

การศึกษารูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจ ชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

The study of digital technology operating models for community businesses in Nakhon Sawan Province

จิตาพัชญ์ ไยเทศ¹, ภุริพัศ เหมือนทอง² และ ดนูวัต อีสรานนท์กุล³
Jitaphat Yaithet¹, Bhuripas Muanthong² and Danuwat Isaranontakul³

วันที่ส่งบทความ: 16 พฤศจิกายน 2566, วันที่แก้ไขบทความ: 8 เมษายน 2567,
วันที่ตอบรับบทความ: 5 พฤษภาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนและพัฒนารูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึกในรูปแบบการจัดเวทีเสวนาเพื่อระดมความคิดเห็น โดยการสุ่มอย่างง่ายจำนวน 320 กลุ่ม เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจชุมชน ความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนสำหรับนำมาพัฒนารูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนมีความพร้อมด้านดิจิทัลในการประกอบธุรกิจในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่มาก โดยเทคโนโลยีดิจิทัลหลักที่นำมาใช้ในการซื้อขายสินค้า ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ใช้สมาร์ตโฟนเป็นเครื่องมือหลัก โดยแบบจำลองธุรกิจมีกิจกรรมหลักในการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล 9 กิจกรรม

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อีเมล: naricha.c@nsru.ac.th

Lecturer of Business Computer, Faculty of Management Science, Nakhonsawan Rajabhat University. E-mail: naricha.c@nsru.ac.th

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อีเมล: bhuripas @nsru.ac.th

Lecturer of Business Computer, Faculty of Management Science, Nakhonsawan Rajabhat University. E-mail: bhuripas @nsru.ac.th

³ อาจารย์ประจำคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อีเมล: danuwat.i@nsru.ac.th

Lecturer of computer and Information Technology, Faculty of Science and Technology, Nakhonsawan Rajabhat University. E-mail: danuwat.i@nsru.ac.th

ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์รายได้หลักจากการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลผ่านระบบบริหารจัดการร้านค้า รวมถึงการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของธุรกิจ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดต่อไป

คำสำคัญ: รูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล รูปแบบการดำเนินงาน ธุรกิจชุมชน

Abstract

This research aims to study the digital readiness of leaders and members of community business groups and develop a digital technology operating model for community businesses in Nakhonsawan province through conducting qualitative research from small group interviews and in-depth interviews in the form of a forum to brainstorm opinions using simple random sampling of 320 groups in order to analyze the community business environment, digital readiness of leaders and community business group members in order to develop a digital technology operating model for community business. The results of the study found that community business groups are overall digitally ready to conduct business in a high level. The main digital technologies used for trading products of community businesses include social networking channels, electronic marketplaces and smartphones are the main tool. The main activities in the digital technology operating model have 9 activities which will allow the entrepreneur to analyze the main income from the digital technology operations through the store management system, as well as analyze the cost structure of the digital technology for decision making in order to increase market competitiveness further.

Keywords: Digital technology models, operating models, community businesses,

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสนับสนุนให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจที่มีประสิทธิภาพที่จะทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก อีกทั้งรัฐบาลให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจ โดยยกให้เป็นวาระแห่งชาติที่ทุกหน่วยงานต้องให้ความสำคัญลำดับต้น ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจถือเป็นรากฐานสำคัญทางเศรษฐกิจ

ของประเทศไทย (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559, หน้า 7) การจัดทำแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 -2564) ที่มีเป้าหมายให้สัดส่วนมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมและสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาองค์ความรู้ด้านการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่มุ่งเน้นสนับสนุนส่งเสริมให้เปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจจากแบบเดิมไปสู่ยุคที่ทำธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล รวมทั้งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้เรียนรู้และสร้างความเข้าใจเศรษฐกิจดิจิทัล (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560 หน้า 4) อย่างไรก็ตามแนวคิดดังกล่าวยังไม่มีการพัฒนาารูปแบบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ

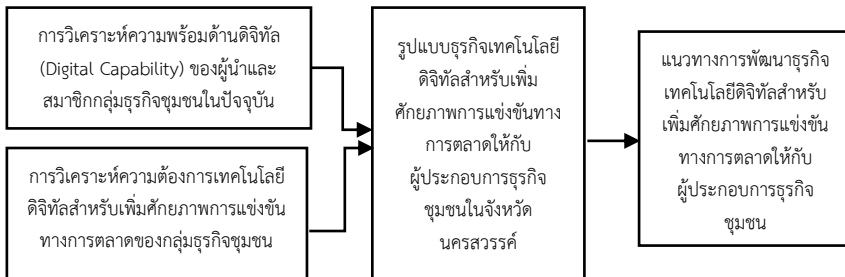
จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีแนวคิดและสนใจที่จะศึกษาความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน และพัฒนารูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์เพื่อเป็นต้นแบบและแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจดิจิทัลและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการประกอบธุรกิจแบบมีอาชีพด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้กำหนดการกรอบแนวคิด ซึ่งเริ่มจากการศึกษาและวิเคราะห์ความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในปัจจุบันและการวิเคราะห์ความต้องการเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาทำการพัฒนารูปแบบธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึกในรูปแบบการจัดเวทีเสวนาเพื่อระดมความคิดเห็นและดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนหรือสมาชิกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ที่ผ่านการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 1,749 กลุ่ม (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) และเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มอย่างง่ายจำนวน 320 กลุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจชุมชน และการวิเคราะห์ความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ปัจจุบัน ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่า ผลการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของทุกองค์ประกอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.90 - 1.00 และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.95 แสดงให้เห็นว่าแบบสัมภาษณ์ที่ได้พัฒนาขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชน โดยนำข้อมูลที่ได้มาสรุปเพื่อใช้ในการกำหนดเนื้อหาและขอบเขตของคำถามในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการจะศึกษาวิจัย

3.2 สร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้คำถามสำหรับระดมความคิดเห็นในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจชุมชน และการวิเคราะห์ความพร้อมด้านดิจิทัล (Digital

Capability) ของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ พร้อมทั้งลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

3.3 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาจัดเรียงข้อมูลเพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ และการกำหนดประเด็นหลักที่สะท้อนออกมา จากนั้นนำข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องและอยู่ในประเด็นเดียวกันเข้ามารวบรวมและแจกแจงข้อมูล แบ่งความหมายเป็นแต่ละประเด็น และนำเสนอข้อมูลในรูปการเขียนบรรยายข้อเท็จจริงที่ค้นพบ เรียบเรียงให้ง่ายต่อการเข้าใจ

3.4 พัฒนารูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาด ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ โดยการสร้างแบบจำลองการอธิบายองค์ประกอบ (Business model canvas) พร้อมทั้งถอดบทเรียนองค์ความรู้ที่ได้จากพัฒนารูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและคืนข้อมูลสู่กลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลความพร้อมด้านดิจิทัล (Digital Capability) ของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการดำเนินงานวิจัย

1. การศึกษาความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

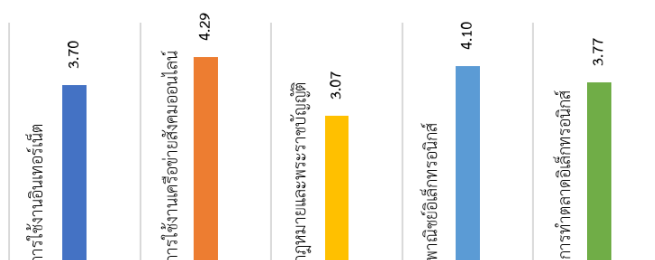
จากการลงพื้นที่และรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมและสร้างอาชีพจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้มีผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนที่ผ่านการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จำนวน 224 ราย ผู้ประกอบการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 379 ราย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 1,146 ราย รวมทั้งสิ้น 1,749 ราย (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2560 : ออนไลน์) ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จักสาน ผลิตภัณฑ์ผ้าทอและเครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์อาหารและขนม ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยกลุ่มธุรกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำการตลาดออนไลน์ การส่งเสริมการขายและการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเป็นอย่างดี คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ มีดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ธุรกิจชุมชนมีความพร้อมมากในการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยสามารถจำแนกความพร้อมออกเป็น 2 ส่วน คือ ความพร้อมของผู้นำ และ ความพร้อมของธุรกิจชุมชน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

1.2 ผลการวิเคราะห์องค์ความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลของกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวมธุรกิจชุมชนมีระดับองค์ความรู้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยสามารถจำแนกองค์ความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลของกลุ่มธุรกิจชุมชนดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลของกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

1.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความต้องการเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชน ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแยกรูปแบบความต้องการเทคโนโลยีดิจิทัล ออกเป็น 9 ส่วน โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้

