

การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล*
FACTOR ANALYSIS OF COMMUNITY ENTERPRISE ADMINISTRATION,
PROCESSED AND FOOD PRODUCTS GROUP IN
THE DIGITAL ECONOMY ERA

ชาณานิษฐ์ สัจจชัยพันธ์

Chananin Sajjachayaphan

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Thailand

E-mail: chananins@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารจำนวน 398 คน จากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารจำนวน 478 แห่งที่ประกอบกิจการในเขต 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง ซึ่งได้จากเทคนิคการสุ่มแบบโควตา โดยกำหนดสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกเป็นรายจังหวัด เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ โดยสกัดองค์ประกอบด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก และหมุนแกนแบบอโรทอนด้วยวิธีแวกซ์และค่าความแปรปรวนค่าไคสแควร์ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) การปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ มี 18 ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน 2) การให้ความสำคัญกับลูกค้า มี 4 ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน 3) กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มี 8 ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน 4) ความเท่าเทียมกันของสมาชิก มี 4 ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน 5) มาตรฐานการให้บริการ มี 7 ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน โดยองค์ประกอบทั้ง 5 สามารถร่วมกันอธิบายความสอดคล้องขององค์ประกอบปัจจัยการ

* Received 21 June 2021; Revised 2 September 2021; Accepted 6 September 2021



บริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้ร้อยละ 63.108 ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบปัจจัยการบริหารที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบ, การบริหาร, วิสาหกิจชุมชน, แปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร, ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

Abstract

The objectives of this research article were to exploratory factor analysis of community enterprise administration, processed and food products group in the digital economy era. The sample group used in this research consisted of entrepreneurs who are members of community enterprises, processed and food products groups, amounting to 398 people from numbering 478 companies operating in Chachoengsao province, Chonburi, and Rayong Province, which obtained from the quota sampling technique by determining the proportion of the number of samples classified by province. The instrument used for collecting data was a five – point rating scale questionnaire. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and exploratory component analysis. The elements were extracted by the Principal Component Analysis method and Orthogonal Rotation by Varimax Method and Chi - square value. The results of the research revealed that the management factors of community enterprises, processed and food products group in the digital economy era consist of 5 main components as follow: 1) Advanced technologies deployment which consist of 18 factors for community enterprise management, 2) Customer focus which consist of 4 factors for community enterprise management 3) The process of continuous development and improvement of operating methods which consist of 8 factors for community enterprise management, 4) The equality of the members which consist of 4 factors for community enterprise management, and 5) Service standards which consist of 7 factors for community enterprise management. The five components can jointly explain the coherence of community enterprise administration factors, processed and food products group in the digital economy by 63.108 percent. This research demonstrates the key administrative factors of community enterprises, processing groups and food products in the digital economy.



Keywords: Factor Analysis, Administration, Community Enterprises, Processed and Food Products, Digital Economy

บทนำ

การปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) เป็นการขับเคลื่อนการบริหารจัดการธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Era) เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เน้นนวัตกรรมและการตลาดรูปแบบใหม่ เมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคไปอย่างสิ้นเชิง ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจทั่วโลกที่ต้องปรับตัวแข่งขันบนฐานนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อรองรับผู้บริโภคยุค Net Generation รวมถึงประเทศไทยที่มีนโยบายผลักดันให้ภาคธุรกิจไทยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยกระดับการค้าสู่สากลเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมถึงการค้าขายสินค้าของชุมชนผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งกับเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ตามแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 - 2564 (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2560) ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีสถานประกอบการทั้งหมดจำนวน 2.5 ล้านแห่ง ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กใช้คอมพิวเตอร์ร้อยละ 28.6 คิดเป็นร้อยละ 4.3 เครื่องต่อกิจการและใช้บริการอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 29.9 โดยมีบุคลากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตประจำ 4 คนต่อกิจการหรือสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ใช้เว็บไซต์ในการดำเนินงานร้อยละ 10.5 และใช้สั่งซื้อขายสินค้าหรือบริการน้อยกว่าร้อยละ 10 (กองสถิติพยากรณ์, 2563) จากการสำรวจความพร้อมผู้ประกอบการทางด้านเทคโนโลยี (Global Competitiveness Report 2019 - 2020) จำนวน 137 ประเทศ พบว่า ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 61 และด้านนวัตกรรมอยู่ลำดับที่ 50 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการไทยยังไม่ให้ความสนใจลงทุนทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Global Entrepreneurship Research Association (GERA), 2020) ในขณะที่ธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นฐานเศรษฐกิจใหม่ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ทำให้เป็นปัญหาสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจของประเทศ ผลการสำรวจสอดคล้องกับงานวิจัยในประเทศไทยที่พบว่า ธุรกิจขาดแคลนผู้ที่มีความรู้และอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน (ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2557)

การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในยุคดิจิทัล เป็นการดำเนินงานของชุมชนเพื่อนำไปสู่วัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยการบริหารสำคัญที่จะนำพาวิสาหกิจให้สามารถดำเนินงานอยู่ภายใต้สภาวะการแข่งขันและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงคือนักบริหารและการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ทฤษฎีการบริหารของ Henry Fayol ได้กล่าวถึงกิจกรรมของนักบริหารที่สำคัญ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) การจัดการธุรกิจจะต้องตระหนักถึงระบบเศรษฐกิจและ



สังคมที่กลายเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการทำธุรกรรมต่าง ๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์ องค์กรจึงจำเป็นต้องปรับตัวนำการบริหารยุคดิจิทัลเข้ามาแทนที่ โดยเป็นองค์กรแห่งเทคโนโลยี องค์กรจัดการข้อมูล องค์กรวิจัยและนวัตกรรม องค์กรเรียนรู้ตลอดชีวิต องค์กรพลวัตรและองค์กรเครือข่าย แต่ถึงแม้ว่าองค์กรจะเข้าถึงเทคโนโลยีเกี่ยวกับดิจิทัล แต่การนำแนวทางการบริหารจัดการยุคดิจิทัลเข้ามาปรับใช้ในองค์กรจะช่วยเสริมสร้างความรู้ให้กระบวนการในทางปฏิบัติงานสามารถพัฒนาและได้ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ด้วยแนวความคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัล 10 ด้าน เรียกว่า 2 (PDICT) (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2561) นอกจากนี้ สิ่งสำคัญที่สุดในยุคดิจิทัลคือ องค์กรต้องเปลี่ยนความคิดในการบริหารงานและรูปแบบการบริหาร กำหนดทิศทางองค์กร รูปแบบการให้บริการ ปรับโครงสร้างองค์กร ตามแนวทางการปรับองค์กรด้วยทฤษฎีโมเดลการปรับเปลี่ยนองค์กรยุคดิจิทัล (Digital Transformation Reference Model) เพื่อให้กระบวนการทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น (दनัยรัฐ ธนปติธรรมจารี, 2563)

วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro community Enterprise: SMCE) เป็นธุรกิจชุมชนจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีสมาชิกตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป ผลิตสินค้าหรือบริการเน้นการใช้ทรัพยากรในชุมชนและความรู้ของภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล มีการจัดจำหน่ายทั่วไป ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนมีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก ในปี พ.ศ.2563 วิสาหกิจชุมชนทั้งหมดมีจำนวน 91,971 แห่ง สมาชิกรวม 1,547,495 คน ประเภทกิจการที่น่าสนใจ คือวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารจำนวน 12,556 แห่ง (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2563) เนื่องจากเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตผลและทรัพยากรในชุมชนทำให้มีรายได้เพิ่มสูงขึ้น จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนยังคงมีการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม ผลิตสินค้าและจำหน่ายภายในชุมชน แต่ไม่มีตลาดแม้จะมีการสนับสนุนจากภาครัฐ (ณัฐภาณี บัวดี และอดิเรก พันเขียว, 2562) นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้านผู้นำ บุคลากร แหล่งทุน ความรู้การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เครื่องมืออุปกรณ์ การวางแผนและการบริหารจัดการ (รัญจวน ประวัติเมือง และคณะ, 2559) ปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนทำให้ขาดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ นอกจากนี้ ในยุคดิจิทัลเกิดการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจบนฐานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยดำเนินงานเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้สูงขึ้น แต่วิสาหกิจชุมชนขาดความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการที่จะนำเทคโนโลยีและเครือข่ายที่ทันสมัยมาใช้ (อิสรา ดิสเรตติวัฒน์ และวิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2563) เช่น การประชาสัมพันธ์หรือจำหน่ายสินค้าบนสมาร์ตโฟน แม้ว่าภาครัฐได้นำองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาถ่ายทอดเพื่อให้เกิดการพัฒนาเชิงพื้นที่ แต่ธุรกิจยังไม่สามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่ธุรกิจดิจิทัลได้ (ชุดิมา เอย์มโชติขวลิต, 2562) ซึ่งให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมด้านการบริหารจัดการเพื่อปรับองค์กรให้อยู่รอดและแข่งขันได้ (กฤตภาส แยมนาม,



