

# การพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค

ปวินท์ เทพกoonหนิมิตต์<sup>1</sup> และ นพดล พันธุ์พานิช<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

## THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM IT BUSINESS MANAGEMENT IN THE PROVINCIAL

Pawin Thepgoonhanimitta<sup>1</sup> and Noppadol Punpanich<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Doctor of Business Administration student, Business Administration, Graduate School, Western University, Thailand

<sup>2</sup>Lecturer of the Doctor of Business Administration Program, Graduate School, Western University, Thailand

E-mail address: pawin9812@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 22 สิงหาคม 2562

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 5 มีนาคม 2564

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 27 สิงหาคม 2562

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค (2) ศึกษาปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค (3) ศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม โดยวิธีเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 416 ตัวอย่าง การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 15 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ทั้ง 8 ด้าน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือด้านความเป็นอิสระ
2. ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการให้บริการ
3. ความคิดเห็นต่อปัจจัยแนวคิดการจัดการทางธุรกิจของผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากคือด้านการนำ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยหลักการจัดการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญภาวะวิกฤตแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยียุคไร้สายมากขึ้น ผู้ประกอบการควรติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและรู้เท่าทัน

**คำสำคัญ:** การพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจ ธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อม ความสำเร็จของธุรกิจ

### Abstract

The objectives of this research were to (1) study the management of Small and Medium – sized IT business in the provincial areas. (2) study the problem and obstacles in the management of Small and Medium – sized IT business in the provincial areas. (3) study the development guidelines in management of Small and Medium – sized IT business in the provincial areas. This study use the mixed research methodology including quantitative and qualitative research. The sample size of quantitative research were 416 people. The qualitative research uses interview method from 15 key informations. The research instrument were questionnaires and semi-structured interview forms. The statistics used in quantitative analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing using Pearson Correlation Coefficient.

The result of the study were as follows.

1. The opinions on the characteristic of entrepreneurs in all 8 aspects showed that the overall were at a moderate level, when considering each aspect, it was found that the highest average is at agree level as independence.

2. The opinions on 7 aspect of service marketing mix factors it was found that in overall was at the moderate level, when considering each aspect it was found that the highest average is agree level as process.

3. The opinions on the business management concept factors of the 4 aspect found that the overall was at moderate level, when considering each aspect it was found that the highest average is agree level as leading.

4. The hypothesis test result found that entrepreneurs characteristic factors, service marketing factors and management principles were significantly related to business success at the .05 level.

5. In-depth interview results found that the business tends to grow continuously, However, as business today are faced with a crisis from the changing trend of the era of wireless entrepreneurs should monitor the situation closely and be aware of it.

**Keywords:** business Management development, small and medium IT business, business success

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานของบุคคลและองค์กร แต่จากวิถีการใช้ชีวิตในปัจจุบันทำให้ดิจิทัลกลายเป็นสิ่งหลอมรวมเข้ากับชีวิตคนอย่างแท้จริงและเปลี่ยนโครงสร้างของรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการทางสังคม รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไปอย่างสิ้นเชิง แนวโน้มของอุตสาหกรรมดิจิทัลในระดับโลกจึงมีศักยภาพสูงมากภายใต้โครงสร้างอุตสาหกรรม 4.0 ของโลก โดยเทคโนโลยีดิจิทัลจะเข้าไปเกี่ยวข้องและครอบคลุมอุตสาหกรรมที่จะต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ มากมาย ซึ่งภายใต้โครงสร้างอุตสาหกรรม 4.0 ของโลก เทคโนโลยีดิจิทัลจะเข้าไปเกี่ยวข้องและครอบคลุมอยู่ในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ (Mobile Devices) อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things: IoT) เทคโนโลยีการระบุตำแหน่ง (Location Detection Technologies) อุปกรณ์ขั้นสูงที่เชื่อมต่อกับคน (Advance Human-Machine Interfaces) การป้องกันการทุจริต (Authentication and Fraud Detection) การพิมพ์สามมิติ (3D Printing) เซ็นเซอร์อัจฉริยะ (Smart Sensors) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Big Data การใช้สูตรขั้นสูงการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหลายระดับ และโปรไฟล์ของลูกค้า (Multilevel Customer Interaction and Customer Profiling) เทคโนโลยีใหม่ที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือน AR (Augmented Reality) และ VR (Virtual Reality) และระบบประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing) โดยสภาวะการณ์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลจะเติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องจากวิถีในการดำเนินชีวิตของคนปัจจุบัน และการเติบโตของการตลาดดิจิทัลของโลกเนื่องมาจากความนิยมในการถ่ายทอดสด (Live Platforms) Chatbots Immersive Video และ Digital VDO เป็นต้น จากรายงานประจำปี 2559 ของ Price Water & Cooper (2016 : 2-5) (PwC IAB Internet Advertising Revenue Report) พบว่า Digital Video ได้รับความนิยมสูงมากโดยเฉพาะ Digital Video ใน Mobile กระแสการบริโภควิดีโอ (Video) มีมูลค่าสูงถึง 1.6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ถึงร้อยละ 178 ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญอย่างเร่งด่วนในการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศเพื่อแก้ปัญหาและเพิ่มโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ด้วยการลงทุน

และพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัล โดยมีการจัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Ministry of Digital Economy and Society) ขึ้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2545 ภายใต้ชื่อกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ต่อมาได้มีการปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2559 โดยจัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมขึ้นแทน มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการวางแผน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล การจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อผลักดันให้เทคโนโลยีดิจิทัลและอุตสาหกรรมดิจิทัลเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในอนาคต เพื่อใช้ในการเปลี่ยนผ่านประเทศ และการปฏิรูปกระบวนการทางธุรกิจ การผลิต การค้า และการบริการ การปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารราชการแผ่นดิน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อันจะนำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของประเทศไทยตามนโยบายของรัฐบาล

อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Industry) ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมของไทยที่รัฐบาลกำหนดให้เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องตามแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระยะ 20 ปี ของประเทศไทยดังกล่าวแล้ว ด้วยศักยภาพด้านตลาดในประเทศและนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมกลุ่มไอที ซึ่งในเชิงการตลาดอาจแบ่งอุตสาหกรรมไอที จำแนกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ คอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ (Multi-User System) คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Single-User System หรือ PC) ซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (Packaged Software) อุปกรณ์เครือข่ายเน็ตเวิร์ค (Data Communication Equipment) และบริการต่าง ๆ เกี่ยวกับ IT (IT Services) (สมาคมคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทย, 2561 : 2)

นอกจากนี้ข้อมูลของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ปี 2561 พบว่ามีจำนวนร้านค้าขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ที่จดทะเบียนประเภทบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญจำกัด ในพื้นที่ภาคเหนือ 328 ราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 364 ราย ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) 943 ราย ภาคตะวันตก 73 ราย ภาคตะวันออก 277 ราย และภาคใต้ 322 ราย รวมทั้งประเทศ จำนวน 2,307 ราย และจำนวนผู้ประกอบการค้าส่งคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง ตามข้อมูลของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ปี 2561 มีในพื้นที่ ภาคเหนือ 124 ราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 134 ราย ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) 470 ราย ภาคตะวันตก 21 ราย ภาคตะวันออก 88 ราย และภาคใต้ 95 ราย รวมทั้งประเทศ จำนวน 932 ราย จะเห็นได้ว่าภาพรวมของธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมไอที ค้าปลีกในปี 2558 มีมูลค่า 144,889.64 ล้านบาท ในปี 2559 มีมูลค่า 171,267.26 ล้านบาท และปี 2560 มีมูลค่า 176,044.00 ล้านบาท โดยมีแนวโน้มของรายได้รวมเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมไอทีต่อระบบเศรษฐกิจรวมของประเทศเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม การจะนำไอทีมาใช้ในกระบวนการทางธุรกิจ จำเป็นต้องมีการวางแผนและการบริหารจัดการเทคโนโลยีอย่างรอบครอบ เป็นระบบ เนื่องจากการลงทุนทางด้านไอทีมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงเร็ว ผู้บริหารขององค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถทั้งด้านการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการบริหารจัดการ การวางแผนระบบไอที เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานทางธุรกิจโลกไร้พรมแดน และเป็น