1.3.1 ด้านกลุ่มลูกค้า พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล โดยสามารถขายผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 99.50 และกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่สนใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

1.3.2 ด้านคุณค่าสินค้า/บริการ พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล โดยต้องมีการนำเสนอคุณค่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 96.00 ต้องมีการนำเสนอเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบข้อความ ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว คิดเป็นร้อยละ 91.75 ต้องมีการติดต่อซื้อขายผลิตภัณฑ์ได้สะดวก รวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 75.50 และต้องมีการถ่ายภาพ/ปรับแต่งภาพเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 66.25 ตามลำดับ

1.3.3 ด้านช่องทางการเข้าถึงลูกค้า พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล โดยใช้ช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 97.00 ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 82.00 เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 67.25 และแอปพลิเคชันบนมือถือ คิดเป็นร้อยละ 55.25 ตามลำดับ

1.3.4 ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล โดยสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการใช้กล่องข้อความบนเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 94.50 ติดต่อผ่านโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 90.50 ติดต่อผ่านไลน์ คิดเป็นร้อยละ 78.00 และใช้โปรแกรมโต้ตอบอัตโนมัติในเฟซบุ๊กและไลน์ คิดเป็นร้อยละ 68.50 ตามลำดับ

1.3.5 ด้านรายได้หลัก พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล โดยให้ลูกค้าทำการชำระเงินสดโดยการโอนเงินผ่านธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 100 และการชำระเงินปลายทาง (COD) คิดเป็นร้อยละ 81.50 ตามลำดับ

1.3.6 ด้านทรัพยากรหลัก พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล โดยมีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 100 และ ระบบขายของออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 97.25 ตามลำดับ

1.3.7 ด้านกิจกรรมหลัก พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล โดยดำเนินการกิจกรรมในธุรกิจชุมชนด้วยการนำเสนอ / ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก การขายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ การชำระเงินและการแจ้งเตือนการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ มีค่าเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 100

และการจัดส่งและการตรวจสอบสถานะการจัดส่งผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 94.50 ตามลำดับ

1.3.8 ด้านคู่ค้า/พันธมิตร พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล โดยมีองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นให้การสนับสนุน คิดเป็นร้อยละ 91.75 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 90.78 และ เครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.50 ตามลำดับ

1.3.9 ด้านโครงสร้างต้นทุน พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล โดยมีค่าอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 100 ค่าบริการระบบขายของออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 98 และค่าอุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 64.00 ตามลำดับ

2. ผลพัฒนารูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

คณะผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ มาถอดบทเรียนและสร้างเป็นรูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ โดยแสดงในรูปของแบบจำลองธุรกิจเพื่ออธิบายองค์ประกอบของรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชน (business model canvas) จำนวน 9 ด้าน ดังภาพที่ 1

8. พันธมิตร (key partner) - องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น - ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต - เครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจ	7. กิจกรรมหลัก (key activities) - ระบบหน้าร้าน (นำเสนอผลิตภัณฑ์) - ระบบสั่งซื้อ - ระบบชำระเงิน - ระบบจัดส่งสินค้า - ระบบการแจ้ง	2. คุณค่าสินค้า / บริการ (value propositions) - คุณค่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ - ซื้อขายได้สะดวก รวดเร็ว - ภาพถ่ายที่กระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ	3. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (customer relationships) - เครือข่ายสังคมสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ - ติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือ - โปรแกรมโต้ตอบ	1. กลุ่มลูกค้า (customer segments) - กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวัน - กลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่สนใจผลิตภัณฑ์
9. โครงสร้างต้นทุน (cost structure) - ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ - ค่าบริการระบบขายของออนไลน์ - ค่าอุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัล		5. รายได้หลัก (revenue stream) - ชำระเงินสดโดยการโอนเงินผ่านธนาคาร - การชำระเงินปลายทาง		

ภาพที่ 4 แบบจำลองธุรกิจการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครสวรรค์

