

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยการศึกษาศักยภาพและการเตรียมความพร้อมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการยกระดับสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบนี้ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลแนวทางการส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. ผลการศึกษาคุณลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์

###### นวัตกรรม

คุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมตัวของสมาชิกในชุมชนที่ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ โดยใช้กิจกรรมที่ปฏิบัติต่อเนื่องกันเป็นเวลานาน ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ขายด้วยตนเองเป็นกิจการในครัวเรือน และต่อมาเมื่อมีสมาชิกในชุมชนให้ความสนใจ จึงมีการรวมกลุ่มกันทำให้มีขนาดใหญ่ขึ้นกลายเป็นกิจกรรมร่วมในชุมชน แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนอาจเป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรที่เพาะปลูกในชุมชนมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า การพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เข้าถึงบุคคลภายนอกและเพิ่มมูลค่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชน การต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จประกอบไปด้วย ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว คุณสมบัติหรือจุดเด่นที่แตกต่างโดดเด่น การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในหลากหลายช่องทาง ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มบุคคลที่มีส่วนในความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน ประกอบไปด้วย กรรมการพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปัญหาอุปสรรคที่วิสาหกิจประสบ คือการขาดความรู้ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้แล้วยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยสถานการณ์แวดล้อมอื่น อาทิ โรคระบาดอย่างโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) และปัจจัยภายนอกที่ควรได้รับการสนับสนุน ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขอรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่มาตรฐานต่าง ๆ องค์ความรู้เพื่อมุ่งสู่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาความรู้ ทักษะต่าง ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

##### 2. ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนของวิสาหกิจชุมชน

สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนของวิสาหกิจชุมชน พบว่า การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่

ใช้โทรศัพท์มือถือในการติดต่อสื่อสาร โดยใช้โปรแกรม LINE เพื่อการติดต่อสื่อสารเป็นกลุ่ม ปัญหาที่พบในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การขาดความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารประชาสัมพันธ์และขายสินค้า ขาดทักษะการใช้เทคโนโลยีพื้นฐานเพื่อช่วยสนับสนุนการทำงาน การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อสร้างหรือเพิ่มมูลค่าสินค้าของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จะใช้การออกแบบกราฟิกอย่างง่ายในการประกอบบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีและข้อจำกัดด้านงบประมาณ การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเป็นหลัก ความต้องการเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมที่สามารถนำมาใช้ในการประกอบธุรกิจ วิสาหกิจชุมชนต้องการมีพื้นที่สำหรับโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า และต้องการมีช่องทางสำหรับติดต่อบุคลากรหรือผู้มีความรู้มาเป็นผู้ให้คำแนะนำหรือที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ อาทิ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้สื่อสารประชาสัมพันธ์และขายสินค้า ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีพื้นฐาน แหล่งความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความต้องการในการส่งเสริมศักยภาพด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาธุรกิจของผู้วิสาหกิจชุมชน ต้องการพัฒนาศักยภาพด้านการค้าขายสินค้าออนไลน์และการบริหารร้านค้าออนไลน์

### **3. ผลการพัฒนาแนวทางการเตรียมความพร้อมและการส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ**

แนวทางการเตรียมความพร้อมและการส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ประกอบด้วย 1) การเตรียมความพร้อมและส่งเสริมคุณลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลผลิตของวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จด้านการสนับสนุนที่จำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพ และ 2) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ประกอบไปด้วย การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐาน การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการเตรียมแหล่งศึกษาความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจของชุมชนด้วยตัวเองได้

