การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

A STUDY OF KEY SUCCESS FACTORS FOR AN E-COMMERCE BUSINESS IN WIRE ROPE INDUSTRY

นฤมล สุวิมลเจริญ*
Narumol Suvimoljareon*
ปรารถนา ปุณณกิติเกษม**
Prattana Punnakitikashem**

* นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
* Graduate Student, College of Management, Mahidol University
* Email: moomol24@hotmail.com
** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ด้านการจัดการการดำเนินงาน วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
** Assistant Professor in Operations Management, College of Management, Mahidol University
** Email: prattana.pun@mahidol.ac.th, prattana_p@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นศึกษาในอุตสาหกรรมธุรกิจออนไลน์อุตสาหกรรมลวดสลิงของประเทศไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นสนับสนุนการเติบโตของประเทศ นอกจากนี้งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับความสำเร็จต่อผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และเก็บข้อมูลจากบริษัทลวดสลิงในประเทศไทย จำนวน 950 บริษัท โดยเฉพาะธุรกิจทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบบ B2B และ B2C ด้วยวิธีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ(Exploratory Factor Analysis : EFA) การทดสอบสถิติค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของเพียรสัน (Pearson Correlation) และการนำเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยภายนอกองค์กร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียว กับอัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไร และปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัทลวดสลิงในประเทศไทย อีคอมเมริช์ เทคโนโลยีสารสนเทศ

Abstract

This study is exploratory research with the objectives to study the key success factor for e-commerce business in case study of wire rope industry and to determine the relationship between factors effect on e-commerce and success of entrepreneurs in wire rope industries. The quantitative technique is used in this study with the instrument of questionnaire. Data were collected by distributing questionnaire to 950 companies of wire rope in Thailand with e-commerce trading of B2B and B2C. Data were then analyzed by mean, standard deviation (SD), exploratory factor analysis (EFA), Pearson correlation and multiple regression analysis

The result showed that there are relationship with factor of e-commerce data security, and external factors with the growth of revenue/profit. In additions, there are significant relationship between personal skill & competency with the increase profit from investment.

Keywords: Key Success Factors for an Ecommerce Business, Wire Rope Company in Thailand, E-commerce, Information Technology

บทนำ

ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอยู่รอดของธุรกิจ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมายและที่สำคัญ นโยบายรัฐบาล ขณะในด้านเศรษฐกิจเทคโนโลยีสารสนเทศได้เป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญทำให้โลกอยู่ในภาวะไร้พรมแดน ตลาดของโลกกว้างขึ้น พาณิชย์การอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเทคโนโลยีที่ค้าขายผ่านทางอินเตอร์เน็ตโดยไม่แบ่งเป็นภูมิภาค สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก และได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง โดยไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในการใช้อินเตอร์เน็ต พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนไป มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวจะสามารถแก้ไขปัญหาของธุรกิจได้ในหลายจุดที่บกพร่อง ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านการรับข่าวสารข้อมูล หากมีการนำเทคโนโลยีอีคอมเมิร์ซ จะสามารถวางแผนทางการตลาดได้ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถติดต่อสื่อสารสองทางด้วย และยังสามารถเพิ่มช่องทางใหม่ในการขายอีกด้วย

ธุรกิจอุตสาหกรรมลวดสลิงนั้น เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการใช้งานในลักษณะการยก ดึง ขึง และ ลาก ผู้ใช้งานจะอยู่ในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งก่อสร้าง ขนส่ง เรือ เหมือง เช่น สลิงสำหรับขึงยึดสะพาน ขึงลิฟท์ ปั้นจั่น รอก เครน รถยก เรือประมง ทำรั้ว ลวดยึดโครงหลอดไฟ นอกจากนี้บางส่วนจะนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของอุปกรณ์ต่างๆ เช่น สายเบรกจักรยาน ที่คล้องประตู เป็นต้น การดำเนินธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างองค์กร มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็วทั่วโลก โดยเฉพาะการดำเนินธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างภาคธุรกิจ องค์การธุรกิจทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ ในการพัฒนาระบบสารสนเทศในองค์กรให้สามารถรองรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในลักษณะการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจกันมากขึ้น แต่ในปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมลวดสลิง ยังไม่ให้ความสนใจในการทำธุรกิจประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัจจุบันการทำธุรกิจประเภทนี้สามารถ สร้างกำไรที่เพิ่มขึ้น และเพิ่มยอดขายให้แก่กิจการ

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ ส่งผลต่อ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับความสำเร็จต่อผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ความเป็นมาเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขึ้นอยู่กับการประมวลและการส่งข้อมูลที่มีข้อความ เสียง และ ภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์, การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัลในระบบออนไลน์, การโอนเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ การจำหน่ายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์ ใบตราส่ง การประมูล การออกแบบวิศวกรรมร่วมกัน การจัดซื้อ การจัดจ้างของภาครัฐ, การขายตรง การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่น สินค้าบริโภค อุปกรณ์ทางการแพทย์) และบริการ (เช่น บริการขายข้อมูล บริการด้านการเงิน บริการด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข การศึกษา ศูนย์การค้าเสมือน) (European Union, 1997)

ประเภทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2546, น. 23-24)

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

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

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

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

2. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ลวดสลิงสมัยใหม่นั้นคิดค้นโดยวิศวกรเหมืองแร่ชาวเยอรมัน Wilhelm Albert ในระหว่างปีค.ศ. 1831 -1834 สำหรับใช้งานในเหมืองที่เขา Harz ในเมือง Clausthal ในแคว้น Lower Saxony ประเทศเยอรมนี หลังจาก นั้นก็ได้แพร่หลายเนื่องจากคุณสมบัติของลวดสลิงที่เหนือกว่าเชือกปอ หรือโซ่โลหะที่ใช้ก่อนหน้านั้นลวดสลิงของ Wilhelm Albert ประกอบไปด้วยเส้นลวดที่บิดเกลียวเป็น 6 มัด แล้วก็บิดในอีกทิศทางหนึ่งเพื่อความแข็งแรง แล้วยังห่อด้วยปออีกครั้งหนึ่ง

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

2.1 สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปสามารถวิเคราะห์ตามองค์ประกอบ PEST Analysis ได้ดังนี้ (อ้างใน อรนุช แซ่ลิ่ม และ วสันต์ สิริยาภิวัฒน์, 2554, น. 2-11)

1. ด้านมาตรการรัฐ การเมืองและกฎหมาย (Political / Legal Factor :P) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เป็นวิกฤติการณ์ที่สำคัญของผู้บริหารส่วนใหญ่ สภาพแวดล้อมทางการเมืองก็มีอิทธิพลต่อกิจกรรมของธุรกิจผู้บริหารจะต้องเริ่มจากการศึกษานโยบายทางการเมืองที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะถึงแม้ปัจจัยเหล่านี้จะควบคุมไม่ได้ แต่ก็เป็นปัจจัยที่ควรตั้งรับเพื่อปรับธุรกิจของเราให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และจะต้องคำนึงถึงอำนาจสูงสุดของผู้นำประเทศนั้น

2. ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor = E) ปัจจัยทางเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลกับผู้บริหาร ซึ่งมีผลกับทุกๆธุรกิจในทางตรงอย่างมาก เพราะเศรษฐกิจของประเทศเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศและเป็นตัวกำหนดตลาดขนาดใหญ่ในประเทศอีกด้วย จึงจะต้องพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมนอกองค์กร ปัจจัยการผลิตเป็นปัจจัยที่คงที่ เช่น ที่ดินแรงงานและทุน ผลกระทบของกิจกรรมขององค์กรทั้งหมดที่เกิดขึ้นในประเทศ สิ่งสำคัญที่จะมีผลกระทบซึ่งกันและกันที่จะปรากฏทันทีทันใด

3. สังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural Factor = S) สภาพแวดล้อมทางสังคม สามารถเห็นได้ว่าสังคมวัฒนธรรมจะรวมถึง ทัศนคติ ความเชื่อ และการดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และชีวิตการเป็นอยู่ของคนพื้นที่นั้นๆ ว่าเป็นอย่างไรก่อนที่จะเริ่มทำตลาดให้ได้ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

เพราะวิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชนจะมีความแตกต่างกันออกไป การที่จะเข้าไปทำตลาดในพื้นที่ต่างๆ เราจะต้องเข้าไปศึกษาในส่วนนี้ก่อนเพื่อให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและเป็นที่น่าสนใจของคนในชุมชนในด้านที่ดี

4. เทคโนโลยี (Technology : T) เทคโนโลยี คือ วิกฤติการณ์ของการดำเนินการของบริษัทและเป็นสิ่งเดียวที่สำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบของคู่แข่งขันในองค์กร ไม่เท่านั้นการพัฒนาเทคโนโลยีให้เหมาะสมจะช่วยในการดำเนินงานภายในของบริษัทที่ดีขึ้น แต่บริษัทคู่แข่งสามารถได้เปรียบโดยตลอดในเรื่องต้นทุนนี่คือ ปัจจัยสำคัญที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากต้นทุนเทคโนโลยีโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีกับผลิตภัณฑ์ใหม่และกระบวนการผลิตใหม่ๆ และบริษัทที่มีประสิทธิภาพสูงจะได้เปรียบ ในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆเป็นการเพิ่มกำไรในความเป็นจริง ส่วนนี้ สามารถเป็นกุญแจที่ทำให้ประสบความสำเร็จได้

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.1 ปัจจัยภายนอกองค์กร สิทธิเดช ลีมัคเดช (2548) กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง โดยสังเกตได้จากยุทธวิธีและเทคนิคต่างๆที่องค์กรคิดขึ้นมา ก็เพื่อที่จะพยายามเอาชนะคู่แข่งให้ได้ เนื่องจากจำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรม มีการเพิ่มขึ้นตลอดเวลา การเอาชนะในที่นี้ไม่ได้หมายถึง ความพยายามที่กำจัดคู่ต่อสู้ แต่หมายถึงการพัฒนาตัวสินค้าและการบริหารของเราให้ดีกว่า เพื่อจะดึงดูดให้ผู้บริโภคมาใช้สินค้าของเรา

