



ISSN: 2774-0390 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU>
e-mail: jmssnru@gmail.com



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการ ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

Factors influencing the adaptation and application of digital platform among
entrepreneurs under business transformation in Mueang Nakhon
Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province

ปิยพงษ์ นฤมิตรวิมล^{1*}, พิทยา พ่อนกลาง², อังคิวิภา แฉวจำปา³, พัชรภรณ์ ชนะพันธ์⁴

Piyapong Naruemitwimon^{1*}, Pittaya Ponklang², Angkavipa Naewjumpa³, Phatcharaporn Chanaphan⁴

¹ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

^{2,3} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

⁴ สำนักพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

¹ Vongchavalitkul University Business Incubator

^{2,3} Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University

⁴ Student Affairs Office, Vongchavalitkul University

*Corresponding author's e-mail: Piyapong_nar@vu.ac.th ^{1*}

Received: February 06, 2026

Revised: April 02, 2026

Accepted: April 17, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา และ 2) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ประกอบธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม และมีการดำเนินธุรกิจมาแล้ว 1-3 ปี โดยแพลตฟอร์มดิจิทัลที่นิยมใช้มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แนวทางการพัฒนาควรเน้นการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีและการสร้างความตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล, ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ, ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี, ความเป็นผู้ประกอบการ

Abstract

The objectives of this study aimed to: 1) examine the factors influencing entrepreneurs' adaptation to and application of digital platforms under business transformation in Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province and 2) examine the technology acceptance factors influencing entrepreneurs' adaptation to and application of digital platforms under business transformation in Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province. The research employed a quantitative approach, with the population consisting of entrepreneurs in Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province. A sample of 400 entrepreneurs was selected for the study. Data was collected using a questionnaire, and the statistical methods used for data analysis included percentages, means, standard deviations, and multiple regression analysis. The majority of the respondents were female, aged between 35 and 44 years, held a bachelor's degree, operated food and beverage businesses, and had been in operation for 1-3 years. Facebook was identified as the most widely used digital platform. The findings revealed that business change factors, namely technological, economic and social factors) as well as technology acceptance factors, (including perceived ease of use and perceived usefulness) had a significant positive influence on entrepreneurs' application of digital platforms at a statistically significant level of .05. The results suggest that development guidelines should emphasize enhancing technological knowledge and understanding, as well as raising awareness of economic and social changes, to enable entrepreneurs to effectively adapt to and apply digital tools.

Keywords: application of digital platform, business transformation factors, technology acceptance factors, entrepreneurship

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องจากแรงขับเคลื่อนของเทคโนโลยีดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง และการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง (Kotter, 2021) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงหลังจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำเป็นต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วนเพื่อความอยู่รอด ซึ่งหนึ่งในแนวทางสำคัญคือ การนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ทั้งด้านการตลาด การขาย การให้บริการ และการสื่อสารกับลูกค้า ผู้ประกอบการในทุกระดับจำเป็นต้องปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อคงไว้ซึ่งขีดความสามารถในการแข่งขัน การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่เพียงการให้บริการหรือจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดั้งเดิม หากแต่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการเข้าถึงตลาด ขยายฐานลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการดำเนินงาน (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022) แพลตฟอร์มดิจิทัลจะมีบทบาทสำคัญในโลกธุรกิจสมัยใหม่ แต่ผู้ประกอบการรายย่อยและธุรกิจในระดับท้องถิ่นยังคงเผชิญข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความรู้และทักษะทางเทคโนโลยี ต้นทุนในการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการใช้เทคโนโลยีในระยะยาว ปัญหาในการปรับตัวและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสาเหตุที่สำคัญ

จังหวัดนครราชสีมาถือเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและพาณิชยกรรมที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีโครงสร้างธุรกิจที่หลากหลาย แม้บริบททางนโยบายของภาครัฐจะมุ่งผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่า ผู้ประกอบการจำนวนมากในพื้นที่อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ยังไม่สามารถนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเต็มศักยภาพ สาเหตุหลักมาจากความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล การเข้าถึงเทคโนโลยีที่จำกัด และการขาดแนวทางในการเลือกใช้เทคโนโลยีตลอดจนแผนการปรับตัวที่เป็นระบบ และเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจในท้องถิ่น (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน), 2565)

