

ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ
Information System Management Factors for Community Businesses in Sisaket
Province

เอกพิสิฐ คำเอี่ยมรัตน์, จิตติมา พลศักดิ์, นนทยา อิทธิชินบัญชร, ลลนา ยุกต์วัฒนพงษ์ และวีระยุทธ มั่งคั่ง
Akpsit Kamiamrat, Jittima Palasak, Nonthaya ItthiChinnabanchorn,
Lalana Yukwatanapong, and Weerayut Mungkung

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University
E-mail: eakpsit2502@gmail.com

Received: July 20, 2023; Revised August 26, 2023; Accepted: September 11, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ 2) เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ โดยจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา ประเภทธุรกิจ ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการในชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้ตารางเครซีและมอร์แกนได้ขนาดของตัวอย่างจำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที สถิติทดสอบเอฟ และการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
2. การเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามตำแหน่ง เพศ และอายุ การศึกษา อาชีพ ภาพรวมไม่แตกต่างกันแต่พิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาด อายุ และประเภทธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยการจัดการ ระบบสารสนเทศ ธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study information system management factors for community businesses in Sisaket Province and 2) to compare information system management factors for community businesses in Sisaket Province classified by genders, ages, education levels, and types of businesses. The samples used in this research were 100 entrepreneurs in the communities in Sisaket Province. The sample size was determined by Krejcie and Morgan's Table. The research instrument was a questionnaire asking for the information system management factors for the community businesses. The statistics used were percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and pair comparison by using Scheffe's Method.

The research findings were as follows.

1. The information system management factors for community businesses in Sisaket Province in the overall were at a high level.
2. According to the comparison of the information system management factors for community businesses in Sisaket Province classified by genders, ages, education levels and occupations, the factors in the overall were not different. When each aspect was considered, the information system factors in marketing, ages, and types of businesses were different with the statistical significance at the level of .05.

Keywords: Management Factors, Information Systems, Community Businesses in Sisaket Province

บทนำ

ปัจจุบันนี้โลกได้เข้าสู่ยุคแห่งข่าวสารข้อมูล ดังนั้น องค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ จำเป็นต้องมีความรู้เพื่อมาช่วยพัฒนางานของตนให้ดีขึ้น การจัดการความรู้ (Knowledge Management) คือ การรวม การสร้าง การจัดระเบียบการแลกเปลี่ยน และการประยุกต์ใช้ความรู้ภายในองค์กร โดยพัฒนาระบบจากข้อมูลรวมไปสู่สารสนเทศ เพื่อให้เกิดความรู้และปัญญาภายในองค์กร การจัดการความรู้ยังช่วยจัดระเบียบความรู้ที่มีความกระจัดกระจายมาไว้ที่เดียวกัน เพื่อสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ให้บุคลากรคิดค้นเรียนรู้และสร้างความรู้ใหม่ ๆ ขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างช่องทาง รวมทั้งเงื่อนไขในการแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อนำไปใช้พัฒนางานให้มีประสิทธิภาพต่อไป (หทัยรัตน์ อัครมงคลธำกูร, 2559)

ซึ่งเกิดปัญหาการระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลกระทบด้านต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ตั้งแต่การดำเนินชีวิต พื้นฐานการประกอบอาชีพ การค้าขาย การเดินทาง และแม้แต่การเรียนการสอนของสถานศึกษาทุกระดับชั้น ส่งผลให้การเว้นระยะของคนและสังคมเดิมที่มีความใกล้ชิดกันน้อยมากอยู่แล้ว จากการใช้ Social network กันอย่างแพร่หลาย แต่เมื่อได้หันมามองระบบ Social network ที่มีการใช้อย่างแพร่หลายในประเทศไทยมากมายหลายตัว Line, Facebook, Tik Tok และอื่น ๆ ไม่มีแม้แต่ระบบเดียวที่เป็นของคนไทย แต่มีการใช้กันตั้งแต่ส่วนตัวในครอบครัว ในธุรกิจ และแม้แต่ระบบการสื่อสารของภาครัฐเอง อาจเป็นต้นเหตุของการรั่วไหลของข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลธุรกิจ และแม้แต่ข้อมูลราชการ อาจส่งผลกระทบต่อการละเมิดและการรั่วไหลของข้อมูลที่สำคัญไปอยู่ใน Server ของการสื่อสารผ่าน Social media ที่ประชาชนคนไทยธุรกิจ และภาครัฐ ใช้กันอย่างแพร่หลาย สอดคล้องกับ Siadat Abdolvand and Harandi (2015) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ มาใช้ในระบบการศึกษา ระดับสูงโดยได้กล่าวไว้ว่า การจัดการความรู้มีผลอย่างมากต่อการดำเนินงานในเชิงแข่งขันขององค์กรในยุคปัจจุบัน

