



แนวทาง สินค้าออนไลน์: จากชุมชน สู่คนไทย



ผลจากการศึกษาวิจัยและพัฒนาโมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ
และการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ



แนวทาง สินค้าออนไลน์: จากชุมชน สู่คนไทย



ผลจากการศึกษาวิจัยและพัฒนาโมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซและ
การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ

โดยการสนับสนุนของ
มูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย

ร่วมกับ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.)

ISBN 978-616-7956-53-4

พิมพ์ครั้งที่ 1 วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2564

จำนวน 500 เล่ม

ชื่อหนังสือ

แนวทางสินค้าออนไลน์: จากชุมชนสู่คนไทย

จัดทำโดย

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ออกแบบรูปเล่ม

บริษัท อินดีดลี่ จำกัด (INDEEDLY Co.,Ltd.)

พิมพ์ที่

บริษัท ยืนหยัดชัดเจน จำกัด เลขที่ 58,60 ตรอกวัดสุทธระ

ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

ได้การสนับสนุนจาก

มูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย



มูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย เป็นองค์กรการกุศลที่ไม่แสวงหาผลกำไร จัดตั้งตามพระดำริของพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี กรมหมื่นสุทธนารีนาถ โดยทรงดำรงตำแหน่งเป็น องคมนตรีกิตติมศักดิ์ตลอดชีพ และมีสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา ทรงเป็นองค์ประธานกรรมการมูลนิธิ โดยแรกเริ่มก่อตั้งเป็นโครงการอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย เพื่อมุ่งให้ความช่วยเหลือประชาชนผู้ประสบภัยเมื่อครั้งเกิดเหตุน้ำท่วมครั้งใหญ่ในกรุงเทพมหานคร เมื่อปี พ.ศ. 2538 และได้จัดตั้งเป็นมูลนิธิเมื่อปี พ.ศ. 2544 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและเชื่อมโยงให้ภาครัฐ เอกชน และชุมชน ร่วมกันเกื้อหนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกันในยามทุกข์ยากจากอุทกภัยและภัยพิบัติที่รุนแรง คือ การร่วมกันระดมองค์ความรู้ นวัตกรรม กำลังร่างกาย ทุนทรัพย์ และจิตสาธารณะเพื่อการช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ให้แก่ผู้ประสบภัย การเฝ้าระวังป้องกันภัยล่วงหน้า และการฟื้นฟูพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตของผู้ประสบภัยอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังสนับสนุนให้ผู้ที่ทุกข์ยากน้อยกว่าช่วยเหลือผู้ทุกข์ยากมากกว่า ผู้ที่แข็งแรงช่วยผู้อ่อนแอ โดยมุ่งเน้นการประทั้งชีวิตและการฟื้นฟูสภาพจิตใจ โดยมูลนิธิฯ ปฏิบัติงานและยึดหลักภายใต้แนวคิด “แบ่งปัน พอเพียง ยั่งยืน”

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศและซ้ำเติมผู้ประสบภัย ให้ทำมาหาเลี้ยงชีพและดำรงชีวิตได้ยากลำบากขึ้น แต่อย่างไรก็ดี การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตประจำวันของมนุษย์เข้าสู่โลกของดิจิทัลอย่างรวดเร็วและมากขึ้น ทำให้โอกาสในการใช้ประโยชน์จากดิจิทัลเพื่อสร้างอาชีพสร้างรายได้และขยายโอกาสทางการตลาดให้แก่ผู้ประสบภัยและสินค้าจากเครือข่ายชุมชนกลุ่มเป้าหมายมีเพิ่มมากขึ้น หากแต่ความสามารถในการใช้และโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลของคนในชุมชนยังมีช่องว่างและข้อจำกัดอยู่มาก ดังนั้น สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา จึงทรงมีพระดำริให้มูลนิธิฯ บูรณาการความร่วมมือกับเครือข่ายของมูลนิธิฯ เพื่อให้การสนับสนุนช่วยเหลือด้านการพัฒนาคุณภาพ การออกแบบ และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชุมชนที่ประสบภัยให้ได้มาตรฐาน เพื่อยกระดับสินค้าเข้าสู่ตลาดออนไลน์ รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนผู้ประสบภัยให้สามารถจำหน่ายสินค้าของตนผ่านช่องทางออนไลน์ได้ เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่สินค้าชุมชนและก่อให้เกิดความยั่งยืนในการประกอบอาชีพ

การสร้างความร่วมมือระหว่างมูลนิธิฯ กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพทอ.) หรือ ETDA เป็นความร่วมมือเพื่อร่วมกันพัฒนาศักยภาพของกลุ่มนักศึกษา กลุ่มคนว่างงานที่อยู่ในพื้นที่ให้เป็นโค้ชดิจิทัลชุมชน เพราะการมีโค้ชหรือผู้ช่วยเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ นับเป็นกำลังสำคัญที่จะช่วยปิดช่องว่างทางดิจิทัลในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ อีกทั้งเพื่อส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถเข้าไปจำหน่ายทางออนไลน์ ทั้งนี้ เพื่อสนองพระดำริขององค์ประธานกรรมการมูลนิธิฯ และดำเนินการให้สอดคล้องกับการกิจของมูลนิธิฯ อันจะยังผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.สุรเกียรติ์ เสถียรไทย
รองประธานกรรมการที่ปรึกษา
มูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย
นายกสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน





Design) ช่วยในการจัดทำระบบชำระเงิน และช่วยในการจัดส่งสินค้า ซึ่งเป็นการดำเนินงานส่งเสริมธุรกิจออนไลน์ให้ครบวงจร

กลุ่มของโค้ชดิจิทัลชุมชน ได้ริเริ่มที่กลุ่มนักศึกษาตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเป็นกลุ่มที่ผนวกทั้งภาควิชาบริหารธุรกิจและภาควิชาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือด้านดิจิทัล หรือด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) ให้ผ่านการอบรมเฉพาะเพื่อมีความรู้และพัฒนาทักษะเพิ่มเติมด้านดิจิทัล เพื่อเป็นโค้ชดิจิทัลชุมชนประจำชุมชน และจัดหารูปแบบธุรกิจ (Business Model) เพื่อหารายได้มาสนับสนุนการทำงานในระยะยาว

การดำเนินงานกิจกรรมศึกษาวิจัยและพัฒนาโมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซและการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ เป็นหนึ่งในบทบาทสำคัญของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA ที่ได้รับความร่วมมือจากมูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย ในการสร้างความยั่งยืนสำหรับการพัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลให้กลุ่มเป้าหมายสามารถดำเนินการได้เองและต่อเนื่อง ETDA ได้สนับสนุนแนวคิดสร้างโค้ชดิจิทัลชุมชน ที่เป็นเสมือนผู้รู้ด้านเทคโนโลยีประจำชุมชน ที่คอยช่วยเหลือสมาชิกในชุมชนเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยีดิจิทัล โดยโค้ชดิจิทัลชุมชน หรือผู้รู้ประจำชุมชนเปรียบเสมือน Enabler ซึ่งเป็นผู้เชื่อมต่อระหว่างผู้ผลิต (Producer) กับผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม (Platform) หรือผู้ให้บริการตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) ซึ่งอาจเป็นกลุ่มคนหรือองค์กรที่ทำงานในลักษณะของกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่อยู่ในพื้นที่ชุมชน เพื่อคอยช่วยเหลือผู้ผลิต เกษตรกร และชุมชน ในการนำสินค้าหรือผลผลิตของชุมชนขึ้นขายออนไลน์บนแพลตฟอร์ม ช่วยทำการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ช่วยออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Package

ดร.ชัยชนะ มิตรพันธ์

ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์



บทนำ

หนังสือเล่มนี้เป็นผลจากการศึกษาวิจัยและพัฒนาโมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ และการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ โดยการสนับสนุนของมูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ทางคณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของความรู้ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่ทำให้ผู้คนต้องดำเนินชีวิตด้วยความระมัดระวังที่มากขึ้น และมีความจำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเชื่อมต่อกับโลกภายนอกมากขึ้น เช่น การประชุมออนไลน์ การเข้าถึงสิทธิสวัสดิการออนไลน์ รวมถึงการทำธุรกิจออนไลน์(อีคอมเมิร์ซ) และการทำธุรกรรมออนไลน์อื่น ๆ อีกด้วย

จากผลของการเกิดวิกฤตโควิด-19 นั้น เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างเห็นได้ชัดและทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้คนอีกหลายกลุ่มที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลได้และไม่สามารถนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาปรับใช้ในการต่อยอดทางธุรกิจได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการ ชุมชนและประชาชน โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ยังมีช่องว่างในการใช้งานเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตจึงทำให้ไม่สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลเหล่านั้นมาพัฒนาตนเองและกิจการได้ โอกาสในการขยายตลาดของธุรกิจไปยังตลาดออนไลน์จึงเป็นไปได้ยาก หรือแม้กระทั่งการขาดโอกาสในการได้รับการบริการจากภาครัฐ

หากเรามีกำลังคน (Workforce) เช่น นักเรียน นักศึกษา เยาวชน ที่มีความรู้



ความสามารถใช้งานเครื่องมือและอินเทอร์เน็ตมาช่วยในเรื่องเหล่านี้ เช่น การนำสินค้าขึ้นขายบนแพลตฟอร์ม การตอบแชทข้อซักถามจากลูกค้า การบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ การรับเงิน โอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ การลงทะเบียนออนไลน์เพื่อขอรับสิทธิสวัสดิการต่าง ๆ ก็จะทำให้การดำเนินชีวิตสะดวก สบายและเป็นไปได้ง่ายขึ้น จึงควรมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน ชุมชน และผู้ที่มีความสนใจ

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งมีอยู่ทั่วโลก นอกจากโอกาสทางการค้าที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังส่งผลไปถึงการเข้าถึงลูกค้าในวงกว้าง สามารถทำกำไรในการซื้อขายได้มากขึ้นและทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น เรียกได้ว่าเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างและขยายธุรกิจให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้นและยังสร้างโอกาสให้คนในชุมชนมีธุรกิจได้ในต้นทุนที่ไม่มากนัก ก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน นำไปสู่ความอยู่ดีกินดีของคนในชุมชนและยังมีประโยชน์โดยรวมในการพัฒนาประเทศอีกด้วย

“อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) หรือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำธุรกรรมทุกรูปแบบโดยครอบคลุมถึงการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ตั้งแต่การเสนอขายสินค้าต่อเนื่องไปจนถึงการบริการหลังการขาย การทำธุรกรรมทางการเงิน และการโฆษณาโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต”

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานด้านอีคอมเมิร์ซให้ประสบความสำเร็จนั้นเป็นเรื่องยาก เนื่องจากยังมีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้าน เช่น การขาดทักษะในการใช้งานอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ความกังวลด้านความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ ความไม่มั่นใจในสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคยังไม่เคยสัมผัสหรือเห็นสินค้าจริงและผู้ประกอบการไม่มีความรู้ในการพัฒนาต่อยอดในการขายสินค้าออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ

อีคอมเมิร์ซสามารถสร้างโอกาสให้กับผู้ค้าขนาดกลางและขนาดย่อมและยังสามารถเพิ่มช่องทางที่จะนำสินค้าไปจำหน่ายได้มากขึ้นด้วยต้นทุนที่ต่ำลง เพราะการใช้อีคอมเมิร์ซไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านอีกต่อไป และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ในขณะนี้คือกลุ่ม

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานอีคอมเมิร์ซเกิดประโยชน์สูงสุด จึงจำเป็นต้องพัฒนากำลังคนที่มีความรู้และมีประสบการณ์ในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล และที่ขาดไป

ไม่ได้คือทักษะความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ด้านดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการและคนในชุมชน จึงมาสู่การพัฒนา “โมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซและการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ” ผ่านเครื่องมือการศึกษาวิจัย จนสามารถเรียนรู้และเข้าใจถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลและปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของการพัฒนาชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ

โครงการนี้มีความประสงค์ที่จะผลักดันให้ชุมชนและประชาชนที่สนใจ สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้ให้เกิดประโยชน์และนำไปใช้งานได้จริง เพื่อเพิ่มการต่อยอดทางธุรกิจ เพิ่มความสามารถในการสร้างรายได้และลดรายจ่าย ทำให้คนในชุมชนมีความมั่นคงทางการเงินที่ดียิ่งขึ้นและการลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความยั่งยืนในการพัฒนาประเทศต่อไป

คณะผู้วิจัยและผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าโมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซและการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซนี้ จะเป็นประโยชน์ในการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในชุมชน เรียนรู้แบบเฉพาะให้เติบโตจนชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยให้เกิดประโยชน์สูงสุดในวงกว้างต่อไป



สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทนำ	7
ขั้นตอนพัฒนากำลังคนยุคดิจิทัล	13
การเรียนรู้	23
การเรียนรู้ยุคดิจิทัล: ดิจิทัลระดับพื้นฐาน (Digital literacy)	24
การเรียนรู้ดิจิทัลระดับวิชาชีพ: อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce)	30
การเรียนรู้สู่โค้ชดิจิทัลชุมชน: โค้ชดิจิทัลชุมชน (Local Digital Coach)	37
บทวิเคราะห์การจัดอบรม	43
บทวิเคราะห์โค้ชดิจิทัลชุมชน	53
บทสัมภาษณ์: โค้ชบ้านกำแมด ตำบลบ้านดุง อำเภอคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี	65
บทวิเคราะห์ชุมชนกับแนวทางอีคอมเมิร์ซ	73
เสียงสะท้อนจากชุมชน: กลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ เหล่าหลวงใต้ ตำบลวังทอง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี	81



ขั้นตอนพัฒนา กำลังคนยุคดิจิทัล

ขั้นตอนพัฒนากำลังคนยุคดิจิทัล	14
ขั้นตอนที่ 1	16
การบริหารจัดการโครงการและการจัดการบุคลากร	
ขั้นตอนที่ 2	17
การสำรวจสัมภาษณ์และเก็บข้อมูล	
ขั้นตอนที่ 3	18
การพัฒนาเนื้อหา กิจกรรมและสื่อประกอบการอบรม	
ขั้นตอนที่ 4	19
การจัดทำเกณฑ์การสรรหาและคัดเลือกโค้ชชุมชน	
ขั้นตอนที่ 5	20
การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์	
ขั้นตอนที่ 6	21
การจัดกิจกรรมอบรม	

หัวข้อ

กรณีศึกษาชุมชนคัดสรร

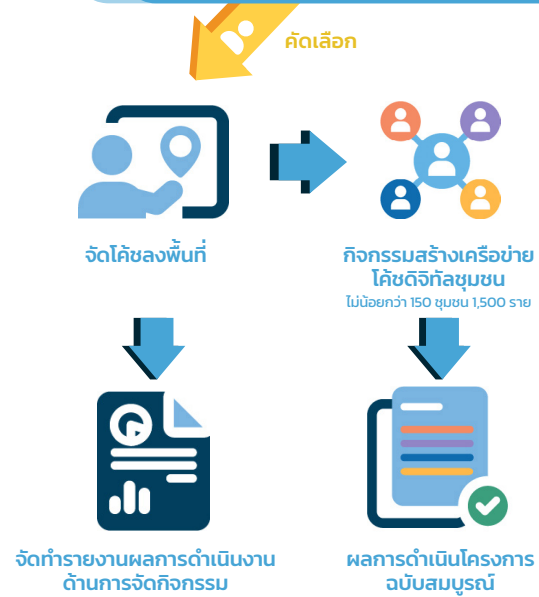
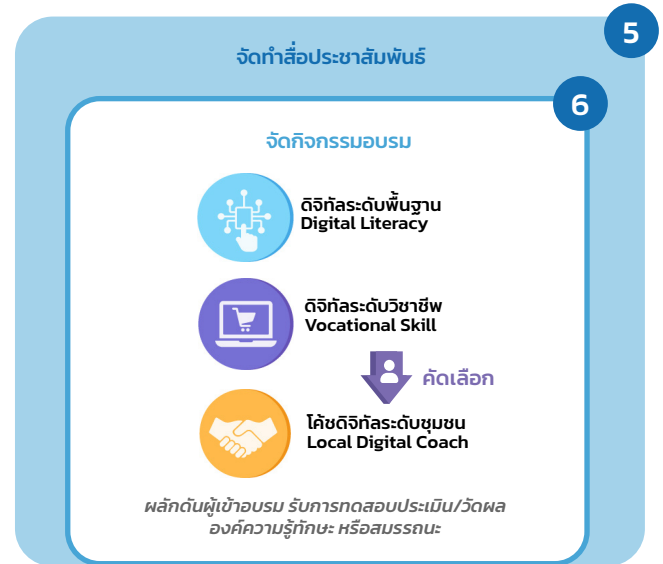
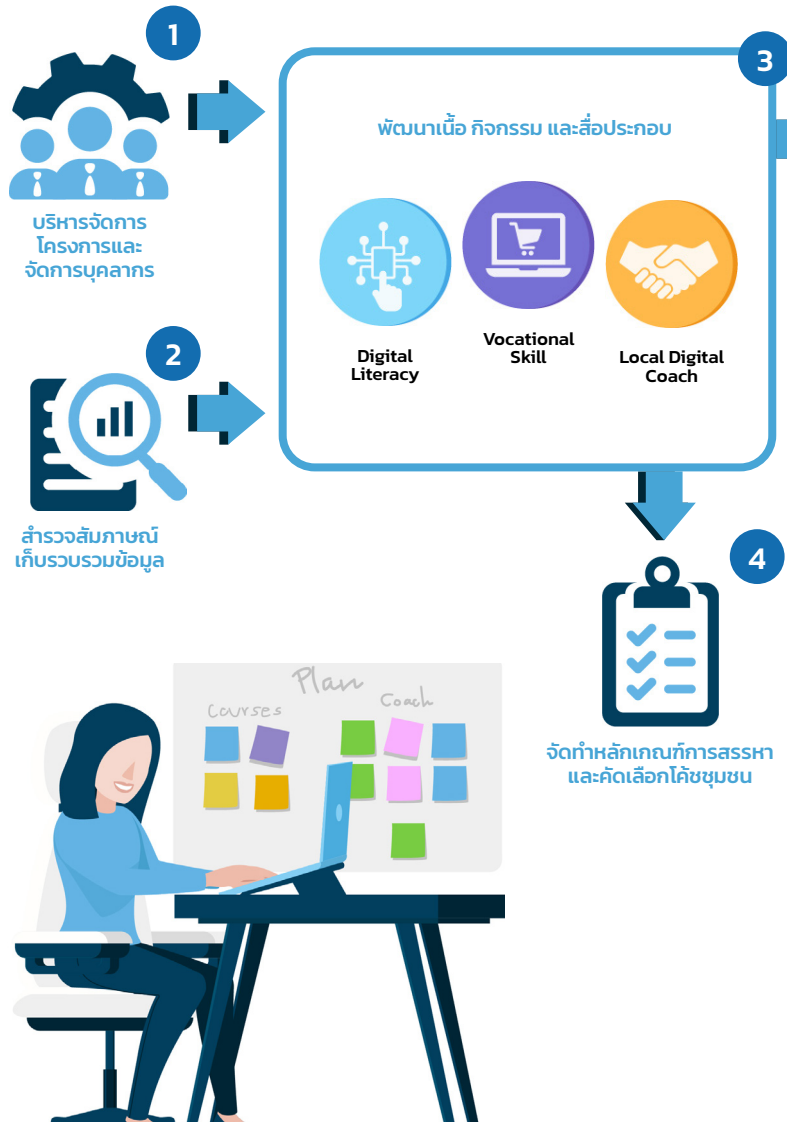
ชุมชน 1: กลุ่มสหกรณ์การเกษตรพืชผักอินทรีย์หนองสนิท	91
ชุมชน 2: กลุ่มแปรรูปข้าวบ้านสูงเนิน	93
ชุมชน 3: วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ผึ้งพันธุ์สารภี เชียงใหม่แลนด์	96
ชุมชน 4: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า บ้านดอนไชย	99
ชุมชน 5: วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ	102
ชุมชน 6: กลุ่มขนมกรอบเค็มแม่ลิวัลย์	105
ชุมชน 7: ชุมชนโรงคาม กุฎีจิ้น	108
ชุมชน 8: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมใจนีก	111

