



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี



โดย
นายธนพล ชูยุคสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

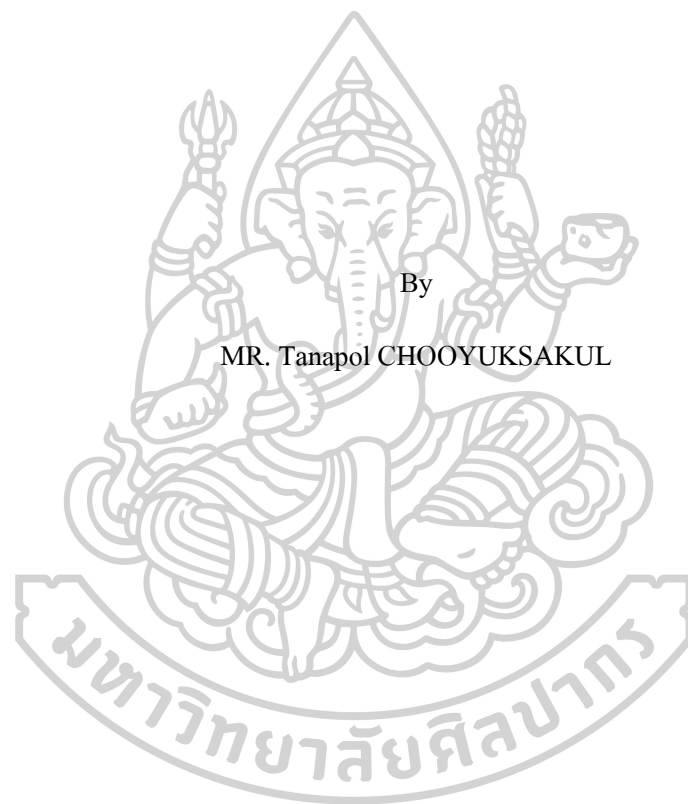
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF ELECTRONIC BUSINESS FOR
EFFICIENCY IMPROVEMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN
THE KANCHANABURI SPECIAL ECONOMIC ZONE



By

MR. Tanapol CHOOYUKSAKUL

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2022

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนา ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี
โดย	นายชนพล ชุยกศกุล
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับ ปริญญาโทมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ

วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณะบดีคณะวิทยาการจัดการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุทธะนันท์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาวดี ขุนทองจันทร์)

631220056 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
 คำสำคัญ : โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ, การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด,
 วัฒนธรรมองค์กร, สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน, การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้, การพัฒนา
 ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นาย ธนพล ชูยุคสกุล: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนา
 ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี
 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์กัญญา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี
 สารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน
 การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และ การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
 ย่อม 2) อิทธิพลของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหาร
 สูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มา
 ใช้ และ 3) อิทธิพลการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของ
 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้บริหารธุรกิจ และผู้ที่ได้รับ
 มอบหมายที่สามารถให้ข้อมูลได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจ
 พิเศษกาญจนบุรี จำนวน 100 บริษัท โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และใช้การ
 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า 1) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของ
 ผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มา
 ใช้ และ การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมอยู่ในระดับ
 มาก 2) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด ไม่มี
 อิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ส่วนวัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการ
 แข่งขัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และ 3) การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มา
 ใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

631220056 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : Basic technology infrastructure, IT infrastructure, Top management support, Organizational culture, Competitive environment, E-business implementation, E-Business adoption, SMEs Performance, Efficiency development of medium and small enterprises

MR. TANAPOL CHOOYUKSAKUL : FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF ELECTRONIC BUSINESS FOR EFFICIENCY IMPROVEMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE KANCHANABURI SPECIAL ECONOMIC ZONE THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR TANINRAT RATTANAPONGPINYO, Ph.D.

This study aimed to study 1) the level of basic infrastructure in the field of information technology, support from top management, organizational culture, competitive environment, and the use of electronic business for medium-sized and small-sized businesses and the efficiency development of medium and small enterprises 2) the impact of the basic infrastructure in the field of information technology, support from top management, organizational culture, competitive environment on the use of electronic business and 3) the impact of the use of electronic business on the efficiency development of medium-sized and small-sized businesses in the Kanchanaburi special economic zone. This research samples were the entrepreneurs, managers and assigned staffs who can give the information. The study used a questionnaire as a tool to collect data from 100 companies and analyzed the data by using structural equation modeling.

The study found that 1) the level of basic infrastructure in the field of information technology, the support of top management, organizational culture, the competitive environment, the use of electronic business, and the development of performance of medium and small enterprises in general are at a high level 2) the basic infrastructure in the field of information technology and the support of top management do not have a positive impact on the use of e-business, but organizational culture and the competitive environment have a positive impact on the use of e-business and 3) the use of electronic business have a positive impact on the efficiency development of medium and small enterprises.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรีที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม นอกจากนี้แล้ว ยังมีหน่วยงานภาครัฐทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคที่เอื้อเฟื้อข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อศึกษา ในส่วนของแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ นักวิชาการหลายท่านที่ได้นำความรู้จากตำรา หนังสือ และงานวิจัยของท่านมาใช้ในการอ้างอิงในส่วนต่างๆ ของรายงานวิจัยนี้ รวมไปถึงได้รับความกรุณาจากคณะผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยชี้แนะเนื้อหาและปรับแก้ไขเครื่องมือในการวิจัยจนครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ ที่ปรึกษาของงานวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบคุณบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นที่ได้มีส่วนช่วยสนับสนุนให้โครงการวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี

นาย ธนพล ชูยศสกุล



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	5
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	8
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา.....	8
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	10
บทที่ 2	11
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 กรอบแนวคิดเทคโนโลยี องค์กร สิ่งแวดล้อม (TECHNOLOGY ORGANIZATION ENVIRONMENT FRAMEWORK : TOE)	12
2.2 ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	16
2.3 ข้อมูลบริบทของพื้นที่ศึกษา.....	17

2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT INFRASTRUCTURE)	22
2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด (TOP- MANAGEMENT SUPPORT)	24
2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร (ORGANIZATION CULTURE)	26
2.7 แนวความคิดเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (COMPETITIVE ENVIRONMENT)	29
2.8 แนวความคิดเกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)	31
2.9 แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMES PERFORMANCE)	42
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	50
2.11 การพัฒนาสมมติฐาน	53
2.12 กรอบแนวคิดการวิจัย	63
บทที่ 3	65
วิธีดำเนินการวิจัย	65
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	65
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	66
3.3 การประเมินความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงของเครื่องมือ	68
3.4 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล	71
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	71
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	72
บทที่ 4	77
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ...	80

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผลการ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์.....	82
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนา ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	87
บทที่ 5	92
5.1 สรุปผลการวิจัย	92
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	94
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	100
5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	100
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	102
รายการอ้างอิง	103
ภาคผนวก ก.....	113
การตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย	113
ภาคผนวก ข.....	122
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	122
ภาคผนวก ค.....	134
หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย	134
ประวัติผู้เขียน	146

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 รายละเอียดตัวแปร TOE ที่นักวิจัยต่าง ๆ นำมาประยุกต์ใช้	14
ตารางที่ 2 คำจำกัดความของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	16
ตารางที่ 3 การทบทวนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-business) มาใช้ (A brief review of studies on e-business adoption)	37
ตารางที่ 4 การทบทวนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (A brief review of studies on SMEs Performance).....	49
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำบล	66
ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	70
ตารางที่ 7 ระยะเวลาและแผนการดำเนินงานวิจัย	71
ตารางที่ 8 เสนอการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบ	74
ตารางที่ 9 แสดงสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนตัวแปรและค่าสถิติ	78
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านขนาดองค์กร	80
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านประเภทธุรกิจ	80
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	81
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน	81
ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	82
ตารางที่ 15 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)	85
ตารางที่ 16 แสดงค่า VIF และ Tolerance ของตัวแปร	86

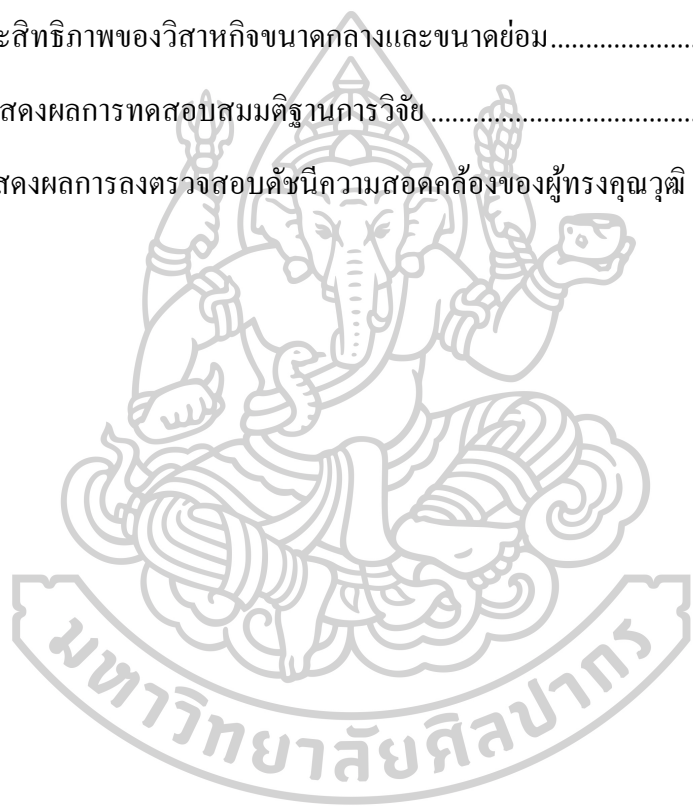
ตารางที่ 17 แสดงค่าดัชนีตรวจสอบความเหมาะสมของแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....89

ตารางที่ 18 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หลังปรับ โมเดล โดยการเชื่อมค่าความคลาดเคลื่อน90

ตารางที่ 19 ลำดับระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....92

ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย93

ตารางที่ 21 แสดงผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน114



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ขอบเขตพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี	18
ภาพที่ 2 จำแนกการใช้ประโยชน์พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี	18
ภาพที่ 3 พื้นที่ใช้ประโยชน์เขตเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี บ้านพุน้ำร้อน	19
ภาพที่ 4 จำลองการพัฒนาพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี	19
ภาพที่ 5 ข้อมูลนิติบุคคลตั้งใหม่ ปี 2564 (ม.ค. 64 - ก.ย. 65)	20
ภาพที่ 6 ข้อมูลนิติบุคคลคงอยู่ ปี 2564 (ณ ก.ย. 64) (พื้นที่ตั้ง)	21
ภาพที่ 7 ข้อมูลนิติบุคคลคงอยู่ ปี 2564 (ณ ก.ย. 64) (ขนาดธุรกิจและธุรกิจคงอยู่ 3 อันดับ)	21
ภาพที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน	83
ภาพที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และการพัฒนา ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	84
ภาพที่ 10 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนา ประสิทธิภาพ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี	87
ภาพที่ 11 ปรับโมเดล จน โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	88
ภาพที่ 12 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐานระหว่างตัวแปร	91

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในประเทศกำลังพัฒนาหลายแห่ง วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทำหน้าที่เป็นตัวขับเคลื่อนหลักสำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้นวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีนัยสำคัญทางเศรษฐกิจ แต่การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) มาใช้ร่วมกันสำหรับกิจกรรมทางธุรกิจหรือที่รู้จักกันทั่วไปในชื่อ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-business) ซึ่งโดยทั่วไปมักมีอย่างจำกัด ความหลากหลายของ วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ก่อให้เกิดความท้าทายในทางปฏิบัติสำหรับทั้งหน่วยงานภาครัฐและที่ปรึกษาอุตสาหกรรมที่ต้องการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดการยอมรับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Putra, Santoso and Hasibuan, 2017) Jeon et al. (2006) ระบุปัจจัยสำคัญที่จะกระตุ้นให้องค์กรเกาหลีนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ สังเกตเห็นว่า วิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม น้อยกว่าครึ่งในกลุ่มตัวอย่างได้นำแนวทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยมีอุปสรรค เช่น การขาดความตระหนักในผลประโยชน์ การขาดทรัพยากรทางการเงิน และความเชี่ยวชาญที่จำกัด เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (Chatzoglou and Chatzoudes , 2016 : 329) เนื่องด้วยสถานการณ์ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีส่วนสำคัญกับการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคและมีบทบาทสำคัญ ในการขับเคลื่อนธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ก็เป็นหนึ่งในกระบวนการทางธุรกิจที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างการดำเนินธุรกิจรวมถึงยังได้รับการยอมรับในระดับสากล

เนื่องจากวิกฤตโควิด 19 ช่วงปี พ.ศ. 2562 – พ.ศ. 2565 ได้ส่งผลกระทบต่อทั้งอุปสงค์ภายในและต่างประเทศ ได้แก่ รายได้ การจ้างงาน มูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการ(สำนักส่งเสริมวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , 2564) แต่เมื่อพิจารณาไปที่ผลกระทบกับวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยพบว่าภาคธุรกิจบริการเสียหายมากที่สุด ตามมาด้วยภาคการค้า ภาคการผลิต และภาคธุรกิจการเกษตร (สำนักส่งเสริมวิชาสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , 2563) อีกทั้งยังเป็นตัวกระตุ้นและเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมและสังคมอย่างมหาศาล ซึ่งส่งผลให้ผู้คนหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้นด้วยภาวะจำยอม เพื่อรักษาระยะห่างทางสังคม ลดการออกนอก

พื้นที่เพื่อหยุดยั้งการแพร่กระจายเชื้อโรค อีกทั้งปัจจุบันลูกค้าต้องการความรวดเร็ว เมื่อเขามีความอดทนน้อยลง องค์กรก็ต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยพัฒนาให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น เพราะถ้าหากไม่สามารถทำได้เท่ากับความคาดหวังของลูกค้า ก็จะมีคู่แข่งมาตอบโจทยแทน ความท้าทายในอนาคตคือ องค์กรต้องทำให้ได้มากกว่าความคาดหวังของลูกค้าจึงจะสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ ซึ่งส่งผลให้ บริษัทต่างๆ รวมถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อความอยู่รอด

อ้างอิงสถิติจาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบเศรษฐกิจไทยขับเคลื่อนโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นกำลังสำคัญมากขึ้นทุกปี โดยในปี 2557 ประเทศไทยมีจำนวน SME ทั้งสิ้น 2,736,744 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.7 เมื่อเทียบกับวิสาหกิจทั้งหมดของประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 10,501,166 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 80.3 ของการจ้างงานทั้งหมด และสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 5,212,004 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39.6 ของ GDP ประเทศ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) โดยในส่วนของจังหวัดกาญจนบุรี มีศักยภาพสูงในการเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน และมีขีดความสามารถเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจภาคตะวันตก ในด้านการค้าการลงทุนชายแดนได้อย่างดีในเขตพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจ SMEs คิดเป็นร้อยละ 98.82 และประกอบธุรกิจบริการ เป็นส่วนใหญ่ (กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนกาญจนบุรี เมื่อเชื่อมโยงกับ ท่าเรือน้ำลึกทวาย จะทำให้สามารถขนส่งและแปรรูปวัตถุดิบและสินค้าสู่ตลาดโลกได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยจะเป็นพื้นที่เศรษฐกิจหลักที่จะกระตุ้นการพัฒนาอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมต่างๆ ของภาคตะวันตก

ภาครัฐมีการส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนกาญจนบุรี และเพิ่มโอกาสในการลงทุนของผู้ประกอบการในพื้นที่ ส่งผลให้นักธุรกิจในท้องถิ่นมีศักยภาพที่สามารถดำเนินธุรกิจได้ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ กระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชน รวมถึงแก้ปัญหาความมั่นคง (แผนรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565), 2562) พร้อมทั้งมีแนวทางการดำเนินการดังต่อไปนี้ ได้แก่ ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการลงทุน พัฒนา/ยกระดับกิจกรรมเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่ จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม เสริมสร้างความสามารถของภาคเอกชนในพื้นที่(สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กองยุทธศาสตร์การพัฒนพื้นที่, 2565) สนับสนุนให้

ผู้ประกอบการและแรงงานในพื้นที่พัฒนาศักยภาพของตนเองและสามารถแข่งขันได้ตลอดจนมีรายได้เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพและครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดี

สำหรับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญต่อกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เนื่องจากการผสมรวมระบบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตเข้ากับธุรกิจหลักที่อาจส่งผลกระทบต่อทั้งธุรกิจ (Kim and Ramkaran, 2004 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016: 662) อีกทั้งยัง มอบประโยชน์มากมายให้กับผู้บริหาร SMEs ซึ่งรวมถึงการเข้าถึงที่ง่ายให้กับลูกค้าใหม่ รวมถึงสามารถแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ ข้อมูล และความรู้ (Grey and Prahalad, 1994 อ้างอิงใน Sarmah, Sharma and Gupta, 2017: 418) นอกจากนี้ ยังช่วยในการกำหนดกิจกรรมทางธุรกิจใหม่ ผ่านการประมวลผลคำสั่งซื้อ การชำระเงิน และบริการหลังการขายได้ง่าย (Kirs and Bagchi, 2012; Zhu et al., 2006 ,Taylor and Murphy 2004 อ้างอิงใน Sarmah, Sharma and Gupta, 2017: 418) สามารถลดต้นทุนการประสานงานและขยายตลาดไปยังต่างประเทศผ่านระบบสารสนเทศ ยิ่งไปกว่านั้นเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ยังช่วยให้ บริษัท ต่างๆเพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขันโดยการสร้างการเชื่อมโยงกับลูกค้าให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (Fillis et al., 2004 อ้างอิงใน Sarmah, Sharma and Gupta, 2017: 418) ดังนั้นธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์จึงสามารถแปลงโฉมบริษัทให้กลายเป็นเครือข่ายที่มีห่วงโซ่อุปทานที่ราบรื่นและกระบวนการสร้างมูลค่าโดยช่วยสร้างและจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน (Lucia-Palacios et al., 2014 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016: 662)

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การสนับสนุนด้านการจัดการ” ถือเป็นปัจจัยภายในอีกประการหนึ่งในการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ การสนับสนุนจากผู้บริหารของ SMEs อาจมาในรูปแบบของการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีความสอดคล้องกันของ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์กับค่านิยมทางวัฒนธรรมของ SMEs และทัศนคติเชิงบวกต่อธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (Putra, Santoso and Hasibuan, 2017) มีการศึกษาก่อนหน้านี้พบว่า SMEs ที่ได้รับการสนับสนุนด้านการจัดการที่เพียงพอ มีแนวโน้มที่จะนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ได้ง่ายขึ้น

อีกทั้งวัฒนธรรมองค์กรมีบทบาทสำคัญในการมีอิทธิพลต่อค่านิยมและผลลัพธ์ต่างๆ ขององค์กร เช่น การวางแผนการตลาด นวัตกรรมและผลการดำเนินธุรกิจ Deshpande' et al. (1993) พัฒนาคกรอบแนวคิดของวัฒนธรรมองค์กรที่ประกอบด้วยวัฒนธรรมสี่ประเภท คือ คือแบบครอบครัว

(Clan) แบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา (Adhocracy) แบบการตลาด (Market) และแบบมีสายการบังคับบัญชา (Hierarchy) จากการทบทวนคุณลักษณะของวัฒนธรรมแต่ละประเภทอย่างละเอียดถี่ถ้วน บ่งชี้ว่าวัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา มีความเกี่ยวข้องมากที่สุดในการอธิบายความเข้มข้นของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา มีความสำคัญกับความยืดหยุ่นและตำแหน่งการแข่งขัน ในตลาด และเน้นย้ำถึงความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการปรับตัว ดังนั้นวัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนาจึงส่งเสริมนวัตกรรมและการรับความเสี่ยง อย่างไรก็ตาม Srinivasan et al. (2002) รายงานความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญระหว่างวัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา และโอกาสทางเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (Theodosiou and Katsikea ,2012:265-266)

อย่างไรก็ตามเมื่อผลประโยชน์เพิ่มมากขึ้น กฎเกณฑ์ก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกันซึ่งเป็นแรงกดดันสำหรับองค์กรและซัพพลายเชนอื่น ๆ ที่จะนำมาใช้ และด้วยเหตุนี้แรงกดดันเชิงบรรทัดฐานจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพล อิทธิพลจากสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีการแข่งขันสูงก็มีความสำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อำนาจของลูกค้าจะถูกแยกออกมาว่ามีอิทธิพล โดยเฉพาะกับลูกค้ารายใหญ่ที่สำคัญ มีอำนาจในการกดดันการนำแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับผู้ผลิตของตน เพื่อปรับปรุงกระบวนการ ลดต้นทุนการทำธุรกรรม และปรับปรุงประสิทธิภาพผ่านการสื่อสารออนไลน์และการรับคำสั่งซื้อ (Roberts and Toleman,2007:50)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในต่างประเทศ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการนำ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ใน วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรีซ (Chatzoglou and Chatzoudes, 2016) ในศรีลังกา (Samaraweera and Jayasiri, 2016) ในจอร์แดน (Migdadi et al., 2016) ในสเปน Alos-Simo et al.,(2017) และอีกหลายประเทศฝั่งยุโรป สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการใช้งานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ธนาภิญญา อັตตฤทธ,2564) ศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงดิจิทัลสู่ดิจิทัล (โกศล จิตวิรัตน์,2562) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยยังมีไม่มากเท่าใดนัก

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี” ครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงปัญหาการขาดการยอมรับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และการขาดความตระหนักในผลประโยชน์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่การศึกษาในเขตพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี และวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ ตลอดจนเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรในภาพรวมเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติให้สอดคล้อง กับการเปลี่ยนแปลง ของสังคม วัฒนธรรม และพฤติกรรมของมนุษย์ส่งผลให้เกิดการเติบโตของบริษัทในด้านการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไรจะส่งผลให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเห็นความสำคัญและก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้กิจการยั่งยืนและเติบโตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และ การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้

1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.3 ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตที่สำคัญไว้ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ ผู้วิจัยศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ที่ส่งผลต่อ

การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และ การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม รวมทั้งอิทธิพลของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ที่ส่งผลต่อการพัฒนา ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการทบทวนวรรณกรรมในเรื่อง ข้อมูลบริบทของพื้นที่ศึกษา, แนวความคิดเกี่ยวกับ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี สารสนเทศได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อการนำธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอำนวยความสะดวกในการทำงานในองค์กร เทคโนโลยีสารสนเทศเสนอโอกาสในการทำงาน เทคโนโลยีสารสนเทศถูกใช้โดยทุก หน่วยงาน , แนวความคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุดได้แก่ ความสำคัญของ ผู้บริหารระดับสูงส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้, แนวความคิดเกี่ยวกับ วัฒนธรรมองค์กรได้แก่ บทบาทสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร แนวความคิดเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันได้แก่ พลังของลูกค้าส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไป ใช้ แรงกดดันเชิงบรรทัดฐานส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ , แนวความคิด เกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ได้แก่ หมวดหมู่ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ โมเดลธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์ ประโยชน์ของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนา ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้แก่ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อ การพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร

การศึกษาวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถามได้ ของภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี ซึ่งประกอบด้วย 2 ตำบลของอำเภอ เมืองกาญจนบุรี คือ ตำบลบ้านเก่า และตำบลแก่งเสี้ยน ในทุกกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม อันได้แก่ กลุ่มธุรกิจบริการ ภาคการค้า ภาคผลิต และภาคธุรกิจการเกษตรที่ ได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในนามนิติบุคคล จำนวน 169 ราย (ส่วนประมวลผลและ วิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

การศึกษาในครั้งนี้ มีขอบเขตด้านตัวแปร คือ

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ปัจจัยด้านสถานภาพทั่วไปขององค์กรธุรกิจประกอบด้วย ขนาดองค์กร ประเภทธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีคือ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
3. ปัจจัยด้านองค์กรคือ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร โดยมีตัวแปรย่อยคือ วัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา
4. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมคือ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ซึ่งมีตัวแปรย่อยคือ พลังของลูกค้า แรงกดดันเชิงบรรทัดฐาน

ตัวแปรขึ้นกลาง คือ

การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ซึ่งมีตัวแปรย่อยคือ การดำเนินกิจกรรม การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และการตลาดของผลิตภัณฑ์ การจัดซื้อและการประสานงานกับผู้ผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำหรับตัวแปรตาม คือ

การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีตัวแปรย่อยได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า การเติบโตของบริษัทและ ผลักดันยอดขายให้เพิ่มขึ้น และการพัฒนาความสัมพันธ์กับพันธมิตร ลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาในครั้งนี้ กำหนดขอบเขตด้านระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลาในการศึกษาค้นคว้าทั้งสิ้น 10 เดือน

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่1: โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT INFRASTRUCTURE) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)

สมมติฐานที่2: การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด (TOP- MANAGEMENT SUPPORT) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)

สมมติฐานที่3: วัฒนธรรมองค์กร (ORGANIZATION CULTURE) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)

สมมติฐานที่4: สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (COMPETITIVE ENVIRONMENT) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)

สมมติฐานที่5: การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMES PERFORMANCE)

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี โดยศึกษาจากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางวิชาการ โดยเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยที่ต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และประโยชน์ทางการบริหารจัดการที่สามารถนำไปปรับใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในด้านของการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ดังต่อไปนี้

1.5.1 ประโยชน์ทางวิชาการ

1. ทำให้ทราบถึง โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และ การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้
3. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.5.2 ประโยชน์ทางปฏิบัติ

1. ภาคธุรกิจเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรในภาพรวมส่งผลให้เกิดการเติบโตของบริษัทในด้าน การเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร โดยใช้เครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเข้าถึงลูกค้า โดยไม่คำนึงถึงสถานที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และมีความยืดหยุ่นมากขึ้น ในการผลิตและการจัดส่งสินค้าและบริการ มีส่วนช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพ โดยลดต้นทุนการทำธุรกรรมและต้นทุนตัวกลางอื่น ๆ มีการติดต่อโดยตรงกับลูกค้าทำให้เข้าใจลูกค้าและส่งผลให้มียอดขายอยู่ในระดับสูง และทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูงสามารถนำไปสู่การรักษาลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น และมีการพัฒนาความสัมพันธ์กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ได้รับการปรับปรุงทางเทคโนโลยี จะทำให้มีความรู้ร่วมกันในระดับที่ค่อนข้างสูง มีประสิทธิภาพทางเทคนิค ปัญหาน้อยลง และความล่าช้าในการโต้ตอบน้อยลง
2. หน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ในการกำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น สิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สินเชื่อเพื่อการลงทุนใหม่หรือขยายกิจการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มาตรการสนับสนุนด้านแรงงาน และศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service : OSS) ในการให้ข้อมูลรวมถึงคำแนะนำ โดยมีระบบพื้นฐานข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เป็นไปตามคำจำกัดความตามที่กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพ.ศ. 2562
2. ปัจจัยด้านสถานภาพทั่วไปขององค์กรธุรกิจ หมายถึง ข้อมูลเฉพาะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ขนาดองค์กร ประเภทธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
3. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่องค์กรใช้สำหรับการบริหารงาน (ทำงาน) ได้แก่ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต ระบบเครือข่ายภายในองค์กร อีเมล ซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานร่วมกัน และประชุมทางวิดีโอของพันธมิตร ลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน
4. ปัจจัยด้านองค์กร หมายถึง ปัจจัยภายในกิจการที่เกี่ยวข้อง และมีความสัมพันธ์กับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ วัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้
5. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ปัจจัยภายนอกธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ แต่จะมีความสัมพันธ์กับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน พลังของลูกค้า แรงกดดันเชิงบรรทัดฐาน
6. การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมการออกแบบ ผลิต และ ทำการตลาดของผลิตภัณฑ์ การจัดซื้อและการประสานงานกับผู้ผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
7. การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้า การเติบโตของบริษัทและผลิตภัณฑ์ยอดขายให้เพิ่มขึ้น การพัฒนาความสัมพันธ์กับพันธมิตร ลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน
8. เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน หมายถึง เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดกาญจนบุรี ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา หนองคาย นครราชสีมา เชียงราย และนครพนม

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ กรอบแนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อม (TECHNOLOGY ORGANIZATION ENVIRONMENT FRAMEWORK : TOE) เป็นทฤษฎีพื้นฐานในการอธิบายปัจจัยของงานวิจัยนี้ ดังนั้นในบทนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม การรวบรวมแนวคิดต่างๆและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 กรอบแนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อม (TECHNOLOGY ORGANIZATION ENVIRONMENT FRAMEWORK : TOE)
- 2.2 ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.3 ข้อมูลบริบทของพื้นที่ศึกษา
- 2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT INFRASTRUCTURE)
- 2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด (TOP- MANAGEMENT SUPPORT)
- 2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร (ORGANIZATION CULTURE)
- 2.7 แนวความคิดเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (COMPETITIVE ENVIRONMENT)

แนวความคิดเกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)
แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMES PERFORMANCE)

- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 การพัฒนาสมมติฐาน
- 2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 กรอบแนวคิดเทคโนโลยี องค์กร สิ่งแวดล้อม (TECHNOLOGY ORGANIZATION ENVIRONMENT FRAMEWORK : TOE)

เทคโนโลยีสารสนเทศถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล แต่สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อเทคโนโลยีที่นำมาใช้กับองค์กรได้ถูกนำมาใช้อย่างทั่วถึงภายในองค์กร การศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีจึงมีความสำคัญเป็นอย่างสูง ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีมีทั้งระดับส่วนบุคคลจนไปถึงระดับองค์กร (Oliveira and Martins, 2011 อ้างอิงใน จิตตารีย์ ศิริมงคล, 2564 : 292) ทั้งนี้กรอบแนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อม (Technology Organization Environment Framework: TOE) เป็นแนวคิดของ Tornatzky and Fleischer ถูกพัฒนาขึ้นในปี 1990 (Tornatzky and Fleischer, Cited in Oliveira and Martins, 2011 อ้างอิงใน จิตตารีย์ ศิริมงคล, 2564 : 292) แนวคิดดังกล่าวประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม กรอบแนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อม สามารถอธิบายถึงการนำเทคโนโลยีที่หลากหลายไปใช้งาน รวมทั้งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรมและหลายชนชาติ (AlSharji, Ahmad and Bakar, 2018 อ้างอิงใน จิตตารีย์ ศิริมงคล, 2564 : 292) ทั้งนี้ปัจจัยย่อยที่ปรากฏในแต่ละปัจจัยอาจมีความหลากหลายในงานวิจัยต่าง ๆ ของแต่ละองค์กร (Oliveira and Martins, 2011 อ้างอิงใน จิตตารีย์ ศิริมงคล, 2564 : 292)

ในการยอมรับเทคโนโลยีในระดับองค์กรพบว่า มีนักวิจัยหลายท่านได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อม เข้ากับเทคโนโลยีที่มีความหลากหลายจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น Abed (2020) ศึกษาการยอมรับโซเชียลคอมเมิร์ซในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Qashou and Saleh (2018) ศึกษาการยอมรับและการใช้งานตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ในธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็ก และ Wang et al. (2016) ศึกษากระบวนการจองโรงแรมผ่านทางโทรศัพท์ เป็นต้น ผู้วิจัยจึงได้ให้คำจำกัดความของกรอบแนวคิดเทคโนโลยี องค์กร สิ่งแวดล้อม (TOE) ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีขององค์กร โดยประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (จิตตารีย์ ศิริมงคล, 2564: 292)

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

เทคโนโลยี หมายถึง การประยุกต์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคในการทำงานไปใช้ดำเนินการกิจกรรมถึงกิจกรรมต่างๆ ให้เกิดประโยชน์แก่ชีวิตมนุษย์ (Admin, 2017 อ้างอิงใน ฐิตารีย์ ศิริมงคล, 2564 : 292) สำหรับกรอบแนวคิดเทคโนโลยี องค์กร สิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านเทคโนโลยีครอบคลุมถึงเทคโนโลยีที่กำลังนำมาใช้ในองค์กรหรือเป็นเทคโนโลยีที่มีอยู่และเป็นที่ยอมรับว่ามีประโยชน์แต่ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ หรือเป็นเทคโนโลยีที่จะถูกนำมาใช้ในองค์กรในภายหน้า (Qashou and Saleh, 2018 อ้างอิงใน ฐิตารีย์ ศิริมงคล, 2564 : 292) ทั้งนี้รวมถึงเทคโนโลยีทั้งภายในและภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กร (Oliveira and Martins, 2011 อ้างอิงใน ฐิตารีย์ ศิริมงคล, 2564 : 292) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านเทคโนโลยีจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทของงานวิจัย ตามรายละเอียดใน ตารางที่ 1 สำหรับการเลือกปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านเทคโนโลยี สามารถเลือกจากปัจจัยย่อยที่งานวิจัยในอดีตนิยมนำมาประยุกต์ใช้

