

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่ม  
อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง



รายงานการศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและกลยุทธ์  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

รายงานการศึกษาอิสระ

เรื่อง

**ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่ม  
อุตสาหกรรมลวดตึง**

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ.2558



นางสาวนฤมล สุวิมลเจริญ  
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรารธนา ปุณณกิติเกษม,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบ

รองศาสตราจารย์อรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบ

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประรณดา ปุณณกิติเกษม อาจารย์ที่ปรึกษาในการศึกษาอิสระครั้งนี้ที่ให้  
คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของรายงานฉบับนี้  
 อีกทั้งยังช่วยเหลือในการให้คำชี้แนะแนวทาง การจัดทำการศึกษาอิสระ วิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำ  
 ที่เป็นประโยชน์ และกำกับดูแลกระบวนการจัดทำการศึกษาครั้งนี้ให้สำเร็จตามกำหนดเวลา

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจ  
 สำคัญของผู้วิจัย ขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และ  
 ขอบคุณเพื่อนวิชาการจัดการและกลยุทธ์รุ่น 14C ที่เป็นกำลังใจให้กันและกันมาโดยตลอด ท้ายที่สุด  
 นี้ ผู้วิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและเป็น  
 แนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษารื่องนี้เพิ่มเติมต่อไปได้ในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการ  
 ใด ผู้วิจัยขอรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

นฤมล สุวิมลเจริญ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

KEY SUCCESS FACTORS FOR AN ECOMMERCE BUSINESS: CASE STUDY WIRE ROPE INDUSTRY

นฤมล สุวิมลเจริญ 5450467

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ฉัฐสิทธิ์ เกิดศรี, Ph.D, ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรารธนา ปุณณกิติเกษม, Ph.D.,

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์อุตสาหกรรมลวดสลิง และหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับความสำเร็จต่อผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่นำไปแจก บริษัทลวดสลิงในประเทศไทย จำนวน 950 บริษัท โดยเฉพาะธุรกิจทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบบ B2B และ B2C ด้วยวิธีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) การทดสอบสถิติค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และการนำเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยภายนอกองค์กร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียว กับอัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไร และปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ /บริษัทลวดสลิงในประเทศไทย / อิคอมเมิร์ซ / เทคโนโลยีสารสนเทศ

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ญ
<b>บทที่ 1    บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1    ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2    วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
1.3    ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4    นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	3
1.5    ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
<b>บทที่ 2    แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>6</b>
2.1    ความเป็นมาเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	6
2.1.1    ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	7
2.1.2    ประโยชน์ที่มีต่อธุรกิจ	8
2.1.3    ประเภทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ศูนย์พัฒนา พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2546: 23-24)	9
2.1.4    ความสำคัญของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	9
2.1.5    ข้อดีของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	10
2.1.6    ข้อเสียของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	10
2.2    ประวัติความเป็นมาของธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	11
2.2.1    สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment)	11
2.3    ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	14
2.3.1    ปัจจัยภายนอกองค์กร	14
2.3.2    ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	20

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3.3	25
2.3.4	26
2.3.5	30
2.4	35
2.4.1	36
2.5	36
2.6	38
<b>บทที่ 3</b>	<b>40</b>
3.1	41
3.2	42
3.3	43
3.4	44
3.5	45
3.6	46
3.7	47
3.8	47
3.9	48
<b>บทที่ 4</b>	<b>50</b>
4.1	50
4.2	52
4.3	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของ ผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	67
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	68
<b>บทที่ 5</b> <b>สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b>	<b>77</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย	77
5.2 อภิปรายผล	84
5.3 ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ	86
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	87
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>88</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>90</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	91
ภาคผนวก ข การประมวลผลข้อมูล	95
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>106</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ	51
4.2 แสดงค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) ในการทดสอบตัวความสัมพันธ์ของตัวแปรองค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีสึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	53
4.3 ผลการวิเคราะห์ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวนและค่าร้อยละความแปรปรวนสะสมของการสกัดองค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีสึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	53
4.4 แสดงผลค่าน้ำหนักองค์ประกอบและจำนวนกลุ่มองค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีสึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	54
4.5 แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีสึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์ประกอบที่ 1 ด้านปัจจัยภายนอกองค์กร	57
4.6 แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีสึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์ประกอบที่ 2 ด้านปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร	58
4.7 แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีสึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์ประกอบที่ 3 ด้านปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	59
4.8 แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีสึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์ประกอบที่ 4 ด้านปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	60



## สารบัญญัตินำ

ตาราง		หน้า
4.9	แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์ประกอบที่ 5 ปัจจัยด้าน การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	61
4.10	แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในภาพรวม	62
4.11	แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านปัจจัยภายนอกองค์กร	63
4.12	แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านความสามารถ ของบุคลากร	63
4.13	แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านการสนับสนุน จากผู้บริหาร	64
4.14	แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านความสามารถของระบบ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	65
4.15	แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย ของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	66
4.16	ความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ	67
4.17	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยใช้สูตรของ เพียร์สัน (Pearson Correlation) และทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์	68
4.18	แสดงผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) กับระดับอัตรา การเติบโตของยอดขายหรือกำไร	70

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.19 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น กับ ตัวแปรตาม (อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร)	71
4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) กับระดับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน	72
4.21 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น กับ ตัวแปรตาม (ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน)	72
5.1 สรุประดับผลความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ศึกษารูธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	80
5.2 ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	82

## สารบัญรูปรภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	กรอบแนวความคิดของการวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง”	39



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและอยู่รอดของธุรกิจ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมายและที่สำคัญนโยบายรัฐบาลจะเห็นว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมขนาดต่างๆหรือ วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs.) ผลประกอบการของธุรกิจนั้นทางด้านมุมมองของนักธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จพิจารณาจากหลายๆมุมมอง เช่น ด้านผลสำเร็จทางการเงิน ส่วนแบ่งการตลาดหรืออื่นๆ และ กำไรจากธุรกิจที่เพิ่มขึ้น ซึ่งผู้บริหารจะมองตามกิจการต้องดำเนินการค้าของตัวเอง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินได้อย่างมั่นคง และอยู่รอดในสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ขณะในด้านเศรษฐกิจเทคโนโลยีสารสนเทศได้เป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญทำให้โลกอยู่ในภาวะไร้พรมแดน ตลาดของโลกกว้างขึ้น มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต และการลงทุนข้ามชาติทั่วโลก มีการจัดตั้งองค์กรการค้า การรวมกลุ่มการค้าในภูมิภาคต่าง เพื่อสร้างเสถียรภาพและความเป็นธรรมในด้านเศรษฐกิจและการค้าให้แก่ทุกประเทศ ตลอดจนการช่วยเร่งกระบวนการถ่ายทอดเพื่อใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดการพัฒนาเป็น ไปอย่างยั่งยืนและรวดเร็ว พร้อม ๆ กับการที่ระบบเศรษฐกิจของโลกได้มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยทุก ๆ ประเทศให้ความสำคัญกับนโยบายการค้าเสรี ซึ่งจะทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างรุนแรงมากยิ่งขึ้น

เนื่องจากแนวโน้มในอนาคตระบบข้อมูลหรือข่าวสารเป็นส่วนประกอบหลักสำคัญหรือเป็นปัจจัยหนึ่งเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจมองข้างหน้าตัวเองเพื่อให้ธุรกิจที่ต้องดำเนินอยู่ประสบความสำเร็จหรืออยู่รอดในตลาดปัจจุบันที่ผันผวนเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาการสร้างความสามารถทางการแข่งขันเพื่อความได้เปรียบการธุรกิจจะพบว่ามีหลายๆปัจจัยที่เป็นตัวแปรขับเคลื่อนส่งผลกระทบต่อหรือผลักดันสนับสนุนกระบวนการในการดำเนินธุรกิจแต่กระนั้น ก็ตามการค้าดำเนินธุรกิจหากไม่มีระบบฐานข้อมูลอ้างอิง อาจมีผลเสียการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือช่องการจัดจำหน่ายสินค้าได้ช้ากว่าทำให้แข่งขันในตลาดได้ไม่ดีเท่าที่ควรไม่สามารถตอบสนองได้รวดเร็วกว่า

ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ทั้งปัจจัยภายนอกองค์กรและภายในองค์กรนั้น จะเอื้อประโยชน์กับอุตสาหกรรมให้สามารถเป็นจุดหนึ่งที่จะสะท้อนส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการได้

พาณิชย์การอิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ E-Commerce) เป็นเทคโนโลยีที่ค้าขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่แบ่งเป็นภูมิภาค สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก และได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง โดยไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในการใช้อินเทอร์เน็ต พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไป มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวจะสามารถแก้ไขปัญหาของธุรกิจได้ในหลายจุดที่บกพร่อง ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านการรับข่าวสารข้อมูล หากมีการ นำเทคโนโลยีอีคอมเมิร์ซ จะสามารถวางแผนทางการตลาดได้ ไม่ว่าจะ เป็นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถติดต่อสื่อสารสองทางด้วย และยังสามารถเพิ่มช่องทางใหม่ในการขายอีกด้วย ด้านการจัดการข้อมูล เทคโนโลยีอีคอมเมิร์ซ สามารถจัดการข้อมูลให้เป็นระบบ เพราะต้องมีการจัดทำข้อมูลเป็นระบบ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตหรือบริการ เมื่อนำเทคโนโลยีมาใช้ไม่จะเป็นการโฆษณา สินค้า จะต้องมีการเก็บรหัสสินค้า หากมีการสั่งสินค้าจะทำให้สามารถดูถึงรายรับและรายจ่ายได้ จะมีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระเบียบมากขึ้น และสามารถดึงมาใช้เพื่อประกอบข้อมูลในการตัดสินใจง่ายขึ้น หากมีการจัดการอย่างเป็นระบบ และสามารถขยายธุรกิจขนาดใหญ่ ด้วยการจัดการที่มีขั้นตอนชัดเจนและสามารถพัฒนาประสิทธิภาพ คุณภาพ ขององค์กรให้สามารถแข่งขันในสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ด้วยการพัฒนาจากเทคโนโลยี

ธุรกิจอุตสาหกรรมลวดสลิงนั้น เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการใช้งานในลักษณะการยก ดึง ขึง และ ลาก ผู้ใช้งานจะอยู่ในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งก่อสร้าง ขนส่ง เรือ เหมือง เช่น ทำสลิงสำหรับขึงยึดสะพาน ขึงลิฟท์ บันจัน รอก เครน รถยก เรือประมง ทำรั้ว ลวดยึดโครงหลอดไฟ นอกจากนี้บางส่วนจะนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น สายเบรกจักรยาน ที่คล้องประตู เป็นต้น การดำเนินธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างองค์กร มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็วทั่วโลก โดยเฉพาะการดำเนินธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาคธุรกิจ หรือที่เรียกว่า B2B (Business to Business) ที่องค์กรเป็นคู่ค้าทางธุรกิจต่างมีการแลกเปลี่ยนเอกสารทางธุรกิจกัน ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การรับส่งเอกสารการสั่งซื้อ เป็นต้น การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B นอกจากจะได้ประโยชน์ด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจแล้วนั้น ยังได้ประโยชน์ในแง่การลดต้นทุน การลดความซ้ำซ้อน การลดข้อผิดพลาดในการดำเนินการ การเพิ่มประสิทธิภาพ ความคล่องตัว และความรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย องค์กรธุรกิจทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ ในการพัฒนาระบบสารสนเทศในองค์กรให้สามารถรองรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในลักษณะการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจกันมากขึ้น แต่ในปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมลวดสลิง ยังไม่ให้ความสนใจ

ในการทำธุรกิจประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัจจุบันการทำธุรกิจประเภทนี้สามารถ สร้างกำไรที่เพิ่มขึ้น และเพิ่มยอดขายให้แก่กิจการ

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปศึกษา วิเคราะห์ และปรับใช้ให้เหมาะกับธุรกิจตน ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับคู่แข่ง ในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงกลุ่มธุรกิจอื่นๆสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปศึกษาเพื่อเป็นแนวทาง ในการพัฒนาได้

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายของการวิจัยได้ดังนี้

1. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง
2. หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ ส่งผลต่อ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับความสำเร็จต่อผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทลวดสลิงในประเทศไทย จำนวน 950 บริษัท โดยเฉพาะธุรกิจทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบบ B2B และ B2C โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม 2557

## 1.4 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

**พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)** การทำธุรกรรมทางการค้า ระหว่างองค์กรและบุคคลธรรมดา ในรูปแบบดิจิทัล การทำธุรกรรมในรูปแบบดิจิทัล นั้นคือการติดต่อที่เกิดขึ้นตลอดเวลาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ เว็บไซต์ การทำธุรกรรมทางการค้าจะเกี่ยวกับการซื้อขาย แลกเปลี่ยน ระหว่างองค์กรกับองค์กรหรือองค์กรกับบุคคลธรรมดา

**อินเทอร์เน็ต (Internet)** ระบบเครือข่ายที่ใช้เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์เพื่อการติดต่อสื่อสาร ระหว่างกัน โดยเมื่อมีการต่อคอมพิวเตอร์เข้ากับระบบเครือข่ายแล้วสามารถรับส่งแลกเปลี่ยน ข้อมูลประเภทต่างๆ ได้ทั่วโลกผ่านทาง อีเมลล์ หรือ WWW.

**ลวดสลิง (wire rope)** เป็นเชือกประเภทหนึ่งซึ่งประกอบไปด้วยมัดของเส้นลวดโลหะที่บิดเป็นเกลียว ในสมัยก่อนนั้นใช้เหล็กคาร์บอนต่ำ เหล็กอ่อน ในการผลิต ต่อมาในปัจจุบันลวดสลิงเปลี่ยนมาผลิตจากเหล็กกล้า

**ความสามารถในการแข่งขัน** คือ การผลิตภาพที่ยั่งยืนจะมีได้ด้วยการยกระดับอย่าง ต่อเนื่องตลอดเวลา ซึ่งเกิดขึ้นได้โดยการที่องค์กรเพิ่มคุณภาพผลผลิต เปลี่ยนแปลงลักษณะผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตหรือเพิ่มประสิทธิภาพจากการผลิต นอกจากนี้การปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าหรือบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อที่มีความซับซ้อนมากขึ้นไปตามเวลา

**การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน** คือ การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากแรงงาน ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้เกิดต้นทุนที่ต่ำที่สุด

**ผู้ประกอบการ กับ ผู้ประกอบการ (B2B)** คือ รูปแบบธุรกิจที่มีการค้าขายระหว่างบริษัทกับบริษัท หรือใช้ในการทำธุรกิจระหว่างธุรกิจผู้ธุรกิจ องค์กร กับ องค์กร ทั้ง ต้นน้ำ ปลายน้ำ

**ผู้ประกอบการ กับ ลูกค้า คือ (B2C)** คือ การขายสินค้าไปยังผู้บริโภคทั่วโลกโดยตรง โดยบริษัทหรือองค์กรธุรกิจที่ขายด้วยวิธีนี้ ตัดตัวกลาง ไม่ว่าจะเป็นผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีกออกหมด ทั้งนี้เพื่อต้องการทำกำไรได้มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็สามารถขายสินค้าได้ถูกลงด้วย เนื่องจากไม่ต้องแบ่งกำไรให้พ่อค้าคนกลาง

**ผู้ประกอบการ** คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์การดำเนินงานธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังผลกำไร (Webster New World Dictionary Of American Language)

**ผู้ผลิต** คือ ผู้ที่ทำหน้าที่นำทรัพยากรมาทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

**ผู้บริโภค** คือ ผู้ที่ใช้ประโยชน์จากสินค้าหรือบริการขั้นสุดท้าย เพื่อตอบสนองความต้องการโดยตรงของบุคคลผู้นั้น โดยทั่วไป ผลที่ได้รับจากการบริโภคคือ อรรถประโยชน์หรือความพอใจ ผู้บริโภคอาจจะเป็นปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล ครัวเรือน และอาจหมายถึงรัฐบาลด้วยก็ได้ ประเด็นสำคัญอยู่ที่ว่า การซื้อสินค้าหรือบริการนั้นจะต้องไม่ใช่เป็นการนำไปผลิตหรือขายต่อ

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบพาณิชย์การอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยปัจจัยใด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจและการปรับปรุงศักยภาพในการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

2. เพื่อใช้เสนอเป็นแนวทางในการพิจารณาและกำหนดแนวทางการเตรียมความพร้อมเพื่อดำเนินทางธุรกิจด้วยรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3. เพื่อเป็นแนวทางในการขยายโอกาสให้ผู้ประกอบการได้มีทางเลือกในการลงทุนทำธุรกิจ และยังใช้เป็นฐานข้อมูลการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวสู่การแข่งขันได้ รองรับการปรับตัวธุรกิจที่มีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต





## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และผลงานวิจัยของตัวแปรแต่ละตัวที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งจะนำมาเป็นแนวทาง ในการพัฒนารอบแนวความคิดและการตั้งสมมุติฐานการวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นมาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
  - ปัจจัยภายนอกองค์กร
  - ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร
  - ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
  - ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้า
  - ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร
4. การวัดผลสำเร็จของธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวความคิดในการวิจัย

#### 2.1 ความเป็นมาเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ความหมายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีผู้ให้คำนิยามของคำว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” เป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีคำจำกัดความใดที่ใช้เป็นคำอธิบายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นทางการ โดยสามารถสรุปเป็นตัวอย่างคำจำกัดความของหลายๆสถาบัน ดังต่อไปนี้

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ระบุว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการผ่านคอมพิวเตอร์ และระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขึ้นอยู่กับประมวล และการส่งข้อมูลที่มีข้อความ เสียง และ ภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวมถึงการขาย สินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์, การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัลในระบบ ออนไลน์, การโอนเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ การจำหน่ายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์ ไปตราส่ง การประมูล การออกแบบวิศวกรรมร่วมกัน การจัดซื้อ การจัดจ้างของภาครัฐ, การขายตรง การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่น สินค้าบริโภค อุปกรณ์ทางการแพทย์) และบริการ (เช่น บริการขายข้อมูล บริการด้านการเงิน บริการด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข การศึกษา ศูนย์การค้าเสมือน) (European Union, 1997)

จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้ความหมายของคำว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้หลายความหมายด้วยกัน แต่ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เน้นไปที่การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งสำคัญไม่ว่าจะเป็นการค้าส่งและการค้าปลีกทุกอย่างขององค์กรต่างๆ และการค้าของผู้บริโภคภายในครัวเรือนทั้งหมด ซึ่งได้แก่ การซื้อขายสินค้าและบริการแต่ละบุคคลโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

### 2.1.1 ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการค้าที่น่าสนใจมาก เพราะปัจจุบันมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆซึ่งส่งผลให้การค้าทางอินเทอร์เน็ตขยายตัวได้อย่างรวดเร็วและการทำธุรกิจบนเว็บไซต์นั้นสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้มากมายหลายประการ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (2543: ออนไลน์) ได้แก่

1. ทำการค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และขายสินค้าได้ทั่วโลก ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจากทั่วโลกสามารถเข้ามาในเว็บไซต์ของบริษัทได้ตลอดเวลาผู้ขายสามารถนำเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆได้อย่างรวดเร็ว โดยคำสั่งซื้ออาจเกิดขึ้นตลอด 24 ชั่วโมงและมาจากที่ต่าง ๆ กัน
2. ข้อมูลทันสมัยอยู่เสมอ และประหยัดค่าใช้จ่าย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นั้นมีประโยชน์ที่สำคัญมากอีกประการหนึ่ง คือสามารถ เสนอข้อมูลที่ใหม่ล่าสุดให้กับลูกค้าได้ทันทีซึ่งช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์เอกสาร และประหยัดเวลาในการประชาสัมพันธ์
3. ทำงานแทนพนักงานขาย และเพิ่มประสิทธิภาพการขาย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถทำงานแทนพนักงานขายของคุณได้ โดยสามารถทำการค้าในรูปแบบอัตโนมัติ และดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการทางธุรกิจภายในองค์กรนั้นๆ

4. แทนหน้าร้าน หรือบูทแสดงสินค้า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแสดงสินค้าที่มีอยู่ให้กับลูกค้าทั่วโลกได้มองเห็นสินค้าของคุณ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายตกแต่งหน้าร้าน หรือในการเดินทางออกไปในบูทแสดงสินค้าในที่ต่างๆ

5. เทคโนโลยีช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจยิ่งขึ้น ปัจจุบันมีเทคโนโลยีใหม่ๆมาช่วยในการทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น การแสดงสินค้าโดยผู้ชมสามารถดูสินค้าได้ 180 องศา หรือลูกค้าสามารถอ่านหัวข้อของหนังสือที่ต้องการซื้อก่อนได้

6. ง่ายต่อการชำระเงิน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถชำระเงินได้อย่างสะดวกสบาย โดยวิธีการตัดผ่านบัตรเครดิตหรือการ โอนเงินเข้าบัญชีซึ่งจะเป็นระบบอัตโนมัติ

7. เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ในโลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บริษัทขนาดเล็กสามารถมีโอกาสทางธุรกิจเทียบได้กับบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายๆอย่าง เป็นต้นว่า ชื่อ URL ของบริษัทควรจะง่าย การออกแบบเว็บไซต์ให้สวยงามและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ การตั้งชื่อและการชำระเงินมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี

8. สร้างความประทับใจและพึงพอใจได้มากกว่า ปัจจุบันการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายดาย สินค้าและบริการมีให้เลือกมากมายทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง และเสียเวลาไปกับการค้นหาสินค้าและบริการที่ต้องการ ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วที่สุด เช่น ถ้าลูกค้าต้องการซื้อของตกแต่งบ้านจากเว็บไซต์ Bangpa-in.com ลูกค้าสามารถจะค้นหาสินค้าจากประเภทของสินค้า หรือค้นหาตามรูปแบบที่ต้องการได้ ในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าและได้ให้รายละเอียดส่วนตัวไว้ ร้านค้าสามารถ บันทึก รายละเอียดของลูกค้าไว้ในฐานข้อมูลของเราเพื่อความสะดวกของลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าครั้งต่อไป (Member System)

