

การศึกษากระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์

A Study of the Administration Process of Business-Related Information System of One Tambon One Product in Roi Kan San Sin Provincial Cluster

วัลลวี ศิลพันธ์¹

Wanwalee Sinlaphan¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษากระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ และ 2) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อกระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 285 ราย พบว่า ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 เมื่อพิจารณารายด้านของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ การบริการงานธุรการ มีค่าเฉลี่ย 4.42 การปฏิบัติการศูนย์คอมพิวเตอร์และสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 3.90 การวางแผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.89 การบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.87 การพัฒนาระบบสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.81 การติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.59 และการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ย 3.56

คำสำคัญ : กระบวนการบริหารงาน ระบบสารสนเทศธุรกิจ

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) study the administration process of business information system and 2) compare the demographic characteristics of the administration of business information system process of OTOP Products in ROI-KAEN-SARN-SIN Province Group. The sample used in this study was One Tambon One Product manufacturers in Northeast Thailand of 285 cases. Findings showed that One Tambon One Product manufacturers in ROI-KAEN-SARN-SIN Province Group had opinions towards the business process management information systems of OTOP Products in overall level at high level (3.86). The results also demonstrated the means of the other aspects arranged from largest to smallest as follows: administrative service aspect at .42, the computer and communication operation centers aspect at 3.90, the information system strategic planning aspect at 3.89, the information system maintenance aspect at 3.87, the information system development at 3.81, the installation and maintenance of equipment aspect at 3.59 and the training aspect at 3.56.

Keyword : Business Process, Management Information System

บทนำ

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี 2558 เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมามีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำท้ายความสำเร็จ

สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่างๆ กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติ สินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอเชีย ดังนั้น สินค้า OTOP สามารถได้รับประโยชน์จากการมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้นจากการที่มีประชากรรวมกว่า 590 ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทางตลาดไปยัง ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+6 (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และอินเดีย) รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออก รวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดประเทศเพื่อนบ้าน

ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญา กับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราหือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค และผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้กับนักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่น ให้อยู่ในระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในระดับสากล และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิต OTOP คือ การพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า คู่สัญญา หรือแม้กระทั่งสถาบันการเงิน โดยพัฒนาการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานและเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย พัฒนาความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมาก โดยเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตทั้งในรูปแบบกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และกลุ่มที่ผลิตสินค้าสนับสนุนในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ อาจเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่างๆ เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเข้าสู่ตลาดอาเซียน อาทิ เครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ส่งออกสินค้าสมาคมการค้าต่างๆ เป็นต้น

การสร้างเสริมโอกาสของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอีกทางหนึ่งซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศ นั่นคือ ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในเอเชีย การเติบโตของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ทำให้สินค้าเชิงสัญลักษณ์ยังเป็นที่ต้องการของตลาดและยังมีโอกาสทางการตลาด และมากยิ่งขึ้นไปกว่านั้น ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังมีความโดดเด่นด้านความแข็งแกร่งทางวัฒนธรรม ดังนั้น การส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียนในการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ เอกลักษณ์ งานศิลปหัตถกรรมรวมถึงยกระดับสินค้าหัตถกรรมของประเทศสมาชิกอาเซียนให้มีคุณภาพสากล ก็สามารถทำให้เกิดศูนย์กลางการค้าขายสินค้าหัตถกรรมของภูมิภาคอาเซียนเพื่อการขายในตลาดโลกได้ในอนาคต

ในปัจจุบัน มีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จากข้อมูลล่าสุด ปี 2553 รวมทั้งสิ้น 33,228 ราย และมีสินค้า OTOP ที่ขึ้นทะเบียนไว้กว่า 85,173 รายการ ซึ่งการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP และการพัฒนาสินค้า OTOP จึงไม่เพียงแต่จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและสร้างการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการรักษาบรรทัดฐานวัฒนธรรม ภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบต่อไปด้วย ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ 2555 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้จัดทำโครงการยกระดับผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ หรือในชื่อเรียกว่า

