช้เป็นช่องทางการตลาดในการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าให้กับสินค้าของชุมชน	/
4. เป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ หรือความคิดเห็นกันระหว่างชุมชน	×

เป็นการเผยแพร่อัตลักษณ์ของชุมชนสู่สังคมภายนอก

สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด เป็นสหกรณ์ที่ยังไม่ได้บรรจุข้อมูลของตนเองลงใน www.rakbankerd.com เนื่องจากยังขาดเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญในการจัดทำ ซึ่งเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับสหกรณ์การเกษตรอื่น ๆ อีกทั่วประเทศก็พบว่าอีกประมาณ 99% ก็เหมือนสหกรณ์บ้านลาดคือยังไม่ได้ใส่รายละเอียดของสหกรณ์การเกษตรของตนเองลงใน website เพราะฉะนั้นเมื่อผู้อ่านเห็นรายชื่อสหกรณ์การเกษตรในบัญชีรายชื่อ และมีความสนใจอยากจะทราบรายละเอียดภายในสหกรณ์นั้น ก็ไม่สามารถทำได้ ถึงแม้อัตลักษณ์ในภาพใหญ่จะยังไม่ปรากฏชัดเจนนัก แต่การเริ่มต้นที่จะทำให้ชุมชนอื่นได้พอรู้อักสหกรณ์บ้านลาดมีเพิ่มขึ้น ถ้าผู้ชมเว็บไซต์ได้เปิดดูรายชื่อขององค์กรที่เข้าร่วมโครงการอินเทอร์เน็ต บ้านลาดก็เป็นหนึ่งในซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความเป็นไปได้ในการพัฒนาต่อไป

จากข้อมูลที่เคยปรากฏ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาดได้เคยประกาศซื้อและประกาศขายสินค้าของชุมชน ได้แก่ข้าวสารและข้าวเหนียว การประกาศซื้อ-ขายได้มีการแลกเปลี่ยนกันเกิดขึ้นจริง และได้ปรากฏในกระดานซื้อ-ขายของทางเว็บไซต์ซึ่งทำให้ผู้เข้าชมเห็นชื่อของสหกรณ์บ้านลาดว่ามีการกระทำทางธุรกรรมโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ก็เป็นภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นนิมิตหมายของธุรกิจในอนาคตที่จะมีการพัฒนาต่อไปได้

เป็นการใช้เพื่อหาข้อมูลข่าวสารหรือองค์ความรู้ต่างๆ

ข่าวสารบางอย่างที่สหกรณ์สนใจและน่าที่จะเป็นประโยชน์แก่ชุมชน เช่นราคาสินค้าเกษตรรายวัน ทางสหกรณ์ก็จะนำมาใช้ในการดำเนินงาน แต่การกระจายข่าวสารจากใน www.rakbankerd.com สู่ชุมชนนอกจากจดจำประเด็นที่น่าสนใจมาบอกกล่าวในที่ประชุมสมาชิกสหกรณ์ ก็ยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน

จากคำให้สัมภาษณ์ของผู้จัดการสหกรณ์บ้านลาด คุณฉวี ใจใหญ่ กล่าวว่าตนเองมักใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการเปิดหาข่าวสารข้อมูลมากที่สุด โดยใช้ดูราคาสินค้า ณ ที่ต่าง ๆ ส่วนช่วงที่เปิดใช้งานบ่อยที่สุดคือช่วงแรก ที่มีการประกาศซื้อ และประกาศขายสินค้าของชุมชนบ้านลาดเอง จึงได้คอยตรวจสอบว่ามีใครสนใจที่จะเสนอซื้อหรือเสนอขายสินค้าในชุมชนบ้าง

ผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตจริง ๆ เป็นฝ่ายการตลาดของสหกรณ์ จะเป็นผู้ดูแลการเปิดดูข้อมูล และรายงานให้ผู้จัดการสหกรณ์ทราบ อาจกล่าวได้ว่าจะใช้งานเมื่อได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชา ดังนั้นการสื่อสารโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชนบ้านลาดยังคงต้องเป็นการสั่งมาจากบังคับบัญชาเบื้องต้น

ใช้เป็นช่องทางการตลาดในการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าให้กับสินค้าของชุมชน

สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด เป็นสหกรณ์ที่ส่งข้อความประกาศขายน้ำลูกยอเพื่อสุขภาพ ราคาขวดละ 250 บาท ในส่วนของ “ระบบซื้อขายตรงระหว่างสหกรณ์กับองค์กรชุมชน” ซึ่งเป็นที่สนใจว่าสินค้านี้ไม่ใช่สินค้าของชุมชนบ้านลาด เข้าใจว่าจะเป็นสินค้าของสมาชิกบางคนในสหกรณ์ และได้ขอให้สหกรณ์ช่วยประกาศลงให้ เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2545 แต่ ณ ปัจจุบัน (31 มกราคม 2546) ข้อความประกาศขายนี้ก็ยังคงอยู่ ซึ่งอาจเกิดจากได้ทั้งสินค้ามีการซื้อขายแล้วแต่ทางผู้ดูแลล้มเลิกทิ้ง หรือ สินค้ายังไม่มีการซื้อขายเลย

เป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ หรือความคิดเห็นกันระหว่างชุมชน

ไม่ปรากฏว่าทางสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือสนับสนุนให้สมาชิกภายในสหกรณ์มาใช้สื่อเพื่อสื่อสารกับชุมชนอื่น

การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถสรุปตามโครงสร้างระบบโดยรวมได้ดังนี้

- ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ
- ประโยชน์เชิงสังคมและวัฒนธรรม
- ประโยชน์เชิงการเมือง
- ประโยชน์เชิงการศึกษา

ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ

อินเทอร์เน็ตสร้างประโยชน์ในด้านบวกแก่การดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจในประเทศไทย ทั้งด้านการอำนวยความสะดวก การลดต้นทุนของสินค้า และที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือสร้างช่องทาง

ธุรกิจใหม่ ๆ เช่นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ บริษัทรับออกแบบ เขียนโปรแกรมใช้งาน เป็นต้น รวมทั้งสามารถทำให้เกิดการพัฒนาในเรื่องเทคโนโลยีการค้า สร้างแนวคิดใหม่ ๆ ในการที่จะแข่งขันทางด้านการค้ากับต่างประเทศโดยสร้างความเท่าทันทางด้านข่าวสาร ความรวดเร็ว ทางด้านระบบเงินตรา การเงิน การธนาคาร

ในเว็บไซต์รักบ้านเกิดดอทคอม ให้มูลค่าทางด้านเศรษฐกิจแก่ชุมชนในแง่การเข้ามาเป็นตลาดกลาง เรียกว่ายกตลาดกลางเข้ามาอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้งานสามารถใช้หน้าจคอมพิวเตอร์เป็นที่รับทราบราคากลาง สามารถเสนอซื้อสินค้า เสนอขายสินค้า รวมทั้งการต่อรองราคาก็กระทำได้ ณ เครื่องคอมพิวเตอร์โดยผ่านอินเทอร์เน็ต มูลค่าการซื้อขายถึงแม้ว่ายังมีได้ถูกใช้งานอย่างเต็มที่แต่ก็เป็นการเริ่มที่จะมีแนวโน้มในทางที่ดีขึ้น

การรับทราบราคาของสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตนี้ นับว่าเป็นแนวทางใหม่ที่ทำให้ผู้ใช้งานมีความรู้รอบตัวกว้างไกล สามารถทราบราคาในหลายๆ ตลาดทั่วประเทศไทย ทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบกับราคาสินค้าในพื้นที่ของตน และเป็นแนวทางในการกำหนดราคาสินค้า อีกทั้งยังทำให้ได้รับความยุติธรรมจากพ่อค้าที่มารับซื้อสินค้า เนื่องจากเกษตรกรจะไม่ถูกกดราคาอีกต่อไป

ข่าวสารด้านการเกษตร รวมทั้งการตอบปัญหาเรื่องการเกษตร ก็ทำให้เศรษฐกิจของชุมชนพัฒนาขึ้น เนื่องจาก เกษตรกรในปัจจุบันสามารถสอบถามข้อสงสัยหรือใคร่อยากเพิ่มเติมทักษะในการประกอบอาชีพของตน สามารถเข้าไปตั้งคำถามในเว็บไซต์ได้ และเมื่อข้อมูลได้ถูกส่งผ่านไปยังปลายทางคือยูทอม ยูทอมจะนำปัญหาที่ได้รับการถามจากคนในชุมชนไปถามยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ เช่นถามเรื่องวิธีการกำจัดศัตรูพืชที่มาทำลายเรือกสวนไร่นา ทางยูทอมจะส่งข้อมูลนี้ไปถามยังกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และจะมีการส่งผ่านไปยัง หน่วยงานของกระทรวงที่มีความรู้เกี่ยวกับด้านนี้ เนื่องจากมีการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างกันอันเป็นศักยภาพของอินเทอร์เน็ตในการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารไปยังที่ต่าง ๆ ทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ข้อมูลจะถูกส่งกลับไปยังชุมชน ทำให้คนในชุมชนมีทักษะเพิ่มเติมในเรื่องที่ยังไม่รู้ และสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพของตนเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ และเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว เมื่อตนเองมีรายได้เพิ่มขึ้นก็ทำให้มีเงินหมุนเวียนมากขึ้น การจับจ่ายใช้สอยหรือซื้อสินค้าอย่างอื่นที่จำเป็นในครอบครัวก็จะมีเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เงินหมุนเวียนในตลาดท้องถิ่น ในที่นี้คือในชุมชนมีเงินหมุนเวียนในสังคมเป็นลูกโซ่ต่อไป ชุมชนก็จะเกิดความเข้มแข็งในเชิงเศรษฐกิจขึ้นเป็นลำดับเกิดการพัฒนาในเชิงธุรกิจของชุมชน

ประโยชน์เชิงสังคมและวัฒนธรรม

ในแง่สังคม วัฒนธรรม อินเทอร์เน็ตยังถือว่าไม่สามารถสร้างผลกระทบอะไร ที่เป็นรูปธรรมมากนักในระดับสังคมวัฒนธรรมไทย เพราะเพิ่งเป็นระยะเริ่มต้น และเริ่มทดลองเรียนรู้ (Trial Stage) มากกว่า คนในชุมชนยังใช้การสื่อสารแบบดั้งเดิมอยู่คือสื่อบุคคล สถานภาพด้านธุรกิจชุมชนก็ยังขายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลางเหมือนเดิม

แต่อาจมีผลกระทบโดยอ้อมคือ เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีจำนวนน้อยมาก แต่สิ่งที่เป็นเนื้อหาของอินเทอร์เน็ตกลับเป็นการสร้างผลกระทบความตื่นตัว ให้แก่ทั้งภาครัฐและเอกชนในวงกว้าง โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีการใช้ สื่อเนื่องมาจากการที่สื่อมวลชนเสนอข่าวต่าง ๆ ทั้งด้านดี และด้านเสียให้เป็นที่สนใจแก่คนในสังคมอย่างมากมาในระยะแรก และยังนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งเนื้อหาของอินเทอร์เน็ต ประโยชน์ โทษอย่างสม่ำเสมอจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสามารถสร้างผลกระทบในวงกว้างได้มากกว่าตัวสื่ออินเทอร์เน็ตเอง รวมทั้งการทำให้ประชาชนสนใจอินเทอร์เน็ตและอยากลองใช้มากขึ้น

ในเชิงสังคมและวัฒนธรรมนั้น อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในแง่ของข่าวสารข้อมูลเป็นหลัก แต่ในแง่เชิงมหภาคของตัวสื่อเอง เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ของช่องทางการสื่อสารที่ทำให้เวลาและระยะทางถูกย่อลงอย่างมาก สังคมมีการติดต่อกันได้อย่างกว้างขวางไม่เฉพาะแค่ในกลุ่มเดิม ๆ แต่ขยายวงกว้างออกไประดับประเทศ และระดับโลก สำหรับเว็บไซต์รักบ้านเกิด ดอทคอมคงจะเป็นการสื่อสารภายในประเทศ เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของการก่อตั้งคือเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของคนในประเทศ ดังเห็นได้จากภาษาที่ใช้เป็นภาษาไทย แต่ประโยชน์ระดับข้ามประเทศคงต้องอาศัยหน่วยงานอื่น ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ หรือเอกชนเป็นตัวประสานอีกทอดหนึ่ง

ข่าวสารของสหกรณ์อื่นเช่น ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ สินค้าภาคเกษตรหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนอื่น มีปรากฏให้เห็นในเว็บไซต์ซึ่งแสดงถึงการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของสังคม รวมทั้งรายละเอียดของจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย ทั้งด้านสภาพการเมืองการปกครอง สินค้าหลัก แหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลประชากรของจังหวัดอื่น ๆ ก็ถูกบันทึกไว้

การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างชุมชนก็สามารถทำได้ และทำให้เกิดการขยายเครือข่าย (network) ของชุมชนให้มีความกว้างขึ้น เรียนรู้สังคมและการเปลี่ยนแปลงของสังคมอื่นได้

อย่างทันที่ นอกจากรับข้อมูลของชุมชนอื่นแล้ว ในทางกลับกันชุมชนอื่นก็สามารถรับทราบข่าวสารข้อมูลของชุมชนตนเองด้วย

ประโยชน์เชิงการเมืองการปกครอง

จากข้อมูลที่ศึกษาซึ่งไม่มีความชัดเจนในเรื่องการเมืองการปกครองเท่าใดนัก นอกจากความตื่นตัวข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเมืองการปกครองมีอยู่บ้างของแต่ละจังหวัด แต่ที่เห็นหลัก ๆ คือ เรื่องของงบประมาณประจำจังหวัด ซึ่งอาจทำให้ทราบโดยคร่าว ๆ ถึงการวางแผนงานที่ทางจังหวัดได้วางไว้ อีกประการที่เป็นผลโดยอ้อมต่อการเมืองการปกครองจะอยู่ในหัวข้อข่าวเด่นประเด็นร้อน การตั้งกระทู้ต่าง ๆ ที่โดยมากจะมีเรื่องของรัฐบาลอยู่ด้วย ทำให้สามารถทราบข่าวสารความเป็นไปของบ้านเมืองในขณะนั้น

การมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยใช้อินเทอร์เน็ตยังไม่ปรากฏ คงต้องเป็นเฉพาะในหน่วยงานราชการ เช่น ที่องค์การบริหารส่วนตำบล ที่รัฐบาลให้เครื่องคอมพิวเตอร์มาและมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้เข้าไป จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล ได้ข้อมูลว่า ประโยชน์การใช้งานหลักคือป้อนข้อมูลของจังหวัดตามที่ได้รับคำสั่งมา ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างอื่นนอกเหนือจากนั้น

ประโยชน์ในเชิงการศึกษา

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตในโครงการของยูคอมนี้มีเพื่อองค์การภาคเกษตรเป็นหลัก จึงมีได้เน้นด้านการศึกษาที่จะใช้งานได้จากโครงการนี้ แต่ในโครงการของยูคอม มีเรื่องเกี่ยวกับการศึกษาที่แจ้งเป็นข้อมูลให้คนในชุมชนทราบคือ เรื่องมูลนิธิสำนึกรักบ้านเกิด ที่ให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนในทุกจังหวัดทั่วประเทศจังหวัดละ 10 คนทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายหลักคือ ให้เยาวชนที่อยู่ในโครงการนี้ได้ นำความรู้กลับไปพัฒนาชุมชนบ้านเกิดของตนเอง ประโยชน์ในเชิงการศึกษาอาจเกิดขึ้นได้เมื่อคนในชุมชนทราบข่าวอาจมีการติดต่อให้บุตรหลานตนเองขอเข้ารับทุนของโครงการ

ถึงแม้ว่าประโยชน์ทางการศึกษาจะมีได้เกิดแก่ชุมชนอย่างชัดเจน แต่ประโยชน์ทางการศึกษาในเชิงกว้างแล้ว เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เนื่องจากแนวทางการศึกษาในเรื่อง Internet Marketing แล้ว เป็นวิธีใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นในเมืองไทย โดยเฉพาะด้านธุรกิจชุมชน ที่มีได้มุ่งหวังแต่เพียงให้ชุมชนมีสภาพทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นเท่านั้น แต่เป็นการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม

รวมทั้งสภาพความเป็นอยู่ ความเข้มแข็งของชุมชนประกอบกันด้วย ดังนั้นผู้ที่สนใจศึกษารัฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ และอินเทอร์เน็ตซึ่งก็เป็นเรื่องใหม่เช่นเดียวกัน เมื่อเรื่องใหม่และเรื่องใหม่มาสอดคล้องกัน จะทำอย่างไรให้อินเทอร์เน็ตกับธุรกิจชุมชนเดินไปในทิศทางเดียวกันได้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างสูงสุด เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้

เมื่อพิจารณาศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ชุมชนดึงออกมาใช้ในการพัฒนาชุมชนของตนเองที่อธิบายไว้ด้านบนแล้วจะเห็นว่า ชุมชนยังไม่ได้นำเอาศักยภาพของอินเทอร์เน็ตมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ เนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน ตามที่จะกล่าวต่อไป

5.6 ปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน

จากการวิจัยภาคสนามและการสัมภาษณ์เจาะลึกทำให้พบประเด็นปัญหาและอุปสรรคของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนบ้านลาดดังต่อไปนี้