ปัจจัยด้านองค์กร

ปัจจัยด้านองค์กรเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการชีวิตองค์กร ได้แก่ ขอบเขต ขนาด และโครงสร้างการบริหารงาน (Oliveira and Martins, 2011) หรือ คุณลักษณะขององค์กร และทรัพยากรต่าง ๆ (Alshamaila, Papagiannidis and Li, 2013 อ้างอิงใน ฐิตารีย์ ศิริมงคล, 2564 : 293) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านองค์กรจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทของงานวิจัย ตามรายละเอียดใน ตารางที่ 1 สำหรับการเลือกปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านองค์กร สามารถเลือกจากปัจจัยย่อยที่งานวิจัยในอดีตนิยมนำมาประยุกต์ใช้

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ได้แก่ คู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน การสนับสนุนจากรัฐ ผู้ผลิต แรงกดดันในการแข่งขัน และกฎระเบียบของรัฐบาล และผู้บริโภค (Tomatzky and Fleischer, 1990, Cited in Oliveira and Martins, 2011 อ้างอิงใน ฐิตารีย์ ศิริมงคล, 2564 : 293) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทของงานวิจัย ตามรายละเอียดใน ตารางที่ 1 สำหรับ

การเลือกปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สามารถเลือกจากปัจจัยย่อยที่งานวิจัยในอดีตนิยมนำมาประยุกต์ใช้

ตารางที่ 1 รายละเอียดตัวแปร TOE ที่นักวิจัยต่าง ๆ นำมาประยุกต์ใช้

นักวิจัย	รายละเอียดปัจจัยด้านเทคโนโลยี	รายละเอียดปัจจัยด้านองค์กร	รายละเอียดปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
Abed (2020)	การรับรู้ประโยชน์, ความกังวลด้านความปลอดภัย	การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง, ความพร้อมขององค์กร	แรงกดดันจากลูกค้า, แรงกดดันจากผู้บริโภค
Ali et al. (2020)	ความกังวลด้านความปลอดภัย, ต้นทุน	ความรู้ของพนักงาน, ขนาดขององค์กร, การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง	กฎระเบียบ, ความเข้มข้นของข้อมูล
Maroufkhani, Ismail and Ghobakhloo (2020)	ความเข้ากันได้, ความเสี่ยงและความไม่ปลอดภัย, การทดสอบใช้, การสังเกตได้, ความซับซ้อน, ประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง	การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง, ความพร้อมขององค์กร	กฎระเบียบ, แรงกดดันจากการแข่งขัน, การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก
Asiaei and Rahim (2019)	ความปลอดภัยด้านข้อมูล, ความพร้อมด้านเทคโนโลยี, ประหยัดต้นทุน	นวัตกรรม, การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง	กฎระเบียบ, แรงกดดันจากการแข่งขัน

ตารางที่ 1 รายละเอียดตัวแปร TOE ที่นักวิจัยต่าง ๆ นำมาประยุกต์ใช้ (ต่อ)

นักวิจัย	รายละเอียดปัจจัยด้านเทคโนโลยี	รายละเอียดปัจจัยด้านองค์กร	รายละเอียดปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
Tripopsakul (2018)	ความเข้ากันได้, การทดลองใช้, การสังเกตได้, ความซับซ้อน, ประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง	การสนับสนุนด้านวิชาการ, นวัตกรรมของประกอบการ, ประสิทธิภาพด้านเทคโนโลยี	แรงกดดันจากผู้บริโภค, แรงกดดันจากการแข่งขัน, แรงกดดันจากสังคม
Chatzoglou and Chatzoudes (2016)	โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ, ทักษะการใช้งานอินเทอร์เน็ต	ขนาดของบริษัท, ขอบเขตของบริษัท, ความรู้ของผู้บริหารสูงสุด, ค่าใช้จ่ายในการนำไปใช้งาน	ความเต็มใจและความสามารถในการจัดหาพันธมิตรในเครือ, ความกดดันในการแข่งขัน, การสนับสนุนจากรัฐบาล, ความพร้อมของผู้บริโภค
Samaraweera and Jayasiri (2016)	การให้น้ำหนักของผู้บริหารสูงสุด	ความสามารถในการเรียนรู้ขององค์กร, การมุ่งเน้นลูกค้า	อำนาจต่อรองจากลูกค้า
SOTO-ACOSTA et al. (2016)	การรวมระบบสารสนเทศ	แนวปฏิบัติด้านทรัพยากรบุคคลตามความมุ่งมั่น	การแข่งขันกันในระดับแนวนอน

2.2 ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำจำกัดความของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามที่ กฏกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ประกาศราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563 และประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เรื่องการกำหนดลักษณะของวิสาหกิจรายย่อย เมื่อวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2563 หมายถึงกิจการที่มีจำนวนการจ้างงาน หรือมีรายได้ต่อปี โดยแสดงไว้ตามตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 คำจำกัดความของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภท กิจการ	วิสาหกิจขนาดย่อม				วิสาหกิจขนาดกลาง	
	วิสาหกิจรายย่อย		วิสาหกิจขนาดย่อม		รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)
	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)		
การผลิต	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 50	เกิน 100 - 500	เกิน 50 - 200
บริการ/ค้าส่ง/ หรือค้าปลีก	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 30	เกิน 50 - 300	เกิน 30 - 100

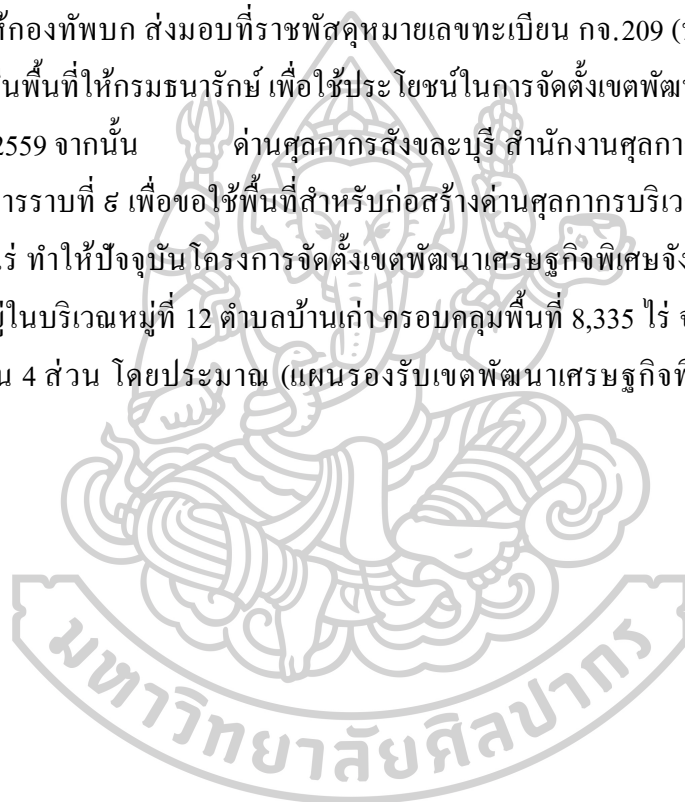
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563

เงื่อนไขของการพิจารณามีดังต่อไปนี้

- 1 จำนวนการจ้างงานให้พิจารณาจากหลักฐานแสดงจำนวนการจ้างงานที่ได้จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด
- 2 จำนวนรายได้ให้พิจารณาจากรายได้รวมทั้งระบุไว้ในงบการเงินที่ได้จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายว่าด้วยการบัญชีกำหนด หรือเอกสารบัญชีแสดงรายได้
- 3 ในกรณีที่กิจการมีจำนวนการจ้างงานที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจประเภทหนึ่ง แต่มีรายได้ที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกประเภทหนึ่งให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา
- 4 วิสาหกิจรายย่อยเป็นส่วนหนึ่งของวิสาหกิจขนาดย่อม

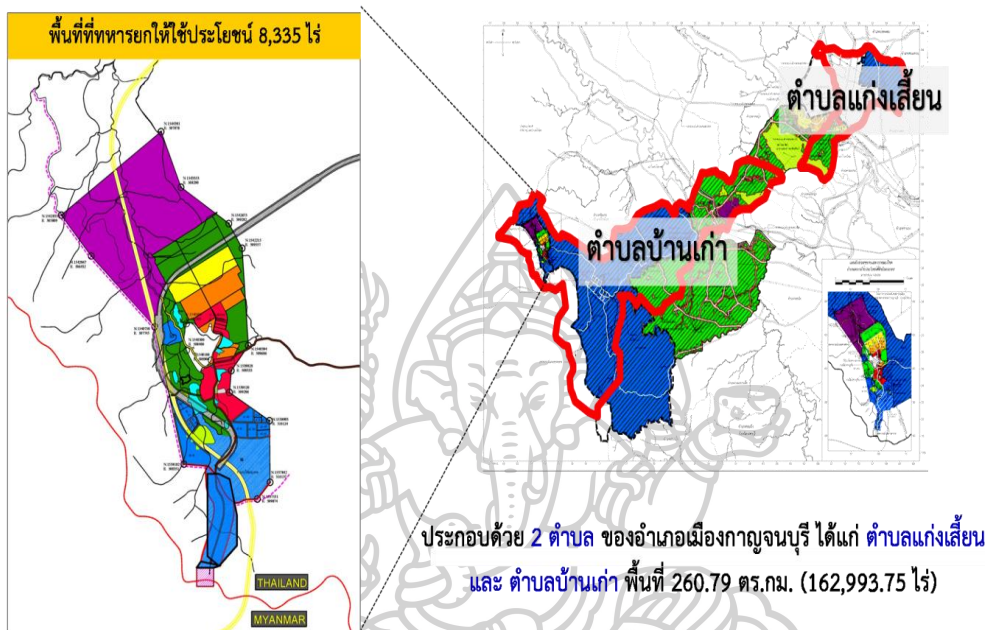
2.3 ข้อมูลบริบทของพื้นที่ศึกษา ที่ตั้งและขอบเขตพื้นที่

ในส่วนของจังหวัดกาญจนบุรีได้กำหนดพื้นที่ให้ คือตำบลบ้านเก่า และตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมืองกาญจนบุรี รวมพื้นที่ 260.79 ตารางกิโลเมตร (162,993.75 ไร่) เป็นพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่ของทั้งสองตำบล เป็นพื้นที่สงวนหวงห้ามตามพระราชกฤษฎีกากำหนดหวงห้ามที่ดิน พ.ศ. 2481 ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษาของยุทธวิธีของกองทัพภาคที่ 1 โดยมีหน่วยงานกองพลทหารราบที่ 9 เป็นหน่วยดูแล และใช้ประโยชน์ จังหวัดกาญจนบุรีจึงได้ทำหนังสือขอให้กองทัพบก ส่งมอบที่ราชพัสดุหมายเลขทะเบียน กจ.209 (บางส่วน) จำนวนเนื้อที่ 8,193 ไร่ ส่งคืนพื้นที่ให้กรมธนารักษ์ เพื่อใช้ประโยชน์ในการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ตั้งแต่ 15 มิถุนายน 2559 จากนั้น ด้านศุลกากรสังขละบุรี สำนักงานศุลกากรภาคที่ 1 ได้มีหนังสือถึงกองพลทหารราบที่ 9 เพื่อขอใช้พื้นที่สำหรับก่อสร้างด่านศุลกากรบริเวณบ้านพุน้ำร้อนเพิ่มเติมจำนวน 142 ไร่ ทำให้ปัจจุบันโครงการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดกาญจนบุรีมีพื้นที่ดำเนินการ อยู่ในบริเวณหมู่ที่ 12 ตำบลบ้านเก่า ครอบคลุมพื้นที่ 8,335 ไร่ จำแนกการใช้ประโยชน์พื้นที่ออกเป็น 4 ส่วน โดยประมาณ (แผนรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565),2562)



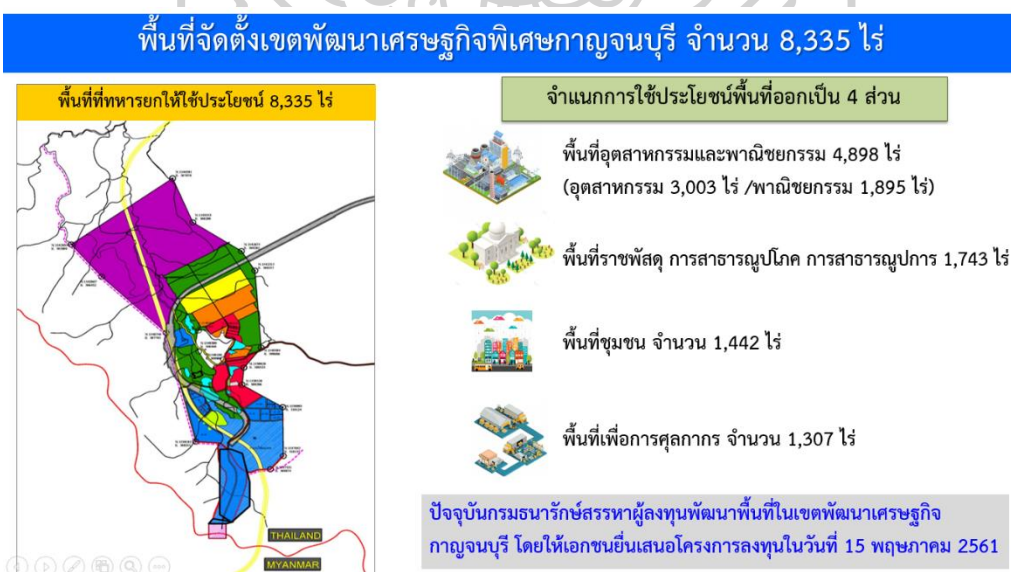
ภาพที่ 1 ขอบเขตพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี

ประกาศคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ครั้งที่ 2/2558



ที่มา : แผนรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565)

ภาพที่ 2 จำแนกการใช้ประโยชน์พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี



ที่มา : แผนรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565)

ภาพที่ 3 พื้นที่ใช้ประโยชน์เขตเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี บ้านพุน้ำร้อน

ภาพจำลองการพัฒนาพื้นที่เขตอุตสาหกรรม



ที่มา : แผนรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565)

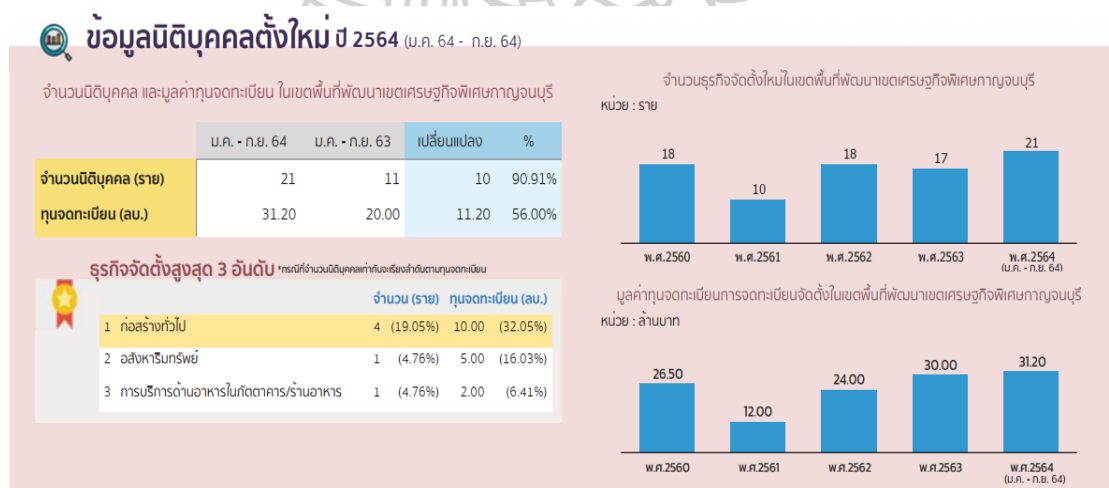
ภาพที่ 4 จำลองการพัฒนาพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี



ที่มา : แผนรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565)

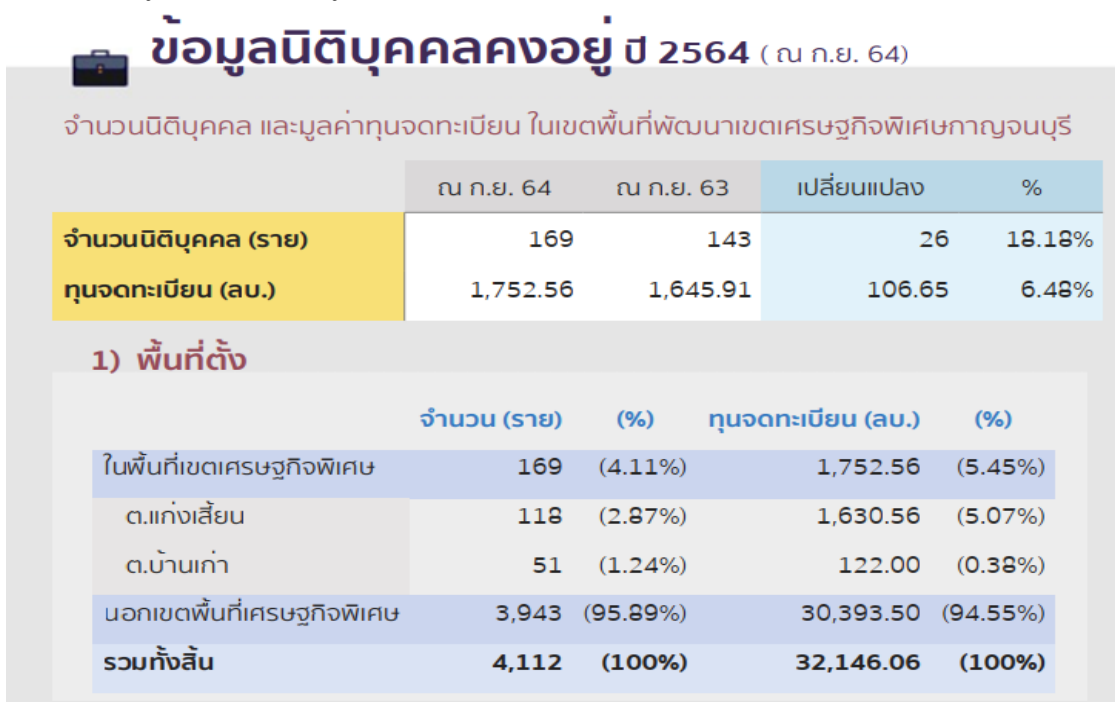
จากผลการสำรวจข้อมูลนิติบุคคลตั้งใหม่ ปี 2564 พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนิติบุคคลในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี โดยในช่วงเดือนมกราคม - กันยายน ปี 2563 มีการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลใหม่จำนวน 11 บริษัท และ ในช่วงเดือนมกราคม - กันยายน ปี 2564 มีการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลใหม่จำนวน 21 บริษัท จากข้อมูลดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 10 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 90.91 หากพิจารณาจากธุรกิจที่จัดตั้งสูงสุด 3 ลำดับ ได้แก่ ธุรกิจก่อสร้างทั่วไป ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจการบริการด้านร้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร ตามลำดับ อีกทั้งจากผลการสำรวจข้อมูลนิติบุคคลคงอยู่ปี 2564 ซึ่งให้เห็นการเปลี่ยนแปลงโดยเพิ่มขึ้นจากปี 2563 จำนวน 26 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.18 ปัจจุบันในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรีมีนิติบุคคลจำนวนรวมทั้งสิ้น 169 บริษัท โดยแบ่งเป็นตำบลแก่งเสี้ยน จำนวน 118 บริษัท และ ตำบลบ้านเก่า จำนวน 51 บริษัท อย่างไรก็ตามธุรกิจส่วนใหญ่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรีเป็นธุรกิจ SMEs คิดเป็นร้อยละ 98.82 โดยประกอบธุรกิจบริการเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ ธุรกิจบริการ จำนวน 95 บริษัท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.21 ธุรกิจขายปลีก/ขายส่ง จำนวน 49 บริษัท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.99 และธุรกิจการผลิต จำนวน 25 บริษัท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.79 ตามลำดับ โดยมีธุรกิจคงอยู่สูงสุด 3 อันดับ คือ ธุรกิจก่อสร้างทั่วไป ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และห้องชุด ธุรกิจการขายปลีกเชื้อเพลิงยานยนต์ในร้านค้าเฉพาะ สถานี ปัม ตามลำดับ (ส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

ภาพที่ 5 ข้อมูลนิติบุคคลตั้งใหม่ ปี 2564 (ม.ค. 64 - ก.ย. 65)



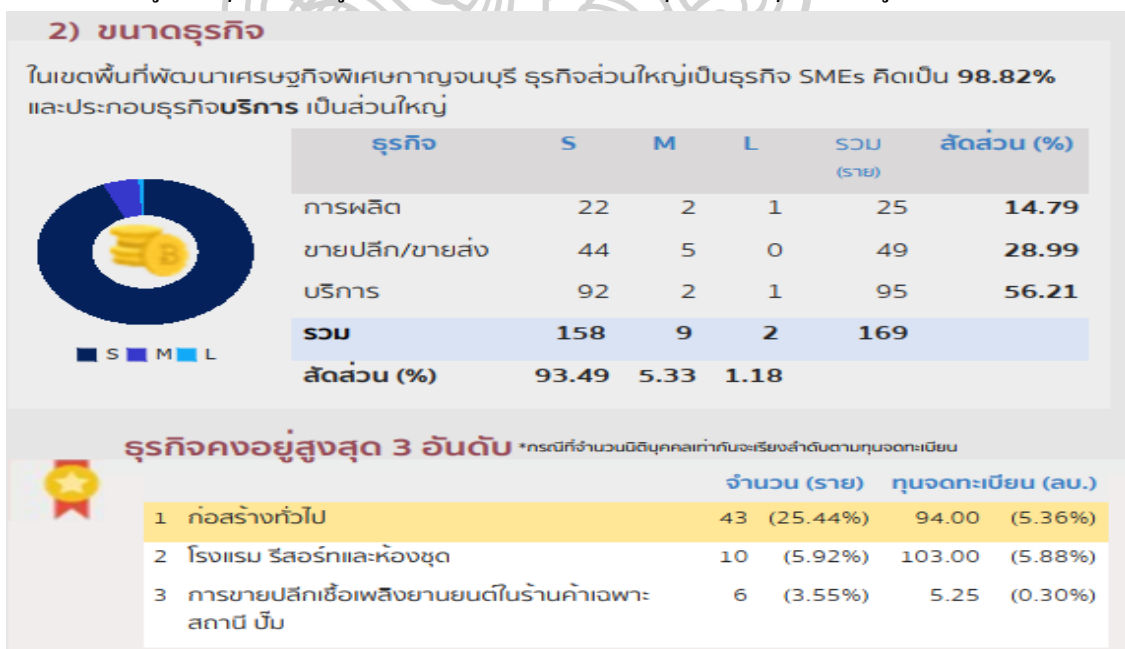
ที่มา : ส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564

ภาพที่ 6 ข้อมูลนิติบุคคลคงอยู่ ปี 2564 (ณ ก.ย. 64) (พื้นที่ตั้ง)



ที่มา : ส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564

ภาพที่ 7 ข้อมูลนิติบุคคลคงอยู่ ปี 2564 (ณ ก.ย. 64) (ขนาดธุรกิจและธุรกิจคงอยู่ 3 อันดับ)



ที่มา : ส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564

2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT INFRASTRUCTURE)

โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึงเทคโนโลยี ที่ช่วยให้องค์กรพัฒนากระบวนการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (Durbhakula and Kim, 2011;Oliveira and Martins, 2010; Zhu et al., 2006 อ้างอิงใน Chatzoglou and Chatzoudes , 2016 : 334) ได้ตรวจสอบโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กับทรัพยากรบุคคลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกันภายใต้ปัจจัยที่เรียกว่า “ความพร้อมด้านเทคโนโลยี” โดยความพร้อมด้านเทคโนโลยีสามารถกำหนดได้ว่าเป็น โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรบุคคลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Mata et al. 1995 อ้างอิงใน อ้างอิงใน Oliveira and Martins, 2010 : 48)

โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศหมายถึงการใช้เทคโนโลยีกำหนดแพลตฟอร์มที่สามารถสร้างเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต รวมถึงการส่งเสริมทรัพยากรบุคคลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีความรู้และทักษะในการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ (Zhu and Kraemer 2005) มีการยืนยันทางทฤษฎีที่ได้รับการสนับสนุน โดยการศึกษาเชิงประจักษ์หลายชิ้น (Armstrong and Sambamurthy 1999, Hong and Zhu 2006, Iacovou et al.1995, Kwon and Zmud 1987, Zhu 2004, Zhu et al. 2003, Zhu และ Kraemer 2005, Zhu et al. 2006, Parn and Zhang 2008 อ้างอิงใน Oliveira and Martins, 2010: 48).

2.4.1 โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้

อ้างอิงจาก Zhu et al. (2006) โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทที่ได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดีจะนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ Zhu et al. (2003) ให้เหตุผลว่า ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์จะไม่ประสบความสำเร็จหาก บริษัท ต่างๆขาดผู้เชี่ยวชาญที่จำเป็นสำหรับโครงสร้างพื้นฐาน (Barney et al. , 2001 อ้างอิงใน Chatzoglou and Chatzoudes , 2016 : 335) ระบุว่าความได้เปรียบในการแข่งขันขึ้นอยู่กับทรัพยากรขององค์กร งานวิจัยหลายฉบับได้พิสูจน์แล้วว่าระดับของเทคโนโลยีภายใน บริษัท เป็นปัจจัยสำคัญมากในการตัดสินใจนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (Iacovou et al., 1995; Kuan and Chau, 2001; Zhu et al., 2003 อ้างอิงใน Chatzoglou and Chatzoudes , 2016 : 335).

2.4.2 เทคโนโลยีสารสนเทศอำนวยความสะดวกในการทำงานในองค์กร

เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เราทำงานได้อย่างชาญฉลาดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สิ่งเหล่านี้จะทำให้โครงสร้างและการบริหารจัดการองค์กรเปลี่ยนไป โดยเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในกิจกรรมขององค์กรและกระบวนการทำงาน เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อบทบาทการสนับสนุนเช่นกันส่งผลกระทบต่อบุคลากร โครงสร้างองค์กร กลยุทธ์องค์กร และกระบวนการจัดการเชิงธุรกิจ (Turban: 2000 อ้างอิงใน Mahutchariyakul, 2003 : 17)

2.4.3 เทคโนโลยีสารสนเทศเสนอโอกาสในการทำงาน

เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องทราบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศจะขจัดงานบางส่วนออกไป กระนั้นก็สร้างงานอีกหลายอย่าง ส่งผลให้มีความต้องการของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมาก เช่น โปรแกรมเมอร์ นักวิเคราะห์ระบบ และผู้ออกแบบระบบ นอกจากนี้ยังสร้างโอกาสในการหารายได้จำนวนมากในพื้นที่เกิดใหม่เช่นอินเทอร์เน็ต พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ความปลอดภัยเครือข่าย การพัฒนาระบบโทรคมนาคม การออกแบบมัลติมีเดีย ปัญญาประดิษฐ์ และการจัดการระบบเอกสาร (Rainer Jr.: 2000 อ้างอิงใน Mahutchariyakul , 2003 : 17)

2.4.4 เทคโนโลยีสารสนเทศถูกใช้โดยทุกหน่วยงาน

เทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อทุกสายงานของธุรกิจ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นส่วนสำคัญของทุกพื้นที่การทำงาน ในด้านการเงินและการบัญชี ผู้จัดการใช้ระบบดังกล่าวเพื่อคาดการณ์รายได้และกิจกรรมทางธุรกิจ กำหนดแหล่งเงินทุนที่ดีที่สุด จัดการเงินสด และทรัพยากรทางการเงินอื่นๆ วิเคราะห์การลงทุน และดำเนินการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าองค์กรมีพื้นฐานที่ดี รวมไปถึงการจัดทำรายงานทางการเงินแม้กระทั่งการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารทั้งหมด (Potter: 2000 อ้างอิงใน Mahutchariyakul , 2003 : 17)

จากการให้ความหมายข้างต้นนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศหมายถึงการผสมรวมเทคโนโลยีที่ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพของบริษัท

โดยลดรอบเวลาการบริการลูกค้าที่ดีขึ้นและลดต้นทุนการจัดซื้อ (Barua et al. 2004 อ้างอิงใน Oliveira, T, and Martins, M, F. , 2010 : 48) ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ต้องการการประสานงานอย่างใกล้ชิดของส่วนประกอบต่างๆตลอดห่วงโซ่คุณค่าในทำนองเดียวกันการผสมรวมโปรแกรมประยุกต์ที่มีอยู่กับแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตเข้าด้วยกันเป็นตัวแทนของความสามารถในการดำเนินธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น (Al-Qirim 2007, Mirchandani and Motwani 2001, Premkumar 2003, Zhu et al. 2006 อ้างอิงใน Oliveira, T, and Martins, M, F. , 2010 : 48) จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ได้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องด้านเทคโนโลยีคือโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งในที่นี่จะเป็นตัวแปรต้น อีกทั้งตัวแปรนี้จะนำไปสร้างกรอบแนวความคิดการวิจัยในลำดับต่อไป

2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด (TOP- MANAGEMENT SUPPORT)

การสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงหมายถึงการมีส่วนร่วม ความกระตือรือร้น แรงจูงใจและกำลังใจจากฝ่ายบริหารที่มีต่อการยอมรับนวัตกรรม รวมถึงธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงคือสิ่งสำคัญของความพร้อมในองค์กรและนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Lauren and Igbaria, 2001 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016 : 669) และเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการกำหนดบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรและจำเป็นสำหรับการวางแผนเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย (Payton, 2000 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016: 669)

2.5.1 ความสำคัญของผู้บริหารระดับสูงส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้

บทบาทผู้นำ สอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลและความพร้อมในการปรับเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (นภาพรรณ มีศรี, 2558 อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2562:1808) พบว่าปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพร้อมในการปรับเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลและสอดคล้องกับแนวคิดในการศึกษาธุรกิจเริ่มต้นด้านศิลปประดิษฐ์สำหรับเศรษฐกิจยุคดิจิทัล ซึ่งได้ระบุว่าองค์กรที่ประสบความสำเร็จในยุคดิจิทัลนั้น ผู้นำจะต้องมีทักษะทั้งทางด้านเทคโนโลยีและทักษะทางด้านการบริหารธุรกิจ โดยแหล่งความรู้ความชำนาญเพิ่มเติมของผู้นำในยุคดิจิทัลที่มีผลต่อธุรกิจใหม่ที่เติบโตได้อย่างรวดเร็วและธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม สามารถหาได้จากแหล่งความรู้ต่างๆ ได้แก่

การฝึกอบรม ฝึกฝนภายในองค์กร การฝึกอบรมจากภายนอกองค์กร การประชุม การเรียน หลักสูตรออนไลน์ และการจัดหาผู้เชี่ยวชาญ (วรรณพร ชูจิตารมย์, 2560อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์,2562:1808) และผู้นำในองค์กรยุค 4.0 ต้องเข้าใจดีว่า การนำองค์กรไปข้างหน้าจำเป็นต้องอาศัย การทดลอง อาจสำเร็จบ้างล้มเหลวบ้างแต่ให้เรียนรู้จากสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิม (เกียรตินันต์ ล้วนแก้ว, 2560อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์,2562:1808) การมองโลกแบบนี้ แนวทางการบริหารคือการให้คนเก่งที่สุดเป็นแนวหน้าในการขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้ามากกว่าจะ มากอຍแก้ปัญหาคือที่เกิดขึ้นสภาพแวดล้อมที่คนเก่งได้ลองผิดลองถูกแบบนี้ทำให้พวกเขาเก่งขึ้น กว่าเดิม เป็นการสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมให้คนในองค์กรทั้งหมดพร้อมจะคิดไปข้างหน้า การ มองโลกแบบนี้เป็นแนวทางในการบริหารให้คนเก่งที่สุดเป็นแนวหน้าในการขับเคลื่อนองค์กรไป ข้างหน้า มากกว่าจะมากอຍแก้ปัญหาคือที่เกิดขึ้นเหมือนในอดีตที่ผ่านมา (Allio, 2015; Holten, & Brenner, 2015อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์,2562:1809) สภาพแวดล้อมที่คนเก่งได้ลองผิดลองถูกแบบ นี้ทำให้พวกเขาเก่งขึ้นกว่าเดิม เป็นการสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมให้คนในองค์กรทั้งหมดพร้อมจะ คิดไปข้างหน้าใน ยุค 4.0 (Baskarada, Watson, & Cromarty, 2017 อ้างอิงใน โกศล จิต วิรัตน์,2562:1809) อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นส่วนประกอบหลัก ของกระบวนการ วางแผนเชิงกลยุทธ์ในหลาย ๆ ธุรกิจเนื่องจากผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกล ยุทธ์ระดับองค์กร (Kohli and Jaworski 1990 อ้างอิงใน Wu et al.,2003:429) นอกจากนี้ ผู้บริหาร ระดับสูงต้องใช้ทักษะความเป็นผู้นำและความสามารถในการได้รับการยอมรับสำหรับเทคโนโลยี ใหม่ทั้งภายในบริษัทและระหว่างคู่ค้าทางธุรกิจภายนอก สิ่งนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในกรณีของการ นำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (Zhu et al., 2003อ้างอิงใน Theodosiou and Katsikea ,2012 :263) อีก ทั้งผู้บริหารระดับสูงมีอำนาจในการจัดสรรทรัพยากรทางการเงินและอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับ โครงการเพื่อสร้างระบบสารสนเทศและเทคโนโลยี (Theodosiou and Katsikea, 2012 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016: 669) และสามารถปรับเปลี่ยน โครงสร้างที่มีอยู่รวมถึงแนะนำโครงสร้างเสริม เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีและเสริมสร้างบรรทัดฐานที่ให้ความสำคัญกับการใช้ เทคโนโลยีนี้ (Hossain et al., 2011อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016: 669) รวมถึงทัศนคติผู้บริหาร ระดับสูงส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในการตัดสินใจนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ (Damanpour 1991; Dewar and Dutton 1986 อ้างอิงใน Wu et al.,2003:429) การสนับสนุนจาก ผู้บริหารระดับสูงจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ โดยผู้นำจะ