“OTOP PLUS” วัตถุประสงค์ของโครงการมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP โดยใช้เอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า และเสริมสร้างโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ และขยายโอกาสทางการตลาดเข้าสู่กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย 1.เสริมสร้างความสามารถในการดำเนินธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องต่อความต้องการของตลาด โดยมีเป้าหมายดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP ไม่น้อยกว่า 200 ราย และ 2.ส่งเสริมให้ใช้ระบบออนไลน์ เว็บไซต์และโซเชียลเน็ตเวิร์กเพื่อการตลาด โดยมีเป้าหมายดำเนินการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP ไม่น้อยกว่า 800 ราย ระยะเวลาดำเนินงานโครงการ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนกันยายน 2555 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, เว็บไซต์. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2555)

จากเหตุผลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการศึกษากระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ เพื่อนำไปสู่การสร้างแนวทางการพัฒนาและกลยุทธ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อไป

วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อกระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

ทฤษฎี สมมุติฐาน และกรอบแนวความคิดของการวิจัย

กระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ

ในปัจจุบันนี้โลกเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ (Information) จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นที่ทางภาครัฐและเอกชนจะต้องอาศัยสารสนเทศนี้เข้ามาช่วยในการตัดสินใจ (Make decision) การตัดสินใจเป็นกิจกรรมที่สำคัญจะต้องตัดสินใจได้ถูกต้องและรวดเร็ว การตัดสินใจที่ล่าช้าจะก่อให้เกิดผลเสียตามมามากมาย อาจจะทำให้เกิดการสูญเสียโอกาสในการแข่งขันหรือการแก้ปัญหาในระดับชาติ (เอกสารการสอนชุดวิชา สารสนเทศธุรกิจ เบื้องต้น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่คู่กับสารสนเทศ ควบคู่กันที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าก็จะก่อให้เกิดสารสนเทศที่ทันสมัย (Update) เทคโนโลยีในปัจจุบันมักจะมุ่งเน้นไปที่เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีพื้นฐานทางคอมพิวเตอร์ (Computer – based) เป็นองค์ประกอบ คอมพิวเตอร์เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความก้าวหน้าในแต่ละภูมิภาคของโลก คอมพิวเตอร์สามารถใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมอวกาศ อุตสาหกรรมสื่อสาร โทรคมนาคม อุตสาหกรรมดาวเทียม อุตสาหกรรมการผลิต อุตสาหกรรมบริการ และทางการแพทย์

ข้อมูลสารสนเทศต่างๆ โดยมากมักจะได้อาจมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งแหล่งปฐมภูมิ (Primary resource) และแหล่งทุติยภูมิ (Secondary resource) ข้อมูล (Data) ที่ได้มาจะต้องมีการป้อนเข้าสู่คอมพิวเตอร์ โดยอาศัยอุปกรณ์นำเข้า เช่น แป้นคีย์บอร์ด และจะต้องมีการประมวลผล (Process) เพื่อที่จะให้ได้ผลลัพธ์ออกมา (Output) โดยอาศัยอุปกรณ์แสดงผล เช่น จอภาพคอมพิวเตอร์ (Monitor) เครื่องพิมพ์ (Printer) เป็นต้น ผลลัพธ์

ที่ออกมาอาจจะแสดงผลในรูปของข้อความ (Text) หรือรูปภาพ (Graphic) หรือออกมาในรูปของอุปกรณ์หลายสื่อ โดยมีภาพและเสียงประกอบ อาจจะเป็นภาพสองมิติหรือสามมิติก็ได้ ดังนั้นองค์กรต่างๆ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการระบบสารสนเทศ (Management Information Systems (MIS)) ให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายและสะดวกในการนำสารสนเทศไปใช้ในการตัดสินใจ การจัดการระบบสารสนเทศจำเป็นต้องอาศัยระบบจัดการฐานข้อมูล (Database) ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลขององค์กร และทำหน้าที่สนับสนุนข้อมูลกับหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้น เทคโนโลยีทางด้านข่าวสาร ข้อมูลได้มีการพัฒนาให้ก้าวหน้ามากขึ้นนอกเหนือจากการดำเนินงานยังช่วยในการจัดการธุรกิจ เช่น ธุรกิจธนาคาร บริษัทประกันภัย บริษัทท่องเที่ยว โรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล โรงแรม และสถาบันการศึกษา เป็นต้น และยังช่วยในเรื่องของการแข่งขันทางการตลาด โดยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการดึงดูดลูกค้า และป้องกันกลุ่มลูกค้าจากการโจมตีของคู่แข่งต่างชาติจึงทำให้ระบบข้อมูลสารสนเทศมีความจำเป็นที่จะต้องกระจายไปให้กว้าง โดยอาศัยการสื่อสาร (Communication) การสื่อสารอาจจะอยู่ในรูปแบบของอุปกรณ์ที่ใช้ภายในองค์กร โดยสร้างเป็นเครือข่ายเฉพาะพื้นที่ [Local Area Network (LAN)] เพื่อให้ภายในองค์กรสามารถใช้ข้อมูลต่างๆ ร่วมกันได้ในรูปแบบของระบบเครือข่ายเฉพาะพื้นที่ (LAN) และอินทราเน็ต (Intranet) นอกจากนี้องค์กรสำนักงานยังสามารถส่งข้อมูลสื่อสารระหว่างสำนักงานใหญ่กับสาขาที่อยู่ต่างประเทศได้ โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก

จากหลักฐานที่ปรากฏในช่วงปี 1951 หน่วยงานของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้จัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ยูนีแควหนึ่ง (Univac I) ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์อิเล็กทรอนิกส์เครื่องแรก ซึ่งผลิตโดยบริษัทบิสซิเนส แมชชีน จำกัด (Business Machine company) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในกิจการเฉพาะ ต่อมาเครื่องคอมพิวเตอร์ก็ได้รับการพัฒนา และนำมาใช้ในท้องตลาดทางด้านวิทยาศาสตร์ และการรักษาความปลอดภัย จนกระทั่งภาคเอกชนได้นำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ โดยการนำมาใช้เกี่ยวกับการจ่ายเงินเดือน การออกแบบ การทางบุคคลทางบัญชีและการพิมพ์งานต่างๆ หน่วยงานขององค์กรต่างๆ เริ่มมองเห็นประโยชน์ของการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยทำงานแทนมนุษย์มากขึ้น เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์หนึ่งเครื่องสามารถทำงานแทนพนักงานบัญชีได้ถึง 100 คน ซึ่งค่าใช้จ่ายจากการจ้างงานในระยะยาวจะมีต้นทุนที่สูงกว่าการใช้คอมพิวเตอร์ และความรวดเร็วแม่นยำของคอมพิวเตอร์ไม่ได้หน่วยงานต่างๆ จึงหันมาใช้คอมพิวเตอร์มากขึ้น บริษัทที่ผลิตคอมพิวเตอร์ก็ต้องพัฒนาโปรแกรมภาษาต่างๆ เพื่อรองรับการใช้งานในหลายสาขา ทั้งนี้เนื่องจากโปรแกรมหรือชุดคำสั่งแต่ละภาษาก็จะมีความเหมาะสมในการเขียนโปรแกรมที่ต่างกัน เช่น ภาษาฟอร์แทรน (FORTRAN) เหมาะสำหรับการเขียนงานคำนวณ อาร์พีจี (RPG) เหมาะสำหรับการพิมพ์รายงานโคบอล (COBOL) เหมาะสำหรับการเขียนโปรแกรมทางด้านธุรกิจ เป็นต้น แต่ทั้งนี้ในยุค 1960 ได้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ โดยนักคอมพิวเตอร์ได้ประดิษฐ์เทคโนโลยีใหม่ในการรวบรวมข้อมูล โดยใช้จานแม่เหล็ก (Hard disk) เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้รวดเร็วและมีขนาดเล็ก กะทัดรัด ในขณะเดียวกันโปรแกรมภาษาต่างๆ ได้รับการพัฒนาให้เขียนโปรแกรมหรือชุดคำสั่งให้ง่ายขึ้น ซึ่งผู้ใช้ (User) สามารถที่จะเรียนรู้และนำมาเขียนโปรแกรมได้ และระบบปฏิบัติการ (Operating systems) ก็ได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้น โดยพยายามสร้างให้เป็นมาตรฐาน ง่าย และสะดวกต่อการเรียนรู้ จึงเป็นสาเหตุทำให้ระบบคอมพิวเตอร์ได้แพร่กระจายไปทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป และทั่วโลก ทำให้องค์กรต่างๆ เริ่มมองเห็นความสำคัญของระบบสารสนเทศ และเริ่มพัฒนาอย่างจริงจังในช่วง 1970 เป็นต้นมา