ประเด็นปัญหาและอุปสรรค

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติและระบบสาธารณูปโภค

1. ความไม่พร้อมถึงระบบโทรศัพท์ การมีเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ต่อพ่วง (modem)
2. คอมพิวเตอร์ที่พร้อมเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการใช้งานภายในชุมชนมีไม่เพียงพอ
3. สถานที่ตั้งคอมพิวเตอร์ไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้ประโยชน์โดยส่วนรวม

สินค้าที่ชุมชนนำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนใน www.rakbankerd.com ยังขาดความน่าสนใจ

ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

1. ประชาชนไม่เข้าใจประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน
2. ประชาชนขาดความรู้เรื่องการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านองค์กรสังคม

1. บมจ.ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี ยังเป็นผู้ดูแล ติดตั้ง ซ่อมแซม ระบบคอมพิวเตอร์ทั้งหมด
2. หน่วยงานภาครัฐยังติดรูปแบบเดิมในการพัฒนาชุมชน
3. ระบบเครือข่ายและอุปถัมภ์ยังมีบทบาทต่อการทำการตลาด

ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ

1. ผู้นำชุมชนยังไม่เห็นความจำเป็นของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน
2. ผู้นำชุมชนไม่มีความรู้เรื่องสื่ออินเทอร์เน็ตและมองว่าเป็นเรื่องของคนยุคใหม่ไม่เกี่ยวกับยุคของตนเอง
3. การขาดการประสานงานระหว่างผู้นำชุมชน

ปัจจัยด้านการแพร่กระจาย

1. ช่องทางที่จะส่งข่าวสารเกี่ยวกับ นวัตกรรมใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตมีจำกัด
2. การขาดการตื่นตัวของชุมชนว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน
3. การขาดบุคคลที่เชื่อมโยงระหว่าง สหกรณ์การเกษตรกับชาวบ้านในการใช้อินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านการฝึกอบรม

1. การฝึกอบรมยังไม่เพียงพอ
2. การฝึกอบรมต้องรอเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง

และเมื่อนำแต่ละประเด็นด้านบนมาขยายความเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น ก็พอที่จะได้คำตอบดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติและระบบสาธารณูปโภค

1. ความไม่พร้อมถึงระบบโทรศัพท์ การมีเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ต่อเชื่อมเครือข่าย (modem)

สาเหตุที่ทำให้ระบบการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (CMC) เพื่อการพัฒนาชุมชนยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรคือการขาดแคลนคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อเชื่อมเครือข่าย (modem) อาจกล่าวได้ว่าทั้งเกษตรกร ผู้นำชุมชน ไม่มีคอมพิวเตอร์สำหรับใช้งาน หรือถ้ามีก็เป็นการใช้งานในเชิงธุรกิจเช่น พิมพ์จดหมาย หรือใช้เก็บฐานข้อมูลต่างๆ หรือเป็นของบุตรหลานที่ใช้งานตามความชอบของตัวเองเช่น เล่นเกม หรือทำรายงาน โดยเฉพาะการต่อใช้อินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นต้องมีคู่สายโทรศัพท์ด้วย ทำให้ยิ่งเป็นเรื่องยากลำบากในการติดตั้ง

2. คอมพิวเตอร์ที่พร้อมเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการใช้งานภายในชุมชนมีไม่เพียงพอ

คอมพิวเตอร์ที่พร้อมใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ชัดเจนในการพัฒนาชุมชน อาจกล่าวได้ว่ามีเพียงเครื่องเดียวในอำเภอ ที่สหกรณ์การเกษตร ส่วนโครงการอินเทอร์เน็ตตำบลที่จะมีเครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในทุกองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในปัจจุบันการใช้งานยังเป็นไปอย่างจำกัด เนื่องจากความไม่เข้าใจในบทบาทของอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาชุมชนส่วนใหญ่ อบต. ใช้อินเทอร์เน็ตในงานราชการ ดังนั้นการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตสำหรับชุมชน ก็คือที่สหกรณ์การเกษตรในแต่ละอำเภอ ซึ่งแน่นอนว่าประชาชนย่อมประสบปัญหาในการเดินทาง โดยในความเป็นจริง ประชาชนหรือผู้นำชุมชนแทบไม่เคยมาขอใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่สหกรณ์การเกษตรเลย

3. สถานที่ตั้งคอมพิวเตอร์ไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้ประโยชน์โดยรวม

นอกจากจำนวนจะมีจำกัดแล้ว การเลือกสถานที่ติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ยังเป็นอุปสรรคในการใช้งาน เครื่องคอมพิวเตอร์ติดตั้งอยู่ในที่ที่ยากต่อการเข้าถึงของประชาชน เช่น ตั้งอยู่ในห้องของพนักงานในปั๊มน้ำมัน ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่ของสหกรณ์ซึ่งสาเหตุนั้นจากการสัมภาษณ์พบว่าเกิดมาจากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ราคาแพง การดูแลรักษาลำบากถ้าตั้งไว้ภายนอก ฝุ่นละอองมากอาจทำอันตรายต่อเครื่องได้ การติดตั้งเครื่องให้ใกล้กับเจ้าหน้าที่ที่ต้องใช้งานจึงเป็นสิ่งจำเป็นมากกว่าเพราะคาดเดาว่าคงไม่มีคนในชุมชนมาใช้ ซึ่งสาเหตุเหล่านี้เป็นอุปสรรคทั้งสิ้นในการที่ทำให้ประชาชนเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต เพราะตัวผู้จัดการเองก็ยังเกรงว่าถ้าให้คนในชุมชนมาใช้ อาจเกิดความเสียหายได้

4. สินค้าที่ชุมชนนำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนใน www.rakbankerd.com ยังขาดความน่าสนใจ

การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าชุมชนถือเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์หลักของ www.rakbankerd.com แต่ในความเป็นจริง กิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันในระหว่างชุมชนยังเป็นไปด้วยความเสียบเหงานเป็นอย่างมาก การซื้อขายแลกเปลี่ยนกระทำในช่วงแรก ๆ ระยะเวลาเริ่มต้นของโครงการ คือมีการซื้อและขายข้าวกับชุมชนอื่นแต่ปริมาณซื้อขายเป็นจำนวนไม่มากนัก อาจเป็นเพราะเพิ่งเริ่มต้นโครงการ และอาจมีความไม่ไว้วางใจเรื่องการชำระเงินและการส่งสินค้า ในระยะหลังการซื้อขายเป็นไปอย่างซบเซามาก สังเกตได้จากการไม่มีความเคลื่อนไหวในการแลกเปลี่ยนสินค้าเลยเป็นระยะเวลาพอสมควร เช่น สหกรณ์การเกษตรบ้านลาดต้องการแลกเปลี่ยนสินค้ากับ น้ำลูยกอบ 250 ขวด ตั้งแต่เดือนกันยายน 2545 แต่ปัจจุบันข้อความนี้ก็ยังคงอยู่ ซึ่งเหตุการณ์การไม่เคลื่อนไหวของกระดานแลกเปลี่ยนสินค้า มีสาเหตุเนื่องมาจากไม่มีชุมชนใดที่

เข้าชมกระดานแลกเปลี่ยนสนใจสินค้าของ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด ซึ่งมีความเป็นไปได้เพราะจำนวนชุมชนที่เข้ามาทำกิจกรรมใน www.rakbankerd.com ก็มีจำนวนไม่มากอยู่แล้ว ซึ่งการที่กระดานแลกเปลี่ยนสินค้าของ www.rakbankerd.com ไม่เคลื่อนไหวนี้อาจทำให้คาดเดาได้ว่าการพัฒนาชุมชนโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมีปัญหา

ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

1. ประชาชนไม่เข้าใจประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน

สิ่งหนึ่งที่พบว่าเป็นอุปสรรคในการใช้อินเทอร์เน็ต สำหรับการพัฒนาชุมชนคือการที่ประชาชนทั่วไปยังไม่เข้าใจว่าอินเทอร์เน็ตคืออะไร และจะสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างไรในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพวกเขาให้ดีขึ้น เมื่อสอบถามถึงประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ต ชาวบ้านในชุมชนส่วนใหญ่มักจะมีคำตอบที่คล้ายๆ กัน คือ ไม่เข้าใจ หรือไม่ทราบด้วยซ้ำว่ามีสื่ออินเทอร์เน็ต www.rakbankerd.com ที่จะช่วยชุมชนได้เรื่องตลาด ทางสหกรณ์การเกษตรเองก็ยังไม่ได้ให้การศึกษากแก่สมาชิกในเรื่องการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต

2. ประชาชนขาดความรู้เรื่องการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

นอกจากประชาชนมองไม่เห็นประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ต ประชาชนยังขาดความรู้ในการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตอีกด้วย ซึ่งประเด็นนี้เป็นสิ่งที่พอทำความเข้าใจได้ การใช้งานอินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมมาในระดับหนึ่ง แต่ประชาชนในชุมชนไม่มีโอกาสได้เรียนรู้ และไม่มีโอกาสได้เห็นศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เห็นเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน ซึ่งตรงนี้แตกต่างจากสื่อดั้งเดิมแบบอื่นที่ประชาชนสามารถเห็น ได้ยิน ด้วยตัวของตัวเอง ดังนั้นเมื่อประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจ การจะให้ประชาชนเห็นประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชนจึงเป็นเรื่องที่ลำบาก

ปัจจัยด้านองค์กรสังคม

1. บมจ ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี ยังเป็นผู้ดูแล ติดตั้ง ซ่อมแซม ระบบคอมพิวเตอร์ทั้งหมด

ในฐานะองค์กรที่เป็นผู้รับผิดชอบ www.rakbankerd.com บมจ.ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี มีภาระต้องดูแลและปรับปรุง website รวมถึงการซ่อมแซมระบบ hardware และ software ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหมายความว่าถ้าเครื่องคอมพิวเตอร์มีปัญหา หรือระบบอินเทอร์เน็ตมีปัญหา ก็จะต้องรอแจ้งที่บริษัทแต่เพียงอย่างเดียว ทำให้ใช้เวลานานในการแก้ไข ส่งผลให้การดำเนินงานในด้านนี้อาจประสบปัญหาบ้าง

2. หน่วยงานภาครัฐยังติดรูปแบบเดิมในการพัฒนาชุมชน

องค์กรอีกองค์กรหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนคือหน่วยงานภาครัฐ แต่ในกรณีของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชนนั้น ภาครัฐยังไม่ได้มีบทบาทที่ชัดเจนแต่เพียงอย่างเดียว เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน ก็ยังไม่เข้าใจถึงการที่จะนำเอาสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาชุมชน ถึงแม้จะมีคอมพิวเตอร์ตั้งอยู่ที่ทำงาน แต่เป็นการใช้งานในเชิงธุรการ รูปแบบสื่อที่รัฐใช้ก็ยังเป็นรูปแบบเดิมไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับ จดหมายข่าว หรือการเรียกประชุม ซึ่งส่วนใหญ่อีกเป็นการสื่อสารแบบบนลงล่าง

3. ระบบเครือข่ายและอุปถัมภ์ยังมีบทบาทต่อการทำการตลาด

ปัจจัยด้านองค์กรอีกประการหนึ่ง ที่ผู้วิจัยพบเห็นและนำมามีผลกระทบกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะการหาตลาดใหม่ให้กับสินค้าชุมชนคือ ระบบเครือข่ายและการอุปถัมภ์ในสังคมเกษตรกร อย่างที่เข้าใจกันว่าการหาตลาดเพื่อรองรับสินค้าเกษตร เป็นสิ่งสำคัญเกษตรกรต่างประสบปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ เพราะระบบการตลาดแบบดั้งเดิมยังไม่มีประสิทธิภาพที่ดีพอ เกษตรกรยังระบุนึกว่าถึงแม้ปัจจุบันทางรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพยายามแก้ปัญหาโดยวิธีรับจำนำสินค้าเกษตร แต่ก็ยังไม่ใช่วิธีทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา เช่นการขายข้าวเปลือกให้กับโรงสี ก็จะเผชิญปัญหาการโกงตาชั่ง หรือการกดราคาในรูปแบบต่างๆ แต่เกษตรกรก็ไม่มีทางเลือกเนื่องจากซื้อขายกันมานาน และเกิดความเกรงใจกันเกิดขึ้นถ้าต้องเปลี่ยนโรงสี หรือบางที่มีพ่อค้าจากข้างนอกมารับซื้อถึงในสวนโดยกำหนดราคาให้กับเกษตรกรเองเลยถึงขั้นนี้เกษตรกร โดยเฉพาะที่เพาะปลูกพืชสวนที่ชุมชนบ้านลาด ก็ปฏิเสธลำบากเนื่องจาก “ซื้อขายกันมานาน” ระบบเครือข่ายและอุปถัมภ์ที่ฝังรากลึกในสังคมไทย มีส่วนทำให้การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการหาตลาดให้กับสินค้าเกษตรอาจมีปัญหาได้ เนื่องจากเกษตรกรคิดว่าระบบตลาด การซื้อขายสินค้าในปัจจุบัน ก็คือการพึ่งพากันในสังคม ซึ่งมีความจำเป็นในการดำรงชีวิต บางครั้งมากกว่าการพยายามขายสินค้าให้ได้ราคามากที่สุด

ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ

1. ผู้นำชุมชนยังขาดความรู้เรื่องสื่ออินเทอร์เน็ตและไม่เห็นความจำเป็นของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน

ผู้นำชุมชนเอง ยังทำหน้าที่ในฐานะ ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมใหม่ของสื่ออินเทอร์เน็ต ได้ไม่ดีเท่าไร วัดจากไม่มีผู้นำชุมชนได้เคยเผยแพร่หรือใช้ www.rakbankerd.com เพื่อประโยชน์ของชุมชน ให้กับชาวบ้านเลย กล่าวอีกนัยหนึ่งเมื่อผู้นำชุมชนไม่มีความรู้เรื่องสื่ออินเทอร์เน็ตก็เลยส่งผลให้ยังไม่เห็นความจำเป็นของการที่ www.rakbankerd.com จะถูกนำมาใช้งานในเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาชุมชนได้อย่างไร ซึ่งเมื่อสอบถามถึงสาเหตุก็ทราบได้ว่า ยังไม่มีหน่วยงานใดมาให้ความรู้แก่ผู้นำชุมชนทั้งหลาย และการคาดหวังที่จะให้ผู้นำชุมชนรับรู้ประโยชน์ของสื่อนี้ก็เป็นเรื่องลำบากเพราะสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจงในการเข้าถึงสื่อ คือต้องมีคอมพิวเตอร์และเครือข่ายโทรศัพท์

ปัจจัยด้านการแพร่กระจาย

1. ช่องทางที่จะส่งข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตมีจำกัด

ถึงแม้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีเป้าหมายหลักเพื่อการพัฒนาชุมชน จะมีอยู่ที่สหกรณ์การเกษตร แต่การใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ยังทำได้ไม่เต็มที่ สาเหตุเนื่องจากหลายประการที่กล่าวไว้ข้างต้น จากการศึกษาวิจัยสอบถามถึงสหกรณ์การเกษตรถึงปัญหาในข้อนี้ ทางผู้รับผิดชอบของชุมชนก็พยายามแก้ไขในระดับหนึ่ง เช่นที่ชุมชนบ้านลาดก็นำเนื้อหาที่น่าสนใจที่พบเจอใน website มาบอกกล่าวแก่สมาชิกสหกรณ์ในการประชุมสมาชิก ก็อาจจะมีผลดีในการที่จะทำให้ข่าวสารใน www.rakbankerd.com ได้แพร่กระจายไปสู่ชุมชนที่ไม่สามารถเข้าถึงสื่อนี้ได้ แต่ข้อเสียก็คือเป็นการทำลายความเป็นเอกลักษณ์ของสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสื่อสารสองทาง ที่ชุมชนจะไม่มีโอกาสได้โต้ตอบกับผู้ส่งสาร หรือกับชุมชนอื่นในเรื่องต่างๆ

2. การขาดการตื่นตัวของชุมชนว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน

สาเหตุการที่ชุมชนยังไม่ตื่นตัวหรือตระหนักถึงการมีอยู่ของสื่ออินเทอร์เน็ตในชุมชน อาจมาจากสาเหตุหลายประการตามที่กล่าวมาข้างแล้ว แต่สาเหตุที่สำคัญที่สุดคือสหกรณ์การเกษตรเองไม่มีแผนการรองรับ ทำให้เกิดความตื่นตัวเรื่องของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตให้แก่ชุมชน จากการ

สอบถามผู้จัดการสหกรณ์ได้รับคำตอบว่าที่ยังมิได้นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ หรือบอกกล่าวประโยชน์ของตัวสื่อต่อชุมชน เพราะฉะนั้นเมื่อถามชุมชนถึงเรื่องของ www.rakbankerd.com ก็จะไม่มีการทราบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตตั้งอยู่ที่ไหน ตั้งมาตั้งแต่เมื่อไหร่ และมีประโยชน์อะไรแก่ชุมชน ซึ่งเมื่อขาดการตระหนักถึงการมีอยู่ของสื่ออินเทอร์เน็ตแล้ว ก็เป็นยากที่จะทำให้เกิดความสนใจซึ่งเป็นขั้นต่อไปในการทำให้เกิดการยอมรับสื่อใหม่นี้ในชุมชน

นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่ชุมชนเองนั้นก็ขาดความร่วมมือซึ่งกันและกัน ในการต่อรองหรือขอทราบข้อมูลของสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งการที่ชุมชนขาดความร่วมมือซึ่งกันและกันนี้อาจเนื่องมาจากการที่ต้องทำมาหาเลี้ยงชีพ ทำให้ไม่มีเวลาในการพบปะพูดคุยกัน โดยเฉพาะในเรื่องการตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของแต่ละคนโดยตรง อาจมีบางคนไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงระบบการตลาดในปัจจุบันเพราะพอใจราคาที่ได้รับอยู่แล้ว หรือไม่ต้องการให้ใครมามีต้นทุนที่ใกล้เคียงกัน

3. การขาดบุคคลที่เชื่อมโยงระหว่างสหกรณ์การเกษตรกับชาวบ้านในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

สาเหตุหนึ่ง ที่ทำให้ชุมชนไม่ตระหนักถึงการมีอยู่ของสื่ออินเทอร์เน็ต และส่งผลให้สื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถทำหน้าที่ของมันตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อีกประการหนึ่งคือ สหกรณ์การเกษตรที่เป็นที่ตั้งของเครื่องคอมพิวเตอร์ มีผู้ที่ใช้งานเป็นหรือรู้เรื่องสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างคล่องแคล่วน้อยมาก อาจจะมีหนึ่งคนหรือสองคนเป็นอย่างมาก และหน้าที่โดยตรงของบุคคลเหล่านี้ก็ไม่ใช่การดูแลสื่ออินเทอร์เน็ต แต่เป็นหน้าที่อื่น เช่น เจ้าหน้าที่บัญชีซึ่งมีภารกิจอื่นที่ต้องทำอยู่แล้ว ซึ่งความสำคัญของบุคคลเหล่านี้คือการเป็นตัวเชื่อมเทคโนโลยีกับชุมชน เช่นเมื่อต้องมีการอบรมทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ บุคคลที่มีความรู้เรื่องนี้ก็ต้องเป็นผู้ถ่ายทอดให้กับชุมชน แต่เมื่อมีงานประจำอื่นที่ต้องทำ ทำให้การเผยแพร่นวัตกรรมใหม่นี้เป็นไปอย่างยากลำบาก

ปัจจัยด้านการฝึกอบรม

1. การฝึกอบรมยังไม่เพียงพอ

อุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรคือ การที่ผู้ใช้งานใน สหกรณ์การเกษตร และประชาชนโดยทั่วไปยังขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ถึงแม้จะมีการรับรู้หรือตระหนักว่ามีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน แต่

การทำให้เกิดการยอมรับว่าสื่ออินเทอร์เน็ต มีส่วนช่วยพัฒนาชุมชนยังเป็นขั้นตอนที่ยังทำได้ลำบาก เนื่องจากขาดการอบรมเพื่อกระจายความรู้ไปสู่ชุมชน ทาง บมจ.ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี ในฐานะผู้รับผิดชอบ ทำได้เพียงส่งเจ้าหน้าที่มาติดตั้งและบอกวิธีเชื่อมต่อ พร้อมกับแนะนำเนื้อหาภายใน web site แต่เพียงคร่าวๆ และเมื่อเครื่องเกิดปัญหา ก็จะลงมาดูแลอย่างเป็นครั้งคราวไป ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว ชุมชนแทบไม่ได้มีส่วนเกี่ยวกับกระบวนการการฝึกอบรมเลย นอกเสียจากว่าบางสหกรณ์จะมีการอบรมให้แก่สมาชิกของสหกรณ์ แต่ในชุมชนยังไม่มี การฝึกอบรมในเรื่องอินเทอร์เน็ตแก่ชาวบ้าน การที่การฝึกอบรมมีอยู่จำกัด ทำให้การแพร่กระจายความรู้ในเรื่องของอินเทอร์เน็ตและบทบาทของมันในการช่วยพัฒนาชุมชนเป็นไปไม่ได้ เพราะชาวบ้านก็ยังไม่ทราบว่าสื่อใหม่มีประโยชน์อย่างไร

2. การฝึกอบรมต้องรอเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง

นอกจากการฝึกอบรมจะไม่เพียงพอแล้ว การฝึกอบรมแต่ละครั้งยังต้องรอเจ้าหน้าที่จาก บมจ.ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี มาจัดการให้ ในฐานะเจ้าของ web site และการฝึกอบรมก็เป็น การอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ ไม่ใช่ระดับบริหาร ซึ่งส่งผลให้ความรู้ไม่สามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการยังคงต้องฟังคำสั่งจากผู้บริหารสหกรณ์ การเกษตร ซึ่งผู้บริหารสหกรณ์การเกษตรเองก็ยังไม่มีความคิดในการใช้อินเทอร์เน็ตในการพัฒนา ชุมชน หรือช่วยเหลือชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม เพราะผู้บริหารเองก็ยังเข้าใจประโยชน์ของสื่อใหม่นี้ ยังไม่ถ่องแท้ การฝึกอบรมนั้นถ้าเจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถอบรมหรือแนะนำคุณสมบัติเบื้องต้น ของสื่ออินเทอร์เน็ตให้แก่ชาวบ้านได้บ้าง โดยไม่ต้องรอเจ้าหน้าที่จากบริษัท ก็จะเป็นการเพิ่มการ ยอมรับสื่อใหม่นี้ในชุมชน

เงื่อนไขที่จะเอื้ออำนวยให้การพัฒนารวดเร็วกว่า

เงื่อนไขที่จะเอื้ออำนวยให้การพัฒนารวดเร็วกว่านั้น มีดังนี้

1. การสนับสนุนทางการเมือง (Political Back-up)

การพัฒนาทางด้านการสื่อสารนั้นเป็นเรื่องที่จะหลีกเลี่ยงมิติทางการเมืองไปไม่ได้เลย ถ้า ผู้นำทางการเมืองขาดเจตนาธรรม และการเห็นคุณค่าของโครงการก็คงจะเป็นไปได้ยากที่จะ บรรลุผลสำเร็จ เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ตนี้ ต้องมีค่าใช้จ่ายที่สูง ถ้าพึ่งเพียงแต่

ภาคเอกชนคงจะดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จด้วยดีคงเป็นไปได้ลำบาก ดังนั้นความร่วมมือจากรัฐบาล จะเป็นสิ่งผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากโครงการสื่ออินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาชุมชนของยูคอมนี้ แรกทีเดียวโครงการนี้ได้รับการเสนอต่อคณะรัฐมนตรีสมัย ฯพณฯ ชวน หลีกภัยแล้ว และได้รับการสนับสนุนโดยดี เนื่องจากรัฐบาลมีความเห็นว่าการที่เอกชนซึ่งมีศักยภาพพร้อมทางด้านโทรคมนาคม โดยเฉพาะสายโทรศัพท์ และสายไฟเบอร์ออปติก ซึ่งเป็นตัวการสำคัญของการเชื่อมอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว มีความสนใจที่จะทำประโยชน์ให้ประเทศชาติ รัฐบาลจึงสนับสนุนด้วยการจะอนุมัติงบประมาณช่วยเหลือเป็นการทำงานสองฝ่ายร่วมมือกัน แต่เนื่องจากรัฐบาลของ ฯพณฯชวน หลีกภัยต้องถูกเปลี่ยนสมัยไปเสียก่อน จึงเป็นเหตุให้โครงการนี้ต้องชลอตัวลงไปบ้าง และดำเนินการโดยไม่เต็มศักยภาพตามที่ได้ตั้งเป้าไว้ตั้งแต่แรก เนื่องจากโครงการนี้ต้องใช้เงินลงทุนสูงในการที่จะติดตั้งอินเทอร์เน็ตในทุกตำบล และจัดฝึกอบรมแก่คนในชุมชน ซึ่งล้วนแล้วแต่ต้องคิดเป็นมูลค่าเงินทั้งสิ้น

สำหรับการเมืองในท้องถิ่นอำเภอบ้านลาดนั้นถ้าได้รับการสนับสนุนนโยบายจากรัฐบาลลงมาถึงอำเภอ และเจ้าหน้าที่พัฒนากร และ อบต. ให้มีการประสานงานกันในเรื่องการพัฒนาทางด้านอินเทอร์เน็ต ก็คงจะก่อให้เกิดการพัฒนามากขึ้น

2. แนวคิดที่ถูกต้องของการพัฒนา

การพัฒนาแนวใหม่จะต้องเกิดขึ้นควบคู่ไปกับแนวคิดการพัฒนาระบบทัศน์ใหม่ ดังนั้นหากผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ หรือชาวบ้านเองยังคงทัศนะแบบเดิมที่เน้นความมั่นคงเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมก็จะเกิดไม่ได้และการพัฒนายังจะไม่เกิดขึ้น ดังที่ปรากฏในชุมชนบ้านลาดที่หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ด้านการพัฒนาชุมชนคือพัฒนากรของอำเภอบ้านลาด ยังมีความคิดเห็นเดิม ๆ ในวงแคบว่า ชาวบ้านคงจะไม่รับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพราะเดิมที่เป็นอยู่การดำรงชีวิตหรือวิถีความเป็นอยู่สบายอยู่แล้ว ดังนั้นพัฒนากรซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่ได้มีส่วนสนับสนุนหรือผลักดันให้เกิดการรับรู้ของชาวบ้านถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตเลย หรือแม้กระทั่งที่ผู้นำความคิดของชาวบ้านยังมีความกลัวในการให้ชาวบ้านมาทดลองใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากเกรงว่าจะเกิดความเสียหาย ดังนั้นความคิดเรื่องการพัฒนาควรถูกทำความเข้าใจให้ถ่องแท้เสียใหม่ โดยเฉพาะจากกลุ่มผู้นำชุมชนที่จะมีส่วนสำคัญในการกระจายข่าวสาร แม้กระทั่งเจ้าหน้าที่ของยูคอมเอง ต้องได้รับการปลูกฝังให้มีความรับผิดชอบในการที่ต้องให้คนในชุมชนพัฒนาให้ได้ เกิดความสนใจ

ในเทคโนโลยีและเห็นประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ตที่จะเข้ามามีส่วนในการพัฒนาธุรกิจชุมชนหรือสังคมโดยรวมของเขาให้ได้

3. ต้องมีการยืดหยุ่น

การดำเนินการโครงการตามแนว Alternative Development นั้น ควรจะต้องเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มแรก แต่ในความเป็นจริงแล้ว ทางยูคอมเป็นผู้กำหนดแผนโครงการ แนวทางการดำเนินงานไว้หมดแล้ว ดังนั้นจึงเกิดความขัดแย้งหรือความไม่ลงตัวตามที่คิด เนื่องจากไม่ได้มีการสำรวจความต้องการที่แท้จริงของชาวบ้าน แนวทางการดำเนินที่ทางยูคอมตั้งไว้ อาจไม่สอดคล้องกับแนวทางของชาวบ้าน ดังนั้นเพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง ให้ตรงกับความต้องการของชาวบ้าน มิฉะนั้นประชาชนจะไม่ได้ประโยชน์ของสื่อใหม่และการพัฒนาธุรกิจชุมชนเลย

4. ต้องมีการสนับสนุนจากท้องถิ่น

การลงมือปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย จำเป็นต้องมีการกระตุ้นและสนับสนุนจากท้องถิ่นในระยะของการตั้งตัว ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือองค์กรพัฒนาเอกชนที่ต้องสนับสนุนการให้คำแนะนำ อาจต้องได้รับการสนับสนุนด้านการเงินบ้างจากท้องถิ่น เพื่อเป็นการพัฒนาความเจริญสู่ท้องถิ่นตนเอง โดยไม่ได้หวังพึ่งจากภาคเอกชนเท่านั้น

5. การฝึกอบรม

เจ้าหน้าที่ของยูคอมต้องตระหนักถึงเทคนิคและทักษะในงานพัฒนาด้วย เนื่องจากถ้าเน้นด้านแค่การสอนเพื่อให้ชาวบ้านได้รู้จักการใช้งานอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ไม่เพียงพอสำหรับการพัฒนา ทักษะการทำงานกลุ่ม ความรู้เรื่องชุมชน จะต้องเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ในช่วงแรกเท่านั้น ไม่เพียงพอสังเกตได้จาก การไปสังเกตการณ์ดูการใช้งานอินเทอร์เน็ตของเจ้าหน้าที่ที่ได้รับการสอนมาแล้ว ยังเกิดความไม่ชำนาญขึ้น ดังนั้นยูคอมควรจัดการฝึกอบรมบ่อย ๆ และไม่ควรเน้นเฉพาะเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์เท่านั้น ควรจะให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกอบรมด้วยอย่างน้อยก็เป็นการกระตุ้นหรือจุดไฟเพื่อให้เกิดการเริ่มต้น และมีความสนใจที่จะศึกษาต่อและนำความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่นี้ไปบอกต่อ ๆ กันกับคนในชุมชน

6. การมีเทคโนโลยีที่เหมาะสม

การเลือกใช้เทคโนโลยีแต่ละชนิดแต่ละระดับท้องถิ่น จะต้องเหมาะสมกับลักษณะของงานพัฒนา และสภาพความเป็นจริงของชุมชน แม้ว่าประสิทธิภาพในเชิงเทคนิคจะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสื่อสารโดยทั่วไป แต่สำหรับการสื่อสารยิ่งเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตแล้ว เราไม่อาจจะให้ความสำคัญแก่ปัจจัยดังกล่าวแต่เพียงประการเดียว เนื่องจากยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสำคัญใกล้เคียงกัน เช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) และความเร็ว (Immediacy) และความยืดหยุ่น (Flexibility) และการวัดประสิทธิภาพของการสื่อสารมีได้อยู่ที่ตัวสื่อเท่านั้น หากอยู่ที่คุณภาพที่สื่อสามารถกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของชาวบ้านได้ ดังนั้นถึงแม้อินเทอร์เน็ตจะเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาก แต่ถ้าคนในชุมชนไม่ตระหนักถึงความสำคัญ หรือไม่สามารรถเข้าถึงสื่อ ก็ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ และอีกประการเทคโนโลยีต้องเหมาะสมกับชุมชนด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา ยิ่งในชนบท ความเจริญทางด้านเทคโนโลยียังไม่ถึง ขนาดคนในชุมชนเมือง เรื่องอินเทอร์เน็ตก็ยังเป็นเรื่องที่ยากต่อการเข้าใจของคนในกลุ่มใหญ่ โดยเฉพาะคนสูงอายุ และยิ่งในภาคเกษตรกรรมของชนบท ดังตัวอย่างของชุมชนอำเภอบ้านลาดคนส่วนใหญ่จะเป็นคนสูงอายุ ช่วงตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และระดับการรู้หนังสือมีน้อยไม่เกินประถมศึกษาปีที่ 6 ดังนั้นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมโยง จึงเป็นสิ่งที่ยากต่อการเข้าใจและการพัฒนาได้ ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงน่าจะเป็นกลไกของการพัฒนาในอนาคตมากกว่า ที่ต้องปลูกฝังการศึกษาด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่แก่เยาวชนที่จะเจริญเติบโตขึ้นมา

7. ความต่อเนื่อง

เป้าหมายของการพัฒนาชุมชนและให้ประชาชนมีส่วนร่วม ต้องอาศัยความต่อเนื่องด้วย มิใช่เพียงแค่กระตุ้นในช่วงแรก และขาดหายไปเลย เช่นการใช้อินเทอร์เน็ตต้องมีการมาเสริมความรู้ชาวบ้านอยู่เสมอ ๆ และสามารถให้ใช้ได้ตลอดเวลาที่ต้องการ ยุคสมัยขาดความต่อเนื่องของโครงการ เนื่องจากในได้ว่าในช่วงหลังเห็นได้ว่าไม่มีความต่อเนื่องหลังที่ได้เริ่มโครงการแล้ว เช่นไม่มีการจัดกิจกรรมเสริม หรือให้ความรู้เพิ่มเติมใด ๆ ในเรื่องอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาธุรกิจชุมชนเท่าใดนัก

การที่สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้าไปในชุมชนแล้วธุรกิจของชุมชนก็ไม่ได้เกิดความแตกต่างจากเดิมก่อนที่จะมีสื่ออินเทอร์เน็ตเข้าไปเลยนั้น เราจะเห็นได้จากตัวบ่งชี้ (indicator) ดังต่อไปนี้

1. เรื่องสถานที่ตั้งของอินเทอร์เน็ต
จากการที่สหกรณ์ได้ตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ยังที่ทำการของบิมน้ำมัน ซึ่งอยู่บริเวณใกล้ ๆ กับสหกรณ์ทำให้คนในชุมชนไม่สามารถใช้งานได้
2. คนในชุมชนไม่รู้จักอินเทอร์เน็ตที่ยุคมมาติดตั้ง
จากการสอบถามคนในชุมชนถึงโครงการที่ยุคมมาติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตให้ที่สหกรณ์ แทบไม่มีใครรู้เรื่องเลย นอกจากตัวของประธานกลุ่มในสหกรณ์เท่านั้นที่ได้รับทราบข่าวจากข้อมูลเรื่องอินเทอร์เน็ต ของยุคมจากการประชุมสหกรณ์และมีการแจ้งให้ทราบ แต่ไม่ได้มีการทำให้คนในชุมชนได้ตื่นตัวต่อประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ตเลย
3. จำนวนผู้ใช้น้อยมาก จากที่สอบถามมีเพียงเจ้าหน้าที่ท่านเดียวเท่านั้นที่ทำหน้าที่ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานอื่น หรือบางครั้งก็เป็นเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ท่านอื่นแต่ก็ใช้งานไม่คล่องแคล่ว
4. ผู้จัดการสหกรณ์มีความคิดว่า คนในชุมชนไม่จำเป็นต้องมาใช้งานอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเกรงว่าคนในชุมชนจะทำให้เครื่องเสียหรือเกิดความวุ่นวาย ทำให้คนในชุมชนขาดโอกาสที่จะได้ใช้งานอินเทอร์เน็ต

