

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
กรณีศึกษา: บ้านจั่ว ตำบลธงธานี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด

Application of Digital Technology to Promote The Management
of Community Enterprise Groups Case Study: Baan Ngew Tambon
Thongthani, Thawatburi District, Roi Et Province

อัจฉราภรณ์ จุฑาพาด¹ ชนانون คำหวลล้าจุมจัง² กุลธิดา พลเยี่ยม³

Atcharaporn Jutapad, Chananon Kamhuanlumjumjung, Khulthida Polyiam

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) พัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มเป้าหมาย คือสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 50 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านจั่ว เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์, แบบสอบถามการวิจัยซึ่งประกอบด้วย แบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยี, แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลการศึกษาข้อมูลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านจั่ว พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านจั่ว มีความต้องการที่จะใช้เทคโนโลยีดิจิทัลคือ Facebook, Page มาใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน, 2) ผลการพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเพจคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : บ้านจั่ว ตำบลธงธานี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีผู้เข้าเยี่ยมชมและติดตามเพจ จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 และ 3) ผลการถ่ายทอดองค์ความรู้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. 0.57) และผลการ

Received: 2021-01-17 Revised: 2021-03-23 Accepted: 2021-03-24

^{1 2 3} คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด Faculty of Business

Administration and Accounting Roi Et Rajabhat University. e-mail: atcharaporn.ju@gmail.com

ยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.43, SD = 0.88)

คำสำคัญ (Keywords): การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล; การบริหารจัดการ; วิสาหกิจชุมชน

Abstract

This research aims to 1) Study information on the application of digital technology to promote the management of community enterprise groups. 2) Develop a model for applying digital technology to promote the management of community enterprise groups. And 3) Transfer of knowledge and application of digital technology to promote the management of community enterprise groups. This research is a quantitative research. And qualitative research. By using survey research methods. Target group is a group of 50 community enterprises. The researcher used a specific selection method. Which qualifies as a member of the Baan Ngew Community Enterprise Group. The tools used to collect data and use statistics in this analysis were interviews, research questionnaires which consisted of. Technology acceptance questionnaire, satisfaction questionnaire By using the basic statics such as percentage, mean and standard deviation. The research results were found that 1) The results of the study of the application of digital technology to promote the management of community enterprise groups by interviewing the leaders of the Ban Ngew community enterprise group found that. Ban Ngew Community Enterprise Group There is a need to use digital technology, namely Facebook, Page to be used as a publicity channel. Publicizing the performance of community enterprise groups. The results of the development of digital technology application models to promote the management of community enterprise groups were found that. The researcher has proceeded to create the pages which are Community Enterprise Group : Case Study : Baan Ngew, Tambon Thongthani, Thawatchaburi District, Roi Et Province. Number 316 people, or 63.20 percent. And 3) The results of knowledge transfer and application of digital technology to promote the management of community enterprise groups. Overall, it is at the highest level. ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. 0.57) and The results of the Acceptance of digital technology in promoting the management of community enterprise groups The overall picture is at a high level. ($\bar{X}$ = 4.43, SD = 0.88)

Keywords: The application of digital technology; Management, Community enterprises

บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนเป็นนโยบายภาครัฐที่จะส่งเสริม ผลักดันและให้ความสำคัญในการประกอบกิจการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นการสร้างรากฐานให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สร้างชีวิตให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้ และที่สำคัญคือส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนที่อยู่บนพื้นฐานการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เน้นเอาทรัพยากรที่มีอยู่รอบตัว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน วัตถุดิบ ที่อยู่ใกล้ตัวถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสนับสนุนพัฒนาขยายฐานการผลิต ทำให้ประเทศพัฒนาตามแนวทางที่ตั้งไว้ ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายทั้งหมด 11 ด้าน รัฐบาลได้นำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศว่าด้วยการเข้าใจ ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเน้นความพอดี พอสมควรแก่ฐานะ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันมาเป็นแนวคิดใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ผลักดันการดำเนินงานตามนโยบาย รัฐบาล โดยนโยบายที่ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ในประเด็นนโยบายที่ 6.17 เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจให้มีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ใหม่ในด้านของการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการภายในองค์กร สนับสนุนกลไกในการขับเคลื่อนวิสาหกิจ ประเด็นนโยบายที่ 6.18 ส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล วางรากฐานเศรษฐกิจดิจิทัลให้มีการขับเคลื่อนอย่างจริงจัง รวมถึงการผลิต การค้าผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์สื่อสารดิจิทัล เพื่อรองรับการให้บริการของภาคธุรกิจและบริการต่าง ๆ จากความสำคัญของการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, พ.ศ. 2560 – 2564)