9. รู้และแก้ปัญหาต่างๆได้ทันทั่วทั้งที่ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถให้บริการหลังการขายได้เช่นกัน โดยใช้ประโยชน์จากอีเมลในการติดต่อลูกค้า การสร้างแบบสอบถามลูกค้าเพื่อสอบถามความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการทำให้ร้านค้าสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นและทันทั่วทั้งที่

### 2.1.2 ประโยชน์ที่มีต่อธุรกิจ

ปัจจุบันเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการใช้งานอย่างแพร่หลาย เนื่องจากผู้คนไม่ว่าในสังคมใด เชื้อชาติใด สามารถติดต่อกันอย่างรวดเร็วและทั่วถึง สำหรับในแง่ธุรกิจ ผู้ผลิตสินค้าและบริการต่างๆ กำลังพบกับตลาดใหม่ซึ่งกว้างขวางที่สุดและมีประสิทธิภาพในการติดต่อซื้อขายสินค้า พฤติกรรมการซื้อขายใหม่ๆ จึงเกิดขึ้นไม่ว่าผู้คนจะอยู่มุมใดของโลกก็สามารถเปิดเข้าสู่เว็บไซต์ของบริษัทต่างๆ เพื่อเลือกซื้อสินค้า หาข้อมูลผลิตภัณฑ์ติดต่อทำธุรกรรม ทดลองใช้ หรือแม้กระทั่ง

ปรึกษาผู้ที่เคยใช้งานผลิตภัณฑ์มาก่อนเพื่อเลือกหาผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ดีที่สุดได้ตลอดเวลา ก่อนการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า พฤติกรรมเหล่านี้นับวันแต่จะเพิ่มมากขึ้นทุกวันจำเป็นที่จะต้องตามความเคลื่อนไหวเหล่านี้ให้ทันเพื่อทำธุรกิจในพื้นที่การตลาดที่ไม่มีกำแพงขวางกั้นแทนที่จะต้องมีการตั้งเชิงกายภาพ โดยผู้ขายจะเสนอรายละเอียด รูปภาพของผลิตภัณฑ์ที่จะจำหน่ายในลักษณะของเว็บไซต์ของตนเองหรือไปฝากข้อความในเว็บไซต์ของงานอื่นที่ยินยอมให้ใช้พื้นที่

### 2.1.3 ประเภทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2546: 23-24)

1. ธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B2B) หมายถึง ธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน โดยอาจเป็นผู้ประกอบการในระดับเดียวกัน หรือต่างระดับกันก็ได้ อาทิ ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า ผู้ผลิตกับผู้ค้าส่งและค้าปลีก เป็นต้น การกระทำธุรกิจนี้มีสินค้าจำนวนมาก รวมถึงมูลค่าของสินค้าจึงมีสูงตามไปด้วย

2. ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) หมายถึงการค้าระหว่างผู้ค้าหรือผู้ประกอบการกับผู้บริโภค เป็นการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่รวมการขายส่ง การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การขายหนังสือ ขายวิดีโอ ขายเครื่องประดับ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ การจองตั๋วเครื่องบิน การซื้อขายหุ้น และธนาคารออนไลน์

3. ธุรกิจกับรัฐบาล (Business to Government: B2G) หมายถึงการประกอบธุรกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ เช่น การจัดจ้างของภาครัฐ หรือที่เรียกว่า E-Government Procurement เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายนอกจากนี้ยังมีการประมูลออนไลน์ การจดทะเบียนการค้าและการนำสินค้าเข้าออกโดย ใช้อีดีไอ ผ่านกรมศุลกากร

4. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to Consumer: C2C) หมายถึงการประกอบธุรกิจระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค อาจเพื่อการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร หรืออาจจะทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง หรือการประมูลสินค้า หรือการขายของมือสอง เป็นต้น

#### 2.1.4 ความสำคัญของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร รวมทั้งค่าเช่าพื้นที่ขายหรือการลงทุนในการสร้างร้าน ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนของธุรกิจต่ำลง
2. ประหยัดเวลาและขั้นตอนทางการตลาด
3. เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง และให้บริการได้ทั่วโลก

4. มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
5. สามารถทำกำไรได้มากกว่าระบบการขายแบบเดิม เนื่องจากต้นทุนการผลิตและการจำหน่ายต่ำกว่า ทำให้ได้กำไรจากการขายต่อหน่วยเพิ่มขึ้น
6. สามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นจำนวนมาก และสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ในลักษณะ Interactive market
7. ปรับปรุงหรือ Update ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ตลอดเวลา
8. สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ซื้อหรือลูกค้า อาทิ ชื่อ ที่อยู่ พฤติกรรมการบริโภค สินค้าที่ต้องการ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการวิจัยและวางแผนการตลาด เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาดมากขึ้น
9. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจหรือองค์กร ในเรื่องของความทันสมัยและเป็นโอกาสที่ทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก
10. สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้เร็วและเสียเวลาน้อย

#### 2.1.5 ข้อดีของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. สามารถเข้าหาลูกค้าได้โดยตรง เสียค่าใช้จ่ายต่ำ เนื่องจากต้องผ่านคนกลาง
2. สามารถขายสินค้าในราคาที่ต่ำลง เนื่องจากต้นทุนต่ำลง
3. ทำให้สามารถขยายตลาดได้กว้างและเร็วขึ้นและไร้พรมแดน
4. เหมาะสำหรับธุรกิจที่เป็นสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าใหม่หรือยังไม่เป็นที่รู้จักทั่วไป
5. สามารถดำเนินการได้ 24 ชั่วโมง

#### 2.1.6 ข้อเสียของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต
2. ประเทศของผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องมีกฎหมายรองรับอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ
4. การดำเนินการด้านภาษีจะต้องชัดเจน

## 2.2 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ลวดสลิงสมัยใหม่นั้นคิดค้นโดยวิศวกรเหมืองแร่ชาวเยอรมัน Wilhelm Albert ในระหว่างปีค.ศ.1831 -1834 สำหรับใช้งานในเหมืองที่เขา Harz ในเมือง Clausthal ในแคว้น Lower Saxony ประเทศเยอรมนี หลังจากนั้นก็ได้แพร่หลายเนื่องจากคุณสมบัติของลวดสลิงที่เหนือกว่า เชือกปอ หรือ โซลโหะที่ใช้ก่อนหน้านี้ ลวดสลิงของ Wilhelm Albert ประกอบไปด้วยเส้นลวดที่บิดเกลียวเป็น 6 มัด แล้วก็บิดในอีกทิศทางหนึ่งเพื่อความแข็งแรง แล้วยังห่อด้วยปออีกครั้งหนึ่ง

ในปี ค.ศ.1840 Robert Stirling Newall ชาวสก็อตได้พัฒนาลวดสลิงขึ้นไป โดยต่อมอลวดสลิงได้ถูกใช้ในงานระบบขนส่งกำลังทางกลต่าง ๆ รวมถึงรถกระเช้า ระบบลวดสลิงมีราคาเพียง 1 ใน 10 และมีการสูญเสียกำลังจาก แรงเสียดทานน้อยกว่าระบบเพลา ด้วยข้อดีนี้ ทำให้ระบบลวดสลิงถูกใช้ในการส่งกำลังในระยะทางไกล

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมลวดสลิง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรม สามารถแบ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Environment Analysis) ออกได้เป็น 2 ระดับ คือ สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) และสภาพแวดล้อมเพื่อการแข่งขัน (Competitive Environment) ดังนี้

**2.2.1 สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment)** การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปสามารถ วิเคราะห์ตามองค์ประกอบ PEST Analysis ได้ดังนี้ (อ้างใน อรณูช แซ่ลิ้ม และ วสันต์ สิริยาภิวัฒน์, 2554, 2-11)

2.2.1.1 ด้านมาตรการรัฐ การเมืองและกฎหมาย (Political / Legal Factor : P)

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เป็นวิกฤติการณ์ที่สำคัญของผู้บริหารส่วนใหญ่ สภาพแวดล้อมทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมของธุรกิจผู้บริหารจะต้องเริ่มจากการศึกษานโยบายทางการเมืองที่จะมีผลกระทบต่อกิจการดำเนินธุรกิจ เพราะถึงแม้ปัจจัยเหล่านี้จะควบคุมไม่ได้ แต่ก็ยังเป็นปัจจัยที่ควรตั้งรับเพื่อปรับธุรกิจของเราให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และจะต้องคำนึงถึงอำนาจสูงสุดของผู้นำประเทศนั้น ตามปกติความแตกต่างของค่านิยมจะเป็นการพิจารณาถึงความแตกต่างของระบบเศรษฐกิจ ประชาชนในแต่ละท้องถิ่น มีค่านิยมที่ตรงกันข้ามกัน ขณะที่แผนเศรษฐกิจมีการลดค่าอย่างรวดเร็วตามการเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง บางความเสียหายที่จะประเมิน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหารจะต้องทำ คือ เมื่อเข้าไปดำเนินการ จะต้องนำปัจจัยต่างๆเหล่านี้ มาใช้เป็นรายการในการตรวจสอบสำหรับการประเมินค่า ได้แก่ สถานะความมั่นคงและรูปแบบทาง

รัฐบาลว่ามีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยเพียงใด กฎระเบียบปฏิบัติและข้อห้ามในการทำธุรกิจ การควบคุมการนำเข้าและการส่งออก และรัฐมีการเรียกเก็บอัตราค่าธรรมเนียมและการจัดเก็บภาษีอย่างไร

#### 2.2.1.2 ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor = E)

ส่วนมากปัจจัยทางเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลกับผู้บริหาร ซึ่งมีผลกับทุกๆ ธุรกิจโดยตรงอย่างมาก เพราะเศรษฐกิจของประเทศเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศ และเป็นตัวกำหนดตลาดขนาดใหญ่ในประเทศอีกด้วย จึงจะต้องพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมนอกองค์กร ปัจจัยการผลิตเป็นปัจจัยที่คงที่ เช่น ที่ดินแรงงานและทุน ผลกระทบของกิจกรรมขององค์กรทั้งหมดที่เกิดขึ้นในประเทศ สิ่งสำคัญที่จะมีผลกระทบซึ่งกันและกันที่จะปรากฏทันทีทันใด

วิกฤติการณ์ในประเทศ เศรษฐกิจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญของการค้าในตลาดเพราะเป็นการขาดที่ผู้บริหารจะกำหนดราคาและการเปลี่ยนแปลง ซึ่งแสดงให้เห็นความแตกต่างในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา จะส่งผลกระทบต่อกิจการในด้านการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ เนื่องจากภาวะผูกพันที่เกิดจากการซื้อในสกุลเงินต่างประเทศ ทำให้การสั่งซื้อวัตถุดิบต้องมีความระมัดระวังมากขึ้น

- การผันผวนของราคาน้ำมัน ปัญหาราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อกระบวนการกระตุ้นการผลิตทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย

- ประเทศที่มีสถานะของวงจรธุรกิจที่ไม่เคยคงที่ ภาวะเจริญเติบโตเต็มที่, ตกต่ำ, ถดถอย, การกลับสู่สภาพเดิม และการกลับมาเจริญอีกครั้ง

- การครอบคลุมของนโยบายการเงิน เมื่อเสถียรภาพทางการเงินเพิ่มขึ้นหรือ ลดลงในความต้องการขายเงิน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของรัฐบาล

ดังนั้นเหตุผลที่เป็นปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจ ผู้บริหารจะต้องเผชิญกับปัญหาในการกำหนดและการไม่เข้าใจลักษณะของเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกันสูง นี้เป็นจุดที่เห็นได้ชัดเจน

#### 2.2.1.3 สังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural Factor = S)

สภาพแวดล้อมทางสังคม สามารถเห็นได้ว่าสังคมวัฒนธรรมจะรวมถึงทัศนคติ ความเชื่อ และการดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และชีวิตการเป็นอยู่ของคนพื้นที่นั้นๆ ว่าเป็นอย่างไรก่อนที่จะเริ่มทำตลาดให้ได้ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพราะวิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชนจะมีความแตกต่างกันออกไป การที่จะเข้าไปทำตลาดในพื้นที่ต่างๆ เราจะต้องเข้า

ไปศึกษาในส่วนนี้ก่อนเพื่อให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและเป็นที่น่าสนใจของคนในชุมชนในด้านที่ดีโดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนนั้น ด้วยได้แก่รูปแบบในการทำงาน การจับจ่ายใช้สอยของคนในชุมชนเน้นสินค้านำเข้าหรือสินค้าในพื้นที่มากกว่ากัน พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า อัตราการอพยพเข้าหรือออกของคนในชุมชน

ส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยที่ไม่มีตัวตนจำนวนมาก มักจะเป็นที่มาของสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ไม่ได้คาดคิดของปัญหามากมายในธุรกิจ โดยประเทศต่างๆ จะมีวัฒนธรรมที่ขัดแย้งและหลากหลาย บริษัทจะต้องเข้าใจในรายละเอียดของวิกฤติการณ์ย้อนหลัง เพราะวัฒนธรรมมีอยู่ทั่วไปและเป็นสถานการณ์ที่ยากลำบากสำหรับการดำเนินการ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจจะขัดแย้งกับวัฒนธรรม หรือ วัฒนธรรมภูมิภาพแต่ผลของความไม่สำเร็จที่เห็นได้ชัดจะมาจากความเร็วมากกว่า การกำหนดความคิดเห็นกว้างๆ สำหรับผู้จัดการบริษัท คือ การหลีกเลี่ยงความอ่อนไหว หรือความไม่รู้ของลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม

#### 2.2.1.4 เทคโนโลยี (Technology : T)

เทคโนโลยี คือ วิกฤติการณ์ของการดำเนินการของบริษัท และเป็นสิ่งเดียวที่สำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบของกลุ่มแข่งขันในองค์กร ไม่เท่านั้นการพัฒนาเทคโนโลยีให้เหมาะสมจะช่วยในการดำเนินงานภายในของบริษัทที่ดีขึ้น แต่บริษัทคู่แข่งสามารถได้เปรียบโดยตลอดในเรื่องต้นทุนนี้คือ ปัจจัยสำคัญที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากต้นทุนเทคโนโลยีโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น การแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีกับผลิตภัณฑ์ใหม่และกระบวนการผลิตใหม่ๆ และบริษัทที่มีประสิทธิภาพสูงจะได้เปรียบ ในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆเป็นการเพิ่มกำไรในความเป็นจริง ส่วนนี้ สามารถเป็นกุญแจที่ทำให้ประสบความสำเร็จได้

เทคโนโลยีเป็นระบบที่มีการนำเอาวิธีการทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการปฏิบัติงาน โดยสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีรวมถึงแนวคิดใหม่ๆ นวัตกรรมและ เทคนิคต่างๆที่ทันสมัยและสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี จะมีอิทธิพลต่อบริษัทดังนี้ การพัฒนาเทคโนโลยีจะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในความต้องการของสินค้าและบริการในองค์กรและอุตสาหกรรม และการพัฒนาเทคโนโลยี โดยคู่แข่งจะทำให้สินค้าและบริการของบริษัทล้ำสมัย และราคาสูงกว่าคู่แข่ง



## 2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### 2.3.1 ปัจจัยภายนอกองค์กร

สิทธิเดช ลิ้มคเดช (2548) กล่าวว่า iver ปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง โดยสังเกตได้จาก ยุทธวิธีและเทคนิคต่างๆ ที่องค์กรคิดขึ้นมา ก็เพื่อที่จะพยายามเอาชนะคู่แข่งให้ได้ เนื่องจากจำนวน คู่แข่งในอุตสาหกรรม มีการเพิ่มขึ้นตลอดเวลา การเอาชนะในที่นี้ไม่ได้หมายถึง ความพยายามที่ กำจัดคู่แข่ง แต่หมายถึงการพัฒนาตัวสินค้าและการบริหารของเราให้ดีกว่า เพื่อจะดึงดูดให้ผู้บริโภค มาใช้สินค้าของเรา แต่ถ้าคู่แข่งของเรามีขีดความสามารถที่เหนือกว่า แน่แน่นอนเราก็ต้องอยู่ในภาวะ ที่ลำบาก ในฐานะที่เราต้องรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันเช่นกัน เราจึงจำเป็นที่จะต้อง ปรับปรุงขีดความสามารถของเราให้เหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้นเราจะต้องตรวจสอบคู่แข่งของเราอย่าง สม่ำเสมอ คู่แข่งได้ใช้กลยุทธ์อะไรบ้าง เช่น การใช้สื่อโฆษณา การเปิดตัวสินค้าใหม่ การทำพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ที่สำคัญ คือ คู่แข่งไม่ได้มีเพียงรายเดียว โดยเราจะรู้ว่าจำนวนคู่แข่งมีเท่าไร ไร่ บ้าง มีความเข้มแข็งแค่ไหน แต่ละรายใช้เทคนิคอะไรบ้าง

สำหรับคู่แข่งรายใหม่จากต่างประเทศ อย่างเช่นประเทศจีนที่มีอัตราการเติบโตของ เศรษฐกิจสูงที่สุดในภูมิภาคเอเชีย เนื่องมาจากรัฐบาลจีนมีนโยบายส่งเสริมการลงทุน เพื่อเร่งการ เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ จึงทำให้จีนมีความพร้อมทางด้านเงินทุนและทางด้านเทคโนโลยี เครื่องจักรในการผลิต ส่งผลให้เหล็ก ลวดสลิง โซ่ เหล็กรูปพรรณต่างๆ ที่มาจีนมีราคาถูกกว่า ประเทศไทยเป็นอย่างมาก จีนจึงเป็นคู่แข่งที่น่าจับตา ซึ่งหากจีนเข้ามาลงทุนร่วมกับบริษัทผลิต อุตสาหกรรมเหล็ก ลวดสลิง ภายในประเทศ อาจจะทำให้มีการแข่งขันที่สูงมากขึ้น เนื่องจากจีนมี ความพร้อมในด้านต่าง ๆ สูงกว่าบริษัทในประเทศไทยอย่างมาก

สภาพแวดล้อมทางการเมือง และนโยบายของรัฐบาล โดยการเมืองส่งผลกระทบต่อ นโยบายการค้าประภคธุรกิจของประเทศโดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลแบบ ผสมผสานพรรคบ่อย ๆ เมื่อการเมืองไม่มั่นคง ทำให้ต่างชาติขาดความน่าเชื่อถือ ส่งผลกระทบต่อ ธุรกิจบ่อย เช่นสินค้าบางอย่างต้องเสียภาษีเพิ่มขึ้น ธุรกิจบางชนิดถูกควบคุมโดยเพิ่มหลักเกณฑ์มาก ขึ้นเศรษฐกิจชะงักเนื่องจากเงินตราไหลออกนอกประเทศ โดย ด้านบทบาทของรัฐบาล รัฐบาลไม่ สามารถที่จะขับเคลื่อนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นโยบายของรัฐบาลจะมีผลกระทบต่อ อุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันเท่านั้น รัฐบาลสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบ ทางการแข่งขันด้วยนโยบายหลายอย่าง เช่น นโยบายด้านภาษี การควบคุมอัตราแลกเปลี่ยน การ ควบคุมนโยบายการเงิน

### 2.3.1.1 โครงสร้างพื้นฐานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

(ดร.ราม ปิยะเกตุ และคณะ , 2547) การตระหนักถึงองค์ประกอบทางสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เล็งเห็นความสำคัญที่จะต้องมียุทธศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยประเทศไทยจึงได้กำหนดนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศฉบับแรก (IT 2000) ในปี พ.ศ. 2539 และจัดทำกรอบนโยบายสารสนเทศของประเทศไทยในระยะที่ 2 หรือ IT 2010 ซึ่งจะครอบคลุมช่วง พ.ศ. 2544-2553 โดยให้ความสำคัญกับบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ ในฐานะเครื่องมือในการขับเคลื่อน และพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเน้นถึงการประยุกต์ใช้ในสาขาหลักที่เป็นเป้าหมายของการพัฒนา กระบวนการพัฒนากลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ มีเป้าหมายหลัก 3 ด้าน คือ

1. ส่งเสริมให้มีการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศในส่วนต่างๆของสังคม
2. สนับสนุนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อให้บริการและมีการควบคุมของรัฐบาลผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

นอกจากการพัฒนากรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ ประเทศไทยได้มีการพิจารณาร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อีกเป็นจำนวนทั้งสิ้น 6 ฉบับ และได้มีการประกาศใช้ กฎหมายชื่อว่า “พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544” เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2544 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2545 สำหรับการดำเนินงานในส่วนอื่นๆ ได้มีความพยายามในการกระจายการใช้งานของอินเทอร์เน็ตออกสู่ภูมิภาคมากขึ้น

การกำหนดแนวทางในการพัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมต่างๆจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทย ซึ่งควรทำควบคู่ไปกับการสนับสนุนการสร้างระบบนวัตกรรมใหม่ๆการสร้างมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงปัจจัยการผลิตการพัฒนาผู้ผลิตและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นให้เกิดโครงสร้างของการไหลเวียนของความรู้ในระบบการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สำหรับที่รัฐบาลควรส่งเสริมเพื่อสนับสนุนการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1. การพัฒนาระบบที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นสากล
2. การจัดให้มีหน่วยงานที่ให้การรับรองความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้ความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคในการดำเนินธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3. การส่งเสริมและการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4. การกำหนดตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความชัดเจน

5. การเร่งพัฒนาให้มีการศึกษาด้านสารสนเทศตั้งแต่ปฐมวัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กล่าวว่า การเมืองเป็นทัศนคติและการกระทำของผู้นำด้านการเมืองและผู้นำรัฐบาลเพื่อเปลี่ยนแปลงลักษณะความต้องการของสังคมและความน่าเชื่อถือของบางประการที่ไม่เหมาะสมกับบทบาทของรัฐบาล 2 ประการ คือ การสนับสนุนธุรกิจและการกำหนดข้อจำกัดธุรกิจ การสนับสนุนธุรกิจโดยการกระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาทางเศรษฐกิจโดยให้ความช่วยเหลือธุรกิจในรูปแบบการลดภาษี สนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีและเงินลงทุน

Terrence C. Sebor, Sang M.Lee, Nittana Sykasame กล่าวไว้ว่า ในการส่งเสริม การทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น รัฐบาลสามารถสร้างกฎระเบียบในการทำ อีคอมเมิร์ซ ได้อยู่ 2 ประการ 1. การนำไปโปรแกรมมาประยุกต์ใช้ กับหลักการของกฎหมายที่รัฐบาลกำหนด ในการจัดซื้อ คู่มือ และการให้บริการแก่สาธารณะ 2. การพัฒนาของอีคอมเมิร์ซโดยการพัฒนาบทบัญญัติกฎหมาย ทางด้านอีคอมเมิร์ซ เพื่อให้มีความสอดคล้อง กับการจัดตั้งโครงสร้างพื้นฐานของอีคอมเมิร์ซ

2.3.1.2 นโยบายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย (แผนแม่บทเทคโนโลยีฉบับที่ 1 ออกไปจนถึงปี พ.ศ. 2551)

ประเทศไทยเริ่มมีนโยบายการพัฒนาด้านนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 (ค.ศ.1996) หรือเรียกว่า IT 2000 มีระยะเวลาการดำเนินการ 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539-2544 (ค.ศ.1996-2001) เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยมีการจัดตั้ง “คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ” ตามมติคณะรัฐมนตรีต่าง เมื่อปี พ.ศ. 2541 เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานการดำเนินงานของหน่วยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับการร่างกฎหมายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยมีศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการ

ต่อมา ในปี พ.ศ. 2544 (ค.ศ. 2001) ประเทศไทยได้มีการจัดทำกรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ฉบับที่ 2 หรือที่เรียกว่า IT 2010 มีระยะเวลาการดำเนินการ 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553 (ค.ศ. 2001-2010) ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการสร้างสังคมแห่งปฏิรูปปัญญาและการเรียนรู้ของประเทศไทย (Knowledge-based Economy) ในช่วงเวลา 10 ปี

เพื่อให้เศรษฐกิจมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน สามารถแข่งขันได้ในเวทีสากล ในขณะที่เดียวกันเพื่อให้ประชาชนในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความเหลื่อมล้ำน้อยที่สุด

กรอบนโยบาย IT 2010 ถูกถ่ายทอดไปสู่แผนกลยุทธ์ คือ แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ฉบับที่ 1 (แผนแม่บท ICT ฉบับที่ 1) (พ.ศ. 2545-2549) เพื่อเป็นการกำหนดทิศทาง การดำเนินงาน มนรายละเอียด โดยแผนแม่บท ICT ฉบับที่ 1 ได้กำหนดกลยุทธ์ศาสตร์หลักไว้ 7 ด้าน ได้แก่ 1) พัฒนาอุตสาหกรรม ICT 2) ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยและสังคมไทย 3) ปฏิรูปและสร้างศักยภาพการวิจัยและพัฒนาด้าน ICT 4) ยกระดับพื้นฐานสังคมไทยเพื่อการแข่งขันในอนาคต 5) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อมุ่งขยายตลาดต่างประเทศ 6) ส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีการนำ ICT ไปใช้ 7) ในการบริหารและบริการของภาครัฐ

### 2.3.1.3 กฎหมายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

ปัจจุบันการประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยเป็นการประกอบธุรกิจที่มีธุรกรรมหลายประเภทเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของการประกอบธุรกิจแต่ละประเภท เช่น ซื้อขายสินค้า โอนเงินผ่านธนาคารออนไลน์ เป็นต้น ดังนั้น ในทางปฏิบัติ นอกจากจะมีกฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรงแล้ว ยังมีกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับประเภทของธุรกิจนั้นๆต่างหากอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงเฉพาะกฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง

สำหรับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 4 ด้านดังนี้

1. กฎหมายด้านการรับรองความมีผลของการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 3: ธุรกิจเกี่ยวกับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์) กฎหมายที่รับรองความมีผลเกี่ยวกับการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยทำให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยมีการเติบโตขึ้นเพราะเป็นความสร้างความชัดเจนและความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการและผู้บริโภค ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องดังนี้

- พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2551) เป็นกฎหมายที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างมากของการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เนื่องจากเป็นกฎหมายที่มีขอบเขตของการบังคับใช้กับธุรกรรมทางแพ่งพาณิชย์ที่ดำเนินการโดยใช้ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และรองรับถึงผลทางกฎหมายของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เอาไว้อย่างชัดเจน

- พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2499 กฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดให้บุคคลธรรมดาห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศที่มาตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย ซึ่งประกอบกิจการอันเป็นพาณิชย์กิจตามที่กระทรวงพาณิชย์กำหนด โดยกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการ ซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริการอินเทอร์เน็ตให้เข้าพื้นที่ของเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายบริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ให้บริการเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้อินเทอร์เน็ตมีหน้าที่จดทะเบียนพาณิชย์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจดทะเบียนประเภทนี้ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้กำหนดให้มีการออกเครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Registered) เพื่อยืนยันการมีตัวตนของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเว็บไซต์ที่จดทะเบียนแล้ว จะปรากฏเครื่องหมาย Registered อยู่บนหน้าเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสถานะและการมีอยู่จริงของผู้ประกอบการ และรายชื่อผู้ประกอบการทั้งหมดจะรวบรวมอยู่ในฐานข้อมูลผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์กิจต้องจดทะเบียน ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2553)

2. กฎหมายด้านมาตรการความปลอดภัย ป้องกันอาชญากรรม หรือการฉ้อโกง

กฎหมายที่สร้างมาตรการความปลอดภัยเกี่ยวกับการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เนื่องจากการสร้างความเชื่อมั่นให้กับทั้งผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (พระราชบัญญัติการกระทำความผิด เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์, 2550)

- พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 (แก้ไข พ.ศ. 2551) กฎหมายฉบับนี้นอกจากจะถือเป็นกฎหมายที่รับรองความมีผลของการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้แล้ว ยังมีบัญญัติเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้ด้วย ดังปรากฏใน หมวด 2 ว่าด้วยเรื่องลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในหมวดนี้ได้กำหนดเงื่อนไขที่ทำให้เกิดความปลอดภัยกับผู้เป็นเจ้าของลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นเรื่องที่เชื่อมโยงกับความมีผลทางกฎหมายของการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสำคัญ

- พระราชบัญญัติการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เป็นกฎหมายมุ่งปราบปรามการกระทำความผิดที่เกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์และข้อมูลคอมพิวเตอร์ของผู้อื่น เช่น โจมตีระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การเข้าถึงข้อมูลแก้ไขหรือทำลาย

ข้อมูลของบุคคลอื่นในระบบคอมพิวเตอร์ รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายกระทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ ตลอดจนความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน กฎหมายฉบับนี้มีผลในการสร้างความเชื่อมั่นโดยตรงต่อการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบคอมพิวเตอร์โดยตรง

- ประมวลกฎหมายอาญา (ความผิดเกี่ยวกับบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ มาตรา 269/1-269/7) เป็นกฎหมายที่มุ่งปราบปรามเกี่ยวกับความผิดบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ โดยแบ่งประเภทของความผิดได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ความผิดเกี่ยวกับการปลอมและการแปลงบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ และความผิดฐานใช้หรือมีไว้เพื่อใช้ซึ่งบัตรเครดิตอิเล็กทรอนิกส์ที่แท้จริงของผู้อื่น โดยมีขอบ

### 3. กฎหมายด้านคุ้มครองความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลถือเป็นสิทธิส่วนบุคคลอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการให้ความคุ้มครองแก่ผู้ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ผู้ประกอบการธุรกิจมีการเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพให้บริการ หรือเพื่อการทำการตลาดโดยศึกษาจากพฤติกรรมของลูกค้า ด้วยเหตุนี้ หากการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำไปโดยขาดหลักเกณฑ์และมาตรฐานที่เหมาะสม อาจขาดเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลหรืออาจมีการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้โดยมิชอบ ซึ่งสาเหตุทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกฎหมายที่คุ้มครองความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลที่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 ถือเป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรกของไทยที่มีการบัญญัติในเรื่องของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยวางกรอบให้บุคคลมีสิทธิได้รับการคุ้มครองจากการแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบจากข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับตน ตามกฎหมายบัญญัติไว้

- (ร่าง) พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ปัจจุบัน ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการทั่วไป หากจะมีก็แต่เป็นกฎหมายเฉพาะ ได้แก่ พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ซึ่งการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่บัญญัติไว้เป็นการคุ้มครองเฉพาะแต่ข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในความครอบครองของหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น และพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต พ.ศ. 2545 มีเจตนารมณ์หลักเพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิตรวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์วิธีและเงื่อนไขในการทำธุรกรรมเกี่ยวกับข้อมูลเครดิตเท่านั้น ไม่ครอบคลุมถึงกรณีการประกอบธุรกิจประเภทอื่นๆ

2.3.1.4 ผลกระทบจากความผันผวนของราคาน้ำมันต่ออุตสาหกรรมเหล็ก (ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, [www.oie.go.th](http://www.oie.go.th))

สถานการณ์ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่พุ่งสูงขึ้นอย่างไม่ปกติ และเกิดขึ้นกับสินค้าวัตถุดิบพื้นฐานหลายชนิดในขณะนี้ เป็นปรากฏการณ์ที่น่าเป็นห่วงต่อทิศทางราคาสินค้าผู้ผลิต ซึ่งอาจจะนำไปสู่การปรับราคาสินค้าสำหรับผู้บริโภคตามมา ในภาคอุตสาหกรรมของไทย ต้องพึ่งพาวัตถุดิบขั้นต้นที่ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศจำนวนมาก โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ใช้เพื่อเป็นพลังงาน อย่างน้ำมันเชื้อเพลิง และวัตถุดิบโลหะประเภทต่างๆ ที่จำเป็นต่อกระบวนการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมต่างๆอย่างกว้างขวาง การพึ่งพาการนำเข้าจึงทำให้ภาวะราคาก็มีความผันผวนตาม ทางด้านราคาในต่างประเทศ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ปรับตัวสูงขึ้นรวดเร็ว คือ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ทั้งน้ำมันดิบ ทองคำ และโลหะพื้นฐาน (Base Metals) ทะยานสูงขึ้นทำสถิติสูงสุดอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบพื้นฐานอาจซ้ำเติมภาวะต้นทุนของภาคอุตสาหกรรมที่กำลังได้รับผลกระทบอย่างหนักจากปัญหาต้นทุนค่าขนส่งและต้นทุนพลังงาน ที่ต้องปรับขึ้นตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น ในสถานการณ์ดังกล่าวภาคอุตสาหกรรมจะต้องมีการปรับตัวในการรับมือภาวะต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่แรงกดดันในด้านการแข่งขันในตลาดอาจทำให้ผู้ประกอบการมีช่องว่างในการปรับราคาสินค้าได้อย่างจำกัด กลยุทธ์ในการบริหารต้นทุนอาจทำให้หลายวิธีเช่น ศึกษาหาแนวทางใช้มาตรการประหยัดพลังงานในสถานประกอบการ การวางแผนด้านโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุน การลดการสูญเสียของวัตถุดิบในกระบวนการผลิต และการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ต่ำลง เป็นต้น

### 2.3.2 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นสร้างผลกระทบที่สำคัญต่อการดำรงอยู่และการเจริญเติบโตของธุรกิจ องค์กรธุรกิจต้องสามารถปรับตัวให้ทัน ต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ สามารถตอบสนองต่อสิ่งเร้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เทคโนโลยีสารสนเทศที่เคยถูกนำมาใช้เสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานของ แต่ละกิจกรรมตามหน้าที่ทางธุรกิจ เช่น การเงิน การตลาด การดำเนินงาน และทรัพยากรบุคคลได้รับความสนใจนำมาใช้ประกอบการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Operations) เพื่อพัฒนาและธำรง รักษาความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Ability) ขององค์กร การประยุกต์ เทคโนโลยีสารสนเทศต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจ

และประสบการณ์ในการกำหนดแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกัน (Harmony) ระหว่างโครงสร้างองค์การ กลยุทธ์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นงานที่มีความซับซ้อนและละเอียดอ่อนสูง

2.3.2.1 หน้าที่ของความรับผิดชอบของผู้บริหารสำหรับสารสนเทศ (ไพศาล ลักขณานุรักษ์, 2555)

1. การให้ความสำคัญในการบริหารจัดการ โดยผู้บริหารจะต้องแสดงถึงการให้ความสำคัญต่อการกำหนดการลงมือปฏิบัติการ ดำเนินการ เฝ้าระวัง การทบทวน การบำรุงรักษาและการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการมั่งคงปลอดภัย
2. การบริหารจัดการทรัพยากรที่จำเป็นและการอบรม การสร้างความตระหนักและการเพิ่มขีดความสามารถให้กับบุคลากรทั้งหมดที่ได้รับความมอบหมายหน้าที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามที่กำหนด

2.3.2.2 มาตรการจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ไพศาล ลักขณานุรักษ์, 2555)

1. นโยบายความมั่นคงปลอดภัย ประกอบด้วยนโยบายความมั่นคงปลอดภัยสำหรับสารสนเทศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดทิศทางและให้การสนับสนุนการดำเนินการด้วยความมั่นคงปลอดภัยสำหรับสารสนเทศขององค์กร เพื่อให้เป็นไปตามหรือสอดคล้องกับข้อกำหนดธุรกิจ กฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง
2. โครงสร้างด้านความมั่นคงปลอดภัยสำหรับองค์กร เพื่อบริหารและจัดการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับสารสนเทศขององค์กร
3. โครงสร้างทางด้านความมั่นคงปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภายนอก เพื่อบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับสารสนเทศและอุปกรณ์ประมวลผลสารสนเทศขององค์กรที่ถูกเข้าถึง ถูกประมวลผล หรือถูกใช้ในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอก

2.3.2.3 เทคโนโลยีสารสนเทศกับองค์กร

(ที่มา: สมชาย จันทร์ศรีงาม, 2547) ปัจจุบันเราเริ่มรับรู้และเผชิญกับองค์การสมัยใหม่ (Modern Organization) ที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ ทำให้มีโครงสร้างและลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างจาก องค์กรแบบเดิม (Traditional Organization) อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น

1. การติดต่อสื่อสารและการไหลเวียนของข้อมูลผ่านระบบเครือข่าย (Networking System) สร้างความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และไม่ซับซ้อนในการทำงาน ทำให้



องค์การสามารถลดจำนวนงานบางอย่าง ลง และจัดรูปแบบการ ดำเนินงาน ให้มี โครงสร้างที่แบบ ราบ (Flat Structure)

2. ระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพช่วยลดลำดับชั้นในการจัดการ (Management Hierarchy) และทำให้การควบคุม กว้างขึ้น (Wider Span of Control) ซึ่งส่งเสริมการ ติดต่อกับสื่อสารภายในองค์การและการ ใช้ทรัพยากรบุคคล ให้มี ประสิทธิภาพสูงสุด

3. ระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัย ทำให้บุคคลสามารถทำงานอยู่ คนละที่ (Remotely Connection) ซึ่งจะลด การติดต่อ สื่อสารแบบเผชิญหน้าโดยตรง จึงต้องอาศัย ความเชื่อถือ (Trust) ระหว่างองค์การ กับบุคลากร ตลอดจนต้องให้อำนาจในการ ตัดสินใจ (Empowerment) แก่บุคลากรเพิ่มมากขึ้น

4. การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในองค์การ ส่งผลให้บุคลากรมี คุณภาพเพิ่มขึ้นทั้งด้าน ศักยภาพส่วนตัวและ จากสารสนเทศ ที่เขาได้รับ ซึ่งทำให้การปฏิบัติงานและ การตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอก ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและถูกต้อง

5. การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการปรับองค์การให้ม ี การใช้อุปกรณ์สำนักงานและการสูญเสียทรัพยากรน้อยลง เช่น สำนักงานไม่ใช้กระดาษ (Paperless Office) เป็นต้น

#### 2.3.2.4 ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อองค์การดังต่อไปนี้

1. ประโยชน์โดยตรง ปกติองค์การเริ่มนำเทคโนโลยีสารสนเทศมา ใช้ เนื่องจากประโยชน์โดยตรงที่ได้รับจากระบบสารสนเทศนั้น เช่น ชุดคำสั่งด้านการบัญชีและ การเงิน ชุดสำหรับการประมวลผลคำ (Word processing) หรือฐานข้อมูล (Database) เป็นต้น โดย การลงทุนในระบบ สารสนเทศ จะเป็น ไปตามราคาของอุปกรณ์ ชุดคำสั่ง และค่าจ้างบุคลากรเฉพาะ ด้าน การนำระบบสารสนเทศมาประยุกต์ ใช้ในลักษณะนี้จะทำให้ องค์การเกิดการเรียนรู้และเข้าใจ ถึงประโยชน์ต่อเนื้อที่ได้จากเทคโนโลยี

2. ความยืดหยุ่น เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยสร้างความยืดหยุ่นในการ ดำเนินงานให้แก่องค์การ ส่งผลให้องค์การสามารถ พัฒนาและปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม ของสถานการณ์นอกจากนี้เทคโนโลยี สารสนเทศยังช่วยเสริมความยืดหยุ่น ในการตัดสินใจแก่ ผู้บริหารให้สามารถตัดสินใจอย่างรวดเร็วและสอดคล้องกับลักษณะปัญหา เนื่องจากระบบ สารสนเทศ สามารถประมวลผลและจัดเรียงข้อมูลในหลาย รูปแบบภายในระยะเวลาสั้น จึงให้ ผู้บริหาร มีความเข้าใจและสามารถ วิเคราะห์ปัญหาอย่างชัดเจน

3. ความสามารถในการแข่งขัน นอกจากการใช้งานตามประโยชน์ โดยตรงแล้ว เทคโนโลยีสารสนเทศถูกนำมาประยุกต์ เพื่อให้องค์การสามารถสนองความต้องการ

ของลูกค้า และพัฒนาการดำเนินงาน ทั้งภายในและภายนอก องค์กรได้เร็ว กว่าคู่แข่ง ซึ่งจะช่วย เสริมสร้างและธำรงรักษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

4. รายได้ เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเพิ่มรายได้แก่องค์กรทั้งโดยตรง และทางอ้อม เช่น การรวบรวมและให้บริการและ ให้บริการด้านสารสนเทศที่เป็นประโยชน์แก่องค์กรอื่น การสร้างนวัตกรรมใหม่ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่มีความสะดวก รวดเร็ว ตรงความต้องการของลูกค้า หรือการลดระยะเวลาในการดำเนินงาน เป็นต้น

5. ค่าใช้จ่าย ประโยชน์ประการสำคัญของการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานปัจจุบันคือ การลดค่าใช้จ่าย และการเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายในองค์กรเช่น การประเมิน ผลข้อมูล การตรวจสอบ และการควบคุม ค่าแรงงาน เป็นต้น โดยเทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยส่งเสริมการใช้แรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ และลดการใช้ ทรัพยากร ซ้ำซ้อน ซึ่งช่วยให้เกิดการประหยัดขึ้น แก่องค์กร

6. คุณภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศถูกนำมาประยุกต์ในการพัฒนา คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ระบบผลิต หรือการให้บริการสามารถดำเนินงานไปตาม ต้องการ ตลอดจนผลิตภัณฑ์และบริการ มีมาตรฐานตามที่กำหนด เช่น ระบบ ตรวจสอบคุณภาพผลิต ภายในโรงงานระบบควบคุมอุณหภูมิห้อง และระบบตรวจสอบคุณภาพสินค้าเกษตร เป็นต้น

7. โอกาส ปัจจุบันความได้เปรียบด้านสารสนเทศได้สร้างความแตกต่าง ระหว่าง องค์กรองค์กร ที่มีศักยภาพด้าน สารสนเทศ สูงย่อมสามารถนำความรู้มาประยุกต์ในการ สร้างโอกาสในการดำเนินงานทั้งทาง ตรง เช่น การนำสารสนเทศมา ประยุกต์เชิงกลยุทธ์ และ ทางอ้อม เช่นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประกอบการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ

2.3.2.5 บทบาทของผู้บริหารที่มีต่อกลยุทธ์ด้านสารสนเทศขององค์กร (ที่มา : สมชาย จันทร์ศรีงาม, 2547) ขั้นตอนที่ผู้บริหารสมควรปฏิบัติ เพื่อให้องค์กรสามารถประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานขั้นสูงดังต่อไปนี้

1. การผลิตและการดำเนินงาน ผู้บริหารต้องหาแนวทางในการนำ เทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เช่น วิศวกรรมคู่ขนาน (Concurrent Engineering) โดยการ ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยออกแบบ (Computer Aided Design, CAD) ในการออกแบบ พัฒนาและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในเวลาเดียวกัน เป็นต้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หรือ บริการมีคุณภาพ มีความทันสมัยและสอดคล้องความต้องการของลูกค้า ตลอดจนสนับสนุนการจัด โครงสร้างองค์กร ให้สามารถ ใช้ทรัพยากร ร่วมกัน และสอดคล้องกัน

2. การติดต่อสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ปัจจุบัน ผู้บริหารต้องส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการ เชื่อมต่อ ระหว่าง หน่วยงาน ทั้ง ภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลมีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และทั่วถึง ซึ่งจะช่วยให้ บุคคลเกิดความเข้าใจและสามารถปฏิบัติงาน ร่วมกัน อย่างมี ประสิทธิภาพ และเกิดความ รู้สึกที่ดีต่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ ผู้บริหาร ต้องส่งเสริมการติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการทำงาน เนื่องจาก บุคคลมีแนวโน้มที่จะต่อต้านสิ่งที่ไม่เข้าใจ ไม่รู้จักหรือไม่คุ้นเคย

3. กระบวนการ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานจะ ส่งผลให้หลายองค์การต้องปรับปรุงกระบวนการทำงาน โดยลด ขึ้น ตอนการทำงาน ที่ล่า สมัยและ ไม่จำเป็น ออกเพื่อให้องค์การ สามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถธำรง รักษาความ ได้เปรียบ ใน การแข่งขันเหนือคู่แข่ง ปัจจุบันการปรับขั้นตอน โครงสร้าง หรือกระบวนการ ทำงาน อาจมีวิธีการที่ แตก ต่างกัน ตัวอย่าง เช่น การพัฒนาการทำงาน การรื้อปรับระบบ หรือการปรับรูป องค์การ เป็นต้น

