

**ปัจจัยของผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบ และการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**  
**Effects Entrepreneur, Government Support, System Management Effectiveness and Competition Factors toward the Success of Electronic Commerce Business**

ธีรินทร์ เกตุวิจิตร<sup>1</sup> บุญทวารณ วิงวอน<sup>1</sup> และจงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ<sup>2</sup>  
Teerin Ketvichit<sup>1</sup>, Boonthawan Wingwon<sup>1</sup> and Jongkolbordin Saenga-saphawiriya<sup>2</sup>

<sup>1</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

119 หมู่ที่ 9 ถนนลำปาง-แม่ทะ ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100

<sup>2</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย เชียงใหม่ 50000

<sup>1</sup>Faculty of Management Sciences Lampang Rajabhat University

119 Moo 9 Lampang-Maetha Road Tambon Chompoo Amphue Muang Lampang Province 52100

<sup>2</sup>Faculty of Business Administration Maejo University Rajabhat University Tambon Nonghan

Amphue Sansai Chaingmai Province 50000

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบ และการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในประเทศไทยจำนวน 1,096 ราย ผลการศึกษาพบว่า อิทธิพลเชิงสาเหตุของประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีอิทธิพลต่อการแข่งขัน มากที่สุด รองลงมาคือประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ ตามลำดับและการแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

**คำสำคัญ :** ปัจจัยของผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบ การแข่งขัน ความสำเร็จธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### Abstract

The purpose of this research was to study The Effects Entrepreneur, Government Support, System Management effectiveness and Competition Factors toward the Success of Electronic Commerce Business and to analyze causal relationship model of causal effects which effect toward the success of electronic commerce business in Thailand. The sampling

<sup>\*</sup>Corresponding Author. E-mail: kteerin@hotmail.com



group was 1,096 electronic commerce entrepreneurs in Thailand. The outcomes of research revealed that system management efficiency had the most effect toward competition, and followed by system management efficiency had effect toward success of electronic commerce business, government supports had effect toward success of electronic commerce business, entrepreneur factors had effect toward system management efficiency, government supports had effect toward system management efficiency respectively. Lastly, competition had no effect toward success of electronic commerce business.

**Keywords:** Entrepreneur factor, Government supports, System management effectiveness, Competition, Success of electronic commerce business

## บทนำ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มมากขึ้นตามบริบทของสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างโอกาสการเติบโตของธุรกิจ และได้พัฒนามาอยู่บนระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้การติดต่อซื้อขายสามารถทำได้ อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องมีการตั้งร้านค้าจริง ๆ ขึ้นมา ทำให้เกิดผู้ประกอบการหน้าใหม่ขึ้นมากมายโดยที่หนึ่งในวิธีการนี้คือการขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce หรือ E-commerce) อีกทั้งการเข้ามาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ ในระดับเศรษฐกิจเป็นการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบดิจิทัล (Digital economy) มีผลให้ระบบการค้าของโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงไปเป็นระบบที่ใช้การโอนถ่ายข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อย่างไม่มีขีดจำกัดในด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งมีผลก่อให้เกิดการขยายตัวทางการค้า เป็นแหล่งที่เสียภาษีให้กับหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น และสามารถกระจายรายได้ไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก ส่วนในระดับธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามาทดแทนกระบวนการดำเนินธุรกิจ ทำให้การปฏิบัติงานเป็นแบบอัตโนมัติ และส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยลดต้นทุนและเวลาการปฏิบัติงาน เพิ่มช่องทางทางการตลาดสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้ความสะดวกและรวดเร็วทั้งการจัดการภายในองค์กรและการติดต่อสื่อสารกับองค์กรคู่ค้า (Ghandour et al., 2007; Schoder & Madeja, 2014)