ผลิตภัณฑ์ค่านิยม ทักษะ และอารมณ์ของผู้ตาม (Bass, 1985 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:384) สร้างบริบททางวัฒนธรรมในองค์กรที่รวบรวมพันธกิจและผู้นำพฤติกรรมของพนักงาน

จากการให้ความหมายข้างต้นนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้ บทบาทของผู้บริหารระดับสูงในบริบทของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญ โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงมีอำนาจในการลดความขัดแย้งระหว่างแผนกและสามารถส่งเสริมให้มีการนำเอาธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ได้ อย่างสะดวกในการสร้างองค์กรอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงจึงมีความสำคัญในการดำเนินการตามความคิดริเริ่มของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ได้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องด้านองค์กรคือการสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุดซึ่งในที่นี้จะเป็นตัวแปรต้น อีกทั้งตัวแปรนี้จะนำไปสร้างกรอบแนวความคิดการวิจัยในลำดับต่อไป

2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร (ORGANIZATION CULTURE)

วิรัช สงวนวงษ์วาน (2547: 20) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กรคือค่านิยมและความเชื่อที่มีร่วมกันอย่างเป็นระบบที่เกิดขึ้นในองค์กร และใช้เป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมของคนในองค์กร นั้น วัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นเสมือน “บุคลิกภาพ” หรือ “จิตวิญญาณ” ขององค์กร

สุนทร วงศ์ไวยวรรณ (2540: 11) กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง สิ่งต่างๆ อันประกอบด้วยสิ่งประติษฐ์ แบบแผนพฤติกรรม บรรทัดฐาน ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ความเข้าใจและข้อสมมุติพื้นฐานของคนจำนวนหนึ่งหรือส่วนใหญ่ภายในองค์กร

Gordon. (1999: 342) กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์กรคือสิ่งที่อธิบายสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ที่รวมเอาข้อสมมุติ ความเชื่อ และค่านิยมที่สมาชิกขององค์กรมีส่วนร่วมและใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อมีปฏิสัมพันธ์กับโครงสร้างอย่างเป็นทางการในการกำหนดรูปแบบพฤติกรรม

วัฒนธรรมองค์กร (Moorherad & Griffin 1995: 440) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงค่านิยม ความรู้ ความคิด ศีลธรรม ประเพณี เทคโนโลยีตลอดจนสิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ความเชื่อถือศรัทธาร่วมกันของบรรดาสมาชิกภายในองค์กรนั้น ๆ และทั้งแสดงให้เห็นถึงสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น ปรัชญา ตำนาน นิยาย เรื่องราว และภาษาพิเศษ ฯลฯ

วัฒนธรรมองค์กร (Barney, 1986 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:384) หมายถึง “ชุดค่านิยมความเชื่อสมมุติฐานและสัญลักษณ์ที่ซับซ้อนซึ่งกำหนดแนวทางที่บริษัท ดำเนินธุรกิจ”

Deshpandé and Webster (1989, P. 4) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็น “แบบแผนของค่านิยมร่วมและความเชื่อที่ช่วยให้แต่ละบุคคลเข้าใจการทำงานขององค์กรและเป็นการให้บรรทัดฐานสำหรับพฤติกรรมในองค์กร”

2.6.1 บทบาทสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร

เมื่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง วัฒนธรรมองค์กรก็พัฒนาขึ้นเพื่อเผชิญกับสถานการณ์ใหม่ๆ องค์กรจะเรียนรู้และพัฒนาความรู้และความสามารถใหม่ๆ ที่สมาชิกแบ่งปัน เช่น วิธีคิด ความรู้สึก และการรับรู้สถานการณ์ใหม่ที่ถูกต้อง (Schein, 1985 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:384) วัฒนธรรมการปรับตัวจะปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องตามการเปลี่ยนแปลงโดยส่งเสริมค่านิยมของการยอมรับความเสี่ยงและการมุ่งมั่นเชิงรุก (Kilmann, 1985 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:384) เพื่อต่ออายุพฤติกรรมของสมาชิกเมื่อเวลาผ่านไป (Jaw and Liu, 2003; Collins and Porras, 1994 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:384)

วัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา (Adhocracy Culture) มีความเกี่ยวข้องมากที่สุดที่อธิบายการนำ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา (Adhocracy Culture) ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยเน้นที่ความเฉลียวฉลาดและอิสระของแต่ละบุคคลและเน้นการให้รางวัล ผลตอบแทนแก่ผู้ ที่ริเริ่ม สร้างสรรค์เป็นพิเศษ หลายบริษัทได้เปลี่ยนนโยบายใหม่มาเน้นเรื่องการมอบหมายอำนาจในการตัดสินใจแก่พนักงาน (employee empowerment) เน้นกลยุทธ์ความยืดหยุ่นและความสามารถ ตอบสนองได้รวดเร็วเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่ รวดเร็ว

วัฒนธรรมองค์กร สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัลแตกต่างจากการเปลี่ยนแปลงขององค์กรทั่วไปคือการที่วัฒนธรรมองค์กรนั้นเปลี่ยนไปด้วย โดยที่วัฒนธรรมองค์กรนั้นจะปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจและการทำงานทั้งหมดผ่านเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งสามารถส่งผลให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้นดีขึ้น สิ่งสำคัญที่สุดคือการเปลี่ยนแปลงความคิดของพนักงานให้มีวัฒนธรรมที่ออกจากพื้นที่ความเคยชินหรือความสะดวกสบาย (Comfort Zone) เพื่อเปลี่ยนแปลงและพร้อมปรับตัวต่อสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ เพราะเทคโนโลยีนั้นมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งในปัจจุบันข้อมูลจะมีอำนาจในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ องค์กรที่เน้น

ความสำคัญเกี่ยวกับวัฒนธรรมในการสร้างการตัดสินใจโดยอ้างอิงจากข้อมูล จะสามารถนำพาองค์กรไปสู่สิ่งที่ดีและอยู่ในฐานะที่แข็งแกร่งและพร้อมเสมอ (Capgemini Digital Transformation Institute, 2018 อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2562:1810) อีกทั้งการเปลี่ยนผ่านขององค์กรในยุคปัจจุบันที่กำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล จึงไม่อาจหมายความเพียงแต่การลงทุนซื้ออุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ๆ หรือการลงทุนด้าน โปรแกรมและซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ตสมัยเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ลึกลงไปจนถึงแก่นและหัวใจสำคัญของการดำเนินงาน ซึ่งก็คือวัฒนธรรมขององค์กรที่ต้องสอดคล้องกับการก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลให้ได้อย่างยั่งยืน โดยการปรับกระบวนการคิดของคนในองค์กร (Digital Mindset) ปรับกระบวนการทำงาน (Digital Processes) ปรับทักษะการใช้เทคโนโลยี (Digital Skills) ปรับวัฒนธรรมองค์กรสู่ดิจิทัล (Digital Culture) และเตรียมความพร้อมทั้งระบบ (Digital Organization) (จี อี บี ซี บี, 2560; Goran, LaBerge, & Srinivasan, 2017, PwC, 2013 อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2562:1810)

โครงสร้างองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การจัดโครงสร้างองค์กรใหม่ภายใต้ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล จะต้องมีความยืดหยุ่นสูง และสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ได้อย่างรวดเร็ว จนทำให้ในปัจจุบันองค์กรจากซีกโลกตะวันตกที่ชาญฉลาดจึงพยายามปรับตัวเข้าหาโลกตะวันออกมากขึ้น โดยจะเปลี่ยนรูปแบบการตัดสินใจแบบลำดับขั้นมาเป็นการบริหารจัดการแบบเครือข่ายมากขึ้น (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2559 อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2562:1810) และโครงสร้างองค์กรจะต้องเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการทำงาน โดยทำให้พีระมิดขององค์กรไม่สูงมากนัก พนักงานจะได้ไม่ทำงานด้วยความกลัวผู้บังคับบัญชา ซึ่งที่ธนาคารไทยพาณิชย์พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงผู้บริหารระดับสูงได้ทุกคน สามารถแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันได้ จนมีอำนาจในการตัดสินใจ และรูปแบบการทำงานก็ไม่จำเป็นต้องอยู่ในสำนักงานเพียงอย่างเดียว ซึ่งแบบนั้นเป็นการทำงานในโลกแบบเก่า (ซีเอสอาร์-เอชอาร์, 2560 อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2562:1810) โดยตัวอย่างโครงสร้างขององค์กร ที่ถูกปรับเปลี่ยนและออกแบบมาเพื่อดึงศักยภาพของพนักงานและการทำงานในยุคดิจิทัลออกมาให้มากที่สุด (Perkin, 2015 อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2562:1810) ที่เหมาะสมกับรูปแบบการทำงานขององค์กรในประเทศไทย ได้แก่ Dispersed Structure, The Digital Center of Excellence, Hub and Spoke, Honey Comb เป็นต้น

จากการให้ความหมายข้างต้นนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้ วัฒนธรรมองค์กร หมายถึงชุดความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐาน และแบบแผนพฤติกรรม ซึ่งถูกประดิษฐ์ค้นพบจากการ

เรียนรู้โดยกลุ่มคนภายในองค์กร เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาการปรับตัวและถูกถ่ายทอดไปยังสมาชิกในองค์กร และเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ได้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องด้านองค์กร คือ วัฒนธรรมองค์กร โดยมีตัวแปรย่อยคือ วัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา ซึ่งในที่นี้จะเป็นตัวแปรต้น อีกทั้งตัวแปรนี้จะนำไปสร้างกรอบแนวความคิดการวิจัยในลำดับต่อไป

2.7 แนวความคิดเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (COMPETITIVE ENVIRONMENT)

(Zhu and Kraemer, 2005) กล่าวว่าสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันหมายถึงระดับของแรงกดดันทางธุรกิจจากคู่แข่งทางการตลาด โดยแรงกดดันในการแข่งขันหมายถึงระดับของแรงกดดันที่บริษัทรู้สึกได้จากคู่แข่งในอุตสาหกรรม Porter and Millar (1985) วิเคราะห์เหตุผลเชิงกลยุทธ์ที่อยู่ภายใต้แรงกดดันในการแข่งขันในฐานะตัวขับเคลื่อนการแพร่กระจายนวัตกรรม พวกเขาแนะนำว่าการใช้นวัตกรรมใหม่ทำให้บริษัทสามารถเปลี่ยนแปลงกฎการแข่งขันได้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างอุตสาหกรรม และใช้ประโยชน์จากวิธีการใหม่ๆ ในการเอาชนะคู่แข่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแนวทางการแข่งขัน (Oliveira and Martins, 2010 :1341-1342)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างใช้เทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือหลักที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Oliveira & Martins, 2010 อ้างอิงในธนาภิญญ์ อัตตฤทธ, 2564 : 183) เนื่องจากทำให้มีการใช้เงินทุนในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายในระดับโลกอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันกับองค์กรที่ใหญ่กว่าได้ (Lin et al., 2008 อ้างอิงในธนาภิญญ์ อัตตฤทธ, 2564 : 183) อีกทั้งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและมีตำแหน่งการแข่งขันที่สูงขึ้นได้ (Sarkar & Kumar, 2009 อ้างอิงในธนาภิญญ์ อัตตฤทธ, 2564 : 183)

2.7.1 พลังของลูกค้าส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้

พลังของลูกค้าหมายถึงความต้องการของลูกค้าภายนอกที่มีต่อธุรกิจในการปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติบางประการ (Wu et al., 2003 อ้างอิงใน Samaraweera and Jayasiri., 2016:16) Christensen and Bower (1996) กล่าวว่าเมื่อมีความต้องการของลูกค้ารายใหญ่ องค์กรอาจพยายามใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้ได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากเดิมที่มีอยู่ หากลูกค้ามีอำนาจเหนือกว่า พวกเขาจะโน้มน้าวบริษัทให้นำเทคโนโลยีใหม่มาใช้

พวกเขามีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และใช้อีเมลเพื่อตอบสนองความต้องการของพวกเขา เมื่อลูกค้ามีอำนาจมากขึ้นจะมองหากระบวนการที่มีต้นทุนต่ำและสะดวก ดังนั้นการพัฒนาเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมศักยภาพทางธุรกิจ (Samaraweera and Jayasiri ,2016:16)

ความต้องการที่เพิ่มขึ้นและแรงกดดันจากลูกค้าสร้างความต้องการให้ บริษัท ต่างๆริเริ่มนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ พัฒนาการของอินเทอร์เน็ตทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ภาคโรงแรมได้รับอิทธิพลมากขึ้นจากการพัฒนาด้านอินเทอร์เน็ต ดังนั้นลูกค้าจึงมีอิทธิพลต่อกิจกรรมประจำวันของโรงแรมได้ ลูกค้าอาจต้องการเว็บไซต์ที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ซึ่งสามารถใช้เพื่อตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลของตนได้ (Theodosiou & Katsikea ,2010อ้างอิงใน Samaraweera and Jayasiri ,2016:19) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าพลังของลูกค้ามีผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้มากขึ้น

ในบริบทของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ อำนาจของลูกค้าสะท้อนให้เห็นในแรงกดดันที่เพิ่มขึ้นที่ลูกค้ากำหนดให้บริษัทพัฒนาเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ ที่จะช่วยให้พวกเขาเติมเต็มความต้องการข้อมูลของพวกเขา สนับสนุนกระบวนการจัดซื้อของพวกเขา อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการสื่อสารที่เติบโตเร็วที่สุดในประวัติศาสตร์ (Theodosiou and Katsikea ,2012 :264)

2.7.2 แรงกดดันเชิงบรรทัดฐานส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้

แรงกดดันเชิงบรรทัดฐานเกิดขึ้นจากการคุกคามของการสูญเสียความชอบธรรม เมื่อแรงกดดันเชิงบรรทัดฐานสูง องค์การต่างๆ ก็จะนำนวัตกรรมมาใช้โดยไม่ได้คำนึงถึงการประเมินประสิทธิภาพและผลตอบแทนของนวัตกรรม แต่เนื่องมาจากแรงกดดันทางธุรกิจที่เกิดจากจำนวนธุรกิจที่ดำเนินการไปแล้วอย่างมากมาย (Abrahamson and Rosenkopf 1990อ้างอิงใน Fang Wu et.al., 2003: 432)

แรงกดดันเชิงบรรทัดฐานอาจเป็นตัวเร่งการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในกระบวนการทางธุรกิจขึ้นอยู่กับประเภทของแรงกดดันที่ดำเนินการ โดยหน่วยงานภายในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่น หน่วยงาน มีอิทธิพลโดยการสร้างแรงกดดันกับผู้ผลิตเพื่อสร้างบรรทัดฐานทางสังคม (Grewal and Dharwadkar 2002;Selznick 1984 อ้างอิงใน Fang Wu et.al., 2003: 432) ใน ทางกลับกันแรงกดดันเชิงบรรทัดฐานบนธุรกิจให้สอดคล้องในแง่ของการริเริ่มนำ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารกับบุคคลภายนอกและในกระบวนการสั่งซื้อและจัดซื้อจัด

ข้าง ในทำนองเดียวกันธุรกิจ ผู้จัดการทรัพยากรมนุษย์อาจรู้สึกไม่ได้รับแรงกดดันในการปรับตัว ใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการภายในกระบวนการบริหารและการสื่อสารเมื่อผู้จัดการคนอื่น ๆ ในคู่แข่งทางธุรกิจก็ใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน (Fang Wu et.al., 2003: 432)

จากการให้ความหมายข้างต้นนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันคือแรงกดดันจากคู่แข่งและสิ่งแวดล้อมภายนอก โดยสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ คู่แข่งขัน ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ และผู้ผลิต จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ได้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องด้านสภาพแวดล้อม คือสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน โดยมีตัวแปรย่อยคือพลังของลูกค้า และแรงกดดันเชิงบรรทัดฐาน ซึ่งในที่นี้จะเป็นตัวแปรต้น อีกทั้งตัวแปรนี้จะนำไปสร้างกรอบแนวความคิดการวิจัยในลำดับต่อไป

2.8 แนวความคิดเกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)

ธุรกิจดิจิทัล หรือเดิมจะเรียกว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic business หรือ E-business) คือการดำเนินธุรกิจ หรือกิจกรรมหลักของธุรกิจผ่านระบบออนไลน์หรือระบบอินเทอร์เน็ต (Chaffey, 2015อ้างอิงในล้นทม จอนจวบทรง และฉรรร ธรรมบุญวิศ,2562:220)ซึ่งกิจกรรมหรือกระบวนการหลักที่จะแปลงรูปเป็นการดำเนินแบบดิจิทัล มีตั้งแต่ต้นทางในการเชื่อมโยงกับผู้ผลิต การดำเนินการ และปลายทางที่เชื่อมโยงกับลูกค้า โดยการออกแบบรูปแบบของธุรกิจดิจิทัลที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ (ล้นทม จอนจวบทรง และฉรรร ธรรมบุญวิศ,2562:220)

Sawheny and Zabin (2001) กล่าวว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คือการใช้เครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือคิดค้นกระบวนการทางธุรกิจหรือระบบธุรกิจที่มีศักยภาพเพื่อสร้างมูลค่าที่เหนือกว่าสำหรับลูกค้า (Samaraweera and Jayasiri ,2016 :15)

Zhu and Kraemer (2003) ให้คำจำกัดความ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ว่าการดำเนินกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่า (รวมถึงการขายบริการลูกค้า การจัดซื้อ การแบ่งปันข้อมูล และการประสานงานกับผู้ผลิต)โดยใช้แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต ร่วมกับโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ ธุรกิจ (Samaraweera and Jayasiri ,2016 :15)โดยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ยังสามารถกำหนดได้ว่าเป็นการบูรณาการของเทคโนโลยีการสื่อสารกับกระบวนการทางธุรกิจและแนวทางการจัดการผ่านอินเทอร์เน็ต (Simpson & Dorethy 2004; Turban, King, Lee & Viehland 2004 อ้างถึงใน

Samaraweera and Jayasiri ,2016 :15) อีกทั้งยังเป็นการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อกับลูกค้า ผู้ผลิต คู่ค้าทางธุรกิจ และพนักงาน โดยใช้เว็บไซต์ E-commerce อย่างน้อยหนึ่งเว็บไซต์ที่ให้บริการธุรกรรมการขายหรือเว็บไซต์บริการลูกค้า หรืออินเทอร์เน็ตภายในองค์กร พอร์ตข้อมูลหรือเอกซ์ทราเน็ตรวมถึงห่วงโซ่อุปทานหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูล โพรโทคอล IP (Information week research survey 1999 อ้างอิงใน Samaraweera and Jayasiri ,2016 :15)

Hunt and Barnes (2001) ให้คำจำกัดความว่า ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการดำเนินธุรกรรมทางธุรกิจผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์หรือคอมพิวเตอร์ รวมถึงอินเทอร์เน็ต ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ยังถูกกำหนดให้เป็นการบูรณาการของ “ระบบ กระบวนการ องค์กร ห่วงโซ่คุณค่า และตลาดทั้งหมดโดยใช้เทคโนโลยีและแนวคิดทางอินเทอร์เน็ตและที่เกี่ยวข้อง” (Deresky, 2014, p. 51 อ้างอิงใน Shehata & Montash ,2020:391-392) ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เป็นแอปพลิเคชันหลักอย่างหนึ่งที่ขับเคลื่อน โดยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ในทำนองเดียวกัน ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกกำหนดให้เป็นวิธีการรวมแอปพลิเคชันรวมถึงการวางแผนทรัพยากรขององค์กร (ERP) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์แบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ทำงานร่วมกันและช่วยในการจัดการ จัดระเบียบ กำหนดเส้นทาง และเปลี่ยนข้อมูล (Deresky, 2014; Kalakota and Robinson, 2001 อ้างอิงใน Shehata & Montash.,2020:391-392) ซึ่งเป็นการทำธุรกิจแบบดิจิทัล (Brache and Webb, 2000 อ้างอิงใน Shehata & Montash ,2020:391-392) ดังที่ Zwass (1999) อ้างว่าสังคมได้เปลี่ยนไปใช้ธุรกรรมแบบไม่ใช้เงินสด และการสื่อสารทางธุรกิจได้ย้ายไปสู่ระดับที่สูงกว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างคอมพิวเตอร์กับคอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐานแล้ว นักวิชาการคนอื่นๆ ได้แยกแยะความแตกต่างระหว่างอีคอมเมิร์ซและธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์อย่างชัดเจน ด้านหนึ่ง อีคอมเมิร์ซถูกมองว่าเป็นช่องทางการซื้อ ขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ หรือข้อมูลผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ในอีกทางหนึ่ง ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกกำหนดให้เป็นกระบวนการที่ไม่เพียงแต่รวมถึงช่องทางการซื้อและขายสินค้าและบริการ แต่ยังให้บริการลูกค้า การร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ และการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กับบริษัท (Turban et al., 2005 อ้างอิงใน Shehata & Montash ,2020:391-392) ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เป็นรูปแบบที่สำคัญของนวัตกรรมเทคโนโลยี และไม่เพียงแต่นำไปใช้ในเชิงกระบวนการเท่านั้น แต่ยังเป็นวิธีใหม่สำหรับบริษัทในการทำธุรกิจอีกด้วย โดยสรุปธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกมองว่าเป็นช่องทางสำหรับบริษัทต่างๆ ในการทำธุรกรรมทางธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่เพียงแต่จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมความยืดหยุ่นในการ

ปฏิบัติงานและความสามารถในการแข่งขันอีกด้วย นอกจากนี้ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ยังช่วยเพิ่มระดับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า แต่ยังคงถึงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและตัวกลาง

2.8.1 หมวดหมู่ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-BUSSINESS)

E-business มี 5 หมวดหมู่ (Menasce: 2000 อ้างอิงใน Mahutchariyakul, 2003: 23)

1. ธุรกิจกับธุรกิจ (B2B): รวมธุรกรรมทั้งหมดที่ทำโดยบริษัทกับผู้ผลิตหรือบริษัทอื่นๆ แอปพลิเคชัน Business-to-Business ได้รับการเป็นที่ยอมรับมานานหลายปี โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (EDI) ผ่านระบบเครือข่ายส่วนตัวหรือระบบเครือข่ายสาธารณะ (VANS)
2. ธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C): หมวดหมู่นี้ส่วนใหญ่แสดงโดยการขายปลีกอิเล็กทรอนิกส์และครอบคลุมเว็บไซต์เชิงพาณิชย์มากมายตั้งแต่การขายปลีกออนไลน์จนถึงบริการทางการเงินออนไลน์และการโฆษณาออนไลน์
3. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C2C): ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคเกิดขึ้นโดยพื้นฐานจากการประมูลทางเว็บ ของสะสม รถมือสอง และทุกประเภทของรายการที่ถูกจัดหมวดหมู่ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสามารถเจรจาต่อรองระหว่างผู้บริโภคผ่านเว็บไซต์ประมูล
4. รัฐบาลกับธุรกิจ: หมวดหมู่ระหว่างรัฐบาลกับธุรกิจ ครอบคลุมธุรกรรมทั้งหมดระหว่างบริษัทและหน่วยงานของรัฐ รวมถึงการจัดซื้อจัดจ้างทางอิเล็กทรอนิกส์และการทำธุรกรรมต่างๆ ของทางภาครัฐ ที่นำไปสู่การสื่อสารทางธุรกิจ
5. รัฐบาลกับพลเมือง: รัฐบาลกับพลเมืองครอบคลุมปฏิสัมพันธ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประชาชนและภาครัฐในพื้นที่

2.8.2 โมเดลธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

โมเดลธุรกิจสามารถกำหนดเป็นสถาปัตยกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ บริการ และการไหลของข้อมูล รวมถึงรายละเอียด บทบาท และแหล่งรายได้ทางธุรกิจ มีรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์หลายแบบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้ (Almeida: 2000 อ้างอิงใน Mahutchariyakul , 2003 : 24)

1. การขายปลีกออนไลน์ ร้านค้าอิเล็กทรอนิกส์ใช้เว็บไซต์เพื่อขายสินค้าที่จับต้องได้ (เช่น หนังสือ ซีดี คอมพิวเตอร์ และเสื้อผ้า) ให้กับผู้บริโภค แคตตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์ที่ซับซ้อน รวมถึงรูปภาพ รายละเอียดสินค้า ราคา และขนาดข้อมูลที่มีให้กับลูกค้า

2. การประมูลออนไลน์:เว็บไซต์ประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์มีสินค้าหลากหลายตั้งแต่ของสะสม เช่น ของเก่า ของที่ระลึกเกี่ยวกับกีฬา เหรียญ แสตมป์ และหนังสือ ไปจนถึงของทั่วไปมากขึ้น เช่น อสังหาริมทรัพย์ ตัวเครื่องบิน และคอมพิวเตอร์ ในรูปแบบการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมาก ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเข้าถึงการประมูลได้ผ่านตัวกลาง กล่าวคือ ผู้ดำเนินการประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ การประมูลทางอิเล็กทรอนิกส์คือวิธีที่นิยมมากในการขายและซื้อสินค้า
3. การเข้าถึงเนื้อหา:เว็บไซต์ที่เป็นเกตเวย์หลักของเว็บหรือชุดของเว็บเพจที่ระบุหัวข้อเฉพาะจะเรียกว่าพอร์ทัล เพื่อดึงดูดการเข้าชม พอร์ทัลให้บริการเสริมแก่ผู้ใช้ เช่น อินเทอร์เน็ตที่สอดคล้องกันกับเว็บ การจัดลำดับความสำคัญของลิงก์ และข้อมูลในเวลาที่เหมาะสม
4. การจัดจำหน่าย:เว็บไซต์ ธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) บางแห่งจัดหาส่วนประกอบและอุปกรณ์การผลิต ตัวอย่างเช่น ในตลาดอิเล็กทรอนิกส์อุตสาหกรรม ตัวแทนจำหน่ายออนไลน์นำเสนอผลิตภัณฑ์ เช่น เซมิคอนดักเตอร์ คอนเนคเตอร์ ส่วนประกอบระบบคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ต่อพ่วงและอุปกรณ์การผลิต
5. บริการ:หลายบริษัทใช้แบบจำลอง ธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) เพื่อขายบริการ ตัวอย่างที่สามารถพบได้ในอุตสาหกรรมการเดินทาง การเงิน การธนาคาร และการประกันภัยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยให้บริการออนไลน์ 24 ชั่วโมงต่อวัน 7 วันต่อสัปดาห์
6. การจัดพิมพ์:หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายงานการสำรวจและสารานุกรมรวมถึงตัวอย่างเนื้อหาที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตโดยบริษัทใช้การเผยแพร่ทางออนไลน์ บางบริษัทเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการสมัครสมาชิกในขณะที่บางบริษัทเสนอให้ข้อมูลฟรีและนำโฆษณามาใช้เป็นรูปแบบการสร้างรายได้

2.8.3 ประโยชน์ของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

นวัตกรรมบางอย่างในประวัติศาสตร์ของมนุษย์ครอบคลุมถึงคุณประโยชน์มากมาย เช่นเดียวกับในด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ธรรมชาติของเทคโนโลยีระดับโลก ต้นทุนต่ำ โอกาสในการเข้าถึงผู้คนนับร้อยล้าน ลักษณะการโต้ตอบ ความหลากหลายของการโต้ตอบความเป็นไปได้ และความมีไหวพริบและการเติบโตอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตส่งผลให้มีประโยชน์มากมายต่อ

องค์กร บุคคลและสังคม ประโยชน์เหล่านี้เพิ่งเริ่มต้นเป็นรูปธรรม แต่จะเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ขยายออกไป ประโยชน์หลักๆมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (Turban et al: 2002 อ้างอิงใน Mahutchariyakul , 2003 : 25)

ประโยชน์ของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ต่อองค์กร

1. ขยายตลาดของบริษัทไปยังตลาดในประเทศและต่างประเทศ กับต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ บริษัทสามารถค้นหาลูกค้าเพิ่มเติมได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว ผู้ผลิตที่ดีที่สุดและคู่ค้าทางธุรกิจที่เหมาะสมที่สุดทั่วโลก
2. อนุญาตให้ผู้ขายเข้าถึงลูกค้าจำนวนมากได้ทุกที่ทั่วโลกด้วยต้นทุนที่ต่ำมาก
3. ช่วยให้บริษัทจัดหาวัสดุและบริการจากบริษัทอื่นอย่างรวดเร็วและด้วยต้นทุนที่ต่ำลง
4. ย่อหรือลดช่องทางการจัดจำหน่ายทางการตลาด การทำผลิตภัณฑ์ถูกกว่าและกำไรของผู้ขายสูงขึ้น
5. ลดต้นทุนในการสร้าง การดำเนินการ แจกจ่าย จัดเก็บ และดึงข้อมูลข้อมูลที่เป็นกระดาษ
6. ช่วยให้เห็นค่าคงคลังลดลง โดยใช้การผลิตและการส่งมอบที่ตรงเวลา ซึ่งช่วยให้สามารถปรับแต่งผลิตภัณฑ์และลดต้นทุนสินค้าคงคลัง
7. ช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการรับสินค้าและบริการแต่ละครั้ง
8. ลดค่าใช้จ่ายด้านโทรคมนาคมเนื่องจากค่าอินเทอร์เน็ตมีราคาถูกมาก
9. ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับบริษัทขนาดใหญ่ได้
10. ช่วยให้สามารถเข้าถึงตลาดเฉพาะกลุ่มได้

2.8.4 ด้านความสามารถในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในกระบวนการทำงาน

สอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลและความพร้อมในการปรับเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (นภาพรรณ มีศรี, 2558 อ้างอิงใน โกศล จิตวิรัตน์.,2562:1808) ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการปฏิบัติงานและความสามารถ

ทางดิจิทัล มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพร้อมในการปรับเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัล และสอดคล้องกับแนวคิดการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัล คือกระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับทุกส่วนของธุรกิจ นับตั้งแต่รากฐานกระบวนการทำงาน การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การตลาด วัฒนธรรมองค์กร และการกำหนดเป้าหมายการเติบโตในอนาคต เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงช่วยตอบโจทย์ธุรกิจใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเพียงเครื่องมืออีกทั้งยังเป็นสิ่งที่พัฒนาและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้นการนำเอาเข้ามาใช้งานจึงควรเริ่มจากการตั้งเป้าหมายสำหรับอนาคตให้ชัดเจนก่อน จากนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์และนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมมาปรับใช้ตามวิสัยทัศน์ดิจิทัลนั้นๆ (Gubbi, Buyya, Marusic, & Palaniswami, 2013; Hinings, Gegenhuber, & Greenwood, 2018) อ้างอิงใน โกลด์ จิต วิรัตน์.,2562:1808) โดยองค์การต้องมุ่งเน้นไปที่แนวโน้มของเทคโนโลยีบางอย่าง เช่น ระบบเซ็นเซอร์ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรืออินเทอร์เน็ตเพื่อทุกสิ่ง (IoT) เพื่อใช้ในการสนับสนุนศักยภาพทางธุรกิจขององค์กร โดยจะเป็นการเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้เป็นอัตโนมัติ และเพิ่มกระแสรายได้ใหม่ ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นแบบดิจิทัลเพิ่มขึ้น (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2560 อ้างอิงใน โกลด์ จิต วิรัตน์.,2562:1808)