บทสรุป: ถอดบทเรียน สินค้าออนไลน์ จากชุมชนสู่คนไทย 115

คณะทำงาน 127

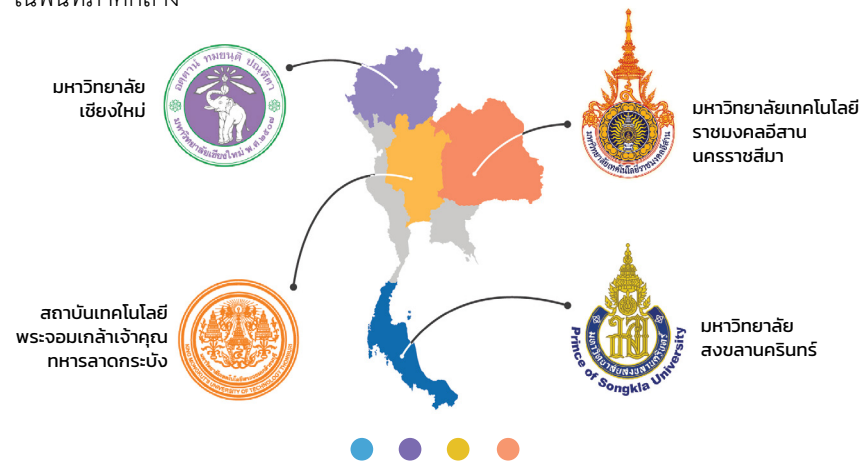


01 ขั้นตอนพัฒนากำลังคนยุคดิจิทัล



02 ขั้นตอนที่ 1 การบริหารจัดการ โครงการและการจัดการบุคลากร

การบริหารจัดการโครงการและการจัดการบุคลากร เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญในการทำงานของโครงการ หากขาดขั้นตอนนี้ไปก็คงไม่สามารถเริ่มโครงการได้ เริ่มต้นจากการวางแผนดำเนินงานและสร้างคณะกรรมการทำงาน ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายในภูมิภาคต่าง ๆ อันได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา มีหน้าที่รับผิดชอบในพื้นที่ภาคอีสาน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีหน้าที่รับผิดชอบในพื้นที่ภาคเหนือ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์มีหน้าที่รับผิดชอบในพื้นที่ภาคใต้ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีหน้าที่รับผิดชอบในพื้นที่ภาคกลาง



03 ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจ สัมภาษณ์และเก็บข้อมูล

ในขั้นตอนนี้เป็นอีกหนึ่งขั้นตอนที่ทางคณะผู้วิจัยให้ความสำคัญ เป็นส่วนของการพัฒนาเนื้อหาหลักสูตรเพื่อนำไปใช้ในสร้างหลักสูตรการอบรม คณะผู้วิจัยจึงต้องมีการสำรวจ สัมภาษณ์และเก็บข้อมูล เกี่ยวกับระดับความสามารถ ทักษะ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เนื้อหาของหลักสูตรและหัวข้อในการอบรม มีความสอดคล้องและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดและการนำข้อมูลความรู้ที่ได้รับไปใช้งานได้ในการดำเนินชีวิต



04 ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาเนื้อหา กิจกรรมและสื่อประกอบการอบรม

จากการสำรวจทักษะความรู้และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คณะผู้วิจัยได้นำมาเชื่อมโยงกับการพัฒนาหลักสูตรในการกำหนดผลลัพธ์ในการเรียนรู้ (Learning Outcome) เพื่อให้เนื้อหาตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมกับผู้เข้าร่วมอบรม ประกอบด้วย 3 หลักสูตร อันได้แก่



05 ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำเกณฑ์ การสรรหาและคัดเลือกโค้ชชุมชน

ในส่วนของขั้นตอนนี้เป็นการประเมินผลผู้เข้าอบรมในหลักสูตรที่ 2 ด้านดิจิทัลระดับวิชาชีพ (Vocational Skill) มาเข้ารับการอบรมในหลักสูตรที่ 3 ด้านโค้ชดิจิทัลชุมชน (Local Digital Coach) โดยผู้ผ่านการคัดเลือกนอกจากจะมีทักษะความรู้ความสามารถด้านอีคอมเมิร์ซแล้ว ยังต้องเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีของความเป็นโค้ชชุมชน อันประกอบไปด้วย การมีภาวะผู้นำ บุคลิกภาพแห่งความเป็นโค้ช ทักษะการสอน มีจิตสาธารณะ มีความสามารถในการเข้าถึงความต้องการและความเข้าใจในทักษะของผู้เข้าร่วมอบรม เพราะโค้ชชุมชนเหล่านี้จะต้องถ่ายทอดความรู้และความเข้าใจด้านอีคอมเมิร์ซสู่ผู้ประกอบการในชุมชน เพื่อให้ผู้ประกอบการในชุมชนเหล่านั้นสามารถนำความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซไปใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ



07 ขั้นตอนที่ 5 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

เป็นขั้นตอนในการนำเสนอหลักสูตรให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการพัฒนาตนเอง พัฒนาความสามารถและทักษะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซ เพื่อให้การเผยแพร่ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ทางคณะผู้วิจัยจึงได้เลือกการใช้สื่อแบบบูรณาการทั้งสองแบบคือในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์



08 ขั้นตอนที่ 6 การจัดกิจกรรมอบรม

ในขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของกำลังคนให้มีทักษะความรู้ความเข้าใจทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซ ประกอบด้วยกิจกรรมทั้ง 3 หลักสูตร ตามตัวชี้วัดผู้เข้าอบรมทั่วประเทศ (4 ภูมิภาค) กิจกรรมจัดอบรมหลักสูตรที่ 1 ด้านดิจิทัลระดับพื้นฐาน (Digital Literacy) กิจกรรมจัดอบรมหลักสูตรที่ 2 ด้านดิจิทัลระดับวิชาชีพ (Vocational Skill) และกิจกรรมจัดอบรมหลักสูตรที่ 3 ด้านดิจิทัลระดับโค้ชดิจิทัลชุมชน (Local Digital Coach) ในการอบรมครั้งนี้กระจายไปทั่วทั้ง 4 ภูมิภาคเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด



หลังจากการดำเนินกิจกรรมอบรมได้สิ้นสุดลงจนมั่นใจว่าโค้ชชุมชนมีความรู้ความเข้าใจทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซเพียงพอต่อความต้องการแล้ว ก็มาถึงขั้นตอน การจัดโค้ชลงพื้นที่ โดยผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรที่ 3 ต้องลงพื้นที่ ชุมชนเพื่อทำหน้าที่เป็นโค้ชให้ความรู้ ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ ถ่ายทอดทักษะ ความรู้ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในเรื่องที่ เกี่ยวกับการทำธุรกรรมออนไลน์ และการสร้างรายได้จากการทำธุรกรรมออนไลน์ ในการจัดโค้ชลงพื้นที่นั้นกระจายไปทั่วทั้ง 4 ภูมิภาคเพื่อให้ความรู้ชุดนี้สามารถเข้าถึง ชุมชนและเข้าถึงผู้ประกอบการชุมชนให้ได้มากที่สุดเพื่อความยั่งยืนในการพึ่งพาตนเอง ของคนในชุมชนโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและอีคอมเมิร์ซไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิต ให้เกิดประโยชน์สูงสุด



การเรียนรู้

การเรียนรู้ยุคดิจิทัล: 24
ดิจิทัลระดับพื้นฐาน (Digital literacy)

การเรียนรู้ดิจิทัลระดับวิชาชีพ: 30
อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce)

การเรียนรู้สู่โค้ชดิจิทัลชุมชน: 37
โค้ชดิจิทัลชุมชน (Local Digital Coach)

01

การเรียนรู้ยุคดิจิทัล: ดิจิทัลระดับพื้นฐาน (Digital literacy)

ในยุคปัจจุบันเราคงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำงานและการดำเนินชีวิตประจำวัน อย่างเช่น การทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ การส่งสินค้าออนไลน์ การขายสินค้าออนไลน์ จนรวมไปถึงการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง เทคโนโลยีดิจิทัลจะมีประโยชน์มากหากถูกนำไปใช้ในทางที่ถูกต้องเหมาะสม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ประชาชนต้องเรียนรู้และปรับตัวควบคู่ไปกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเบื้องต้น ทางคณะผู้วิจัยจึงจัดให้มีการอบรมหลักสูตรที่ 1 ด้านดิจิทัลระดับพื้นฐาน ในส่วนของความรู้ด้านดิจิทัลระดับพื้นฐานนั้น เป็นทักษะขั้นต้นในการใช้งานอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีเพื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก และแท็บเล็ต เป็นต้น

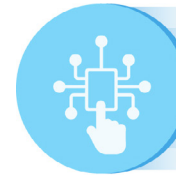
ทักษะเหล่านี้เป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวัน การติดต่อสื่อสาร การปรับปรุงกระบวนการทำงาน การเข้าถึงสิทธิต่าง ๆ จากรัฐบาล ซึ่งทักษะความรู้เบื้องต้นทางด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลนี้จะเป็นด่านแรกในการทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เข้าใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ

ขั้นตอนแรกในการสร้างบทเรียนแห่งการเรียนรู้หลักสูตรที่ 1 ด้านดิจิทัลระดับพื้นฐาน ได้ทำการสำรวจทักษะและความต้องการอบรมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น รวมถึงประชาชนและผู้ที่สนใจทั่วประเทศ จากการเก็บข้อมูลพบว่าประชาชนกลุ่มต่าง ๆ มีทักษะการใช้งานเว็บไซต์เพื่อสืบค้นข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานเว็บเบราว์เซอร์บนอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ การใช้โซเชียลมีเดีย (Facebook, Line, Instagram, twitter) และการใช้ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถใช้งานได้ถูกต้องตามหลักความปลอดภัยอยู่ในระดับที่ดี สำหรับทักษะด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การใช้งานปฏิทินออนไลน์ และการใช้งานระบบเก็บข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (Cloud computing) อยู่ในระดับพอใช้



อย่างไรก็ตาม กลุ่มเป้าหมายยังมีความต้องการที่จะอบรมในทุก ๆ หัวข้อตามหลักสูตร เพราะกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นมองเห็นว่าการอบรมในครั้งนี้จะช่วยให้ตนเองมีความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น

จึงนำมาสู่การพัฒนาเนื้อหาหลักสูตรที่ 1 ด้านดิจิทัลระดับพื้นฐาน (Digital literacy) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวันได้ เข้าใจถึงการสื่อสารในยุคดิจิทัลอย่างเหมาะสม สามารถใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีความปลอดภัย สามารถนำสื่อดิจิทัลไปปรับใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยมีหัวข้อการอบรมและผลลัพธ์การเรียนรู้ดังนี้



หลักสูตรที่ 1 Digital literacy

กลุ่มเป้าหมาย

ข้าราชการ
เจ้าหน้าที่รัฐ
ผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น



ประชาชน
และผู้ที่เกี่ยวข้อง

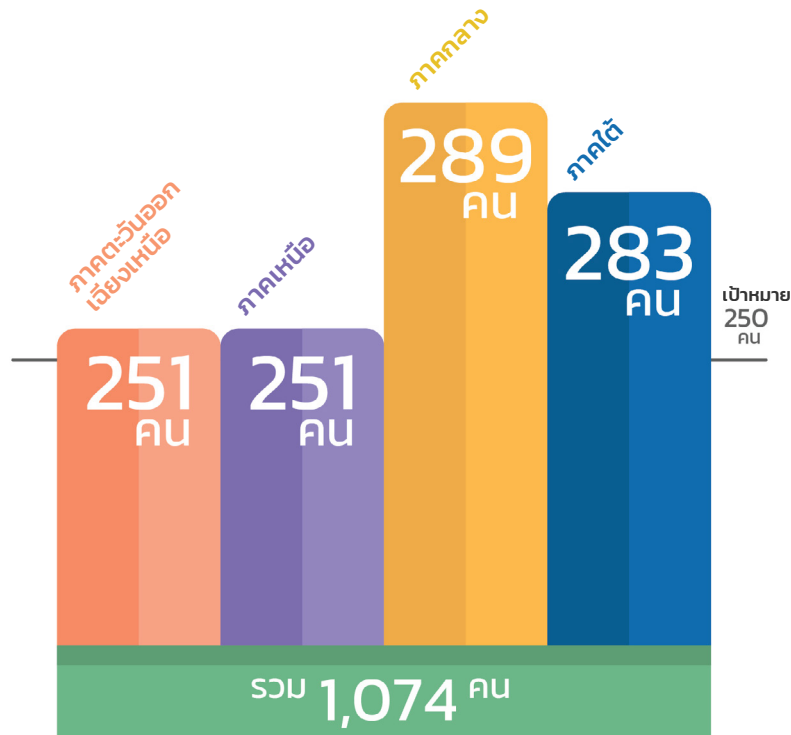
หัวข้อ

- 1 การเข้าถึงสื่อดิจิทัลและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต
- 2 การสื่อสารยุคดิจิทัล
- 3 ความปลอดภัยและการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- 4 การใช้เครื่องมือทาง Digital สนับสนุนการทำงาน
- 5 การลงทะเบียนเพื่อขอรับสิทธิสวัสดิการแห่งรัฐ

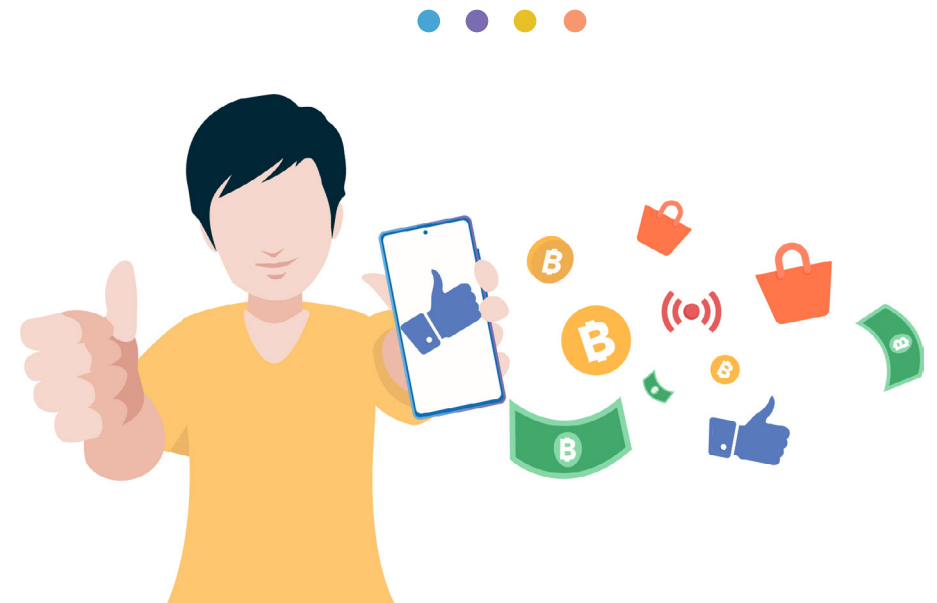
ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1 ทักษะการใช้งานอินเทอร์เน็ต
- 2 ทักษะการค้นหาข้อมูล
- 3 การประยุกต์ใช้งานสื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวัน
- 4 ทักษะในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์
- 5 การตระหนักในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 6 ทักษะการชำระเงินออนไลน์อย่างปลอดภัย
- 7 ทักษะการใช้เครื่องมือทางดิจิทัลเพื่อการติดต่อสื่อสาร
- 8 ทักษะการใช้งานอีเมล
- 9 ทักษะการใช้งานปฏิทินออนไลน์
- 10 ทักษะการเข้าถึงเพื่อตรวจสอบ/ขอรับสิทธิสวัสดิการต่าง ๆ ที่ตนพึงได้

จากการพัฒนาหลักสูตรสู่ขั้นตอนการจัดกิจกรรมอบรมหลักสูตรที่ 1 ให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มข้าราชการ เจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น รวมถึงประชาชนและผู้ที่มีความสนใจ ซึ่งผลจากในการดำเนินงานนั้น มีผู้ที่ได้รับการอบรมในเรื่องการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลระดับพื้นฐานทั้งสิ้นจำนวน 1,074 คน เกินค่าเป้าหมายร้อยละ 7.4



จากผลในการดำเนินกิจกรรมอบรมหลักสูตรที่ 1 การประเมินผลการศึกษาทดสอบความรู้ ก่อนและหลังการอบรมของผู้เข้าร่วมการอบรม ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานเว็บเบราว์เซอร์บนอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ การใช้โซเชียลมีเดีย (Facebook, Line, Instagram, Twitter) และการใช้ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับผลสรุปว่าผู้เข้าร่วมการอบรมมีทักษะด้านดิจิทัลระดับพื้นฐานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นความรู้ที่ทางโครงการคาดหวังว่าผู้เข้าร่วมอบรมนั้นจะสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ให้เกิดคุณค่าไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และนำไปสู่การนำความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอด เผยแพร่ให้เกิดประโยชน์กับบุคคลอื่นต่อไปได้



02

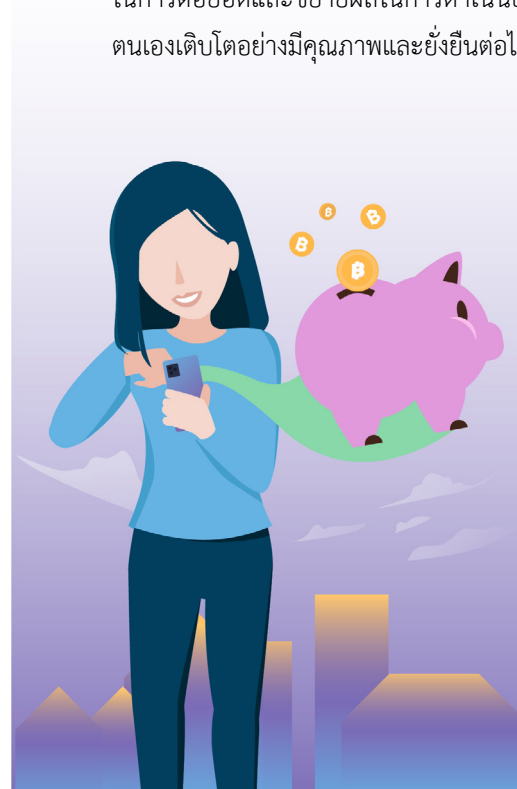
การเรียนรู้ดิจิทัลระดับวิชาชีพ: อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)

ในปัจจุบันการทำธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดย่อม ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ นั้น ย่อมต้องมีความข้องเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินระบบการทำงาน พาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์หรือที่เรียกกันง่าย ๆ ว่า “อีคอมเมิร์ซ” เป็นการดำเนินงานในขั้นตอนการขาย ขั้นตอนการซื้อหรือขั้นตอนในการขยายตลาดไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายหรือเป็นการประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต ช่วยให้ผู้ชายสินค้านั้นมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ผู้ซื้อสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ในทันทีที่ต้องการ

ประโยชน์ของอีคอมเมิร์ซสำหรับผู้ประกอบการ อีคอมเมิร์ซช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเปิดร้านค้าได้ง่ายขึ้นจากการเปิดหน้าร้านออนไลน์ได้โดยใช้เงินลงทุนที่ไม่มากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับเปิดร้านค้าแบบมีหน้าร้าน ในปัจจุบันการเปิดร้านค้าออนไลน์นั้น สามารถทำได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการจึงไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในเชิงลึก ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ผู้ประกอบการสามารถเปิดร้านค้าออนไลน์ได้ในทันทีที่ต้องการผ่าน

แพลตฟอร์มที่มีการให้บริการหลากหลายรูปแบบ ซึ่งทำให้ธุรกิจนั้นง่ายต่อการมองเห็น และเป็นที่รู้จักภายในเวลาอันรวดเร็ว จากข้อดีของอีคอมเมิร์ซที่ได้กล่าวมา จึงเป็นการช่วยให้ธุรกิจสามารถลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจแบบมีหน้าร้านของผู้ประกอบการ และในขณะเดียวกันยังช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างรายได้ที่มากขึ้นพร้อมกับรายจ่ายที่ลดลง

อย่างไรก็ตาม การใช้อีคอมเมิร์ซยังคงเป็นเรื่องยากที่จะประสบความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการชุมชน เนื่องจากผู้ประกอบการชุมชนมีข้อจำกัดหลายประการ ได้แก่ ขาดทักษะการปรับใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำธุรกิจออนไลน์ ขาดความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างคอนเทนต์เพื่อการเสนอขายสินค้าให้มีความน่าสนใจและขาดความรู้ในข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำอีคอมเมิร์ซ ซึ่งพวกเขาต้องได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจทางด้านอีคอมเมิร์ซ ในการต่อยอดและขยายผลในการดำเนินธุรกิจของชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนต่อไป



ขั้นตอนในการสร้างบทเรียนแห่งการเรียนรู้หลักสูตรที่ 2 ด้านดิจิทัลระดับวิชาชีพ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสำรวจบริษัทในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการชุมชนทั่วประเทศ เพื่อให้คณะผู้วิจัยมีความเข้าใจในการทำงานของผู้ประกอบการชุมชนได้ดียิ่งขึ้น ในการสำรวจพบว่าประเภทของสินค้าในแต่ละภูมิภาคมี

ความหลากหลายและแตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็น อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ของใช้ และของที่ใช้ตกแต่งบ้าน เป็นต้น

จากการสำรวจทำให้คณะผู้วิจัยทราบว่าผู้ประกอบการชุมชนส่วนหนึ่ง ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอในการต่อยอดธุรกิจของตนเองด้วยการใช้อีคอมเมิร์ซ เนื่องจากเป้าหมายเบื้องต้นของการรวมกลุ่มผลิตสินค้าต่าง ๆ เน้นจำหน่ายภายในชุมชนเพื่อการสร้างรายได้เสริมเท่านั้น และอาชีพส่วนใหญ่ของคนในกลุ่มนั้น มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร เป็นชาวสวนและรับจ้างทั่วไป จึงทำให้สินค้าเหล่านั้นยังไม่ได้รับการพัฒนาทั้งในเรื่องของการตั้งชื่อ การออกแบบโลโก้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ โดยมีชื่อ มีโลโก้ และมีบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ ก็ยังขาดความรู้ในสร้างหน้าร้านออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ยังขาดความรู้ในเรื่องวิธีการเสนอขายสินค้าให้ผู้บริโภคออนไลน์

จึงนำมาสู่การพัฒนาเนื้อหาหลักสูตรที่ 2 ด้านดิจิทัลระดับวิชาชีพ (Vocational Skill) ในหลักสูตรนี้จะอบรมให้แก่กลุ่มนักศึกษา ผู้ว่างงาน และผู้ที่สนใจที่ต้องการพัฒนาทักษะความรู้ด้านอีคอมเมิร์ซ เพื่อให้เข้าใจแนวทางการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างรายได้ เพื่อให้เข้าใจในสร้างเนื้อหาบนสื่อดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการขาย และยังมี ความรู้เรื่องกฎหมายและจริยธรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อป้องกันการกระทำ ความผิดเพื่อให้สามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ตลอดจนสามารถนำ ความรู้ทางด้านอีคอมเมิร์ซเหล่านี้ไปต่อยอดเพื่อพัฒนาทักษะในการเป็นผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซให้กับชุมชนได้ โดยมีหัวข้อการอบรมและผลลัพธ์ในการเรียนรู้ดังนี้





หลักสูตรที่ 2 Vocational Skill

กลุ่มเป้าหมาย



นักศึกษา

ผู้ว่างงาน
และผู้ที่สนใจ

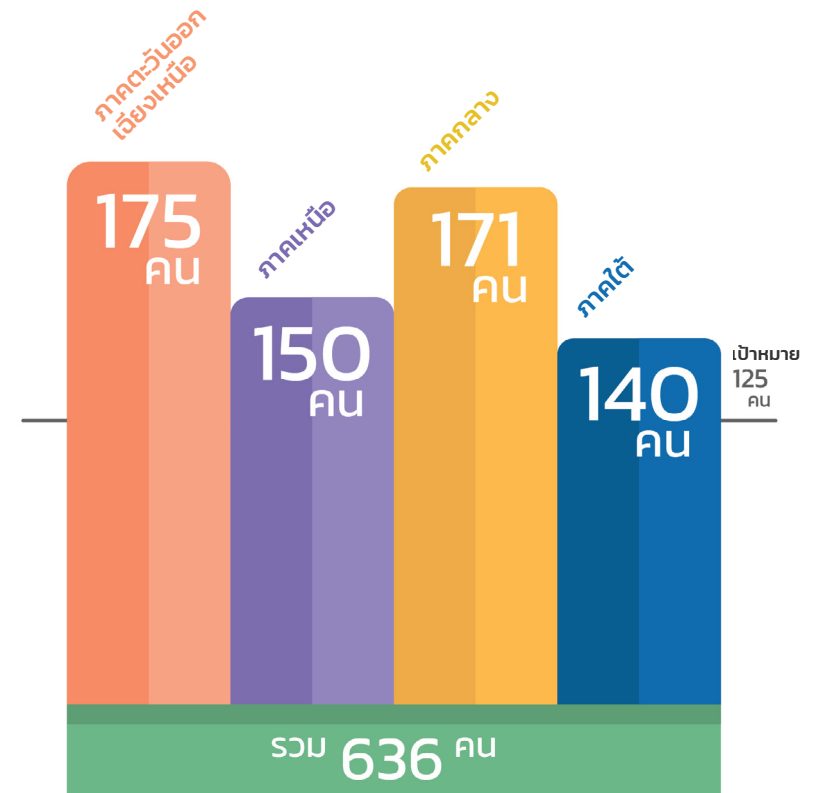
หัวข้อ

- 1 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อหารายได้
- 2 การสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการหารายได้
- 3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี และจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง
- 4 การพัฒนาศักยภาพในการขายสินค้าชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1 สามารถวิเคราะห์ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้
- 2 สามารถประเมินและเลือกแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่หลากหลายเพื่อเพิ่มช่องทางในการขาย
- 3 มีความเข้าใจเกี่ยวกับช่องทางการจัดส่งสินค้าและสามารถดำเนินการจัดส่งและติดตามสินค้าได้
- 4 สามารถสร้างเนื้อหาเบื้องต้นของสินค้าเพื่อประกอบการขาย
- 5 ประยุกต์ใช้เทคนิคในการสร้างเนื้อหาขั้นสูงเพื่อประกอบการขาย
- 6 มีความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- 7 มีความเข้าใจและสามารถดำเนินงานด้านภาษีของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้
- 8 มีความเข้าใจและสามารถจัดทำตัวแบบทางธุรกิจ (Business Model) เพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขัน
- 9 มีความเข้าใจและสามารถจัดทำแผนการตลาด และเทคนิคการส่งเสริมการตลาดได้เหมาะสมกับประเภทสินค้า

สำหรับขั้นตอนการจัดกิจกรรมอบรมหลักสูตรที่ 2 ให้แก่นักศึกษา ผู้ว่างงาน และผู้ที่สนใจ ได้มีผู้เข้าอบรมที่ได้รับการเพิ่มพูนทักษะความรู้ทางด้านอีคอมเมิร์ซจำนวน จำนวน 636 คน เกินค่าเป้าหมายร้อยละ 27.2



ผลการดำเนินการจัดกิจกรรมอบรมหลักสูตรที่ 2 ในแต่ละภูมิภาค ผู้รับการอบรมได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ทางด้านอีคอมเมิร์ซเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแบบจำลองทางธุรกิจอีคอมเมิร์ซ การเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การเลือกช่องทางการขายออนไลน์ที่เหมาะสมกับสินค้าของตน การสร้างคอนเทนต์เพื่อเสนอขายให้น่าสนใจ ตลอดจนการเรียนรู้กฎหมายและภาษีที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้านอีคอมเมิร์ซ คณะผู้วิจัยมีความมั่นใจว่าความรู้และทักษะต่าง ๆ ที่ผู้เข้าร่วมการอบรมได้รับในครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นได้

ผู้ที่ผ่านการเรียนรู้เหล่านี้จะถูกคัดเลือกเพื่อเป็นต้นแบบแห่งโค้ชดิจิทัลชุมชนในการถ่ายทอดทักษะความรู้ที่ได้รับจากการอบรมด้านอีคอมเมิร์ซ ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชน เป็นการกระจายความรู้ให้ถึงมือผู้ที่ต้องการได้รับความรู้ทางด้านอีคอมเมิร์ซไปอย่างทั่วถึงเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนและสังคมไทย



03

การเรียนรู้สู่โค้ชดิจิทัลชุมชน: โค้ชดิจิทัลชุมชน (Local Digital Coach)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ทำให้ทั่วโลกต่างได้เรียนรู้บทเรียนสำคัญในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินชีวิตประจำวัน การทำงาน การค้าขาย ในยามที่ทุกคนต้องปฏิบัติตัวภายใต้มาตรการล็อกดาวน์เพื่อการรักษาระยะห่างทางสังคม ควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว เมื่อประชาชนสามารถทำทุกอย่าง โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้จากที่บ้านการเดินทางจึงไม่จำเป็นอีกต่อไป สำหรับผู้ประกอบการชุมชน ในเมื่อ “หน้าร้าน” มีความสำคัญน้อยลง จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจของตนด้วยอีคอมเมิร์ซเพื่อขายสินค้าและให้บริการโดยไม่มีข้อจำกัดด้านระยะทาง เวลา และการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า คำถามคือ “ผู้ประกอบการชุมชนทุกกลุ่มสามารถดำเนินการด้านอีคอมเมิร์ซได้ด้วยตนเองหรือไม่?” ถ้าไม่ได้แล้ว ใครจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้นั้นเพื่อเป็นประโยชน์ทางสังคมอย่างแท้จริง



จากการสร้างโค้ชดิจิทัลชุมชน ในบทเรียนด้านอีคอมเมิร์ซที่ผ่านมา ได้มาถึงขั้นตอนการคัดเลือกต้นแบบโค้ชดิจิทัลชุมชนเพื่อเข้าสู่การอบรมหลักสูตรที่ 3 หลักสูตรดังกล่าวเป็นการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้และพัฒนาศักยภาพการเป็นโค้ชดิจิทัลชุมชน และสิ่งสำคัญในการเป็นต้นแบบโค้ชดิจิทัลชุมชน นั่นคือทัศนคติในการมองเห็นคุณค่าและศักยภาพของมนุษย์ทุกคน มองเห็นความสำคัญในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ และการมีทักษะของความเป็นโค้ช เช่น การมีภาวะผู้นำ บุคลิกภาพของความเป็นโค้ช ทักษะในการสอน การมีจิตสาธารณะ จากทักษะที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ทำให้คณะผู้วิจัยมั่นใจได้ว่าต้นแบบโค้ชดิจิทัลชุมชนเหล่านี้จะทุ่มเทร่างกายแรงใจในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการสร้างบทเรียนแห่งการเรียนรู้หลักสูตรที่ 3 สำหรับการบ่มเพาะโค้ชดิจิทัลชุมชนถูกคัดเลือกให้เป็นต้นแบบของโค้ช มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างทักษะด้านต่าง ๆ ให้กับโค้ช เพื่อให้โค้ชมีความพร้อมที่จะสามารถลงพื้นที่ไปเผยแพร่ทักษะความรู้ในพัฒนาศักยภาพด้านอีคอมเมิร์ซให้แก่ผู้ประกอบการชุมชน โดยทักษะที่สำคัญของโค้ชมีดังนี้ การสื่อสารกับผู้เข้าร่วมอบรม การออกแบบการสอน เทคนิคการถ่ายทอดความรู้ เทคนิคการสอนเชิงปฏิบัติการ การสร้างทีมงานระดับชุมชน และสามารถประเมินผลการดำเนินงานได้ โดยมีหัวข้อการอบรมและผลลัพธ์ในการเรียนรู้ดังนี้



หลักสูตรที่ 3 Local Digital Coach

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ที่ผ่านการคัดเลือก
หลักสูตรที่ 2



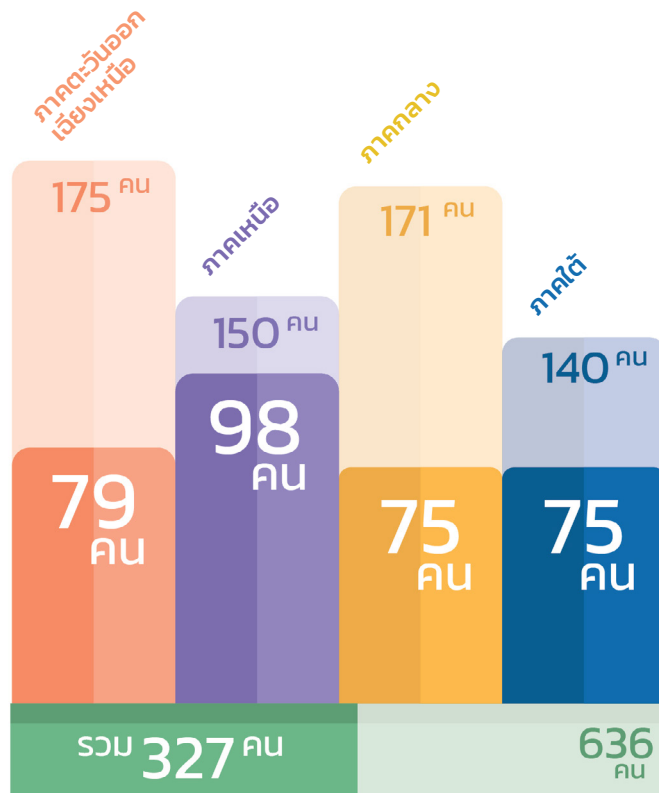
หัวข้อ

- 1 ทักษะการสื่อสาร การสอนและถ่ายทอดความรู้
- 2 ทักษะการสอนเชิงปฏิบัติการ และการทำงานเป็นทีมในระดับชุมชน
- 3 การจัดทำโครงการ การวางแผน การจัดทำรายงาน และการนำเสนอผลงาน

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1 มีทักษะพื้นฐานเกี่ยวกับการสื่อสาร 2 มีความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้เทคนิคการสอนและการถ่ายทอดความรู้ให้เหมาะสมกับประเภทของผู้เรียน 3 มีความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้สื่อ/เทคโนโลยีเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาชุมชน 4 มีความตระหนักถึงจรรยาบรรณของการเป็นโค้ชชุมชน | <ol style="list-style-type: none"> 5 มีทักษะความเป็นผู้นำและผู้ตามในการดำเนินโครงการ 6 มีทักษะการถ่ายทอด และการสร้างความมีส่วนร่วมในชุมชนของตนเอง 7 สามารถออกแบบการจัดการฝึกอบรมเพื่อชุมชนได้ 8 สามารถอธิบายขั้นตอนการดำเนินการสรุปและประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมได้ |
|--|---|

ในขั้นตอนการจัดกิจกรรมการอบรมหลักสูตรที่ 3 ให้กับโค้ชที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เข้าอบรมหลักสูตรอีคอมเมิร์ซนั้น มีผู้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาทักษะแห่งการเป็นโค้ชจำนวน 327 คน เกินค่าเป้าหมายร้อยละ 9



ผลการดำเนินงานในการจัดกิจกรรมการอบรมหลักสูตรที่ 3 มีต้นแบบโค้ชดิจิทัลชุมชนที่ได้รับทักษะความรู้ทางด้านอีคอมเมิร์ซและทักษะความเป็นโค้ชที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความสามารถในการสื่อสารทั้งภาษาพูดและภาษากาย การประเมินผู้เรียนเพื่อออกแบบการสอนให้เหมาะสม การใช้สื่อในการถ่ายทอดความรู้ได้อย่างน่าสนใจ เทคนิคการถ่ายทอดความรู้ทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติให้เหมาะสมกับผู้เรียน รวมถึงสร้างบรรยากาศในห้องเรียนและการมีบรรยากาศแห่งความเป็นโค้ช

ซึ่งทักษะเหล่านี้จะส่งผลให้การเผยแพร่ความรู้เป็นไปได้ง่ายและมีคุณภาพที่มากขึ้น ต้นแบบโค้ชดิจิทัลชุมชนกลุ่มนี้จะเป็นผู้ส่งต่อความรู้ทางด้านอีคอมเมิร์ซเป็นความรู้ที่เป็นประโยชน์กับชุมชนในการต่อยอดธุรกิจของตนเองและชุมชน เป็นการสร้างสรรค์ความรู้ให้เกิดมูลค่ากับชุมชนได้อย่างยั่งยืน เพื่อสร้างรากฐานความมั่นคงทางเศรษฐกิจในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็กให้สามารถพึ่งพาตนเองได้



“ การโค้ชเป็นศิลปะของการช่วยคน
ให้สามารถเพิ่มพูนประสิทธิภาพของตนเอง ”



บทวิเคราะห์: การจัดการฝึกอบรม

เรียบเรียงโดย อ.ดร.อนิรุทธ พัฒนณีประภา

วางแผนการอบรมอย่างไร
ให้ชุมชนได้ประโยชน์? 44

การจัดการทีมแบบกระจายการบริหาร
(Distributed Team Management: DTM) 46

ความรู้สึกจากเครือข่ายร่วม
ในการจัดโครงการ 48

“ความสุขใจ”
จากผู้จัดการฝึกอบรม 50

01 วางแผนการอบรมอย่างไร ให้ชุมชนได้ประโยชน์?

“วางแผนการอบรมอย่างไรให้ชุมชนได้ประโยชน์ ?” เป็นคำถามที่ฟังดูแล้วง่าย ๆ ยิ่งในสถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยแล้วจัดว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญเลยก็ว่าได้ และทุกสิ่งทุกอย่างน่าจะฟังดูแล้วง่ายไปหมด แต่โจทย์ครั้งนี้มีค่าสำคัญอยู่ที่ “การพัฒนา” “ศักยภาพ” “ชุมชน” “อีคอมเมิร์ซ” ซึ่งการจะทำให้เห็นภาพจริงได้อย่างไรนั้นเป็นเรื่องที่สมาชิกทุกคนในทีมจัดการฝึกอบรมโครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาโมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซและการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ

ต้องย้อนกลับมาคิดว่าจะทำอย่างไรให้ชุมชนได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการคือ 1) เพื่อพัฒนาศักยภาพ สร้าง เสริมองค์ความรู้ ทักษะดิจิทัลระดับพื้นฐาน (Digital Literacy) 2) เพื่อพัฒนากำลังคน (Workforce) ให้มีความรู้และทักษะดิจิทัลระดับวิชาชีพ (Vocational Skill) เพื่ออุดช่องว่างด้านทักษะอาชีพซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นแห่งอนาคต 3) เพื่อพัฒนาโคชดิจิทัลชุมชน และสร้างเครือข่ายโคชดิจิทัลชุมชน และ 4) เพื่อให้มีแนวทางส่งเสริมธุรกรรมออนไลน์เพื่อชุมชน นอกจากนี้โครงการนี้มีลักษณะพิเศษ คือเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย 3 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ต้องขอขอบคุณเครือข่ายที่ช่วยสนับสนุนขึ้นไปอีก จากหลักสูตรการฝึกอบรม 3 หลักสูตร จำนวนผู้เข้าอบรมกว่า 2,000 ราย สงสัยกันหรือไม่ครับว่าเรามีการบริหารจัดการอย่างไร ? ทางทีมงาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เรามีการดำเนินการดังนี้ครับ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนวัฒน์ จางวนิชเลิศ
รองอธิการบดีอาวุโสฝ่ายบริหารวิชาการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุมพล ชื่นจิตต์ศิริ
รองอธิบดีฝ่ายกฎหมายและบริการวิชาการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



ศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์พงษ์รัช ศรีบัณฑิตมงคล
รองอธิการบดี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด็มพล เอื้องกลาง
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและการประกันคุณภาพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน



02

การจัดการทีมแบบกระจายการบริหาร (Distributed Team Management: DTM)

หลักการจัดการทีมแบบกระจายการบริหาร (Distributed Team Management: DTM) ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการฝึกรอบมในครั้ง นี้ เราเริ่มจากการกำหนดเป้าหมาย และมาตรฐานให้ชัดเจน (Clear Goals and Standard) ไม่ว่าจะเป็นการวางกำหนดการการฝึกรอบม การนำหลักสูตรที่ได้มีการพัฒนาขึ้นจากฝ่ายพัฒนาหลักสูตรที่ได้มีการทำงานร่วมกับทีมจาก สพออ. ทั้ง 3 หลักสูตร ได้แก่ 1) ด้านดิจิทัลระดับพื้นฐาน (Digital Literacy) 2) ดิจิทัลระดับวิชาชีพ (Vocational Skill) และ 3) โค้ชดิจิทัลชุมชน (Local Digital Coach) รวมถึงกำหนดรูปแบบและรายละเอียดของเอกสาร ข้อสอบก่อนและหลังอบรมที่แต่ละศูนย์ฝึกรอบมต้องปฏิบัติให้ตรงกัน จากนั้นเป็นการคัดเลือกวิทยากร โดยวิทยากรต้องมี **ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ ทักษะเฉพาะที่มีความสอดคล้องกับหัวข้อและสิ่งที่จะบรรยาย (Relevant Skills)** เช่น การทำการตลาดออนไลน์ การเป็นโค้ชดิจิทัลชุมชน เป็นต้น และสถานที่ฝึกรอบมต้องมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สร้างบรรยากาศที่มีความเหมาะสมต่อการเรียนรู้ของผู้รับการฝึกรอบมในแต่ละพื้นที่ภายใต้ข้อจำกัดในด้านของเวลา พื้นที่ และงบประมาณ ซึ่งหลังจากที่เราได้กำหนดความต้องการพื้นฐานให้

