



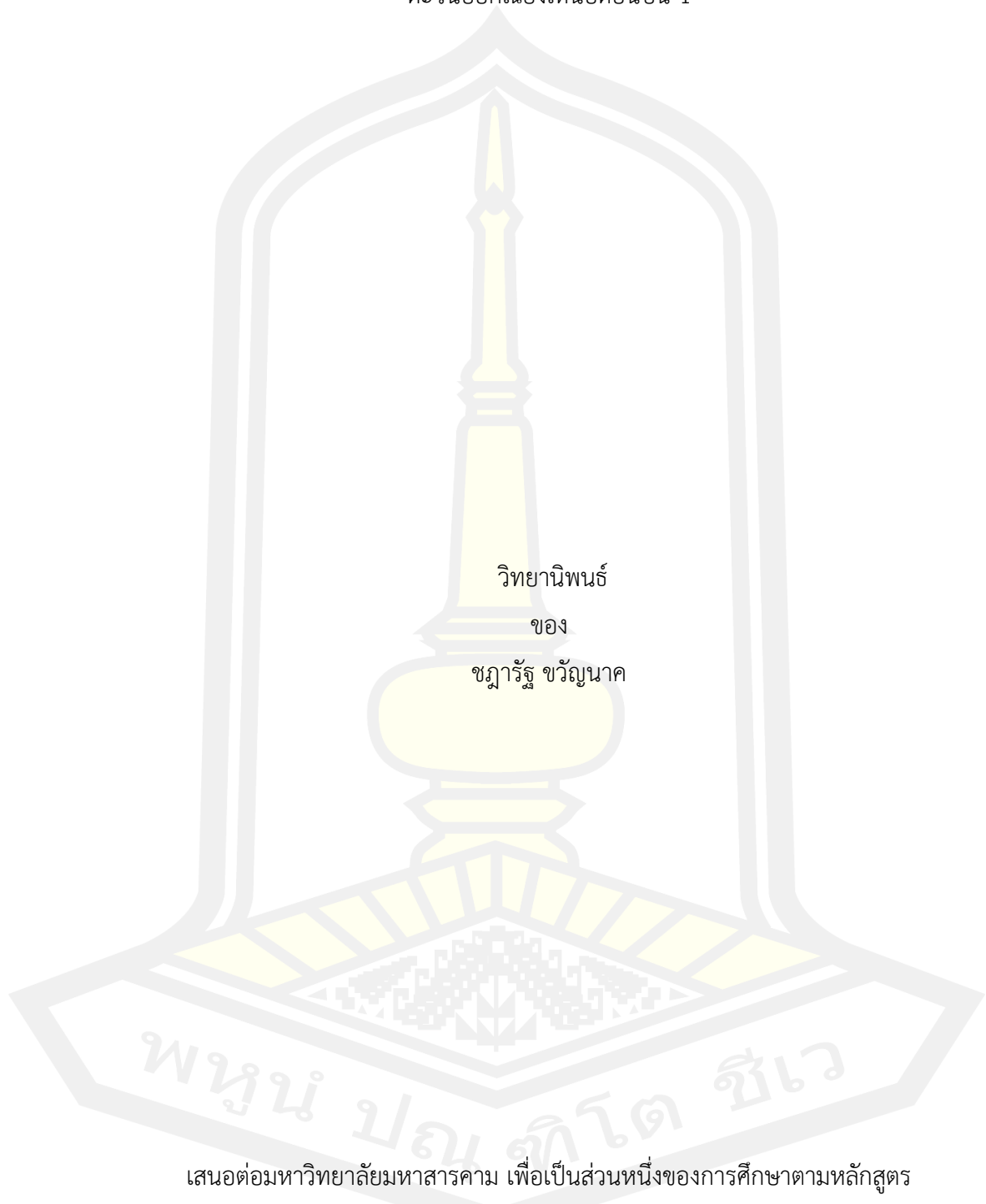
ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

วิทยานิพนธ์
ของ
ชฎารัฐ ขวัญนาค

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล
ธันวาคม 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

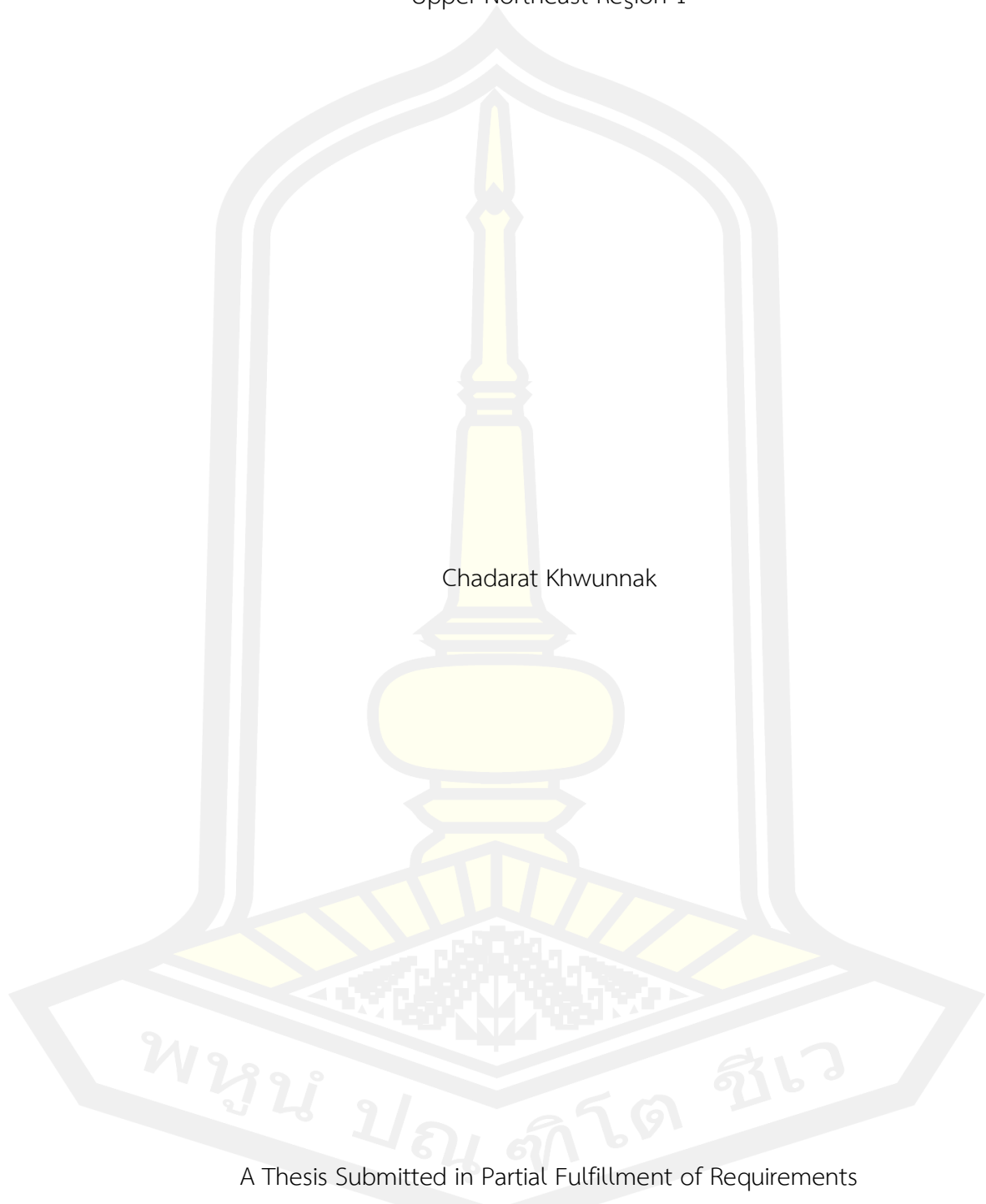
ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1



เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล
ธันวาคม 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Impact of Innovation on Operational Efficiency of Tourism Community Enterprises in
Upper Northeast Region 1



Chadarat Khwunnak

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Doctor of Philosophy (Business Administration and Digital Innovation)

December 2021

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. ธีระวัฒน์ เจริญราษฎร์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ดร. พีรวัฒน์ ไชยล้อม)

.....กรรมการ

(ดร. พงศธร ตันตระกูลบัณฑิตย์)

.....กรรมการ

(ผศ. ดร. กิตติพล วิแสง)

.....กรรมการ

(ดร. แคทลียา ซาปะวัง)

มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล ของมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม

.....
(ดร. ชลธิชา ธรรมวิญญู)

คณบดีคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1		
ผู้วิจัย	ชฎารัฐ ขวัญนาค		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. พีรวัฒน์ ไชยล้อม		
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชา	บริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2564

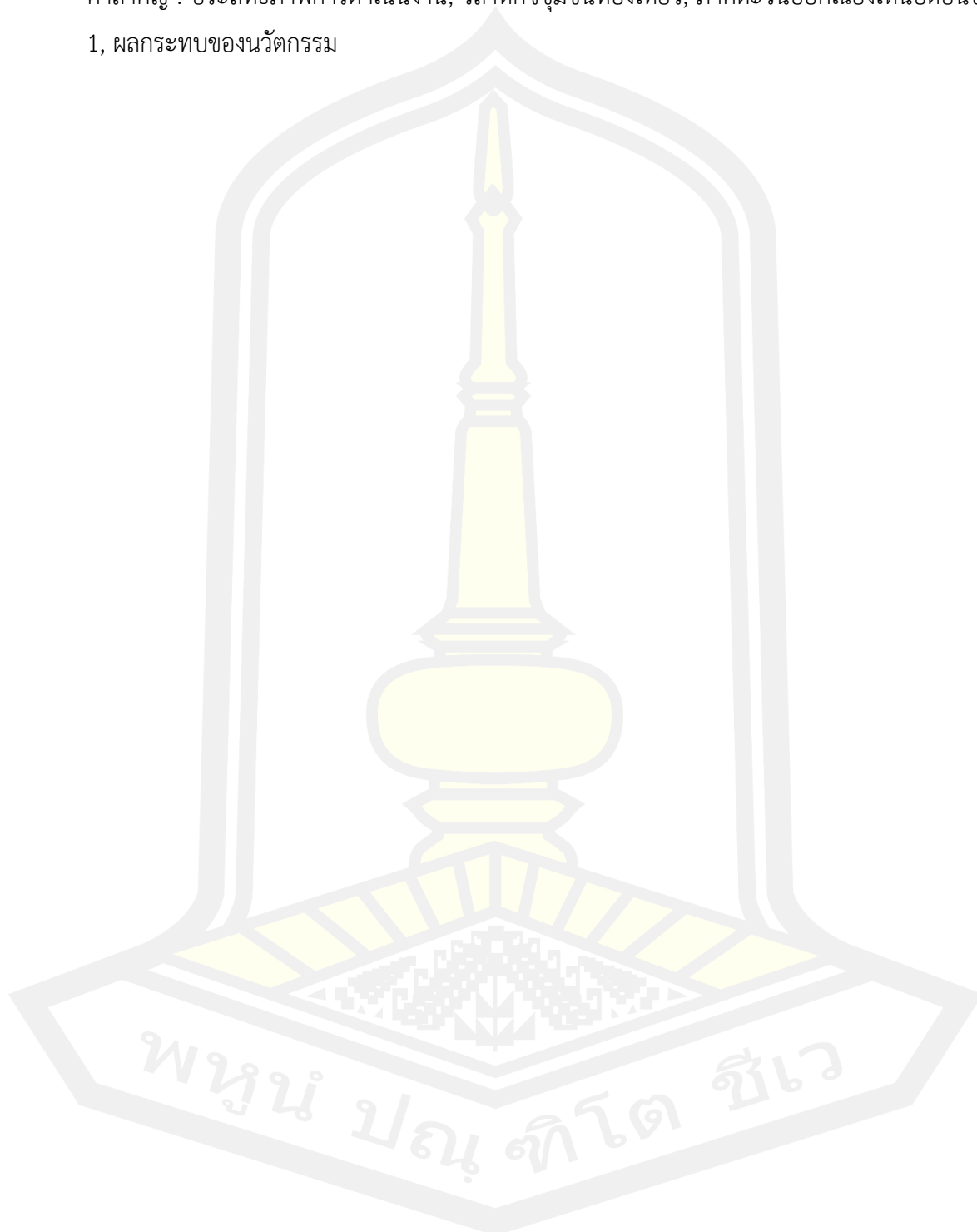
บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารกับลูกค้าที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว และศึกษาอิทธิพลของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 จำนวน 327 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์หาคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญกับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ในขณะที่การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมมีผลกระทบเชิงลบต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ และการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน ไม่มีนัยสำคัญกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ

ผลการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารกับลูกค้าที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว การสื่อสารกับลูกค้าเป็นตัวแปรกำกับ ผลการศึกษาอิทธิพลของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเป็นตัวแปรกำกับและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพการดำเนินงาน, วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
1, ผลกระทบของนวัตกรรม



TITLE	Impact of Innovation on Operational Efficiency of Tourism Community Enterprises in Upper Northeast Region 1		
AUTHOR	Chadarat Khwunnak		
ADVISORS	Peerawat chailom , Ph.D.		
DEGREE	Doctor of Philosophy	MAJOR	Business Administration and Digital Innovation
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2021

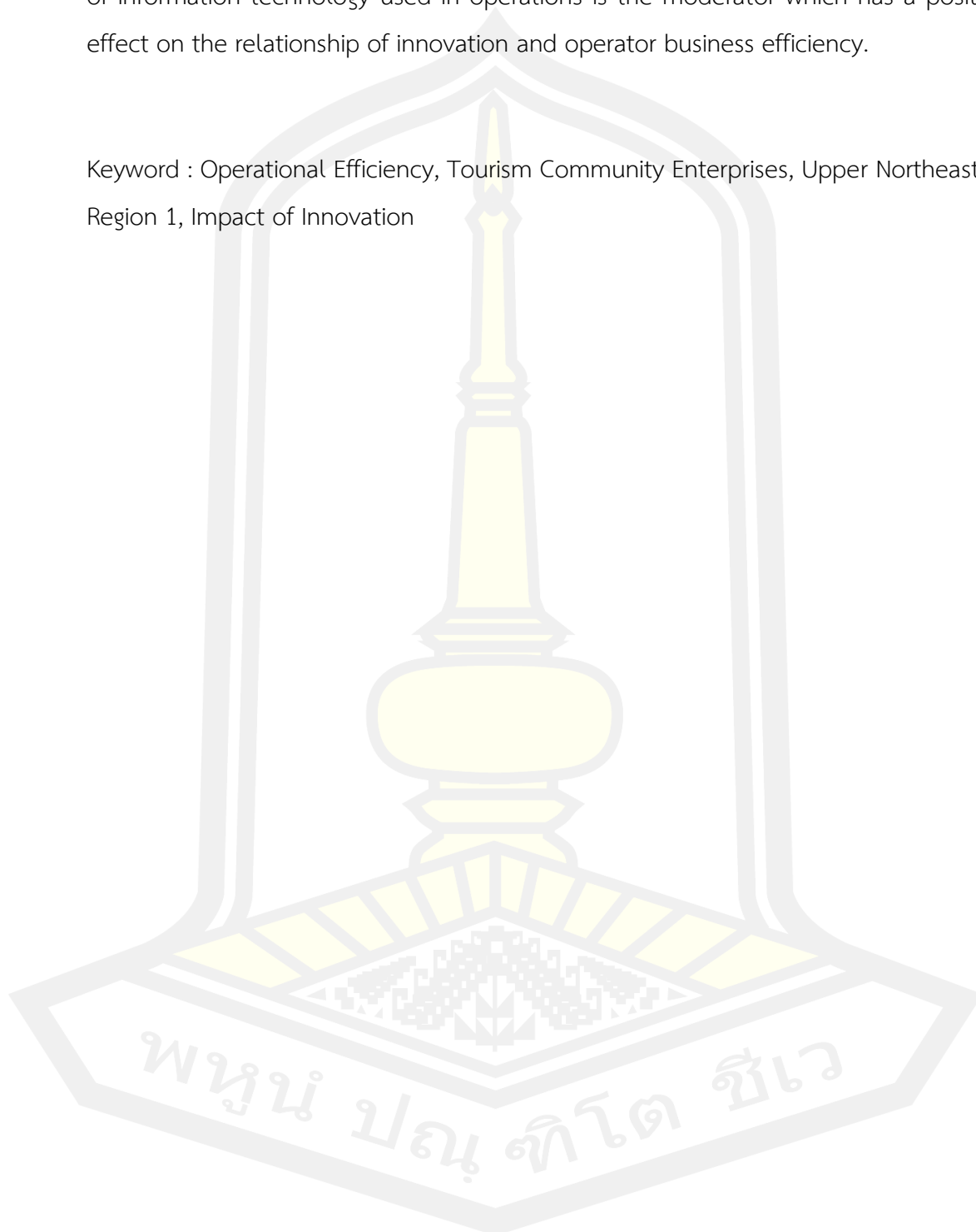
ABSTRACT

This research aims to study the relationship between innovation and operational efficiency of tourism community enterprises, the influence of customer communication on the relationship between innovation and operational efficiency of tourism community enterprises, and the influence of the use of information technology in operations on the relationship between innovation and operational efficiency of tourism community enterprises. The sample group used in this study was 327 tourism community enterprise entrepreneurs in upper northeast region 1. The research tool was questionnaires. Data were analyzed by percentage, frequency, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis.

The results showed that the use of digital technology for access and disseminate information, electronic commerce transactions, and creative entrepreneurs' digital innovation, significantly have a positive correlation with operator business efficiency. Meanwhile, the use of digital technology as a tool significantly has a negative effect on operator business efficiency. Lastly, no correlation was found between business-driven innovation and operator business efficiency. Also, the findings of this study indicated that the influence of customer communication is a moderator variable on the relationship between innovation and operator business efficiency.

Moreover, the outcome of this research demonstrated that the influence of information technology used in operations is the moderator which has a positive effect on the relationship of innovation and operator business efficiency.

Keyword : Operational Efficiency, Tourism Community Enterprises, Upper Northeast Region 1, Impact of Innovation



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจากบุคคลทั้งหลาย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.พีระวัฒน์ ไชยล้อม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาในการให้คำแนะนำปรึกษา ตรวจสอบวิทยานิพนธ์ และความรู้อันมีคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ เจริญราษฎร์ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพล วิแสง ดร.แคทลียา ซาปะวัง ดร.พงศธร ต้นตระกูลบัณฑิตย์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางให้งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณ ซึ่งผู้วิจัยจะนำความรู้ไปพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติต่อไป

ชฎารัฐ ขวัญนาค

พหุบัณฑิต ชีวะ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพประกอบ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	5
สมมติฐานของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	10
แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน.....	59
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	64
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	73
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	73

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	75
การสร้างเครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ.....	76
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	79
การจัดกระทำกับข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล.....	79
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	80
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	82
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	82
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	83
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	112
ความมุ่งหมายของการวิจัย	112
สรุปผล.....	112
อภิปรายผล.....	114
ข้อเสนอแนะ	120
บรรณานุกรม.....	122
ภาคผนวก.....	138
ภาคผนวก ก คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์.....	139
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสอบถาม	141
ภาคผนวก ค แบบสอบถามงานวิจัย.....	143
ภาคผนวก ง เอกสารรับรองโครงการวิจัยจริยธรรมการวิจัยในคน	152
ประวัติผู้เขียน.....	155

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 การกำหนดตัวแปร	70
ตาราง 2 ประเภทวิสาหกิจชุมชน	73
ตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	83
ตาราง 4 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	85
ตาราง 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโดยรวม	88
ตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการ	88
ตาราง 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนในการผลิต	89
ตาราง 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	91
ตาราง 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าจากการผลิต.....	91
ตาราง 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพโดยรวมของการเจริญเติบโตของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน	92
ตาราง 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยรวม.....	93
ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม	94
ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล	95
ตาราง 14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	95
ตาราง 15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน	96
ตาราง 16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม ดิจิทัลของผู้ประกอบการ	97
ตาราง 17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า	99
ตาราง 18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน.....	100
ตาราง 19 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ท่องเที่ยว.....	103
ตาราง 20 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ทุกคุณ	104

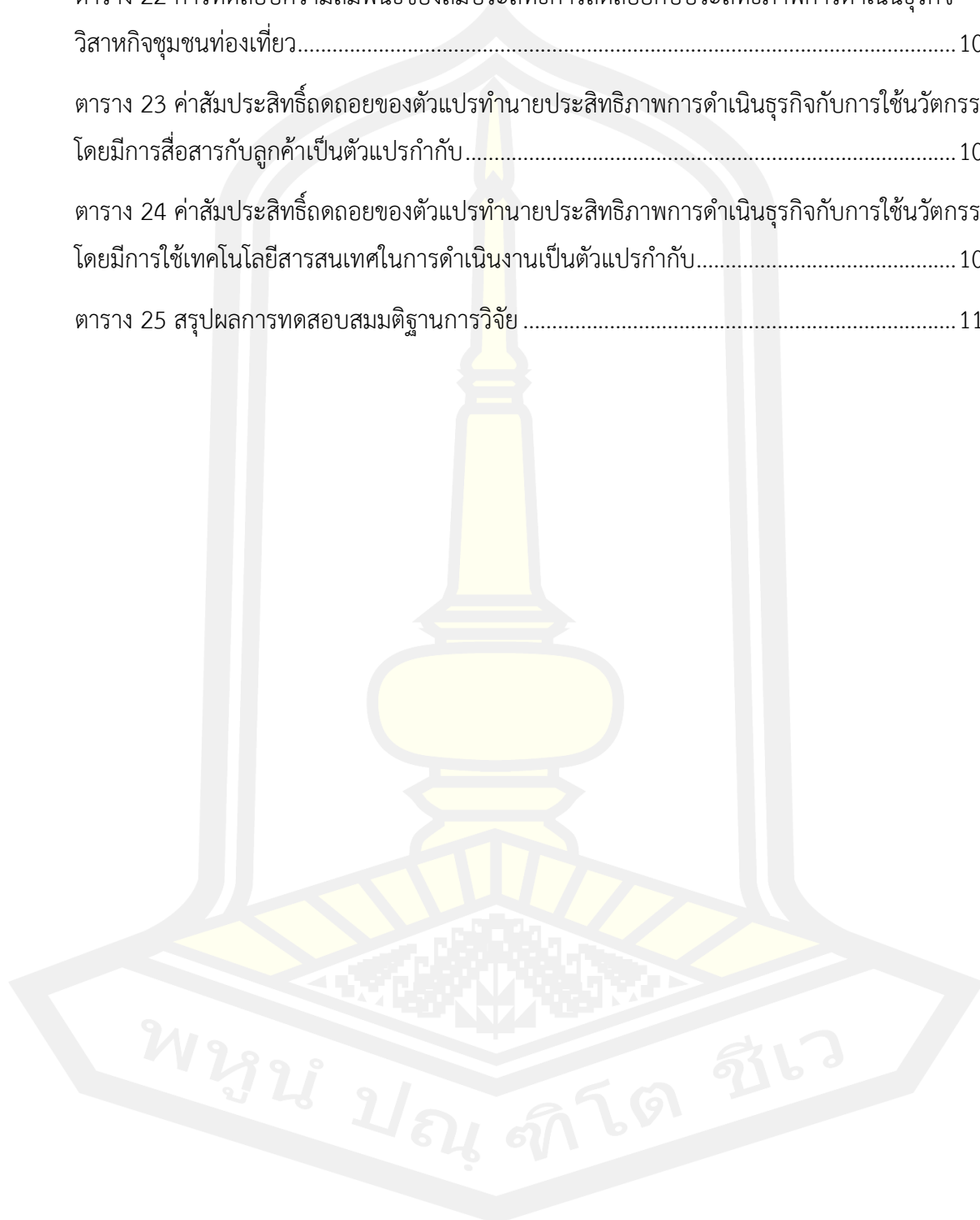
ตาราง 21 แสดงความแปรปรวนที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ..... 104

ตาราง 22 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ
วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว..... 105

ตาราง 23 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรทำนายประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจกับการใช้นวัตกรรม
โดยมีการสื่อสารกับลูกค้าเป็นตัวแปรกำกับ..... 106

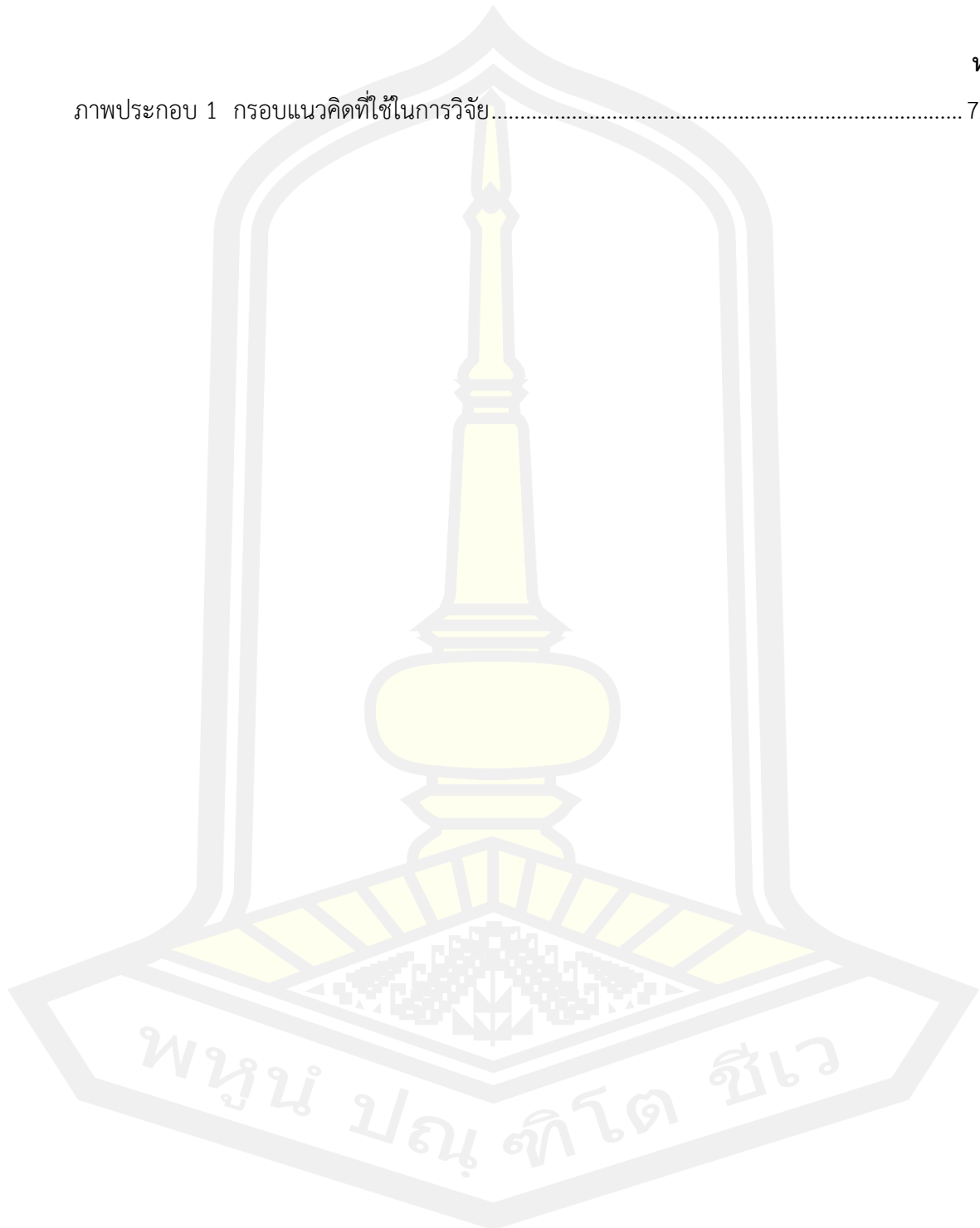
ตาราง 24 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรทำนายประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจกับการใช้นวัตกรรม
โดยมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานเป็นตัวแปรกำกับ..... 108

ตาราง 25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย 110



สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	72



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวหรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลรวมตัวกันประกอบกิจการ เมื่อพิจารณาตามกลุ่มธุรกิจที่กระจายตัวตามขนาดวิสาหกิจปี 2561 พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีจำนวน 83,208 ราย ปี 2562 มีวิสาหกิจชุมชนจำนวน 85,436 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) จากข้อมูลสถิติจำนวนวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี (2558-2562) พบว่ามีแนวโน้มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่มีอยู่เป็นจำนวนมากนั้นเกิดการกระจุกตัวในบางประเภทมากเกินไปขณะที่อีกหลายประเภทยังมีจำนวนไม่มาก เกิดปัญหาด้านการรวมตัวเป็นเครือข่าย การส่งเสริมความรู้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ยังมีไม่ครอบคลุมซึ่งถือเป็นโอกาสในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของวิสาหกิจชุมชนให้มีความหลากหลายมากขึ้น (อุทัย ปริญญาสุทินนท์, 2560) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้มีความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจจึงต้องอาศัยนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว นวัตกรรมนับเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผนวกกับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมอันนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่ง (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2558) ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวต้องสร้างนวัตกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งจุดต่าง และโอกาสที่จะนำไปสู่ความสำเร็จใหม่ๆ ในอนาคต รวมถึงความยั่งยืนในระยะยาวขององค์กรภายใต้ภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเมื่อวิเคราะห์การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการของแต่ละตลาดจะเห็นได้ว่าปัจจัยหลักของการแข่งขันอยู่ที่การใช้นวัตกรรมเสริมมูลค่าให้แก่สินค้าเดิม หรือการสร้างนวัตกรรมเป็นสินค้าใหม่ จากข้อมูลดังกล่าว ยังชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนยังคงประสบปัญหาในลักษณะเดิม ในขณะที่จำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีแนวโน้มสูงขึ้น อาจกล่าวได้ว่าภายใต้สถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม วิสาหกิจชุมชนยังมีความขัดแย้งในตัวเองด้านการแข่งขันทางธุรกิจหลายประการ (สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558) นวัตกรรมช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจหลากหลายรูปแบบ รวมถึงวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวและบริการ สอดคล้องกับกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT2020) ต้องการพัฒนาความสามารถในการใช้สารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพและรู้เท่าทันมีความรู้ความสามารถและ

เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างรายได้จากสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยใช้โอกาสจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจที่คล้ายคลึงกันใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์สินค้าใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และอำนวยความสะดวกให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวดำเนินงานและประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2554) สอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 ให้มีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยเชื่อมโยงการให้บริการสาธารณะ ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้อย่างเต็มกำลัง เนื่องจากเศรษฐกิจของไทยในช่วงที่ผ่านมาได้รายได้จากการส่งออกการท่องเที่ยวและบริการ ในสภาวะที่เศรษฐกิจโลกชะลอตัวลงในยุคโลกาภิวัตน์ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยไม่สามารถรักษาระดับการขยายตัวได้ การที่ไทยจะก้าวข้ามปัญหานี้ได้ต้องอาศัยการพัฒนาที่มุ่งสร้างเศรษฐกิจแบบเน้นคุณค่าที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้งเร่งพัฒนาเศรษฐกิจ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และแรงงาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของคนไทยให้มีทักษะพิเศษอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและความยั่งยืน (พระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ, 2560)

จากการศึกษาและค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวพบว่ายังขาดการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของชุมชน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เป็นเหตุให้ธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร รายได้ไม่เป็นที่ตามที่ต้องการ (สุดาใจ โล่ห์วนิชชัย และคณะ, 2561) มีงานวิจัยที่ศึกษาเชิงประจักษ์ในประเด็นอื่นพบว่าการทำธุรกรรมออนไลน์ การตลาดออนไลน์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อธุรกิจและประชาสัมพันธ์สินค้าช่วยให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 88.89 ด้านบริหารจัดการสามารถลดปัญหาด้านการสื่อสารและเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าได้ร้อยละ 66.76 ผลการศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนคือปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์และต้นทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านให้ความรู้ พัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ และสนับสนุนด้านการตลาด (จงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2556) จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าปัญหาของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวคือการสร้างเครือข่ายธุรกิจ การบริหารจัดการ แหล่งเงินทุน การตลาด การผลิต การเงิน เทคโนโลยีและการสนับสนุนจากรัฐ (อินยัมย์ เจียรกุล, 2557) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดการปรับปรุงข้อมูลและขาดความเชี่ยวชาญ ร้อยละ 55.66 (สายสุนีย์ จัปโจร และคณะ, 2561) อีกทั้งยังพบว่า พฤติกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันตามอายุ และความรู้เฉพาะทางธุรกิจ ประเภทลูกค้า พื้นที่ทำการผลิต การถ่ายทอด

เทคนิคการตลาด และการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่น (จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์ และ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2559) การเกิดช่องว่างในเชิงพื้นที่มีมากขึ้น เนื่องจากนวัตกรรมส่วนใหญ่มี แนวโน้มกระจุกตัวอยู่ในเขตเมืองมากกว่าเขตชนบท การเจริญเติบโตของนวัตกรรมอาจส่งผลทำให้ ช่องว่างระหว่างเมืองเกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจ ส่งผลให้วงจรชีวิตของสินค้าวิสาหกิจชุมชน ท้องเที่ยวสั้นลง ทำให้ผู้ประกอบการต้องรับแรงผลักดันในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาอยู่เสมอ ซึ่งตัวอย่างนี้จะได้เห็นได้จากกรณีของโทรศัพท์มือถือ โปรแกรมสำเร็จรูป เพลงหรือภาพยนตร์ที่ออกมา ใหม่ แต่ไม่สามารถดำรงอยู่ได้นานเพราะมีสินค้าและบริการใหม่ๆ ออกมาแข่งขันและทดแทนอยู่ ตลอดเวลา (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556) หากสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเข้ามาใน นวัตกรรมจะเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า และขยายช่องทางการตลาดได้ทั้งในประเทศและระดับ โลกได้เป็นอย่างดี วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งได้มีการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ ซึ่งแตกต่างกันไปตาม บริบทของแต่ละแห่ง บางรายมีการนำนวัตกรรมด้านการผลิตมาประยุกต์ใช้ เช่น ไซโยฟาร์มเห็ด จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีแนวคิดแบบเกษตรอัจฉริยะ ช่วยให้สามารถปลูกเห็ดได้ตลอดทั้งปี ในภาค บริการพบการนำนวัตกรรมกระบวนการมาประยุกต์ใช้ เช่น การจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนเพื่อบริหารจัดการด้าน การท่องเที่ยวและการสร้างอาชีพเสริมประเภทของที่ระลึกจากวัตถุดิบในหมู่บ้าน จนได้รับรางวัลยอดเยี่ยมเชิงท่องเที่ยวประเภทเมืองและชุมชน ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมาก ทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น หากใ้ นวัตกรรมเข้าไปพลที่ใ้รับจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป (มูลนิธิสยามฯ, 2562)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจทางการเกษตร การค้าปลีก ค้าส่งและบริการ นอกจากนี้ยังมีการนำเข้า ส่งออก สินค้าโดยเฉพาะสินค้าการเกษตร เนื่องจาก กลุ่มจังหวัดมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน การขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดมี การขยายตัวอย่างช้า ๆ เนื่องจากความแตกต่างกันของขนาดเศรษฐกิจและทรัพยากรภายในกลุ่ม จังหวัดนอกจากนี้แล้วกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศ เพื่อนบ้าน มีชัยภูมิที่โดดเด่นในการเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อประตูสู่อาเซียนไปยังประเทศลาว มีแหล่ง ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีการผสมผสานเรื่องราวของประวัติศาสตร์ อารยธรรม ประเพณี วัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยวเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว สร้างจุดขายที่น่าสนใจใน การท่องเที่ยว ให้กับกลุ่มจังหวัดและสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น เพื่อการท่องเที่ยว สินค้าและบริการอยู่ในเขตเมืองมากกว่าเขตชนบท มีสินค้าและบริการที่คล้ายคลึง กัน อีกทั้งมีจำนวนประชากรวิสาหกิจชุมชนมากกว่าภูมิภาคอื่น การพัฒนาและยกระดับ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือเรียกย่อ

ว่า โอท็อป (OTOP) ผสมผสานเรื่องราวของประวัติศาสตร์อารยธรรม ประเพณี วัฒนธรรม เข้ากับการท่องเที่ยวเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว สร้างจุดขายที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มจังหวัดและสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ให้เกิดส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นของตนเอง กระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมการตลาดโอท็อป และวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจระหว่างสังคมเมืองกับชุมชน สร้างการพึ่งพาตนเองให้กับชุมชนท้องถิ่นเพื่อหลุดพ้นจากความยากจน ช่วยให้สามารถค้นหาจุดขายและความโดดเด่นของสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด การลดต้นทุนการผลิต ตลอดจนส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการลดต้นทุนการผลิตให้กับผู้ประกอบการโอท็อป และวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดช่องทางการตลาดระหว่างผู้ผลิตและลูกค้า สอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ที่ต้องการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาบริหารจัดการให้สามารถแข่งขันกับตลาดเศรษฐกิจและประชาคมอาเซียนได้ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

ดังนั้นการศึกษาถึงผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 จึงเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในประเทศไทยถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน และอิทธิพลที่มีต่อความสัมพันธ์ของนวัตกรรมต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยจะเป็นแนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีประสิทธิภาพ สามารถยกระดับกิจการของตนเองและเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติของหน่วยงานรัฐบาล กรมพัฒนาชุมชน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในการนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เจริญยั่งยืนต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรการสื่อสารกับลูกค้าที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผลกำไร ลูกค้า หรือความสำเร็จทางธุรกิจ
2. ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกันได้
3. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ เพิ่มมูลค่าสินค้า เพิ่มช่องทางการตลาด สร้างความมั่นคงทางรายได้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
4. หน่วยงานภาครัฐ กรมพัฒนาชุมชน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางประกอบการกำหนดมาตรการ และวางนโยบายส่งเสริมการค้าในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ (บุริม โอทกานนท์, 2562; Scarborough and Zimmerer, 1996; สวลี วงศ์ไชยา และพีชญาดา พันผา, 2560; สุธีรา อะทะวงษา, 2556; ชุตินา วัฒนาผาสกุล, 2550; จิตวิวรรณ ลาสอน, 2552, Farrell, 1957; Chittithaworn et al., 2011; Pletnev and Barkhatov, 2016; อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์, 2559) แบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้

- 1.1 ความรวดเร็วในการให้บริการ
- 1.2 การลดต้นทุนในการผลิต
- 1.3 การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
- 1.4 คุณภาพสินค้าจากการผลิต
- 1.5 ประสิทธิภาพโดยรวมด้านการเจริญเติบโตของธุรกิจ

2. นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2555; จุริวรรณ จันทพล และคณะ, 2554; โอภาส พานิชชีวะกุล, 2553; บุริม โอทกานนท์, 2562) แบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้

- 2.1 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม
- 2.2 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล
- 2.3 การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.4 การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน

2.5 การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ

3. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน (บุริม โอทกานนท์, 2562; Scarborough and Zimmerer, 1996; สวลี วงศ์ไชยา และพีชญาดา พันผา, 2560; สุธีรา อะทะวงษา, 2556; ชุตินา วัฒนาผาสุขกุล, 2550; จิตติวรรณ ลาสอน, 2552, Farrell, 1957; Chittithaworn et al., 2011; Pletnev and Barkhatov, 2016; อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์, 2559)

4. การสื่อสารกับลูกค้า (บุริม โอทกานนท์, 2562; Scarborough and Zimmerer, 1996; สวลี วงศ์ไชยา และพีชญาดา พันผา, 2560; สุธีรา อะทะวงษา, 2556; ชุตินา วัฒนาผาสุขกุล, 2550; จิตติ วรรณ ลาสอน, 2552; Farrell, 1957; Chittithaworn et al., 2011; Pletnev and Barkhatov, 2016; อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์, 2559)

สมมติฐานของการวิจัย

1. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
3. การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
4. การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
5. การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
6. การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
7. การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

8. การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และประสิทธิภาพการดำเนินงาน
9. การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
10. การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
11. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
12. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
13. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และประสิทธิภาพการดำเนินงาน
14. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
15. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนภาคบริการจำนวน 4,355 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อยๆ หรือแบ่งเป็นชั้นภูมิ ก่อน โดยหน่วยประชากรในแต่ละชั้นภูมิจะมีลักษณะเหมือนกัน แล้วสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากรจากระเบียบฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

2. ขอบเขตด้านพื้นที่คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 จำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดอุดรธานี เนื่องจาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีชัยภูมิที่โดดเด่นในการเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อประตูสู่อาเซียนไปยังประเทศลาว มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีการผสมผสานเรื่องราวของ ประวัติศาสตร์อารยธรรม ประเพณี วัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยวเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว สร้างจุดขายที่น่าสนใจในการท่องเที่ยว ให้กับกลุ่มจังหวัดและสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว สินค้าและบริการอยู่ในเขตเมืองมากกว่าเขตชนบท มีสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกัน อีกทั้งมีจำนวนประชากรวิสาหกิจชุมชนมากกว่าภูมิภาคอื่น

3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 เดือน

4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

นิยามศัพท์เฉพาะ

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงกิจการของชุมชนแต่ละท้องถิ่น แต่ละตำบลเกี่ยวกับการผลิตสินค้าและการให้บริการด้านการท่องเที่ยวหรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลรวมตัวกันประกอบกิจการ ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 โดยเลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมา 1 ชิ้นจากแต่ละตำบลมาเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อป เช่น โอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว ของใช้ในครัวเรือน อาหาร สมุนไพร และเครื่องตุ้ม เป็นต้น

นวัตกรรม หมายถึงการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ การพัฒนาสินค้า ออกแบบสินค้าให้โดดเด่นน่าสนใจ หรือพัฒนาสินค้าและบริการเดิมของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น มีการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน เช่น นวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยว นวัตกรรมเสริมความงาม เป็นต้น โดยใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชน สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศ การเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล การทำธุรกรรมทางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ สั่งซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบออนไลน์ได้

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึงความรวดเร็วในการให้บริการมุ่งมั่นที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการให้บริการหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความสามารถในการลดต้นทุนการผลิต บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้น้อยที่สุด วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอกับกระบวนการผลิตทำให้ของเสียลดลง จัดสรรรายได้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุน ความสามารถในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การเจริญเติบโตของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน ยอดขาย มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าปีที่ผ่านมา สถานประกอบการมีกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจสามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นภายใน 1-2 ปี