จากการให้ความหมายข้างต้นนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง กระบวนการหรือขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ โดยอาศัยเทคโนโลยีเครือข่ายที่เรียกว่า องค์กรเครือข่ายร่วม ในการดำเนินงานเพื่อให้เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำธุรกิจมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีนี้จะใช้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันผ่านช่องทางโทรคมนาคม จุดมุ่งหมายในการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ นั่นคือ เพื่อสร้างคุณค่าทางธุรกิจมากขึ้นและลดต้นทุนการทำธุรกิจ โดยการอาศัยแรงงานคนทีน้อยในการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ช่วยให้องค์กรภายนอกและภายในมีการดำเนินงานได้ง่ายมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ อาจไม่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหรือเว็บเสมอไป เพียงแต่กระแสความนิยมของอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของมนุษย์มากยิ่งขึ้น จึงทำให้องค์กรต่างๆ นำ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในช่องทางในการขยายขอบเขตของการดำเนินธุรกิจกันมากยิ่งขึ้น โดยการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อกับลูกค้า ผู้ผลิต และคู่ค้าทางธุรกิจ จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ได้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องคือการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ซึ่งในที่นี้จะเป็นตัวแปรขั้นกลาง และตัวแปรนี้จะนำไปสร้างกรอบแนวความคิดการวิจัยในลำดับต่อไป

ตารางที่ 3 การทบทวนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-business) มาใช้ (A brief review of studies on e-business adoption)

ผู้ศึกษา	ประเทศ	ระเบียบวิธี	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	ขนาดตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
Chatzoglou and Chatzouides (2016)	กรีซ	เชิงประจักษ์	แบบสอบถาม	600 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ผู้จัดการระบบข้อมูล	โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ, ทัศนคติการใช้งานอินเทอร์เน็ต, ขนาดของบริษัท, ขอบเขตของบริษัท, ความรู้ของผู้บริหารสูงสุด, ค่าใช้จ่ายในการนำไปใช้งาน, ความเต็มใจและความสามารถในการบริหารจัดการพันธมิตรในเครือข่าย, ความกดดันในการแข่งขัน, การสนับสนุนจากรัฐบาล, ความพร้อมของผู้บริโภค	การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้

ตารางที่ 3 การทบทวนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-business) มาใช้ (A brief review of studies on e-business adoption) (ต่อ)

ผู้ศึกษา	ประเทศ	ระเบียบวิธี	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	ขนาดตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
García-Moreno et al. (2017)	สเปน	เชิงประจักษ์	ข้อมูลมาจากฐานข้อมูลเดียวแบบสอบถามดิจิทัล	บริษัท 14,000 แห่งจาก 10 ภาคเศรษฐกิจในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป	ผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ หรือเจ้าของบริษัท	ขนาดของบริษัท, การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุดในบริษัท, ความคาดหวังในการทำอะไร, อายุบริษัท, ทุนมนุษย์ของบริษัท, ภาพลักษณ์ระหว่างประเทศของบริษัท, โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีของบริษัท, ทุนมนุษย์ของบริษัทในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, การพัฒนาหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง, คู่แข่งทางธุรกิจ, การแข่งขัน, ที่สนใจของลูกค้า	การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้

ตารางที่ 3 การทบทวนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-business) มาใช้ (A brief review of studies on e-business adoption) (ต่อ)

ผู้ศึกษา	ประเทศ	ระเบียบวิธี	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	ขนาดตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
Alos-Simo et al. (2017)	สเปน	เชิงประจักษ์	แบบสอบถาม	181 บริษัท	ผู้จัดการ ทรัพยากรมนุษย์ และผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมปรับตัว	การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้
Migdadi et al. (2016)	จอร์แดน	เชิงประจักษ์	แบบสอบถาม	258 บริษัท ในซาอุดีอาระเบีย	ผู้บริหารสูงสุด	ความสามารถในการเรียนรู้, ความสามารถในการจัดการ ความรู้, วัฒนธรรมแบบการ เปลี่ยนแปลงพัฒนา, การ สนับสนุนผู้บริหารระดับสูง	การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้

ตารางที่ 3 การทบทวนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-business) มาใช้ (A brief review of studies on e-business adoption) (ต่อ)

ผู้ศึกษา	ประเทศ	ระเบียบวิธี	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	ขนาดตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
Samaraweera and Jayasiri (2016)	ศรีลังกา	เชิงประจักษ์	แบบสอบถาม	50 โรงแรม	ผู้บริหารและผู้จัดการฝ่ายการตลาด	การให้นำหนักของผู้บริหารสูงสุด, ความสามารถในการเรียนรู้ขององค์กร, การมุ่งเน้นลูกค้า, อำนาจต่อรองจากลูกค้า	การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้
Putra, Santoso and Hasibuan (2017)	อินโดนีเซีย	เชิงประจักษ์	แบบสอบถาม	54 วิชาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม	เจ้าของหรือผู้จัดการ	ความตระหนัก, ความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, ทรัพยากรทางการเงิน, การสนับสนุนด้านการจัดการ	การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้

ตารางที่ 3 การทบทวนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-business) มาใช้ (A brief review of studies on e-business adoption) (ต่อ)

ผู้ศึกษา	ประเทศ	ระเบียบวิธี	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	ขนาดตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
Khuja and Mohamed (2016)	มาเลเซีย	เชิงประจักษ์	แบบสอบถาม แบบสำรวจ โครงสร้างตนเอง	398 ราย	ลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการใช้งานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์	ด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ, ความเข้ากันได้, ความซับซ้อน, ความสามารถในการทดลอง, การสังเกต	การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของลิเบีย

2.9 แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMES PERFORMANCE)

Sanders (2007) ศึกษาการใช้เทคโนโลยี ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ของ บริษัท ต่างๆและ ความสัมพันธ์กับการทำงานร่วมกันภายในและระหว่างองค์กรและประสิทธิภาพขององค์กรและ พบว่าเทคโนโลยี ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ นั้นส่งผลต่อประสิทธิภาพทั้งทางตรงและทางอ้อม (Tsironis, Gotzamani and Mastos,2017:878)

Barua et al. (2000), ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ได้แนะนำตัว ขับเคลื่อนสำคัญ8ตัวสำหรับการดำเนินงานความสำเร็จ คือ การรวมระบบ การวางแผนลูกค้า เทคโนโลยีสารสนเทศ การวางแผนผู้ผลิตด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การวางแผนภายในของ เทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิต ความ พร้อมธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า และความพร้อมด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ผลิต (Tsironis, Gotzamani and Mastos,2017:878)

Barnes and Hinton (2008) มีการตรวจสอบกิจกรรมธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ของ บริษัท ในส ราชอาณาจักรส่งผลต่อระบบการวัดผลงานอย่างไรในบทความแนะนำว่าปัจจัย 4 ประการต่อไปนี้ มีความสำคัญและสามารถวัดได้คือ ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ขององค์กร ผลการดำเนินงานของ ธุรกิจกระบวนการ ประสิทธิภาพที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า และการเชื่อมต่อระหว่างประสิทธิภาพของ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Tsironis, Gotzamani and Mastos,2017:878)

2.9.1 ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร

ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เป็นวิธีที่เพิ่มประสิทธิภาพบริษัท ต่างๆให้มากขึ้นและเพื่อส่งเสริมความ ยืดหยุ่นในการดำเนินงาน การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและสามารถเชื่อมต่อกับ ผู้ผลิต นอกจากนี้ ยังสามารถรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดการขาย และการบริการลูกค้า จากข้อมูลระบุว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถใช้ธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์เพื่อปรับปรุงการสื่อสารระหว่างลูกค้าและองค์กร โดยได้รับประโยชน์ในด้านการ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและการตลาดเพื่อให้องค์กรตระหนักถึงประโยชน์สูงสุดของ เทคโนโลยี ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ผู้บริหารต้องสร้างโครงสร้างองค์กรที่เชื่อมต่อได้กับ โปรแกรม

ประยุกต์ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์รวมถึงการพัฒนาทักษะพนักงานกับ โปรแกรมประยุกต์ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ บริษัท มีความยืดหยุ่นและปรับปรุงการไหลของข้อมูลภายในและภายนอก ลดต้นทุนสินค้าคงคลังและจัดการห่วงโซ่อุปทานและความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ดีขึ้น สำหรับการผลิตและการบริการ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการทำกำไร โดยใช้เครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเข้าถึงลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงสถานที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และมีความยืดหยุ่นมากขึ้นในการผลิตและการจัดส่งสินค้าและบริการไปยังตลาดส่วนใหญ่ เห็นได้ชัดว่าผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าผลกระทบโดยรวมของ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อ บริษัท เหล่านี้เป็นไปในเชิงบวกโดยที่ บริษัท ผู้ผลิตและผู้ให้บริการต่างก็ได้รับประโยชน์จากการลงทุนในเทคโนโลยี ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (Zare, 2015).

จากการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในด้าน การสื่อสาร การจองออนไลน์ และการบริหารภายในอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานที่เฉพาะเจาะจง ประสิทธิภาพ ยอดขาย และความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นจากการนำ E-Business มาใช้ (Samaraweera and Jayasiri,2016:17)

การสื่อสารออนไลน์ช่วยลดต้นทุนและเวลาซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพเมื่อพิจารณา ประสิทธิภาพการขายและความพึงพอใจของลูกค้า การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ช่วยให้ลูกค้าพึงพอใจ โดยการเข้าถึงลูกค้าไปยังปลายทางได้อย่างง่ายดายแม้จะมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและไม่ล่าช้า ช่วยเพิ่มยอดขาย (Samaraweera and Jayasiri,2016:17) สอดคล้องกับ Wu et al. (2003) ที่พบว่าการบริหารภายใน รวมถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีการเงินและการบริหาร การเบิกค่าเดินทาง การจ่ายเงินเดือน และการประมวลผลผลประโยชน์พนักงาน ดังนั้นการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้จะทำให้ขั้นตอนง่ายขึ้นและลดเวลารวมถึงข้อผิดพลาดซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายใน การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการบริหารภายใน อาจส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากช่วยรวบรวมและรักษาข้อมูลที่ละเอียดอ่อนของลูกค้า (Samaraweera and Jayasiri,2016:17) อีกทั้งการจองออนไลน์หมายถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดวางคำสั่งซื้อ การตรวจสอบคำสั่งซื้อ และการส่งการชำระเงิน โดยลูกค้า (Wu et al. 2003) อ้างอิงใน Samaraweera and Jayasiri,2016:17) การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ในการจองออนไลน์มีส่วนช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพ โดยลดต้นทุนการทำธุรกรรมและต้นทุนตัวกลางอื่น ๆ มีการติดต่อโดยตรงกับลูกค้าทำให้เข้าใจลูกค้าและส่งผลให้มียอดขายอยู่ในระดับสูง และทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูง (Samaraweera and Jayasiri,2016:17)

ทุกวันนี้ บริษัทต่างๆ เข้าร่วมเครือข่ายทางธุรกิจมากขึ้น อันได้แก่ ผู้ผลิต ลูกค้า หรือแม้แต่คู่แข่งทางธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ บางครั้ง ผลตอบแทนจากธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ให้กับบริษัทขึ้นอยู่กับการลงทุนของลูกค้าหรือองค์กรของผู้ผลิต กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ องค์กรสามารถมีส่วนร่วมในธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยไม่ต้องลงทุนตราบเท่าที่เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์โดยใช้สร้างรายได้เปรียบเชิงกลยุทธ์จากการเชื่อมโยงเทคโนโลยีสารสนเทศของตนร่วมกับบริษัทอื่น ตัวอย่างเช่น เวลด์ไวด์เว็บ (Kohli et al., 2003อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670) ตัวอย่างที่ใช้งานได้จริงคือ Cisco Systems ซึ่งเชื่อว่าการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้บริษัทต่างๆ ลดต้นทุน ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและผลกำไร และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า อย่างไรก็ตาม จากคำกล่าวของ Effah (2014) แง่มุมหนึ่งที่เป็นปรากฏการณ์ของการปฏิวัติทางอินเทอร์เน็ตในประเทศที่พัฒนาแล้วคือความเฟื่องฟูของคอทคอม ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1990 ถึงต้นทศวรรษ 2000

ด้วยขนาดของการลงทุนใน ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และมีการกล่าวอ้างว่าสามารถเปลี่ยนแปลงกระบวนการทางธุรกิจได้อย่างสิ้นเชิง จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่พบว่าการเผยแพร่งานวิจัยเพียงเล็กน้อยในหัวข้อการวัดประสิทธิภาพในธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (Barnes and Hinton, 2012อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670) ความจำเป็นในการวิจัยดังกล่าวได้รับการยอมรับอย่างแน่นอน Amoroso (2001) พบชุดของปัจจัยด้านประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรที่องค์กรขนาดเล็กที่จำเป็นต้องพิจารณาและปัจจัยด้านประสิทธิภาพองค์กรที่พบในการวิจัยก่อนหน้านี้ ได้แก่ ปัจจัยที่มุ่งเน้นลูกค้า ปัจจัยทางการเงินของบริษัท และปัจจัยกระบวนการทางธุรกิจ

ปัจจัยที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ได้แก่ คุณลักษณะของความสำเร็จที่ช่วยดึงดูดลูกค้าให้ทำธุรกิจ ในรูปแบบที่ใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ กับองค์กร การรักษาลูกค้าเพื่อดำเนินธุรกิจในอนาคตและความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ในปัจจุบัน ปัจจัยด้านการเงินและองค์กร ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากแอปพลิเคชันธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ต้นทุนขายที่ต่ำลงเพื่อดำเนินธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต การควบคุมต้นทุนที่เข้มงวดยิ่งขึ้น และอาจมีส่วนแบ่งการตลาดเนื่องจาก ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เป็นปัจจัยกระบวนการทางธุรกิจเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงกระบวนการขององค์กรและรอบเวลาลดลง (Amoroso, 2001อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670) นอกจากนี้ นวัตกรรมธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ยังส่งผลต่อความสัมพันธ์กับลูกค้านำผลให้เพิ่มประสิทธิภาพและการเติบโตของยอดขาย (Rapp et al., 2008อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670) ดังนั้น การปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรสามารถทำได้เมื่อมีการใช้

ทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศภายในกระบวนการทางธุรกิจที่เหมาะสม และการปรับปรุงในกระบวนการเหล่านี้จะเกิดขึ้นจริง (Sila and Dobni, 2012อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670)

จากข้อมูลของ Garrity and Sanders (1998) ความสำเร็จของแอปพลิเคชัน พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์สามารถวัดได้ภายใต้กรอบการวิเคราะห์สามระดับ ที่ระดับองค์กรของกรอบงาน ความสำเร็จของแอปพลิเคชันพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ถูกวัดโดยใช้ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพขององค์กร เช่น แอปพลิเคชันมีส่วนช่วยในการทำกำไรได้อย่างไร ที่ระดับกระบวนการหรือฟังก์ชัน แอปพลิเคชัน พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ถูกวัดในแง่ของการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ในระดับบุคคลของการวิเคราะห์ สามารถวัดได้โดยใช้การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและความพึงพอใจ (Migdadi et al., 2016:670)

ตามที่ Lucia-Palacio.et al. (2014) การนำ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพตลอดช่วงโครงสร้างองค์กร (ตั้งแต่แผนกจัดซื้อไปจนถึงพนักงานขายภาคสนาม) และทั่วทั้งกระบวนการทางธุรกิจ (ตั้งแต่การบริหารภายใน ไปจนถึงการประสานงานด้านซัพพลายเชน) ดังนั้น จากการอภิปรายก่อนหน้านี้ การศึกษานี้จึงนำหลักสี่ประการที่ Wu et al. (2003) มาใช้เพื่อวัดผลกระทบของ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ต่อผลการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น ต่อไปนี้จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพการขาย ความพึงพอใจของลูกค้า และการพัฒนาความสัมพันธ์ (Migdadi et al., 2016:670)

2.9.2 ประสิทธิภาพของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพทางธุรกิจและผลิตภาพพนักงานภายในองค์กร โดยเป็นส่วนเสริมทรัพยากรเดิมที่มีอยู่ (Chircu and Kauffman, 2000อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670) จากข้อมูลของ Abebe (2014) ผลการศึกษาพบว่าการนำไอคอมพิวเตอร์มาใช้ส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมของ SMEs เป็นหลักโดยการจัดหากระบวนการทางธุรกิจภายในที่มีประสิทธิภาพและคล่องตัวมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ประหยัดต้นทุนและทำกำไรได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ประสิทธิภาพหมายถึงการเพิ่มผลิตภาพของพนักงาน โดยการลดหรือปรับปรุงกระบวนการภายใน (Zhu et al., 2004อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670) การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้จะเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนของทั้งผู้ซื้อและผู้ผลิตได้มากขึ้น (Hertwig, 2012อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670) ตัวอย่างเช่น ต้นทุนการทำธุรกรรมรวมถึงการค้นหา การเจรจา การชำระบัญชี การตรวจสอบ และต้นทุนบังคับที่เกิดขึ้นเมื่อมีการแลกเปลี่ยนระหว่างสองฝ่าย (Lee, 2001อ้างอิงใน

Migdadi et al., 2016:670) ยิ่งไปกว่านั้น การปรับปรุงประสิทธิภาพสามารถทำได้โดยการจัดอุปสรรคในการไหลของข้อมูลผ่านการเชื่อมต่อฝ่ายต่างๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกันก่อนหน้านี้ และลดความไม่สมมาตรของข้อมูลผ่านความพร้อมของข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลามากขึ้น ความพร้อมใช้งานของข้อมูลที่เพิ่มขึ้นสามารถลดเวลาการทำธุรกรรมการขายในอนาคต ทำให้มีการตัดสินใจที่เชื่อถือได้และตอบสนองมากขึ้น และลดโอกาสของความผิดพลาด (Zhu et al., 2004อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670) แท้จริงแล้ว ประสิทธิภาพสามารถสนับสนุนประสิทธิภาพขององค์กรที่เหนือกว่าได้อย่างต่อเนื่อง หากใช้เพื่อขยายและขยายการพึ่งพาอาศัยกันและการประสานงานระหว่างองค์กร (Wu et al., 2011อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:670)

2.9.3 ประสิทธิภาพการขาย

การไหลของข้อมูลที่อำนวยความสะดวกโดย ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถช่วยเพิ่มปริมาณการขายโดยการเข้าถึงลูกค้าโดยตรงและทันทีเมื่อใดก็ตามที่มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ และโดยการเข้าสู่ตลาดที่ไม่สามารถเข้าถึงได้มาก่อนเนื่องจากการจัดจำหน่ายหรือข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ (Sun, 2012อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:671) นอกจากนี้ ฟังก์ชันการรับคำสั่งซื้อออนไลน์สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการขายโดยช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่นำเสนอได้อย่างง่ายดายในสภาพแวดล้อมที่ปราศจากตัวกลาง ลูกค้าสามารถติดตามและสอบถามการสั่งซื้อทางอิเล็กทรอนิกส์และซื้อสินค้าได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและ/หรือสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคาตลาดที่ไม่ใช่เสมือนจริง กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่รวมการบริการลูกค้าไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มการเติบโตของยอดขาย แต่ยังช่วยประหยัดต้นทุนอีกด้วย เห็นได้ชัดว่ากลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อปรับปรุงการจัดการการจัดซื้อจะช่วยเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของบริษัท อันเป็นผลมาจากการประหยัดต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาผู้ผลิต ธุรกรรมการซื้อ และกระบวนการจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Fellenstein and Wood, 2000อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:671)

2.9.4 ความพึงพอใจของลูกค้า

ทั้งนักวิจัยและผู้ปฏิบัติงานให้น้ำหนักมากขึ้นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูงสามารถนำไปสู่การรักษาลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น (Subramanian et al., 2014อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:671) ตัวอย่างเช่น ความพึงพอใจของลูกค้า

มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักของปรากฏการณ์หลังการซื้อ เช่น ความตั้งใจในการกลับมาซื้อซ้ำ (Fang et al., 2011 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:671) นอกจากนี้ ลูกค้ำที่พึงพอใจมักจะใช้บริการเดียวกันซ้ำแล้วซ้ำอีก ดังนั้นจึงแสดง ความภักดี (Kirakosyan and Danaia, 2014 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:671) ธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์สามารถเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าโดยทำให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (Wu et al., 2012 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:671) ตามคำกล่าวของ Liebana-Cabanillas et al. (2013) ภายใต้อิทธิพลของการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Mattila (2001) ยอมรับว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จในบริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต และธนาคารต่าง ๆ ใช้สื่อต่างๆ ในการปรับแต่งผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสมกับ ความต้องการของลูกค้า การใช้แอปพลิเคชัน ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์บริษัทสามารถให้ข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และส่งมอบลูกค้ำที่ดีขึ้น บริการออนไลน์ นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่สนใจซึ่งไม่ได้ เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มลูกค้ำที่ใช้งานอยู่ของหน่วยธุรกิจสามารถเรียกใช้ความสัมพันธ์กับหน่วย ธุรกิจได้ด้วยตนเอง (Migdadi et al., 2016:671)

นักการตลาดสามารถได้รับประโยชน์จากการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างฐานลูกค้ำ ตัวอย่างเช่น การปรับเปลี่ยนในรูปแบบเฉพาะบุคคลโดยเป็นกลยุทธ์ที่บริษัท ได้ติดตามเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ของลูกค้ำ อีกทั้งเทคโนโลยีใหม่เป็นเครื่องมือ ที่ช่วยให้บริษัทสามารถรับข้อมูลจากลูกค้ำ นำเสนอผลิตภัณฑ์เฉพาะบุคคล และดำเนินการการตลาดแบบตัวต่อตัว (Bordonaba-Juste et al., 2012 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:671)

การนำความคิดริเริ่มของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปประยุกต์ใช้กับงานการบริหารภายใน สามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้หลายทาง (Wu et al., 2003 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:671) ประการแรก แอปพลิเคชันดังกล่าวมีศักยภาพที่จะโน้มน้าวความพึงพอใจของลูกค้าโดย อ้อมด้วยการมอบความสะดวกสบาย การสนับสนุน และมีประสิทธิภาพแก่พนักงาน สภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ งาน หลักสำหรับธุรกิจใดๆ ในสภาพแวดล้อมที่เน้นข้อมูลมาก คือการรวบรวมและประสานงานข้อมูล ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้ำแต่ละราย ความคิดริเริ่มดังกล่าวที่เกี่ยวข้องกับส่วนต่อประสานกับลูกค้ำ สามารถเป็นสัญญาณส่งผลให้ลูกค้ำมีความมั่นใจว่าธุรกิจนั้นมีเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยและน่าจะ นำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น

2.9.5 การพัฒนาความสัมพันธ์

ผลการศึกษาล่าสุดชี้ว่าการนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้อาจช่วยให้บริษัทเพิ่ม ปรับปรุง และจัดการความสัมพันธ์และพันธมิตรที่ประสบความสำเร็จกับลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน (Lucia-Palacio et al., 2014 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:672) การสื่อสารออนไลน์สามารถช่วยให้ธุรกิจเพิ่มความเข้มข้นและเพิ่มคุณภาพของการโต้ตอบกับลูกค้าและผู้ผลิต โดยการพัฒนาความตระหนักของลูกค้าสำหรับบริษัทออนไลน์และการให้บริการและการสนับสนุนที่เชื่อถือได้ บริษัทสามารถปลูกฝังความสัมพันธ์เชิงบวกกับลูกค้า (Coyles and Gokey, 2005 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:672) ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบริษัทและลูกค้าทำให้ความตั้งใจในการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าเพิ่มขึ้น (Sigala, 2007 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:672) นอกจากนี้ หากความสัมพันธ์ได้รับการปรับปรุงทางเทคโนโลยี จะทำให้มีความรู้ร่วมกันในระดับที่ค่อนข้างสูง มีประสิทธิภาพทางเทคนิค ปัญหาที่น้อยลง และความล่าช้าในการโต้ตอบที่น้อยลง (Ritter and Walter, 2006 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:672) ตัวอย่างเช่น เมื่อระบบของหน่วยธุรกิจและที่เก็บข้อมูลออนไลน์ถูกรวมเข้ากับระบบของลูกค้าและผู้ผลิต ฝ่ายเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะแสดงความมุ่งมั่นต่อความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันมากขึ้น (Wu et al., 2003 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:672) ข้อมูลการวางแผนผลิตภัณฑ์และข้อมูลสินค้าคงคลังที่สำคัญสามารถแบ่งปันได้เป็นประจำหรือแบบเรียลไทม์ นำไปสู่การใช้แนวทางปฏิบัติด้านการจัดการบัญชี/การเงิน ซึ่งช่วยให้ทำธุรกรรมได้รวดเร็วขึ้น โปร่งใสมากขึ้น และมีประสิทธิผลมากขึ้น ดังนั้น บริษัทต่างๆ สามารถใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีสารสนเทศบางอย่างเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวตามความภักดี (Lee, 2001 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:672)

จากการให้ความหมายข้างต้นนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้ การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง การบูรณาการเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เข้ากับกระบวนการทางธุรกิจสามารถลดต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าและบริการ โดยการลดบุคลากรและลดขั้นตอนการทำธุรกรรมรวมถึงต้นทุนหน่วยงานของธุรกิจ จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ได้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องคือการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร ซึ่งในที่นี้จะเป็นตัวแปรตาม อีกทั้งตัวแปรนี้จะนำไปสร้างกรอบแนวความคิดการวิจัยในลำดับต่อไป

ตารางที่ 4 การทบทวนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (A brief review of studies on SMEs Performance)

ผู้ศึกษา (Authors)	ประเทศ	ระเบียบวิธี	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	ขนาดตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
ธนาภิญญา อุตตฤทธิ (2564)	ไทย	เชิงประจักษ์	แบบสอบถาม	400 ราย	ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	<ul style="list-style-type: none"> การนำเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การทำธุรกรรม การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การประสานงานกับลูกค้า การประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ผลการดำเนินงาน มุมมองด้านการเงิน มุมมองทางด้าน การให้บริการลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมมองทางด้าน การรับรู้และการเจริญเติบโต

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

ธนาภิญญา อุตตฤทธ (2564) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการใช้งานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่าการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย อีกทั้งยังพบว่าการทำธุรกรรมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

โกศล จิตวิรัตน์ (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงดิจิทัลสู่ดิจิทัลไทยแลนด์ 4.0 ในศตวรรษที่ 21 พบว่าวัฒนธรรมองค์กร มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัลเพราะวัฒนธรรมองค์กรนั้นจะปรับเปลี่ยนตามการทำธุรกิจซึ่งก็คือวัฒนธรรมขององค์กรที่ต้องสอดคล้องกับการก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลให้ได้อย่างยั่งยืน โดยการปรับวัฒนธรรมองค์กรสู่ดิจิทัล (Digital Culture) และเตรียมความพร้อมทั้งระบบ (Digital Organization) (จีอบส์ดีบี, 2560; Goran, LaBerge, & Srinivasan, 2017, PwC, 2013) เพื่อทำงานทั้งหมดผ่านเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

Hepp & Haubner (2021) ศึกษาเรื่องการยอมรับและการกำหนดแนวทางของการจัดซื้อรูปแบบดิจิทัลในอุตสาหกรรมการก่อสร้างของเยอรมัน จากผลการศึกษาพบว่าเริ่มมีการนำการจัดซื้อรูปแบบดิจิทัลมาใช้เพิ่มขึ้นเมื่อมีความพร้อมทางโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทและมีความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสูงขึ้น

Shehata and Montash (2020) ศึกษาเรื่องการขับเคลื่อนเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดเกิดใหม่ จากผลการวิจัยพบว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถปรับปรุงความได้เปรียบในการแข่งขันอีกทั้งรูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวช่วยที่สำคัญขององค์กรตัวอย่างเช่น ในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ปรับปรุงการปรับแต่งผลิตภัณฑ์และบริการสนับสนุนภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้การควบคุมต้นทุนที่ดีขึ้นและสื่อสารกับลูกค้าและพนักงานได้ดีขึ้น

Deng, Duan and Luo (2020) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สำคัญสำหรับการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จากผลงานวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีอิทธิพลโดยตรงต่อการนำ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-market) มาใช้ในธุรกิจ SMEs ของออสเตรเลีย และพบว่าแรงกดดันจากภายนอกมีอิทธิพลอย่างมากต่อการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ออสเตรเลีย

Bi, Davison and Smyrnios (2017) ศึกษาเรื่องธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และเติบโตอย่างรวดเร็วของเอสเอ็มอี เศรษฐศาสตร์ธุรกิจขนาดเล็ก จากผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ บริษัท ที่เติบโตอย่างรวดเร็วสามารถเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในกระบวนการห่วงโซ่มูลค่า

Putra, Santoso and Hasibuan (2017) ศึกษาเรื่อง สาเหตุและรูปแบบของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จากผลการศึกษาพบว่า “การสนับสนุนด้านการจัดการ” ถือเป็นปัจจัยภายในอีกประการหนึ่งในการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ การสนับสนุนจากผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอาจมาในรูปแบบของการจัดการมีส่วนร่วมและการมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้การสนับสนุนด้านการจัดการมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้

Chatzoglou and Chatzoudes (2016). ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการนำ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ใน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทักษะอินเทอร์เน็ตเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุด สำหรับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้

Migdadi et al. (2016) ศึกษาเรื่องการประเมินเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยของการดำเนินธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานขององค์กร จากผลการศึกษาพบว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงยังเป็นปัจจัยสำคัญของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งาน อีกทั้งผลการวิจัยพบว่า การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการดำเนินการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นข้อพิจารณาที่สำคัญสำหรับองค์กรเมื่อการนำโปรแกรมประยุกต์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และพบว่า การดำเนินธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพขององค์กร ยิ่งไปกว่านั้น

ผู้จัดการต้องดูแลลูกค้าและคู่ค้าของธุรกิจเป็นอย่างดีและพัฒนาความสัมพันธ์กับพวกเขาซึ่งสามารถทำให้มีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและการเติบโตของบริษัทและผลก้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น

Alos-Simo et al. (2017) ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งเสริมให้มีการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้พบว่า การปรับตัวของวัฒนธรรมมีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม หากแต่ผู้นำต้องส่งเสริมการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขันและมีการมุ่งเน้นไปที่สมาชิกขององค์กร โดยการเปลี่ยนแปลงความเชื่อบรรทัดฐานและค่านิยมให้มีความยืดหยุ่น และมีการปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม

Samaraweera and Jayasiri, (2016) ศึกษาเรื่องการยอมรับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานของภาคธุรกิจโรงแรมในศรีลังกา แสดงให้เห็นว่าอำนาจของลูกค้า มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ต่อความกระตือรือร้นในการนำ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมากต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ

SOTO-ACOSTA et al. (2016) ศึกษาเรื่องธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ นวัตกรรมขององค์กรและประสิทธิภาพของบริษัท ในอุตสาหกรรมการผลิตของ SMEs ในสเปน พบว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ บริษัท ต่างๆสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องปรับปรุงกระบวนการโดยการตรวจสอบกิจกรรมทางธุรกิจและเข้าถึงการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างทันทีทันใด (Mayeh et al. 2014; Perez-Gonzalez et al. 2014; Vera-Baquero et al. 2013)

จากงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในไทยและต่างประเทศที่ได้อ้างอิงมาข้างต้นนี้สามารถนำไปปรับใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย สร้างแนวคำถามการวิจัยในแบบสอบถาม และนำไปสู่การอภิปรายผลการวิจัย ในท้ายสุด

2.11 การพัฒนาสมมติฐาน

สำหรับการพัฒนาสมมติฐานและกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องรวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรีจากการศึกษาที่ผ่านมาเพื่อแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มและหลักฐานสำหรับการพัฒนาสมมติฐาน และหลังจากนั้นจึงนำไปสร้างกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัยนี้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.11.1 ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT INFRASTRUCTURE) และการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)

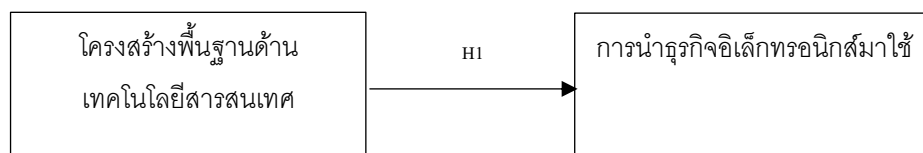
โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทักษะทางอินเทอร์เน็ตเป็นตัวขับเคลื่อนการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่สำคัญที่สุด ในภาคอุตสาหกรรม ผลสำรวจบ่งชี้ถึงระดับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้สูงโดยบริษัทที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี(Chatzoglou and Chatzoudes, 2016 : 347) โดยโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ฮาร์ดแวร์) มีผลกระทบต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นองค์กรควรลงทุนในการสร้างฐานเทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งภายในและภายนอก การลงทุนดังกล่าวอาจดูเหมือนเป็นศูนย์ต้นทุน แต่จริงๆ แล้วเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาในอนาคต อันที่จริง จากการศึกษาปัจจุบันพบว่าต้นทุนในการนำมาใช้ไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้การปรับใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นสิ่งที่บอกเป็นนัยว่าบริษัทต่างๆ ที่ใช้กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนการลงทุนเริ่มต้น (Chatzoglou and Chatzoudes, 2016 : 348)

ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เปิดใช้งานโดยฐานเทคโนโลยีที่มีอยู่ที่ใช้โดยองค์กร โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่แข็งแกร่งและยืดหยุ่นช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้เปรียบทางธุรกิจ (Zhu and Kraemer 2005 อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrmios, 2017:563) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้แพลตฟอร์มเทคโนโลยีที่เชื่อถือได้ซึ่งสร้างความสามารถทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ได้ ช่วยให้องค์กรสามารถสื่อสารภายในและกับคู่ค้าทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้าทางออนไลน์ และเพิ่มความเร็วในกระบวนการทำธุรกรรม (Zhu 2004อ้างอิงใน Bi, Davison

and Smyrnios, 2017:563) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศส่งเสริมการเชื่อมโยงที่แน่นแฟ้นระหว่างบริษัทที่อยู่ใน Supply Chain ที่มีอำนาจต่อรองสูงที่สุดใน Chain นั้นๆ (Focal Firm) และคู่ค้าของพวกเขา ทำให้บริษัทสามารถแบ่งปันข้อมูล ประสานงาน คิดค้น และใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจ และอำนวยความสะดวกในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Rai et al. 2006 อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:563) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เชื่อถือได้และยืดหยุ่นช่วยส่งเสริมการเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งระหว่าง SMEs ที่เติบโตอย่างรวดเร็วกับผู้ผลิต/คู่ค้าทางธุรกิจและลูกค้า ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาความสามารถด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่แข็งแกร่ง (Bi et al. 2015 อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:563) โดยโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้บริษัทเติบโตอย่างรวดเร็วเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีประสิทธิภาพในกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า

ในแง่นี้ มีการศึกษาจำนวนหนึ่งที่เกี่ยวข้องนวัตกรรมกับการประสานงานระหว่างหน้าที่และการใช้เครือข่าย (Darroch 2005; Ramayah et al. 2014; Soto-Acosta et al. 2014 อ้างอิงใน Soto-Acosta et al., 2016:890) บริษัทต่างๆ กำลังใช้เทคโนโลยีการทำงานร่วมกันมากขึ้นเรื่อยๆ สำหรับการดำเนินการตามกระบวนการนวัตกรรม (Meroño-Cerdan et al. 2008 อ้างอิงใน Soto-Acosta et al., 2016:890) ด้วยเหตุนี้ Meroño-Cerdan et al. (2008) พบว่าเทคโนโลยีการทำงานร่วมกันส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับนวัตกรรมใน SMEs ในทำนองเดียวกัน เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตอื่นๆ สามารถใช้สำหรับการแบ่งปันความรู้ เช่น เอกซ์ทราเน็ตและเว็บไซต์ เช่น กับลูกค้าและผู้ผลิต (Soto-Acosta et al. 2014 อ้างอิงใน Soto-Acosta et al., 2016:890) ดังนั้นเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตจึงสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่และแบ่งปันประสบการณ์และนวัตกรรมส่วนบุคคลทั่วทั้งองค์กร (Bhatt et al. 2005; Soto-Acosta et al. 2010 อ้างอิงใน Soto-Acosta et al., 2016:890) และให้โอกาสในการนำความรู้มาใช้เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการใหม่ๆ หรือกระบวนการ นอกจากนี้เทคโนโลยีเหล่านี้ยังอำนวยความสะดวกในการสร้างทีมงานเสมือนซึ่งเป็นทีมงาน ที่ทำงานร่วมกันโดยติดต่อทางระบบเครือข่ายผ่านกรรมวิธีทางเทคโนโลยีแบบต่าง ๆ เพื่อดำเนินกระบวนการนวัตกรรมกับผู้ใช้และพันธมิตรจากสถานที่อยู่ห่างไกล (Adamides, Karacapilidis 2006; Kessler 2003 อ้างอิงใน Soto-Acosta et al., 2016:890) จึงสามารถพัฒนาสมมุติฐานต่อไปได้

สมมติฐานที่1: โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT INFRASTRUCTURE)
มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)



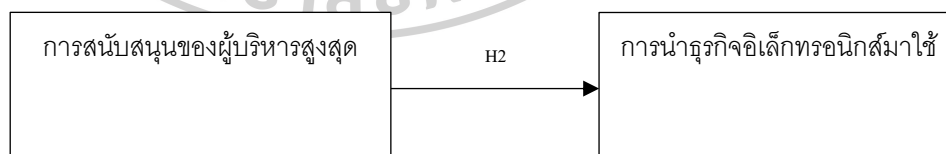
2.11.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด (TOP-MANAGEMENT SUPPORT) และการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)

การสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงเป็นสิ่งสำคัญในการนำความคิดริเริ่มนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เนื่องจากผู้บริหารระดับสูงมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดสรรทรัพยากร จัดการความขัดแย้งระหว่างแผนก ให้การสนับสนุนทางการเงิน และได้รับการยอมรับในการดำเนินการสำหรับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปปฏิบัติ การเน้นย้ำของผู้บริหารระดับสูงมากขึ้นจะส่งผลต่อความเข้มข้นในการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้มากขึ้น (Theodosiou & Katsikea 2010อ้างอิงใน Samaraweera and Jayasiri,2016:18) สอดคล้องกับ การสนับสนุนจากผู้จัดการระดับสูงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ เนื่องจากต้องมีการลงทุนจำนวนมากในโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและมีการยกระดับเพื่อให้ทันกับการพัฒนาทางเทคโนโลยี ผู้บริหารระดับสูงจึงต้องการหลักฐานที่ชัดเจนเกี่ยวกับผลประโยชน์ของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ต่อประสิทธิภาพขององค์กรเพื่อที่จะกระตือรือร้นที่จะจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็น (Migdadi et al.,2016:679) ผู้บริหารระดับสูงควรคำนึงถึงธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีที่สมควรได้รับการลงทุนในธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และสร้างทุนมนุษย์ที่สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งาน เนื่องจากจะเป็นการเพิ่มการนำเครื่องมือธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ซึ่งมีความสำคัญต่อบริษัทของพวกเขา (García-Moreno et al.,2018:492)

ความสามารถขององค์กรเป็นเรื่องเกี่ยวกับลักษณะ โครงสร้าง กระบวนการ และทรัพยากรขององค์กรที่จำกัดหรืออำนวยความสะดวกในการนำเทคโนโลยีมาใช้ มักจะสะท้อนให้เห็นโดยการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงและความพร้อมขององค์กร (Rogers, 2003อ้างอิงใน Deng, Duan and Luo, 2020 :339) การสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการนำเทคโนโลยี

เฉพาะมาใช้ในองค์กร (Gangwar et al., 2014; Wang et al., 2016 อ้างอิงใน อ้างอิงใน Deng, Duan and Luo, 2020:340) ตัวอย่างเช่น Teo et al. (2009) แนะนำว่าผู้บริหารระดับสูงสามารถสร้างสภาพแวดล้อมเชิงบวกเพื่ออำนวยความสะดวกในการนำเทคโนโลยีใหม่ในองค์กรมาใช้ Oliveira and Martins (2010) พบว่าการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการปรับใช้คลาวด์คอมพิวติ้ง Lin (2014) ตั้งข้อสังเกตว่าการสนับสนุนผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กร ด้วยการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง สามารถเอาชนะอุปสรรคและการต่อต้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ได้ดีขึ้น (Deng, Duan and Luo, 2020:339-340) โดยการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงส่งผลโดยตรงต่อการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับ SMEs ของออสเตรเลีย การค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาการนำเทคโนโลยีมาใช้ก่อนหน้านี้ทั้งหมด (Alshamaila et al., 2013; Wang et al., 2016 อ้างอิงใน Deng, Duan and Luo, 2020:340) ใน SMEs ของออสเตรเลีย ผู้มีอำนาจตัดสินใจหลักคือเจ้าของหรือผู้จัดการธุรกิจ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุดรับประกันการจัดสรรทรัพยากรที่จำกัดสำหรับการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ สิ่งนี้สร้างบรรยากาศที่สนับสนุนในการเอาชนะอุปสรรคและการต่อต้านการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้วยเหตุนี้ จึงจำเป็นต้องสื่อสารกับผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับประโยชน์ที่เป็นไปได้ของตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ในการส่งเสริมการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ (Deng, Duan and Luo, 2020: 340) จึงสามารถพัฒนาสมมติฐานต่อไปได้

สมมติฐานที่ 2: การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด (TOP - MANAGEMENT SUPPORT) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)



2.11.3 ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กร (ORGANIZATION CULTURE) และการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSINESS ADOPTION)

กระบวนการขององค์กรเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยได้รับอิทธิพลจากความสัมพันธ์และพฤติกรรมของบุคคลในบริบททางสังคมที่พวกเขาพัฒนาขึ้น (Boglund et al., 2011 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:385) การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อม

เช่นเดียวกับเศรษฐกิจดิจิทัลทำให้เกิดช่องว่างระหว่างความรู้ที่จำเป็นและความสามารถขององค์กร ทำให้จำเป็นต้องมีการปรับตัวภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างสรรค์นวัตกรรม วัฒนธรรมควรเปิดให้เปลี่ยนแปลง ส่งเสริมและให้คุณค่ากับการสื่อสารโดยเสรี และรักษาพนักงานที่มีความกระตือรือร้น (Auernhammer and Hall, 2014 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:385) กระบวนการขององค์กรใหม่ต้องการวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลง การรับความเสี่ยง และการเสริมอำนาจ อย่างหลังคือลักษณะของวัฒนธรรมที่ปรับตัวได้ (Kotter and Heskett, 1992 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:385) ซึ่งสมาชิกขององค์กรได้เรียนรู้ค่านิยมของการเปลี่ยนแปลงเมื่อเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป (Schein, 1985 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:386) โดยการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้นั้นถูกฝังอยู่ในสภาพแวดล้อมทางสังคมและการเมืองขององค์กรที่ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของกลุ่มและการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น โดยเศรษฐกิจดิจิทัลโดยพื้นฐานผู้นำมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กร (Miller and Droge, 1986 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:391) ซึ่งเข้ามาแทรกแซงในการสร้างค่านิยมของการเปลี่ยนแปลงและการแก้ไขบรรทัดฐานที่กำหนดไว้ แรงกระตุ้นที่ผู้นำสามารถมอบให้กับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้นั้นทำได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงที่ประสานเข้ากับระบบความเชื่อ บรรทัดฐาน และค่านิยมขององค์กร โดยกำหนดเป็นวัฒนธรรมการปรับตัว แบบจำลองของเราจึงมีส่วนช่วยในการทำความเข้าใจกระบวนการดำเนินการทางเทคนิคในบริษัทจากมุมมองทางการเมืองและสังคม (Yuan and Woodman, 2010 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:391)

วัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนามีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับ Senarathna et al. (2014) ซึ่งระบุว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างวัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนาและการนำไอคอมเมิร์ซมาใช้ ดังนั้นแนวความคิดในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรเพื่อรองรับเทคโนโลยีและธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์จึงมีความสำคัญ (Rapp et al., 2008 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:679) นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับนักวิจัยที่ระบุว่าหลักการจัดการขั้นพื้นฐานคือการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูง การสร้างตัวแทนธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และการสร้างวัฒนธรรมที่ทุกระดับองค์กรยอมรับเทคโนโลยี ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และเข้าใจถึงคุณค่าของมันคือพื้นฐาน ดังนั้น ผู้บริหารระดับสูงจึงต้องส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลง ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม (Migdadi et al., 2016:679) จากที่กล่าวมา เราตั้งสมมติฐานดังต่อไปนี้:

สมมติฐานที่3: วัฒนธรรมองค์กร (ORGANIZATION CULTURE) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSSINESS ADOPTION)



2.11.4 ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (COMPETITIVE ENVIRONMENT) และการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSSINESS ADOPTION)

ความต้องการและแรงกดดันที่เพิ่มขึ้นจากลูกค้าสร้างความต้องการให้บริษัทต่างๆ นำความคิดริเริ่มในการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ การพัฒนาอินเทอร์เน็ตทำให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ภาคธุรกิจโรงแรมได้รับอิทธิพลจากการพัฒนาทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังนั้นลูกค้าสามารถมีอิทธิพลต่อกิจกรรมประจำวันของโรงแรม ลูกค้าอาจต้องการเว็บไซต์ที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ ซึ่งสามารถใช้เพื่อเติมเต็มความต้องการด้านข้อมูลของลูกค้า (Theodosiou & Katsikea 2010 อ้างอิงใน Samaraweera and Jayasiri.,2016:19) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอำนาจของลูกค้ามีผลกระทบต่อ การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้มากขึ้น โดย Jeon et al. (2006) กล่าวว่าสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง กระตุ้นให้บริษัทต่างๆ นำวิธีการและขั้นตอนมาใช้เพื่อให้มีประสิทธิภาพและผลกำไรมากขึ้น นอกจากนี้ จากข้อมูลของ Pavlou and El Sawy (2010) การใช้เทคโนโลยีใหม่มีความสำคัญอย่างมากในสภาพแวดล้อมการแข่งขัน ซึ่งผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและคู่แข่งกระทำการในลักษณะที่คาดเดาไม่ได้ แม้จะเป็นเช่นนั้น คุณเหมือนว่าความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อมยังไม่ได้ รับการตรวจสอบอย่างแพร่หลายในการวิจัยการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งาน (Larsen, 2003) ตามที่ Coltman et al. (2007)กล่าวว่าบริษัทที่นำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เนื่องจากผลของแรงกดดันด้านสิ่งแวดล้อมจะมีการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง แต่ละองค์กรต้องติดตามการตัดสินใจของคู่แข่งอย่างใกล้ชิด (Gattignon and Robertson, 1989อ้างอิงใน Chatzoglou and Chatzoudes,2016:337) ดังนั้นการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้จึงเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง บริษัทต่างๆ ต้องพึ่งพาข้อมูลจากสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีของตน ในขณะที่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีถือเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นของความสำเร็จ (Zhu et al., 2006 อ้างอิงใน Chatzoglou and Chatzoudes,2016:337)

ตามข้อมูลของ Chang (2010) ความสามารถของคู่ค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์แบบตามความต้องการ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์แบบตามความต้องการได้รับการปรับและกำหนดมาตรฐานตามความต้องการของแต่ละบริษัท ดังนั้น ห่วงโซ่อุปทานที่สมบูรณ์จึงถูกกระตุ้นให้ใช้สถาปัตยกรรม ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เดียวกันเพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยบูรณาการ นอกจากนี้ การศึกษาเชิงประจักษ์ต่างๆ (Chong et al., 2009; Del Aguila and Padilla, 2008 อ้างอิงใน Chatzoglou and Chatzoudes, 2016:337) พบว่าผู้ผลิตและลูกค้าสามารถมีอิทธิพลต่อการนำเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ คู่ค้าด้านซัพพลายเชนที่มีความสามารถด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มที่จะกดดันคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานของตนในทิศทางของการใช้เทคโนโลยีที่คล้ายคลึงกันและบรรลุผลด้านเครือข่าย (Iacovou et al., 1995 อ้างอิงใน Chatzoglou and Chatzoudes, 2016:337) โดยผู้ที่ไม่ยอมรับจะถูกกดดันให้นำเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และปรับกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อที่จะสานต่อความสัมพันธ์ของพวกเขากับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน (Chwelos et al., 2001; Kuan and Chau, 2001 อ้างอิงใน Chatzoglou and Chatzoudes, 2016:337) ดังนั้น แนวโน้มที่หน่วยงานในห่วงโซ่อุปทานจะใช้เทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์อาจมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของบริษัทอื่นๆ ที่ร่วมมือกัน

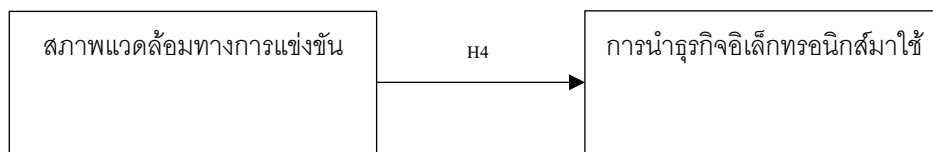
พันธมิตรทางธุรกิจเป็นความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ระหว่างบริษัท โดยยอมรับการพึ่งพาอาศัยกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันในระดับสูง (Lee and Lim 2005 อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:564) พันธมิตรทางธุรกิจที่เปิดกว้างและไว้วางใจได้มักจะเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ที่เข้ากันได้ (Powell and Dent-Micallef 1997 อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:564) เนื่องจากการขาดทรัพยากร SMEs ที่เติบโตอย่างรวดเร็วจึงมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมเชิงรุกในการเป็นหุ้นส่วนระหว่างองค์กรเพื่อสร้างทรัพยากรในช่วงการเติบโตอย่างรวดเร็ว (Beekman and Robinson 2004 อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:564) ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดที่สะท้อนถึงระดับที่บริษัทต่างๆ ประสานกิจกรรมเชิงกลยุทธ์ เช่น การวางแผนการทำงานร่วมกัน การคาดการณ์ และการเติมเต็ม (Esper and Lisa 2003 อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:565) ภายในบริบทของธุรกิจดิจิทัล ความสัมพันธ์ทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ช่วยอำนวยความสะดวกในการแบ่งปันและบูรณาการการวางแผน ทรัพยากร และความสามารถ (Kim et al. 2006 อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:565) ความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ใกล้ชิดช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินกิจกรรมการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Choe 2008 อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:565) การวิจัยเชิงประจักษ์ (Dong et al. 2009; Rai and Tang 2010 อ้างอิงใน Bi,

Davison and Smyrnios, 2017:565) ซึ่งให้เห็นว่าการเป็นส่วนทางธุรกิจช่วยให้บริษัทต่างๆ ใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างประสบความสำเร็จตามกระบวนการของห่วงโซ่คุณค่า การอำนวยความสะดวกในการสื่อสาร กระบวนการบูรณาการเชิงกลยุทธ์ และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีกลยุทธ์

แรงกดดันจากภายนอกมักบังคับให้แต่ละองค์กรนำเทคโนโลยีเฉพาะมาใช้ (Duan et al., 2012อ้างอิงใน Deng, H., Duan, S.X., Luo, F.,2020 :340) องค์กรต่างๆ มีแนวโน้มที่จะปรับใช้การตลาดอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เมื่อคู่แข่งมีความสามารถด้านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น (Stockdale and Standing, 2006อ้างอิงใน Deng, H., Duan, S.X., Luo, F.,2020 :340) แรงกดดันจากภายนอกจากลูกค้าและหน่วยงานของรัฐยังส่งผลกระทบต่อการนำเทคโนโลยีเฉพาะมาใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน SMEs ในแง่ที่ว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะพึ่งพาคู่ค้ารายใหญ่เพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจมากขึ้น (Chatzoglou and Chatzoudes, 2016อ้างอิงใน อ้างอิงใน Deng, Duan and Luo,2020 :340) องค์กรที่มีแรงกดดันจากภายนอกสูงกว่ามักจะใช้เทคโนโลยีเฉพาะสำหรับการแข่งขันในตลาด (Zhu et al., 2003อ้างอิงใน Deng, Duan and Luo,2020: 340) ตัวอย่างเช่น Teo et al. (2009) แนะนำว่าองค์กรควรใช้เทคโนโลยีเฉพาะเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการเสียเปรียบในการแข่งขัน Oliveira and Martins (2010) พบว่าแรงกดดันจากภายนอกเป็นตัวทำนายเชิงบวกสำหรับการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว Lin (2014) ซึ่งให้เห็นว่าแรงกดดันจากภายนอกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำระบบการจัดการซัพพลายเชนอิเล็กทรอนิกส์มาใช้(Deng, Duan and Luo,2020: 340)

แรงกดดันจากภายนอกมีอิทธิพลอย่างมากต่อการปรับใช้ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจ SME ของออสเตรเลีย การค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้ เช่น Oliveira and Martins (2010), Lin (2014) และ Awa et al (2015). ในการศึกษาี้ ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างแรงกดดันจากภายนอกและการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เผยให้เห็นว่า SMEs ในออสเตรเลียมีแนวโน้มที่จะนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อรักษาตำแหน่งการแข่งขัน การนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้โดยคู่ค้าหรือคู่แข่งที่มีอิทธิพลจะช่วยเร่งการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ นี้แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการตลาดอิเล็กทรอนิกส์อาจพิจารณาให้ข้อเสนอการนำไปใช้ฟรีและมีสิ่งจูงใจแก่ผู้มีอิทธิพลในการส่งเสริมการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ใน SMEs (Deng, Duan and Luo,2020: 348)การอภิปรายนี้ นำไปสู่สมมติฐานต่อไปนี้:

สมมติฐานที่ 4: สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (COMPETITIVE ENVIRONMENT) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSSINESS ADOPTION)



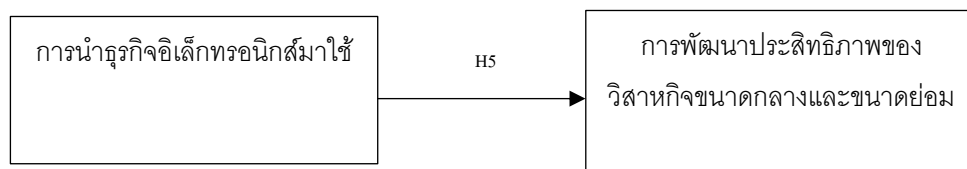
2.11.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSSINESS ADOPTION) และการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs PERFORMANCE)

การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญ 0.01 สอดคล้องกับการศึกษาของ Zhu & Kraemer (2002), Cassetta et al. (2020) and Hsu (2012) ที่พบว่า ข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีจะสร้างประโยชน์ในรูปแบบของต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง ค่าใช้จ่ายสำหรับระดับผลผลิตที่กำหนดไว้ ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบในการทำให้บริษัทเกิดประสิทธิภาพที่ดีกว่าบริษัทอื่นที่ไม่นำเทคโนโลยีมาใช้งาน อีกทั้งเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการตรวจสอบแล้วมีผลดีต่อองค์กรก็ต่อเมื่อมีการฝังอยู่ในกระบวนการและนวัตกรรมขององค์กรและการลงทุนในทักษะดิจิทัลให้แก่บุคลากรขององค์กรเอง รวมไปถึงการทำธุรกรรมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญ 0.01 สอดคล้องกับการศึกษาของ Aral & Weill (2007), Wu et al. (2006) and Hsu (2012) ที่พบความสัมพันธ์ของการทำธุรกรรมว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน นั่นคือ หากการทำธุรกรรม มีความสะดวก ขั้นตอนการทำงานง่าย มีการลงทะเบียนก่อนใช้และมีความปลอดภัย ย่อมนำไปสู่การทำงานที่เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น (ธนาภิญญ์ อັตตฤทธ ,2564:193) และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าก็มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญ 0.01 สอดคล้องกับการศึกษาของ Zhu & Kraemer (2002), Wu et al. (2006), Mohanty & Mishra (2020) and Hsu (2012) ได้พบว่า หากสามารถกำหนดค่าการใช้งานต่างๆ ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการลงทะเบียนลูกค้า มีคำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจน มีข้อมูลส่วนบุคคลถูกต้อง สิ่งเหล่านี้ย่อมนำไปสู่ทำให้เกิดการใช้งานเกิดประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้มากขึ้น (ธนาภิญญ์ อັตตฤทธ ,2564:193)

หากมองในมุมมองของธุรกิจ โรงแรมสามารถได้รับประโยชน์มากมายจากการการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ การวิจัยก่อนหน้านี้ระบุว่าผลประโยชน์เหล่านี้สามารถแบ่งออกเป็นการลดต้นทุน เพิ่มรายได้ ความพึงพอใจของลูกค้า และการพัฒนาความสัมพันธ์ (Theodosiou & Katsikea 2010 อ้างอิงใน Samaraweera and Jayasiri.,2016:19) โดยการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งานมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพขององค์กร ต้องมีการกำหนดระบบการวัดผลการปฏิบัติงานสำหรับกิจกรรมทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ผู้จัดการต้องดูแลลูกค้าและคู่ค้าทางธุรกิจเป็นอย่างดี และพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้า ซึ่งอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพและการเติบโตของยอดขาย(Migdadi, M.M.et al.,2016: 679)

ความสามารถของกระบวนการทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ SMEs สามารถแบ่งปันข้อมูล กำหนดการจัดซื้อ การผลิต และการจัดจำหน่ายพร้อมกัน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว (Arend 2006; Vaaland and Heide 2007อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:565) SMEs ที่มีความสามารถด้านกระบวนการทางธุรกิจระหว่างบริษัทที่เหนือกว่าสามารถบรรลุมูลค่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยการแข่งขันด้วยขั้นตอนการจัดการคำสั่งซื้อที่มีประสิทธิภาพและระยะเวลาในการจัดส่งที่สั้น ส่งผลให้ประสิทธิภาพการขายและประสิทธิภาพในการดำเนินงานดีขึ้น (Paulraj et al. 2008อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:565)ดังนั้น,

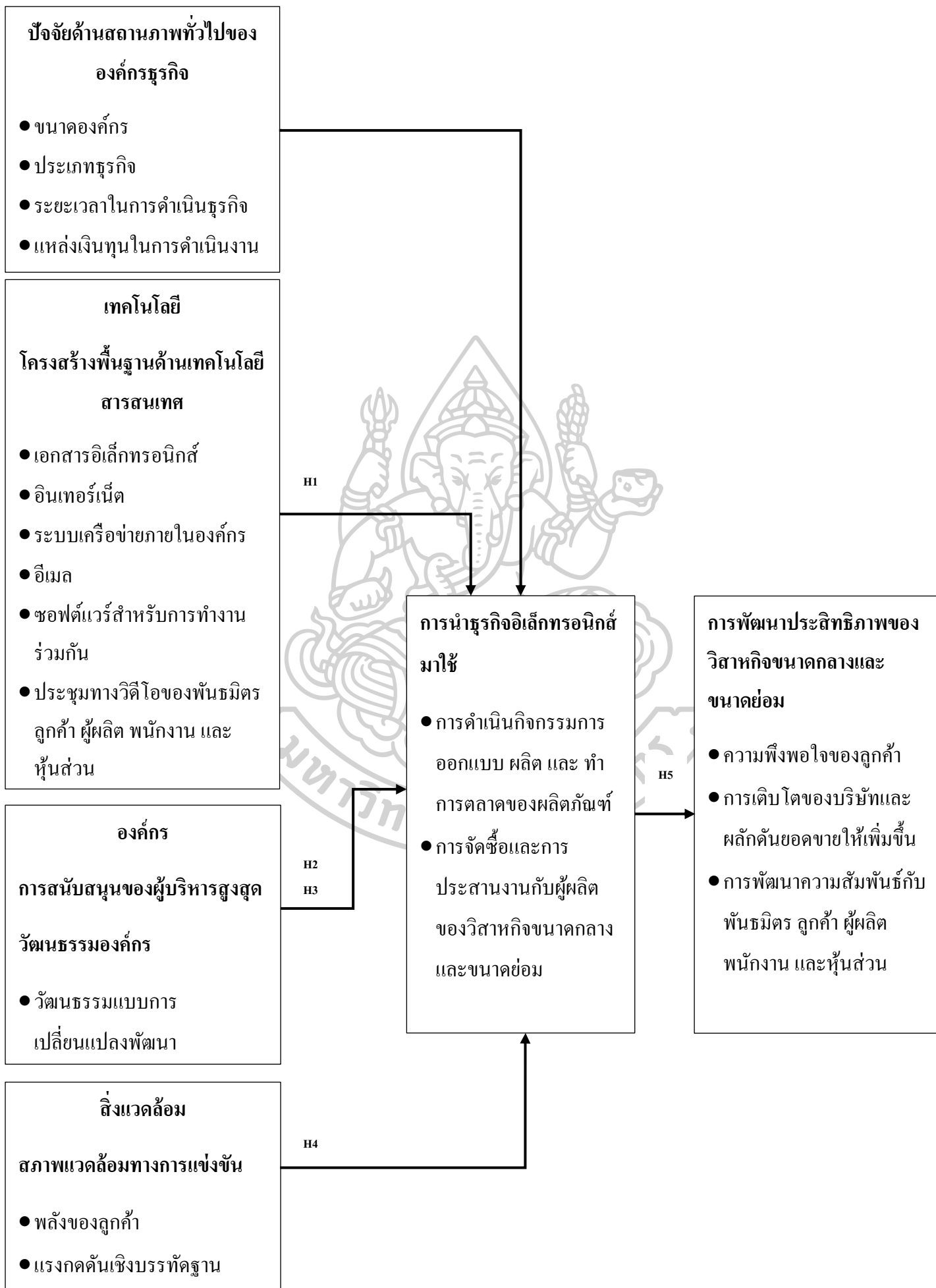
สมมติฐานที่5: การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-BUSSINESS ADOPTION) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMES PERFORMANCE)



2.12 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบหลักฐานเชิงประจักษ์ หรือแนวโน้มที่มีโอกาสเกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่จะศึกษาในกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ และนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานทั้งหมดข้างต้น โดยมีพื้นฐานมาจากแนวความคิดเกี่ยวกับ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT infrastructure) การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด (Top- management Support) วัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture) สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive Environment) อันเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (E-Business adoption) ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Performance) ต่อไปตามลำดับ ดังนี้





บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ
วิธีดำเนินการวิจัยของงานวิจัยได้นำเสนอเป็นขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การประเมินความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงของเครื่องมือ
- 3.4 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดจากภาพรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี ซึ่งประกอบด้วย 2 ตำบลของอำเภอเมืองกาญจนบุรี คือ
ตำบลบ้านเก่า และตำบลแก่งเสี้ยน ซึ่งมีประชากรทั้งสิ้น 169 บริษัท (กองข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนา
ธุรกิจการค้า , 2564)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับ
มอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถามได้ จากภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี ซึ่งประกอบด้วย 2 ตำบลของอำเภอเมือง
กาญจนบุรี คือ ตำบลบ้านเก่า และตำบลแก่งเสี้ยน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์แบบจำลอง
สมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีความ
เหมาะสมของการศึกษานี้กำหนดจากจำนวนตัวแปรแฝง โดยระบุว่าตัวแปรแฝงไม่เกิน 5 ตัว ซึ่งแต่

ละตัวมีตัวแปรสังเกตได้อย่างน้อย 3 ตัว กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 100 ตัวอย่าง (Kline,2016:Hair et al.,2010) งานวิจัยนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง

3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportion Stratified Random Sampling) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำบล} = \frac{\text{จำนวนประชากรในแต่ละตำบล} \times \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำบล

ตำบล	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง	คิดเป็นร้อยละ
บ้านเก่า	118	70	59.32
แก่งเสี้ยน	51	30	58.82
รวม	169	100	59.17

เมื่อดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำบลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenient Sampling) ตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดได้ดังตาราง เพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือเครื่องมือในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะมีลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปขององค์กรธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ขนาดองค์กร ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 51 ข้อ ซึ่งเป็นในส่วนของ

1. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี จำนวน 13 ข้อ ซึ่งเป็นแบบประเมินที่พัฒนาขึ้น โดย Zhu, Kraemer and Xu, 2003
2. ปัจจัยด้านองค์กร จำนวน 10 ข้อ ซึ่งเป็นแบบประเมินที่พัฒนาขึ้น โดย Magadi et al., 2016. และ Wu et al., 2003
3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม จำนวน 9 ข้อ ซึ่งเป็นแบบประเมินที่พัฒนาขึ้น โดย Wu et al., 2003
4. การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำนวน 9 ข้อ เป็นแบบประเมินที่พัฒนาขึ้น โดย Soto-Acosta et al., 2016 และ Magadi et al., 2016.
5. การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Performance) จำนวน 10 ข้อ เป็นแบบประเมินที่พัฒนาขึ้น โดย Soto-Acosta et al., 2016 และ กับ Magadi et al., 2016 และ Wu et al., 2003

เกณฑ์ในการให้ค่าของน้ำหนักของการประเมิน เป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเกิร์ต (Likert) เป็นดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

ระดับความคิดเห็น	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน

ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในช่วงคะแนน (Likert Scale) ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	แปลความว่า ระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	แปลความว่า ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	แปลความว่า ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	แปลความว่า ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	แปลความว่า ระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-end Questionnaire) จำนวน 1 ข้อ

3.3 การประเมินความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

3.3.1 การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบและพิจารณา การคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้นในแต่ละข้อคำถามจะมีตัวเลือก 3 กรณี ถ้าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยอยู่ในระดับใช้ได้ ให้ค่าเป็น 1, ไม่แน่ใจ ให้ค่าเป็น 0, ใช้ไม่ได้ ให้ค่าเป็น -1 หลังจากนั้น นำค่าที่ได้แต่ละข้อแทนลงในสูตร ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดย $\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนผลการตัดสินในข้อคำถามนั้นจากผู้เชี่ยวชาญ
 N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้(ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

ถ้า $IOC > 0.50$ ถือว่าข้อคำถามนั้นวัดได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ถ้า $IOC \leq 0.50$ ถือว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

หลังการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบวัด (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน พบว่าข้อคำถามนั้นวัดได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00