จากศักยภาพที่กล่าวมาของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีอยู่มากมายโดยเฉพาะใน

www.rakbankerd.com ที่นำมาศึกษาครั้งนี้มีทั้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจชุมชน ข่าวสารด้านการเกษตรต่าง ๆ ที่พัฒนาโดยบริษัท ยุคม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์กับภาคเกษตรกรรมอย่างเต็มที่ แต่ชุมชนยังมิได้ดึงเอาศักยภาพที่มีอยู่อย่างมากมายดังกล่าวนี้มาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ทั้ง ๆ ที่ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนมีลักษณะเป็นโครงข่ายข้อมูลขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมพื้นที่ในทุกจังหวัด สามารถเชื่อมต่อไปได้ทั่วโลก ทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลต่าง ๆ เช่นด้านการเกษตรสามารถติดต่อไปได้ทั่วโลกและทำให้เกิดความสามารถในการใช้ข้อมูลด้านการเกษตรของเกษตรกร แต่ชุมชนบ้านลาดยังมีได้ใช้ข้อมูลดังกล่าวมาเป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพของตน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารยังมิได้กระทำในวงกว้าง ข้อมูลได้รับแต่ในกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งเท่านั้น คือสหกรณ์หรือองค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งเป็นกลุ่มชนชั้นแกนนำแต่ยังมิได้กระจายลงไปสู่คนในชุมชนทั่วไป อีกทั้งคนในชนชั้นผู้นำก็ยังไม่มีความตื่นตัวที่จะพัฒนาชุมชนด้วยเทคโนโลยีสื่อใหม่นี้ เนื่องจากอาจเป็น

คนในรุ่นยุคเก่า ไม่ใช่ยุคเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย จึงทำให้เกิดอุปสรรคที่จะกระจาย
ความเจริญนี้ไปได้ในคนรุ่นนี้ และยังมีอุปสรรคอื่น ๆ อีกเช่น ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติและ
สาธารณูปโภค ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านองค์กรสังคม ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ
ปัจจัยด้านการแพร่กระจาย ปัจจัยด้านการฝึกอบรม ดังนั้นประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตยังไม่ถูก
ใช้อย่างเต็มที่



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง “สื่ออินเทอร์เน็ตกับโครงการพัฒนาชุมชน ของบริษัทยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน)” โดยเน้นศึกษาเรื่องการพัฒนาในด้านธุรกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษาสภาพด้านการสื่อสารของธุรกิจชุมชนก่อนมี / ใช้อินเทอร์เน็ต
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจของชุมชน
3. เพื่อค้นหาแบบจำลอง (model) กระบวนการในการใช้อินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

การศึกษาในครั้งนี้ มีข้อสันนิษฐานเบื้องต้นว่า สภาพภาพด้านการสื่อสารของธุรกิจชุมชนในปัจจุบันมีลักษณะของการสื่อสารแบบบนลงล่างการได้รับข่าวสารมักได้รับจากหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานองค์กรที่มีขนาดใหญ่เป็นส่วนมาก และแหล่งข้อมูลที่มาจากสื่อมวลชนที่น่าเสนอออกไป เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นการสื่อสารที่ชุมชนรับสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่สามารถตอบโต้หรือ Interactive กลับไปได้ส่วนของศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนนั้นมีลักษณะเป็นโครงข่ายข้อมูลขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมพื้นที่ในทุกจังหวัด และสามารถเชื่อมต่อไปได้ทั่วโลก ทำให้เกิดการไหลของข้อมูลต่าง ๆ เช่น ด้านการเกษตรสามารถติดต่อไปได้ทั่วโลก และทำให้เกิดความสามารถในการใช้ข้อมูลด้านการเกษตรของเกษตรกร เกิดการรวมตัวกันของเกษตรกรและการแลกเปลี่ยนข้อมูลการตลาดของเกษตรกรในประเทศและกระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนเริ่มด้วยการสร้างเครือข่ายของสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลทางด้านธุรกิจข้อมูลที่หลากหลายเต็มรูปแบบ และการฝึกอบรมให้คนในชุมชนเข้าใจวิธีการใช้งานของสื่อใหม่ และเมื่อคนในชุมชนได้เข้าใจยอมรับและนำไปใช้งานด้านธุรกิจชุมชนจะก่อให้เกิดการพัฒนาทางธุรกิจชุมชนที่ดีขึ้น

ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ชุมชนบ้านลาด โดยผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ผู้ที่เป็นแกนนำหลักในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะทางด้านธุรกิจชุมชน เช่น ผู้จัดการสหกรณ์ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตของสหกรณ์ ประธานสหกรณ์ ประธานองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้ค้าขายในตลาดกลางรวมทั้งสมาชิกของสหกรณ์ซึ่งถือว่าเป็นคนกลุ่มใหญ่ของชุมชนบ้านลาดและได้ไปสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมถึงวิธีการใช้งานของเจ้าหน้าที่ รวมทั้งได้ทำการศึกษาเอกสารและเว็บไซต์ของ

บมจ.ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี ที่มีชื่อว่า www.rakbankerd.com (รักบ้านเกิดดอทคอม) ประกอบการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของยูคอมเพื่อให้ข้อมูลเบื้องต้นของโครงการ และได้จัดเวทีชุมชนขึ้นเพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทดลองใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้กรอบในการวิเคราะห์จากแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชน แนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน และทฤษฎี Technology Determinism ทฤษฎี New Media Technology ทฤษฎี Development Potential Diffusion และทฤษฎี Communication of Modernization จากการศึกษาวิจัยนั้นสรุปได้ดังนี้

1. สถานภาพการสื่อสารธุรกิจชุมชน

สถานภาพการสื่อสารของธุรกิจชุมชนบ้านลาด มีรูปแบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านการจัดการธุรกิจชุมชน การซื้อขายสินค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการค้ายังใช้การสื่อสารแบบเดิมคือรับข้อมูลจากสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือการใช้โทรศัพท์ระหว่างบุคคล การสื่อสารเป็นแบบปากต่อปากโดยผ่านสื่อบุคคลเป็นส่วนใหญ่ ข่าวสารที่ได้รับมักได้จากทางหน่วยงานราชการหรือองค์กรขนาดใหญ่ เครือข่ายของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีบทบาทมากต่อการประกอบธุรกิจของชุมชน

สินค้าเกษตรของชุมชน คือ ข้าว นอกนั้นเป็นพืชไร่ เช่น มะนาว แตงกวา ถั่วฝักยาว ถั่วพุ่ม พืชอื่น กระท้อน กัลฉวย เป็นต้น การประกอบธุรกิจของชุมชนโดยมากจะกระทำโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง เช่นข้าวจะมีคนจากโรงสีมาซื้อซื้อ ส่วนพืชผัก ผลไม้อื่น ๆ จะมีพ่อค้า แม่ค้ามาซื้อซื้อเพื่อนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง หรือไม่เกษตรกรจะนำมาขายที่ตลาดกลางเองแต่เกษตรกรไม่นิยมที่จะขายตรงถึงผู้บริโภคเองเนื่องด้วยความไม่สะดวกและไม่รู้จักตลาดใหม่ ๆ และขาดกลยุทธ์ทางการตลาด

ช่องทางการเปิดรับข่าวสารของชุมชนมีการพัฒนามากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากความเจริญของสาธารณูปโภคพื้นฐานและระบบโทรคมนาคมที่ทำให้ช่องทางการไหลของข่าวสารมีมากขึ้น แต่คนในชุมชนยังขาดการรวมกลุ่มที่เหนียวแน่นทางธุรกิจ ทำให้การได้รับข่าวสารไม่ได้รับการจัดการข่าวสารที่ดี เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ความต้องการของคนในชุมชนนั้นมีแตกต่างกัน บ้างก็ไม่ต้องการเนื่องจากมีชีวิตความเป็น

อยู่ที่พอมีพอกินแล้ว แต่บางส่วนก็ต้องการที่จะขายสินค้าให้ได้มากกว่าเดิม แต่โดยมากผู้ที่มีความต้องการจะเป็นผู้นำกลุ่มทางธุรกิจ เนื่องจากตัวของคนในชุมชนเองสามารถขายสินค้าให้กับพ่อค้าคนกลางได้อยู่แล้ว ในราคาที่ย่อมเยาคนในชุมชนก็เกิดความพอใจแล้ว แต่ผู้ที่เป็นแกนนำทางธุรกิจต้องการที่จะขายเพื่อให้ได้กำไรเพิ่มขึ้น ๆ อย่างไม่สิ้นสุด

2. ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน

จากการศึกษาศักยภาพของอินเทอร์เน็ตในที่นี้คือประโยชน์ของเว็บไซต์รักบ้านเกิดดอทคอม www.rakbankerd.com มีเนื้อหารายละเอียดที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนดังนี้

- ข่าวสารสถานการณ์เป็นการรายงานความเคลื่อนไหวของบ้านเมือง
- รากฐานไทย ประกอบไปด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเป็นประเทศไทยในทุกแง่มุม
- ศาสนาและจิตวิญญาณ เน้นในเรื่องศาสนาและหลักปฏิบัติให้คนทำความดี
- เกษตรพลิกฟื้นชาติ มีข้อมูลด้านการเกษตรที่ให้ความรู้แก่เกษตรกรในทุก ๆ ด้าน
- ธุรกิจชุมชน เป็นส่วนสำคัญในเว็บไซต์นี้เนื่องจากทำให้มีการเจริญเติบโตทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม เน้นการซื้อขายโดยใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตแทนบทบาทพ่อค้าคนกลาง
- ร้านรักบ้านเกิด เพื่อแสดงให้เห็นถึงร้านค้าปลีกของคนไทยที่สนับสนุนสินค้าไทย
- มูลนิธิสำนักรักบ้านเกิด แสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนด้านการศึกษาที่เน้นความเป็นผู้นำให้แก่เยาวชนและสำนักในแผ่นดินบ้านเกิดของตน
- ทำความรู้จักรักบ้านเกิดดอทคอม
- บอร์ดข่าวสาร จะรวบรวมข่าวสารที่เป็นประโยชน์มาให้ทราบ
- 10 กระตุกล้าสุดของสมาชิก 76 จังหวัด เป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- รายชื่อเครือข่ายองค์กร
- คำคมคนรักบ้านเกิด เพื่อปลุกให้คนรักถิ่นฐานของตน

ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตภายใต้ www.rakbankerd.com ในแนวคิดของ CMC

1. การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) มีการเปิดให้ผู้รับสารสามารถโต้ตอบกับผู้ส่งสารได้ทันทีผ่านทางหน้าจอ ไม่ว่าจะเป็นการ chat หรือซักถามตอบปัญหาเกษตร

2. ไม่จำกัดแหล่งข้อมูล (Hypertext) โดยสามารถหาข้อมูลได้จากเว็บไซต์นี้และมีการเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่นที่มีข้อมูลที่ต้องการจะให้ทราบ
3. การแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้งาน (Information Pull) ผู้ใช้สามารถเลือกบริโภคข่าวสารที่ตนเองต้องการได้โดยไม่จำเป็นต้องรับทั้งหมดที่ปรากฏ
4. แยกย่อยตามความสนใจของผู้ใช้งาน (Demassified) มีการแบ่งเนื้อหาอย่างชัดเจน
5. การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (Participative Audience) การพูดคุยผ่านหน้าจอ หรือการทำธุรกรรมผ่านทางหน้าจอ โดยถือว่าให้หน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าได้เลย
6. เอกลักษณ์ของผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (Identity Shift) ทุกคนสามารถสื่อสารได้อย่างเท่าเทียมกันโดยอาจปิดบังตัวเองได้ตลอดเวลา
7. เป็นสื่อประเภทใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient) คือสามารถใช้งานได้ 24 ชั่วโมง ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา
8. การกระจายตัวอยู่ทั่วไป (Widely distributed) คือมีอยู่ในทุกที่ที่ต้องการได้ เพียงแต่อาจต้องมีความจำเป็นเรื่องทุนทรัพย์ในการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์และค่าเชื่อมโยงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
9. ให้โอกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใด ๆ กับเนื้อหาสารก็ยอมได้ (Manipulation of content) เช่นคนในชุมชนสามารถป้อนราคาสินค้าและจำนวนที่ต้องการตามความพอใจของตนเอง

จากศักยภาพที่มีอยู่อย่างมากมายของอินเทอร์เน็ต แต่ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตที่ชุมชนดึงออกมาใช้มีดังนี้

1. ใช้เพื่อหาข้อมูล ข่าวสารความรู้
2. ใช้เป็นช่องทางการตลาดในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า

ปัญหาและอุปสรรคในการที่ชุมชนดึงเอาศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาชุมชน

ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติและระบบสาธารณูปโภค

1. ความไม่พร้อมของระบบโทรศัพท์ การมีเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง

2. คอมพิวเตอร์ที่พร้อมเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการใช้งานภายในชุมชนมีไม่เพียงพอ
3. สถานที่ตั้งคอมพิวเตอร์ไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้ประโยชน์โดยส่วนรวม
4. สินค้าที่ชุมชนนำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนในเว็บไซต์ยังขาดความน่าสนใจ

ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

1. ประชาชนไม่เข้าใจประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชนอย่างเพียงพอ
2. ประชาชนขาดความรู้เรื่องการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านองค์กรสังคม

1. บมจ.ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น ยังเป็นผู้ดูแล ติดตั้ง ซ่อมแซม ระบบคอมพิวเตอร์ทั้งหมด
2. หน่วยงานภาครัฐยังติดรูปแบบเดิมในการพัฒนาชุมชน
3. ระบบเครือข่ายและอุปกรณ์ยังมีบทบาทต่อการทำตลาด

ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ

1. ผู้นำชุมชนยังไม่เห็นความจำเป็นของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน
2. ผู้นำชุมชนไม่มีความรู้เรื่องสื่ออินเทอร์เน็ตและมองว่าเป็นเรื่องของคนยุคใหม่ไม่เกี่ยวกับยุคของตนเอง

ปัจจัยด้านการแพร่กระจาย

1. ช่องทางที่จะส่งข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตมีจำกัด
2. การขาดการตื่นตัวของชุมชนว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน
3. การขาดบุคคลที่เชื่อมโยงระหว่าง สหกรณ์การเกษตรกับชาวบ้านในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านการฝึกอบรม

1. การฝึกอบรมยังมีไม่เพียงพอ
2. การฝึกอบรมต้องรอเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง

3. กระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินการของบมจ.ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี

ความคิดริเริ่มในการดำเนินการโครงการเครือข่ายข้อมูลข่าวสารและธุรกิจชุมชนนี้เนื่องมาจากผู้บริหารของยูคอมได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนา โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีใหม่คือ สื่ออินเทอร์เน็ตมาพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะด้านธุรกิจชุมชน

จากการที่บริษัทมีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีทางด้านโทรคมนาคม อันเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ กอปรกับเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตไม่ควรที่จะกระจุกตัวอยู่แต่ในชุมชนเมือง ซึ่งประโยชน์อาจถูกใช้ไม่เต็มที่ การขยายวงกว้างออกไปในพื้นที่ชนบทให้ได้รับความเท่าเทียมกันในเทคโนโลยีใหม่ และสามารถนำศักยภาพของอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้ โดยประชาชนให้ประชาชนมีความรู้กว้างไกลขึ้น ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบทางธุรกิจ และพัฒนารายได้รวมทั้งพัฒนาสังคมได้

หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินงานภายใต้หน่วยงานที่มีชื่อว่า Web Brand Group ดูแลทั้งด้านการพัฒนาเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ ป้อนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน และหน่วยงานที่ดูแลด้านธุรกิจชุมชนและการบริการหลังติดตั้งระบบเมื่อเกิดปัญหา และมีเจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้ถึงการใช้งานเมื่อติดตั้งระบบโดยอธิบายรายละเอียดการใช้งานอย่างละเอียด

ผลของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน

การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชนแยกได้เป็น

1. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ที่เป็นช่องทางให้ประชาชนอยู่ดีกินดี มีรายได้เพิ่มมากขึ้น
2. ประโยชน์ในเชิงสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เพิ่มพูนความรู้ให้ประชาชนในชุมชน สังคมมีการติดต่อสื่อสารที่กว้างขวางขึ้น
3. ประโยชน์เชิงการเมืองการปกครอง ยังไม่ชัดเจนถึงขั้นการมีส่วนร่วมทางการเมือง แต่เป็นการรับทราบข่าวสารข้อมูลทางการเมืองการปกครองมากกว่า
4. ประโยชน์เชิงการศึกษา ถือเป็นการศึกษาถึงความรู้ทางด้านเทคโนโลยีใหม่อันทันสมัยคือ เรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต

การรับรู้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตของชุมชนยังรับรู้อย่างผิวเผินแต่ยังไม่รู้ในรายละเอียดของศักยภาพที่แท้จริงของอินเทอร์เน็ตเนื่องจากเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ยังไม่เคยได้ทดลองใช้หรือมีความชำนาญ

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และการใช้งานอินเทอร์เน็ต

1. ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย เพื่อติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต มีราคาแพง ทำให้คนในชุมชนอาจแบกรับภาระได้ไม่เพียงพอ
2. ปัจจัยด้านโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน ในท้องถิ่นห่างไกลทุรกันดารออกไป ปัญหาเรื่องไฟฟ้าและสายโทรศัพท์ยังไม่ถึงทั่วทุกที่
3. ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานอินเทอร์เน็ต เนื่องจากทั้งการไม่รู้หนังสือของคนในชุมชน รวมทั้งการขาดการฝึกอบรมด้านการใช้งาน
4. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงการใช้งานจริง หรือใช้งานน้อยทำให้พฤติกรรมการใช้งานเป็นไปอย่างไม่ตื่นตัว
5. ปัจจัยด้านอายุของผู้ใช้งาน ผู้สูงอายุมักจะมีความกลัวในเทคโนโลยีใหม่ ๆ จึงเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงของอินเทอร์เน็ตต่อคนกลุ่มนี้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การดำเนินการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตให้เกิดผลในการพัฒนาธุรกิจชุมชนนั้นจะต้องเกิดจากความร่วมมือของหลาย ๆ ฝ่าย ทั้งจากบริษัทยุคคอม ผู้นำชุมชน แม้กระทั่งตัวคนในชุมชนเอง ต้องยึดหลักช่วยกันคิดช่วยกันทำ มีการประสานงานกัน ทำงานเป็นกลุ่ม มีการให้การศึกษาอบรม มีการวางโครงการและประเมินผล รวมทั้งต้องขยายเครือข่ายให้กว้างออกไป โดยสามารถสรุปเป็นกระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตให้เกิดการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้ดังนี้

1. ผู้ดำเนินการเผยแพร่สื่ออินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐหรือเอกชน ต้องมีการเข้าใจธรรมชาติและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นต่าง ๆ ให้ถ่องแท้
2. ผู้ดำเนินการเผยแพร่สื่ออินเทอร์เน็ต ต้องสำรวจความต้องการที่แท้จริงของคนในชุมชน
3. ให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินการตั้งแต่แรกเริ่ม เพื่อให้มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของโครงการที่จะเกิดขึ้น
4. จัดให้มีการอบรม ให้ความรู้แก่แกนนำชาวบ้าน ผู้นำชุมชน เพื่อให้บุคคลเหล่านี้ได้ไปบอกสมาชิกของตนต่อไป

5. ติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ให้กระจายไปในพื้นที่ที่คนในชุมชนเข้าถึงได้สะดวก เช่นที่ กองทุนหมู่บ้าน
6. จัดการอบรมให้คนในชุมชนได้ใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง อาจมีการฝึกอบรมบุตรหลานหรือเยาวชนในครอบครัวควบคู่ไปด้วย รวมทั้งอาจให้คนในชุมชนได้ไปศึกษาดูงานชุมชนอื่นที่ประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจชุมชนหลังจากได้ใช้ สื่ออินเทอร์เน็ตมาประกอบการทำตลาด
7. มีการกระตุ้นการใช้งานจากยูทูป อย่างต่อเนื่องและจัดให้มีการอบรมอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความชำนาญ และมีความคุ้นเคยกับการใช้งาน คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต
8. สร้างเครือข่าย (Connection) ระหว่างชุมชนรวมทั้งกับองค์กรภาครัฐและองค์กรเอกชน รายอื่น ๆ ในการช่วยกันทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถพัฒนาชุมชนได้อย่างแท้จริง

ถึงแม้ว่าโดยทั่วไป เทคโนโลยีจะเป็นสาเหตุหลักในการสร้างความเปลี่ยนแปลง ให้เกิดขึ้นในสังคม แต่ในขณะเดียวกัน หากจะกล่าวหาว่า โครงสร้างสังคมไทยก็มีส่วนเป็นตัวกำหนดความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ก็ไม่ผิดเสียทีเดียว เนื่องจากการพัฒนาการของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ในสังคมไทยด้วยเช่นกัน แต่ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในสังคมไทยนั้นปัจจัยทางสังคมมิใช่ตัวกำหนด ในการที่จะประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีขึ้นมาได้ เนื่องจากประเทศไทยมักเป็นประเทศผู้บริโภคนวัตกรรมเทคโนโลยี ไม่ใช่ผู้พัฒนาเทคโนโลยีและการนำเข้าเทคโนโลยี โดยเฉพาะในกรณีของสื่ออินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาชุมชน ก็ไม่ใช่เพราะความจำเป็นในสังคมเป็นเหตุผลหลัก เพราะหากพิจารณาภายในโครงสร้างสังคมโดยรวมแต่เดิม จะเห็นว่าไม่มีความเอื้ออำนวย หรือมีความพร้อมเหมาะสมที่จะนำเข้าอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อประโยชน์สูงสุดได้เลย เพียงแต่การเติบโตของอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกรอบของโครงสร้างสังคมไทยอย่างไรเท่านั้น

เทคโนโลยีแต่ละชนิด ย่อมจะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคม แต่ละอย่างต่างกัน ในด้านสภาพความพร้อม และบริบทในสังคมไทยเองก็มีส่วนที่เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการพัฒนาของเทคโนโลยีนั้น ๆ ได้ อินเทอร์เน็ตไม่สามารถเปลี่ยนแปลงสังคมไทยได้ชัดเจนนัก แต่อาจเป็นประโยชน์ในแง่การเป็นตัวเสริมให้การสื่อสารมีช่องทางเพิ่มขึ้นอีก อาจทำให้ได้ข้อมูลรวดเร็วขึ้น และขยายวงกว้างขึ้นแต่ทั้งนี้ก็ยังต้องพึ่งพาและพึ่งพิงสื่ออื่น ๆ ด้วยถึงจะเหมาะสมกับสภาพของสังคมไทย เนื่องจากคนในชุมชนยังไม่ไว้วางใจในระบบอินเทอร์เน็ตว่าจะสามารถมาแทนที่ระบบเดิมได้ เช่นในการค้าขาย ถ้าคนในชุมชนหันมาใช้ช่องทางการค้าขายแบบใหม่โดยพึ่งระบบอินเทอร์เน็ต และยกเลิกระบบการค้าขายกับคู่ค้าเดิม คนในชุมชนยังมีความกลัวอยู่ว่า ถ้าเกิดไม่ประสบ

ความสำเร็จก็อาจไม่สามารถทำการค้าขายกับคู่แข่งได้สักแล้ว ดังนั้นระบบอุปถัมภ์จึงยังคงดำรงอยู่

ดังนั้น ประเทศที่ต้องพึ่งพิงทางด้านเทคโนโลยีอย่างประเทศไทย ควรมีความตระหนักถึงสถานการณ์ที่อ่อนด้อยในด้านต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการรับการใช้และพัฒนาการของอินเทอร์เน็ต และต้องพยายามผลักดันตนเองให้เกิดสภาพที่เหมาะสม ใช้อำนาจ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองอย่างจริงจัง ในการรับการใช้อินเทอร์เน็ตให้มากที่สุดให้ได้ ผลการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเนื่องจากเทคโนโลยี ก็จะได้เด่นชัดขึ้นในอนาคต

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายให้เห็นถึงข้อสอดคล้องและข้อขัดแย้งกับทฤษฎี และแนวคิดที่ใช้เป็นกรอบในการศึกษาได้ดังนี้

1. ทฤษฎี Technology Determinism ที่เชื่อว่าเทคโนโลยีเป็นสาเหตุหลักในการขับเคลื่อนให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมและปัจเจกบุคคล อีกทั้งยังเป็นการขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ ทำให้คนจำนวนมากสามารถจะรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว และให้ความสำคัญกับตัวสื่อมากกว่าสาร

ผลการวิจัยในเรื่องนี้ปฏิเสธทฤษฎี Technology Determinism เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่ถือว่าเป็นเทคโนโลยีใหม่ไม่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมและปัจเจกบุคคล อาจเพราะเป็นการเข้ามาของสื่อใหม่ อีกทั้งโครงสร้างของสังคมไทยโดยเฉพาะในชนบท มักจะมีการเปลี่ยนแปลงช้ากับสิ่งใหม่ ๆ ที่ตนยังไม่เห็นคุณค่าต่อตัวเองอย่างแท้จริง และเป็นไปตามที่ Rogers กล่าวไว้ว่า สังคมที่ล่าช้าหลังเท่านั้นที่เทคโนโลยีจะไม่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม และปัจเจกบุคคลได้

2. ทฤษฎีเทคโนโลยีด้านสื่อใหม่ (New Media Technology) ที่กล่าวถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการสื่อสาร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาขึ้นในแง่ข้อมูลข่าวสาร ความรวดเร็ว ทันเหตุการณ์อยู่เสมอในที่นี้คือสื่อคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

จากผลการวิจัยนั้น สอดคล้องกับทฤษฎีนี้เป็นอย่างยิ่งเนื่องจากข้อมูลข่าวสารที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมต่อส่งผ่านข้อมูลต่าง ๆ มาให้กับผู้ใช้งาน โดยมีคุณสมบัติของการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์อย่างครบถ้วน จากเว็บไซต์ www.rakbankerd.com ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษานั้นผู้ใช้สามารถโต้ตอบกันได้ สามารถหาข้อมูลข่าวสารที่ตนเองต้องการ ผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมได้ และยังสามารถใช้เมื่อไหร่ก็ได้ตามความต้องการของตนเอง

3. ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (Communication Theory of Modernization) ทฤษฎีนี้อธิบายว่าความทันสมัยเกิดจากการสื่อสารสมัยใหม่ซึ่งก่อให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งเป็นตัวทำให้มีการปลูกฝังจินตภาพสมัยใหม่ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวต่าง ๆ อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม อันเป็นตัวนำความทันสมัยมาสู่สังคม

ผลการวิจัย มีปัจจัยหลายประการที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงให้เป็นสมัยใหม่ทำได้ยาก โดยเฉพาะเรื่องการศึกษาของคนในชุมชน การรวมอำนาจในชุมชนยังมีอยู่มาก สังคมไม่มีความเฉพาะตัว ทำให้ภาวะความทันสมัยเกิดขึ้นได้ยาก ถึงแม้ว่าคนในชุมชนพอจะรับทราบถึงศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตแต่เป็นเพียงผิวเผินเท่านั้น กล่าวได้ว่าการสื่อสารที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมยังมีก่อให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม และจินตภาพสมัยใหม่ทำให้อยู่ไม่มีการเคลื่อนไหวที่จะทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงเป็นภาวะสมัยใหม่ได้ ทั้งนี้เนื่องจากยังไม่เห็นความสำคัญของสื่อใหม่ที่จะนำมาใช้พัฒนาความเป็นอยู่ของตน

ทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจาย (Development Potential Diffusion Theory) ทฤษฎีนี้ประกอบด้วย 2 ส่วนคือศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจายซึ่งศักยภาพการพัฒนาจะประกอบไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ องค์การสังคมและภาวะผู้นำอีกส่วนหนึ่ง คือการแพร่กระจายที่เป็นกระบวนการของการที่นวัตกรรมได้ถูกสื่อสารไปยังช่องทางต่าง ๆ ส่งไปถึงสมาชิกที่อยู่ในระบบสังคม โดยเนื้อหาสาระจะเป็นแนวความคิดใหม่ ๆ และส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลง

ผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่า สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถก่อให้เกิดการพัฒนาได้ในชุมชนแต่เนื่องด้วยข้อจำกัดบางประการในองค์ประกอบของศักยภาพการพัฒนาบางประการ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาคือทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากคนในชุมชนยังขาดการศึกษาในเรื่องอินเทอร์เน็ตและระดับการศึกษาของคนในชุมชนค่อนข้างต่ำโดยเฉลี่ยจบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ทำให้

เกิดการเรียนรู้ได้ยากบวกกับปัจจัยด้านอายุของคนในชุมชน(ที่เป็นเกษตรกรหรือดำเนินธุรกิจ) โดยเฉลี่ย 40 ปีขึ้นไป ที่เป็นวัยค่อนข้างสูงแล้ว จึงมักมองข้ามความสำคัญของสื่ออินเทอร์เน็ตไป และมักกล่าวว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องของวัยรุ่น ไม่ใช่ผู้สูงอายุในยุคนี้ เป็นเรื่องของอนาคตของคนรุ่นหลังมากกว่า อีกทั้งองค์กรสังคมยังมีได้ให้ความร่วมมือในการที่จะทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตก่อประโยชน์ต่อคนในชนบทอย่างแท้จริง

ภาวะผู้นำของชุมชนตามที่ได้มาแล้วคือเป็นผู้สูงอายุที่มองว่าเรื่องอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องของวัยรุ่น จึงมิได้รณรงค์ให้คนในชุมชนรับทราบถึงความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต ในด้านการแพร่กระจายของนวัตกรรมเรียกได้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้าไปเพียงระดับแรก ๆ ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมคือขั้นตระหนักตื่นตัว ขั้นสนใจ และขั้นประเมินผล ขั้นการทดลองยังมีได้ไม่ถึง จึงทำให้ยังไม่เกิดการยอมรับในชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่าง ๆ และขาดตัวเชื่อมคือการฝึกอบรมจึงทำให้ศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจายเป็นไปอย่างไม่เต็มที่ การแพร่กระจายของนวัตกรรมสามารถแบ่ง user ออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกันคือ

1. กลุ่มผู้ใช้งานหรือกลุ่มคนในสหกรณ์ คนกลุ่มนี้ได้มีความตระหนักตื่นตัว และสนใจที่จะทดลองใช้ แต่เมื่อใช้แล้วรู้สึกไม่เห็นผลที่ดีขึ้นกว่าเดิม จึงประเมินผลนวัตกรรมใหม่หรือสื่ออินเทอร์เน็ตว่าไม่ดี และไม่ยอมรับในที่สุด
2. กลุ่มที่ได้ร่วมการจัดเวทีชุมชนของผู้วิจัย คนกลุ่มนี้มีความตระหนักตื่นตัว และสนใจที่จะทดลองใช้ แต่เมื่อทดลองใช้แล้วรู้สึกว่ายาก มีอุปสรรคต่าง ๆ มากมาย ประกอบกับการไม่มีคอมพิวเตอร์ให้ใช้ประจำ จึงตัดสินใจและประเมินผลไปแล้วว่าไม่ยอมรับนวัตกรรมใหม่นี้
3. กลุ่มที่ไม่สนใจเทคโนโลยี คือคนในชุมชนทั่วไปที่ผู้วิจัยได้ไปทำการสัมภาษณ์ ได้คำตอบว่าเคยได้ยินว่าอินเทอร์เน็ตคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร แต่ก็ไม่สนใจเพราะคิดว่าเป็นเรื่องไกลตัว การประเมินผลก็คือการไม่ยอมรับนวัตกรรม

หากนำแนวคิดเรื่อง Innovation ของ Rogers มาอธิบายข้อค้นพบข้างต้นจะพบว่า การยอมรับนวัตกรรมยังไม่เกิดขึ้นโดยสมบูรณ์ การรับนวัตกรรมเกิดขึ้นเพียงแค่ขั้นตอนที่ 3 คือขั้นประเมินผลเท่านั้น ทั้งนี้เพราะติดเงื่อนไขเรื่องความเข้าใจถึงประโยชน์ที่แท้จริงของอินเทอร์เน็ตและเห็นว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตและธุรกิจแบบเดิมคืออยู่แล้ว

4. แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชน กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อชุมชนจะต้องทำโดยชุมชนและเพื่อชุมชน โดยมีระบบการสื่อสารแบบสองทาง ทิศทางการไหลของข่าวสารต้องเป็นแบบล่างขึ้นบนคือจากตัวคนในชุมชนถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐ และสมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและปฏิบัติการกิจในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง

จากการวิจัยพบว่า การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของบริษัท ยูคอมเป็นการสื่อสารเพื่อที่ต้องการให้คนในชุมชนมีการพัฒนาขึ้นทั้งทางด้านข่าวสารข้อมูล ที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพเนื่องจากเน้นข้อมูลทางด้านการเกษตรเพื่อเกษตรกร ทำให้คนในชุมชนได้ประโยชน์อย่างเต็มที่ รวมทั้งคนในชุมชนสามารถแสดงความคิดเห็น ได้ตอบในอินเทอร์เน็ตได้ ข่าวสารไหลมาจากทุกทิศทาง และยังสามารถแสดงความคิดเห็นถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐได้อีกด้วย