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน หมายถึงการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ช่วยจัดเก็บและประมวลผลข้อมูล และอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงานมีเครื่องมือและอุปกรณ์สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศที่มีการวางแผนจัดการอย่างเป็นระบบ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ใช้ระบบสื่อสารโทรคมนาคมมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นำข้อมูลความต้องการของลูกค้ามาวิเคราะห์ วางแผน และปรับปรุงกระบวนการทำงาน

การสื่อสารกับลูกค้า หมายถึงการติดต่อลูกค้า การประสานงานกับลูกค้าด้วยความจริงใจอย่างสม่ำเสมอ ให้ข้อมูลข่าวสารของสถานประกอบการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรืออัปเดตข้อมูลข่าวสารใหม่ให้ลูกค้ารับทราบ มีการสื่อสารที่ดีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสานกัน ได้เป็นอย่างดี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม
3. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

1. ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการและการท่องเที่ยว หรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลรวมตัวกันประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการและการท่องเที่ยว หรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลรวมตัวกันประกอบกิจการ ได้มีนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิให้ความหมายของคำว่าวิสาหกิจชุมชน แตกต่างกันไปดังนี้

วิสาหกิจชุมชน หมายถึงกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2562)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึงการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชน โดยคนในชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองการพึ่งพาตนเองและความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน (เสรี พงศ์พิศ, 2550)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึงการประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียวแต่

รวมถึงกำไรทางสังคม ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย (วิชิต นันทสุวรรณ, 2544)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึงการประกอบการโดยใช้ทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ที่ผ่านกระบวนการผลิตการจัดการผลผลิตและทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตทุกขั้นตอน โดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่ผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยองค์กรของชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเอง ครอบคลุม ชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน (ปิยะดา พิศาลบุตร, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการและการท่องเที่ยว หรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลรวมตัวกันประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการและการท่องเที่ยว หรือกิจการอื่น ๆ ประกอบกิจการในชุมชนของตนเอง เมื่อพิจารณาตามกลุ่มธุรกิจที่กระจายตัวตามขนาดวิสาหกิจปี 2561 พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีจำนวน 83,208 ราย ปี 2562 มีวิสาหกิจชุมชนจำนวน 85,436 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563) จากข้อมูลสถิติจำนวนวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี (2558-2562) พบว่ามีแนวโน้มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่มีอยู่เป็นจำนวนมากนั้นเกิดการกระจุกตัวในบางประเภทมากเกินไปขณะที่อีกหลายประเภทยังมีจำนวนไม่มาก

2. ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน (เสรี พงศ์พิศ, 2550)

2.1 ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินงานเอง โดยอาจมีคนนอกมีส่วนให้ความร่วมมือช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่หุ้นส่วนใหญ่

2.2 ผลผลิตเกิดจากการใช้ทรัพยากร และกระบวนการจัดการการผลิตภายในชุมชนแต่อาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้

2.3 ชุมชนเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์ธุรกิจ เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนในกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม โดยไม่เลียนแบบผู้อื่นหรือใช้สูตรการดำเนินงานสำเร็จรูป

2.4 ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นพื้นฐาน ผสมผสานเข้ากับความรู้ภูมิปัญญาสากล

2.5 ดำเนินงานแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ในลักษณะฉันทกกำลังและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

2.6 กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นหัวใจหลัก

2.7 เน้นการพึ่งพาตนเองเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก และสำคัญที่สุด

3. ความหมายของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ได้มีนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิให้ความหมายของคำว่าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว แตกต่างกันไปดังนี้

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงกิจการที่มีการบูรณาการแนวคิดวิสาหกิจกับแนวคิดการจัดการด้านการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันจนพัฒนาเป็นวิสาหกิจที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจัดอยู่ใน

ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญมากต่อการพัฒนาในหลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยในปัจจุบัน ทั้งในแง่ของการสร้างรายได้ให้กับชุมชน การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม (วิมลมาลย์ สวัสดิ์ และอาแว มะแส, 2563)

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงรูปแบบการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและการบริการของชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างจากวิสาหกิจชุมชนโดยทั่วไปที่ไม่ใช่เพียงผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว เมื่อถูกผลิตแล้วจะหมุนไปตามกลไกตลาดและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยการดำเนินการของชุมชนที่ใช้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเป็นเครื่องมือ สร้างความเข้มแข็งขององค์กรหมู่บ้านโดยมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น (พจนา สวนศรี, 2546)

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงกิจการที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ โดยคนในชุมชนทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวและบริการ นำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตและความ เป็นอยู่ การผลิตสินค้าของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการดำเนินการ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้ (สินธุ์ สโรบล และ อุดร วงษ์ทับทิม, 2546)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงกิจการของชุมชนแต่ละท้องถิ่น แต่ละตำบลเกี่ยวกับการผลิตสินค้าและการให้บริการด้านการท่องเที่ยวหรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลรวมตัวกันประกอบกิจการ ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นโดยเลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมา 1 ชิ้นจากแต่ละตำบลมาเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อป เช่น โอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว ของใช้ในครัวเรือน อาหาร สมุนไพร และเครื่องดื่มน เป็นต้น

4. ประเภทวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

กรมการพัฒนาชุมชน (2560) ดำเนินการจัดประเภทวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของกรมการพัฒนาชุมชน เพื่อแบ่งประเภทตามลักษณะของการเป็นชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยวอย่างมีทิศทาง ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ด้านที่ 2 ความพร้อมของชุมชนและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่ 3 สินค้าและบริการ นอกจากนี้กรมการพัฒนาชุมชน ยังได้กำหนดแนวทางส่งเสริมและพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อการพัฒนาหมู่บ้านหรือชุมชนที่สอดคล้องตามอัตลักษณ์ วิถีของชุมชนสู่ความยั่งยืนต่อไป ประกอบด้วย

4.1 ชุมชนท่องเที่ยวดาวเด่น หมายถึงหมู่บ้านหรือชุมชนที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาที่มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้และกระตุ้นนักท่องเที่ยว

เข้าสู่หมู่บ้านหรือชุมชน ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมถึงเสริมสร้างศักยภาพของหมู่บ้านหรือชุมชนในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ได้แก่

- 1) ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ กระตุ้นนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- 2) ส่งเสริมให้ชุมชนเข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ แพลตฟอร์ม และแอปพลิเคชัน
- 3) ส่งเสริมการตลาดเชื่อมโยงธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ แพคเกจทัวร์ โปรแกรมการท่องเที่ยว
- 4) บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาคีด้านการตลาด เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือจังหวัด สมาคมด้านการท่องเที่ยว สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เป็นต้น
- 5) ส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้หลักการและแนวคิดตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

4.2 ชุมชนท่องเที่ยวดาวรุ่ง หมายถึงหมู่บ้านหรือชุมชนที่มีแวว มีอนาคตในการพัฒนาต่อยอดเป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) วิเคราะห์ศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ด้านความพร้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าและบริการ โดยแต่ละหมู่บ้านหรือชุมชนนำผลการวิเคราะห์มากำหนดแผนและแนวทางในการพัฒนาระดับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยมีกรรมการบริหารชุมชนท่องเที่ยว กลุ่มหรือองค์กรที่ร่วมกันขับเคลื่อนแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแนวทางและทิศทางที่กำหนด รวมทั้งสร้างความยั่งยืนของชุมชนท่องเที่ยว
- 3) ยกระดับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัยสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 4) พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว แพคเกจทัวร์ และโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว
- 5) ส่งเสริมการตลาด มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์และความดึงดูดด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้านหรือชุมชน

4.3 ชุมชนโดดเด่นเฉพาะด้าน หมายถึงหมู่บ้านหรือชุมชนที่มีความโดดเด่น สามารถเป็นแหล่งศึกษาดูงาน โดยมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้หมู่บ้านหรือวิสาหกิจ

ชุมชนเกิดการสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้รองรับการศึกษาดูงาน และขยายผลความสำเร็จในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ตามความโดดเด่นของหมู่บ้านหรือชุมชน ได้แก่

- 1) จำแนกความโดดเด่นแต่ละด้าน เพื่อให้สามารถพัฒนาไปสู่แหล่งเรียนรู้ที่มีกระบวนการจัดกิจกรรมเรียนรู้ที่เหมาะสม สอดคล้องกับเนื้อหาองค์ความรู้และตัวอย่างความสำเร็จของหมู่บ้านหรือชุมชน
- 2) พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ในการรองรับการศึกษาดูงาน โดยสามารถบริหารจัดการสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของชุมชน และอาจมีรายได้เสริมจากสินค้าและบริการที่มีอยู่ในหมู่บ้านหรือชุมชน
- 3) ประสานความร่วมมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น วิสาหกิจชุมชน บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีภารกิจเฉพาะด้านในการส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ เช่น แหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง เกษตรอินทรีย์หรือเกษตรปลอดภัย การบริหารจัดการกองทุนชุมชน เป็นต้น

4.4 ชุมชนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือโอท็อป (OTOP) หมายถึงหมู่บ้านหรือชุมชนที่มีศักยภาพจำกัดในด้านการท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของหมู่บ้านหรือชุมชนตามกระบวนการโอท็อป ได้แก่

- 1) พัฒนาตามแนวทางการกระบวนการโอท็อป ได้แก่ พัฒนาด้านการบริหารจัดการกลุ่ม พัฒนาระบบการผลิตพัฒนาผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการตลาดเชื่อมโยงกับโอท็อปเคลื่อนที่หรือโอท็อปออนไลน์ และตลาดประชารัฐ
- 2) ใช้หลักการพื้นฐานตามแนวคิดโอท็อป ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล การพึ่งพาตนเองและความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ ใช้ภูมิปัญญาและวัตถุดิบในท้องถิ่น สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ สร้างอาชีพและรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชน
- 3) ใช้กระบวนการชุมชนในการพัฒนาระบบบริหารจัดการชุมชนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งเน้นให้หมู่บ้านหรือชุมชนพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

5. คุณลักษณะและคุณสมบัติของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

5.1 คุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการท่องเที่ยวหรือการดำเนินการอื่น ๆ โดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันกัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยใช้ทรัพยากรผลิต ความรู้ภูมิปัญญา วัฒนธรรมวิถีชีวิต ยึดโยงเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจ

ฐานรากเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง คุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมีดังนี้ (กนิษฐา ปวะบุตร, 2550)

- 1) เน้นการใช้นวัตกรรม เป็นการนำเอาแนวความคิดใหม่หรือการนำประโยชน์จากสิ่งเดิมมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือการทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น
- 2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตสินค้าสิ่งใหม่ ๆ ใช้วิธีการแตกต่างไปจากเดิม สินค้ามีความโดดเด่นไม่เหมือนของคนอื่น เป็นการคิดประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ เกิดนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่สร้างความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ซึ่งมาจากบุคคลต่าง ๆ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ริเริ่มให้มีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- 3) เน้นการพัฒนาทักษะความชำนาญเฉพาะด้านที่แตกต่างจากคู่แข่ง เช่น ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทักษะการแปรรูปสินค้า ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น เป็นการมุ่งเน้นประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในการพัฒนาตนเองเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติและความชำนาญในเรื่องหนึ่งเรื่องใด และเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
- 4) มีศักยภาพเชิงพาณิชย์เพื่อขยายตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ และมีอัตราการขยายตัวของธุรกิจที่ดี

5.2 คุณสมบัติและหลักเกณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) มีดังนี้

- 1) เป็นกิจการที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ทำให้เกิดการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชน
- 2) เป็นกิจการที่ดำเนินการ หรือประสงค์จะดำเนินการร่วมกันในชุมชน โดยคณะบุคคลที่เป็นนิติบุคคล หรือไม่เป็นนิติบุคคล และประกอบด้วยสมาชิกที่อยู่ร่วมกันในชุมชนไม่น้อยกว่า 7 คน โดยบุคคลดังกล่าวต้องไม่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน
- 3) เป็นกิจการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้เพื่อการพึ่งพาตนเองและเพื่อประโยชน์สุขของคนในชุมชน
- 4) เป็นกิจการที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

6. การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

6.1 การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องดังนี้ (ฐิติวรรณ ลาสอน, 2552)

1) การติดต่อสื่อสาร

การสื่อสารที่ดีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสานงานกันได้อย่างดี การสื่อสารที่ดีทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าหรือการทำงานต่าง ๆ และสามารถดำเนินงานให้ออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การสื่อสารที่ดียังช่วยให้พนักงานเกิดแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ที่ช่วยผลักดันความสามารถที่แท้จริงของพนักงานและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นให้ออกมาได้อย่างเต็มที่

2) องค์กร

ความสำเร็จนั้นเกิดขึ้นได้เพราะการทำงานร่วมกันของทุก ๆ ฝ่าย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์กรนั้นมีการบริหารจัดการที่ดี พนักงานในองค์กรมีความเข้มแข็งในการฝ่าฟันอุปสรรคเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้

3) ความร่วมมือ

ทักษะที่สำคัญของคนเป็นผู้นำคือสามารถทำงานร่วมกับคนอื่นได้ดี เพราะต้องมีการพูดคุยและประสานงานกับลูกค้าหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นลูกค้า หุ่นส่วน พนักงานลูกน้อง และคนอื่น ๆ อีกมากมาย ดังนั้นแล้วคนที่เป็นหัวหน้าหรือผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นต้องรู้จักการปรับตัวเข้าหาคนอื่นเพื่อให้การทำงานร่วมกันนั้นได้ไม่เกิดการติดขัด

4) การวางแผน

การวางแผนที่ดีเป็นรากฐานที่จะทำให้ทีมหรือธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นสามารถไปสู่ความสำเร็จได้ เพราะว่าการวางแผนจะทำให้สามารถประเมินการแบ่งสัดส่วนงานของพนักงานแต่ละคน ระยะเวลาในการทำงานและโอกาสในการทำให้ถึงเป้าหมาย

5) การเป็นผู้เริ่มต้นที่ดี

การเป็นผู้เริ่มต้นที่ดีเป็นอีกหนึ่งทักษะของคนที่มีความเป็นผู้นำ เพราะถ้าหากว่าผู้ที่เป็นหัวหนายังไม่กล้าที่จะเปลี่ยนแปลงลองสิ่งใหม่ๆ หรือไม่สามารถจัดการงานของตัวเองได้ดีพอ ยิ่งทำให้ลูกน้องนั้นเกิดความไม่เชื่อมั่นและไม่มีความมุ่งมั่นในการทำงาน

6) การประเมินความแข็งแรง

ผู้นำที่ดีต้องรู้จักจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร พนักงาน และผู้ร่วมงานแต่ละคนเพื่อการมอบหมายงานที่เหมาะสม นอกจากนี้ควรดึงจุดแข็งของแต่ละคนออกมา รวมถึงการสนับสนุนการเรียนรู้ ฝึกฝนทักษะที่จะช่วยพัฒนาตนเอง ทักษะที่ไม่ถนัดของแต่ละบุคคลเพื่อให้การทำงานนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7) การสร้างทีม

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำงานคือทีม ความสนิทสนมกันภายในทีมช่วยให้สามารถสร้างแรงกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้กับลูกทีมได้มากขึ้น

8) การแก้ไขปัญหา

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานนั้นอาจเป็นเรื่องปกติสำหรับบางสายงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจะต้องสามารถจัดการและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้ทันสถานการณ์ นอกจากนี้การกระจายงานที่ดีจะช่วยอุดรอยรั่วที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของการทำงานได้มากขึ้น โดยเฉพาะในงานที่มีความหลากหลายและต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

6.2 แนวทางในการเริ่มต้นธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

การดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทุกคนมองว่าเป็นเรื่องยากต่อการเริ่มต้นเพราะไม่ทราบว่าจะเริ่มต้นจากตรงจุดไหนก่อนแล้วทำอย่างไรต่อไป ธุรกิจจึงจะประสบความสำเร็จได้ในที่สุด ดังนั้นแนวทางในการเริ่มต้นธุรกิจควรเริ่มจากการหาข้อมูลในด้านความสามารถของตนเอง ช่องทางการตลาด ลูกค้าและคู่แข่ง จากนั้นจึงไปสู่การจัดตั้งองค์กร ซึ่งในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

- 1) รู้จักตนเอง โดยประเมินว่าตนเองมีคุณสมบัติที่จะทำธุรกิจนั้นหรือไม่ และที่สำคัญต้องหนักแน่นจริงจังและกล้าตัดสินใจ เช่น การเลือกประเภทธุรกิจที่เหมาะสมกับตนเอง สรรวจฐานะทางการเงิน สรรวจทำเลที่ตั้งสถานประกอบการ เป็นต้น
- 2) รู้ข้อมูลของลูกค้า ผู้เริ่มต้นธุรกิจควรสำรวจความต้องการของลูกค้า ศึกษาสินค้าหรือบริการว่ามีมากน้อยเพียงใด เหมาะกับลูกค้ากลุ่มใด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
- 3) รู้ข้อมูลของคู่แข่ง ธุรกิจในปัจจุบันมีจำนวนมากจำเป็นต้องทราบว่าคู่แข่งคือใคร อยู่ที่ไหน กำลังผลิตสินค้าอะไรอยู่ ธุรกิจจะแข่งขันอย่างไรเพื่อผลตอบแทนหรือกำไร จะผลิตสินค้าหรือให้บริการอย่างไรเพื่อเป็นจุดขายที่โดดเด่นน่าสนใจกว่าของคู่แข่ง
- 4) ฐานนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล หาข้อมูลหรือแหล่งที่ให้การส่งเสริมการค้า แหล่งเงินทุนหรือให้บริการเพื่อสนับสนุนธุรกิจต่าง ๆ
- 5) วางแผนการเงินในระยะยาว ปัญหาทางการเงินเป็นสาเหตุที่ทำให้การดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวผิดพลาด เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กจะขอเงินกู้ได้ยากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการที่ขอเงินน้อยเกินไปอาจไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการ ส่งผลให้ปิดกิจการเร็ว เพราะไม่มีเงินทุนในการดำเนินกิจการ ดังนั้นก่อนที่จะเริ่มธุรกิจจึงมีความจำเป็นที่ต้องวางแผนว่าต้องการเงินเท่าไร

6) การทำบัญชี ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจำเป็นต้องสนใจเรื่องของงบดุล ในการดำเนินกิจการหรือบริหารงานต่าง ๆ จำเป็นต้องใช้ตัวเลขให้เป็น และไม่สามารถทำธุรกิจได้ถ้าไม่มีระบบบัญชีที่เหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบริหาร

7) การบริหารที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย การวางแผน การจัดตั้งองค์กร การควบคุมและการทำธุรกิจที่ไม่ประสบความสำเร็จเกิดจากการบริหารจัดการผิดพลาด หลักการบริหารธุรกิจคือการรู้ว่ากำลังยืนอยู่ตรงจุดไหนอยู่ตลอดเวลา

8) การขายสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ เนื่องด้วยคุณภาพของสินค้าหรือบริการ เป็นสิ่งที่ควรรักษา ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของสถานประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป ถ้าทำกลยุทธ์การตลาดที่ต้ออาจดึงลูกค้าได้ส่วนหนึ่งแต่ถ้าสินค้าไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าไม่มาซื้อสินค้าอีกแล้วจะทำให้ธุรกิจเสียหาย ดังนั้นการทราบข้อดีและข้อเสียของสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่ดีแต่ต้องเข้าใจลูกค้าและให้ความสำคัญแก่ลูกค้าให้มากด้วยเช่นกัน

9) จ้างพนักงานหรือบุคลากรที่เหมาะสม พนักงานที่ดีมีประสิทธิภาพอาจนำไปสู่ความสำเร็จได้

10) เลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมกับการขายจำหน่ายสินค้าหรือบริการ การเลือกทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญไปสู่ความสำเร็จได้ ดังนั้นควรจะต้องตัดสินใจไว้ล่วงหน้าว่าจะเลือกสถานที่ตามชนิดของสินค้าหรือบริการและกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก ถ้าเป็นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวค้าปลีกทำเลที่ตั้งควรเป็นสถานที่ในชุมชน และมีสถานที่จอดรถที่สะดวกด้วย

11) การวิเคราะห์สภาพปัญหาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยการศึกษาข้อมูล ทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเอกสารผลงานวิจัยต่าง ๆ รวมทั้งการระดมความคิดจากภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยสรุปดังนี้ (กนิษฐา ปวะบุตร, 2550)

(1) การวิเคราะห์จุดแข็ง วิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยมีความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ มีความสามารถในการปรับตัวสูงภายใต้สภาวะทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีการลงทุนและใช้เทคโนโลยีในการผลิตและการจัดการไม่สูงนักแต่มีจุดเด่น คือความรู้ความสามารถและทักษะด้านช่างฝีมือและศิลปวัฒนธรรมมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ

(2) การวิเคราะห์จุดอ่อน ความสามารถในการแข่งขันที่ผ่านมามีการได้เปรียบด้านแรงงานและทรัพยากรมากกว่าความเข้มแข็งทางเทคโนโลยีและคุณภาพของพนักงาน ในปัจจุบันธุรกิจของไทยต้องเผชิญกับภาวะแรงกดดันสองทาง คืออยู่ตรงกลางระหว่างประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนต่ำและต้นทุนสูง ปัญหาการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ มีดังนี้

- (2.1) ความสามารถเชิงเทคโนโลยีและนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
- (2.2) ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
- (2.3) ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
- (2.4) ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการตลาด

(2.5) ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์

(2.6) ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

(2.7) ข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล

(3) การวิเคราะห์โอกาส ปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสร้างโอกาสต่อการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ มีดังนี้

(3.1) กระบวนทางความคิด การรับรู้วิธีคิดในการทำธุรกิจสมัยใหม่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยแนวโน้มของการประกอบธุรกิจหลายรูปแบบ

(3.2) การขยายตัวของตลาดส่งออกจากการทำข้อตกลงการค้าเสรี ทั้งจากการค้าภายในกลุ่มข้อตกลงและกลุ่มเศรษฐกิจอื่นที่ให้ความสำคัญของตลาดไทยมากขึ้นในฐานะเป็นประเทศผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญสู่ตลาดเอเชีย โดยเฉพาะกับประเทศจีนและอินเดียที่เป็นตลาดใหญ่ทั้งด้านการค้า การบริการและการลงทุน

(3.3) โอกาสในการทำธุรกิจใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาไทยและสินค้าชุมชนมากขึ้น อันมีผลจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของโลก การเปลี่ยนแปลงรสนิยมและรูปแบบของการบริโภคโดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวของไทยที่ผลิตสินค้าและบริการแบบใช้ภูมิปัญญาไทยและวัฒนธรรมรวมทั้งเอกลักษณ์ความเป็นไทยเน้นเรื่องของสุขภาพความงามและการท่องเที่ยว การตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านจิตใจ ตลอดจนบริการทางด้านสนทนาการเป็นสำคัญ

(3.4) ช่องทางในการระดมทุนของภาคธุรกิจมีมากขึ้นและต้นทุนที่ลดลงจากการเปิดเสรีทางการเงินและการรวมตัวทางด้านการเงินทำให้การเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น สนับสนุนให้เกิดการใช้แหล่งทุนร่วมกัน ซึ่งนอกเหนือจากการช่วยสนับสนุนด้านเงินทุนแล้วยังช่วยสนับสนุนการยกระดับด้านวิชาการและทักษะของธุรกิจไทยด้วย

(3.5) นโยบายรัฐให้ความสำคัญและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก เนื่องจากจำนวนธุรกิจขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 99 ของทั้งหมดและยังมีบทบาทที่สำคัญต่อการจ้างงานการสร้างรายได้ และการส่งออกของประเทศที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ

(4) การวิเคราะห์ข้อจำกัด ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวรายใหม่มีดังนี้

(4.1) การเข้าสู่ระบบตลาดของกลุ่มประเทศที่เจริญเติบโตใหม่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ทำให้เป็นแหล่งผลิตสินค้าในราคาถูกไปยังตลาดทั่วโลก

(4.2) ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจลดลง เนื่องจากการมีข้อตกลงทางการค้าในทุกระดับเพิ่มขึ้น ทำให้ระบบการค้าโลกมีความซับซ้อนมากขึ้น สาเหตุจากความแตกต่าง

กันของข้อตกลงและกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศ ทำให้ธุรกิจเอกชนต้องปรับตัวและเข้าถึงฐานข้อมูลที่ครบถ้วนโดยการสนับสนุนของภาครัฐ

(4.3) เพิ่มภาระผู้ประกอบการในการให้ความสำคัญกับการผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับการดำรงชีวิตมนุษย์จากปัญหาสิ่งแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการต้องใส่ใจและตระหนักต่อการนำแนวคิดของการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนเข้ามาร่วมด้วย ทำให้เกิดภาระต้นทุนเพิ่มขึ้นในส่วนของการปรับปรุงกระบวนการผลิต

(4.4) ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลกและภายในประเทศทั้งความผันผวนของราคาน้ำมัน แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยและภาวะเงินเฟ้อ สถานการณ์ความอ่อนไหวหรือความผันผวนทางการเมือง และการเปิดเสรีด้านการค้าการลงทุนตามข้อตกลงการค้าเสรี

(4.5) การบริหารจัดการของรัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ผ่านมาขาดการจัดการที่เป็นระบบ ขาดการประสานงานที่ดี ไม่มีการกำหนดแผนส่งเสริมเพื่อใช้เป็นกรอบทิศทางหลักที่เป็นเอกภาพ ขาดหน่วยงานแกนกลางที่เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับทั้งด้านการจัดทำแผนและการประสานหน่วยปฏิบัติ การดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจึงมีลักษณะต่างหน่วยต่างคิดต่างทำ

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้มีความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจจึงต้องอาศัยนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว นวัตกรรมนับเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผนวกกับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมอันนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่ง (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2558)

7. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงผู้ที่ต้องยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการผลิต ผู้ประกอบการอาจหมายถึงคนหนึ่งคน หน่วยงานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว บริษัท ห้างร้านที่ต้องบริหารจัดการในกระบวนการผลิต บริหารต้นทุน ผลตอบแทนกำไร โดยมีผู้ให้ความหมายที่แตกต่างกันดังนี้

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงผู้ที่คิดสร้างและดำเนินธุรกิจของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรยอดขายจากการดำเนินธุรกิจ (สายสุนีย์ จัปโจร และคณะ, 2561)

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงบุคคลที่มีแรงบันดาลใจในการแสวงหาโอกาสและประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยมีความตั้งใจมุ่งมั่นที่จะทำการก่อตั้งธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ทำหน้าที่ในการใช้โอกาสที่มีอยู่ในตลาดและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดหาและนำเอาทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ เป็นผู้ที่แบกรับความเสี่ยงในระหว่างการแสวงหาโอกาสและเกิดความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังทำหน้าที่ในการบริหารกิจกรรมของตนเองรวมถึงการบริหารงานประจำ (บุญทวรรณ วิงวอน, 2556)

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงบุคคลที่เป็นผู้รับผิดชอบหรือเป็นเจ้าของ มีหน้าที่บริหารจัดการธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยง เป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวัง (สุธีระ อະทะวงษา, 2556)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงเจ้าของกิจการ หรือกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันประกอบกิจการ ผลิตและพัฒนาสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ออกแบบสินค้าของวิสาหกิจชุมชนแต่ละตำบลที่มีสินค้าและบริการลักษณะเฉพาะตัว ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นชุมชนของตนเอง เช่น โอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว ของใช้ในครัวเรือน อาหาร สมุนไพร และเครื่องตี๋ม เป็นต้น

7.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 8 ด้าน ดังนี้ (คมคาย แสงทองคำ และคณะ, 2558)

- 1) เป็นผู้ใฝ่หาความสำเร็จ
- 2) เป็นผู้มีความรับผิดชอบ
- 3) เป็นผู้ยอมรับความเสี่ยง
- 4) เป็นผู้มีความเชื่อมั่นในตนเอง
- 5) เป็นผู้ตอบสนองอย่างรวดเร็ว
- 6) เป็นผู้มีความยืดหยุ่นและมีความอดทนสูง
- 7) เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ต่อผู้อื่น
- 8) เป็นผู้มีความรู้ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ

7.2 องค์ประกอบของคุณลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

องค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว มี 14 องค์ประกอบ ดังนี้ (ปราณี ต้นประยูร และกิติมา ทามาลี, 2561)

- 1) มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ
- 2) มีความสามารถในการใช้นวัตกรรมและความสามารถด้านการตลาด
- 3) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง
- 4) มีเครือข่าย มีส่วนร่วมหรือหุ้นส่วนทางธุรกิจ
- 5) คุณภาพของสินค้าหรือบริการต้องมีคุณภาพ
- 6) มองหาโอกาสทางธุรกิจและการเพิ่มผลผลิตอยู่เสมอ
- 7) เป็นผู้มองโลกในแง่ดี
- 8) มีระบบการบริหารจัดการองค์กร
- 9) มีภาวะผู้นำ
- 10) มีทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
- 11) มีความรับผิดชอบ
- 12) มีระบบงานที่มีคุณภาพ
- 13) มีสุขภาพกายและใจที่ดี
- 14) มีจริยธรรมทางธุรกิจ

7.3 คุณสมบัติของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (สายสุนีย์ จັบโจร และคณะ, 2561) มีดังนี้

- 1) ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส มองเห็นโอกาสและมองหาช่องทางการค้าได้ตลอดเวลา แม้อยู่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ
- 2) ต้องเป็นนักเสี่ยง กล้าลงทุน กล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาส มิฉะนั้นจะสายเกินไปไม่เกิดประโยชน์
- 3) ต้องเป็นคนมีความคิดแปลกใหม่ คิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด
- 4) ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่ายและมีความอดทน
- 5) ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ ตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา
- 6) ต้องเป็นคนที่วิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางที่ชัดเจน มุ่งไปสู่อนาคตตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน
- 7) ต้องมีเครือข่ายที่ดี เพื่อประโยชน์ด้านข้อมูลและการได้รับความช่วยเหลือในด้านต่างๆ จากหุ้นส่วนหรือเครือข่าย

ในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพปัจจัยทางสังคมมากมายที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก ทำให้ผู้ประกอบการมีความพยายามที่จะปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว และเพิ่มปริมาณการผลิตให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะตาม

ความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูง การพัฒนาสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นกระบวนการที่ทำให้ได้สินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพดีขึ้นและเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ดังกล่าวอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีในตลาด หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น (ศจี สุวรรณศรี, 2551)

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้มีความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจจึงต้องอาศัยนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว นวัตกรรมนับเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผนวกกับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมอันนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่ง หากสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวนำนวัตกรรมใส่เข้าไปในสินค้าของชุมชนจะเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า และขยายช่องทางการตลาดได้ทั้งในประเทศและระดับโลกได้เป็นอย่างดี (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2558)

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

1. ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรม หมายถึงการกระทำสิ่งใหม่ คิดริเริ่มทำสิ่งใหม่ ๆ ที่แปลกหรือแตกต่างไปจากเดิม หรือการปรับปรุงของเก่าให้ใหม่และเหมาะสม โดยผ่านการทดลองและพัฒนาจนเป็นที่เชื่อถือได้ว่าเป็นผลดีในทางปฏิบัติ ทำให้ระบบก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ฉิชารีย์ การปลูก, 2556)

นวัตกรรม หมายถึงข้อสรุปใหม่เกี่ยวกับการบริการสำหรับธุรกิจในการพัฒนาสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในเรื่องใหม่ ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบบการส่งมอบการบริการแบบใหม่ เป็นต้น (Van Ark et al., 2003)

นวัตกรรม หมายถึงการพัฒนาที่สัมฤทธิ์ผลของการบริการใหม่หรือสินค้าใหม่ รวมถึงกิจกรรมที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ทุกระดับที่ต้องอยู่ภายใต้การแก้ไขและพัฒนา (Drejer, 2004)

นวัตกรรม หมายถึงการทำความเข้าใจผลของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของกระบวนการด้วยสินค้าที่ถูกผลิตขึ้นจากสิ่งที่ไม่มีความคุ้นเคยเกิดขึ้นในขณะที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ โดยบูรณาการความแตกต่างจากปัจจัยภายนอกให้เข้ากับลักษณะของปัจจัยภายในที่มีความแตกต่างตามลักษณะและระดับของคนในองค์กร (Schneider, 1999)

นวัตกรรม หมายถึงการยกระดับประสิทธิภาพไปพร้อมกับการเพิ่มประสิทธิผลของระดับการบริการและการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Usui, 2009)

นวัตกรรม หมายถึงการนำเสนอการบริการใหม่ การพัฒนาแนวทางในการส่งมอบการบริการใหม่ (Mansharamani, 2005)

นวัตกรรม หมายถึงวิธีการใหม่ ๆ ที่แปลกไปจากเดิม จากการคิดค้นพบวิธีการใหม่ ๆ ขึ้นมา หรือการปรับปรุงของเก่าให้ใหม่และทันสมัย มีความเหมาะสมและนำมาใช้จนได้ผลดีในทางปฏิบัติ ทำให้ระบบงานดีขึ้น (ไชยยศ เรืองสุวรรณ, 2521)

นวัตกรรม หมายถึงแนวความคิด แนวทางการปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาตัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยยิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีและมีประสิทธิภาพช่วยประหยัดเวลาได้ (กิตานันท์ มลิทอง, 2540)

นวัตกรรม หมายถึงการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์บนความแปลกใหม่และมีประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่านวัตกรรมหมายถึงการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ การพัฒนาสินค้า ออกแบบสินค้าให้โดดเด่นน่าสนใจ หรือพัฒนาสินค้าและบริการเดิมของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น เป็นกิจการของชุมชนแต่ละท้องถิ่นแต่ละตำบลเกี่ยวกับการผลิตสินค้าและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่น กระตุ้นให้ชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยเลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมา 1 ชิ้นจากแต่ละตำบลมาเป็นสินค้าโอท็อป ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น โอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว ของใช้ในครัวเรือน อาหาร สมุนไพร และเครื่องดื่ม เป็นต้น มีการใช้นวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชน การทำธุรกรรมทางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบออนไลน์ได้

2. ประเภทของนวัตกรรม

2.1 นวัตกรรมกระบวนการ

นวัตกรรมกระบวนการ หมายถึงการปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการใหม่ในการพัฒนาปรับปรุงหรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านเทคนิค เครื่องมืออุปกรณ์และซอฟต์แวร์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (บุษกร คำโฮม, 2562) นวัตกรรมกระบวนการเป็นการเปลี่ยนแปลงแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้าหรือบริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม นวัตกรรมกระบวนการแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้ (ชลิตภรณ์ บุญมีสุวรรณ, 2563)

1) นวัตกรรมกระบวนการทางเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นกระบวนการที่ถูกปรับปรุงตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลให้สามารถเพิ่มผลผลิตให้เพิ่มขึ้น เช่น การใช้หุ่นยนต์ช่วยจัดเก็บสินค้า การใช้เครื่องจักรกลในการผลิตสินค้า เป็นต้น

2) นวัตกรรมกระบวนการทางองค์การ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถของการจัดการในองค์การให้สูงขึ้นโดยการลองผิดลองถูก เช่น ระบบการจัดการแบบทันเวลา การจัดการคุณภาพโดยรวม การผลิตแบบลีน เป็นต้น

2.2 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้รับการปรุงแต่งให้ดีขึ้นหรือเป็นสิ่งใหม่ของโลก หรือประเทศ หรือองค์การ (ชลิตภรณ์ บุญมีสุวรรณ, 2563)

1) ประเภทของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

- (1) ผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ เช่น รถยนต์รุ่นใหม่ที่ใช้ไฟฟ้าแทนน้ำมัน โทรศัพท์ความละเอียดสูงที่ให้ภาพที่เหมือนจริง การเพาะพันธุ์ทุเรียนที่ไร้หนาม เป็นต้น
- (2) ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่จับต้องไม่ได้ เช่น การจัดทัวร์อนุรักษ์ธรรมชาติ การให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการทางการเงิน เป็นต้น

2) องค์ประกอบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

- องค์ประกอบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตีมีดังนี้ (สุธีระ อะทะวงษา, 2556)
- (1) สินค้าให้เลือก การมีสินค้าให้เลือกจำนวนมากจะทำให้ลูกค้ามีทางเลือกและมีโอกาสในการตัดสินใจมากขึ้น
 - (2) คุณภาพสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หมายถึงความมีมาตรฐานของสินค้าหรือบริการโดยสินค้าที่มีการกำหนดคุณภาพที่ตียอมได้รับการยอมรับมากกว่าสินค้าคุณภาพไม่ดี แม้จะราคาถูกกว่าก็ไม่ได้ได้รับความสนใจเท่ากับสินค้าที่มีคุณภาพดีแต่ราคาสูง
 - (3) ลักษณะ คือลักษณะโดยทั่วไปของสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เช่น สินค้าที่มีลักษณะเป็นของแห้งหรือของสด หรือสินค้าที่มีลักษณะเป็นเทคโนโลยี เป็นต้น
 - (4) การออกแบบสินค้า คือการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ สามารถใช้งานได้ตียอมเป็นที่นิยมของลูกค้า
 - (5) การออกแบบตราสินค้า คือชื่อ คำ สัญลักษณ์ การออกแบบ หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าวเพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขาย
 - (6) การบรรจุหีบห่อ คือการบรรจุสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ซื้อส่งในหีบห่อที่สวยงามปลอดภัย และสะดวกต่อการขนย้ายสินค้าตียอมเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด
 - (7) ขนาด คือปริมาณของสินค้าที่มีความเหมาะสมในการใช้งานแต่ละครั้ง เช่น การออกแบบสินค้าประเภทรองเท้าหรือเสื้อผ้า ต้องออกแบบให้มีความหลากหลาย มีขนาดตามความเหมาะสมในความต้องการใช้งานของลูกค้า เป็นต้น

(8) บริการ คือการให้ความสะดวกแก่ลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ลูกค้าต้องได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็วและเป็นกันเองจากร้านค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว รวมทั้งบริการหลังการขายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและทำให้ลูกค้าตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

(9) การรับประกันสินค้า คือการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวว่าเมื่อมีลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้วจะได้รับสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุด แต่หากเกิดปัญหาหรือไม่พึงพอใจเจ้าของผลิตภัณฑ์ยินดีรับประกัน

(10) การรับคืนสินค้า คือสิ่งที่มีความใกล้เคียงกับการรับประกันโดยการรับคืนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่เกิดปัญหานี้ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ผลิตสินค้าที่พึงปฏิบัติ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านเทคนิค วัสดุ ประกอบ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ความเป็นมิตรกับผู้ใช้หรือลักษณะอื่นๆ สินค้าบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้า เช่น ความแปลกใหม่ของสินค้า คุณภาพที่ดีขึ้น จนลูกค้ารับรู้ได้ในผลิตภัณฑ์นั้นหรือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องมีการตัดสินใจอย่างละเอียดรอบคอบ รุปร่างผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถสร้างอิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของลูกค้า สินค้าคุณภาพสูงหรือสินค้าที่ปรับเข้ากับความต้องการบางอย่างของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการซื้อด้วย ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ต้องการนำเสนอต่อตลาดเพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นรูปธรรม บริการ ประสบการณ์ เหตุการณ์ บุคคล สถานที่ ทรัพย์สิน องค์กร สารสนเทศ และความคิดการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย การตัดสินใจในหลาย ๆ ด้าน เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ คุณภาพ การออกแบบ รูปลักษณ์ ตราสินค้า ชื่อยี่ห้อ สายผลิตภัณฑ์ คุณภาพทั้งการจัดกลยุทธ์การตลาดในแต่ละส่วนของวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ การสร้างผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ต้องพิจารณาออกแบบให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้า ออกแบบรูปร่างผลิตภัณฑ์รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์นี้คือการพยายามพัฒนาสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวต้องมีการกำหนดการออกแบบและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้าแต่ละบุคคลอย่างพึงพอใจ (สุธีรา อะทะวงษา, 2556)

2.3 นวัตกรรมองค์กร

นวัตกรรมองค์กร หมายถึงการปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจ การจัดสถานที่ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวหรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กรของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (บุษกร คำโฮม, 2562)

2.4 นวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมบริการ หมายถึงการคิดค้นบริการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่ผ่านกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบในการสร้างข้อเสนอที่มีคุณค่าเพื่อมุ่งตอบสนองผู้รับบริการและการสร้างประโยชน์ให้กับผู้รับบริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ผ่านแนวทางการให้บริการรูปแบบใหม่ที่เป็นการแก้ไขปัญหาหรือสร้างคุณค่าให้กับผู้รับบริการ นวัตกรรมบริการไม่ได้จำกัดเพียงสินค้าและบริการแต่ยังรวมถึงนวัตกรรมเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ รูปแบบการทำธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับการให้บริการ รวมทั้งนวัตกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการทำธุรกิจ เช่น แนวทางการขายและการจัดจำหน่าย การตลาด การส่งเสริม การบริการหลังการขาย และการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เป็นต้น (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559)

2.5 นวัตกรรมการตลาด

นวัตกรรมการตลาด หมายถึงการเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การจัดวางสินค้าและการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (บุษกร คำโฮม, 2562)

2.6 นวัตกรรมการเงิน

ระบบการเงินการธนาคารในปัจจุบันนับได้ว่าการเปลี่ยนแปลงจากในอดีตค่อนข้างมาก จากจำนวนสาขาของธนาคารที่เริ่มมีการปิดตัวลงเป็นจำนวนมาก การทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าในยุคดิจิทัลผ่านโทรศัพท์มือถือได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น ลูกค้าไม่จำเป็นต้องไปที่สาขาของธนาคารก็สามารถทำรายการต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองผ่านระบบคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ ความเคลื่อนไหวทางนวัตกรรมการเงินมีดังนี้ (ชลิตกันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2563)

1) พร้อมเพย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment)