3.3.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับที่ได้ผ่านการประเมินของผู้เชี่ยวชาญตามผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) แล้วนำไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษาครั้งนี้ ในเขตพื้นที่อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 30 คน

3.3.3 นำผลที่ได้จากการทดลองใช้ (Try-Out) มาวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าที่เหมาะสมควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Cronbach, 1951) โดยมีสูตรการคำนวณตามสมการ

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S^2} \right)$$

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์หาคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	Cronbach's Alpha	จำนวนข้อ คำถาม
โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.864	13
การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด	0.868	5
วัฒนธรรมองค์กร	0.787	5
สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน	0.878	9
การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	0.866	9
การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม	0.900	10
รวม	0.957	51



3.4 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินงาน ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 7 ระยะเวลาและแผนการดำเนินงานวิจัย

รายละเอียดการดำเนินงาน	พ.ค. 65	มิ.ย. 65	ก.ค. 65	ส.ค. 65	ก.ย. 65	ต.ค. 65	พ.ย. 65	ธ.ค. 65	ม.ค. 66	ก.พ. 66
1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	←→									
2. การกำหนดปัญหาในการวิจัย	←→									
3. จัดทำโครงร่างงานวิจัย			←→							
4. จัดทำแบบสอบถามในการวิจัย					←→					
5. เก็บข้อมูล						←→				
6. วิเคราะห์ข้อมูล								←→		
7. เขียนรายงานการวิจัย								←→		
8. นำเสนอผลงานวิจัย										←→

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 รวบรวมรายชื่อ ที่อยู่ ของผู้ประกอบการ ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถามได้หรือผู้รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่วนบริการข้อมูลธุรกิจ ชั้น 3 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenient Sampling)

3.5.2 ขอจดหมายแนะนำตัวของผู้วิจัย จากคณะวิทยาการจัดการ โครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

3.5.3 ติดต่อกับความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ที่อยู่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี ผู้วิจัยติดต่อกับความร่วมมือเข้าสัมภาษณ์จากแบบสอบถาม หากไม่สะดวกให้เข้าพบใช้วิธีการส่งแบบสอบถามและรับกลับทางไปรษณีย์ และทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.5.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลงเป็นรหัสตัวเลข (Code) และบันทึกรหัสลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปทั้งสถิติเชิงพรรณนาสถิติอ้างอิงและสถิติเชิงพหุด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Packages for the Social Science) และโปรแกรม AMOS (Analysis of Moment Structure) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนากับแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) โดยวิธีการหาค่าความถี่ แล้วสรุปมาเป็นคำร้อยละสำหรับสถานภาพทั่วไปขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ขนาดองค์กร ประเภทธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อทดสอบคุณสมบัติของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม มีการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระดับความสัมพันธ์ใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยมีเกณฑ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยเกณฑ์วัดระดับความสัมพันธ์ (Gene, 1983 : 156) ดังนี้

-1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์เต็มที่ และไปในทิศทางตรงกันข้าม

-0.76 ถึง -0.99 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก และมีทิศทางตรงกันข้าม

-0.56 ถึง -0.75 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง และมีทิศทางตรงกันข้าม

-0.26 ถึง -0.55 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และมีทิศทางตรงกันข้าม

-0.01 ถึง -0.25 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และมีทิศทางตรงกันข้าม

0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

0.01 ถึง 0.25 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และไปในทิศทางเดียวกัน

0.26 ถึง 0.55 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และไปในทิศทางเดียวกัน

0.56 ถึง 0.75 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง และไปในทิศทางเดียวกัน

0.76 ถึง 0.99 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก และไปในทิศทางเดียวกัน

1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์เต็มที่ และไปในทิศทางเดียวกัน

สำหรับเครื่องหมาย + หรือ - หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะแสดงถึงทิศทางของความสัมพันธ์ คือ + มีความหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่ง

3.6.4 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้าง ใช้สถิติเชิงพหุ (Multivariate Statistic) การวิเคราะห์และพัฒนาแบบจำลองสมการ โครงสร้าง (Structure Equation Model : SEM) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติขั้นสูง AMOS เพื่อทราบข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งการแปลผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งแบบจำลองต้องผ่านการปรับแต่งค่าองค์ประกอบ หรือตัวแปรแฝง (Latent Variable Adjustment) ในทุกตัวของงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ โดยทำการประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองจนแต่ละองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์ทุกตัว การปรับแต่งค่าตัวแปรแฝง (Latent Variable) ให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามเกณฑ์นั้น จะพิจารณาดำเนินการปรับจากตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) ซึ่งเป็นตัวแปรจากข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ที่ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บข้อมูลจริง

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงตัวแบบโดยพิจารณาจากค่า Modification Indices : M.I. ตามคำแนะนำของ Arbuckle โดยการพิจารณาค่าของผลที่ได้มาจากโปรแกรมพร้อมหลักวิชาการทาง ทฤษฎีเพื่อตัดตัวแปรเชิงสังเกตที่มีความไม่เหมาะสมบางตัวออกไปทีละตัวแล้วดำเนินการประมวลผล ตัวแบบใหม่ ทำเช่นนี้ไปจน ได้ตัวแบบจำลองสมการ โครงสร้างนั้นมีความสมบูรณ์สอดคล้อง กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การพัฒนาแบบจำลองให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้นั้นจะต้องคำนึงถึงเกณฑ์ ที่จะนำมาใช้ในการประเมิน ทั้งนี้ Arbuckle ได้แนะนำเกณฑ์การประเมินแบบจำลองที่ควรต้อง นำมาใช้ในการพิจารณาไว้ 4 ค่า ดังแสดงในตารางที่ 8 ต่อไปนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

ตารางที่ 8 เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบ

การประเมินความสอดคล้องของโมเดล Evaluating the Data-Model Fit	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา Criteria	การพิจารณา
1. CMIN-p (ค่าระดับความน่าจะเป็นของ ไคสแควร์)	มีค่ามากกว่า 0.05	ค่า p ต้องมากกว่า 0.05 ค่า p ยิ่งมากยิ่งขึ้นดี
2. CMIN/DF (ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์)	มีค่าน้อยกว่า 3	CMIN/DF ต้องน้อยกว่า 3 CMIN/DF เข้าใกล้ 0 ยิ่งดี
3. CFI (ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง เปรียบเทียบ)	มีค่ามากกว่า 0.90	CFI ต้องมากกว่า 0.9 CFI เข้าใกล้ 1 ยิ่งดี
4. RMSEA (ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลัง สอง ของ การ ประมาณ ค่า ความ กลาดเคลื่อน)	มีค่าน้อยกว่า 0.08	RMSEA ต้องน้อยกว่า 0.08 RMSEA เข้าใกล้ 0 ยิ่งดี

จากตารางที่ 8 แสดงเกณฑ์การประเมินความกลมกลืนสอดคล้องระหว่างตัวแบบที่ได้ พัฒนาขึ้น กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการวิเคราะห์แบบจำลองมีเกณฑ์ที่นิยมใช้กันในการพิจารณา ความกลมกลืนสอดคล้องระหว่างตัวแบบเชิงทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย ค่าดัชนีวัด ความกลมกลืน 4 ค่า ดังต่อไปนี้

3.6.3.1 ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-square Probability Level : CMIN-P) ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานค่าดัชนีวัดความกลมกลืน จากค่านี้จะตีมากที่สุดเมื่อมีค่าไคสแควร์เป็น 0 ถ้าค่าไคสแควร์ยิ่งให้ค่าสูงมากแสดงว่า ฟังก์ชันความกลมกลืนนี้มีค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแบบไม่มีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าพบว่าค่าสถิติไคสแควร์มีค่าต่ำมาก ๆ และมีค่าเข้าใกล้ 0 ยิ่งมากเท่าใด แสดงว่าตัวแบบมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น

ดังนั้น ในการพิจารณาค่าไคสแควร์เพื่อทดสอบความกลมกลืนนั้นจึงพิจารณาจากค่าสถิติไคสแควร์ ที่มีค่าต่ำ ๆ โดยยึดเกณฑ์การพิจารณาจากค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ จะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ จะต้องมีความมากกว่า 0.05 จึงจะถือว่าตัวแบบมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การที่ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ จะต้องมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่า ผลการทดสอบออกมาว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 (สมมติฐานหลัก) ซึ่งแปลความได้ว่าแบบจำลองต้นแบบกับแบบจำลองที่ได้มาจากข้อมูลจริงหรือข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปได้ว่าแบบจำลองต้นแบบมีความสอดคล้องกัน

3.6.3.2 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square : CMIN/DF) ค่าไคสแควร์มักมีความอ่อนไหวต่อขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ กรณีที่ขนาดกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่มาก ๆ เมื่อทำการทดสอบค่าไคสแควร์มักจะพบว่า ค่าไคสแควร์มีแนวโน้มปฏิเสธสมมติฐาน ด้วยเหตุนี้ในการใช้เกณฑ์การประเมิน โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์เพียงค่าเดียวจึงอาจยังไม่สมบูรณ์เพียงพอ ดังนั้นจึงควรพิจารณาอัตราส่วนของค่าไคสแควร์ต่อค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) หรือ ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ควบคู่กันไปด้วย เกณฑ์การประเมินความกลมกลืนสอดคล้องระหว่างตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าพิจารณาจากค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ จะต้องมีความน้อยกว่า 3 และถ้าค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ยังมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไรแสดงว่าแบบจำลองนั้นยังมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น

3.6.3.3 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) หรือค่า CFI ใช้เปรียบเทียบโมเดลเชิงสมมติฐานว่ามีความสอดคล้องสูงกว่าข้อมูลเชิงประจักษ์มากน้อยเพียงใด ดังนั้น หากค่า CFI หากมีค่ามากกว่า .95 ขึ้นไป ($CFI > .95$) ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก และหากค่า CFI มีค่ามากกว่า .90 ขึ้นไป ($CFI > .90$) ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีซึ่งแสดงว่าโมเดลทางทฤษฎีมีความสอดคล้องกับ

ข้อมูลเชิงประจักษ์ (Kline, 2010) ค่าComparative Fit Index (CFI) เป็นดัชนีที่ปรับปรุงมาจากดัชนี NFI ของ Bentler & Bonett (1980) โดยดัชนี CFI เป็น normed ทำให้มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งความซับซ้อนของโมเดลไม่มีผลต่อดัชนี CFI และมีสูตรการคำนวณ ดังนี้ $CFI = (\chi_m^2 - df_m) / (\chi_b^2 - df_b)$

3.6.3.4 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) ซึ่งใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติว่า ฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าไม่เป็น 0 แต่นำค่าองศาอิสระมาปรับแก้ โดยมีสูตรการคำนวณว่า $RMSEA = \sqrt{F_0/df}$ เมื่อ F_0 คือ Population Discrepancy Function Value หรือค่าฟังก์ชันความกลมกลืน เมื่อตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ F_0 จะมีค่าเป็น 0 เช่นเดียวกับ RMSEA ก็จะมีค่าเท่ากับ 0 เช่นกัน

การควบคุมข้อมูลที่เก็บได้จริงไม่ให้มีค่าความคลาดเคลื่อน หรือให้มีค่าความคลาดเคลื่อนเป็น 0 จะเป็นผลดีที่สุดต่อแบบจำลองที่ถูกพัฒนาขึ้นมา ดังนั้น เมื่อนำค่าดัชนี RMSEA มาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความกลมกลืน จึงให้วัดจากค่าดัชนี RMSEA จะต้องมีค่าต่ำกว่า 0.08 ถ้าค่าดัชนี RMSEA ยังมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไรแสดงว่าแบบจำลองนั้นมีค่าความคลาดเคลื่อนยิ่งน้อย แบบจำลองจึงมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์งานวิจัยคือ ศึกษาระดับ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และศึกษาอิทธิพลการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี จำนวน 100 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์โดยมีผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านขนาดองค์กร จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านประเภทธุรกิจ จำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน (ตารางที่ 9-12)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้วิจัยทำการศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมทั้ง ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโครงสร้างของตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้ ซึ่งแบบจำลองสมการโครงสร้างจะใช้เพื่อ

อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลายตัวแปรในรูปแบบของการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) หรือวิเคราะห์ปัจจัยเหตุสู่ผลลัพธ์ (Hair et al., 2010)

สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรและค่าสถิติ รวมถึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรและค่าสถิติ เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความเข้าใจที่ตรงกัน ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 9 แสดงสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนตัวแปรและค่าสถิติ

สัญลักษณ์&เครื่องหมาย	ความหมาย
T	โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
TM	การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด
OC	วัฒนธรรมองค์กร
E	สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน
EB	การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้
SME	การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
CMIN-p	ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์
CMIN/DF	ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์
CFI	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ

ตารางที่ 9 (ต่อ) แสดงสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนตัวแปรและค่าสถิติ

สัญลักษณ์&เครื่องหมาย	ความหมาย
RMSEA	ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน
Regression Weights	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
Standardized Regression Weights	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน
Pearson Correlation Coefficient	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน
*	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
***	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001



ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำ
ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านขนาดองค์กร

ขนาดองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5 คน	26	26.00
6 – 50 คน	36	36.00
51 – 200 คน	38	38.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ขนาดขององค์กรที่มากที่สุด คือ 51-200 คน คิดเป็นร้อยละ 38
รองลงมาได้แก่ 6-50 คน คิดเป็นร้อยละ 36 และขนาดขององค์กรที่น้อยที่สุด ได้แก่ 1-5 คน คิดเป็น
ร้อยละ 26

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
การผลิต	20	20.00
บริการ	51	51.00
ค้าส่ง	14	14.00
ค้าปลีก	15	15.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ประเภทธุรกิจมากที่สุด คือ ธุรกิจบริการ คิดเป็นร้อยละ 51
รองลงมาได้แก่ ธุรกิจการผลิต คิดเป็นร้อยละ 20 ธุรกิจค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 15 และประเภทธุรกิจ
น้อยที่สุด ได้แก่ ธุรกิจค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 14

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 3 ปี	19	19.00
4 - 6 ปี	21	21.00
7 ปี ขึ้นไป	60	60.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด คือ 7 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาได้แก่ 4 - 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 21 และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจน้อยที่สุด ได้แก่ 1 - 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 19

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะ โดยทั่วไปของธุรกิจในด้านแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน

แหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
กู้ยืมสถาบันการเงิน	4	4.00
เงินทุนภายในกิจการ	52	52.00
กู้ยืมสถาบันการเงินและใช้เงินทุนภายในกิจการ	44	44.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า แหล่งเงินทุนในการดำเนินงานมากที่สุด คือ เงินทุนภายในกิจการ คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาได้แก่ กู้ยืมสถาบันการเงินและใช้เงินทุนภายในกิจการ คิดเป็นร้อยละ 44 และแหล่งเงินทุนในการดำเนินงานน้อยที่สุด ได้แก่ กู้ยืมสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 4

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

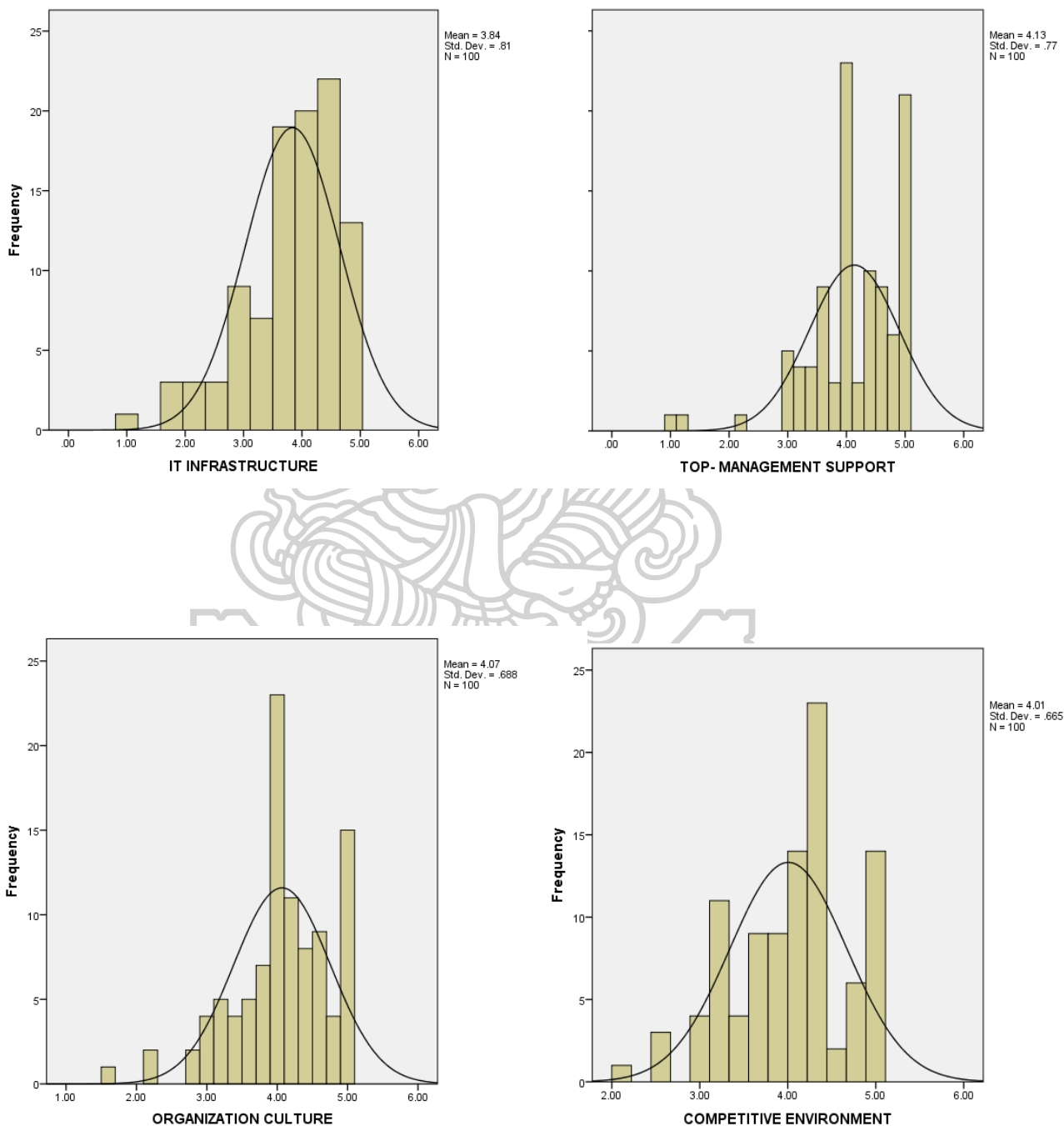
จากข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 100 ราย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอ ข้อมูล ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยตัวแปรทั้งหมดที่ผู้วิจัยใช้ศึกษาระดับความคิดเห็นในครั้งนี้ ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แสดงดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

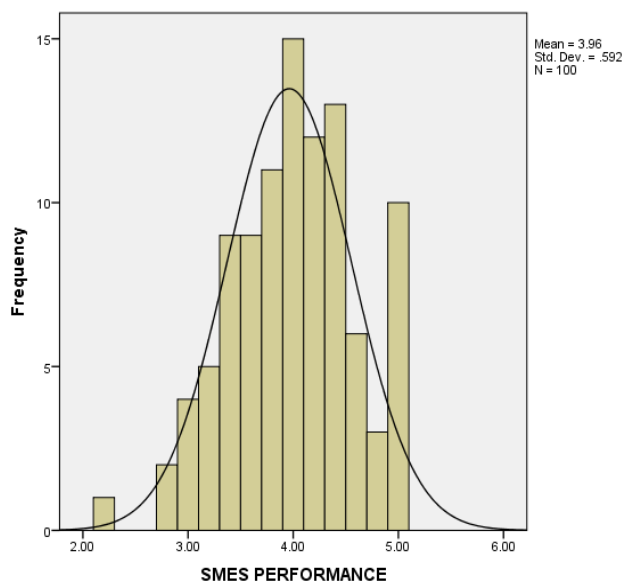
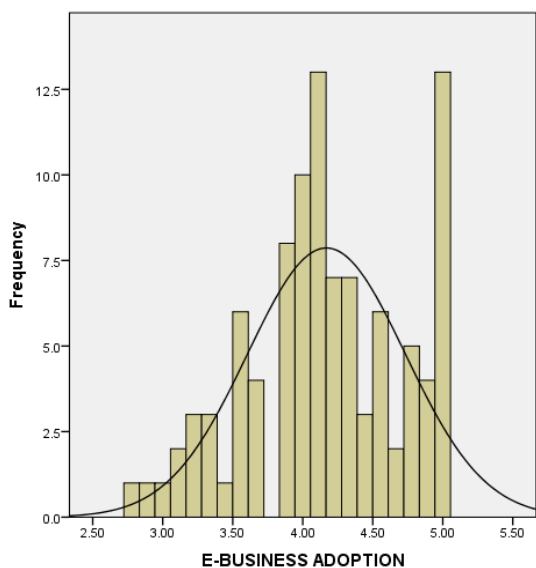
ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
T	3.84	0.81	ระดับมาก
TM	4.13	0.77	ระดับมาก
OC	4.07	0.69	ระดับมาก
E	4.01	0.67	ระดับมาก
EB	4.17	0.56	ระดับมาก
SME	3.96	0.59	ระดับมาก
รวม	4.03	0.68	ระดับมาก

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นถึงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.03

ภาพที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน



ภาพที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation) ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้ Pearson's Correlation Coefficient ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)

ตัวแปร	T	TM	OC	E	EB	SME
โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ						
การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด	0.713**					
วัฒนธรรมองค์กร	0.676**	0.720**				
สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน	0.556**	0.495**	0.550**			
การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	0.614**	0.566**	0.596**	0.700**		
การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	0.529**	0.507**	0.549**	0.679**	0.624**	-

การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นการตรวจความสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไปจนกลายเป็นตัวแปรเดียวกัน อาจทำให้การวิเคราะห์ไม่ชัดเจนแน่ชัดว่าตัวแปรอิสระใดที่ส่งผลต่อตัวแปรตามบ้าง ผลการทดสอบความสัมพันธ์ (Correlation) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.495 - 0.720 (ตามตารางที่ 15) ซึ่งถือว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง (Hair et al., 2010)

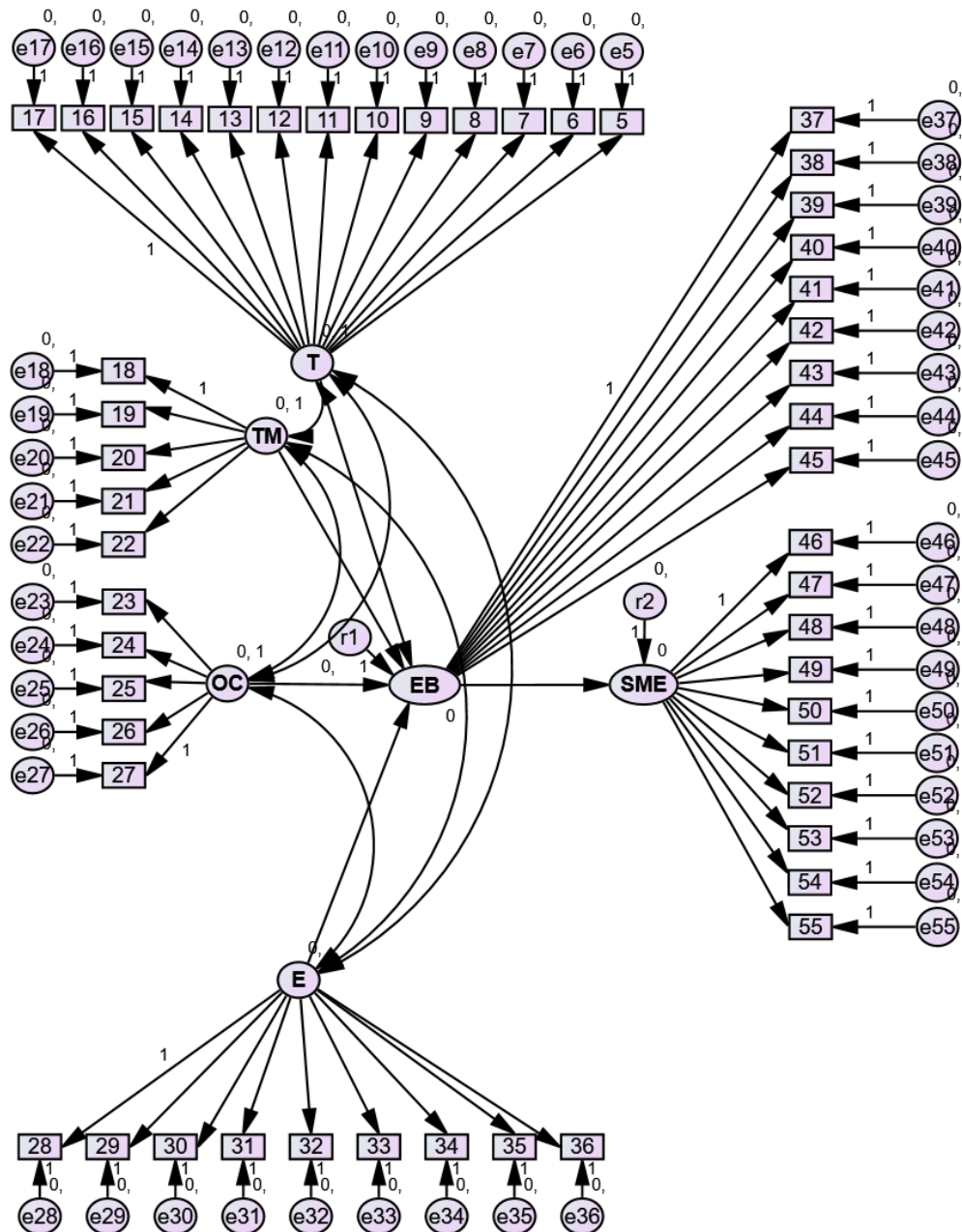
นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปร (Multicollinearity) ซึ่งตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง การตรวจสอบ Multicollinearity จะพิจารณาจากค่า Variance inflation factor (VIF) และค่า Tolerance ซึ่งผลจากการทดสอบหาค่า VIF พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 1.579 – 2.586 โดยค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 และค่า Tolerance ที่เหมาะสมต้องมากกว่า 0.2 จึงยืนยันได้ว่าตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร คือ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ไม่มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อกันตามเกณฑ์อ้างอิงของ (Hair et al., 2010) ดังแสดงในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงค่า VIF และ Tolerance ของตัวแปร

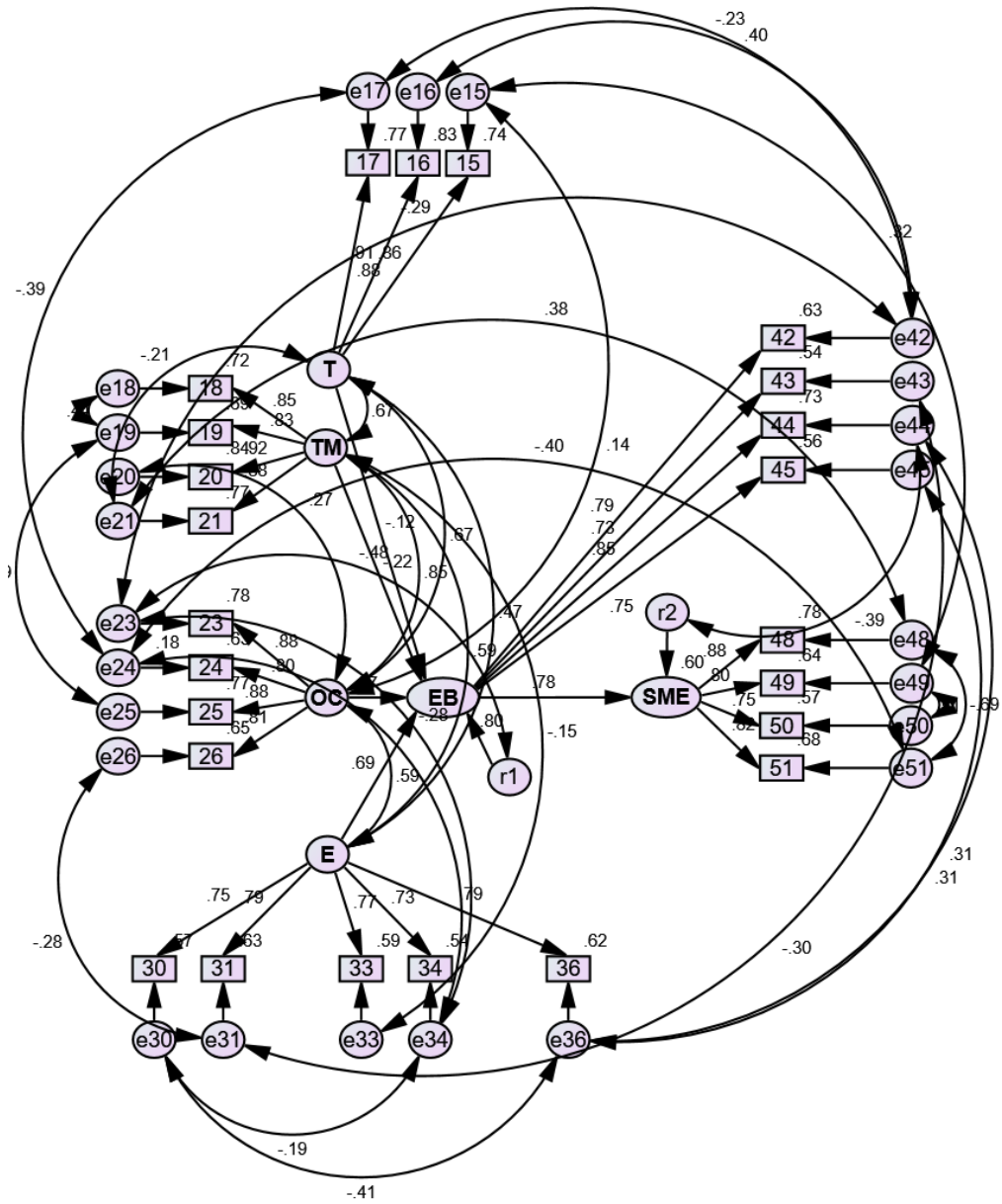
ตัวแปร (Constructs)	Collinearity statistics	
	Tolerance	VIF
โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.409	2.444
การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด	0.387	2.586
วัฒนธรรมองค์กร	0.404	2.476
สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน	0.634	1.579

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนา
ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 10 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนา
ประสิทธิภาพ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี



ภาพที่ 11 ปรับโมเดล จน โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ตารางที่ 17 แสดงค่าดัชนีตรวจสอบความเหมาะสมของแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
CMIN-p	มีค่ามากกว่า 0.05	.71	ผ่านเกณฑ์
CMIN/DF	มีค่าน้อยกว่า 3	.94	ผ่านเกณฑ์
CFI	มีค่ามากกว่า 0.90	1.00	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	มีค่าน้อยกว่า 0.08	.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 17 พบว่า ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในครั้งนี้ นั้น มีค่าผ่านเกณฑ์พิจารณาทั้งหมด ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า แบบจำลองมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการศึกษาในครั้งนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้

สมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้

สมมติฐานที่ 3 วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้

สมมติฐานที่ 5 การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 18 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หลังปรับ โมเดล โดยการเชื่อมค่าความคลาดเคลื่อน

สมมติฐาน	เส้นทาง	C.R.	P	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน
1	T → EB	-1.31	.19	-.12
2	TM → EB	-1.60	.11	-.22
3	OC → EB	3.68	***	.57
4	E → EB	6.32	***	.69
5	EB → SME	6.66	***	.78

จากตารางที่ 18 เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า

สมมติฐานที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน = -0.12 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$) ค่า C.R เท่ากับ -1.31 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1