4. การวางแผน ความสำเร็จของการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศใน การดำเนินงานขององค์การธุรกิจ เกิดจากการพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐาน ของเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Infrastructure) ที่สอดคล้องกับสถานการณ์และกลยุทธ์ขององค์การ ซึ่งการดำเนินงาน ใน ระดับ นี้ต้องอาศัย การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง โดยผู้บริหารต้อง สนับสนุน ให้องค์การนำ เทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ ประโยชน์ในการ วางแผน โดยเฉพาะ ในระดับกลยุทธ์ขององค์การ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องประสานกันทั้งองค์การ การประยุกต์ เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับนี้ เป็นขั้นตอนที่ สำคัญที่สุดในการสร้างความกลมกลืนระหว่าง เทคโนโลยีสารสนเทศ องค์การ และ กลยุทธ์

ปัจจุบันผู้บริหาร ระดับ สูงเริ่มประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงานมากขึ้น ซึ่งแสดงถึงการส่งเสริมและการพัฒนา ศักยภาพด้าน สารสนเทศขององค์การ เพราะ การใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศในที่ ทำงานจะทำให้ผู้บริหารเกิดความเข้าใจใน ความ สามารถของ เทคโนโลยี สารสนเทศและ เกิดความสนใจที่จะนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการ ดำเนินงานของธุรกิจ มากขึ้นกว่าในอดีต แต่ความเป็นจริง

ในธุรกิจไทยยังไม่เป็นที่พอใจ เนื่องจากผู้บริหารระดับสูงในปัจจุบันมี ความรู้และประสบการณ์ด้านสารสนเทศที่จำกัด เนื่องจากช่วงเวลา ที่เขา เติบโตและก้าวขึ้นสู่ ตำแหน่งบริหารเป็นช่วงเวลาของยุคการ แข่งขันที่อาศัยความได้เปรียบจากแรงงาน และประโยชน์

จากทรัพยากร ทาง ธุรกิจ อื่น เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทุน หรือการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เป็นต้น

ผู้บริหารเป็นบุคคลสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ก้าวหน้าหรือล้มเหลว ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศจะแสดงบทบาท สำคัญนอกเหนือจากการสนับสนุนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ โดย เทคโนโลยีสารสนเทศยังมีส่วนในการ กำหนดกลยุทธ์ ขององค์กร ดังนั้นถ้า ผู้บริหารสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการทำงานอย่างเหมาะสมแล้ว นอกจากจะสามารถ สร้างผลงานให้แก่ตนเอง แล้ว ยัง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพแก่ องค์กร

### 2.3.3 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นธุรกิจที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่องค์กรได้วางไว้ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือ แม้แต่อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยลดบทบาทของกรประกอบทางธุรกิจลง เช่น ท่าเล ที่ตั้ง อาคาร ประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น จึงลดข้อจำกัดของระยะทาง และเวลาลงได้ โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้น จะต้องมีความน่าเชื่อถือในการประมวลผลของข้อมูล และระบบนั้นจะต้องมีความสามารถในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้ในอนาคต (สุพัตรา กาญจนภาส , 2554)

อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการค้าในรูปแบบใหม่จึงมีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างการตลาดออนไลน์และการตลาดแบบดั้งเดิม ในที่นี้จะกล่าวถึงส่วนผสมทางการตลาดแบบดั้งเดิม 4P และ 2P ใหม่คือ Personalization และ Privacy เป็นแนวคิดที่ประยุกต์ใช้องค์ประกอบตลาดดั้งเดิม บวกกับความสามารถพิเศษของเทคโนโลยี ทำให้เกิดองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ได้

#### 1. ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

- เนื่องจากเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้าจะต้องให้ข้อมูลส่วนตัวแก่เว็บไซต์ ซึ่งไม่ควรถูกเผยแพร่โดยที่ลูกค้าไม่อนุญาต ข้อมูลส่วนตัวไม่ใช่แค่ หมายเลขบัตรเครดิต แต่รวมถึงที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ หรืออีเมลล์ ผู้ดูแลเว็บไซต์จำเป็นต้องสร้างระบบรักษาความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ ว่าข้อมูลเหล่านี้จะไม่ถูกโจรกรรมออกไปได้

- เรื่องของสิทธิส่วนบุคคลในข้อมูลต่างๆจะเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเนื่องจากปัจจุบันผู้ อินเทอร์เน็ตเริ่มที่จะให้ความสำคัญมากขึ้นและพยายามให้ข้อมูลส่วนตัวน้อยที่สุดเท่าที่จะได้

2. การให้บริการแบบเฉพาะเจาะจงบุคคล (Personalization) คือกระบวนการนำเสนอเนื้อหาหรือบริการและสินค้า โดยพิจารณาลักษณะพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ควรเป็นลักษณะการบริการแบบตอบโต้ร่วมกัน (Interactive) ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าแบบเจาะจงบุคคล เรียกว่าการตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (One to One Marketing) เพื่อนำเสนอสิ่งที่ตรงใจลูกค้า อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และสร้างความเป็นกันเองและสร้างความประทับใจได้

- เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้เว็บไซต์สามารถเก็บข้อมูลของลูกค้าแต่ละคนได้ และสามารถให้บริการแบบเจาะจงกับลูกค้าแต่ละรายได้ ตัวอย่างเช่น หากผู้ใช้เคยซื้อหนังสือจากเว็บไซต์ Amazon.com เมื่อเข้ามาที่เว็บไซต์นี้อีกครั้งจะมีข้อความต้อนรับ โดยแสดงชื่อผู้ใช้ขึ้นมา พร้อมรายการหนังสือที่เว็บไซต์แนะนำ ซึ่งเมื่อดูรายละเอียดจะพบว่าเป็นหนังสือในแนวเดียวกันกับที่เคยซื้อครั้งที่แล้ว เมื่อผู้ซื้อหนังสือใด เว็บไซต์ก็จะทำการแนะนำต่อไปว่าผู้ที่สั่งซื้อหนังสือเล่มนี้ มักจะสั่งซื้อสินค้าต่อไปนี้ด้วย พร้อมแสดงรายการหนังสือหรือสินค้าแนะนำ

- เป็นไฟล์ข้อมูลขนาดเล็กที่บันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ของลูกค้า เว็บไซต์จะสามารถรู้จักลูกค้าได้ทันทีเมื่อกลับมาที่เว็บไซต์นี้อีกครั้ง โดยอ่านข้อมูลจาก cookies นั้นเองจากนั้นเว็บไซต์จึงนำข้อมูลที่ระบุตัวตนของลูกค้าไปสัมพันธ์กับฐานข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยซื้อแล้ว ซึ่งเก็บบนเครื่องคอมพิวเตอร์ของร้านค้า พร้อมสร้างรายการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย

### 2.3.4 ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้า

#### 2.3.4.1. แนวความคิดของคำว่า พึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ผลที่เกิดจากกระบวนการทางจิตใจ เมื่อรู้สึกเกินความคาดหวัง ทั้งจากความรู้สึกและประสบการณ์ก่อนหน้านี้ (Oliver, 1997)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกของคนที่มีพึงพอใจ หรือการไม่ได้รู้สึกผิดหวังซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ควรได้รับจากสินค้าและสิ่งที่เกี่ยวข้องจากการคาดหวังไว้ ถ้าสิ่งที่ได้รับมีความผิดพลาดจากที่คาดหวังไว้แม้เพียงเล็กน้อยก็ก่อให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจได้ แต่ถ้าเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าสิ่งที่ได้รับเกินกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ ลูกค้า ก็จะมี ความพึงพอใจสูงสุด หรือ เกิดความปลาบปลื้มได้

บริษัทหลายแห่งต่างก็ให้ความสำคัญในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเพราะ ปัจจัยหนึ่งในการรักษาลูกค้าไว้ คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยส่วนมากระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงก็คือความภักดี (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2006)

ความพึงพอใจ คือ ระดับของความรู้สึกส่วนบุคคล โดยเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับ (หรือผลที่เกิดขึ้น) ที่เติมเต็มต่อความคาดหวัง ความพึงพอใจ คือการทำงาน

ของระดับความสัมพันธ์ของความคาดหวังและการรับรู้ประสิทธิภาพ ความคาดหวังเป็นรูปแบบบนความคาดหวังในอดีตที่เหมือนกัน หรือในสถานการณ์คล้ายๆกัน การบอกกล่าวของเพื่อนรู้จัก และการบอกจากองค์กรที่จัดทำให้ (Kotler & Clark, 1987)

#### 2.3.4.2 แนวคิดคำว่า e-Satisfaction

คำจำกัดความของ e-satisfaction คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการซื้อที่ผ่านมาที่ได้รับจากผู้ขายบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Anderson & Srinivasan, 2003) คุณภาพของข้อมูลและคุณภาพของระบบเป็นหลักการพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการ และสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจจากทั้งสองอย่างนี้ได้ (Delone & McLean, 1992)

ความพึงพอใจที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-satisfaction) เป็นผลจากการรับรู้ของความสะดวกในการซื้อสินค้า (Shopping convenience) การเสนอข้อมูลและสินค้า (merchandising) การออกแบบเว็บไซต์ (Site design) และความน่าเชื่อถือในด้านความปลอดภัยทางการเงิน (Security of financial security) (Szymanski, 2000) และ ข้อมูลข่าวสาร (Informativeness) (Chung & Shin, 2008)

E - Satisfaction คือ ผลที่เกิดจาก ลักษณะจำเพาะของเว็บไซต์ (Web site characteristic) ได้แก่ ความง่ายในการใช้ และ รูปแบบของบริการ ตัวอย่างเช่น ระยะเวลาการส่งสินค้า การบริการลูกค้า (Zeithaml, 2000)

#### 2.3.4.3 แนวความคิดและความหมายของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ e-Satisfaction

แนวคิดและความหมายของการ นำเสนอและข้อมูลสินค้า (merchandising) การเสนอข้อมูลและสินค้า (merchandising) เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับการนำเสนอการขายสินค้า ที่ไม่ใช่รูปแบบของการนำเสนอ และความสะดวกในการซื้อสินค้า แต่เป็นการนำเสนอตัวสินค้าและข้อมูลผ่านทางออนไลน์ ในเว็บไซต์ที่มีความหลากหลายของประเภทสินค้าที่มากกว่า สามารถที่จะเพิ่มโอกาสในการเจอสินค้าและความพึงพอใจมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อเปรียบกับการขายในแบบเดิมที่มีพื้นที่ในการนำเสนอสินค้าอย่างจำกัด (Szymanski, 2000) อธิบายเพิ่มเติมว่า เว็บไซต์ Amazon.com สามารถที่จะนำเสนอขายสินค้าได้เป็นล้านรายการ ดังนั้นโอกาสที่ลูกค้าเข้ามาและต้องการสินค้าที่มากขึ้น ทำให้โอกาสในการสร้างความพึงพอใจก็มีความมากขึ้น (Bianco, 1997)

ทั้งนี้หากสินค้าที่นำเสนอ นั้นมีทั้งความหลากหลายและรวมไปถึงสินค้ามีคุณภาพดีจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น ต้นทุนการค้นหาลดลงโดยทั่วไปจะมีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าออนไลน์และทำให้คนซื้อของที่มีคุณภาพดีขึ้น การได้ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพส่งผลทำให้มีความพึงพอใจมากขึ้น โดยลดการจำกัดของต้นทุนจากผลิตภัณฑ์ที่ผิดพลาด ต้นทุนนี้รวมถึง

ค่าใช้จ่ายในการเรียกคืนสินค้า ความเสียหายเมื่อสินค้าชำรุด ไม่ว่าจะเป็นการทดลองสินค้า หรือเกิดจากความไม่ระมัดระวัง หรือความผิดพลาดในการผลิตจากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือวิธีการทำงาน (Bakos, 1997) ดังนั้นการมีข้อมูลที่มากกว่า (ด้วยขอบเขตเนื้อหาที่กว้างและคุณภาพที่ดีกว่า) ช่วยทำให้การซื้อสินค้าออนไลน์ตัดสินใจได้ดีกว่า และมีความพึงพอใจที่มากกว่าการซื้อสินค้าในรูปแบบเดิม (Peterson, Balasubramanian & Bronnenberg, 1997)

#### 2.3.4.4 แนวความคิดและทฤษฎีกับตัวแปรเรื่องความไว้วางใจของผู้ใช้งาน (TRUST)

อเนก เกษมสุข (2552) กล่าวถึง ความเชื่อถือ เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งความเชื่อถือนั้นมีผลต่อการกระทำ โดยความเชื่อถือด้านลบนั้นจะส่งผลต่อความขัดแย้งและความไม่ต้องการ ซึ่งความเชื่อของแต่ละคนมีทั้งในส่วนที่เป็นความเชื่อที่ค่อนข้างถาวร ซึ่งมีลักษณะเป็นแกนของความเชื่อที่มีในตัวคนผู้นั้น และความเชื่อที่มีผิวเผินซึ่งมักเปลี่ยนแปลงได้ง่าย โดยได้สรุปว่า ความเชื่อที่ค่อนข้างถาวรนี้มักมีอิทธิพลต่อความเชื่ออื่นๆ ที่ตามมาด้วยแนวคิด เสนอความเชื่อใน 4 ลักษณะ คือ

1. ความเชื่อเกี่ยวกับตัวเอง ความเป็นเอกลักษณ์หรือความเป็นตัวตนของตนเองจึงมักเกี่ยวข้องกับความเชื่อพื้นฐานเกี่ยวกับตนเอง ประกอบด้วยความเชื่อที่เป็นทั้งส่วนที่เป็นความลับที่เจ้าตัวไม่ต้องการให้ใครรู้ หรือเป็นส่วนที่อยู่ใต้จิตสำนึกของผู้นั้น เช่น ความหวัง ความต้องการ ความกลัว เป็นต้น

2. ความเชื่อที่เกิดจากการร่วมประสบการณ์ หรือการแลกเปลี่ยนได้มาจากผู้อื่น เช่น ความเชื่อซึ่งเกิดจากแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้รู้ การได้พบประสบการณ์ตรงต่างๆ ที่ทำให้เกิดความเชื่อ

3. ความเชื่อที่ได้มาจากความเชื่ออื่นๆ เป็นความเชื่อที่ได้จากการรวบรวมหรือ ได้ ข้อสรุปจากการอนุมานเอาจากความเชื่ออื่นๆ

4. ความเชื่อซึ่งเป็นลักษณะของรสนิยม ซึ่งอาจเกิดขึ้นชั่วครั้งชั่วคราว ความเชื่อประเภท ตามข้อ 1 จัดเป็นความเชื่อลักษณะถาวรที่สุด และความเชื่อซึ่งเป็นลักษณะรสนิยม จัดเป็นความเชื่อที่มีผิวเผินมากที่สุด

ส่วนประกอบของความเชื่อถือประกอบขึ้นจากส่วนประกอบ 4 ประการ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Authenticity)
2. ความเป็นกลาง (Objectivity)
3. ความกระตือรือร้น (Dynamism)

#### 4. ความผ่อนผัน (Respite)

ความน่าเชื่อถือต่อเทคโนโลยี (รัชดา บัวสำลี, 2553) กล่าวถึง ความเชื่อ เป็นทัศนคติ ที่ผู้รับสาร มีต่อแหล่งสารในระยะเวลาหนึ่ง ความน่าเชื่อถือขั้นต้นเป็นความน่าเชื่อถือของแหล่งเทคโนโลยีสารสนเทศก่อนเริ่มการสื่อสาร นั่นคือก่อนที่ผู้ส่งเทคโนโลยีสารสนเทศจะเริ่มพูด และก่อนที่ผู้รับสารจะรับเนื้อหาเทคโนโลยีสารสนเทศ

ดังนั้นความน่าเชื่อถือต่อเทคโนโลยี เป็นความน่าเชื่อถือขั้นสุดท้ายเป็นความน่าเชื่อถือของผู้ส่งเทคโนโลยีสารสนเทศหลังจากการ สื่อสารนั้นสิ้นสุด เป็นผลจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือขั้นต้น กับความน่าเชื่อถือขั้นที่สอง ผู้ส่งเทคโนโลยีสารสนเทศไม่จำเป็นต้องมีความน่าเชื่อถือแต่ผู้รับเทคโนโลยีมีความจำเป็น ความน่าเชื่อถืออยู่ในใจของผู้รับสารคล้ายทัศนคติความน่าเชื่อถือในใจของผู้รับเทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกันในกลุ่มผู้รับเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยกันแม้ในตัวผู้รับเทคโนโลยีคนเดียวกัน ความน่าเชื่อถือที่มีก็ยังคงแตกต่างตามระยะเวลา โดยเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ของผู้รับเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีต่อผู้ส่งเทคโนโลยีสารสนเทศคล้ายทัศนคติ และมักเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดถ้ามีการสื่อสารเทคโนโลยีเพียงครั้งเดียว

กล่าวได้ว่า ความน่าเชื่อถือต่อเทคโนโลยี หมายถึง ภาพพจน์ที่ดี สร้างขึ้นจากความน่าเชื่อถือ เป็นความรู้สึกที่ลูกค้ารับรู้จากเทคโนโลยีได้ตั้งแต่เริ่มแรก พร้อมกับประสบการณ์ที่ดีกับตราสินค้าอื่นๆ โดยเริ่มต้นจากความพอใจ จากการส่งมอบสินค้าหรือบริการ ที่มีคุณภาพเหมือนกันตลอด รวมถึงการสามารถติดต่อลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหา หรือต้องการคนดูแลตอบคำถามเมื่อเกิดข้อสงสัยในตัวสินค้าและบริการนั้น ทั้งนี้มีจุดประสงค์ว่าไม่ได้แค่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพียงอย่างเดียวแต่ต้องดูแล และเสนอคุณค่า จนลูกค้าเปิดใจยอมรับเทคโนโลยี

##### 2.3.4.5 การสร้างความไว้วางใจ (Trust Building)

เมื่อธุรกิจ มีการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ต่างๆ กับลูกค้าผ่านจุดติดต่อต่างๆ ย่อมต้องมุ่งหวังว่า จะสร้างความไว้วางใจ (Trust) ให้เกิดขึ้นกับลูกค้า เพื่อให้กลับมายังเว็บไซต์ของเราอย่างต่อเนื่อง จนเกิดความภักดี (Loyalty) เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม กระบวนการที่ลูกค้าจะไว้วางใจหรือไม่นั้นมีความซับซ้อนอยู่ไม่น้อย

รัชดา บัวสำลี (2553) กล่าวว่าความไว้วางใจต่อเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่งของคนใดนั้น อาจเริ่มจากการมีใจโน้มเอียงที่เกิดขึ้นก่อน (Predisposition) ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นจากบุคลิกส่วนตัวและอุปนิสัยใจคอ (Disposition to trust) สภาพแวดล้อมและเงื่อนไขต่างๆ (Institutional-Based Trust) รวมไปถึงข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากบุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความไว้วางใจเบื้องต้น



(Initial Trusting Beliefs) สิ่งต่างๆเหล่านี้ ทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติทางบวกที่พร้อมจะรับคำมั่นสัญญาต่างๆจากผู้ขาย

ธุรกิจเริ่มมีการสร้างคำมั่นสัญญา (Make the Promise) ให้เกิดขึ้นผ่านสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาผ่านแบนเนอร์ หรือ การส่งอีเมลล์ ไปยังกลุ่มเป้าหมายแต่ละคน ลูกค้าก็เกิดความสนใจและเต็มใจ (Trust Intention) ที่จะเข้ามาที่เว็บไซต์เพื่อพิจารณาสินค้าและบริการ และหวังว่าคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้จะได้รับการตอบสนอง (Enable the Promise) (Kotler, 2000) ธุรกิจเองต้องอำนวยความสะดวกในการซื้อขายสินค้า ด้วยการมีเครื่องมือค้นหาสินค้าที่ใช้ง่าย รวมไปถึงการสร้างจุดติดต่อที่พร้อมจะให้บริการ ยามที่ลูกค้ามีปัญหา เมื่อลูกค้าพึงพอใจกับการที่ธุรกิจทำตามสัญญา ก็ จะเริ่มชื่นชอบและไว้วางใจมากยิ่งขึ้น (Trusting Behavior) (Kotler, 2000) นอกจากนั้นเมื่อลูกค้าทำการสั่งซื้อสินค้า และบริการเรียบร้อยแล้ว ต้องมีระบบการชำระเงินที่สะดวก ตลอดจนการจัดส่งที่รวดเร็ว (Keep the Promise) ลูกค้าจะทำการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับกับความคาดหวังที่เกิดจากคำมั่นสัญญาที่เกิดขึ้น หากลูกค้าพึงพอใจก็นำไปสู่ความไว้วางใจกันเกิดขึ้น (Kotler, 2000) (Trusting Belief) ความไว้วางใจดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ให้เข้มแข็งและเมื่อมีมาอย่างต่อเนื่อง ในระยะเวลาหนึ่งย่อมทำให้เกิดความภักดีขั้นในที่สุด

### 2.3.5 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร

(ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิติ, 2550) คุณภาพของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการบริหารกับประสิทธิผลของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาระบบบริหาร ปัญหาอีกประการหนึ่งในเรื่องของคนในองค์กรอาจพิจารณาได้จากคุณภาพของคนในหน่วยงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวแปรต่างๆ หลายประการได้แก่ ความรู้ ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงาน การนำเทคโนโลยีหรือวิทยาการแผนใหม่มาใช้ จำเป็นจะต้องฝึกฝนพัฒนาบุคลากรให้มีทัศนคติที่ดี มีความรู้ความสามารถ

#### 2.3.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน

ไมเคิล คอมแจน (Domjan, 1996, 199) อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่ม พฤติกรรมการกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายที่ต้องการ

สมยศ นาวิการ (2540, 359) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจ ว่ามีความสำคัญต่อการบริหารงานมาก เพราะผู้บริหารจะต้องทำงานให้ประสบความสำเร็จได้โดยอาศัยบุคคลอื่น คนเป็นทรัพยากรที่มีชีวิตจิตใจ แรงจูงใจจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึกของคนในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ จึงถือได้ว่าแรงจูงใจมีความสำคัญต่อผู้บริหารเสมอ

วิรัช สงวนวงษ์วาน (2546, 185) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ คือความเต็มใจของพนักงานที่จะใช้ความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร และเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานผู้นั้นด้วย การจูงใจในองค์กรจึงมีผลมาก ทั้งผลงานที่ให้กับองค์กร ในขณะที่พนักงานผู้นั้นก็ได้ผลตอบแทนด้วย