กระบวนการหลักของงานบริการระบบสารสนเทศ

กระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศ กล่าวถึงรูปแบบของการบริหารงานบริการระบบสารสนเทศ ซึ่งจะประกอบด้วยกระบวนการหลักๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของงานบริการ แต่ละกระบวนการจะมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีหลักการและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน และมีการเชื่อมโยงกระบวนการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อให้การบริการระบบสารสนเทศแก่ผู้ใช้ระบบเป็นไปอย่างมีคุณภาพ ทันกับความต้องการของธุรกิจ และต้นทุนราคาที่เหมาะสม กระบวนการหลักเหล่านี้ได้แก่

1. การวางแผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ การวางแผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ เพื่อกำหนดในแผนงานในระยะกลาง 1-3 ปี และแผนงานในระยะยาว 3-5 ปี จะต้องพิจารณาถึง แผนงานทางธุรกิจ ความพร้อมขององค์กร ปัจจัยด้านการเงิน บุคลากร ส่วนปัจจัยภายนอกก็ ได้แก่ ทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ สภาพการแข่งขัน ความต้องการใหม่ๆ และความคาดหวังของลูกค้า กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติหรือข้อกำหนดจากภาครัฐ หรือการผ่อนคลายนโยบายของภาครัฐ เป็นต้น แผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศมักจะประกอบด้วยนโยบายหลักด้านระบบสารสนเทศ สถาปัตยกรรมระบบสารสนเทศ ซึ่งได้แก่ สถาปัตยกรรมข้อมูล สถาปัตยกรรมระบบประยุกต์ และสถาปัตยกรรมเทคโนโลยี ตลอดจนแผนด้านบุคลากรและการพัฒนา และแผนด้านการเงิน

2. การพัฒนาระบบสารสนเทศ การพัฒนาระบบสารสนเทศจะต้องสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ และมุ่งที่จะตอบสนองความต้องการด้านสารสนเทศของผู้ใช้ระบบ ทางเลือกในการพัฒนาระบบสารสนเทศมีหลายประการ เช่น การสร้างระบบขึ้นมาใหม่ด้วยบุคลากรภายในองค์กร การซื้อระบบสารสนเทศจากผู้ขาย หรือการว่าจ้างองค์กรภายนอกมาพัฒนาระบบ การใช้ระบบของผู้ให้บริการ เป็นต้น การพัฒนาระบบสารสนเทศจะต้องมีกระบวนการที่ได้มาตรฐานในองค์กร เช่น การใช้วงจรพัฒนาระบบสารสนเทศ การใช้วิธีการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์อย่างรวดเร็ว เป็นต้น และมีมาตรฐานในการบริหารโครงการ

3. การบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ เมื่อระบบสารสนเทศใช้งานได้ระยะหนึ่งอาจมีความต้องการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หรือมีปัญหาเกิดขึ้นจากการใช้ระบบ จึงต้องมีการบำรุงรักษา เพื่อปรับปรุงระบบสารสนเทศให้ได้ประโยชน์ตรงตามความต้องการใหม่ๆ แต่หากความเปลี่ยนแปลงนั้นๆ มีขอบเขตที่กว้างขวางมาก ก็อาจจะต้องสร้างระบบใหม่ขึ้นมาทดแทน

4. การปฏิบัติการศูนย์คอมพิวเตอร์และสื่อสาร ส่วนประกอบหนึ่งของระบบสารสนเทศ ส่วนของฮาร์ดแวร์และเครือข่าย ได้แก่ ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบอุปกรณ์ต่อพ่วง ระบบเครือข่ายสื่อสาร ซึ่งจะต้องมีผู้ดูแลปฏิบัติการให้อุปกรณ์เหล่านั้นทำงานได้เป็นปกติ บางระบบอาจต้องสามารถปฏิบัติงานได้ 24 ชั่วโมง ในหนึ่งวัน และ 7 วัน ในหนึ่งสัปดาห์ ดังนั้นศูนย์เหล่านั้นจะมีพนักงานอยู่ประจำตลอดเวลา นอกจากงานปฏิบัติการนี้แล้วยังมีงานด้านการดูแลรักษาความปลอดภัยของศูนย์ และความปลอดภัยของข้อมูล การสำรองระบบสารสนเทศและข้อมูล ซึ่งศูนย์คอมพิวเตอร์จะต้องดูแลอีกด้วย

5. การติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์บางส่วน ได้แก่ จอภาพ เครื่องพิมพ์ เป็นต้น จะต้องติดตั้งที่สถานที่ของผู้ใช้ระบบสารสนเทศ และจะต้องมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์เหล่านี้ เพื่อให้คงอยู่ในสภาพการใช้งานได้ดี

6. การฝึกอบรม การฝึกอบรมสำหรับผู้ใช้ระบบสารสนเทศ นอกจากจะเน้นถึงวิธีการปฏิบัติและการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนงานของผู้ใช้แล้ว ยังรวมถึงการฝึกอบรมด้านการบริหารโครงการ การพัฒนาระบบสารสนเทศ ตามวงจรการพัฒนา ระบบ และความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นๆ

7. การบริการงานธุรการ การบริหารงานธุรการเป็นงานที่สนับสนุนกระบวนการบริการระบบสารสนเทศอื่นๆ เพื่อให้เกิดความสะดวก ประสิทธิภาพ ตัวอย่างของงานธุรการได้แก่ การบริหารงานบุคลากร การจัดทำรายงานหรือสถิติต่างๆ เพื่อผู้บริหาร การดูแลด้านสัญญาบริการต่างๆ การเงินและการบัญชี เป็นต้น

นอกจากกระบวนการหลักๆ ดังกล่าว หน่วยงานบริการระบบสารสนเทศยังมีบทบาทอื่นๆ ที่เปลี่ยนแปลงและเพิ่มขึ้นจากเดิมในอีกหลายเรื่อง ทั้งนี้ เนื่องจากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นเกิดความหลากหลายของระบบซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และอุปกรณ์ บทบาทของหน่วยงานบริการระบบสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างมากจากในยุคต้นๆ ซึ่งมีเพียงเทคโนโลยีเมนเฟรมจะเป็นผู้บริการรายเดียวแก่ผู้ใช้ระบบ ปัจจุบันผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากขึ้น สามารถหาซื้อบริการจากแหล่งอื่นๆ ได้

เป้าหมายของระบบสารสนเทศ

องค์กรต่างๆ เริ่มมองเห็นความสำคัญและความจำเป็นที่องค์กรต้องมีระบบสารสนเทศที่ถูกต้อง รวดเร็วและแม่นยำ เพื่อประโยชน์ในการบริหารองค์กรและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นองค์กรจึงมักจะมีการตั้งเป้าหมายของระบบสารสนเทศ (Goals of information systems) เพื่อประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ในกรณีที่องค์กรมีงานประจำต้องทำทุกวันและปริมาณงานก็เพิ่มขึ้นทำให้องค์กรจะต้องเพิ่มพนักงานหรือเพิ่มงานให้กับพนักงานจนพนักงานไม่สามารถปฏิบัติได้หรือผลงานออกมาไม่ดีจึงมีความจำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์เพื่อมาช่วยงานลักษณะประจำ (Routine) ทำให้การทำงานเร็วขึ้น แม่นยำ และทำให้พนักงานมีเวลาในการเรียนรู้งานใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

2. เพิ่มผลผลิต โดยที่องค์กรสามารถใช้สารสนเทศมาช่วยในกระบวนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมหรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น สามารถควบคุมขั้นตอนในกระบวนการผลิต (Work in process) ควบคุมวัตถุดิบ สินค้าคงคลัง (Inventory) และระบบการขนถ่ายสินค้า

3. เพิ่มคุณภาพในการบริการลูกค้า องค์กรที่มีธุรกิจมีลักษณะบริหารสามารถใช้ระบบสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อของลูกค้า เช่น ธุรกิจการบิน สามารถให้ลูกค้าจองตั๋วเครื่องบิน สอบถามสายการบินตรวจสอบเวลาเข้าออกของสายการบิน ธุรกิจประกันภัยสามารถให้บริการลูกค้าในการแจ้งอุบัติเหตุ โดยบอกชื่อผู้เอาประกัน หรือเลขที่กรมธรรม์ หรือหมายเลขทะเบียนรถได้ ธุรกิจโรงพยาบาลสามารถใช้นายแพทย์ และผู้ป่วยตรวจสอบผลจากการเก็บประวัติการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยได้ เป็นต้น