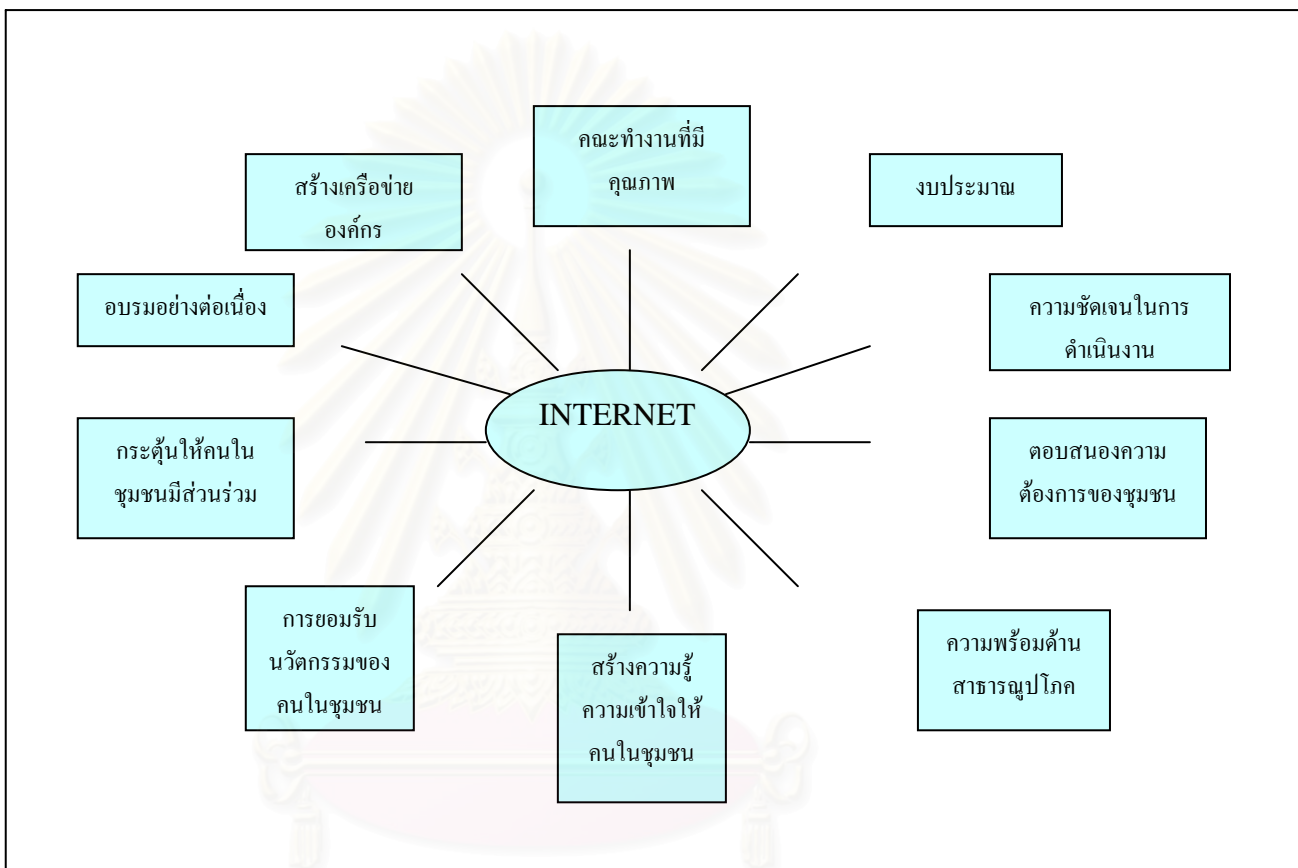
แต่อุปสรรคของการสื่อสารเพื่อชุมชนในสื่ออินเทอร์เน็ตนี้มีอยู่มาก ถ้าพูดถึงในแง่หลักการของโครงการสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการพัฒนาชุมชนนั้นมีแนวคิดที่ดี แต่ยังขาดความเข้าใจในตัวคนในชุมชนและขาดความร่วมมือจากคนในชุมชน เนื่องจากเป็นแนวคิดที่คนในชุมชนมิได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางตั้งแต่แรก คือไม่ใช่โดยชุมชนจึงเกิดความรู้สึกที่เป็นของตนเอง มีใช่เพื่อชุมชนตนเอง จึงทำให้ชุมชนยังไม่เห็นประโยชน์จากสื่อเพื่อชุมชนที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมนี้

5. แนวคิดเรื่องธุรกิจชุมชน มีเป้าหมายที่จะพัฒนาคนและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น เสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวและชุมชน เน้นให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพร้อมกับการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมืองการปกครอง

จากผลการวิจัยคนในชุมชนยังขาดการรวมตัวกัน ขาดแหล่งเงินทุน ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ ความรู้ด้านการตลาด อีกทั้งยังขาดเจ้าหน้าที่ทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่จะเข้าไปเป็นผู้นำและให้ความรู้ทางด้านการพัฒนาธุรกิจ ถึงแม้ว่ายูคอมจะเป็นบริษัทนำร่องในการพัฒนาธุรกิจชุมชนคือให้มีการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ทั้งนี้เพื่อขจัดปัญหาพ่อค้าคนกลาง และให้มีการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือแลกเปลี่ยนแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน แต่ยังขาดความต่อเนื่องและบุคลากรที่จะไปช่วยในการพัฒนาอย่างจริงจัง ทำให้การพัฒนาธุรกิจชุมชนเกิดขึ้นได้ยาก สังเกตได้จากการที่คนในชุมชนผลิตสินค้าได้มาก ทั้งนี้หมายถึงพืชผลทางการเกษตรแต่ไม่รู้วิธีการทำตลาดหรือคิดที่จะแปรรูปสินค้าหรือวิธีการขายอื่น ๆ ยังคงใช้วิธีค้าขายแบบเดิม ทำให้การพัฒนาธุรกิจชุมชนยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

หลังจากที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลในเบื้องต้นถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตของชุมชน และได้พบถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของการใช้งานอินเทอร์เน็ต จึงเกิดเป็นองค์ประกอบที่น่าจะสามารถทำให้การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชนบังเกิดผลในการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้ดียิ่งขึ้นดังนี้

องค์ประกอบในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน



แผนภูมิที่ 2 แสดงองค์ประกอบในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

จากกระบวนการดังกล่าวสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. คณะทำงานที่มีคุณภาพ : การที่จะทำให้อินเทอร์เน็ตประสบความสำเร็จในการดำเนินงานจะต้องก่อตัวขึ้นมาจากบุคคลจากหลาย ๆ ฝ่ายประกอบกันขึ้นมาเป็นคณะทำงาน ซึ่งประกอบด้วยบุคคลจากภาครัฐและหน่วยงานราชการ อันอาจได้แก่

- 1.1 กระทรวงต่าง ๆที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงศึกษาธิการ เป็นผู้วางแผนการศึกษาให้แก่เยาวชนรุ่นใหม่ โดยบรรจุเนื้อหาวิชาคอมพิวเตอร์ลงไปหลักสูตรการศึกษา

กระทรวงมหาดไทยทำหน้าที่ ประสานงานกับหน่วยงานในชุมชนโดยผ่านลงไปทางอำเภอ หรือองค์การบริหารส่วนตำบล กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้านสารสนเทศทั้งหมด กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นผู้ประสานงานในด้านหน่วยงานเกษตรที่อยู่ในพื้นที่ชุมชน หรือจัดการข้อมูลการเกษตรหรือคำแนะนำเกี่ยวกับความช่วยเหลือจากสหกรณ์ โดยกระทรวงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนี้จะต้องได้รับแนวนโยบายจากรัฐบาลที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนและสนับสนุนกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

- 1.2 เอกชน : เอกชนในที่นี้หมายถึงบริษัทที่มีธุรกิจเกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ที่จำเป็นในการสื่อสาร นอกจากยูทูปแล้วอาจเป็นเอกชนรายอื่น ๆ ที่มีความสนใจที่จะร่วมทำให้โครงการประสบผลสำเร็จ เช่นบริษัทที่เป็นเจ้าของไอเอสพี ทำให้สามารถพัฒนาความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ค่าเชื่อมโยงเครือข่ายอาจมีรายจ่ายลดลง หรือบริษัทที่จำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์อาจบริจาคเครื่องให้ชุมชน เป็นต้น
- 1.3 องค์การบริหารส่วนตำบล : เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมประสานความคิดของคนในชุมชนกับหน่วยงานอื่น ๆ เนื่องจากอบต.จะมีภาวะความเป็นผู้นำในชุมชนสูง และสามารถรู้ความต้องการที่แท้จริงของประชาชนได้
- 1.4 สหกรณ์การเกษตร : ในที่นี้สหกรณ์เป็นสถานที่ที่ยุคนำเครื่องคอมพิวเตอร์ไปติดตั้ง ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างเต็มที่ และพยายามนำสินค้าเกษตรทำการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้บ่อยขึ้น
- 1.5 พัฒนาการ : เป็นอีกผู้หนึ่งที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ พัฒนาการควรต้องมีใจรักงานพัฒนา และพยายามนำความรู้ใหม่ ๆ ไปเผยแพร่ให้คนในชุมชนรับทราบรวมทั้งช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อันจะทำให้ชุมชนพัฒนาขึ้นมา
- 1.6 หอการค้า : เนื่องจากหอการค้ามีหน้าที่เสมือนผู้ดูแลผลประโยชน์ทางการค้าของจังหวัดนั้น ๆ ดังนั้นจึงสามารถทราบข้อมูลสินค้าของจังหวัดได้และหอการค้ายังมีหน้าที่พยายามทำให้สินค้าในพื้นที่ของตนมีสามารถซื้อขายคล่อง รวมทั้งการหาตลาดของสินค้าอีกด้วย

- 1.7 ผู้นำชุมชน : ผู้นำที่มีคุณภาพจะมีภาวะความเป็นผู้นำสูงคือจะพยายามทุกวิถีทางที่จะนำพาให้ชุมชนมีความก้าวหน้าอยู่เสมอ และให้คนในชุมชนตนเองอยู่ดีกินดี เมื่อมีผู้นำที่ดีจะมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้มองเห็นประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตและจะช่วยขยายผลต่อไปยังคนในชุมชน
2. งบประมาณหรือทุนในการดำเนินการ : เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะเป็นหลักสำคัญที่จะทำให้โครงการอินเทอร์เน็ตในการพัฒนาชุมชนเกิดขึ้นต่อไปได้หรือไม่ การดำเนินงานนี้ต้องใช้งบประมาณมาก ทั้งด้านการจัดหาเครื่องและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อีกทั้งงบประมาณ ค่าใช้จ่ายในการจ้างบุคลากรในการสอนคนในชุมชนให้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็น รวมทั้งค่าเชื่อมโยงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น
3. ความชัดเจนในการดำเนินงาน : การดำเนินงานควรมีความชัดเจน ไม่ถูกครอบงำโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง การแบ่งงานกันควรกำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานตั้งแต่แรกเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน ความชัดเจนในแง่นโยบายการทำงานเพื่อจะได้ทราบบทบาทหน้าที่ ครอบคลุมปฏิบัติงาน รวมทั้งการคัดสรรตัวแทนชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมต้องให้เป็นตัวแทนของชุมชนให้ได้ และควรต้องมีการตรวจสอบความโปร่งใสในการดำเนินงานตลอดเวลา
4. ตอบสนองความต้องการของชุมชน : เนื้อหาในอินเทอร์เน็ตควรเป็นสิ่งที่ตรงกับความต้องการในชุมชนและเหมาะสมกับระดับความรู้ ความสามารถของคนในชุมชน การใช้ภาษาหรือคำอธิบายต่าง ๆ ไม่ควรยากเกินไป กล่าวได้ว่ารูปแบบและเนื้อหาควรสอดคล้องกับความต้องการของคนในชุมชน
5. ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค : สาธารณูปโภคพื้นฐานเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือไฟฟ้าและโทรศัพท์เนื่องจากอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต้องใช้ระบบไฟฟ้าและต้องใช้ระบบโทรศัพท์ในการต่อเชื่อมเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเมื่อก่อนต้องอาศัยโทรศัพท์พื้นฐานเท่านั้น แต่ปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็สามารถใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้แล้ว นับว่าเป็นความสะดวกอีกขั้นหนึ่งของเทคโนโลยีสื่อสาร

6. สร้างความรู้ความเข้าใจให้คนในชุมชน : การให้ความรู้กับคนในชุมชนได้ทราบถึงความสำคัญและประโยชน์ของคอมพิวเตอร์ เป็นเรื่องที่ต้องดำเนินการอย่างระมัดระวัง เนื่องจากถ้าผู้ให้ความรู้ไม่สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับสื่ออินเทอร์เน็ตได้ และไม่สามารรถชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ในด้านธุรกิจชุมชนแล้ว คนในชุมชนก็จะไม่เข้าใจ และไม่สนใจในที่สุด
7. การยอมรับนวัตกรรมของคนในชุมชน : การยอมรับนวัตกรรมของคนในชุมชนนั้นเป็นเรื่องที่ต้องปลูกฝังเป็นเวลานาน โดยปกติการที่จะยอมรับสิ่งใด ๆ นั้นผู้ที่จะยอมรับจะต้องเห็นประโยชน์ของสิ่งที่จะยอมรับก่อน ถ้าสิ่งใหม่นั้นมีประโยชน์ต่อตนเอง การยอมรับก็จะง่ายขึ้นและซึมซับอย่างรวดเร็ว แต่ถ้ายังไม่เห็นประโยชน์เท่าไรก็จะเกิดความลังเลและเพิกเฉยไปในที่สุดดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของหลายๆฝ่ายด้วยกันที่จะต้องทำการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของสื่ออินเทอร์เน็ตที่จะสามารถทำให้เกิดการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้ อาจต้องมีการต่อยอดย่อย ๆ หรือการสร้างกระแสจากหน่วยงานของรัฐเป็นต้น
8. กระตุ้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม : คณะทำงานต้องพยายามให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ จะทำให้คนในชุมชนตื่นตัวที่จะได้มีส่วนในการดำเนินงานและรู้สึกเป็นเจ้าของ และเป็นผู้ร่วมพัฒนาโครงการอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาธุรกิจชุมชน ถึงแม้ว่าอาจไม่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย แต่อาจมีส่วนร่วมในการใช้งานหรือกิจกรรมใด ๆ ที่เกิดจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจชุมชนก็ได้
9. อบรมอย่างต่อเนื่อง : นอกจากการสร้างความรู้ในเรื่องอินเทอร์เน็ตและการกระตุ้นให้มีการใช้งานและมีส่วนร่วมแล้ว การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ เนื่องจากเทคโนโลยีย่อมมีการพัฒนาไปเรื่อย ๆ ดังนั้นจึงต้องมีการอบรมความรู้ใหม่ ๆ ให้ความรู้คนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง หรือแม้กระทั่งในเรื่องเดิมๆ เช่นการใช้งานเบื้องต้นของคอมพิวเตอร์ หรือการใช้อินเทอร์เน็ต ถ้าคนในชุมชนไม่ได้ใช้งานนานๆก็อาจลืมได้ ดังนั้นจึงต้องฝึกฝนเพื่อให้เกิดทักษะในการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่เสมอ
10. การสร้างเครือข่ายองค์กร : เห็นสิ่งอื่นใดของความร่วมมือกันทำงานเพื่อให้เกิดความสำเร็จโดยเฉพาะในเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารอันทันสมัยนี้ ที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายๆฝ่ายเจ้าด้วยกัน ดังนั้นความสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ย่อมเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีการติดต่อกันอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งองค์กรที่ได้รับการติดตั้งคอมพิวเตอร์

และอินเทอร์เน็ตต้องมีการสร้างเครือข่ายและขยายเครือข่ายไปเรื่อยๆไม่จำกัดเฉพาะในวงแคบ ๆ แต่ต้องพยายามหาความสัมพันธ์ใหม่ ๆ อันจะสามารถเชื่อมโยงให้การดำเนินไปของธุรกิจชุมชนเป็นไปได้อย่างดี ขยายวงกว้างขึ้นเรื่อย ๆ ทุกตำบล ทุกอำเภอ ทุกจังหวัด รวมทั้งแผ่ขยายออกไปยังต่างประเทศ ก็จะทำให้เครือข่ายเป็นสากลได้ในที่สุด

องค์ประกอบในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนที่กล่าวมาสามารถนำมาจัดแบ่งเป็นกลุ่มปัญหาใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