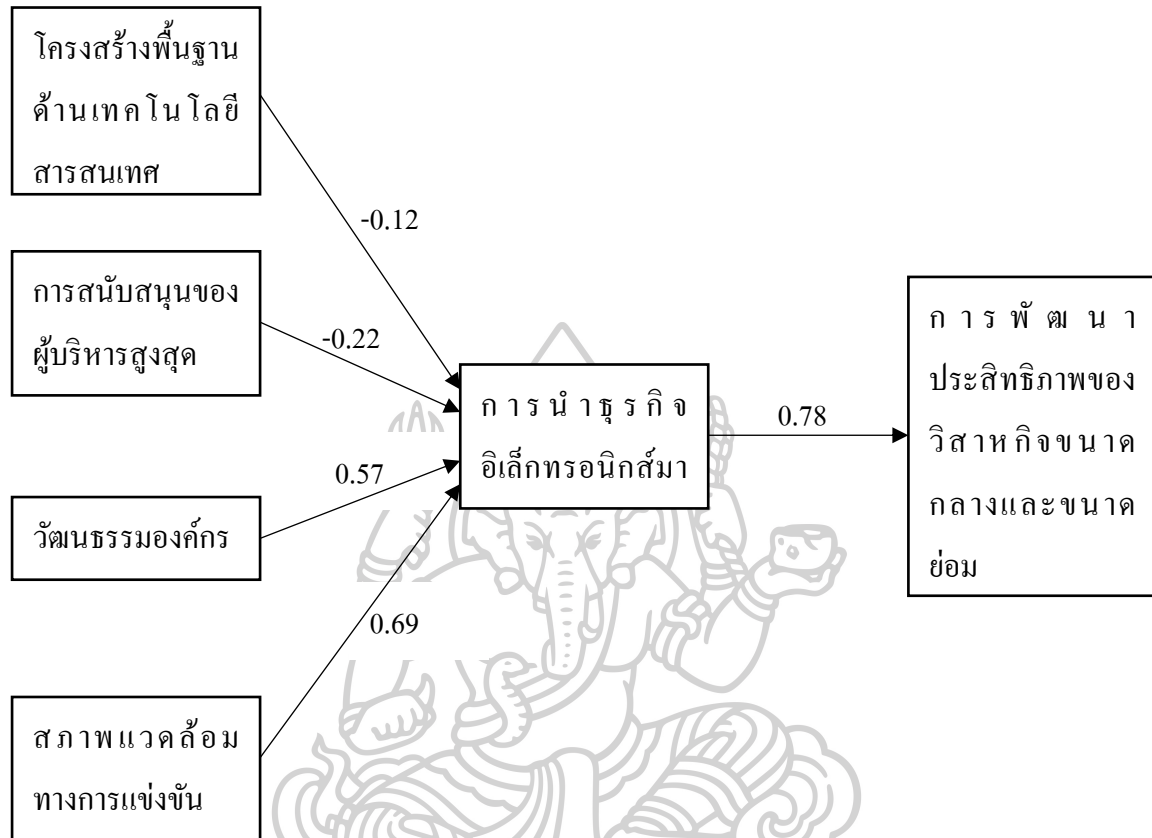
สมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน = 0.57 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$) ค่า C.R เท่ากับ -0.13 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3 วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน = 0.57 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.001$) ค่า C.R เท่ากับ 3.68 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน = 0.69 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.001$) ค่า C.R เท่ากับ 6.32 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5 การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน = 0.78 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.001$) ค่า C.R เท่ากับ 6.66 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5

ภาพที่ 12 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐานระหว่างตัวแปร



จากภาพที่ 12 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) หรือค่าน้ำหนักความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มีอิทธิพลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด (ค่าน้ำหนัก 0.78) รองลงมาคือสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันมีอิทธิพลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (ค่าน้ำหนัก 0.69) และวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (ค่าน้ำหนัก 0.57)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นภาพรวม และข้อสรุปผลการวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ตามลำดับดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะโดยทั่วไปของธุรกิจส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 51-200 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือ 6-50 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ประเภทธุรกิจโดยภาพรวมอยู่ในกลุ่มธุรกิจบริการ คิดเป็นร้อยละ 51 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ในช่วง 7 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 60 แหล่งเงินทุนในการดำเนินงานส่วนใหญ่มาจากเงินทุนภายในกิจการ คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาได้แก่ กู้ยืมสถาบันการเงินและใช้เงินทุนภายในกิจการ คิดเป็นร้อยละ 44

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสำคัญมาก โดยเรียงลำดับดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ลำดับระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ลำดับ
การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	1
การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด	2
วัฒนธรรมองค์กร	3
สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน	4
การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	5
โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	6

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของโครงสร้างของตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย 5 สมมติฐาน โดยผลของการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยสรุปผลการทดสอบดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ข้อ ที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ปฏิเสธสมมติฐาน
2	การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ปฏิเสธสมมติฐาน
3	วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ยอมรับสมมติฐาน
4	สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ยอมรับสมมติฐาน
5	การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ยอมรับสมมติฐาน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และ การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และข้อที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อยุติให้ทราบถึงข้อเท็จจริงโดยมีการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุนหรือขัดแย้งได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 อภิปรายผลระดับความคิดเห็นของแต่ละตัวแปร

โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีระดับความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 อยู่ในระดับมาก พบว่าระบบธุรกิจที่มีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เราทำงานได้อย่างชาญฉลาดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการผสมรวมเทคโนโลยีที่ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพของบริษัท ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Bi, Davison and Smyrnios (2017) ที่ศึกษาเรื่องธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และเติบโตอย่างรวดเร็วของเอสเอ็มอี เศรษฐศาสตร์ธุรกิจขนาดเล็ก พบว่าโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ บริษัท ที่เติบโตอย่างรวดเร็วสามารถเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า

การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด โดยมีระดับความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 อยู่ในระดับมากพบว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงคือสิ่งสำคัญของความพร้อมในองค์กรและนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการกำหนดบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรและจำเป็นสำหรับการวางแผนเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงมีอำนาจในการลดความขัดแย้งระหว่างแผนกและสามารถส่งเสริมให้มีการนำเอาธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ได้อย่างสะดวกในการสร้างองค์กรอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นภาวรรณ มีศรี, 2558 ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลและความพร้อมในการปรับเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลของวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม ที่พบว่าปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพร้อมในการปรับเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลและสอดคล้องกับแนวคิดในการศึกษารุทกิจเริ่มต้นด้านศิลปะดิจิทัลสำหรับเศรษฐกิจยุคดิจิทัล

วัฒนธรรมองค์กร โดยมีระดับความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับมาก พบว่าเมื่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง วัฒนธรรมองค์กรก็พัฒนาขึ้นเพื่อเผชิญกับสถานการณ์ใหม่ๆ องค์กรจะเรียนรู้และพัฒนาความรู้และความสามารถใหม่ๆ ที่สมาชิกแบ่งปัน เช่น วิธีคิด ความรู้สึก และการรับรู้สถานการณ์ใหม่ที่ถูกต้อง สอดคล้องกับ Kilmann, 1985 ที่อธิบายว่าวัฒนธรรมการปรับตัวจะปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องตามการเปลี่ยนแปลงโดยส่งเสริมค่านิยมของการยอมรับความเสี่ยงและการมุ่งมั่นเชิงรุก

สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน โดยมีระดับความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก พบว่าสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันคือแรงกดดันจากคู่แข่งและสิ่งแวดล้อมภายนอก โดยสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ คู่แข่งขัน ลูกค้า ผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต สอดคล้องกับ Zhu and Kraemer, 2005 ที่กล่าวว่าสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันหมายถึงระดับของแรงกดดันทางธุรกิจจากคู่แข่งทางการตลาด โดยแรงกดดันในการแข่งขันหมายถึงระดับของแรงกดดันที่บริษัทรู้สึกได้จากคู่แข่งในอุตสาหกรรม และรวมไปถึง Christensen and Bower (1996) ที่กล่าวว่าเมื่อมีความต้องการของลูกค้ารายใหญ่ องค์กรอาจพยายามใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้ได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากเดิมที่มีอยู่และจากข้อมูลของ Pavlou and El Sawy (2010) การใช้เทคโนโลยีใหม่มีความสำคัญอย่างมากในสภาพแวดล้อมการแข่งขัน ซึ่งผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและคู่แข่งกระทำการในลักษณะที่คาดเดาไม่ได้

การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยมีระดับความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับมาก พบว่า การนำกระบวนการหรือขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ โดยอาศัยเทคโนโลยีเครือข่ายที่เรียกว่าว่าองค์กรเครือข่ายร่วม ในการดำเนินงานเพื่อให้เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำธุรกิจมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ Sawheny and Zabin (2001) ที่กล่าวว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คือการใช้เครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือคิดค้นกระบวนการทางธุรกิจหรือระบบธุรกิจที่มีศักยภาพเพื่อสร้างมูลค่าที่เหนือกว่าสำหรับลูกค้า โดย Hunt and Barnes (2001) ให้คำจำกัดความว่า ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการดำเนินธุรกรรมทางธุรกิจ

ผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์หรือคอมพิวเตอร์ รวมถึงอินเทอร์เน็ต ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ยังถูกกำหนดให้เป็นการบูรณาการของ “ระบบ กระบวนการ องค์กร ห่วงโซ่คุณค่า และตลาดทั้งหมดโดยใช้เทคโนโลยีและแนวคิดทางอินเทอร์เน็ตและที่เกี่ยวข้อง” รวมถึงZhu and Kraemer (2003) ให้คำจำกัดความ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่า โดยใช้แพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ต ร่วมกับโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่

การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีระดับความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมาก พบว่า เป็นการการบูรณาการเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เข้ากับกระบวนการทางธุรกิจสามารถลดต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าและบริการ โดยการลดบุคลากรและลดขั้นตอนการทำธุรกรรมรวมถึงต้นทุนหน่วยงานของธุรกิจ สอดคล้องกับ Sanders (2007) ศึกษาการใช้เทคโนโลยี ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ของ บริษัท ต่างๆและความสัมพันธ์กับการทำงานร่วมกันภายในและระหว่างองค์กรและประสิทธิภาพขององค์กรและพบว่าเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ นั้นส่งผลต่อประสิทธิภาพทั้งทางตรงและทางอ้อม จากข้อมูลของ Abebe (2014) ผลการศึกษาพบว่าการนำอีคอมเมิร์ซมาใช้ส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมของ SMEs เป็นหลักโดยการจัดหากระบวนการทางธุรกิจภายในที่มีประสิทธิภาพและคล่องตัวมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ประหยัดต้นทุนและทำกำไร ได้อย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และไม่พบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมายังไม่พบข้อขัดแย้งหรือสนับสนุนผลการทดสอบสมมติฐานของผู้วิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เนื่องจาก บริษัทยังขาดความพร้อมด้านเทคโนโลยีซึ่งสามารถกำหนดได้ว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและรวมถึงทรัพยากรบุคคลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Mata et al. 1995 อ้างอิงใน Oliveira and Martins, 2010 : 48) โดย Zhu et al. (2003) ให้เหตุผลว่า ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์จะไม่ประสบความสำเร็จหาก บริษัท ต่างๆขาดผู้เชี่ยวชาญที่จำเป็นสำหรับโครงสร้างพื้นฐาน

สมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และไม่พบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมายังไม่พบข้อขัดแย้งหรือสนับสนุนผลการทดสอบสมมติฐานของผู้วิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเพิ่มเติมพบว่า จากผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริหารระดับสูงในองค์กรธุรกิจ พบว่าผู้บริหาร 78 % เห็นว่า IT Governance มีความสำคัญ และจำเป็นต่อการเติบโตทางธุรกิจ เพียงแต่ผู้บริหารส่วนใหญ่ 85 % มีความรู้ในเรื่องนี้ในระดับน้อย ถึงปานกลางเท่านั้น และยังไม่เห็นแผนที่จะนำเรื่องดังกล่าวเข้าหารือในที่ประชุมผู้บริหาร อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่ 84 % เห็นว่าการจัดให้มีผู้บริหารที่มีความรู้ด้าน IT Governance หรือการจัดหาผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Chief Technology Officer) รวมไปถึงการว่าจ้างที่ปรึกษาด้าน IT เป็นเรื่องจำเป็น เพื่อเป็นการเตรียมโครงสร้างเพื่อรองรับการบริหารด้าน IT Governance ที่มีประสิทธิภาพ กล่าวโดย สุรางคณา วายุภาพ เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2558 ในหัวข้อ “IT Governance: The Time is Now!” โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพทอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) กระทรวงไอซีที ได้ร่วมกับ สถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในการจัดการประชุม Director Forum 1/2015 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2558) ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เนื่องจากผู้บริหารยังขาดความตระหนักถึงความสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาใช้และไม่ได้สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เท่าที่ควร เพราะยังไม่มีผลกระทบกับธุรกิจของตนอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งการที่จะลงทุนกับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างมาก จึงอาจจะเป็นเหตุผลหนึ่งในการที่ผู้บริหารนำมาพิจารณาถึงความคุ้มค่าในระยะสั้นโดยไม่ได้มองในระยะยาวที่จะให้ประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีกว่า

สมมติฐานที่ 3 วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า วัฒนธรรมองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน เท่ากับ 0.57 จึงยอมรับ สมมติฐานที่ 3 เนื่องจากกระบวนการขององค์กรสมัยใหม่ต้องการวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลง การรับความเสี่ยง และการเสริมอำนาจ อย่างหลังคือลักษณะของวัฒนธรรมที่ปรับตัวได้ (Kotter and Heskett, 1992 อ้างอิงใน Alos-Simo et al., 2017:385) ดังนั้นแนวความคิดในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรเพื่อรองรับเทคโนโลยีและธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์จึงมีความสำคัญ (Rapp et al., 2008 อ้างอิงใน Migdadi et al., 2016:679) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โกลด์ จิตวิรัตน์

(2562) ที่พบว่าวัฒนธรรมองค์กร มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัลเพราะ วัฒนธรรมองค์กรนั้นจะปรับเปลี่ยนตามการทำธุรกิจซึ่งก็คือวัฒนธรรมขององค์กรที่ต้องสอดคล้องกับการก้าวสู่การเป็นองค์กรดิจิทัลให้ได้อย่างยั่งยืน รวมถึงจากการศึกษาของ Alos-Simo et al. (2017) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งเสริมให้มีการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ พบว่าการปรับตัวของวัฒนธรรมมีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม หากแต่ผู้นำต้องส่งเสริมการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขันและมีการมุ่งเน้นไปที่สมาชิกขององค์กร โดยการเปลี่ยนแปลงความเชื่อบรรทัดฐานและค่านิยมให้มีความยืดหยุ่น และมีการปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม และจากการศึกษาของ Migdadi et al. (2016) ที่ศึกษาเรื่องการแข่งขันเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยของการดำเนินธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานขององค์กร จากผลการศึกษาพบว่า การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการดำเนินการ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นข้อพิจารณาที่สำคัญสำหรับองค์กรเมื่อการนำโปรแกรมประยุกต์ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และพบว่า การดำเนินธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพขององค์กร

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน เท่ากับ 0.69 จึงยอมรับ สมมติฐานที่ 4 เนื่องจาก สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงกระตุ้นให้บริษัทต่างๆ นำวิธีการและขั้นตอนมาใช้เพื่อให้มีประสิทธิภาพและผลกำไรมากขึ้น (Jeon et al., 2006) นอกจากนี้ ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง บริษัทต่างๆ ต้องพึ่งพาข้อมูลจากสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีของตน ในขณะที่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีถือเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นของความสำเร็จ (Zhu et al., 2006 อ้างอิงใน Chatzoglou and Chatzoudes, 2016:337) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาภิณูญ์ อัดตฤทธ (2564) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการใช้งานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า การตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shehata and Montash (2020) ศึกษาเรื่องการขับเคลื่อนเทคโนโลยี ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และ อินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดเกิดใหม่ จากผลการวิจัยพบว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถปรับปรุงความได้เปรียบในการแข่งขันรวมถึง

รูปแบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวช่วยที่สำคัญขององค์กรตัวอย่างเช่นในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ ปรับปรุงการปรับแต่งผลิตภัณฑ์และบริการสนับสนุนภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้การควบคุมต้นทุนที่ดีขึ้นและสื่อสารกับลูกค้าและพนักงาน ได้ดีขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Deng, Duan and Luo (2020) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สำคัญสำหรับการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จากผลงานวิจัยพบว่า แรงกดดันจากภายนอกมีอิทธิพลอย่างมากต่อการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ออสเตรเลีย รวมไปถึงจากการศึกษาของ Samaraweera and Jayasiri, (2016) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการยอมรับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานของภาคธุรกิจโรงแรมในศรีลังกา แสดงให้เห็นว่าอำนาจของลูกค้า มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ต่อความกระตือรือร้นในการนำ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ซึ่งมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมากต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ

สมมติฐานที่ 5 การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐานเท่ากับ 0.78 จึงยอมรับ สมมติฐานที่ 5 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลไว้ว่า อาจมาจากสาเหตุที่ว่าเป็นการลดต้นทุน เพิ่มรายได้ ความพึงพอใจของลูกค้า และการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้า (Theodosiou & Katsikea 2010 อ้างอิงใน Samaraweera and Jayasiri.,2016:19)ซึ่งอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพและการเติบโตของยอดขาย(Migdadi, M.M.et al.,2016: 679)โดยความสามารถของกระบวนการทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ SMEs สามารถแบ่งปันข้อมูล กำหนดการจัดซื้อการผลิต และการจัดจำหน่ายพร้อมกัน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว (Arend 2006; Vaaland and Heide 2007อ้างอิงใน Bi, Davison and Smyrnios, 2017:565) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาภิญญ์ อัดตฤทธ (2564) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการใช้งานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า การทำธุรกรรมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Migdadi et al. (2016) ศึกษาเรื่องการประเมินเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยของการดำเนินธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานขององค์กร จากผลการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพขององค์กร รวมไปถึงจากการศึกษาของ SOTO-ACOSTA et al. (2016)ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

นวัตกรรมขององค์กรและประสิทธิภาพของบริษัท ในอุตสาหกรรมการผลิตของ SMEs ในสเปน พบว่าธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้ บริษัท ต่างๆสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องปรับปรุงกระบวนการ โดยการตรวจสอบกิจกรรมทางธุรกิจสามารถเข้าถึงการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างทันทีทันใด (Mayeh et al. 2014; Perez-Gonzalez et al. 2014; Vera-Baquero et al. 2013)

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อนำผลวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณา พัฒนาปรับปรุง แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน จนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาพื้นที่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. **ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** จากผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่สามารถส่งผลต่อการต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมการสร้างความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีให้กลุ่มผู้ประกอบการในท้องถิ่น โดยการสร้างองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ภาคธุรกิจเอกชนรวมถึงส่งเสริมทรัพยากรบุคคลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีความรู้และทักษะในการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ ให้มีความเหมาะสมกับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน

2. **ปัจจัยด้านการสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด** จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารสูงสุดไม่ได้มีความตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรจะสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถให้ภาคธุรกิจเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการในท้องถิ่น เล็งเห็นประโยชน์และตระหนักถึงการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยการจัดหาผู้เชี่ยวชาญมาทำการฝึกอบรมให้ผู้ประกอบการมีทักษะทั้งทางด้านเทคโนโลยีและทักษะทางการบริหารธุรกิจ

3. **ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร** จากผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กรสามารถส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ดังนั้น องค์กรธุรกิจจะต้องสนับสนุนและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยเน้นที่ความเฉลียวฉลาดและอิสระของแต่ละบุคคลและเน้นการให้รางวัล ผลตอบแทนแก่ผู้ ที่ริเริ่ม สร้างสรรค์เป็นพิเศษ เปลี่ยนนโยบายใหม่มาเน้นเรื่องการ

มอบหมายอำนาจในการตัดสินใจแก่พนักงาน เน้นกลยุทธ์ความยืดหยุ่นและความสามารถตอบสนองได้รวดเร็วเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เพราะเทคโนโลยีนั้นมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งในปัจจุบันข้อมูลจะมีอำนาจในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ องค์กรที่เน้นความสำคัญเกี่ยวกับวัฒนธรรมในการสร้างการตัดสินใจโดยอ้างอิงจากข้อมูล จะสามารถนำพองค์กรไปสู่สิ่งที่ดีและอยู่ในฐานะที่แข็งแกร่งและพร้อมเสมอ

4. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันจากผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันสามารถส่งผลต่อการต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับความอยู่รอดและสามารถพัฒนาเติบโตต่อไปวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จัดให้มีการสนับสนุนการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหากยังควรขยายไปถึง การส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดความรู้เรื่องการบริหารตัวทางธุรกิจ สำหรับเรื่องการเงินเข้าถึงแหล่งเงินทุน หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนการจัดหาแหล่งเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำมาพัฒนาศักยภาพของตนเองและสามารถแข่งขันได้

5. ปัจจัยด้านการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากผลการศึกษาพบว่า การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ สามารถส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นการลดต้นทุน เพิ่มรายได้ ความพึงพอใจของลูกค้า และการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้า ส่งผลต่อประสิทธิภาพและการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น ภาครัฐกิจเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ควรลงทุนกับระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในระยะยาวเพื่อที่จะให้ประสิทธิภาพทางการทำงานที่ดีกว่า และเสนอให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน สิทธิพิเศษทางด้านมาตรการภาษี มีการประสานงานกับบริษัทผู้พัฒนาโปรแกรมประยุกต์ ให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นและภาครัฐกิจเอกชนสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น และมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรีเพื่อให้เกิดผลที่ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยจะขอเสนอแนะให้มีการวิจัยดังนี้

5.3.2.1 การศึกษารั้วนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี สำหรับการศึกษารั้วต่อไปผู้วิจัยเสนอแนะให้ศึกษาในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนอื่นๆ อีก 9 พื้นที่ อันได้แก่ ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา หนองคาย นครราชสีมา เชียงราย และ นครพนม ภายใต้ง่อนไขเดียวกัน เพื่อเปรียบเทียบผลของการศึกษา

5.3.2.2 การศึกษารั้วนี้ใช้กรอบแนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อม (Technology Organization Environment Framework: TOE) เป็นทฤษฎีพื้นฐานในการอธิบายปัจจัยของงานวิจัยนี้ ซึ่งในการศึกษารั้วต่อไปควรนำเอาทฤษฎีอื่นๆมาใช้อธิบายเรื่องการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เช่น ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology Acceptance Model: TAM) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม Diffusion of Innovation Theory (DOI) ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of Reasoned Action - TRA) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) และทฤษฎีอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในศาสตร์นี้ต่อไป

5.3.2.3 การศึกษารั้วนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี สำหรับการศึกษารั้วต่อไปผู้วิจัยเสนอแนะควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านอื่นๆที่คาดว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น ปัจจัยด้านงบประมาณในการลงทุนธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ของผู้บริหาร ทักษะของผู้บริหาร การสนับสนุนของภาครัฐ เป็นต้น

รายการอ้างอิง



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้าส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ กองข้อมูลธุรกิจ.(2564). ข้อมูลธุรกิจเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี.กรม
- โกศล จิตวิรัตน์ (2561). โมเดลการปรับตัวขององค์กรธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการทำลายล้างของเทคโนโลยีดิจิทัลในศตวรรษที่ 21. *Journal of the Association of Researchers*, 23(2), 74-88.
- โกศล จิตวิรัตน์ (2564). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรดิจิทัลไทยแลนด์ 4.0 ในศตวรรษที่ 21 : *Veridian E-Journal*, Silpakorn University ISSN 1906 – 3431
- จิตตรีชัย ศิริมงคล. (2564). แบบจำลองแนวคิดและข้อเสนอแนะเบื้องต้น: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: การผสมผสานระหว่างกรอบแนวคิด TOE-TAM. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(1), 290-302.
- ชนาภิญญา อัดตฤทธิ. (2564). อิทธิพลของการใช้งานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย : *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่ | RAJABHAT CHIANG MAI RESEARCH JOURNAL* 181 ปีที่ 22 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2564
- ชนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ.(2561). กลยุทธ์การพัฒนาเพื่อความอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี : *ทุนอุดหนุนการทำวิจัยจากกองทุนวิจัยและสร้างสรรค์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประจำปี 2560*
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนสามัญปิซซิเนสส์แอนด์ดี
- สันตม จอนจวบทรง, & ณัฏฐกร ธรรมบุญวิริศ. (2562). การแปลงรูปสู่ธุรกิจดิจิทัลก่อนถูกยุบสลาย. *Business Review Journal*, 11(2), 216-231.
- วิรัช สงวนวงษ์วาน. (2547). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชนา.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.).(2560). แผนการส่งเสริมSME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กองยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพพื้นที่.(2565). ความก้าวหน้าการดำเนินงานเขตพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ

สุเทพ แก้วทอง,ชาญชัย ช่วยชู,กนกวรรณ ตาลเทียน,ภูมิเดช บุญมี.(2561). แผนรองรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565):จังหวัดกาญจนบุรี

สุนทร วงศ์ไวยวรรณ. (2540). วัฒนธรรมองค์กร: แนวคิด งานวิจัย และประสบการณ์. กรุงเทพฯ: โพรเพซ.

ภาษาอังกฤษ

Abebe, M., 2014. Electronic commerce adoption, entrepreneurial orientation and small- and medium-sized enterprise (SME) performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 21, 100–116.. doi:10.1108/jsbed-10-2013-0145

Alos-Simo, L., Verdu-Jover, A.J., Gomez-Gras, J.-M., 2017. How transformational leadership facilitates e-business adoption. *Industrial Management & Data Systems* 117, 382–397.. doi:10.1108/imds-01-2016-0038.

Awa, H. O., Ojiabo, O. U., & Orokor, L. E. (2017). Integrated technology-organization-environment (TOE) taxonomies for technology adoption. *Journal of Enterprise Information Management*.

Awa, H.O., Ojiabo, O.U., 2016. A model of adoption determinants of ERP within T-O-E framework. *Information Technology & People* 29, 901–930.. doi:10.1108/itp-03-2015-0068

Awa, H.O., Ojiabo, O.U., Emecheta, B.C., 2015. Integrating TAM, TPB and TOE frameworks and expanding their characteristic constructs for e-commerce adoption by SMEs. *Journal*

- of Science and Technology Policy Management 6, 76–94.. doi:10.1108/jstpm-04-2014-0012.
- Awa, H.O., Ojiabo, O.U., Orokor, L.E., 2017. Integrated technology-organization-environment (T-O-E) taxonomies for technology adoption. *Journal of Enterprise Information Management* 30, 893–921.. doi:10.1108/jeim-03-2016-0079
- Azari, M.J., Madsen, T.K., Moen, Ø., 2017. Antecedent and outcomes of innovation-based growth strategies for exporting SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 24, 733–752.. doi:10.1108/jsbed-08-2016-0125
- Barney, J. B. (1986). Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage?. *Academy of management review*, 11(3), 656-665.
- Beheshti, H. M., & Salehi-Sangari, E. (2007). The benefits of e-business adoption: an empirical study of Swedish SMEs. *Service business*, 1(3), 233-245.
- Beynon-Davies, P., 2010. eBusiness as a driver for regional development. *Journal of Systems and Information Technology* 12, 17–36.. doi:10.1108/13287261011032634
- Bi, R., Davison, R. M., & Smyrnios, K. X. (2014). E-Business Use and Value for Fast Growth Small-to-medium Enterprises in Turbulent Environment. PACIS 2014 Proceedings.
- Bi, R., Davison, R.M., Smyrnios, K.X., 2017. E-business and fast growth SMEs. *Small Business Economics* 48, 559–576.. doi:10.1007/s11187-016-9788-8.
- Bordonaba-Juste, V., Lucia-Palacios, L., Polo-Redondo, Y., 2012. Antecedents and consequences of e-business adoption for European retailers. *Internet Research* 22, 532–550.. doi:10.1108/10662241211271536.
- Caniato, F., Cagliano, R., Kalchschmidt, M., Golini, R., Spina, G., 2009. Evolutionary patterns in e-business strategy. *International Journal of Operations & Production Management* 29, 921–945.. doi:10.1108/01443570910986229.

- Cegarra-Navarro, J.G., Angel Martínez-Conesa, E., 2007. E-business through knowledge management in Spanish telecommunications companies. *International Journal of Manpower* 28, 298–314.. doi:10.1108/01437720710755263.
- Chatzoglou, P., Chatzoudes, D., 2016. Factors affecting e-business adoption in SMEs: an empirical research. *Journal of Enterprise Information Management* 29, 327–358.. doi:10.1108/jeim-03-2014-0033.
- Chong, A. Y. L., Ooi, K. B., Lin, B., & Tang, S. Y. (2009). Influence of interorganizational relationships on SMEs'e-business adoption. *Internet Research*.
- Deng, H., Duan, S. X., & Luo, F. (2019). Critical determinants for electronic market adoption: Evidence from Australian small-and medium-sized enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*.
- Deng, H., Duan, S.X. and Luo, F. (2020). Critical determinants for electronic market adoption. *Journal of Enterprise Information Management* 33, 335–352.. doi:10.1108/jeim-04-2019-0106
- Deshpande, R., & Webster Jr, F. E. (1989). Organizational culture and marketing: defining the research agenda. *Journal of marketing*, 53(1), 3-15.
- Deshpandé, R., Farley, J. U., & Webster Jr, F. E. (1993). Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: a quadrad analysis. *Journal of marketing*, 57(1), 23-37.
- Duan, S.X., Deng, H., Luo, F., 2019. An integrated approach for identifying the efficiency-oriented drivers of electronic markets in electronic business. *Journal of Enterprise Information Management* 32, 60–74.. doi:10.1108/jeim-05-2018-0090
- Esmailpour Gouchani, B., Jodaki, S., Joudaki, M., Balali, A., Rajabion, L., 2019. A model for examining the role of the Internet of Things in the development of e-business. *VINE*

Journal of Information and Knowledge Management Systems 50, 20–33..

doi:10.1108/vjikms-04-2019-0058

García-Moreno, M., García Moreno, S.M., Nájera-Sanchez, J.J., De Pablos-Heredero, C., 2018.

The impact of organizational factors on-business adoption: An empirical analysis. Journal of Industrial Engineering and Management 11, 466.. doi:10.3926/jiem.2378.

Ghouchani, B. E., Jodaki, S., Joudaki, M., Balali, A., & Rajabion, L. (2019). A model for examining the role of the Internet of Things in the development of e-business. VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems.

Gordon, J. R. (1999). Organizational Behavior: A Diagnostic Approach. 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hinton, M., Barnes, D., 2009. Discovering effective performance measurement for e-business. International Journal of Productivity and Performance Management 58, 329–345.. doi:10.1108/17410400910951008.

Ifinedo, P., 2011. Internet/e-business technologies acceptance in Canada's SMEs: an exploratory investigation. Internet Research 21, 255–281.. doi:10.1108/10662241111139309.

Jamali, S. K., Samadi, B., & Gharleghi, B. (2015). Factors Influencing Electronic Commerce Adoption: A Case Study of Iranian Family SMEs. International Journal of Business and Social Science, 6(2).

Khuja, M. S. A. A., & Mohamed, Z. B. (2016). Investigating the adoption of e-business technology by small and medium enterprises. Journal of Administration and Business Studies.

Koh, S.C.L., Maguire, S., 2004. Identifying the adoption of e-business and knowledge management within SMEs. Journal of Small Business and Enterprise Development 11, 338–348.. doi:10.1108/14626000410551591.

- Lin, H., 2013. The effects of knowledge management capabilities and partnership attributes on the stage-based e-business diffusion. *Internet Research* 23, 439–464.. doi:10.1108/intr-11-2012-0233.
- Lin, H., Lee, G., 2005. Impact of organizational learning and knowledge management factors on e-business adoption. *Management Decision* 43, 171–188.. doi:10.1108/00251740510581902.
- Maditinos, D., Chatzoudes, D., Sarigiannidis, L., 2014. Factors affecting e-business successful implementation. *International Journal of Commerce and Management* 24, 300–320.. doi:10.1108/ijcoma-07-2012-0043.
- Magal, S.R., Kosalge, P., Levenburg, N.M., 2009. Using importance performance analysis to understand and guide e-business decision making in SMEs. *Journal of Enterprise Information Management* 22, 137–151.. doi:10.1108/17410390910932795
- Mahutchariyakul, J. The relationship between selected factors on e-business adoption by small and medium enterprises (SMEs) in auto parts industry in Bangkok.
- Matopoulos, A., Vlachopoulou, M., Manthou, V., 2009. Understanding the factors affecting e-business adoption and impact on logistics processes. *Journal of Manufacturing Technology Management* 20, 853–865.. doi:10.1108/17410380910975113.
- MeloviĆ, B., JocoviĆ, M., DabiĆ, M., VuliĆ, T.B., Dudic, B., 2020. The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society* 63, 101425.. doi:10.1016/j.techsoc.2020.101425
- MeloviĆ, B., ŠehoviĆ, D., Karadžić, V., DabiĆ, M., ĆiroviĆ, D., 2021. Determinants of Millennials' behavior in online shopping – Implications on consumers' satisfaction and e-business development. *Technology in Society* 65, 101561.. doi:10.1016/j.techsoc.2021.101561

- Migdadi, M.M., Abu Zaid, M.K.S., Al-Hujran, O.S., Aloudat, A.M., 2016. An empirical assessment of the antecedents of electronic-business implementation and the resulting organizational performance. *Internet Research* 26, 661–688.. doi:10.1108/intr-08-2014-0203.
- Moorhead, G., & Griffin, R. W. (1995). *Organizational behavior: Managing people and organizations*. Boston, MA: Houghton Mifflin Co.
- Nair, J., Chellasamy, A., Singh, B.N.B., 2019. Readiness factors for information technology adoption in SMEs: testing an exploratory model in an Indian context. *Journal of Asia Business Studies* 13, 694–718.. doi:10.1108/jabs-09-2018-0254
- Oliveira, T., & Martins, M. F. (2010). Firms patterns of e-business adoption: evidence for the European Union-27. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 13(1), 47.
- Oliveira, T., & Martins, M. O. (2009, July). Determinants of information technology adoption in Portugal. In *International Conference on e-Business* (Vol. 1, pp. 264-270). SCITEPRESS.
- Oliveira, T., Martins, M.F., 2010. Understanding e-business adoption across industries in European countries. *Industrial Management & Data Systems* 110, 1337–1354.. doi:10.1108/02635571011087428.
- Pai, J., Yeh, C., 2008. Factors affecting the implementation of e-business strategies. *Management Decision* 46, 681–690.. doi:10.1108/0025174081087344.
- Pai, J., Yeh, C., 2008. Factors affecting the implementation of e-business strategies. *Management Decision* 46, 681–690.. doi:10.1108/00251740810873446
- Peet, S., Brindley, C., Ritchie, B., 2002. The European Commission and SME support mechanisms for e-business. *European Business Review* 14, 335–341.. doi:10.1108/09555340210444185

- Pinyokul, K., & Chaiprasit, K. (2019). Effect of E-Business Adoption on the Quality of Travel Agency-Supplier Relationship in Thailand. *Asian Administration & Management Review*, 2(2).
- Putra, P.O.H., Santoso, H.B., Hasibuan, Z.A., 2017. Antecedents and patterns of e-Business adoption among small and medium enterprises (SMEs), in: ..
doi:10.1109/iac.2017.8280638
- Ramsey, E., & McCole, P. (2005). E-business in professional SMEs: the case of New Zealand. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Roberts, B., 2009. Stakeholder Power in E-business Adoption with a Game Theory Perspective. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 4, 12–22..
doi:10.4067/s0718-18762009000100003
- Roberts, B., Toleman, M., 2007. One-Size E-Business Adoption Model Does Not Fit All. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 2, 49–61..
doi:10.3390/jtaer2030021
- Rondovic, B., Djurickovic, T., Kascelan, L., 2019. Drivers of E-Business Diffusion in Tourism: A Decision Tree Approach. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 14, 0–0.. doi:10.4067/s0718-18762019000100104.
- Samaraweera, D. S., & Jayasiri, N. K. (2016). Adoption of E-Business and Business Performance of Hotel Sector in Sri Lanka.
- Sameni, M.K., Khoshalhan, F., 2009. E-business adoption in Iranian small and medium enterprises: Analyzing and prioritizing the extra-organizational factors, in: ..
doi:10.1109/picmet.2009.5261946
- Sarmah, B., Sharma, S., Gupta, S., 2017. Antecedents of e-business adoption intention: an empirical study. *International Journal of Innovation Science* 9, 417–434.. doi:10.1108/ijis-05-2017-0048.