สอดคล้องกับเป้าหมายหลักแล้วสิ่งสำคัญต่อมาคือเรื่องของการบริหารจัดการฝึกรอบมทุกพื้นที่ภายใต้ข้อจำกัดด้านระยะทางและวิกฤตการณ์โควิด-19 โดย **การติดต่อสื่อสาร และมีความเข้าใจกันอย่างชัดเจน (Good Communication)** เป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก ดังนั้นเทคโนโลยีง่าย ๆ เช่น Line App ถูกนำมาใช้ในการประสานงานแจ้งข้อมูลข่าวสาร และโปรแกรมประชุมออนไลน์ นำมาใช้ในการประชุมทีมงานในแต่ละพื้นที่ เช่น การประชุมชี้แจงรูปแบบการจัดการฝึกรอบม การแนะนำรายละเอียดการบรรยายให้กับวิทยากร งานนี้ผมต้องขอขอบคุณเลยว่า นี่เป็นสิ่งที่สำคัญมาก ๆ ครับ เนื่องจากว่าวิทยากรส่วนใหญ่เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยและผู้เข้ามารับการอบรมไม่ใช่เฉพาะนักเรียน นักศึกษา แต่กลับเป็นผู้ที่สนใจในหลายอาชีพ จึงทำให้อาจารย์ต้องมีการเตรียมความพร้อมในการถ่ายทอดความรู้ในลักษณะที่แตกต่างจากที่สอนในห้องเรียน ซึ่งรูปแบบการฝึกรอบมครั้งนี้ผมและทีมงานเน้นการบรรยายที่เข้าใจง่าย เรียนรู้ควบคู่การปฏิบัติ และต้องการให้ผู้เรียนมีความสุขทุกช่วงของการอบรม ซึ่งถ้าถามว่าทุกที่เป็นไปอย่างที่คิดหรือไม่ ผมต้องขอตอบขณะนี้เลยครับว่าไม่ แล้วผมทำการแก้ไขปัญหาอย่างไร ? ซึ่งผมก็ใช้ความสามารถในการเจรจาต่อรอง (Negotiating Skills) จากหลักของ DTM นี้ละครับ ในการช่วยกันปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ครับ ซึ่งสิ่งหนึ่งที่ได้จากการเรียนรู้ในการทำงานครั้งนี้คือ ปัญหาทุกอย่างจบลงอย่างสวยงามได้คือทุกคนต้องพูดคุยกัน โดยเราต้องหยุดคิดไปเองว่า “เค้ารู้อแล้ว” นอกจากนี้ทางศูนย์กลางๆ ในการจัดการฝึกรอบมได้มีการออกแบบระบบสนับสนุนการฝึกรอบม (Training Support System) เพื่อนำมาใช้ในการประเมินผล และติดตามการฝึกรอบม ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด



03

ความรู้สึกร่วมใจจากเครือข่าย ร่วมในการจัดโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนนท์ ไพบูลย์ศิลป์ ตำแหน่งรักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักบริหารงานวิจัยและนวัตกรรมพระจอมเกล้าลาดกระบัง ให้สัมภาษณ์ว่า “โครงการนี้เป็นโครงการที่ดีเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ โดยเริ่มจากชุมชนซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน หากมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องคาดว่าจะทำให้ชุมชนได้ประโยชน์อย่างแท้จริงแน่นอน” คำถามว่าท่านรู้สึกอย่างไรกับการเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้ ท่านตอบแบบอารมณ์ขันว่า “ตอนแรกมีความรู้สึกหวั่น ๆ และเกิดคำถามกับตนเองว่าจะทำอย่างไรดี แต่หลังจากได้คุยกับทางทีมงาน และผู้ประสานงานจาก มทร.อีสานแล้วก็กำลังใจ และทางทีมงานก็พร้อมที่จะทำงานทำให้โครงการจัดอบรมดังกล่าวสามารถดำเนินการไปได้” ผมสัมภาษณ์ต่อถึงปัญหาในการจัดการอบรมในครั้งนี้มีหรือไม่อย่างไร ? ท่านตอบว่า “มีครับ ไม่ว่าจะ เป็นวิทยากร และการจัดการอบรม สำหรับปัญหาวิทยากรในหลักสูตรที่ 3 การสร้างโค้ชก็ได้ที่วิทยากรจากทาง มทร.อีสาน ให้ความอนุเคราะห์บรรยายให้ ซึ่งต้องบอกเลยครับว่ามีอาชีพมากและผมก็ได้เรียนรู้การเป็นโค้ชชุมชนครั้งแรกจากการอบรมครั้งนี้ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ปัญหาเรื่องการจัดการอบรมคือเราจัดอบรมในช่วงของภาระบดของโควิด-19 จึงทำให้ไม่สามารถจัดการอบรมในสถานที่ที่ได้มีการกำหนดไว้

ตั้งแต่แรก แต่ก็ได้มีการปรับเป็นการอบรมแบบออนไลน์ ซึ่งถามว่าการอบรมแบบออนไลน์มีประสิทธิภาพหรือไม่ ผมตอบได้เลยครับว่ามีประสิทธิภาพในระดับที่น่าพอใจ วิทยากรสอนสนุกผลการทดสอบหลังเรียนก็เป็นที่น่าพอใจครับ” และคุณปัฐมาวดี จันทร์พิทักษ์เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการบริการวิชาการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จังหวัดสงขลา ให้สัมภาษณ์ว่า “โครงการนี้เป็นโครงการที่ดี สามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนได้อย่างดี รวมถึงเกิดการพัฒนาร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชนในการเพิ่มช่องทางทางการตลาดโดยการใช้เทคโนโลยีง่าย ๆ” คำถามว่าท่านรู้สึกอย่างไรกับการเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้ คุณปัฐมาวดี จันทร์พิทักษ์ ตอบว่า “รู้สึกดีและอยากให้มีโครงการแบบนี้เกิดขึ้นอีก ซึ่งถ้าหากมีโครงการในลักษณะนี้อีกทางมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จังหวัดสงขลา ก็พร้อมที่จะเข้าร่วมเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน” สำหรับปัญหาของการดำเนินงานในเขตพื้นที่ภาคใต้คือเรื่องของข้อจำกัดด้านเวลาโครงการที่มีระยะเวลาสั้นเกินไป ซึ่งทางชุมชนยังต้องการให้ดำเนินกิจกรรมต่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



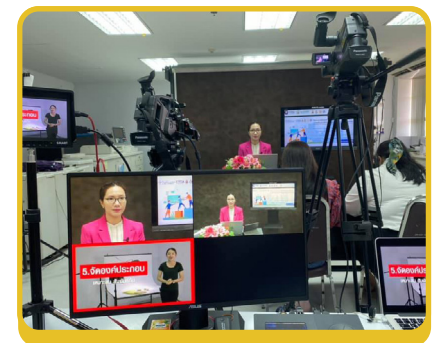
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนนท์ ไพบูลย์ศิลป์
รองอธิการบดีวิทยาเขตสงขลา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสงขลา

04

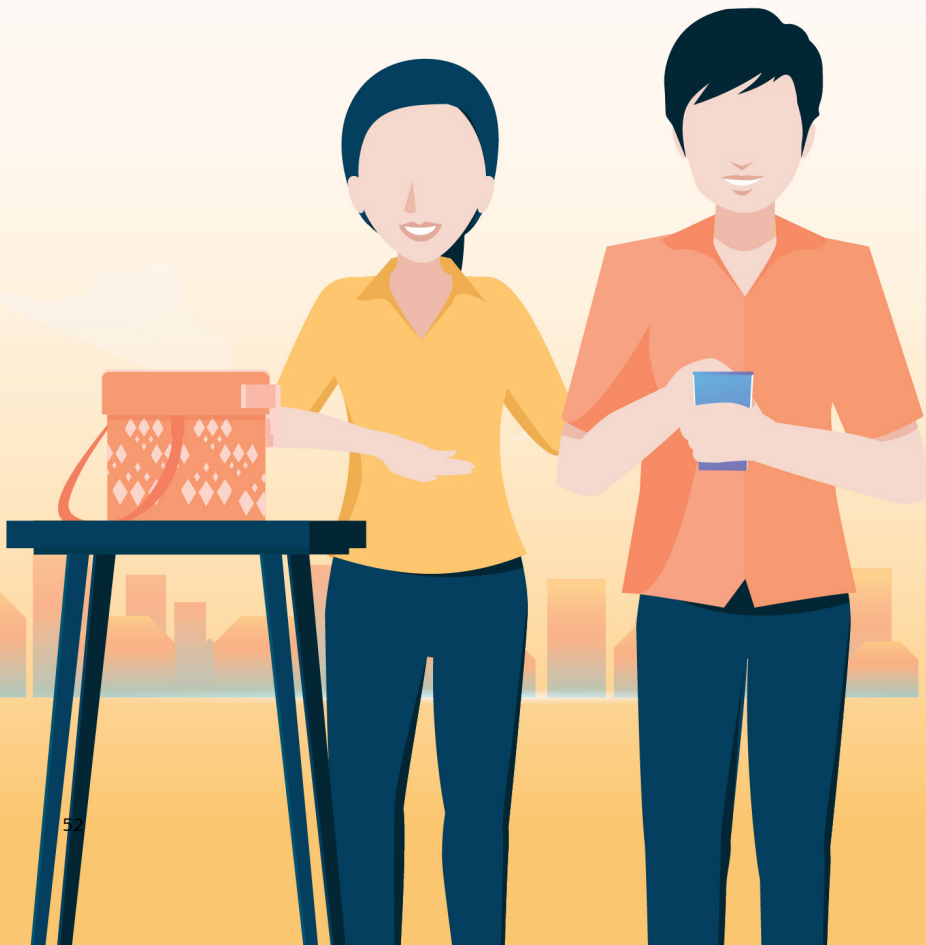
“ความสุขใจ” จากผู้จัดการฝึกรอบรม

เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา เป็นวิธีการแห่งศาสตร์พระราชาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงใช้เป็นวิธีการทรงงานมาตลอดรัชสมัย ยังเป็นศาสตร์ที่ใช้ได้จนถึงปัจจุบันและทันต่อ ยุคสมัย และผมยังมีความคิดว่าการทำทุกอย่างต้องมีความเข้าใจในสิ่งที่จะทำ และต้อง เข้าถึงในบริบทที่แตกต่างผ่านการลงศึกษา ปฏิบัติด้วยตนเอง และทีมงาน เพื่อนำไปสู่

การพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการ และก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป เหมือนกับ โครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาโมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซและการพัฒนาศักยภาพ ชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ ซึ่งเป็นโครงการที่เกิดขึ้นจากความทุ่มเทของทุกภาคส่วน เพื่อ มุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาของชุมชนให้ทันสมัย ก่อให้เกิดรายได้จากการพัฒนาในครั้งนี้ สิ่งหนึ่งที่ผมได้เห็นจากการลงจัดอบรมในเขตพื้นที่ต่าง ๆ คือ ความต้องการเรียนรู้ ของคนในชุมชน ความสามารถของคนในชุมชนที่จะร่วมมือกันพัฒนาชุมชนของตนเอง ให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ผ่านการสอนกันแบบง่าย ๆ จากเรื่องที่ได้เรียนรู้จากรวมถึงรอยยิ้ม ความสนุกสนานของผู้เข้าอบรม การที่ผู้เข้าอบรมพาไปเรียนรู้ ท่องเที่ยวในชุมชน หรือ แม้แต่จบการอบรมไปแล้วก็ยังมีติดต่อกันมาผ่านไลน์ว่า “คุณครู คิดถึงนะเมื่อไหร่ จะมาเยี่ยมกันอีกตอนนี้โค้วหมดแล้ว พวกเราเที่ยวจะพาไปไหว้พระกัน” ต้อง ขอบอกเลยครับว่านี่คือ มากกว่าความประทับใจ แต่คือคำว่า สุขใจที่ได้มีส่วนร่วมกับการจัดการอบรมในครั้งนี้



“ สุขใจที่ได้มีส่วนร่วม
ในการจัดการอบรมในครั้งนี้ ”



บทวิเคราะห์

โค้ชดิจิทัลชุมชน

เรียบเรียงโดย อาจารย์ ดร.ธนสาร เสริมสุข และอาจารย์ ดร.อัญชลี นุบพามาลา

- หลักสูตรโค้ชดิจิทัลชุมชนรุ่นแรก
ของประเทศไทย 54
- แปลงโจทย์ที่ยาก ให้ง่ายแล้วลงมือทำ 56
- ค้นพบปัญหาเพื่อเร่งแก้ไข 57
- ค้นหาจุดแข็งเพื่อบรรลุเป้าหมาย 58
- เสริมสร้างทักษะสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน 60

01

หลักสูตรโค้ชดิจิทัลชุมชนรุ่นแรก ของประเทศไทย

ด้วยสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งสภาวะการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน ผู้ประกอบการ และการประกอบอาชีพหลายประเภทต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบจากเดิมเป็นรูปแบบปกติใหม่ (New Normal) การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งแง่การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ การเข้าถึงสวัสดิการ

ของรัฐ ตลอดจนการประกอบอาชีพ โดยหากประชาชนหรือผู้ประกอบการ ไม่รู้จักการใช้งานเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานอย่างโทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ตให้เกิดประโยชน์ ย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและส่งผลกระทบต่อโอกาสในการเข้าถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ การจัดทำหลักสูตร “โค้ชดิจิทัลชุมชน” ขึ้นมาจึงเป็นโจทย์ที่ยากในคราวแรก เพราะเป็นหลักสูตรที่ต้องดึงศักยภาพของผู้เข้ารับการอบรมมาหลอมรวม และเพิ่มความรู้อันอ้อมเสริมให้สามารถบูรณาการกันและ “พัฒนาศักยภาพในการสื่อสาร” “สร้างภาวะผู้นำ” “เสริมทักษะการเรียนรู้ในชุมชน” หากจะให้นิยามความหมายของหลักสูตรนี้ ผู้พัฒนาหลักสูตรขอนิยามว่า “หลักสูตรโค้ชดิจิทัลชุมชนเป็นเสมือนจุดเริ่มต้นให้คนทำหน้าที่เป็นโค้ชที่คอยให้คำปรึกษา ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ รวมไปถึงถ่ายทอดองค์ความรู้ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้แก่สมาชิกชุมชน สร้างความร่วมมือภายในเครือข่ายและประสานงานกับภายนอกเพื่อสร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน”



02 แปลงเจตคติที่ยาก ให้ง่าย แล้วลงมือทำ

เมื่อหลักสูตรโคชดิจิทัลชุมชนได้พัฒนาสำเร็จพร้อมที่จะใช้อบรมให้กับผู้เข้ารับการอบรมในภูมิภาคต่าง ๆ พบว่าภูมิหลังของผู้เข้ารับการอบรมโคชดิจิทัลชุมชนสะท้อนให้เห็นความหลากหลายและความแตกต่างกันในด้านเศรษฐกิจ สังคม ความเชื่อ วิถีชีวิต ตลอดจนระดับการศึกษา ทำให้การจัดการเรียนรู้ในหลักสูตรโคชดิจิทัลชุมชนถูกออกแบบให้มีความเหมาะสมครอบคลุมกับความหลากหลายของผู้เข้าอบรม ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับบริบทภายนอกที่เกี่ยวข้องกับภูมิหลังของผู้เข้ารับการอบรมโคชดิจิทัลชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเป็นเรื่องการเมืองการปกครองท้องถิ่น นโยบายของการพัฒนาชุมชน สภาพแวดล้อมชุมชน ทรัพยากรของชุมชน เศรษฐกิจชุมชน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของชุมชนล้วนแล้วส่งผลต่อบรรทัดฐานหรือปทัฏฐาน (Norm) ของคนในชุมชน ตลอดจนการศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างของบุคคลที่สะท้อนถึงฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษาทัศนคติ และความคาดหวังในอนาคตของบุคคล ซึ่งโดยภาพรวมแสดงให้เห็นว่าภูมิหลังของผู้เข้ารับการอบรมโคชดิจิทัลชุมชนในแต่ละพื้นที่มีระดับความรู้ ความคิดเห็น และพฤติกรรมที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัดทำให้ในการอบรมโคชดิจิทัลชุมชน จำเป็นต้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในระดับต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนซึ่งกันและกันในการเรียนรู้ไปสู่จุดมุ่งหมาย



03 ค้นพบปัญหาเพื่อเร่งแก้ไข

ปัญหาของผู้ที่ผ่านการคัดเลือกให้ได้เข้ามาอบรมในหลักสูตรโคชดิจิทัลชุมชนในแต่ละพื้นที่มีภูมิหลังที่หลากหลายและแตกต่างกันทำให้ต้องมีการปรับสภาพการเรียนรู้ให้มีความเหมาะสมตลอดจนการประยุกต์ใช้เทคนิคการเรียนรู้ที่เหมาะสมในการเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น การเรียนรู้ร่วมกัน (Collaborative Learning) หรือการเรียนรู้แบบลงมือทำ (Active Learning) เพื่อหลอมรวมพฤติกรรมในการเรียนรู้และจากการอบรมโคชดิจิทัลชุมชน จะพบว่าจุดที่ต้องคำนึงถึงในการพัฒนาโคชดิจิทัลชุมชนมีอยู่ 3 ประการ คือ 1) ความแตกต่างด้านปัจเจกบุคคล กล่าวคือ ผู้เข้ารับการอบรมโคชดิจิทัลชุมชนมีลักษณะที่ต่างกันในด้านอายุ การศึกษา และประสบการณ์ชีวิต 2) ความแตกต่างด้านการเรียนรู้ กล่าวคือ ผู้เข้ารับการอบรมโคชดิจิทัลชุมชนมีพฤติกรรมในการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นการเรื่องการทำความเข้าใจ การปรับตัว การมีส่วนร่วม รวมถึงทัศนคติในการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ และ 3) ความแตกต่างด้านเป้าหมาย กล่าวคือ ผู้เข้ารับการอบรมโคชดิจิทัลชุมชนมีสถานะทางอาชีพที่ต่างกันอย่างเห็นได้ชัดทำให้เป้าหมายที่เป็นความคาดหวังหรือความต้องการแตกต่างกัน อาทิเช่น เป้าหมายในการประกอบอาชีพ เป้าหมายในการยกระดับเศรษฐกิจของตนเอง หรือเป้าหมายทางสังคม เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่าปัญหาของผู้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับความหลากหลายและความแตกต่างกันเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงในการเข้าสู่กระบวนการพัฒนาให้เป็นโคชดิจิทัลชุมชน



04

ค้นหาจุดแข็งเพื่อบรรลุเป้าหมาย

จากสภาพภูมิหลังของผู้ที่ผ่านการคัดเลือกให้ได้เข้ามาอบรมในหลักสูตรโค้ชดิจิทัลชุมชนในแต่ละพื้นที่มีทั้งที่เป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่ เป็นนักศึกษาที่กำลังจะเรียนจบ และเป็นผู้ประกอบการ หรือบางคนเคยทำงานแล้วก็ต้องกลับมาบ้านเกิดเพราะถูกเลิกจ้างงานเนื่องจากได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ซึ่งทุกคนที่เข้าร่วมอบรมในหลักสูตรโค้ชดิจิทัลชุมชนจะมีทักษะดิจิทัลพื้นฐานครอบคลุมทุกด้านเป็นทุนเดิมอยู่แล้วเนื่องจากได้เข้ารับการอบรมในหลักสูตรดิจิทัลระดับวิชาชีพ (อีคอมเมิร์ซ) ทำให้มี

จุดแข็งที่เป็นความรู้ในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการขาย การอบรมโค้ชดิจิทัลชุมชนจึงเน้นที่เนื้อหาการพัฒนาเรื่อง Soft Skill เช่นทักษะการสื่อสาร ภาวะผู้นำ การสอนผู้อื่น การจัดสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ และการทำงานเป็นทีม เพื่อให้ “โค้ชดิจิทัล” ได้ปฏิบัติหน้าที่ในชุมชนของตนเอง คือเป็นผู้ที่คอยถ่ายทอดทักษะด้านดิจิทัลช่วยเหลือคนในชุมชน โดยเฉพาะคนที่ไม่ได้เกิดมากับดิจิทัลอาจเริ่มจาก พ่อ แม่ ลุง ป้า น้า อา พี่ น้องของตัวเอง “โค้ชดิจิทัล” จึงมีบทบาทหน้าที่เป็นเสมือน “Train the trainers” ที่คอยให้คำปรึกษา ให้ความรู้ ให้ออกแนะนำ และจุดแข็งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ โค้ชที่เป็นคนจากชุมชนเดียวกัน มีความรู้จักคุ้นเคยกัน เข้าใจสังคมและวัฒนธรรมภายใน ทำให้ “โค้ชดิจิทัลชุมชน” สามารถรู้ภูมิหลังและสภาพแวดล้อมในชุมชนของตนเอง และสามารถสร้างเครือข่ายการพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน



(ซ้าย) นายธีรธรรม ณ ระนอง ที่ปรึกษา (รักษาการรอง ผอ.สพธอ.) และ (ขวา) นาวาตรีวิวัฒน์ เตชะสุภากร ที่ปรึกษา สพธอ.