แม้งานวิจัยในระดับประเทศจะให้ความสำคัญกับการศึกษาเกี่ยวกับแพลตฟอร์มดิจิทัลในภาคธุรกิจ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่สามารถปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจาก ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น เทคโนโลยีใหม่ กฎระเบียบใหม่ หรือพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป (Teece, 2018) รวมถึงข้อจำกัดด้านความรู้ ทักษะ และความพร้อมในการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ประกอบการ (Venkatesh et al., 2016) แต่ยังคงขาดการศึกษาที่ลงลึกในระดับภูมิภาค โดยเฉพาะบริบทของเมืองเศรษฐกิจระดับรองอย่างอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีลักษณะเฉพาะในด้านโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และข้อจำกัดเชิงระบบ งานวิจัยที่มีอยู่ส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเขตเมืองหลัก เช่น กรุงเทพมหานคร ทำให้ไม่สามารถสะท้อนสภาพปัญหาเชิงพื้นที่ได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังพบช่องว่างในองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้ประกอบการรายย่อยต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในพื้นที่ระดับจังหวัด

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจในพื้นที่ท้องถิ่นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง งานวิจัยนี้จึงมุ่งวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยบูรณาการกรอบแนวคิดจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003) และแนวคิดการปรับตัวของธุรกิจดิจิทัลมาใช้เป็นฐานในการศึกษา ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการ แต่ยังสามารถนำไปพัฒนาเป็นแนวทางปฏิบัติที่ใช้ได้จริง เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลของธุรกิจระดับท้องถิ่น และสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล

ของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ

การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ (business changes) หมายถึง กระบวนการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง กลยุทธ์ วิธีดำเนินงาน และการใช้ทรัพยากรขององค์กร เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง Kotler et al. (2021) ระบุว่า ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และด้านเศรษฐกิจ และสังคม ขณะที่ Teece (2018) อธิบายผ่านแนวคิดความสามารถเชิงพลวัต (dynamic capability) ว่า องค์กรที่สามารถรับรู้และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว จะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว ในมุมมองของการบริหารการเปลี่ยนแปลง Hiatt (2006) ได้นำเสนอแบบจำลอง ADKAR ซึ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล อันประกอบด้วย ความตระหนักรู้ ความต้องการเปลี่ยน ความรู้ ความสามารถ และการเสริมแรง ขณะที่ Kotter (2021) เสนอแนวคิด 8 ขั้นตอนของการบริหารการเปลี่ยนแปลงองค์กร ซึ่งเน้นบทบาทของผู้นำและการสื่อสารอย่างเป็นระบบสำหรับผู้ประกอบการ SMEs การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ มักปรากฏในรูปของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสู่ช่องทางออนไลน์ และแรงกดดันจากสถานการณ์เศรษฐกิจและสังคม งานวิจัยนี้จึงนำปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และด้านเศรษฐกิจและสังคม มาใช้เป็นตัวแปรอิสระในการศึกษา

แนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี (technology acceptance) เป็นแนวคิดที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานต่อการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ Davis (1989) ได้พัฒนา Technology Acceptance Model (TAM) โดยเสนอว่า ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (perceived usefulness) และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี ในระยะเวลาต่อมา Venkatesh et al. (2003) ได้ขยายกรอบแนวคิดดังกล่าวเพื่อพัฒนาเป็นโมเดล ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) เพื่ออธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีในสภาพแวดล้อมและบริบทที่ซับซ้อนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในปัจจุบันจำนวนมากยังคงยืนยันว่า โมเดล TAM แบบดั้งเดิมยังคงเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสำหรับการศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากเป็นกรอบแนวคิดที่สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีได้อย่างเป็นรูปธรรมและตรงไปตรงมา (Dwivedi et al., 2023)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย Davis (1989) ทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดหลักที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานต่อการตัดสินใจนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ โดยมีสมมติฐานสำคัญที่ระบุว่า ทัศนคติและความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีนั้นถูกขับเคลื่อนโดยปัจจัยหลัก 2 ประการ ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานว่าเทคโนโลยีหรือระบบนั้นสามารถทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ในบริบทของธุรกิจหากแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลมีระบบที่ไม่ซับซ้อน จะส่งผลให้ผู้ประกอบการเปิดรับและพร้อมนำมาประยุกต์ใช้ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (perceived usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจได้จริง ผู้ใช้งานมักจะยอมรับความยุ่งยากหรือความซับซ้อนของระบบได้ หากประเมินแล้วว่าระบบนั้นช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานหรือสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่การลงทุน

แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล

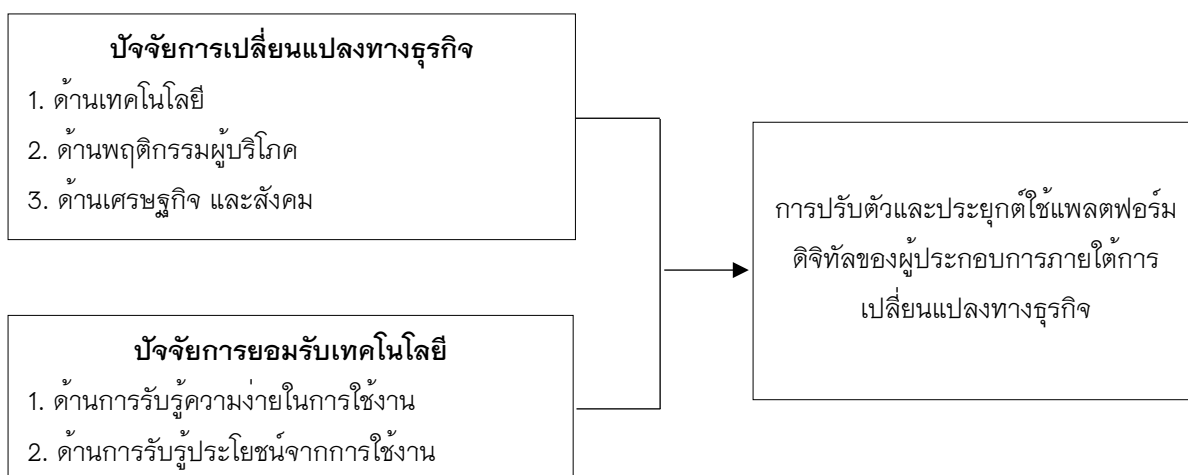
แพลตฟอร์มดิจิทัล (digital platforms) หมายถึง ระบบหรือสื่อกลางออนไลน์ที่เอื้อต่อการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้า เช่น โซเชียลมีเดีย อีมาร์เก็ตเพลส และแพลตฟอร์มชำระเงินออนไลน์ (Parker et al., 2016) Tiwana (2013) อธิบายว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่มีความผันผวนและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากผลกระทบหลังวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำเป็นต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วนเพื่อความอยู่รอด การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลจึงถูกนำมาใช้เป็นหนึ่งในแนวทางสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างรอบด้าน ครอบคลุมทั้งด้านการตลาด การขาย การให้บริการ และการสื่อสารกับลูกค้า การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันจึงไม่อาจพึ่งพาหรือจำกัดอยู่เพียงการให้บริการและจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดั้งเดิมได้อีกต่อไป แต่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลให้เป็นเครื่องมือหลักเชิงกลยุทธ์ เพื่อใช้ในการเข้าถึงตลาด ขยายฐานลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน ตลอดจนช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022) ดังนั้น การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลจึงถือเป็นกระบวนการเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ (digital transformation) ที่ผู้ประกอบการต้องเร่งสร้างความพร้อมเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนความยั่งยืนของธุรกิจในระดับท้องถิ่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในบริบทของการปรับตัวต่อสภาวะวิกฤตและการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ชีรวัดน์ ชีรเสณี (2564) ได้ศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบว่า ผู้ประกอบการมีการปรับตัวในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ งานวิจัยของไพรัตน์ สำเียง และคณะ (2564) ที่พบว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงานและขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ และสำหรับการยอมรับเทคโนโลยีและการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในองค์กร SMEs รวมถึงงานวิจัยของสมาภรณ์ นวลสุทธิ และคณะ (2567) ยังระบุว่า การพัฒนาและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ ช่วยให้ผู้ประกอบการชุมชนสามารถจัดการสินค้า วิเคราะห์ข้อมูล และตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภควิถีใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้รายได้และยอดขายเพิ่มขึ้น