พร้อมเพย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติเป็นโครงการที่รัฐบาลโดยกระทรวงการคลังได้ผลักดันให้เกิดขึ้น ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้มีการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับการใช้งานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือที่มีการขยายตัวกว้างขวางขึ้น โดยได้มีการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติประกอบไปด้วย (ชลิตกันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2563)

(1) ระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ เป็นทางเลือกใหม่ที่เพิ่มความสะดวกในการรับและโอนเงินด้วยค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าบริการโอนเงินต่างธนาคาร ปัญหาที่พบในการโอนเงินรูปแบบเดิมคือต้องใช้หมายเลขบัญชีธนาคารซึ่งมีจำนวนหลายหลักยากแก่การจดจำ แต่ในระบบพร้อมเพย์ผู้โอนเพียงใช้หมายเลขบัญชีของผู้รับโอนที่ได้ลงทะเบียนผูกบัญชีกับระบบพร้อมเพย์ไว้กับสถาบันการเงิน

ทำให้การโอนเงินระหว่างประชาชนด้วยกันมีความสะดวกรวดเร็ว ภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้มีการใช้พร้อมเพย์อย่างแพร่หลายโดยเริ่มต้นให้มีการจ่ายเงินผ่านทางพร้อมเพย์ในการคืนเงินภาษีทำให้การคืนภาษีรวดเร็วขึ้นกว่าเดิมเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนหันมาใช้ระบบพร้อมเพย์กันมากขึ้น

(2) การขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการวางพื้นฐานการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการเพื่อลดภาระของร้านที่รับบัตร เช่น การใช้บัตรเดบิตในการซื้อสินค้า เป็นต้น โดยการกระจายอุปกรณ์ในการรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้แพร่หลายมากขึ้นทั้งในร้านค้าเอกชนและหน่วยงานราชการทั่วไป ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งในการลดการถือเงินสด

(3) ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการพัฒนาการจัดทำและนำส่งใบกำกับภาษีในรูปแบบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ และใบรับอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มความสะดวกและลดขั้นตอนในการจัดทำใบกำกับภาษีและนำส่งรายการทำธุรกรรมทางการเงินต่อกรมสรรพากร ลูกค้าจะได้รับความสะดวกสบายเมื่อมีการซื้อสินค้าออนไลน์และชำระเงินระบบอิเล็กทรอนิกส์ สามารถพิมพ์รายการใบกำกับภาษีได้ด้วยตนเองผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ไม่ต้องรอให้มีการส่งใบกำกับภาษีจากผู้ขายมาให้ในภายหลัง

(4) โครงการพร้อมเพย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) รัฐบาลส่งเสริมให้มีการจ่ายเงินจากงบประมาณไปยังโครงการสวัสดิการต่าง ๆ แก่ประชาชน เป็นการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคมและพัฒนาระบบการรับจ่ายเงินแบบสวัสดิการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยให้รัฐบาลสามารถจ่ายเงินช่วยเหลือในโครงการต่างที่เป็นสวัสดิการแก่ประชาชน เช่น โครงการเบี้ยบำนาญผู้สูงอายุ โครงการเบี้ยบำนาญผู้มีรายได้น้อย เป็นต้น ทำให้การจ่ายเงินตรงเป้าหมาย ลดความผิดพลาด และลดความซ้ำซ้อน ลดโอกาสการเกิดทุจริตในการจ่ายเงินเป็นเงินสดหรือเช็คธนาคาร

2) กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet)

ใช้ในการซื้อสินค้าโดยไม่ต้องพกเงินสดติดตัว เป็นการเชื่อมกับบัตรเครดิตหรือเดบิตเงินสดเข้าไป กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบดังนี้

(1) บัตรเงินสด ผู้ใช้สามารถเติมเงินเข้าไปในบัตรและใช้บัตรนี้ซื้อสิ่งของหรือชำระค่าบริการได้อย่างสะดวก โดยไม่ต้องพกเงินสด

(2) บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในรูปของแอปพลิเคชัน เช่น เพย์พาล (PayPal) ทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet) เป็นต้น เป็นการผูกบัญชีไว้กับบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตหรือเติมเงินผ่านการโอนเงินจากโทรศัพท์มือถือ

3) ฟินเทค (Fintech)

เป็นการรวมการเงินและเทคโนโลยีเข้ามามีด้วยกัน หรือเป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์เข้ากับธุรกิจการเงิน กลุ่มธุรกิจที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทำให้การบริการที่เกี่ยวข้องกับการเงินและการลงทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การทำธุรกรรมรับ จ่าย โอนเงินออนไลน์ของธนาคาร

หรือการวิเคราะห์ข้อมูลหุ้นเพื่อช่วยในการตัดสินใจของนักลงทุนผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ซึ่งเป็นรูปแบบการบริการออนไลน์

4) ธนาคารยุคดิจิทัล (Digital Banking)

ผลจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้ผู้ใช้สมาร์ตโฟนและเครือข่าย 4G และ 5G ในประเทศไทยมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณประชากรในประเทศไทยมีการใช้สมาร์ตโฟนในปี 2560 สูงถึงร้อยละ 75 ของประชากรทั้งหมดและแนวโน้มการใช้สมาร์ตโฟนจะเพิ่มขึ้นอีก ระบบธนาคารที่ทำผ่านระบบดิจิทัล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) การชำระเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) เป็นระบบการจ่ายเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ เช่น การซื้อสินค้าออนไลน์ การจองตั๋วโดยสาร การจองโรงแรมที่พัก การซื้อบัตรชมภาพยนตร์ เป็นต้น

(2) ธนาคารบนอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) เป็นเหมือนธนาคารออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ กับธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความปลอดภัยและค่าใช้จ่ายในการทำรายการต่ำกว่า การติดต่อธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ตบนคอมพิวเตอร์โดยไม่ต้องไปติดต่อที่ธนาคารโดยตรง

2.7 นวัตกรรมทางธุรกิจในอนาคต

การปรับตัวของธุรกิจเริ่มปรากฏให้เห็นเด่นชัดมากยิ่งขึ้นหลังจากที่เทคโนโลยีทางการเงิน บนโทรศัพท์มือถือกลายเป็นกระแสทางคีย์ใหม่สำหรับการใช้จ่ายของคนในยุคปัจจุบัน ซึ่งโลกในอนาคตจะกลายเป็นสังคมไร้เงินสด ความจำเป็นในการถือเงินสดจะลดน้อยลงไปตามลำดับ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะเข้ามาเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นมีดังนี้ (ชลิตกันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2563)

- 1) การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยฟินเทค
- 2) เทคโนโลยีบล็อกเชน
- 3) ปัญญาประดิษฐ์และเครื่องจักรกล
- 4) ปรากฏการณ์การกลับขึ้นฝั่ง

3. การใช้นวัตกรรมกับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

3.1 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม หมายถึงการใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์สินค้า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาช่วยในการพัฒนาสินค้าวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกแบบสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจของ

ลูกค้าอยู่เสมอ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม มีรายละเอียดดังนี้ (วีรยุทธ มาษาศิริรานนท์, 2542)

1) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิต การเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัลได้ผลักดันให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตื่นตัวต่อการยกระดับระบบการผลิต ทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่ครอบคลุมถึงนวัตกรรมเครื่องจักรสมัยใหม่ ระบบอัตโนมัติ ระบบควบคุมและบริหารกระบวนการผลิต ตลอดจนกระบวนการต่างๆ ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับระบบการผลิตสมัยใหม่ ไม่เพียงแต่ส่งผลให้เครื่องจักรในกระบวนการผลิตมีความอัจฉริยะมากขึ้น ประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น ผลผลิตเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น หากยังทำให้กระบวนการผลิตใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยลง ปริมาณของเสียลดลง การใช้ทรัพยากร พลังงานและแรงงานน้อยลงด้วยเช่นกัน เทคโนโลยีดิจิทัลยังเข้ามามีบทบาทต่อการทำงานของเครื่องจักร ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านการบำรุงรักษาต่ำลง อีกทั้งการหยุดเดินเครื่องอันเนื่องมาจากความเสียหายของเครื่องจักรก็น้อยลงอย่างชัดเจน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมเสมือนเป็นกลไกที่ขับเคลื่อนให้เกิดบริบทใหม่ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวซึ่งเป็นทั้งโอกาสทางธุรกิจ การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันตลอดจนความได้เปรียบทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นจากประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักรที่สูงขึ้น มีความยืดหยุ่นมากขึ้น สามารถตอบสนองต่อเงื่อนไขการผลิตได้มากขึ้นหรือมีความเป็นอัจฉริยะมากขึ้น ผู้ที่อยู่ในกระบวนการของวงจรธุรกิจ ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ร้านค้า และลูกค้าที่เชื่อมโยงสัมพันธ์พึ่งพาอาศัยกันเพื่อความอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวแล้วส่งไปยังผู้จัดจำหน่าย จากนั้นผู้จัดจำหน่ายกระจายสินค้าไปยังร้านค้าปลีก แล้วร้านค้าปลีกขายสินค้าให้กับลูกค้า (พรรณวดี เลิศลุมพลินธุ์, 2562)

2) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขายสินค้า เป็นการทำการตลาดรูปแบบหนึ่งโดยการโปรโมทสินค้าหรือบริการผ่านทางสื่อดิจิทัล และสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ทางเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ง่ายและสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง การตลาดดิจิทัลเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับธุรกิจแบรนด์ใหม่ ทำให้การรับรู้ในวงกว้างไม่ใช่เรื่องที่ยากอีกต่อไป อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในจำนวนมากได้โดยตรง ธุรกิจแบรนด์ใหม่จึงมีโอกาที่จะเป็นที่รู้จักและเติบโตได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางต่างๆ ของการตลาดแบบดิจิทัล เช่น การขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย การตลาดผ่านทางอีเมล การขายโดยอาศัยตัวแทนโฆษณา เซลล์แมน ตัวแทนจำหน่าย คนเชียร์สินค้า เป็นต้น

3) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการโฆษณาสินค้า เป็นกิจกรรมการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการเสนอหรือการส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว สื่อในการโฆษณามีหลายประเภท เช่น เว็บไซต์ ป้ายโฆษณา สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น การโฆษณาแต่ละ

ประเภทมีจุดเด่นจุดด้อยแตกต่างกัน ดังนั้นในการเลือกสื่อโฆษณาควรคำนึงถึงวัตถุประสงค์หลัก เพื่อที่จะให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ที่สำคัญจะต้องเกิดประสิทธิภาพและได้ผล สูงสุดและมีค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด

4) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการขาย หมายถึงกิจกรรมส่งเสริมที่ นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความ สนใจของลูกค้าที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขาย โดยพนักงานให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการขาย ได้แก่

(1) การกระตุ้นลูกค้าให้เกิดความสนใจหลังการทดลองใช้จนเกิดการซื้อ ซึ่งถือว่าเป็น การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ลูกค้า เช่น การแจกสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตัวอย่าง เป็นต้น

(2) การกระตุ้นคนกลางให้ใช้ความพยายามในการขายสินค้าวิสาหกิจชุมชน ท่องเที่ยวของผู้ผลิตมากขึ้นถือว่าเป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง เช่น การให้ส่วนลดทางการ คำ เป็นต้น

(3) การประชาสัมพันธ์ เป็นการส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคลที่ไม่มีการจ่ายเงิน จากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีขององค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวสารเป็นกิจกรรมของการ ประชาสัมพันธ์ สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการตอบสนองของลูกค้าได้

5) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน
การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลักดังนี้ (دنۇسا سلىۋىسكى ۋە ۋىتتەيەن ۋىتتەيەن، 2560)

(1) ชุมชนผู้ผลิตสินค้าชุมชน
ชุมชนผู้ผลิตสินค้าชุมชน หมายถึงกิจกรรมที่ชุมชนร่วมกันคิด ร่วมกันพัฒนา สินค้าชุมชนขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระดับสินค้าชุมชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อ จัดระบบฐานข้อมูลสินค้าชุมชนเพื่อทำงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างคุณค่า ของสินค้าชุมชนให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างรายได้และความเข้มแข็ง ให้กับชุมชน และกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิตในการพัฒนาสินค้าชุมชน

(2) การมีส่วนร่วมของสังคม
การมีส่วนร่วมของสังคม หมายถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทุกภาคส่วนของสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วมซึ่งกันและกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดย ในที่นี้มีผู้นำชุมชนที่เป็นประธานกลุ่มสินค้าชุมชนเป็นผู้นำประชาชนในชุมชนเข้าร่วมการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาครัฐและหน่วยงานที่เข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนสินค้าตั้งแต่แรก จนถึงปัจจุบัน ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ใช้ในแต่ละด้าน การรับฟังความคิดเห็นเมื่อชุมชนเกิดปัญหา

หรือต้องการความช่วยเหลือจากภาคส่วนไหนบ้าง การเลือกประธานกลุ่มของผลิตภัณฑ์ การสำรวจเพื่อรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนว่าต้องการความรู้ด้านใด และต้องการนำไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในส่วนใด

(3) แลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หมายถึงการที่กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยความสมัครใจ ร่วมสร้างความเข้าใจหรือพัฒนาแนวปฏิบัติในเรื่องนั้น ๆ ในกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประกอบด้วยกระบวนการของการเผยแพร่ข่าวสาร การถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสารหรือพฤติกรรม ซึ่งแนวคิดใหม่ที่เกิดขึ้นจะกลายเป็นนวัตกรรมที่สามารถนำไปเผยแพร่เพื่อเป็นต้นแบบใช้ในชุมชนอื่นได้ นำมาซึ่งช่องทางการสื่อสารระหว่างนักวิชาการสู่ชุมชนที่มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามระยะเวลาที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ สร้างฐานะทางเศรษฐกิจให้แก่คนในชุมชนได้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากระบบสังคมที่มีการนำนวัตกรรมมาใช้อย่างเป็นธรรมชาติ และเมื่อมีผู้ปฏิบัติได้ลงมือปฏิบัติแล้วกระทำจนกลายเป็นกิจวัตรประจำวันซึ่งแสดงถึงการยอมรับในนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ได้ถ่ายทอดไป

(4) การผสมผสาน

การผสมผสาน หมายถึงกระบวนการส่งเสริมผู้ผลิตสินค้าชุมชน ด้วยการนำวิธีการมีส่วนร่วมของสังคมด้วยนวัตกรรม การเผยแพร่ข่าวสาร และเทคโนโลยีที่สามารถรวมกลุ่มให้เกิดการสื่อสารขึ้นระหว่างกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนให้กลายเป็นชุมชนเข้มแข็ง สามารถประยุกต์ความรู้ที่ได้จากการมีส่วนร่วมนี้ไปต่อยอดได้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นการนำความรู้ของผู้ผลิตสินค้าชุมชนและนักวิชาการชุมชนมาผสมผสานกันเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าชุมชนและเทคโนโลยีดิจิทัล ช่วยในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน การเผยแพร่สินค้าชุมชนให้กว้างขึ้นกว่าการขายสินค้าเฉพาะหน้าร้านในชุมชนหรือตามงานแสดงสินค้าเท่านั้น ทำให้ผู้ผลิตสินค้าชุมชนไม่จำเป็นต้องออกมาขายสินค้าเองสามารถผลิตและขายสินค้าไปพร้อมกันได้ การผสมผสานจึงเป็นสิ่งช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้ากระตุ้นเศรษฐกิจของผู้ประกอบการสินค้าชุมชน และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าได้

(5) เทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึงเครื่องมือช่วยในการประมวลผล แสดงผลข้อมูลผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งสามารถแสดงผลได้ทั้งภาพและเสียง เช่น ซอฟต์แวร์ช่วยในการออกแบบตราสินค้า โปรแกรมช่วยในการเก็บข้อมูลสินค้า โปรแกรมสำหรับคำนวณรายการสินค้าเว็บไซต์สำหรับเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ เว็บไซต์สำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า เว็บไซต์สำหรับช่วยติดตามการจัดส่งสินค้า แอปพลิเคชันช่วยแสดงตำแหน่งที่อยู่ของผลิตภัณฑ์ ใบรายการสินค้า เอกสารเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ เครื่องพิมพ์รูปสัญลักษณ์ตราสินค้า ฉลากสินค้า

เครื่องช่วยในการบรรจุสินค้าเพื่อการจัดส่ง เครื่องพิมพ์รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ตามขนาดที่ต้องการ เป็นต้น เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าทางกิจกรรมชุมชนประกอบด้วย

(5.1) เทคโนโลยีด้านการค้นหาข้อมูล ด้วยเครื่องมือช่วยในการค้นหาข้อมูลที่นำมาใช้เพื่อให้คนในชุมชนสามารถค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับสินค้าชุมชนของตนเองได้

(5.2) เทคโนโลยีด้านการเชื่อมต่อข้อมูลซึ่งกันและกัน เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการเชื่อมต่อข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าชุมชนเป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ การเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะ เทคโนโลยีแอปพลิเคชันไลน์นำเข้ามาช่วยในการสื่อสารข้อมูล ส่งข้อความให้คำปรึกษา และการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านแอปพลิเคชันด้วยไลน์เพชบุ๊ก นำมาช่วยในการเผยแพร่รูปภาพในลักษณะชุดข้อมูล เนื่องจากต้องเผยแพร่ข้อมูลติดกันหลายวัน ให้เกิดเป็นกลุ่มคนในสังคมที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันเผยแพร่ต่อสาธารณชน และการใช้งานเทคโนโลยีผ่านสมาร์ตโฟน เพื่ออัปเดตข้อมูลให้เกิดความทันสมัย

(5.3) เทคโนโลยีด้านการดำเนินการ เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยทำงานเกี่ยวกับสินค้าชุมชน ออกแบบผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า คำโฆษณาสินค้า การสร้างนามบัตร การคำนวณ จัดเก็บรายชื้อลูกค้า รายการสินค้าที่ขายได้ การใช้กล้องหรือรูปภาพเพื่อการเผยแพร่และนำเสนอข้อมูล การรับข้อมูลข่าวสารด้วยการอ่านสารสนเทศผ่านเว็บไซต์ เพื่อค้นคว้าหาความรู้ในด้านที่สนใจเพิ่มเติม

(5.4) เทคโนโลยีด้านการจัดการ เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดการสินค้าชุมชน เช่น คอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน ใช้ในการส่งผ่านข้อมูลกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการจัดเก็บข้อมูลจากซอฟต์แวร์ให้เกิดความคงสภาพของข้อมูล การใช้อีเมลในการติดต่อสื่อสาร ส่งข้อมูลระหว่างผู้ผลิต ผู้ขายสินค้าหรือพ่อค้าคนกลางและผู้ซื้อ ช่วยในการส่งผ่านแคตตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์ได้ ปฏิทินส่วนบุคคลช่วยในการบันทึกความจำ จัดตารางการวางแผนการทำงานในแต่ละวันได้ เป็นต้น กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชนที่ใช้รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดความร่วมมือในการทำงานร่วมกันในชุมชนมากขึ้น การแพร่กระจายของข้อมูลและข่าวสารทำได้ง่ายขึ้น โดยผู้ประกอบการทำหน้าที่นำความรู้ที่ได้จากการให้คำปรึกษา ไปแนะนำเผยแพร่สู่คนในชุมชนทั้งภายในและนอกตำบล การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนทำได้ดีขึ้นจากการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้เครือข่ายทางสังคมในการติดต่อสื่อสารช่วยให้บริหารจัดการสินค้าชุมชนได้ง่ายขึ้น

6) แนวคิดการหยุดชะงักของเทคโนโลยี (Disruption)

การหยุดชะงักของเทคโนโลยี หมายถึงนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่สร้างตลาดและมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยี และส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง เกิดการนำเทคโนโลยีใหม่มา

ปรับใช้แทนที่ผลิตภัณฑ์เดิม รวมทั้งอาจจะทำให้ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิมล้มหายตายจากไป ซึ่งแตกต่างจากนวัตกรรมทั่วไปที่อาจเพียงช่วยแค่เพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มคุณภาพของสินค้าหรือลดต้นทุนกระบวนการผลิตแบบเดิม เทคโนโลยีใหม่เหล่านี้อาจไม่ใช่นวัตกรรมใหม่ล่าสุด อาจเป็นสิ่งที่มีความอยู่แล้วแต่มีการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบบางอย่าง เช่น คุณภาพ ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ต้นทุน หรือราคา ที่ทำให้เทคโนโลยีเหล่านี้มีเงื่อนไขที่เหมาะสมจนเป็นที่นิยมของตลาด และแน่นอนว่าการมาถึงของเทคโนโลยีอย่างหนึ่งอาจทำให้สินค้าในตลาดบางอย่างหายไป หากธุรกิจนั้นนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้แทนที่ตัวเองได้ไม่ทันคู่แข่งรายอื่น (ชลิตกันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2563) ในภาคการผลิตจะเป็นส่วนที่ถูกเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้แทนที่ได้ง่ายที่สุด อันเป็นผลมาจากการนำหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติมาใช้งานในกระบวนการผลิตสินค้าอะไรก็ตามที่เป็นกระบวนการที่ต้องทำซ้ำ และต้องการความรวดเร็วความแม่นยำ การนำหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติใช้งานนั้นจะทำให้ลดต้นทุนด้านการใช้จ่าย ประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุค 4.0 ด้วยนวัตกรรม เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นฐานการผลิตที่แข็งแกร่ง และมีแนวโน้มที่จะถูกปรับใช้เทคโนโลยีใหม่มาแทนที่ของเดิมแน่นอน เพราะฉะนั้นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวต้องรู้จักปรับตัวไปสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว 4.0 โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิต เช่น อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT: Internet of Things) เทคโนโลยี 5G แร่งงานหุ่นยนต์ดิจิทัล เป็นต้น ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวของไทยไปอยู่ในจุดที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน คือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ผู้ใช้งาน นักเขียนโปรแกรม ช่างเทคนิค เป็นต้น ควรได้รับการพัฒนาทั้งกำลังคนให้มีทักษะ พัฒนาเครื่องจักรรวมถึงกระบวนการผลิตและพัฒนากระบวนการภายในให้มีความทันสมัยมากขึ้น (ศุจิมน มังคลรังษี และคณะ, 2564)

3.2 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล หมายถึงทักษะในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แทปเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และเครือข่ายทางสังคมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หรือใช้เครือข่ายทางสังคมในการติดต่อสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเพื่อให้ลูกค้าทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในองค์กรให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล ทักษะในการใช้ความหลากหลายของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลไม่ว่าจะเป็นทักษะด้านการทำงานและเทคโนโลยีที่ต้องรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และประเมินสารสนเทศดิจิทัล ทักษะการทำงานร่วมกันทางออนไลน์ และทักษะการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ในการใช้เทคโนโลยี ทั้งหมดนี้เราเรียกว่าเป็นทักษะการรู้ดิจิทัล (นิตยา วงศ์ใหญ่, 2560)

1) ทักษะความสามารถสำหรับการรู้ดิจิทัล ประกอบด้วยการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล ความเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างหรือการผลิต และการเข้าถึงข้อมูล (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559)

(1) การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล หมายถึงความคล่องแคล่วทางเทคนิคที่จำเป็นในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต และเครื่องมือสื่อสารอื่น ๆ สู่เทคนิคขั้นสูงขึ้นสำหรับการเข้าถึงและการใช้ความรู้ เช่น โปรแกรมที่ช่วยในการสืบค้นข้อมูลและฐานข้อมูลออนไลน์ รวมถึงเทคโนโลยีอุบัติใหม่ เช่น เทคโนโลยีคลาวด์ นาโนเทคโนโลยี เป็นต้น การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลประกอบด้วย (นันทิดา ปฏิวรณ และคณะ, 2564)

- (1.1) ความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
- (1.2) ความสามารถด้านการควบคุมกำกับและปฏิบัติตามกฎหมาย
- (1.3) ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับศักยภาพองค์กร
- (1.4) ความสามารถด้านการออกแบบกระบวนการให้บริการด้วยระบบดิจิทัล
- (1.5) การใช้สื่อสังคมออนไลน์
- (1.6) การใช้ข้อมูลเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการตัดสินใจ
- (1.7) การใช้เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่
- (1.8) ประสบการณ์ใช้งานดิจิทัลในการทำงาน
- (1.9) การใช้และตีความข้อมูลเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการทำงาน
- (1.10) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สนับสนุนการปฏิบัติงาน
- (1.11) ความสามารถด้านผู้นำดิจิทัล

(2) ความเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัล หมายถึงการเข้าใจบริบทและประเมินสื่อดิจิทัล เพื่อให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับอะไรที่ทำได้และพบบนโลกออนไลน์ จัดว่าเป็นทักษะที่สำคัญและจำเป็นต้องรู้ให้เร็วที่สุดก่อนเข้าสู่โลกออนไลน์ ความเข้าใจยังรวมถึงการตระหนักว่าเทคโนโลยีเครือข่ายมีผลกระทบต่อพฤติกรรมและมุมมองของผู้ใช้อย่างไร มีผลกระทบต่อความเชื่อและความรู้สึกเกี่ยวกับโลกรอบตัว ความเข้าใจยังช่วยเตรียมผู้ประกอบการสำหรับเศรษฐกิจฐานความรู้ที่ช่วยพัฒนาทักษะการจัดการสารสนเทศเพื่อค้นหา ประเมิน และใช้สารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อติดต่อสื่อสาร ประสานงานร่วมมือและแก้ไขปัญหา ความเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย (นันทิดา ปฏิวรณ และคณะ, 2564)

- (2.1) ความสามารถด้านความเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัล
- (2.2) ปฏิบัติตามกฎหมายและหลักปฏิบัติที่ดีด้านดิจิทัล
- (2.3) กำกับและตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายและหลักปฏิบัติที่ดีด้าน

ดิจิทัล

- (2.4) การบริหารความเสี่ยงดิจิทัล
- (2.5) สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรดิจิทัล
- (2.6) วางกลยุทธ์การให้บริการดิจิทัล
- (2.7) นำกลยุทธ์การให้บริการดิจิทัลสู่การปฏิบัติ
- (2.8) สร้างเครือข่ายเพื่อสร้างนวัตกรรมบริการดิจิทัล
- (2.9) พัฒนาแผนบริหารจัดการความต่อเนื่องการให้บริการแบบดิจิทัล
- (2.10) บริการเทคโนโลยีดิจิทัล
- (2.11) ยกระดับคุณภาพการให้บริการดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง
- (2.12) บริหารจัดการประสิทธิภาพการให้บริการและการทำงานดิจิทัล

(3) การสร้างหรือการผลิต หมายถึงความสามารถในการผลิตเนื้อหาและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพผ่านเครื่องมือสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย ความสามารถในการสร้างและสื่อสารด้วยการใช้สื่อประสม เช่น ภาพ วิดีโอ และเสียง เป็นต้น ตลอดจนความสามารถในการมีส่วนร่วมกับเทคโนโลยีเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพและรับผิดชอบ การแชร์ภาพ วิดีโอ และสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบอื่นการสร้างหรือการผลิต ประกอบด้วย (นนธิดา ปฏิวรณ และคณะ, 2564)

- (3.1) ใช้งานเครื่องมือด้านดิจิทัลหรือแอปพลิเคชันขั้นต้นสำหรับการทำงาน
- (3.2) ใช้ดิจิทัลเพื่อการทำงานร่วมกัน
- (3.3) ประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการทำงาน
- (3.4) ผลิตชุดข้อมูลเพื่อการบริหารสาธารณะ
- (3.5) ใช้ข้อมูลระหว่างหน่วยงาน
- (3.6) ใช้โปรแกรมดิจิทัลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานประจำ
- (3.7) ประยุกต์ใช้กรอบการดำเนินงานร่วมกัน
- (3.8) ออกแบบนวัตกรรมบริการ
- (3.9) สร้างเครือข่ายเพื่อสร้างนวัตกรรมบริการดิจิทัล
- (3.10) สร้างนวัตกรรมบริการได้สำเร็จในระยะเวลาสั้นและใช้ทรัพยากรน้อย
- (3.11) ปรับปรุงกระบวนการทำงานและพัฒนานวัตกรรมบริการ
- (3.12) บริหารจัดการประสิทธิภาพการให้บริการและการทำงานดิจิทัล

ที่สุด

(4) การเข้าถึงข้อมูล หมายถึงการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล และข้อมูลข่าวสารเป็นฐานรากในการพัฒนา สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจำเป็นต้องเข้าใจและเข้าถึงอินเทอร์เน็ตด้วยช่องทางต่าง ๆ รวมถึงข้อดีข้อเสียของแต่ละช่องทางได้ เพื่อให้สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ค้นหาข้อมูลที่ต้องการจาก

อินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องเข้าใจสื่อทางดิจิทัลชนิดต่าง ๆ รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้งานในปัจจุบัน การเข้าถึงข้อมูลวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมจะเป็นการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบของเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ ที่ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาแบบสำเร็จรูปในการนำข้อมูลวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมาแสดงผล แต่ปัญหาที่พบคือ 1) รูปแบบการสื่อสารเป็นการสื่อสารแบบทิศทางเดียวโดยส่วนใหญ่สามารถดูข้อมูลได้เพียงอย่างเดียวไม่สามารถตอบข้อซักถามได้ 2) การตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวไม่สามารถทำได้ตลอดเวลาทำให้ชุมชนอาจพลาดโอกาสในการได้รับรายได้จากการเดินทางมาท่องเที่ยว และ 3) ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวไม่เกิดความมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้บางครั้งข้อมูลไม่ได้ถูกอัปเดตให้มีความถูกต้องและทันสมัย การใช้ระบบอัตโนมัติผ่านเซทบทบนไลน์แพลตฟอร์มและข้อมูลที่จะเข้าไปอยู่ในระบบจะต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของระบบผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลในการเก็บข้อมูลวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (ธีรพงษ์ สังข์ศรี และคณะ, 2564) การเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย (นันทิดา ปฏิวรณ และคณะ, 2564)

- (4.1) เข้าถึงและตระหนักถึงการใช้งานสื่อดิจิทัล
- (4.2) กำหนดทิศทางนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาองค์กรดิจิทัล
- (4.3) ออกแบบองค์กรดิจิทัล
- (4.4) จัดเตรียมทรัพยากรเพื่อการบูรณาการสำหรับองค์กรดิจิทัล
- (4.5) ดำเนินโครงการและควบคุมโครงการดิจิทัล
- (4.6) พัฒนาคนพันธุ์ใหม่สำหรับพัฒนาองค์กรดิจิทัล
- (4.7) พัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมแบบข้ามหน่วยงาน
- (4.8) เข้าใจองค์กรดิจิทัลและสื่อสารต่อยอดการเปลี่ยนแปลง
- (4.9) บริหารจัดการกระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล
- (4.10) สนับสนุนการปรับเปลี่ยนสู่องค์กรดิจิทัลได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลสามารถเพิ่มช่องทางการเข้าถึงของแหล่งเงินทุน เช่น

โทรศัพท์มือถือช่วยให้เข้าถึงบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน ช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับโอกาสทางธุรกิจและสามารถโอนเงินไปให้ผู้อื่นได้โดยมีค่าใช้จ่ายน้อยลงและรวดเร็ว ในปัจจุบันนี้มีบัญชีผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมากกว่า 300 ล้านบัญชีทั่วโลก (วลัยลักษณ์ อมรสิริพงศ์, 2562) การรู้ดิจิทัลเป็นการรวมใน 3 เรื่องคือ 1) เทคนิคกระบวนการทำงานกับเทคโนโลยี 2) ความรู้ความเข้าใจในเรื่องดิจิทัล และ 3) ทักษะทางด้านอารมณ์และทางสังคม เช่น การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์นั้นเป็นเรื่องของทักษะกระบวนการทำงานกับเทคโนโลยี ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทักษะการเรียนรู้ และการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นการ

ใช้ความรู้ความเข้าใจซึ่งเป็นการบูรณาการทักษะกระบวนการและทักษะการเรียนรู้ (พรชนิตว์ ลีนาราช, 2560)

2) การพัฒนาศักยภาพการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล
แนวทางการพัฒนาศักยภาพการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่
ข้อมูลมีดังนี้ (ธนาชัย วีรพัฒน์วงศ์ และคณะ, 2561)

(1) การจ้างงานบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีความรู้
ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

(2) บุคลากรได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐานวิชาชีพ มีการฝึกอบรม ทบทวน
ความรู้ หรือเพิ่มเติมความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลหรือเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ

(3) งานวิจัยหรือนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ได้รับการ
ผลักดันและต่อยอด สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยการศึกษาค้นคว้าหรือวิจัยเพื่อหาเหตุผลหรือ
แนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลหรือเทคโนโลยีสารสนเทศที่ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

(4) มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้ประกอบการแสวงหา
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลให้สามารถใช้งานได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

(5) มีฐานข้อมูลอย่างเพียงพอเกี่ยวกับตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัลของประเทศ
ไทย และต่างประเทศ

(6) ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง สามารถให้ข้อเสนอแนะและมาตรการกระตุ้นการขยาย
ตลาดเทคโนโลยีดิจิทัลได้

(7) สามารถสร้างมูลค่าตลาดวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

(8) มีการใช้ซอฟต์แวร์ฟรีในครัวเรือน ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และ
สถาบันการศึกษา อย่างกว้างขวาง

(9) มีการสร้างมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้น

3) แผนพัฒนาและนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลแนวใหม่

การสร้างความตระหนักถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัลร่วมกับการกระตุ้นให้เกิด
อุปสงค์ในตลาดอย่างพอเพียงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยอาศัยหลักคิดสามประการ คือเทคโนโลยี
ดิจิทัล ต้องเข้าถึงได้อยู่ในราคาที่พอเหมาะและเป็นที่น่าสนใจ และสร้างเครือข่ายและบริการที่ทุกคน
สามารถเข้าถึงได้ แผนพัฒนาและนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลแนวใหม่มีหลักการสำคัญดังนี้ (เศรษฐกิจ
มะลิสุวรรณ และคณะ, 2558)

(1) สร้างตลาดวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

(2) สร้างเครือข่ายและบริการที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้

(3) กระตุ้นอุปสงค์

(4) ใช้นโยบายให้เหมาะสมกับการพัฒนาของตลาด

4) แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูล

การเติบโตของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวส่วนหนึ่ง ถูกขับเคลื่อนด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตในทุกสรรพสิ่ง (IoT) ที่เอื้อให้ลูกค้าสามารถสืบหาข้อมูล จองตั๋ว เครื่องบินและห้องพัก และชำระเงินได้อย่างสะดวกมากขึ้น ภาคธุรกิจได้ใช้แอปพลิเคชันในการจองที่พักรักษาและชำระเงินเป็นตัวกลางของต่างชาติให้เกิดประโยชน์ และตอบสนองให้ทันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปโดยผ่านเว็บไซต์ เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทให้การดำเนินชีวิตไม่สามารถปฏิเสธความสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตได้ โดยเฉพาะในโลกยุคปัจจุบันนี้ทุกสิ่งอุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัล ตั้งแต่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้ามาแพร่หลายอย่างมาก เปิดโอกาสให้คนทั่วโลกเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ผู้คนทั่วโลกมีโอกาสใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัล มีวิถีชีวิตและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งการเข้าถึงข้อมูลค้นหาข้อมูล การติดต่อสื่อสารการดำเนินงานทางด้านธุรกิจ การเผยแพร่ข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูล การทำธุรกรรมต่างๆ แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูล มีดังนี้ (สถาพร เกียรติพิริยะ และคณะ, 2563)

(1) แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูล กล่าวคือกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญด้านความรู้ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลฝึกฝนให้หน่วยงานของตนมีความรู้ในการใช้สื่อของผู้ผลิตหรือผู้ใช้ ให้มีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สามารถเข้าถึงเรียนรู้และใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเอง

(2) การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลในลักษณะที่ทำให้ผู้ประกอบการมารวมตัวกันเป็นชุมชนออนไลน์ เนื่องจากการรวมตัวกันในกลุ่มผู้ประกอบการมีลักษณะเดียวกัน บริการในพื้นที่เดียวกัน หรือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะในเรื่องเดียวกัน ส่งผลทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูล แบ่งปันประสบการณ์ของลูกค้าหรือพันธมิตรระหว่างกันได้ เพราะจะทำให้กลุ่มผู้ประกอบการเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีความคล้ายคลึงกับธุรกิจอื่น ๆ ในชุมชนออนไลน์ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นกล้าที่จะลงทุนผู้ที่ให้ข้อมูลข่าวสาร มีความรู้สึกเชิงบวกต่อการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลเพื่อเข้าถึงข้อมูลและบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมากขึ้น

การปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) จากสังคมดั้งเดิมเข้าสู่สังคมดิจิทัลทำให้การแพร่กระจายข้อมูล การสร้างความรู้ใหม่เกิดขึ้นได้ทุกพื้นที่ทุกเวลาอย่างรวดเร็ว สามารถถ่ายเทไปอีกสังคมหนึ่งได้ง่ายด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ขณะเดียวกันข้อมูลความรู้สามารถถ่ายโอนในรูปแบบสื่อใหม่ด้วยกระบวนการของการจัดการความรู้ดิจิทัล ประกอบด้วยระบบฐานข้อมูลดิจิทัล

สำหรับจัดเก็บและจัดการข้อมูลดิจิทัล เว็บไซต์สำหรับการสืบค้นข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลดิจิทัล (อริยา ปรีชาพานิช, 2557) ข้อมูลข่าวสารถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นในภาคการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลก่อนการเดินทางเพื่อใช้วางแผนและเป็นตัวเลือก รวมทั้งต้องการข้อมูลรายละเอียดระหว่างการเดินทางเพื่อใช้เป็นแนวทางท่องเที่ยวแบบอิสระ ทั้งเรื่องที่พัก การเดินทางและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ (จักรพันธ์ ศรียุกต์นิรันดร์ และนริศรา ภาควิธิ, 2560) ความต้องการข้อมูลที่แม่นยำเป็นปัจจุบันทำให้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกลายเป็นระบบสากลในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยเข้ามาบริหารจัดการข้อมูลต่าง ๆ ให้สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้สามารถถ่ายโอนข้อมูลไปทั่วโลกได้ทันที ซึ่งตรงข้ามกับสื่อสิ่งพิมพ์ ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ข้อมูลมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา อีกทั้งมีข้อจำกัดในการเข้าถึงน้อยและมีต้นทุนต่ำ นอกจากนี้ยังทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างอิสระซึ่งต่อมากลายเป็นเรื่องสำคัญยิ่งในโลกธุรกิจรวมถึงเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลมัลติมีเดีย เช่น รูปภาพ เสียง คลิป เป็นต้น ช่วยส่งเสริมการขายสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (ศุจิมน มังคลรังษี และคณะ, 2564)

3.3 การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1) ความหมายของธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงกิจกรรมใด ๆ ที่กระทำขึ้นระหว่างหน่วยธุรกิจ บุคคล รัฐ ตลอดจนองค์กรเอกชนหรือองค์กรของรัฐใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจการค้าและการติดต่อกับราชการ โดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือแต่บางส่วน เช่น การซื้อขายสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสมัครสมาชิกผ่านระบบออนไลน์ การตกลงทำสัญญาซื้อขายบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การโอนเงินด้วยระบบอัตโนมัติ การสอบถามข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น (ธีรศักดิ์ กองสมบัติ, 2564)

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงธุรกรรมทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ทั้งในระดับองค์กรและส่วนบุคคลของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการประมวลผลและการส่งข้อมูลดิจิทัลที่มีทั้งข้อความ เสียงและภาพ (ลฎาภา แผนสุวรรณ และจิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์, 2563)

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางสำหรับแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บุคคล องค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรหรือการใช้อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์เพื่อทำธุรกรรมการค้าหรือเป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อทำธุรกรรมทางการค้าระหว่างองค์กรและบุคคลทั่วไป (ทวิศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552)

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการกระทำธุรกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเงินโดยผ่านช่องทางโครงข่ายของระบบอินเทอร์เน็ตหรือการสื่อสารโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือเป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทำให้สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Weir et al., 2010)

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงกระบวนการทำธุรกรรมทุกชนิด การซื้อ การขาย ประมูล แลกเปลี่ยน หรือโอนถ่ายสินค้าและบริการ ตลอดจนเนื้อหาของสินค้าและบริการในรูปแบบดิจิทัล ระหว่างองค์การธุรกิจกับองค์การธุรกิจด้วยกัน หรือองค์การธุรกิจกับผู้บริโภคผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยธุรกรรมทางการค่านั้นเป็นการแลกเปลี่ยนที่ก่อให้เกิดมูลค่ากับคู่ค้าทั้งสองฝ่าย (ชลิดา พันธุ์กระวี และคณะ, 2562)

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้า ขายสินค้า จัดส่งสินค้า การแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการหรือสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ต (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2556)

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้เป็นสื่อกลางสำหรับแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวบุคคล องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร ทั้งนี้ เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและนอกองค์กร (กิตติ ภัคดีวัฒนะกุล, 2547)

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการทำธุรกรรมทางธุรกิจผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การซื้อขายข้อมูลต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงิน (Rana Tassabehji, 2003)

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด การกระจายหรือการขนส่งผลิตภัณฑ์บริการและไม่ส่งผลเสียต่อผลลัพธ์โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (World Trade Organization, 1998)

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการขายหรือซื้อสินค้าหรือบริการระหว่างธุรกิจครัวเรือนบุคคล หรือองค์กรเอกชน ผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ดำเนินการผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายการสื่อสารออนไลน์ ครอบคลุมการสั่งซื้อสินค้าและบริการที่ส่งผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ด้วย รวมถึงคำสั่งซื้อผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอนุญาตให้สั่งซื้อออนไลน์หรือจองสินค้าผ่านตะกร้าสินค้า หรือการแลกเปลี่ยนข้อความอิเล็กทรอนิกส์ แต่การชำระเงินและการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ตีนั้นอาจดำเนินการได้ทั้งแบบออนไลน์หรือแบบออฟไลน์ได้ (Eurostat Statistics-Explained, 2016)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจตั้งแต่การซื้อ การขาย การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ การบริการหลังการขาย และการชำระเงิน โดยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เพิ่มประสิทธิภาพให้กระบวนการต่าง ๆ ในธุรกิจ เพิ่มความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ส่งผลให้เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้า ขยายโอกาสทางการค้าและบริการ

2) ประเภทของการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวสามารถพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบที่เหมาะสมกับองค์กรและสภาพแวดล้อมของธุรกิจได้ สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทดังนี้ (อรุณี อินทรไพโรจน์, 2544)

(1) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ

(2) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค

(3) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจกับภาครัฐบาล

3) ลักษณะของการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ลักษณะของการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีดังนี้ (ลฎาภา แผนสุวรรณ และจิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์, 2563)

(1) การโฆษณาและแสดงสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเท่านั้น โดยยังไม่มี การรับส่งสินค้าทางเครือข่าย

(2) การสั่งซื้อสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในการสั่งซื้อสินค้าของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว แต่ยังคงชำระเงินด้วยวิธีการเดิม เช่น ชำระด้วยเช็ค หรือบัตรเครดิตผ่านทางช่องทางปกติ เป็นต้น

(3) การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้าและชำระเงินของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยในปัจจุบันการชำระเงินผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มักชำระด้วยการบอกหมายเลขบัตรเครดิต ในอนาคตการชำระเงินอาจทำได้โดยใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์

(4) การจัดส่งและบริการหลังการขายด้วยอินเทอร์เน็ต หมายถึงการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการค้าปลีกอย่างครอบคลุม ตั้งแต่การโฆษณา การรับส่งสินค้า การชำระเงิน ตลอดจน การให้บริการหลังการขาย ในกรณีที่สินค้าเป็นสินค้าสารสนเทศ เช่น เพลง โปรแกรมซอฟต์แวร์ ข่าวสาร ภาพยนตร์ เป็นต้น การจัดส่งสินค้าเหล่านี้ยังสามารถทำผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย

(5) การทำธุรกรรมและการแลกเปลี่ยนทางอิเล็กทรอนิกส์ การซื้อขายสินค้าทางการเงิน การซื้อขายสินค้าทั่วไป เช่น การแลกเปลี่ยนเงินตรา หลักทรัพย์ น้ำมัน ทองคำ เป็นต้น

4) ประโยชน์ของการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เมื่อลูกค้าสนใจซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รูปแบบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใหม่จะมีประโยชน์กับผู้เข้ามาประกอบธุรกิจรายใหม่เพิ่มขึ้น เนื่องจากไม่ต้องลงทุนในเรื่องของอาคารสถานที่ ในการปรับตัวดังกล่าว ธุรกิจต่าง ๆ ทั่วโลกได้นำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มาทำธุรกรรมทางธุรกิจมากขึ้น (Pratima Bhalekar et al., 2017) ประโยชน์จากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีดังนี้ (อรุณี อินทรไพโรจน์, 2544)

- (1) สามารถแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้
- (2) สามารถเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสินค้าและบริการที่เน้นปริมาณหรือความต้องการเฉพาะบุคคลได้
- (3) สามารถกระจายข้อมูลสารสนเทศได้โดยไม่มีขอบเขต ทำให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวขยายตลาดไปสู่ระดับโลกได้
- (4) สามารถเปลี่ยนรูปแบบการติดต่อสื่อสารแบบหนึ่งต่อหนึ่งเป็นการสัมพันธ์แบบพหุภาคี หุ้นส่วน พันธมิตรหรือคู่ค้าที่มีความสนใจเฉพาะโดยตรง
- (5) การติดต่อโดยตรงระหว่างธุรกิจด้วยกันหรือกับลูกค้าทำให้มีทางเลือกในการตัดสินใจมากขึ้น
- (6) สามารถขายสินค้าได้ทั้งในประเทศและตลาดโลก
- (7) สามารถให้ข้อมูลที่ละเอียดและมีคุณภาพมากกว่าช่องทางปกติ และประหยัดต้นทุนในการจัดทำสื่อ และเผยแพร่สิ่งพิมพ์
- (8) สามารถลดต้นทุนในการจัดการ การขนส่งและอำนวยความสะดวกในการสำรองบริการที่รวดเร็วและง่าย

5) รูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- (1) รูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ Abdullah et al (2019)
 - (1.1) ใช้อีเมลเพื่อสื่อสารและส่งเอกสารให้กับพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้า
 - (1.2) ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า และติดต่อสื่อสารกับคู่ค้าและลูกค้า
 - (1.3) ใช้เว็บไซต์ให้ข้อมูลต่าง ๆ ของบริษัท โฆษณาประชาสัมพันธ์ติดต่อสื่อสารกับคู่ค้าและลูกค้า
 - (1.4) ใช้เว็บไซต์เพื่อขายสินค้าและบริการ รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า และชำระเงินออนไลน์

(1.5) ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเพื่อขายสินค้าและบริการ ติดต่อและรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า

(1.6) ใช้เทคโนโลยีคลาวด์เพื่อจัดเก็บข้อมูล เอกสารและคำสั่งซื้อ มีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเครือข่าย และมีระบบการสื่อสารและเครือข่าย

(1.7) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลประสานงานและร่วมมือกับลูกค้าและพันธมิตร

(1.8) ใช้ระบบอัตโนมัติในการดำเนินการร่วมกับลูกค้าและพันธมิตร

(2) รูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ Li et al (2011)

(2.1) การให้ข้อมูล โดยส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลที่พิภกวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โรงแรม แผนที่ เส้นทางกาเดินทางเดินรถ สิ่งอำนวยความสะดวกภาพรวมของโรงแรม ผลิตภัณฑ์และบริการที่นำเสนอข้อมูลร้านอาหาร แกลเลอรี่ภาพ ข้อมูลห้องประชุมและกิจกรรมข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวข้อมูลการซื้อขายสินค้าออนไลน์

(2.2) การติดต่อสื่อสาร ส่วนใหญ่ใช้ในการให้ข้อมูลการติดต่อ และอีเมลในการติดต่อสถานประกอบการหรือผู้ประกอบการ

(2.3) การทำรายการซื้อ-ขาย ส่วนใหญ่ใช้ในการจองห้องพักออนไลน์ และการทำธุรกิจการเงินผ่านระบบเทคโนโลยีการเข้ารหัสข้อมูล

(2.4) การสร้างความสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ใช้ในการให้บริการตามความต้องการเฉพาะบุคคล และโปรโมชั่นและข้อเสนอพิเศษ

(3) รูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างใหม่ (องอาจ ชาญประสิทธิ์ชัย, 2563)

(3.1) การส่งเสริมสินค้าและบริการ

(3.2) การให้ข้อมูลข่าวสารและการบริการ

(3.3) การประมวลผลการทำธุรกรรม

6) รูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ (Doolin et al., 2002)

(1) การส่งเสริมสินค้าและบริการ

(1.1) ให้ข้อมูลพื้นฐานของสถานประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เช่น ชื่อบริษัท รายละเอียดสถานที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ โทรศัพท์ โทรสาร เป็นต้น

(1.2) มีอีเมลที่ติดต่อได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ ของบริษัทที่เสนอขาย

(2) การให้ข้อมูลข่าวสารและการบริการ

(2.1) แสดงรายการสินค้าขั้นพื้นฐาน

(2.2) แสดงรายการสินค้าขั้นสูงขึ้น

(2.3) มีห้องสนทนากลุ่มย่อยระหว่างผู้ใช้

(3) การประมวลผลการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(3.1) การสั่งซื้อและชำระเงินออนไลน์

(3.2) การติดตามสถานะของการสั่งซื้อออนไลน์

(3.3) ขายสินค้าอื่นๆ ออนไลน์ เช่น ขายของที่ระลึกออนไลน์ เป็นต้น

การพัฒนาธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารและสามารถตอบสนองความต้องการของธุรกิจได้ด้วยระบบที่พัฒนาขึ้นช่วยลดการทำงานที่ไม่จำเป็นประหยัดเวลา และช่วยในการวางแผนต่าง ๆ โดยใช้แอปพลิเคชันจัดเก็บข้อมูลที่มีระเบียบเพื่อง่ายต่อการเรียกใช้งาน การใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบริหารจัดการองค์กรได้ครบถ้วนสมบูรณ์ ดำเนินงานเป็นระบบระเบียบตามมาตรฐานสากลและช่วยสะท้อนปัญหาของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้สามารถปรับปรุงหรือควบคุมความเสี่ยงได้ (พรพรรณวิเลิศลุมพลีพันธ์, 2562)

3.4 การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน

1) ความสำคัญของการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน

การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนกิจกรรมของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดได้อย่างเหมาะสม นำความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่มาใช้ขับเคลื่อนกิจกรรมของสถานประกอบการให้เกิดการพัฒนาก้าวหน้าอย่างยั่งยืน นำวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนที่มีอยู่ให้สูงขึ้น การนำเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่มาใช้ เช่น อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เทคโนโลยีคลาวด์ ธุรกิจอัจฉริยะและสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและทำให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ พร้อมกับการล่มสลายของธุรกิจรูปแบบเก่าจนเป็นโอกาสใหม่ของประเทศที่กำลังพัฒนารวมทั้งประเทศไทย ที่จะฉกฉวยโอกาสครั้งนี้เพื่อให้ก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้วทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมและเกิดการเปลี่ยนแปลงดังนี้

(1) การเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้านวัตกรรม

(2) การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

(3) การเน้นธุรกิจภาคบริการ

การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ในประเทศไทยที่ขับเคลื่อนด้วยการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์มาสร้างเป็นรูปแบบธุรกิจที่เพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการที่เรียกว่าธุรกิจดิจิทัล ซึ่งโดยส่วนมากมักจะเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561)

สำหรับนวัตกรรมในบริบทขององค์กรหรือกิจการ สามารถแยกมุมมองในการคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ คือเป็นนวัตกรรมที่คิดขึ้นมาเพื่อรองรับและตอบสนองความต้องการใหม่ของลูกค้า

โดยเฉพาะเป็นการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีหรือวิธีการใช้รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น การสร้างสรรค์พัฒนาหรือสร้างการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในกระบวนการทำงานไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิต การส่งมอบ ขั้นตอนหน้าที่รับผิดชอบ ลักษณะงาน และเป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนยุทธศาสตร์หรือวิธีดำเนินธุรกิจแบบใหม่ ทั้งระบบความท้าทายที่สำคัญขององค์กรภาคธุรกิจในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทยคือการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจภายใต้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอย่างจำกัดและการวางแผนทางการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลของภาครัฐทั้งนี้เพื่อให้องค์กรเติบโตได้อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันและการทำงานภายใต้ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ในปัจจุบันมีการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในหลายแวดวงเพื่ออำนวยความสะดวกเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจนวัตกรรมถูกนำมาใช้อย่างมากในภาคธุรกิจหรือเรียกว่านวัตกรรมด้านธุรกิจ ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ต้องอาศัยสหวิทยาการ จำเป็นต้องใช้ความรู้จากหลากหลายแขนงในการคิดค้นกลยุทธ์ โดยครอบคลุมการใช้ทักษะทั้งทางด้านการตลาด การเงิน การประชาสัมพันธ์ การออกแบบ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรม และทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จากการขยายตัวทางธุรกิจอย่างรวดเร็วในปัจจุบันนั้นทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันเพิ่มตามไปด้วย ปัจจุบันมีการให้ความสำคัญกับแนวคิดในนวัตกรรม ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและสร้างความโดดเด่นทางธุรกิจให้เหนือคู่แข่ง

2) การขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน

(1) การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยฟินเทค (Fintech)

เป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์เข้ากับธุรกิจการเงิน เพื่อช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวกรวดเร็วขึ้น ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายขึ้น โดยสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง การพัฒนาฟินเทคจะเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานมากขึ้นไปอีก โดยมีการผนวกคำว่าธุรกิจสร้างใหม่ (Startup) เข้าไปในฟินเทคซึ่งหมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มต้นสามารถใช้ฟินเทคช่วยทำธุรกิจทางการเงินหรือให้บริการทางการเงินในสถานที่สถาบันการเงินยังไม่สามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ได้ บริการหลากหลายรูปแบบในฟินเทคแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้ (ชลิตกันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2563)

(1.1) การชำระเงินและโอนเงิน ซึ่งเป็นการรับชำระค่าสินค้าบริการทางออนไลน์ โดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องใช้เงินสด ไม่ต้องมีบัญชีเงินฝากธนาคารและบัตรเครดิต บริการ

ดังกล่าว เช่น เอ็มเพย์ (mPay) ทรูมันนี่ (True Money) เพย์พาล (PayPal) อาลีเพย์ (Alipay) แรบบิทไลน์เพย์ (Rabbit LINE Pay) เป็นต้น

(1.2) การให้สินเชื่อและเงินทุน เช่น ธุรกิจการกู้ยืมเงินระหว่างบุคคล (P2P Lending) และการบริการทางการเงินเพื่อการค้า (Trade Finance) เป็นต้น

(1.3) การจัดการเงินส่วนบุคคล การวิเคราะห์และช่วยบริหารเงินลงทุนโดยอัตโนมัติ เพื่อสร้างผลตอบแทนตามเป้าหมายในการลงทุนของลูกค้า เช่น แอปพลิเคชันจัดการบัตรเครดิต เป็นต้น ช่วยบริหารจัดการเรื่องการใช้จ่ายบัตรเครดิตของลูกค้า

(1.4) การนำเสนอข้อมูลการเงินเพื่อช่วยเปรียบเทียบตัดสินใจ เช่น แรบบิทไฟแนนซ์ (Rabbit Finance) ให้บริการข้อมูลเปรียบเทียบประกันรถยนต์เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกบริษัทที่ให้ผลตอบแทนตรงตามความต้องการมากที่สุด

(2) การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain)

บล็อกเชนคือเทคโนโลยีที่ช่วยด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมการเงินโดยไม่ต้องอาศัยคนกลาง เริ่มแรกการสร้างบล็อกเชนสร้างขึ้นมาเพื่อการค้าสกุลเงินดิจิทัล ปัจจุบันบล็อกเชน ได้ถูกนำไปใช้ในทุกอุตสาหกรรมไม่จำกัดอยู่แต่ในเฉพาะธุรกิจการเงินเท่านั้น เป็นเทคโนโลยีที่ถูกสร้างขึ้นมาเป็นเสมือนห่วงโซ่ที่กระจายข้อมูลเก็บไว้ในชิ้นส่วนโซ่ที่ต่อกันเป็นอินเทอร์เน็ตในรูปแบบใหม่ การโอนเงินผ่านธนาคารในระบบเดิมรายการโอนเงินจะไปเกิดขึ้นที่ธนาคาร การเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ธนาคารจะรับรู้ทั้งหมดว่าเกิดอะไรขึ้น การดูแลรักษาระบบทำได้ง่าย เกิดความผิดพลาดต่ำ แต่มีค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบจะสูง ซึ่งนับว่าในอนาคตเทคโนโลยีบล็อกเชนจะเป็นการเปลี่ยนโลกในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

(3) การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยปัญญาประดิษฐ์

การเติบโตของโลกดิจิทัลส่งผลให้เกิดการโจรกรรมข้อมูล การเข้าถึงเครือข่ายข้อมูลของธุรกิจต่าง ๆ และการขโมยข้อมูลกลายเป็นปัญหาระดับโลกที่กำลังคุกคามในโลกไซเบอร์ การต่อสู้กับภัยคุกคามดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือที่มีความรวดเร็วเพื่อป้องกันการหยุดชะงักในทางธุรกิจ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สามารถจัดการข้อมูลจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและจดจำรูปแบบความผิดปกติที่เกิดขึ้นแม้เพียงเล็กน้อย โปรแกรมสามารถเรียนรู้รูปแบบและกิจกรรมของผู้ใช้โดยการศึกษาจากเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ซึ่งหากมีการผิดพลาดจากที่เคยเป็นมาก็จะสามารถทราบได้ทันที

(4) การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยปรากฏการณ์การกลับขึ้นฝั่ง (Re-shoring)

ผลจากความก้าวหน้าของวิทยาการหุ่นยนต์และระบบปัญญาประดิษฐ์ทำให้เกิดปรากฏการณ์การกลับขึ้นฝั่งหรือการไหลกลับเข้ามาลงทุนภายในประเทศ ความก้าวหน้าของวิทยาการหุ่นยนต์จะเข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์ ซึ่งทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำลง ความจำเป็น

ในการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีแรงต่ำกว่าจะไม่มีผลจำเป็นอีก เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและความอยู่รอดของธุรกิจ (ชลิตกันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2563)

3) แนวคิดดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นรูปแบบธุรกิจที่มีเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ และเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มคนที่เป็นอิสระต่อกัน 2 กลุ่มหรือมากกว่า (De Reuver et al., 2018) โดยทั่วไปแพลตฟอร์มช่วยนำผู้ซื้อและผู้ขายมาเจอกัน ทำให้เกิดกิจกรรมแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกัน แพลตฟอร์มยังทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร เพิ่มความร่วมมือในการทำงาน หรือกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมของสินค้าและบริการใหม่ ๆ แพลตฟอร์มสร้างเครือข่ายที่ทรงพลัง ส่งผลเพิ่มพูนมูลค่าเมื่อมีสมาชิกเข้าร่วมมากขึ้น ดิจิทัลแพลตฟอร์มมีเทคโนโลยีเป็นรากฐานสำคัญ หรือเกิดเป็นบริษัทขึ้นมาได้โดยมีเทคโนโลยีเป็นแกนหลักของธุรกิจ เช่น กูเกิล แอปเปิล เฟซบุ๊ก อเมซอน และอื่นๆ หรือในกลุ่มธุรกิจใหม่ที่เป็นตัวขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลธุรกิจสร้างใหม่และแลกเปลี่ยนการทำธุรกิจแบ่งปันกันได้ (ศุจิมน มังคลรังษี และคณะ, 2564)

(1) ประเภทของแพลตฟอร์ม

ประเภทของเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์ม สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภทคือ (พรธรวดี เลิศลุมพลีพันธุ์, 2562)

(1.1) แพลตฟอร์มแลกเปลี่ยน มีหน้าที่เป็นตัวกลางนำผู้ซื้อผู้ขายมาเจอกันทำให้เกิดกิจกรรมแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกัน

(1.2) แพลตฟอร์มการทำธุรกรรม เป็นตัวกลางในการทำธุรกรรมต่าง ๆ

(1.3) สื่อสนับสนุนโฆษณา เป็นแพลตฟอร์มที่มาพร้อมโฆษณาออนไลน์

(1.4) ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์

(2) ข้อได้เปรียบของดิจิทัลแพลตฟอร์ม

(2.1) ดึงดูดการพัฒนาแพลตฟอร์มรูปแบบต่างๆ เช่น ช่องทางการเชื่อมต่อกับเว็บไซต์ผู้ให้บริการ (Web APIs) การพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ใช้กับแพลตฟอร์มเพื่อเสริมศักยภาพให้ดียิ่งขึ้น

(2.2) มีการเจริญเติบโตอย่างมั่นคง รองรับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว

(2.3) การเข้าถึงตามความต้องการ สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาเมื่อต้องการ

(2.4) มีระบบสร้างความไว้วางใจ (Trust) แพลตฟอร์มจะทรงพลังมากขึ้นเมื่อมีสมาชิกเข้าร่วมมากขึ้น นอกจากองค์ประกอบทางเทคนิคของแพลตฟอร์มแล้ว ปัจจัยความสำเร็จที่

สำคัญคือ ความไว้วางใจ เพราะคนที่ใช้แพลตฟอร์มเป็นตัวกลางซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ นั้น ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ดังนั้นเรื่องของความไว้วางใจในบริการจากแพลตฟอร์มจึงมีความสำคัญมาก ระบบที่ช่วยได้คือระบบการให้คะแนนหลังใช้บริการ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้บริการทราบประวัติการให้บริการที่ผ่านมา เมื่อรับรู้แล้วความเสี่ยงที่จะมีปัญหาตามมาก็ลดน้อยลง ทั้งยังช่วยเพิ่มความไว้วางใจในตัวผู้ใช้บริการ นอกเหนือจากการบริการแก้ไขข้อพิพาทและระบบจ่ายเงินที่ปลอดภัยยังช่วยเพิ่มความไว้วางใจและกระตุ้นให้ธุรกิจเติบโตบนพื้นฐานของความไว้วางใจได้อีกด้วย ดิจิทัลแพลตฟอร์มมีเทคโนโลยีเป็นรากฐานสำคัญหรือเกิดเป็นบริษัทขึ้นมาได้โดยมีเทคโนโลยีเป็นแกนหลักของธุรกิจในกลุ่มธุรกิจที่มีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจยิ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร ทำให้เกิดการแบ่งปันทรัพยากรกันมากขึ้น ผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการมีตัวเลือกเพิ่มขึ้น โดยมีดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นตัวรองรับกิจกรรมต่างๆ (Evans and Gawer, 2016)

(3) คุณลักษณะพื้นฐานของแพลตฟอร์ม (Mohajeri et al., 2017)

(3.1) ผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการสามารถค้นหาตนเองได้

(3.2) กลไกในการสร้างความน่าเชื่อถือ วิธีสร้างความน่าเชื่อถือแบบเดิมมักอ้างชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งหลายครั้งก็ใช้ไม่ได้ผล วิธีแบบใหม่ภายใต้เครือข่ายความร่วมมือในการให้บริการ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ใช้บริการกับผู้ใช้บริการ ผ่านระบบกลไกที่ตอบสนองทั้งสองฝ่ายในทันที หากผู้ใช้บริการทำหน้าที่ได้ดี ผู้ใช้บริการก็ให้คะแนนได้ทันทีทำให้ชื่อเสียงดี ยอดขายก็จะยิ่งดีตามไปด้วย

(3.3) ทำการซื้อขายผ่านระบบการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการสามารถเลือกสินค้าและบริการ แล้วชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบการทำธุรกรรมออนไลน์ได้ทันที ทำให้ประหยัดเวลาไปได้มาก ระบบนี้ช่วยสร้างคุณค่าให้กับทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ให้ตกลงซื้อขายกันได้สะดวกรวดเร็วขึ้น

(3.4) กลไกในการสร้างคุณค่าให้กับทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการเป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่อาจวัดเป็นตัวเลขไม่ได้

(3.5) กลไกในการสร้างความโปร่งใส เพื่อใช้บริการซ้ำ หรือซื้อซ้ำ เป็นระบบที่ทำงานโปร่งใสบนพื้นฐานของเครือข่ายและข้อมูลผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้าเน้นสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเป็นหลัก มีการเก็บข้อมูลผลสะท้อนกลับอย่างรวดเร็วเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ด้วยกลไกนี้จะทำให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาและเติบโตอย่างยั่งยืน

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้ประเทศไทยในแต่ละปี วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ในขณะที่ทางด้านผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใน

ประเทศไทย ยังขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านการตลาดและการบริหารจัดการ (ฉันทานันท์ ทองดี และ กนก บุญศักดิ์, 2560) ทางด้านแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงใน พฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนเรา โดยเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลไม่เพียงแต่เรื่องของข้อมูลการ เข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยข้อมูลสารสนเทศเท่านั้น ผู้ประกอบการเลือกที่จะปรับใช้เทคโนโลยีใน การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านการตลาดและการดำเนินงาน ซึ่งทั้งสร้างความ สะดวกสบายให้กับผู้บริโภคและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ทำให้ผู้บริโภคได้รับความ สะดวกสบายในการใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น

3.5 การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ

นวัตกรรมคือการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ สิ่งที่ดีว่าเป็นนวัตกรรมได้นั้นต้อง เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาและเกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจาก การลอกเลียนแบบ ทำซ้ำจากงานเดิมของผู้อื่น (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553)

การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการมีดังนี้

1) การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคม ดิจิทัล แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มุ่งพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและ สังคมดิจิทัลให้ความสำคัญกับการพัฒนากำลังคนวัยทำงานทุกสาขาอาชีพ ทั้งบุคลากรภาครัฐและ ภาคเอกชนให้มีความสามารถในการสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างชาญฉลาดในการ ประกอบอาชีพ และการพัฒนาบุคลากรในสาขาเทคโนโลยีดิจิทัลโดยตรง ให้มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ในระดับมาตรฐานสากลเพื่อนำไปสู่การสร้างและจ้างงานที่มีคุณค่าสูง ในยุคเศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อน โดยยุทธศาสตร์นี้ ประกอบด้วยแผนงานเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ 3 ด้านดังนี้

(1) พัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่บุคลากรในตลาดแรงงานที่รวมถึง บุคลากรภาครัฐภาคเอกชน บุคลากรทุกสาขาอาชีพและบุคลากรทุกช่วงวัย

(2) ส่งเสริมการพัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเทคโนโลยีเฉพาะด้าน ให้กับ บุคลากรในสายวิชาชีพด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ปฏิบัติงานในภาครัฐและเอกชนเพื่อรองรับความ ต้องการในอนาคต

(3) พัฒนาผู้บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถวางแผนการนำเทคโนโลยี ดิจิทัลไปพัฒนาภารกิจ ตลอดจนสามารถสร้างคุณค่าจากข้อมูลขององค์กร

2) สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมุ่งเน้นการมีกฎหมาย กฎระเบียบ กติกาและมาตรฐานที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัยและสอดคล้องกับหลักเกณฑ์สากล เพื่ออำนวยความสะดวก ลดอุปสรรคเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบกิจกรรมและการทำธุรกรรมออนไลน์ต่าง ๆ

รวมถึงสร้างความมั่นคงปลอดภัยและความเชื่อมั่น ตลอดจนคุ้มครองสิทธิให้แก่ผู้ใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในทุกภาคส่วนเพื่อรองรับการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้งานที่เพิ่มขึ้นใน สร้างความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการทำธุรกรรมออนไลน์ ด้วยการสร้างความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศและการสื่อสาร การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การคุ้มครองผู้บริโภค

3) พัฒนาทุนมนุษย์ที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์และใช้งานสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ มีวิจรรย์ญาณและรู้เท่าทัน พัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญระดับมาตรฐานสากล ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ และทักษะใหม่ ๆ ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือระบบเศรษฐกิจ บุคลากรที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงาน ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ปฏิบัติงานในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เตรียมความพร้อมของประเทศเพื่อใช้ประโยชน์จากการเคลื่อนย้ายบุคลากรด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลระหว่างประเทศอันเป็นผลมาจากการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนสร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน เพื่อสร้างแรงงานในอนาคตที่มีความรู้และทักษะในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม อบรมให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลและโอกาสทางการจ้างงานแก่ผู้ประกอบการและแรงงานทุกระดับ เพื่อเพิ่มโอกาสในการมีงานทำและเพื่อให้สามารถใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลสำหรับลูกค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559)

4) ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและนารายได้เข้าประเทศ โดยใช้โอกาสจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ การเปิดการค้าเสรี และประชาคมอาเซียน มีกลยุทธ์และมาตรการดังนี้

- (1) ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมดิจิทัลให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงบุคลากรด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีทักษะระดับสูง
- (2) ส่งเสริมการสร้างตราสินค้า (Brand) ของสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น พัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล
- (3) ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระดับภูมิภาคร่วมพัฒนาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์ระหว่างประเทศร่วมกัน
- (4) ส่งเสริมและสนับสนุนบริษัทขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวรายใหม่ให้มีความเข้มแข็ง ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อร่วมพัฒนาสถานประกอบการและพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

5) พัฒนาระบบหรือกลไกสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทั้งรายเก่าและรายใหม่

6) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อสร้างนวัตกรรมการบริการของภาครัฐที่สามารถให้บริการประชาชน ผู้ประกอบการเข้าถึงลูกค้าและธุรกิจทุกภาคส่วนได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความมั่นคงปลอดภัยและมีธรรมาภิบาล ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับระดับความมั่นคงของชาติ รวมทั้งสร้างการรับรู้และตระหนักถึงผลกระทบของเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลที่อาจมีต่อระบบความมั่นคง และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการรักษาความมั่นคงและผลประโยชน์ของชาติ

7) พัฒนาและประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อสร้างความเข้มแข็งของภาคการผลิต ให้สามารถพึ่งตนเองและแข่งขันได้ในระดับโลก โดยเฉพาะภาคการเกษตร ภาคการบริการ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มสัดส่วนภาคบริการในโครงสร้างเศรษฐกิจโดยรวม มีกลยุทธ์และมาตรการ ดังนี้

(1) เพิ่มความเข้มแข็งให้กับฐานการผลิตของประเทศ

(2) พัฒนาคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ

(3) ขยายตลาดและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ (พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม, 2560)

8) การพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถในการใช้สารสนเทศและนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพและรู้เท่าทันตามกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พัฒนาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญระดับมาตรฐานสากล ยกกระดับความสามารถในการแข่งขันและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้โดยใช้โอกาสจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจที่คล้ายคลึงกันและเปิดการค้าเสรี ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ มีรายละเอียดดังนี้

(1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงหรือการสื่อสารรูปแบบอื่นให้มีความทันสมัยกระจายอย่างทั่วถึงและมีความมั่นคงปลอดภัยรองรับความต้องการของภาคส่วนต่าง ๆ ได้ ผลักดันการลงทุนด้านระบบเครือข่ายใช้สายและอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง ขยายให้ครอบคลุมและทั่วถึง

(2) กระตุ้นการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างครบวงจร

(3) สนับสนุนการใช้งานอย่างเสมอภาค เข้าถึงกลุ่มลูกค้าลดช่องว่างทางดิจิทัล

(4) ปรับปรุงคุณภาพของระบบเครือข่าย เพื่อเข้าสู่เครือข่ายอัจฉริยะในอนาคตตามแนวทางของประเทศที่พัฒนาแล้ว

(5) ประกันความมั่นคงปลอดภัยของระบบเครือข่าย สร้างความเชื่อมั่นให้กับภาคธุรกิจ วิสาหกิจชุมชน และลูกค้า ในการติดต่อสื่อสารและการทำงานธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(6) ประกันความมั่นคงและความปลอดภัยในการใช้เครือข่ายและระบบสารสนเทศแบบสาธารณะ

(7) เพิ่มช่องทางการรับส่งข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เข้าถึงได้ง่าย

(8) จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านกฎหมาย มีความทันสมัยทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

(9) ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยพัฒนา และการพัฒนาผู้ประกอบการในประเทศ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559)

ผู้ประกอบการแต่ละคนมองความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ในมุมมองที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับแนวคิดและประสบการณ์ต่างๆ (Rogers and Shoemaker, 1971) ดังนั้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการแต่ละคนจึงมีความแตกต่างกัน และสิ่งนี้สามารถบอกถึงตัวตนของผู้ประกอบการได้ว่าเป็นผู้ประกอบการประเภทใด จึงกล่าวได้ว่าความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งมีผลให้ผู้บริโภคยอมรับหรือต่อต้านผลิตภัณฑ์ แนวคิดสินค้าหรือบริการ เนื่องจากผู้บริโภคคือผู้นำของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และยังมีบทบาทสำคัญในด้านความจงรักภักดีในตราสินค้า (Hirschman, 1980) นอกจากนี้นวัตกรรมยังมีประโยชน์การใช้งานและความบันเทิง มีความสำคัญและมีผลต่อการยอมรับหรือต่อต้านการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางต่าง ๆ (Kuo and Yen, 2009) อีกด้วย

4. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน หมายถึงกระบวนการต่าง ๆ ระบบงาน รวมถึงเครื่องมือต่าง ๆ ที่นำมาใช้ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ และใช้ประกอบการตัดสินใจ วางแผน และกำหนดนโยบายทางธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน ประกอบด้วย (ปิยะดา พิศาลบุตร, 2564)

4.1 ดิจิทัลคอนเทนต์

ดิจิทัลคอนเทนต์ (Digital Content) คือการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานเนื้อหาต่าง ๆ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เสนอให้ดิจิทัลคอนเทนต์ประกอบด้วยแอนิเมชัน เกม สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้ เนื้อหาต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือ และการออกแบบเว็บ ทั้งนี้รูปแบบดิจิทัลคอนเทนต์ที่เหมาะสมสำหรับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ความสำคัญของดิจิทัลคอนเทนต์เป็นหนึ่งในสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวทุก ๆ ประเทศในโลกรวมทั้งประเทศไทย ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดคุณค่าทางสังคมแล้วยังสร้างรายได้ให้กับ

ประเทศ และก่อให้เกิดการสร้างงานที่มีคุณภาพและรายได้สูง ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมจากวัฒนธรรมของชาติเพื่อทำรายได้เข้าประเทศ เพิ่มความหลากหลายสร้างมูลค่าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการที่ใช้สื่อในรูปแบบใหม่ เช่น การ์ตูน หรือเทคโนโลยีความจริงเสมือนรวมถึงเทคโนโลยีผสมผสานระหว่างโลกจริงกับโลกเสมือน (Mixed Reality: MR) ที่สามารถแสดงผล 3 มิติได้ในพื้นที่จริงคล้ายกับภาพโฮโลแกรมจากภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้การนำเสนอคอนเทนต์ดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวสามารถใช้ศักยภาพเทคโนโลยีเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการนำเสนอเนื้อหา และสร้างเครือข่ายลูกค้า การแบ่งปันความรู้ผ่านเครือข่ายสังคมได้อีกทางหนึ่ง (กระทรวงพาณิชย์, 2563)

4.2 ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์คือการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการใช้บุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มระดับการให้บริการลูกค้า สร้างความเข้าใจเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงแรงจูงใจต่าง ๆ ที่จะรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ สำหรับกระบวนการทำงานของระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ (Pankong and Prakancharoen, 2010)

- 1) การเก็บข้อมูลของลูกค้า
- 2) วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า
- 3) สร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า
- 4) การนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีความเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคน

นอกจากนี้การมีข้อมูลของลูกค้าและรูปแบบบริการสามารถสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ แรงจูงใจที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม สามารถวางแผนด้านการขายและการตลาดได้อย่างเหมาะสม เช่น การนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ให้ลูกค้ามีส่วนร่วม ช่องทางการรีวิวกการสร้างสรรค์ประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า กิจกรรมของลูกค้า รายละเอียดลูกค้าแบบเรียลไทม์ การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล เป็นต้น

4.3 ระบบคัดกรองลูกค้าอัตโนมัติ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่ต้องรับบริการจากผู้คนจำนวนมาก ต้องเตรียมความพร้อมในการเฝ้าระวังและลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดเพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจึงต้องมีจุดตรวจคัดกรองลูกค้าอัตโนมัติ โดยใช้หลักการตรวจจับความร้อนที่แม่นยำ พัฒนาระบบเซนเซอร์เพื่อตรวจวัดอุณหภูมิควบคู่กับระบบตรวจจับใบหน้าพร้อมหน้าจอแสดงผล และเสาสัญญาณไฟแสดงสถานะผ่านการคัดกรองและบันทึกสถิติของผู้มาใช้บริการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอัตโนมัติ นอกจากนี้สามารถประยุกต์อินเทอร์เน็ตของทุกสรรพสิ่ง (Internet of Thing: IoT) ที่ทำให้อุปกรณ์ต่าง ๆ สามารถ

แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้เป็นส่วนขยายที่เพิ่มช่องทางในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน อุปกรณ์หรือวัสดุคัดกรองสามารถตอบโต้กับมนุษย์ได้ผ่านการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทำงานร่วมกันกับเทคโนโลยีคลาวด์และอาร์เอฟไอดี ซึ่งมีประโยชน์ในด้านการบริหารจัดการอินเทอร์เน็ตของทุกสรรพสิ่งมาบริหารจัดการข้อมูลที่มีอยู่จำนวนมากให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น (วิชา นิคมพลี และคณะ, 2564)

4.4 ระบบบริหารคลังสินค้า

ระบบบริหารคลังสินค้าเป็นการคำนวณสินค้าให้มีเพียงพอต่อการขาย หากสินค้าใดขายดีควรมีการผลิตหรือเก็บสินค้าเพื่อรองรับลูกค้า สิ่งที่พิจารณาสินค้าในคลังสินค้าควรพิจารณาหลาย ๆ อย่างประกอบกัน เช่น ควรเพิ่มระบบคลังสินค้าขายดี อายุการใช้งาน ระยะเวลาในการเก็บรักษา ความนิยมของสินค้าในแต่ละช่วง ระบบคลังสินค้าถือว่าเป็นเครื่องมือช่วยในการบริหารวัตถุดิบ สินค้า และการตลาดอย่างดี การมีระบบดังกล่าว จะช่วยลดต้นทุน ประหยัดเวลา และสามารถตรวจสอบสินค้าได้ง่ายขึ้น ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ การมีระบบคลังสินค้าจะทำให้ธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมีความได้เปรียบคู่แข่ง ระบบบริหารคลังสินค้ามีประโยชน์ดังนี้ (วิชา นิคมพลีและคณะ, 2564)

- 1) รู้สินค้าคงเหลือในปัจจุบัน ทำให้บริหารจัดการซื้อหรือควบคุมปริมาณการผลิตได้ รวมถึงทราบเวลาที่มีการเข้าออกของสินค้า
- 2) รู้ว่าสินค้าผลิตภัณฑ์ใดขายดี ขายไม่ดี เพื่อประเมินหรือตัดสินใจในการเพิ่มการผลิต หรือลดการผลิตได้ถูกต้อง
- 3) รู้ว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดทำกำไรให้ธุรกิจได้ดีกว่า
- 4) ทำให้ทราบถึงสถิติการขายสินค้าในแต่ละช่วงเวลาทำให้สามารถคำนวณการสั่งซื้อสินค้าในรอบถัดไปได้ ต้นทุนจึงไม่จมไปกับสินค้าที่ขายไม่ดี
- 5) สินค้าไม่สูญหายโดยไม่ทราบที่มาที่ไป ระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพจะช่วยป้องกันการรั่วไหลของทุนในธุรกิจที่ดำเนินการ สามารถเช็คยอดสินค้าได้ตลอดเวลา แม้สินค้าหายก็รู้ทราบที่สินค้าอยู่ส่วนใดของคลังสินค้า รวมถึงไม่ผลิตสินค้าที่ขายยากที่ทำให้ต้นทุนจม
- 6) สามารถบริหารต้นทุนสินค้าได้ดี เพราะผลิตได้เหมาะสม ต้นทุนจะสามารถคำนวณได้ว่า จะผลิตหรือซื้อเท่าไร จึงจะได้ราคาต่ำสุด คุ่มทุนที่สุด
- 7) สามารถวิเคราะห์ตลาด ความต้องการของลูกค้าเพื่อส่งเสริมการขายวางแผนประกอบ เมื่อเกิดความต้องการและไม่ต้องการจากลูกค้า
- 8) ลดการทำงานผิดพลาดในการทำงานจากมนุษย์ เช่น การนับคลังสินค้า
- 9) เพิ่มการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ลดการขยายพื้นที่คลังสินค้าโดยใช้เครื่องมือที่สามารถขนย้ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือวิธีการเก็บสินค้าที่เหมาะสมมากขึ้น

4.5 ระบบชำระเงินอัตโนมัติ

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์สำหรับการชำระค่าสินค้าของผู้มาใช้บริการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวควรมีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและเป็นช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน รวมถึงรองรับกับชีวิตวิถีใหม่ที่ลดการสัมผัสเพื่อป้องกันการระบาดของเชื้อโรค ตัวอย่างระบบชำระเงินอัตโนมัติสำหรับวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมีดังต่อไปนี้ (วิชชา ฉิมพลี และคณะ, 2564)

1) ระบบบริหารบัตรเครดิตและคูปองเพื่อชำระสินค้าและบริการที่สามารถประยุกต์ใช้กับรหัสแท่ง (barcode) อาร์เอฟไอดี และสามารถนำบัตรที่มีอยู่แล้ว เช่น บัตรพนักงาน บัตรนักศึกษาาร่วมกันกับบัตรเครดิต เชื่อมต่อกับตู้เติมเงินเพื่อลดค่าใช้จ่าย ลดภาระงานแคชเชียร์ เป็นต้น

2) แอปพลิเคชันสมาร์ตเซอร์วิส รองรับการชำระเงินด้วยรหัสแท่ง เติมนเงินออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ ดูข้อมูลการใช้จ่าย ยอดคงเหลือ ตัวอย่างแอปพลิเคชัน เช่น แอปพลิเคชันเป่าตั้งค์ เป็นต้น นอกจากนี้สามารถใช้การธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E - Banking) การทำธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตบนสมาร์ตโฟน (Mobile Banking) หรือตู้ขายสินค้าอัตโนมัติเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับการขายสินค้า หรือผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่สามารถทำงานแทนแคชเชียร์ สามารถชำระสินค้าได้ด้วยบัตรแทนเงินสดทั้งแบบรหัสแท่ง อาร์เอฟไอดี เงินสดในรูปแบบธนบัตรและเหรียญ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน หมายถึงการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ช่วยจัดเก็บและประมวลผลข้อมูล และอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงานมีเครื่องมือและอุปกรณ์ สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศที่มีการวางแผนจัดการอย่างเป็นระบบ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ใช้ระบบสื่อสารโทรคมนาคมมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นำข้อมูลความต้องการของลูกค้ามาวิเคราะห์ วางแผน และปรับปรุงกระบวนการทำงาน

5. การสื่อสารกับลูกค้า

5.1 ความหมายของการสื่อสารกับลูกค้า

การสื่อสารกับลูกค้า หมายถึงการติดต่อลูกค้า การประสานงานกับลูกค้าด้วยความจริงใจให้ข้อมูลข่าวสารของสถานประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรืออัปเดตข้อมูลข่าวสารใหม่ให้ลูกค้ารับทราบ มีการสื่อสารที่ดีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสานงานกันได้อย่างดี การสื่อสารที่ดีทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าหรือการทำงานต่าง ๆ และสามารถดำเนินงานให้ออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การสื่อสารที่ดี

ยังช่วยให้พนักงานเกิดแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ที่ช่วยผลักดันความสามารถที่แท้จริงของพนักงานและ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวออกมาได้อย่างเต็มที่ (บุริม โอทกานนท์, 2562)