## อภิปรายผลการวิจัย

### ตอนที่ 1 คุณลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรม

แนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนที่จะเป็นต้นแบบควรมีการศึกษาความต้องการของตลาดก่อนว่าผลิตภัณฑ์ของชุมชนตอบสนองความต้องการของตลาดมากน้อยเพียงใด มีความคุ้มค่าหรือไม่ หากพัฒนาแล้วไม่มีผู้ซื้อหรือตลาดที่จะรับขายสินค้าก็ไม่ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น เป็นผลิตภัณฑ์หลักของชุมชน โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จนั้นมักเป็นการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่ตนเองมีการศึกษาข้อมูลมาเป็นอย่างดีหรือมีประสบการณ์มาก่อน จากนั้นจึงเผยแพร่ให้กับชุมชนเพื่อได้ศึกษาทดลองใช้ สร้างความสนใจของสมาชิกในชุมชนก่อนที่จะพัฒนาเป็นวิสาหกิจชุมชนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของชมภูนุช หุ่นาคและคณะ (2563) ที่ได้ศึกษาแนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชน: ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยคจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า การจัดการด้านการตลาดของกลุ่มมีการวางแผนการตลาด สำรวจความต้องการของลูกค้า โดยพิจารณาจากค่านิยมในการบริโภควัฒนธรรม ประเพณี เทศกาลที่จัดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาเป็นสำคัญ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพนั้นจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การแปรรูปผลผลิตท้องถิ่นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่น จากสินค้าทางการเกษตรเป็นอาหาร ยา หรือเครื่องอุปโภคบริโภคเพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่านั้นยังสามารถเพิ่มมูลค่าด้วยการพัฒนาด้านภาพลักษณ์หรือการบริการ เช่น การสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ การพัฒนาการให้บริการผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้ซื้อเกิดประสบการณ์ที่ดีและต้องการกลับมาใช้บริการอีก หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะดุดตาน่าสนใจล้วนแต่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้อีกทางหนึ่ง อย่างไรก็ตามการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จะต้องระมัดระวังว่าต้นทุนที่เพิ่มมาจากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์นั้นมีความสอดคล้องกับอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่ หากปรับปรุงผลิตภัณฑ์แล้วทำให้มีราคาขายสูงขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อไปในทิศทางที่คาดหวังหรือไม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า จึงควรมีการศึกษาตลาดอย่างระมัดระวัง อีกวิธีหนึ่งที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์คือการนำเสนอวิถีชีวิตท้องถิ่นให้เข้าถึงบุคคลภายนอกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนควรมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมของชุมชนผลิตภัณฑ์นั้นควรสะท้อนวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้นจริง ๆ โดยอาจมีการประชุมร่วมกันเพื่อลงความเห็นของสมาชิกในชุมชนเพื่อเลือกผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ต้องการนำเสนอ รวมทั้งควรมีการสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ผ่านการสอดแทรกความรู้และประวัติความเป็นมาของพื้นที่ในรูปแบบต่าง ๆ มีการรวบรวมองค์ความรู้จากคนในชุมชนเพื่อใช้ในการเผยแพร่ความรู้ ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งการนำกิจกรรมในท้องถิ่นมาส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้

ผลิตภัณฑ์ เช่น การให้นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมกับมาทดลองทำเครื่องปั้นดินเผา การเที่ยวชมสวนผลไม้ การท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชุมชน เป็นต้น การศึกษาของประคอง ชลาภาญญา (2565) ซึ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหัวฝาย ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ก็มีข้อค้นพบในทิศทางเดียวกันคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหัวฝายได้พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยการแปรรูปเป็นลูกประคบ ยาหม่อง และการแปรรูปลูกประคบสำหรับจำหน่ายเพื่อการส่งออกขาย แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าสมุนไพรแปรรูปบ้านหัวฝายมีการยกระดับความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์เพื่อเกิดมูลค่าเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มพื้นที่การปลูกพืชสมุนไพรเพื่อเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพด้านพืชสมุนไพร เป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป หรือตัวอย่างการศึกษาของ จินตนา กลิ่นนันทและคณะ (2566) เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 กรณีศึกษา พื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง พบว่า ชุมชนลานข่อยมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 ที่สามารถเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์โดยเฉพาะสื่อคลิปวิดีโอสั้น ๆ โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ นักท่องเที่ยวทุกช่วงวัย เนื้อหาในสื่อสามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์เด่นของชุมชนลานข่อยในด้านต่าง ๆ ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาสื่อคลิปวิดีโอเป็นการนำเสนอผ่านมุมมองในการเล่าเรื่องการเดินทางมาท่องเที่ยวยังชุมชนลานข่อยของตัวละคร แสดงให้เห็นว่าการสร้างเอกลักษณ์และเรื่องราวของชุมชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนอย่างมาก

สำหรับปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลผลิตของวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ให้กับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถหาได้จากชุมชนของตนเองเท่านั้นหรือหากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ขายอยู่ทั่วไปก็จำเป็นต้องสร้างคุณสมบัติที่แตกต่างให้ตัวเองเพื่อจูงใจผู้ซื้อ การพัฒนาเอกลักษณ์ของชุมชนควรให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากสรรพคุณของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังสามารถสร้างเอกลักษณ์จากการผนวกเรื่องราวประวัติ องค์กรความรู้ ความเป็นมาของชุมชนเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้อีกทางหนึ่ง

## ตอนที่ 2 สภาพปัญหาและความต้องการทางการส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชน

เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงฉับพลันทางดิจิทัลอย่างกระทันหันกับวิสาหกิจชุมชน ผลของโรคระบาดทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง การออกร้านในงานต่าง ๆ ก็ทำได้ยากในขณะนั้น ทำให้วิสาหกิจชุมชนเริ่มเห็นความสำคัญของการสื่อสารออนไลน์มากขึ้น การมีช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบไปรษณีย์และช่องทางออนไลน์ช่วยทำให้ได้เปรียบกว่าวิสาหกิจชุมชนที่ขาดความรู้ด้านนี้ แม้ว่าสถานการณ์จะคลี่คลายแล้วแต่ช่องทางที่ได้เตรียมไว้แล้วนั้นยังสามารถนำมาใช้ต่อยอดช่วยเพิ่มช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดในปัจจุบันได้ การส่งเสริมองค์ความรู้ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนอย่างมาก เช่น การใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อขายสินค้าบนระบบออนไลน์ เทคนิคการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้า แนวทางการตลาดออนไลน์ องค์ความรู้เกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์เพื่อนำส่งสินค้า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือขายสินค้า เป็นต้น ผลการศึกษาของอลิศรา ธรรมบุตร (2564) เกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมทอมือพื้นถิ่นจังหวัดสุรินทร์หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ในพื้นที่ชุมชนทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมีปริมาณลดลง ชุมชนขาดรายได้จากการท่องเที่ยวและขาดรายได้จากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จึงอาศัยแนวทางส่วนประสมทางการตลาด 8P's มากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน พัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สามารถติดต่อได้ทั้งช่องทางออนไลน์ (Online Marketing) และช่องทางออฟไลน์ (Offline Marketing) ส่งเสริมการตลาดโดยเน้นการสร้างความแข็งแกร่งของตลาดภายในชุมชน ฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะในการการขายและการบริการ สร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ของผ้าไหมให้โดดเด่นมีระบบด้านการบริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการภายในชุมชนพยายามปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

ผู้นำที่เข้มแข็ง กล้าคิด กล้าตัดสินใจ เป็นที่ยอมรับของสมาชิกในชุมชน ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน การส่งเสริมภาวะผู้นำให้รู้จักการบริหารงานเป็นกลุ่มให้สมาชิกชุมชนมีส่วนร่วม รู้จักการประสานงานทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนมีการวางแผนการสร้างผู้นำรุ่นใหม่หรือสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ช่วยผู้นำสามารถทำงานแทนผู้นำได้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ตามแนวคิดของ Rogers (2003) การยอมรับนวัตกรรมของบุคคลนอกจากบุคคลผู้นั้นจะตัดสินใจด้วยตัวเองแล้วตัวแทนการเปลี่ยนแปลงหรือผู้นำนั้นก็บุคคลที่มีความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการยอมรับนวัตกรรม บทบาทหลักประการหนึ่งของตัวแทนการเปลี่ยนแปลงคือทำให้ความสะดวกต่อการเข้ามาของนวัตกรรมจากองค์กรไปยัง