05

เสริมสร้างทักษะสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

โค้ชดิจิทัลชุมชนมีบทบาทที่สำคัญในการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาชุมชน กระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนแลกเปลี่ยนและสะท้อนประสบการณ์หรือปัญหา รวมทั้งแนวทางแก้ไข ช่วยตั้งประเด็นคำถามที่ท้าทายนำไปสู่แนวทางแก้ไข โดยสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ให้สมาชิกในชุมชนรับฟังซึ่งกันและกัน และตั้งประเด็นให้สมาชิกในชุมชนมีทักษะการคิดอย่างเป็นระบบครอบคลุมปัญหาและความต้องการของสมาชิกในชุมชนจึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าโค้ชดิจิทัลชุมชนมีบทบาท ดังนี้

1. เป็นผู้ตั้งประเด็นคำถามพัฒนาความคิดพร้อมให้คำแนะนำอย่างสร้างสรรค์
2. เป็นผู้จัดกระบวนการให้เกิดความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน
3. เป็นผู้สะท้อนเป้าหมายของสมาชิกในชุมชนก่อให้เกิดการพัฒนาความคิดสู่การรับรู้และเรียนรู้ด้วยตนเองมากกว่าการรับฟังฝ่ายเดียว
4. เป็นผู้สะท้อนภาพของการเรียนรู้เพื่อให้สมาชิกในชุมชนสามารถพัฒนาตนเอง
5. เป็นผู้จัดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชนที่ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ที่เหมาะสม
6. เป็นผู้สนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนมีความคิดแบบเปิดกว้างมองการพัฒนาแบบองค์รวมเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน



จากบทบาทของโค้ชดิจิทัลชุมชนซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาชุมชน ทำให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่โค้ชดิจิทัลชุมชนต้องพัฒนาทักษะ ดังนี้

1. ทักษะในการพัฒนาแบบองค์รวมโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นฐานเป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐาน ที่ผู้ที่เป็นโค้ชดิจิทัลชุมชนจำเป็นต้องมีอยู่ในตนเอง รวมถึงต้องมีแนวคิดในการพัฒนาที่เชื่อมโยงทุกมิติในสังคมเข้าด้วยกันแบบองค์รวม ทั้งการพัฒนาในเชิงเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีดิจิทัลโดยต้องมุ่งเน้นการสร้างการพัฒนาแบบยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับชุมชนเป็นสำคัญ
2. ทักษะการคิดอย่างเป็นระบบ โค้ชดิจิทัลชุมชนต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถและทักษะในการผสมผสานศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบระเบียบ (Systematic Thinking) เชื่อมโยงประเด็นที่สำคัญ ๆ ที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่เข้าใจง่ายและมีประสิทธิภาพ
3. ทักษะการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โค้ชดิจิทัลชุมชนต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity) ไม่ยึดติดกรอบความคิดเดิมอยู่ตลอดเวลาพยายามมองหามุมมองใหม่ในการแก้ไขปัญหา รู้จักพัฒนาความคิดใหม่ขึ้นปรับเปลี่ยนแบบแผนทางความคิด กล้าคิด กล้าทำกล้าแสดงออก
4. ทักษะการเป็นผู้นำ โค้ชดิจิทัลชุมชนต้องเป็นผู้มีทักษะในการสื่อสาร

และสามารถโน้มน้าวใจบุคคลอื่นได้ดี เนื่องจากจะต้องใช้ศักยภาพของความเป็นผู้นำ เพื่อบริหารจัดการการสื่อสารของสมาชิกในชุมชนที่มีความคิดเห็นที่หลากหลายเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปร่วมกัน สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นบทเรียนเพื่อให้ผู้อื่นได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างกว้างขวาง รวมทั้งต้องมีความมั่นใจในตนเอง กล้าตัดสินใจและมีความรับผิดชอบสูง

5. ทักษะการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า โค้ชดิจิทัลชุมชนจะต้องมีทักษะในการควบคุมสถานการณ์หรือควบคุมบรรยากาศในการสนทนา เพื่อลดของความขัดแย้งของสมาชิกในชุมชน แก้ไขสถานการณ์ด้วยการใช้สมาธิและปัญญา ไม่ตื่นตระหนกง่าย ไม่ฉุนเฉียว มีความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) สามารถควบคุมการแสดงความคิดเห็นของสมาชิกในชุมชนได้อย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

6. ทักษะการสร้างกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โค้ชดิจิทัลชุมชนต้องมีความเอาใจใส่ต่อกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของสมาชิกในชุมชนสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ในชุมชนที่เอื้อให้เกิดกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ให้ความสำคัญกับบทบาทการแสดงความคิดเห็นของทุกคนอย่างเปิดกว้าง

บทบาทของโค้ชดิจิทัลชุมชนในการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาชุมชนมีความสำคัญเป็นอย่างมากกับการพัฒนาชุมชนในปัจจุบัน เนื่องจากรูปแบบการพัฒนาชุมชนได้เปลี่ยนไปจากเดิมที่มองว่าชุมชนไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ ต้องรอรับการช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ แต่เพียงอย่างเดียว เพราะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่แพร่กระจายอย่างกว้างขวางไปสู่ทุกภูมิภาคของสังคมไทย ประชากรในทุกพื้นที่ที่มีความพยายามที่จะพัฒนาตัวเองสู่การเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัล โค้ชดิจิทัลชุมชนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะก่อให้เกิดมิติใหม่ของการพัฒนาชุมชนโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นฐาน และมีโค้ชดิจิทัลชุมชนเป็นผู้ที่คอยสนับสนุนให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของสมาชิกใน

ชุมชน กระตุ้นให้เกิดการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาาร่วมกัน สมาชิกชุมชนอยู่ในฐานะของผู้ที่มีศักยภาพในการพึ่งพาตนเอง พร้อมทั้งจะร่วมมือกันแก้ไขปัญหาแบบมีส่วนร่วม เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในแนวทางการพัฒนาชุมชนแบบพึ่งตนเอง โดยโค้ชดิจิทัลชุมชนจะสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ในชุมชน ให้เกิดกระบวนการที่จะอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นที่เป็นไปตามความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน



เสริมทักษะการใช้เทคโนโลยี
„ คิดอย่างเป็นระบบ สร้างสรรค์ เป็นผู้นำ “
แก้ปัญหาเฉพาะหน้า และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ
ได้เสมอ



บทสัมภาษณ์:

โค้ชบ้านกำแมด ตำบลบ้านดุง อำเภอคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี

บทสัมภาษณ์: 66

โค้ชบ้านกำแมด ตำบลบ้านดุง
อำเภอคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี

ความรู้พื้นฐานด้านดิจิทัลก่อนเข้าโครงการ 67

ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ 68

ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนที่ตนเองเป็นโค้ช 70

ความประทับใจในโครงการ 72

01

บทสัมภาษณ์:

โค้ชบ้านกำแมด ตำบลบ้านดุง อำเภอคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี

ต้นแบบโค้ชดิจิทัลชุมชนจากบทสัมภาษณ์ของ นายญาณวิทย์ พิลาวัลย์ อายุ 20 ปี หนึ่งในสมาชิกตำบลวังทอง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่ศูนย์การศึกษานอกกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย เป็นหนึ่งในผู้ที่ได้เข้าร่วมในโครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาโมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซ และการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ ได้เข้ารับการอบรมตั้งแต่หลักสูตรที่ 2 ดิจิทัลระดับวิชาชีพ (Vocational Skill) และหลักสูตรที่ 3 โค้ชดิจิทัลชุมชน (Local Digital Coach) ในปัจจุบันได้ลงพื้นที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นโค้ชดิจิทัลชุมชนให้กับกลุ่มพานบายศรีพญานาค บ้านกำแมด ตำบลบ้านดุง อำเภอคำชะโนด จังหวัดอุดรธานี



02

ความรู้พื้นฐานด้านดิจิทัล ก่อนเข้าโครงการ

ก่อนเข้าร่วมโครงการ นายญาณวิทย์ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ คือโดยทั่วไปจะใช้แค่สื่อโซเชียลมีเดียในการติดต่อสื่อสารขั้นพื้นฐานเท่านั้น เช่น การโพสต์เฟซบุ๊ก การแชทไลน์ส่งสติ๊กเกอร์ รับชมสื่อบันเทิงผ่านยูทูป เนื่องจากในอดีต นายญาณวิทย์ เคยทำงานเป็นพนักงานขายอาหารในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งที่กรุงเทพฯ ด้วยอาชีพที่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจึงทำให้ไม่ค่อยได้รับความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากนัก จากการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด-19 ในรอบแรกเมื่อช่วงปลายปี 2562 ที่ผ่านมา สถานการณ์ไม่ค่อยสู้ดีนัก มีการระบาดเป็นวงกว้าง ทำให้รัฐต้องมีมาตรการในการล็อกดาวน์พื้นที่ต่าง ๆ เพื่อควบคุมการระบาดของไวรัสโควิด-19 จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้นายญาณวิทย์ ตกงาน การกลับบ้านเกิดที่จังหวัดอุดรธานีจึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด在那个时候 เมื่อกลับมาถึงบ้านก็หาสมัครงานไม่ได้ เนื่องจากสถานประกอบการต่าง ๆ มีความต้องการลดจำนวนพนักงานลง จนได้มีโครงการส่งเสริมธุรกรรมออนไลน์เพื่อชุมชนและได้ตัดสินใจเข้าร่วมอบรม ทำให้ตนมองเห็นช่องทางในการสร้างรายได้และสร้างอาชีพใหม่ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล



03

ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ

สิ่งที่ได้รับจากโครงการ นายญาณวิทย์ กล่าวว่า “**สิ่งที่ผมได้รับจากการเข้าร่วมโครงการนี้เกินความคาดหมายมาก ๆ** ในตอนแรกที่มาเข้าร่วมโครงการเพราะคิดว่าคงได้รับความรู้เพิ่มเติมบ้าง และผมก็มีเวลาว่าง เพื่อน ๆ และครู กศน. ชักชวนให้มาอบรม ผมจึงตอบรับคำชักชวนนั้น แต่พอได้เข้าร่วมโครงการ เริ่มตั้งแต่การอบรมด้านอีคอมเมิร์ซและโค้ชดิจิทัลชุมชน ทำให้ผมได้รับความรู้และประสบการณ์มากกว่าที่คาดหวังไว้ ความรู้ที่ได้รับมาก็เป็นประโยชน์ต่อการนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างปลอดภัย การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อหารายได้ เมื่อก่อนเป็นผมเป็นแค่ผู้ซื้อ แต่ในทุกวันนี้ผมสามารถเป็นผู้ขายสินค้าได้ในเวลาอันรวดเร็ว ผมได้รับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และที่สำคัญคือ ผมสามารถนำสิ่งที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการมาปรับใช้ในการพัฒนาตนเอง พัฒนาชุมชนบ้านเกิด ให้สามารถพึ่งพาตัวเองอย่างยั่งยืนได้ ส่วนในหลักสูตรโค้ชดิจิทัลชุมชนทำให้ผมมีความมั่นใจที่จะสื่อสารกับคนในชุมชนมากขึ้น จากเมื่อก่อน ผมไม่รู้ว่าจะสื่อสารอย่างไร จะต้องพูดอะไรบ้างต้องแนะนำเขาอย่างไร โครงการนี้ทำให้ผมมีความกล้ามากขึ้น กล้าที่จะพูด กล้าที่จะสื่อสาร กล้าที่จะแนะนำ ผมมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น ผมสามารถเข้าใจถึงบทบาทการเป็นผู้นำในการพัฒนาชุมชนว่ามีความสำคัญอย่างไรและความรู้เหล่านี้สามารถนำไป

ปรับใช้งานได้จริง” ทักษะความรู้ที่โค้ชได้รับสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตของตนเอง จากที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ก็รู้ถึงวิธีการที่จะสร้างรายได้ โดยการเปลี่ยนมาเป็นผู้ขาย แม้จะไม่มีเงินลงทุนทำหน้าร้านเพื่อขายสินค้าก็สามารถขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ได้ ไม่ว่าจะเป็นการขายผ่าน Shopee Lazada หรือ Live ขายผ่านทาง Facebook จากเมื่อก่อนที่เคยคิดว่าการขายสินค้าออนไลน์เป็นเรื่องยากและไม่สามารถทำได้ด้วยตนเอง แต่พอได้รับการอบรมทางด้านอีคอมเมิร์ซ ก็ทำให้โค้ชสามารถนำความรู้มาใช้ขายสินค้าออนไลน์เพื่อเป็นการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับตนเอง เป็นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล ข้อดีอีกอย่างของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการสร้างอาชีพ คือตัวโค้ชเอง ไม่ต้องย้ายเข้าไปทำงานในตัวเมืองหรือเมืองหลวงเพราะสามารถทำงานได้จากที่บ้าน มีโอกาสได้ดูแลคนในครอบครัว ไม่ต้องตื่นนอนเหมือนตอนที่ใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพฯ เรียกว่า **“พลิกวิถีชีวิตให้เป็นโอกาสได้ จากการเข้าร่วมโครงการนี้ครับ”**



04

ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนที่ตนเองเป็นโค้ช

ปัจจุบันโค้ชได้ลงพื้นที่จริงเพื่อปฏิบัติหน้าที่ในถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่มอาชีพทำพานบายศรีพญานาคที่บ้านกำแมด ตำบลวังทอง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งการอบรมได้รับความสนใจจากคนในชุมชนอย่างมาก สมาชิกที่เข้ารับการอบรมมีความตั้งใจและให้ความร่วมมือในการรับความรู้จากโค้ชเป็นอย่างดี มีการถามตอบปัญหาข้อสงสัยระหว่างผู้เข้ารับการอบรมกับโค้ช คำถามจากคนในชุมชนที่ให้



ความสนใจคือ “ถ้าอยากขายของออนไลน์ต้องทำอะไรบ้าง? การถ่ายภาพสินค้าให้น่าสนใจต้องถ่ายแบบไหน? ถ้าอยากมีเพจบุ๊กไว้ลงภาพสินค้าและเพิ่มช่องทางการขายต้องทำยังไง?” ส่วนหน้าที่ของโค้ชที่ต้องทำคือ พูดคุยกับผู้เข้าร่วมอบรมเพื่อนัดหมายเวลาและสถานที่ ที่ทุกคนสะดวกจะเข้าร่วมอบรมและตอบคำถามให้กับคนในชุมชนในเรื่องที่มีปัญหาข้อสงสัย จัดระดมความคิดร่วมกันเพื่อหาเป้าหมายในสิ่งที่คนในชุมชนต้องการพัฒนา โดยได้นำความรู้เกี่ยวกับทักษะการสื่อสารในชุมชน การสอนงาน และการจัดสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ในชุมชน ตามบทบาทหน้าที่ของโค้ชดิจิทัลชุมชน รวมถึงการนำความรู้จากการฝึกปฏิบัติการลงพื้นที่มาปรับใช้กับการทำงานจริงในชุมชน ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีมาก ถึงแม้จะต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 คนในชุมชนก็ยังมีช่องทางการขายสินค้าเพิ่มขึ้น สามารถปรับตัวและหันมาพึ่งพาตนเอง อีกทั้งยังสามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการช่วยขายสินค้าของตนเองได้



05

ความประทับใจในโครงการ

นายณัฐวิทย์ ได้เล่าความประทับใจที่มีต่อโครงการว่า “โครงการนี้ทำให้เกิดเครือข่ายในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง ทำให้คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน จากเมื่อก่อนที่เคยเกิดปัญหาต่าง ๆ เรามักจะรอความช่วยเหลือและหวังพึ่งพาผู้อื่น เฝ้ารอว่าเมื่อไหร่จะมีคนมาช่วยและเมื่อไรสถานการณ์จะดีขึ้น แต่เมื่อคนในชุมชนได้เข้าร่วมโครงการนี้ ความคิดเดิม ๆ ก็เปลี่ยนไป ทำให้คนในชุมชนหันมารวมกลุ่มช่วยเหลือกันและกัน แลกเปลี่ยนวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง และเป็นโครงการที่ช่วยสร้างผู้นำที่แท้จริง ทำให้เราเห็นศักยภาพของตนเองว่าสามารถทำประโยชน์ให้แก่ชุมชนของเราได้ **เราทำได้ เราพึ่งพาตัวเองได้ เราสามารถสร้างเครือข่ายโคชดิจิทัลชุมชนเพื่อพัฒนาชุมชนของเราได้** ความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการอบรมทำให้เรามีความสามารถมากขึ้น มองโลกในมุมมองใหม่ที่กว้างกว่าเดิม มองเห็นวิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้เราอยู่รอดและพัฒนาตนเองได้ในทิศทางที่แตกต่างไปจากเดิม โครงการนี้ทำให้**ผมมีความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนเอง**”



บทวิเคราะห์

ชุมชนกับ

แนวทางอีคอมเมิร์ซ

เรียบเรียงโดย อาจารย์ ดร.ณัชชา ลิ้มปศิรสวรรณ และอาจารย์ จินตนา เข้มประสิทธิ์

บริบทชุมชนไทย 74

ปัญหาและแนวทางแก้ไข 76
เพื่อความยั่งยืนของสินค้าชุมชน

01 บริบทชุมชนไทย

ภูมิปัญญา (Wisdom) เป็นการตกผลึกของความเชื่อ ความรู้ ประสบการณ์ ความสามารถที่สั่งสมมาจากวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิต ผ่านการลองผิดลองถูกของคนในชุมชนจากรุ่นสู่รุ่นมาเป็นระยะเวลายาวนานจนมาถึงปัจจุบัน ในแต่ละชุมชนจะมีภูมิปัญญาที่มีประโยชน์ต่อคนในชุมชน เรียกว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom)” ซึ่งภูมิปัญญาเหล่านั้นจะเป็นชุดความรู้ที่นำไปใช้ในการประกอบอาชีพ นำไปใช้ในการคิดสร้างสรรค์สินค้าและการบริการของคนในชุมชน เป็นการแลกเปลี่ยนกันภายในชุมชนตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียง ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนมีวิถีชีวิตด้วยการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงทำให้เกิดความเป็นปึกแผ่น เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่นยังสามารถสร้างรายได้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชนอีกด้วย



อาชีพเกษตรกรรม เป็นหนึ่งในภูมิปัญญาท้องถิ่นและเป็นอาชีพหลักของคนไทย อาชีพหลักของแต่ละท้องถิ่น แต่ละภูมิภาคนั้น ก็จะมีแตกต่างกันไปตามสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ รวมถึงทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น จึงทำให้สภาพทางเศรษฐกิจในชุมชนนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณของผลผลิตและราคาพืชผลในขณะนั้น ซึ่งปริมาณผลผลิตและราคาพืชผลไม่ค่อยมีความมั่นคงแน่นอนเท่าไร เกษตรกรของประเทศไทยจึงมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยทั้งประเทศประมาณ 74,000 บาทต่อปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรสำรวจข้อมูลปีเพาะปลูก 2561) ทำให้ประเทศไทยประสบปัญหาทางด้านความเหลื่อมล้ำและปัญหาทางด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจอันดับต้น ๆ ของโลก จึงนำมาสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ โดยมีกำหนดแผนงานขึ้นคือแผนงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนเข้มแข็ง โดยมีหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องคือ กรมการพัฒนาชุมชน หน่วยงานดังกล่าวจะมีหน้าที่กำหนดภารกิจในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน



02

ปัญหาและแนวทางแก้ไขเพื่อ ความยั่งยืนของสินค้าชุมชน

เรียบเรียงโดย อาจารย์ ดร. ณัชชา ลิ้มศิริสุวรรณ

หนึ่งในปัญหาหลักของชุมชนในการจำหน่ายสินค้าและบริการคือการ ทำการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันช่องทางการจำหน่ายสินค้าของ ชุมชนมีอย่างจำกัด เช่น การขายผ่านหน้าร้านในชุมชน การขายผ่านพ่อค้าคนกลาง การออกบูธจำหน่ายตามงานนิทรรศการสินค้าชุมชน ซึ่งเป็นช่องทางที่เข้าถึงกลุ่ม ลูกค้าได้อย่างไม่ทั่วถึง จึงส่งผลให้ชุมชนที่มีข้อจำกัดเหล่านี้ไม่ประสบความสำเร็จ ในการขายสินค้าสักเท่าไร จากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีทำให้ผู้คนสามารถติดต่อ สื่อสารถึงกันได้ง่ายขึ้นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และยังมีกรขยายตัวของระบบการขนส่ง สินค้าเพื่อกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึง จึงเป็นโอกาสที่ดีที่คนในชุมชนจะได้รับการพัฒนา ศักยภาพทางการขายสินค้าผ่าน “อีคอมเมิร์ซ (e-commerce)” ด้วยการสนับสนุน จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษา เพื่อทำให้ เศรษฐกิจฐานรากมีความมั่นคงมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในการที่จะทำให้สินค้าของชุมชนประสบความสำเร็จในการทำ อีคอมเมิร์ซได้นั้นขึ้นอยู่กับความพร้อมในการดำเนินงานของชุมชน คณะผู้วิจัยได้จัดแบ่ง กลุ่มชุมชนตามระดับความพร้อม 3 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 ชุมชนที่สินค้าไม่มีเอกลักษณ์และต้องได้รับการพัฒนาตัว สินค้า ชุมชนกลุ่มนี้มีสินค้าเพื่อขายส่งให้พ่อค้าคนกลางเป็นหลัก เช่น มีพ่อค้าคนกลาง สั่งผลิตเพื่อนำไปใส่ตราสินค้าและวางจำหน่ายในหน้าร้านของตนเองหรือชุมชนผลิต เพื่อนำไปฝากขายในตลาด เป็นต้น ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่คือคนในพื้นที่ สินค้าของ ชุมชนในระดับนี้ยังไม่ได้กระจายตลาดไปยังผู้บริโภคในพื้นที่อื่น สินค้าในชุมชนยังไม่มี โลโก้สินค้า ยังไม่มีฉลากอธิบายคุณสมบัติของสินค้าและยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานด้านอีคอมเมิร์ซ เนื่องจาก โลโก้และตราสินค้าจะเป็นปัจจัยในการสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภค ฉลากสินค้าเป็น



การแสดงให้เห็นมาตรฐานของสินค้าชุมชน และบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สามารถ ดึงดูดความสนใจจากลูกค้าและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รวมถึงเป็นปัจจัยในการจัดส่ง สินค้าทางไปรษณีย์ เพราะฉะนั้นชุมชนกลุ่มนี้จึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการส่งเสริม ความรู้ในการพัฒนาตราสินค้าให้มีความน่าสนใจและมีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างความน่าสนใจของสินค้า กระตุ้นความต้องการซื้อและสร้างความจดจำให้ ผู้บริโภคต้องการกลับมาซื้อซ้ำ หลังจากชุมชนได้รับทักษะความรู้ในระดับความพร้อมที่ 1 เรียบร้อยแล้ว ทางชุมชนก็สามารถต่อยอดในการพัฒนาทักษะทางด้านอีคอมเมิร์ซต่อไป

ระดับที่ 2 ชุมชนที่สินค้ามีเอกลักษณ์และต้องรับการพัฒนาทักษะด้านอีคอมเมิร์ซ ชุมชนกลุ่มนี้สามารถออกแบบโลโก้ ออกแบบฉลากสินค้า รวมถึงบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเองได้ ซึ่งอาจใช้ทักษะความสามารถของตนเอง สมาชิกกลุ่มในการออกแบบหรือการได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานที่เข้ามาให้ทักษะความรู้ ส่วนปัญหาหลักสำหรับสินค้าชุมชนกลุ่มนี้คือเรื่องของช่องทางในการจัดจำหน่าย ถึงแม้ว่าหน่วยงานทางภาครัฐจะให้การช่วยเหลือทางด้านนี้ เช่น การตั้งศูนย์จำหน่ายประจำท้องถิ่น การจัดกิจกรรมในท้องถิ่น การจัดงานนิทรรศการระดับภาคหรือประเทศ และการวางจำหน่ายในร้านค้าปลีก เป็นต้น แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้สินค้าของชุมชนเข้าถึงผู้บริโภคในพื้นที่อื่น ๆ ได้อย่างทั่วถึง การช่วยส่งเสริมชุมชนที่มีความพร้อมทางด้านตัวสินค้าอยู่แล้ว ควรได้รับการพัฒนาทักษะทางด้านอีคอมเมิร์ซเพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าของชุมชนเพื่อไปสู่ผู้บริโภคในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ



สำหรับการจัดการความเสี่ยงที่จะตามมาหลังจากชุมชนสามารถขายสินค้าออนไลน์ได้แล้วนั้นคือ การเตรียมความพร้อมให้ชุมชนได้รับทักษะทางการคำนวณ

ต้นทุนและการจัดทำบัญชี และอีกหนึ่งทักษะที่มีความจำเป็นคือการวางแผนการผลิต เพราะถ้าหากสินค้าได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคออนไลน์เป็นไปในทิศทางที่ดี จะส่งผลให้ชุมชนต้องเพิ่มกำลังการผลิตสินค้า และสามารถคำนวณต้นทุนการผลิตให้มีความเหมาะสม จึงจะทำให้ชุมชนสามารถดำเนินการขายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระดับที่ 3 ชุมชนที่สินค้ามีเอกลักษณ์และมีช่องทางขายออนไลน์แต่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ชุมชนกลุ่มนี้ใช้ทักษะทางด้านอีคอมเมิร์ซของตนในการสร้างช่องทางขายสินค้าออนไลน์ได้อย่างดี อาจเป็นทักษะที่เรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งชุมชนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีความรู้พื้นฐานด้านดิจิทัลในระดับที่ดี สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปต่อยอดในการขายสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง กรณีที่ชุมชนได้รับการส่งเสริมทักษะด้านอีคอมเมิร์ซจากหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะมีความรู้พื้นฐานทางด้านดิจิทัลระดับพอใช้ ประกอบกับโครงการส่งเสริมทักษะด้านอีคอมเมิร์ซของหน่วยงานต่าง ๆ มีขอบเขตด้านระยะเวลาดำเนินโครงการ ทำให้หลังสิ้นสุดโครงการเกิดความไม่ต่อเนื่องในการขายสินค้าออนไลน์ของชุมชนซึ่งมาจากหลายสาเหตุ คือ การไม่มีประสบการณ์ขายออนไลน์มาก่อนจึงทำให้เมื่อการดำเนินงานติดขัดก็ล้มเลิกไป เนื่องจากอุปกรณ์ไม่ทันสมัยจึงทำให้ภาพถ่ายไม่สวยงาม ไม่ดึงดูดใจลูกค้า ไม่มีความรู้ด้านการวางแผนการตลาดออนไลน์หรือกลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อปรับใช้ในเหมาะสมกับสถานการณ์ ดังนั้นชุมชนกลุ่มนี้ควรได้รับการติดตามผลการดำเนินงานเพื่อให้การสนับสนุนและช่วยเหลือเป็นระยะ หากมีเครือข่ายโค้ชชุมชนที่เข้มแข็ง เน้นการสร้างโค้ชที่เป็นคนในพื้นที่จะมีส่วนช่วยในการพัฒนาศักยภาพในการขายสินค้าออนไลน์ของชุมชนได้อย่างดีและมหาวิทยาลัยควรเป็นพันธมิตรที่ดีของชุมชนในการจัดโครงการด้านการเรียนการสอนเพื่อให้นักศึกษาแต่ละรุ่นสามารถลงพื้นที่ติดตามและให้การช่วยเหลือชุมชนในทักษะด้านอีคอมเมิร์ซและทักษะที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของชุมชนเพื่อเป็นการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน



ในการส่งเสริมธุรกรรมออนไลน์เพื่อชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงความพร้อมและศักยภาพด้านอีคอมเมิร์ซของชุมชนแต่ละชุมชน จะทำให้การส่งเสริมทักษะที่จำเป็นได้ตรงตามความต้องการของชุมชนและสมาชิก ในชุมชนต้องมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองด้วย เพื่อให้ชุมชน สามารถนำทักษะความรู้ไปใช้ในการต่อยอดการขายสินค้าออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ ที่ดีขึ้น กระบวนการสำคัญในการสร้างความยั่งยืนคือการติดตามผลการดำเนินงาน ด้านอีคอมเมิร์ซเพื่อให้การสนับสนุนและช่วยเหลือชุมชนอย่างเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่า ชุมชนจะมีศักยภาพในการเรียนรู้และพัฒนาการขายสินค้าออนไลน์ได้ด้วยตนเองต่อไป



เสียงสะท้อนจากชุมชน:
**ชุมชนทอผ้าฝ้าย
 ย้อมสีธรรมชาติ
 เหล่าหลวงใต้
 ตำบลวังทอง
 อำเภอบ้านดุง
 จังหวัดอุดรธานี**

เสียงสะท้อนจากชุมชน: 82
 ชุมชนทอผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติเหล่าหลวงใต้
 ตำบลวังทอง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

01

เสียงสะท้อนจากชุมชน: ชุมชนทอผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ เหล่าหลวงใต้ ตำบลวังทอง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือที่เรียกกันสั้น ๆ ว่า “ภาคอีสาน” ภาคอีสานนั้น เป็นแหล่งเพาะปลูกพืชทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม สภาพทางเศรษฐกิจจึงขึ้นอยู่กับปริมาณของผลผลิตและระดับราคาพืชทางเศรษฐกิจในขณะนั้น แต่ด้วยสภาพอากาศที่แห้งแล้ง ปัญหาในการจัดการน้ำ รวมไปถึงปัจจัยต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ปริมาณผลผลิตและผลตอบแทนที่ได้รับมีแนวโน้มที่ลดลงเรื่อย ๆ และในขณะเดียวกันก็ทำให้หนี้ครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น

หลังจากฤดูกาลของการเก็บเกี่ยวแล้วนั้น เป็นช่วงที่เกษตรกรมีเวลาว่างจากการทำอาชีพหลัก และเพื่อเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เกษตรกรจึงเลือกหาอาชีพเสริมเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว อย่างไรก็ตาม อาชีพเสริมก็จะขึ้นอยู่กับว่าในแต่ละพื้นที่นั้นมีทรัพยากรพื้นถิ่นชนิดใดบ้าง ภูมิปัญญาของคนในชุมชนเป็นไปในทิศทางไหน คนในชุมชนมีความถนัดกับงานประเภทใด ซึ่งในแต่ละภูมิภาคก็จะมีอาชีพเสริมที่แตกต่างกันออกไป และอาชีพเสริมที่เป็นที่นิยมอาชีพหนึ่งก็คือการทอผ้า



คุณพวงพยอม เสือแก้ว ประธานกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติเหล่าหลวงใต้ หมู่ 8 ต.วังทอง อ.บ้านดุง จ.อุดรธานี ให้ข้อมูลกับทางคณะผู้วิจัยว่าสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือการทำเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา กรีดยางและตัดอ้อย ส่วนในช่วงนอกเหนือจากฤดูกาลทำเกษตรกรรม ก็ได้มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอาชีพเสริมให้กับคนในชุมชนคือการทอผ้า ในช่วงเริ่มแรกมีสมาชิกในกลุ่มเพียง 15 คนเท่านั้น และในเวลาต่อมา สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา ได้เล็งเห็นคุณค่าและประโยชน์ของการทอผ้า จึงได้ทำการจัดตั้ง ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงในพระตำริ เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพเสริมและมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น

ปัจจุบันกลุ่มทอผ้ามีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 30 คน โดยกิจกรรมหลักของกลุ่มคือการทอผ้าเพื่อส่งให้แก่มูลนิธิ ฅณาฯ เดือนละ 150 ผืน ซึ่งนั่นทำให้ทางกลุ่มทอผ้ามั่นใจได้ว่ามีรายได้ที่มั่นคงแน่นอน นับว่าเป็นการเริ่มต้นที่ดี ส่วนจุดเด่นของผลิตภัณฑ์



ผ้าทอคือการย้อมสีจากวัตถุดิบธรรมชาติจากดอกดาวเรืองที่ผ่านการบูชาปู่ศรีสุทโธ (พญานาคราชแห่งคำชะโนด) ซึ่งเป็นการนำวัตถุดิบที่ต้องทิ้งกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์อีกครั้ง และหลังจากที่ สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภาฯ ได้เสด็จมาติดตามผลการดำเนินงานศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงในพระราชดำริฯ เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2563 ท่านได้พระราชทานชื่อใหม่ให้กับผ้าทอลายพญานาคเป็น “ผ้าพญานาคราช” ยิ่งความปลื้มปิติและกำลังใจให้กับกลุ่มทอผ้าเป็นอย่างยิ่ง

ที่ผ่านมากลุ่มทอผ้าได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีเป็นหน่วยงานที่เข้ามาให้ความรู้และร่วมพัฒนาเทคนิคในการย้อม การทอ และการออกแบบลายผ้าเพื่อให้มีเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรมพื้นถิ่นได้ จนกระทั่งมีโครงการส่งเสริมธุรกรรมออนไลน์เพื่อชุมชน จากทีมวิทยากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานได้เข้ามา

มีส่วนร่วมในการให้ทักษะความรู้และการเพิ่มศักยภาพในการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ให้กับสมาชิกในกลุ่มทอผ้า

ส่วนความรู้ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของสมาชิกในกลุ่มทอผ้านั้น ก่อนจะมีทีมวิทยากรเข้ามาให้การอบรม ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของสมาชิกในกลุ่มทอผ้าอยู่ในระดับพื้นฐานคือสามารถใช้งานโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนได้ แอปพลิเคชันที่ใช้ในชีวิตประจำวันคือ Facebook และ Line เพื่อการติดต่อสื่อสารกับคนรู้จัก และใช้เป็นช่องทางรับข้อมูลข่าวสารประจำวัน นอกจากนี้สมาชิกในกลุ่มทอผายังใช้ YouTube เพื่อเป็นช่องทางในการฟังธรรมะและสื่อบันเทิงอื่น ๆ อีกด้วย แต่ยังไม่มีความสามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลเหล่านี้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการต่อยอดทางธุรกิจให้กับกลุ่มทอผ้าได้

คุณพวงพะยอม เล่าถึงความประทับใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมธุรกรรมออนไลน์เพื่อชุมชน “โครงการนี้เป็นโครงการที่ดีมาก เป็นโครงการที่ช่วยให้สมาชิกในกลุ่มทอผ้าได้รับทักษะความรู้ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งช่องทางเดิมในการสร้างรายได้นั้น เป็นการผลิตเพื่อส่งสินค้าให้กับมูลนิธิ ฌณาฯ และจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวที่แวะเวียนเข้ามาในชุมชนเท่านั้น ทีมวิทยากรจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรียังช่วยแนะนำและแก้ปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ที่ติดขัด ซึ่งทำให้สมาชิกในกลุ่มทอผ้ามีความเข้าใจได้รับความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป”

ปัจจุบันกลุ่มทอผ้าได้รับข้อมูลความรู้ในเรื่องการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในการใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งจากการถ่ายทอดความรู้ของโค้ชสามารถทำให้สมาชิกกลุ่มได้สร้างช่องทางจำหน่ายสินค้าของกลุ่มผ่านทาง Facebook Fanpage ซึ่งเป็นช่องทางที่สมาชิกมีความถนัดมากกว่าช่องทางอื่น ๆ โดยการนำเสนอขายสินค้าจะเน้นการโพสต์รูปสินค้า ซึ่งเป็นความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดด้านเทคนิคการถ่ายภาพให้สวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และทำการทดลอง Live ขายสินค้าบนเพจอีกทักษะหนึ่งที่คุณพวงพะยอมเห็นว่าเป็นประโยชน์กับการดำเนินงานของกลุ่มอย่างมากคือ ทักษะทางด้านการคำนวณต้นทุนสินค้า เนื่องจากการดำเนินงานของกลุ่มที่ผ่านมายังไม่เคยคำนวณถึงต้นทุนสินค้า ทักษะความรู้นี้จึงเป็นความรู้ชุดใหม่ที่เป็นประโยชน์อย่างมากในการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมและนำไปสู่การจัดทำบัญชีเบื้องต้นต่อไป



“ การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ เป็นโอกาสใน การต่อยอดธุรกิจให้ไปได้ไกลยิ่งขึ้น ”



กรณีศึกษา ชุมชนคัดสรร

- ชุมชนที่ 1: 90
กลุ่มสหกรณ์การเกษตรพืชผักอินทรีย์หนองสนิก
- ชุมชนที่ 2: 93
กลุ่มแปรรูปข้าวบ้านสูงเนิน
- ชุมชนที่ 3: 96
วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ฟุ้งพันธุ์สารภี เชียงใหม่แลนด์
- ชุมชนที่ 4: 99
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า บ้านดอนไชย
- ชุมชนที่ 5: 102
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ
- ชุมชนที่ 6: 105
กลุ่มขนมกรอบเค็มแม่ลิวัลย์
- ชุมชนที่ 7: 108
ชุมชนโรงคาม กุฎีจัน
- ชุมชนที่ 8: 111
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมใจนิก

ชุมชนที่ 1

กลุ่มสหกรณ์การเกษตร พืชผักอินทรีย์หนองสนิท



ผลิตภัณฑ์หลัก: ผักอินทรีย์

พื้นที่ที่ตั้ง: บ้านสำโรง หมู่ 3 ตำบลหนองสนิท อำเภोजอมพระ จังหวัดสุรินทร์

ผู้นำกลุ่ม: นายໂໝຶທ ແສວສຸຂ

🔍 บริบทชุมชน

อาชีพหลักของสมาชิกในชุมชนคือการทำนา ยามว่างเว้นจากฤดูเก็บเกี่ยวสมาชิกจะปลูกพืชผักอินทรีย์เป็นอาชีพเสริม นำมาสู่การจัดตั้งกลุ่มสหกรณ์การเกษตรพืชผักอินทรีย์หนองสนิท ซึ่งมีจำนวนสมาชิกในกลุ่มประมาณ 80 คน โดยพืชผักอินทรีย์ที่ทางกลุ่มได้ลงมือลงแรงปลูก อาทิ กวางตุ้ง คะน้า ขึ้นฉ่าย ผักชี ต้นหอม ผักบุ้ง

ฟักทอง ฟักเขียว ผักกาดขาว และผักพื้นบ้านต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อจัดจำหน่ายภายใต้ชื่อตราสินค้า “หนองสนิท”

⚠️ ปัญหาและความต้องการการช่วยเหลือ

ทางกลุ่มได้พยายามเพิ่มช่องทางในการขายสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook Fanpage ชื่อ “สหกรณ์การเกษตรพืชผักอินทรีย์หนองสนิท จำกัด” เนื้อหาส่วนใหญ่เน้นการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของกลุ่มและการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ และสิ่งที่สมาชิกในกลุ่มอยากเรียนรู้เพิ่มเติมคือการทำอีคอมเมิร์ซในการเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคออนไลน์ รวมถึงอยากเรียนรู้ช่องทางออนไลน์อื่น ๆ เช่น Shopee และ Lazada เป็นต้น โดยหากสินค้าได้รับการตอบรับในทิศทางที่ดีทางกลุ่มก็พร้อมนำเสนอรูปแบบในการขนส่งแบบห้องเย็นเพื่อรักษาความสดใหม่ให้ถึงมือลูกค้า

🎯ภารกิจของโค้ช

เนื่องจากชุมชนมีความถนัดในการใช้ช่องทางเดิมผ่าน Facebook Fanpage มากกว่าช่องทางอื่น ๆ จึงเน้นความรู้ด้านการจัดทำเนื้อหาเพื่อส่งเสริมการขายบนเพจของชุมชน ได้แก่ การสอนเทคนิคการถ่ายภาพสินค้าและการแต่งภาพ การโพสต์เนื้อหาเพื่อดึงดูดความสนใจ การถ่ายคลิปและตัดต่อวิดีโอและการไลฟ์สดขายสินค้า แม้ว่าโค้ชจะพบปัญหาระหว่างการถ่ายทอดในเรื่องการจดจำเนื้อหาและความล่าช้าในการเรียนรู้เนื่องจากสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ก็สามารถจัดการปัญหาโดยการให้สมาชิกได้ทดลองทำบ่อย ๆ ในเนื้อหาที่แต่ละคนมีความถนัด รวมถึงให้สมาชิกในกลุ่มที่สามารถเรียนรู้ได้เร็ว ช่วยทบทวนความรู้ให้แก่สมาชิกคนอื่น ๆ ในระหว่างที่โค้ชไม่ได้ลงพื้นที่