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา สามารถสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยหรือ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในอำเภอเมือง นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ข้อมูลตามรายงานจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนผู้ประกอบการ SME รวมทั้งสิ้น 60,995 คน ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ หนึ่งส่วน ผู้จัดการ หรือผู้ที่มีความสนใจหลักในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และร้านค้ารายย่อย (micro enterprises) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจากประชากรทั้งหมด 60,995 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทั้งนี้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเข้าถึงประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) สำหรับผู้ประกอบการที่ยินดี และสะดวกในการให้ข้อมูล (convenience sampling) โดยมีการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก (inclusion criteria) ที่ชัดเจน คือ ต้องเป็นผู้ประกอบการ เจ้าของธุรกิจ หนึ่งส่วนผู้จัดการ หรือผู้ที่มีความสนใจในกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และร้านค้ารายย่อย (micro enterprises) ที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาทบทวนเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของธุรกิจ และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ และแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลที่ใช้ในงานในธุรกิจ มีจำนวน 6 ข้อ โดยลักษณะคำถามแบบตรวจรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 คำถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ (business transformation) ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และด้านเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานจำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 6 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 3 และ 4 เป็นคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) วัดตัวแปรแบบสเกลช่วงเวลา (interval scale)

การตรวจสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) จะเป็นการพิจารณาแบบสอบถามรายข้อจากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามประกอบไปด้วย ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 1.00 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 1.00 และด้านเศรษฐกิจ และสังคมมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ .918 ปัจจัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ .918 และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 1.00 และการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ .945

นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว มาทดสอบกับบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจในคำถาม และสามารถตอบคำถามได้ จากนั้นนำแบบสอบถาม มาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient: α) ได้แก่ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ มีค่าเท่ากับ .742 ประกอบด้วย ด้านเทคโนโลยี มีค่าเท่ากับ .716 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค มีค่าเท่ากับ .877 และด้านเศรษฐกิจ และสังคม มีค่าเท่ากับ .856 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าเท่ากับ .790 ประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเท่ากับ .733 และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน มีค่าเท่ากับ .790 และตัวแปรตาม คือ การปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล มีค่าอยู่ที่ .933 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient: α) มากกว่าเกณฑ์ คือ .70 ขึ้นไป (Hair et al., 2019)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยหรือ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยทำแบบสอบถามผ่าน Google Form จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระจายแบบสอบถามผ่าน 2 ช่องทางหลักแบบบูรณาการ ได้แก่ ช่องทางแอปพลิเคชันสนทนา (chat applications) ผู้วิจัยได้ทำการส่งลิงก์แบบสอบถามและคิวอาร์โค้ด (QR code) เข้าไปยังกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการบนแอปพลิเคชันไลน์ และการลงพื้นที่แบบบูรณาการ (on-site & online) ผู้วิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่จริงไปยังสถานประกอบการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา เพื่ออธิบายถึงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของงานวิจัยให้ผู้ประกอบการรับทราบโดยตรง พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสแกนคิวอาร์โค้ด เพื่อตอบแบบสอบถามผ่านทางสมาร์ทโฟนของตนเอง ซึ่งวิธีการนี้ช่วยให้ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน สมบูรณ์ และตรงตามกรอบการวิจัยมากที่สุด

ทั้งนี้ก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยนำเครื่องมือที่ใช้ใน

การวิจัยขออนุญาตกับทางคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ของมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล หนังสือเลขที่ 13/2568 ลงวันที่ 30 กรกฎาคม 2568