ดังนั้น แรงจูงใจในการทำงาน จึงหมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในของบุคคล มีอิทธิพลทำให้กำหนดทิศทางและการใช้ความพยายามในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ การจูงใจจึงเป็นสิ่งเร้าซึ่งทำให้บุคคลเกิดความคิดริเริ่ม ควบคุมรักษาพฤติกรรม และการกระทำ หรือเป็นสภาพภายในซึ่งเป็นสาเหตุให้บุคคลที่มีพฤติกรรมที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่า สามารถบรรลุเป้าหมายบางประการได้มนุษย์มีความต้องการทางด้านร่างกาย (น้ำ อากาศ อาหาร พักผ่อน และที่อยู่อาศัย) และมีความต้องการทางด้านอื่น ๆ เช่น การยกย่อง สถานะ ความรัก ความผูกพันกับบุคคลอื่น ความรู้สึกที่ดี การให้ การประสบความสำเร็จ โดยทั่วไปจะมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเวลาผ่านไป และความต้องการจะมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลด้วย

#### ทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงาน (Work Motivation Theories)

##### ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two Factor Theory)

เฮร์ซเบิร์ก (Frederick Herzberg, 1959) เป็นนักจิตวิทยาอีกผู้หนึ่งที่มุ่งมั่นศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการทำงาน ผลงานของเขาในเรื่องนี้มีปรากฏแพร่หลายมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1966 และ ค.ศ. 1968 ปัญหาที่เขาเฝ้าถามตนเองอยู่เสมอคือ ทำอย่างไรจะจูงใจคนในการทำงานได้เป็นอย่างดีเขาเห็นว่าทำให้ค่าแรงต่ำทำให้คนงานไม่พอใจ แต่การให้ค่าแรงสูงก็มิได้ทำให้คนงานอยากทำงานหนักขึ้น เงินมิใช่สิ่งจูงใจสูงสุดจะทำให้คนงานทำงานได้มากกว่าเดิม แม้เงินจะมีความสำคัญก็ตามขณะเดียวกันความมั่นคงและบรรยากาศที่ดีในองค์กรก็มีใช้สิ่งจูงใจสูงสุดอีกเช่นเดียวกันทฤษฎีของเฮร์ซเบิร์ก เน้นอธิบายและให้ความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ “ตัวกระตุ้น” (Motivators) และ “การบำรุงรักษา” (Hygiene) สองปัจจัยดังกล่าวนี้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของงานเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งผู้บริหารองค์กร ควรพิจารณาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารคนและบริหารงาน

##### 1. ปัจจัยด้านตัวกระตุ้น

ปัจจัยด้านนี้มีผลต่อการกระตุ้น ทำให้บุคคลเกิดความพอใจ แต่แม้ว่าการไม่ปัจจัยนี้ก็ไม่ใช่สาเหตุที่ทำให้ไม่พอใจเสมอไป ตัวกระตุ้นประกอบด้วยปัจจัย 6 ประการ ดังนี้ 1. ความสัมฤทธิ์ผล คือ พนักงานควรต้องมีความรู้สึกว่าเขาทำงานได้สำเร็จ ซึ่งอาจจะทั้งหมดหรือบางส่วน 2. การยอมรับนับถือจากผู้อื่น คือ พนักงานควรต้องมีความรู้สึกว่าการสำเร็จของเขานั้นมีคนอื่นรับรู้ มีคนยอมรับ 3. ลักษณะงานที่น่าสนใจ คือพนักงานควรต้องมีความรู้สึกว่าการที่เขาทำมีความน่าสนใจ น่าทำ 4. ความรับผิดชอบ คือ พนักงานควรต้องมีความรู้สึกว่าเขามีสิ่งที่จะต้อง

รับผิดชอบต่อตนเองและต่องานของเขา 5. โอกาสที่จะเจริญก้าวหน้า คือ พนักงานควรต้องรู้สึกว่าเขามีศักยภาพที่จะเจริญก้าวหน้าในงานของเขา 6. การเจริญเติบโต คือ พนักงานจะต้องตระหนักว่าเขามีโอกาสเรียนรู้เพิ่มขึ้นจากงานที่ทำ มีทักษะหรือความเชี่ยวชาญจากการปฏิบัติงาน

## 2. ปัจจัยด้านการบำรุงรักษา

ปัจจัยด้านนี้ช่วยให้พนักงานยังคงทำงานอยู่และรักษาเขาไว้ไม่ให้ออกไปทำงานที่อื่นเมื่อไม่ได้จัดให้พนักงานจะไม่พอใจและไม่มีความสุขในการทำงานของเขา การบำรุงรักษา ประกอบด้วยปัจจัย 10 ประการ ดังนี้

- นโยบายและการบริหาร คือ พนักงานรู้สึกว่ายฝ่ายจัดการมีการสื่อสารที่ดียิ่งกัพนักงาน พนักงานก็มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร และนโยบายการบริหารงานบุคคล
- การนิเทศงาน คือ พนักงานรู้สึกว่ายผู้บริหารงานตั้งใจสอนและแจกจ่ายหน้าที่ความรับผิดชอบ
- ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน คือ พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อหัวหน้างานของเขา
- ภาวะการณ์ทำงาน คือ พนักงานรู้สึกดีต่องานที่ทำและสภาพการณ์ของการทำงาน
- ค่าตอบแทนการทำงาน คือ พนักงานรู้สึกว่าเงื่อนไขค่าตอบแทนการทำงาน มีความเหมาะสม
- ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน คือ พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อกลุ่มเพื่อนร่วมงาน
- ชีวิตส่วนตัว คือ พนักงานรู้สึกว่างานของเขาทั้งด้านชั่วโมงการทำงาน การย้ายงาน ฯลฯ ไม่กระทบต่อชีวิตส่วนตัว
- ความสัมพันธ์กับลูกน้อง คือ หัวหน้างานมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา
- สถานภาพ คือ พนักงานรู้สึกว่างานของเขามีตำแหน่งหน้าที่ที่ดี
- ความมั่นคง คือ พนักงานมีความรู้สึกมั่นคง ปลอดภัยในงานที่ปฏิบัติ และงานมีความมั่นคง

### 2.3.5.2 กระบวนการฝึกอบรม

การฝึกอบรม คือ กระบวนการในอันที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด และความชำนาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเปลี่ยนพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การจัดการฝึกอบรมเป็นเพียงวิธีหนึ่งในการพัฒนาบุคลากรขององค์กร

และการฝึกอบรมมีความเข้าใจถึงกระบวนการฝึกอบรม และวิธีการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนอย่างเหมาะสม

กระบวนการฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการหรือ ขั้นตอนปฏิบัติในอันที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะ หรือความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (เอกสารประกอบคำบรรยาย สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน , สำนักงาน ก.พ. , ธันวาคม 2532: 1)

ความหมายของการฝึกอบรม

ราชบัณฑิตสถาน (2538 : 571, 916) ได้ให้ความหมายของคำว่า การฝึกอบรมไว้ว่า ฝึก หมายถึง ทำ (เช่น บอก แสดง หรือ ปฏิบัติ เป็นต้น) เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ จนเป็นหรือมีความชำนาญ อบรม หมายถึง แนะนำพร่ำสอนให้ซึมซับเข้าไปจนติดนิสัย แนะนำชี้แจงให้เข้าใจในเรื่องที่ต้องการ บ่มนิสัย ขัดเกลานิสัย

เริงลักษณ์ โรจนพันธ์ (2529:8) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นกระบวนการ (Process) อย่างหนึ่งในการพัฒนาองค์กร โดยอาศัยการดำเนินการอย่างมีขั้นตอน มีการวางแผนที่ดี และเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง เพื่อมุ่งเปลี่ยนพฤติกรรม 3 ด้าน คือ เพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และเปลี่ยนเจตคติ (Attitudes) และยังเป็นกระบวนการที่จะช่วยเพิ่มพูนความสามารถ (Ability) ประสิทธิภาพ (Efficiency) ของบุคคลอันจะก่อให้เกิดประสิทธิผล (Effectiveness) ต่อหน่วยงานเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของ ทองฟู ชินะ โชติ (2531: 7) และทอง เต็ม (2540: 1) นอกจากนี้ เสนาะ ดิยาว (2534: 127) และอนนิษฐ์ จิตตางกูร (2537: 16) ได้กล่าวเสริมไว้ว่าการฝึกอบรมจะมุ่งให้คนได้รู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ และเพื่อการแลกเปลี่ยนพฤติกรรมของคนไปในทางที่ต้องการ

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า การฝึกอบรม คือ กระบวนการให้ความรู้ ความเข้าใจ และเจตคติ ที่ดีต่อกิจกรรมต่างๆ ที่ทางหน่วยงานต้องการส่งเสริมให้กับพนักงานของตน เพื่อให้ได้รับความรู้ความเข้าใจ และเกิดทักษะ เพื่อนำมาซึ่งการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อองค์กรนั้นๆ

จุดมุ่งหมายของการฝึกอบรม

จากความหมายของการฝึกอบรมที่กล่าวมาข้างต้น ถ้าพิจารณาถึงจุดมุ่งหมายหรือประโยชน์ที่จะได้รับการฝึกอบรมนั้น ได้มีผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นไว้ดังนี้

กรรณิการ์ บุญฤทธิ์ (2537: 12) ได้กล่าวว่า ความหมายของการฝึกอบรมบุคคลากร โดยทั่วไป ได้แก่

1. เพื่อฝึกอบรมให้กับคนใหม่ให้เหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย และฝึกอบรมคนเก่าเพื่อให้มีความรู้ ความชำนาญในงานที่ปฏิบัติมากยิ่งขึ้น

2. เพื่อฝึกอบรมเตรียมผู้ที่เปลี่ยนงานใหม่ตำแหน่งใหม่ให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ต่างๆ ใ้บุคคลากรมีประสิทธิภาพในการทำงาน รวมทั้ง การพัฒนาด้านการบริหารงานที่สอดคล้องกับความจำเป็น

สมพงษ์ เกษมสิน (2526: 259-260) ได้แบ่งจุดมุ่งหมายของการฝึกอบรม ออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. จุดมุ่งหมายขององค์กร (Institutional Objectives) จุดมุ่งหมายของ องค์กรเป็นจุดมุ่งหมายที่เน้นหนักไปในแง่ของส่วนรวมอันประกอบด้วย

- เพื่อสร้างความสนใจในการทำงาน
- เพื่อเสนอแนะวิธีการทำงานที่ดีที่สุด
- เพื่อพัฒนาการทำงานให้ได้ผลสูงสุด
- เพื่อลดความสิ้นเปลืองและป้องกันอุบัติเหตุในการทำงาน
- เพื่อวางมาตรฐานในการทำงาน
- เพื่อพัฒนาทักษะในการทำงานบุคคล
- เพื่อพัฒนาการบริหาร โดยเฉพาะการบริหารบุคคลให้เกิดความ พอพึง

พอใจแก่ทุกๆฝ่าย

- เพื่อฝึกคนไว้รับกับความเจริญเติบโตและการขยายขององค์กร
- เพื่อสนองบริการอันมีประสิทธิภาพแก่สาธารณะ

2. จุดมุ่งหมายส่วนบุคคล (Employee Objective) หมายถึง ความมุ่งหมาย ของข้าราชการ หรือเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรได้แก่

- เพื่อความเจริญก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน
- เพื่อพัฒนาท่าทีและบุคลิกภาพในการทำงาน
- เพื่อพัฒนาทักษะในการทำงาน
- เพื่อฝึกฝนการใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจ
- เพื่อฝึกฝนการใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจ
- เพื่อปรับปรุงสภาพการทำงานให้ดีขึ้น
- เพื่อส่งเสริมขวัญและกำลังใจในการทำงาน
- เพื่อเข้าใจนโยบายและเป้าหมายขององค์กร
- เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

คาร์เรล, กุสมิท และ เอลเบิร์ต (Carrell, Kuzmits; Elbert. 1992: 272-274) กล่าวถึง จุดประสงค์ของการฝึกอบรมไว้ดังนี้

1. เพื่อปรับปรุงพฤติกรรม
2. เพื่อเพิ่มพูนทักษะของพนักงาน
3. เพื่อแก้ปัญหาขององค์กร
4. เพื่อเตรียมการในความเจริญก้าวหน้า
5. เพื่อปฐมนิเทศพนักงานใหม่

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า จุดประสงค์ของการฝึกอบรม คือ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ มีความเข้าใจและมีเจตคติที่ดีตามที่องค์กรต้องการ

#### 2.4 การวัดผลสำเร็จของธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ปัจจุบันผู้ประกอบการได้ใช้ทรัพยากรการเงินสนับสนุนการดำเนินงานและการลงทุนในสินทรัพย์ทุน โดยคาดหวังที่จะได้รับผลตอบแทนสูงกว่าต้นทุนของเงินลงทุน หรือกล่าวได้ว่าผู้ถือหุ้นจะมีความมั่งคั่งขึ้นเมื่อโครงการลงทุนมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก แต่องค์กรจะมีแนวทางอย่างไรเพื่อสร้างการเจริญเติบโตทางรายได้ให้กับผู้ถือหุ้น โดยได้มีการพัฒนาเครื่องมือการเงินแบบใหม่ที่ลดความบกพร่องตัวชี้วัดการเงินแบบทั่วไป เรียกว่า การบริหารที่มุ่งมูลค่า และถูกใช้สร้างมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นอย่างเป็นระบบ ดังนั้น การบริหารที่มุ่งมูลค่าจึงมุ่งสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้นด้วยการนำต้นทุนมาใช้ประเมินและวัดผลตอบแทนที่ไม่ใช่ทางการเงินอย่างการวัดผลทางคุณภาพ โดยแสดงความสัมพันธ์ และเหตุผล เช่น ความพึงพอใจของพนักงาน ➡ ความพึงพอใจของลูกค้า ➡ การสร้างผลกำไร ➡ การสร้างความมั่งคั่งให้กับผู้ถือหุ้น

นอกจากนี้ ยังได้คาดการณ์กระแสเงินสดที่ไหลเข้าและออกของโครงการเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจแต่ละทางเลือกดังนั้น การวิเคราะห์ส่วนลดกระแสเงินสดหรือมูลค่าสุทธิปัจจุบันถูกเรียกว่า การวิเคราะห์มูลค่าผู้ถือหุ้น เป็นเครื่องมือสนับสนุนให้ผู้บริหารตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพกว่าแนวทางการเงินแบบเดิมที่วัดผลตอบแทนจากรายได้ต่อหุ้น หรือ ผลตอบแทนการลงทุน โดย การวิเคราะห์มูลค่าผู้ถือหุ้น ทำให้ผู้บริหารสามารถประเมินผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์จากการตัดสินใจในกลยุทธ์ทางธุรกิจ นั่นคือ ผู้บริหารสามารถใช้ การวิเคราะห์มูลค่าผู้ถือหุ้น เพื่อประเมินมูลค่าสำหรับควรวรวมกิจการ หรือ แม้แต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการลงทุนในสินทรัพย์ทุน (โกศล ดิสิทธธรรม : การบริหารเพื่อสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์)

### 2.4.1 ทฤษฎีการวัดผลการดำเนินงาน

การวัดผลการดำเนินงาน (ที่มา: เอกพล แพงทอง และ พงนิษฐ์ ภูทับทิม , เศรษฐศาสตร์กับการอธิบายหลักการของพหุศาสตร์อิเล็กทรอนิกส์) ของบริษัทสามารถวัดได้หลายวิธีด้วยกัน ซึ่งผลการดำเนินงานนี้จะเป็นตัวทำนายถึงธุรกิจวิธีหนึ่ง บริษัทสามารถวัดผลการดำเนินงานจากผลประกอบการทางการเงินโดยวิเคราะห์จากอัตราส่วนทางการเงินได้ คือ

#### 1. อัตราการเจริญเติบโตจากยอดขาย

โดยเมื่อธุรกิจเริ่มมีการนำระบบพหุศาสตร์อิเล็กทรอนิกส์ เข้ามาใช้ในธุรกิจนั้น ทางด้านธุรกิจคงต้องศึกษาถึงการดำเนินงานว่าจะเป็นอย่างไรมาก่อน โดยในที่นี้จะใช้ยอดขายเป็นตัววัดของการเจริญเติบโตของธุรกิจ โดยทั่วไปแล้วจะแบ่ง อีคอมเมิร์ซ หลักได้เป็น 2 ประเภทนั่นคือ มีสินค้าเป็นของตัวเอง และการรับสินค้าของคนอื่นมาขาย ดังนั้นต้องระวังการเปรียบเทียบยอดขายสินค้าของเรา กับคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาดที่คิดว่าอยู่ในระดับเดียวกัน เพราะถ้าธุรกิจขายสินค้าของตัวเอง ยอดขายทั้งหมดก็จะขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้น โดยหักต้นทุนแต่เพียงอย่างเดียวแน่นอนว่าย่อมเลือกซื้อสินค้าที่ถูกกว่าสินค้าเหล่านั้นมีคุณภาพเท่ากัน ดังนั้นคู่แข่งและเปรียบเทียบราคาจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อยอดขายทำให้สินค้านั้นมีคุณภาพดีเยี่ยมเป็นคุณสมบัติที่ทำให้ยอดขายของสินค้านั้นเพิ่มขึ้นด้วย

แต่ถ้าในกรณีที่รับสินค้ามาขาย คำว่ายอดขายนี้จะแตกต่างออกไปทันที เพราะยอดขายทั้งหมดนั้นไม่ได้แสดงจำนวนเงินที่ไหลเข้ามาในเว็บไซต์ เพราะสิ่งที่เว็บเหล่านั้นได้จริงๆ คือ เปอร์เซนต์ส่วนหนึ่งจากกำไรเท่านั้น

#### 2. ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

โดยการวัดผลจากทำธุรกิจออนไลน์นั้น สามารถวัดผลได้โดยการเก็บข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้ออกมาวิเคราะห์ว่าการทำธุรกิจหรือการค้าขององค์กรนั้นได้ผลอย่างไรบ้าง ในที่นี้จะพูดถึง ผลตอบแทนจากการลงทุน ROI (Return on Investment) โดยจะเป็นการคำนวณทางการเงิน เพื่อดูว่า การลงทุนทำธุรกิจไปแล้วเรากู้ค่าหรือไม่ เช่น ถ้าผล ของ ROI ติดลบ แสดงว่า การขายสินค้านั้น ขาดทุน ส่วนถ้าผลของ ROI เพิ่มขึ้น แสดงว่าได้กำไร

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณภา สุโกชน์ (2550) ปัจจัยความสำเร็จในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น. การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จที่มีผลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยพิจารณา

ผลกระทบของลักษณะธุรกิจต่อปัจจัยและความสำเร็จพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากบริษัทที่ทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมแฟชั่นจำนวน 205 ราย สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ส่วนการทดสอบสมมุติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย Independent T-test One-way ANOVA และ Chi-Square ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่จดทะเบียนแบบบุคคลธรรมดาด้วยทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 500,000 บาท ลักษณะของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นแบบ B2C และ E-Shop โดยมีลักษณะของทางร้านแบบออนไลน์เพียงอย่างเดียวและลักษณะแบบมีหน้าร้านทางกายภาพด้วยในปริมาณใกล้เคียงกัน อัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจน้อยกว่า 5 เปอร์เซ็นต์และมีจำนวนลูกค้าหรือสมาชิกน้อยกว่า 200 ราย จากการจัดลำดับปัจจัยทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า กลุ่มปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ ความมั่นคงปลอดภัยเทคโนโลยีและการบริการปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การส่งเสริมการขายและสินค้า ลักษณะของธุรกิจออนไลน์ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันปัจจัยทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่นที่มีผลโดยตรงต่อจำนวนลูกค้า / สมาชิก จำนวนการสั่งซื้อ/สั่งจองสินค้า และอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายคือเทคโนโลยีและด้านการส่งเสริมการขาย ส่วนความมั่นคงปลอดภัย ด้านสินค้าและการบริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนการสั่งซื้อ/สั่งจองสินค้า

อดิศักดิ์ ศิประเสริฐกุล (2544) , เป็นการศึกษาการดำเนินธุรกิจแบบ B2B ใน Model-Marketplace ซึ่งเป็นธุรกิจของคนไทยที่มีมุมมองในการดำเนินธุรกิจโดยนำเทคโนโลยีบนอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากบริษัท Model-Marketplace รวมไปถึงการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากวารสาร สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อให้ได้มาซึ่งขั้นตอนการดำเนินธุรกิจบนเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาวิเคราะห์อุปสรรคปัญหา และกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการไทย ผลสรุปจากงานวิจัยที่ได้พบว่าสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ B2B ให้ประสบความสำเร็จประการสำคัญ คือ การเลือก Model ที่จะทำซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของสินค้าหรือบริการเพื่อกำหนดเป้าหมาย ทิศทางและกลยุทธ์ให้ชัดเจน และผลการศึกษาแสดงให้เห็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ว่าได้ นั่นคือ

1. ปัจจัยภายนอก สิ่งแวดล้อมจากภายนอกที่จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจในลักษณะ B2B



- ภาครัฐบาล เป็นหน่วยงานสำคัญที่กำหนดทิศทางว่าจะเป็นไปอย่างไรและเข้ามามีส่วนช่วยให้การผลักดันหลายหน่วยงาน เช่น ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์ แต่ก็ยังคงมีปัญหาในเรื่องงบประมาณที่มีจำกัด

- ภาคเอกชนเป็นตัวเป็นสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้เกิด B2B ในประเทศไทย
- โครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งอาจจะมีการพัฒนาให้ดีขึ้น แต่ก็ยังคงเป็นปัญหาอยู่

2. ปัจจัยภายใน หมายถึง ผู้ประกอบการเองต้องเตรียมความพร้อมในหลายๆด้านก่อนเข้าสู่ธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต การศึกษาและกำหนดโมเดลที่เหมาะสม รวมไปถึงการสร้างเชื่อมั่น

