**การศึกษาปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัลกรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น**

**The Study Of Factors Modern Management Affecting the Business community in Digital Age : A Case Study of Khon Khaen Province.**

นิศราวรรณ ไพบูลย์พรพงศ์[[1]](#footnote-1)

## บทคัดย่อ

 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อการศึกษาปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจชุมชนในดิจิทัล สำหรับพื้นที่วิจัยคือ กลุ่มทอผ้าไหมในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน 32 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\overbar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัล โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ประกอบด้วย 4 ด้านด้าน คือ 1) ด้านการจัดการองค์กร 2) ด้านการจัดการการเงิน 3) ด้านการจัดการการผลิต 4) ด้านการจัดการการตลาด

**คำสำคัญ** การจัดการยุคใหม่, การจัดการธุรกิจชุมชน, ธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัล

**Abstract**

The purposes of this research were to study of 1) factors modern management affecting the business community in digital age : A Case study of Khon Khaen Province 2) factors the business community. Areas for research The silk weaving in Chonnabot district Khon Khaen Province The 32 Members of the business community. The selected by purposive sampling. Tools for data collection include rating scale questionnaire. Statistics used in data analysis include Arithmetic Mean, standard deviation. The results indicated that: factors modern management affecting the business community in digital age : A Case study of Khon Khaen Province. The overall level was found to be high. consists of four areas: 1) the organization, 2) financial management, 3) Management 4) Production Management market.

**Keywords:** Modern Management, Community Management, Business community in

 Digital Age

**1. บทนำ**

การพัฒนาสังคมและประเทศชาติจะให้ประชาชน อยู่เย็นเป็นสุขนั้น จะต้องมุ่งเน้นทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่กันไป ด้านเศรษฐกิจคือการแก้ไขปัญหาความยากจน โดยการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย ลดหนี้สิน ซึ่งจะสามารถ เพิ่มทรัพย์สินได้ ด้านสังคมคือ การพัฒนาด้านความสัมพันธ์ ของคนในสังคมให้ปราศจากความขัดแย้ง มีความสามัคคีกัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ทำให้ประชาชน อยู่เย็นเป็นสุข โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนอันเป็น เศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ด้วยการนำทุนชุมชนที่มีอยู่ใน ท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางชีวภาพและทุน ทางสังคมมาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน (วิภาวี กฤษณะภูติ, 2556)

 ธุรกิจชุมชนเป็นรูปแบบการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เอื้อกับชาวบ้านดารงชีวิตได้มั่นคงและเข้มแข็ง ความสำเร็จของธุรกิจชุมชนมิใช่ว่าจะทาได้ง่ายดายต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชน ธุรกิจชุมชนเน้นเรื่องการบริหารจัดการ เป็นกิจการสร้างรายได้รูปแบบหนึ่งที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม โดยผลผลิตจะเกิดจากสินทรัพย์ชุมชน (ความรู้ ภูมิปัญญาดั้งเดิม ทักษะฝีมือ วัฒนธรรม ธรรมชาติ หรืออื่นๆ) ที่เป็นพื้นบ้านมีรูปแบบการจัดการสมัยใหม่โดยคนในชุมชน เป็นกิจการของคนในชุมชน (ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์, 2551)

ปัจจุบันการเติบโตของอินเทอร์เน็ตก่อให้เกิดเศรษฐกิจใหม่ โดยอินเทอร์เน็ตได้พัฒนาเทคโนโลยี การมอบหมายอำนาจให้กับผู้บริโภค กิจการธุรกิจ ผ่านการเชื่อมต่อ การวิจัยพบว่า ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อการเลือกซื้อรถยนต์ ประกัน การหางาน การจำหน่ายตั๋ว เครื่องบิน การเลือกสถาบันการศึกษา การลงทุน เป็นต้นอินเตอร์เน็ตก่อให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารตรงสู่ผู้บริโภคที่มีความสนใจในสินค้านั้น เนื่องจากผู้ที่มีความสนใจในสินค้าชนิดใดนั้นจะรวมตัวกันและมีการพูดคุยถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้การสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (One-to-One) อีกทั้งข้อมูลของผู้บริโภคจะมีการบันทึกเอาไว้ในระบบฐานข้อมูลทำให้สามารถตรวจสอบได้อยู่ตลอดเวลาโดยไม่ต้องคอยเฝ้าดูผู้บริโภค (อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล, 2554)