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เป็นพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีการกำหนดกฎเกณฑ์ในการประกอบกิจการรวมถึง แนวทางในการบริหารจัดการ หน้าที่ ความรับผิดชอบ ให้ความรู้และการสนับสนุนในการจัดตั้ง ขบวนการผลิต และการบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การออกแบบที่ทันสมัยตามความต้องการของตลาด หรือให้ความช่วยเหลือในการศึกษา การวิจัย ในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็น การผลิต การจัดการ และการตลาด เพื่อสร้างและส่งเสริมความเข้มแข็งของกิจการวิสาหกิจชุมชน(กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548)

จากศึกษาการบริหารงานวิสาหกิจชุมชน พบว่า ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความสามารถในการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการประกอบกิจการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่สามารถขยายช่องทางการตลาด การค้าหรือการลงทุน ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งปัญหาเหล่านี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ควรได้รับการส่งเสริมโดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาเสริมสร้างให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ (ธงพลพรหมสาขา ณ สกลนคร, 2556) และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนมากเป็นการดำเนินงานภายในหมู่บ้าน และสมาชิกส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้ไม่คงที่ และที่สำคัญคือยังไม่มีความรู้เรื่อง Facebook หรือเพจต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง

ๆ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ในสังคมปัจจุบัน ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการเกี่ยวกับช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลผลิตของกลุ่ม เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้นและเป็นการประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน (บุญถิ่น สุรพิช, สัมภาษณ์ 2563)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านจิว ตำบลธงธานี อำเภอรวิชัยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ยังไม่มีความรู้เรื่อง Facebook หรือเพจต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของกลุ่ม และกลุ่มวิสาหกิจยังไม่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่มาใช้ในการสร้างเพจเพื่อประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : บ้านจิว ตำบลธงธานี อำเภอรวิชัยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด และคาดหวังว่าผลการศึกษาในครั้งนี้จะส่งเสริมให้การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตลอดจนมีการกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาระบบช่องทางการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาข้อมูลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
3. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยแบ่งระยะการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน, ระยะที่ 2 พัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ ระยะที่ 3 ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย คือสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 50 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านจิว

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์, แบบสอบถามการวิจัยซึ่งประกอบด้วย แบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยี, แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดและตัวแปรการวิจัย โดยผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และนำแบบสอบถามไปหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบอัลฟารวมทั้งฉบับ 0.919

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ภาคสนามทำการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านจั่ว ตำบลธงธานี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยจะใช้วิธีการพรรณนา และข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย (Research Results)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่องการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : บ้านจั่ว ตำบลธงธานี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือคุณแม่บุญถิ่น สุรพิช (สัมภาษณ์ 23 พฤศจิกายน 2563) การดำเนินงานเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมมีจำนวนสมาชิกกลุ่ม จำนวน 50 คน ได้มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านบ้านจั่ว ตำบลธงธานี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด หลังจากว่างจากหนานา โดยเป็นการนำเอาวิถีชีวิตแบบโบราณที่มีอาชีพรักในการปลูกหม่อนไหม เลี้ยงไหม เพื่อนำมาทำเป็นเครื่องนุ่งห่มและสิ่งประดับร่างกายให้เกิดความสวยงามและเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและคนชุมชน สามารถเลี้ยงชีพตนเองได้ด้วยการทอผ้าไหม หลังจากที่คุณวิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อสอบถามปัญหาและความต้องการของชาวบ้าน ก็พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนมากเป็นการดำเนินงานภายในหมู่บ้านและสมาชิกส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ การศึกษาดำรงว่าปริญญาตรี รายได้ไม่คงที่ และที่สำคัญคือยังไม่มีความรู้เรื่อง Facebook หรือเพจต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ในสังคมปัจจุบัน ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการเกี่ยวกับช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลผลิตของกลุ่ม เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้นและเป็นการประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน

2. พัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผลการพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนารูปแบบคือ การสร้างเพจโดยมีชื่อ “กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : บ้านจั่ว ตำบลธงธานี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด” มีผู้เข้าเยี่ยมชมและติดตามเพจ จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 ดังภาพที่ 1 และ 2



ภาพที่ 1 เพจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านจั่ว
ที่มา : <https://www.facebook.com/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน-บ้านจั่ว-ตำบลธงธานี-อำเภอธวัชบุรี-จังหวัดร้อยเอ็ด-103256588284480> (สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2563)

3) ถ่ายทอดองค์ความรู้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการถ่ายทอดองค์ความรู้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

รายการ	χ	S.D.	แปลผล
ด้านกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้			
1. ท่านมีความเข้าใจในกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ในครั้งนี้เพียงใด	4.48	0.61	มาก
2. กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้มีความเหมาะสมเพียงใด	4.52	0.65	มากที่สุด
3. ท่านมีความเข้าใจในเนื้อหาสาระที่นำมาถ่ายทอดในครั้งนี้เพียงใด	4.50	0.54	มากที่สุด
4. วิทยากรมีเทคนิค/วิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่น่าสนใจเพียงใด	4.52	0.65	มากที่สุด
5. ท่านมีความรู้ก่อนเข้ารับการถ่ายทอดองค์ความรู้มากน้อยเพียงใด	4.50	0.54	มากที่สุด
6. ท่านมีความรู้หลังจากเข้ารับการถ่ายทอดองค์ความรู้มากน้อยเพียงใด	4.72	0.45	มากที่สุด
รวม	4.54	0.53	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ประโยชน์ทางเทคโนโลยีดิจิทัล			
1.เทคโนโลยีดิจิทัลนำเสนอผ่านเว็บไซต์มีประโยชน์ต่อผู้ใช้	4.40	0.61	มาก
2.เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถเรียกใช้งานได้ทุกเมื่อทำให้ผู้ใช้สะดวกขึ้น	4.52	0.61	มากที่สุด
3.เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมในการเลือกหลักสูตรอบรม	4.66	0.56	มากที่สุด
4.มีการรับข้อมูลของระบบ ตรงตามความต้องการของผู้ใช้	4.54	0.61	มากที่สุด
5.การประมวลผลของระบบเป็นไปตามเงื่อนไขของผู้ใช้	4.62	0.60	มากที่สุด
6.การแสดงผลข้อมูลหลักสูตรสอดคล้องตามข้อมูลที่รับเข้า	4.56	0.61	มากที่สุด
7.เทคโนโลยีดิจิทัลมีความเร็วในการแสดงผลข้อมูลของหลักสูตร	4.50	0.68	มากที่สุด
8.การแสดงรายละเอียดหลักสูตร ได้ครบถ้วนตามความต้องการ	4.58	0.61	มากที่สุด