บทบาทและความจำเป็นของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้การดำเนินการค้ารูปแบบใหม่นี้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาอันสั้น อย่างไรก็ตามในช่วงเริ่มต้นพบว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย มีสาเหตุเนื่องมาจากความไม่นิยมใช้บริการของลูกค้าความไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัย และระบบการชำระเงิน ราคาของสินค้าที่สูงกว่าในตลาดทั่วไป การลงทุนต้องใช้เงินลงทุนสูง การขาดการสนับสนุนที่ดีจากธนาคารพาณิชย์ระดับเทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบ ประสิทธิภาพ และความทั่วถึงของโครงสร้างพื้นฐาน การขาดการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐ การขาดกฎหมายที่เกี่ยวข้องมารองรับอย่างสมบูรณ์ การขาดแคลนบุคลากรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการขาดความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น (Schneider, 2006; Ghandour et al., 2007; Piyaket, 2014; Schoder & Madeja, 2014; United Nation Conference on Trade and Development, 2014) อย่างไรก็ตามจากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว ทำให้ในช่วงที่ผ่านมา การเจริญเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้เป็นไปตามที่มีการ

คาดการณ์ไว้ การเจริญเติบโตนี้ไม่ได้ทำให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้นมาก แต่เป็นการเปิดตลาดให้กว้างขึ้นระหว่างผู้ค้าด้วยกันด้วยต้นทุนที่ต่ำ รวมทั้งผลประโยชน์ที่ได้รับเป็นผลประโยชน์อย่างอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น คุณภาพที่เพิ่มขึ้นหรือความพอใจของลูกค้ามากขึ้น เป็นต้น

รายงานของการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา United Nation Conference on Trade and Development (2014) สรุปว่า การเจริญเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในสหรัฐอเมริกาและในยุโรปมีมูลค่าการค้าที่เกิดจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นแต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนธุรกิจที่สามารถติดต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ผู้ซื้อไม่มั่นใจเรื่องการรักษาความลับทางธุรกิจ ข้อมูลส่วนบุคคลเช่น ไม่มั่นใจว่าจะมีผู้นำหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้ประโยชน์ในทางที่มีชอบหรือไม่ รวมถึงผู้ขายไม่มั่นใจว่าลูกค้ามีตัวตนอยู่จริง จะเป็นบุคคลเดียวกับที่แจ้งสั่งซื้อสินค้าหรือไม่ หรือมีความสามารถในการที่จะจ่ายเงินค่าและบริการหรือไม่

Gamrai (2009) ได้สรุปปัญหาพื้นฐานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในปัจจุบันไว้ดังนี้

1. ปัญหาในทางการค้าระหว่างประเทศเนื่องจากไม่มีโครงสร้างพื้นฐานทางกฎหมาย ที่จะเอื้ออำนวยให้การทำธุรกรรมทางการค้า สามารถดำเนินไปอย่างสะดวกรวดเร็ว

2. ปัญหาในการสร้างแรงจูงใจเนื่องจากการที่ประเทศมีกฎหมายที่ได้มาตรฐานในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น กฎหมายแลกเปลี่ยนข้อมูลทาง กฎหมายลายเซ็น และกฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ย่อมจะสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

3. ปัญหาในการสร้างความเชื่อมั่น กฎหมายคุ้มครองข้อมูลข่าวสาร (Data protection law) และกฎหมายอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer related crime) เป็นต้น ย่อมที่จะช่วยให้นักลงทุนชาวต่างชาติมั่นใจในการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐาน รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่มีค่าในสังคมสารสนเทศจะได้รับการคุ้มครอง

4. ปัญหาในการพัฒนาเทคโนโลยีและการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศจะต้องมีกลไกทางกฎหมายที่จะเอื้ออำนวยและสนับสนุนให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีของชาติรวมทั้งการส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างชาติ

5. ปัญหาการเอื้อให้เกิดการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม (Fair competition) การเปิดให้มีการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรมโดยเฉพาะในกิจการโทรคมนาคมจะส่งผลให้มีการดึงดูดการลงทุน การเพิ่มการจ้างงาน และนำเงินตราเข้าประเทศ หากทำอย่างมีระบบและหลักการ

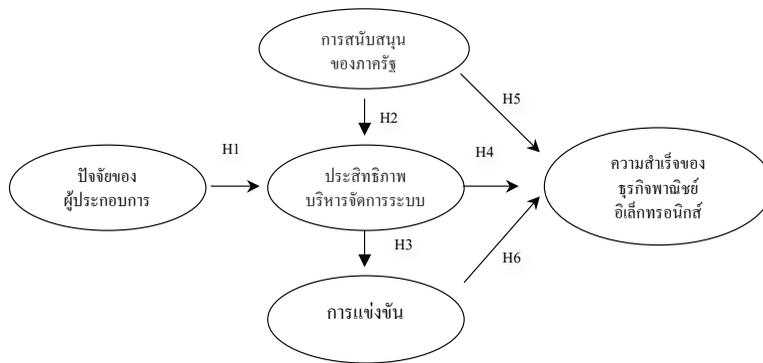
6. ปัญหาในการสร้างศักยภาพในการแข่งขัน (Competitiveness) ท่ามกลางการแข่งขันทางการค้าอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ภาครัฐจำเป็นต้องสร้างกลไกทางกฎหมายที่ส่งเสริมให้ภาคเอกชนไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน

7. ปัญหาในเรื่องช่องว่างระหว่างผู้ซื้อและผู้ให้ข่าวสาร ในยุคที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ภาครัฐมีความจำเป็นที่จะต้องจัดหากลไกทางกฎหมายเพื่อเอื้อให้มีการลดช่องว่างดังกล่าว จากสภาพการดังกล่าวกฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศก็ได้มีพัฒนาการอย่างสอดคล้องกับความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเกิดขึ้นเนื่องจากความจำเป็นของสังคม (Social necessity) และเพื่อจรรโลงให้สังคมมีความเป็นปึกแผ่น (Solidarity)



ผู้บริโภคในปัจจุบันมีทางเลือกในการรับข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ได้หลายรูปแบบ การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบความสำเร็จในปัจจุบันจึงต้องอาศัยปัจจัยหลายประการเข้ามาเกี่ยวข้อง รวมถึงสถานการณ์แข่งขันที่ทวีความรุนแรงด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อเศรษฐกิจและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผู้ประกอบการความต้องการจะประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นคงของประเทศโดยรวมต่อไป นอกจากนี้ยังปัญหาด้านประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบโดยเฉพาะความไม่ปลอดภัยของข้อมูล ขาดการตรวจสอบการใช้บัตรเครดิตบนอินเทอร์เน็ตข้อมูลบนบัตรเครดิตอาจถูกดักฟังหรืออ่าน เพื่อเอาชื่อและหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้โดยที่เจ้าของบัตรเครดิตไม่รู้ได้ การส่งข้อมูลจึงต้องมีการพัฒนาวิธีการเข้ารหัสที่ซับซ้อนหลายขั้นตอน เพื่อให้ข้อมูลของลูกค้าได้รับความปลอดภัยสูงสุด รวมถึงการขาดความรู้ทางเทคโนโลยีและขาดเครือข่ายการสื่อสาร ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีประเด็นเชิงนโยบายที่ทำให้รัฐบาลต้องเข้ามากำหนดมาตรการ เพื่อให้ควบคุมควบคู่กับผู้ซื้อและผู้ขาย ขณะเดียวกันมาตรการมีเรื่องระเบียบที่จะกำหนดขึ้นต้องไม่ขัดขวางการพัฒนาเทคโนโลยี และไม่มั่นใจว่าการทำสัญญาซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจะมีผลถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ และด้านรัฐบาลในกรณีที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่คนละประเทศกันจะใช้กฎหมายของประเทศใดเป็นหลัก หากมีการกระทำผิดกฎหมายในการกระทำการซื้อขายลักษณะนี้ ความยากลำบากในการติดตามการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตอาจทำให้รัฐบาลประสบปัญหาในการเรียกเก็บภาษีเงินได้และภาษีศุลกากร Piyaket (2014) การที่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภค และการปฏิบัติงานของภาครัฐบาล ทำให้รัฐบาลอาจเข้ามากำหนดมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและผู้ขายที่ใช้บริการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งให้ความสนใจในการพัฒนาบุคลากร การพัฒนาปัจจัยที่จะเพิ่มความสะดวกทางด้านโทรคมนาคมสื่อสาร Tangkitvanich (2014) อย่างไรก็ตามพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นที่แพร่หลายสิ่งหนึ่งที่จะต้องมีการพัฒนาควบคู่กันไป คืออุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์รวมทั้งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์โทรคมนาคมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะจะเกื้อกูลให้อุตสาหกรรมดังกล่าวนี้เจริญเติบโตเป็นอย่างมาก พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็ยังช่วยให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตสินค้า กระบวนการผลิตสินค้า และรวมถึงกระบวนการจัดจำหน่ายสินค้า เป็นต้น ด้วยข้อมูลที่ได้นำเสนอมาข้างต้นว่า ผลให้เกิดช่องว่างการวิจัยในด้านปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย และนักวิจัยท่านอื่น ๆ ยังไม่ได้ดำเนินการทำวิจัย จึงเป็นที่มาของการทำวิจัยในครั้งนี้ โดยมีสมมุติฐานการวิจัยดังนี้

