

■ Research Article



การศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์

Studying the Current Conditions and Needs of Digital Technology and Innovation of Nam Nao Arabica Community Enterprise in Phetchabun Province

ฉันทนา ปาปัดถา^{1*}, ปาริชาติ ช้วนรักษรรสม², เมทิกา พ่วงแสง³, และดลพร ศรีฟ้า¹

- ¹ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
399 ถนนสามเสน แขวงจวชัยพยานาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
- ² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
- ³ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

บทคัดย่อ (ภาษาไทย)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพปัจจุบันของการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม และ (2) ความต้องการการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า 6 คน ได้แก่ ประธานวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนและส่งเสริมกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน สามารถใช้เทคโนโลยีประเภทโซเชียลมีเดียได้อย่างดี และยินดีให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า (1) สภาพปัจจุบันของการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในหลายด้าน โดยพื้นที่ส่วนใหญ่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ดี แต่บางพื้นที่มีสัญญาณอ่อนหรือไม่มีเลย สมาชิกใช้สมาร์ทโฟนหลากหลาย โดยกลุ่มวัยรุ่นและผู้สูงอายุที่ย้ายถิ่นมาได้ดี แต่เกษตรกรและผู้สูงอายุในพื้นที่มีข้อจำกัดในการใช้งาน ด้านการใช้เทคโนโลยีพื้นฐานสมาชิกส่วนใหญ่ใช้ได้ดี แต่บางคนขาดความชำนาญหากไม่ได้ฝึกอบรมต่อเนื่อง การส่งเสริมการตลาดผ่านเพจเฟซบุ๊กยังต้องการพัฒนา และการติดต่อซื้อขายยังใช้โทรศัพท์และไลน์ส่วนบุคคล ซึ่งมีข้อจำกัดในการขยายตลาด โดย 1) อินเทอร์เน็ตมีสัญญาณ มีระดับดีบางเครือข่าย 2) คุณสมบัติสมาร์ทโฟน ส่วนใหญ่พอใช้งานสื่อได้แต่ค่อนข้างช้า 3) การใช้งานโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก มีระดับพอใช้ 4) ความพร้อมของสมาชิกในการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ การใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ มีระดับพอใช้ และ 5) การพัฒนาตนเองด้านการใช้เทคโนโลยีของสมาชิก ได้แก่ การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ มีระดับพอใช้ และ (2) ความต้องการการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่า ความต้องการเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าเพื่อพัฒนาการตลาด ได้แก่ การขยายการใช้งานเพจเฟซบุ๊กให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การเสริมทักษะบุคลากรในการดูแลช่องทางการตลาดออนไลน์ การขยายช่องทางการตลาดไปยังระบบอื่น ๆ เช่น ไลน์แอด การพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และกิจกรรม รวมถึงการทำโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดียและการออกแบบกราฟิก และการฝึกอบรมสมาชิกในการผลิตสื่อเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำตลาดในยุคดิจิทัล โดย 1) อินเทอร์เน็ตมีสัญญาณ มีสัญญาณดีทุกเครือข่าย 2) คุณสมบัติสมาร์ทโฟน มีความสำคัญมาก 3) การใช้งานโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก มีระดับมาก 4) ความพร้อมของสมาชิกในการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ การใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ มีระดับ

Received:
12 December 2024

Revised:
4 May 2025

Accepted:
23 May 2025

Published:
27 June 2025

***Corresponding Author:**
chantanap@rmutp.ac.th

Copyright:
© Rajamangala
University of
Technology Lanna.
All right reserved

ISSN
Print: 2586-8500
Electronic: 2586-8632

มาก และ 5) การพัฒนาตนเองด้านการใช้เทคโนโลยีของสมาชิก ได้แก่ การผลิตสื่อเพื่อ
ประชาสัมพันธ์ มีระดับมาก

คำสำคัญ: สภาพปัจจุบัน, ความต้องการ, เทคโนโลยีดิจิทัล, นวัตกรรมดิจิทัล

Abstract

The objectives of this research were study (1) the current status of technology and innovation usage, and (2) the demand for technology and innovation usage in the Namnao Arabica community enterprise in Phetchabun Province. The participants were 6 members of the Namnao Arabica community enterprise, including the president of the enterprise and members actively involved in driving and promoting the enterprise's activities. These participants were proficient in using social media technology and willingly provided information. Data analysis was conducted using content analysis methods. The research findings showed that (1) The current condition of technology and innovation usage indicated that the community enterprise had used digital technology in various aspects. Most areas had good internet signals, though some areas had weak or no signal at all. Members used a variety of smartphones, with younger generations and elderly migrants using them effectively. However, local farmers and elderly residents faced limitations in usage. Regarding basic technology usage, most members used it well, though some lacked proficiency without ongoing training. Marketing promotion through Facebook pages still needed improvement, and sales communication was mainly conducted through phone calls and personal LINE accounts, which posed limitations in market expansion. Specifically: The internet signal was available and good on some networks. 1) Smartphone capabilities were generally adequate for media usage, though relatively slow. 2) Social media usage, including Facebook pages, was at a fair level. 3) Member readiness for technology usage, such as using online marketing channels, was at a fair level. 4) Self-development in technology usage, such as media production for public relations, was also at a fair level. (2) The needs for technology and innovation usage showed that the needs of the Nam Nao Arabica community enterprise for marketing development included: enhancing the effectiveness of the Facebook page, improving personnel skills in managing online marketing channels, expanding marketing platforms to other systems such as LINE Official Account, developing online media for product and activity promotion, implementing advertising through social media, graphic design, and training members to produce media to improve digital marketing efficiency. Specifically: 1) The internet signal was good across all networks. 2) Smartphone capability was considered highly important. 3) Social media usage, including Facebook pages, was at a high level. 4) Member readiness for using technology, such as online marketing channels, was at a high level. 5) Self-development in technology usage, such as producing media for public relations, was also at a high level.