5.2 องค์ประกอบของการสื่อสารกับลูกค้า

การสื่อสารมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการ
สื่อสาร และผู้รับสาร โดยการสื่อสารมี 2 รูปแบบ ได้แก่ การสื่อสารทางเดียวและการสื่อสารสองทาง
ดังนั้นคำว่านวัตกรรมการสื่อสาร คือการติดต่อสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ ทั้งเทคนิควิธีการสื่อสาร วัสดุ
และอุปกรณ์ ได้แก่ เทคโนโลยีการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีการสื่อสารด้วยอุปกรณ์เคลื่อนที่
นวัตกรรมการสื่อสารกับการท่องเที่ยวจึงเป็นการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูล กลุ่มลูกค้าและบริการ
ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์แฟนเพจ เครือข่ายสังคม เป็นต้น

5.3 ความสำคัญของการสื่อสารกับลูกค้า (พัชรภรณ์ สุนทรวิบูลย์, 2561)

1) ด้านสื่อเทคโนโลยีเพื่อการนำเสนอ ผู้ประกอบการจะต้องใช้สื่อเทคโนโลยีรูปแบบ
ใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ในการนำเสนอข้อมูลและสถานที่ท่องเที่ยวให้
น่าสนใจ ให้นักท่องเที่ยวมองเห็นภาพใกล้เคียงกับสถานที่จริงให้มากที่สุด เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์
เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน และเทคโนโลยีเสมือนผสมผสานโลกจริง เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลในการ
ตัดสินใจจองห้องพักหรือเดินทางมาท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

2) ด้านระบบการสืบค้นข้อมูล ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวต้องจัดทำ
ระบบสืบค้นข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว มีข้อมูลที่ครบถ้วนโดยอาจมีเครือข่ายพันธมิตรในทุกมิติ
เช่น ที่พัก อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว พาหนะ การเดินทาง ตัวเข้าชม เป็นต้น และมีการนำเสนอ
โปรโมชั่นอย่างเป็นธรรมและต่อเนื่องเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ

3) ด้านการจัดสรรทรัพยากร การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารที่นำ
ทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน ต้องใช้หลักที่ว่าทุกคนคือพันธมิตรไม่ใช่คู่แข่ง เพื่อนำ
ทรัพยากรที่ทุกคนมีอยู่มาแบ่งปันและเกิดประโยชน์สูงสุด เช่น แนวคิดของระบบการจองห้องพักใน
ประเทศต่าง ๆ ผ่านโลกออนไลน์ของแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) หรือผู้ใช้งานจะจองห้องพักได้เฉพาะ
สำหรับนอนในคืนวันนั้นเท่านั้น (Hotel Tonight) ที่เป็นศูนย์กลางในการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและ
ผู้ให้บริการทั้งที่ไม่มีทรัพยากรของตนเองเลย แต่ใช้ช่องว่างทางการตลาดก่อให้เกิดรายได้และธุรกิจ
เป็นต้น

5.4 การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารกับลูกค้า

การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารกับลูกค้ามีองค์ประกอบดังนี้ (พัชรภรณ์ สุนทรวิบูลย์,
2561)

1) ลูกค่านักท่องเที่ยว

ในส่วนของลูกค่านักท่องเที่ยวคือลูกค้าคนสำคัญในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารหรือผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบใดก็ตามจะต้องวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายเป็นหลักว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่จะดึงมาเป็นลูกค้าต้องการสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบใด ทั้งด้านลักษณะของบริการ ราคา สถานที่ ที่พัก อาหาร งบประมาณ วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา และความต้องการพิเศษต่าง ๆ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ความต้องการ ผลิตภัณฑ์ย่อมแตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยเรียน กลุ่มวัยคนทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ จะเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สนใจ กลุ่มวัยเรียนอาจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกแตกต่างน่าสนใจประเภทอันซีน (Unseen) หรือผจญภัย หรือกลุ่มผู้สูงอายุอาจต้องการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่พักผ่อนสบาย ๆ ธรรมชาติสวยงาม เป็นต้น ดังนั้นสิ่งที่ต้องทำเป็นลำดับแรกคือการเข้าใจและเข้าถึงนักท่องเที่ยว เป้าหมายให้มากที่สุด

2) การสร้างความแตกต่าง

การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการเป็นการสร้างทางเลือกให้กับลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรสร้างสิ่งที่แตกต่างกันเกินความคาดหมายของลูกค้ามีความใหม่และแตกต่าง เช่น การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวแบบครบวงจรในสถานที่ในฝัน การจัดโปรแกรมน้ำผึ้งพระจันทร์ สำหรับลูกค้าแต่งงานใหม่หรือครอบครัวแต่งงาน เป็นต้น หรือการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวตามความต้องการ ลูกค้าสามารถเลือกสถานที่และการเดินทาง แล้วแอปพลิเคชันสามารถจัดโปรแกรมเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้ เป็นต้น

3) การเข้าถึงข้อมูล

ในการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารในยุค 4.0 จะต้องให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ข้อมูลมีความทันสมัยถูกต้อง เข้าใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาและทุกอุปกรณ์ ดังนั้นในการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวจึงต้องมีรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มที่หลากหลายรองรับทุกการเข้าถึงและทุกอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้งาน

4) การให้ข้อมูลย้อนกลับ

การให้ข้อมูลย้อนกลับเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้า อย่างทันท่วงทีซึ่งเป็นหัวใจของการบริการในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่จะเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ส่วนมากจะติดต่อและส่งข้อมูลผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ เป็นต้น ดังนั้นการบริการที่ดีตลอด 24 ชั่วโมง จึงเป็นส่วนหนึ่งของการบริการในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นสิ่งสำคัญในการใช้บริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารกับลูกค้า หมายถึงการติดต่อลูกค้า การประสานงานกับลูกค้าด้วยความจริงใจอย่างสม่ำเสมอ ให้ข้อมูลข่าวสารของสถานประกอบการแก่

ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรืออัปเดตข้อมูลข่าวสารใหม่ให้ลูกค้ารับทราบ มีการสื่อสารที่ดีช่วยให้งานมีประสิทธิภาพและประสานกันดีเป็นอย่างดี

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

1. ความหมายของประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึงความสามารถในการบรรลุจุดมุ่งหมายโดยใช้ทรัพยากรของตนเองต่ำสุด ใช้วิธีการให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่สิ้นเปลืองน้อยที่สุด เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้สูงสุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึงการใช้ปัจจัยและกระบวนการในการดำเนินงานโดยมีผลผลิตที่ได้รับเป็นตัวกำกับ มีการใช้ทรัพยากร ปัจจัยต่างๆ รวมถึงกำลังคนอย่างมีคุณค่าที่สุด มีการสูญเปล่าน้อยที่สุด มีลักษณะการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างดี โดยประหยัดทั้งเวลา ทรัพยากร และกำลังคน ซึ่งการแสดงประสิทธิภาพของการดำเนินงานใด ๆ อาจแสดงค่าของคุณภาพในลักษณะการเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายในการลงทุนกับผลกำไรที่ได้รับ ซึ่งถ้าผลกำไรมีสูงกว่าต้นทุนเท่าไรก็ยิ่งแสดงถึงประสิทธิภาพมากขึ้น (สมใจ ลักษณะ, 2547)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึงความเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายของความสำเร็จของงานสามารถบรรลุเป้าหมายโดยใช้วิธีการที่ดีที่สุด (สมยศ นาวิกาน, 2546)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึงการพิจารณาผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์หลักของกิจการ โดยเน้นที่ผลประโยชน์ที่องค์กรได้รับทั้งในรูปตัวเงินและในรูปที่ไม่เป็นตัวเงิน (Pletnev and Barkhatov, 2016)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึงสิ่งที่ทำให้มีหรือให้เกิดขึ้นเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หลักของกิจการเป็นผลการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์การรับรู้ หรือความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำให้ธุรกิจบรรลุตามวัตถุประสงค์ของกิจการ (สวลี วงศ์ไชยา และ พิษญาดา พันผา, 2560)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึงความรวดเร็วในการให้บริการมุ่งมั่นที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการให้บริการหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความสามารถในการลดต้นทุนการผลิต บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้น้อยที่สุด วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอกับกระบวนการผลิตทำให้ของเสียลดลง จัดสรรรายได้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุน ความสามารถในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การเจริญเติบโต

ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน ยอดขายมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าปีที่ผ่านมา สถานประกอบการมีกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ประสิทธิภาพการดำเนินงานมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การลดต้นทุนในการผลิต หมายถึงการลดค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดจากการให้บริการขององค์กร ซึ่งประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจะดีหรือไม่ สามารถดูได้จากต้นทุนในการผลิต เพราะถ้าการทำงานมีประสิทธิภาพต้นทุนในการผลิตต้องต่ำ และผลกำไรจึงตามมา ซึ่งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจำเป็นต้องพยายามลดต้นทุนให้เหมาะสมแต่คุณภาพงานยังคงดีเยี่ยมเหมือนเดิม ถ้าธุรกิจจะหวังผลกำไรจากการลดต้นทุนอย่างแท้จริงแล้ว องค์กรมีความจำเป็นต้องให้ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมและมีภารกิจในการลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายขององค์กรร่วมกัน การลดต้นทุนในการผลิตจึงเป็นการบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้น้อยที่สุด วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอกับกระบวนการผลิตทำให้ของเสียลดลง จัดสรรรายได้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุน รวมถึงการรักษาบุคลากรคุณภาพให้เป็นทรัพยากรองค์กรให้นานที่สุด จัดหาวัสดุและเครื่องมือต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการปฏิบัติงานรวมถึงการจัดการอาคารและสถานที่ปฏิบัติงานให้เอื้อต่อการทำงานที่เพิ่มผลผลิตได้ ออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มผลผลิตหรือเพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยวิธีประหยัด ทำให้การปฏิบัติงานสะดวกและเหนื่อยน้อยที่สุดลดระยะเวลาทำงานสั้นลง (สุธีรา อะทะวงษา, 2556) นวัตกรรมดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือช่วยลดต้นทุนในการผลิต ซึ่งเป็นผลดีต่อทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ทำให้แบ่งปันข้อมูลกันได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำลงและเพิ่มความสะดวกสบาย จนสามารถยับยั้งขยายธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้ใหญ่ขึ้นได้ แนวคิดนี้ให้อิสระภาพกับผู้คนในการเป็นผู้เลือกกว่าจะเป็นฝ่ายให้บริการหรือใช้บริการ และสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการให้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น (ศุจิมน มังคลรังษี และคณะ, 2564)

2.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ หมายถึงความมุ่งมั่นที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการให้บริการหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการติดตามผลหลังจากลูกค้าได้รับการบริการแล้ว ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการทันเวลาและมีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์กรต้องมีการวางแผนให้เหมาะสม เพื่อให้มีเวลาเพียงพอต่อการตัดสินใจเรื่องราวต่าง ๆ ในการวางแผนกลยุทธ์ โดยต้องสามารถพิจารณากิจกรรมต่าง ๆ ให้เหมาะสม เช่น อะไรเป็นเรื่องสำคัญที่สุดต้องพิจารณาก่อน อะไรเป็นเรื่องสำคัญรองลงมา ก็พิจารณาทีหลัง อะไรเป็นเรื่องสำคัญน้อยก็ไม่ควรไปเสียเวลามากในการพิจารณา เมื่อองค์กรมีการบริหารเวลาได้อย่างเหมาะสมย่อมทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ (สวลี วงศ์ไชยา และ พิษญาดา พันผา, 2560)

2.3 คุณภาพสินค้าจากการผลิต หมายถึงการทดสอบคุณภาพของสินค้าทุกครั้งก่อนมอบให้ลูกค้าและสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและสินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้น มีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถตรงตามความต้องการของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เพื่อให้บริการอย่างทั่วถึงและเข้าใจลูกค้า (บุริม โอทกานนท์, 2562) การให้บริการที่สามารถนำไปปฏิบัติและแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้จริง มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า ทำงานให้เสร็จในเวลาที่กำหนด การรักษาความลับของลูกค้า ความจริงใจและการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นอีกเรื่องที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งมีแนวคิดของการจัดการโดยใช้คุณภาพรวม (Total Quality Management) หรือ TQM เป็นการบริหารองค์กรเพื่อให้เกิดการปรับปรุงงานและคุณภาพของบริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสมบูรณ์ หรือเป็นการประสานความพยายามทุกอย่างเพื่อทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น โดยทำให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น สร้างให้เกิดบรรยากาศให้มีการปรับปรุงคุณภาพงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการควบคุมคุณภาพโดยมุ่งที่ลูกค้าและการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

1) ส่วนประกอบของการจัดการโดยใช้คุณภาพรวม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) มีดังนี้

- (1) ความพึงพอใจของลูกค้า
- (2) การมีส่วนร่วมจากพนักงาน
- (3) การกำหนดและสร้างความแข็งแกร่งทางด้านความสัมพันธ์กับผู้ขาย
- (4) มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

2) ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าจากการผลิต

ปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าจากการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมีดังนี้

- (1) ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวสามารถเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรืองานบริการได้โดยประสิทธิภาพของบุคลากร
- (2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี การบริหารให้เทคโนโลยีที่มีอยู่มีประสิทธิภาพมากพอกับการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนั้นยังต้องบริหารการใช้เทคโนโลยีให้เต็มสมรรถนะ เช่น ความเร็วคงที่และความคงทน เป็นต้น แนวทางการบริหารเทคโนโลยีเพื่อการเพิ่มผลผลิต ได้แก่

- (2.1) การจัดหาเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมทั้งด้านสมรรถนะและราคา
- (2.2) มีการฝึกอบรมให้บุคลากรสามารถทำงานโดยใช้เทคโนโลยีอย่างถูกต้อง

และมีประสิทธิภาพ

(2.3) มีระบบการบำรุงรักษาให้เทคโนโลยีพร้อมใช้งานและมีประสิทธิภาพตลอดเวลา

(2.4) เปิดโอกาสให้ช่างเทคนิคที่ชำนาญงานปรับแต่งประสิทธิภาพของเทคโนโลยี

(3) ปัจจัยด้านคุณภาพวัตถุดิบ ทำให้ผลิตภัณฑ์และการบริการเพิ่มคุณค่าได้ ดังนั้นการบริหารด้านการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบเพื่อการเพิ่มคุณค่าเป็นปัจจัยการผลิตที่ซึ่งมีหลักการดังนี้

(3.1) พิจารณาคุณภาพของวัตถุดิบให้ตรงกับความต้องการหรือมากกว่าความต้องการ

(3.2) พิจารณาผู้ส่งมอบว่ามีความสามารถส่งมอบวัตถุดิบตามความต้องการและตรงต่อเวลา

(3.3) ทำสัญญาหรือข้อกำหนดคุณภาพหรือคุณลักษณะของวัตถุดิบที่ใช้อย่างชัดเจนเพื่อป้องกันการผิดพลาด

(3.4) มีการตรวจสอบสินค้าโดยตรวจทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ

(3.5) สรุปผลการจัดส่งวัตถุดิบทุกครั้ง บันทึกรายละเอียดข้อผิดพลาดและคัดแยกวัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพออกเมื่อใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงในราคาเท่าเดิม สามารถเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวและงานบริการได้โดยไม่ต้องเพิ่มต้นทุน (จิวรรณ จันปลา และคณะ, 2554)

3) แนวทางเพิ่มมูลค่าสินค้าจากการผลิต หลักในการพิจารณาหาแนวทางเพิ่มมูลค่าสินค้าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว มีดังนี้

(1) การเพิ่มมูลค่าต้องพิจารณาจากความต้องการและรสนิยมของลูกค้าเป็นหลัก โดยต้องศึกษาทำความเข้าใจว่า ลูกค้ามีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวหรือบริการนั้น ๆ ทั้งด้านกายภาพและด้านอารมณ์ความรู้สึก ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ลูกค้าเลือกหรือไม่เลือกสิ่งใดเพื่อการดำรงชีวิต เมื่อศึกษาข้อมูลครบถ้วนจนเข้าใจลูกค้าจึงจะพิจารณาโอกาสต่าง ๆ ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

(2) การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ แนวคิดเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดสำหรับการบริหารธุรกิจ ทั้งนี้ต้องมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของลูกค้า ผลิตภัณฑ์และบริบทของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดที่แตกต่างและโดดเด่น

(3) การพิจารณาวัตถุดิบ คัดเลือกวัตถุดิบที่มีเรื่องราวที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่นและมีคุณค่า

(4) การพิจารณาวิธีกระบวนการผลิตหรือวิธีการผลิตที่อาจจะดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น

(5) การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตั้งแต่สัมผัสแรก ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาจจะสร้างมูลค่าเพิ่มในเรื่องของความสะอาด การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือความสวยงาม

(6) การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับสินค้าและบริการ เช่น การบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าซื้อได้ง่ายผ่านช่องทางซื้อขายออนไลน์ การบริการจัดส่งที่รวดเร็ว การให้บริการข้อมูลเพิ่มเติม หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจสินค้า เป็นต้น

(7) การสร้างตราสินค้า เป็นประเด็นสำคัญที่สุดในการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารตราสินค้า การสร้างตราสินค้าเป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ในภาพรวมเป็นการนำมูลค่าเพิ่มมาแปลงเป็นคุณค่าเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้

(8) การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่ม การนำผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวและบริการให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อลูกค้าในด้านความสะดวกใช้งาน (วารุณีสุนทรเจริญนนท์, 2557)

2.4 การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า หมายถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรภายในองค์กรอันได้แก่ ทรัพยากรบุคคล หรือทรัพยากรมนุษย์ที่ปฏิบัติงานในองค์กรทุกคน ทรัพยากรเทคโนโลยี เครื่องจักร อุปกรณ์สำนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกหรือสิ่งสนับสนุนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรเป็นสำคัญ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จึงหมายถึงการจัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด มีการนำทรัพยากรมาหมุนเวียนใช้ใหม่เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า (ชุตินา วัฒนาผาสกุล, 2550)

2.5 ประสิทธิภาพโดยรวมด้านการเจริญเติบโตของธุรกิจ

1) จำนวนลูกค้า คือจำนวนบุคคลหรือองค์กรที่มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งวัดจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจ

2) ยอดขาย คือรายรับสุทธิที่ได้มาจากยอดขายรวม ซึ่งยอดขายเป็นรายได้ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว คือสถานประกอบการจะอยู่ได้หรือไม่ต้องขึ้นอยู่กับยอดขายเท่านั้น

3) กำไร คือผลตอบแทนที่ผู้ดำเนินธุรกิจได้รับจากการดำเนินธุรกิจโดยเกิดจากผลต่างระหว่างรายได้ของธุรกิจและต้นทุนในการดำเนินงาน กำไรเป็นผลในการประกอบธุรกิจในรูปแบบตัวเงินที่หักต้นทุนแล้วมีมากกว่าต้นทุน (สวลี วงศ์ไชยา และพีชญาดา พันผา, 2560)

สามารถสรุปได้ว่าประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึงวิธีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยให้แต่ละองค์กรนำมาใช้เป็นตัววัดผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งแต่ละองค์กรสามารถที่จะเลือกตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับองค์กรนั้นๆ เพื่อทำให้องค์กรมีตัวชี้วัดที่เป็นมาตรฐานสามารถควบคุมผลการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งมีรูปแบบการวัดผลการดำเนินงานหลากหลายรูปแบบทั้งทางด้านการเงินและไม่ใช้ด้านการเงิน ซึ่งวัดได้จากปริมาณและคุณภาพของผลการดำเนินงานโดยใช้ทรัพยากรอย่างเต็มศักยภาพ สามารถวัดผลลัพธ์ของงานหรือความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ใช้ประสิทธิภาพการดำเนินงานดังต่อไปนี้ 1) ความรวดเร็วในการให้บริการ 2) การลดต้นทุนในการผลิต 3) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า 4) คุณภาพสินค้าจากการผลิต 5) ประสิทธิภาพโดยรวมด้านการเจริญเติบโตของธุรกิจ องค์กรประกอบทั้ง 5 ข้อผู้วิจัยจะใช้เป็นกรอบแนวคิดเพื่อการศึกษาวิจัยผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุดาใจ โล่หวัณิชัย และคณะ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ 2) การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสนับสนุนรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3) การส่งเสริมสมรรถนะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน การดำเนินการวิจัยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนาแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา วิธีการดำเนินงาน 1) จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการวิจัยย่อย ประกอบด้วยนักวิจัยผู้เข้าร่วมวิจัย ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน 2) จัดตั้งศูนย์ประสานงานวิจัยแบบบูรณาการ 3) ประสานงานดำเนินการวิจัยตามบทบาทหน้าที่รับผิดชอบ และจัดประชุมเดือนละ 1 ครั้ง ในช่วงเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงาน 4) ประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องในการใช้ประโยชน์จากโครงการวิจัยเพื่อขยายผลงานสู่ชุมชน 5) ดำเนินการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล กำกับติดตาม ดูแล และรายงานผล 6) ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล และนำผลการวิจัยจัดอบรมให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการชุมชนคือ รูปแบบผู้ประกอบการ

อัจฉริยะ มืองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ 1) สื่อสังคมออนไลน์ 2) เครื่องมือทางการตลาด 3) หน่วยงานพีเอชเอ็ม 4) การเผยแพร่สินค้าโดยการรีวิวหรือภาพถ่าย 5) เทคโนโลยีดิจิทัล ผลการพัฒนานวัตกรรมคือเว็บไซต์ตลาดกลางการค้าสำหรับผู้ประกอบการชุมชน มี 8 เมนู คือ 1) การเผยแพร่สินค้า 2) การเผยแพร่ร้านค้าและธุรกิจ 3) การเผยแพร่สินค้ายอดนิยม 4) การเผยแพร่ข่าวสารของชุมชน 5) การซื้อขายสินค้า 6) ปฏิทินประชาสัมพันธ์ 7) ห้องเรียนออนไลน์ 8) คำถามที่พบบ่อย ผลการพัฒนาองค์ความรู้โดยใช้ทฤษฎีการเรียนรู้แบบกระตือรือร้นที่เน้นการฝึกปฏิบัติ ประกอบด้วย 13 สาระการเรียนรู้ ได้แก่ 1) การใช้สมาร์ทโฟนพื้นฐาน 2) การใช้อินเทอร์เน็ตเบื้องต้น 3) การใช้งานอีเมล 4) การใช้ไลน์ 5) การใช้เฟซบุ๊ก 6) การถ่ายภาพและตกแต่งภาพ 7) การทำเรื่องราวของสินค้า 8) การใช้แอปพลิเคชันแปลภาษา 9) การสร้างเพจขายของด้วยเฟซบุ๊ก 10) การใช้ไลน์ขายของ 11) การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ 12) การขนส่งและชำระเงิน 13) สรุปผลและประเมินผล

สายสุนีย์ จัปโจร และคณะ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมสมรรถนะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์และประเมินความต้องการในการเสริมสร้างสมรรถนะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน 2) พัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี และ 3) ประเมินผลสัมฤทธิ์การใช้นวัตกรรมการการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 คน เลือกแบบเจาะจงเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม และผู้ผลิตประติมากรรมหินทราย จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 วิเคราะห์และออกแบบนวัตกรรมการเรียนรู้ ระยะที่ 2 ขับเคลื่อนแผน ระยะที่ 3 สรุปบทเรียนและความรู้สำคัญผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน และมีความต้องการเพิ่มสมรรถนะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด ผลการพัฒนา นวัตกรรมการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี ประกอบด้วย สาระการเรียนรู้ 12 เรื่อง อบรม 30 ชั่วโมง มุ่งเน้นฝึกปฏิบัติเน้นกิจกรรมกลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มย่อย ผู้เรียน 5 คน ต่อวิทยากร 1 คน พัฒนาสื่อการเรียนรู้ ออนไลน์ และสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้การใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มสมรรถนะ พบว่าด้านการตลาดมีลูกค้าเพิ่มขึ้นมากที่สุดร้อยละ 88.89 ด้านบริหารจัดการ สามารถลดปัญหาด้านการสื่อสารและเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้าได้มากที่สุด ร้อยละ 66.76 ปัญหาที่พบมากที่สุดคือผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดการปรับปรุงข้อมูลและขาดความเชี่ยวชาญ ร้อยละ 55.66 ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เนื้อหาหลักสูตรตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ ด้านความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาการอบรม พบว่า ความรู้เรื่องการใช้ไลน์เพื่อติดต่อธุรกิจและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก

Zhao and Collier (2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความร่วมมือทางดิจิทัล การวิจัยและการปฏิบัติ การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแนวคิดที่เกิดขึ้นใหม่ของผู้ประกอบการดิจิทัลจากมุมมองทางวินัยที่หลากหลายเช่น เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบข้อมูลผู้ประกอบการและการ

จัดการรวมถึงปัจจัยทางการเมือง กฎหมายและเศรษฐกิจและสังคม และผลกระทบต่อในเชิงระบบและบูรณาการ งานวิจัยนี้จึงได้พัฒนาแบบจำลองแนวคิดเพื่อศึกษาการวาดภาพผู้ประกอบการดิจิทัลในวรรณคดีปัจจุบันและทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างดีสามทฤษฎีคือทฤษฎีเครือข่ายทางสังคม ทฤษฎีทุนทางสังคมและทฤษฎีสถาบัน คำถามการวิจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการดิจิทัลจึงนำไปสู่ความเข้าใจที่ดีขึ้นของแนวคิดและการปฏิบัติของผู้ประกอบการดิจิทัล ผู้ประกอบการด้านดิจิทัลนั้นถูกกำหนดว่าเป็นการสร้างธุรกิจใหม่และการเปลี่ยนแปลงธุรกิจที่มีอยู่โดยการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่แปลกใหม่หรือการใช้งานที่แปลกใหม่ของเทคโนโลยีดังกล่าว ผู้ประกอบการดิจิทัลถูกมองว่าเป็นเสาหลักที่สำคัญสำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจการสร้างงานและนวัตกรรมจากหลายประเทศรวมถึงประเทศสมาชิกของสหภาพยุโรป ชีตความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลของประเทศนั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมผู้ประกอบการดิจิทัลวัฒนธรรมและกลยุทธ์เป็นหลัก รวมถึงระบบนิเวศนวัตกรรมที่สนับสนุนซึ่งรัฐบาลอุตสาหกรรมธุรกิจสถาบันการศึกษาและองค์กรพัฒนาเอกชน (องค์กรที่ไม่ใช่ภาครัฐ) ทำงานร่วมกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีวิธีการแบบองค์รวมและบูรณาการ รูปแบบที่เป็นแนวคิดเพื่อศึกษาผู้ประกอบการดิจิทัล ผู้ประกอบการดิจิทัลแนวคิดใหม่ที่แตกต่างจากผู้ประกอบการแบบดั้งเดิมและทั่วไปที่ได้รับการศึกษามากมายหลายปี ในรูปแบบแนวคิดของผู้ประกอบการดิจิทัลซึ่งแต่ละที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ของผู้ประกอบการดิจิทัลดังนี้ 1) ฐานความรู้ดิจิทัลและตลาด 2) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัล 3) การเข้าถึงการเงิน 4) ทักษะดิจิทัลและผู้นำด้านอิเล็กทรอนิกส์ 5) วัฒนธรรม ผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับผู้ประกอบการเป็นสาขาที่แตกต่างของทุนการศึกษาตามความสำคัญทางสังคมและเศรษฐกิจ การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลระบุหัวข้อนี้ว่ามีคุณค่าของการวิเคราะห์ที่เฉพาะเจาะจง มีทุนการศึกษาในพื้นที่เศรษฐกิจดิจิทัลและผู้ประกอบการ คำนี้ถึงปัจจัยเหล่านี้แต่ละกรณีมีการรับรู้ของผู้ประกอบการดิจิทัลเป็นพื้นที่ใหม่และการเติบโตของทุนการศึกษาและการวิจัย

Zaheer (2015) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการประสบความสำเร็จในการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ มุมมองของผู้ก่อตั้งออสเตรเลีย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจนวัตกรรมดิจิทัลธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ งานวิจัยนี้วิเคราะห์เรื่องเล่าของผู้ประกอบการดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดของออสเตรเลียได้ให้แหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เสริมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและกรณีศึกษา ข้อมูลเชิงลึกถูกสร้างขึ้นจากมุมมองของผู้ก่อตั้งเกี่ยวกับความสำเร็จของพวกเขา ความรู้นี้ร่วมกับทฤษฎีที่ได้รับในการประกอบการและวรรณคดีของผู้ปฏิบัติงานสมัยใหม่ ประกอบด้วย 1) การกำหนดเส้นทางสู่ความสำเร็จด้วยวิสัยทัศน์ จุดประสงค์ เป้าหมาย เวลา ค่านิยมหลักและเพิ่มพลังด้วยทักษะการก่อตั้งทีม แล้ว 2) การดำเนินการเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาดโดยได้รับแรงผลักดันจากประสบการณ์ของผู้ใช้ในการสร้างตราสินค้ายอดเยี่ยม การตลาดเพื่อการเจริญเติบโต และการติดตามประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ตัวชี้วัดที่สำคัญของการศึกษาครั้งนี้ คือการวางรากฐานสำหรับการวิจัย

เพิ่มเติมที่สำคัญสำหรับเศรษฐกิจใหม่ของออสเตรเลีย ศึกษาคุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ และคุณสมบัติของนวัตกรรมดิจิทัลธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ การแนะนำและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สำหรับผู้ประกอบการในอนาคต การวิจัยนี้ทำให้นักวิชาการมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ตัวอย่างเช่นการมีส่วนร่วมของรัฐบาลการสนับสนุนเงินช่วยเหลือและสิ่งจูงใจต่อการลงทุนกลุ่มพื้นที่ทำงานร่วมกัน การวิจัยครั้งนี้มีพื้นฐานมาจากกรณีศึกษาของผู้ก่อตั้งสิบสองคนที่ประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล โดยสะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัด ในภาคอุตสาหกรรมที่ครอบคลุม ข้อจำกัดด้านวิธีการแหล่งข้อมูลและ ผู้ปฏิบัติงานสมัยใหม่การตัดสินใจของผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ ข้อจำกัดด้าน ข้อมูลการรวบรวมและข้อกังวลอื่น ๆ

Mohammad (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และริเริ่มนวัตกรรมใหม่ของผู้ประกอบการ มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจอิทธิพลของความคิดริเริ่มของผู้ประกอบการที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในธุรกิจ ขนาดของผู้ประกอบการ รวมถึงกลยุทธ์เทคโนโลยีทรัพยากรการสนับสนุนการจัดการและวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมของจอร์แดน กลุ่มตัวอย่างของการศึกษามาจากบริษัทการสื่อสารโทรคมนาคมรวมถึงบุคคลจากผู้บริหารระดับสูงและระดับกลาง ผลการศึกษาพบว่าความคิดริเริ่มของผู้ประกอบการมีอิทธิพลในเชิงบวกเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมภายในองค์กรและองค์กร ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ วัฒนธรรม การสนับสนุนการจัดการเทคโนโลยี กลยุทธ์และทรัพยากร ตามลำดับ โดยจากการศึกษาพบว่าต้องให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมในธุรกิจของสภาพแวดล้อมจอร์แดนในลักษณะที่ทำให้มีความเป็นมิตรกับผู้ประกอบการมากขึ้น

Hongjun et al (2019) ได้ศึกษาพฤติกรรมนวัตกรรมและสมรรถนะของผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยใช้ทฤษฎีรากฐาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงทฤษฎีพฤติกรรมผู้ประกอบการนวัตกรรม และให้คำแนะนำสำหรับรัฐบาล และเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกแห่งนวัตกรรมและความสามารถเชิงนวัตกรรมของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ในประเทศจีนผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะค่อย ๆ กลายเป็นกำลังหลักของประเทศ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีพื้นฐานการศึกษาที่แตกต่างกันไป ประสบการณ์การเจริญเติบโตและลักษณะบุคลิกภาพจากผู้ประกอบการรุ่นเก่า ดังนั้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมและค้นหาวิธีสร้างแรงบันดาลใจ พฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรม จากการศึกษาภาคทฤษฎีและการสัมภาษณ์เชิงลึกการศึกษา การวิจัยนี้ใช้ NVivo ในการวิเคราะห์ข้อความ เป็นซอฟต์แวร์การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ความหลากหลายของข้อมูล เช่น ข้อความคำต่อคำจำนวนมาก กราฟิกภาพ ข้อมูลเสียง และวิดีโอ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการรุ่นใหม่และภูมิหลังทางการศึกษาและอื่น ๆ มีผลต่อการรับรู้นวัตกรรมของพวกเขา พฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ความสัมพันธ์

ระหว่างองค์กรกับรัฐบาล ความสัมพันธ์ขององค์กรกับมหาวิทยาลัย และความสัมพันธ์ขององค์กรกับองค์กร การรับรู้ความเสี่ยงความเข้าใจในเนื้อหานวัตกรรมและสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนวัตกรรม พฤติกรรมนวัตกรรมนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ในการปฏิบัติงานขององค์กร ดังนั้นรัฐบาลควรให้โอกาสมากขึ้นสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทรัพยากรทางสังคมและสภาพแวดล้อมนวัตกรรม พบว่าปัจจัยหลักที่ทำให้ประสิทธิภาพขององค์กรเป็นนวัตกรรมคือสิ่งต่อไปนระบบการจัดการและนวัตกรรมในการผลิต วิเคราะห์ความสัมพันธ์จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จำนวน 16 คนและสร้างแบบจำลองเชิงตรรกะ ซึ่งเสริมคุณค่าและเสริมทฤษฎีของพฤติกรรมนวัตกรรมของผู้ประกอบการและสามารถให้การสนับสนุนทางทฤษฎีสำหรับพฤติกรรมนวัตกรรมของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รูปแบบคือการแสดงอิทธิพลของพฤติกรรมนวัตกรรมที่มีต่อผู้ประกอบการและองค์กรรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบประกอบด้วยพฤติกรรมของนวัตกรรมใหม่ ผู้ประกอบการรุ่น 4 มิติ ความสามารถด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ จิตวิญญาณของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ทุนทางสังคมและสภาพแวดล้อมในสถานประกอบการ

Mohammad (2019) ได้ศึกษาเรื่อง ผู้ประกอบการด้านการตลาด: ความสัมพันธ์ด้านสังคมในองค์กรการศึกษาที่หายไป โดยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการด้านการตลาด สำหรับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร การจัดการ การจัดหาเงินทุน การตลาดเพื่อสังคม การตลาดบริการ การตลาดเชิงสัมพันธ์และการตลาดเพื่อผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ากิจการทางสังคมช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับผู้ประกอบการด้านการตลาด 4 ด้านคือ 1) การแข่งขันในตลาด 2) ความพยายามตั้งโครงสร้างทางการเงิน 3) การจ้างอาสาสมัคร 4) การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการด้านการตลาดไม่ได้เป็นปรากฏการณ์มิติเดียว แต่เป็นเครื่องมือเนกประสงค์ที่อยู่ใกล้มือกิจการเพื่อสังคม จุดที่น่าสนใจในการค้นพบคือการศึกษาวิจัยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาพบว่าแนวทางของ EM กำลังเติบโตขึ้นในหมู่สังคมวิชาการและการประยุกต์ใช้ควรได้รับการแนะนำปรับปรุงคุณภาพอย่างเหมาะสม กิจการเพื่อสังคมต้องเสริมความสามารถในการแสวงหาโอกาส เพื่อประสิทธิภาพที่ดีขึ้นในตลาดและหาแนวทางใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์มากขึ้น

Park (2014) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลาง (SMEs) ของการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีแห่งชาติเป็นการวิจัยเชิงพัฒนา (R&D) คำถามการวิจัย เงินอุดหนุนของรัฐบาลก่อให้เกิดความแตกต่างด้านประสิทธิภาพความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา ประสิทธิภาพของรัฐบาลที่สนับสนุนโครงการวิจัยและพัฒนา การวิเคราะห์ข้อมูลและการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบไม่มีพารามิเตอร์ แบบทดสอบ Kruskal-Wallis (KW) นำมาใช้เพื่อหาประสิทธิภาพที่แตกต่างระหว่างการทำงานร่วมกันแบบวิจัยเชิงพัฒนา และเงินอุดหนุนวิจัยของรัฐบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาพบว่า 1) ตรงข้ามกับสมมติฐาน เมื่อผู้วิจัยสามารถ

ควบคุมอิทธิพล เงินอุดหนุนการวิจัยและพัฒนาของรัฐบาลโดยไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติการทำงานร่วมกันแบบวิจัยเชิงพัฒนา อย่างไรก็ตามการทำงานร่วมกันแบบวิจัยเชิงพัฒนาในห้องปฏิบัติการ SMEs ของมหาวิทยาลัย ได้คำมัธยฐานที่ใหญ่ที่สุดและช่วงพิสัยระหว่างควอไทล์ที่เล็กที่สุดของคะแนนประสิทธิภาพ

Ekinci et al (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจผู้ประกอบการและการเติบโตของธุรกิจ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาอัตลักษณ์และแนวโน้มก่อนและระหว่างการเติบโตของธุรกิจ โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ 6 รายและใช้แนวทางการตีความโดยใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนผ่านของ Van Gennep เพื่อสำรวจความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญหลังจากเริ่มต้นธุรกิจและระหว่างการเติบโตของธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การเติบโตของธุรกิจมีผลต่อความท้าทายตัวตนของผู้ประกอบการเอง เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายส่วนตัวและบรรลุเป้าหมายในตนเอง อัตลักษณ์เหล่านี้ประกอบด้วยอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการ ผู้จัดการบุคคลและสังคม แต่ละบุคคลมีบทบาทที่ต่างกันในการวิจัย ผลกระทบของการวิจัยสำหรับผู้ประกอบการและผู้กำหนดนโยบาย ผู้วิจัยแนะนำให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจร่วมกัน หรือมีส่วนร่วมมีการสนับสนุนส่วนบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาที่มีแรงกดดันสูงและซับซ้อน ไม่แน่นอนของธุรกิจ

Jian et al (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างธุรกิจนวัตกรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ : หลักฐานจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของจีน ในช่วงปี 2521-2560 ผลกระทบของผู้ประกอบการที่มีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในบริบทของการเปลี่ยนแปลงของจีนจากการวางแผนจากส่วนกลางไปสู่เศรษฐกิจที่มุ่งเน้นตลาด โดยผู้ประกอบการแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การสร้างธุรกิจและนวัตกรรม ผลการประเมินข้อมูลการสำรวจความคิดเห็น แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการทั้งสองประเภทมีผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราการเติบโตของ GDP ต่อหัวของจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอัตราการเติบโตต่อปีของ GDP ต่อหัวจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.75 – 1.625 หากผู้ประกอบการการสร้างธุรกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 นวัตกรรมมีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ล่าช้า อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจประจำปีจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.05 – 0.188 หากนวัตกรรมในช่วงสุดท้ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เมื่อผู้ประกอบการสร้างธุรกิจเพิ่มขึ้น ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอัตราการเติบโตรายปีจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.53 - 3.32 และเมื่อผู้ประกอบการด้านนวัตกรรม (ช่วงสุดท้าย) เพิ่มขึ้น ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอัตราการเติบโตต่อปีจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.03-0.12 ผลลัพธ์มีประสิทธิภาพแม้ว่าเราจะควบคุมตัวแปรอิสระชุดต่าง ๆ ประสบการณ์การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาของจีนแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลที่เข้มแข็งไม่ขัดแย้งกับบทบาทของผู้ประกอบการและตลาดเสรี

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรเพื่อใช้ทดสอบนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ดังนี้

ตาราง 1 การกำหนดตัวแปร

ตัวแปร	นิยาม
1. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม (DTT)	การใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชน ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศ เพื่อพัฒนาสินค้าวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการออกแบบสินค้านวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่เสมอ (Evans, 2009; Najda-Janoszka and Kopera, 2014; ชุตินา วัฒนาผาสุขกุล, 2550)
2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูล เผยแพร่ข้อมูล (ADI)	การใช้ระบบสารสนเทศในการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจวิสาหกิจชุมชนของผู้ประกอบการ ใช้ระบบสื่อสารโทรคมนาคม ในการติดต่อสื่อสาร เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของธุรกิจเพื่อให้ลูกค้าทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (Evans, 2009; Huang, 2014; บุริม โอทกานนท์, 2562; ชุตินา วัฒนาผาสุขกุล, 2550)
3. การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ECT)	การค้นหาข้อมูลสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้ประกอบการผ่านระบบออนไลน์ สั่งซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก สามารถชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การชำระเครดิตการ์ดผ่านอินเทอร์เน็ต การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ เป็นต้น ส่งมอบสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ลูกค้าสั่งซื้อผ่านออนไลน์ มีการให้บริการหลังการขายโดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Salwani et al., 2009; Divisekera and Nguyen, 2018; He and Bakht, 2018)
4. การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน (BDI)	การนำนวัตกรรมบริการเข้ามาขับเคลื่อนกิจกรรมของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดได้อย่างเหมาะสม นำความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่มาใช้ขับเคลื่อนกิจกรรมของสถานประกอบการให้เกิดการพัฒนาก้าวหน้าอย่างยั่งยืน นำวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนและในสถานประกอบการที่มีอยู่ให้สูงขึ้น (กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1, 2564; Najda-Janoszka and Kopera, 2014; สุธีรา อะทะวงษา, 2556; บุริม โอทกานนท์, 2562)
5. การส่งเสริมและ	การส่งเสริมและสนับสนุนการใช้สารสนเทศ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และ

ตาราง 1 (ต่อ)