- H1: ปัจจัยของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ
- H2: การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ
- H3: ประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีอิทธิพลต่อการแข่งขัน
- H4: ประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- H5: การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- H6: การแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed-methods research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณผสมกับเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเองครอบคลุมตัวแปร 5 ตัวแปร คือ (1) ปัจจัยของผู้ประกอบการ (2) การสนับสนุนของภาครัฐอิเล็กทรอนิกส์ (3) ประสิทธิภาพบริหารจัดการระบบ (4) การแข่งขัน และ (5) ความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ข้อคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบลิเกิร์ต 5 ระดับ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในประเทศไทย รวมทั้งสิ้นจำนวน 1,096 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และใช้โปรแกรม Amos version 21.0 (Arbuckle, 2012) และใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพมาสนับสนุนข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับกลุ่มผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ขึ้นทะเบียนมีสถานประกอบการบนเว็บไซต์ โดยสร้างข้อคำถามปลายเปิด แบบกึ่งโครงสร้างให้ครอบคลุมตามมาตรวัดของทุกตัวแปร เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบยึดจุดมุ่งหมาย โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงโดยการสุ่มเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน และวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

### ผล

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 1,096 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 590 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.80 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุดจำนวน 574 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.40 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ จบระดับปริญญาตรี จำนวน 722 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.90 เป็นสถานประกอบการที่จดทะเบียน 655 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.70 ลักษณะของธุรกิจเป็นแบบบุคคลธรรมดา จำนวน 667 ราย คิดเป็นร้อยละ 687 ราย สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ



ส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ 564 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.5 รูปแบบธุรกิจเป็นแบบธุรกิจ SMEs 518 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.3 แหล่งของเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของ 480 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.80 เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ.2555 จำนวน 231 รองลงมาปี 2556 จำนวน 181 ราย สถานการณ์การเติบโตธุรกิจพาณิชย์เจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้น 756 ราย คิดเป็นร้อยละ 69 ลูกค้ำส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์ในการติดต่อ 736 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.20 สินค้าส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มธุรกิจพาณิชย์กรรม 503 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.90 สินค้ามีหลากหลายประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยว/โรงแรม ยานยนต์ เครื่องใช้ อุปกรณ์ไฟฟ้า อาหาร การเกษตร อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ แฟชั่น สิ่งทอ เครื่องหนัง เสื้อผ้า สิ่งพิมพ์ หนังสือ เครื่องสำอาง ของตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ อัญมณี ทัศนกรรม

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทุกด้านอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ดังนี้ ความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.31 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 ด้านประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบระดับความคิดเห็นค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 ด้าน การแข่งขันค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 และด้านความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.31 ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ปัจจัยของผู้ประกอบการ (Entre)	4.31	.59	มากที่สุด
2. การสนับสนุนของภาครัฐ (Support)	4.32	.61	มากที่สุด
3. ประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ (Perfman)	4.35	.67	มากที่สุด
4. การแข่งขัน (Compet)	4.33	.66	มากที่สุด
5. ความสำเร็จธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Succ)	4.31	.61	มากที่สุด

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยโปรแกรม Amos version 21.0 (Arbuckle, 2012) ผลการทดสอบสมมติฐาน (ตารางที่ 2) พบว่า ปัจจัยของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ ประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีอิทธิพลต่อการแข่งขัน ประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่การแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผลการทดสอบสมมติฐานสรุปดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	Coef.	สรุปผล
H1 : ปัจจัยของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ	0.52***	สนับสนุน
H2 : การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ	0.44***	สนับสนุน
H3 : ประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีอิทธิพลต่อการแข่งขัน	0.89***	สนับสนุน
H4 : ประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.83***	สนับสนุน

สมมติฐานการวิจัย	Coef.	สรุปผล
H5 : การสนับสนุนของภาคมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.56***	สนับสนุน
H6 : การแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	-0.08	ไม่สนับสนุน