บุคคลต่าง ๆ บทบาทของตัวแทนการเปลี่ยนแปลงคือการเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างสังคม 2 ระดับ ซึ่งมีความแตกต่างกันและในฐานะที่เป็นสะพานเชื่อมจะต้องเป็นผู้ที่สามารถมองเห็นความแตกต่าง และเชื่อมความแตกต่าง ต้องเป็นผู้ที่อยู่ในทั้งสองระบบ ดังนั้นการส่งเสริมภาวะผู้นำจะช่วยพัฒนา ผู้ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการยอมรับนวัตกรรมให้กับผู้อื่นในวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น ซึ่งการส่งเสริม ภาวะผู้นำอาจทำได้โดยการการถอดบทเรียนของผู้นำจัดเก็บเป็นองค์ความรู้ผ่านการจัดการความรู้ หรือการใช้วิธีใช้กระบวนการชี้แนะและระบบพี่เลี้ยงพัฒนาภาวะผู้นำ จากผลการศึกษาของ สุเมลา พรหมมา (2559) ซึ่งศึกษารูปแบบการพัฒนาทักษะการโค้ชของผู้นำทางการพยาบาลพบว่าผู้นำ ทางการพยาบาลมีความเห็นว่าการพัฒนาทักษะการโค้ชมีประโยชน์ต่อการบริหารงาน สามารถนำไป ปรับใช้ได้จริงร่วมกับการเป็นพยาบาลพี่เลี้ยง ส่งผลกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และพัฒนาผลการ ปฏิบัติงานของพยาบาล รวมถึงทำให้สัมพันธ์ภาพระหว่างทีมพยาบาลขณะปฏิบัติงานดีขึ้น โดย ทักษะการโค้ชที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสม สามารถดึงศักยภาพภายในตัวบุคคลทั้งของตัวเอง และผู้ที่ได้รับการโค้ชออกมาได้จริง โดยทำให้บุคคลที่ได้รับการโค้ชนั้นได้คิดและค้นหาทางออกของ ปัญหาด้วยตัวของเขาเอง นอกจากนี้การพัฒนาภาวะผู้นำด้วยกระบวนการเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมการมี ส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการรวมตัวของสมาชิกในชุมชน ดังนั้น การดำเนินการเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนควรให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมด้วย เพื่อให้สมาชิกเกิด ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของวิสาหกิจชุมชนและเกิดความยินดีที่จะทำงานร่วมกัน สอดคล้องกับ การศึกษาของธงชัย วงศ์พาบุ และคณะ (2559) เกี่ยวกับการจัดการความรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพ และความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งพบว่าปัจจัยความสำเร็จ ภายในวิสาหกิจชุมชนมาจาก ความสามัคคี การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ ภาวะผู้นำ ขยัน อดทน เอื้ออาทร พึ่งพากันและกัน และมีภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการศึกษาศักยภาพการจัดการนวัตกรรมธุรกิจ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทธุรกิจบริการ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของ สุภา วดี สาระวุธ และปัทมา ตรีมงคล (2564) ก็มีข้อค้นพบไปในทิศทางเดียวกัน คือ ศักยภาพการจัดการ นวัตกรรมธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ผลการวิจัยที่มี ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด ได้แก่ องค์กรมีการสร้างระบบบริหารงานแบบมีส่วนร่วมเพื่อดึงศักยภาพและความ คิดเห็นจากพนักงานให้ได้มากที่สุด

ประสิทธิภาพด้านการบริหารงาน การเงิน และปัจจัยการผลิต การบริหารงานของวิสาหกิจ ชุมชนที่เป็นระบบ มีการกำหนดโครงสร้างการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบที่ชัดเจน มีการกำหนด แนวทางการบริหารการเงิน ด้านรายรับรายจ่าย และการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดจากสภาพคล่อง ทางการเงิน มีการจัดหาแหล่ง เงินทุน มีแผนการผลิตและศักยภาพการผลิตที่ดีล้วนแต่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการพัฒนาตนเองของวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของธงชัย วงศ์พาบุ และ คณะ (2559) ที่พบว่ารูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 1)

การจัดการกลุ่มและสมาชิก 2) การจัดการด้านการเงิน 3) การจัดการด้านการผลิต และ 4) การจัดการด้านการตลาด

การสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่นและหน่วยงานรัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลของชุมชนด้วยการประชาสัมพันธ์เชิงลึกไปยังวิสาหกิจชุมชนอย่างทั่วถึง ตลอดจนให้การสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ต ควรสนับสนุนการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางสำหรับประชาสัมพันธ์และขายผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการหน้าใหม่ ให้การช่วยเหลือการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ตลอดจนเป็นตัวกลางในการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตและผู้บริโภค สอดคล้องกับการศึกษาของธงชัย วงศ์พานู และคณะ (2559) เกี่ยวกับการ ซึ่งพบว่าปัจจัยความสำเร็จภายนอกวิสาหกิจชุมชนมาจาก การมีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ ได้รับผลตอบแทนน่าพอใจ มีการตรวจสอบจากหน่วยงานภายนอก และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

การได้รับการสนับสนุนจากภายนอกเป็นสิ่งจำเป็นต่อการยกระดับศักยภาพสู่การเป็นวิสาหกิจต้นแบบ การสนับสนุนที่จำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพที่สำคัญมีด้วยกัน 2 ด้าน คือ 1) การสนับสนุนเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เข้าสู่มาตรฐานต่าง ๆ องค์กรระดับตำบล อำเภอ จังหวัด ควรให้การสนับสนุนในการนำกรรมการและคนในชุมชนไปศึกษาดูงานเพื่อกระตุ้นและเห็นช่องทางการขายสินค้าและออกร้าน ณ ตลาดท้องถิ่นต่าง ๆ จัดไว้ให้ (ที่ไม่เสียค่าเช่าที่) เพื่อเป็นแนวทางทำให้สินค้าในชุมชนเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีการเข้าถึงมาตรฐานที่ต่างกัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนนั้น เช่น ข้าวของเครื่องใช้สามารถพัฒนาเพื่อขอ OTOP ได้ ผลิตภัณฑ์อาหารหรือยาสมุนไพรก็ควรเข้าถึงข้อมูลมาตรฐานอาหารและยา นอกจากนี้ในปัจจุบันมีมาตรฐานต่างๆ เฉพาะผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น เช่น ผักผลไม้ก็จะมีมาตรฐาน GAP หรือเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรให้การสนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานต่าง ๆ ให้กับวิสาหกิจชุมชนอย่างทั่วถึง 2) การสนับสนุนการเข้าถึงองค์ความรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีหลายหน่วยงานที่ให้บริการแหล่งความรู้ที่วิสาหกิจชุมชนสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาตนเองได้อยู่แล้ว แต่สิ่งสำคัญคือการให้วิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้เหล่านั้นได้อย่างทั่วถึง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรส่งเสริมและประชาสัมพันธ์วิธีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในชุมชนที่ยังขาดโอกาสการเข้าถึงแหล่งข้อมูลเหล่านี้ จากการศึกษาของชมภูนุช หนูนาค และคณะ (2563) ก็พบว่าแนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชนให้มีความมั่นคงจำเป็นต้องมีการประสานงานอย่างต่อเนื่องระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่น ๆ รวมถึงมีการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อขยายกำลังการผลิตและขยายโอกาสต่าง ๆ เช่นเดียวกันกับการศึกษาของสัญญา เคนาภูมิ (2558) เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งพบว่า แนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคามประกอบด้วย 1) แนวทางกลยุทธ์เชิงรุก โดยการพัฒนาศักยภาพการผลิตและยกระดับ

มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่ระดับประเทศและระดับสากล ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ขยายพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมการกระจายสินค้า 2) แนวทางกลยุทธ์เชิงพัฒนา โดยการเสริมสร้างขีดความสามารถการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน สนับสนุนงบประมาณและบุคลากรในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน สร้างความร่วมมือเชิงบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ 3) แนวทางกลยุทธ์เชิงตั้งรับโดยการพัฒนาศักยภาพแรงงานวิสาหกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนยกระดับมาตรฐานการผลิตให้สูงขึ้นและ 4) แนวทางกลยุทธ์เชิงพลิกแพลง โดยการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง วิทยันนวัตกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเอง

### **ตอนที่ 3 แนวทางการส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ**

ผลการศึกษาพบว่า การจะพัฒนาความรู้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีความซับซ้อน เช่น ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำเป็นต้องมีการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานให้สมาชิกในชุมชนก่อน เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีความรู้การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับที่พอใช้แค่การติดต่อสื่อสารในปัจจุบัน เช่น การพิมพ์เอกสาร การท่องอินเทอร์เน็ต การใช้สื่อสังคมเพื่อติดต่อสื่อสาร เป็นต้น แต่ยังไม่สามารถนำไปใช้สนับสนุนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดระเบียบเอกสารที่มีความซับซ้อน การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำบัญชี การใช้เครื่องมือบนอินเทอร์เน็ตเพื่อทำงานร่วมกัน การใช้สื่อสังคมเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น จากการวิจัยของชมภูงูช หุ่นาคและคณะ (2563) ได้ประสบกับปัญหาเดียวกันคือด้านการผลิต ไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต สินค้าที่วางขายส่วนใหญ่ไม่ได้ผ่านการแปรรูปหรือพัฒนาใด ๆ ทำให้สินค้าไม่น่าดึงดูดใจ บรรจุภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์ และความทันสมัย ดังนั้นการยกระดับศักยภาพวิสาหกิจชุมชน จึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐานมีจำนวนเพียงพอเสียก่อนที่จะพัฒนาความสามารถในระดับที่สูงขึ้นไป เช่น การพัฒนาพื้นฐานการคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต การใช้โปรแกรมสำนักงานเพื่อออกแบบเอกสาร งานนำเสนอ การทำกราฟฟิกสนับสนุนการทำงาน เป็นต้น ตลอดจนผสมผสานองค์ความรู้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพ เช่น การสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับการออกแบบสารเมื่อพัฒนาทักษะการออกแบบกราฟฟิก การเสริมความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์บนอินเทอร์เน็ตเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ รวมทั้งการปกป้องสิทธิ์ของตัวเอง เป็นต้น



การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้ทำบัญชีด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เป็นประเด็นหนึ่งที่ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากผลการศึกษาสอดคล้องกับการวิจัยของชาญชัย มะโนธรรม (2558) ที่ศึกษาการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ตามแนวทางของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัญหาขาดงบประมาณในการจัดจ้างบุคลากรในการจัดทำบัญชีอยู่ในระดับมากที่สุด ปัญหาขาดความเข้าใจในระบบบัญชีอยู่ในระดับมาก ปัญหาไม่มีเวลาในการจัดทำบัญชีอยู่ในระดับมากและปัญหาเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี สมุดบัญชีและทะเบียนย่อยต่าง ๆ มีความซับซ้อนและยุ่งยากในการจัดทำอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับการวิจัยของปราณี เนมิตร์ (2562) ซึ่งศึกษาการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือนโดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายของชุมชนย่านมัทรีจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า สภาพปัญหาการจัดทำบัญชีครัวเรือนอยู่ในระดับมา โดยปัญหามาจากการขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือนและเห็นว่าการจัดทำบัญชีครัวเรือนเป็นเรื่องน่าเบื่อเป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด จากผลของการวิจัยดังกล่าวหากนำไปโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาช่วยสนับสนุนการทำบัญชีจะช่วยสามารถลดภาระให้กับวิสาหกิจชุมชนได้

สำหรับการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับวิสาหกิจชุมชนควรส่งเสริมให้กับบุคคลที่ความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับหนึ่ง เนื่องจากมีกระบวนการและขั้นตอนที่ต้องการความชำนาญในการใช้งานคอมพิวเตอร์และการใช้งานอินเทอร์เน็ต จึงไม่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาทั่วไปให้กับทุกคนเนื่องจากจะทำให้กระบวนการพัฒนาไม่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรพัฒนาความรู้เชิงทฤษฎีควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะใช้งานเครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ที่ควรส่งเสริมยกตัวอย่าง เช่น กลยุทธ์ทางการตลาด การวิเคราะห์ตลาด การสร้างแบรนด์ เทคนิคการขายสินค้าออนไลน์ เทคนิคการขายแบบสด การสร้างคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์สินค้า การทำธุรกรรมออนไลน์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ร่วมกับการเรียนรู้การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อใช้โฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า การออกแบบสื่อเพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การขายสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ด้วยข้อจำกัดการเข้าถึงคอมพิวเตอร์ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน การส่งเสริมความรู้จึงควรให้ความสำคัญกับใช้เครื่องมือที่สะดวกต่อการใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน เช่น การออกแบบอินโฟกราฟิก การออกแบบภาพประกอบเว็บไซต์ การบันทึกและตัดต่อวิดีโออย่างง่ายผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน เป็นต้น จากการศึกษาของพัชร์นันทน์ รามันนันทน์ (2564) ซึ่งพบว่าแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการสวัสดิการชุมชนด้วยวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การพัฒนาสร้างผลิตภัณฑ์สร้างมาตรฐาน พัฒนาระบบบัญชีให้ทันสมัย พัฒนาโปรแกรมที่สามารถเชื่อมโยงการผลิตและการจัดจำหน่ายได้ทั้งระบบ สร้างร้านค้าออนไลน์ นอกจากนี้การศึกษาของจินตนา กสินันท์ และคณะ (2566) เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังวิกฤต

โควิด-19 กรณีศึกษา พื้นที่ชุมชนตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง ก็พบว่า ชุมชนลานข่อยมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหลังวิกฤตโควิด-19 ที่สามารถเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์โดยเฉพาะสื่อคลิปวิดีโอสั้น ๆ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ชุมชนเห็นความสำคัญของการพัฒนาการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น ผลการศึกษาชมภูษ หุ่นาค และคณะ (2563) เกี่ยวกับแนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชนให้มีความมั่นคงและยั่งยืนมีความสอดคล้องตรงกัน ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การพัฒนาสร้างผลิตภัณฑ์ สร้างมาตรฐาน พัฒนาระบบบัญชี พัฒนาระบบบัญชีโดยใช้โลโก้เดียวกันทั้งหมด พัฒนาระบบโปรแกรมที่สามารถเชื่อมโยงการผลิตและการขายได้ทั้งระบบ เพิ่มบทบาทใหม่เป็นศูนย์กระจายสินค้าระดับอำเภอและจังหวัด ทำตลาดสินค้าออนไลน์ ปรับปรุงสถานที่จำหน่ายสินค้าให้มีเอกลักษณ์ จัดการความรู้ให้เป็นระบบ ปลูกฝัง ปรับอุปนิสัย พฤติกรรมการบริการ และเพิ่มทักษะในการทำงานเป็นทีมรวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกเพื่อสร้างระบบเครือข่ายเชื่อมโยงทั้งหมด

นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนยังมีความต้องการแหล่งศึกษาความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาสื่อที่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เน้นการเข้าร่วมฝึกปฏิบัติ เช่น เทคนิคการถนอมอาหาร เทคนิคการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต กรณีศึกษากฎหมายข้อพิพาทต่าง ๆ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนการออกงานหรือนำไปขายงานในสถานที่ต่าง ๆ ช่องทางการติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น และจัดพื้นที่เก็บรวบรวมไว้ในแหล่งที่สมาชิกในวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้ามาศึกษาด้วยตนเองได้อย่างสะดวก นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ อย่างทั่วถึง อาจมีการจัดการฝึกอบรมในรูปแบบออนไลน์หรือแบบผสมผสานเพื่อลดภาระของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากส่วนใหญ่มีสมาชิกไม่มาก หากต้องส่งไปอบรมนอกสถานที่จะทำให้ขาดแคลนกำลังคน รวมถึงขาดโอกาสสร้างรายได้จากการเสียเวลาเดินทาง และค่าใช้จ่าย ยกตัวอย่างเช่น โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย (Thailand Cyber University) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้พัฒนาโครงการ Thai MOOC (<https://thaimooc.org/>) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์ม (Platform) ที่สนับสนุนในด้านการจัดการเรียนการสอนออนไลน์แบบเปิด (Thailand Massive Open Online Course) อยู่ภายใต้การกำกับของโครงการพัฒนามหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ที่มีมาตรฐานให้กับประชาชนไทย โดยสามารถเรียนได้ฟรีและเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนไทยเกิด “การเรียนรู้ตลอดชีวิต” (Lifelong Learning) ซึ่งภายใน Thai MOOC มีรายวิชามากมายที่สามารถศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองได้ แต่จะหาอย่างไรที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้เหล่านี้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ มีการแนะแนวทางวิสาหกิจชุมชนที่ประสบปัญหาหรือมีความต้องการสามารถเข้าถึง