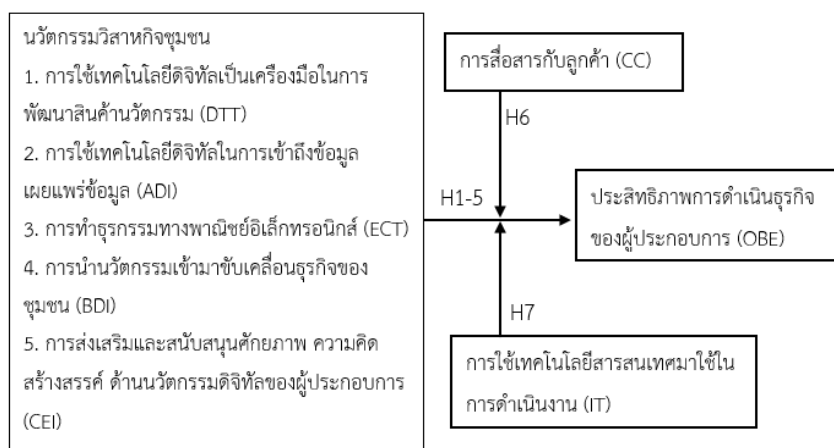
ตัวแปร	นิยาม
<p>สนับสนุนศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรมดิจิทัล ของผู้ประกอบการ (CEI)</p>	<p>พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต เป็นต้น มาสร้างสรรค์สินค้าของชุมชน ให้มีความสำคัญกับการแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ และการสร้างสินค้าใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า ใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ ตี๊กต็อก เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด นำเอาวิธีการใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการดำเนินงาน โดยพยายามเรียนรู้และใช้ความคิดสร้างสรรค์และการใช้นวัตกรรมให้เหมาะสม (Evans, 2009; Sandybayev and Republic, 2016; จุริวรรณ จันทลา และคณะ, 2554; โอบาส พานิชชีวะกุล, 2553; บุริม โอทกานนท์, 2562)</p>
<p>6. การสื่อสารกับ ลูกค้า (CC)</p>	<p>การติดต่อลูกค้า การประสานงานกับลูกค้า ด้วยความตั้งใจอย่างสม่ำเสมอ ให้ข้อมูลข่าวสารของสถานประกอบการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรืออัปเดตข้อมูลข่าวสารใหม่ให้ลูกค้ารับทราบ มีการสื่อสารที่ดีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสานกันได้เป็นอย่างดี (Huang, 2014; Schloffler et al., 2015; Scarborough and Zimmerer, 1996; สวลี วงศ์ไชยา และพิชญาดา พันผา, 2560)</p>
<p>7. การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศมาใช้ในการ ดำเนินงาน (IT)</p>	<p>การใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ช่วยจัดเก็บและประมวลผลข้อมูล และอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงานมีเครื่องมือและอุปกรณ์ สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศที่มีการวางแผนจัดการอย่างเป็นระบบ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ใช้ระบบสื่อสารโทรคมนาคม มาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นำข้อมูลความต้องการของลูกค้ามาวิเคราะห์ และปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Evans, 2009; Huang, 2014; ชุตินา วัฒนาผาสกุล, 2550)</p>
<p>8. ประสิทธิภาพการ ดำเนินธุรกิจของ ผู้ประกอบการโดยรวม (OBE)</p>	<p>ความรวดเร็วในการให้บริการมุ่งมั่นที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีการให้บริการหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความสามารถในการลดต้นทุนในการผลิต บริหารจัดการวัสดุเหลือใช้น้อยที่สุด วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอกับกระบวนการผลิตทำให้ของเสีย</p>

ตาราง 1 (ต่อ)

ตัวแปร	นิยาม
	<p>ลดลง จัดสรรรายได้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุน ความสามารถในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จัดสรรทรัพยากรเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด มีการนำทรัพยากรมาหมุนเวียนใช้ใหม่เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า และสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ และประสิทธิภาพโดยรวมของการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว การเจริญเติบโตของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน ยอดขายมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าปีที่ผ่านมา มีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อมุ่งหวังให้สถานประกอบการมีกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Kalai, 1990; Alexander et al., 2020; Kim and Suh, 2011; Farrell, 1957; Bouncken et al., 2021; ฐิติวรรณ ลาสอน, 2552; Chittithaworn et al., 2011; Pletnev and Barkhatov, 2016)</p>

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ผู้วิจัยได้ใช้ กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างเครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดการกระทำกับข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ภาคบริการจำนวน 4,355 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

ตาราง 2 ประเภทวิสาหกิจชุมชน

ประเภทวิสาหกิจชุมชน	จำนวน
1. ภาคการค้า	2,550
2. ภาคการบริการ	4,355
3. ภาคการผลิต	33,817
4. ภาคการเกษตร	44,714
รวม	85,436

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2563)

การกำหนดขนาดตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนจากประชากรภาคบริการจำนวน 4,355 ราย โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Bronfenbrenner, 1955) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ทราบขนาดประชากรอย่างแน่นอน ได้ขนาดตัวอย่างดังนี้

สูตร

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)} \quad (1)$$

เมื่อ

 n แทน ขนาดตัวอย่างที่ต้องการ N แทน ขนาดของประชากร e แทน ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

$$n = \frac{4355}{1+(4355(0.05)^2)}$$

$$n = 366.58 \approx 400$$

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง สุ่มแบบสอบถามใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อยๆ หรือแบ่งเป็นชั้นภูมิตามจังหวัด แล้วสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากรจากระเบียบฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผู้วิจัยเลือกพื้นที่วิจัยนี้เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นธุรกิจทางด้านการเกษตร การค้าปลีก ค้าส่งและการบริการ นอกจากนี้ยังมีการนำเข้า ส่งออกสินค้าโดยเฉพาะสินค้าการเกษตร เนื่องจากกลุ่มจังหวัดมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน การขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดมีการขยายตัวอย่างช้า ๆ เนื่องจากความแตกต่างกันของขนาดเศรษฐกิจและทรัพยากรภายในกลุ่มจังหวัด นอกจากนี้แล้วกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน มีชัยภูมิที่โดดเด่นในการเป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อประตูสู่ออาเซียนไปยังประเทศลาว มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกมีการผสมผสานเรื่องราวของประวัติศาสตร์อารยธรรม ประเพณี วัฒนธรรม เข้ากับการท่องเที่ยวเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวสร้างจุดขายที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มจังหวัดและสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว สินค้าและบริการอยู่ในเขตเมืองมากกว่าเขตชนบท มีสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกัน อีกทั้งมีจำนวนประชากรวิสาหกิจชุมชนมากกว่าภูมิภาคอื่น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยเรื่องผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 คือแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ด้านการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดหรือที่ตั้งสถานประกอบการ ประเภทวิสาหกิจชุมชน รูปแบบธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และทุนในการดำเนินงาน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ จำนวน 27 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ความรวดเร็วในการให้บริการ จำนวน 5 ข้อ การลดต้นทุนในการผลิต จำนวน 4 ข้อ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน จำนวน 4 ข้อ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จำนวน 3 ข้อ คุณภาพสินค้าจากการผลิต จำนวน 3 ข้อ และการเจริญเติบโตของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ จำนวน 17 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม จำนวน 3 ข้อ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล จำนวน 2 ข้อ การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 4 ข้อ การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน จำนวน 3 ข้อ การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์และด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานของนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 2 ข้อ

การสร้างเครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม และจัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมายและสมมุติฐานในการวิจัย
3. นำแบบรายการประเมินเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษา และครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย และปรับปรุงตามคำแนะนำ

4. นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย

4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ เจริญราษฎร์ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

4.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพล วิแสง อาจารย์ประจำคณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ อาจารย์ประจำคณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4.4 อาจารย์ ดร.พงศธร ตันตระบัณฑิตย์ อาจารย์ประจำคณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4.5 อาจารย์ ดร.กานันต์ กิจระการ อาจารย์ประจำคณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม ตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมของ เนื้อหางานวิจัย แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป เป็นรายการ ประเมินที่มีความเหมาะสมแล้วปรับปรุงแก้ไข จากข้อคำถามทั้งหมด 47 ข้อพบว่ามีข้อคำถามที่อยู่ เหมาะสม จำนวน 43 ข้อ ที่มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.67 ผู้วิจัยจึงได้เลือกข้อคำถามที่เหมาะสม ไปออกแบบเครื่องมือวิจัย

สูตรคำนวณค่า IOC

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (2)$$

เมื่อ

IOC แทน ความสอดคล้องของข้อคำถาม

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง ดังนี้

+1 = ข้อคำถามมีความเหมาะสม

0 = ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

-1 = ข้อคำถามไม่มีความเหมาะสม

5. นำแบบประเมินที่ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ มาสร้างเป็นแบบสอบถามเป็นแบบมาตรประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) กำหนดค่าเฉลี่ยไว้ 5 ระดับ และได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้ (ไชยยศ เรืองสุวรรณ, 2533)

4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง มาก

2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย

1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

6. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

6.1 นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญไปทดสอบใช้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

6.2 การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ค่าอำนาจจำแนกที่ถือว่าข้อคำถามนั้นมีอำนาจจำแนกใช้ได้ ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป

6.3 การหาค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

วิธีการครอนบาค (Cronbach Method) หรือวิธีการสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient: α) เป็นการปรับปรุงการวัดความเชื่อมั่นจากวิธี KR20 และ KR21 เนื่องจากทั้ง 2 วิธีนั้น สามารถใช้วัดความเชื่อมั่นได้เฉพาะกรณีที่เป็นแบบสอบถามที่ให้คะแนนเป็น 0 หรือ 1 ดังนั้นสัมประสิทธิ์ครอนบาคไม่จำเป็นต้องให้คะแนนเป็น 0 หรือ 1 เสมอไป จึงเป็นวิธีการที่เหมาะสมกับแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ที่ให้คะแนนแต่ละข้อเป็น 1, 2, 3, 4 และ 5 สำหรับค่าความเชื่อมั่นแทนด้วย α

โดยที่

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S^2} \right) \quad (3)$$

เมื่อ

S_i^2 และ S^2 แทนความแปรปรวนเป็นรายข้อและความแปรปรวนรวมของแบบสอบถามตามลำดับ และ k แทนจำนวนข้อในแบบสอบถามโดยที่ α ที่มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1

ในงานวิจัยนี้ค่าแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) มีความสัมพันธ์กับจำนวนข้อในแบบสอบถาม ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.878 ซึ่งมากกว่า 0.70 ถือว่านำไปใช้ได้ (Cortina, 1993)

การแปลความหมายระดับความเที่ยงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.9 แปลความหมายว่า ระดับความเที่ยงดีมาก
 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.8 แปลความหมายว่า ระดับความเที่ยงดี
 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.7 แปลความหมายว่า ระดับความเที่ยงพอใช้
 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.6 แปลความหมายว่า ระดับความเที่ยงค่อนข้างพอใช้
 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.5 แปลความหมายว่า ระดับความเที่ยงต่ำ
 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาน้อยกว่า หรือ เท่ากับ 0.5 แปลความหมายว่า ระดับความเที่ยงไม่สามารถรับได้

7. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ จากนั้นจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย พร้อมตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสารเตรียมนำส่งทางไปรษณีย์
2. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อขอข้อมูลและขอความร่วมมือในการดำเนินการวิจัย
3. ส่งแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ตั้งแต่วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2564 ตามที่อยู่ที่ได้รับจากกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจำนวน 400 ฉบับ ตามชื่อ ที่อยู่ ของวิสาหกิจชุมชน โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปด้วยพร้อมกับแบบสอบถาม ซึ่งกำหนดให้ส่งแบบสอบถามกลับมาภายใน 15 วันหลังจากที่ได้รับแบบสอบถาม
4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้งหมด
5. ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับ

การจัดกระทำกับข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 – 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 - 6 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว การสื่อสารกับลูกค้า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานด้วยสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการวิจัย การแปลความหมายการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

- | | |
|----------------------------|------------------|
| ระดับความคิดเห็นมากที่สุด | กำหนดให้ 5 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นมาก | กำหนดให้ 4 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นปานกลาง | กำหนดให้ 3 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อย | กำหนดให้ 2 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด | กำหนดให้ 1 คะแนน |

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบในแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 7 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนและการทดสอบค่าอิทธิพล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Best and Kahn, 1998)

0.00 - 0.20 แปลความหมายว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

0.21 - 0.40 แปลความหมายว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

0.41 - 0.60 แปลความหมายว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

0.61 - 0.80 แปลความหมายว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

0.81 - 1.00 แปลความหมายว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

2.1 การหาค่าจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation

2.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของข้อมูล (Reliability Test) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มากกว่า 0.70 (Cortina, 1993) และความสัมพันธ์รายข้อไม่ต่ำกว่า 0.20 จึงถือว่ายอมรับได้ (Hwang, 2000)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบคุณลักษณะของตัวแปรคือการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test)

4. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

4.1 t-test

4.2 F-test (ANOVA และ MANOVA)

4.3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)

4.4 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

χ	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
OBE	แทน ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ (Operator Business Efficiency)
CC	แทน การสื่อสารกับลูกค้า (Customer Communication)
IT	แทน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน (Information Technology Used)
TCI	แทน นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (Tourism Community Enterprise Innovation)
DTT	แทน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม (Using Digital Technology as a Tool)
ADI	แทน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล (Access and Disseminate Information)
ECT	แทน การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce Transactions)
BDI	แทน การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน (Business-Driven Innovation)
CEI	แทน การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ (Creative Entrepreneur's Digital Innovation)

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 การศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 การศึกษานวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 การศึกษาการสื่อสารกับลูกค้า

ตอนที่ 6 การศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย

การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ทั้งหมด 327 คน ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ด้านการเป็นผู้ประกอบการ ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 3

ตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	136	41.6
1.2 หญิง	191	58.4
รวม	327	100.0
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	14	4.3

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2.2 30 – 40 ปี	17	5.2
2.3 41 – 50 ปี	127	38.8
2.4 มากกว่า 50 ปี	169	51.7
รวม	327	100.0
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	59	18.0
3.2 สมรส	236	72.2
3.3 หม้าย/หย่าร้าง	32	9.8
รวม	327	100.0
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	325	99.4
4.2 ปริญญาตรี	2	0.6
รวม	327	100.0
5. ประสบการณ์ด้านการเป็นผู้ประกอบการ		
5.1 น้อยกว่า 5 ปี	117	35.8
5.2 5 – 10 ปี	147	45.0
5.3 11 – 15 ปี	31	9.5
5.4 มากกว่า 15 ปี	32	9.8
รวม	327	100.0

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 พบว่า

1. เพศ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงจำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.4 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.6 ตามลำดับ

2. อายุ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปจำนวน 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 127

ราย คิดเป็นร้อยละ 38.8 อายุระหว่าง 30 – 40 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.2 และอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

3. สถานภาพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส จำนวน 236 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาคือสถานะภาพโสดจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 18 มีสถานภาพหม้าย/ หย่าร้าง จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

4. ระดับการศึกษา ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 325 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.4 และระดับปริญญาตรี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

5. ประสบการณ์ด้านการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ด้านการเป็นผู้ประกอบการระหว่าง 5 - 10 ปี จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 45 มีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีประสบการณ์มากกว่า 15 ปี จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.8 และมีประสบการณ์ระหว่าง 11 – 15 ปี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทวิสาหกิจชุมชน รูปแบบธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำนวนพนักงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และทุนในการดำเนินงาน ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 4

ตาราง 4 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทวิสาหกิจชุมชน		
1.1 กลุ่มการผลิตสินค้า	313	95.7
1.2 กลุ่มการให้บริการ	14	4.3
รวม	327	100.0
2. รูปแบบธุรกิจ		
2.1 เจ้าของคนเดียว	106	32.4
2.2 ห้างหุ้นส่วน/กลุ่ม	220	67.3

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
2.3 บริษัทจำกัด	1	0.3
รวม	327	100.0
3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
3.1 น้อยกว่า 1 ปี	1	0.3
3.2 1 – 5 ปี	131	40.1
3.3 5 – 10 ปี	132	40.4
3.4 มากกว่า 10 ปี	63	19.3
รวม	327	100.0
4. จำนวนพนักงาน		
4.1 1 – 10 คน	201	61.5
4.2 11 – 20 คน	67	20.5
4.3 21 – 30 คน	14	4.3
4.4 มากกว่า 30 คน	45	13.8
รวม	327	100.0
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5.1 น้อยกว่า 30,000 บาท	312	95.4
5.2 30,000 – 50,000 บาท	15	4.6
5.3 50,001 – 100,000 บาท	0	0.0
5.4 มากกว่า 100,000 บาท	0	0.0
รวม	327	100.0
6. ทุนในการดำเนินงาน		
6.1 น้อยกว่า 10,000 บาท	179	54.7
6.2 10,000 – 50,000 บาท	91	27.8
6.3 50,001 – 100,000 บาท	42	12.8
6.4 มากกว่า 100,000 บาท	15	4.6
รวม	327	100.0

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว พบว่า

1. ประเภทวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มการผลิตสินค้าจำนวน 313 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.7 และกลุ่มการให้บริการ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

2. รูปแบบธุรกิจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบธุรกิจห้างหุ้นส่วน/กลุ่ม จำนวน 220 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมาคือรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.4 และรูปแบบธุรกิจบริษัทจำกัดจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในช่วง 5 – 10 ปี จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือระยะ 1 – 5 ปี จำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.1 มากกว่า 10 ปี จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

4. จำนวนพนักงาน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนพนักงาน 1 – 10 คน จำนวน 201 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือพนักงาน 11 – 20 คน จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.5 พนักงานมากกว่า 30 คน จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 พนักงาน 21 – 30 คน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท จำนวน 312 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.4 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

6. ทุนในการดำเนินงาน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีทุนในการดำเนินงานน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ 10,000 – 50,000 บาท จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 ทุนในการดำเนินงานระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.8 ทุนในการดำเนินงานมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

การศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ (Operator Business Efficiency: OBE) แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความ

รวดเร็วในการให้บริการ 2) การลดต้นทุนในการผลิต 3) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า 4) คุณภาพสินค้าจากการผลิต และ 5) ประสิทธิภาพการเจริญเติบโตของธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 5 – 10

ตาราง 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโดยรวม

ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.28	0.54	ปานกลาง
2. การลดต้นทุนในการผลิต	3.55	0.51	มาก
3. การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	4.10	0.57	มาก
4. คุณภาพสินค้าจากการผลิต	3.40	0.78	ปานกลาง
5. ประสิทธิภาพการเจริญเติบโตของธุรกิจ	3.54	0.72	มาก
โดยรวม	3.57	0.38	มาก

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวพบว่าข้อมูลความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D.= 0.38) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ($\bar{x} = 4.10$, S.D.= 0.57) 2) การลดต้นทุนในการผลิต ($\bar{x} = 3.55$, S.D.= 0.51) 3) ประสิทธิภาพการเจริญเติบโตของธุรกิจ ($\bar{x} = 3.54$, S.D.= 0.72) 4) คุณภาพสินค้าจากการผลิต ($\bar{x} = 3.40$, S.D.= 0.78) และ 5) ความรวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.28$, S.D.= 0.54) ตามลำดับ

ตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการ

ความรวดเร็วในการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.17	0.72	มาก
2. ท่านใช้ระบบขนส่งที่มีคุณภาพ มีการรับประกันสินค้าเพื่อเพิ่มความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการ	3.30	0.97	ปานกลาง

ตาราง 6 (ต่อ)

ความรวดเร็วในการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3. ท่านมีการให้บริการหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	3.32	0.99	ปานกลาง
4. ท่านมีการติดตามผลหลังจากลูกค้าได้รับการบริการแล้วภายใน 1 สัปดาห์	2.30	0.90	น้อย
5. การบริการโดยภาพรวมมีความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	3.33	0.64	ปานกลาง
โดยรวม	3.28	0.54	ปานกลาง

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการ พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 0.54) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) ความมุ่งมั่นที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.72) 2) การบริการโดยภาพรวมมีความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 3.33$, S.D. = 0.64) 3) การให้บริการหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 3.32$, S.D. = 0.99) 4) ใช้ระบบขนส่งที่มีคุณภาพมีการรับประกันสินค้าเพื่อเพิ่มความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.30$, S.D. = 0.97) และ 5) การติดตามผลหลังจากลูกค้าได้รับการบริการแล้วภายใน 1 สัปดาห์ ($\bar{x} = 2.30$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ตาราง 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนในการผลิต

การลดต้นทุนในการผลิต	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านมีการบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้น้อยที่สุด วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอกับกระบวนการผลิตทำให้ของเสียลดลง	3.31	0.76	ปานกลาง
2. จัดสรรรายได้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุน รวมถึงการรักษาบุคลากรคุณภาพให้เป็น	3.60	0.65	มาก

ตาราง 7 (ต่อ)

การลดต้นทุนในการผลิต	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ทรัพยากรองค์กรให้นานที่สุด			
3. จัดหาวัสดุและเครื่องมือต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการปฏิบัติงาน รวมถึงการจัดการอาคารและสถานที่ปฏิบัติงานให้เอื้อต่อการทำงานที่เพิ่มผลผลิตได้	4.18	0.71	มาก
4. ออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มผลผลิต โดยวิธีประหยัด ทำให้การปฏิบัติงานสะดวกและเหนื่อยน้อยที่สุดและลดระยะเวลาทำงานสั้นลง	3.12	0.98	ปานกลาง
โดยรวม	3.55	0.51	มาก

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนในการผลิตพบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดต้นทุนในการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D.= 0.51) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การจัดหาวัสดุและเครื่องมือต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการปฏิบัติงานรวมถึงการจัดการอาคารและสถานที่ปฏิบัติงานให้เอื้อต่อการทำงานที่เพิ่มผลผลิตได้ ($\bar{X} = 4.18$, S.D.= 0.71) 2) จัดสรรรายได้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุนรวมถึงการรักษาบุคลากรคุณภาพให้เป็นทรัพยากรองค์กรให้นานที่สุด ($\bar{X} = 3.60$, S.D.= 0.65) 3) การบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้ให้น้อยที่สุดวางแผนจัดซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอกับกระบวนการผลิตทำให้ของเสียลดลง ($\bar{X} = 3.31$, S.D.= 0.76) และ 4) ออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มผลผลิตโดยวิธีประหยัดทำให้การปฏิบัติงานสะดวกและเหนื่อยน้อยที่สุดและลดระยะเวลาทำงานสั้นลง ($\bar{X} = 3.12$, S.D.= 0.98) ตามลำดับ

ตาราง 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านจัดสรรสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	4.72	0.46	มากที่สุด
2. สถานประกอบการของท่านให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด	3.84	0.87	มาก
3. สถานประกอบการของท่านมีการนำทรัพยากรมาหมุนเวียนใช้ใหม่เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า	3.76	0.97	มาก
โดยรวม	4.10	0.57	มาก

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าพบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D.= 0.57) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การจัดสรรสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.72$, S.D.= 0.46) 2) สถานประกอบการของท่านให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$, S.D.= 0.87) และ 3) สถานประกอบการของท่านมีการนำทรัพยากรมาหมุนเวียนใช้ใหม่เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า ($\bar{X} = 3.76$, S.D.= 0.97) ตามลำดับ

ตาราง 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าจากการผลิต

คุณภาพสินค้าจากการผลิต	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ท่านใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยหรือเครื่องจักรกลมาใช้ในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ	3.02	0.91	ปานกลาง
2. ท่านมีการทดสอบคุณภาพของสินค้าทุกครั้งก่อนมอบให้ลูกค้าและสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	3.38	0.98	ปานกลาง
3. กิจการเลือกซื้อวัตถุดิบ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์จากแหล่งที่มีคุณภาพมาใช้ในการผลิต	3.81	0.99	มาก
โดยรวม	3.40	0.78	ปานกลาง

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าจากการผลิตพบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าจากการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.40, S.D.= 0.78) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) กิจการเลือกซื้อวัตถุดิบชิ้นส่วนและอุปกรณ์จากแหล่งที่มีคุณภาพมาใช้ในการผลิต (\bar{X} = 3.81, S.D.= 0.99) 2) การทดสอบคุณภาพของสินค้าทุกครั้งก่อนมอบให้ลูกค้าและสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ (\bar{X} = 3.38, S.D.= 0.98) และ 3) ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยหรือเครื่องจักรกลมาใช้ในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ (\bar{X} = 3.02, S.D.= 0.91) ตามลำดับ

ตาราง 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพโดยรวมของการเจริญเติบโตของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน

ประสิทธิภาพโดยรวมการเจริญเติบโตของธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ยอดขายในปีนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าปีที่ผ่านมา	3.36	0.99	ปานกลาง
2. จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.58	0.99	มาก
3. กิจการของท่านมีการวางแผน การลงทุนจัดหาจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มคุณภาพและผลผลิตให้สูงขึ้น	3.70	0.55	มาก
โดยรวม	3.54	0.72	มาก

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการเจริญเติบโตของธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.54, S.D.= 0.72) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) กิจการมีการวางแผน การลงทุนจัดหาจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มคุณภาพและผลผลิตให้สูงขึ้น (\bar{X} = 3.70, S.D.= 0.55) 2) จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (\bar{X} = 3.58, S.D.= 0.99) และ 3) ยอดขายในปีนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าปีที่ผ่านมา (\bar{X} = 3.36, S.D.= 0.99) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การศึกษานวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม 2) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล 3) การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 4) การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน และ 5) การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตาราง 11 – 16

ตาราง 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยรวม

นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม	2.85	0.48	ปานกลาง
2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล	2.75	0.73	ปานกลาง
3. การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.07	0.79	ปานกลาง
4. การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน	2.85	0.51	ปานกลาง
5. การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ	3.07	0.57	ปานกลาง
โดยรวม	2.92	0.40	ปานกลาง

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.92$, S.D. = 0.40) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 0.79) 2) การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 0.57) 3) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.48) 4) การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.51) และ 5) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล ($\bar{X} = 2.75$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้า นวัตกรรม	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. สถานประกอบการของท่านใช้เทคโนโลยีด้าน คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้า วิสาหกิจชุมชน	2.65	0.73	ปานกลาง
2. ท่านใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ท่านสมัยมาช่วยในการ พัฒนาสินค้าวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ สูงสุด	2.60	0.68	ปานกลาง
3. ท่านใช้โปรแกรมกราฟิกด้านคอมพิวเตอร์ในการ ออกแบบสินค้านวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนเพื่อดึงดูดความ สนใจของลูกค้าอยู่เสมอ	3.33	0.64	ปานกลาง
โดยรวม	2.85	0.48	ปานกลาง

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็น
เครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.85$, S.D. = 0.48)
เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การใช้
โปรแกรมกราฟิกด้านคอมพิวเตอร์ในการออกแบบสินค้านวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนเพื่อดึงดูดความ
สนใจของลูกค้าอยู่เสมอ ($\bar{x} = 3.33$, S.D. = 0.64) 2) สถานประกอบการของท่านใช้เทคโนโลยีด้าน
คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชน ($\bar{x} = 2.65$, S.D. = 0.73) และ 3) การใช้
เทคโนโลยีสารสนเทศที่ท่านสมัยมาช่วยในการพัฒนาสินค้าวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ
สูงสุด ($\bar{x} = 2.60$, S.D. = 0.68) ตามลำดับ

ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านใช้คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต อย่างใดอย่างหนึ่งในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจวิสาหกิจชุมชนของ ท่าน	2.63	0.77	ปานกลาง
2. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตราแกรม อย่างใดอย่างหนึ่งในการติดต่อสื่อสาร และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของธุรกิจของท่านเพื่อให้ ลูกค้าทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	2.87	0.85	ปานกลาง
โดยรวม	2.75	0.73	ปานกลาง

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.75$, S.D. = 0.73) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตราแกรม อย่างใดอย่างหนึ่งในการติดต่อสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของธุรกิจของท่านเพื่อให้ลูกค้าทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 2.87$, S.D. = 0.85) 2) การใช้คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต อย่างใดอย่างหนึ่งในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจวิสาหกิจชุมชน ($\bar{X} = 2.63$, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ตาราง 14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบ ออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น	3.14	0.98	ปานกลาง
2. ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ได้ เช่น การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ เป็นต้น	3.20	0.95	ปานกลาง

ตาราง 14 (ต่อ)

การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3. สถานประกอบการของท่านส่งมอบสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ลูกค้าสั่งซื้อผ่านออนไลน์ได้	3.06	0.95	ปานกลาง
4. สถานประกอบการของท่านมีการให้บริการหลังการขายโดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	2.92	0.96	ปานกลาง
โดยรวม	3.07	0.79	ปานกลาง

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$, S.D.= 0.79) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ เช่น การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.20$, S.D.= 0.95) 2) ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ($\bar{X} = 3.14$, S.D.= 0.98) 3) สถานประกอบการของท่านส่งมอบสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ลูกค้าสั่งซื้อผ่านออนไลน์ได้ ($\bar{X} = 3.06$, S.D.= 0.95) และ 4) สถานประกอบการของท่านมีการให้บริการหลังการขายโดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 2.92$, S.D.= 0.96) ตามลำดับ

ตาราง 15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน

การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านนำนวัตกรรมบริการเข้ามาขับเคลื่อนกิจกรรมของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนด	2.68	0.63	ปานกลาง
2. ท่านนำความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่มาใช้ขับเคลื่อนกิจกรรมของสถานประกอบการให้เกิดการพัฒนาฯ	2.79	0.61	ปานกลาง
3. ท่านนำวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน และในสถานประกอบการที่มีอยู่ให้สูงขึ้น	3.10	0.58	ปานกลาง
โดยรวม	2.85	0.51	ปานกลาง

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมเข้ามา
 ขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 2.85, S.D.= 0.51) เมื่อจำแนกผลการ
 วิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการนำวิธีการใหม่ ๆ
 มาใช้ขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนและในสถานประกอบการที่มีอยู่ให้สูงขึ้น (\bar{X} = 3.10, S.D.= 0.58)
 2) ผู้ประกอบการนำความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่มาใช้ขับเคลื่อนกิจกรรมของสถานประกอบการให้เกิด
 การพัฒนาก้าวหน้าอย่างยั่งยืน (\bar{X} = 2.79, S.D.= 0.61) และ 3) การนำนวัตกรรมบริการเข้ามา
 ขับเคลื่อนกิจกรรมของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดได้อย่างเหมาะสม
 (\bar{X} = 2.68, S.D.= 0.63) ตามลำดับ

ตาราง 16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม
 ดิจิทัลของผู้ประกอบการ

การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านส่งเสริมและสนับสนุนการใช้สารสนเทศเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	2.88	0.92	ปานกลาง
2. ท่านส่งเสริมและสนับสนุนการใช้อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต เป็นต้น มาสร้างสรรค์สินค้าของชุมชน	2.91	0.93	ปานกลาง
3. ท่านให้ความสำคัญกับการแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ และการสร้างสินค้าใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า	3.47	0.75	ปานกลาง
4. ธุรกิจของท่านใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น เพจบุ๊ก อินสตราแกรม ไลน์ ตี๊กต็อก เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด	2.86	0.81	ปานกลาง
5. ท่านนำเอาวิธีการใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการดำเนินงาน โดยพยายามเรียนรู้และใช้ความคิดสร้างสรรค์และการใช้นวัตกรรมให้เหมาะสม	3.25	0.75	ปานกลาง
โดยรวม	3.07	0.57	ปานกลาง

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุน ศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.07, S.D. = 0.57) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การให้ความสำคัญกับการแสวงหาแนวทางใหม่ๆ และการสร้างสินค้าใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า (\bar{X} = 3.47, S.D. = 0.75) 2) การนำเอาวิธีการใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการดำเนินงานโดยพยายามเรียนรู้และใช้ความคิดสร้างสรรค์และการใช้นวัตกรรมให้เหมาะสม (\bar{X} = 3.25, S.D. = 0.75) 3) การส่งเสริมและสนับสนุนการใช้อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต เป็นต้น มาสร้างสรรค์สินค้าของชุมชน (\bar{X} = 2.91, S.D. = 0.93) 4) ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้สารสนเทศเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (\bar{X} = 2.88, S.D. = 0.92) และ 5) ธุรกิจของท่านใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ ทิกต็อก เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด (\bar{X} = 2.86, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การศึกษาการสื่อสารกับลูกค้า

การศึกษาการสื่อสารกับลูกค้าเป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า ประกอบด้วย 1) การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าด้วยความจริงใจ เปี่ยมด้วยรอยยิ้มและน้ำเสียงที่น่าฟังอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน 2) การสื่อสารระหว่างท่านกับลูกค้า เป็นไปอย่างต่อเนื่องทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการบริการ 3) ใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรือปรับปรุงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยให้ลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ 4) การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานประกอบการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกสัปดาห์ และ 5) การสื่อสารที่ดีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสานกันได้อย่างดีมีความผิดพลาดน้อยลง ดังตาราง 17

พหุ ประสิทธิภาพ

ตาราง 17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า

การสื่อสารกับลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านติดต่อสื่อสารกับลูกค้าด้วยความจริงใจ เปี่ยมด้วยรอยยิ้มและน้ำเสียงที่น่าฟังอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน	4.69	0.46	มากที่สุด
2. การสื่อสารระหว่างท่านกับลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการบริการ	4.65	0.56	มากที่สุด
3. ท่านใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรือปรับปรุงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยให้ลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ	3.05	0.99	ปานกลาง
4. ท่านให้ข้อมูลข่าวสารของสถานประกอบการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกสัปดาห์	2.96	0.94	ปานกลาง
5. ธุรกิจของท่านมีการสื่อสารที่ดีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสานกันได้เป็นอย่างดี มีความผิดพลาดน้อยลง	3.04	0.77	ปานกลาง
โดยรวม	3.67	0.49	มาก

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.49) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าด้วยความจริงใจ เปี่ยมด้วยรอยยิ้มและน้ำเสียงที่น่าฟังอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.46) 2) การสื่อสารระหว่างท่านกับลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่องทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการบริการ ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.56) 3) การใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรือปรับปรุงข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยให้ลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.05$, S.D. = 0.99) 4) การสื่อสารที่ดีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสานกันได้เป็นอย่างดีมีความผิดพลาดน้อยลง ($\bar{X} = 3.04$,

S.D.= 0.77) และ 5)การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานประกอบการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกสัปดาห์ (\bar{X} = 2.96, S.D.= 0.94) ตามลำดับ

ตอนที่ 6 การศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน

การศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานเป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 1) การกำหนดกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน 2) การใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ช่วยจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลและอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงาน 3) สถานประกอบการของท่านมีเครื่องมือและอุปกรณ์สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศที่มีการวางแผนจัดการอย่างเป็นระบบ และ 4) ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ร่วมกับการสนทนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นำข้อมูลความต้องการของลูกค้ามาวิเคราะห์ วางแผน และปรับปรุงกระบวนการทำงาน ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงบรรยายหรือเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) บรรยายสรุปลักษณะของกลุ่มข้อมูล ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ดังตาราง 18

ตาราง 18 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านกำหนดกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน	2.40	0.85	น้อย
2. ท่านใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ช่วยจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลและอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงาน	2.37	0.70	น้อย
3. สถานประกอบการของท่านมีเครื่องมือและอุปกรณ์สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศที่มีการวางแผนจัดการอย่างเป็นระบบ	2.35	0.55	น้อย

ตาราง

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ร่วมกับการสนทนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นำข้อมูลความต้องการของลูกค้ามาวิเคราะห์วางแผน และปรับปรุงการทำงาน	3.17	0.95	ปานกลาง
โดยรวม	2.57	0.44	ปานกลาง

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.57$, S.D. = 0.44) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ร่วมกับการสนทนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นำข้อมูลความต้องการของลูกค้ามาวิเคราะห์วางแผนและปรับปรุงกระบวนการทำงาน ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = 0.95) 2) การกำหนดกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ($\bar{X} = 2.40$, S.D. = 0.85) 3) การใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ช่วยจัดเก็บและประมวลผลข้อมูล และอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 2.37$, S.D. = 0.70) และ 4) สถานประกอบการของท่านมีเครื่องมือและอุปกรณ์สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศที่มีการวางแผนจัดการอย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 2.35$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว การศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารกับลูกค้าและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ตามที่ได้ตั้งสมมุติฐาน

จากสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้คือ

- H 1 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
- H 2 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
- H 3 การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
- H 4 การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
- H 5 การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
- H6a การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- H6b การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- H6c การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- H6d การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- H6e การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- H7a การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- H7b การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- H7c การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และประสิทธิภาพการดำเนินงาน

H7d การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

H7e การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในแต่ละข้อเป็นดังนี้

ตาราง 19 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
ท่องเที่ยว

ตัวแปร	DTT	ADI	ECT	BDI	CEI	OBE
DTT	1	0.099	0.307**	0.144**	0.102	0.037
ADI		1	0.497**	0.255**	0.155**	0.390**
ECT			1	0.285**	0.109**	0.431**
BDI				1	0.741**	0.394**
CEI					1	0.339**
OBE						1

* $P < 0.05$, ** $P < 0.01$

จากตารางที่ 19 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่าตัวแปรการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม (DTT) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับตัวแปรการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ECT) และการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน (BDI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูล เผยแพร่ข้อมูล (ADI) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับตัวแปรการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ECT) การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ (CEI) และประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว (OBE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับตัวแปรการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับตัวแปรการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ระดับต่ำเชิงบวกกับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้า นวัตกรรม และการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H1 H2 H3 และ H5

ตาราง 20 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ

Model-1	R	R Square	Adj. R Square	Std. Error
Enter	0.566 ^a	0.320	0.309	0.316

a. Predictors: (Constant), CEI, DTT, ADI, ECT, BDI

จากตารางที่ 20 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.566 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.320 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ด้านนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน พยากรณ์ต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ได้ร้อยละ 32 ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์มีค่า 0.316

ตาราง 21 แสดงความแปรปรวนที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Source of Variation	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	15.084	5	3.017	30.204	0.000*
Residual	32.062	321	0.100		
Total	47.147	326			

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรเกณฑ์กับตัวแปรพยากรณ์ด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในเชิงเส้นตรง ซึ่งสามารถนำไปสร้างเป็นสมการต่อไปได้

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ นวัตกรรมในแต่ละด้านพบว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ยกเว้นตัวแปรการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.037– 0.741 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ได้ดังนี้

$$OBE = 2.449 - 0.093_{DTT} + 0.093_{ADI} + 0.153_{ECT} + 0.125_{CEI}$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน

$$OBE = -0.118_{DTT} + 0.180_{ADI} + 0.319_{ECT} + 0.190_{CEI}$$

ซึ่งจากสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ นวัตกรรมแต่ละด้านกับตัวแปรตามประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวปรากฏผลดังตารางที่ 22

ตาราง 22 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย	ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ (OBE)				
	B	S.E.	Beta	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	2.449	0.143		17.066	0.000
1. การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม	-0.093	0.038	-0.118	-2.417	0.016
2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการ	0.093	0.028	0.180	3.343	0.001

ตาราง 22 (ต่อ)

ความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การ ถดถอย	ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ (OBE)				
	B	S.E.	Beta	t	Sig
3. การทำธุรกรรมทางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	0.153	0.027	0.319	5.593	0.000
4. การนำนวัตกรรมเข้ามา ขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน	0.099	0.054	0.133	1.841	0.067
5. การส่งเสริมและสนับสนุน ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้าน นวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ	0.125	0.046	0.190	2.739	0.007

* $P < 0.05$, $R^2 = 0.320$, $Adj. R^2 = 0.309$

จากตารางที่ 22 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว พบว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญกับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ในขณะที่การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมมีผลกระทบเชิงลบและสำคัญเพียงเล็กน้อยต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจและการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 23 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรทำนายประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจกับการใช้นวัตกรรม โดยมีการสื่อสารกับลูกค้าเป็นตัวแปรกำกับ

ความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การ ถดถอย	ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ (OBE)				
	B	S.E.	Beta	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	3.005	0.076		39.348	0.000
1. การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้า	-0.034	0.009	-0.242	-3.618	0.000

ตาราง 23 (ต่อ)

ความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การ ถดถอย	ประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจ (OBE)				
	B	S.E.	Beta	t	Sig
นวัตกรรม x การสื่อสารกับลูกค้า					
2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการ เข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล x การสื่อสารกับลูกค้า	0.013	0.007	0.123	1.719	0.008
3. การทำธุรกรรมทางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ x การสื่อสารกับ ลูกค้า	0.036	0.007	0.392	4.907	0.000
4. การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อน ธุรกิจของชุมชน x การสื่อสารกับ ลูกค้า	0.002	0.015	0.013	0.112	0.911
5. การส่งเสริมและสนับสนุน ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้าน นวัตกรรมดิจิทัล x การสื่อสาร กับลูกค้า	0.032	0.013	0.271	2.545	0.001

ตัวแปรตาม คือ OBE (p-value < 0.01) (n=327)

จากการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลในตารางที่ 23 ตัวแปรที่ใช้ทดสอบอิทธิพลของผลปฏิสัมพันธ์
คือนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน x การสื่อสารกับลูกค้า พบว่าการสื่อสารกับลูกค้าเป็นตัวแปรกำกับ แสดง
ว่าการสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็น
เครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล
การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้าน
นวัตกรรมดิจิทัลฯ กับประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p < 0.01)

ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H6a H6b H6c และ H6e สามารถเขียนสมการพยากรณ์ใน
รูปแบบคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$OBE = 3.005 - 0.034_{DTT \times CC} + 0.013_{ADI \times CC} + 0.036_{ECT \times CC} + 0.032_{CEI \times CC}$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน

$$OBE = -0.242_{DTT \times CC} + 0.123_{ADI \times CC} + 0.392_{ECT \times CC} + 0.271_{CEI \times CC}$$

แต่ผลการทดสอบ ปฏิเสธสมมติฐาน H6d ที่ว่าการสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการนำนวัตกรรมขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน และไม่สามารถสร้างสมการทำนายอิทธิพลกำกับของประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ แสดงว่าการสื่อสารกับลูกค้าไม่มีอิทธิพลกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างการนำนวัตกรรมขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ

ตาราง 24 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรทำนายประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจกับการใช้นวัตกรรม โดยมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานเป็นตัวแปรกำกับ

ความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย	ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ (OBE)				
	B	S.E.	Beta	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	3.172	0.068		46.609	0.000
1. การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้า นวัตกรรม x การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน	0.253	0.080	1.498	-6.181	0.002
2. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล x การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน	0.235	0.061	1.566	2.338	0.000
3. การทำธุรกรรมทางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ x การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน	0.200	0.048	1.659	5.022	0.000
4. การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน x การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน	0.232	0.065	1.404	1.085	0.000