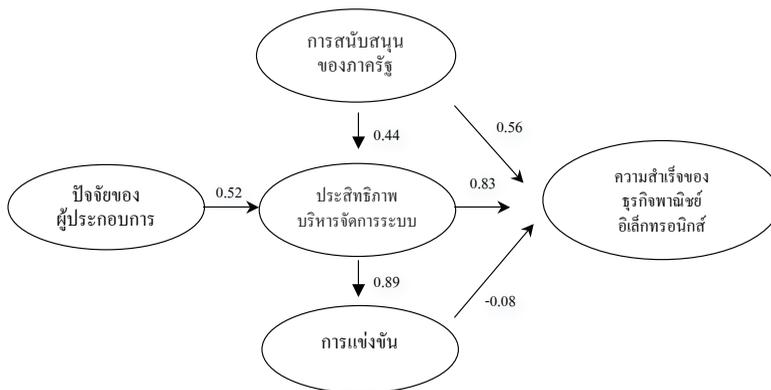
หมายเหตุ \*\*\* นัยสำคัญทางสถิติ  $p < 0.01$

### อภิปรายผล

ปัจจัยของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีทักษะและความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น ภาวะผู้นำ ความรู้ด้านเทคโนโลยี ความสามารถทางการตลาด เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบและความได้เปรียบของธุรกิจ (Ghandour, 2009; Tangkitvanich, 2014) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Huang & Hu (2005) ที่สรุปว่า ปัจจัยด้านผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อผลสำเร็จของการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับการศึกษาของ (Huang et al., 2005; Ghandour, 2009; Xuan et al., 2014) ที่พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสนับสนุนของภาครัฐมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบ เนื่องจากการสนับสนุนของภาครัฐทั้งด้านนโยบายและการสนับสนุนด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยที่สามารถสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ Xuan et al. (2014) ที่สรุปว่า การสนับสนุนของภาครัฐมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ และการศึกษาของ Kvainauskaite et al. (2005) พบว่า การสนับสนุนของภาครัฐมีผลกระทบต่อธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งขนาดกลางและย่อม

ประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการแข่งขัน เนื่องจากการบริหารจัดการธุรกิจโดยมุ่งเน้นผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ สอดคล้องกับข้อสรุปของการศึกษาที่ผ่านมาสรุปว่าความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นผลมาจากการบริหารจัดการระบบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ (Epstein, 2005; Rotchanakitumnuai & Speece, 2007) การสนับสนุนของภาครัฐมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับการศึกษาของ Schneider (2006) สรุปว่าการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านโครงสร้างการประกอบธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความสำเร็จของธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Rotchanakitumnuai & Speece (2007) ศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของร้านค้าออนไลน์ในประเทศไทย สรุปว่าการสนับสนุนของภาครัฐเป็นปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าออนไลน์ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Woon et al. (2011) สรุปว่าความช่วยเหลือและความมุ่งมั่นของภาครัฐในการส่งเสริมธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประสิทธิผลการบริหารจัดการระบบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของธุรกิจสอดคล้องกับข้อสรุปของ Ghandour et al. (2007) ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการคุณภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบสารสนเทศ และระบบการให้บริการ ทำให้ลูกค้าได้ประโยชน์และเกิดความพึงพอใจ เช่นเดียวกับข้อสรุปของ Xuan et al. (2014) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้านคุณภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพของเนื้อหา ความน่าเชื่อถือได้ของระบบ และการให้บริการและการสนับสนุน เป็นปัจจัยที่มีผลในเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ การแข่งขันมีความสัมพันธ์ทางลบกับความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มที่มีความรุนแรงมากขึ้นจากความต้องการสินค้าหรือการบริการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนคู่แข่งชั้นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เชิงรับเพื่อลดความรุนแรงของการแข่งขัน เช่น การเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าด้วยการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องและหาบริการใหม่ ๆ มานำเสนอแก่ลูกค้า การสร้างเว็บให้เป็นแหล่งชุมชน การส่งเสริมภาพลักษณ์ของธุรกิจ การเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้เต็มพื้นที่ส่วนแบ่งตลาด ทั้งในส่วนของตลาดออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งการแข่งขันที่สูงขึ้นมีผลทำให้ผู้ประกอบการบางรายไม่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และต้องออกจากธุรกิจหรือปิดตัวไปในที่สุด และแบบจำลองความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงแบบจำลองความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