แหล่งความรู้ได้โดยง่าย ตลอดจนการส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้เหล่านี้ เช่น ด้านอุปกรณ์ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการพัฒนาทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

การวิจัยการศึกษาศักยภาพและการเตรียมความพร้อมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบนี้ทำให้ทราบถึงคุณลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกับวิสาหกิจชุมชนเหล่านั้น การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนของวิสาหกิจชุมชนก็มีส่วนช่วยให้ทราบถึงปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้สามารถแนวทางการส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรีได้เหมาะสมที่สุด โดยประเด็นหลักที่ควรให้ความสำคัญเร่งด่วนคือการพัฒนาศักยภาพด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้บุคลากรของวิสาหกิจชุมชนมีความพร้อมต่อการพัฒนาทักษะด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่วิสาหกิจชุมชนขาดแคลน เนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงฉับพลันทางดิจิทัลอย่างกะทันหัน ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลายมามีบทบาทสำคัญอย่างฉับพลันต่อการอยู่รอดของชุมชน ทำให้หลายชุมชนที่เดิมอาศัยเพียงการท่องเที่ยวในชุมชนเพียงอย่างเดียวตามไม่ทัน จนทำให้ไม่สามารถอยู่รอดได้ระหว่างเกิดระบาดและส่งผลสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบันที่สถานการณ์คลี่คลาย การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานพร้อมทั้งการพัฒนาทักษะด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเร่งด่วนจะเป็นอาวุธสำคัญที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพของชุมชนต่อไปในอนาคต



## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยในท้องถิ่นมีขอบเขตการวิจัยในเขตจังหวัดนนทบุรีเท่านั้น ผลการวิจัยที่ได้อาจมีความแตกต่างกับวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่นอื่นที่มีบริบทของท้องถิ่นที่แตกต่างกัน ควรมีการขยายผลการวิจัยโดยการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่นอื่น ๆ ต่อไป ในอนาคต

2. ผลการศึกษาควรมีการนำไปขยายเพื่อศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและการพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลเชิงลึกเฉพาะเรื่องต่อไป เพื่อศึกษาการตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านของวิสาหกิจชุมชน เช่น การศึกษาการส่งเสริมและพัฒนาทักษะการทำบัญชีด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้กับวิสาหกิจชุมชน การให้ความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ผ่านการสร้างงานกราฟิกด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ การส่งเสริมทักษะการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่านการผลิตวิดีโอสั้น การส่งเสริมการทำตลาดออนไลน์ให้กับวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาเอกลักษณ์ของชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการคิดและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากข้อค้นพบจากการวิจัยพบว่าคุณลักษณะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนคือเอกลักษณ์เฉพาะ ดังนั้นการสร้างเอกลักษณ์จากการผนวกเรื่องราว ประวัติ องค์กรความรู้ ความเป็นมาของชุมชนจะเพิ่มความโดดเด่นและมีลักษณะเฉพาะตัวให้กับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลผลิตของวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

2. ควรมีการศึกษาต่อยอดจากงานวิจัยนี้ ในประเด็นกลยุทธ์การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการยกระดับศักยภาพทักษะชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคการตลาดดิจิทัล และเป็นการมุ่งเน้นส่งเสริมศักยภาพบุคคลในชุมชนรองรับนโยบายชาติในการเตรียมความพร้อมคนไทยสู่ฐานนวัตกรรมภายใต้โมเดล “ไทยแลนด์ 4.0”