



**ผลการทดลองใช้คู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์ม
ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน**

**The Results of Testing of the Technology Management Mechanism Manual of an
Electronic Marketplace Digital Platform Participation to Promoting Products Distribution
for Community Enterprises**

ธีระพงษ์ เลิศพิฐวิวงศ์¹ วรปภา อารีราษฎร์² และธรัช อารีราษฎร์³

Theerapong Lertthiivong¹, Worapapha Arreerard² and Tharach Arreerard³

นักศึกษาลำดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิศวกรรมจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม¹

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม^{2,3}

Doctor of Philosophy Student in Technology Management Innovation, Rajabhat Maha Sarakham University¹

Faculty of Information Technology, Rajabhat Maha Sarakham University^{2,3}

Corresponding author, E-mail: 649070140202@rmu.ac.th¹, dr.worapapha@rmu.ac.th², dr.tharach@rmu.ac.th³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการเรียนรู้จากคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน 2) ศึกษาผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตามคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน 3) ศึกษาความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน และพี่เลี้ยงที่มีต่อคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน 4) ศึกษาความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพี่เลี้ยง และผู้นำชุมชนตามคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน และ 5) ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ผู้นำชุมชนและพี่เลี้ยงที่มีต่อการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเป้าหมายคือผู้นำชุมชน 5 ตำบล ตำบลละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน พี่เลี้ยงจำนวนทั้งสิ้น 5 คน และผู้ประกอบการร้านค้าวิสาหกิจชุมชน จำนวน 15 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 31 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบประเมินการรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการ 2) แบบบันทึกผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตามคู่มือการบริหารจัดการ 3) แบบสอบถาม ความคิดเห็นของวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน และพี่เลี้ยงที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการ 4) แบบสอบถามความคิดเห็นของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพี่เลี้ยง และผู้นำชุมชนตามคู่มือกลไกการบริหารจัดการ และ 5) แบบสอบถามความคิดเห็นของวิสาหกิจชุมชน พี่เลี้ยง และผู้นำชุมชนที่มีต่อการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (f) ร้อยละ (%), ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)



ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการเรียนรู้จากคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการพบว่าร้อยละของวิสาหกิจชุมชนมีการรับรู้กลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ระดับ 3 สามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 50.97 รองลงมา คือ ระดับ 2 สามารถปฏิบัติโดยการให้คำแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 39.68 และระดับ 1 รับรู้ คิดเป็นร้อยละ 9.35 ตามลำดับ 2) ผลของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตามคู่มือกลไกการบริหารจัดการ พบว่า โดยรวมวิสาหกิจชุมชนนำสินค้าขึ้นระบบคนละ 1 รายการ รวมทั้งหมด 31 ชิ้น มีสมาชิกกดไลค์จำนวน 762 การติดตาม 4,189 การแสดงความคิดเห็นของสมาชิก 152 ครั้ง และมียอดขายสินค้า จำนวน 93 รายการ 3) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 4) ความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพี่เลี้ยงตามคู่มือกลไกการบริหารจัดการ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และ 5) ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการ พบว่า โดยรวมการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: คู่มือ, ระบบกลไกการบริหารจัดการ, ความพึงพอใจ, การรับรู้, การยอมรับ



ABSTRACT

The purposes of the research were to 1) study the level of perception of community enterprises towards learning from the Technology Management Mechanism Manual of an Electronic Marketplace Digital Platform Participation to Promoting Products Distribution for Community Enterprises, to 2) study the operational outcomes of community enterprises according to the Technology Management Mechanism Manual of an Electronic Marketplace Digital Platform Participation to Promoting Products Distribution for Community Enterprises, to 3) study the satisfaction levels of community enterprises, community leaders, and mentors regarding the Technology Management Mechanism Manual of an Electronic Marketplace Digital Platform Participation to Promoting Products Distribution for Community Enterprises, to 4) study the satisfaction of community enterprises towards the roles of mentors and community leaders according to the Technology Management Mechanism Manual of an Electronic Marketplace Digital Platform Participation to Promoting Products Distribution for Community Enterprises, and to 5) study the opinions of the target group, community leaders, and mentors regarding the acceptance of the Technology Management Mechanism Manual. of an Electronic Marketplace Digital Platform Participation to Promoting Products Distribution for Community Enterprises. The target group includes 5 community leaders from 5 sub-districts, totaling 5 people, 5 mentors, and 15 community enterprise operators, totaling 31 people. Research instruments include: 1) Assessment of community enterprises' perception towards the Technology Management Mechanism Manual, 2) Record of operational outcomes of community enterprises according to the Technology Management Mechanism Manual, 3) Questionnaire on the opinions of community enterprises, community leaders, and mentors regarding the Technology Management Mechanism Manual, 4) Questionnaire on the community enterprises perceptions towards the roles of mentors and community leaders based on the Technology Management Mechanism Manual, and 5) Questionnaire on the opinions of community enterprises, mentors, and community leaders regarding the acceptance of the Technology Management Mechanism Manual.. Statistical methods used in the research include frequency distribution(f), percentage(%), mean (\bar{x}) and standard deviation (S.D.).

The research findings showed that: 1) the level of perception of community enterprises towards learning from the Technology Management Mechanism Manual of an Electronic Marketplace Digital Platform Participation to Promoting Products Distribution for Community Enterprises reveals that: 50.97% of community enterprises perceive the management mechanism at the highest level (level 3), indicating they can implement it independently, 39.68% perceive it at level 2, suggesting they can implement it with guidance, and 9.35% perceive it at level 1, indicating awareness only. 2) The outcomes of implementing activities according to the Technology Management Mechanism Manual of an Electronic Marketplace Digital Platform Participation to Promoting Products Distribution for Community Enterprises show that: on average, each community enterprise lists one product, totaling 31 items, there are 762 likes, 4,189 follows, and 152 comments from members. There are 93 product sales transactions. 3) The satisfaction of the target group towards, the the Technology Management Mechanism Manual of an Electronic Marketplace Digital Platform Participation to Promoting Products Distribution for Community Enterprises indicates that overall, there is the highest level of



satisfaction. 4) The satisfaction of community enterprises towards the roles of mentors according to the Technology Management Mechanism Manual indicates that overall, the satisfaction level is the highest. 5) The opinions of the target group regarding the acceptance of the Technology Management Mechanism Manual reveal that overall, there is the highest level of acceptance.