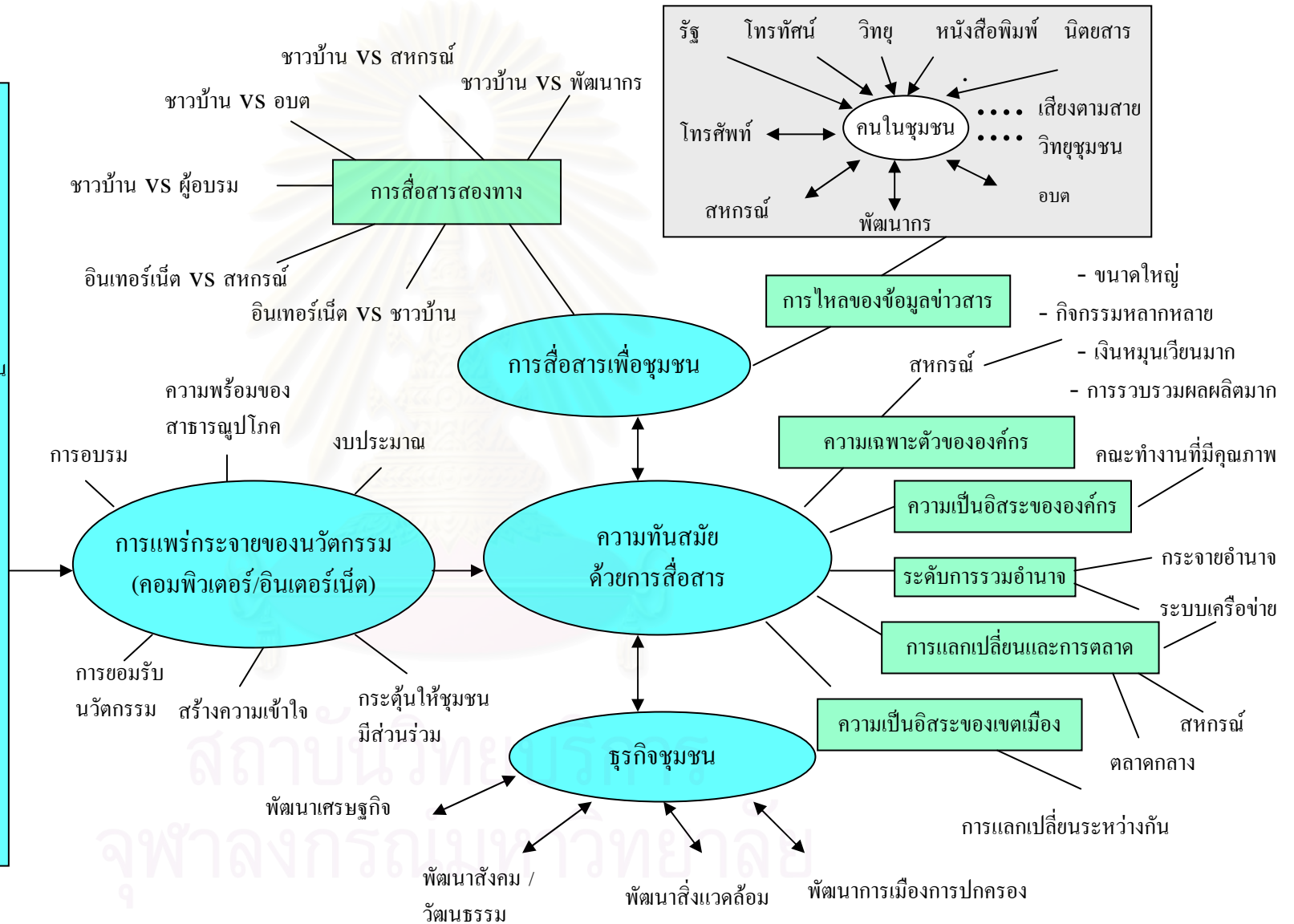
- 1 ปัญหาด้านบุคลากร ซึ่งประกอบด้วยคณะทำงานที่มีคุณภาพ
- 2 ปัญหาด้าน infrastructure ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค
- 3 ปัญหาการบริหารจัดการ ประกอบด้วย งบประมาณ ความชัดเจนในการดำเนินงาน การตอบสนองของความต้องการของชุมชน การสร้างเครือข่ายองค์กร
- 4 ปัญหาการพัฒนา user ประกอบด้วย การสร้างความรู้ความเข้าใจให้คนในชุมชน การยอมรับนวัตกรรมของคนในชุมชน การกระตุ้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม การอบรมอย่างต่อเนื่อง

จากองค์ประกอบดังกล่าวสามารถนำมาขยายผลให้กว้างขึ้นและสรุปเป็นแบบจำลอง (Model) กระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สื่อใหม่ / CMC

- การสื่อสารสองทาง
- ไม่จำกัดแหล่งข้อมูล
- แสวงหาความสนใจของผู้ใช้งานมากกว่าผลักดันข้อมูลสู่ประชาชน
- แยกย่อยตามความสนใจของผู้ใช้งาน
- ให้โอกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใด ๆ กับเนื้อหาสารที่ข้อมได้
- เป็นสื่อประเภทใช้งานเมื่อไหร่ก็ได้
- เอกลักษณ์ของผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
- การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร
- มีความหลากหลายในแง่เส้นทางหรือช่องทาง
- กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป
- เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะสากล



กระบวนการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนนั้นเกิดขึ้นจากศักยภาพของตัวสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งมีอยู่มากมายหลายประการอันจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสังคม ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตประกอบด้วย

- การสื่อสารสองทาง
- การไม่จำกัดแหล่งข้อมูล
- แสวงหาความสนใจของผู้ใช้งานมากกว่าผลักดันข้อมูลสู่ประชาชน
- แยกย่อยตามความสนใจของผู้ใช้งาน
- ให้ออกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใด ๆ กับเนื้อหาสารก็ยอมได้
- เป็นสื่อประเภทใช้งานเมื่อไหร่ก็ได้
- เอกลักษณะของผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
- การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร
- มีความหลากหลายในแง่เส้นทางหรือช่องทาง
- กระจายตัวอยู่ทั่วไป
- เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะสากล

จากศักยภาพดังกล่าวจะเป็นตัวที่ก่อให้เกิดการแพร่กระจายของนวัตกรรมในนี้หมายถึงคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต แต่การที่จะก่อให้เกิดการยอมรับในนวัตกรรมของคนในชุมชนนั้นต้องอาศัยองค์ประกอบอีกหลาย ๆ ด้านด้วยกันดังนี้

- การสร้างความเข้าใจแก่คนในชุมชนว่าอินเทอร์เน็ตคืออะไรและมีประโยชน์อย่างไร
- เมื่อคนในชุมชนมีความเข้าใจถึงประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแล้วต้องมีการฝึกอบรมการใช้งานเพื่อให้คนในชุมชนเกิดความคุ้นเคยและไม่กลัวกับเทคโนโลยีใหม่นี้
- หลังจากอบรมแล้วต้องมีการกระตุ้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการใช้งานหรือกิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต
- ทำให้คนในชุมชนเกิดการยอมรับนวัตกรรม โดยมีการจัดอบรมบ่อย ๆ หรือมีกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ โดยอาจมีรูปแบบการจัดกิจกรรมต่าง ๆ กันไปอันจะทำให้คนในชุมชนสนใจ เช่น จัดให้มีการไปดูงานอินเทอร์เน็ตขององค์กรอื่นที่ประสบความสำเร็จจากการใช้อินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชน
- ในการที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านอินเทอร์เน็ตนั้นสิ่งสำคัญต้องมีงบประมาณในเรื่องอินเทอร์เน็ตกับชุมชนโดยเฉพาะ เพราะการจะให้ชุมชนมีอินเทอร์เน็ตนั้นจะต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังนั้นงบประมาณจึงเป็นเรื่องที่ขาดไม่ได้

- ประการสำคัญของอินเทอร์เน็ตคือความพร้อมด้านสาธารณูปโภค โดยเฉพาะ ไฟฟ้าและโทรศัพท์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นได้

เมื่อเกิดการแพร่กระจายของนวัตกรรมแล้วจะทำให้สังคมเกิดความทันสมัยหรือก้าวทันกับ โลกภายนอกที่ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้ชุมชนเปลี่ยนแปลงตามไป ในทางที่ดีขึ้น สิ่งที่จะสามารถทำให้ทราบว่าสังคมนั้นมีความเป็นสมัยใหม่หรือไม่นั้นอาจดูจาก องค์ประกอบดังต่อไปนี้

- ความเฉพาะตัวขององค์กร ในที่นี้จะกล่าวถึงสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด ที่มีความ เฉพาะตัวสูง โดยมีการดำเนินงานของตนเองภายใต้คณะกรรมการที่ได้รับความ ไว้วางใจจากคนในชุมชน โดยเฉพาะสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด เป็นสหกรณ์ที่มี ขนาดใหญ่โดยวัดจากเหตุผลหลาย ๆ ประการเช่น การมีเงินหมุนเวียนจำนวนมาก มีการรวบรวมผลผลิตจากคนในชุมชนสูง อีกทั้งยังมีกิจกรรมที่หลากหลายในการ จัดให้กับคนในชุมชน เช่นการเชิญวิทยากรมาให้ความรู้หรือการศึกษาดูงานยัง หน่วยงานอื่น ๆ หรือการศึกษาดูงานยังต่างประเทศของตัวผู้จัดการสหกรณ์ เพื่อที่จะนำมาพัฒนาและปรับใช้กับชุมชนของตนเอง
- ความเป็นอิสระขององค์กร สังเกตได้จากการมีคณะทำงานที่มีคุณภาพเกิดการ ร่วมมือร่วมใจกันจากหลายฝ่ายด้วยกัน แต่ละฝ่ายก็ทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย ตามศักยภาพที่มีของตน
- ระดับการรวมอำนาจ สังคมที่มีความเป็นทันสมัยจะมีการรวมอำนาจตำแน่ง หมายควมว่ามีการกระจายอำนาจสูง เห็นได้ว่าองค์กรที่มีความเป็นทันสมัยจะมี การแบ่งงานกันอย่างชัดเจน ให้อำนาจอย่างชัดเจนแก่หน่วยงานที่ได้รับมอบหมาย ใ้รับผิดชอบในส่วนงานของตนอย่างเด็ดขาด ไม่มีการสั่งการจากเบื้องบนเท่านั้น เหมือนที่เคยเป็นมา อีกทั้งมีระบบเครือข่ายสื่อสารถึงกันได้
- การแลกเปลี่ยนและการตลาดจะมีมากขึ้น ช่องทางการตลาดจะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีระบบเชื่อมโยงโดยใช้อินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังมีสหกรณ์และตลาดกลาง ในการซื้อขายสินค้า ทำให้เกษตรกรมีช่องทางการตลาด ยิ่งถ้ามีอินเทอร์เน็ตเข้ามา เสริม การแลกเปลี่ยนสินค้าและการตลาดย่อมมีมากขึ้นอย่างแน่นอน
- ความเป็นอิสระของเขตเมือง ดังที่กล่าวไปว่าองค์กรมีการแบ่งงานกันทำแล้วยังมี การแลกเปลี่ยนระหว่างกันอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารทางด้านข้อมูลข่าวสาร หรือธุรกิจชุมชน ชุมชนจะเกิดความรอบรู้ในชุมชนอื่นและจะพัฒนาชุมชนตนเอง ให้ทัดเทียมกันอยู่เสมอ

ความทันสมัยด้วยการสื่อสารจะเกิดขึ้นอย่างได้ผลสมบูรณ์นั้นจะต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อชุมชนเป็นตัวเสริมด้วย และความทันสมัยด้วยการสื่อสารก็จะสามารถทำให้เกิดการสื่อสารเพื่อชุมชนด้วยคือชุมชนสามารถใช้ประโยชน์จากการสื่อสารสมัยใหม่ไปพัฒนาเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชน การสื่อสารเพื่อชุมชนจะต้องประกอบด้วย การสื่อสารสองทางและมีการไหลของข้อมูล ประเด็นการสื่อสารสองทางนั้นจะพิจารณาถึงตัวคนในชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากประโยชน์ที่จะได้กับชุมชนต้องเกิดขึ้นจากความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชน ดังนั้นจึงต้องมีการสื่อสารกันระหว่างคนในชุมชนกับ สหกรณ์ พัฒนาการ อบต. ผู้อบรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งถ้ามีอินเทอร์เน็ตเข้ามายัง จะเห็นถึงการสื่อสารสองทางที่เพิ่มขึ้นคือ อินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงมายังสหกรณ์ และเชื่อมโยงต่อไปยังคนในชุมชน โดยสามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ทันทีเหมือนการสื่อสารแบบส่วนบุคคล

องค์ประกอบอีกประการของการสื่อสารเพื่อชุมชนคือการไหลของข้อมูลข่าวสาร เดิมข้อมูลข่าวสารมักไหลเป็นแบบทางเดียวเช่นจากรัฐ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แต่การไหลของข้อมูลที่เป็นแบบสองทางก็ถูกใช้ในชุมชนเช่นกัน ตัวอย่างเช่น การถ่ายทอดความรู้ข่าวสารทั่วไปหรือเรื่องข่าวสารการเกษตรหรือราคาสินค้าเกษตรโดยผ่านทางโทรศัพท์ สหกรณ์ พัฒนาการ หรือ อบต. การไหลของข้อมูลจากสื่อมวลชนก็มีประโยชน์เหมือนกันถ้ามีการสื่อสารต่อกันไปถึงคนในชุมชนด้วยกันแบบปากต่อปาก เนื้อหาข่าวสารก็จะไหลอย่างทั่วถึง และมีการส่งผ่านกลับไปยังสื่อได้ ถ้าเกิดการรวมตัวหรือมีผู้นำในการพัฒนาหรือแกนนำที่เป็นตัวแทนของคนในชุมชน

ความทันสมัยที่เกิดขึ้นจากการรับนวัตกรรมใหม่เข้ามา จะทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านธุรกิจชุมชน ในแง่ของการตลาดที่จะเพิ่มขึ้น ธุรกิจชุมชนก็ต้องพึ่งพิงการสื่อสารที่ทันสมัยและการสื่อสารที่ทันสมัยก็สามารถทำให้เกิดการพัฒนาของธุรกิจชุมชน โดยธุรกิจชุมชนนั้น มิได้เกิดขึ้นเพื่อหวังผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียวแต่ก่อให้เกิดการพัฒนาอีกหลาย ๆ ด้าน เช่นพัฒนาเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้ให้คนในชุมชน เพิ่มช่องทางการตลาด และขยายวงกว้างของธุรกิจโดยอาศัยสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาเสริม การพัฒนาสังคมย่อมตามมาโดยจะสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โดยมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดการก้าวทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน ธุรกิจชุมชนนั้นก่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งแวดล้อมเนื่องจากเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เป็นประโยชน์ ไม่มองข้ามสิ่งที่ตนเองมีและพยายามพัฒนาทรัพยากรของตนให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนั้น ยังทำให้เกิดการพัฒนาด้านการเมืองการปกครอง มีความชัดเจนในการดำเนินงาน สามารถตรวจสอบการทำงานของแต่ละฝ่ายได้ เกิดความโปร่งใสในการทำงาน

จากกระบวนการทั้งหมดที่กล่าวมา จะทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตในการพัฒนาธุรกิจชุมชนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ถ้าสามารถนำองค์ประกอบทั้งหมดที่มีมาใช้ประโยชน์อย่างถูกต้อง

และมีการเชื่อมโยงกันของทุก ๆ ฝ่ายเป็นเครือข่ายที่พึ่งพาอาศัยกัน โดยไม่ทิ้งวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ของคนไทย แต่นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่คือสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นตัวเสริมให้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การสัมภาษณ์ ทั้งตัวของผู้จัดการสหกรณ์ ประธานสหกรณ์ ประธานองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้ค้าขายในตลาดกลางตลอดจนคนในชุมชน มักเกิดปัญหาขึ้นเมื่อตั้งคำถามเกี่ยวกับเรื่องอินเทอร์เน็ต เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ไม่ค่อยมีประสบการณ์ตรงเรื่องอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกอึดอัดเมื่อถูกถาม ผู้วิจัยต้องเบี่ยงประเด็นไปในเรื่องอื่น ๆ ก่อนแล้วค่อยกลับมาหาเรื่องอินเทอร์เน็ตทีละน้อย ทำให้การสัมภาษณ์ได้ข้อมูลค่อนข้างน้อย ยากต่อการนำเสนอผลการวิจัย
2. การใช้งานอินเทอร์เน็ตของชุมชนมีน้อยมาก ทำให้ไม่สามารถยกตัวอย่างการใช้งานหรือการประกอบธุรกรรมโดยผ่านอินเทอร์เน็ตได้ชัดเจนนัก

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในมิติของการสื่อสารดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender)

บริษัท ยูคอม ควรศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการมากกว่านี้ ทั้งทางด้านความพร้อมของผู้รับสาร (คนในชุมชน) เงินลงทุนที่ต้องใช้ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อจะให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

2. สาร (Message)

ข้อมูลในเว็บไซต์ต้องฉับไว ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้คนอยากเข้ามาเยี่ยมชมทุกวัน และข้อมูลต้องมีความน่าสนใจ ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับประสบการณ์ของผู้ใช้งาน โดยไม่มีความยุ่งยาก ซับซ้อนมากและหากิจกรรมเพื่อมากระตุ้นการใช้งานอินเทอร์เน็ตให้เกิดอย่างสม่ำเสมอ

3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสาร ตัวของสื่อเอง หมายถึง อุปกรณ์ที่จะใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารคือ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ต้องอยู่ในสถานที่ที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย การที่คอมพิวเตอร์ตั้งอยู่ในที่ทำการสหกรณ์ ทำให้คนในชุมชนไม่ได้รับรู้ถึงการใช้งานและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตได้อย่างเป็นรูปธรรม

4. ผู้รับสาร (Receiver)

คนในชุมชนควรมีความตื่นตัวต่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ อันจะสามารถสร้างประโยชน์ให้ชุมชนได้ อย่ายึดติดอยู่กับวัฒนธรรมการค้าขายแบบเดิม ๆ ควรมีความคิดริเริ่มและรับฟังการเปลี่ยนแปลงของสังคมด้วย อย่ากลัวการเปลี่ยนแปลง หรือกลัวว่าตนเองจะไม่สามารถทำได้ เพราะทุกคนสามารถมีความเท่าเทียมกันในการเรียนรู้สิ่งใหม่