9.การเลือกหลักสูตรอบรมได้ตรงตามผู้ต้องการ	4.68	0.59	มากที่สุด
รวม	4.56	0.61	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน			
1.การใช้งานระบบออนไลน์ทำได้ง่าย และสะดวก	4.48	0.50	มาก
2.การใช้งานปุ่มคำสั่งและการประมวลผลผ่านระบบได้ คำตอบรวดเร็ว	4.48	0.61	มาก
3.เทคโนโลยีที่นำมาใช้ง่ายสอดคล้องกับผู้ใช้	4.52	0.65	มากที่สุด
4.เทคโนโลยีที่นำมาใช้เหมาะสมกับการทำงานของระบบ	4.50	0.54	มากที่สุด
5.เทคโนโลยีเว็บไซต์และระบบออนไลน์ ทำงานได้ง่ายไม่ ซับซ้อน	4.72	0.45	มากที่สุด
6.คู่มือการใช้งานเข้าใจได้ง่าย	4.50	0.51	มากที่สุด
7.คู่มือการใช้งานมีความชัดเจน สามารถปฏิบัติตามได้ง่าย	4.76	0.43	มากที่สุด
8.ความเหมาะสมโดยรวมของคู่มือการใช้งาน	4.74	0.49	มากที่สุด
9.ความง่ายในการใช้งานโดยรวม	4.82	0.44	มากที่สุด
10.ความง่ายในการใช้งานผ่านเทคโนโลยีที่ผู้ใช้มีอยู่	4.88	0.33	มากที่สุด
รวม	4.64	0.59	มากที่สุด
โดยรวม	4.58	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการถ่ายทอดองค์ความรู้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. 0.57) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. 0.53) ด้านการรับรู้ประโยชน์ทางเทคโนโลยีดิจิทัล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. 0.61) และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. 0.59)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

รายการ	χ ²	S.D.	แปลผล
ด้านการรับรู้ประโยชน์ทางเทคโนโลยีดิจิทัล			
1.เทคโนโลยีดิจิทัลนำเสนอผ่านเว็บไซต์มีประโยชน์ต่อผู้ใช้	4.51	0.71	มากที่สุด
2.เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถเรียกใช้งานได้ทุกเมื่อทำให้ผู้ใช้สะดวกขึ้น	4.57	0.79	มากที่สุด
3.เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมในการเลือกหลักสูตรอบรม	4.55	0.68	มากที่สุด
4.การรับข้อมูลของระบบ ตรงตามความต้องการของผู้ใช้	4.53	0.74	มากที่สุด
5.การประมวลผลของระบบเป็นไปตามเงื่อนไขของผู้ใช้	4.55	0.77	มากที่สุด
6.การแสดงผลข้อมูลหลักสูตรสอดคล้องตามข้อมูลที่รับเข้า	4.43	0.82	มาก
7.เทคโนโลยีดิจิทัลมีความเร็วในการแสดงผลข้อมูลของหลักสูตร	4.29	0.82	มาก
8.การแสดงผลรายละเอียดหลักสูตร ได้ครบถ้วนตามความต้องการ	4.31	0.77	มาก
9.การเลือกหลักสูตรอบรมได้ตรงตามผู้ใช้ต้องการ	4.43	0.74	มาก
10.การเลือกหลักสูตรอบรมที่สอดคล้องกับโครงการ	4.35	0.86	มาก
11.การใช้งานผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย มีประโยชน์ต่อผู้ใช้	4.35	0.90	มาก
12.ประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อผู้ใช้โดยรวม	4.35	0.86	มาก
รวม	4.44	0.79	มาก
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน			
1.การเลือกรายการในเทคโนโลยีดิจิทัลทำได้ง่าย ไม่ซับซ้อน	4.49	0.79	มาก
2.การแสดงผลของหลักสูตรอบรมรวดเร็ว	4.41	0.79	มาก
3.การใช้งานระบบออนไลน์ทำได้ง่าย และสะดวก	4.39	0.86	มาก