- Sharma, M.K., Bhagwat, R., 2006. Performance measurements in the implementation of information systems in small and medium-sized enterprises: a framework and empirical analysis. *Measuring Business Excellence* 10, 8–21.. doi:10.1108/13683040610719245
- Shehata, G.M., Montash, M.A., 2019. Driving the internet and e-business technologies to generate a competitive advantage in emerging markets. *Information Technology & People* 33, 389–423.. doi:10.1108/itp-10-2017-0360.
- Soto-Acosta, P., Popa, S., & Palacios-Marqués, D. (2016). E-business, organizational innovation and firm performance in manufacturing SMEs: an empirical study in Spain. *Technological and Economic Development of Economy*, 22(6), 885-904.
- Spinelli, R., Dyerson, R., Harindranath, G., 2013. IT readiness in small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 20, 807–823.. doi:10.1108/jsbed-01-2012-0012
- Stone, M., 2003. SME e-business and supplier-customer relations. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 10, 345–353.. doi:10.1108/14626000310489817
- Taylor, M., & Murphy, A. (2004). SMEs and e-business. *Journal of small business and enterprise development*.
- Theodosiou, M., & Katsikea, E. (2012). Antecedents and performance of electronic business adoption in the hotel industry. *European Journal of Marketing*.
- Torsten Eriksson, L., Hultman, J., Naldi, L., 2008. Small business e-commerce development in Sweden – an empirical survey. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 15, 555–570.. doi:10.1108/14626000810892346
- Tsironis, L.K., Gotzamani, K.D., Mastos, T.D., 2017. e-Business critical success factors: toward the development of an integrated success model. *Business Process Management Journal* 23, 874–896.. doi:10.1108/bpmj-02-2016-0030
- Vladimirov, Z. (2015). Factors for the e-business adoption by small tourism firms and the role of shadow economic practices. *European Journal of Tourism Research*, 10, 5-34.

- Voola, R., Carlson, J., Yin Wong, H., Hou Jiun Li, J., 2010. Resource-based model of e-business adoption in China: an empirical investigation. *Journal of Technology Management in China* 5, 227–244.. doi:10.1108/17468771011086247.
- Wu, F., Mahajan, V., Balasubramanian, S., 2003. An Analysis of E-Business Adoption and its Impact on Business Performance. *European Journal of Surgery* 31, 425–447.. doi:10.1177/0092070303255379.
- Wu, F., Mahajan, V., Balasubramanian, S., 2003. An Analysis of E-Business Adoption and its Impact on Business Performance. *Asia Pacific Journal of Human Resources* 31, 425–447.. doi:10.1177/0092070303255379
- Yee-Loong Chong, A., Ooi, K., Lin, B., Yi Tang, S., 2009. Influence of interorganizational relationships on SMEs' e-business adoption. *Internet Research* 19, 313–331.. doi:10.1108/10662240910965379.
- Zaki, M. (2019). Digital transformation: harnessing digital technologies for the next generation of services. *Journal of Services Marketing*.
- Zare, Z. (2015). The benefits of e-business adoption: an empirical study of Iranian SMEs. *JOURNAL OF MANAGEMENT AND ACCOUNTING STUDIES*, 3(01), 9-16.
- Zhao, J., Vincent Huang, W., Zhu, Z., 2008. An Empirical Study of E-Business Implementation Process in China. *IEEE Transactions on Engineering Management* 55, 134–147.. doi:10.1109/tem.2007.912930.
- Zhu, K., Kraemer, K., Xu, S., 2003. Electronic business adoption by European firms: a cross-country assessment of the facilitators and inhibitors. *European Journal of Information Systems* 12, 251–268.. doi:10.1057/palgrave.ejis.3000475.



ภาคผนวก ก.

การตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ของการ

วิจัย

ตารางที่ 21 แสดงผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน

ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปขององค์กรธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม				
ข้อ	ข้อความในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1.	ขนาดองค์กร	3		
2.	ประเภทธุรกิจ	3		
3.	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	3		
4.	แหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน (เงินลงทุน/ขยายกิจการ/เงินทุนหมุนเวียน)	3		



ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ และส่งผลกระทบต่อพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม				
ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ				
เอกสารอิเล็กทรอนิกส์				
5.	องค์กรของท่านส่งเสริมและสนับสนุนให้ใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์แทนเอกสารที่เป็นกระดาษ	3		
6.	องค์กรของท่านมีการจัดเก็บเอกสารอิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นระบบ	3		
อินเทอร์เน็ต				
7.	องค์กรของท่านใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง	3		
8.	พนักงานในองค์กรของท่าน มีทักษะทางด้านอินเทอร์เน็ต	3		
ระบบเครือข่ายภายในองค์กร				
9.	องค์กรของท่านมีการอบรมการใช้ระบบเครือข่ายภายในองค์กรให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ	3		
10.	ฐานข้อมูลของบริษัทท่านเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์กับระบบและฐานข้อมูลของกลุ่มค้าทางธุรกิจ (ลูกค้า ซัพพลายเออร์ ...)	3		
อีเมล				
11.	องค์กรของท่านส่งเสริมให้มีการใช้อีเมลสื่อสารกันในการทำงานภายในองค์กร	3		
12.	องค์กรของท่านส่งเสริมให้มีการใช้อีเมลสื่อสารกันในการทำงานระหว่างองค์กร	3		

โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ				
ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
ซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานร่วมกัน				
13.	องค์กรของท่านใช้ซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานร่วมกัน เช่น Google Drive / OneDrive Team viewer	3		
14.	องค์กรของท่านมีการอบรมการใช้ซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ	3		
การประชุมทางวิดีโอระหว่างพันธมิตร ลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน				
15.	องค์กรของท่านมีการประชุมทางวิดีโอระหว่างพันธมิตร ลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน	3		
16.	องค์กรของท่านถือว่าการประชุมทางวิดีโอเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน	3		
17.	การประชุมทางวิดีโอทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน (รวดเร็ว/ลดค่าใช้จ่าย/ไม่เสียงาน)	3		

ปัจจัยด้านด้านองค์กร				
ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย
การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด				
18.	ผู้บริหารระดับสูงเน้นย้ำอย่างต่อเนื่องว่าองค์กรต้องปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มของตลาดออนไลน์	3		
19.	ผู้บริหารระดับสูงมักจะแนะนำให้พนักงานมีความตระหนักต่อคู่แข่งทางธุรกิจที่จะนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	3		
20.	ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทมาสู่ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการในอนาคตของลูกค้า	3		
21.	ผู้บริหารระดับสูงยินดีที่จะจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3		
22.	ผู้บริหารระดับสูงมักจะแนะนำให้พนักงานติดตามนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยอยู่เสมอรวมถึงการใช้อินเทอร์เน็ตในองค์กรธุรกิจ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต	3		

ปัจจัยด้านด้านองค์กร				
ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
วัฒนธรรมองค์กร				
วัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา				
23.	องค์กรของท่านมีค่านิยมและบรรทัดฐานที่ส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กร เช่น กระตุ้นให้พนักงานกล้าคิด กล้าทดลองทำ และให้รางวัลแก่ผู้สร้างสรรค์นวัตกรรม	3		
24.	พนักงานในองค์กรของท่านมีความยินดีกับการที่องค์กรของท่านตัดสินใจเปลี่ยนแปลงนำเอาเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	3		
25.	องค์กรของท่านมีผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยเข้าไปมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ตามที่พูดถึงผลกระทบเชิงบวกของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3		
26.	องค์กรของท่านมีกลยุทธ์ทางธุรกิจเชิงรุกสำหรับการนำเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบความสำเร็จไปใช้	3		
27.	พนักงานในองค์กรของท่านสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น	3		

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม				
ข้อ	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน				
พลังของลูกค้า				
28.	ลูกค้าจำนวนมากของบริษัทมีความสนใจที่องค์กรของท่านนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	3		
29.	ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้ารายใหญ่จะได้รับผลกระทบหากท่านไม่นำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	3		
30.	ลูกค้าอาจถือว่าบริษัทล่าช้าหากท่านไม่นำเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	3		
31.	ลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทต้องการให้ท่านสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แน่นแฟ้นกับพวกเขา	3		
แรงกดดันเชิงบรรทัดฐาน				
32.	คู่แข่งและลูกค้าทางธุรกิจของท่านจำนวนมากได้นำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แล้ว	3		
33.	ในอุตสาหกรรมของท่าน บริษัทที่ไม่พร้อมนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้จะถูกทิ้งไว้ข้างหลัง	3		
34.	ท่านจะถูกมองว่าขาดเทคโนโลยีถ้าไม่นำเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	3		
35.	ท่านจะถูกมองว่าเป็นธุรกิจที่ทันสมัยเมื่อนำเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมมาใช้	3		
36.	ในอุตสาหกรรมของท่าน บริษัทส่วนใหญ่จะลงเอยด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายในที่สุด	3		

การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้				
ข้อ	ข้อความในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย
การดำเนินกิจกรรมการออกแบบ ผลิต และ ทำการตลาดของผลิตภัณฑ์				
37.	ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อดำเนินกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์	3		
38.	ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการผลิต	3		
39.	ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด	3		
40.	ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนการติดตามและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	3		
การจัดซื้อและการประสานงานกับผู้ผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม				
41.	ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการจัดซื้อและการประสานงานกับซัพพลายเออร์	3		
42.	ท่านได้นำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในกระบวนการทางธุรกิจทั้งหมดของท่าน	3		
43.	ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีผลกระทบอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจของท่าน	3		
44.	เมื่อเทียบกับศักยภาพของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจของท่าน การใช้งานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์นั้นครอบคลุมทุกกระบวนการทางธุรกิจ	3		
45.	ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ได้เปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจของท่านเป็นอย่างมาก	3		

การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม				
ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ		
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
ความพึงพอใจของลูกค้า				
46.	โดยรวมแล้ว ลูกค้าของท่านพึงพอใจกับองค์กรของท่านมากขึ้น	3		
47.	ลูกค้าของท่านสนับสนุนให้ผู้อื่นทำธุรกิจกับองค์กรของท่าน	3		
48.	ลูกค้าของท่านมีความภักดีต่อท่านมากกว่าเดิม	3		
การเติบโตของบริษัทและผลิตภัณฑ์ขยายให้เพิ่มขึ้น				
49.	การเติบโตของรายได้ขึ้นอยู่กับคู่แข่งของท่าน	3		
50.	ผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าคู่แข่งของท่าน	3		
51.	ส่วนแบ่งการตลาดขึ้นอยู่กับคู่แข่งของท่าน	3		
52.	ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับคู่แข่งของท่าน	3		
53.	คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ของผลิตภัณฑ์ของท่านนั้นเหนือกว่าคู่แข่งของท่าน	3		
การพัฒนาความสัมพันธ์กับพันธมิตร ลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน				
54.	องค์กรของท่านสามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีอยู่กับลูกค้าและซัพพลายเออร์	3		
55.	ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของท่านกับซัพพลายเออร์และพันธมิตรทางธุรกิจมีแนวโน้มที่จะยาวนานขึ้น	3		



แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรีซึ่งเป็นงานวิจัยของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยการสำรวจครั้งนี้จะไม่มีการติดต่อการทำงานของท่านแต่ประการใด

แบบสอบถามทั้งหมด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปขององค์กรธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ และส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้และส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นายชนพล ชุขศกุล นักศึกษาปริญญาโท

สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วัน/เดือน/ปี

ผู้เก็บข้อมูล

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปขององค์กรธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูกลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ขนาดองค์กร

1 - 5 คน

6 - 50 คน

51 - 200 คน

2. ประเภทธุรกิจ

การผลิต

บริการ

ค้าส่ง

ค้าปลีก

3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

1-3 ปี

4-5 ปี

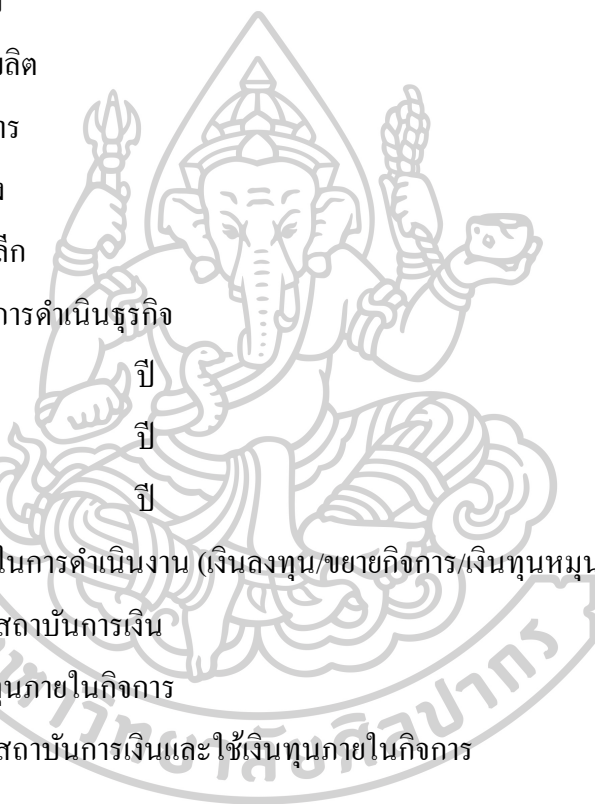
6-7 ปี

4. แหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน (เงินลงทุน/ขยายกิจการ/เงินทุนหมุนเวียน)

กู้ยืมสถาบันการเงิน

เงินทุนภายในกิจการ

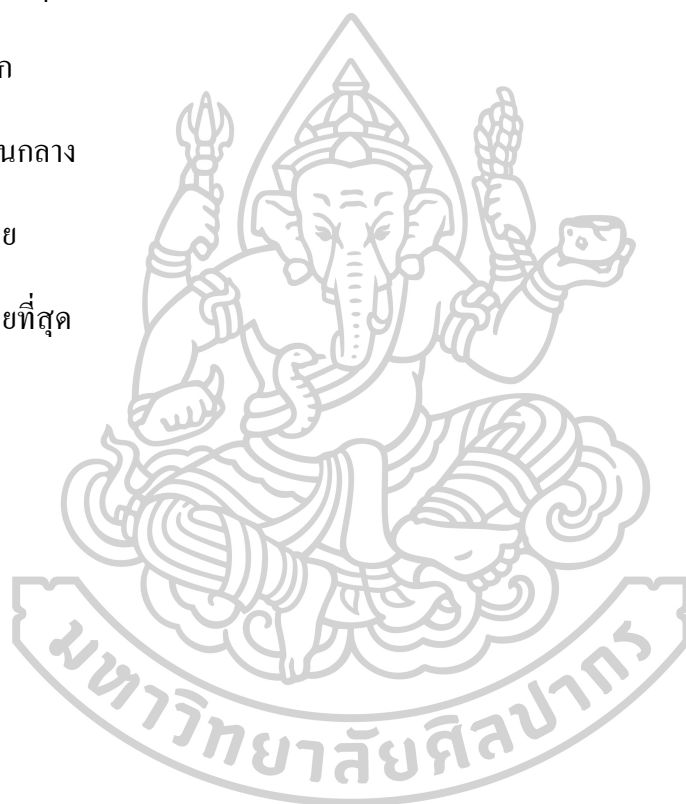
กู้ยืมสถาบันการเงินและใช้เงินทุนภายในกิจการ



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ และส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

การประเมิน	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

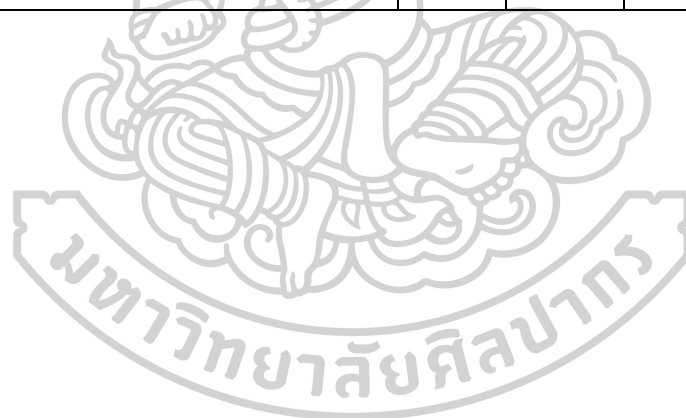


ข้อคำถาม	การประเมิน				
	5	4	3	2	1
เทคโนโลยี					
โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ					
เอกสารอิเล็กทรอนิกส์					
5. องค์กรของท่านส่งเสริมและสนับสนุนให้ใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์แทนเอกสารที่เป็นกระดาษ					
6. องค์กรของท่านมีการจัดเก็บเอกสารอิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นระบบ					
อินเทอร์เน็ต					
7. องค์กรของท่านใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง					
8. พนักงานในองค์กรของท่าน มีทักษะในการใช้งานอินเทอร์เน็ต					
ระบบเครือข่ายภายในองค์กร					
9. องค์กรของท่านมีการอบรมการใช้ระบบเครือข่ายภายในองค์กรให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ					
10. ฐานข้อมูลของบริษัทท่านเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์กับระบบและฐานข้อมูลของลูกค้าทางธุรกิจ (ลูกค้า ซัพพลายเออร์...)					
อีเมล					
11. องค์กรของท่านส่งเสริมให้มีการใช้อีเมลสื่อสารกันในการทำงานภายในองค์กร					
12. องค์กรของท่านส่งเสริมให้มีการใช้อีเมลสื่อสารกันในการทำงานระหว่างองค์กร					
ซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานร่วมกัน					

ข้อความ	การประเมิน				
	5	4	3	2	1
13. องค์กรของท่านใช้ซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานร่วมกัน เช่น Google Drive / OneDrive Team viewer					
14. องค์กรของท่านมีการอบรมการใช้ซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ					
การประชุมทางวิดีโอระหว่างพันธมิตร ลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน					
15. องค์กรของท่านมีการประชุมทางวิดีโอระหว่างพันธมิตร ลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน					
16. องค์กรของท่านถือว่าการประชุมทางวิดีโอเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน					
17. การประชุมทางวิดีโอทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน (รวดเร็ว/ลดค่าใช้จ่าย/ได้ปริมาณงานมากขึ้น)					

ข้อความ	การประเมิน				
	5	4	3	2	1
องค์กร					
การสนับสนุนของผู้บริหารสูงสุด					
18. ผู้บริหารระดับสูงเน้นย้ำอย่างต่อเนื่องว่า องค์กรต้องปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มของ ตลาดออนไลน์					
19. ผู้บริหารระดับสูงมักจะแนะนำให้พนักงาน ตระหนักถึงคู่แข่งทางธุรกิจที่จะนำธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้					
20. ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับการ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การค้าเงินธุรกิจของบริษัท มาสู่ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เพื่อ ตอบสนองความต้องการในอนาคตของลูกค้า					
21. ผู้บริหารระดับสูงยินดีที่จะจัดสรร ทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการตาม แผนกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์					
22. ผู้บริหารระดับสูงมักจะแนะนำให้ พนักงานติดตามนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ ทันสมัยอยู่เสมอรวมถึงการใช้อินเทอร์เน็ตใน องค์กรธุรกิจ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต					
วัฒนธรรมองค์กร					
วัฒนธรรมแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา					
23. องค์กรของท่านมีค่านิยมและบรรทัดฐาน ที่ส่งเสริมนวัตกรรมขององค์กร เช่น กระตุ้น ให้พนักงานกล้าคิด กล้าทดลองทำ และให้ รางวัลแก่ผู้สร้างสรรค์นวัตกรรม					

ข้อความ	การประเมิน				
	5	4	3	2	1
24. พนักงานในองค์กรของท่านมีความยินดีกับการที่องค์กรของท่านตัดสินใจเปลี่ยนแปลงนำเอาเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้					
25. องค์กรของท่านมีผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยเข้าไปมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ตามทีพุดถึงผลกระทบเชิงบวกของ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์					
26. องค์กรของท่านมีกลยุทธ์ทางธุรกิจเชิงรุกสำหรับการนำเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบความสำเร็จไปใช้					
27. พนักงานในองค์กรของท่านสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น					



ข้อความคำถาม	การประเมิน				
	5	4	3	2	1
สิ่งแวดล้อม					
สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน					
พลังของลูกค้า					
28. ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทที่มีความสนใจที่องค์กรของท่านนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้					
29. ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้ารายใหญ่จะได้รับผลกระทบหากท่านไม่นำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้					
30. ลูกค้าอาจถือว่าบริษัทล่าช้าหากองค์กรไม่นำเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้					
31. ลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทต้องการให้ท่านสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แน่นแฟ้นกับพวกเขา					
แรงกดดันเชิงบรรทัดฐาน					
32. คู่แข่งและลูกค้าทางธุรกิจของท่านจำนวนมากได้นำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แล้ว					
33. ในกลุ่มอุตสาหกรรมขององค์กรท่าน องค์กรที่ไม่พร้อมนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้จะถูกทิ้งไว้ข้างหลัง					
34. ท่านจะถูกมองว่าขาดแคลนเทคโนโลยีถ้าไม่นำเทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้					
35. ท่านจะถูกมองว่าเป็นธุรกิจที่ทันสมัยเมื่อนำเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมมาใช้					
36. ในกลุ่มอุตสาหกรรมขององค์กรท่าน องค์กรส่วนใหญ่จะลงเอยด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายในที่สุด					

ข้อความคำถาม	การประเมิน				
	5	4	3	2	1
การนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้					
การดำเนินกิจกรรมการออกแบบ ผลิต และ ทำการตลาดของผลิตภัณฑ์					
37. ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อกำหนดกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์					
38. ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการผลิต					
39. ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด					
40. ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนการติดตามและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์					
การจัดซื้อและการประสานงานกับผู้ผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม					
41. ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการจัดซื้อและการประสานงานกับซัพพลายเออร์					
42. ท่านได้นำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในกระบวนการทางธุรกิจทั้งหมดของท่าน					
43. ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีผลกระทบอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจของท่าน					
44. เมื่อเทียบกับศักยภาพของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจของท่าน การใช้งานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์นั้นครอบคลุมทุกกระบวนการทางธุรกิจ					
45. ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ได้เปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจของท่านเป็นอย่างมาก					

ข้อคำถาม	การประเมิน				
	5	4	3	2	1
การพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม					
ความพึงพอใจของลูกค้า					
46. โดยรวมแล้ว ลูกค้าของท่านพึงพอใจกับองค์กรของท่านมากขึ้น					
47. ลูกค้าของท่านสนับสนุนให้ผู้อื่นทำธุรกิจกับองค์กรของท่าน					
48. ลูกค้าของท่านมีความภักดีต่อท่านมากกว่าเดิม					
การเติบโตของบริษัทและผลิตภัณฑ์ยอดขายให้เพิ่มขึ้น					
49. การเติบโตของรายได้ได้อยู่เหนือคู่แข่งขององค์กรท่าน					
50. ผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าคู่แข่งขององค์กรท่าน					
51. ส่วนแบ่งการตลาดอยู่เหนือคู่แข่งขององค์กรท่าน					
52. ความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เหนือคู่แข่งขององค์กรท่าน					
53. คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ของผลิตภัณฑ์ของท่านนั้นเหนือกว่าคู่แข่งขององค์กรท่าน					
การพัฒนาความสัมพันธ์กับพันธมิตร ลูกค้า ผู้ผลิต พนักงาน และหุ้นส่วน					
54. องค์กรของท่านสามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีอยู่กับลูกค้าและซัพพลายเออร์					
55. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของท่านกับซัพพลายเออร์และพันธมิตรทางธุรกิจมีแนวโน้มที่จะยาวนานขึ้น					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้และส่งผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่าง

ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

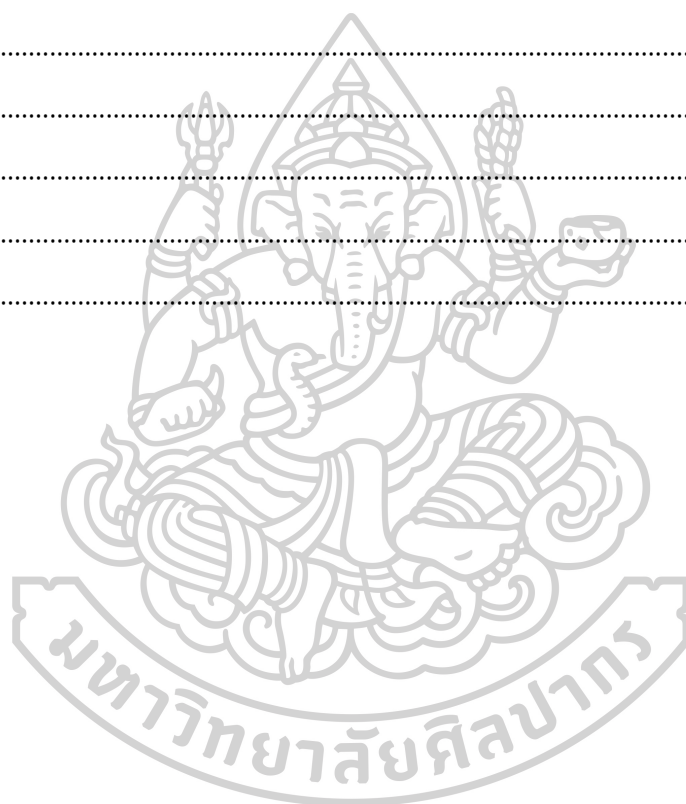
.....

.....

.....

.....

.....





ภาคผนวก ค.

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรื่อง ขอข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี

เรียน อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

เนื่องด้วย กระผมนายธนพล ชูยุคสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี"

โดยมีความประสงค์จะขอข้อมูลการติดต่อผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี ที่อยู่ในบริเวณตำบลแก่งเสี้ยนและบ้านเก่าของอำเภอเมืองกาญจนบุรีซึ่งมีจำนวน 176 ราย ตามข้อมูลธุรกิจเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินวิทยานิพนธ์ จึงขอความอนุเคราะห์ทางส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจของข้อมูลธุรกิจ เพื่อขอข้อมูลในส่วนนี้ด้วยครับ โดยผมได้แนบจดหมายขอความอนุเคราะห์ มา ณ ที่นี้ และหากมีข้อซักถามเกี่ยวกับประเด็นปัญหาต่างๆสามารถติดต่อกระผมได้ที่ 085-3559994 หรือ อีเมล tanapol19610@gmail.com

สิ่งที่ส่งมาด้วย

1. หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ข้อมูลธุรกิจเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี

ขอแสดงความนับถือ

...มี.พ.ล...ชูยุคสกุล...

(ธนพล ชูยุคสกุล)



ที่ อว 8606 (ทบ) / พิเศษ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

✧ กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอบขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ท่านอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ด้วย นายธนพล ชูยศสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง
"ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการ
ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม ของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายธนพล ชูยศสกุล
หมายเลขโทรศัพท์ 085 355 9994 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อิกมาส มากจуй)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / พิเศษ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๗ กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณอรุณ นุ้ยหนองโพธิ์ กรรมการ บจ.3546 เทรคดิ่ง จำกัด

ด้วย นายชนพล ชูยศสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการ ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายชนพล ชูยศสกุล หมายเลขโทรศัพท์ 085 355 9994 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อจิมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / พิเศษ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

✈ กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณสมเธร์ รัฐคุภชัยกุล กรรมการ บจ.เกรทเทสต์ คอนกรีต กาญจนบุรี จำกัด

ด้วย นายธนพล ชูยศสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง
"ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการ
ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม ของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายธนพล ชูยศสกุล
หมายเลขโทรศัพท์ 085 355 9994 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / พิเศษ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

✈ กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณเหอตศักดิ์ กิตติวารุฑูร กรรมการ บจ.เคทีโฮมมาร์ท ไทย-เมียนมาร์ จำกัด

ด้วย นายธนพล ชูยศสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง
"ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการ
ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม ของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายธนพล ชูยศสกุล
หมายเลขโทรศัพท์ 085 355 9994 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อภิญญา มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / พิเศษ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

✈ กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณจิตตินทร์ อุทอิรัตน์ กรรมการ บจ.เดอะ เจอร์นีย์ เอ็กซ์เพอร์ทีส (ไทยแลนด์) จำกัด

ด้วย นายธนพล ชูยศสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง
"ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการ
ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม ของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาคณะที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายธนพล ชูยศสกุล
หมายเลขโทรศัพท์ 085 355 9994 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / พิเศษ

บดินดีวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

✧ กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณพัชรี ทองผาธำปนา กรรมการ บจ.เพิร์สสแตนป์ โลจิสติกส์ จำกัด

ด้วย นายธนพล ชูยศสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บดินดีวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง
"ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการ
ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม ของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในกรณี บดินดีวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาดมที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บดินดีวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายธนพล ชูยศสกุล
หมายเลขโทรศัพท์ 085 355 9994 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจួយ)

รองคณบดีบดินดีวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบดินดีวิทยาลัย

สำนักงานบดินดีวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / พิเศษ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

✈ กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณโคจิ ชูชุกิ กรรมการ บจ.ไทย-ออสท์ อะลูมิเนียม จำกัด

ด้วย นายธนพล ชูยศสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง
"ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการ
ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม ของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายธนพล ชูยศสกุล
หมายเลขโทรศัพท์ 085 355 9994 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อิกมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / พิเศษ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

✈ กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณมานิตย์ สารรัตน์ กรรมการ บจ.อินโนฟาร์ม ไบโอเทค จำกัด

ด้วย นายธนพล ชูยศสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง
"ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการ
ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม ของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายธนพล ชูยศสกุล
หมายเลขโทรศัพท์ 085 355 9994 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อจิมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (ทบ) / พิเศษ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๕ กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คุณทวีศักดิ์ ภู่อ่ำ กรรมการ บจ.ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน จำกัด

ด้วย นายธนพล ชูยศสกุล รหัสประจำตัว 631220056 นักศึกษาระดับปริญญาโทหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง
"ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการ
ผู้บริหารธุรกิจ ผู้ที่ได้รับมอบหมาย และผู้บริหารที่สามารถให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม ของวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ใน
การเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นายธนพล ชูยศสกุล
หมายเลขโทรศัพท์ 085 355 9994 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อนิชาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107

ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามงานวิจัยในหัวข้อ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี”

โปรดสแกน QR CODE เพื่อทำแบบสอบถาม



<https://forms.gle/rifnuGTXYMM54bin6>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ชนพล ชุยุคสกุล
วัน เดือน ปี เกิด	11 กันยายน 2533
สถานที่เกิด	ราชบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2557 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (วิศวกรรมโยธาและการบริหารการก่อสร้าง) คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2563 ศึกษาต่อปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	66 หมู่ 5 ตำบลท่ามะกา อำเภوتاมะกา จังหวัดกาญจนบุรี 71120