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ผ่านการตรวจสอบข้อมูล (editing) เป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง การลงรหัส (coding) เป็นการนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ และการประมวลผลข้อมูล (processing) เป็นการนำข้อมูลได้จากการลงรหัสมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ 1) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจโดยใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อศึกษาตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อ ตัวแปรตาม คือ การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 35 – 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.75 ส่วนใหญ่มีประเภทธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 33.75 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.00 และแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เลือกใช้ในธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 90.86 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านเทคโนโลยี	4.35	.37	มากที่สุด
2. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	4.33	.36	มากที่สุด
3. ด้านเศรษฐกิจ และสังคม	4.35	.35	มากที่สุด
ภาพรวม	4.34	.30	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = .30) และเมื่อพิจารณา

รายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเศรษฐกิจ และสังคม ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = .35) รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = .37) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = .36) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4.21	.37	มากที่สุด
2. ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	4.28	.36	มากที่สุด
ภาพรวม	4.34	.30	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = .30) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = .36) และรองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = .37) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา

การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการปรับตัวเพื่อใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น หลังสถานการณ์เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม	4.19	.47	มากที่สุด
2. มีการพัฒนาทักษะหรืออบรมให้ผู้ประกอบการ หรือ บุคลากร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล	4.46	.57	มากที่สุด
3. มีการเลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ	4.19	.47	มาก
4. สามารถประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเพิ่ม ยอดขายหรือขยายฐานลูกค้าได้จริง	4.16	.53	มาก
5. การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้ธุรกิจสามารถ ดำเนินการได้ต่อเนื่องในช่วงวิกฤติ	4.21	.51	มากที่สุด

ตาราง 3 (ต่อ)

การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
6. มีความพึงพอใจต่อผลลัพธ์จากการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในธุรกิจ	4.29	.54	มากที่สุด
ภาพรวม	4.25	.32	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นของการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = .32) และเมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการพัฒนาทักษะหรืออบรมให้กับผู้ประกอบการ หรือบุคลากร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = .57) รองลงมาคือ มีความพึงพอใจต่อผลลัพธ์จากการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในธุรกิจ ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = .54) การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ต่อเนื่องในช่วงวิกฤติ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = .51) ธุรกิจมีการปรับตัวเพื่อใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น หลังสถานการณ์เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = .47) มีการเลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = .47) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สามารถประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเพิ่มยอดขายหรือขยายฐานลูกค้าได้จริง ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = .53) ตามลำดับ

5. ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในการวิเคราะห์ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) โดยมีเงื่อนไขดังนี้

การทดสอบสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้นกับตัวแปรตามมีค่าอยู่ระหว่าง .382 – .565 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต้นมีความเชื่อมโยงกับตัวแปรตามเพียงบางส่วนเท่านั้น (Cohen, 1988)

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ	B	Std.Error	β	t	P-value	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.664	.221		7.546	.000		
1. ด้านเทคโนโลยี	.274	.052	.287	5.259	.000*	.620	1.612
2. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	.100	.055	.102	1.831	.068	.601	1.665
3. ด้านเศรษฐกิจ และสังคม	.222	.057	.218	3.920	.000*	.600	1.665
R = .515, R ² = .266, Adj. R ² = .260, SEE = .303, Durbin-Watson = 1.546							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-value) สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง

ทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ($\beta = .287, p < .05$) และด้านเศรษฐกิจ และสังคม ($\beta = .218, p < .05$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ร่วมกันพยากรณ์การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 26.00 ($\text{Adj. } R^2 = .260$) ยกเว้นด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 เพียงบางส่วน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยมีเงื่อนไขดังนี้

การทดสอบสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้นกับตัวแปรตามมีค่าอยู่ระหว่าง .376–.473 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต้นมีความเชื่อมโยงกับตัวแปรตามเพียงบางส่วนเท่านั้น (Cohen, 1988)