4.การใช้งานปุ่มคำสั่งและการประมวลผลผ่านระบบได้คำตอบรวดเร็ว	4.49	0.82	มาก
5.เทคโนโลยีที่นำมาใช้ง่ายสอดคล้องกับผู้ใช้	4.37	0.70	มาก
6.เทคโนโลยีที่นำมาใช้เหมาะสมกับการทำงานของระบบ	4.35	0.83	มาก
7.เทคโนโลยีเว็บไซต์และระบบออนไลน์ ทำงานได้ง่ายไม่ซับซ้อน	4.39	0.84	มาก
8.คู่มือการใช้งานเข้าใจได้ง่าย	4.39	0.86	มาก
9.คู่มือการใช้งานมีความชัดเจน สามารถปฏิบัติตามได้ง่าย	4.47	0.79	มาก
10.ความเหมาะสมโดยรวมของคู่มือการใช้งาน	4.45	0.74	มาก
11.ความง่ายในการใช้งานโดยรวม	4.33	0.88	มาก
12.ความง่ายในการใช้งานผ่านเทคโนโลยีที่ผู้ใช้มีอยู่	4.43	0.71	มาก
รวม	4.41	0.80	มาก
โดยรวม	4.43	0.88	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.43, S.D. 0.88) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านการรับรู้ประโยชน์ทางเทคโนโลยีดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.44, S.D. 0.79) และ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. 0.80)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการวิจัย เรื่อง ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา: บ้านจั่ว ตำบลธงธานี อำเภอรวยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 50 คน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นกลุ่มที่ทำการทอผ้าไหมมี ได้มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านบ้านจั่ว หลังจากว่างจากหน้านา โดยเป็นการนำเอาวิถีชีวิตแบบโบราณที่มีอาชีพรักในการปลูกหม่อนไหม เลี้ยงไหม เพื่อนำมาทำเป็นเครื่องนุ่งห่มและสิ่งประดับร่างกายให้เกิดความสวยงามและเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและคนชุมชน สามารถ

เลี้ยงชีพตนเองได้ด้วยการทอผ้าไหม และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนมากเป็นการดำเนินงานภายในหมู่บ้านและสมาชิกส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ การศึกษาดำรงอาชีพปริญญตรี และที่สำคัญคือยังไม่มีความรู้เรื่อง Facebook หรือเพจต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ในสังคมปัจจุบัน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงมีความต้องการเกี่ยวกับช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลผลิตของกลุ่ม เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้นและเป็นการประชาสัมพันธ์หมู่บ้านอีกช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวโรจน์ ศรีทน (2557) ได้วิจัยเรื่อง การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากเหล็กลูกน้ำพี้ ในตำบลน้ำพี้ อำเภอทองแสนขัน จังหวัดอุตรดิตถ์ จากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในสภาพปัจจุบันในการจัดการรูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มโอกาสคือได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน และมีการจัดการมีประธานกลุ่มเป็นผู้จัดการหลัก โดยมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม และสอดคล้องกับ จิตติมา ผกาวรัตน์สกุลและวิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2558) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความแตกต่าง กำหนดราคาโดยคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และ กำลังซื้อของผู้บริโภค เลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง ให้มีความสำคัญกับการบอกต่อของผู้บริโภค

2. ผลการพัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนารูปแบบคือ การสร้างเพจโดยมีชื่อ “กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภูมิศึกษา : บ้านจั่ว ตำบลธงธานี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด” มีผู้เข้าเยี่ยมชมและติดตามเพจ จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 63.20 สอดคล้องกับงานวิจัยของวิดาภา ทัดหอม (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสด เฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความบันเทิง ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยคุณภาพของ ระบบสารสนเทศ ด้านคุณภาพระบบและการบริการ โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน ช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครได้ คิดเป็นร้อยละ 67.8 ในขณะที่ ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการปฏิสัมพันธ์ ความนิยม ความเฉพาะเจาะจง การบอกปากต่อปาก และปัจจัยคุณภาพของระบบสารสนเทศ ด้านคุณภาพข้อมูลไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสด เฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้บริโภค

3. ผลการถ่ายทอดองค์ความรู้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ ด้านกระบวนการ