ตาราง 24 (ต่อ)

ความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การ ถดถอย	ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OBE)				
	B	S.E.	Beta	t	Sig
5. การส่งเสริมและสนับสนุน ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้าน นวัตกรรมดิจิทัล x การใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศในการ ดำเนินงาน	0.205	0.065	1.308	1.466	0.002

ตัวแปรตาม คือ OBE (p-value < 0.05) (n=327)

จากการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลในตารางที่ 24 ตัวแปรที่ใช้ทดสอบอิทธิพลของผลปฏิสัมพันธ์
คือนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน x การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน พบว่าการใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศในการดำเนินงานเป็นตัวแปรกำกับ แสดงว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน
มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนา
สินค้านวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล การทำธุรกรรมทาง
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน การส่งเสริมและสนับสนุน
ศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลฯ กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p < 0.05)

ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ H7a H7b H7c H7d และ H7e สามารถเขียนสมการ
พยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$OBE = 3.172 + 0.253_{DTT \times IT} + 0.235_{ADI \times IT} + 0.200_{ECT \times IT} + 0.232_{BDI \times IT} + 0.205_{CEI \times IT}$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน

$$OBE = +1.498_{DTT \times IT} + 1.566_{ADI \times IT} + 1.659_{ECT \times IT} + 1.404_{BDI \times IT} + 1.308_{CEI \times IT}$$

ตาราง 25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้า นวัตกรรมมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	ยอมรับสมมติฐาน
H2 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	ยอมรับสมมติฐาน
H3 การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ใน ทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ท่องเที่ยว	ยอมรับสมมติฐาน
H4 การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนมี ความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	ปฏิเสธสมมติฐาน
H5 การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้าน นวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว	ยอมรับสมมติฐาน
H6a การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้า นวัตกรรมและประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H6b การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล และประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H6c การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ ระหว่างการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 25 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H6d การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนและประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ปฏิเสธสมมติฐาน
H6e การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H7a การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมและประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H7b การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลและประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H7c การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H7d การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนและประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
H7e การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมมีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 สามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรการสื่อสารกับลูกค้าที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์ด้านการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน 5 – 10 ปี
2. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นประเภทกลุ่มการผลิตสินค้าในรูปแบบห้างหุ้นส่วน/กลุ่ม ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5-10 ปี จำนวนพนักงาน 1-10 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท และใช้ทุนในการดำเนินงานน้อยกว่า 10,000 บาท

3. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว มีความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การลดต้นทุนในการผลิต การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การเจริญเติบโตของธุรกิจ การเจริญเติบโตของธุรกิจนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ 1) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม 2) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล 3) การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 4) การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน และ 5) การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นรายด้านพบว่า การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าด้วยความจริงใจ เปี่ยมด้วยรอยยิ้ม และน้ำเสียงที่น่าฟังอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน และการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่องทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการบริการมีระดับความสำคัญมากที่สุด

5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นรายด้านพบว่า การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ร่วมกับการสนทนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นำข้อมูลความต้องการของลูกค้ามาวิเคราะห์ วางแผน และปรับปรุงกระบวนการทำงานมีระดับความสำคัญปานกลาง

6. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่าการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ระดับต่ำเชิงบวกกับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้า

นวัตกรรม และการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H1 H2 H3 และ H5

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในแต่ละด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ยกเว้นตัวแปรการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ปฏิเสธสมมติฐานที่ 4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.037– 0.741 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ได้ดังนี้

$$OBE = 2.449 + 0.093_{DTT} + 0.093_{ADI} + 0.153_{ECT} + 0.125_{CEI}$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน

$$OBE = -0.118_{DTT} + 0.180_{ADI} + 0.319_{ECT} + 0.190_{CEI}$$

7. การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลของการสื่อสารกับลูกค้า พบว่าตัวแปรที่ใช้ทดสอบอิทธิพลของผลปฏิสัมพันธ์ คือ นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว x การสื่อสารกับลูกค้า ในภาพรวมมีอิทธิพลกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวและประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H6a – H6e

8. การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน พบว่าตัวแปรที่ใช้ทดสอบอิทธิพลของผลปฏิสัมพันธ์ คือ นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว x การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน สรุปได้ว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานเป็นตัวแปรกำกับ หรือมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวและประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H7a - H7e

อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลตามตัวแปรที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวพบว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการเป็นผู้ดำเนินงานเองเกือบทั้งหมด มีการสื่อสารและการควบคุมอย่างไม่เป็นทางการ

อำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ผู้ประกอบการเป็นหลัก (สุธีรา อะทะวงษา, 2556) ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของจันทรเพ็ญ ฤทธิรงค์ และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2559) ที่พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจที่ใช้โอกาสพื้นฐานในการดำเนินงานและพบว่ามีความแตกต่างกันตามอายุ และความรู้เฉพาะธุรกิจ ประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เงินลงทุน และมีข้อเสนอแนะว่าผู้ประกอบการควรเพิ่มจุดเด่นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า มีตรารับรองสินค้า มีความโดดเด่นเป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้ผู้ประกอบการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าให้ทั่วถึง และจากข้อมูลในงานวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ส่งเสริมพนักงานให้ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม อีกทั้งเคยมีการถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ร้อยละ 51.85 เช่นเดียวกับผลการวิจัยของมิ่งขวัญ บุญรอด (2561) พบว่านวัตกรรมสินค้าและนวัตกรรมการบริหารจัดการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตตินันต์ พิศสุวรรณ และคณะ (2561) ที่ได้ศึกษานวัตกรรมทางการตลาดและสภาพการณ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานพบว่า นวัตกรรมทางด้านธุรกิจในด้านปัจจัยกระบวนการมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ในประเด็นยอดขายที่เพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้า ผลกำไร ลูกค้ารายใหม่และส่วนแบ่งทางการตลาดที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ walker (2004) ที่ได้ศึกษานวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่า ผลกระทบของนวัตกรรมสินค้าและนวัตกรรมกระบวนการของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานประกอบการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Oke (2007) ที่ได้ศึกษาประเภทนวัตกรรมและการจัดการนวัตกรรมในสถานประกอบการที่ให้บริการพบว่า นวัตกรรมสินค้าและบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gunday et al (2011) ที่ได้ศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมที่มีผลต่อการดำเนินงานของสถานประกอบการพบว่า นวัตกรรมสินค้าและนวัตกรรมกระบวนการส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว พบว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลมีความสัมพันธ์ระดับต่ำเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือแท็บเล็ตในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งยังใช้เครือข่ายทางสังคม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าทราบข้อมูลของสินค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของมิ่งขวัญ บุญรอด (2561) พบว่าการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านเครือข่าย

สังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Dube et al (2020) พบว่าผู้ประกอบการที่ใช้ประโยชน์จากระบบออนไลน์ คอมพิวเตอร์หรือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ผู้ประกอบการประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงาน ค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานให้ข้อมูลข่าวสาร สามารถบริการลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้โดยตรง และสิทธิประโยชน์อีกมากมาย จากการศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ก่อนหน้านั้นพบว่าการมีกลยุทธ์บริหารจัดการและการเผยแพร่ข้อมูลทรัพยากรหรือวัตถุดิบโดยพนักงานและชุมชนที่แสดงให้เห็นความจำเป็นในการเปิดช่องทางสำหรับการปรับปรุงธุรกิจถูกมองว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นการรวมการพัฒนาทางการเงินและการสร้างชุมชน การกระทำดังกล่าวเน้นการเชื่อมต่อระหว่างการท่องเที่ยวธุรกิจเพื่อสังคมและความก้าวหน้าของชุมชน

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว พบว่าประสิทธิภาพการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ระดับต่ำเชิงบวกกับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ และชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถส่งมอบสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อได้อย่างทันเวลาที่และบริการหลังการขายผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้การติดต่อซื้อขายเป็นไปอย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของ He and Bakht (2018) ได้ศึกษาวิเคราะห์การจัดการด้านการบริหาร อุปสรรคด้านการเงินและความปลอดภัยในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้กับวิสาหกิจชุมชน ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในสหราชอาณาจักร พบว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีส่วนช่วยในการแสดงให้เห็นบางประเด็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการหรือการรับรู้ต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กิจกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับประเด็นทางกฎหมาย เช่น ความเป็นส่วนตัว สิทธิผู้บริโภค หรือกฎระเบียบทางธุรกิจ รวมถึงเอกสารดิจิทัล สอดคล้องกับแนวคิดของ Due et al (2020) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการค้าสามารถเห็นโอกาสที่ดีในโลกของการค้าออนไลน์เพราะมีจุดโฟกัสหรือจุดสนใจมากมายในธุรกิจออนไลน์ ผู้ประกอบการธุรกิจเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องหาทำเลที่ตั้งเพื่อทำธุรกิจ พวกเขาทำธุรกิจออนไลน์ด้วยคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น ไม่ต้องจ่ายเงินให้พนักงาน และสิทธิประโยชน์อีกมากมายด้วยบริการการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้าสามารถรับคำสั่งซื้อจากที่ต่าง ๆ ได้ทั่วโลก ผลการศึกษาของ Harel et al (2020) พบว่าผู้ประกอบการต้องส่งเสริมการเรียนรู้และการใช้นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสร้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่นซึ่งนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว แต่พบว่าบางสถานประกอบการมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างน้อย การขาดความสัมพันธ์กันของตัวแปรอาจเกิดจากความแตกต่างระหว่างธุรกิจ เช่นในพื้นที่ที่

แตกต่างกัน ประสบการณ์การทำธุรกิจที่แตกต่างกัน หรือทักษะด้านการใช้นวัตกรรมทางธุรกิจระดับต่ำ

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว พบว่าการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ความคิดส่วนใหญ่เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่มีความกังวลเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดที่แตกต่างกันของผู้มีวิสัยทัศน์ด้านเทคโนโลยี เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ Marvel and Lumpkin (2007) ที่ศึกษาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการเทคโนโลยีและผลกระทบรุนแรงที่มีต่อนวัตกรรม พบว่าผลการวิจัยจากตัวอย่างผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยี 145 รายที่ปฏิบัติงานภายในศูนย์บ่มเพาะของมหาวิทยาลัยในเครือ เชื่อว่าทุนมนุษย์ทั้งแบบทั่วไปและแบบเฉพาะมีความสำคัญต่อผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม ความรุนแรงของนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการศึกษาในระบบและความรู้เดิมเกี่ยวกับเทคโนโลยี แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้เดิมเกี่ยวกับวิธีการให้บริการตลาด สิ่งนี้ชี้ให้เห็นถึงข้อสรุปที่ขัดกับสัญชาตญาณของผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีที่มีความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้บริการตลาดน้อย โอกาสที่ผู้ประกอบการจะใช้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อสร้างนวัตกรรมที่ก้าวล้ำนั้นจะยิ่งมากขึ้น ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการสร้างนวัตกรรมที่ต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของ Divisekera and Nguyen (2018) ที่ได้สำรวจกระบวนการนวัตกรรมในการท่องเที่ยวภายในบริบทขององค์กรการท่องเที่ยวของออสเตรเลีย พบว่าปัจจัยการผลิตนวัตกรรมที่สำคัญที่สุดคือการทำงานร่วมกัน รองลงมาคือทุนมนุษย์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และเงินทุน ท่ามกลางปัจจัยต่างๆ ของสถานประกอบการ ความเป็นเจ้าของในต่างประเทศเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน รองลงมาคือการแข่งขันในตลาด ขนาดของบริษัทและสภาพแวดล้อม ผลลัพธ์ดังกล่าวให้ข้อมูลเชิงลึกใหม่ๆ เกี่ยวกับบทบาทและผลกระทบของปัจจัยนำเข้าต่างๆ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน ความพยายามในการสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยองค์กรการท่องเที่ยว ในขณะที่ Baumol (2005) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างระดับของนวัตกรรมกับข้อมูลส่วนบุคคลและความคิดริเริ่มของผู้ประกอบการเหล่านี้ เช่นเดียวกับ Baron and Tang (2011) ที่ได้ศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการในนวัตกรรมระดับองค์กรผลรวมของผลกระทบเชิงบวกความคิดสร้างสรรค์และพลวัตของสิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะมีการอธิบายความเชื่อมโยงระหว่างความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม แต่ยังขาดหลักฐานโดยตรงสำหรับการมีอยู่จริง ผลการวิจัยในปัจจุบันระบุว่าผลกระทบเชิงบวกของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

พบว่า การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ระดับต่ำเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งเห็นว่าการส่งเสริมสนับสนุนการใช้สารสนเทศเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การใช้อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีมาสร้างสรรค์สินค้าของชุมชน การแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ ในการสร้างสินค้าใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า การใช้เครือข่ายทางสังคมและแอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และการนำเอาวิธีการใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเรียนรู้และใช้ความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดและพัฒนานวัตกรรม ส่งผลให้ธุรกิจวิสาหกิจชุมชนมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ดีขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของ Strobl et al (2020) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมส่วนบุคคล การสำรวจและแสวงหาผลประโยชน์ในระดับบริษัทเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างนวัตกรรมทางธุรกิจและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ โดยสังเกตความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมด้านการใช้นวัตกรรมของผู้ประกอบการ การแสวงหาวิธีการใหม่และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hernández et al (2020) ที่ได้ศึกษานวัตกรรมที่เป็นตัวกำหนดทิศทางของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวพบว่า นวัตกรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการวางแผนธุรกิจใดๆ ก็ตาม ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของ Baron and Tang (2011) พบว่าความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และในทางกลับกันความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับในทางบวกกับนวัตกรรมระดับองค์กร

2. อิทธิพลของการสื่อสารกับลูกค้าที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวพบว่า การสื่อสารกับลูกค้ามีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานในภาพรวม ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากการนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์บ่อยครั้งขึ้นส่งผลให้การสื่อสารกับลูกค้ายาวนานขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของมิ่งขวัญ บุญรอด (2561) พบว่าการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก มีความสำคัญอยู่ในระดับมากและพบว่า การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ การสื่อสารผ่านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ออกสู่ตลาดโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ การส่งเสริมการตลาดและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และการใช้ช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการตลาดและนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดได้เร็วกว่าคู่แข่ง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ (2555) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงแรมพบว่า นวัตกรรมกระบวนการมีความสำคัญมากที่สุด เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Johan et al (2014) ที่ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จทางวัฒนธรรมและอุปสรรคสำหรับนวัตกรรมพบว่า องค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรม

ดิจิทัลในการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์มีผลต่อการสื่อสารกับลูกค้า สอดคล้องกับ Miao et al (2021) ศึกษาเทคโนโลยีการจัดการและควบคุมลำดับชั้นความเสี่ยงขององค์กรรัฐวิสาหกิจ พบว่าในภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงโดยใช้ข้อได้เปรียบด้านนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วคือการเปลี่ยนแปลงโหมดการสื่อสารการตลาดเพื่อช่วยปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Bommer and Jalajas, 2004) ในปัจจุบันธุรกิจบริการต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่รุนแรง พฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วย คู่แข่งขันมีความสามารถเสนอบริการใหม่เพิ่มขึ้น ข้อจำกัดด้านปัญหาเงินทุนหรือพนักงานไม่มีคุณภาพ สินค้าไม่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ (Amankwah and Adomako, 2019; He, 2019)

3. อิทธิพลของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานที่มีต่อความสัมพันธ์

ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว พบว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากว่าการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม เข้าถึงข้อมูล เผยแพร่ข้อมูล การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์บ่อยครั้งขึ้นส่งผลให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของ Saeed et al (2019) ศึกษาเทคโนโลยีวิธีการวิเคราะห์และพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูป พบว่าเทคโนโลยีมีผลอย่างลึกซึ้งต่อความสำเร็จของธุรกิจขององค์กรที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจทั้งหมด งานวิจัยล่าสุดโดย Bounchen et al (2020) ศึกษาการทำงานร่วมกัน การแบ่งปันและการเสริมพลังให้กับผู้ประกอบการและนวัตกรรมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งให้เห็นถึงวิธีการใหม่ในการทำงานร่วมกันที่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของแต่ละบุคคล การเสริมพลังด้านนวัตกรรมและประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ Jernsand (2019) ศึกษานวัตกรรมที่อยู่อาศัยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพบว่าการมีส่วนร่วมกับพันธมิตรภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคประชาชนมีผลต่อการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์ระหว่างความเท่าเทียมกันในกลุ่มนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Najda-Janoszka and Kopera (2014) สสำรวจอุปสรรคสู่นวัตกรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกรณีภาคใต้ของโปแลนด์ พบว่าสถานประกอบการที่มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงกับผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ มีความแตกต่างกัน รวมทั้งหุ้นส่วนขององค์กรที่มีส่วนร่วมในห่วงโซ่ (Verreyne et al., 2019) และสอดคล้องกับ Clohessy et al (2017) ศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลบนคลาวด์ต่อผู้ให้บริการด้านไอที พบว่าการแสดงสินค้าหรือการทดลองเพื่อนำเสนอกลยุทธ์ขององค์กรรองรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลแบบสร้างสรรค์ได้ดี ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและผลการศึกษาของ Baron and Tang (2011) ศึกษาบทบาทของ

ผู้ประกอบการในนวัตกรรมระดับองค์กรผลรวมของผลกระทบเชิงบวกความคิดสร้างสรรค์และพลวัตของสิ่งแวดล้อมพบความเชื่อมโยงระหว่างความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม แต่ยังคงขาดหลักฐานที่ชัดเจนที่จะวัดความคิดสร้างสรรค์ออกมาเป็นรูปธรรมได้สอดคล้องกับ Hrustek et al (2019) ศึกษาอิทธิพลของตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลต่อการสร้างโมเดลธุรกิจ พบว่าแนวโน้มของเทคโนโลยีดิจิทัลมีลักษณะตามเงื่อนไขใหม่ภายใต้ธุรกิจอุตสาหกรรม ซึ่งนวัตกรรมถือว่าเป็นสิ่งใหม่ในการดำเนินธุรกิจต่างๆ สามารถนำไปใช้ในวงกว้างได้ โดยที่ทุกองค์กรธุรกิจต้องปรับตัว สอดคล้องกับ He and Bakht (2018) พบปัญหาในระบบสารสนเทศที่อาจทำให้ธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเกิดความสูญเสีย เนื่องจากความเสี่ยงด้านความปลอดภัยด้านไอทีเป็นสิ่งที่ท้าทายอย่างยิ่งสำหรับบริษัทที่จัดตั้งใหม่หากไม่สามารถควบคุมปัญหาได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงไปสู่ตลาดอิเล็กทรอนิกส์จะต้องมีการดำเนินการบนระบบดิจิทัลมากขึ้นกว่าเดิม ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยที่จำแนกออกเป็น 6 ประเภท ตามลำดับเกี่ยวกับการรักษาความลับของข้อมูล ความสมบูรณ์ของคู่ค้า ความพร้อมใช้งานทางเทคโนโลยี ประสิทธิภาพของระบบ ความรับผิดชอบของพันธมิตร และการบำรุงรักษาระบบ เนื่องจากองค์กรธุรกิจอาจไม่มีความสามารถด้านเทคนิคที่เชี่ยวชาญ และต้องขอความช่วยเหลือจากฝ่ายบริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่านวัตกรรมด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูลเผยแพร่ข้อมูล การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการควรศึกษาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลหรือฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีการพัฒนาสินค้า ออกแบบสินค้า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การซื้อขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

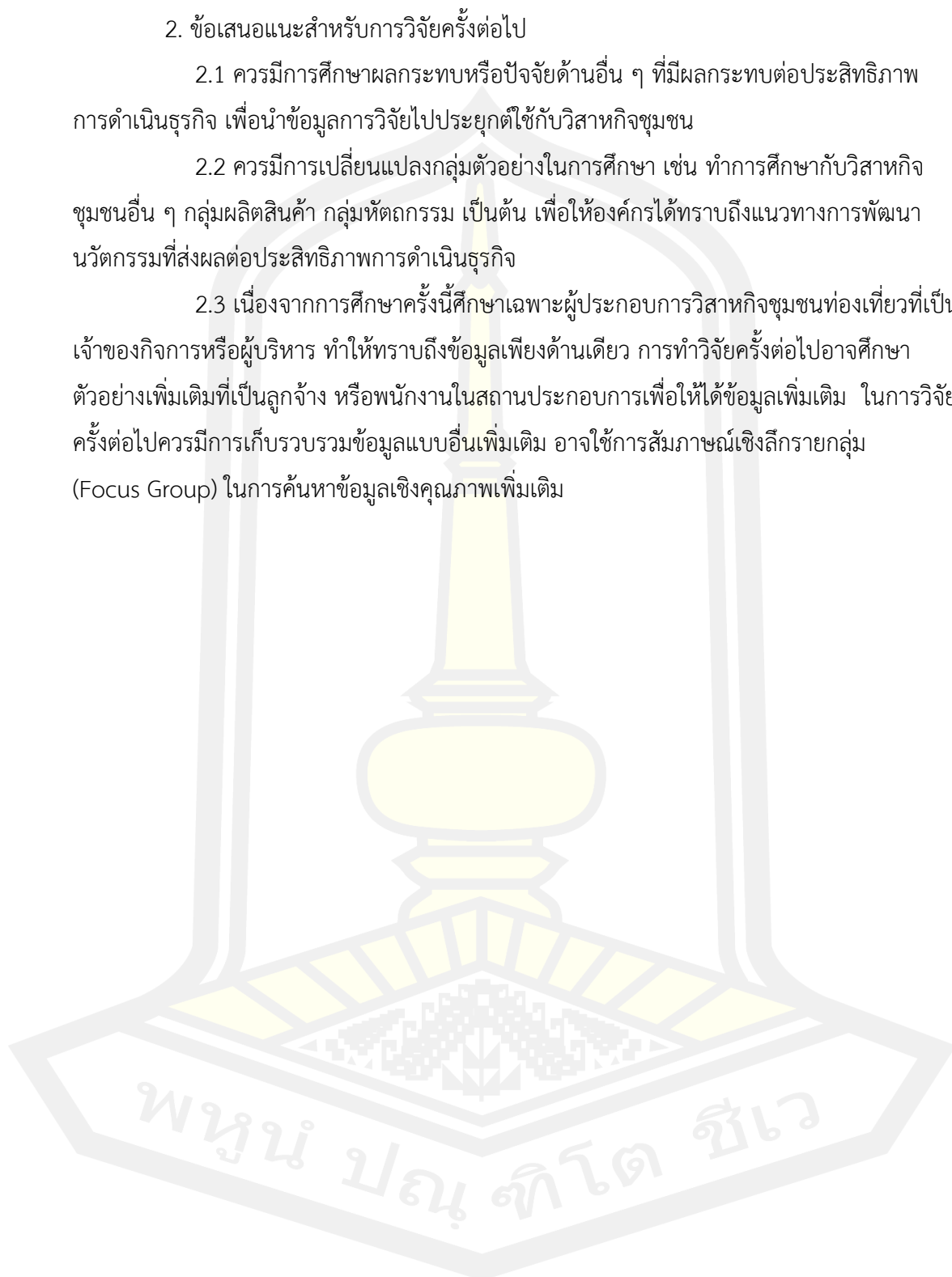
1.2 ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า การติดต่อสื่อสารมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานเนื่องจากการสื่อสารที่ดีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสานกันได้อย่างดี มีความผิดพลาดน้อยลง การใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยให้ลูกค้า รับทราบอย่างสม่ำเสมอ ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการบริการ ผู้ประกอบการควรติดต่อสื่อสารกับลูกค้าด้วยความจริงใจ เปี่ยมด้วยรอยยิ้ม และน้ำเสียงที่น่าฟัง อย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน และใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจชุมชน

2.2 ควรมีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เช่น ทำการศึกษากับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ กลุ่มผลิตสินค้า กลุ่มหัตถกรรม เป็นต้น เพื่อให้องค์กรได้ทราบถึงแนวทางการพัฒนานวัตกรรมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ

2.3 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้บริหาร ทำให้ทราบถึงข้อมูลเพียงด้านเดียว การทำวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาตัวอย่างเพิ่มเติมที่เป็นลูกจ้าง หรือพนักงานในสถานประกอบการเพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบอื่นเพิ่มเติม อาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกรายกลุ่ม (Focus Group) ในการค้นหาข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติม



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กนิษฐา ปวะบุตร. (2550). *ผลกระทบของศักยภาพการบริหารการเงินที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. ปรินญาณิพนธ์ปรินญาบัญญัติมหาบัณฑิต คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กิตานันท์ มลิทอง. (2540). *เทคโนโลยีทางการศึกษาและนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติ ภัคดิวัฒน์กุล. (2547). *การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-Commerce*. กรุงเทพฯ: บริษัท เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์ จำกัด.
- กิตตินันต์ พิศสุวรรณ, สุขใจ ตันติวิกุล และจาริณรินทร์ ชีวะสาสน์. (2561). นวัตกรรมทางการตลาดและสภาพการณ์ปัจจุบันทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 15(70), 1-8.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554). *กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารระยะ พ.ศ. 2554 – 2563*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- _____. (2559). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- กระทรวงพาณิชย์. (2563). *Digital Content*. [ออนไลน์]. ได้จาก https://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/c.dichithalkhenthnt_rev4.pdf. [สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2563].
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). *ระบบคลังข้อมูลธุรกิจ*. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://datawarehouse.dbd.go.th/>. [สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2563].
- กรมการพัฒนาชุมชน สถาบันการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2560). *Model การ OTOP สู่มิติใหม่*. กรุงเทพฯ: สถาบันการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย.
- กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัด 5 ปี (แก้ไข พ.ศ. 2564)*. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.osmnortheast-n1.moi.go.th/new/>. [สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564].
- คมคาย แสงทองคำ, ธนกร น้อยทองเล็ก และชัยยุทธ์ เลิศพาชิน. (2558). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดลำปาง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 5(2), 62-69.

- จักรพันธ์ ศรียุกต์นิรันดร์ และนริศรา ภาควิธิ. (2560). อิทธิพลเชิงสาเหตุของประเภทผู้บริโภคเป็นตัวแปรกำกับและการขยายทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT2): กรณีศึกษาผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(2), 43-55.
- จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์ และวุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2559). การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)*, 9(1), 67 – 86.
- จวีร์วรรณ จันทลา, วลี สงสูงค์, เพ็ญสินี กิจคำ และสุรียรัตน์ วงศ์สมิง. (2554). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 9(2), 82 – 98.
- จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2551). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารการเปลี่ยนแปลงและการถ่ายโอนความรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. ปรินญาณิพนธ์ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชลิตา พันธุ์กระวี, สุรมน จันท์เจริญ และพิพัฒน์ นนธ์ธนาธรรณ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการจัดตั้งศูนย์ต้นแบบในการกระจายสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภูมิภาคอาเซียน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 24(3), 286-299.
- ชลิตกานันท์ บุญมีสุวรรณ. (2563). นวัตกรรมและการปรับตัวของธุรกิจในยุคดิจิทัล. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 12(2), 236-246.
- ชุตินา วัฒนาผาสุขกุล. (2550). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์. ปรินญาณิพนธ์ปรินญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2521). *หลักการทฤษฎีเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ : ประสานการพิมพ์.
- _____. (2533). *เทคโนโลยีการศึกษาทฤษฎีและการวิจัย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ฐิติวรรณ ลาสอน. (2552). ผลกระทบของศักยภาพการประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปรินญาณิพนธ์ปรินญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ. (2555). *อิทธิพลของกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ณัฐินี ทองดี และกนก บุญศักดิ์. (2560). การจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม. *วารสารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ*, 9(2), 127-134.
- ณัฐพล ขวลิขิตวิน และปราโมทย์ ศุภปัญญา. (2545). *เทคนิคการวัดผลงานสมัยใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ธนพรรณ.
- ณัฐวุฒิ พงศ์สิริ. (2560). ผู้นำในยุค Digital Economy. *วารสาร HR Society Magazine*, 15(172), 20-23.
- ณิชารีย์ การปลูก. (2556). *สภาพปัญหาความต้องการและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของครูตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 6*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ดนุชา สลึงค์ และณัตตยา เอี่ยมคง. (2560). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)*, 10(4), 2355-2371.
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). *การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)*. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(1), 97-122.
- ธนาชัย ธีรพัฒน์วงศ์, พรนภา เตียสุธิกุล และบุญทัน ดอกไธสง. (2561). ปัญหายุทธศาสตร์เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการบริหารภาครัฐ. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 8(1), 91-102.
- ธันยมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. *วารสารนักบริหาร*, 34(1), 177-191.
- ธีรพงษ์ สังข์ศรี, อุษานาฏ เอื้ออภิสิทธิ์วงศ์, สิริกร กรมโพธิ์, จารุวรรณ พนมจีระสวัสดิ์, โกสินทร์ ชำนาญพล, เมธี ทองดี และอภิสิทธิ์ เดิมสันเทียะ. (2564). การพัฒนาระบบสนับสนุนการให้ข้อมูลสำหรับแหล่งท่องเที่ยวบนเส้นทางท่องเที่ยวโคราชจีโอพาร์คด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล. *วารสารวิจัย วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 6(2), 19-28.

- ธีรศักดิ์ กองสมบัติ. (2564). การกำหนดเขตอำนาจศาลเหนือการกระทำธุรกรรมในทางแพ่งและพาณิชย์ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 40(2), 43-55.
- นันทพร ตั้งคณิตานนท์. (2558). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการเชิงรุกที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *ปริญญาานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.
- นันทิดา ภูิวรณ, ภาณุพงศ์ บุญรัมย์ และพงษ์ธร สิงห์พันธ์. (2564). รูปแบบการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 9(5), 1927-1939.
- นิตยา วงศ์ใหญ่. (2560). แนวทางการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลของดิจิทัลเนทีฟ. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)*, 10(2), 1630-1642.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บริษัท สุวีริยาสาส์น จำกัด.
- บุญทวารณ วิงวอน. (2556). *การเป็นผู้ประกอบการยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุริม โอทกานนท์. (2562). *SMEs กับ Startup*. [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.tip.grad.chula.ac.th/wp_cutip/. [สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563].
- บุษกร คำโสม. (2562). บทบาทของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการส่งเสริมนวัตกรรมองค์กร. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 16(75), 1-6.
- ปิยะดา พิศาลบุตร. (2564). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 11(1), 118-127.
- ปราณี ต้นประยูร และกิติมา ทามาลี. (2561). การจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก. *วารสารวไลยลงกรณ์ปริทัศน์*, 8(3), 171-184.
- พจนา สวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พัชรภรณ์ สุนทรวิบูลย์. (2561). นวัตกรรมการสื่อสารกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคประเทศไทย 4.0. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 6(2), 200-210.
- พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม พุทธศักราช 2560. (2560, 24 มกราคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 134 ตอนที่ 10. หน้า 2-3.
- พระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พุทธศักราช 2560. (2562, 18 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 136 ตอนที่ 51. หน้า 5-7.

- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พุทธศักราช 2548. (2548, 18 มกราคม). *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 122 ตอนที่ 6ก, หน้า 1-13.
- _____. (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2562. (2562, 16 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 136 ตอนที่ 50 ก, หน้า 32-37.
- พรชนิตร์ สีนาราช. (2560). ทักษะการรู้ดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้. *วารสารห้องสมุดสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย*, 61(2), 76-92.
- พรธรวดี เลิศลุมพาลีพันธ์. (2562). แพลตฟอร์ม: เปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 14(1), 150-157.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนศาสตร์*, 7(1), 1-70.
- มิ่งขวัญ บุญรอด. (2561). ผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการบริการที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-4 ดาวในประเทศไทย. *วารสารชุมชนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 13(3), 225-236.
- มนทิณี ยงวิกุล. (2553). *Creative Knowledge*. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.tcdc.or.th/articles/others/17453>. [สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2563].
- มูลนิธิสัมมาชีพ. (2562). *10 ปี มูลนิธิสัมมาชีพ*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสัมมาชีพ.
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. (2561). *รายชื่อวิสาหกิจชุมชน ปี 2561*. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.sceb.doae.go.th/>. [สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2563].
- _____. (2562). *รายชื่อวิสาหกิจชุมชน ปี 2562*. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.sceb.doae.go.th/>. [สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2563].
- ลฎาภา แผนสุวรรณ และจิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์. (2563). การศึกษาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์*, 8(2), 159-170.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ)*, 8(2), 969-988.
- วารุณี สุนทรเจริญนนท์. (2557). *สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ไม่ยากอย่างที่คิด*. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://readgur.com/doc/2203291>. [สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2563].

- วิชา ฉิมพลี, ธนพัฒน์ แสงรุ่งเรือง, ปรีศนา มัชฌิมา และฐิติยา เนตรวงษ์. (2564). แนวทางพัฒนา
 สมาร์ทแคนธินในยุคชีวิตวิถีใหม่: เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อนวัตกรรมสังคม, *วารสารวิทยาศาสตร์
 และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 23 (1), 91-102.
- วิจิต นันทสุวรรณ. (2544). *ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิหมู่บ้าน.
- วินัย ชุ่มอภัย. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาองค์กรกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของ
 ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. ปริญญาานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
 มหาลัยเทคโนโลยีและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คณะการบัญชีและการ
 จัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิมลมาลย์ สวัสดิ์ และอาแว มะแส. (2563). การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้าน
 การท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารพัฒนาสังคม*, 22(2), 1-22.
- วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. (2544). *การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์
 เน็ต.
- วีรวิธ มาหาศิริานนท์. (2542). *คัมภีร์บริหารองค์การเรียนรู้ TOM*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
 เอ็กซ์เปอร์เน็ต.
- ศจี สุวรรณศรี. (2551). *เอกสารประกอบการสอนเรื่องหลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประเมิน
 คุณภาพทางประสาทสัมผัส*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร, คณะเกษตรศาสตร์
 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). *การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:
 บุญศิริการพิมพ์.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2553). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ:
 สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*.
 กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงธุรกิจ.
- ศุภจิน มังคลรังษี, อรุณ รัทธธรรม, เพ็ญศรี ฉิรินัง และสมพร เฟื่องจันทร์. (2564). การสร้างความ
 แข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*
 , 9(1), 45-55.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสสุวรรณ, ประสาน ประวัติรุ่งเรือง, ปัทมา ชัยเลิศวณิชกุล, นันทพร ดำรงพงศ์ และ
 องค์อาจ ประภาภมม. (2558). การพัฒนาประเทศด้วยเศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารสถาบัน
 วิชาการป้องกันประเทศ*, 6(3), 14-18.

- สถาพร เกียรติพิริยะ, ศราวุฒิ บุขหมั่น, กมล เพชรอ่อน และอัญชัญ ไชยวงศ์. (2563). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองด้วยเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล. *วารสารมหาจุฬานาครธรรม์*, 7(12), 436-450.
- สมใจ ลักษณะ. (2547). *การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553). นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 33(128), 49-65.
- สมยศ นาวิการ. (2546). *การบริการและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: บรรณากิจ.
- สวลี วงศ์ไชยา และพีชญาดา พันผา. (2560). อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 23(2), 139-152.
- สายสุนีย์ จัปโจร, สุดาใจ โล่ห์วนิชชัย, เบญจภาค จงหมื่นไวย และธิดานุช พุทธิสิมา. (2561). *การส่งเสริมสมรรถนะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน*. รายงานการวิจัย. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- สินธุ์ สโรบล และอุดร วงษ์ทับทิม. (2546). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. ใน สินธุ์ สโรบล (บรรณาธิการ). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ*. เชียงใหม่: วนิดา เพรส.
- สุดาใจ โล่ห์วนิชชัย, แสงเพชร พระฉาย, สายสุนีย์ จัปโจร, วีรอร อุดมพันธ์, กฤติกา เพื่อนงูเหลือม, โกลินทร์ ชำนาญผล, ...ธิดานุช พุทธิสิมา. (2561). *การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล*. รายงานการวิจัย. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- สุธีรา อะทะวงษา. (2556). *คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย*. ปริญญาวิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สุพาดา สิริกุดตา. (2557). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรีประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 17, 215-230.
- เสรี พงศ์พิศ. (2550). *วิธีคิด วิธีทำ แผนชีวิต เศรษฐกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2558). *รายงานประจำปี 2558*. [ออนไลน์]. ได้จาก <https://www.nia.or.th/nia/wp-content/uploads/2016/12/annual2016.pdf>. [สืบค้น 17 กันยายน 2563].

- สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2558). *นวัตกรรมก้าวใหม่ SMEs ผู้ธุรกิจ ยั่งยืน*. [ออนไลน์]. ได้จาก https://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2558/sep2558-2.pdf. [สืบค้น 17 กันยายน 2563].
- องอาจ ชาญประสิทธิ์ชัย. (2563). รูปแบบการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจ สตาร์ทอัพในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(9), 1-21.
- อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. (2559). *การบัญชีต้นทุน*. กรุงเทพฯ: บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น.
- อรยา ปรีชาพานิช. (2557). คู่มือเรียนการวิเคราะห์และออกแบบระบบ. กรุงเทพฯ: ไอทีซี พรีเมียร์.
- อรุณี อินทรไพโรจน์. (2544). พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. *วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 5(2), 25-41.
- อาจารย์ คำทูล. (2555). ผลของกระบวนการจัดฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการ เพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน. *ปริญญาวิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- อุทัย ปริญญาสุทธินันท์. (2560). วิสาหกิจชุมชนปฏิวัติชนในการแข่งขันทางธุรกิจ. *วารสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 37(2), 131-150.
- โอบาส พานิชชีวะกุล. (2553). *กลยุทธ์สินค้าไทยชนะใจตลาดโลก*. กรุงเทพฯ: สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก.
- โอบาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2555). *การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม)*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- _____. (2556). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-Commerce*. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.พี. จำกัด.
- Abdullah, A., White, G. R., and Thomas, B. (2019). An Extended Stage Model for Assessing Yemeni Smes' E-Business Adoption. In *Creating Entrepreneurial Space: Talking Through Multi-Voices, Reflections on Emerging Debates*. Emerald Publishing Limited.
- Alexander Headley, Günter Randolf, Mebs Virji, M. E. (2020). Valuation and cost reduction of behind-the-meter hydrogen production in Hawaii.pdf. *MRSEnergy and Sustainability*, 7(26), 1-13.
- Al Qudah, M. A. (2018). The impact of entrepreneurship initiatives in enhancing creativity and innovation. *International Journal of Business and Management*, 13(7), 157-168.

- Amankwah-Amoah, J., and Adomako, S. (2019). Big data analytics and business failures in data-rich environments: An organizing framework. *Computers in Industry*, 105, 204–212.
- Baron, R. A., and Tang, J. (2011). The role of entrepreneurs in firm-level innovation: Joint effects of positive affect, creativity, and environmental dynamism. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 49–60.
- Baumol, W. J. (2005). Education for Innovation: Entrepreneurial Breakthroughs vs. Corporate Incremental Improvements. *Innovation Policy and the Economy*, 5, 33–56.
- Best, J. W. Kahn. JV. (1998). *Research in education (8th ed.)*. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Birke, D., and Swann, G. P. (2007). Network effects and the choice of mobile phone operator. In *Innovation, Industrial Dynamics and Structural Transformation*, Berlin, Heidelberg, Springer, 109-128.
- Bommer, M., and Jalajas, D. S. (2004). Innovation sources of large and small technology-based firms. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 51(1), 13–18.
- Bouncken, R. B., Kraus, S., and Roig-Tierno, N. (2021). Knowledge- and innovation-based business models for future growth: digitalized business models and portfolio considerations. In *Review of Managerial Science*, 15(1), 1-14.
- Bouncken, R., Ratzmann, M., Barwinski, R., and Kraus, S. (2020). Coworking spaces: Empowerment for entrepreneurship and innovation in the digital and sharing economy. *Journal of Business Research*, 114, 102–110.
- Bronfenbrenner, M., Yamane, T., and Lee, C. H. (1955). A Study in Redistribution and Consumption. *The Review of Economics and Statistics*, 149-159.
- Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T., and Yusuf, D. H. M. (2011). Factors affecting business success of small and medium enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian social science*, 7(5), 180-190.
- Clohessy, T., Acton, T., Cloud, L. M.-I. J. of, and 2017, undefined. (2017). The impact of cloud-based digital transformation on IT service providers: evidence from focus groups. *International Journal of Cloud Applications and Computing*

- (IJCAC), 7(4), 1–19.
- Cortina, J. M. (1993). What Is Coefficient Alpha? An Examination of Theory and Applications. In *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98.
- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- De Reuver, M., Sørensen, C., and Basole, R. C. (2018). The digital platform: a research agenda. *Journal of Information Technology*, 33(2), 124-135.
- Divisekera, S., and Nguyen, V. K. (2018). Determinants of innovation in tourism evidence from Australia. *Tourism Management*, 67, 157–167.
- Doolin, B., Burgess, L., and Cooper, J. (2002). Evaluating the use of the Web for tourism marketing: a case study from New Zealand. *Tourism management*, 23(5), 557-561.
- Douglas Lamont. (2006). *Conquering the wireless world: the age of m-commerce*. Oxford: Capstone.
- Drejer, I. (2004). Identifying innovation in surveys of services: A Schumpeterian perspective. *Research Policy*, 33(3), 551-562.
- Dube, K., Nhamo, G., and Chikodzi, D. (2020). Climate change-induced droughts and tourism: Impacts and responses of Western Cape province, South Africa. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, April, 100319.
- Ekinci, Y., Gordon-Wilson, S., and Slade, A. (2020). An exploration of entrepreneurs' identities and business growth. *Business Horizons*, 63(3), 391-401.
- Eurostat Statistics-Explained. (2016). *Glossary: E-commerce*. [Online]. Retrieved from <http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Ecommerce>. [accessed 27 December 2020].
- Evans, M. (2009). Digital technology and language learning: a review of policy and research evidence. *Foreign language learning with digital technology*, 7-31.
- Evans, P. C., and Gawer, A. (2016). *The rise of the platform enterprise: a global survey*. University of Surrey.
- Farrell, M. J. (1957). The measurement of productive efficiency. *Journal of the Royal Statistical Society: Series A (General)*, 120(3), 253-281.