2560) โดยใช้การบริหารจัดการเชิงรุก (ปิยะดา พิศาลบุตร, 2561) เพิ่มศักยภาพองค์กรตามแนวคิดของ SMART Entrepreneur Model ด้วยการนำสื่อสังคมออนไลน์ เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยมาใช้ (โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์วนิชชัย, 2562) รวมถึงต้องได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในการเรียนรู้และยอมรับการเปลี่ยนแปลงร่วมกัน (Elkjaer, B., 2005) เมื่อรัฐบาลมีนโยบายพัฒนาประเทศสู่การเป็น “ดิจิทัลไทยแลนด์” เกิดโครงการเขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเพื่อเป็นพื้นที่ชั้นนำแห่งเอเชีย ด้วยแผนการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ชุมชน สร้างวิสาหกิจเริ่มต้นที่มีฐานเทคโนโลยี นวัตกรรมและระบบอัจฉริยะ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2560) การพัฒนาชุมชนในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 3 จังหวัดนี้ ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และระยอง เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชพันธุ์แหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของประเทศ ประกอบด้วยวิสาหกิจชุมชนประเภทกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุด ได้แก่ การแปรรูปผลผลิตด้านการเกษตร ปศุสัตว์และประมง ด้วยภูมิปัญญาชุมชนเช่น การอบ การตากแดด การดอง เป็นต้น การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตและรายได้ให้แก่ชุมชน ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวยังมีการบริหารจัดการรูปแบบเดิมโดยคนในชุมชนด้วยตนเอง ดำเนินงานแบบเครือญาติอาศัยความไว้วางใจ กันที่กบฏชีและรายการซื้อขายด้วยลายมือเป็นรายวัน ทำให้เอกสารกระจัดกระจายสูญหาย จึงเป็นปัญหาเรื่องการขาดระบบบริหารจัดการข้อมูล ทั้งข้อมูลวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย และไม่มีการรับรองมาตรฐาน สินค้าไม่ตรงกลุ่มเป้าหมายขาดการบริหารจัดการด้านการตลาด ทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันและรายได้อยู่ระดับน้อย (ธารากร วุฒิสถิรกุล และคณะ, 2563) แสดงให้เห็นว่าเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนี้จะต้องพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงานและการบริหารวิสาหกิจให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลเพื่อก้าวเข้าสู่ธุรกิจดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบได้ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาระดับเศรษฐกิจของประเทศ (ศิรินทิพย์ กุลจิตรตรี และสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, 2563) ซึ่งยังมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนในยุคดิจิทัลน้อยมาก ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารจะต้องมีองค์ประกอบของปัจจัยการบริหารอะไรบ้างที่ทำได้ในยุคนวัตกรรมดิจิทัล ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการบริหารจัดการในยุคดิจิทัล 10 ด้าน ได้แก่ การให้ความสำคัญกับประชาชน ความเป็นมืออาชีพ ความน่าเชื่อถือ ความเป็นประชาธิปไตย การริเริ่มสร้างสรรค์ การปรับปรุงตลอดเวลา ความสะดวกรวดเร็ว การประสานงานอย่างเป็นเครือข่าย การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และการทำงานเป็นทีม (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2561) มาปรับเป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัยนี้ เพื่อนำไปสู่การศึกษาหาองค์ประกอบของปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล



ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการนำไปเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ เพิ่มช่องทางการตลาดดิจิทัลเป็นวิสาหกิจชุมชนดิจิทัล สอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมพัฒนาประเทศสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลสามารถนำธุรกิจก้าวสู่สากลและยกระดับเศรษฐกิจของประเทศให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 7,037 คน จากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารจำนวน 478 แห่ง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา 123 แห่ง (สมาชิก 1,711 คน) จังหวัดชลบุรี 154 แห่ง (สมาชิก 1,846 คน) และจังหวัดระยอง 201 แห่ง (สมาชิก 3,480 คน) (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2564)

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2555) โดยในการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้นผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 398 คน ซึ่งกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเป็นจังหวัดดังนี้ จังหวัดฉะเชิงเทรา 97 คน จังหวัดชลบุรี 105 คน และ จังหวัดระยอง 196 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร และนักวิชาการด้านบริหารธุรกิจ จำนวน 5 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามรายข้อมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 ได้ข้อคำถามจำนวน 60 ข้อ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าครอนบักอัลฟา (Cronbach



Alpha) จากโปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ค่า Corrected Item - Total Correlation อยู่ระหว่าง 0.312 - 0.753 ค่าครอนบักอัลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .954 ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% มีความสอดคล้องดีมาก นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เก็บข้อมูลเพื่อสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และทางอิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) มีเงื่อนไขดังนี้ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย (Factor) กับตัวแปร (X's) ต้องอยู่ในรูปเชิงเส้น 2) ปัจจัย (Factor) และค่าคลาดเคลื่อน (e) ต้องเป็นอิสระต่อกัน 3) จำนวนข้อมูลต้องมากกว่าตัวแปร

การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล ด้วยสถิติทดสอบ KMO (Kaiser Meyer Olkin) ถ้า KMO มีค่ามาก (เข้าสู่ 0) แสดงว่าสามารถใช้การวิเคราะห์หองค์ประกอบปัจจัยได้ โดยตั้งสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H0: ตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H1: ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน

แล้วดำเนินการวิเคราะห์ว่าตัวแปรที่จะนำมาแบ่งกลุ่มมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ด้วยสถิติ Bartlett's Test of Sphericity ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ จะยอมรับสมมติฐาน H1 คือ ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์หองค์ประกอบได้

2. ตรวจสอบโดยพิจารณาค่าความแปรปรวนตัวแปรแต่ละตัวโดยพิจารณาค่าความร่วมกันของตัวแปร (Communality: h^2) ซึ่งไม่ควรต่ำกว่า 0.50 และหากมีค่าน้อยกว่า 0.50 ควรตัดตัวแปรนั้นออกไปจากการวิเคราะห์หองค์ประกอบ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562)

3. สกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยการวิเคราะห์หองค์ประกอบร่วม (Common Factor Analysis: CFA) และหมุนแกนองค์ประกอบแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยเทคนิคย่อยแวนิแม็กซ์ (Varimax Method)

4. พิจารณาองค์ประกอบ โดยใช้เกณฑ์การกำหนดจำนวนองค์ประกอบ ดังนี้ 1) องค์ประกอบแต่ละตัวต้องมีตัวแปรสังเกตได้ตั้งแต่ 3 ตัวขึ้นไป 2) Eigen Value ต้องมีค่ามากกว่า 1 3) ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมมากกว่า 60% และ 4) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ต้องมากกว่า 0.3



ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่า ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้มีการตั้งชื่อให้สื่อความหมายให้สอดคล้องครอบคลุมรายการในแต่ละองค์ประกอบ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

องค์ประกอบ	ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน
การปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ (Advanced technologies deployment)	1. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ และเครื่องมือติดต่อสื่อสารเข้ามาใช้ในการดำเนินงานอย่างเหมาะสม (Technology Appropriately) 2. การใช้เครื่องมือที่ทันสมัยและเปลี่ยนใช้เทคโนโลยีระดับสูงปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุด (Technology Change) 3. การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ (Organizing) 4. สมาชิกได้รับการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ได้แก่ การใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต (Training) 5. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) สนับสนุนกระบวนการจัดการวิสาหกิจเพื่อความถูกต้อง ไม่สับสน ประหยัดเวลาในการทำงาน 6. การนำเทคโนโลยีและเครือข่ายทางสังคมมาใช้อำนวยความสะดวกและให้บริการลูกค้า (Facilitation) 7. การใช้เทคโนโลยีเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ทุกขั้นตอนการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่อง (Continuously Record) 8. นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้อำนวยความสะดวกรวดเร็ว ให้แก่ลูกค้าในการติดต่อรับข่าวสาร การทำธุรกรรมต่าง ๆ รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขได้ทันเวลา (Customer Focus) 9. การใช้เทคโนโลยีอย่างประหยัดคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด (Cost - effective) 10. การสนับสนุนให้สมาชิกใช้เทคโนโลยีและเครือข่ายทางสังคมที่ทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างจริงจังและต่อเนื่อง (Encourage) 11. การใช้เทคโนโลยีเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ทุกขั้นตอนการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่อง (Continuously Record) 12. นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้อำนวยความสะดวกรวดเร็ว ให้แก่ลูกค้าในการติดต่อรับข่าวสาร การทำธุรกรรมต่าง ๆ รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขได้ทันเวลา (Customer Focus) 13. การใช้เทคโนโลยีอย่างประหยัดคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด (Cost - effective) 14. การสนับสนุนให้สมาชิกใช้เทคโนโลยีและเครือข่ายทางสังคมที่ทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างจริงจังและต่อเนื่อง (Encourage)