Keywords: Current Status, Demand, Digital Technology, Digital Innovation

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลกทำให้ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ โดยการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตและความต้องการของผู้บริโภค การเป็นผู้ประกอบการหมายถึงการใช้ความสามารถเต็มที่เพื่อเผชิญกับความเสี่ยง และสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่า สร้างการเติบโตและผลกำไร รวมทั้งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับประเทศ ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องมีความยืดหยุ่นและตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งบริบทการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทและห่างไกล โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ เช่น การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตไร้สาย การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการเรียนรู้ การทำธุรกรรมออนไลน์ และการใช้เทคโนโลยีเกษตรที่มีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิต นอกจากนี้การใช้นวัตกรรมเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรในชุมชน เช่น ระบบการจัดการน้ำ การพัฒนาแหล่งพลังงานทดแทน และการสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน การส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมในระดับชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว (อำนาจ ทองสวัสดิ์, 2562; ศิริวรรณ มูลสาร, 2563; วีระชัย ธรรมะ, 2564) ในขณะที่ เกศศิริ นวลไสย สวรรค์ และคณะ (2566) นำเสนอไว้ว่า การตลาดดิจิทัลและเทคโนโลยี รวมถึงสื่อออนไลน์มีการพัฒนาเพื่อตอบสนองผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการสินค้าและบริการที่สร้างสรรค์ การใช้เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทำให้การตลาดต้องปรับตัวจาก 4P's สู่ 4E's ตามพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความท้าทายและปรับตัวให้ทันกับการตลาดยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจ

แนวโน้มการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาชุมชนมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในหลายประเทศ โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากร ทั้งในด้านการศึกษา การแพทย์ การเกษตร และธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจและการพัฒนา การใช้เทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยให้ชุมชนสามารถเชื่อมโยงและเข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันนวัตกรรมยังช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนในชุมชนผ่านการพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับทรัพยากรท้องถิ่นและความสามารถของชุมชนเอง (Kania & Kramer, 2011) นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนยังช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ และเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน (UNDP, 2020) ซึ่งการประกอบการเป็นกระบวนการที่เพิ่มความสามารถให้กับกิจการในการได้รับและใช้ประโยชน์ของทักษะและความสามารถในการเกิดนวัตกรรมของกิจการ การมุ่งเน้นการตลาดเป็นปัจจัยที่จะช่วยผลักดันให้เกิดความสามารถทางนวัตกรรมในการคิดค้น การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันได้ยิ่งขึ้น (Rutherford and Holt, 2007) และการตลาดดิจิทัลสามารถนำเสนอบริการ ผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดของแบรนด์ที่มีให้เลือกมากมาย ซึ่งส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการตลาดนอกเหนือจากโทรทัศน์และวิทยุแบบดั้งเดิม (Merisavo and Raulas, 2004) และการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นสิ่งที่บังคับให้ผู้ประกอบการ

และผู้บริหารทางด้านการตลาดในปัจจุบันต้องปรับตัวให้เป็นตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีมากขึ้น และต้องนำเรื่องของการตลาดดิจิทัลมาปรับใช้เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปรวมถึงเรื่องของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ต้องใช้วิธีการที่เป็นทางการในการรับข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา ซึ่งการตลาดดิจิทัลสามารถสร้างโอกาสให้กับองค์กรธุรกิจหรือผู้ประกอบการ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของธุรกิจและสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันผู้ประกอบการต้องทำการตลาดออนไลน์โดยใช้หลักในเรื่องของการดึงดูดใจ การมีปฏิสัมพันธ์ และการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเปิดรับและทำความรู้จักและประมวลข้อมูลในการยอมรับสินค้าและบริการที่เป็นตัวเลือกที่สำคัญ (เกศศิริ นวลใยสวรรค์ และคณะ, 2566)

อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นอีกหนึ่งอำเภอที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติน้ำหนาว เป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติและป่าไม้ มีป่าชุมชนที่ชาวบ้านร่วมกันดูแลและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่มาหลายรุ่น ผ่านการสืบทอดจากบรรพบุรุษ อีกทั้งยังเป็นแหล่งผลิตกาแฟอาราบิกา โดยมีวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกาเป็นผู้ผลิตกาแฟเพื่อจำหน่าย ซึ่งเริ่มจากการปลูกกาแฟตามนโยบายของจังหวัดที่แจกต้นกล้ากาแฟให้ประชาชน แต่เนื่องจากไม่มีการขับเคลื่อนนโยบายอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้กลุ่มคนรักกาแฟและผู้ที่ต้องการรักษาพื้นที่สีเขียวรวมตัวกันเพื่อทดลองปลูกกาแฟ เนื่องจากพื้นที่อำเภอน้ำหนาวมีความสูงไม่มาก ทำให้ไม่เหมาะกับการปลูกกาแฟตามปกติ เพราะหากกาแฟได้รับแสงแดดมากเกินไปจะทำให้ใบเหลืองและผลผลิตลดลง ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกา จึงทดลองปลูกกาแฟใต้ต้นไม้ใหญ่ เพื่อใช้ร่มเงาจากต้นไม้ช่วยปกป้องกาแฟจากแสงแดด ผลลัพธ์ที่ได้คือผลผลิตที่ดีและสามารถผลิตกาแฟออกจำหน่ายได้ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากนัก ผลิตภัณฑกาแฟและชาดอกกาแฟยังมีความหลากหลายจำกัด ราคาจำหน่ายยังไม่สูงมาก และต้นทุนการผลิตยังค่อนข้างสูง หากมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีการคั่วกาแฟ เครื่องช่วยคัดเมล็ดกาแฟ โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ฯลฯ มาช่วยในการพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาด อาจช่วยให้ผลิตภัณฑสามารถเติบโตและเข้าถึงตลาดได้กว้างขึ้น เมื่อพิจารณาถึงสัญญาณเครือข่ายและการใช้เทคโนโลยีในอำเภอน้ำหนาวประสบปัญหาหลายด้านที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลและภูมิประเทศที่เป็นภูเขา ซึ่งทำให้การกระจายสัญญาณของเครือข่ายโทรคมนาคมไม่ทั่วถึง สัญญาณมักอ่อนหรือไม่สามารถเชื่อมต่อได้ตลอดเวลา นอกจากนี้โครงสร้างพื้นฐานการติดตั้งเสาสัญญาณและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องยังไม่สมบูรณ์ในหลายพื้นที่ ทำให้ผู้ใช้งานไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตหรือการสื่อสารผ่านโทรศัพท์ได้สะดวก อีกทั้งในบางพื้นที่ยังขาดการสนับสนุนจากผู้ให้บริการเครือข่ายที่ไม่เห็นความคุ้มค่าในการลงทุนขยายโครงข่าย ทำให้การใช้งานเทคโนโลยีในพื้นที่นี้มีข้อจำกัด เช่น การเรียนการสอนออนไลน์หรือการทำธุรกรรมดิจิทัลที่ไม่สะดวกสบาย การขยายเครือข่ายที่เหมาะสมและการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของประชาชนในอำเภอน้ำหนาวได้อย่างยั่งยืน (สุกัญญา มงคล, 2563; กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2564; นภาพร พงษ์ธนาพันธ์, 2565)