## สรุป

โมเดลความสัมพันธ์ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านประสิทธิภาพผลการบริหารจัดการระบบ ปัจจัยของผู้ประกอบการ และการสนับสนุนของภาครัฐ แต่การแข่งขันไม่มีความสัมพันธ์ ความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรกำหนดกลยุทธ์ โครงสร้างองค์การ ลักษณะการบริหารจัดการ และการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สามารถรองรับกับการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตและประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น ได้แก่ การเพิ่มศักยภาพและความสามารถของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาระบบธุรกิจ การตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การกำหนดข้อบังคับต่าง ๆ ที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก่ประชาชนในการซื้อขายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

## เอกสารอ้างอิง

Arbuckle, J. L. (2012). *IBM SPSS Amos 21 user's guide* [Online]. Retrieved January 18, 2016, from: [ftp://public.dhe.ibm.com/software/analytics/spss/documentation/amos/21.0/en/Manuals/IBM\\_SPSS\\_Amos\\_Users\\_Guide.pdf](ftp://public.dhe.ibm.com/software/analytics/spss/documentation/amos/21.0/en/Manuals/IBM_SPSS_Amos_Users_Guide.pdf).

- Epstein, M. J. (2005). Implementing successful e-commerce initiatives. *Strategic Finance*, 86(9), 23-29.
- Gamrai, J. (2009). *First Step E-Commerce*. Bangkok: SPC Book. (in Thai)
- Ghandour, A., Benwell, G. & Deans, K. R. (2007). The impact of leadership on e-commerce system success in small and medium enterprises context. *Proceedings of the small enterprise conference*. Hershey, PA: IGI Global.
- Ghandour, A. (2009). *Electronic commerce among SMEs*. Hershey, PA: IGI Global.
- Huang, C. D. & Hu, Q. (2005). Aligning IT with firm business strategies using the balanced scorecard system. *Proceedings of the 38<sup>th</sup> Hawaii international conference on systems science* (HICSS 38). Hawaii: Idea Group Publishing.
- Huang, J., Wang, H. & Zhao, C. (2005). *E-commerce success factors: Exploratory and empirical research on the Chinese publishing industry*. England: Cambridge Scholars.
- Kvainauskaite, V., Sarapovas, T. & Cvilikas, A. (2005). Selection and assessment of e-commerce models in SMEs. *Engineer Economics*, 4(44), 64-70.
- National Electronics and Computer Technology Center. (2014). *Internet user profile of Thailand* [Online]. Retrieved April 14, 2015, from: <http://www.beenets.com/file/InternetUser2014.pdf>. (in Thai)
- Piyaket, R. (2014). *The study analyzes the development of enterprises, electronic commerce*. Bangkok: Ministry of Commerce, the Department of Business Development, Electronic Commerce Division. (in Thai)
- Rotchanakitumnuai, S. & Speece, M. (2007). Electronic commerce for low involvement consumer goods: Success factors of Thai online merchants. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 1(2), 132-154.
- Schneider, G. P. (2006). *Electronic commerce*. (6<sup>th</sup> ed.). London: Thomson.
- Schoder, D. & Madeja, N. (2014). Is customer relationship management a success factor in electronic commerce?. *Journal of Electronic Commerce Research*, 5(1), 38-53.
- Tangkitvanich, S. (2014). *Status of Electronic Commerce in Thailand*. Bangkok: Thailand Development Research Institute, Office of Research Fund. (in Thai)
- United Nation Conference on Trade and Development. (2014). *UNCTAD e-commerce and development report 2013* [Online]. Retrieved September 18, 2015, from: [http://r0.unctad.org/ecommerce/Ecommerce\\_en/edr03\\_en.htm](http://r0.unctad.org/ecommerce/Ecommerce_en/edr03_en.htm).
- Woon, K. C., Shafaghi, M. & Boon, L. T. (2011). Development of a business-to-business critical success factors (B2B CSFs) framework for Chinese SMEs. *Marketing Intelligence & Planning*, 29, 517-533.
- Xuan, W., Xu, J. & Quaddus, M. (2014). *Factors of successful e-tailing in China's retail industry: A case study* [Online]. Retrieved September 18, 2015, from: <http://www.acis2007.usq.edu.au/assets/papers/58.pdf>.