- สภาพแวดล้อมทางการเมือง และนโยบายของรัฐบาล โดยการเมืองส่งผลกระทบต่อนโยบายการค้าประกอบธุรกิจของประเทศโดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลแบบผสมผสานพรรคบ่อย ๆ เมื่อการเมืองไม่มั่นคง ทำให้ต่างชาติขาดความน่าเชื่อถือ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบ่อย เช่นสินค้าบางอย่างต้องเสียภาษีเพิ่มขึ้น ธุรกิจบางชนิดถูกควบคุมโดยเพิ่มหลักเกณฑ์มากขึ้นเศรษฐกิจชะงักเนื่องจากเงินตราไหลออกนอกประเทศ โดย ด้านบทบาทของรัฐบาล รัฐบาลไม่สามารถที่จะขับเคลื่อนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นโยบายของรัฐบาลจะมีผลกระทบกับอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันเท่านั้น รัฐบาลสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยนโยบายหลายอย่าง เช่น นโยบายด้านภาษี การควบคุมอัตราการแลกเปลี่ยน การควบคุมนโยบายการเงิน

- โครงสร้างพื้นฐานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (ราม ปิยะเกตุ และคณะ , 2547) ไปเล็งเห็นความสำคัญที่จะต้องมีนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่สอดรับกับความเปลี่ยนแปลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยประเทศไทยจึงได้กำหนดนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศฉบับแรก (IT 2000) ในปี พ.ศ. 2539 และจัดทำกรอบนโยบายสารสนเทศของประเทศไทยในระยะที่ 2 หรือ IT 2010 ซึ่งจะครอบคลุมช่วง พ.ศ. 2544-2553 โดยให้ความสำคัญกับบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ ในฐานะเครื่องมือในการขับเคลื่อน และพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม

- ผลกระทบจากความผันผวนของราคาน้ำมันต่ออุตสาหกรรมเหล็ก (ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, www.oie.go.th) สถานการณ์ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่พุ่งสูงขึ้นอย่างไม่ปกติ และเกิดขึ้นกับสินค้าวัตถุดิบพื้นฐานหลายชนิดในขณะนี้ เป็นปรากฏการณ์ที่น่าเป็นห่วงต่อทิศทางราคาสินค้าผู้ผลิต ซึ่งอาจจะนำไปสู่การปรับราคาสินค้าสำหรับผู้บริโภคตามมา ในภาคอุตสาหกรรมของไทยต้องพึ่งพาวัตถุดิบขั้นต้นที่ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศจำนวนมาก โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ใช้เพื่อเป็นพลังงาน อย่างน้ำมันเชื้อเพลิง และวัตถุดิบโลหะประเภทต่างๆ ที่จำเป็นต่อกระบวนการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างกว้างขวาง การพึ่งพาการนำเข้าจึงทำให้ภาวะราคามักมีความผันผวนตาม ทางด้านราคาในต่างประเทศ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ปรับตัวสูงขึ้นรวดเร็ว คือ ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ ทั้งน้ำมันดิบ ทองคำ และโลหะพื้นฐาน (Base Metals) ทะยานสูงขึ้นทำสถิติสูงสุดอย่างต่อเนื่องปัญหาราคาโลหะพื้นฐานอาจซ้ำเติมภาวะต้นทุนของภาคอุตสาหกรรม ที่กำลังได้รับผลกระทบอย่างหนักจากปัญหาต้นทุนค่าขนส่งและต้นทุนพลังงาน ที่ต้องปรับขึ้นตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น ในสถานการณ์ดังกล่าวภาคอุตสาหกรรมจะต้องมีการปรับตัวในการรับมือภาวะต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่แรงกดดันในด้านการแข่งขันในตลาดอาจทำให้ผู้ประกอบการมีช่องว่างในการปรับราคาสินค้าได้อย่างจำกัด กลยุทธ์ในการบริหารต้นทุนอาจทำให้หลายวิธีเช่น ศึกษาหาแนวทาง

ใช้มาตรการประหยัดพลังงานในสถานประกอบการ การวางแผนด้านโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุน การลดการสูญเสียของวัตถุดิบในกระบวนการผลิต และการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ต่ำลง เป็นต้น

3.2 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร หน้าที่ของความรับผิดชอบของผู้บริหารสำหรับสารสนเทศ (ไพศาล ลักขณานุรักษ์ , 2555)

- การให้ความสำคัญในการบริหารจัดการ โดยผู้บริหารจะต้องแสดงถึงการให้ความสำคัญต่อการกำหนดการลงมือปฏิบัติการ

- การบริหารจัดการทรัพยากรที่จำเป็นและการอบรม การสร้างความตระหนักและการเพิ่มขีดความสามารถเพื่อให้บุคคลากรทั้งหมดที่ได้รับความมอบหมายหน้าที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามที่กำหนด

3.2.1 เทคโนโลยีสารสนเทศกับองค์การ (สมชาย จันทร์ศรีงาม, 2547) ปัจจุบันเราเริ่มรับรู้และเคยชินกับองค์การสมัยใหม่ (Modern Organization) ที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ ทำให้มีโครงสร้างและลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างจาก องค์การแบบเดิม (Traditional Organization) อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น