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้คณะผู้วิจัยสนใจการศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกา จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตและการตลาดของกาแฟอาราบิกานั้นสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการผลิต การติดตามคุณภาพ และการ

ขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงข้อมูลตลาดและความต้องการของผู้บริโภคได้รวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการปรับกลยุทธ์การผลิตและการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้และขยายฐานลูกค้าในระยะยาว การศึกษานี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากิจการด้านเทคโนโลยีให้กับสมาชิกในชุมชน รวมทั้งการส่งเสริมความรู้ในด้านนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาความต้องการการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์

3. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

สภาพปัจจุบัน (Current status) เป็นแนวคิดที่สำคัญในการวิจัยและการพัฒนา โดยการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันมักจะมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อเข้าใจและประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สังคม หรือเศรษฐกิจในบริบทที่เฉพาะเจาะจง การประเมินสภาพปัจจุบันช่วยให้ผู้วิจัยหรือผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นในการพัฒนาแผนการ หรือการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อรับมือกับความท้าทายที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในบริบทของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Kotter, 1996) การทบทวนสภาพปัจจุบันจึงเป็นการสร้างพื้นฐานในการวิเคราะห์และพัฒนามาตรการที่ตอบสนองต่อความต้องการหรือโอกาสในอนาคต (Porter, 2008) ซึ่งแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน (Current status) ยังสามารถเสริมด้วยแนวคิดจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาองค์กรอื่น ๆ โดยในงานศึกษาของ Drucker (2006) ได้เน้นย้ำว่า การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันขององค์กรหรือชุมชนช่วยให้สามารถระบุปัญหาหรือจุดแข็งได้ ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพภายในองค์กร ในขณะเดียวกัน Teece (2010) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันเพื่อเตรียมความพร้อมในการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และ Christensen (1997) เน้นการศึกษาสภาพปัจจุบันในด้านนวัตกรรมเพื่อเข้าใจถึงปัจจัยที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและวิธีที่องค์กรสามารถใช้เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ยังมีนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญชาวไทยเกี่ยวกับการศึกษาสภาพปัจจุบัน (Current status) มีหลายท่านที่ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบันเพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่น พรชัย อัครเศรษฐ์ (2552) ซึ่งได้กล่าวถึงการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันเพื่อประเมินความแข็งแกร่งและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจในปัจจุบัน นอกจากนี้สมพงษ์ จิตระดับ (2557) ยังเน้นการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันในด้านการพัฒนาองค์กรและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการเติบโตและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในโลกปัจจุบัน เช่นเดียวกับ นกตล ชัยสุทธิธรรม (2558) ที่ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันในด้านการจัดการความรู้และการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

ความต้องการการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมเน้นการเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในองค์กรหรือชุมชนต่าง ๆ แนวคิดของ Rogers (2003) เกี่ยวกับการเผยแพร่เทคโนโลยี (Diffusion of Innovations) อธิบายว่าความต้องการใช้งานเทคโนโลยีเกิดขึ้นจากความสามารถของนวัตกรรมในการตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งาน โดยมีปัจจัยสำคัญคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ความง่ายในการใช้ และความเข้ากันได้กับการดำเนินงานที่มีอยู่แล้ว นอกจากนี้ Venkatesh et al. (2003) ในทฤษฎี Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ได้เสนอว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีประกอบด้วยประสิทธิภาพที่คาดหวัง ความพยายามในการใช้งาน การสนับสนุนจากสังคม และการคาดการณ์ของผู้ใช้งาน ในทำนองเดียวกัน Christensen (1997) กล่าวว่า นวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการจริงของผู้ใช้และสามารถสร้างความแตกต่างในตลาดจะมีความต้องการสูง ทั้งนี้ แนวคิดเหล่านี้ช่วยอธิบายว่าการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมในปัจจุบันมักขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ความสะดวก และผลประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับ นอกจากนี้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมสามารถเสริมด้วยแนวคิดจากผู้เชี่ยวชาญเพิ่มเติมที่ได้เสนอทฤษฎีและกรอบการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี เช่น Davis (1989) ในทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) ซึ่งอธิบายว่าความต้องการใช้งานเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี รวมถึง Nilsen (2015) ที่ได้เสนอกรอบการศึกษาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในด้านการแพทย์ โดยเน้นที่การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดูแลสุขภาพและความต้องการของผู้ใช้บริการสุขภาพในบริบทต่าง ๆ อีกทั้ง Bagozzi (2007) ได้เสนอโมเดลทางจิตวิทยาที่กล่าวถึงพฤติกรรมยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเกี่ยวข้องกับความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี โดยมองว่าความต้องการใช้งานเทคโนโลยีเป็นผลมาจากอิทธิพลของปัจจัยภายนอกและภายในที่เชื่อมโยงกับการกระทำและพฤติกรรมของผู้ใช้ ส่วนแนวคิดของนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญชาวไทยเกี่ยวกับความต้องการการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมสามารถดูได้จากการศึกษาของ พิษณุ สุวรรณโณ (2556) ซึ่งได้กล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมในการพัฒนาองค์กร โดยเน้นการยอมรับและการปรับตัวขององค์กรในยุคดิจิทัลที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้บุญธรรม รณสุกาญจน์ (2559) ได้เสนอว่า ความต้องการใช้งานเทคโนโลยีในชุมชนสามารถเพิ่มขึ้นได้หากเทคโนโลยีนั้นตอบโจทย์ความต้องการและมีการสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในชุมชน อีกทั้ง วีระพงษ์ กุลภักดี (2557) ได้เสนอว่า ความต้องการการใช้งานเทคโนโลยีในองค์กรส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและการฝึกอบรมให้พนักงานเข้าใจถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ โดยเฉพาะในองค์กรที่ต้องการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