ถ่ายทอดองค์ความรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด, ด้านการรับรู้ประโยชน์ทางเทคโนโลยีดิจิทัล อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา พิทยาวิรุฬห์ และณัฏฐ์ กุลิสร. (2557) ได้วิจัยเรื่องสื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของผู้บริโภค ในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ผ่านสื่อดิจิทัลมาก ด้านมีความสนใจและด้านกิจกรรมในระดับมาก มีการตอบสนองต่อสื่อดิจิทัลด้านความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อในระดับมาก และสอดคล้องกับ ฐณาพัชร วรพงศ์พัชรและคณะ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ผลิตภัณฑ์ก้อนเชื้อเห็ดวิสาหกิจชุมชนเห็ดและผักหลากหลาย ชนิดปลอดสารพิษสู่ชีวิตพอเพียง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) จุดอ่อนวิสาหกิจชุมชนก่อนการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึง ในระบบออนไลน์ซึ่งเดิมเน้นการขายในระบบออฟไลน์ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 42 การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงาน รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 34 3) ระดับความพึงพอใจหลังใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่พัฒนาแล้ว ภาพรวมมี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นมีค่าเฉลี่ย มากที่สุด 4) ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการ ส่งเสริมการตลาด

และผลการยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ประโยชน์ทางเทคโนโลยีดิจิทัล อยู่ในระดับมาก และ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรวรินทร์ ละเอียดดินันท์ (2557). ได้วิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 29 ปี มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ใช้เวลาในการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉลี่ยวันละ 1 – 3 ชั่วโมง ส่วนใหญ่เคยตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เนื้อหาประเภทหนังสือนวนิยาย และเคยตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mebmarket.com สื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คือ Dek-d.com โดยราคาเฉลี่ยของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เลือกซื้อในแต่ละครั้งราคา 100 – 300 บาท สถานที่ที่ผู้บริโภคใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดคือบ้านและผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการนำมาใช้งานได้จริง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือ

อิเล็กทรอนิกส์ของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมา คือ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านทัศนคติที่มี ต่อสื่อออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายในการใช้งาน พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ ด้านการรับรู้ทางออนไลน์ และการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจที่จะใช้ตามลำดับ โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 47.10 ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านอารมณ์ทางออนไลน์ และด้านความต่อเนื่องไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับ สุราสินี ตูลานนท์ (2562) ได้วิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน รองลงมา ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ด้านการรับรู้ความไว้วางใจ ด้านการรับรู้ความ ง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความเข้ากันได้ และด้านการรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

- 1.1 ควรเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
- 1.2 ควรต่อยอดการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลาย ๆ ช่องทางเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ผู้วิจัยควรเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภค
- 2.2 ผู้วิจัยควรประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้นโดยการผ่านช่องทางไลน์ ยูทูป
- 2.3 ผู้วิจัยควรเพิ่มการทำสื่อประชาสัมพันธ์หลาย ๆ รูปแบบเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชม

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548**. กรุงเทพฯ : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. **สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ชวโรจน์ ศรีทน. (2557). การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากเหล็กลำน้ำในตำบลน้ำฟ้า อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี. **สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย. อุดรธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชรและคณะ. (2563). การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ผลิตภัณฑ์ก้อนเชื้อเห็ดวิสาหกิจชุมชนเห็ดและผักหลาก ชนิดปลอดภัยสู่ชีวิตพอเพียง จังหวัดราชบุรี. **วารสารการบริหารนิเทศบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น**. 6(3). 157–160.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2556). **แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา**. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บุญถิ่น สุรพิช. (สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน 2563)
- ฐิติมา ผกัรัตน์สกุลและวิโรจน์ เกษภูมิลักษณ์. (2558). **กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย**. การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิภาดา พิทยาวิรุฬห์ และณัฏฐ์ กุลิสร. (2557). สื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด. **วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ**, 5(1), 81-96.
- วิดาภา ทัดหอม. (2558). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร. **สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุธาสิณี ตูลานนท์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ. **สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.