โดยเฉพาะธุรกิจการศึกษาในระดับสูง และงานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในระบบการศึกษาระดับสูง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวถูกแบ่งออกเป็น 4 ประเภท อันได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านวัฒนธรรม ด้านองค์กร และด้านเทคนิค ผลของปัจจัยในแต่ละด้าน นั้นได้ถูกประเมินในมหาวิทยาลัยอาซาด (Azad University) ประเทศอิหร่านด้วยการตอบคำถามสอบถามโดยเน้น ที่หัวข้อของการสร้างความรู้และขั้นตอนการถ่ายทอดความรู้ผลสำรวจพบว่ามี 3 ปัจจัยคือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านองค์กร และด้านวัฒนธรรมไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้มาใช้ในระบบการศึกษาระดับสูง ขณะที่ปัจจัยด้านเทคนิค เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้มาใช้ในระบบการศึกษาระดับสูง ทั้งนี้ได้มีข้อเสนอแนะที่จะช่วยปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยให้ดีขึ้นอีกด้วย

การรวบรวมข้อมูลจากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและบูรณาการข้อมูลเหล่านั้นด้วยกันจะช่วยให้การปฏิบัติงานทางการบัญชีมีศักยภาพและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และหากผู้บริหารฝ่ายบัญชีสามารถผสมผสานความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยี สารสนเทศที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกันแล้วเชื่อว่าจะทำให้การปฏิบัติงานทางการบัญชีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นความสามารถที่กำลังจะกลายเป็นความสามารถหลักของนักวิชาชีพบัญชี กลายเป็นปัจจัยที่ 5 ของนักวิชาชีพบัญชีก็ได้ ซึ่งเป็นผลมาจากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจที่จะต้องเกิดขึ้นภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลและกำลังจะก้าวไปสู่ยุคระบบอัตโนมัติที่จะมีหุ่นยนต์นักบัญชีเข้ามามีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ การนำเอาอุปกรณ์ที่ทันสมัย ซอฟต์แวร์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและทำงานร่วมกับระบบเชื่อมต่อภายนอกที่มากขึ้น มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้รับการ สนับสนุนผลักดันจากหน่วยงานภาครัฐ การให้ความสำคัญจากผู้บริหารระดับสูง การให้ความร่วมมือของทุกภาคส่วนในองค์กร ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการปรับตัวและพยายามสร้างความสามารถให้นักวิชาชีพบัญชีให้มีความสามารถที่รอบด้านมากยิ่งขึ้นให้สมกับความคาดหวังของคนในสังคม (อุเทน เลาน้ำทา, 2562)

การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้ออนไลน์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ซึ่งช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดออนไลน์ การพัฒนาโครงสร้างการปฏิบัติงานการตลาดดิจิทัล การออกแบบช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการด้วยช่องทางออนไลน์ (เพชร บุดสีทา, 2564) และการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อส่งเสริมการตลาดและขายสินค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการในการเผยแพร่สินค้า การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการข้อมูลวิสาหกิจชุมชน ทำให้เก็บข้อมูลเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น และในการทำธุรกิจปัจจุบันมีทั้งผู้ประกอบการที่เกิดจากการสร้างเป็นบริษัท ร้านค้า หรือการรับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ มาเพื่อจำหน่ายในแบบมีหน้าร้านและแบบจำหน่ายออนไลน์ และในส่วนบุคคลชุมชนที่รวมตัวกันเป็นลักษณะของชุมชนและการรวมกลุ่มของคนในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาในลักษณะของวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การบริการ ซึ่งจัดการด้วยทุนของชุมชนเพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน สร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน และงานวิจัยของแสงเพชร พระฉาย และคณะ (2562) พบว่าเทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนเป็นระบบที่พัฒนาขึ้นให้ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนโดยมีรายละเอียดของสินค้า เช่น ชื่อ ภาพสินค้า ราคา สัญลักษณ์และชื่อของร้าน ข้อมูลสำหรับการติดต่อสื่อสาร และสมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต ผังนรินทร์ และธนพล ก่อฐานะ (2565) ได้กล่าวว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลต้องใช้เทคโนโลยีและเปลี่ยนแปลงยุทธศาสตร์ทางการตลาด เพิ่มยอดขายและขยายตลาดให้มากยิ่งขึ้นโดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจแบบออนไลน์

ซึ่งทางผู้วิจัยได้เห็นปัญหาดังกล่าว จึงได้เริ่มศึกษาข้อมูลและตั้งทีมทำงาน เริ่มต้นพัฒนาระบบเพื่อให้เป็นระบบสื่อสารโดยเริ่มจากการสื่อสารของครูอาจารย์ นักศึกษา และผู้ประกอบการของธุรกิจการค้าพาณิชย์ เพื่อใช้

ในการเรียนการสอนและถ้าใช้ได้ดีภายในค่อย ๆ เพิ่มให้ชุมชนในพื้นที่เข้ามาใช้ร่วม เพื่อช่วยเหลือการสื่อสาร การค้าขาย ผ่านระบบออนไลน์ของสินค้าชุมชนออกสู่พื้นที่อื่น ๆ จนถึงการค้าระหว่างประเทศและที่สำคัญข้อมูลทุกอย่าง ที่ถูกเพิ่มเข้าไปในระบบจะถูกนำไปใช้เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของครู อาจารย์ และผู้ประกอบการของธุรกิจการค้าพาณิชย์ และประชาชน เพื่อการส่งเสริมการพัฒนาระบบการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปของเทคโนโลยี ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชน ของจังหวัดศรีสะเกษ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศึกษาปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษโดยจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา ประเภทธุรกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการในชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ อำเภอเมืองจำนวน 140 คน
2. ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการในชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ ได้จากการสุ่มจากประชากร โดยกำหนดขนาดของตัวอย่างตามตารางของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเป็นแบบสอบถามปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ ที่ผู้วิจัยจัดทำโดยอาศัยแนวคิดหลักสำหรับการวิจัย จึงนำไปเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา IOC (Index of Item Objective Congruence) ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแบบสอบถามทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าตั้งแต่ .60-1.00 สามารถนำไปใช้ได้ทุกข้อ นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ กับประชากรจำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรแอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค พบว่าแบบสอบถามตอนที่ 2 มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษเท่ากับ .87 จากนั้นนำแบบสอบถามทำการทดลองและปรับปรุงแก้ไขเสร็จสมบูรณ์แล้วไปเก็บข้อมูลกับตัวอย่างโดยแบ่งออก เป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบสารสนเทศด้านการบัญชี ด้านระบบสารสนเทศด้านการเงิน ด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาด ด้านระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามไปให้ตัวอย่าง ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ได้ไปวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม เมื่อดำเนินการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ในการจัดกระทำข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับ ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการทดสอบเอฟ โดยการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามสถานภาพส่วนตัว

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	48	48.00
2. หญิง	52	52.00
รวม	100	100.00
อายุ		
1. ต่ำกว่า 20 ปี	5	5.00
2. 20-30 ปี	52	52.00
3. 31-40 ปี	35	35.00
4. 41 ปี ขึ้นไป	8	8.00
รวม	100	100
ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	24.00
2. ปริญญาตรี	73	73.00
3. ปริญญาโท	3	3.00
4. สูงกว่าปริญญาโท	0	0.00
รวม	100	100
ประเภทธุรกิจ		
1. ธุรกิจค้าปลีก	29	29.00
2. ธุรกิจค้าส่ง	12	12.00
3. ธุรกิจออนไลน์	59	59.00
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 48 หญิงคิดเป็นร้อยละ 52 มีอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 52 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 73 ประเภทธุรกิจออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 59

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ

ตารางที่ 2 ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ โดยรวม

รายการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S	แปลผล
ด้านระบบสารสนเทศด้านการบัญชี	3.83	.86	มาก
ด้านระบบสารสนเทศด้านการเงิน	4.04	.79	มาก
ด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาด	3.99	.82	มาก
ด้านระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล	4.14	.75	มาก
เฉลี่ย	4.00	.80	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$) โดยเรียงอันดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล ($\bar{x} = 4.14$) ด้านระบบสารสนเทศด้านการเงิน ($\bar{x} = 4.04$) ด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาด ($\bar{x} = 3.99$) และด้านระบบสารสนเทศด้านการบัญชี ($\bar{x} = 3.83$)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ

ตารางที่ 3 ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามเพศ

ข้อ	รายการ	t	P-value
1	ด้านระบบสารสนเทศด้านการบัญชี	0.877	0.375
2	ด้านระบบสารสนเทศด้านการเงิน	0.815	0.989
3	ด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาด	1.333	0.182
4	ด้านระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล	0.232	0.815
	รวม	0.814	0.590

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษจำแนกตามเพศ โดยภาพรวมมีค่า sig มากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และจำแนกตามเพศที่ต่างต่างก็มีผลต่อปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษทุกคู่ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามอายุ

ข้อ	ปัจจัยการจัดการระบบ	F	P-Value
1	ด้านระบบสารสนเทศด้านการบัญชี	1.266	0.290
2	ด้านระบบสารสนเทศด้านการเงิน	0.651	0.585
3	ด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาด	4.120	0.009*
4	ด้านระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล	2.278	0.084
เฉลี่ย		2.078	0.242

จากตารางที่ 4 การเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามอายุพิจารณาว่า ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาดที่อายุ 20–30 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษทุกคู่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามการศึกษา

ข้อ	ปัจจัยการจัดการระบบ	F	P-value
1	ด้านระบบสารสนเทศด้านการบัญชี	0.866	0.462
2	ด้านระบบสารสนเทศด้านการเงิน	1.038	0.379
3	ด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาด	0.648	0.586
4	ด้านระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล	1.369	0.257
เฉลี่ย		0.980	0.421

จากตารางที่ 5 ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษจำแนกตามการศึกษาโดยภาพรวมมีค่า sig มากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษทุกคู่ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ
จำแนกตามธุรกิจชุมชน

ข้อ	ปัจจัยแนวทางการจัดการระบบ	F	P-value
1	ด้านระบบสารสนเทศด้านการบัญชี	1.481	0.233
2	ด้านระบบสารสนเทศด้านการเงิน	.318	0.729
3	ด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาด	4.420	0.015*
4	ด้านระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล	1.245	0.293
เฉลี่ย		1.866	0.318

จากตารางที่ 6 ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาดของธุรกิจออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และธุรกิจชุมชนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษทุกคู่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมอยู่ในระดับมากและในรายด้านของระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการจัดการระบบของสารสนเทศและสามารถนำไปต่อยอดได้เร็วซึ่งสอดคล้องกับภริภรณ์ บุตรชอ และคณะ (2565) ศึกษาการพัฒนาสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมวกยางพาราสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดหมวกยางพาราผ่านช่องทางออนไลน์เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการวิสาหกิจชุมชนหรือส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำธุรกิจ และสอดคล้องกับ อรจิรา แก้วสว่าง, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และวราพร ดำรงกุลสมบัติ (2564) ปัจจัยด้านการใช้บริการส่วนบุคคลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากซึ่งประชาชนให้ความสำคัญกับบนแอปพลิเคชันออนไลน์ (Shopee) เจ้าหน้าที่ (Contact Center) สามารถตอบกลับ และมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในทันทีมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ (Contact Center) ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับธุรกิจชุมชนของจังหวัดศรีสะเกษ โดยจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา ธุรกิจออนไลน์ โดยภาพรวมพบว่าไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าปัจจัยด้านระบบสารสนเทศด้านการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของภทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมที่พบว่าปัจจัยด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเฟซบุ๊กและอินสตาแกรมไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกันงานวิจัยของ จิระพงษ์ วรรณสุทธิ (2560) ที่ศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอาชีพ รายได้ งบประมาณการซื้อต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก ไลฟ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2) การยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

ผ่าน เฟซบุ๊กไลฟ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ได้ร้อยละ 71

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการขายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ควรมีสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น มีการเพิ่มความดึงดูดในการโฆษณาสินค้า
2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนควรมีการพัฒนาาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อการใช้งาน เช่น การสมัครเป็นสมาชิกที่ง่ายขึ้น มีการใส่รหัสผ่านทุกครั้งที่เข้าใช้งานเพื่อความปลอดภัยของบัญชีผู้ใช้ มีข้อมูลและรูปภาพจริงของสินค้าที่ต้องการซื้อเพื่อความมั่นใจของลูกค้า
3. ปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการบางส่วนอยู่ในวัยกลางคนและผู้สูงอายุ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ระบบสารสนเทศและระบบการค้าขายทางออนไลน์ เพื่อช่วยให้เกิดการแข่งขันและการกระจายรายได้สู่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรในการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจชุมชนให้ครอบคลุมด้านอื่น ๆ ได้แก่ ด้านงบประมาณ บัญชี การเงิน การตลาด ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศใหม่ ด้านความรับผิดชอบต่อองค์กรต่อสังคม รวมถึงการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่กระตุ้นแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เป็นต้น เพื่อที่จะได้ทราบถึงปัจจัยที่ครอบคลุมหลายด้านที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจชุมชนอันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจ นอกจากนี้ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ขององค์กรแล้ว ควรศึกษาในธุรกิจชุมชนอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธุรกิจบริการประเภทการขนส่ง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จิระพงษ์ วรรณสุทธิ. การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook live. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2560.
- เพชร บุดสีทา. “การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ตำบลท่าขุนราม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร,” วารสารวิชาการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 8, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2564): 48-59.
- ภิราภรณ์ บุตรชอ และคณะ. “ การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนกรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพาราอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง,” วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. 2, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565): 43-53
- ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559.
- แสงเพชร พระฉาย และคณะ. “การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสนับสนุนรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,” วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. 5, 1 (มิถุนายน 2562): 88-100.

- สมทบ แก้วเชื้อ บัณฑิต ฝั่งรินทร์ และธนพล ก่อฐานะ. “ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล,” วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. 15, 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2565): 33-44.
- หทัยรัตน์ อัครมงคลฐากร. การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ความคิดเห็นพฤติกรรมการใช้พฤติกรรมการตัดสินใจและแรงจูงใจที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559.
- อรจิรา แก้วสว่าง, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และวราพร คำรงค์กุลสมบัติ. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร,” วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา. 11, 2 (เมษายน-มิถุนายน 2564): 308-321.
- อุเทน เลาน้ำทา. “ความสามารถด้านดิจิทัลเทคโนโลยีของนักบัญชี,” เอกสารภาชีอากร. 38, 454 (กรกฎาคม 2562): 108.
- Krejcie, R. V. and D. W. Morgan. “Determining sample size for research activities,” *Educational and Psychological Measurement*. 30,3 (May 1970): 607–610.
- Shahidi, S., N. Abdolvand and S.R. Harandi. “Assessing the organization readiness for implementing knowledge management in organizations,” Unpublished master’s thesis, Alzahra University, Iran. 2015.