กล่าวโดยสรุป การศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบันและการประเมินความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำแนวคิดของ Rogers (2003) และ Venkatesh et al. (2003) ในเรื่องของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี โดยแสดงให้เห็นถึงการยอมรับที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทคโนโลยีตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ และการสนับสนุนจากสังคมรวมถึงการปรับตัวในระดับองค์กรและชุมชน

นอกจากนี้แนวคิดของ Teece (2010) และ Christensen (1997) เกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กรตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมก็เห็นได้จากผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นถึงความพยายามในการพัฒนาศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัล จึงสรุปได้ว่าสภาพปัจจุบันของการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมในองค์กรหรือชุมชนต่าง ๆ ยังมีพื้นที่ในการพัฒนาและปรับปรุง โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาทักษะและความพร้อมของสมาชิกในการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล แต่ในขณะเดียวกัน ความต้องการ และความพยายามที่จะเพิ่มการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมในระดับสูงนั้นกำลังได้รับการตอบสนองที่ดีขึ้นตามความเหมาะสมและประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จำนวน 6 คน ได้แก่ ประธานวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนและส่งเสริมกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน สามารถใช้เทคโนโลยีประเภทโซเชียลมีเดียได้อย่างดี และยินดีให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ ซึ่งจะใช้เพื่อประเมินความพร้อมทางเทคโนโลยีของวิสาหกิจชุมชน โดยการเก็บข้อมูลผ่านวิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์สภาพปัจจุบันและความต้องการเทคโนโลยี ซึ่งออกแบบเพื่อประเมินสภาพปัจจุบันความต้องการเทคโนโลยีของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า โดยแบบประเมินจะประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่
 - 2.1 แบบประเมินสภาพปัจจุบันและความต้องการเทคโนโลยีของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า
 - 2.2 คำถามสำหรับรับความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและมีความหลากหลาย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำผ่านการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยคณะผู้วิจัยจะลงพื้นที่ในตำบลโคกมน อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ ตามขั้นตอนดังนี้
 - 3.1 การประสานงาน: ผู้วิจัยจะทำการประสานงานกับประธานวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า เพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์และเลือกสมาชิกที่เหมาะสมเพื่อให้ข้อมูล
 - 3.2 การลงพื้นที่: ผู้วิจัยจะลงพื้นที่ตามกำหนดการที่ได้เตรียมไว้ และขออนุญาตบันทึกการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลตามประเด็นที่กำหนดในคำถาม
 - 3.3 การตรวจสอบข้อมูล: ผู้วิจัยจะตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่เก็บรวบรวม เพื่อให้แน่ใจว่าได้ข้อมูลตามประเด็นที่กำหนดไว้ครบถ้วน
4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งสภาพปัจจุบันและความต้องการเทคโนโลยีของวิสาหกิจชุมชน โดยทำการแยกแยะข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Data) เพื่อให้เข้าใจถึงความพร้อมและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าได้อย่างชัดเจน

5. ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้ดำเนินการสัมภาษณ์สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า เพื่อประเมิน

ความพร้อมทางเทคโนโลยีของวิสาหกิจชุมชน โดยการศึกษาความต้องการใช้งาน
เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. สภาพปัจจุบันของการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำ
หนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้ามีสภาพ
ปัจจุบันของความพร้อมเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลในหลายด้าน ดังนี้

ตารางที่ 1 สภาพปัจจุบันของการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า
จังหวัดเพชรบูรณ์

ด้านการใช้งานเทคโนโลยี และนวัตกรรม	รายละเอียด
สัญญาณอินเทอร์เน็ต	พื้นที่ในอำเภอน้ำหนาวส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตได้ดี โดยเฉพาะในพื้นที่ชุมชนที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่เสถียรและเร็ว แต่ในบางพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในหุบเขาและแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งกลับไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต หรือสัญญาณอาจจะอ่อนเกินไปที่จะใช้งานได้ตามปกติ อย่างไรก็ตาม ในที่พิกสำหรับนักท่องเที่ยวจะมีบริการอินเทอร์เน็ตไวร์รองรับ ซึ่งผู้ให้บริการที่มีสัญญาณดีในพื้นที่คือ ทรู (True) และเอไอเอส (AIS) ขณะที่ดีแทค (DTAC) ไม่มีสัญญาณหรือสัญญาณค่อนข้างอ่อนในบางพื้นที่
เทคโนโลยีสมาร์ทโฟน	สมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้ามีการใช้สมาร์ทโฟนที่หลากหลาย โดยบางคนมีสมาร์ทโฟนที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถรองรับการใช้งานด้านต่าง ๆ ได้ดี แต่บางคนใช้สมาร์ทโฟนที่มีคุณภาพพอใช้เท่านั้น กลุ่มประชาชนในพื้นที่ที่สามารถใช้งานสมาร์ทโฟนได้ดี คือ วัยรุ่น กลุ่มคนวัยทำงาน และผู้สูงอายุที่ย้ายมาอาศัยในพื้นที่ ซึ่งสามารถใช้งานสมาร์ทโฟนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่เกษตรกรและผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในพื้นที่มักจะมีข้อจำกัดในการใช้งานสมาร์ทโฟน เนื่องจากมีการศึกษาน้อย และบางคนไม่ชอบใช้งานหรือไม่สามารถใช้งานสมาร์ทโฟนได้ หรือสามารถใช้งานได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น
ความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี	ส่วนใหญ่ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าสามารถใช้งานเทคโนโลยีพื้นฐานได้ เช่น การใช้โทรศัพท์เพื่อโทรออก-รับสาย การใช้งานโซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์และเฟซบุ๊ก รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันสำหรับถ่ายรูปและวิดีโอได้ดี ส่วนโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันอื่น ๆ สามารถใช้งานได้ในระดับหนึ่ง โดยหากได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมจะสามารถใช้งานได้ดียิ่งขึ้น แต่ก็พบว่าเมื่อเวลาผ่านไปและไม่มีโอกาสได้ใช้งานอย่างต่อเนื่อง บางคนอาจจะลืมการใช้งานและขาดความชำนาญ
เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร	ในด้านการเกษตร สมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าใช้งานเครื่องมือทางการเกษตรบางชนิดได้ดี เนื่องจากเครื่องมือเหล่านั้นถูกใช้เป็นประจำในการประกอบอาชีพ และสมาชิกมีความคุ้นเคยในการใช้งานเครื่องมือดังกล่าว ซึ่งช่วยให้การทำงานในด้านเกษตรกรรมมีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
เทคโนโลยีการส่งเสริมการตลาด	วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าใช้โซเชียลมีเดียเพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์กาแฟและชาดอกกาแฟ โดยเฉพาะการสร้างเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) เพื่อประชาสัมพันธ์และเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ช่องทางการสื่อสารนี้ยังคงต้องการการพัฒนาและการดูแลจากคนในพื้นที่ที่มีความสามารถในการจัดการเพจ
การติดต่อซื้อขาย	การติดต่อซื้อขายในวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้ายังคงดำเนินการในลักษณะการโทรศัพท์และการใช้ไลน์ส่วนบุคคลในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งอาจมีข้อจำกัดในการเข้าถึงลูกค้าใหม่หรือขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย

โดยสรุป วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้ามีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีในระดับหนึ่ง แต่ยังคงมีข้อจำกัดในบางด้าน เช่น การใช้งานสมาร์ทโฟนของผู้สูงอายุและเกษตรกร รวมถึงการพัฒนาและใช้งานเทคโนโลยีในด้านการตลาดที่ยังต้องการการฝึกอบรมและการดูแลอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน

2. ความต้องการเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าเพื่อใช้ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการตลาด สามารถสรุปประเด็นความต้องการโดยแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ความต้องการเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าเพื่อใช้ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการตลาด

ด้านการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม	รายละเอียด
ความต้องการใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นช่องทางทางการตลาดออนไลน์	วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าได้เปิดเพจเฟซบุ๊ก (https://www.facebook.com/namnaoarabica) เพื่อใช้เป็นช่องทางหลักในการโปรโมทผลิตภัณฑ์และกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งถือเป็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อขยายตลาดออนไลน์และเข้าถึงลูกค้าใหม่ ๆ อย่างไรก็ตาม พวกเขาต้องการพัฒนาและขยายการใช้งานของเพจเฟซบุ๊กให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
ความต้องการบุคลากรเพื่อช่วยดูแลช่องทางการตลาดออนไลน์	เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าเป็นผู้สูงอายุที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีพื้นฐานได้ แต่ยังขาดความคล่องตัวในการใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าวให้เต็มประสิทธิภาพ อีกทั้งสมาชิกยังมีงานหลักอื่นที่ต้องทำประจำ จึงไม่สามารถดูแลเพจเฟซบุ๊กและช่องทางการตลาดออนไลน์ได้ตลอดเวลา ดังนั้นวิสาหกิจจึงต้องการบุคลากรที่มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยดูแลและจัดการช่องทางการตลาดออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ
ความต้องการช่องทางการตลาดอื่น ๆ นอกจากเพจเฟซบุ๊ก	ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนใช้งานไลน์ส่วนบุคคลในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า แต่มีความต้องการในการขยายช่องทางการตลาดไปยังระบบที่สามารถตอบสนองการติดต่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การใช้ไลน์แอด ซึ่งจะช่วยให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าสะดวกและรวดเร็วขึ้น รวมทั้งสามารถให้บริการลูกค้าได้มากขึ้นในเวลาเดียวกัน
ความต้องการสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์	วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าต้องการพัฒนาและใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองให้มีประสิทธิภาพ เช่น การทำโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย การสร้างวิดีโอโปรโมทผลิตภัณฑ์ การโพสต์เนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค รวมถึงการออกแบบกราฟิกเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจ
ความต้องการพัฒนาตนเองของสมาชิกเกี่ยวกับการผลิตสื่อเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์	สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้ามีความต้องการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะในการผลิตสื่อเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะการสร้างเนื้อหาที่ดึงดูดลูกค้า การถ่ายภาพ การทำวิดีโอ และการสร้างกราฟิกที่น่าสนใจ ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถทำการตลาดได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้าในยุคดิจิทัล

โดยสรุป วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้ามีความต้องการในการขยายช่องทางการตลาดออนไลน์และการส่งเสริมการตลาดผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลในหลายด้าน ทั้งในเรื่องการดูแลเพจเฟซบุ๊ก การใช้ช่องทางการตลาดอื่น ๆ เช่น ไลน์แอด รวมถึงการพัฒนาความสามารถของสมาชิกในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในอนาคต

นอกจากความต้องการในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมแล้ว วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้ายังมีความต้องการช่องทางการตลาดเพิ่มเติมที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภค

ได้มากขึ้น เช่น การตลาดทางตรงและการตลาดเชิงกิจกรรม เป็นต้น จากการศึกษา
สภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจ
ชุมชนน้ำหนาวอาราบิกา จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีสภาพปัจจุบัน
และความต้องการเทคโนโลยีในหลายระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและความต้องการด้านเทคโนโลยี