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	B	Std.Error	β	t	P-value	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.518	.195		7.781	.000		
1. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	.293	.038	.339	5.785	.000*	.859	1.164
2. ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	.350	.043	.357	3.585	.000*	.859	1.164
R = .578, $R^2 = .334$, $\text{Adj. } R^2 = .330$, SEE = .288, Durbin-Watson = 1.725							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 5 เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-value) สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\beta = .339, p < .05$) และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ($\beta = .357, p < .05$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ร่วมกันพยากรณ์การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 33.00 ($\text{Adj. } R^2 = .330$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ด้านเทคโนโลยี และด้าน

เศรษฐกิจและสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าแรงผลักดันหลักที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลคือ แรงกดดันจากภายนอก ทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และสภาพเศรษฐกิจ สังคม เช่น นโยบายสังคมไร้เงินสด หรือผลกระทบจากโรคระบาดในอดีต ที่บีบให้ธุรกิจต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด และเป็นที่น่าสนใจว่า ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคกลับไม่ส่งผลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมองการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของบริบททางสังคม หรืออาจมองว่าตนเองเป็นผู้กำหนดทิศทางการตลาดผ่านเทคโนโลยีมากกว่าการรอลูกค้าเรียกร้องเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Tornatzky & Fleischer (1990) ที่นำเสนอกรอบแนวคิด TOE framework โดยระบุว่าบริบทด้านสิ่งแวดล้อม (environmental context) ซึ่งรวมถึงแรงกดดันจากอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี เป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญในการกระตุ้นให้องค์กรตัดสินใจนำนวัตกรรมมาใช้ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและความอยู่รอดทางธุรกิจ มากกว่าการตอบสนองต่อปัจจัยภายในเพียงอย่างเดียว

2. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างมาก โดยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (perceived usefulness) และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) ต่างมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งอธิบายว่าบุคคลจะยอมรับเทคโนโลยีก็ต่อเมื่อเขารู้สึกว่ามีประโยชน์ และใช้งานง่าย โดยในบริบทนี้ การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลมากกว่าความง่ายในการใช้งานเพียงเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการยอมที่จะเรียนรู้สิ่งที่ซับซ้อนได้ หากสิ่งนั้นสร้างกำไรหรือประโยชน์ทางธุรกิจได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Davis (1989) ผู้พัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่ค้นพบว่า การรับรู้ประโยชน์ (perceived usefulness) เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้งานมากกว่าความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) โดยอธิบายว่าผู้ใช้งานมักยอมรับความยุ่งยากของระบบได้ หากระบบนั้นช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่า นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Chaveesuk et al. (2021) ที่พบว่าในบริบทของการชำระเงินดิจิทัล ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยในการทำธุรกรรมมากกว่าความง่ายของแอปพลิเคชัน

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงกลไกการปรับตัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในระดับท้องถิ่น ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นจากความพยายามตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยตรง แต่ถูกขับเคลื่อนด้วยแรงกดดัน (pressure as catalyst) จากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่บีบบังคับให้ธุรกิจต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด โดยผู้ประกอบการมองว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการรับมือกับวิกฤตมากกว่าเป็นเพียงเครื่องมือทำการตลาดตามกระแส ในขณะเดียวกัน แม้เทคโนโลยีนั้นจะสามารถสร้างประโยชน์ต่อธุรกิจได้ แต่ความง่ายในการใช้งาน (ease of use) กลับเป็นปัจจัยชี้วัดและกุญแจสำคัญที่สุดในการตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น หากระบบมีความซับซ้อนเกินไปจะกลายเป็นอุปสรรคสำคัญทันที ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการนิยมเลือกใช้แพลตฟอร์มที่เข้าถึงง่าย และคุ้นเคยสูงอย่างเฟซบุ๊ก เป็นหลัก นอกจากนี้ความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล (digital transformation) ในระดับพื้นที่ ไม่ได้หยุดอยู่เพียงการเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม แต่หัวใจสำคัญคือการลงทุนในศักยภาพของมนุษย์

ผ่านการพัฒนาทักษะเชิงรุก (proactive skill development) ทั้งการฝึกอบรมและยกระดับองค์ความรู้ให้แก่ตัวผู้ประกอบการและบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ในขณะที่ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีการติดตามข่าวสารด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เพื่อปรับตัวได้ทันทั่วทั้งที่ มากกว่าการรอให้พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนแล้วค่อยปรับตัว