4. ผลิตสินค้าใหม่และขยายผลิตภัณฑ์ ข้อมูลสารสนเทศสามารถที่จะพยากรณ์ความต้องการสินค้าของผู้บริโภคได้ แม้กระทั่งรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ลูกค้าต้องการ ทำให้ผู้ผลิตสามารถที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

5. สามารถที่จะสร้างทางเลือกในการแข่งขันได้ ผู้บริหารสามารถที่จะนำสารสนเทศมาสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันได้โดยอาจจะสร้างแบบจำลองในเรื่องการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) การผลิตในต้นทุนต่อหรือผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership) หรือการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (Quick response)

6. การสร้างโอกาสทางธุรกิจ หากองค์กรมีสารสนเทศที่ถูกต้องและรวดเร็ว ทำให้ผู้บริหารสามารถที่จะลงทุนในธุรกิจที่มีอนาคตสดใสก่อนคู่แข่ง ซึ่งถือว่าการเพิ่มโอกาสในการลงทุน เช่น บริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ได้เล็งเห็นความสำคัญของการสื่อสาร จึงทำให้บริษัทได้ลงทุนในธุรกิจเทเลคอมเอเชีย เพื่อเข้า

ประมวลโทรศัพท์พื้นฐาน สองล้านเลขหมาย และได้ลงทุนสร้างดาวเทียมร่วมกับรัฐบาลจีน

7. การดึงดูดลูกค้าไว้และป้องกันคู่แข่งชั้น การพัฒนาสารสนเทศให้ทันสมัยตลอดเวลาจะทำให้องค์กรมีเทคโนโลยีล้ำหน้ากว่าคู่แข่งชั้น ซึ่งจะเป็นปัจจัยในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการและเกิดการประทับใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทำให้ลูกค้าไม่เปลี่ยนใจหันไปใช้บริการของคู่แข่ง ในขณะที่เดียวกันองค์กรก็สามารถใช้สารสนเทศในการป้องกันคู่แข่งชั้นไม่ให้เข้าสู่ตลาด โดยการใช้ระบบสารสนเทศที่เหนือกว่าในการบริการลูกค้า หรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ตลอดเวลา

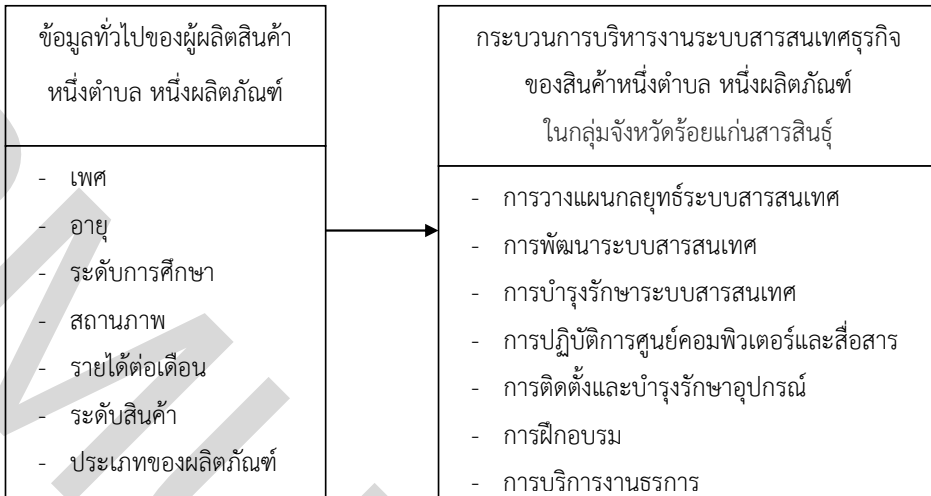
ในทุกวันนี้ธุรกิจทุกประเภทจะต้องมีการกำหนดขอบเขตหน้าที่ของธุรกิจให้ชัดเจน โดยมีฝ่าย แผนก หน่วยงานที่รับผิดชอบงานในหน้าที่ และได้มีการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์กับงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวก ความรวดเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ และทันต่อการใช้งานของผู้บริหารที่จำเป็นจะต้องนำสารสนเทศต่างๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจ แสดงขอบเขตของหน้าที่ต่างๆ ที่มีการนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้งาน