ภาคเศรษฐกิจ	ผลการวิเคราะห์		
	สภาพปัจจุบัน	ความต้องการ	การดำเนินการ
1. สัญญาณอินเทอร์เน็ต	สัญญาณดี บางเครือข่าย	สัญญาณดี ทุกเครือข่าย	เลือกใช้บริการเครือข่ายที่มี สัญญาณดีเพื่อรองรับการใช้ งาน
2. คุณสมบัติของสมาร์ตโฟน	ส่วนใหญ่ พอใช้งานสื่อ ได้แต่ค่อนข้าง ช้า	ใช้งานสื่อได้ดี	เลือกใช้สมาร์ตโฟนที่สามารถ รองรับการใช้งานประเภทสื่อ มัลติมีเดียและแอปพลิเคชัน ต่าง ๆ ได้
3. การใช้งานโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เพจ เฟซบุ๊ก	พอใช้	มาก	หาคนในพื้นที่ที่มีอายุไม่มาก เพื่อช่วยดูแลเพจเฟซบุ๊ก และ พัฒนาความสามารถให้ สามารถใช้งานโซเชียลมีเดียได้
4. ความพร้อมของสมาชิกในการใช้ เทคโนโลยี ได้แก่ การใช้ช่องทาง การตลาดออนไลน์	พอใช้	มาก	พัฒนาความสามารถในการใช้ เทคโนโลยีของสมาชิกอย่าง ต่อเนื่อง
5. การพัฒนาตนเองด้านการใช้ เทคโนโลยีของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์	พอใช้	มาก	จัดฝึกอบรมสมาชิกเกี่ยวกับการ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อ พัฒนาความสามารถด้านนี้

จากการวิเคราะห์ความพร้อมและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล
ของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกา จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ในหลายด้านยังคงมี
ความต้องการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ตที่แม้ปัจจุบันดี แต่
ยังมีความต้องการสูงเพื่อรองรับการใช้งานที่เพิ่มขึ้น สมาร์ตโฟนที่ใช้งานได้
พอสมควร แต่ต้องการสมาร์ตโฟนที่รองรับการใช้งานสื่อมัลติมีเดียและแอปพลิเคชัน
ต่าง ๆ มากขึ้น และการใช้งานโซเชียลมีเดีย เช่น เพจเฟซบุ๊ก ยังต้องการการพัฒนา
เพื่อให้มีการจัดการที่ดีขึ้น โดยเฉพาะการหาคนในพื้นที่ที่มีอายุน้อยมาช่วยดูแล
เพจ นอกจากนี้ความพร้อมของสมาชิกในการใช้เทคโนโลยีและการใช้ช่องทาง
การตลาดออนไลน์ยังอยู่ในระดับพอใช้ และต้องการการพัฒนาความสามารถในการ
ใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งความสามารถในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ยัง
พัฒนาได้มากขึ้น จึงควรมีการจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะด้านนี้ให้กับสมาชิกเพื่อ
รองรับการขยายตัวและการพัฒนาในอนาคต ซึ่งผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า สมาชิกของ
วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกามีความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม
ดิจิทัลในระดับสูง และต้องการการพัฒนาเพิ่มเติมในหลายด้าน เช่น การใช้งานสื่อ
ออนไลน์และการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

6. การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. สภาพปัจจุบันของการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่า (1) สัญญาณอินเทอร์เน็ต สัญญาณดีบางเครือข่าย (2) คุณสมบัติน้ำดื่มส่วนใหญ่พอใช้งานสัปดาห์แต่ค่อนข้างช้า (3) การใช้งานโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก มีระดับพอใช้ (4) ความพร้อมของสมาชิกในการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ การใช้ช่องทาง การตลาดออนไลน์ มีระดับพอใช้ และ (5) การพัฒนาตนเองด้านการใช้เทคโนโลยีของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ มีระดับพอใช้ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากความพร้อมของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและข้าราชการเกษียณ จึงส่งผลต่อการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม สอดคล้องกับ กุสุมา สีดากเพ็ง (2565) ที่ศึกษาสภาพการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบ้านกองแหะ พบว่า มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี และการทำธุรกิจออนไลน์อยู่ระดับน้อย ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลทางด้านการธุรกิจ และใช้เฟซบุ๊ก และไลน์ในการติดต่อสื่อสารแต่ยังไม่สามารถเพิ่มยอดขายทางธุรกิจได้ ดังนั้นจึงควรมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการส่งเสริมการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้ และเป็นการขยายการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ และนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการปรับใช้ในกระบวนการต่าง ๆ ได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของปัทมา ตรีมงคล และกิตติยา ปัญญาเยาว์ (2564) ที่พบว่า สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการระบบสารสนเทศเพื่อการติดต่อสื่อสาร ต้องการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และผลการศึกษาของ โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์นิชชัย (2562) ที่พบว่า สภาพการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการทำธุรกิจออนไลน์อยู่ในระดับน้อย ส่วนใหญ่เป็นเพียงการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลทางธุรกิจ และใช้เฟซบุ๊กและไลน์ในการติดต่อสื่อสาร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประชาสัมพันธ์สินค้าเพื่อให้สามารถเพิ่มลูกค้าและยอดขาย โดยรูปแบบที่ต้องการคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และเว็บสื่อกลางการค้าขาย (E-Market Place) ที่สามารถใช้งานบนสมาร์ตโฟนได้ เพราะจะทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ตลอดเวลา

2. ความต้องการเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้าเพื่อใช้ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการตลาด พบว่า (1) สัญญาณอินเทอร์เน็ต มีสัญญาณดีทุกเครือข่าย (2) คุณสมบัติน้ำดื่มส่วนใหญ่พอใช้งานสัปดาห์ (3) การใช้งานโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก มีระดับมาก (4) ความพร้อมของสมาชิกในการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ การใช้ช่องทาง การตลาดออนไลน์ มีระดับมาก และ (5) การพัฒนาตนเองด้านการใช้เทคโนโลยีของสมาชิก ได้แก่ การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ มีระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากความต้องการของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า ต้องการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน และสามารถจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น ดังนั้นจึงมีความต้องการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมากขึ้น สอดคล้องกับ กุสุมา สีดากเพ็ง (2565) ที่ศึกษาสภาพการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบ้านกองแหะ พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการ 3