Keyword: Manual, Management Mechanism System, Satisfaction, Perception, Acceptance



บทนำ

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือชุมชนที่รวมตัวกัน เพื่อนำทุนที่มีอยู่ในชุมชน ผลิตสินค้าและบริการให้เกิดรายได้ ในการพึ่งพาตนเอง โดยประเภทของวิสาหกิจชุมชน (วิภาวี กฤษณะภูติ, 2559, น. 18) อาจจะมีการแบ่งประเภทที่แตกต่างกัน เช่น วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน หรือวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน มีความหลากหลายประเภท (ลำไย นียาทองหลาง, ม.ป.ป.) เช่น ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ เมื่อดำเนินการจัดตั้งกลุ่มแล้วจะมีการบริหารจัดการกลุ่ม และการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ ขึ้นอยู่กับรูปแบบดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ซึ่งอาจจะเป็นวิสาหกิจที่ประกอบกิจการเดียว หรือวิสาหกิจที่ประกอบกิจการในรูปแบบเครือข่ายที่มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หรือการจัดจำหน่ายที่สามารถทำได้หลายวิธีด้วยกัน เช่น การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า คลังสินค้า การขายผ่านตัวแทนหรือคนกลาง การขายผ่านร้านค้า การขายตรงไปยังลูกค้า และการขายด้วยตนเองโดยมีช่องทางจำหน่ายหลายวิธี (วิภาวี กฤษณะภูติ, 2559, น. 135) หรือการขายผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ตลาดกลางที่รวบรวมสินค้าหลากหลายชนิดจากร้านค้าต่าง ๆ และผู้ซื้อที่มีความสนใจเลือกสินค้า โดยผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการแลกเปลี่ยนสินค้าและเป็นตัวกลางในการชำระค่าสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพและความรวดเร็ว (Turban, King, Lee, Liang, & Turban, 2015, pp. 60-61) ประเภทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนบุคคล และตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนสาธารณะ โดยที่ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันที่เป็นช่องทางในการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวนมาก ได้แก่ ลาซาด้า ซือบบี อินทาแกรม เฟซบุ๊ก ไลน์ และทวิตเตอร์ (นักร้องนักร้อง สมอพิทักษ์, 2562, น. 34) โดยตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะมีในส่วนด้านผู้ขายด้านผู้ซื้อ และตลาดกลางแลกเปลี่ยน ซึ่งองค์ประกอบของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และกระบวนการในตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีองค์ประกอบ

ที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์ม (Turban et al., 2015, pp. 55-56)

ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเทคโนโลยีที่มีโครงสร้างพื้นฐานหรือแหล่งรวบรวมสินค้า บริการ เครื่องมือ และข้อมูลดิจิทัลที่ใช้ในการสร้างสินค้าและบริการในทางธุรกิจ โดยอาจจะเป็นแพลตฟอร์มที่อำนวยความสะดวกในการซื้อขายแบบออนไลน์ แพลตฟอร์มที่มีเทคโนโลยีพื้นฐานให้แก่สมาชิกเพื่อนำไปสร้างนวัตกรรม สินค้าและบริการต่อไป (กฤษฎา เสกตระกูล, น.ป.ป.) แพลตฟอร์มที่รวม Transaction และ Innovation platform เข้าด้วยกัน หรือแพลตฟอร์มที่ผู้เป็นเจ้าของไม่ได้เป็นผู้บริหารโดยตรง แต่ทำหน้าที่เป็นช่องทางให้กับแพลตฟอร์มอื่น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างพื้นฐานที่เปิดใช้งานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ลักษณะของตลาดแบบเปิดหลายด้าน หรือชุมชน การอำนวยความสะดวกในการจับคู่และโต้ตอบแบบหลายด้านของผู้ให้บริการและผู้ซื้อ และธุรกรรมเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการ และผู้ใช้แพลตฟอร์ม (Heerschap, Pouw, & Atme., 2018, pp. 14-15)

การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้กับกลุ่มเป้าหมายจำเป็นต้องมีการศึกษารายอมรับเทคโนโลยี โดยงานวิจัยหลายเรื่องได้นำเอาหลักการแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีในรูปแบบของ TAM (Technology Acceptance Model) เป็นแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีรูปแบบ TAM มีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM (Davis, 1985) เป็นการวัดที่แสดงถึงการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ จะมีอิทธิพลสูงสุดต่อพฤติกรรมความตั้งใจของผู้ใช้ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้มีผลต่อพฤติกรรม ความตั้งใจใช้งาน โดยทั้งการรับรู้ถึงความมีประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้มีอิทธิพลโดยตรงกับพฤติกรรมความตั้งใจ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 2 หรือ TAM 2 (Venkatesh & Davis, 2000) เป็นผู้เสนอแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 2 โดยนำเอา TAM มาปรับปรุงในข้อจำกัดของแบบจำลอง นอกจากนั้นในแบบจำลองจะมีตัวแปร ที่จัดเป็นตัวดำเนินการ (Moderators) ประกอบด้วย 1) ความสมัครใจ (Voluntariness) ซึ่งเป็นระดับของการรับรู้ถึงการที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ด้วยความสมัครใจ และ 2) ประสบการณ์ (Experience) ซึ่งเป็นระดับของความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำหรือได้พบเห็นมา



และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 3 หรือ TAM 3 เสนอโดย Venkatesh & Bala (2008) เป็นแบบจำลองที่นำ TAM 2 มาทำปรับปรุงโดยเพิ่มปัจจัย ที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าไป

การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึงการที่บุคคลได้ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยความสามารถของตนเองและประเมินผลตามพฤติกรรมของบุคคลเพื่อให้ได้เป้าหมายที่กำหนด โดยอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถตนเองต่อพฤติกรรมผ่านกระบวนการต่าง 4 กระบวนการ คือ กระบวนการคิด กระบวนการตั้งใจ กระบวนการด้านอารมณ์ และกระบวนการเลือก โดยผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล เนื่องจากเกี่ยวข้องกับกระบวนการคิด การตั้งใจ รวมทั้งอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลนั้น ๆ เช่น พฤติกรรมการเลือก หรือการใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงาน การคิดและการตอบสนองของอารมณ์ หรือการกำหนดพฤติกรรมของตนเองของมนุษย์ โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง มาจากประสบการณ์ความสำเร็จในอดีต การรับรู้ประสบการณ์ของผู้อื่น การตั้งใจด้วยคำพูด รวมทั้งสภาวะทางกายและอารมณ์ ที่ส่งผลต่อระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หมายถึง การแสดงออกของบุคคลผู้ใช้งานในการรับรู้ต่อสิ่งที่คาดหวังหรือตอบสนองต่อสิ่งต้องการในด้านบวกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในแง่ความรู้สึกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการนั้น ๆ Maslow (1970) ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ บุคคลพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยกระตุ้น (Motivator Factors) (Herzberg, Mausner, & Synderman, 1959) เป็นปัจจัยที่นำไปสู่ความพึงพอใจในการทำงานมีอยู่ 5 ประการคือ ความสำเร็จของงาน (Achievement) การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ (Recognition) ลักษณะของงานที่ทำ (Work Itself) ความรับผิดชอบในงาน (Responsibility) และ ความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน (Advancement)

สุดารัตน์ เทียนน้อย และวรรณนา โชคบรรดาสุข (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนบนดินไทยประดิษฐ์ จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือทางเฟซบุ๊ก ผลประกอบการหลังการพัฒนาเว็บไซต์สื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่ายอดขายในภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 63.80 ผลการเปรียบเทียบยอดขาย 3 เดือน ที่ไม่ได้ใช้สื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เท่ากับ 129,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 211,300 บาท โดยวิธีการชำระเงินผ่านตลาดออนไลน์พบว่าวิธีที่ลูกค้าสะดวกคือการชำระเงินผ่านบัญชีธนาคาร

สุเมธ พิสิทธ์, จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์ และลภานา แผนสุวรรณ (2563) การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปในเขตพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายอีกหนึ่งช่องทาง โดยมีการวัดความพึงพอใจระบบในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ความสามารถของระบบในด้านการจัดการข้อมูลลูกค้า ความสามารถของระบบในด้านการจัดการข้อมูลสินค้า ความสามารถของระบบในด้านการจัดส่งสินค้า ด้านการออกแบบระบบรูปแบบกรใช้งานระบบความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล กระบวนการทำงานของระบบมีความรวดเร็วในการเรียกใช้งาน การออกแบบให้ใช้งานง่าย เมนูไม่ซับซ้อน ความเหมาะสมในการวางตำแหน่งของส่วนประกอบบนจอภาพ ด้านประสิทธิภาพสามารถค้นหาหรือเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย ประสิทธิภาพความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ มีข้อมูลในระบบถูกต้องสมบูรณ์และครบถ้วน มีการจัดการระดับความปลอดภัยหรือกำหนดสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

ชูศักดิ์ ยาทองไชย และวิไลรัตน์ ยาทองไชย (2564) การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร พบว่าการประเมินผลระบบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่าการออกแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับมากที่สุด กระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านเนื้อหาเว็บไซต์ มีผลการประเมินในระดับมาก โดยภาพรวมมีผลการประเมินในระดับมาก ซึ่งผู้เชี่ยวชาญ



มีความเห็นว่าการระบบสามารถนำไปใช้งานได้ ข้อเสนอแนะการวิจัย การเลือกขมสินค้าได้มากขึ้น เป็นช่องทางในการตกลงราคา หรือการทำธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้ปัจจัยที่สำคัญคือ การสนับสนุนจากภาครัฐที่ให้ความสำคัญของการส่งเสริมพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ ในการถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติ ในระดับชุมชนเพื่อให้ประเทศสามารถก้าวไปสู่การเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล ได้อย่างยั่งยืนต่อไป การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้า ระดับพรีเมียมของชุมชน ประเด็นด้านคุณภาพและมาตรฐาน ของผลิตภัณฑ์รวมถึงบรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความ เชื่อถือ ความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทาง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยชุมชนต้องให้ความสำคัญในการบริหารจัดการ กลุ่มเพื่อให้คงไว้ซึ่งคุณภาพ และมาตรฐาน เพื่อให้ลูกค้า ได้กลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง

ดวงพร ไหม้ประเสริฐ (2564) ได้ศึกษาการพัฒนากระบวนการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสวนไฟทองสุข ตำบลโคกคูม อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี พบว่าระบบสามารถใช้งานได้ดี และมีประสิทธิภาพ ผลการประเมินความพึงพอใจต่อระบบได้รับการตอบรับในทางบวก และข้อเสนอแนะการวิจัย ควรพัฒนาระบบ ให้สามารถเพิ่มสินค้าหลากหลายประเภทในชุมชน จะได้มีสินค้า ที่หลากหลายเพิ่มขึ้น สามารถเพิ่มระบบการขายเพียงไม่กี่ผลิตภัณฑ์ ให้อยู่ในรูปแบบ SMEs