 ซึ่งในขณะนี้เศรษฐกิจ และธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็วความสลับซับซ้อนในการบริหารการจัดการก็มากขึ้น เพราะฉะนั้นการนำจัดการสมัยใหม่ มาช่วยในการตัดสินใจ ตลอดจนการจัดการเชิงระบบมาช่วย ปัจจัยต่าง ๆ ขององค์การไม่ว่าภายในหรือภายนอก ล้วนแต่มีความสัมพันธ์ เกี่ยวเนื่องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนั้นการบริหารการจัดการจึงต้องปรับตัวให้มีความสมดุลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าว จึงจะทำให้องค์การเติบโต อยู่รอด และสัมฤทธิผลตามเป้าหมาย

 ซึ่งปัจจุบันธุรกิจชุมชนยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักทั้งที่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและความสวยงามสาเหตุอันเนื่องมาจากประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน สามารถผลิตสินค้าได้ตามคำสั่งซื้อ แต่ยังไม่มากพอจะนำไปจำหน่ายยังท้องตลาดส่งผลให้ขาดการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และยังขาดแหล่งเงินทุนหรือการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก โดยในการประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบในชุมชน โดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชน โดยต้องเริ่มจากการสร้างฐานรากที่แข็งแรงในความเป็นผู้ประกอบการให้กับธุรกิจชุมชน จัดโครงสร้างให้แข็งแรงก่อนสร้างส่วนอื่นๆ ปรับกระบวนการคิดและทัศนคติของผู้ประกอบการ พัฒนากระบวนการด้านการจัดการ โดยเน้นด้านการตลาดและการเงิน และมีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์. 2551)

ดังนั้นจากปัญหาข้างต้นผู้วิจัยจึงทำการ

การศึกษาปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น เนื่องด้วยผู้วิจัยต้องการศึกษาสภาพการจัดการธุรกิจและปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัลของชุมชนกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มทอผ้าไหมในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มั่นคงและยั่งยืนในยุคดิจิทัล

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

 1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัล กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น

 2. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจชุมชนในดิจิทัล กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น

**2. วิธีดำเนินการวิจัย**

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

 **2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากร

 กลุ่มทอผ้าไหมในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น จำนวน 77 คน

 กลุ่มตัวอย่าง

 ประธานกลุ่มธุรกิจชุมชน 2 คน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน 30 คน รวมเป็น 32 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

 **2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อสัมภาษณ์บริบทชุมชน แนวทางการสัมภาษณ์เพื่อสัมภาษณ์เจาะลึก แนวทางการสังเกตเพื่อสังเกตสถานที่ โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

 1) ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

 2) ศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัล และศึกษาสภาพการจัดการธุรกิจของกลุ่มทอผ้าไหมในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น

 3) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามาสร้างคำถามในแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ได้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาความตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาแล้วดำเนินการแก้ไขปรับปรุงให้มีความถูกต้องตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

 4) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มทอผ้าไหมในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ซึ่งมีความคล้ายคลึงและสอดคล้องกันเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือดังนี้

 4.1 หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อในแต่ละด้าน (Discrimination) โดยใช้ Item-total Correlation พบว่าข้อคำถามมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.39 ถึง 0.69

 4.2 ความเชื่อมั่นของแบบ
สอบถามทั้งฉบับโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach’ Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นรายด้านและทั้งฉบับเท่ากับ 0.78

 5. จัดพิมพ์แบบสอบถามและเตรียมความพร้อมในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

 **3. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

 1. ผู้วิจัยจัดทำหนังสือขอความร่วมมือในการทำวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูล

 2. ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ไปยังพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งทำความชี้แจงให้ผู้ตอบคำถามเข้าใจในการตอบแบบสอบถาม และเก็บคืนทันที พร้อมทั้งสัมภาษณ์ พูดคุยถึงการจัดการธุรกิจชุมชน ผลกระทบ
ทางเศรษฐกิจ การจัดการยุคใหม่ การส่งเสริมธุรกิจผ่านโลกออนไลน์ (Digital Marketing) และปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจชุมชนพร้อมทั้งวิธีการแก้ไขปัญหาของชุมชน เพื่อนำมาพิจารณาวิเคราะห์องค์ประกอบ

 **4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ โดยประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งสามารถจำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. แบบสอบถาม

 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบวิเคราะห์ โดยวิธีการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

 5 หมายถึงคุณธรรม สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับมากที่สุด

 4 หมายถึงคุณธรรม สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับมาก

 3 หมายถึงคุณธรรม สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึงคุณธรรม สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับน้อย

 1 หมายถึงคุณธรรม สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมายของข้อมูลนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติกับเกณฑ์การพิจารณาเพื่อประเมินดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545)

 ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับมาก

 ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลาง

 ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับน้อย

 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง สภาพการดำเนินการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

 **5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย**

 ผู้วิจัยใช้สถิติดังต่อไปนี้

 1. ค่าเฉลี่ย (Mean)

 2. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

**3. ผลการวิจัย**

 ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 1 สภาพปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัล

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ข้อ** | **สภาพการจัดการ** | $$\overbar{X}$$ | **S.D.** | **ผล** |
| **ด้านการจัดการองค์กร** |  |  |  |
| 1 | ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อ ผู้ขาย และสินค้า หรือบริการ | 4.19 | 0.64 | มาก |
| 2 | มีความร่วมมือกันของสมาชิกในเรื่องต่างๆ เช่น สวัสดิการ เงินปันผล เป็นต้น | 4.06 | 0.62 | มาก |
| 3 | การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร และกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ | 3.66 | 0.55 | มาก |
| 4 | มีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า | 4.13 | 0.55 | มาก |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ข้อ** | **สภาพการจัดการ** | $$\overbar{X}$$ | **S.D.** | **ผล** |
| 5 | สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ | 4.03 | 0.65 | มาก |
| **รวมเฉลี่ยด้านการจัดการองค์กร** | 4.01 | 0.60 | มาก |
| **ด้านการจัดการการเงิน** |  |  |  |
| 6 | มีเงินทุนสนับสนุนจากภายนอกกลุ่มชุมชน | 3.44 | 0.50 | ปานกลาง |
| 7 | แบ่งสัดส่วนเงินเพื่อใช้ในด้านต่างๆ เช่น ทางด้านการตลาด ต้นทุนการผลิตสินค้า เป็นต้น | 4.25 | 0.62 | มาก |
| 8 | การออมและสำรองทุนไว้เพื่อให้สมาชิกกู้ยืม | 4.22 | 0.61 | มาก |
| 9 | มีผลกำไรจากการทำธุรกิจของกลุ่ม | 4.28 | 0.63 | มาก |
| 10 | สมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้น | 4.25 | 0.57 | มาก |
| **รวมเฉลี่ยด้านการจัดการการเงิน** | 4.09 | 0.59 | มาก |
| **ด้านการจัดการการผลิต** |  |  |  |
| 11 | ผลิตสินค้าได้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด | 4.09 | 0.64 | มาก |
| 12 | จุดยืนในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ | 4.22 | 0.61 | มาก |
| 13 | มีการควบคุม ตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพในการผลิตสินค้าทุกครั้ง | 4.28 | 0.63 | มาก |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ข้อ** | **สภาพการจัดการ** | $$\overbar{X}$$ | **S.D.** | **ผล** |
| 14 | พัฒนา Packet ผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยงามและดึงดูดลูกค้า | 4.13 | 0.61 | มาก |
| 15 | มีการนำเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ | 4.41 | 0.50 | มาก |
| 16 | มีการการจัดการขยะสิ่งปฏิกูลที่เกิดจากการดำเนินงาน | 4.44 | 0.50 | มาก |
| **รวมเฉลี่ยด้านการจัดการการผลิต** | 4.26 | 0.58 | มาก |
| **ด้านการจัดการตลาด** |  |  |  |
| 17 | มีการส่งเสริมธุรกิจผ่านโลกออนไลน์ (Digital Marketing) | 4.41 | 0.50 | มาก |
| 18 | มุ่งเน้นการรักษาลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ | 4.38 | 0.49 | มาก |
| 19 | มีอัตราการแข่งขันการขายสินค้าในพื้นที่ | 4.19 | 0.59 | มาก |
| 20 | ทำการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อสร้างกิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสารไปยังผู้บริโภค | 3.88 | 0.75 | มาก |
| **รวมเฉลี่ยด้านการจัดการตลาด** | 4.22 | 0.58 | มาก |
| **เฉลี่ยรวม** | 4.14 | 0.59 | มาก |

 จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัล โดยรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่า
$\overbar{X}$ = 4.14 S.D. = 0.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการองค์กร อยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.01 S.D. = 0.60 ด้านการจัดการการเงินอยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.09 S.D. = 0.59 ด้านการจัดการการผลิต อยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.26 S.D. = 0.58 ด้านการจัดการการตลาด อยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.22 S.D. = 0.58

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการทั้ง 4 ด้าน ด้านการจัดการองค์กร การจัดการองค์กรของกลุ่มนั้นมีโครงสร้างประกอบไปด้วย 1) ประธาน ทำหน้าที่ดูแลการทำงานของคณะกรรมการทั้งหมดให้ทำหน้าที่อย่างถูกต้องเป็นไปตามแผนที่วางไว้และประสานงานกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง 2) รองประธาน ช่วยประธานดูแลการทำงานของคณะกรรมการและเรื่องต่างๆ 3) เลขานุการจดบันทึกการประชุม ช่วยประธาน ในการติดตามงาน ติดต่อบุคคลต่างๆ ให้กับประธาน และดูแลงานเอกสารต่างๆ 4) เหรัญญิก ดูแลในเรื่องการเงินทั้งหมดของกลุ่ม 5) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ และทำให้สินค้าและบริการของกลุ่มเป็นที่รู้จักด้วยการโฆษณา นำสินค้าไปจำหน่ายรวมทั้งหาตลาดใหม่ๆ ในการเสนอขายสินค้ารวมทั้ง

ขายสินค้าออนไลน์บนแอพลิเคชั่นต่างๆ

 ด้านการจัดการการเงิน กลุ่มมีการออมและสำรองทุนไว้เพื่อให้สมาชิกกู้ยืม ส่วนการประสบความสำเร็จในด้านกำไร ต้นทุนการผลิตและราคาขายถือว่าอยู่ในระดับดี มีการแบ่งสัดส่วนเงินเพื่อใช้ในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านการตลาด ต้นทุนการผลิตสินค้า อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้นด้วย

 ด้านการจัดการการผลิต การผลิตสินค้าต่อชิ้นใช้เวลานานเพราะเป็นผ้าทอมือแต่สมาชิกในกลุ่มมีเวลาในการผลิตสินค้าอย่างเต็มที่ การแปรรูปสินค้าของกลุ่ม สมาชิกไม่ให้ความสำคัญต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์เนื่องจากกลุ่ม มีความคิดว่าการขายผ้าเป็นผืนน่าจะขายดีกว่า ง่ายกว่าและสะดวกกว่า รวมทั้ง มองว่าเป็นหน้าที่ของผู้ซื้อที่จะนำไปแปรรูปต่อเอง และก่อนนำสินค้าออกขายทางสมาชิกในกลุ่มจะช่วยกันตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ

 ด้านการจัดการตลาดในการกำหนดราคานั้นจะกำหนดราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนการผลิต ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการ ซื้อวัตถุดิบในการผลิต การเปรียบเทียบราคากับราคาตามท้องตลาด ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์มักจะเป็นประธานที่สมาชิกกลุ่มให้ความไว้วางใจ กลุ่มเนื่องจากเห็นว่าประธานเป็นผู้ที่มีความชำนาญ มีวิสัยทัศน์ มีความซื่อสัตย์และมีประสบการณ์ในการกำหนดราคามาบ้างแล้ว ขยันหาลูกค้าด้วยช่องทางใหม่ๆ อยู่เสมอเช่น ขายสินค้าออนไลน์บนแอพลิเคชั่นต่างๆ

**4. สรุปผล**

 ผลการวิจัย พบว่า สภาพปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่า $\overbar{X}$ = 4.14 S.D. = 0.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการองค์กร อยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.01 S.D. = 0.60 ด้านการจัดการการเงินอยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.09 S.D. = 0.59 ด้านการจัดการการผลิต อยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.26 S.D. = 0.58 ด้านการจัดการการตลาด อยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.22 S.D. = 0.58

 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการทั้ง 4 ด้าน

 ด้านการจัดการองค์กร การทำงานของคณะกรรมการทั้งหมดทำหน้าที่อย่างถูกต้องเป็นไปตามแผนที่วางไว้และ ด้านการจัดการการเงิน กลุ่มการประสบความสำเร็จในด้านกำไร ต้นทุนการผลิตและราคาขายถือว่าอยู่ในระดับดี อีกทั้งสมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้จากการขายสินค้าเพิ่มขึ้นด้วย
ด้านการจัดการการผลิต การผลิตสินค้าต่อชิ้นใช้เวลานานเพราะเป็นผ้าทอมือแต่สมาชิกในกลุ่มมีเวลาในการผลิตสินค้าอย่างเต็มที่ สมาชิกไม่ให้ความสำคัญต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์เนื่องจากกลุ่ม มีความคิดว่าการขายผ้าเป็นผืนน่าจะขายดีกว่า ง่ายกว่าและสะดวกกว่าและก่อนนำสินค้าออกขายทางสมาชิกในกลุ่มจะช่วยกันตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ ด้านการจัดการตลาดมีการกำหนดราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนการผลิต ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการ ซื้อวัตถุดิบในการผลิต การเปรียบเทียบราคากับราคาตามท้องตลาด พร้อมทั้งกำลังพัฒนาขายสินค้าออนไลน์บนแอพลิเคชั่นต่างๆ