ด้าน ได้แก่ (1) ด้านผู้ส่งสารหรือผู้ประกอบการ ต้องการการพัฒนารูปแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์ (2) ด้านเนื้อหาสาระ (กลยุทธ์การสื่อสารและ
การตลาด) และ (3) ด้านช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม ได้แก่ เว็บไซต์และรูปแบบ
การสื่อสารออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ และเมื่อทราบความต้องการใช้งาน
เทคโนโลยีและนวัตกรรมแล้ว วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้ายังสามารถนำไป
พัฒนาต่อยอดในด้านต่าง ๆ เช่น ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในกระบวนการผลิต
กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การนำไปใช้ในการปรับกล
ยุทธ์ทางการตลาด การปรับใช้กับการนำเสนอสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์
ชุมชน เป็นต้น ดังที่ กษนิภา วาณิชกิตติกุล และคณะ (2566) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการ
ยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นแนวคิด
ทางด้านความสามารถนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า
ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ความสามารถทางนวัตกรรมกระบวนการ
และความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรม ความสามารถทางนวัตกรรมกลยุทธ์
ส่งผลกระทบต่อความเร็วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ในขณะที่ความสามารถ
ทางนวัตกรรมกระบวนการ ความสามารถทางนวัตกรรมตลาด และความสามารถ
ทางนวัตกรรมกลยุทธ์ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ และความ
รวดเร็วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถนวัตกรรม พบว่า การมุ่งเน้นการประกอบการ
การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ส่งผลกระทบต่อความสามารถทาง
นวัตกรรมตลาด ความสามารถทางนวัตกรรมกระบวนการ ความสามารถทาง
นวัตกรรมกลยุทธ์ และความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรม นอกจากนี้เกศศิริ
นวลไยสวรรค์ และคณะ (2566) ได้นำเสนอไว้ว่า สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาด
ดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีรวมถึงสื่อออนไลน์ เนื่องจากการตลาดดิจิทัลมีการ
พัฒนาอย่างก้าวกระโดดเพื่อตอบสนองผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าและ
บริการที่สร้างสรรค์เพื่อตอบโจทย์ลูกค้า โดยการใช้อินเทอร์เน็ตในยุคตลาดดิจิทัล
เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน ไปจนถึงแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งการตลาด
ต้องเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่จากส่วนประสมทางการตลาด
ดั้งเดิม 4P's มาสู่การตลาดดิจิทัลที่ให้ความสำคัญกับแนวคิด 4E's ดังนั้น
ผู้ประกอบการธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทาย ความทันสมัย และจำเป็นที่ต้องก้าว
ทันกับการตลาดยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีนวัตกรรม และการสร้างสรรค์
อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันที่เชื่อมโยงตลาดดิจิทัลได้
อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจ และการตลาดดิจิทัลสามารถ
สร้างโอกาสให้กับองค์กรธุรกิจหรือผู้ประกอบการด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพและ
ประสิทธิผลของธุรกิจและสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการต้อง
ทำการตลาดออนไลน์โดยใช้หลักในเรื่องของการดึงดูดใจ การมีปฏิสัมพันธ์ และการ
สร้างความมั่นใจให้กับ ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเปิดรับและทำความเข้าใจและประมวลข้อมูล
ในการยอมรับสินค้าและบริการที่เป็นตัวเลือกที่สำคัญ

7. บทสรุป

สรุปผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยี
และนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิก้า จังหวัดเพชรบูรณ์ สรุปได้
ดังนี้

1. สภาพปัจจุบันของการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่า (1) สัญญาณ
อินเทอร์เน็ต สัญญาณดีบางเครือข่าย (2) คุณสมบัติน้ำหนักพอใช้
งานสื่อได้แต่ค่อนข้างช้า (3) การใช้งานโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก มีระดับ

พอใช้ (4) ความพร้อมของสมาชิกในการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ การใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ มีระดับพอใช้ และ (5) การพัฒนาตนเองด้านการใช้เทคโนโลยีของสมาชิก ได้แก่ การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ มีระดับพอใช้

2. ความต้องการเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกาเพื่อใช้ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการตลาด พบว่า (1) สัญญาณอินเทอร์เน็ต สัญญาณดีทุกเครือข่าย (2) คุณสมบัติสมาร์ตโฟน ใช้งานสื่อดี (3) การใช้งานโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก มีระดับมาก (4) ความพร้อมของสมาชิกในการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ การใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ มีระดับมาก และ (5) การพัฒนาตนเองด้านการใช้เทคโนโลยีของสมาชิก ได้แก่ การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ มี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกา จังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1. การเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านการใช้งานเทคโนโลยี: เนื่องจากในปัจจุบันสมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกามีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีพื้นฐานได้ในระดับพอใช้ จึงควรมีการฝึกอบรมและส่งเสริมการใช้งานเทคโนโลยีเพิ่มเติม เช่น การฝึกอบรมการใช้แอปพลิเคชันในการจัดการช่องทางการตลาดออนไลน์ อาทิ การใช้เพจเฟซบุ๊ก หรือไลน์ออฟฟิเชียลเพื่อให้สามารถบริหารจัดการการตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและคล่องตัวมากขึ้น
2. การพัฒนาและปรับปรุงการใช้สมาร์ตโฟน: ขณะนี้สมาร์ตโฟนของสมาชิกมีคุณสมบัติที่พอใช้ได้ จึงควรสนับสนุนการเลือกสมาร์ตโฟนที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยพิจารณาจากการรองรับการใช้งานแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการตลาดออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันการถ่ายภาพและการออกแบบสื่อ รวมทั้งการใช้งานในการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. การเสริมสร้างความสามารถในการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์: เนื่องจากสมาชิกมีความพร้อมในการใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ในระดับพอใช้ จึงควรมีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การสร้างคอนเทนต์ที่ดึงดูดผู้บริโภค การโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลการตลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำตลาดออนไลน์
4. การพัฒนาและเสริมทักษะการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์: สมาชิกควรได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างสื่อออนไลน์ เช่น การถ่ายภาพและการผลิตวิดีโอเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์อย่างมีคุณภาพ นอกจากนี้ควรฝึกทักษะในการใช้เครื่องมือการออกแบบกราฟิกเพื่อสร้างความน่าสนใจในโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์
5. การจัดการบุคลากรในการดูแลช่องทางการตลาดออนไลน์: เนื่องจากสมาชิกมีข้อจำกัดในการดูแลช่องทางการตลาดออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ควรมีการจัดสรรบุคลากรที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญในการดูแลและพัฒนาเพจเฟซบุ๊กและช่องทางการติดต่อสื่อสารออนไลน์อื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ หรืออาจพิจารณาจ้างงานบุคลากรจากภายนอกเพื่อเสริมทีมงาน
6. การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและการปรับปรุงอินฟราสตรัคเจอร์: ในด้านสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพดีแล้ว ควรสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนเลือกใช้บริการเครือข่ายที่สามารถให้บริการสัญญาณที่เสถียรและครอบคลุมพื้นที่ชุมชนและพื้นที่ห่างไกล เพื่อให้สมาชิกสามารถใช้งานเทคโนโลยีได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านการเชื่อมต่อ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษารังต่อไปสามารถศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) การศึกษาผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลต่อการพัฒนาศักยภาพการตลาด 2) การศึกษาความพร้อมทางเทคโนโลยีในพื้นที่ห่างไกลและการเข้าถึงเทคโนโลยี 3) การศึกษาความต้องการและความสามารถของสมาชิกในเรื่องการพัฒนาทักษะเทคโนโลยี 4) การศึกษาการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการตลาดออนไลน์ 5) การศึกษาแนวทางในการจัดการบุคลากรที่ช่วยดูแลการตลาดออนไลน์ 6) การศึกษาเรื่องการใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และ 7) การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะดิจิทัลต่อการเติบโตของวิสาหกิจ