Fayad & Paper (2015) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง The Technology Acceptance Model E-Commerce Extension: A Conceptual Framework โดยปัญหาของงานวิจัยคือผู้บริหารตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ กำลังพยายามทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้ใช้บริการออนไลน์ ให้ดีขึ้น งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรม ในด้านระบบสารสนเทศโดยใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี แบบ TAM ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการปรับปรุง TAM โดยการเพิ่มตัวแปร 4 ตัว ได้แก่ ความพึงพอใจในกระบวนการ ความพึงพอใจ ในผลลัพธ์ ความคาดหวังและการใช้อีคอมเมิร์ซ นอกจากนี้ การปรับปรุง TAM โดยการวัดพฤติกรรมจริงแทนที่จะใช้ความตั้งใจ ในการวัดแทนพฤติกรรมจริง โดยแนะนำให้วัดตัวแปรการใช้งานจริง ในแง่ของตัวแปร 4 ประการ ได้แก่ จำนวนการซื้อ จำนวนการเข้าถึง เวลาในการเข้าถึงและเวลาเฉลี่ยการเข้าถึง ดังรูปภาพที่ 2.6

งานวิจัยนี้สรุปได้ว่าผู้วิจัยได้ทำการทดลอง จำนวน 100 ระบบ พบว่า ประการแรกการรับรู้ ตัวทำนายที่ชัดเจนของความตั้งใจ เชิงพฤติกรรมในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ประการที่สอง มีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ และความง่ายต่อการใช้งาน ความสัมพันธ์นี้ชัดเจนในสภาพที่แตกต่างกัน ประการที่สาม การวัด การใช้งานจริงแทนด้วยความตั้งใจเชิงพฤติกรรม นอกจากนี้ยังมี การศึกษา TAM วัดการใช้งานจริงไม่เพียงพอ ประการที่สี่ ความพึงพอใจและผลลัพธ์ความพึงพอใจเป็นตัวแปรทำนาย ที่เป็นไปได้ทั้งตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้งานจริง ประการที่ห้า ความจำเป็นต้องศึกษาความคาดหวังพฤติกรรมนอกเหนือจาก ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเมื่อทำนายพฤติกรรมโดยใช้ TAM

ยวง ธิ มิ (2019) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา ประสมการตลาดออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสม การตลาดออนไลน์ ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด ราคา ผลิตภัณฑ์และการบริหารส่วนบุคคล มีผลต่อ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับ ด้านความไว้วางใจและทัศนคติ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่าน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องมีความหลากหลาย มีความทันสมัย มีรายละเอียดสินค้า มีความน่าเชื่อถือ ด้านราคาที่กำหนดผ่าน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถเปรียบเทียบราคา มีความถูกต้อง และเรียกเก็บตามจำนวนจริง แจ้งราคาที่ชัดเจน มีราคาถูกกว่าทั่วไป มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องมีรูปแบบการชำระเงินที่หลากหลาย การสั่งซื้อสะดวกและง่าย จัดส่งตามเวลาที่กำหนด ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องสะดวก รวดเร็ว จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ลดแลกแจกแถม โฆษณาน่าสนใจและทันสมัย การรับรู้สินค้าผ่านสื่อโฆษณา

Purwanto, Nurahman, & Ismail (2020) ได้ทำการวิจัย เรื่อง Exploring Consumers Acceptance of E-Marketplace Using TAM and Flow Theory โดยมีปัญหาการวิจัย คือ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์มีการแข่งขันยาก บางรายก็ประสบความสำเร็จ



เมื่อเทียบกับพารามิเตอร์อื่นของตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบความสำเร็จเห็นได้จากจำนวนการยอมรับจากลูกค้า วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือเพื่อค้นหาการยอมรับจากตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ด้วยแบบจำลอง TAM วิธีการวิจัยใช้แบบจำลอง TAM และ Flow โดยมิ 6 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ ความง่ายในการใช้ทัศนคติต่อการใช้งาน ความตั้งใจ เชิงพฤติกรรมความตั้งใจต่อการใช้งานจริง และความเพลิดเพลินในการเลือกซื้อสินค้า ดังรูปภาพที่ 2.7 และมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 240 ราย โดยที่ 224 ราย ที่เหมาะสมกับการตอบและวิเคราะห์ บทสรุปจากงานวิจัยนี้เป็นการตรวจสอบปัจจัยการยอมรับที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ในการใช้ระบบตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ใช้ในการใช้ระบบได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ว่าจะระบบนั้นใช้งานง่ายหรือไม่ (การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน) และให้ประโยชน์หรือไม่ (รับรู้ถึงประโยชน์) การรับรู้ของผู้ใช้เกี่ยวกับความง่ายในการใช้งานตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของแต่ละบุคคล ความสามารถในการทำงานให้เสร็จสิ้นได้อย่างง่าย การรับรู้ของผู้ใช้เกี่ยวกับประโยชน์ การบริการออนไลน์ ช่วยให้ประหยัดพลังงานและเวลา การค้นพบนี้ได้แนะนำให้ผู้ออกแบบและพัฒนาตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เน้นวิธีการทำให้ระบบใช้งานง่ายและมีประโยชน์สำหรับผู้ใช้

ธีระพงษ์ เลิศพิฐวิงศ์, วรปภา อารีราษฎร์, และธวัช อารีราษฎร์ (2567) การสังเคราะห์และพัฒนาคู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน หมายถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การบริหารจัดการตลาดกลางดิจิทัล เทคโนโลยีการบริหารจัดการ และตัวชี้วัดและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการสังเคราะห์กลไกการบริหารจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) คู่มือ

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 3 ชุด โดยคู่มือแต่ละชุดประกอบด้วยกิจกรรม 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 บทนำ ส่วนที่ 2 การคัดกรอง (Screening) ส่วนที่ 3 การปฏิบัติการที่ประกอบด้วย การวางแผน (Plan) การดำเนินงาน (Act) การสังเกตการณ์ (Observe) และการสะท้อนผลดำเนินการ (Reflect) โดยคู่มือในโดยส่วนที่ 1 บทนำ เป็นการนำเสนอรายละเอียดของกลไกการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน การกำหนดคุณสมบัติ บทบาทหน้าที่ของพี่เลี้ยง วิสาหกิจชุมชน และผู้นำชุมชน และส่วนที่ 2 เรื่องเรื่องของการคัดกรอง (Screening) ประกอบด้วยการคัดกรองร้านค้าและการคัดกรองสินค้า โดยกำหนดกิจกรรมดำเนินการ รายละเอียดการดำเนินงาน และผลลัพธ์ โดยความความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