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. ภาครัฐ

ภาครัฐควรสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การติดตั้งคอมพิวเตอร์ในชุมชนอย่างทั่วถึง และควรต้องปรับพื้นฐานการศึกษา ให้มีการเรียนการสอนเริ่มจากเยาวชนตั้งแต่วัยเด็ก จนถึงอุดมศึกษา ให้มีหลักสูตรคอมพิวเตอร์บรรจุไว้ในแผนการเรียนเพื่อคอมพิวเตอร์จะได้พัฒนาในยุคต่อ ๆ ไป ส่วนในปัจจุบันที่รัฐได้มีการติดตั้งอินเทอร์เน็ตให้ตามองค์การบริหารส่วนตำบลนั้น ควรใช้ประโยชน์ให้มากกว่าแค่การป้อนข้อมูล อีกทั้งรัฐยังควรต้องอบรมข้าราชการโดยเฉพาะผู้ที่จะไปเผยแพร่หรือทำประโยชน์ให้กับชุมชน

2. เจ้าหน้าที่พัฒนากร

พัฒนากรเป็นเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ ควรที่จะมีจิตสำนึกที่ดี ในการเป็นนัก

พัฒนา ต้องมีความรัก ความเข้าใจและความตั้งใจที่จะทำให้ชุมชนมีความเจริญก้าวหน้าในทุก ๆ ด้าน ต้องคอยคิดหาวิธีต่าง ๆ ที่จะทำให้คนในชุมชนเกิดการพัฒนาถึงแม้ว่าจะเป็นไปด้วยความยากลำบาก อย่าคิดว่าชาวบ้านทำไม่ได้ นี่เป็นความคิดที่ผิดอย่างมหันต์ของพัฒนากร พัฒนาการที่ดีควรเข้าถึงประชาชนในชุมชน สร้างความสนิทสนมกับคนในชุมชน อันจะทำให้รับทราบปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของคนในชุมชนได้ รวมทั้งนำนโยบายของรัฐไปเผยแพร่ให้คนในชุมชนรับทราบอย่างเต็มที่ ไม่ใช่เพียงแค่ทำหน้าที่เป็นตัวผ่านข่าวสารเท่านั้น ควรทำให้สารนั้น ๆ ได้ไปถึงผู้รับอย่างมีประสิทธิภาพด้วย นักพัฒนากรเองก็ต้องเรียนรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ตให้เข้าใจ เพราะเขาเหล่านั้นจะต้องเป็นผู้ไปขยายผลการใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อสู่คนในชุมชน

3. องค์การบริหารส่วนตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีแนวโน้มที่จะมีการพัฒนาทางด้านอินเทอร์เน็ต จากนโยบายอินเทอร์เน็ตตำบลของรัฐที่ได้มีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์ไปติดตั้งยังที่ทำการ อบต. แต่วัตถุประสงค์หลักในปัจจุบันเพียงแค่เป็นการให้แต่ละตำบลป้อนข้อมูลพื้นฐานทั่วไปตามคำสั่งของรัฐ การใช้งานยังเป็นการสั่งจากเบื้องบนลงมา ไม่มีการโต้ตอบกลับ ซึ่งถือว่ายังใช้ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ ถ้ารัฐมีการอบรมเจ้าหน้าที่ อบต. ให้มีความชำนาญด้านการใช้งานอินเทอร์เน็ต และมีนโยบายที่จะให้เจ้าหน้าที่ อบต. เป็นผู้เผยแพร่ความรู้ในเรื่องอินเทอร์เน็ตต่อคนในชุมชนก็จะส่งผลให้อินเทอร์เน็ตเข้าถึงคนในชุมชนได้มากกว่าปัจจุบัน เนื่องจาก อบต. เป็นกลุ่มคนในพื้นที่ จึงมีภาวะความเป็นผู้นำสูง คนในชุมชนจะมีความเชื่อถือ ไว้วางใจว่าจะทำประโยชน์ให้แก่คนในชุมชนอย่างแน่นอน ตัวของ อบต. เองต้องมีความคิดริเริ่มสูง และพยายามหาความรู้ใหม่ๆ มาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของตนอยู่เสมอ

4. บริษัท ยูคอม

ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัท ยูคอมตามที่ได้กล่าวไว้ในเบื้องต้นแล้ว คือบริษัทต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการให้ดีทั้งในแง่ เงินทุน บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องอินเทอร์เน็ตและเรื่องเกี่ยวกับชุมชน หน่วยงานที่จะมาดูแลโครงการทั้งหมดหลาย ๆ ฝ่ายด้วยกัน ซึ่งต้องใช้คนจำนวนมากที่มุ่งมั่นทำงานอย่างแท้จริงเพราะอินเทอร์เน็ตชุมชนเป็นเรื่องใหม่และเรื่องใหญ่ที่จะมีผลต่อการพัฒนาประเทศ ถ้ามีการเตรียมการที่ดี แต่ทั้งนี้ถ้าพึ่งบริษัท ยูคอมเท่านั้นคงจะไม่สามารถที่จะทำให้โครงการพัฒนาได้อย่างสมบูรณ์แบบคงต้องอาศัยความร่วมมือจากหลาย ๆ ฝ่ายร่วมกัน โครงการก็จะประสบความสำเร็จ

มากกว่านี้ แต่ก็ถือว่ายูคอมเป็นบริษัทที่กล้าคิด กล้าทำ กล้าลงทุนลงแรงที่จะทำให้ชนบทได้รับเทคโนโลยีอันทันสมัยนี้มาพัฒนาธุรกิจชุมชนรวมทั้งชุมชนและสังคมให้พัฒนาขึ้น

จากขั้นตอนการใช้งาน สื่ออินเทอร์เน็ตของชุมชนที่ยูคอมได้พยายามถ่ายทอด เพื่อให้ตัวแทนของคนในชุมชนได้รับรู้วิธีการสื่อสารแบบใหม่ ตลอดจนขั้นตอนวิธีการใช้งานโดยละเอียด ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนของชุมชนจากเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย การฝึกอบรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตถือเป็นตัวแปรแทรก (Intervening variable) ที่จะสร้างพลังอำนาจให้คนใช้สื่อใหม่อย่างถูกวิธี แต่นั่นคือกระบวนการที่ยูคอมพยายามผลักดันให้อินเทอร์เน็ตเข้าไปในชุมชน แต่ไม่ได้คำนึงถึงกระบวนการในการที่จะให้อินเทอร์เน็ตเข้าถึงคนในชุมชน นั่นหมายความว่ายูคอมต้องไม่หยุดอยู่เพียงแค่การนำเครื่องคอมพิวเตอร์และสื่ออินเทอร์เน็ตเข้าไปติดตั้งยังสหกรณ์ แต่ควรคิดและศึกษาวิธีที่จะให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตด้วย

การให้ความรู้ ทักษะ วิธีการใช้งานถือเป็นการอบรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาอีกประการหนึ่ง การอบรมมีฐานะพิเศษ เป็นทั้งตัวเหตุโดด ๆ และเป็นตัวเหตุร่วมกับตัวเหตุอื่น ๆ ทำให้เกิดการพัฒนาได้ ทำให้ความรู้ความชำนาญของคนสูงขึ้น การพัฒนาก็ย่อมจะสูงตามไปด้วย สำหรับการเป็นตัวเหตุควบกับตัวเหตุอื่น ก็อาจมองได้ว่า การศึกษาดีย่อมจะทำให้รู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ทรัพยากรมนุษย์ที่ดีการศึกษาดีก็ย่อมเป็นทรัพยากรที่มีคุณภาพ องค์กรสังคมที่มีคุณภาพเป็นสมาชิก ก็ย่อมพลอยมีคุณภาพไปด้วย ผู้นำที่มีการศึกษาดีย่อมมีคุณภาพดียิ่งขึ้น ดังนั้นควรมีการฝึกอบรมโดยมุ่งไปที่เด็กรุ่นใหม่ เยาวชนที่กำลังจะเติบโตขึ้นมาในยุคสารสนเทศนี้

เมื่อสมาชิกชุมชนได้รับรู้ถึงวิธีการใช้งาน จะทำให้เกิดความตื่นตัว(awareness) ที่จะได้รับรู้ถึงนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นทางการสื่อสาร เมื่อรับรู้จะได้เกิดความสนใจ (interest) เริ่มแสวงหารายละเอียดเพิ่มเติมถึงความสามารถของอินเทอร์เน็ต ค้นหาประโยชน์ที่จะได้รับจากนวัตกรรมใหม่นี้

นอกจากนี้ ยูคอมควรมีการเปลี่ยนแปลงให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าไปสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตได้เลย เนื่องจากปัจจุบันมีข้อจำกัดคือผู้ที่เข้ามาใช้งานการสั่งซื้อส่งขายสินค้าได้นั้นจะต้องเป็นองค์กรที่ทำธุรกิจเกษตร ไม่สามารถเป็นบุคคลธรรมดาได้ ถ้าสามารถปรับปรุงในแง่นี้ อาจทำให้มีผู้สนใจเข้ามาสั่งซื้อของกับบรรดาเกษตรกรมากขึ้น อีก

ทั้งเนื้อหาในเว็บไซต์และความน่าสนใจของรูปแบบการจัดวางเนื้อหา รวมทั้งภาพของสินค้า ควรให้มีความน่าดึงดูดใจต่อผู้เข้าเยี่ยมชม ควรมี web master ที่มีความชำนาญทางด้านการออกแบบจัดวางเว็บไซต์อย่างดี

5. สหกรณ์การเกษตร

จากการที่บริษัท ยูคอม ได้ไปติดตั้งอินเทอร์เน็ตที่สหกรณ์การเกษตร เพื่อเป็นการนำร่องการใช้อินเทอร์เน็ตหรือกระตุ้นให้สังคมเกิดความตระหนัก และตื่นตัวในเทคโนโลยีใหม่ ที่จะช่วยให้การประกอบธุรกิจของชุมชนดีขึ้น โดยสหกรณ์ถือเป็นที่รวมในการทำธุรกิจของคนในชุมชน เนื่องจากทำหน้าที่รับซื้อ ขายสินค้าให้คนในชุมชนรวมทั้งให้กู้ยืมเงินและสินค้าที่จำเป็นต่อการเกษตรด้วย แต่ในเรื่องการเผยแพร่อินเทอร์เน็ตสู่ชุมชนนั้น สหกรณ์ได้เห็นความสำคัญในหลักการ แต่ในทางปฏิบัติยังมีได้ใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตนัก คือไม่ค่อยได้ใช้งาน และไม่ได้ให้คนในชุมชนมาใช้งานด้วย ดังนั้นสหกรณ์ควรปรับเปลี่ยนวิธีการ โดยให้คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตได้ หรือจัดอบรมให้คนในชุมชนได้มีความรู้ที่อินเทอร์เน็ตนี้สามารถทำให้การซื้อขายสินค้าสะดวก และกว้างไกลมากขึ้น การรวบรวมสินค้าจากสมาชิก ก็สามารถประกาศขายในเว็บไซต์ได้หรือถ้าคนในชุมชนต้องการหาข้อมูลหรือสอบถามแลกเปลี่ยนปัญหาเกษตร สหกรณ์ควรเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้ใช้งานเพราะวัตถุประสงค์หลักของยูคอมคือ ติดตั้งเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนมากที่สุด อีกประการที่สหกรณ์จะสามารถขยายผลของศักยภาพอินเทอร์เน็ตในด้านข้อมูลได้คือ เรื่องการนำข้อมูลที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ตอันเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจของชุมชน เช่นข่าวสารด้านราคา ข่าวสารด้านการเกษตร สหกรณ์อาจนำข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ตเหล่านี้แปรมาเป็นการส่งต่อข่าวสารโดยใช้สื่อเดิมมาประกอบ เช่นเขียนราคาสินค้าที่ได้จากในอินเทอร์เน็ตขึ้นบอร์ด โดยเขียนหลาย ๆ ราคาตามที่ได้ข้อมูลมาจากหลายตลาดตามข้อมูลอินเทอร์เน็ต หรืออาจนำข้อมูลพิมพ์เป็นจดหมายข่าวแจ้งให้คนในชุมชนทราบ ถือเป็น การแปลงข้อมูลจากหน้าจอมายังสื่อที่สามารถส่งไปถึงชุมชนได้ทั่วถึง ก็เป็น การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตได้แล้ว

6. กลุ่มแม่บ้าน

กลุ่มแม่บ้านเป็นกลุ่มหนึ่งที่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ในแง่การรวมตัวกันผลิตสินค้าหรือแปรรูปสินค้าของชุมชนตนเอง แล้วนำสินค้าเหล่านั้นเผยแพร่สู่สาธารณชนโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งจะช่วยให้ผลิตผลของชุมชนเป็นที่รู้จักของคนอื่นอย่างกว้างขวาง

ขึ้นเป็นการเผยแพร่อัตลักษณ์ของตนสู่สาธารณชน ดังนั้นช่องทางนี้น่าจะเป็นช่องทาง การตลาดที่กลุ่มแม่บ้านนำมาพิจารณาเป็นทางเลือกในการขายสินค้า

7. เยาวชน

เยาวชนเป็นกลุ่มที่สังคมเล็งเห็นว่าจะในอนาคตของชาติ ยิ่งในเรื่องการรับ เทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต แต่ปัจจุบันเยาวชนมักให้ความสำคัญกับ อินเทอร์เน็ตแค่การเล่นเกมส์ หรือการ chat คุยกัน กล่าวได้ว่าใช้ประโยชน์ในแง่บันเทิงเสีย มากกว่า ดังนั้นเยาวชนควรให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตเสียใหม่ ควรมองเห็นศักยภาพ ของอินเทอร์เน็ตให้ครบถ้วน โดยเฉพาะการเป็นแหล่งข้อมูลอันมีค่าต่อการศึกษาหา ความรู้เป็นอย่างยิ่ง ไม่ควรศึกษาอินเทอร์เน็ตในทางที่ผิดเพราะอินเทอร์เน็ตมีทั้งคุณอนันต์ และโทษมหันต์ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นควรใช้วิจารณญาณในการใช้ประโยชน์ และควรใช้ ประโยชน์ไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนของตน และประเทศชาติให้มากที่สุด เยาวชนควรต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ และฝึกฝนการใช้งานบ่อย ๆ จนเกิด ทักษะในการใช้งาน และอาจเป็นผู้ชักจูงให้ผู้ปกครองหันมาสนใจในการใช้สื่อคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตก็จะเป็นการดียิ่ง เพราะจะสามารถทำให้อินเทอร์เน็ตแพร่กระจายไปใน กลุ่มคนทุกวัย

8. นักวิจัยและนักวิชาการ

นักวิชาการในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนควรเข้ามาศึกษาในเรื่องนี้ เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นสื่อประเภทใหม่ที่ก้าวเข้ามามีบทบาทมากในด้านการ สื่อสาร ดังนั้นหากนักวิชาการได้เข้ามามีบทบาทในการวิจัย อาจทำให้เกิดผลต่อการพัฒนา ของประเทศก็ย่อมได้ และนักวิชาการเองอาจเป็นผู้เชื่อมโยงหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐ และเอกชนให้มาร่วมมือกันในการพัฒนาครั้งนี้ เพราะนักวิชาการมีความน่าเชื่อถือสูง ถ้าได้ เป็นผู้ริเริ่มในการเป็นตัวแทนการเจรจา ย่อมต้องได้รับความร่วมมือที่ดีอย่างแน่นอน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. สื่อเพื่อชุมชน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย , 2543.
- กาญจนา แก้วเทพ , กิตติ กันภัย, ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่. กรุงเทพมหานคร. บริษัท เอดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด , 2543 .
- ณรงค์ สมพงษ์ . สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม . กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.
- พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์. การเปิดรับข่าวสารความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชน วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ . มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น. องค์กรชุมชน (กลไกเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม). กรุงเทพมหานคร. สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย, 2540.
- สมคิด เลิศไพฑูริย์ประเสริฐ . การศึกษาความคิดเห็นเรื่องปัจจัยด้านโครงสร้างสังคมและทัศนคติคนไทยที่สัมพันธ์กับพัฒนาการของอินเทอร์เน็ต วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540
- สายชล บุรณกิจ . บทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สีลาภรณ์ นาคทรพรพ ฉลวยลักษณะ สีนประเสริฐ. ตัวชี้วัดสำหรับงานพัฒนาชนบท (ประสบการณ์จากนักพัฒนา). กรุงเทพมหานคร. สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2538.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์ . ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร . สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ศุจิตา ดวงมณี . การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน world wide web ของสื่อมวลชนไทย
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ภาษาอังกฤษ

Alvin Y. So, Social Change and Development . Newbury Park : Sage Publications, 1990

Elaine B Kerr, Starr Roxanne Hilz . Computer-Mediated Communication Systems.

New York : Academic press, 1982

Everett M. Rogers, Diffusion of Innovation 3th edition. New York : Free press, 1971

Julia T Wood, Communication Theories in Action. Belmont, California : Wadsworth
Publishing, 1997



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ นางสาวจิตติมา กาญจนินทุ
 สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
 วัน เดือน ปีเกิด 21 พฤศจิกายน 2512
 การศึกษา รัฐศาสตรบัณฑิต
 สถาบัน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 สถานที่ทำงาน พ.ศ. 2543 – 2545 หัวหน้าส่วนประชาสัมพันธ์
 บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน)
 พ.ศ. 2537 – 2543 Executive Secretary to CEO
 บริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด(มหาชน)
 พ.ศ. 2533 – 2535 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
 บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

เข้าศึกษาหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2543
 สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2545

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย