IJBRU (2025), 9(1): 114-126 ISSN 3057-1871 (Online)

วารสารสหวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Interdisciplinary Journal of Buriram Rajabhat University

Factors Influencing the Expansion of Business Opportunities in the Digital Era among Community Enterprises in Buriram Province

Chalita Charoennet[1*], Ratchaneekorn Jatukul[1], and Kulkanya Srisuk[1]

[1] *Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University, Buriram, Thailand*

Article Info

Research Article

Article history:

Received: 14 January 2025

Revised: 23 April 2025

Accepted: 24 April 2025

Keyword

Influencing factors,
Business opportunities,
Digital era,
Community enterprises,
Buriram province

***Corresponding author:**

chalita.cn@bru.ac.th

Abstract

This research aims to study the factors influencing the expansion of business opportunities in the digital era among community enterprises in Buriram Province. It analyzes the expansion of business opportunities based on demographic information and proposes strategies for further development. The study employs a quantitative research approach, utilizing a questionnaire to collect data from a sample of 400 members of community enterprises in Buriram Province. Descriptive statistics were used to summarize and explain the characteristics of the collected data, while inferential statistics, specifically correlation analysis at a statistical significance level of 0.05, were applied to test the research hypotheses.

The results reveal that factors significantly influencing the expansion of business opportunities, at a 95% confidence level, include business competitiveness, human resource management, and network building and collaboration. Suggested strategies for expanding business opportunities among community enterprises include enhancing competitiveness within the same business sector, developing human resources through skill training and workshops, and fostering cooperation and network-building with business partners. These strategies aim to promote product development for new markets, facilitate knowledge sharing, and reduce production costs.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์

ชลิตา เจริญเนตร[1*] รัชนีกร จัตุกูล[1] และกุลกันยา ศรีสุข[1]

[1] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ข้อมูลบทความ

บทความวิจัย

คำสำคัญ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล
โอกาสทางธุรกิจ
ยุคดิจิทัล
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
จังหวัดบุรีรัมย์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ วิเคราะห์การขยายโอกาสทางธุรกิจโดยจำแนกตามข้อมูลทั่วไป และหาแนวทางในการขยายโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ข้อมูลการสรุปและอธิบายลักษณะสำคัญของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยคือ สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลมี จำนวน 400 คน จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% คือความสามารถทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือส่งผลต่อการขยายธุรกิจ แนวทางในการขยายโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ ได้คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับกลุ่มธุรกิจในรูปแบบเดียวกัน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการพัฒนาทักษะและการอบรม พร้อมทั้งควรจะมีความร่วมมือและสร้างเครือข่ายกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดใหม่ๆ การแบ่งปันความรู้ และช่วยในการลดต้นทุนของการผลิต

บทนำ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญในระบบเศรษฐกิจฐานราก โดยมีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนไม่ได้เป็นเพียงแหล่งสร้างรายได้สำหรับสมาชิกในชุมชน แต่ยังเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมายาวนาน ในประเทศไทย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญในหลายภาคส่วน เช่น การเกษตร การแปรรูปอาหาร งานหัตถกรรม และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ธุรกิจเหล่านี้ช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นและระดับชาติ (รัชตา กาญจนโรจน์ และคณะ, 2565) โดยเฉพาะในยุคที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่ยั่งยืน รวมถึงมีเรื่องราวที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชุมชน อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ อาทิ การขาดแคลนทุนทรัพย์ ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจ และการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น (อัครเจตน์ ชัยภูมิ, 2562) นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลยังเพิ่มแรงกดดันให้วิสาหกิจชุมชนต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ด้วยเหตุนี้การศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จและอุปสรรคที่ต้องเผชิญ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเหล่านี้ให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว (ชาญชัย เมธาวิรุฬห์ และสุดารัตน์ เกลี้ยงสะอาด, 2567)

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด การปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกภาคส่วน โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ

การนำเอานวัตกรรมดิจิทัลมาปรับใช้ในกระบวนการทำงานไม่เพียงแต่เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ แต่ยังสามารถขยายโอกาสทางธุรกิจให้ครอบคลุมและหลากหลายมากยิ่งขึ้น ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน (พัทธมน ธุระธรรมานนท์ และกังวาน ยอดวิศิษฎ์ศักดิ์, 2565) การใช้แผนธุรกิจดิจิทัลจึงเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในระยะยาว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดในการพัฒนาประเทศ โดยปรับเปลี่ยนไปในเชิงให้ความสำคัญธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) เพิ่มขึ้น แต่ควรตระหนักว่า SMEs ในปัจจุบันไม่ได้แตกต่างไปจากกลุ่มธุรกิจอื่นๆของประเทศ กล่าวคือ SMEs ต้องเผชิญกับปัญหาอันสืบเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรงจึงมิได้หมายความ เฉพาะการช่วยเหลือ SMEs ให้รอดพ้นจากวิกฤตของการเปลี่ยนแปลงในสภาวการณ์ปัจจุบันเท่านั้น (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2552)

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังคงประสบปัญหาหลายประการที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตและความยั่งยืน หนึ่งในปัญหาสำคัญคือการขาดแคลนทรัพยากรทางการเงินและเงินทุนหมุนเวียน หลายกลุ่มยังต้องพึ่งพาเงินอุดหนุนจากภาครัฐหรือแหล่งทุนจากภายนอก ซึ่งอาจไม่เพียงพอหรือไม่ต่อเนื่อง นอกจากนี้ การขาดความสามารถทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมแผนธุรกิจดิจิทัล ความสามารถทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ อีกทั้งการแข่งขันในตลาดที่มีความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในยุคดิจิทัล เป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องเผชิญ การขาดความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การขายสินค้าออนไลน์ การทำตลาดดิจิทัล และการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจบางกลุ่มไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ นอกจากนี้ ความไม่เป็นระบบในด้านการจัดการภายในกลุ่ม เช่น การขาดความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของสมาชิก การแบ่งปันผลประโยชน์อย่างไม่เป็นธรรม และปัญหาความขัดแย้งภายในล้วนเป็นปัจจัยที่บั่นทอนศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว (รัชตา กาญจนโรจน์ และคณะ, 2565)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์เป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่ โดยเป็นตัวแทนของการรวมตัวของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ ส่งเสริมการพึ่งพาตนเองและรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ในยุคของเศรษฐกิจดิจิทัลและการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังคงเผชิญกับข้อจำกัดสำคัญในด้านต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการเติบโตและการขยายตัวของธุรกิจ และหนึ่งในความท้าทายที่สำคัญคือ การขาดความสามารถทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน หลายกลุ่มยังขาดความรู้และทักษะในการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การบริหารจัดการ และการตลาดออนไลน์ ทำให้พลาดโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่และขยายตลาดได้อย่างเต็มศักยภาพ (อังคาร คะชาวังศรี และคณะ, 2566) นอกจากนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังขาดนวัตกรรมในแผนธุรกิจดิจิทัล ที่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การไม่มีแผนธุรกิจที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ (วราพร จิระพันธุ์ทอง และคณะ, 2564) ทำให้กลุ่มเหล่านี้ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นที่มีความพร้อมมากกว่า ในด้านความสามารถทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ต้องเผชิญ เนื่องจากการขาดการวิเคราะห์ตลาด ความรู้ด้านกลยุทธ์การแข่งขัน และการพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้หลายกลุ่มต้องต่อสู้กับแรงกดดันจากคู่แข่งที่มีศักยภาพสูงกว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังคงเป็นประเด็นที่ต้องการการพัฒนา ทั้งในแง่ของการบริหารงาน การสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิก และการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล การขาดการจัดการที่ดีอาจนำไปสู่ความขัดแย้งภายในกลุ่มและลดทอนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสุดท้าย การขาดเครือข่ายและความร่วมมือ กับองค์กรอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐเอกชน หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ทำให้การแลกเปลี่ยนทรัพยากร ความรู้ และโอกาสทางธุรกิจเป็นไปได้อย่างจำกัด การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งจะช่วยให้กลุ่มสามารถเข้าถึงแหล่งทุน ความเชี่ยวชาญ และตลาดที่กว้างขึ้น

ด้วยสาเหตุนี้เองผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่มีอิธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ ให้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มี

ความสามารถในการขยายธุรกิจเพิ่มขึ้นได้ และสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ การสร้างงานในชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินงานวิจัยเกี่ยวกับการขยายโอกาสทางธุรกิจโดยใช้นวัตกรรมแผนธุรกิจดิจิทัลในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎีการบริหารจัดการธุรกิจ (Business Management Theory)

ทฤษฎีการบริหารจัดการธุรกิจ เป็นกลุ่มของหลักการ แนวคิด และโมเดลที่ใช้เพื่อทำความเข้าใจและปรับปรุงวิธีการบริหารและจัดการองค์กรหรือธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น (1) การจัดการวิทยาศาสตร์ พัฒนาโดย Taylor (1911) ซึ่งมุ่งเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานผ่านการวิเคราะห์และการจัดการขั้นตอนการทำงานให้เป็นระบบและเป็นมาตรฐาน เน้นการใช้หลักวิทยาศาสตร์ในการบรรลุประสิทธิภาพสูงสุด เช่น การแบ่งงาน การฝึกอบรม และการให้รางวัลตามผลลัพธ์ (2) การจัดการเชิงพฤติกรรม ที่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยเชิงมนุษย์ในที่ทำงาน เช่น แรงจูงใจ ความเป็นผู้นำ และการสื่อสาร พิจารณาความสามารถในการเป็นผู้นำและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน (3) ทฤษฎีการจัดการระบบ มององค์กรเป็นระบบที่ประกอบด้วยองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกัน เช่น กิจการทางการผลิต การตลาด และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การประสานงานระหว่างแผนกต่างๆ เพื่อให้เกิดการทำงานที่สอดคล้องและมีประสิทธิภาพสูงสุด (4) ทฤษฎีสถานการณ์ เสนอว่าการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับปัจจัยสถานการณ์ต่างๆ เช่น วัฒนธรรมองค์กร ประเภทของงาน และสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งไม่มีคำตอบที่ถูกต้องเพียงหนึ่งเดียวสำหรับทุกสถานการณ์ แต่ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางตามสถานการณ์ที่แตกต่างกัน (5) ทฤษฎีการบริหารคุณภาพ มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานในทุกระดับ เพื่อปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการขับเคลื่อนด้วยหลักการของการปรับปรุงต่อเนื่อง การให้ความสำคัญกับลูกค้า และการมีส่วนร่วมของทีม (Kanigel, R. 1997). การบริหารธุรกิจเป็นกระบวนการวางแผน การจัดการ การนำ และการควบคุมทรัพยากรในองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Drucker, 1999)

การบริหารที่มีประสิทธิภาพมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยครอบคลุมด้านการจัดการบุคคล (Human Resource Management) การจัดการการเงิน (Financial Management) และการจัดการการตลาด (Marketing Management) (Robbins & Coulter, 2018) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารธุรกิจ ได้แก่ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) การพัฒนานวัตกรรม (Innovation Development) และการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Porter, 1985) ผู้บริหารควรเน้นการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูล (Data-Driven Decision Making) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มในยุคดิจิทัล (Kotler et al., 2021) ดังเช่นงานวิจัยของพัทธมน ธุระธรรมานนท์ และกังวาน ยอดวิศิษฏ์ศักดิ์ (2565) ที่ทำการศึกษาปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจเบเกอรี่บนออนไลน์ โดยผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการทั้งในด้านของคุณลักษณะของผู้ประกอบและกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเบเกอรี่บนออนไลน์ต่อไปในอนาคต

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (Community Economic Development Theory)

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เป็นกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นและการใช้ทรัพยากรภายในเพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Bradley, 2007) หลักในการการมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าแนวทางการพัฒนาเป็นไปตามความต้องการและทรัพยากรที่

มีอยู่จริงของชุมชน การใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น แรงงาน วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อสนับสนุนการสร้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจในชุมชน การเป็นเจ้าของกิจการโดยชุมชน ซึ่งจะช่วยสร้างความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อการพัฒนาภายในท้องถิ่น (อัครเจตน์ ชัยภูมิ, 2562) พร้อมทั้งการพัฒนาและฝึกอบรมทักษะต่างๆ ให้กับคนในชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานและสร้างโอกาสในด้านต่างๆ โดยเฉพาะในธุรกิจและการประกอบกิจการส่วนตัว ส่งเสริมการคิดค้นผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของตลาด แต่ยังสามารถแข่งขันได้ในระดับที่กว้างขึ้น โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้ในท้องถิ่น การพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืน ที่ไม่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนในระยะยาว โดยคำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมรวมกัน สร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรในท้องถิ่น หน่วยงานรัฐบาล และภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนโครงการและกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน (Levine et al., 2016) ดังเช่นงานวิจัยของรจนา เมืองแสน และอุมาวรรณ วาทกิจ (2563) ที่ศึกษาแนวทาง การพัฒนาการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหมสำเร็จรูปในกลุ่มนครชัยบุรินทร์ ที่พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการตลาดดิจิทัล ได้แก่คุณภาพของระบบสารสนเทศ การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล พลังผลักดันดิจิทัลและการวางแผนการตลาดดิจิทัล และแนวทางการพัฒนาการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการผ้าไหมสำเร็จรูปในกลุ่มนครชัยบุรินทร์ ควรมีการวางแผนการตลาดดิจิทัลโดยการสร้างโมเดลธุรกิจบนผืนผ้าใบ ผู้ประกอบการผ้าไหมสำเร็จรูปควรเพิ่มทักษะและความรู้การใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ในการทำการตลาดดิจิทัล

ทฤษฎีการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technology Adaptation Theory)

ทฤษฎีการปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ได้กล่าวถึงวิธีที่บุคคล กลุ่ม หรือองค์กรปรับตัวและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในบริบทต่างๆ มุ่งเน้นไปที่กระบวนการและปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและปรับตัวต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยรวมถึงแนวคิดหลักคือ (1) การยอมรับเทคโนโลยี พัฒนาขึ้นโดย Davis (1986) ทฤษฎีนี้อธิบายว่าความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับสองปัจจัยหลัก คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) (2) การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations Theory) (Rogers & Shoemaker, 1971) การศึกษาว่าเทคโนโลยีหรือแนวคิดใหม่ๆ ที่แพร่กระจายในสังคม โดยเน้นที่ประเภทของผู้ใช้งาน เช่น ผู้บุกเบิก หรือผู้ที่ยอมรับช้า และขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม (3) กรอบแนวคิดการจัดการความเปลี่ยนแปลง (Change Management Frameworks) การสื่อสาร การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร และการฝึกอบรมพนักงาน (4) การพัฒนาโครงสร้างองค์กรและวัฒนธรรมที่สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว (5) การประเมินและจัดการความเสี่ยง (Risk Assessment and Management) ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ และการจัดการความเสี่ยงเหล่านั้นผ่านการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการสร้างกระบวนการที่รองรับ (6) การพัฒนาทักษะและความรู้ใหม่ที่จำเป็นสำหรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ รวมถึงการอบรมและการศึกษาอย่างต่อเนื่องสำหรับบุคลากร (สุดารัตน์ เกลี้ยงสะอาด และชาญชัย เมธาวิรุฬห์, 2566)

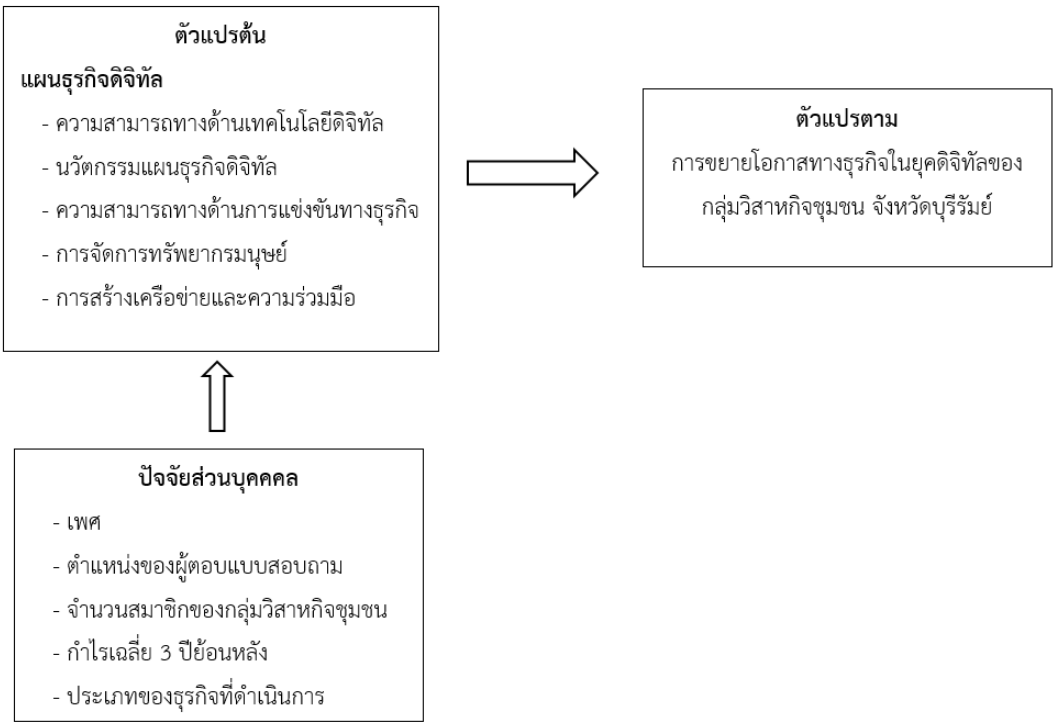
ตั้งแต่ทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา ธนาคารโลกและนักวิชาการได้พัฒนาการศึกษาการจัดการเทคโนโลยีและการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยล่าสุด ได้ศึกษาประเด็น Trade, Technology, & International Competitiveness ซึ่งเน้นความสามารถทางเทคโนโลยีที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ หน้าที่หลัก (Primary) ครอบคลุมด้านการลงทุน กระบวนการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ ส่วนสนับสนุน (Supporting) ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ และปัจจัยทางด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (Androniceanu, 2023) ซึ่งรัชตา กาญจนโรจน์ (2565) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า โดยในส่วนของหน้าที่หลัก ครอบคลุมใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการลงทุนด้านกระบวนการผลิต และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดของ Thailand Development Research Institute (1989) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งเน้นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยแบ่งตามลักษณะหน้าที่และกิจกรรมหลัก ทั้งนี้ การสังเคราะห์

องค์ประกอบของความสามารถทางเทคโนโลยีจากวรรณกรรมและงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าองค์ประกอบสำคัญประกอบด้วย ความสามารถในการได้มา (Acquisitive Capability)ความสามารถในการปฏิบัติการ (Operative Capability) ความสามารถในการปรับตัว (Adaptive Capability) ความสามารถด้านนวัตกรรมใหม่ (Innovative Capability) และการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัล (Digital Transformation Theory) มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงองค์กรจากรูปแบบดั้งเดิมไปสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ทำการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ในการยอมรับและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ โดยมุ่งเน้นการอธิบายเหตุผลและวิธีการที่บุคคลหรือองค์กรนำเทคโนโลยีมาใช้ ศึกษาลักษณะและพัฒนาการของเทคโนโลยีที่มีผลกระทบอย่างมากต่อการจัดการเรียนรู้ในสถาบันอุดมศึกษาไทย โดยเน้นการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการจัดการเรียนรู้ (อัครเจตน์ ชัยภูมิ, 2562) เช่นเดียวกับงานวิจัยของชาญชัย เมธาวิรุฬห์ และคณะ (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล ความสามารถทางดิจิทัล ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีภัตตาคาร/ร้านอาหาร ได้ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาระบุว่า แบบจำลองสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัลมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางดิจิทัล และความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยที่ความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวของ ผู้วิจัยได้พบว่าปัจจัยต่างๆ ส่งผลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจ ประกอบไปด้วยความสามารถทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมแผนธุรกิจดิจิทัล ความสามารถทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ และการใช้โมเดลทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ เช่น การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังรูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ประกอบธุรกิจทุกประเภท

2. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) แล้วกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cochran ซึ่งสามารถคำนวณตามสูตรดังต่อไปนี้ (Cochran, 1977)

จากสูตร $n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$

เมื่อ n คือจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ P คือสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม Z^2 คือ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ และ d คือสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

จากสูตรการคำนวณหาจำนวนประชากรที่ไม่ทราบแน่ชัดและไม่ทราบสัดส่วน สามารถกำหนดค่า P = 0.5 แทนได้ ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 0.05 ดังนั้นเมื่อแทนค่าในสมการ จะได้ 384 คน และผู้วิจัยเก็บเพิ่มอีกให้เป็นจำนวน 400 คน เพื่อใช้แทนในกรณีขาดเหลือ ไม่พบหรือไม่ตอบแบบสอบถาม

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรต้นคือ ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมแผนธุรกิจดิจิทัล ความสามารถทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ ตัวแปรตามคือ การขยายโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ และปัจจัยส่วนบุคคลคือ เพศ ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กำไรเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง และประเภทของธุรกิจที่ดำเนินการ

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนการวิจัย คือ (1) การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย (2) การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม (3) การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ โดยมีขั้นตอนและวิธีการ โดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ประกอบธุรกิจทุกประเภท แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) แล้วกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อ 95% ความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 0.05 ดังนั้นเมื่อแทนค่าในสมการ จะได้ 384 คน และผู้วิจัยเก็บเพิ่มอีกให้เป็นจำนวน 400 คน เพื่อใช้แทนในกรณีขาดเหลือ ไม่พบ หรือไม่ตอบแบบสอบถาม

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ทำโดยเลือกจากสมาชิกกลุ่มที่มีการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา และเป็นสมาชิกที่ยินยอมเข้าร่วมการวิจัยและให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม วิธีการเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยตรง โดยการแจกแบบสอบถามและรับกลับคืนมาด้วยตนเอง กรณีเป็นช่องทางออนไลน์ดำเนินการจัดส่งลิงก์แบบสอบถามทางอีเมล์ และทางสื่อ Social media ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบบสอบถามแบ่งเป็นแบบเก็บข้อมูลด้วยตนเอง 40% และแบบออนไลน์ 60% เนื่องจากสมาชิกกลุ่มวิสาหิจชุมชนออนไลน์มีจำนวนมากกว่า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยข้อคำถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนข้อ ประกอบไปด้วย เพศ ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม, จำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน, กำไรเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง และประเภทของธุรกิจที่กลุ่มดำเนินการ โดยข้อคำถามมีลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ แบ่งออกเป็น 3 หมวด ได้แก่ (1) ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (2) นวัตกรรมแผนธุรกิจ ดิจิทัล และ (3) ความสามารถทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นคำถามแบบมาตรวัด โดยมาตรที่แบ่งเป็นส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด กำหนด

เกณฑ์การแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ยในระดับต่าง ๆ ดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นข้อคำถามเปิดกว้าง เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมนอกเหนือจากข้อคำถามในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 โดยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องหรือค่า IOC พบว่าข้อคำถามผ่านเกณฑ์ทุกข้อ โดยมีค่า IOC ระหว่างช่วง 0.06 ถึง +1.00 แสดงถึงความเที่ยงตรงในการวัดและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเหมาะแก่การนำไปใช้ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.959 กลุ่มตัวอย่างในการ Try Out คือเลือกจากกลุ่มตัวอย่างการวิจัย โดยเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คน และผลการตอบถูกนำไปวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่ระดับความเชื่อ 95% ความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 0.05 ผลลัพธ์ที่ได้จะถูกนำไปปรับปรุงคำถามที่ไม่ชัดเจนหรือซ้ำซ้อน ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ เพื่อวิจัยในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจเข้าร่วมการวิจัยและยังเป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบันจากรายชื่อของสมาชิกกลุ่ม ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นเก็บข้อมูลด้วยตนเอง 40% และออนไลน์ 60% เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว จากนั้นจึงทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ วารสาร รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ รวมถึงการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้านแผนธุรกิจดิจิทัลทางอินเทอร์เน็ต

งานวิจัยนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูล จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ดังนี้

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิเคราะห์ข้อมูลการสรุปและอธิบายลักษณะสำคัญของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัยโดยใช้สถิติแบบ Multiple Linear Regression (การถดถอยเชิงเส้นหลายตัวแปร) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ จากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีตำแหน่งเป็นสมาชิกกลุ่ม มีสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 7-20 คน กำไรเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง 20,001-30,000 บาท ประเภทของธุรกิจที่กลุ่มดำเนินการอาหารและเครื่องดื่ม (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	356	89.00
ชาย	44	11.00
รวม	400	100.00
ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม		
ประธาน	21	5.25
รองประธาน	123	30.75
สมาชิกกลุ่ม	256	64.00
รวม	400	100.00
จำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน		
7 – 20 คน	231	57.75
21 – 40 คน	91	22.75
41 – 60 คน	78	19.5
รวม	400	100.00
กำไรเฉลี่ย 3 ปีย้อนหลัง		
10,000 – 20,000 บาท	75	18.75
20,001 – 30,000 บาท	325	81.25
รวม	400	100.00
ประเภทของธุรกิจที่กลุ่มดำเนินการ		
หัตถกรรมและงานฝีมือ	43	10.75
อาหารและเครื่องดื่ม		237
การท่องเที่ยวชุมชน	120	30.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์

ข้อ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น		
		ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1	ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	4.32	0.25	ระดับมาก
2	นวัตกรรมแผนธุรกิจดิจิทัล	4.40	0.19	ระดับมาก
3	ความสามารถทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ	4.40	0.26	ระดับมาก
4	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	4.33	0.20	ระดับมาก
5	การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ	4.30	0.28	ระดับมาก

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ ทั้ง 5 ปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยแต่ละด้านได้ ดังต่อไปนี้ ด้านนวัตกรรมแผนธุรกิจดิจิทัล และด้านความสามารถทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ด้านความสามารถทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และด้านการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.752	0.666		4.135	0.000
เทคโนโลยีดิจิทัล	0.031	0.071	0.029	0.434	0.664
แผนธุรกิจ	-0.020	0.074	-0.014	-0.264	0.792
การแข่งขัน	-0.167	0.057	-0.160	-2.909	0.004*
ทรัพยากรมนุษย์	0.226	0.092	0.167	2.445	0.015*
เครือข่าย	0.241	0.057	0.250	4.201	0.000*

* ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 3 สามารถสรุปผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญ ได้ดังนี้ ด้านความสามารถทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ ส่งผลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ จากการแปลผลของ ค่า Beta = –0.160 หมายความว่าเมื่อการแข่งขันทางธุรกิจสูงขึ้น โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจจะลดลง ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลต่อต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ จากการแปลผลของ ค่า Beta = 0.167 หมายความว่า หากมีการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่เพิ่มขึ้น โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจจะเพิ่มขึ้นตาม และด้านการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ ส่งผลต่อการขยายธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ จากการแปลผลของ ค่า Beta = 0.250 หมายความว่า หากมีการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือเพิ่มขึ้น โอกาสในการขยายตัวของธุรกิจจะเพิ่มขึ้นตาม

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่ได้พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์มีหลากหลายปัจจัยที่สำคัญ โดยเฉพาะ การแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งมีค่า Beta = –0.160 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความเข้มข้นของการแข่งขันในตลาดส่งผลให้โอกาสในการขยายธุรกิจลดลง การแข่งขันที่รุนแรงสามารถทำให้ธุรกิจมีต้นทุนที่สูงขึ้น เช่น การลดราคาหรือการลงทุนในด้านการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้า ซึ่งอาจส่งผลให้การขยายตัวของธุรกิจมีความยากลำบาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญชัย เมธาวิรุฬห์ และคณะ (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล ความสามารถทางดิจิทัล ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน พบว่าแบบจำลองสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัลมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางดิจิทัล และความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยที่ความสามารถทางดิจิทัลมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน และการแข่งขันในตลาดมีผลกระทบเชิงลบ

ต่อการขยายธุรกิจในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) โดยเฉพาะในภูมิภาคที่มีการแข่งขันสูง

ในขณะเดียวกัน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีค่า Beta = 0.167 แสดงให้เห็นว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจ การมีบุคลากรที่มีทักษะและความรู้เหมาะสมสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาองค์กร ซึ่งการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรเดช เพลิดพริ้ง และวินัย รังสินันท์ (2565) ที่ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์การของกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคตในโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกแห่งประเทศไทย การวิจัยนี้ระบุว่า การจัดการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพขององค์กร โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ถึง 67% (R-Square = 0.670) ผลการวิจัยนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพต่อความสำเร็จขององค์กรในภาคอุตสาหกรรม

การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ ซึ่งมีค่า Beta = 0.250 แสดงให้เห็นว่า การมีเครือข่ายที่แข็งแกร่งและการร่วมมือกับองค์กรต่างๆ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจ โดยการสร้างเครือข่ายและการร่วมมือสามารถช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงแหล่งทรัพยากรใหม่ ๆ และเพิ่มโอกาสในการขยายตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพร จิระพันธุ์ทอง และคณะ (2564) ที่ทำการศึกษาการจัดการเรียนรู้หลักสูตรการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี แบบความจริงเสริมผ่านระบบออนไลน์ รูปแบบและวิถีทางของการเรียนการสอนในปัจจุบันและอนาคตมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยและได้รับการสนับสนุนจากเทคโนโลยีดิจิทัลที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของการเรียนรู้และการดำรงชีวิต พร้อมทั้งควรจะมีความร่วมมือและสร้างเครือข่ายกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดใหม่ๆ การแบ่งปันความรู้ และช่วยในการลดต้นทุนของการผลิต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจในยุคดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ จากการวิจัยมีดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารและสมาชิกกลุ่ม ควรจัดให้มีหลักสูตรอบรม/เวิร์กช็อป ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ และภาวะผู้นำ สนับสนุนให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีที่ปรึกษาทางธุรกิจหรือผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำเชิงเทคนิคและกลยุทธ์ สนับสนุนให้เกิดคลัสเตอร์วิสาหกิจชุมชนที่รวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากร ความรู้ และการผลิตร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ส่งเสริมโครงการความร่วมมือกับบพท. ภาคเอกชน และวิสาหกิจชุมชน เพื่อวิจัยพัฒนา และต่อยอดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยี จัดให้มีการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีการผลิต การจัดการข้อมูล และการทำตลาดดิจิทัล สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เทคโนโลยีในชุมชนหรือศูนย์นวัตกรรมท้องถิ่น สร้างความร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภออื่นๆ หรือจังหวัดใกล้เคียงเพื่อจัดทำกลุ่มความร่วมมือด้านวัตถุดิบหรือการตลาด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาเชิงลึกเฉพาะด้านเสนอให้ทำวิจัยเชิงลึกในหัวข้อเฉพาะ เช่นปัจจัยความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ในวิสาหกิจชุมชน รูปแบบการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น บทบาทของผู้นำชุมชนต่อความยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บูรณาการองค์ความรู้จากศาสตร์อื่น เช่น เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การวิจัยครอบคลุมมิติต่างๆ มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2552). *รายงานการศึกษาแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในอนาคต ประจำปี 2552.* กรุงเทพฯ: ส่วนบริหารจัดการข้อมูลและปรึกษาแนะนำ สำนักบริหารยุทธศาสตร์.

ชาญชัย เมธาวิรุฬห์ และสุดารัตน์ เกลี้ยงสอาด. (2567). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกลยุทธ์ธุรกิจดิจิทัล ความสามารถทางดิจิทัลความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีภัตตาคาร/ร้านอาหาร. *วารสารเกษตรศาสตร์ ธุรกิจประยุกต์, 18*(28), 72-94.

ดนัย เทียนพุฒ. (2550). *ความสามารถในทรรศนะ ดร.ดนัย เทียนพุฒ.* กรุงเทพฯ: บริษัทเอ. อาร์. อินฟอร์เมชั่น แอน พับลิเคชั่น จำกัด.

ธนศักดิ์ สุกิจจากร. (2563). การพัฒนาอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลทีวี: กรณีศึกษากลุ่มช่องประเภทบริการธุรกิจระดับชาติ. *วารสารศิลปการจัดการ, 4*(3), 552-565.

เพ็ญแข ศิริวรรณ. (2551). *สถิติเพื่อการวิจัย.* กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น.

พัทธมน ธุระธรรมานนท์ และกังวาน ยอดวิศิษฎ์ศักดิ์. (2565). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจเบเกอรี่บนออนไลน์. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 13*(1), 16-31.

วราพร จิระพันธุ์ทอง, วิลาวัลย์ อินทรชำนาญ, บัญญพนต์ พูนสวัสดิ, อรวรรณ อิ่มสมบัติ, วิญญู นิรนาทล้ำพงศ์, กรุณา แย้มพราย, และนวพล ดีช่วย. (2564). การศึกษาการจัดการเรียนรู้หลักสูตรการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลด้วยเทคโนโลยี แบบความจริงเสริมผ่านระบบออนไลน์. *วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, 6*(4), 781–792.

วรเดช เพลิดพริ้ง และวินัย รังสินันท์. (2565). ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์การของกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคตในโครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกแห่งประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8*(3), 176–189.

รจนา เมืองแสน และอุมาวรรณ วาทกิจ. (2563). แนวทางการพัฒนาการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหมสำเร็จรูปในกลุ่มนครชัยบุรินทร์. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 9*(2), 817–829.

รัชตา กาญจนโรจน์, วิชิต อู่อ้น, และกัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล. (2565) แบบจำลองผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตของประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ, 9(1), 127-142.

สุดารัตน์ เกลี้ยงสะอาด และชาญชัย เมธาวิรุฬห์. (2566). การปรับใช้นวัตกรรมรูปแบบแผนธุรกิจและความสามารถทางด้านดิจิทัลในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจของกลุ่มแรงงานนอกระบบสูงอายุ จังหวัดอ่างทอง. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 20*(2), 67-87.

อัครเจตน์ ชัยภูมิ. (2562). แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน: เหลียวหลัง แลหน้า นำพาเศรษฐกิจชุมชนสู่ทางรอด. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 13*(2), 45-60.

อังคาร คะชาวังศรี, อนพัทย์ พัฒนวงศ์วรัณ และวรลักษณ์ เขียวมีส่วน. (2566). กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์แบบเฉพาะบุคคลเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งขันให้แก่ธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 25*(3), 257-270.

Androniceanu A. (2023). The new trends of digital transformation and artificial intelligence in public administration. *Administratie si Management Public, 40*, 147-155.

Bradley L. (2007). Building sustainable communities: The role of community economic development. *Journal of Community Economic Development, 2*(1), 71-85. https://doi.org/10.1080/15575330709336550

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques.* 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*(3), 297-334. https://doi.org/10.1007/BF02310555

Davis, F. D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results* (Doctoral of Philosophy). Massachusetts: Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.

Kanigel, R. (1997). *The one best way: Frederick Winslow Taylor and the enigma of efficiency*. New York: Penguin Books.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & He, H. (2021). *Principles of marketing*. 8th european ed. New York: Pearson Education.

Levine, B., Torjman, S., & Born, P. (2016). *Community Economic Development: The Canadian Experience.* Toronto: University of Toronto Press.

Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.* New York: Free Press.

Robbins, S., & Coulter, M. (2018). *Management.* 14th global ed. New York: Pearson.

Rogers, E., & Shoemaker, F. (1971). *Communication of innovations: A cross-cultural approach.* 2nd ed. New York: The Free Press.

Taylor, F. W. (1911). *The principles of scientific management*. New York: London Harper & Brothers.

Teece, D. J. (2017). Business models and dynamic capabilities. *Journal of World Business, 53*(4), 525-537.

Thailand Development Research Institute. (1989). *The Development of Thailand's Technological Capability in Industry: Volume 5 Capability Development for Electronics and Information Technology-Based Industries.* Bangkok: TDRI.