จากความสำคัญของเอกสารที่กล่าวมาและจากงานวิจัยของธีระพงษ์ เลิศพิฐวิงศ์ และคนอื่นๆ (2567) ที่ได้ดำเนินการสังเคราะห์และพัฒนาคู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ผลการทดลองใช้คู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนผลการวิจัย โดยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้และผลการปฏิบัติการของวิสาหกิจชุมชน และ ความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน และพี่เลี้ยงที่มีต่อคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน ศึกษาความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนตามคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการ และศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อ

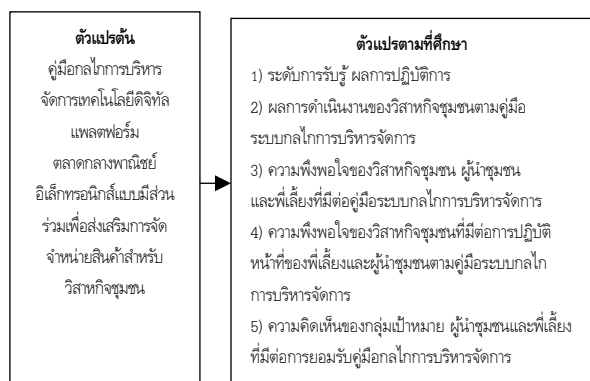


การยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการ เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงคู่มือกลไกการบริหารจัดการ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการเรียนรู้จากคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตามคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน และพี่เลี้ยงที่มีต่อคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนตามคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน
5. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ผู้นำชุมชน และพี่เลี้ยงที่มีต่อการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผลการทดลองใช้คู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

- 1.1 จัดเตรียมความพร้อมสำหรับพี่เลี้ยงและการทดลองใช้คู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน
- 1.2 นัดหมายกลุ่มเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชน พี่เลี้ยง และผู้นำชุมชน และมอบหมายหน้าที่ในการทำกิจกรรม
- 1.3 ทดลองใช้คู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามขั้นตอนของคู่มือ กับกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ พี่เลี้ยง ผู้นำชุมชน และวิสาหกิจชุมชน
- 1.4 ติดตามผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในการทดลองใช้คู่มือ โดย พี่เลี้ยง และผู้นำชุมชน
- 1.5 สะท้อนผลการเรียนรู้จากการใช้คู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และสรุปผล

2. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่ 1 เป็นผู้นำชุมชน 5 ตำบล ตำบลละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่ 2 เป็นพี่เลี้ยง 5 คน

กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มที่ 3 เป็นผู้ประกอบการร้านค้าวิสาหกิจชุมชน ที่เข้าร่วมโครงการ U2T โดยเป็นเขตบริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยเป็นผู้ประกอบการชุมชน จำนวน 15 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 31 คน โดยประธานวิสาหกิจชุมชนแต่ละกลุ่มเป็นคนคัดเลือก คุณสมบัติคือมีเวลาว่างในการเข้าร่วมกิจกรรม มีอุปกรณ์มือถือที่เป็นสมาร์ทโฟนและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่พร้อมใช้งานได้



ตลอดเวลา มีทักษะการใช้เฟซบุ๊กและมีเวลาในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กประกอบด้วย

- 2.1 เขตพื้นที่ตำบลท่าตูม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 5 กลุ่ม 11 คน
- 2.2 เขตพื้นที่ตำบล เขวา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 2 กลุ่ม 2 คน
- 2.3 เขตพื้นที่ตำบลวังแสง อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 1 กลุ่ม 4 คน
- 2.4 เขตพื้นที่ตำบลบัวมาศ อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 3 กลุ่ม 6 คน
- 2.5 เขตพื้นที่ตำบลดอนแก้ว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 4 กลุ่ม 8 คน

3. เครื่องมือการวิจัย

- 3.1 แบบประเมินการรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการ มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00
- 3.2 แบบบันทึกผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตามคู่มือการบริหารจัดการ มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00
- 3.3 แบบสอบถามความคิดเห็นของวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน และพี่เลี้ยงที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการ มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00
- 3.4 แบบสอบถามความคิดเห็นของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนในการดำเนินงานตามคู่มือกลไกการบริหารจัดการ มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00
- 3.5 แบบสอบถามความคิดเห็นของวิสาหกิจชุมชน พี่เลี้ยง และผู้นำชุมชน ที่มีต่อการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการ มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00

4. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ 1) การแจกแจงความถี่ (f) ร้อยละ (%) ของการรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการ 2) การแจกแจงความถี่ (f) ของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตามคู่มือการบริหารจัดการ และ 3) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมินของวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน พี่เลี้ยงที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการและการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการและวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนตามคู่มือกลไก

การบริหารจัดการ โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้
 วิจารณ์ อาธิราษฎร์ (2557)

- ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51-5.00 หมายความว่า มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51-4.50 หมายความว่า มีความเหมาะสมในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51-3.50 หมายความว่า มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51-2.50 หมายความว่า มีความเหมาะสมในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01-1.50 หมายความว่า มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ระดับการรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการเรียนรู้จากคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการเรียนรู้จากคู่มือ

รายการ	ระดับการรับรู้			ร้อยละของระดับการรับรู้		
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3
1. การเตรียมข้อมูลร้านค้า ครบถ้วนช่วยให้ร้านค้ามีความพร้อม ในการสร้างร้านค้าในแพลตฟอร์ม ออนไลน์	2	14	15	6.45	45.16	48.39
2. การเตรียมข้อมูลร้านค้าช่วย ให้ร้านค้ามีความพร้อมในการให้ ข้อมูลกับลูกค้า	3	16	12	9.68	51.61	38.71
3. การเตรียมข้อมูลสินค้าช่วยให้ ร้านค้ามีความพร้อมในการเตรียม สินค้าให้เพียงพอต่อการขาย	3	12	16	9.68	38.71	51.61
4. การเตรียมข้อมูลสินค้าช่วย ให้ร้านค้ามีความพร้อมในการ เตรียมวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	2	11	18	6.45	35.48	58.06
5. การเตรียมข้อมูลสินค้าช่วย ให้ร้านค้ามีความพร้อมในการ วางแผนการผลิตสินค้าให้มี คุณภาพ	3	13	15	9.68	41.94	48.39