ความก้าวหน้าแบบก้าวกระโดด เพื่อสามารถที่จะนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาประยุกต์ใช้งานได้อย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด อำนวยความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันกันมากขึ้น เนื่องจากลักษณะการดำเนิน ธุรกิจในปัจจุบันของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าส่งและค้าปลีกคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่นั้นยังมีรูปแบบเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเปิดกิจการร้านค้าตาม ตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ตั้งแต่หนึ่งคูหาหรือมากกว่า โดยมีการจัดตั้งเป็นนิติบุคคลรูปแบบต่าง ๆ เช่น ห้าง หุ่นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัทจำกัด เป็นต้น กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศทั้งในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและในส่วนภูมิภาค นอกจากนี้ยังพบว่ากิจการหลายแห่งยังขาดการจัดระบบการบริหารจัดการองค์กรที่มีมาตรฐาน ดำเนินงานในลักษณะเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจัดโครงสร้างองค์กรและการ แบ่งงานตามหน้าที่ต่าง ๆ ให้ชัดเจน จึงเป็นจุดอ่อนและอุปสรรคสำคัญในอันที่จะพัฒนาและต่อยอดองค์กรทาง ธุรกิจที่สำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้ให้สามารถเจริญเติบโตได้ในอนาคต

นอกจากนี้ ระบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจไอที นอกจากจะสอดคล้องกับการผลิต และจำหน่าย ยังต้องคำนึงถึงการบริการเป็นสำคัญ ดังนั้น การใช้ระบบบริหารจัดการธุรกิจในการเก็บรวบรวม ฐานข้อมูลรายการสินค้าและบริการ รวมถึงลูกค้าและคู่ค้าธุรกิจ การใช้ซอฟต์แวร์เพื่อวิเคราะห์ฐานข้อมูล ที่เกี่ยวข้องจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำ เทคโนโลยีดิจิทัลดังกล่าวมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจได้ในหลาย ๆ กระบวนการ สนองต่อแนวโน้มของ ภาครัฐ คลาวด์ คอมพิวติ้ง (Cloud Computing) รวมถึงพัฒนาการความก้าวหน้ายุคดิจิทัลดังกล่าวจึงเป็นตัว แปรสำคัญในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมไอทีเพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีใน โลกยุคใหม่เพื่อให้บริการ รวมถึงมีอาชีพใหม่เกิดขึ้นในวงการอุตสาหกรรม ไอที ในเรื่องโอกาสทางด้าน “Cloud Computing” ของประเทศไทยมีความต้องการใช้ที่มากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) สามารถใช้ไอทีในการแข่งขัน สร้างผลกำไร ตลอดจนบริษัทซอฟต์แวร์มีโอกาสด้าน ช่องทาง การแข่งขันกับต่างประเทศได้มากขึ้น

จากบทบาทสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจไอที ที่มีต่อบริบทการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ และสังคมดังกล่าว จึงสมควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการธุรกิจไอทีให้มี ศักยภาพ เพิ่มขีดความสามารถให้พร้อมต่อการแข่งขันทางการค้าทั้งระดับประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อ รองรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่มีพลวัตสูงขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่ม อุตสาหกรรมไอที จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง สภาพทั่วไปของการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและ ขนาดย่อมในส่วนภูมิภาคในปัจจุบันว่ามีลักษณะการบริหารจัดการองค์กรเป็นอย่างไร ปัญหาและอุปสรรค สำคัญในการดำเนินธุรกิจและแนวทางในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการในธุรกิจไอทีเป็นอย่างไร ทั้งนี้ เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค ให้เป็นองค์กรทาง ธุรกิจที่มีคุณภาพ ยกย่ององค์กรให้มีมาตรฐานการดำเนินงานให้เป็นสากล เสริมสร้างศักยภาพ ขีด ความสามารถการแข่งขันทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมไอทีของประเทศไทยให้เติบโตและอยู่ รอดอย่างยั่งยืน ยกย่องการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมให้สามารถใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการ

ทางด้านไอทีเงินบรรลุวัตถุประสงค์ของลูกค้าและสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศให้เข้มแข็งเติบโตต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

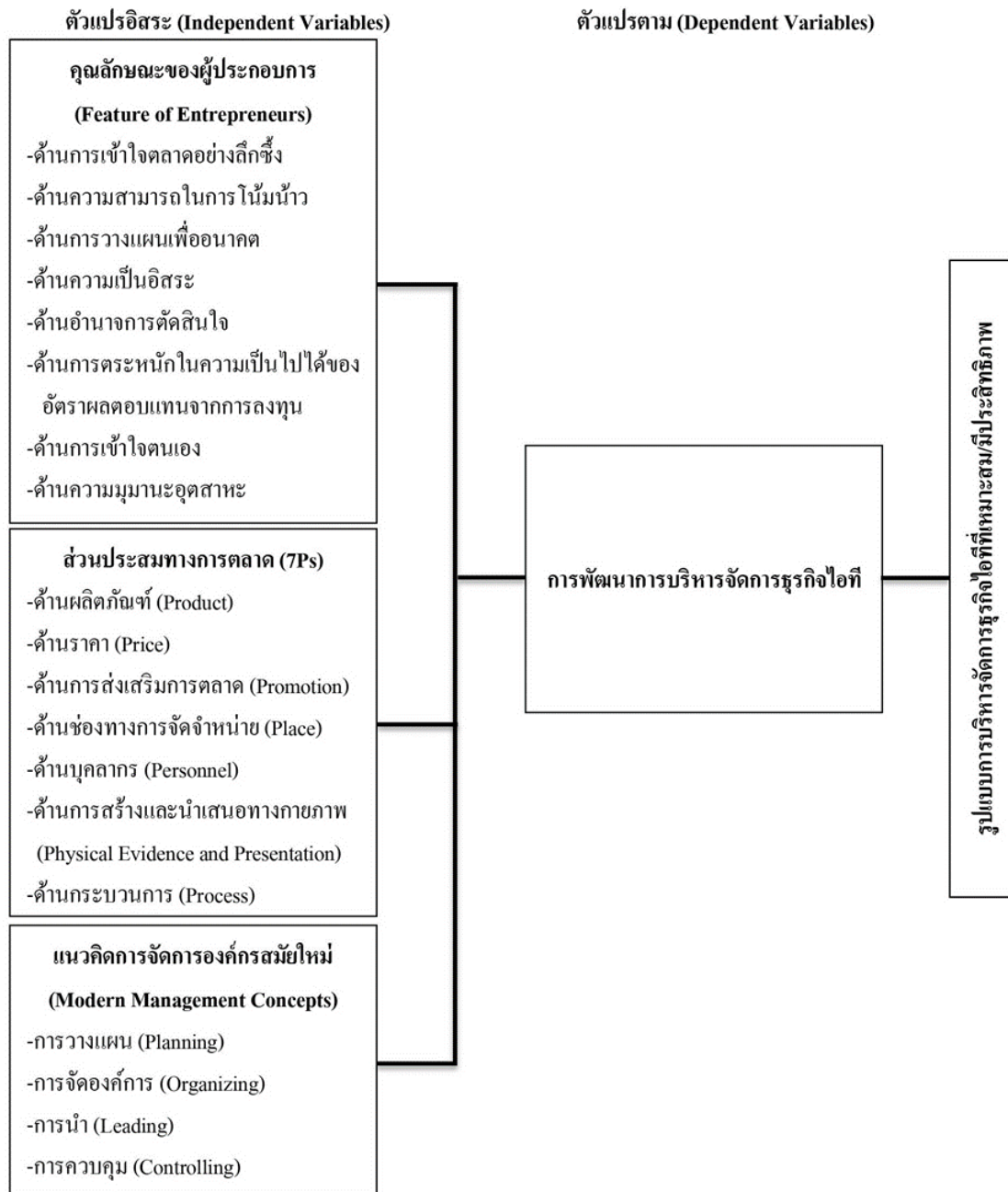
การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค
2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม ประกอบด้วย 1) การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ ผู้ประกอบการธุรกิจไอทีขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนภูมิภาค ประเภทร้านค้าขายปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ ที่จดทะเบียนประเภทบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญจำกัด ตามข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ปี พ.ศ. 2561 จำนวน 3,239 ราย ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบการแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบเป็นสัดส่วน (Quota Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 416 ราย และ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วยผู้บริหารองค์กรหรือหน่วยงานในภาคอุตสาหกรรมไอที และนักวิชาการด้านการบริหารจัดการองค์กร ที่คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposeful Selection) ตามเกณฑ์ของสเตรสส์ และคอร์บิน (Strauss and Corbin, 1998) จำนวน 15 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และการวิเคราะห์เนื้อหา สถิติที่ใช้คือสถิติพรรณนาคือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอนุมานด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