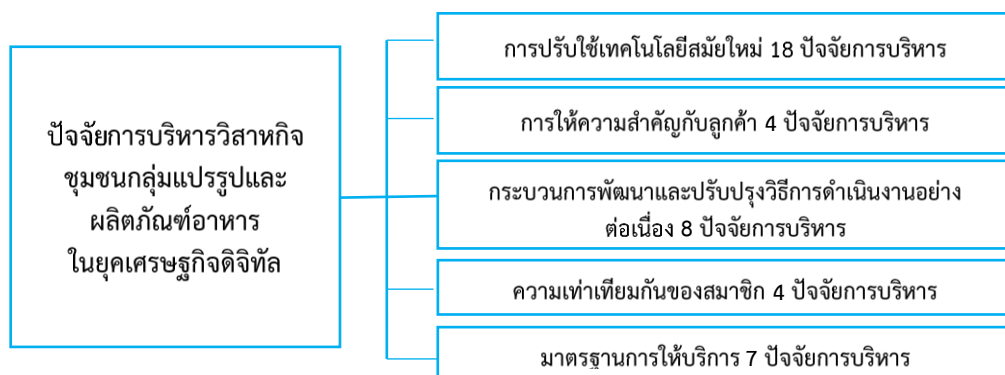


องค์ประกอบ	ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน
	15. การปรับปรุงการดำเนินงานให้ได้มาตรฐานทันสมัยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Manufacturing Standard) 16. การมีเครือข่ายที่ทันสมัย หลากหลาย เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ (network system) 17. การบริหารจัดการที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ (CRM) 18. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลเน็ตเวิร์กได้ (ยุคที่ผู้บริโภคใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างกว้างขวาง) (Responsiveness)
การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Customer focus)	1. การเอาใจใส่ต่อลูกค้า เข้าใจความต้องการของลูกค้าแล้วสร้างสรรค์สิ่งที่ตรงตามความต้องการนั้น (Empathy) 2. การเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ (Accept suggestions) 3. การมุ่งให้ความสำคัญด้านความสัมพันธ์ ความผูกพันกันและกันกับลูกค้าในระยะยาว (Relationship Buyer) 4. การคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าและตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้า (Customer Requirement)
กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง (Process of continuous development and improvement of operating methods)	1. สมาชิกทุกคนเห็นด้วยในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ (Agreement) 2. การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีขั้นตอนอย่างเป็นระบบ สามารถตรวจสอบ ติดตามได้ตลอดเวลา (Procedure) 3. สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนมีการวิเคราะห์หาข้อด้อยในการดำเนินการเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข (Analysis) 4. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินการดำเนินงานตามแผน ทั้งภายในและภายนอกกลุ่ม มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและต่อเนื่อง (Review) 5. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการออกแบบพัฒนากระบวนการผลิตใหม่ ๆ อยู่เสมอเพื่อลดข้อบกพร่องและเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Process Redesign) 6. สมาชิกปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพบรรลุเป้าหมายร่วมกัน (Performance) 7. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการบริหารงานอย่างเปิดเผยและโปร่งใส (Transparency) 8. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการประสานงานทั้งภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่อง (Continuous coordination)
ความเท่าเทียมกันของสมาชิก (Equality of the members)	1. สมาชิกทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลและนำไปใช้ร่วมกันอย่างเปิดเผย (Availability and Access) 2. สมาชิกทุกคนมีความเท่าเทียมกันในการเข้าร่วมกลุ่ม ยอมรับให้เกียรติซึ่งกันและกัน (Equal) 3. วิสาหกิจชุมชนของท่านเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจร่วมกัน (Participation)



องค์ประกอบ	ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน
มาตรฐานการให้บริการ (Service standards)	4. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการมอบอำนาจให้แก่สมาชิกในการดำเนินงานอย่างเหมาะสม เสมอภาคเป็นธรรม และมีขั้นตอนที่ชัดเจน (Decentralization)
	1. ภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายของสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนฯแต่ละคน สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ และศักยภาพของสมาชิก (Positional)
	2. การปกป้องข้อมูลข่าวสารความเป็นส่วนตัวของลูกค้า (Security)
	3. การจัดอบรมโดยเชิญผู้ที่มีความรู้ความสามารถเพื่อให้สมาชิกเกิดทักษะความเชี่ยวชาญชำนาญและใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้จริงอย่างมีอาชีพ
	4. การรักษามาตรฐานการบริการอย่างสม่ำเสมอ (Service Standards)
	5. การได้ดึงเอาความสามารถเด่น ความเชี่ยวชาญชำนาญพิเศษในวิชาชีพของสมาชิกแต่ละคนออกมาเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพความเป็นมืออาชีพของกลุ่ม (Ability)
	6. กระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์สีเขียว (Social Accountability)
	7. การจัดโครงสร้างองค์กรที่สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อความคล่องตัวสะดวก รวดเร็ว (Structure)

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า มีทั้งหมด 41 ข้อ สามารถจัดกลุ่มเป็นองค์ประกอบได้ 5 องค์ประกอบ อธิบายความแปรปรวนได้รวม เท่ากับ 63.108 ประกอบด้วย 1) การปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ มี 18 ปัจจัยการบริหาร 2) การให้ความสำคัญกับลูกค้า มี 4 ปัจจัยการบริหาร 3) กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มี 8 ปัจจัยการบริหาร 4) ความเท่าเทียมกันของสมาชิก มี 4 ปัจจัยการบริหาร และ 5) มาตรฐานการให้บริการ มี 7 ปัจจัยการบริหาร ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนผังแสดงองค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล



ตารางที่ 2 แสดงค่าไอเกน ค่าร้อยละความแปรปรวน และค่าร้อยละความแปรปรวนสะสมขององค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ร้อยละของ ความ แปรปรวน	ร้อยละของ ความแปรปรวน สะสม
1. การปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่	18.158	29.767	29.767
2. การให้ความสำคัญกับลูกค้า	4.374	7.170	36.937
3. กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	3.509	5.753	42.689
4. ความเท่าเทียมกันของสมาชิก	2.274	3.729	50.853
5. มาตรฐานการให้บริการ	1.232	2.020	63.108

จากตารางที่ 2 แสดงว่าองค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ 2) การให้ความสำคัญกับลูกค้า 3) กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง 4) ความเท่าเทียมกันของสมาชิก และ 5) มาตรฐานการให้บริการ มีค่าไอเกน (Eigen Values) อยู่ระหว่าง 1.232 - 18.158 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1.0 มีค่าความแปรปรวนอยู่ระหว่าง 2.020 - 29.767 โดยองค์ประกอบทั้ง 5 สามารถร่วมกันอธิบายปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้ร้อยละ 63.108

ตารางที่ 3 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ขององค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

องค์ประกอบ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
1. การปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่	0.525 - 0.794
2. การให้ความสำคัญกับลูกค้า	0.514 - 0.879
3. กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	0.508 - 0.698
4. ความเท่าเทียมกันของสมาชิก	0.513 - 0.774
5. มาตรฐานการให้บริการ	0.517 - 0.780

จากตารางที่ 3 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ขององค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล แต่ละด้าน ได้แก่ 1) ด้านการปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.525 - 0.794 2) การให้ความสำคัญกับลูกค้ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.514 - 0.879 3) กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ



เท่ากับ 0.508 - 0.698 4) ความเท่าเทียมกันของสมาชิกมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.513 - 0.774 และ 5) มาตรฐานการให้บริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.517 - 0.780

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจขององค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้มี 5 องค์ประกอบ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ปัจจัยด้านการปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นกระบวนการนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยและล้ำสมัยเข้ามาใช้อย่างเหมาะสมเป็นระบบ ส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและบรรลุผล เช่น คอมพิวเตอร์และเครื่องมือติดต่อสื่อสารต่าง ๆ สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ดังเช่น วิรัช วิรัชนิภาวรรณ ได้นำเสนอการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) จะช่วยสนับสนุนกระบวนการบริหารวิสาหกิจชุมชนเพื่อความถูกต้อง เก็บรวบรวมข้อมูลทุกขั้นตอนการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่องประหยัดเวลา มีความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2561) มีการศึกษาของ ปฏิพัทธ์ ทวนทอง และคณะ ที่พบว่าการบริหารจัดการในรูปแบบที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเป็นระบบ สามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม เช่น การบริหารสต็อกสินค้าและวัตถุดิบ การจัดการคำสั่งซื้อ บัญชี การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสร้างโคมเพจสื่อกลางการซื้อขาย การสร้างเว็บไซต์เพื่อหาข้อมูลสินค้าและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น (ปฏิพัทธ์ ทวนทอง และคณะ, 2560) อีกทั้ง โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โฉ่หวนิชชัย ยังกล่าวถึงสื่อสังคมออนไลน์และเว็บสื่อกลางการค้าขายว่า จะสามารถต่อยอดทางการตลาดบนสมาร์ตโฟนได้สะดวกรวดเร็ว มีต้นทุนน้อยที่สุดแต่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในโลกยุคดิจิทัล ทำให้การดำเนินธุรกิจสะดวกสบายยิ่งขึ้น จึงควรมีการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยให้แก่สมาชิก (โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โฉ่หวนิชชัย, 2562) เช่นเดียวกับ สุชาดา พุทธรักษา ที่กล่าวไว้ว่าควรมีการอบรมสร้างทักษะการขายออนไลน์ โดยเฉพาะการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุนให้สมาชิกใช้เทคโนโลยีและเครือข่ายทางสังคมที่ทันสมัยอย่างจริงจังและต่อเนื่อง (สุชาดา พุทธรักษา, 2561) นอกจากนี้ กิรติ วงศ์ทองศรี ยังศึกษาเรื่องผู้นำที่มีวิสัยทัศน์สร้างระบบสารสนเทศที่ดีแก่สมาชิกจะเพิ่มความสำเร็จให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปสู่ธุรกิจยุคดิจิทัลได้ (กิรติ วงศ์ทองศรี, 2557)

องค์ประกอบที่ 2 ปัจจัยด้านการให้ความสำคัญกับลูกค้า เป็นการเอาใจใส่และสร้างสรรค์สินค้าบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เปิดโอกาสให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ เช่นการศึกษาของ ปิยะดา พิศาลบุตร พบว่าการบริหารของธุรกิจชุมชนควรมีความยืดหยุ่นในการผลิตสินค้าบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า (ปิยะดา พิศาลบุตร, 2561) และ ธารากร วุฒิสถิรกุล ทำการศึกษาพบการสร้างแตกต่างของสินค้าที่ตรงกลุ่มเป้าหมายและมีช่องทางการ



จำหน่ายที่อำนวยความสะดวกสบาย เป็นปัจจัยการบริหารที่สำคัญมุ่งให้ผลประโยชน์แก่ลูกค้า เพื่อความสัมพันธ์ในระยะยาว ทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต (ธารากร วุฒิสถิรกุล และคณะ, 2563)

องค์ประกอบที่ 3 ปัจจัยด้านกระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เป็นการบริหารงานด้านการพัฒนาองค์กรให้ทันสมัยอย่างเป็นระบบ มีการตรวจสอบ ประเมินผลด้วยหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและต่อเนื่อง เป็นแรงจูงใจนำไปสู่การพัฒนาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ดังการศึกษาของ สัญญา เคนาภูมิ พบว่ากระบวนการพัฒนาเพิ่ม ศักยภาพการดำเนินงานควรใช้กลยุทธ์เชิงรุกด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมทันสมัยมาใช้ เพื่อความสะดวกรวดเร็ว (สัญญา เคนาภูมิ, 2558) นอกจากนี้ ญัฐภาณี บัวดี และอดิเรก พันเขียว ได้ศึกษาพบว่าสมาชิกต้องได้รับการพัฒนาด้านความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง จึงจะทำให้องค์กรพัฒนาได้ (ญัฐภาณี บัวดี และอดิเรก พันเขียว, 2562) ดังเช่น อิศรา ดิสรเตตวิวัฒน์ และวิรัช วิรัชนิภาวรรณ ได้ศึกษาพบว่าผู้จะให้ความรู้แก่สมาชิกควรเป็นนักบริหารมืออาชีพที่มี ประสบการณ์และความรู้ สามารถทำให้สมาชิกนำไปปฏิบัติและต่อยอดได้ (อิสรา ดิสรเตตวิวัฒน์ และวิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2563)

องค์ประกอบที่ 4 ปัจจัยด้านความเท่าเทียมกันของสมาชิก เป็นความเสมอภาค ทางด้านข้อมูลข่าวสารและการยอมรับให้เกียรติซึ่งกันและกัน เกิดความร่วมมือร่วมใจทำให้ วิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ มีความเข้มแข็งประสบความสำเร็จ ดังเช่น วิรัช วิรัชนิภาวรรณ ที่กล่าวถึง ความเป็นประชาธิปไตยทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ อย่างเท่าเทียม จะเอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานของธุรกิจไปสู่เป้าหมายได้โดยง่าย (วิรัช วิรัช นิภาวรรณ, 2561) เช่นเดียวกับ ปิยะดา พิศาลบุตร ศึกษาพบว่าวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งมีการ บริหารที่ดี เกิดมาจากผู้นำที่ให้ความเป็นธรรมกับสมาชิกทุกคนเช่นกัน (ปิยะดา พิศาลบุตร, 2561)

องค์ประกอบที่ 5 ปัจจัยด้านมาตรฐานการให้บริการ เป็นการบริการอย่างมืออาชีพ สมาชิกแต่ละคนได้รับมอบหน้าที่อย่างเหมาะสม ตามที่ ดนัยรัฐ ธนบดีธรรมจารี ได้เสนอว่าการ จัดโครงสร้างองค์กรสามารถสนับสนุนการดำเนินงานให้มีความคล่องตัวสะดวกเร็ว (ดนัยรัฐ ธนบดีธรรมจารี, 2563) เช่นเดียวกับ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ กล่าวไว้ว่าการบริหารงานอย่างมืออาชีพทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2561) อีกทั้ง รัตติยา สัตยกิจขจร และคณะ ได้กล่าวไว้ว่าการรักษามาตรฐานการบริการเป็นปัจจัยสำคัญของการบริหารในยุค เศรษฐกิจดิจิทัล (รัตติยา สัตยกิจขจร และคณะ, 2563)

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิเคราะห์ปัจจัยขององค์ประกอบในการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสามารถผ่านไปสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรหลักได้ 5 องค์ประกอบหลัก ซึ่งเป็นปัจจัยการบริหารที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับ



ยุคเครือข่ายสังคมดิจิทัล การนำเทคโนโลยีและอุปกรณ์สมัยใหม่เข้ามาเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการข้อมูล จะช่วยให้กระบวนการบริหารเป็นระบบครบวงจร จัดการการผลิตและทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า สามารถพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจไม่ล้าสมัยเกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มุ่งเน้นอำนวยความสะดวกและความต้องการของลูกค้า ทำให้วิสาหกิจชุมชนรู้ว่าควรผลิตสินค้าอะไร ผลิตอย่างไรเพื่อลดต้นทุนและตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมาก รวมทั้งมีระบบมาตรฐานในการให้บริการเพื่อรักษาความสัมพันธ์และเพิ่มยอดขายได้ในระยะยาว และหากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนทุกคนมีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน จะเกิดการมีส่วนร่วมและเกิดความเข้มแข็งทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันและพึ่งพาตนเองได้ ยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอย่างมั่นคงและยั่งยืน โมเดลนี้จึงเป็นปัจจัยขององค์ประกอบการบริหารที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ประกอบปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล



สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยทำให้ทราบองค์ประกอบของปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลประกอบด้วย 5 องค์ประกอบและ 41 ปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ มี 18 ปัจจัยการบริหาร 2) การให้ความสำคัญกับลูกค้า มี 4 ปัจจัยการบริหาร 3) กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มี 8 ปัจจัยการบริหาร 4) ความเท่าเทียมกันของสมาชิก มี 4 ปัจจัยการบริหาร และ 5) มาตรฐานการให้บริการ มี 7 ปัจจัยการบริหาร สามารถนำองค์ประกอบทั้ง 5 นี้ ไปใช้อธิบายปัจจัยการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จได้ร้อยละ 63.108 สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมพัฒนาประเทศสู่การเป็น “ดิจิทัลไทยแลนด์” ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้มีดังนี้ 1) ควรมีการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในการบริหารงานเพื่อสร้างมาตรฐานการผลิตบริการและการตลาด ด้วยเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและล้ำสมัย โดยการสนับสนุนจากภาครัฐทั้งด้านทุนและการเข้าถึงข้อมูลเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ 2) จัดการฝึกอบรมความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ความรู้ความสามารถโดยใช้มาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ อย่างเป็นรูปธรรม เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดี มีอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ขับเคลื่อนวงล้อเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวไปได้อย่างยั่งยืนต่อไป ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยการบริหารของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มก้าวหน้าหรือวิสาหกิจชุมชนดีเด่นที่ประสบความสำเร็จในการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อนำปัจจัยการบริหารที่สำคัญมาเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่วิสาหกิจชุมชนดิจิทัล (Digital community enterprise) เกิดความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤตภาส แยมนาม. (2560). อุปสรรคและแนวทางการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงธุรกิจไปสู่ยุคดิจิทัลของธุรกิจครอบครัวขนาดกลางและขนาดย่อม. ใน วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขานโยบายและการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2563). รายงานจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร. เรียกใช้เมื่อ 15 มิถุนายน 2563 จาก <http://smce.doae.go.th/aboutus.php>
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2564). รายงานจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร. เรียกใช้เมื่อ 10 มกราคม 2564 จาก https://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_smce.php?report_id



- กองสถิติพยากรณ์. (2563). สำนักรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานประกอบการ พ.ศ. 2562. เรียกใช้เมื่อ 15 ตุลาคม 2563 จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2562). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กীরติ วงศ์ทองศรี. (2557). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการสำหรับธุรกิจยุคใหม่. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานครปริทัศน์, 4(2), 61-65.
- โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์วนิชชัย. (2562). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ. วารสารราชพฤกษ์, 17(2), 130-138.
- ชุตินา เอี่ยมโชติชวลิต. (2562). วว. สร้างรายได้วิสาหกิจชุมชนด้วยเทคโนโลยีนวัตกรรมถ่ายทอดสู่ผู้ประกอบการเกิดการพัฒนาเชิงพื้นที่. เรียกใช้เมื่อ 15 มิถุนายน 2563 จาก https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_100968
- ณัฐภาณี บัวดี และอดิเรก พันเขียว. (2562). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วยในอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก. วารสารศรีวนาลัยวิจัย, 9(1), 15-24.
- दनัยรัฐ ธนบดีธรรมจารี. (2563). การปรับเปลี่ยนองค์กรยุคดิจิทัล. เรียกใช้เมื่อ 1 เมษายน 2564 จาก <http://anyflip.com/rciv/sawI/basic>
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2557). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10(1), 97-122.
- ธารากร วุฒิสถิรกุล และคณะ. (2563). การจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผลไม้แปรรูปภาคตะวันออกของไทย. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น, 3(3), 24-33.
- ปฎิพัทธ์ ทวนทอง และคณะ. (2560). การจัดการระบบการเกษตรอัจฉริยะ. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ปิยะดา พิตาลบุตร. (2561). กลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปราจีนบุรี. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 8(1), 105-120.
- รัฐจวน ประวัติเมือง และคณะ. (2559). แนวทางการสร้างเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลพบุรีมหาวิทยาลัยสวนดุสิต. เรียกใช้เมื่อ 22 เมษายน 2564 จาก https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/SDU.res.2016.5



- รัตติยา สัตยกิจขจร และคณะ. (2563). รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม มจร, 11(3), 143-152.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2561). การบริหารจัดการยุคดิจิทัล. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ก้าวใหม่.
- ศรินทิพย์ กุลจิตรตรี และสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ. (2563). นวัตกรรมจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย, 4(3), 217-232.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2558). ปัจจัยการพึ่งตนเองและปัจจัยการจัดการเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม. วารสาร มรม. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 9(3), 53-66.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2560). รายงานการศึกษาความเหมาะสม (Feasibility Study) การจัดตั้งเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษเขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. เรียกใช้เมื่อ 11 พฤษภาคม 2563 จาก <https://www.eeco.or.th/web-upload/filecenter/html/establishment/Feasibility/003.pdf>
- สุชาดา พุทธรักษา. (2561). ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลในโครงการดิจิทัลชุมชน ด้าน e-Commerce. เรียกใช้เมื่อ 12 ธันวาคม 2563 จาก <http://www.dsdcw2016.dsdcw.go.th/docpr/ddc2560-2561/PDF/>
- อิสรา ดิสรเตดิวัฒน์ และวิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2563). การบริหารจัดการเพื่อนำเทคโนโลยีและเครือข่ายที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแนวคิดการบริหารจัดการยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, 10(1), 214-226.
- Elkjaer, B. (2005). From digital administration to organizational learning. The Journal of Workplace Learning, 17(8), 533-544.
- Global Entrepreneurship Research Association (GERA). (2020). GEM Thailand Report 2019-20. Retrieved December 21, 2020. Retrieved December 21, 2020, from <https://www.gemconsortium.org/report/gem-thailand-report-2019-20>