จากภาพที่ 4 อธิบายรูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ โดยดำเนินการซื้อขายผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวันและกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่สนใจผลิตภัณฑ์ ด้วยช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และแอปพลิเคชันบนมือถือ พร้อมทั้งการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากการติดต่อผ่านเครือข่ายสังคมสังคมออนไลน์ ติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือและโปรแกรมโต้ตอบอัตโนมัติผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมสังคมออนไลน์ ซึ่งในการขายผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชนผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ธุรกิจชุมชนจะทำการนำเสนอคุณค่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ การซื้อขายได้สะดวก รวดเร็ว และการนำเสนอภาพถ่ายที่กระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ โดยการสร้างพันธมิตรร่วมกับองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจเพื่อให้สนับสนุนการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและเครือข่าย ซึ่งกิจกรรมหลักในการดำเนินการตามรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วยระบบหน้าร้านสำหรับนำเสนอผลิตภัณฑ์ และระบบบริหารจัดการ (หลังร้าน) ได้แก่ ระบบสั่งซื้อ ระบบชำระเงิน ระบบจัดส่ง และระบบการแจ้งเตือนการชำระเงินและติดตามการจัดส่งผลิตภัณฑ์ผ่านอุปกรณ์มือถือ โดยใช้ทรัพยากรหลักของกลุ่มธุรกิจชุมชน ได้แก่ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบขายของออนไลน์ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจชุมชนทราบถึงโครงสร้างต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกิดจากค่าอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ ค่าบริการระบบขายของออนไลน์ และค่าอุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัล โดยรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนจะเป็นช่องทางการเข้ามาของรายได้ คือ รายได้จากการชำระเงินสดโดยการโอนเงินผ่านธนาคาร และรายได้จากการชำระเงินปลายทาง ซึ่งเป็นรายได้เพิ่มเติมที่นอกเหนือ จากการทำการตลาดทางตรงของธุรกิจชุมชน และเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจชุมชนได้อีกช่องทางหนึ่ง

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ แบ่งการอภิปรายผลการวิจัย 2 ประเด็น ได้แก่

1. การศึกษาความพร้อมด้านดิจิทัลของผู้นำและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้นำชุมชนพร้อมที่จะส่งเสริมทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับสมาชิก โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจในรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลของธุรกิจชุมชน และผู้นำมีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการพัฒนาธุรกิจในรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลของธุรกิจชุมชน และธุรกิจชุมชนมีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยี

ดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และมีการส่งเสริมและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้บริการลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดาใจ โลว์นิชชัย และคณะ (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ ว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการทำธุรกิจออนไลน์อยู่ในระดับน้อย ส่วนใหญ่เป็นเพียงการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลทางธุรกิจ และใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในการติดต่อสื่อสาร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์สินค้า เพื่อให้สามารถเพิ่มลูกค้าและยอดขาย โดยรูปแบบที่ต้องการคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และเว็บสโกลการค้าขาย (E-Market Place) ที่สามารถใช้งานบนสมาร์ทโฟนได้ เพราะจะทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ตลอดเวลา ดังนั้นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสนับสนุนให้การรับรู้ข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และเป็นช่องทางการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน เพราะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก ตลอดจนรูปแบบการใช้ชีวิตและสังคมในยุคดิจิทัลล้วนแล้วแต่สร้างโอกาสในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้ธุรกิจออนไลน์และธุรกิจบนอุปกรณ์มือถือยังมีบทบาทมากขึ้นต่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต ซึ่งถือเป็นช่องทางการตลาดที่ต้นทุนน้อยที่สุดและมีประสิทธิภาพที่สุดในโลกยุคดิจิทัล

2. ผลพัฒนารูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่าเทคโนโลยีดิจิทัลหลักที่นำมาใช้สำหรับการซื้อขายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และใช้สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือหลัก โดยแบบจำลองธุรกิจการดำเนินงานมีกิจกรรมหลักในการดำเนินการประกอบด้วย ระบบหน้าร้านเป็นช่องทางการขาย ระบบบริหารจัดการร้านค้า ได้แก่ ระบบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ระบบชำระเงิน ระบบจัดส่ง ใช้ระบบขายของออนไลน์ โดยรูปแบบการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์รายได้หลักจากการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลผ่านระบบบริหารจัดการร้านค้า รวมถึงการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของธุรกิจ ซึ่งได้แก่ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ค่าอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและค่าระบบบริหารจัดการร้านค้าใช้ระบบขายของออนไลน์ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดต่อไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริทิพย์ กุลจิตรตรีและสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ (2563) เรื่อง นวัตกรรมการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ว่า ผู้ประกอบการใหม่และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ในปัจจุบันความสามารถเชิงนวัตกรรม