- การติดต่อสื่อสารและการไหลเวียนของข้อมูลผ่านระบบเครือข่าย (Networking System) สร้างความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และไม่ซับซ้อนในการทำงาน ทำให้องค์การสามารถลดจำนวนงานบางอย่างลง และจัดรูปแบบการ ดำเนินงาน ให้มี โครงสร้างที่แบบราบ (Flat Structure)

- ระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพช่วยลดลำดับขั้นในการจัดการ (Management Hierarchy) และทำให้การควบคุม กว้างขึ้น (Wider Span of Control) ซึ่งส่งเสริมการติดต่อสื่อสารภายในองค์การและการ ใช้ทรัพยากรบุคคล ให้มี ประสิทธิภาพสูงสุด

- ระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัยทำให้บุคคลสามารถทำงานอยู่คนละที่ (Remotely Connection) ซึ่งจะลด การติดต่อ สื่อสารแบบเผชิญหน้าโดยตรง จึงต้องอาศัยความเชื่อถือ (Trust) ระหว่างองค์การ กับบุคลากร ตลอดจนต้องให้อำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment) แก่บุคลากรเพิ่มมากขึ้น

- การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในองค์การส่งผลให้บุคลากรมีคุณภาพเพิ่มขึ้นทั้งด้านศักยภาพส่วนตัวและ จากสารสนเทศที่เขาได้รับซึ่งทำให้การปฏิบัติงานและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายนอก ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและถูกต้อง

- การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการปรับองค์การให้มีการใช้อุปกรณ์สำนักงานและการสูญเสียทรัพยากรน้อยลง เช่น สำนักงานไม่ใช้กระดาษ (Paperless Office) เป็นต้น

3.2.2 บทบาทของผู้บริหารที่มีต่อกลยุทธ์ด้านสารสนเทศขององค์การ

ขั้นตอนที่ผู้บริหารสมควรปฏิบัติ เพื่อให้องค์การสามารถประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานขั้นสูงดังต่อไปนี้ (สมชาย จันทร์ศรีงาม, 2547)

1. การผลิตและการดำเนินงาน ผู้บริหารต้องหาแนวทางในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เช่น วิศวกรรมคู่ขนาน (Concurrent Engineering) โดยการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยออกแบบ (Computer Aided Design, CAD) ในการออกแบบ พัฒนาและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในเวลาเดียวกัน เป็นต้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีคุณภาพ มีความทันสมัยและสอดคล้องความต้องการของลูกค้า ตลอดจนสนับสนุนการจัดโครงสร้างองค์การให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน และสอดคล้องกัน

2. การติดต่อสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน ผู้บริหารต้องส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการ เชื่อมต่อ ระหว่าง หน่วยงาน ทั้ง ภายในและภายนอกองค์การ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลมีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และทั่วถึง ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความเข้าใจและสามารถปฏิบัติงาน ร่วมกัน อย่างมี ประสิทธิภาพและเกิดความ รู้สึกที่ดีต่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ผู้บริหาร ต้องส่งเสริมการติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ในการทำงาน เนื่องจากบุคคลมีแนวโน้มที่จะต่อต้านสิ่งที่ตนไม่เข้าใจ ไม่รู้จักหรือไม่คุ้นเคย

3. กระบวนการ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานจะส่งผลให้หลายองค์การต้องปรับปรุงกระบวนการทำงาน โดยลดขั้นตอนการทำงานที่ล้าสมัยและไม่จำเป็นออกเพื่อให้องค์การสามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถธำรง รักษาความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งปัจจุบันการปรับขั้นตอนโครงสร้าง หรือกระบวนการทำงานอาจมีวิธีการที่แตกต่างกัน ตัวอย่าง เช่น การพัฒนาการทำงาน การรื้อปรับระบบ หรือการปรับรูปองค์การ เป็นต้น

4. การวางแผน ความสำเร็จของการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ เกิดจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Infrastructure) ที่สอดคล้องกับสถานการณ์และกลยุทธ์ขององค์การ ซึ่งการดำเนินงานในระดับนี้ต้องอาศัยการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง โดยผู้บริหารต้องสนับสนุนให้องค์การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนโดยเฉพาะในระดับกลยุทธ์ขององค์การเพื่อให้การดำเนินงานสอดประสานกันทั้งองค์การ การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับนี้ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในการสร้างความกลมกลืนระหว่าง เทคโนโลยีสารสนเทศองค์การ และกลยุทธ์

3.3 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่องค์การได้วางไว้ เช่นการซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือ แม้แต่อินเตอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยลดบทบาทองค์กรประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเล ที่ตั้ง อาคารประกอบการโกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น จึงลดข้อจำกัดของระยะทาง และเวลาลงได้ โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะต้องมีความน่าเชื่อในการประมวลผลของข้อมูล และระบบนั้นจะต้องมีความสามารถในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้ในอนาคต (สุพัตรา กาญจโนภาส , 2554)

อินเตอร์เน็ตเป็นช่องทางการค้าในรูปแบบใหม่จึงมีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างการตลาดออนไลน์และการตลาดแบบดั้งเดิม ในที่นี้จะกล่าวถึงส่วนผสมทางการตลาดแบบดั้งเดิม 4P และ 2P ใหม่คือ Personalization และ Privacy เป็นแนวคิดที่ประยุกต์ใช้องค์ประกอบตลาดดั้งเดิมบวกกับความสามารถพิเศษของเทคโนโลยี ทำให้เกิดองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ได้

ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

- เนื่องจากเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้าจะต้องให้ข้อมูลส่วนตัวแก่เว็บไซต์ ซึ่งไม่ควรถูกเผยแพร่โดยที่ลูกค้าไม่อนุญาต ข้อมูลส่วนตัวไม่ใช่แค่ หมายเลขบัตรเครดิต แต่รวมถึง ที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ หรืออีเมล์ ผู้ดูแลเว็บไซต์จำเป็นต้องสร้างระบบรักษาความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ว่าข้อมูลเหล่านี้จะไม่ถูกโจรกรรมออกไปได้

- เรื่องของสิทธิส่วนบุคคลในข้อมูลต่างๆจะเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเนื่องจากปัจจุบันผู้อินเตอร์เน็ตเริ่มที่จะให้ความสำคัญมากขึ้นและพยายามให้ข้อมูลส่วนตัวน้อยที่สุดเท่าที่จะได้

การให้บริการแบบเฉพาะเจาะจงบุคคล (Personalization) คือกระบวนการนำเสนอเนื้อหาหรือบริการและสินค้า โดยพิจารณาลักษณะพฤติกรรมผู้ใช้บริการ ควรเป็นลักษณะการบริการแบบตอบโต้ร่วมกัน (Interactive) ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าแบบเจาะจงบุคคล เรียกว่า การตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (One to One Marketing) เพื่อนำเสนอสิ่งที่ตรงใจลูกค้า อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และสร้างความเป็นกันเองและสร้างความประทับใจได้

- เทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตทำให้เว็บไซต์สามารถเก็บข้อมูลของลูกค้าแต่ละคนได้ และสามารถให้บริการแบบเจาะจงกับลูกค้าแต่ละรายได้ ตัวอย่างเช่น หากผู้ใช้เคยซื้อหนังสือจากเว็บไซต์ Amazon.com เมื่อเข้ามาที่เว็บไซต์นี้อีกครั้งจะมีข้อความต้อนรับ โดยแสดงชื่อผู้ใช้ขึ้นมา พร้อมรายการหนังสือที่เว็บไซต์แนะนำ ซึ่งเมื่อดูรายละเอียดจะพบว่าเป็นหนังสือในแนวเดียวกันกับที่เคยซื้อครั้งที่แล้ว เมื่อผู้ใช้สั่งซื้อหนังสือใด เว็บไซต์ก็จะทำการแนะนำต่อไปว่าผู้ที่สั่งซื้อหนังสือเล่มนี้ มักจะสั่งซื้อสินค้าต่อไปนี้ด้วย พร้อมแสดงรายการหนังสือหรือสินค้าแนะนำ

- เป็นไฟล์ข้อมูลขนาดเล็กที่บันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ของลูกค้า เว็บไซต์จะสามารถรู้จักลูกค้าได้ทันทีเมื่อกลับมาที่เว็บไซต์นี้อีกครั้ง โดยอ่านข้อมูลจาก cookies นี้เองจากนั้น เว็บไซต์จึงนำข้อมูลที่ระบุตัวตนของลูกค้าไปสัมพันธ์กับฐานข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยซื้อแล้ว ซึ่งเก็บบนเครื่องคอมพิวเตอร์ของร้านค้า พร้อมสร้างรายการแนะนำสินค้าที่เหมาะกับลูกค้าแต่ละราย

3.4 ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้า

3.4.1. แนวความคิดของคำว่า พึงพอใจ (Satisfaction) ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกของคนที่รู้สึกพอใจ หรือการไม่ได้รู้สึกผิดหวังซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ควรได้รับจากสินค้าและสิ่งที่เกี่ยวข้องจากการคาดหวังไว้ ถ้าสิ่งที่ได้รับมีความผิดพลาดจากที่คาดหวังไว้แม้เพียงเล็กน้อยก็ก่อให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจได้ แต่ถ้าเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าสิ่งที่ได้รับเกินกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ ลูกค้า ก็จะมีความพึงพอใจสูงสุด หรือ เกิดความปลาบปลื้มได้

บริษัทหลายแห่งต่างก็ให้ความสำคัญในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเพราะ ปัจจัยหนึ่งในการรักษาลูกค้าไว้ คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยส่วนมากระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงก็คือความภักดี

3.4.2 แนวคิดคำว่า e-Satisfaction e-satisfaction คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการซื้อที่ผ่านมาที่ได้รับจากผู้ขายบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Anderson & Srinivasan, 2003) คุณภาพของข้อมูลและคุณภาพของระบบเป็นหลักการพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการและสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจจากทั้งสองอย่างนี้ได้ (Delone & McLean, 1992)