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลของ วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกา จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมศักยภาพการตลาดด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายสเกลธุรกิจสำหรับกาแฟและชาดอกกาแฟท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกา จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนงานพื้นฐาน (Fundamental Fund; FF) เงินทุนสนับสนุนการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และขอขอบคุณวิสาหกิจชุมชนน้ำหนาวอาราบิกา ที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

9. เอกสารอ้างอิง

- กษนิภา วาณิชกิตติกุล, ปิยะวรรณ ยางคำ, อมร โกคำ, นาวา มาสวนจิก และธีระศักดิ์ เกียงขวา. (2566). การยกระดับ ผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่า สำหรับเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ในจังหวัดมหาสารคาม. *Journal of Roi Kaensarn Academi*. 8(6), 58-72.
- กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2564). สภาพภูมิศาสตร์ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พี.บี.เอ.
- กุสุมา สีดาเพ็ง. (2565). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านทองแห่ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารละศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*. 6(2), 19-33.
- เทศศิริ นวลใยสวรรค์, ทรงกลด พลพวง, วิมลกานต์ นิธิศิริวิศกุลม, จัตรชัย ศรีมาลา, จริญญา ไชยเสรีฐ และสมธิ์ เกียมสกุล. (2566). การตลาดดิจิทัลในยุคที่ท้าทาย บทบาทความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย. *วารสาร วิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*. 7(1), 193-207.
- โทสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ ไส้หิวนิชชัย. (2562). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ. *วารสารราชพฤกษ์*. 17(12), 130-138.
- นภดล ชัยสุทธิธรรม. (2558). การจัดการความรู้และนวัตกรรมในการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภาพร พงษ์ธนาพันธ์. (2565). ผลกระทบของภูมิประเทศต่อการให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคมในประเทศไทย. *วารสารการสื่อสารและเทคโนโลยี*, 18(4), 48-60.

- บุญธรรม ธนสุกาญจน์. (2559). การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- ปัทมา ตรีมงคล และกิตติยา ปัญญาเยาว์. (2564). การพัฒนาระบบสารสนเทศการ
ท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1. RMUTT Global
Business and Economics Review. 16(1), 41-54.
- พรชัย อัครเศรณี. (2552). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการกำหนดกลยุทธ์ใน
การบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ.
- พิชญ์ สุวรรณโณ. (2556). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนา
องค์กร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระชัย ธรรมะ. (2564). นวัตกรรมและการเกษตรและเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
ในชุมชน. วารสารพัฒนาชุมชน, 45(1), 56-72.
- วีระพงษ์ กุลภักดี. (2557). การพัฒนาองค์กรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลในยุคใหม่.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ มูลสาร (2563). การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาชุมชนในประเทศไทย:
แนวทางและปัญหา. วารสารวิจัยและพัฒนา, 37(3), 23-38.
- สมพงษ์ จิตระดับ. (2557). การพัฒนาองค์กรในยุคเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์.
กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุกัญญา มงคล (2563). การศึกษาปัญหาสัญญาณเครือข่ายโทรคมนาคมในพื้นที่
ชนบท: กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิทยาการสื่อสาร, 35(2), 112-
130.
- อานวย ทองสวัสดิ์ (2562). การประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพในชุมชน
ท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็นพีเอ.
- Bagozzi, R. P. (2007). The legacy of the technology acceptance model
and a proposal for a paradigm shift. Journal of the Association
for Information Systems, 8(4), 244-254.
- Christensen, C. M. (1997). The innovator's dilemma: When new
technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review
Press.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and
user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3),
319-340.
- Drucker, P. F. (2006). Innovation and entrepreneurship: Practice and
principles. HarperBusiness.
- Kania, J., & Kramer, M. (2011). Collective impact. Stanford Social
Innovation Review, 9(1), 36-41.
- Kotter, J. P. (1996). Leading change. Harvard Business Press.
- Merisavo, M. and Raulas, M. (2004). The Impact of Email Marketing on
Brand Loyalty. Journal of Product & Brand Management, 13(7),
498-505.
- Nilsen, P. (2015). Making sense of implementation theories, models
and frameworks. Implementation Science, 10(1), 53.
- Porter, M. E. (2008). Competitive strategy: Techniques for analyzing
industries and competitors. Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.

- Rutherford, M. W. and Holt, D. T. (2007). Corporate entrepreneurship an empirical look at the innovativeness dimension and its antecedents. *Journal of Organizational Change Management*. 20(3), pp.429-446.
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194.
- UNDP. (2020). Harnessing innovation and technology for sustainable development. United Nations Development Programme.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.