คนธา สกฤษศรีส่งบุญ (2544) การศึกษาวิจัยเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ศึกษาปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตของ SMEs รวมไปถึงสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขในการให้การสนับสนุน SMEs ให้เห็นถึงประโยชน์และผลกระทบในภาพรวมของธุรกิจจากการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยการศึกษาเป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ประกอบการใน SMEs วิเคราะห์ผลการวิจัยโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาผลการวิจัยพบว่าปัญหาที่พบ และต้องการแก้ไข ได้แก่ 1) ความไม่พร้อมของบุคลากร ทำให้การพัฒนาเว็บไซต์ได้ไม่บ่อยครั้งทำให้ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น 2) สำหรับนโยบายที่ผู้ประกอบการต้องการให้รัฐบาลหรือหน่วยงานให้การสนับสนุน คือ ด้านการคุ้มครองและป้องกันการลักลอบข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต 3) การจัดตั้งหน่วยงานให้คำแนะนำปรึกษาและเสนอแนะแนวทาง 4) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา 5) การให้การสนับสนุนด้านการวิจัย 6) การฝึกอบรมความรู้พื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตให้แก่ผู้ประกอบการ

ทั้งนี้สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการให้การพิจารณาสำหรับการเริ่มต้นประกอบธุรกิจประเภทนี้ ได้แก่ 1) ความพร้อมของบุคลากร 2) ระบบรักษาความปลอดภัย 3) ความรู้พื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ต 4) ทักษะภาษาอังกฤษ 5) ต้นทุนของคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี

## 2.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตัวแปรในการวิจัยจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในกลุ่มธุรกิจออนไลน์ อุตสาหกรรมลวดสลิง ตลอดจนงานที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดตัวแปรในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรต้น (x) ประกอบด้วยปัจจัยหลักๆ 5 ปัจจัย

1. ปัจจัยภายนอกองค์กร
2. ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร
4. ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
5. ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร

ตัวแปรตาม (y) คือ ความสำเร็จของนำเอาระบบพาณิชย์การอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ซึ่งประกอบด้วย

1. อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร (Increased Profitability)
2. ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน (Increased Return on Investment)



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจในกรณีสื่อศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง”

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้นำมา กำหนดเป็นกรอบแนวความคิดที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการนำเอาปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะธุรกิจ ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล สำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยด้านความสามารถ ของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร

บทนี้จะกล่าวถึง สมมติฐาน (Hypothesis) ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology) โดยเป็นการเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปร ตาม โดยขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากบทความวารสารทาง วิชาการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจ
2. การพัฒนากรอบแนวความคิด ที่เกี่ยวข้องกับและก็นำทฤษฎีต่างๆที่ได้ศึกษาแล้ว ว่ามีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องศึกษาเข้ามาช่วยหาผลลัพธ์ในประเด็นที่จะศึกษา
3. การกำหนดกลุ่มประชากรที่จะใช้ในการทำการสำรวจแบบสอบถามและการสร้าง แบบสอบถามเป็นการนำเอาแบบสอบถามของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเกี่ยวเนื่องกับทฤษฎี
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ลวดสลิง และ ผู้เชี่ยวชาญด้าน MIS เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (IOC TEST) เพื่อให้เครื่องมือ หรือข้อคำถามในแบบสอบถามที่สร้างขึ้นในแต่ละข้อนั้น สามารถที่จะวัดปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จ ในการทำธุรกิจ ได้อย่างเที่ยงตรง และครอบคลุมเนื้อหา หรือสาระที่ต้องการได้
5. ทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างขนาดย่อม (Pilottest) เพื่อหาข้อบกพร่อง และ ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ว่าแบบทดสอบมีความน่าเชื่อถือ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของ Cronbach (กัลยา วาณิชบัญชา, 2545: 449)
6. การศึกษาภาคสนาม (Field Research) โดยผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย การใช้ แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการหาข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ โดยเก็บ ข้อมูลจาก กลุ่มธุรกิจ ในอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยใช้วิธีการ ส่งอีเมลล์ไปหาลูกค้าตามฐานข้อมูลของ องค์กรและลูกค้าที่เข้ามาในชื่อสินค้าในองค์กร

7. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทำการเก็บรวบรวมมาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS/PC+) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล
8. การเขียนรายงานสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล และข้อเสนอแนะ

### 3.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ออกเป็นทั้งหมดเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องข้อมูลทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่ บริษัทดำเนินธุรกิจมาแล้วกี่ปี ลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจท่าน จำนวนพนักงานธุรกิจของท่านมีทุนจดทะเบียน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม ปลายปิด เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินด้วยระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ศึกษา ได้แยกหัวข้อที่จะสอบถามปัจจัยเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจที่มีต่อการทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความสำเร็จ 5 ด้าน จำนวน 24 ข้อ

1. ปัจจัยภายนอกองค์กร ข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ พัฒนาจากแบบสอบถามของ วรรณวนัช บุญจั่น (2551, แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ฐิตารีย์ หวังอนุตร อภรณ์ หวังอนุตร (2547, แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยมหิดล)
2. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ พัฒนาจากแบบสอบถามของ วรรณวนัช บุญจั่น (2551, แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2545, แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) ฐิตารีย์ หวังอนุตร อภรณ์ หวังอนุตร (2547, แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยมหิดล)
3. ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ วรรณวนัช บุญจั่น (2551, แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) สุพัตรา กาญจนโณภาส (2554, แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)
4. ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้า วรรณวนัช บุญจั่น (2551, แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
5. ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ พัฒนาจากแบบสอบถามของ วรรณวนัช บุญจั่น (2551, แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

1. อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร พัฒนามาจากแบบสอบถามของ ฐิตารัตน์ หวังอนุตร อภรณ์ หวังอนุตร (2547: แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยมหิดล), อาตุลรามา นิโรจน์, วิจำ ใจดี (2547: แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยมหิดล)

2. ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน พัฒนามาจากแบบสอบถามของ อาตุลรามา นิโรจน์, วิจำ ใจดี (2547: แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยมหิดล), ฐิตารัตน์ หวังอนุตร อภรณ์ หวังอนุตร (2547: แบบสอบถาม, มหาวิทยาลัยมหิดล)

### 3.2 สมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยว่า ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มธุรกิจ ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในกลุ่มธุรกิจออนไลน์ อุตสาหกรรมลวดสลิง โดยสามารถแบ่งสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้ คือ

**ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร**

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงในส่วนอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยภายในด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

**สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตรการเติบโตของยอดขาย / กำไร

**สมมติฐานที่ 4** ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตรการเติบโตของยอดขาย / กำไร

**สมมติฐานที่ 5** ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตรการเติบโตของยอดขาย / กำไร

**ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการในส่วนผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน**

**สมมติฐานที่ 6** ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

**สมมติฐานที่ 7** ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

**สมมติฐานที่ 8** ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

**สมมติฐานที่ 9** ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

**สมมติฐานที่ 10** ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

### 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ บริษัทลวดสลิงในประเทศไทย จำนวน 950 บริษัท โดยเฉพาะ

ธุรกิจทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B และ B2C โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 282 บริษัท คิดเป็น 29.69%

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ คือ แบบสอบถามปลายปิด ที่กำหนดไว้เป็นโครงสร้างให้ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ ประกอบด้วยระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ จำนวนพนักงาน ทุนจดทะเบียน เป็นคำถามปลายปิด แบบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2: ส่วนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วยระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ ภูมิศึกษา อุตสาหกรรมลวดสลิง คือ ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร เป็นคำถามปลายปิด แบบให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียวโดยใช้มาตรวัดแบบ Likert's Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน		การแปลความหมาย
ระดับคะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับคะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3: ส่วนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วยระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ ภูมิศึกษา อุตสาหกรรมลวดสลิง ด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร ประกอบด้วย เพิ่มขึ้น คงที่ และ ลดลง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน		การแปลความหมาย
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	เพิ่มขึ้น
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	คงที่

### 3.5 การสร้างและการทดสอบเครื่องมือ

การสร้างและการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางการกำหนดข้อคำถามในแบบสอบถาม
2. กำหนดนิยามตามขอบข่ายของเนื้อหาและศึกษารายละเอียดหาตัวแปรนิยามการมีส่วนร่วมในแต่ละด้านสร้างแบบสอบถาม โดยนำประเด็นที่ได้จากการศึกษา มาจัดเป็นหมวดหมู่ให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด
3. นำเสนอร่างแบบสอบถามต่อประธานกรรมการ และกรรมการที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาตามกรอบแนวคิด แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อดำเนินการในลำดับต่อไป
4. นำร่างแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจแก้ไขที่อาจารย์ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาตรงตามเนื้อหา ความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อคำถาม
5. นำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจแก้ไขของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence : IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (สุวิมล ติरणันท์, 2543 : 148) รวมทั้งปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วเสนอกรรมการที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบอีกครั้ง ซึ่งมีกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านเป็นผู้ที่วัดความเที่ยงแบบสอบถาม คือ

1. อาจารย์ **Monwong Bhadravit**
2. คุณวีระ ลีลาประชากุล
3. คุณสุชาวัฒน์ ลีรุ่งไพศาล

ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (Item Objective Congruence=IOC) สุวิมล ติरणันท์, 2546, หน้า 137=138)

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{n}$$

เมื่อ IOC คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้ง

$\sum R$  คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

n คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ



ผลการทดสอบพบว่ามีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา (IOC) มีเท่ากับ 0.889 แสดงว่า แบบสอบถามมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาสามารถนำไปที่การศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

6. การทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Pre-Test) จำนวน 30 ชุด ทั้งนี้เพื่อหาค่าความเชื่อถือได้ของมาตรวัด (Reliability) โดยการทดสอบความน่าเชื่อถือของมาตรวัด (Reliability Analysis) โดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach, 1990,p 204) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปใช้กับตัวอย่าง ซึ่งผลการทดสอบพบว่ามีความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามพบว่า มีค่าความน่าเชื่อถือ Pre-Test จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทดสอบมีค่าที่  $0.785 > 0.70$  ดังนั้น แสดงว่า มีค่าความน่าเชื่อถือสามารถนำไปที่การศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริง

7. ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 0.889 และค่าความเชื่อถือได้ของมาตรวัด (Reliability) เท่ากับ 0.785 มีค่าเกินเกณฑ์จึงนำแบบสอบถามนำไปจัดพิมพ์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 282 ตัวอย่าง

### 3.6 การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วย 2 ลักษณะ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ ได้ทำรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้า ศึกษาด้วยตนเอง และรวบรวมข้อมูลจากบทความ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดการศึกษา

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จาก ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง จำนวน 282 ตัวอย่าง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ทำการกรอกด้วยตนเองและรวบรวมแบบสอบถามและนำมาลงรหัส หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผล และใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับงานวิจัย SPSS

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และเรียบเรียงแบบสอบถามเพื่อใช้ในการลงรหัส
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิดผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกเข้า File โดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผล ในการคำนวณค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
4. อธิบายผลการศึกษานำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย

### 3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาเก็บรวบรวมและประเมินผล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ที่สำคัญดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สถิติวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สถิติวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วยระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดuling โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) เพื่อศึกษาโครงสร้างของตัวแปรและลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่เดิมให้มีการรวมกันได้ โดยพิจารณาข้อตกลงเบื้องต้นของตัวแปรจากค่า KMO and Bartlett's Test จากค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) ที่อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และสถิติทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ว่าตัวแปรต่างๆมีความสัมพันธ์กันหรือไม่จากการวิเคราะห์องค์ประกอบและใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle component analysis) ตัวแปรแต่ละตัวหรือข้อมูลและหมุนแกนปัจจัยโดยวิธี Varimax
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสถิติค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อใช้ทดสอบค่าความสัมพันธ์กันสำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองกลุ่ม (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545)

4. สถิติเชิงอนุมาน โดยการนำเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

### 3.9 เกณฑ์การแปลค่าความหมาย

เกณฑ์การแปลค่าความหมายค่าเฉลี่ยในการศึกษานี้ ใช้การแปลค่ามาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์ในการประเมินค่าคะแนนที่ได้จากคำตอบตาม สัดส่วนการประมาณ โดยมีระดับการตัดข้อมูลเป็นแบบมาตรวัดอันตรภาค หรือช่วง (interval scale) ที่มีค่าถามเชิงนิยามหรือมีความหมายในเชิงบวก (positive) โดยมีสูตร ดังนี้

Interval (I)	=	$\frac{Rang(R)}{Class(C)}$	
เมื่อ		R แทน คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด	= 5-1
		C แทน จำนวนชั้น	= 5
		แทนค่าตัวแปรในสูตรดังนี้	
Interval (I)	=	$\frac{5 - 1}{5}$	= 0.8
ระดับคะแนน		การแปลความหมาย	
ระดับคะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด	
ระดับคะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก	
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง	
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย	
ระดับคะแนน 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด	

สำหรับการแปลความหมายนั้น แปลความหมายจากค่าเฉลี่ย 5 ระดับ

ระดับคะแนนเฉลี่ย		การแปลความหมาย	
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด	
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก	
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง	
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย	

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ทางการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยทำการวิเคราะห์ความถี่ ให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

ระดับคะแนน	ความคิดเห็นต่อความสำเร็จ
3	เพิ่มขึ้น
2	คงที่
1	ลดลง

โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและกำหนดปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จกรณีศึกษา ธุรกิจอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยประเมินค่าเฉลี่ยที่ที่คำนวณไว้ดังนี้ จากคะแนนข้างต้น ได้นำมาจัดกลุ่มโดยมีอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.67 จากสูตร

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{3 - 1}{3} \\
 &= 0.67
 \end{aligned}$$

ดังนั้นในการจัดช่วงคะแนนเฉลี่ย จึงสามารถจัดได้ดังนี้

2.35 ถึง 3.00	หมายถึง	ความคิดเห็นต่อความสำเร็จเพิ่มขึ้น
1.68 ถึง 2.34	หมายถึง	ความคิดเห็นต่อความสำเร็จคงที่
1.00 ถึง 1.67	หมายถึง	ความคิดเห็นต่อความสำเร็จลดลง

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงและ เพื่อนำเสนอแนวทางการเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e commerce แก่ผู้บริหารผู้วิจัย นำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ตอนที่ 3 การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ ประกอบด้วยระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ จำนวนพนักงาน ทุนจดทะเบียน แสดงข้อมูลเป็นความถี่และร้อยละ รายละเอียดตามตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ

(n=282)

ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ		ความถี่	ร้อยละ
ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 3 ปี	63	22.3
	3-6 ปี	127	45.0
	6-10ปี	45	16.0
	10 ปีขึ้นไป	47	16.7
	รวม	282	100.00
ประเภทการจดทะเบียน	บุคคลธรรมดา	40	14.2
	บริษัทจำกัด	134	47.5
	ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	25	8.9
	ห้างหุ้นส่วนสามัญจำกัด	50	17.7
	บริษัทมหาชน	33	11.7
รวม	282	100.00	
จำนวนพนักงาน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 คน	69	24.5
	ระหว่าง 51-200 คน	93	33.0
	ระหว่าง 201-400 คน	81	28.7
	มากกว่า400 คนขึ้นไป	39	13.8
รวม	282	100.00	
ทุนจดทะเบียน	ไม่เกิน 500,000 บาท	51	18.1
	ระหว่าง 500,000 – 1,000,000 บาท	107	38.0
	ระหว่าง 1,000,001-5,000,000 บาท	56	19.9
	ระหว่าง 5,000,001-10,000,000 บาท	31	11.0
	มากกว่า 10,000,000 บาท	37	13.1
รวม	282	100.00	

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทั่วไปทางธุรกิจ สรุปได้ว่า

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่า ธุรกิจมีระยะเวลาดำเนินงาน 3-6 ปีมากที่สุด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา มีระยเวลาน้อยกว่า 3 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.3 มีระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป จำนวน 47 คิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุด มีระยะเวลา 6-10 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ประเภทของธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่า ประเภทของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด มากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา ห้างหุ้นส่วนสามัญจำกัด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 , บุคคลธรรมดา จำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.2 , บริษัทมหาชน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และน้อยที่สุด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

จำนวนพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่า ธุรกิจมีจำนวนพนักงานระหว่าง 51-200 คน มากที่สุด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมา มีจำนวนพนักงานระหว่าง 201- 400 คน

จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 , ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 คน จำนวน 69 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.5และน้อยที่สุด มีจำนวนพนักงานมากกว่า 400 คนขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

ทุนจดทะเบียน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่า ธุรกิจมีทุนจดทะเบียนระหว่าง 500,000 – 1,000,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา ทุนจดทะเบียน1,000,001-5,000,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 , ไม่เกิน 500,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 มากกว่า 10,000,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 และน้อยที่สุด ทุนจดทะเบียนระหว่าง 5,000,001-10,000,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

#### **4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดuling**

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดuling โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ(Exploratory Factor Analysis : EFA) เพื่อศึกษาโครงสร้างของตัวแปรและลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่เดิมให้มีการรวมกันได้ โดยพิจารณาข้อตกลงเบื้องต้นของตัวแปรจากค่า KMO and Bartlett's Test จากค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) ที่อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และสถิติทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ว่าตัวแปรต่างๆมีความสัมพันธ์กันหรือไม่จากการวิเคราะห์องค์ประกอบและใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle component analysis) ตัวแปรแต่ละตัวหรือข้อมูลและหมุนแกนปัจจัยโดยวิธี Varimax สรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.2** แสดงค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) ในการทดสอบ  
ตัวความสัมพันธ์ของตัวแปรองค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ  
ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.612
Approx. Chi-Square	2010.718
Bartlett's Test of Sphericity	Df
	276
	Sig.
	0.000*

หมายเหตุ: \* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 4.2 ผลการทดสอบ พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) มีค่า 0.612 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 และเข้าใกล้ 1 มาก กล่าวได้ว่า ตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง มีความเหมาะสมและเพียงพอของข้อมูลที่จะใช้เทคนิควิเคราะห์องค์ประกอบและผลทดสอบ ค่า Bartlett's Test of Sphericity พบว่า มีค่า Chi-Square = 2010.718, df = 276 และ Sig. = 0.000 < 0.05

**ตารางที่ 4.3** ผลการวิเคราะห์ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวนและค่าร้อยละความแปรปรวนสะสมของการสกัดองค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.04	16.83	16.83	2.51	10.45	10.45
2	2.36	9.85	26.68	2.50	10.40	20.84
3	1.94	8.10	34.78	2.24	9.31	30.16
4	1.71	7.12	41.90	2.19	9.13	39.29
5	1.55	6.44	48.34	2.17	9.06	48.34

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวนและค่าร้อยละความแปรปรวนสะสมของการสกัดองค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง



อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยวิธี Principal Component Analysis พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigenvalues) มากกว่า 1.00 มีจำนวน 5 Component หรือ 5 องค์ประกอบ ผลการ Rotation Sums of Squared Loadings พบว่า Eigenvalues ค่าผันแปรของตัวแปร ทั้ง จำนวน 5 Component ที่มีค่ามากกว่า 1.00 ได้แก่ Component 1 - 5 รวมเปอร์เซ็นต์ของความแปรปรวนของทั้ง 5 องค์ประกอบได้ค่า สะสมอธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 48.34% โดยปัจจัยที่ 1 มีความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุด เท่ากับ 10.45% ดังนั้นจึงนำมาวิเคราะห์หาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ใช้วิธีหมุนแกนปัจจัยโดยวิธี Varimax ซึ่งเป็นเทคนิคที่ทำให้มีจำนวนตัวแปรที่น้อยที่สุด โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากในแต่ละองค์ประกอบและต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป แสดงผลดังตารางที่ 4.4

**ตารางที่ 4.4** แสดงผลค่าน้ำหนักองค์ประกอบและจำนวนกลุ่มองค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ตัวแปร	องค์ประกอบ ปัจจัย	ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์				
		ปัจจัย	ปัจจัย	ปัจจัย	ปัจจัย	ปัจจัย
		1	2	3	4	5
1.การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และนโยบายของ / รัฐบาล	1	0.836				
3.การเกิดวิกฤติการณ์น้ำมันโลก	1	0.742				
6. การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก	1	0.738				
4.ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งใน อุตสาหกรรมเดียวกัน	1	0.719				
2.การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อน ภาษี /กฎหมาย	1	0.718				
5.จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน	1	0.702				
23.พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วย ระบบธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์	2		0.778			
19.การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วย รูปแบบ e - commerce	2		0.708			
22.พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	2		0.672			

**ตารางที่ 4.4** แสดงผลค่าน้ำหนักองค์ประกอบและจำนวนกลุ่มองค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลาวคสถึง (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบปัจจัย	ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์				
		ปัจจัย 1	ปัจจัย 2	ปัจจัย 3	ปัจจัย 4	ปัจจัย 5
24.พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี	2	0.613				
21.พนักงานได้รับการอบรมการใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน	2	0.579				
20.ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า	2	0.494				
10.ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3			0.788		
11.ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท	3			0.722		
18.ความพร้อมใช้ หรือความเสถียรภาพของระบบ	3			0.670		
9.ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3			0.518		
15.ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล	4				0.675	
17.ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้ในอนาคต	4				0.631	
16.มีรูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงตามความต้องการของลูกค้า	4				0.615	
8.ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจ ด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	4				0.540	
13.ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	5					0.727
7.ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ	5					0.726
14.มีระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง	5					0.543

**ตารางที่ 4.4** แสดงผลค่าน้ำหนักองค์ประกอบและจำนวนกลุ่มองค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง (ต่อ)

ตัวแปร	องค์ประกอบปัจจัย	ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์				
		ปัจจัย	ปัจจัย	ปัจจัย	ปัจจัย	ปัจจัย
		1	2	3	4	5
12.ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5					0.460
<b>ตัวแปร</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

จากตารางที่ 4.4 สามารถสรุปได้เป็น 5 ปัจจัยดังนี้  
 ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยภายนอกองค์กร  
 ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร  
 ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร  
 ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์  
 ปัจจัยที่ 5 ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากผลที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วย factor analysis ผู้วิจัยได้ทำการเปลี่ยนชื่อ จากหัวข้อปัจจัยมุ่งเน้นลูกค้า มาเป็น ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สอดคล้องกับ ตัวแปร ภายในกลุ่มเดียวกัน

จากตารางได้มีการแสดงผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและจำนวนกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง จากตัวแปรทั้งหมด จำนวน 24 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักสูงสุด คือ ตัวแปร A1 มีค่าน้ำหนัก 0.836 และต่ำสุดคือ A12 มีค่าน้ำหนัก 0.460 ซึ่งทุกตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป อธิบายผลเป็นรายองค์ประกอบดังตารางที่ 4.6 – 4.10