ในขอบเขตหน้าที่ต่างๆ ได้มีการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการทำงาน ดังนั้นผู้ใช้งานจำเป็นต้องทราบลักษณะการไหลของข้อมูลต่างๆ (Data flow) เพื่อที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลได้ถูกต้อง ในแต่ละขอบเขตของหน้าที่จะมีรูปแบบการไหลของข้อมูลที่แตกต่างกัน รายละเอียดจะกล่าวถึงภายหลัง โดยทั่วไปแล้วการตัดสินใจจำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลซึ่งข้อมูลนั้นจะเกิดจาแหล่งต่างๆ เช่น แหล่งข้อมูลจากสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งมีความสำคัญต่อบริษัท ในรูปของสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติ (Operating environment) ซึ่งผู้บริหารจะต้องนำมาประกอบการพิจารณาจากฐานข้อมูล (Database) ของบริษัทหรือธนาคารข้อมูล (Data bank) ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลภายในบริษัท (Internal data) และข้อมูลภายนอกบริษัท (External data) จากนั้นจึงมาตัดสินใจในขอบเขตของหน้าที่ต่างๆ หรือขอบเขตอื่นๆ ของบริษัท (Other areas of firm)

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดจากทฤษฎีและจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น และได้ทำการกำหนดสมมติฐานในการศึกษารั้่งนี้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้คือ

สมมติฐาน : ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพรายได้ต่อเดือน ระดับสินค้า และประเภทของผลิตภัณฑ์แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัด ร้อยแก่นสารสินธุ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดจากทฤษฎีและจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังต่อไปนี้



ขอบเขตของการวิจัย

1. ผู้วิจัยจะศึกษาเนื้อหาในการวิจัยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวกับทฤษฎีกระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ประกอบด้วย การวางแผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ การพัฒนาระบบสารสนเทศ การบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ การปฏิบัติการศูนย์คอมพิวเตอร์และสื่อสาร การติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์ การฝึกอบรม และการบริการงานธุรการ

2. การจัดเก็บข้อมูลในครั้งนี้ครอบคลุมเฉพาะผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 280 ราย โดยแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ การจัดเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 5 ราย และการจัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 280 ราย

3. การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) คือ (1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และ (2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญในการศึกษา วิเคราะห์ และสรุปผลอย่างครบถ้วน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากร และ กลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 931 ราย (ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.thaitambon.com/OPC2553/Provinces.htm>)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้ คือ

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ผู้วิจัยกำหนดวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ จากจำนวนผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ประเภทละ 1 ผลิตภัณฑ์ จะได้ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ จำนวนทั้งสิ้น 5 ราย

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากจำนวนประชากรดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 280 ราย โดยการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยสูตรของยามาเน่ (Yamane,1973) ที่มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อให้เกิดระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ 95%

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) โดยข้อความแต่ละข้อจะมีตัวเลือกคำตอบและให้เลือกตอบได้เพียงตัวเลือกเดียวเท่านั้น

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของคำตอบ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะและความต้องการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questions)

เมื่อมีการสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอให้นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ทำการตรวจสอบคำถามและเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปทดลองใช้งานกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย หลังจากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability Analysis) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) เพื่อพิจารณาว่าผู้ตอบมีปัญหากับการตอบแบบสอบถามหรือไม่

และนำไปดำเนินการสอบถามผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 280 รายแล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้จากการสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

3. การหาคุณภาพของแบบสอบถาม คุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบว่า เครื่องมือสามารถวัดได้ครอบคลุมเนื้อหาหรือตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ขึ้นจากความรู้อันได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และได้ดัดแปลงคำถามจากงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ของนักวิชาการหลายท่าน แล้วนำมาเป็นข้อความในแบบสอบถาม ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำวัตถุประสงค์ของงานวิจัย กรอบแนวความคิด นิยามศัพท์เฉพาะ ตัวบ่งชี้และแบบสอบถามให้นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่านตรวจสอบแบบสอบถามและข้อความคำถามว่ามีความเหมาะสม สามารถอ่านเข้าใจได้ มีความสมบูรณ์ของเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยและมีข้อขัดแย้งของคำถามหรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปทดลองใช้งานกับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย และเมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำเอาคำตอบมาวิเคราะห์ เพื่อตรวจสอบว่า ผู้ตอบมีปัญหากับการตอบแบบสอบถามหรือไม่