**5. อภิปรายผล**

 ผลการวิจัย พบว่า สภาพปัจจัยทางการจัดการยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่า $\overbar{X}$ = 4.14 S.D. = 0.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการองค์กร อยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.01 S.D. = 0.60 ด้านการจัดการการเงินอยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.09 S.D. = 0.59 ด้านการจัดการการผลิต อยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.26 S.D. = 0.58 ด้านการจัดการการตลาด อยู่ในระดับ มาก มีค่า$ \overbar{X}$ = 4.22 S.D. = 0.58 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน ทางกลุ่มกำลังพัฒนาและปรับตัวเพื่อเข้าไปสู่ยุคดิจิทัล สมาชิกในกลุ่มได้ปรึกษากันเรื่องการส่งเสริมอาชีพของชุมชน ด้วยการให้ความรู้ในการจัดทำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้นและสามารถผลิตสินค้าได้ในปริมาณที่เพียงพอต่อการจำหน่ายพร้อมทั้งมีความคิดริเริ่มการแปรรูปสินค้าเพื่อกระจายสินค้าให้หลากหลายเข้าสู่ตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวี กฤษณะภูติ (2556) ได้ศึกษา การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: การเรียนรู้จากกลุ่มอาชีพ ทอผ้าไหมและทอผ้าฝ้ายในจังหวัดขอนแก่นผลการวิจัย พบว่า สภาพการจัดตั้งและการจัดการกลุ่มของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมและทอผ้าฝ้ายในจังหวัดขอนแก่นภายใต้โครงการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า สภาพการจัดตั้งกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมและทอผ้าฝ้ายในจังหวัด ขอนแก่นภายใต้โครงการดังกล่าวนั้น แต่ละกลุ่มมีการจัดตั้งกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยมาจากการแนะนำจากหน่วยงานภาครัฐต่างๆ การเชิญชวนจากธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) การส่งเสริมจากองค์กรพัฒนา เอกชน การเป็นกลุ่มอาชีพที่ได้ก่อตั้งขึ้นมาก่อนที่จะมี “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการรวมกลุ่มกันขึ้นมาเองและการเป็นกลุ่มที่ ได้แยกตัวออกมา จากกลุ่มอาชีพทอผ้าหรือกลุ่มโอทอปแล้วมาจัดตั้งกลุ่มขึ้นใหม่ สำหรับการจัดการ กลุ่มของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมและทอผ้าฝ้ายดังกล่าว พบว่ากลุ่มอาชีพทอผ้า เหล่านี้มีการจัดการด้านต่างๆ ได้แก่ การจัดการด้านการบริหารกลุ่ม การ จัดการด้านการวางแผนการผลิต การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดการด้านการเงิน และการจัดการด้านการทำบัญชี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อินท์ชลิตา วัชรีจิระโชติ (2556) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการจัดการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตผ้าไหม อำเภอบ้านเขว้า และกลุ่มผลิตผ้าไหม อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง 100% ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพ การเกษตรและมีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 21,000 บาท และพบว่ากลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของกลุ่มทอผ้า 8-10 ปี โดยจำหน่ายสินค้าเฉพาะในประเทศ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างจากอำเภอบ้านเขว้า มีการจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมในระดับปานกลาง แต่กลุ่มตัวอย่างจากอำเภอคอนสวรรค์ มีการจัดการวิสาหกิจชุมชน ในภาพรวมในระดับน้อย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตผ้าไหมของสองอำเภอ แตกต่างกันจริง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**6. ข้อเสนอแนะ**

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

 ควรศึกษาการส่งเสริมและพัฒนาทางด้านการส่งเสริมธุรกิจผ่านโลกออนไลน์ (Digital Marketing) ให้มากขึ้นเพื่อให้การจัดการธุรกิจชุมชนในยุคดิจิทัลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

 ควรนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ในจังหวัดอื่น และศึกษาองค์ประกอบการจัดการธุรกิจให้หลากหลายรูปแบบ

**7. เอกสารอ้างอิง**

1. ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์. 2551. **แนว ทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน**. วารสารการ

 พัฒนาท้องถิ่น.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. หน้า 55-63.

2. มนัสภ์สรา ศรีหาพันธ์รูปและคณะ. 2559. **การจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม**

 **ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหนองโพงโพด**

 **ตำบลหนองเสาเล้า อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น**. วารสารการ ประชุม

 วิชาการและนำเสนอผลงานวิจัย ระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 1 “สร้างเสริมสหวิทยาการ ผสมผสาน วัฒนธรรมไทย ก้าวอย่างมั่นใจเข้าสู่ AC”,

 มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ขอนแก่น, หน้า 1-11.

3. วิภาวี กฤษณะภูติ. 2556. **การจัดการ**

 **กลุ่มวิสาหกิจชุมชน: การเรียนรู้จาก**

 **กลุ่มอาชีพ ทอผ้าไหมและทอผ้าฝ้ายใน**

 **จังหวัดขอนแก่น.** วารสารมนุษยศาสตร์

 สังคมศาสตร์ 30 (1) ม.ค. - เม.ย. 56 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, หน้า 165-188.

4. อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล. 2554. **Digital**

 **marketing ไอเดียลัดปฏิวัติการตลาด.**

กรุงเทพฯ : กรุงเทพธุรกิจ, 223 หน้า

1. อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น [↑](#footnote-ref-1)