**ตารางที่ 4.5** แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์กรประกอบที่ 1 ด้านปัจจัย  
ภายนอกองค์กร

ข้อความ	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง / และนโยบายของรัฐบาล	0.836
การเกิดวิกฤติน้ำมันโลก	0.742
การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก	0.738
ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มในอุตสาหกรรมเดียวกัน	0.719
การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี / กฎหมาย	0.718
จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน	0.702
(% of Variance) ค่าร้อยละความแปรปรวน = 14.38	
(Total Rotation Sums of Squared Loadings) ผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปร = 3.45%	
ชื่อขององค์ประกอบที่ 1 = ด้านปัจจัยภายนอกองค์กร	

จากตาราง 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ตัวแปรองค์ประกอบที่ 1 ด้านปัจจัยภายนอกองค์กรซึ่งตัวแปรในองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีตัวแปรทั้งหมด 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักตัวแปรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.836 – 0.702 โดยสูงสุด คือ ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง / และนโยบายของรัฐบาล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.836 และต่ำสุด คือ ในเรื่องจำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันโดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปร เท่ากับ 14.38 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปรเท่ากับ 3.45%

**ตารางที่ 4.6** แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์ประกอบที่ 2 ด้านปัจจัย  
ด้านความสามารถของบุคลากร

ข้อความ	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	0.778
การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e - commerce	0.708
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	0.672
พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี	0.613
พนักงานได้รับการอบรมการใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใ้ งาน	0.579
ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า	0.494
(% of Variance) ค่าร้อยละความแปรปรวน = 11.76	
(Total Rotation Sums of Squared Loadings) ผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปร = 2.82%	
ชื่อขององค์ประกอบที่ 2 = ด้านปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร	

จากตาราง 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ตัวแปรองค์ประกอบที่ 2 ด้านปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรซึ่งตัวแปรในองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานรวมทั้งศักยภาพและขีดความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน ผลการวิเคราะห์พบว่า มีตัวแปรทั้งหมด 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักตัวแปรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.778 – 0.494 โดยสูงสุด คือ ในเรื่องพนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.778 และต่ำสุด คือ ในเรื่องความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจลูกค้า มีค่าน้ำหนัก 0.494 โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปร เท่ากับ 11.76 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปร เท่ากับ 2.82%

**ตารางที่ 4.7** แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์กรประกอบที่ 3 ด้านปัจจัย  
ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร

ข้อความ	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	0.788
ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเพิ่มขีดความสามารถ ทางการแข่งขันให้กับบริษัท	0.722
ความพร้อมใช้ หรือความเสถียรภาพของระบบ	0.670
ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระบบ	0.518
(% of Variance) ค่าร้อยละความแปรปรวน = 9.79	
(Total Rotation Sums of Squared Loadings) ผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปร = 2.35%	
ชื่อขององค์ประกอบที่ 3 = ด้านปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	

จากตาราง 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ตัวแปรองค์ประกอบที่ 3 ด้านปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ซึ่งตัวแปรในองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับการได้รับการสนับสนุนและการส่งเสริมจากผู้บริหาร ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีตัวแปรรวมทั้งหมด 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักตัวแปรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.788 – 0.518 โดยสูงสุด คือ ในเรื่องผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.788 และต่ำสุด คือ ในเรื่องผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระบบมีค่าน้ำหนัก 0.518 โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปร เท่ากับ 9.79 และ ผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปรเท่ากับ 2.35%

**ตารางที่ 4.8** แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์กรประกอบที่ 4 ด้านปัจจัย  
ด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

ข้อความ	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล	0.675
ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานใน อนาคต	0.631
มีรูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงตามความต้องการของลูกค้า	0.615
ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	0.540
(% of Variance) ค่าร้อยละความแปรปรวน = 8.68	
(Total Rotation Sums of Squared Loadings) ผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปร = 2.08%	
ชื่อขององค์ประกอบที่ 4 = ด้านปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	

จากตาราง 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ตัวแปรองค์ประกอบที่ 4 ด้านปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งตัวแปรในองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิเคราะห์ พบว่า มีตัวแปรทั้งหมด 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักตัวแปรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.675 – 0.540 โดยสูงสุด คือ ในเรื่องระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.675 และต่ำสุด คือ ในเรื่องผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าน้ำหนัก 0.540 โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปร เท่ากับ 8.68 และ ผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปรเท่ากับ 2.08%

**ตารางที่ 4.9** แสดง ค่าไอเกน ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง องค์ประกอบที่ 5 ปัจจัยด้าน  
การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อความ	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	0.727
ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ	0.726
มีระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพ สูง	0.543
ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	0.460
(% of Variance) ค่าร้อยละความแปรปรวน = 7.79	
(Total Rotation Sums of Squared Loadings) ผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปร = 1.87%	
ชื่อขององค์ประกอบที่ 5 = ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	

จากตาราง 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ตัวแปรองค์ประกอบที่ 5 ด้านปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งตัวแปรในองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ต่อลูกค้าและความต้องการของลูกค้า ผลการวิเคราะห์ พบว่ามีตัวแปรทั้งหมด 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักตัวแปรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.727 – 0.543 โดยสูงสุด คือ ในเรื่องระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.727 และต่ำสุด คือ ในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง มีค่าน้ำหนัก 0.543 โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 7.79 และ ผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนตัวแปรเท่ากับ 1.87%



### 4.3 การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยมีปัจจัย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร และ ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยอธิบายผลในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ แปลค่าความหมายระดับความคิดเห็น สรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	$\bar{x}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร	4.14	0.69	มาก	1
ปัจจัยด้านภายนอกองค์กร	4.09	0.94	มาก	2
ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ ระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.00	0.54	มาก	3
ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	3.96	0.75	มาก	4
ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3.93	0.65	มาก	5
ภาพรวม	4.02	0.71	มาก	

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 โดยมีความคิดเห็นสูงสุดปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร รองลงมา ปัจจัยด้านภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ สรุปผลเป็นรายด้านดังตารางที่ 4.11 – 4.15

**ตารางที่ 4.11** แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านปัจจัยภายนอก  
องค์กร

ด้านปัจจัยภายนอกองค์กร	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง / และนโยบายของรัฐบาล	4.58	0.93	มากที่สุด
การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก	4.17	1.33	มาก
การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี / กฎหมาย	4.10	1.15	มาก
จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน	4.01	1.40	มาก
การเกิดวิกฤติน้ำมันโลก	3.84	1.44	มาก
ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน	3.82	1.32	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.09</b>	<b>1.27</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านปัจจัยภายนอกองค์กรในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.27 ในรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ด้าน การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง / และนโยบายของรัฐบาล มีค่าเฉลี่ย 4.58 และมีความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก ( $\bar{X} = 4.17$ ), การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี / กฎหมาย ( $\bar{X} = 4.10$ ), จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ( $\bar{X} = 4.01$ ), การเกิดวิกฤติน้ำมันโลก ( $\bar{X} = 3.84$ ) และ ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ( $\bar{X} = 3.82$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.12** แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านความสามารถ  
ของบุคลากร

ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e - commerce	4.44	0.71	มากที่สุด
พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี	4.31	1.15	มากที่สุด
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	4.06	1.27	มาก

**ตารางที่ 4.12** แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านความสามารถ  
ของบุคลากร (ต่อ)

ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์	4.04	1.01	มาก
ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า	4.01	0.96	มาก
พนักงานได้รับการอบรมการใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อน การใช้งาน	4.00	1.12	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.14</b>	<b>1.04</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.12 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของ  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้าน  
ความสามารถของบุคลากร ในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ค่า  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 ในรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ด้าน โดยสูงสุด คือ  
การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e-commerce มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมา  
พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 4.31$ ) และมีความคิดเห็น  
ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบธุรกิจ  
อิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 4.06$ ), พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจ  
อิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 4.04$ ), ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า ( $\bar{X} = 4.01$ ) และ  
พนักงานได้รับการอบรมการใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.00$ )  
ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.13** แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านการสนับสนุน  
จากผู้บริหาร

ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
ความพร้อมใช้ หรือความเสถียรภาพของระบบ	4.08	1.08	มาก
ผู้บริหารสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3.97	1.02	มาก

**ตารางที่ 4.13** แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านการสนับสนุน  
จากผู้บริหาร (ต่อ)

ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเพิ่มขีด ความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท	3.92	1.13	มาก
ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษา ระบบ	3.86	0.98	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.96</b>	<b>1.05</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.13 ผลศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของ  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านการ  
สนับสนุนจากผู้บริหารในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ค่าเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน 1.05 ในรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน โดยสูงสุด คือ ความพร้อม  
ใช้ หรือความเสถียรภาพของระบบ มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา ผู้บริหารสนับสนุนงบประมาณในการ  
พัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 3.97$ ), ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์  
สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท ( $\bar{X} = 3.92$ ) และ ผู้บริหารต้องสนับสนุน  
งบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระบบ ( $\bar{X} = 3.86$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.14** แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านความสามารถของระบบ  
ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3.97	0.91	มาก
ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ งานได้ในอนาคต	3.94	0.99	มาก
ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล	3.91	0.95	มาก
รูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงตามความต้องการของ ลูกค้า	3.91	1.11	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.93</b>	<b>0.99</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.14 ผลศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 ในรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน โดยสูงสุด คือ ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้ในอนาคต ( $\bar{X} = 3.94$ ), ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล ( $\bar{X} = 3.91$ ) และ รูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงตามความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X} = 3.91$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.15** แสดงผลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า
ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ	4.36	0.70	มากที่สุด
ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.99	1.10	มาก
ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	3.89	0.77	มาก
ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง	3.77	0.81	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.00</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.15 ผลศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 ในรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน คือ ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.36 และมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย จำนวน 3 ด้าน ประกอบด้วย ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 3.99$ ), ระบบสามารถ

นำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X} = 3.89$ ) และ ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง ( $\bar{X} = 3.77$ ) ตามลำดับ

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ข้อมูลความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ประกอบด้วย ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนและอัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไรแสดงผลเป็นค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.16 ความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ

รายการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร	2.29	0.75	เพิ่มขึ้น
ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน	2.15	0.74	เพิ่มขึ้น
รวม	2.22	0.75	เพิ่มขึ้น

จากข้อมูลในตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยภาพรวมเห็นว่าความสำเร็จเพิ่มขึ้น ( $\bar{X} = 2.22$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความสำเร็จที่เพิ่มขึ้นในหัวข้อ “อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X} = 2.29$ ) ตามด้วยหัวข้อ “ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน” ( $\bar{X} = 2.15$ )

#### 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.17 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทัศนศึกษาธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ปัจจัย	ภายนอกองค์กร	ความสามารถของบุคลากร	การสนับสนุนจากผู้บริหาร	ความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลฯ	อัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไร	ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน
ภายนอกองค์กร	1.000	0.155	0.145*	0.243**	0.321*	0.259**	0.158**
ความสามารถของบุคลากร	0.155	1.000	0.377**	0.291**	0.301**	0.280**	0.272**
การสนับสนุนจากผู้บริหาร	0.145*	0.377**	1.000	0.168**	0.121*	0.204**	0.039
ความสามารถของระบบธุรกิจฯ	0.243**	0.291**	0.168**	1.000	0.169**	0.220**	0.164**
การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบฯ	0.321**	0.301**	0.121*	0.169**	1.000	0.381**	0.150*
อัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไร	0.259**	0.280**	0.204**	0.220**	0.381**	1.000	0.499**
ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน	0.158**	0.272**	0.039	0.164**	0.150*	0.499**	1.000

หมายเหตุ: \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ปัจจัยภายนอกองค์กร (X1), ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร (X2), ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร (X3), ปัจจัยด้าน





โดยที่ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกองค์กร, ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร, ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นอกจากนั้นเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ปัจจัยภายนอกองค์กร, ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร, ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 5 ปัจจัยนี้ พบว่า

- ปัจจัยภายนอกองค์กร , ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร , ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร , ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีสหสัมพันธ์เชิงบวกค่อนข้างสูงซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติกับ ระดับการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

- ระดับผลการตอบแทนที่เพิ่มจากการลงทุน มีความสัมพันธ์ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติกับ ปัจจัยภายนอกองค์กร, ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร, ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีผลกับระดับผลการตอบแทนการลงทุน มีสหสัมพันธ์เชิงบวกค่อนข้างสูงกับ ปัจจัยภายนอกองค์กร, ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร , ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และ ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ระดับผลการตอบแทนที่เพิ่มจากการลงทุน และ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร มีสหสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยการใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

**ตารางที่ 4.18** แสดงผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) กับระดับอัตราการเติบโตของยอดขายหรือกำไร

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.456 <sup>a</sup>	.208	.193	.51028	.208	13.987	5	266	.000	1.412

หมายเหตุ: a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

b. Dependent Variable: Y1

จากตารางด้านบนแสดงค่า Coefficient of multiple เท่ากับ 0.456 และ พบว่าปัจจัยภายนอกองค์กร (X1), ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร (X2), ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร (X3), ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (X4), ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (X5) มีผลทำให้ อัตราการเติบโตของยอดขายหรือกำไร (Y1) เปลี่ยนแปลงได้ 0.208 หรือ 20.8%

**ตารางที่ 4.19** ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น กับ ตัวแปรตาม (อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	-.289	0.357		-0.810	0.419
ปัจจัยภายนอกองค์กร	0.138	0.064	0.128	2.160	0.032
ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร	0.139	0.074	0.118	1.871	0.062
ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	0.076	0.044	0.102	1.723	0.086
ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	0.077	0.510	0.089	1.518	0.130
ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.278	0.062	0.269	4.476	0.000
R = 0.456		R Square = 0.208		Adjusted R Square = 0.193	
F = 13.987		Sig = .000		Durbin – Watson = 1.412	

จากการทำ Multiple Regression Analysis พบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบาย ระดับความคาดหมายกับระดับอัตราการเติบโตของยอดขายหรือกำไร ได้ ร้อยละ 20.8 โดยดูจากค่า R Square เท่ากับ 0.208 และผลจากการวิเคราะห์จะเห็นว่า ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีน้ำหนักมากที่สุดคือ 0.278 โดยมีน้ำหนักรองลงมาคือ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร 0.139 ปัจจัยภายนอกองค์กร 0.138 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ 0.077 และ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร 0.076 ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจ

อิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร พบว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าหากปัจจัยเหล่านี้มีมากขึ้นจะก่อให้เกิดระดับอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายหรือกำไรมากขึ้นด้วย และผู้วิจัยสามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y1 \text{ (อัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไร)} = -.289 + 0.138 \text{ (ปัจจัยภายนอกองค์กร)} + 0.278 \text{ (ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)}$$

**ตารางที่ 4.20** แสดงผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) กับระดับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.318 <sup>a</sup>	.101	.084	.53978	.101	5.985	5	266	.000	1.824

หมายเหตุ: a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4, X5

b. Dependent Variable: Y1

จากตารางด้านบน แสดงค่า Coefficient of multiple เท่ากับ 0.318 และ พบว่าปัจจัยภายนอกองค์กร (X1), ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร (X2), ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร (X3), ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (X4), ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (X5) มีผลทำให้ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน (Y2) เปลี่ยนแปลงได้ 0.101 หรือ 10.1%

**ตารางที่ 4.21** ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น กับ ตัวแปรตาม (ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error			
	ค่าคงที่ (Constant)	.717	.377		1.899
ปัจจัยภายนอกองค์กร	.126	.068	.117	1.853	.065
ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร	.295	.078	.253	3.764	.000
ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	-.056	.047	-.076	-1.206	.229

**ตารางที่ 4.21** ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น กับ ตัวแปรตาม (ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน) (ต่อ)

Model	Unstandardized		Standardized	t	sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
ปัจจัยด้านความสามารถของของระบบธุรกิจ					
อิเล็กทรอนิกส์	.065	.054	.075	1.207	.228
ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล					
สำหรับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	.032	.066	.032	.492	.623
R = 0.318	Adjusted R Square	= .084	R Square = 0.101		
F = 5.985	Sig	= .000	Durbin – Watson = 1.824		

จากการทำ Multiple Regression Analysis พบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบาย ระดับผลตอบแทนที่เพิ่มจากการลงทุน ได้ร้อยละ 10.1 โดยดูจากค่า R Square เท่ากับ 0.101 และผลจากการวิเคราะห์ จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร มีน้ำหนักมากที่สุดคือ .295 โดยมีปัจจัยภายนอกองค์กร (0.126) ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (0.065) และปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (0.032) ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และ ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า หากปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้มีมากขึ้นจะก่อให้เกิด ระดับผลตอบแทนที่เพิ่มจากการลงทุนมากขึ้นด้วย ในขณะที่ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม หมายความว่า หากปัจจัยนี้มีมากขึ้น ทำให้ระดับผลตอบแทนที่เพิ่มจากการลงทุน มีค่าลดลงและ ผู้วิจัยสามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

$Y_2$  (ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน) = 0.717 + 0.295 (ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยที่ส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ในด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร ประกอบด้วย

- ปัจจัยภายนอกองค์กร การทำธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กหรือลวดสลิงของประเทศไทยนั้นมีความสามารถในการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้าได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม การผลิตในอุตสาหกรรมนี้ต้องมีการพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมาใช้ในการผลิตจึงทำให้ต้นทุนของสินค้าสูง เมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่มีวัตถุดิบใช้ภายในประเทศ ในปัจจุบันที่ราคาและปริมาณความต้องการผลิตเหล็กในประเทศไทยได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว มีสาเหตุมาจากหลายองค์ประกอบ คือ ราคาและปริมาณการใช้เหล็กในตลาดโลก ค่าขนส่งที่มีการเพิ่มสูงขึ้น นโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมเหล็กหรือลวดสลิงจากภาครัฐ การเกิดวิกฤติน้ำมันที่มีการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคู่แข่งในอุตสาหกรรมมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาทั้งสิ้น

- ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นปัจจัยที่บ่งบอกถึงความสำคัญในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เข้ามาใช้ในการทำอุตสาหกรรมลวดสลิง เพราะธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ยังไม่ค่อยให้ความสนใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เท่าที่ควร โดยผู้บริหารจะต้องเห็นประโยชน์ในการนำเทคโนโลยีนี้มาใช้ในองค์กรต้องมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูล และ มีการนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และส่งผลให้ธุรกิจมีการเติบโตของยอดขาย และ กำไรที่เพิ่มขึ้น

**ปัจจัยที่ส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน ประกอบด้วย**

- ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ผู้บริหารต้องให้ความสนใจในการนำเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้าใช้ในองค์กร ผู้บริหารต้องสร้างแรงจูงใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้การทำงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ บุคลากรจะต้องได้รับการสนับสนุนฝึกอบรม ฝึกทักษะ ให้มีความเชี่ยวชาญมีความรู้ในการนำระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล รวมทั้งความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร ที่จะส่งผลตอบแทนการลงทุนขององค์กรในระยะยาว

สรุปผลจากการวิเคราะห์ การทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดย แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ยอมรับสมมติฐาน มีความสัมพันธ์ตัวแปรหรือมีผลทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

กลุ่มที่ 2 ปฏิเสธสมมติฐาน ไม่มีมีความสัมพันธ์ตัวแปรหรือมีไม่มีผลทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

#### กลุ่มที่ 1 ยอมรับสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.032 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.138 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

**สมมติฐานที่ 4** ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.278 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

**สมมติฐานที่ 10** ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.295 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

#### กลุ่มที่ 2 ปฏิเสธสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยภายใต้การสนับสนุนจากผู้บริหารไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร สัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.076 295 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

**สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์อุตสาหกรรมลวดสลิง และเพื่อนำเสนอแนวทางการเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e commerce แก่ผู้บริหาร

วิธีการศึกษา ผู้ศึกษากำหนดขอบเขตการศึกษา โดยศึกษาจาก บริษัทลวดสลิงในประเทศไทยจำนวน 282 บริษัท โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 30 ข้อ โดยแบ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางธุรกิจ จำนวน 4 ข้อ ปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ จำนวน 24 ข้อ และ ส่วนแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบการ จำนวน 3 ข้อ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) เพื่อหาสถิติแบบพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression Analysis) พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง จาก การวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

**ตอนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ ประกอบด้วย ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ จำนวนพนักงาน ทุนจดทะเบียน โดยวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 282 บริษัท

**ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ** ส่วนใหญ่ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ จะอยู่ในช่วงระยะเวลา 3-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0 จำนวน 127 คน รองลงมาคือ ช่วงระยะเวลา น้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.3 จำนวน 63 คน ถัดมาช่วงระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 16.7 จำนวน 47 คน และ ช่วงระยะเวลาที่น้อยที่สุดคือ 6-10 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.0 จำนวน 45 คน



**ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาเป็นประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญจำกัด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ถัดมาเป็นประเภทบุคคลธรรมดา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และบริษัท จำกัดมหาชน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ส่วนที่น้อยที่สุดได้แก่ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 25 คิดเป็นร้อยละ 8.9

**จำนวนพนักงาน** ส่วนใหญ่อยู่จำนวนพนักงานระหว่าง 51-200 คน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาก็คือจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 201-400 คน จำนวน 81 คน และจำนวนพนักงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 คน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 น้อยที่สุดได้แก่ มากกว่า 400 คน ขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

**ทุนจดทะเบียน** ส่วนใหญ่ธุรกิจมีทุนจดทะเบียนอยู่ในระหว่าง 500,000 – 1,000,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมามีทุนจดทะเบียนอยู่ในระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 ถัดมามีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 500,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 และมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10,000,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 ส่วนที่น้อยที่สุดมีทุนจดทะเบียนระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.0 จำนวน 31 คน

**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยมีตัวแปรทั้งหมด 24 ตัวแปร โดยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้**

**ปัจจัยภายนอกองค์กร** มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกองค์กรทั้งหมด 6 ตัว คือ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง/นโยบายของรัฐบาล (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.836) การเกิดวิกฤติน้ำมันโลก การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มแข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี/กฎหมาย และจำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 14.38 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 3.45%

**ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร** มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากรทั้งหมด 6 ตัว คือ พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.778) การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e-commerce พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี พนักงานได้รับ

การอบรมการใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน และ ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 11.76 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 2.82%

**ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร** มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารทั้งหมด 4 ตัว คือ ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.788) ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท ความพร้อมใช้หรือความเสถียรของระบบ และ ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระบบ โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 9.79 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 2.35%

**ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์** มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด 4 ตัว คือ ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.675) ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานในอนาคต มีรูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงตามความต้องการของลูกค้า และ ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 8.68 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 2.08%

**ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด 4 ตัว คือ ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.727) ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ มีระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง และ ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 7.79 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 1.87%

**ตอนที่ 3 การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างโดยมีปัจจัย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร และ ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของ**

ข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยอธิบายผลในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ แปลค่าความหมายระดับความคิดเห็น สรุปผลได้ดังนี้

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ลวดสลิง ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงมากที่สุด ไปถึงน้อยที่สุด เรียงตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 5.1 สรุประดับผลความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิชาชีพศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร	4.14	0.69	มาก	1
ปัจจัยด้านภายนอกองค์กร	4.09	0.94	มาก	2
ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.00	0.54	มาก	3
ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	3.96	0.75	มาก	4
ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3.93	0.65	มาก	5
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.02</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 5.1 พบว่า โดยภาพรวม ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์วิชาชีพศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.14$ ) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือปัจจัยด้านภายนอกองค์กร ( $\bar{X} = 4.09$ ) อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 4.00$ ) อยู่ในระดับมาก และ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ( $\bar{X} = 3.96$ ) ส่วนปัจจัยที่มีค่าน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 3.93$ ) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรให้ความคิดเห็นว่ามีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์วิชาชีพศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม

ลวดสลิง มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร คือ การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบอีคอมเมิร์ซ รองลงมา คือ พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี และอันดับที่สาม อันดับที่ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และ พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สองอันดับสุดท้ายได้แก่ ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า และ พนักงานได้รับการอบรมใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน

ปัจจัยด้านภายนอกองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง / และนโยบายของรัฐบาล มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก และอันดับที่สาม คือ การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี/กฎหมาย และอันดับที่สี่ คือ จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ส่วนสองอันดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยด้านภายนอกองค์กร น้อยที่สุดคือ การเกิดวิกฤติน้ำมันโลก และความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่าเป็นอันดับหนึ่งคือ ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ รองลงมาคือ ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนสองอันดับสุดท้าย คือ ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และ ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในข้อคำถามที่มีผลต่อผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทัศนศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง มากที่สุด คือ ความพร้อมใช้ หรือความเสถียรภาพของระบบ รองลงมาคือ ผู้บริหารสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนอันดับสาม คือ ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท และอันดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าส่งผลต่อความสำเร็จน้อยที่สุด คือ ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระบบ

ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นใจข้อคำถามที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทัศนศึกษา ธุรกิจออนไลน์ อุตสาหกรรมลวดสลิง มากที่สุด คือ ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งาน

ได้ในอนาคต อันดีสุดท้าย ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล และ รูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงความต้องการของลูกค้า

**ตอนที่ 4** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

**ตารางที่ 5.2** ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ตัวแปรตาม	$\bar{x}$	ระดับ
อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร	2.29	เพิ่มขึ้น
ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน	2.15	เพิ่มขึ้น

พบว่าความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงนั้น อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย/กำไร อยู่ในระดับ เพิ่มขึ้น และด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน อยู่ในระดับเพิ่มขึ้น เช่นกัน

**ตอนที่ 5** ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์ของ เพียร์สัน (Pearson Correlation) และการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis : MRA)

**ผลการศึกษา การยอมรับสมมติฐานหรือค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร ดังนี้**

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.032 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.138 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

**สมมติฐานที่ 4** ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการ

เจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.278 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ลวดสลิง

สรุปสมการได้ดังนี้

$Y1$  (อัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไร) =  $-0.289 + 0.138$  (ปัจจัยภายนอกองค์กร) +  $0.278$  (ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)

**สมมติฐานที่ 10** ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.295 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ลวดสลิง

สรุปสมการได้ดังนี้

$Y2$  (ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน) =  $0.717 + 0.295$  (ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร)

**ปฏิเสธสมมติฐาน หรือไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปร ดังนี้**

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยภายใต้การสนับสนุนจากผู้บริหารไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร สัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.076 295 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ลวดสลิง ในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

**สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.077 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ลวดสลิง ในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

**สมมติฐานที่ 5** ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรม ลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

ถดถอย เท่ากับ 0.139 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

**สมมติฐานที่ 6** ปัจจัยภายนอกองค์กรไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.126 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

**สมมติฐานที่ 7** ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.056 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

**สมมติฐานที่ 8** ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.065 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

**สมมติฐานที่ 9** ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.032 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภูมิศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

## 5.2 อภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อยอดขาย / กำไร ในธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยภายนอกองค์กร

1. ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการทางด้าน อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณ สุโกชน์ (2550) พบว่า ความมั่นคงปลอดภัยทางเทคโนโลยีมีผลต่อปัจจัยความสำเร็จในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น อยู่ในระดับมาก

ซึ่งส่วนสนับสนุนที่ส่งผลให้บริษัทลวดสลิงในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับหนึ่ง เพราะผู้บริหารจะต้องเห็นประโยชน์ในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะนำมาใช้ในองค์กรต้องมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูล และ มีการนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจมีการเติบโตของยอดขาย และ กำไรที่เพิ่มขึ้น

2. ปัจจัยภายนอกองค์กร มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการทางด้าน อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติศักดิ์ ดีประเสริฐกุล (2544) พบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการศึกษาคำเนินธุรกิจแบบ B2B ใน Model-Marketplace ซึ่งเป็นธุรกิจของคนไทยที่มีมุมมองในการดำเนินธุรกิจโดยนำเทคโนโลยีบนอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์

ซึ่งส่วนสนับสนุนที่ส่งผลให้บริษัทลวดสลิงในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกองค์กร เพราะว่าการทำธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กหรือลวดสลิงของประเทศไทยนั้นมีความสามารถในการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้าได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การผลิตในอุตสาหกรรมนี้ต้องมีการพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมาใช้ในการผลิต จึงทำให้ต้นทุนของสินค้าสูง เมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่มีวัตถุดิบใช้ภายในประเทศ ในปัจจุบันที่ราคาและปริมาณความต้องการผลิตเหล็กในประเทศไทยได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว มีสาเหตุมาจากหลายองค์ประกอบ คือ ราคาและปริมาณการใช้เหล็กในตลาดโลก ค่าขนส่งที่มีการเพิ่มสูงขึ้น นโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมเหล็กหรือลวดสลิงจากภาครัฐ การเกิดวิกฤติน้ำมันที่มีการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคู่แข่งในอุตสาหกรรมมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาทั้งสิ้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน ในธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร มีผลต่อความสำเร็จต่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธา สุกุลศรีสงบุญ (2544) พบว่า ปัจจัยด้าน



ความสามารถของบุคลากร มีผลต่อ การศึกษาวิจัยเฉพาะกรณีศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก กับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ซึ่งส่วนสนับสนุนที่ส่งผลให้บริษัทลวดสลิงในประเทศไทยนั้นให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรผู้บริหารต้องให้ความสนใจในการนำเทคโนโลยีพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์เข้าใช้ในองค์กร ผู้บริหารต้องสร้างแรงจูงใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ การทำงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ บุคลากรจะต้องได้รับการสนับสนุนฝึกอบรม ฝึกทักษะ ให้มีความเชี่ยวชาญมีความรู้ในการนำระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กร เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล รวมทั้งความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร ที่จะ ส่งผลตอบแทนการลงทุนขององค์กรในระยะยาว

### 5.3 ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริหารจะต้องเล็งเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ โดยระบบรักษาความปลอดภัย มีไว้เพื่อ เป็นการป้องกันภัยคุกคามต่างๆที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการถูกขโมยข้อมูล หรือ โดนไวรัส คอมพิวเตอร์ โดยจะต้องมีกลยุทธ์ในการรักษาความปลอดภัยและมีเจ้าหน้าที่สำหรับดูแลหน่วยงาน นี้โดยเฉพาะ และการนำเสนอรูปแบบข้อมูลต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการธุรกิจ

2. ทางด้านปัจจัยภายนอกองค์กร โดย ทางด้านการเมืองและนโยบายทางการ เมืองจะต้องมีความชัดเจน มีการบริหารประเทศที่มีเสถียรภาพ ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง บ่อย ทำให้เกิดการขาดความเชื่อมั่นในการบริหารประเทศ ส่วนทางด้านกฎหมายจะต้องมีการรองรับ การทำการค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ค้า และผู้ซื้อสินค้าบน อินเทอร์เน็ต อีกด้านหนึ่ง คือ จำนวนและความสามารถของกลุ่มคู่แข่งในอุตสาหกรรมนั้น ไม่ว่าจะเป็น ในประเทศหรือต่างประเทศนั้น ทางธุรกิจสามารถขอความช่วยเหลือจากรัฐบาลในการเจรจาเพื่อลด ข้อกีดกันทางการค้า หรือการลดหย่อนภาษีในการนำเข้าวัตถุดิบ เพื่อนำมาผลิตลวดสลิง

3. ทางด้านปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร โดยองค์กรควรจัดให้มีการ ฝึกอบรมบุคลากรให้เกิดความรู้ความชำนาญในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีการส่งบุคลากรไป

อบรมในหลักสูตรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำการค้าธุรกิจประเภทอีคอมเมิร์ซ ส่งเสริมบุคลากรให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ หรือสร้างความสนใจให้กับบุคลากรโดยการจ่ายผลตอบแทนเพื่อจูงใจพนักงานมีความตั้งใจในการทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง (C-C) เพราะ ปัจจุบันมีการใช้สื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจำนวนผู้ใช้งานก็เพิ่มขึ้นในทุกๆปี
2. ควรทำการวิจัยว่านอกเหนือจากปัจจัยที่ได้วิจัยไปแล้ว มีปัจจัยด้านใดอีกบ้างที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมลาดสกล



## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา (2541). *การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติ ภัคดีวัฒน์กุล และ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. 2547. *คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์ จำกัด.
- โกศล ดิษฐ์ธรรม (2009), *การบริหารเพื่อสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์*.
- น้อย ศิริโชติ, *เทคนิคการฝึกอบรม* กรุงเทพฯ : พีระพัฒนา, 2524
- ไพศาล ลักษณะานุกรณ์ (2555), *การบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมทรัพยากรน้ำบาดาล*
- ยี่น ภูสุวรรณ, สมชาย นำประเสริฐชัย. (2543) *E-business ธุรกิจยุคสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- รัชดา บัวสำลี (2553), *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้รูปแบบ E-PAYMENT ของผู้บริการอินเทอร์เน็ต*.
- วรรณภา สุโกชน์ (2550), *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น*, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาระบบสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิภาภรณ์ ดิษฐพร (2545), *ธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์: รูปแบบกลยุทธ์สู่ความสำเร็จ*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
- วิรัช สงวนวงษ์วาน (2546), *แรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโลจิสติกส์*
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2552), *แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ฉบับที่ 2) ของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2556*
- ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. 2546 *e-commerce FAQ คำถามนี้มีคำตอบ*. กรุงเทพมหานคร: รัชท์ พิมพ์ดี จำกัด.
- สมชาย จันทร์ศรีงาม (2547), *เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ธุรกิจ*.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุตันทา สกุดศรีส่งบุญ. (2544). *การศึกษาวิจัยเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กับ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-SMEs) ในประเทศไทย*. งานวิจัยเฉพาะกรณี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา
- สุพัตรา กาญจนโณภาส (2544), *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*.
- อานันต์ ลีมศักดิ์. (2546). *e – commerce เรียนรู้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ.เอ.อาร์.บิซิเนสเพรส.
- Chris Dubelaar., Amrik Sohal and Vedrana (2005). *Benefits, impediments and critical success factor in B2C. E-business adoption Technovation, Vol 25, 1251-1252.*
- Oliver, R. L. (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Unctad. 2006. *E-Commerce and development report 2006*. (Online) www.unctad.org, October 12,2007
- William H.Delone,(1992) *Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable*



## ภาคผนวก ก

## แบบสอบถาม

“ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่ม  
อุตสาหกรรมลวดสลิง”

นางสาวณฤมล สุวิมลเจริญ นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้มี 3 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ส่วนที่ 3 ส่วนแสดงความคิดเห็นต่อผลสำเร็จของผู้ประกอบการ

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทางธุรกิจ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. บริษัทดำเนินธุรกิจมาแล้วกี่ปี

1. ( ) น้อยกว่า 3 ปี

2. ( ) 3-6 ปี

3. ( ) 6-10 ปี

4. ( ) 10 ปีขึ้นไป

2. ลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจท่าน

1. ( ) บุคคลธรรมดา

2. ( ) บริษัทจำกัด

3. ( ) ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

4. ( ) ห้างหุ้นส่วนสามัญจำกัด

5. ( ) บริษัทมหาชน

3. จำนวนพนักงาน

1. ( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 คน

2. ( ) 51-200 คน

3. ( ) 201-400 คน

4. ( ) 401 ปีขึ้นไป

4. ธุรกิจของท่านมีทุนจดทะเบียน

1. ( ) ไม่เกิน 500,000 บาท

2. ( ) 500,000 – 1,000,000 บาท

3. ( ) 1,000,001-5,000,000 บาท

4. ( ) 5,000,001-10,000,000 บาท

5. ( ) มากกว่า 10,000,000 บาท

**ส่วนที่ 2** ข้อคำถามระบุปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วยระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ใกล้เคียงหรือตรงสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ	ระดับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด(1)
<b>ปัจจัยภายนอกองค์กร</b>					
1. การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และนโยบาย / ของรัฐบาล					
2. การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี / กฎหมาย					
3. การเกิดวิกฤติการณ์น้ำมัน โลก					
4. ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มแข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน					
5. จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน					
6. การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก					
<b>ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร</b>					
7. ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ					
8. ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์					
9. ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์					
10. ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์					
11. ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท					
12. ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์					

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ	ระดับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด(1)
<b>ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์</b>					
13. ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า					
14. มีระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง					
15. ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล					
16. มีรูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงตามความต้องการของลูกค้า					
17. ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้ในอนาคต					
18. ความพร้อมใช้ หรือความเสถียรภาพของระบบ					
<b>ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้า</b>					
19. การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e - commerce					
20. ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า					
<b>ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร</b>					
21. พนักงานได้รับการอบรมการใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน					
22. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์					
23. พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์					
24. พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี					



**ส่วนที่ 3** ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่ม  
อุตสาหกรรมลวดสลิง

**ชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ความสำเร็จของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็นของท่าน		
	เพิ่มขึ้น (3)	คงที่ (2)	ลดลง (1)
1. อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร (Increased Profitability)			
2. ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน (Increased Return on Investment)			



**ภาคผนวก ข**  
**การประมวลผลข้อมูล**

GET

FILE='C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\SPSS\spss new edit.sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

FREQUENCIES VARIABLES=open type employee invest

/ORDER=ANALYSIS.

**Frequencies**

**Notes**

Output Created		30-SEP-2015 12:51:13
Comments		
	Data	C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\SPSS\spss new edit.sav
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	282
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=open type employee invest  /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.02

[DataSet1] C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\SPSS\spss new edit.sav

**Statistics**

		open	type	employee	invest
N	Valid	282	282	282	282
	Missing	0	0	0	0

**Frequency Table**

**open**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	63	22.3	22.3	22.3
	2	127	45.0	45.0	67.4
	3	45	16.0	16.0	83.3
	4	47	16.7	16.7	100.0
	Total	282	100.0	100.0	

**type**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	40	14.2	14.2	14.2
	2	134	47.5	47.5	61.7
	3	25	8.9	8.9	70.6
	4	50	17.7	17.7	88.3
	5	33	11.7	11.7	100.0
Total	282	100.0	100.0		

**employee**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	69	24.5	24.5	24.5
2	93	33.0	33.0	57.4
Valid 3	81	28.7	28.7	86.2
4	39	13.8	13.8	100.0
Total	282	100.0	100.0	

**invest**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	51	18.1	18.1	18.1
2	107	37.9	37.9	56.0
Valid 3	56	19.9	19.9	75.9
4	31	11.0	11.0	86.9
5	37	13.1	13.1	100.0
Total	282	100.0	100.0	

**Factor Analysis**

[DataSet1] C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\13-3-15\SPSS\SPSS 2\spss new edit.sav

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.612
Approx. Chi-Square		2010.718
Bartlett's Test of Sphericity	df	276
	Sig.	.000



Variable	องค์ประกอบ	ค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์				
		ปัจจัย 1	ปัจจัย 2	ปัจจัย 3	ปัจจัย 4	ปัจจัย 5
การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง / และนโยบายของรัฐบาล	1	0.836				
การเกิดวิกฤติน้ำมันโลก	1	0.742				
การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก	1	0.738				
ความสามารถในการแข่งขันของผู้แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน	1	0.719				
การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี / กฎหมาย	1	0.718				
จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน	1	0.702				
พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	2		0.778			
การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e - commerce	2		0.708			
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	2		0.672			
พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี	2		0.613			
พนักงานได้รับการอบรมการใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน	2		0.579			
ความเชื่อถือและการไว้ใจใ่วางใจจากลูกค้า	2		0.494			
ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3			0.788		
ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3			0.722		
สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท						
ความพร้อมใช้ หรือความเสถียรภาพของระบบ	3			0.67		
ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระบบ	3			0.518		
ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล	4				0.675	
ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานในอนาคต	4				0.631	
มีรูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงตามความต้องการของลูกค้า	4				0.615	
ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	4				0.54	
ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	5					0.727
ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ	5					0.726
มีระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง	5					0.543
ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5					0.46
<b>รวมตัวแปร</b>		6	6	4	4	4

GET

FILE='C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\13-3-15\SPSS\SPSS 2\spss new edit.sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

DESCRIPTIVES VARIABLES=PP1 PP2 PP3 PP4 PP5

/STATISTICS=MEAN STDDEV.

**Descriptives**

[DataSet1] C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\13-3-15\SPSS\SPSS 2\spss new edit.sav

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
pp1	282	4.0912	.94320
pp2	282	4.1420	.69012
pp3	282	3.9566	.75141
pp4	282	3.9326	.65204
pp5	282	4.0009	.54246
Valid N (listwise)	282		

**Descriptives**

[DataSet1] C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\13-3-15\SPSS\SPSS 2\spss new edit.sav

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
a1	282	4.58	.936
a2	282	4.10	1.151
a3	282	3.84	1.449
a4	282	3.82	1.327
a5	282	4.01	1.403
a6	282	4.17	1.334
Valid N (listwise)	282		

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
a19	282	4.44	.713
a20	282	4.01	.956
a21	282	4.00	1.122
a22	282	4.06	1.274
a23	282	4.04	1.013
a24	282	4.31	1.152
Valid N (listwise)	282		

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
a9	282	3.86	.983
a10	282	3.97	1.024
a11	282	3.92	1.134
a18	282	4.08	1.085
Valid N (listwise)	282		

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
a8	282	3.97	.906
a15	282	3.94	.986
a16	282	3.91	.946
a17	282	3.91	1.110
Valid N (listwise)	282		



### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
a7	282	4.36	.703
a12	282	3.99	1.103
a13	282	3.89	.768
a14	282	3.77	.814
Valid N (listwise)	282		

### Descriptives

[DataSet1] C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\13-3-15\SPSS\SPSS 2\spss new edit.sav

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
profit	282	2.2926	.75590
ROI	282	2.1531	.74107
Valid N (listwise)	282		

## Correlations

		Correlations						
		pp1	pp2	pp3	pp4	pp5	profit	ROI
pp1	Pearson Correlation	1	.115	.145*	.243**	.321**	.259**	.158**
	Sig. (2-tailed)		.058	.016	.000	.000	.000	.009
	N	282	282	282	282	282	282	282
pp2	Pearson Correlation	.115	1	.377**	.291**	.301**	.280**	.272**
	Sig. (2-tailed)	.058		.000	.000	.000	.000	.000
	N	282	282	282	282	282	282	282
pp3	Pearson Correlation	.145*	.377**	1	.168**	.121*	.204**	.039
	Sig. (2-tailed)	.016	.000		.005	.042	.001	.510
	N	282	282	282	282	282	282	282
pp4	Pearson Correlation	.243**	.291**	.168**	1	.169**	.220**	.164**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005		.005	.000	.006
	N	282	282	282	282	282	282	282
pp5	Pearson Correlation	.321**	.301**	.121*	.169**	1	.381**	.150*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.042	.005		.000	.012
	N	282	282	282	282	282	282	282
profit	Pearson Correlation	.259**	.280**	.204**	.220**	.381**	1	.499**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000
	N	282	282	282	282	282	282	282
ROI	Pearson Correlation	.158**	.272**	.039	.164**	.150*	.499**	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.510	.006	.012	.000	
	N	282	282	282	282	282	282	282

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

[DataSet1] C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\13-3-15\SPSS\SPSS 2\spss new edit.sav

## REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Y1N

/METHOD=ENTER PP1 PP2 PP3 PP4 PP5.

**Regression**

[DataSet1] C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\13-3-15\SPSS\SPSS 2\spss new edit.sav

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.456 <sup>a</sup>	.208	.193	.51028

a. Predictors: (Constant), pp5, pp3, pp4, pp1, pp2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.289	.357		-.810	.419
1					
pp1	.138	.064	.128	2.160	.032
pp2	.139	.074	.118	1.871	.062
pp3	.076	.044	.102	1.723	.086
pp4	.077	.051	.089	1.518	.130
pp5	.278	.062	.269	4.476	.000

a. Dependent Variable: profit

## Regression

[DataSet1] C:\Users\Administrator\Desktop\IS MAHIDOL new\13-3-15\SPSS\SPSS 2\spss new edit.sav

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.318 <sup>a</sup>	.101	.084	.53978

a. Predictors: (Constant), pp5, pp3, pp4, pp1, pp2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.717	.377		1.899	.059
	pp1	.126	.068	.117	1.853	.065
	pp2	.295	.078	.253	3.764	.000
	pp3	-.056	.047	-.076	-1.206	.229
	pp4	.065	.054	.075	1.207	.228
	pp5	.032	.066	.032	.492	.623

a. Dependent Variable: ROI