1.2 จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกใช้แพลตฟอร์มที่มีฟังก์ชันไม่ซับซ้อนและตอบโจทย์ทางธุรกิจได้ชัดเจน เช่น การลดต้นทุนหรือการเพิ่มยอดขาย เป็นต้น สำหรับหน่วยงานที่จัดอบรมควรเน้นหลักสูตรที่ทำให้ผู้ประกอบการเห็นว่า ดิจิทัลไม่ใช่เรื่องยาก และทำแล้วได้ประโยชน์ทันที เพื่อกระตุ้นให้เกิดการยอมรับและใช้งานจริง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตไปสู่อำเภออื่น ๆ หรือเปรียบเทียบกับจังหวัดเศรษฐกิจอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้เห็นภาพรวมที่กว้างขึ้นและสามารถนำไปกำหนดนโยบายระดับภูมิภาคได้

2.2 ควรขยายขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัยจากการวิจัยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ไปสู่การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed methods research) โดยเฉพาะการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่ออธิบายเชิงลึกถึงเหตุผล กระบวนการตัดสินใจ และประสบการณ์จริงของผู้ประกอบการในการเลือกและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งจะช่วยเติมเต็มข้อจำกัดของข้อมูลเชิงตัวเลข และทำให้ข้อค้นพบมีมิติทางบริบททางสังคมและธุรกิจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.3 งานวิจัยในอนาคตอาจนำผลการศึกษานี้ไปต่อยอดในลักษณะการวิจัยเชิงพัฒนา (research and development) โดยออกแบบแนวทางหรือโมเดลการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการด้านการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งจะช่วยให้เชื่อมโยงองค์ความรู้ทางทฤษฎีกับการนำไปใช้เชิงปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงนโยบายต่อการพัฒนาผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ธีรวัฒน์ ธีรเสนี. (2564). แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ในยุค COVID-19. การศึกษารายบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ไพรัตน์ สำเนียง, พงษ์เทพ ศรีโสภาคจิต, ณิชชา กริมใจ และชนิดาภา ดีสุขอนันต์ (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการ ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนนในประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(1), 161-174.
- <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/phdssj/article/view/186934>.

- สมาพันธ์ นवलสุทธิ, สุจินดา พรหมขำ และบำรุง ศรีนวลปาน. (2567). การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 9(7), 1417–1432.
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/271858>.
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2565). *แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570*. สืบค้น 29 มกราคม 2569 จาก <https://www.dga.or.th/policy-standard/policy-regulation/dga-019/dga-027/dg-plan-2566-2570/>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2566*. สืบค้น 29 มกราคม 2569 จาก <https://bds.sme.go.th/Files/f5e20d92-138e-48f2-a29f-5a6c3a37cf0.pdf>.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed). Pearson.
- Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaiyasoonthorn, W. (2021). Digital payment system innovations: A marketing perspective on intention and actual use in the retail sector. *Innovative Marketing*, 17(3), 109–123.
[https://doi.org/10.21511/im.17\(3\).2021.09](https://doi.org/10.21511/im.17(3).2021.09).
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed). Lawrence Erlbaum Associates.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., Ahuja, M., Albanna, H., Albashrawi, M. A., Al-Busaidi, A. S., Balakrishnan, J., Barlette, Y., Basu, S., Bose, I., Brooks, L., Buhalis, D., ... Wright, R. (2023). So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, Article 102642. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed). Cengage Learning.
- Hiatt, J. M. (2006). *ADKAR: A model for change in business, government and our community*. Prosci Learning Center Publications.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kotter, J. P. (2021). *Change: How organizations achieve hard-to-imagine results in uncertain and volatile times*. Wiley.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. W. W. Norton & Company.
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>.
- Tiwana, A. (2013). *Platform ecosystems: Aligning architecture, governance, and strategy*. Morgan Kaufmann.
- Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376.

<https://doi.org/10.17705/1jais.00428>

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed). Harper & Row.