E - Satisfaction คือ ผลที่เกิดจาก ลักษณะจำเพาะของเว็บไซต์ (Web site characteristic) ได้แก่ ความง่ายในการใช้ และ รูปแบบของบริการ ตัวอย่างเช่น กระบวนการส่งสินค้า การบริการลูกค้า (Zeithaml, 2000) ทั้งนี้หากสินค้าที่นำเสนอนั้นมีทั้งความหลากหลายและรวมไปถึงสินค้ามีคุณภาพดีจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น ต้นทุนการค้นหาขั้นต่ำโดยทั่วไปจะมีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าออนไลน์และทำให้คนซื้อของที่มีคุณภาพดีขึ้น การได้ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพส่งผลทำให้มีความพึงพอใจมากขึ้นโดยลดการจำกัดของต้นทุนจากผลิตภัณฑ์ที่ผิดพลาด ต้นทุนนี้รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเรียกคืนสินค้า ความเสียหายเมื่อสินค้าชำรุด ไม่ว่าจะเป็นจากการทดลองสินค้า หรือเกิดจากความไม่ระมัดระวัง หรือความผิดพลาดในการผลิตจากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือวิธีการทำงาน (Bakos, 1997) ดังนั้นการมีข้อมูลที่มากกว่า (ด้วยขอบเขตเนื้อหาที่กว้างและคุณภาพที่ดีกว่า) ช่วยทำให้การซื้อสินค้าออนไลน์ตัดสินใจได้ดีกว่า และมีความพึงพอใจที่มากกว่าการซื้อสินค้าในรูปแบบเดิม (Peterson, Balasubramanian & Bronnenberg, 1997)

3.4.3 การสร้างความไว้ใจ (Trust Building)

เมื่อธุรกิจ มีการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ต่างๆ กับลูกค้าผ่านจุดติดต่อต่างๆ ย่อมต้องมุ่งหวังว่า จะสร้างความไว้ใจ (Trust) ให้เกิดขึ้นกับลูกค้า เพื่อให้กลับมายังเว็บไซต์ของเราอย่างต่อเนื่องจนเกิดความภักดี (Loyalty) เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม กระบวนการที่ลูกค้าจะไว้ใจหรือไม่นั้นมีความซับซ้อนอยู่ไม่น้อย

รัชดา บัวสำลี (2553) กล่าวว่าความไว้ใจต่อเว็บไซต์ใดเว็บไซต์หนึ่งของคนใดนั้น อาจเริ่มจากการมีใจโน้มเอียงที่เกิดขึ้นก่อน (Predisposition) ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นจากบุคลิกส่วนตัวและอุปนิสัยใจคอ (Disposition to trust) สภาพแวดล้อมและเงื่อนไขต่างๆ (Institutional-Based Trust) รวมไปถึงข้อมูลต่างๆที่ได้จากบุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความไว้ใจเบื้องต้น (Initial Trusting Beliefs) สิ่งต่างๆเหล่านี้ทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติทางบวกที่พร้อมจะรับคำมั่นสัญญาต่างๆจากผู้ขาย

3.5 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร

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

- แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน ไมเคิล ดอมแจน (Domjan, 1996, p.199) อธิบายว่า การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่ม พฤติกรรมการกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายที่ต้องการ

สมยศ นาวีการ (2540, น.359) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจ ว่ามีความสำคัญต่อการบริหารงานมาก เพราะผู้บริหารจะต้องทำงานให้ประสบความสำเร็จได้โดยอาศัยบุคคลอื่น คนเป็นทรัพยากรที่มีชีวิตจิตใจ แรงจูงใจจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึกของคนในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ จึงถือได้ว่าแรงจูงใจมีความสำคัญต่อผู้บริหารเสมอ

ดังนั้น แรงจูงใจในการทำงาน จึงหมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในของบุคคล มีอิทธิพลทำให้กำหนดทิศทางและการใช้ความพยายามในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ การจูงใจจึงเป็นสิ่งเร้าซึ่งทำให้บุคคลเกิดความคิดริเริ่ม ควบคุมรักษาพฤติกรรม และการกระทำ หรือเป็นสภาพภายในซึ่งเป็นสาเหตุให้บุคคลที่มีพฤติกรรมที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่า สามารถบรรลุเป้าหมายบางประการได้มนุษย์มีความต้องการ

กระบวนการฝึกอบรม เริงลักษณ์ โรจนพันธ์ (2529, น.8) กล่าวว่าการฝึกอบรมเป็นกระบวนการ (Process) อย่างหนึ่งในการพัฒนาองค์กร โดยอาศัยการดำเนินการอย่างมีขั้นตอน มีการวางแผนที่ดี และเป็นการกระทำที่ต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง เพื่อมุ่งเปลี่ยนพฤติกรรม 3 ด้าน คือ เพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และเปลี่ยนเจตคติ (Attitudes) และยังเป็นกระบวนการที่จะช่วยเพิ่มพูนความสามารถ (Ability) ประสิทธิภาพ (Efficiency) ของบุคคลอันจะก่อให้เกิดประสิทธิผล (Effectiveness) ต่อหน่วยงานเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของ ทองฬู ชินะโชติ (2531, น.7) และทนง ทองเต็ม (2540, น.1) นอกจากนี้ เสนาะ ติเยาว์ (2534, น.127) และอนนิษฐ์ จิตตางกูร (2537, น.16) ได้กล่าวเสริมไว้ว่าการฝึกอบรมจะมุ่งให้คนได้รู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ และเพื่อการแลกเปลี่ยนพฤติกรรมของคนไปในทางที่ต้องการ