(ต่อ)



ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ระดับการรับรู้			ร้อยละของระดับการรับรู้		
	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3
6. วิทยาลัยชุมชนจำเป็นต้องเข้าใจข้อมูลร้านค้าและสินค้าของร้านค้าเพราะต้องเตรียมให้ข้อมูลหรือสื่อสารกับลูกค้า	0	16	15	0.00	51.61	48.39
7. กลุ่มวิสาหกิจจำเป็นต้องมีคนที่สามารถใช้สมาร์ตโฟนในการสื่อสารกับลูกค้าผ่าน Facebook	4	7	20	12.90	22.58	64.52
8. เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและสมาร์ตโฟน มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับการขายสินค้าออนไลน์	5	8	18	16.13	25.81	58.06
9. การสื่อสารกับลูกค้าจะต้องชัดเจน และเข้าใจง่าย	5	12	14	16.13	38.71	45.16
10. การตัดสินใจส่งสินค้าผ่านระบบการขายออนไลน์ต้องตรวจสอบให้มั่นใจในกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า ทั้งการสั่งซื้อ การโอนเงิน และข้อมูลการจัดส่ง	2	14	15	6.45	45.16	48.39

จากตารางที่ 1 การรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการเรียนรู้จากคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการ พบว่า ร้อยละของวิสาหกิจชุมชนที่มีการรับรู้จากการเรียนรู้คู่มือกลไกการบริหารจัดการมากที่สุดในระดับ 3 สามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 50.97 รองลงมาคือ ระดับ 2 สามารถปฏิบัติโดยการให้คำแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 39.68 และ ระดับ 1 รับรู้ คิดเป็นร้อยละ 9.35 ตามลำดับ

2. ผลการปฏิบัติการของวิสาหกิจชุมชนจากการเรียนรู้คู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลของการดำเนินงานตามคู่มือกลไกการบริหารจัดการ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	จำนวนรายการที่เกิดขึ้นในระบบ					
	สมาชิก	สินค้า	กดไลค์	ติดตาม	ความคิดเห็น	ยอดขาย
1. ทำตุม อ.เมือง	11	11	341	1,703	119	57
2. เขา อ.เมือง	2	2	40	397	7	18
3. วังแสง อ.แกด้า	4	4	72	65	11	14
4. บัวมาศ อ.บรบือ	6	6	146	1,002	7	0
5. ดอนงัว อ.บรบือ	8	8	163	1,022	8	4
โดยรวม	31	31	762	4,189	152	93

จากตารางที่ 2 ผลของการดำเนินงานตามคู่มือกลไกการบริหารจัดการ พบว่า โดยรวมวิสาหกิจชุมชนนำสินค้าขึ้นระบบคนละ 1 รายการ รวมทั้งหมด 31 ชิ้น มีสมาชิกกดไลค์ จำนวน 762 การติดตาม 4,189 การแสดงความคิดเห็นของสมาชิก 152 ครั้ง และมียอดขายสินค้า จำนวน 93 รายการ

3. ความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการ

รายการ	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	4.75	0.43	มากที่สุด
2. กลุ่มพี่เลี้ยง	4.72	0.45	มากที่สุด
3. กลุ่มผู้นำชุมชน	4.83	0.38	มากที่สุด
โดยรวม	4.		มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อคู่มือกลไกการบริหารจัดการ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละกลุ่ม พบว่า ทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อคู่มือโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.72-4.83

4. ความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนตามคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของวิสาหกิจต่อพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชน

รายการ	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความพึงพอใจวิสาหกิจชุมชนต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพี่เลี้ยง	4.89	0.31	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชนต่อการปฏิบัติหน้าที่ของผู้นำชุมชน	4.83	0.37	มากที่สุด
โดยรวม	4.86	0.32	มากที่สุด



จากตารางที่ 4 ความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนตามคู่มือกลไกการบริหารจัดการ พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.86, S.D. = 0.32$)

5. ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนแสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการ

รายการ	ความพึงพอใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	4.71	0.46	มากที่สุด
2. กลุ่มพี่เลี้ยง	4.67	0.47	มากที่สุด
3. กลุ่มผู้นำชุมชน	4.70	0.48	มากที่สุด
โดยรวม	4.67	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการ พบว่า โดยรวมยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71, S.D. = 0.46$)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การทดลองใช้คู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน พบว่า 1) ระดับการรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการเรียนรู้จากคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนมีการรับรู้กลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองใช้คู่มือตามกลไกการบริหารจัดการ โดยการ

เตรียมพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนเพื่อเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำในการทำกิจกรรมร่วมกับวิสาหกิจชุมชน จึงส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง และสามารถปฏิบัติโดยการให้คำแนะนำและรับรู้การทำงานของคู่มือตามลำดับ ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนสามารถปฏิบัติงานได้ด้วยตนเองเกิดการพัฒนายั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของภารดี เทพคายน (2564) ที่ได้วิจัยเรื่องการศึกษาระดับการรับรู้และความเข้าใจของบุคลากรสายสนับสนุนสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ต่อนโยบายความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงานและพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงาน เป็นการจัดทำคู่มือที่มีขั้นตอนที่ชัดเจนอย่างเป็นระบบ ทำให้ง่ายต่อการเรียนรู้และทำความเข้าใจ ส่งผลให้บุคลากรสายสนับสนุนที่นำไปใช้สามารถรับรู้และความเข้าใจนโยบายสถาบันที่ส่งผลต่อการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการทำงานและพฤติกรรมการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย โดยการสร้างพฤติกรรมการทำงานที่เป็นเลิศมีจุดเริ่มต้นจากการรับรู้และความเข้าใจในนโยบาย 2) ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตามคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนนำสินค้าขึ้นระบบสามารถขายสินค้า มีผู้ติดตาม มีการกดไลค์ และร่วมแสดงความคิดเห็น โดยมียอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากตามลำดับ เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากกระบวนการรับรู้ที่สามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง ได้ตามคู่มือกลไกการบริหารจัดการ โดยที่มีพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนคอยให้คำชี้แนะ ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นปฏิบัติงานได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของนฤมล รัตนพันธ์ (2565) ที่ได้วิจัยเรื่องการพัฒนาคู่มือการนิเทศภายในด้วยกระบวนการชี้แนะและระบบพี่เลี้ยงสำหรับโรงเรียนในเครือข่ายจนวนนิพันธ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3 ผลการใช้คู่มือพบว่าความรู้ความเข้าใจในการใช้คู่มือหลังการทดลองให้อยู่ในระดับมากที่สุด อีกทั้งความง่ายในการใช้งานและความง่ายในการเข้าถึง เพื่อให้เกิดการใช้งานระบบและประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับในที่สุด 3) ความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน และพี่เลี้ยงที่มีต่อคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากผู้วิจัยได้มีการเตรียมพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชน รวมถึงคู่มือการบริหารจัดการ ในการให้คำปรึกษา คำแนะนำในการทำกิจกรรมร่วมกับวิสาหกิจชุมชนทั้งการทำกิจกรรมอย่างใกล้ชิดทั้งในสถานที่และระบบออนไลน์ ส่งผลให้เกิดความง่ายในการใช้งาน และความง่ายในการเข้าถึง เพื่อให้เกิดการใช้งานระบบจะก่อให้เกิดความพึงพอใจและส่งผลให้เกิดประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับในที่สุด (ญานิตา พลอยชุม, 2557) โดยการทำงานของระบบที่มีความชัดเจนและง่ายต่อการใช้งาน จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและมีประโยชน์ต่อการใช้งาน การเข้าถึงระบบที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา (กรรณิกา ทองพันธ์, 2565) ประกอบกับการที่คู่มือได้รวบรวมเนื้อหาไว้อย่างครบถ้วน ใช้กระบวนการและภาษาที่อ่านเข้าใจได้ง่าย ทำให้ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความเข้าใจไปในทิศทางที่ถูกต้อง 4) ความพึงพอใจของวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนตามคู่มือระบบกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากการมีพี่เลี้ยงและผู้นำชุมชนให้คำแนะนำ ช่วยเหลือชี้แนะ และคอยให้กำลังใจในการดำเนินงานเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับวิสาหกิจชุมชนในการทำกิจกรรมที่ยังไม่มีประสบการณ์ การปฏิบัติการณ์ในแต่ละขั้นตอนจึงมีความมั่นใจและให้ความสนใจในการทำงานมากยิ่งขึ้น ตลอดจนจนกระบวนการดูแลให้คำปรึกษาของพี่เลี้ยงที่มีการคอยให้คำปรึกษา มีการสังเกตการณ์การปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับงานวิจัยวนิดา ยานรักษา, ชาลิตสูงใหญ่ และธีรเชษฐ์ เรื่องสุขอนามัย (2564) วิจัยเรื่องการพัฒนา รูปแบบนิเทศที่เน้นการเป็นพี่เลี้ยงทางวิชาการ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนิสิตฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูนานาชาติ พบว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การบริหารจัดการชั้นเรียนและการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีการดำเนินการที่เป็นระบบ มีขั้นตอน ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันเป็นทีม นอกจากนี้ นิสิตมีประสบการณ์มากขึ้นและได้รับคำแนะนำ

การสะท้อนคิดอย่างต่อเนื่องจากอาจารย์พี่เลี้ยงส่งผลให้สามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้บรรลุตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่วางไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของปราณี เข้มทอง (2557) วิจัยเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษากับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษากับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงมาก เนื่องจากผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำ เป็นคุณลักษณะของผู้บริหารที่นำพาองค์กรสู่ความสำเร็จ และ 5) ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ผู้นำชุมชน และพี่เลี้ยงที่มีต่อการยอมรับคู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือกลไกการบริหารจัดการที่มีความง่ายต่อการใช้งานของทั้ง 3 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดของคู่มือที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้งานที่แตกต่างกันทำให้คู่มือมีเนื้อหาเฉพาะที่สามารถนำไปปฏิบัติงานได้ง่าย ทำความเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้ง่ายไม่ซับซ้อน เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์ในเวลาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธาสิณี ตูลานนท์ (2562) ที่วิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่าการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน เป็นปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลวงเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ด้วยการแสดงถึงระดับที่ผู้ใช้สามารถรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีมาใช้มีส่วนช่วยในการปรับปรุงการใช้เดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ ในด้านการคัดเลือกวิสาหกิจที่เข้าร่วมกิจกรรมจะต้องมีความพร้อมการใช้โทรศัพท์ที่เป็น Smart phone และมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตพร้อมใช้งาน



ส่วนผู้นำชุมชน จะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถและมีทักษะในการสื่อสาร การประสานงานกับชุมชนและพี่เลี้ยง สำหรับพี่เลี้ยงต้องเป็นผู้ที่มีเวลา อุทิศเวลา เข้าใจชุมชน สามารถสื่อสาร กระตุ้น และสร้างแรงบันดาลใจให้ชุมชนมีกำลังใจในการทำกิจกรรม

2. ข้อเสนอแนะในการทาวิจัยครั้งต่อไป จากการทดลองคู่มือของงานวิจัยนี้ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะลักษณะชัดเจนโดยแยกออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเป็นผู้ที่มีทักษะในการจัดทำผลิตภัณฑ์ไม่มีทักษะในการใช้มือถือและการใช้ Facebook ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของกลุ่ม กลุ่มที่ 2 ผู้นำที่มีหน้าที่ติดต่อประสานงานรวมทั้งการบริหารงานของกลุ่มจะมีทักษะการใช้มือถือและการใช้ Facebook อยู่บ้าง และกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่สามารถใช้ Smart phone และมีทักษะการสื่อสารผ่าน Facebook สามารถนำสู่การพัฒนาทักษะด้านการขายสินค้าบนออนไลน์ ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มการอบรมเสริมสร้างความรู้และเทคโนโลยีพื้นฐานให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มากขึ้น โดยให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละชุมชนเพราะความแตกต่างกันทางปัจจัยทั้งสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีในแต่ละพื้นที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ การขายสินค้า และรายได้ของชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินเครื่องมือการวิจัยและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณอาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ให้คำแนะนำร่วมเป็นที่เลี้ยงในการวิจัย ร่วมลงพื้นที่ เก็บรวบรวมข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้นำชุมชนและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ให้ข้อมูลประกอบการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลท่าตูม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบล เขา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลวังแสง อำเภอแกลง จังหวัดมหาสารคาม

4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลบัวมาศ อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ตำบลดอนงัว อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา เสกตระกูล. (น.ป.ป.). *การทำธุรกิจยุคแพลตฟอร์ม*. สืบค้น

เมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1610012632966.pdf

ชูศักดิ์ ยาทองไชยและวีไลรัตน์ ยาทองไชย. (2564). *การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร*. สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2565 จาก <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/itm-journal/article/view/242047/165711>.

ญาณิศา พลอยชุม. (2557). *อิทธิพลของคุณภาพระบบต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์ของผู้ใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ในกรุงเทพมหานคร*. (ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดวงพร ไผ่ประเสริฐ. (2564). *การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสวนไม้ทองสุข ต.โคกตูม อ.เมืองจังหวัดลพบุรี*. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 5(2), 101-110.

ธีระพงษ์ เลิศทิวรงค์, วรภา อารีราษฎร์ และธรัช อารีราษฎร์. (2567). *การสังเคราะห์และพัฒนาคู่มือกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน*. *วารสารวิชาการจัดการเทคโนโลยี*, 11(1).

นภัสรนันท์ เสมอพิทักษ์. (2562). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นฤมล รัตนพันธ์. (2565). *การพัฒนาคู่มือการนิเทศภายในด้วยกระบวนการชี้แนะและระบบพี่เลี้ยงสำหรับโรงเรียนในเครือข่ายจนวนนิพันธ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุราษฎร์ธานี เขต 3*. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 7(3), 741-754.



- ปราณี เข็มทอง. (2557). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของ
ผู้บริหารสถานศึกษากับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ
ครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7
(วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). จันทบุรี:
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- ภารดี เทพคายน. (2564). การศึกษาระดับการรับรู้และความเข้าใจ
ของบุคลากรสายสนับสนุน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์ต่อนโยบายความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงานและ
พฤติกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายความเป็นเลิศด้านการ
ปฏิบัติงาน. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2567, จาก
<https://www.km.nida.ac.th/th/images/PDF/research/paradeere164.pdf>.
- ลำไย นียาทองกลาง. (ม.ป.ป.). การจัดทำหน่วยผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น.
สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2565, จาก
<https://sites.google.com/site/karcadkarphlitphantht/hxxngthin/kar-cad-cahmay-phlitphant-thxng-thin>.
- วนิดา ยานรักษา, ขวลิขิต สูงใหญ่ และธีรเชษฐ์ เรื่องสุขอนันต์.
(2564). การพัฒนารูปแบบการนิเทศที่เน้นการเป็นพี่เลี้ยงทาง
วิชาการเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของนิสิต
ฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูนานาชาติ. *วารสารวิชาการ
ศึกษาศาสตร์ ศรีนครินทรวิโรฒ*, 22(2), 167-187.
- วราภา อธิราชฐ์. (2557). นวัตกรรมระบบการจัดกลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์
เพื่อการเรียนรู้ (วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- วิภาวี กฤษณะภูติ. (2559). การจัดการวิสาหกิจชุมชน. ขอนแก่น:
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุดารัตน์ เทียนน้อยและวรรณมา ไซคบัณฑิตสุข. (2561). การพัฒนา
ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านสื่อพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มสตรีเด็กและเยาวชนบ้านดินไทย
ประดิษฐ์ จังหวัดราชบุรี. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2565,
จาก <http://rms.mcru.ac.th/uploads/625431.pdf>.
- สุธาสินี ตูลานนท์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุเมธ พิสิทธ์, จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์และลภภา แพนสุวรรณ. (2563).
การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปในเขต
พื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.
สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2565, จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jgsnsbc-journal/article/download/245884/166237>.
- สว่าง ธิ มิ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ
สินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขต
เทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาสารคาม:
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- Davis, F.D. (1985). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. Massachusetts Institute of Technology.
- Fayad, R., & Paper, D. (2015). *The Technology Acceptance Model E-Commerce Extension: A Conceptual Framework*. Retrieved February 22, 2022, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115009223>.
- Heerschap, N., Pouw, N., Atme, C. (2018). *Measuring online platforms*. Retrieved February 5, 2022, from https://www.cbs.nl/-/media/_pdf/2018/51/2018ep58-measuring-online-platforms.pdf.
- Herzberg, F., Mausner, B. & Snyderman, B. (1959). *The Motivation to Work. 2nd Edition*, John Wiley & Sons Inc., New York, 20, 141,147.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.



Purwanto, A., Nurahman, N., & Ismail, A. (2020). Exploring Consumers' Acceptance of E-Marketplace Using TAM and Flow Theory. *Indonesian Journal of Applied Research*, 1(3). 170-182.

Turban, E., King, D., Lee, J.K., Liang, T.P., & Turban, D.C. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective (Eighth Edition)*. New York: Springer.

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision sciences*, 39(2), 273-315.

Venkatesh, V., & Davis, F.D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46, 186-204.