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การวัดความสามารถของมาตรวัดที่ให้ผลที่สอดคล้องกัน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2545) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วัดความน่าเชื่อถือของมาตรวัดโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) (Nunnally, 1978)

ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความสอดคล้องระหว่างรายการของมาตรวัด เพื่อวัดความสอดคล้องภายในของข้อคำถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการทดสอบจำนวน 30 ราย หลังจากที่ได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบโดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ ในการประมาณค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัดตัวแปรที่มีคำตอบแบบ Rating Scale (สุวิมล ติรภานันท์, 2546, หน้า 153) จากผลการวิเคราะห์ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคส์ (Cronbach's Alpha) ของมาตรวัดตัวแปรทุกตัวมีค่าเกิน 0.60 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978) แสดงว่า มาตรวัดของแบบสอบถามในแต่ละปัจจัย มีความเชื่อถือได้และมีความสอดคล้องภายในของการวัด (Reliability)

สรุปผลการวิจัย

ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.07 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 174 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.14 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.14 สถานภาพแต่งงาน จำนวน 211 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.40 และรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.60 สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ระดับ 2 ดาว จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.00 และผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.90

ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 เมื่อพิจารณาทางด้านของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ การบริการงานธุรการ มีค่าเฉลี่ย 4.42 การปฏิบัติการศูนย์คอมพิวเตอร์และสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 3.90 การวางแผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.89 การบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.87 การพัฒนาระบบสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.81 การติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.59 และการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ย 3.56

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพรายได้ต่อเดือน ระดับสินค้า และประเภทของผลิตภัณฑ์แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของกระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีเพศ แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของกระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

แนวทางการปรับปรุงกระบวนการบริหารงานระบบสารสนเทศธุรกิจ ของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ สรุปลงได้ดังนี้ ด้านการบริการงานธุรการ ควรมีการนำอุปกรณ์เครื่องมือติดต่อสื่อสาร มาใช้ในองค์กร ควรมีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ ด้านการปฏิบัติการศูนย์คอมพิวเตอร์และสื่อสาร ควรมีการนำระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตมาใช้ในการดำเนินงานในองค์กร ควรมีผู้ดูแลความปลอดภัยของข้อมูลระบบสารสนเทศ ขององค์กร ด้านการวางแผนกลยุทธ์ระบบสารสนเทศ ควรมีการวางแผนปรับปรุงระบบสารสนเทศให้เหมาะสม กับองค์กร ควรมีการวางแผนการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน ด้านการบำรุงรักษาระบบสารสนเทศ ควรมีการจัดสรรงบประมาณใช้ในการบำรุงรักษาระบบสารสนเทศในองค์กร ควรมีการจัดสรรงบประมาณในการจัดซื้ออุปกรณ์ ในระบบสารสนเทศให้เพียงพอ ด้านการพัฒนาสารสนเทศ ควรมีการซื้อระบบสารสนเทศ เช่น โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปมาใช้ในองค์กร เป็นต้น ด้านการติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์ ควรมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอต่อการใช้งาน และด้านการฝึกอบรม ควรมีการฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ควรมีการอบรมความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

บรรณานุกรม

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนวิชา สารสนเทศธุรกิจเบื้องต้น.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2545). การใช้สถิติในงานวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล. กรุงเทพฯ : เพื่อฟ้า พรินติ้ง จำกัด.
- สุวิมล ติรกันันท์ . (2546) . ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยตำบลดอทคอม. <http://www.thaitambon.com/OPC2553/Provinces.htm>.ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2555.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb%20bf2e%20d464e%20d97e5%20d440321040570&ID=1760>. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2555.
- Nunnally, J.C.. (1978). **Psychometric Theory**. (2nd ed.). New York : McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). **Statistics : An introductory analysis**. New York : Harper & Row .