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า การฝึกอบรม คือ กระบวนการให้ความรู้ ความเข้าใจ และเจตคติ ที่ดีต่อกิจกรรมต่างๆ ที่ทางหน่วยงานต่อการส่งเสริมให้กับพนักงานของตน เพื่อให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและเกิดทักษะ เพื่อนำมาซึ่งการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อองค์กรนั้นๆ

4. การวัดผลสำเร็จของธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ทฤษฎีการวัดผลการดำเนินงาน การวัดผลการดำเนินงาน (เอกพล แฟงทอง และ พจนีย์ ภู่ทับทิม , 2524) ของบริษัทสามารถวัดได้หลายวิธีด้วยกัน ซึ่งผลการดำเนินงานนี้จะเป็นตัวทำนายถึงธุรกิจวิธีหนึ่ง บริษัทสามารถวัดผลการดำเนินงานจากผลประกอบการทางการเงินโดยวิเคราะห์จากอัตราส่วนทางการเงินได้ คือ

1. อัตราการเจริญเติบโตจากยอดขาย

โดยเมื่อธุรกิจเริ่มมีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เข้ามาใช้ในธุรกิจนั้น ทางด้านธุรกิจคงต้องศึกษาถึงการดำเนินงานว่าจะเป็นไปอย่างไร โดยในที่นี่จะใช้ยอดขายเป็นตัววัดของการเจริญเติบโตของธุรกิจ โดยทั่วไปแล้วจะแบ่ง อีคอมเมิร์ซ หลักได้เป็น 2 ประเภทนั่นคือ มีสินค้าเป็นของตัวเอง และการรับสินค้าของคนอื่นมาขาย ดังนั้นต้องระวังการเปรียบเทียบยอดขายสินค้าของเรากับคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาดที่คิดว่าอยู่ในระดับเดียวกัน เพราะถ้าธุรกิจขายสินค้าของตัวเอง ยอดขายทั้งหมดก็จะขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้น โดยหักต้นทุนแต่เพียงอย่างเดียว แน่นอนว่าย่อมเลือกซื้อสินค้าที่ถูกกว่าสินค้าเหล่านั้นมีคุณภาพเท่ากัน ดังนั้นดูคู่แข่งและเปรียบเทียบราคาจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อยอดขายทำให้สินค้าราคาถูกแต่คุณภาพดีย่อมเป็นคุณสมบัติที่ทำให้ยอดขายของสินค้าเราเพิ่มขึ้นด้วย

แต่ถ้าในกรณีที่รับสินค้ามาขาย คำว่ายอดขายนี้จะแตกต่างออกไปทันที เพราะยอดขายทั้งหมดนั้นไม่ได้แสดงจำนวนเงินที่ไหลเข้ามาในเว็บไซต์ เพราะสิ่งที่เว็บเหล่านั้นได้จริงๆ คือ เปอร์เซ็นส่วนหนึ่งจากกำไรเท่านั้น

2. ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทน

โดยการวัดผลจากทำธุรกิจออนไลน์นั้น สามารถวัดผลได้โดยการเก็บข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ว่าการทำธุรกิจหรือการค้าขององค์กรนั้นได้ผลอย่างไรบ้าง ในที่นี่จะพูดถึง ผลตอบแทน

จากการลงทุน ROI (Return on Investment) โดยจะเป็นการคำนวณทางการเงิน เพื่อดูว่า การลงทุนทำธุรกิจไปแล้วเราคุ้มค่าหรือไม่ เช่น ถ้าผล ของ ROI ติดลบ แสดงว่า การขายสินค้านั้น ขาดทุน ส่วนถ้าผลของ ROI เพิ่มขึ้น แสดงว่าได้กำไร

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวความคิดในการวิจัย

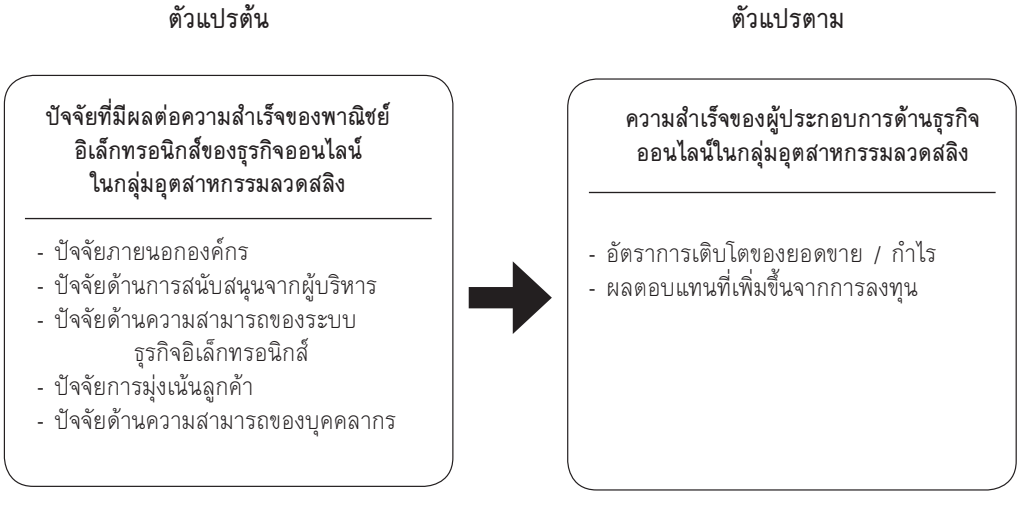
ตัวแปรในการวิจัยจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิคส์ ในกลุ่มธุรกิจออนไลน์ อุตสาหกรรมลวดสลิง ตลอดจนงานที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดตัวแปรในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรต้น (X) ประกอบด้วยปัจจัยหลักๆ 5 ปัจจัย