✔️ ผลลัพธ์จากการพัฒนาด้านอีคอมเมิร์ซ

สมาชิกกลุ่มมีทักษะในการถ่ายภาพและตกแต่งที่สวยงามดึงดูดความสนใจได้ดีขึ้น และสามารถติดต่อคลิวิดิโอได้ด้วยโปรแกรม Canature ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ใช้งานง่าย ทำให้ชุมชนสามารถผลิตสื่อเพื่อประกอบการเสนอขายสินค้าให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยคาดว่า การเสนอเนื้อหาในรูปแบบใหม่จะสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคออนไลน์ในพื้นที่ต่าง ๆ ทุกภูมิภาคของประเทศได้ ซึ่งจะนำมาสู่การเพิ่มยอดขาย ในการขายผักอินทรีย์ของทางกลุ่มสหกรณ์การเกษตรพืชผักอินทรีย์หนองสนธิ ทำให้ชุมชนมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจมากขึ้น สามารถยืนหยัดพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน



ชุมชนที่ 2

กลุ่มแปรรูปข้าวบ้านสูงเนิน



ผลิตภัณฑ์หลัก: ข้าวกล้องงอกไรซ์เบอร์รี่ “ตรา ตาเตี้ย”

พื้นที่ที่ตั้ง: 12/1 ม.8 บ้านสูงเนิน ตำบลนิคมน้ำอูน อำเภอนิคมน้ำอูน จังหวัดสกลนคร

ผู้นำกลุ่ม: นายภฤชญา อาจทุมมา

🔍 บริบทชุมชน

“รากเหง้ามีไว้ให้ค้นหา ภูมิปัญญาไว้ให้สืบทอด องค์กรความรู้จะมีคุณค่ามากพอเมื่อสานต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย” จากเดิมที่ชาวบ้านในชุมชนมีการทำนาแบบดั้งเดิม โดยใช้แรงงานคนทั้งดำนา หาดกล้า และเกี่ยวข้าว ใช้ปุ๋ยเคมี ทำให้ผลผลิตที่ได้เมื่อ

ทำการเปรียบเทียบกับต้นทุนแล้วขาดทุนอย่างต่อเนื่องมาหลายปี และเมื่อปี 2558 ได้รับการศึกษาดูงานอบรมและพัฒนาเกี่ยวกับการทำเกษตรแบบอินทรีย์ รวมถึงเรื่องของป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง และนั่นคือจุดเริ่มต้นที่ทำให้ทางกลุ่มได้มีการเรียนรู้อย่างถูกต้องและนำมาต่อยอดเป็นการปลูกข้าวแบบอินทรีย์โดยใช้ปุ๋ยคอก

❗ ปัญหาและความต้องการการช่วยเหลือ

คุณวนิดา อางทุมมา สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวบ้านสูงเงิน กล่าวว่า “กลุ่มเราต่อยอดจากข้าว “ตาเตี้ย” จากข้าวไรซ์เบอร์รี่ ผลิตข้าวเพื่อกินในครอบครัว และขายออกสู่โลกภายนอก ปกติเราขายกันเองในหมู่บ้านบ้าง งานแสดงสินค้าระดับจังหวัดบ้าง เรามีข้าวหอมมะลิ 105 ข้าวเหนียว กข 6 ข้าวกล้องงอกไรซ์เบอร์รี่ และวางแผนผลิตข้าวสังข์หยด แต่เรายังไม่ได้ขายออนไลน์ ซึ่งคิดว่าน่าจะยุ่งยากพอสมควร”

🎯 ภารกิจของโค้ช

จากห้องอบรมสู่การปฏิบัติจริง พวกเราเริ่มที่จะเข้าไปในชุมชนแนะนำตัว และถ่ายทอดความรู้เป็นลำดับขั้น เช่น เทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างไรกับสินค้าชุมชน การคิดต้นทุนสินค้าอย่างง่ายเพื่อให้ชุมชนได้เข้าใจว่าต้นทุนกับราคาขายเหมาะสมกันหรือไม่ทำไมขายได้แต่ไม่เห็นกำไร จากนั้นเราเริ่มนำเอาอุปกรณ์ที่มีอยู่ เช่น โน้ตบุ๊ก โปรเจคเตอร์ ไปฉายเพื่อให้ชุมชนได้เห็นภาพมากขึ้น และทำตามได้ตรงจุด และพูดถึงในเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบภาพว่าทำอย่างไรให้สมดุลกัน และแนะนำแอปพลิเคชันในการแต่งสีสันทันทีให้เป็นที่น่าดึงดูดใจลูกค้า จากนั้นต่อด้วยการถ่ายทอดความรู้ในเรื่องของการเปิดช่องทางการขายในแอป Shopee ซึ่งชุมชนได้ให้การตอบรับที่ดี



✅ ผลลัพธ์จากการพัฒนาด้านอีคอมเมิร์ซ

ผลลัพธ์จากการถ่ายทอดความรู้ คือความสุขที่ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน จากเดิมที่ชุมชนมีการขายโดยการออกร้านทั่วไปในพื้นที่ ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้นจากโค้ชในเรื่องการนำเสนอสินค้าขึ้นวางขายบน Shopee การถ่ายภาพสินค้า การตกแต่งรูปภาพเบื้องต้น การใส่รายละเอียดสินค้า ทำให้มีช่องทางจำหน่ายมากขึ้น



ชุมชนที่ 3

วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ ผึ้งพันธุ์สารภี เชียงใหม่แลนด์



ผลิตภัณฑ์หลัก: น้ำผึ้งแท้ Honey Dee

พื้นที่ที่ตั้ง: 108 หมู่ที่ 4 ซอยช่างเคิ่ง 14/2 ถนนเชียงใหม่-ลำพูน
ตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

ผู้นำกลุ่ม: คุณณัฐญา ถิ่นธรรม

🔍 บริบทชุมชน

วิถีชุมชนในพื้นที่อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ มีอาชีพหลักได้แก่ การเลี้ยงผึ้งพันธุ์ ส่วนอาชีพเสริมคือการปลูกสินค้าการเกษตรอื่น ๆ โดยเฉพาะการปลูกลำไย ซึ่งมีประโยชน์ทั้งต่อการเลี้ยงผึ้งและการเก็บผลผลิตลำไยออกจำหน่าย โดยแต่ละครอบครัวมี

สมาชิกสืบทอดการทำฟาร์มผึ้ง โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผึ้งและน้ำผึ้งดอกลำไยบริสุทธิ์แท้ 100% ภายใต้ชื่อตราสินค้า “Honey Dee” โดดเด่นเรื่องความบริสุทธิ์ เพราะเลี้ยงแบบเกษตรอินทรีย์

⚠️ ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

แม้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ผึ้งพันธุ์สารภีจะมีความเข้มแข็ง แต่ยังคงต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำอีคอมเมิร์ซในการเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคออนไลน์ โดยเฉพาะการสร้างเนื้อหาในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ การถ่ายภาพให้ผลิตภัณฑ์สวยงาม และการ Live ขายสินค้า จึงอยากให้ได้ชมถ่ายทอดความรู้และทักษะในเรื่องดังกล่าว

🎯 ภารกิจของโค้ช

ปัญหาชุมชนได้รับการตอบสนองจากทีมโค้ชในการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับช่องทางออนไลน์ การสร้าง Content เทคนิคการถ่ายภาพ โดยเฉพาะชุมชนมีความตื่นตัวในการเรียนรู้วิธีการ Live สดขายสินค้าผ่านทาง Facebook โดยทางทีมงานได้อธิบายขั้นตอนการเตรียมการ Live และวิธีการ Live ให้แก่วิสาหกิจชุมชน ซึ่งในปัจจุบันวิธีการ Live ได้รับความนิยมและสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างรวดเร็ว



✓ ผลลัพธ์จากการพัฒนาด้านอีคอมเมิร์ซ

ความรู้ที่เพิ่มพูนจากความมุ่งมั่นในการทำหน้าที่ของโค้ชทำให้สมาชิกกลุ่มมีทักษะในการสร้าง Content การถ่ายภาพ สำหรับทักษะการ Live ซึ่งชุมชนยังไม่ชำนาญพอ ต้องมั่นฝึกทักษะด้านนี้เพื่อให้สามารถ Live ขายสินค้าได้เองในอนาคตอย่างชำนาญ นอกจากนี้ และทีมโค้ชได้นำเสนอโครงการดี ๆ กับทางกลุ่มในการเข้าร่วมโครงการ Multi-Brands Store ยกร้าน Online สู่ On Shelves โดยคาดว่าจะประชาสัมพันธ์เพจ “น้ำผึ้งแท้ Honey Dee” ให้แก่ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าหน้าร้านอีกทางหนึ่ง



ชุมชนที่ 4

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าบ้านดอนไชย



ผลิตภัณฑ์หลัก: ผ้าทอ

พื้นที่ที่ตั้ง: 85 ศูนย์ไทลื้อบ้านดอนไชย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน

ผู้นำกลุ่ม: จิรภัทร์ ช่างเหล็ก

🔍 บริบทชุมชน

ชุมชนบ้านดอนไชยมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทอผ้าเพื่อใช้เองภายในครัวเรือนจนกระทั่งปี พ.ศ. 2525 มีหน่วยงานสมาคมไทยพ่ายพสนใจในผลงานผ้าทอของทางชุมชนจึงสั่งผลิตในปริมาณมาก ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการรวมกลุ่มจนถึงปัจจุบันและได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานเป็นสินค้า OTOP ระดับ 4-5 ดาว จุดเด่นของผ้าทอคือลายไทลื้อดั้งเดิมที่ประณีตมีเอกลักษณ์ ผ่านกระบวนการย้อมด้วยสีธรรมชาติจากเปลือกไม้

❗ ปัญหาและความต้องการการช่วยเหลือ

กลุ่มทอผ้าบ้านดอนไชยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 เป็นอย่างมาก ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวและซื้อสินค้าของชุมชน ส่งผลให้ร้านค้าของชุมชนต้องปิดชั่วคราว โดย คุณจิรภัทร์ ช่างเหล็ก หัวหน้ากลุ่ม ได้มีการปรับตัวเพื่อการขายออนไลน์ในเบื้องต้น โดยการโพสต์ขายสินค้าใน Facebook ส่วนตัว แต่ก็ยังไม่สามารถกระตุ้นยอดขายได้เท่าใดนัก เนื่องจากการนำเสนอสินค้ายังไม่เป็นที่น่าสนใจในการดึงดูดลูกค้าออนไลน์

🎯 ภารกิจของโค้ช

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ลงทีมโค้ชลงพื้นที่เพื่อนำเทคนิควิธีการถ่ายภาพสินค้าให้สวยงาม การสร้างเพจ การเขียนเรื่องราว Content ที่น่าสนใจ และวิธีการไลฟ์ขายสินค้า โดยเน้นให้สมาชิกกลุ่มลงมือฝึกปฏิบัติจริงเพื่อให้เกิดความชำนาญ



✅ ผลลัพธ์จากการพัฒนาด้านอีคอมเมิร์ซ

ผลจากการลงมือปฏิบัติของสมาชิกกลุ่ม ทำให้ช่องทาง Facebook Fanpage ในชื่อ “ศูนย์จำหน่ายผ้าทอไทลื้อ บ้านดอนไชย ปัว” มีผู้กดติดตามแล้วกว่า 100 คน ประกอบกับชุมชนสามารถ Live ขายสินค้าได้ ทำให้เพจมีความน่าสนใจ ขยายกลุ่มคนที่ได้เห็นสินค้าของทางกลุ่มเป็นจำนวนมากยิ่งขึ้น ทำให้ทางกลุ่มมีความมั่นใจว่าช่องทางการขายออนไลน์จะเป็นทางออกที่สำคัญในการช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าในท่ามกลางสถานการณ์วิกฤตินี้ได้อย่างแน่นอน



ชุมชนที่ 5

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ ล้านนาวัตศรีสุพรรณ



ผลิตภัณฑ์หลัก: เครื่องประดับเงินแท้

พื้นที่ที่ตั้ง: 100 วัตศรีสุพรรณ ถนนวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้นำกลุ่ม: คุณจุฬาร กลินหอม

🔍 บริบทชุมชน

บรรพบุรุษของชาวชุมชนแห่งนี้มีถิ่นฐานอยู่ในหมู่บ้านหัตถกรรมเครื่องเงิน “จัว
ลาย” (จัว เป็นภาษาถิ่นหมายถึง วัว) แขวงเมืองป่าน แถบลุ่มแม่น้ำสาละวิน ก่อนจะถูก
กวาดต้อนมาลงหลักปักฐานบริเวณวัดหมื่นสารและวัตศรีสุพรรณ พร้อมก่อตั้งชุมชนซึ่ง

อ้างอิงจากชื่อเดิมว่า “วัวลาย” ผลิตภัณฑ์ขึ้นชื่อของชุมชนคือสลุงและขันเงินมีความ
ประณีต และลวดลายวิจิตรบรรจงหลากหลาย โดยหมู่บ้านได้รับรางวัลหมู่บ้านท่องเที่ยว
นวัตวิถีที่ 1 ของภาคเหนือ ผลิตภัณฑ์ OTOP 5 ดาว และชุมชนคุณธรรมดีเด่น

⚠️ ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

โดยปกติทางกลุ่มจำหน่ายสินค้าผ่านถนนคนเดินวันเสาร์ให้นักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ แต่เมื่อเผชิญสถานการณ์โควิด-19 ทำให้
กลุ่มขาดรายได้อย่างหนัก ถึงแม้ทางกลุ่มจะมี Facebook Fanpage อยู่แล้วแต่สมาชิก
ในกลุ่มแต่ละคนอยากสร้างช่องทางขายสินค้าผ่าน Facebook ของตนเอง จึงอยากให้
ทีมได้เข้ามาถ่ายทอดความรู้และทักษะด้านอีคอมเมิร์ซเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการขายสินค้า
ออนไลน์ทั้งทาง Facebook และเว็บไซต์

🎯 ภารกิจของโค้ช

หลังจากที่ทีมได้ขอรอบถึงปัญหาและความต้องการของกลุ่มแล้ว จึงได้ออกแบบ
เนื้อหาโดยเน้นความรู้เกี่ยวกับช่องทางออนไลน์ การปรับปรุง Facebook Fanpage
ของวิสาหกิจชุมชนให้น่าดึงดูด การสร้าง Facebook ส่วนตัวของผู้ประกอบการที่จำหน่าย
สินค้าที่แตกต่างจากสินค้าของกลุ่ม รวมถึงแนะนำการสร้าง Website เพื่อกระจาย
ช่องทางจัดจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า



ชุมชนที่ 6

กลุ่มขนมกรอบเค็มแม่ลิวัลย์



✓ ผลลัพธ์จากการพัฒนาด้านอีคอมเมิร์ซ



สมาชิกกลุ่มที่ได้รับการถ่ายทอดทุกคนสามารถสร้างเพจของตนเองได้ รวมถึงทักษะที่จำเป็นสำหรับการโพสต์ขายสินค้า ได้แก่ การถ่ายภาพ การตกแต่งภาพให้สวยงาม รวมถึงการโพสต์สินค้าในรูปแบบคลิปวิดีโอ ทำให้สมาชิกกลุ่มมีช่องทางขายสินค้าออนไลน์ของตนเองเป็นการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์หลัก: ขนมกรอบเค็ม

พื้นที่ที่ตั้ง: 33/259 ม.14 ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ผู้นำกลุ่ม: นางมลิลวัลย์ ไพบุลย์ศิลป์

🔍 บริบทชุมชน

กลุ่มผู้ผลิตขนมกรอบเค็ม ชุมชนบางแก้ว เดิมที่เป็นธุรกิจเคีอญาติและครอบครัวดำเนินการมาแล้วกว่า 30 ปี เดิมมีรูปแบบการขายโดยส่งตามร้านค้าต่าง ๆ และรับออเดอร์ลูกค้าที่โทรสั่ง ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่คือคนในชุมชนละแวกใกล้เคียง จุดเด่นของผลิตภัณฑ์คือเป็นขนมกรอบเค็มสูตรโบราณที่มีรสชาติอร่อยและมีขั้นตอน



การผลิตที่ละเอียดประณีต โดยน้ำตาลโรยขนมจะไม่เหนียวติดฟัน และตัวขนมไม่แข็ง กระด้าง คนชราอายุ 90 ปีก็สามารถรับประทานได้ จำหน่ายในราคา 40 บาท

❗ ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

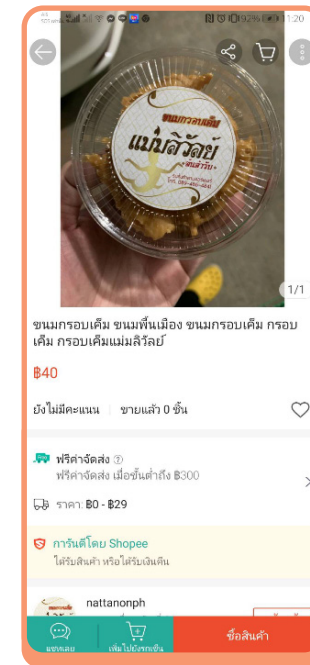
เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเน้นจำหน่ายคนในพื้นที่ที่สามารถเดินทางมาซื้อสินค้าที่มีวางจำหน่ายที่หน้าร้านเองได้ ประกอบกับสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 65 ปี ดังนั้นการเรียนรู้รูปแบบการขายออนไลน์ด้วยตนเองจึงค่อนข้างเป็นอุปสรรคสำคัญ ซึ่งทางกลุ่มมีความต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของตนเป็นที่รู้จักในวงกว้างโดยการทำการตลาดแบบออนไลน์ จึงเป็นหน้าที่ของโค้ชจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังในการลงพื้นที่ไปถ่ายทอดความรู้ที่จำเป็น

🎯 ภารกิจของโค้ช

ทีมโค้ชได้แนะนำช่องทางออนไลน์ที่ใช้งานง่ายอย่าง Shopee โดยมีการทำคู่มือวิธีการขายออนไลน์บน Shopee อย่างง่ายให้สมาชิกกลุ่ม และได้ทำการสอนการใช้งานแอปพลิเคชัน พร้อมให้เบอร์ติดต่อเพื่อสอบถามกรณีเกิดปัญหาการใช้งาน นอกจากนี้ยังช่วยแนะนำคนออกแบปโลโก้สินค้าให้กับกลุ่มผู้ผลิตขนมกรอบเค็มให้เป็นที่น่าสนใจอีกด้วย

✅ ผลลัพธ์จากการพัฒนาด้านอีคอมเมิร์ซ

กลุ่มผู้ผลิตขนมกรอบเค็ม ได้สร้างแบรนด์สินค้าและมีโลโก้ “ขนมกรอบเค็มแม่ลิวัลย์” และได้ทำการสร้างช่องทางการขายขนมกรอบเค็มบน Shopee แล้ว โดยทางกลุ่มคาดหวังว่าจะมีกลุ่มลูกค้าในวงกว้างขึ้นจากช่องทางการตลาดออนไลน์ดังกล่าว



ชุมชนที่ 7

ชุมชนโรงคราม กุฎีจีน



- ผลิตภัณฑ์หลัก:** เครื่องนุ่งห่ม และอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจากผ้ามัดย้อม
- พื้นที่ที่ตั้ง:** ณ ศูนย์การเรียนรู้ตามอัครยาชัย ชุมชนโรงคราม ถนนเทศบาล สาย 2 ตำบลวัดกัลยาณ์ อำเภอธนบุรี กรุงเทพมหานคร
- ผู้นำกลุ่ม:** คุณกัลยา ใจกลัด

🔍 บริบทชุมชน

การทำผ้าย้อม เป็นภูมิปัญญาของชุมชนโรงครามในอดีต โดยใช้ธรรมชาติจากครามผสมน้ำ จึงเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมที่ปราศจากสารเคมี ในปัจจุบันภูมิปัญญา ย้อมครามนั้นวันมีแต่จะเลือนหายไปจากชุมชนโรงคราม เนื่องจากคนเฒ่าคนแก่ผู้สานต่อ ภูมิปัญญาก็ล้มหายตายจากไปจากชุมชน “คุณกัลยา” เป็นผู้สานต่อตำนานการย้อมคราม ที่ชุมชนแต่อาจไม่ได้ใช้วิธีการย้อมธรรมชาติเหมือนเดิม เนื่องจากวัตถุดิบหายากและมี

ราคาแพง อย่างไรก็ตาม คุณกัลยา กำลังเพาะพันธุ์ต้นครามเพื่อที่ในอนาคตชุมชน โรงครามจะกลับมามีชื่อเสียงในการย้อมครามธรรมชาติอีกครั้ง

⚠️ ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือ

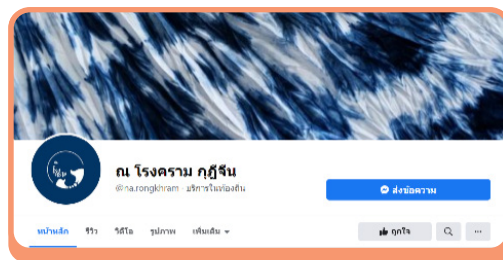
การย้อมครามเป็นอาชีพที่ห่างไกลจากวิถีของคนรุ่นใหม่ ทำให้สมาชิกกลุ่ม เป็นผู้ที่ค่อนข้างมีอายุ ซึ่งมีข้อจำกัดในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการขายสินค้า ประกอบ กับลวดลายผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีเอกลักษณ์ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณย้อมครามเป็นสินค้าที่ ไม่ทันสมัยดูเชย ซึ่งจะเป็นปัญหาในการนำเสนอสินค้าเพื่อจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

🎯 ภารกิจของโค้ช

ทีมโค้ชได้ลงพื้นที่หลังจากสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19 คลี่คลายขึ้นเพื่อ แก้ปัญหาให้แก่ชุมชน โดยเล็งเห็นว่าสินค้าที่มีเอกลักษณ์และมีความทันสมัยจะสร้าง โอกาสในการขายออนไลน์ได้ดี จึงแนะนำการสร้างเรื่องราวจากลวดลายผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่า ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ การยกระดับตราสินค้า (Rebranding) ให้ทันสมัยขึ้นเพื่อเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายที่อายุน้อย การแนะนำช่องทางขายออนไลน์ โดยยกตัวอย่างการขาย ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย และวิธีการโพสต์ภาพให้น่าสนใจ

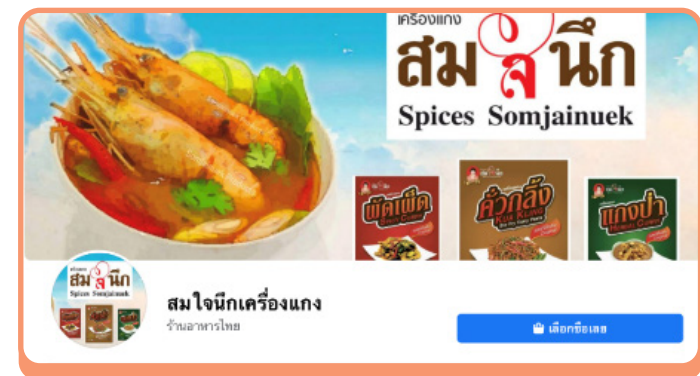
✓ ผลลัพธ์จากการพัฒนาด้านอีคอมเมิร์ซ

ชุมชนโรงคราม กุฎีจิ้น มีช่องทางออนไลน์ในการเสนอขายสินค้าใหม่ผ่าน Facebook Fanpage “ณ โรงคราม กุฎีจิ้น” ที่มีการรีแบรนด์ตั้งให้ทันสมัยกว่าโลโก้ที่ชุมชนใช้อยู่เดิม รวมถึงได้ภาพถ่ายสวย ๆ เพื่อโพสต์ขาย รวมถึงการสร้างเรื่องราวผ่านลวดลายผ้าให้น่าใจ



ชุมชนที่ 8

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เครื่องแกงสมใจนึก



ผลิตภัณฑ์หลัก: เครื่องแกงสมใจนึก

พื้นที่ที่ตั้ง: ตำบลสะเดา อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ผู้นำกลุ่ม: นางสาวสารณี อิศโร

🔍 บริบทชุมชน

จุดเริ่มต้นของการผลิตเครื่องแกง ภายใต้ชื่อ “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมใจนึก” ที่มีคุณสารณี อิศโร เป็นผู้เริ่มก่อตั้ง มีสมาชิกกลุ่มเป็นเพื่อนบ้านในท้องถิ่น

ที่ประกอบอาชีพเกษตรกร และค้าขาย ซึ่งมีความต้องการหารายได้เสริม โดยคุณสารภี มีร้านอาหารที่มีชื่อเสียงโด่งดังในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ต่างพากันถามถึงเครื่องแกงเพื่อขอซื้อกลับไปประกอบอาหารที่บ้าน จึงได้ริเริ่มทำเครื่องแกงขายคู่กับร้านอาหารตั้งแต่ปี 2547

❗ ปัญหาและความต้องการการช่วยเหลือ

สินค้าของชุมชนมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายทั้งร้านค้าปลีกในประเทศ รวมถึงส่งออกต่างประเทศ แต่เนื่องด้วยวิกฤตการณ์โควิด-19 ทำให้ทางกลุ่มชะลอการส่งออก จึงมีแนวคิดและได้เปิดการขายเครื่องแกงสมใจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ เพชบุ๊กแฟนเพจ “สมใจนี้เครื่องแกง” และไลน์ โดยคุณสารภี เล่าถึงปัญหาในการทำการตลาดบนช่องทางออนไลน์ว่า “เรายังขาดความชำนาญในเรื่องการสร้าง Content ยังไงให้ดี ให้ถูกใจลูกค้าทั้งบนเว็บไซต์ และเพชบุ๊กเพจ” “เราถ่ายรูปยังไม่สวย และเทคโนโลยีก็ไม่ค่อยเชี่ยวชาญเท่าไร”

🎯 ภารกิจของโค้ช

จากปัญหาและความต้องการทำให้ทีมโค้ชเข้าไปถ่ายทอดความรู้ด้านดิจิทัลกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ เช่น การเพิ่มช่องทางออนไลน์ การสร้าง Content ให้น่าสนใจโดยใช้เทคนิคการถ่ายภาพ การจัดทำสื่อวีดิทัศน์ การใช้คำพูดอย่างเหมาะสม โดยอบรมผ่านโปรแกรมประชุมออนไลน์ อีกทั้งยังลงพื้นที่ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงาน พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแก่วิสาหกิจชุมชนผ่านทางโทรศัพท์อีกทางหนึ่ง

✅ ผลลัพธ์จากการพัฒนาด้านอีคอมเมิร์ซ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมใจนี้ สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการดำเนินการขาย อีกทั้งยังสามารถขยายช่องทางการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ โดยพัฒนาร้านค้าออนไลน์ลงใน Platform Shopee และพัฒนา Content ทั้งบนเพจ Facebook Line และอีกหนึ่งแอปพลิเคชันยอดนิยมในปัจจุบันอย่าง Tiktok ให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถดึงดูดและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของวิสาหกิจได้ดียิ่งขึ้น



สแกน QR Code เพื่อไปยังร้านค้าออนไลน์



f สหกรณ์
การเกษตร
พืชผักอินทรีย์
หนองสนิก
จำกัถ



g กลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนแปรรูปข้าว
บ้านสูงเนิน



f น้ำผึ้งแท้
Honey Dee



f ศูนย์จำหน่ายผ้า
ทอไถลื้อ บ้าน
ดอนไชย ปีว



f วิสาหกิจชุมชน
วัดศรีสุพรรณ



g ขนมหกรอบเค็ม
แม่ลิวัลย์



f ณ โรงคราม
กุฎิจีน



f สมใจนิก
เครื่องแกง

ข้อมูล ณ วันที่ 15 มีนาคม 2564



ถอดบทเรียน:

สินค้าออนไลน์ จากชุมชน สู่คนไทย

เรียบเรียงโดย จินตนา เข้มประสิทธิ์

ถอดบทเรียน : “แนวทางสินค้าออนไลน์: 116
จากชุมชนสู่คนไทย”

โครงการนี้มีความแตกต่างอย่างไร 118

หลักสูตรสำคัญเพียงใด 119

การจัดอบรมให้บรรลุเป้าหมาย 121

โคชดิจิทัลรุ่นแรก 123

ชุมชนกับความต้องการความช่วยเหลือ 125

เราได้อะไรจากโครงการ 126

01

ถอดบทเรียน :

“แนวทางสินค้าออนไลน์: จากชุมชนสู่คนไทย”

จากโครงการศึกษาวิจัยและพัฒนาโมเดลการพัฒนาอีคอมเมิร์ซและการพัฒนา ศักยภาพชุมชนด้วยอีคอมเมิร์ซ เป็นโครงการที่ประสานความร่วมมือระหว่างสถาบัน การศึกษา 4 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ร่วมกับ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ภายใต้ การสนับสนุนของมูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย จัดการ ถ่ายทอดความรู้แนวทางการขายสินค้าออนไลน์ในรูปแบบของการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อบ่มเพาะกำลังคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถด้านดิจิทัลเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ได้เป็น กำลังสำคัญในการช่วยเหลือและผลักดันให้ชุมชนที่มีสินค้าแต่ขาดทักษะในการขาย สินค้าออนไลน์ ให้สามารถนำสินค้าขึ้นขายออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้อย่าง เหมาะสม

ย้อนกลับไปก่อนเริ่มโครงการฯ ทีมงานได้รับโจทย์จากทาง สพธอ. มาว่า จะจัดโครงการเพื่อนำสินค้าชุมชนขึ้นขายออนไลน์ โดยเราต้องฟังโจทย์ครั้งแรกก็รู้สึกว่

โครงการแบบนี้มีอยู่มากมายทั้งจากทางภาครัฐ และเอกชนไม่ใช่เรื่องใหม่อะไร แต่เมื่อ เราทราบรายละเอียดของโครงการนี้พบว่ารูปแบบการดำเนินงานไม่เหมือนโครงการเดิม ๆ ที่เราเคยทำหรือเคยได้ยิน



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระบิล พันภัย
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



02 โครงการนี้ มีความแตกต่างอย่างไร

โครงการนี้คำนึงถึงผลลัพธ์ของการดำเนินงานเป็นสำคัญ เนื่องจากปัญหาในการจัดอบรมรูปแบบเดิม ที่นำผู้ประกอบการชุมชนมาเข้าอบรมการขายสินค้าออนไลน์ หลังโครงการอบรมแล้วเสร็จ คนกลุ่มนี้ก็ทำการค้าขายแบบเดิม เนื่องจากเหตุผลว่า “ก็ป่าไม่มีเวลา ลำพังเตรียมของขายหน้าร้านป่าก็เหนื่อยแล้ว” หรือบางคนก็บอกว่า “อบรมเสร็จแล้วป่าก็ลืม กลับไปแล้วก็ไม่ได้ทำต่อ” โครงการนี้จึงเห็นโอกาสในการพัฒนากำลังคนที่ยั่งยืนเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถด้านดิจิทัลอยู่ โดยจะได้ผลลัพธ์ที่ดีหากำลังคนเหล่านั้นเป็นลูกหลานของคนในชุมชนที่พร้อมจะเข้ามาอบรมการขายสินค้าออนไลน์ รวมถึงอบรมทักษะการถ่ายทอดเพื่อเป็นโค้ช จากนั้นเยาวชนกลุ่มนี้จะเป็นกำลังสำคัญในการผลักดัน การเป็นโค้ชที่เลี้ยงให้กับพ่อ แม่ ลูก ป้า น้า อา ในการนำสินค้าขึ้นขายออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยวิธีการลงมือทำจริงทำไปด้วยกัน มีการติดตามคอยช่วยเหลือเป็นระยะ ๆ



03 หลักสูตรสำคัญเพียงใด

หลังจากคณะทำงานทำความเข้าใจรูปแบบการดำเนินโครงการแล้ว จึงเริ่มลงมือพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าอบรม โดยคณะทำงานเริ่มทำการสำรวจทักษะด้านดิจิทัลและความต้องการอบรม เพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาที่พัฒนานั้นจะสามารถตอบโจทย์และแก้ปัญหาด้านดิจิทัลให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ โดย 3 หลักสูตรที่ทำการพัฒนาเพื่อสร้างกำลังคนด้านดิจิทัลของประเทศ ประกอบด้วย หลักสูตรที่ 1 ดิจิทัลระดับพื้นฐาน สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ และประชาชนทั่วไป เพื่อให้มีความรู้พื้นฐานด้านดิจิทัลในการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงาน หลักสูตรที่ 2 อีคอมเมิร์ซ เป็นหลักสูตรที่ค้นหาผู้มีความสนใจเป็นโค้ชด้านอีคอมเมิร์ซ เพื่อคัดเลือกผู้ผ่านการอบรมมาเข้าอบรมในหลักสูตรที่ 3 โค้ชดิจิทัลชุมชน ในการลงพื้นที่ถ่ายทอดความรู้และให้ความช่วยเหลือด้านอีคอมเมิร์ซให้แก่ชุมชนต่อไป



อีกสิ่งสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรนั้นก็คือ การผลิตสื่อการสอนที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง นอกเหนือจากผู้เข้าโครงการอบรมได้เรียนรู้จากวิทยากรแล้ว ทางคณะทำงานยังต้องการเผยแพร่เนื้อหาด้านอีคอมเมิร์ซที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการออนไลน์มือใหม่ ให้แก่ประชาชนที่สนใจ หรือเป็นตัวช่วยสนับสนุนโค้ชในการให้สมาชิกในชุมชนสามารถเรียนรู้เนื้อหาที่มีความกระชับสามารถเข้าใจง่ายในรูปแบบสื่อวิดีโอที่เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์อีกด้วย



03

การจัดอบรมให้บรรลุเป้าหมาย

เมื่อหลักสูตรเสร็จสมบูรณ์ กิจกรรมในลำดับต่อมาคือการวางแผนการฝึกอบรม ซึ่งมีความครอบคลุมถึงแผนงานต่าง ๆ ได้แก่ การกำหนดตารางจัดอบรม การเตรียมทีมวิทยากร และการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ “เราทำงานร่วมกันได้อย่างไรทั้งที่อยู่กันคนละภาค และต่างก็มีภาระหน้าที่อื่นในความรับผิดชอบกันอีกมากมาย” ทางคณะทำงานใช้รูปแบบการบริหารงานแบบกระจายการบริหาร (Distributed Team Management: DTM) โดยเรา่วมกันในการกำหนดเป้าหมาย และมาตรฐานให้ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดแผนการอบรม การพัฒนาหลักสูตร การคัดเลือกวิทยากรตามความเชี่ยวชาญ รวมถึงการคัดเลือกชุมชน ซึ่ง มทร.อีสาน รับผิดชอบที่เป็นหน่วยงานหลักในการเชื่อมโยง ระหว่าง สฟทอ. และ มหาวิทยาลัยเครือข่าย ในการบริหารโครงการนี้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่เราร่วมกันตั้งเป้าหมายไว้ร่วมกัน



สำหรับการดำเนินงาน ในการจัดกิจกรรมอบรมหลักสูตรที่ 1 เป็นไปตามแผนงานอย่างสมบูรณ์ทั่วประเทศ จนกระทั่งคณะทำงานได้เผชิญกับสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เมื่อต้นปี 2564 ซึ่งคณะทำงานหลายแห่งไม่สามารถจัดกิจกรรมอบรมหลักสูตรที่ 2 หลักสูตรที่ 3 ตลอดจนการลงพื้นที่ได้ จึงต้องปรับแผนการอบรมเป็นรูปแบบออนไลน์ ให้โค้ชลงพื้นที่แบบเว้นระยะ มีการติดตามการลงพื้นที่ผ่านช่องทาง Line เป็นต้น ถึงแม้กิจกรรมการอบรมจะถูกขยายระยะเวลาออกไปอย่างไรก็ตาม คณะทำงานในแต่ละพื้นที่ก็สามารถดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้



04 โค้ชดิจิทัลรุ่นแรก

ในการสร้างต้นแบบ “โค้ชดิจิทัลชุมชน” นั้นหมายความว่า เราต้องการพัฒนาผู้เข้าอบรมหลักสูตรโค้ชให้มีทักษะทางด้านดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับส่งเสริมให้ชุมชนสามารถนำสินค้าขึ้นขายออนไลน์ได้ หลังจากการดำเนินการอบรมหลักสูตรโค้ชกับกลุ่มเป้าหมายหลากหลายกลุ่มพบปัจจัยสำคัญของการเป็นต้นแบบโค้ชที่ดี นั่นคือ ภูมิหลังของผู้เข้ารับการอบรมในด้านความสัมพันธ์ระหว่างโค้ชกับชุมชน จากการเฝ้าติดตามการลงพื้นที่เพื่อถ่ายทอดความรู้ของโค้ช เราได้พบความแตกต่างระหว่างโค้ชที่เป็นลูกหลานของคนในชุมชนเอง และโค้ชที่เป็นนักศึกษาผู้ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนมาก่อน โค้ชทั้ง 2 ลักษณะต่างก็มีความกระตือรือร้นที่จะได้นำความรู้ของตนเองมาถ่ายทอดเพื่อช่วยเหลือชุมชนเหมือนกัน แต่สำหรับโค้ชที่เป็นลูกหลานคนในชุมชนกลุ่มนี้จะรู้สึกถึงความภาคภูมิใจในตนเองที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนบ้านเกิด นอกจากนี้ โค้ชกลุ่มนี้มีความใกล้ชิดและคุ้นเคยกับสมาชิกในชุมชนทำให้ผู้รับการถ่ายทอดเปิดใจในการเรียนรู้ กล้าถาม กล้าเรียนรู้ และกล้าลงมือทำ ซึ่งสะท้อนถึงผลลัพธ์ในการดำเนินงานของโค้ชในทิศทางที่ดี




น้องไอ :
ได้เพิ่มศักยภาพของตัวเองกล้าพูด กล้าแสดงออกและรู้จักรับฟังปัญหา เพื่อนำมาปรับแก้ไขครับ




05 ชุมชนกับความต้องการ ความช่วยเหลือ

ระหว่างที่คณะทำงานพัฒนาหลักสูตรกำลังดำเนินการเตรียมเนื้อหาเพื่อจัดอบรม ในส่วนของคณะทำงานลงพื้นที่ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลชุมชนทั้งเดินทางลงพื้นที่จริงและการสัมภาษณ์เพื่อขอข้อมูลทางโทรศัพท์ เบื้องต้นคณะทำงานทำการสำรวจชุมชนที่อยู่ภายใต้การดูแลของมูลนิธิเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทยก่อน หลังจากนั้นจึงเริ่มการสำรวจชุมชนอื่น ๆ ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ คณะทำงานพบว่าชุมชนที่ทำการสำรวจทั้ง 61 ชุมชนทั่วประเทศจำแนกลักษณะได้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 คือ ชุมชนที่สินค้าไม่มีเอกลักษณ์และต้องได้รับการพัฒนาตัวสินค้าก่อน ส่วนระดับที่ 2 คือ ชุมชนที่สินค้ามีเอกลักษณ์และต้องรับการพัฒนาทักษะด้านอีคอมเมิร์ซ และ ระดับที่ 3 คือ ชุมชนที่สินค้ามีเอกลักษณ์และมีช่องทางขายออนไลน์แต่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่โค้ชต้องใช้ในการประเมินศักยภาพชุมชนก่อนการถ่ายทอดเนื้อหาด้านอีคอมเมิร์ซให้เหมาะสมกับชุมชนแต่ละระดับ



06 เราได้อะไรจากโครงการ

โครงการได้ดำเนินการมาถึงวันที่คณะทำงานเริ่มเห็นดอกผลจากแนวคิดใหม่ ๆ ของทาง สฟธอ. ในการออกแบบโมเดลนี้ ภายใต้การสนับสนุนของมูลนิธิธิดาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย และความร่วมมือกันของ 4 สถาบันการศึกษา ทำให้วันนี้เรามีโค้ชด้านอีคอมเมิร์ซที่พร้อมเติบโตรับใช้สังคม เราได้เห็นชุมชนต้นแบบที่เราบ่มเพาะสามารถนำสินค้าขึ้นขายออนไลน์ได้ มีรายได้เพิ่มมากขึ้นชุมชนเริ่มเห็นความสำคัญของการทำบัญชี การคำนวณต้นทุนสินค้า การวางแผน การตลาดออนไลน์ และสิ่งสำคัญที่สุดที่เราได้คือมิตรภาพที่เกิดขึ้นระหว่างทางทั้งจากชุมชนที่เราไปลงพื้นที่ จากเยาวชนในพื้นที่ จาก อบต. ผู้นำท้องถิ่น จากนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ จากวิทยากรทุก ๆ ท่าน และที่ขาดไม่ได้คือมิตรภาพจากคณะทำงานของทุกหน่วยงานที่ทำงานร่วมกันมาจนถึงวันนี้ เราทุกคนมองเห็นภาพความสำเร็จร่วมกันในวันนี้



คณะทำงาน

แนวทางสินค้าออนไลน์: จากชุมชนสู่คนไทย

คณะผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บรรณาธิการ

ณัชชา ลิ้มปศิริสุวรรณ (ดร.)

ประสานงานและกระบวนการจัดทำ

จินตนา เข้มประสิทธิ์ (อ.)

หน่วยงานสนับสนุนการจัดทำและเผยแพร่

มูลนิธิธิดาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.)



แนวทาง สินค้าออนไลน์: จากชุมชน สู่คนไทย