## สรุปผล

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-33 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 มีประสบการณ์ในการทำงาน

ระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 และทั้งหมดเป็นกิจการขนาดเล็ก จำนวน 416 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินการระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 159 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 38.2

2. ความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 8 ด้าน พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$  = 3.30) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความเป็นอิสระ อยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X}$  = 4.11)

3. ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน พบว่าในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$  = 2.83) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X}$  = 3.73)

4. ความคิดเห็นต่อปัจจัยแนวคิดการจัดการทางธุรกิจของผู้ประกอบการ 4 ด้านพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$  = 3.25) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการนำ (Leading) อยู่ในระดับเห็นด้วย ( $\bar{X}$  = 3.51)

5. จากการทดสอบสมมติฐานด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจไอทีมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ณ ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจไอทีและปัจจัยหลักการจัดการธุรกิจของธุรกิจไอทีไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

6. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวม และเป็นดัชนีชี้วัดสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความมั่งคั่งของประชาชนและความมั่นคงของประเทศ ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกจึงถือเป็นหัวใจของระบบเศรษฐกิจภูมิภาค ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาธุรกิจให้มีมาตรฐานและยกระดับศักยภาพธุรกิจให้เข้มแข็ง สามารถแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยผู้ประกอบการค้าปลีกและค้าส่งคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไอทีจึงควรตรวจสอบติดตามแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมดิจิทัลหลักสามกลุ่มของไทยอย่างใกล้ชิด เพื่อรู้เท่าทันทั้งปัจจัยเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไอทีในส่วนภูมิภาค

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษามีข้อค้นพบที่น่าสนใจอยู่หลายประเด็นซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอในการอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจไอทีโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุธีรา อะทะวงษา (2557) ที่ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรทุกตัวมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรผล กล่าวคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ และยังพบว่า

ลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตโดยมีลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ องค์การมีการทำงานเชิงรุก กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์กร แสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเท่าใดย่อมส่งผลให้การทำงานในสถานประกอบการมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นก่อให้เกิดการพัฒนาผลประกอบการและความเจริญเติบโตในที่สุด

2. ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจไอทีเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านยังพบว่า ด้านความเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ด้านความเป็นอิสระ และด้านความตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นราเขต ยิ้มสุข, 2552) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จ ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ และความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ความสำเร็จของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจไอทีพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเป็นอิสระ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.11) รองลงมาคือ ด้านอำนาจการตัดสินใจ และด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.08) แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะตามธรรมชาติของการเป็นผู้ประกอบการที่ต้องการความเป็นอิสระในการทำงานด้วยตนเอง เป็นบุคคลที่ริเริ่ม คิดและวางแผนและการตัดสินใจในการทำงานทางธุรกิจด้วยตัวเอง นับว่าสอดคล้องกับการอธิบายความหมายของการเป็นผู้ประกอบการที่ว่าบุคคลที่รู้จักแสวงหาโอกาสจากสถานการณ์ต่าง ๆ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ กล่าวที่จะยอมรับความเสี่ยง ไม่ย่อท้อต่อปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งข้อค้นพบนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชลิตา บุญญา, 2559) ที่ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการโน้มน้าว ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต ด้านอำนาจการตัดสินใจ ด้านการเข้าใจตนเอง และโอกาสของธุรกิจ โดยร่วมกันพยากรณ์ความผันแปรของความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพมหานครได้ คิดเป็นร้อยละ 55.56 ในขณะที่ด้านการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ด้านความเป็นอิสระ ด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนและด้านความมุ่งมั่นอดุสาหะไม่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 2.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.73) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.66) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (ศศิกันต์ จงสุข, 2554) ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อ

เพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงกรณีศึกษา บมจ.ชินเน็ค (ประเทศไทย) ผลการศึกษาด้านการตลาด พบว่า กลยุทธ์ระดับองค์กรคือ การเติบโตโดยใช้พันธมิตรทางการค้า กลยุทธ์ระดับธุรกิจคือ การมุ่งเน้นและสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์กลุ่มประเภทชุดคอมพิวเตอร์ประกอบเสร็จและกึ่งเสร็จ กลยุทธ์ระดับหน้าที่คือ การจัดการส่วนผสมทางการตลาด 7Ps โดยมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, 2559) ซึ่งทำการศึกษา ผลการดำเนินงานของธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการกับขอบข่ายการแข่งขันและศักยภาพองค์กร เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสมรรถนะของผู้ประกอบการ ขอบข่าย การแข่งขัน และศักยภาพองค์กร จากงานวิจัยนี้จึงเน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านกระบวนการทางการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานทางธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

5. ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแนวความคิดการจัดการทางธุรกิจของผู้ประกอบการ 4 ด้านพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.25$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการนำ (Leading) อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.51$ ) รองลงมาคือ ด้านการวางแผน (Planning) อยู่ในระดับเห็นด้วย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.44$ ) แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของบทบาทด้านการนำ และการวางแผนต่อความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (ณชพัฒน์ ศรีหิรัญ, 2560) ที่ศึกษาถึงปัจจัยการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดชุมพร พบว่า 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านภาวะผู้นำมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด รองลงมาด้านทัศนคติและด้านประสบการณ์ตามลำดับ การบริหารจัดการการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และด้านการตลาด มีค่าอยู่ในระดับมากเท่ากัน รองมาคือ การจัดการธุรกิจ และด้านการจัดการแรงงานตามลำดับ ผลสำเร็จด้านภาพลักษณ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองมาคือ ด้านลูกค้าเพิ่ม ด้านพนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กร และด้านขยายกิจการเพิ่มตามลำดับ 2) คุณลักษณะและการบริหารจัดการของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 3) ความคิดเห็นคุณลักษณะด้านภาวะผู้นำ ทัศนคติและประสบการณ์ การบริหารจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การจัดการแรงงาน การตลาดและการจัดการธุรกิจส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการทุกด้านมีความสำคัญเท่ากันทุกด้าน

6. จากการสังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวมและเป็นดัชนีชี้วัดที่สำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความมั่งคั่งของประชาชนและความมั่นคงของประเทศ และมีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการและความเป็นอยู่ของประชาชนเป็นจำนวนมาก ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกจึงถือเป็นหัวใจของระบบเศรษฐกิจภูมิภาค และเป็นกลไกสำคัญของการขยายตลาดทั้งผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือสินค้าเกษตรในท้องถิ่น รวมถึงเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากด้วย ประกอบกับการเปิดตลาดเสรีการค้าและบริการ ทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุนเป็นไปอย่างเสรีในกลุ่มอาเซียน ส่งผลให้ธุรกิจในประเทศไทยมีแนวโน้มการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับตัวและ

พัฒนาธุรกิจให้มีมาตรฐานคุณภาพ เพื่อยกระดับและเพิ่มศักยภาพธุรกิจให้มีความเข้มแข็ง แข่งขันได้ และเติบโตอย่างยั่งยืน ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไอทีจึงควรตรวจสอบติดตามแนวโน้มการเติบโตของ 3 อุตสาหกรรมดิจิทัลหลักของไทยอย่างใกล้ชิด เพื่อรู้เท่าทันทั้งปัจจัยเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไอทีในส่วนภูมิภาค

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1.1 จากผลการศึกษาพบผลลัพธ์ของปัจจัยร่วมเชิงลบจำนวน 3 ปัจจัยคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการโน้มน้าว ส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ หลักการจัดการธุรกิจด้านการจัดการองค์การที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ แสดงว่าการบริหารจัดการในปัจจุบันดังกล่าวยังมีปัญหา จึงสมควรที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรจัดทำแผนงานปรับปรุงและพัฒนาระบบการบริหารจัดการสำหรับธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไอทีให้เป็นมาตรฐานที่สอดคล้องกับศักยภาพความพร้อมและสถานการณ์ความจำเป็นของธุรกิจ ด้วยการจัดทำโครงการฝึกอบรมให้ความรู้แก่คณะทำงานของผู้ประกอบการและประเมินสถานะปัจจุบันของผู้ประกอบการตามผลการวิจัยที่ได้ มีการจัดทำแผนปฏิบัติการ และวิธีดำเนินงานในการพัฒนา ดำเนินการให้คำปรึกษาแนะนำและแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานจริงแก่ผู้ประกอบการตามแผนปฏิบัติการ และติดตามและประเมินประสิทธิภาพของการให้คำปรึกษาแนะนำ

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไอทีควรตรวจสอบติดตามแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมดิจิทัลหลักของไทยอย่างใกล้ชิด เพื่อให้รู้เท่าทันทั้งปัจจัยเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบและสามารถปรับกลยุทธ์และแนวทางดำเนินธุรกิจได้อย่างทันการ

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม ทั้งวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมดิจิทัลไทย โดยเน้นหนักในเรื่องการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะและรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อการนำมาซึ่งความสำเร็จสำหรับกิจการค้าปลีกและค้าส่งคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไอที

2.3 ควรศึกษาที่มุ่งเน้นปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถในการโน้มน้าวหรือจิตวิทยาการบริหารงานองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

2.4 เน้นศึกษาด้านภาวะผู้นำองค์กรที่พึงประสงค์ ความสำเร็จของการจัดการองค์กรโดยเน้นประเด็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลง เพราะผู้นำในองค์กรคือผู้ที่มิบทบาทเป็นอย่างสูงต่อความสำเร็จ

2.5 ศึกษาถึงการประยุกต์ใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เช่น ระบบไลน์กลุ่ม Facebook live, Web Blogs และระบบสื่อสารไร้สายอื่น ๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในงานด้านการพัฒนาทางการตลาดธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ไอทีเนื่องจากเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถเข้าถึงได้ในระดับบุคคล

### เอกสารอ้างอิง

- ชลิตา บุญญา. (2559). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณชพัฒน์ ศรีหิรัญ. (2560). *ปัจจัยการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดชุมพร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร.
- นราเชต ยิ้มสุข. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์. (2559). *ผลการดำเนินงานของธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการกับขอบข่ายการแข่งขันและศักยภาพองค์กร* (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศศิกันต์ จงสุข. (2554). *กลยุทธ์การตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในการแข่งขันในอุตสาหกรรมตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง: กรณีศึกษา บมจ. ชินเน็ค (ประเทศไทย) (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สมาคมคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทย. (2561). *สถานการณ์อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2561, จาก [www.thaicomputersociety.org](http://www.thaicomputersociety.org)
- สุธีรา อะทะวงษา. (2557). *คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย* (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Price Water & Cooper. (2016). *Internet Advertising Revenue Report*. Retrieved from <http://www.pwc.com/gx/en>.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research. Techniques and procedures of developing grounded theory* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.