- Garcia-Cobos, Julio. (1994). Small business growth and small business lending: Theory and evidence. State University of New York at Stony Brook, *ProQuest Dissertations Publishing*, 1994. 9521602.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., and Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *The International Journal of Production Economics*, 133, 662-767.
- Harel, R., Schwartz, D., and Kaufmann, D. (2020). The relationship between innovation promotion processes and small business success: the role of managers' dominance. *Review of Managerial Science*, 1-24.
- He, X., and Bakht, H. (2018). An analysis of administrative management, financial and security barriers in e-commerce adoption in small to medium size enterprises (SME's) in the United Kingdom. *International Journal of Computing and Digital Systems*, 7(6), 337-346.
- He, S. (2019). Minority advantage and disadvantage in competition and coordination. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 161, 197-215.
- Hernández-Perlines, F., Ibarra Cisneros, M. A., Ribeiro-Soriano, D., and Mogorrón-Guerrero, H. (2020). Innovativeness as a determinant of entrepreneurial orientation: analysis of the hotel sector. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 33(1), 2305-2321.
- Hirschman, E. C. (1980). Innovativeness, Novelty Seeking and Consumer Creativity. *Journal of Consumer Research*, 7(12), 283-295.
- Hongjun Guan, Zhen Zhang, Aiwu Zhao, Jinyuan Jia and Shuang Guan. (2019). Research on Innovation Behavior and Performance of New Generation Entrepreneur Based on Grounded Theory. *Sustainability* 2019, 11, 2883. 1-19.
- Hrustek, L., Furjan, M. T., and Pihir, I. (2019, May). Influence of digital transformation drivers on business model creation. In *2019 42nd ed International Convention on Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics (MIPRO)*, 1304-1308. IEEE.
- Huang, H. L. (2014). Performance effects of aligning service innovation and the strategic use of information technology. In *Service Business*, 8(2), 171-195.

- Hwang, I. H. (2000). The usability of item-total correlation as the index of item discrimination. *Korean Journal of Medical Education*, 12(1), 45-51.
- Jernsand, E. M. (2019). Student living labs as innovation arenas for sustainable tourism. *Tourism Recreation Research*, 44(3), 337-347.
- Jian, J., Fan, X., Zhao, S., and Zhou, D. (2021). Business creation, innovation, and economic growth: Evidence from China's economic transition, 1978-2017. *Economic Modelling*, 96, 371-378.
- Johan, C., Alm, J., and Jönsson, E. (2014). *Innovation Culture in Five Dimensions Identifying Cultural Success Factors and Barriers for Innovation*. (Master's thesis)
- Jørgensen, M. T., Hansen, A. V., Sørensen, F., Fuglsang, L., Sundbo, J., and Jensen, J. F. (2021). Collective tourism social entrepreneurship: A means for community mobilization and social transformation. [Online]. *Annals of Tourism Research*, 88, 103171. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103171>. [accessed 27 December 2020].
- Kalai, E., Kamien, M. I., and Rubinovitch, M. (1990). Optimal Service Speeds in a Competitive Environment. In *Management Science*, 38(8), 1154-1163.
- Kim, G., and Suh, Y. (2011). Semantic business process space for intelligent management of sales order business processes. In *Information Systems Frontiers*, 13(4), 515-542.
- Kuo, Y.-F., and Yen, S.-N. (2009). Towards an understanding of the behavioral intention to use 3G mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 103-110.
- Li, X. and Wang, Y. (2011). Measuring the effectiveness of US official state tourism websites. *Journal of Vacation Marketing*, 17(4), 287 -302.
- Mansharamani, V. (2005). Towards a theory of service innovation: An inductive case study approach to evaluating the uniqueness of service. *Master of Science*, 1-69.
- Marvel, M. R., and Lumpkin, G. T. (2007). Technology entrepreneurs' human capital and its effects on innovation radicalness. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(6), 807-828.
- Miao, D., Yu, K., Zhou, L., Chen, Y., Jin, W., and Chen, H. (2021). Dynamic risks hierarchical management and control technology of coal chemical enterprises.

- [Online]. *Journal of Loss Prevention in the Process Industries*, 71(March), 104466. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.jlp.2021.104466>. [accessed 27 April 2021].
- Mohajeri, B., Nybreg, R., and Nelson, M. (2017). Collaborative Service Networks, Case Study of Uber and Airbnb. *International Journal of Innovative Studies in Sciences and Engineering Technology*, 3(7), 8-13.
- Mohammad Asgari Ghods. (2019). Entrepreneurial marketing: the missing link in social enterprise studies. Entrepreneurship Faculty, University of Tehran, Tehran, Iran. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1, 1-12.
- Najda-Janoszka, M., and Kopera, S. (2014). Exploring Barriers to Innovation in Tourism Industry – The Case of Southern Region of Poland. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 190–201.
- Oke, A. (2007). Innovation types and innovation management practices in service companies. *International Journal of Innovation Management*, 27(6), 564- 587.
- Pankong, N. and Prakanchaoen, S. (2010). Ontology integrated in CRM via role based access controls. *The 6th National Conference on Computing and Information Technology*, 734-739.
- Park, S. (2014). Analyzing the efficiency of small and medium-sized enterprises of a national technology innovation research and development program. *SpringerPlus*, 3(1), 1-12.
- Pletnev, D., and Barkhatov, V. (2016). Business success of small and medium sized enterprises in Russia and social responsibility of managers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221, 185-193.
- Pratima Bhalekar et al. (2017). The study of E-commerce. *Asian Journal of Computer Science and Information Technology*, 4(3), 25 -27
- Rana Tassabehji. (2003). *Applying E-Commerce in Business*. London: SAGE Publications Ltd.
- Robert I. Berry, Anil Kumar, and James P. Scott. (2014). Is Innovation Being Addressed in Entrepreneurship Undergraduate Programs? An Exploratory Study. Central Michigan University, Mt. Pleasant, MI 48859, USA. *Education Research International Volume 2014*, Article ID 839505, 7 pages.

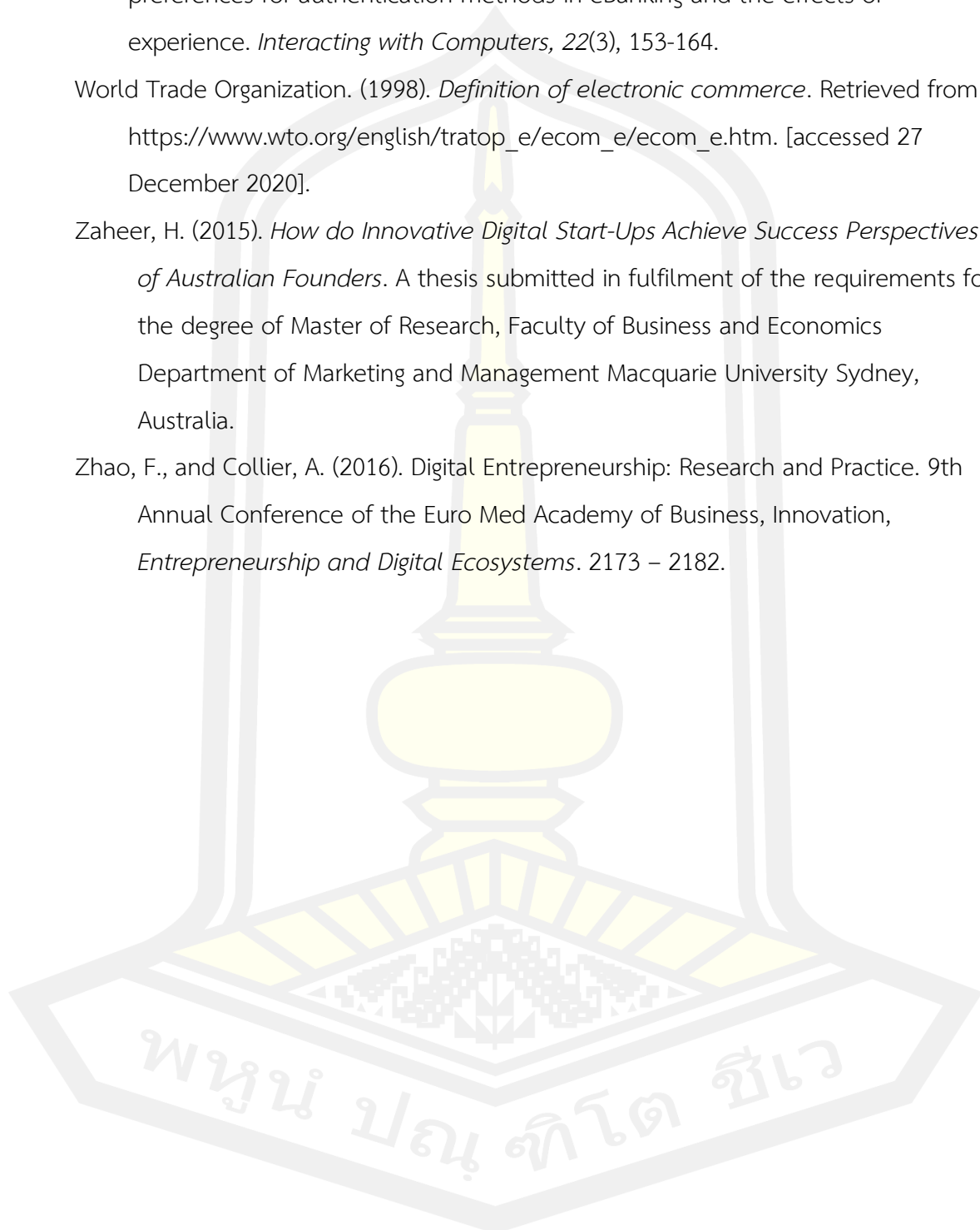
- Rogers, E.M., and Shoemaker, F.F. (1971). *The Communication of Innovations*. New York: Free Press.
- Saeed, S., Jhanjhi, N. Z., Naqvi, M., and Humayun, M. (2019). Analysis of software development methodologies. *International Journal of Computing and Digital Systems*, 8(5), 445–460.
- Salwani, M. I., Marthandan, G., Norzaidi, M. D., and Chong, S. C. (2009). E-commerce usage and business performance in the Malaysian tourism sector: Empirical analysis. *Information Management and Computer Security*, 17(2), 166–185.
- Sandybayev, A., and Republic, C. (2016). Strategic Innovation in Tourism. A Conceptual and Review Approach. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 2(4), 4–10.
- Scarborough, N. M., and Zimmerer, T. W. (1996). *Effective small business management: An entrepreneurial approach*.
- Schloffer, J., Foscht, T., & Maloles, C. (2015). Refusal and Interference of Communication—Analysis of the Effects of a New Phenomenon on Customer Relationships. In *Ideas in Marketing: Finding the New and Polishing the Old*, 116–116. Springer, Cham.
- Schneider, M. (1999). Innovation von Dienstleistungen, Wiesbaden, 18.
- Strobl, A., Matzler, K., Nketia, B. A., and Veider, V. (2020). Individual innovation behavior and firm-level exploration and exploitation: how family firms make the most of their managers. *Review of Managerial Science*, 14(4), 809–844.
- Usui, M. (2009). *Zukai seven-eleven ryu service innovation no joken*. Nikkei Business Publications, Inc.
- Van Ark, B., Broersma, L. and den Hertog, P. (2003). Services Innovation, Performance and Policy: A review: on the soft side of innovation: Services innovation and its policy implications. *Economist*, 151(4), 433.
- Verreynne, M. L., Williams, A. M., Ritchie, B. W., Gronum, S., and Betts, K. S. (2019). Innovation diversity and uncertainty in small and medium sized tourism firms. *Tourism Management*, 72(December 2018), 257–269.
- Walker, R.M. (2004). Innovation and Organizational Performance: Evidence and a Research. *Agenda. Advanced Institute of Management Research Paper*, (2)55.

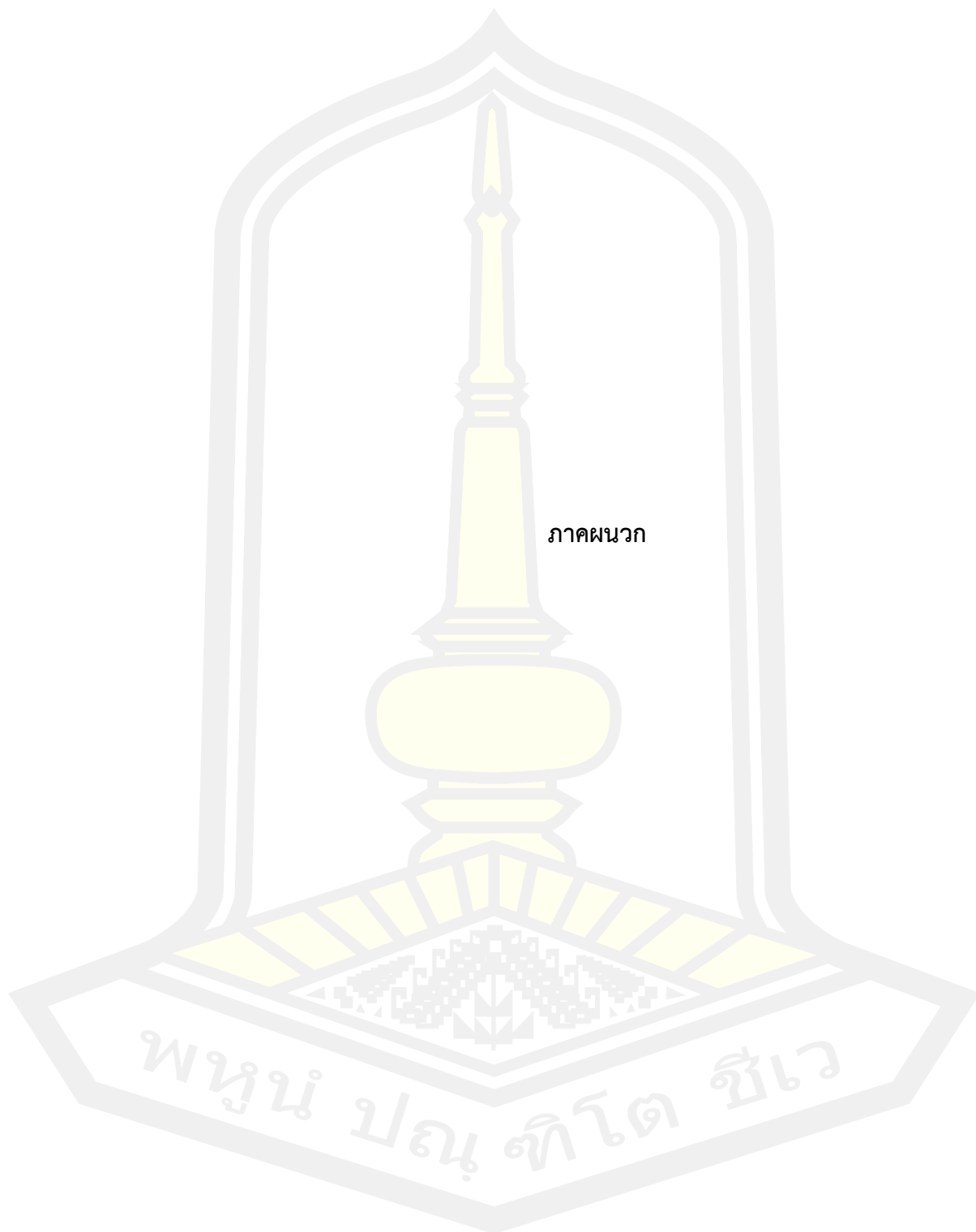
Weir, C. S., Douglas, G., Richardson, T., and Jack, M. (2010). Usable security: User preferences for authentication methods in eBanking and the effects of experience. *Interacting with Computers*, 22(3), 153-164.

World Trade Organization. (1998). *Definition of electronic commerce*. Retrieved from https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/ecom_e.htm. [accessed 27 December 2020].

Zaheer, H. (2015). *How do Innovative Digital Start-Ups Achieve Success Perspectives of Australian Founders*. A thesis submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Master of Research, Faculty of Business and Economics Department of Marketing and Management Macquarie University Sydney, Australia.

Zhao, F., and Collier, A. (2016). Digital Entrepreneurship: Research and Practice. 9th Annual Conference of the Euro Med Academy of Business, Innovation, *Entrepreneurship and Digital Ecosystems*. 2173 – 2182.





ภาคผนวก

พหุมนุ ปรณุ ทิโต ชีเว



ภาคผนวก ก

คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการสอบเข้าโรงเรียนพหุณฺ์

พหุณฺ์ ปณฺุ ทิโต ชิเว



คำสั่งคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ที่ ๑๕/๒๕๖๓

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ภาคเรียนที่ ๑/๒๕๖๓

เพื่อให้การดำเนินการสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์ของนางสาวชฎารัฐ ขวัญมาศ รหัสนิสิต 62010990003
ปริญญาเอก ระบบในเวลาราชการ สาขาวิชา บริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล แบบ 2.1 คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ
มหาสารคาม เรื่อง : ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการ
การที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ๑ ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยและมีประ
สิทธิภาพ อาศัยอำนาจตามข้อ 53 ของข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ.
๒๕๖๐ จึงอนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ดังนี้

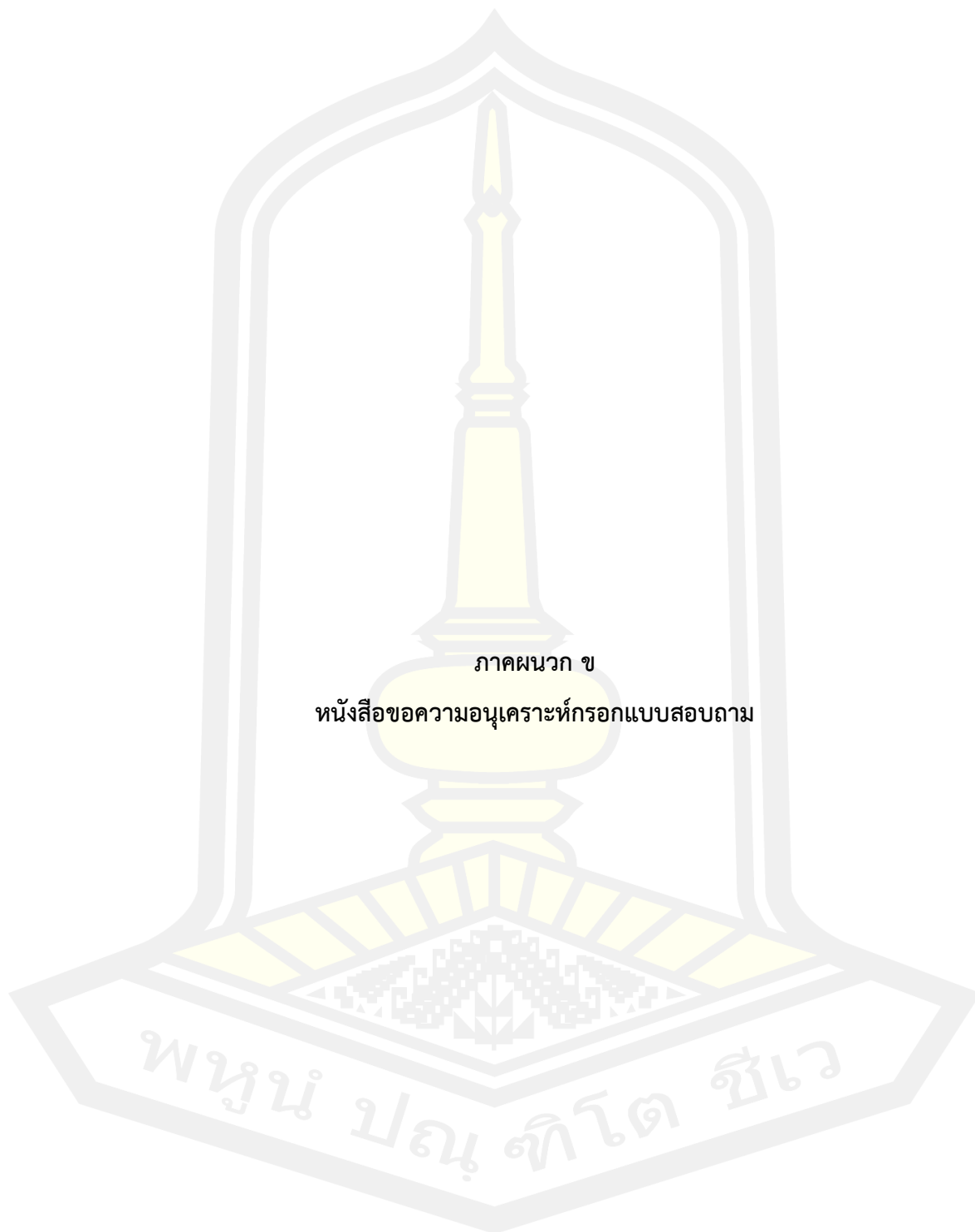
- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. ผศ.ดร.ธีระวัฒน์ เจริญราษฎร์ | ประธานกรรมการสอบ (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก) |
| 2. ผศ.ดร.กิตติพล วิแสง | กรรมการสอบ (อาจารย์ประจำหลักสูตร) |
| 3. ผศ.ดร.นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ | กรรมการสอบ (อาจารย์ประจำหลักสูตร) |
| 4. อ.ดร.พงศธร ดันตระกูลบัณฑิตย์ | กรรมการสอบ (อาจารย์ประจำหลักสูตร) |
| 5. อ.ดร.พีรวัฒน์ ไชยล้อม | อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก |

ทั้งนี้ ให้ดำเนินการสอบเค้าโครงวิทยานิพนธ์ในวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๓ เวลา 11.00 น. ห้อง
ประชุมสำเภافی้า มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สั่ง ณ วันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๓

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์)

คณบดีคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสอบถาม

พหุบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ อว 0605.10/AA

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย
จังหวัดมหาสารคาม
44150

17 กุมภาพันธ์ 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสอบถาม

เรียน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

ด้วย นางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค รหัสนิสิต 62010990003 นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด) สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังศึกษาวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตและการศึกษาในครั้งนี้ได้เน้นให้นิสิตศึกษาข้อมูลด้วยตนเองดังนั้น เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค ศึกษาและเก็บรวบรวมในรายละเอียดตามแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้

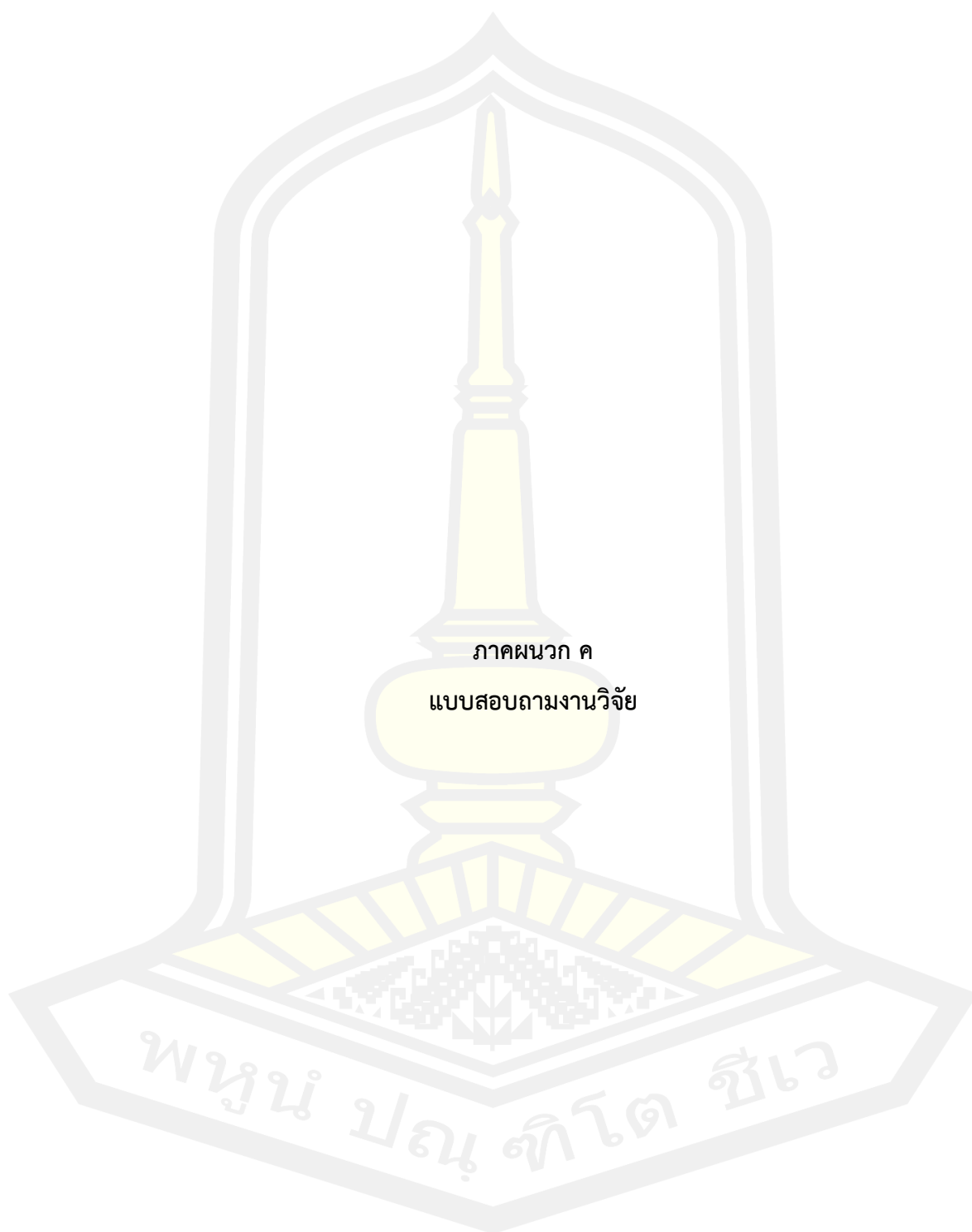
คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ชลธิชา ธรรมวิญญู)

คณบดีคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ฝ่ายวิชาการและประกันคุณภาพ ระดับบัณฑิตศึกษา
คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
โทรศัพท์ 0-4375-4333 ต่อ 5630



ภาคผนวก ค
แบบสอบถามงานวิจัย

พหุณั ปณุ ทิโต ชีเว

เอกสารชี้แจงสำหรับอาสาสมัครที่ตอบแบบสอบถาม
(สำหรับการตอบแบบสอบถาม 18 ปีขึ้นไป)

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

เนื่องด้วยข้าพเจ้า นางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค นิสิตปริญญาเอก สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง “ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 และ 3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประโยชน์ที่ท่านจะได้รับจากการวิจัยนี้ คือ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ต้องการ ไม่จะเป็นผลด้านกำไร ด้านลูกค้า หรือความสำเร็จทางธุรกิจด้านอื่น ผู้ประกอบการ ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนธุรกิจบริการ สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน โดยนำนวัตกรรมมาบูรณาการกับวิสาหกิจชุมชนธุรกิจบริการ

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอให้ท่านตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจำนวน 5 ข้อ ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 27 ข้อ ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 17 ข้อ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานของนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 2 ข้อ

โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 50 นาที และจะขอรับแบบสอบถามคืนโดยโดยทางไปรษณีย์ที่ผู้วิจัยจัดเตรียมของชาว พร้อมพิมพ์ชื่อที่อยู่ผู้วิจัยได้จัดเตรียมและติดแสตมป์ไว้เรียบร้อยแล้วกลับคืนตามที่อยู่

หากท่านรู้สึกอึดอัด หรือรู้สึกไม่สบายใจกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่าน

ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะรายงานผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น และจะดำเนินการทำลายข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัยการวิจัยครั้งนี้ท่านจะไม่ได้รับค่าตอบแทนและไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัย โปรดติดต่อได้ที่ นางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค โทร.0898595900

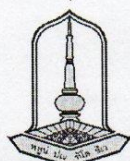
หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้หรือต้องการทราบสิทธิของท่านขณะเข้าร่วมการวิจัยนี้ สามารถติดต่อได้ที่ “คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม” โทร. 043-754416 เบอร์ภายใน 1755

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

.....ชฎารัฐ ขวัญนาค.....

(นางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค)

ผู้วิจัย



MAHASARAKHAM
UNIVERSITY

แบบสอบถามงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

ผู้วิจัย

นางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค

นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร.พีรวัฒน์ ไชยล้อม

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาเอก ของนางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านบนพื้นฐาน
ความเป็นจริง ข้อมูลในแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับและไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของท่านแต่อย่างใด
ผลของการวิจัยจะถูกนำเสนอเป็นภาพรวม ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อ
การวิจัยในครั้งนี้ กรุณาส่งแบบสอบถามกลับภายใน 15 วัน และขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาในการ
ให้ข้อมูลครั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 ข้อ
- ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน จำนวน 7 ข้อ
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ จำนวน 27 ข้อ
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน จำนวน 17 ข้อ
- ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานของนวัตกรรมชุมชน จำนวน 2 ข้อ

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม

นางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค

โทร.0898595900

Email: kkikkaa300@gmail.com

คำชี้แจง

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านให้ตรงความจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. น้อยกว่า 30 ปี 2. 30 – 40 ปี 3. 41 – 50 ปี 4. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประสบการณ์การดำเนินการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

1. น้อยกว่า 5 ปี 2. 5 - 10 ปี 3. 11 – 15 ปี 4. มากกว่า 15 ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

1. จังหวัดหรือที่ตั้งสถานประกอบการ

1. เลย 2. หนองคาย 3. บึงกาฬ 4. หนองบัวลำภู 5. อุดรธานี

2. ประเภทวิสาหกิจชุมชน

1. กลุ่มการผลิตสินค้า โปรตระบุ.....
 2. กลุ่มการให้บริการ โปรตระบุ.....

3. รูปแบบธุรกิจ

1. เจ้าของคนเดียว 2. ห้างหุ้นส่วน 3. บริษัทจำกัด

4. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

1. น้อยกว่า 1 ปี 2. 1 - 5 ปี 3. 5 – 10 ปี 4. มากกว่า 10 ปี

5. จำนวนพนักงาน

1. 1 – 10 คน 2. 11 – 20 คน 3. 21 – 30 คน 4. มากกว่า 30 คนขึ้นไป

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 30,000 บาท 2. 30,000 – 50,000 บาท
 3. 50,001 – 100,000 บาท 4. มากกว่า 100,000 บาท

7. ทุนในการดำเนินงาน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท 2. 10,000 – 50,000 บาท
 3. 50,001 – 100,000 บาท 4. มากกว่า 100,000 บาท

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการสื่อสารกับลูกค้า					
1. ท่านติดต่อสื่อสารกับลูกค้าด้วยความจริงใจ เปี่ยมด้วยรอยยิ้ม และน้ำเสียงที่น่าฟัง อย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน					
2. การสื่อสารระหว่างท่านกับลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการบริการ					
3. ท่านใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคมเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรือปรับปรุงข้อมูลข่าวสารที่ท่านสมารถลูกค้ารับทราบอย่างสม่ำเสมอ					
4. ท่านให้ข้อมูลข่าวสารของสถานประกอบการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกสัปดาห์					
5. ธุรกิจของท่านมีการสื่อสารที่ดีช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสานกันดีเป็นอย่างดี มีความผิดพลาดน้อยลง					
ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ					
1. ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว					
2. ท่านใช้ระบบขนส่งที่มีคุณภาพ มีการรับประกันสินค้าเพื่อเพิ่มความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการ					
3. ท่านมีการให้บริการหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว					
4. ท่านมีการติดตามผลหลังจากลูกค้าได้รับการบริการแล้วภายใน 1 สัปดาห์					
5. การบริการโดยภาพรวมมีความสะดวก รวดเร็ว					

และมีประสิทธิภาพ					
การลดต้นทุนในการผลิต					
1. ท่านมีการบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้ให้น้อยที่สุด วางแผนจัดซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอกับกระบวนการผลิต ทำให้ของเสียลดลง					
2. จัดสรรรายได้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุน รวมถึงการรักษาบุคลากรคุณภาพให้เป็นทรัพยากร องค์กรให้นานที่สุด					
3. จัดหาวัสดุและเครื่องมือต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบ ในการปฏิบัติงาน รวมถึงการจัดการอาคารและสถานที่ ปฏิบัติงานให้เอื้อต่อการทำงานที่เพิ่มผลผลิตได้					
4. ออกแบบเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มผลผลิต โดยวิธีประหยัด ทำให้การปฏิบัติงาน สะดวกและเหนื่อยน้อยที่สุดและลดระยะเวลาทำงาน สั้นลง					
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน					
1. ท่านกำหนดกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างความ ได้เปรียบในการแข่งขัน					
2. ท่านใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ช่วยจัดเก็บและ ประมวลผลข้อมูล และอำนวยความสะดวกต่อการ ปฏิบัติงาน					
3. สถานที่ประกอบการของท่านมีเครื่องมือและอุปกรณ์ สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศที่มีการ วางแผนจัดการอย่างเป็นระบบ					
4. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ร่วมกับการสนทนาผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ มาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า นำ ข้อมูลความต้องการของลูกค้ามาวิเคราะห์ วางแผน และปรับปรุงกระบวนการทำงาน					
การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า					
1. ท่านจัดสรรสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของ ลูกค้า					

2. สถานประกอบการของท่านให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด					
3. สถานประกอบการของท่านมีการนำทรัพยากรมาหมุนเวียนใช้ใหม่เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า					
คุณภาพสินค้าจากการผลิต					
1. ท่านใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยหรือเครื่องจักรกลมาใช้ในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ					
2. ท่านมีการทดสอบคุณภาพของสินค้าทุกครั้งก่อนมอบให้ลูกค้าและสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ					
3. กิจการเลือกซื้อวัตถุดิบ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์จากแหล่งที่มีคุณภาพมาใช้ในการผลิต					
การเจริญเติบโตของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน					
1. ยอดขายในปีนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่าปีที่ผ่านมา					
2. จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
3. กิจการของท่านมีการวางแผน การลงทุน จัดหาจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มคุณภาพและผลผลิตให้สูงขึ้น					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

นวัตกรรมการวิสาหกิจชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้านวัตกรรม					
1. สถานประกอบการของท่านใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชน					
2. ท่านใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาช่วยในการพัฒนาสินค้าวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิด					

ประสิทธิภาพสูงสุด					
3. ท่านใช้โปรแกรมกราฟิกด้านคอมพิวเตอร์ในการออกแบบสินค้านวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าอยู่เสมอ					
การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงข้อมูล เผยแพร่ข้อมูล					
1. ท่านใช้คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต อย่างไม่อย่างหนึ่ง ในการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจวิสาหกิจชุมชนของท่าน					
2. ท่านใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตราแกรม อย่างไม่อย่างหนึ่ง ในการติดต่อสื่อสาร และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของธุรกิจของท่านเพื่อให้ลูกค้าทราบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง					
การทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์					
1. ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น					
2. ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ เช่น การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ เป็นต้น					
3. สถานประกอบการของท่านส่งมอบสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ลูกค้าสั่งซื้อผ่านออนไลน์ได้					
4. สถานประกอบการของท่านมีการให้บริการหลังการขายโดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น					
การนำนวัตกรรมเข้ามาขับเคลื่อนธุรกิจของชุมชน					
1. ท่านนำนวัตกรรมบริการเข้ามาขับเคลื่อนกิจกรรมของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดได้อย่างเหมาะสม					
2. ท่านนำความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่มาใช้ขับเคลื่อนกิจกรรมของสถานประกอบการให้เกิดการพัฒนาก้าวหน้าอย่างยั่งยืน					
3. ท่านนำวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ขับเคลื่อนธุรกิจของ					

ชุมชนและในสถานประกอบการที่มีอยู่ให้สูงขึ้น					
การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพ ความคิดสร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ					
1. ท่านส่งเสริมและสนับสนุนการใช้สารสนเทศ เพื่อให้ เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง					
2. ท่านส่งเสริมและสนับสนุนการใช้อุปกรณ์ด้าน เทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บ เล็ต เป็นต้น มาสร้างสรรค์สินค้าของชุมชน					
3. ท่านให้ความสำคัญกับการแสวงหาแนวทางใหม่ๆ และการสร้างสินค้าใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า					
4. ธุรกิจท่านใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ ทิกต็อก เป็นต้น เพื่อ ตอบสนองความต้องการของตลาด					
5. ท่านนำเอาวิธีการใหม่ๆ มาใช้และใช้ความคิด ดำเนินงาน โดยพยายามเรียนรู้และใช้ความคิด สร้างสรรค์และการใช้นวัตกรรมให้เหมาะสม					



ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานของนวัตกรรมชุมชนท้องถิ่น

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานของนวัตกรรมชุมชนท้องถิ่น

.....

.....

2. ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

.....

.....





ภาคผนวก ง

เอกสารรับรองโครงการวิจัยจริยธรรมการวิจัยในคน

พหุบัน ปณุ ทิโต สีเว



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 034-025/2564

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
ท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Impact of Innovation on Operational Efficiency of Tourism
Community Enterprises in Upper Northeast Region 1.

ผู้วิจัย : นางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะการบัญชีและการจัดการ

สถานที่ทำการวิจัย : วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต จังหวัดหนองบัวลำภู

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบยกเว้น

วันที่รับรอง : 2 กุมภาพันธ์ 2564

วันหมดอายุ : 1 กุมภาพันธ์ 2565

ข้อเสนอการวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของ
โครงร่างงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิด
โครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือ
หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจะต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

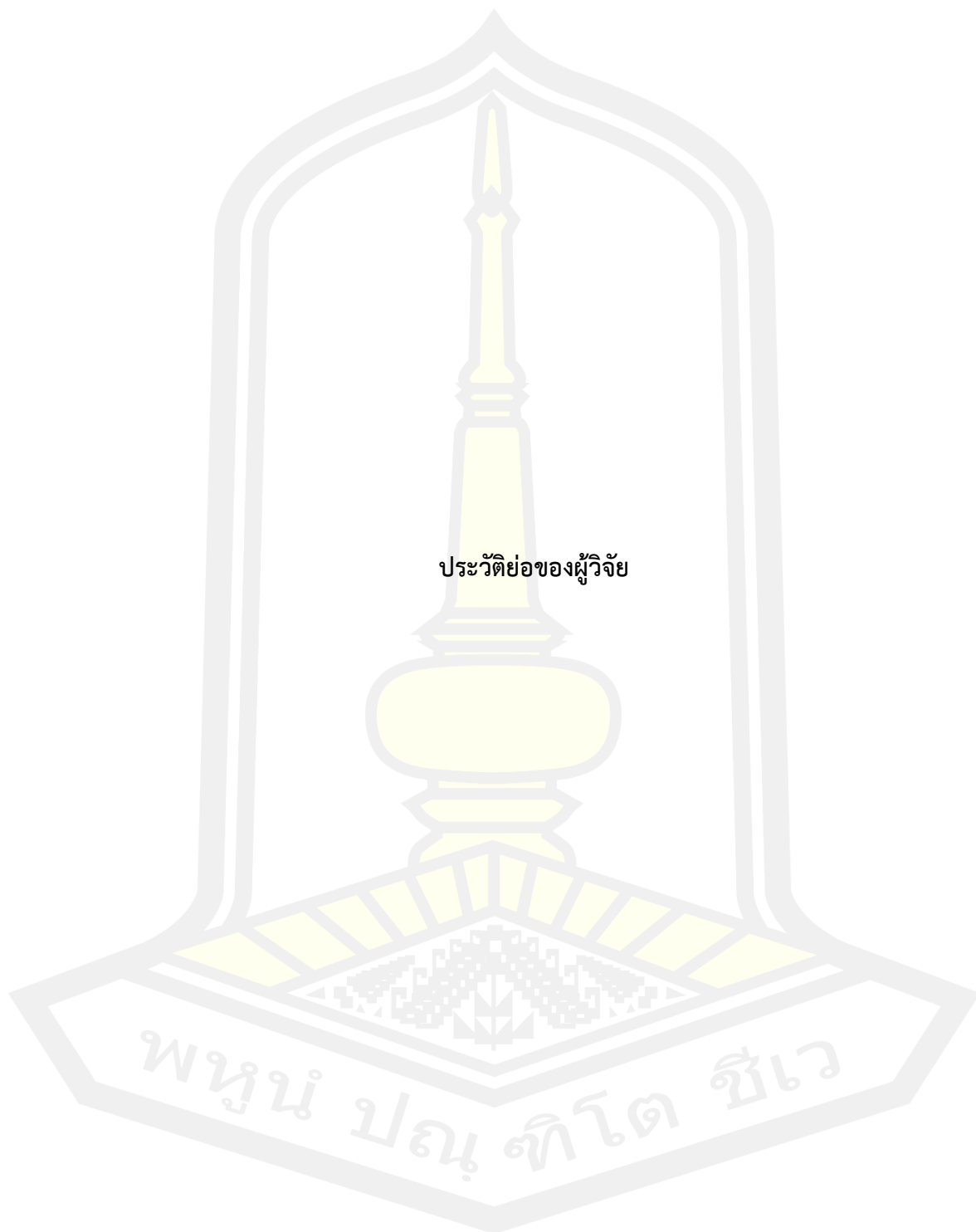
ภรณ์ สว่างจิตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกสัชกรหญิงรัตรี สว่างจิตร)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)



ประวัตินี้ของผู้วิจัย

พหุมนั ปณฺ ทิโต ชีเว

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวชฎารัฐ ขวัญนาค
วันเกิด	วันที่ 27 ธันวาคม 2530
สถานที่เกิด	อำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 80/10 หมู่ 13 ตำบลหนองบัว อำเภอเมืองหนองบัวลำภู จังหวัดหนองบัวลำภู 39000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	อาจารย์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	วิทยาลัยพิชญบัณฑิต 171/2 หมู่ 2 ตำบลหนองบัว อำเภอเมืองหนองบัวลำภู จังหวัดหนองบัวลำภู 39000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2548 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสามง่ามชนูปถัมภ์ จังหวัดพิจิตร พ.ศ. 2552 ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (วท.บ.) สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ.2555 ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.) สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา แขนงคอมพิวเตอร์ศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ.2564 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาบริหารธุรกิจและนวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ทุนวิจัย	-
ผลงานวิจัย	-

พหุบัณฑิต โศก ชีวะ