เป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างความสำเร็จด้านการลงทุนใหม่ ๆ เป็นเครื่องมือทางการแข่งขันที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานทางธุรกิจ เพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น รวมทั้งมีโอกาสด้านการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีทำให้ชีวิตของเราง่ายขึ้น การปรับตัวไม่เท่าทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีกลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดต้นทุนการผลิต อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างไร้พรมแดน นวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลต้องคำนึงถึงระบบเศรษฐกิจและสังคมที่มีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โลจิสติกส์ การศึกษา การติดต่อสื่อสาร การเกษตรกรรม การอุตสาหกรรม การเงินการลงทุน การภาษีอากร หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม หรือการใด ๆ ที่มีกระบวนการดำเนินงานทางดิจิทัลหรือทางอิเล็กทรอนิกส์ การตระหนักถึงความสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้สามารถเติบโตอยู่รอดได้ โดยเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมในการเกื้อกูลกันระหว่างธุรกิจด้านดิจิทัล เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนรายได้ภายในประเทศ สร้างโอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจขนาดเล็ก เนื่องจากเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่เปรียบเหมือนกระดูกสันหลังของประเทศ รวมถึงเตรียมความพร้อมด้วยการยกระดับธุรกิจด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อนำพาประเทศไทยก้าวเข้าสู่ยุคของเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 รูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลและแบบจำลองธุรกิจสำหรับธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์เป็นแนวทางหนึ่งที่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ต้องการส่งเสริมธุรกิจชุมชนในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาด สามารถนำไปเป็นเครื่องมือชิ้นหนึ่งในการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยธุรกิจชุมชนจะสามารถมองธุรกิจได้อย่างชัดเจนและทำให้สมาชิกกลุ่มได้รับรู้รูปแบบและปัญหาของธุรกิจชุมชนไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะสามารถทำให้แก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วโดยสามารถนำไปใช้ในการวางแผนธุรกิจชุมชนในขับเคลื่อนกิจกรรมทางด้านดิจิทัลของธุรกิจชุมชน

1.2 ธุรกิจชุมชนสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เครื่องมือ และวิธีการดำเนินกิจกรรมหลักได้ตรงกับความต้องการและวัตถุประสงค์ของกลุ่ม เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันและสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์โดยส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งขาดความรู้และทักษะพื้นฐานในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงควรมีการส่งเสริมและพัฒนาการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมดิจิทัลที่สามารถรองรับการใช้งานของกลุ่มผู้สูงอายุให้ใช้งานได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว

2.2 ควรส่งเสริมและดำเนินการในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างธุรกิจชุมชนเพื่อให้มีการติดต่อสื่อสาร พัฒนาผลิตภัณฑ์ แลกเปลี่ยนแนวคิดและถ่ายทอดความรู้กันอย่างต่อเนื่อง

2.3 ควรส่งเสริมศักยภาพทางด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารแก่ธุรกิจชุมชน เพื่อเป็นช่องทางในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันและสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Kosin Chamnanpon and Sudajai Lowanichchai. (2019). A Development Model of Digital Technology for Supporting Entrepreneur. *Ratchaphruek Journal*, 17(2), 130-138.
- Sirintip Kuljittree and Supattarasak Khumsamart. (2020). Small and Medium Business Management Innovation for Society in the Era of Digital Economy. *Journal of Educational Innovation and Research*. 4(3), 217 - 232.
- Office of the National Digital Economy and Society Commission. (2017). *A guide to promoting business knowledge towards the digital economy*. Bangkok: Ministry of Digital Economy and Society.
- Electronic Transactions Development Agency. (2020). *Report on survey results of internet user behavior in Thailand 2020: Electronic Transactions Development Agency*. https://www.eta.or.th/th/UsefulResource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020_Slides.aspx

Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2016). *SME Promotion Plan No. 4 (2017-2021)*. Bangkok: Office of Small and Medium Enterprise Promotion.

Sudajai Lowanichchai, Weeraon Udomphan, Krittika Pueannguyum and Kosin Chamnanpon. (2018). *Study of Entrepreneurial Development by Using Digital Technology*. Research and development institute Nakhon Ratchasima Rajabhat University. <https://rdi.nrru.ac.th/rdi/admin/resource/research/1601278130-c301e25d.pdf>

Saengpetch Prachai, Sarayut Neankratok, Sura Wannasaeng and Prapanush Teesungnoen. (2019). Technology and innovation development of digital technology to support the technology digital model for small and medium enterprises. *Huachiew Chalermprakiet Science and Technology Journal*. 5 (1), 88-100.