1. ปัจจัยภายนอกองค์กร
2. ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร
4. ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
5. ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร

ตัวแปรตาม (Y) คือ ความสำเร็จของนำเอาระบบพาณิชย์การอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ซึ่งประกอบด้วย

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



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย "ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง"

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยอาศัยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือบริษัท

ลวดสลิงในประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B และ B2C จำนวน 950 บริษัท หน่วยการวิเคราะห์คือ บริษัทลวดสลิงในประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B และ B2C และ ผู้ตอบแบบสอบถาม (Key informant) คือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของบริษัทนั้นๆ ดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ หรือ ตำแหน่งอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 282 บริษัท คิดเป็น 29.69%

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือแบบสอบถามซึ่งถูกพัฒนามาจากงานวิจัยในอดีต และประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้อมูลทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่ บริษัทดำเนินธุรกิจมาแล้วกี่ปี ลักษณะการจดทะเบียนของธุรกิจท่าน จำนวนพนักงาน ธุรกิจของท่านมีทุนจดทะเบียน

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

โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert's Scale ที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

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

2.1 ปัจจัยภายนอกองค์กร ข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ พัฒนาจากแบบสอบถามของ (วรรณวณัช บุญจั่น 2551, ฐิตารีย์ หวังอนุตตร อาภรณ์ หวังอนุตตร 2547)

2.2 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ พัฒนาจากแบบสอบถามของ (วรรณวณัช บุญจั่น 2551, ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย 2545, ฐิตารีย์ หวังอนุตตร อาภรณ์ หวังอนุตตร 2547)

2.3 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (วรรณวณัช บุญจั่น 2551, สุพัตรา กาญจโนภาส 2554

2.4 ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้า วรรณวณัช บุญจั่น 2551)

2.5 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ พัฒนาจากแบบสอบถามของ (วรรณวณัช บุญจั่น 2551)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน			การแปลความหมาย
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	เพิ่มขึ้น
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	คงที่
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	ลดลง

3.1 อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร พัฒนามาจากแบบสอบถามของ (ฐิตารัตน์ หวังอนุตตร อาภรณ์ หวังอนุตตร 2547, อาดุลรามา นิโรจน์, วิจำ ใจดี 2547)

3.2 ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน พัฒนามาจากแบบสอบถามของ (อาดุลรามา นิโรจน์, วิจำ ใจดี 2547 ฐิตารัตน์ หวังอนุตตร อาภรณ์ หวังอนุตตร 2547)

4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ผ่านโปรแกรม SPSS ที่สำคัญดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สถิติวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สถิติวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วยระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ(Exploratory Factor Analysis : EFA) เพื่อศึกษาโครงสร้างของตัวแปรและลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่เดิมให้มีการรวมกันได้

3. การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ของเพียรสัน (Pearson Correlation) เพื่อการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และระหว่างตัวแปรต้นด้วยกัน

4. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

สมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยว่า ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มธุรกิจ ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิค ในกลุ่มธุรกิจออนไลน์อุตสาหกรรมลวดสลิง โดยสามารถแบ่งสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้ คือ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงในส่วนอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านอัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการในส่วนผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยการมุ่งเน้นลูกค้ามีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

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

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

ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ บริษัทที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 134 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาเป็นประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญจำกัด จำนวน 50 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.7 ถัดมาเป็นประเภทบุคคลธรรมดา จำนวน 40 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.2 และบริษัทจำกัดมหาชน จำนวน 33 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.7 ส่วนที่น้อยที่สุดได้แก่ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 25 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.9

จำนวนพนักงาน ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานระหว่าง 51-200 คน จำนวน 93 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 201-400 คน จำนวน 81 บริษัท และจำนวนพนักงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50 คน จำนวน 69 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.5 น้อยที่สุดได้แก่ มากกว่า 400 คน ขึ้นไป จำนวน 39 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.8

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

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง โดยมีตัวแปรทั้งหมด 24 ตัวแปร โดยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยภายนอกองค์กร มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกองค์กรทั้งหมด 6 ตัว คือ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง/นโยบายของรัฐบาล (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.836) การเกิด

วิกฤติน้ำมันโลก การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี/กฎหมาย และจำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 14.38 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 3.45%

ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร มีตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากรทั้งหมด 6 ตัว คือ พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือ 0.778) การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบ e-commerce พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตเป็นอย่างดี พนักงานได้รับการอบรมการใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน และ ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า โดยมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 11.76 และผลรวมร้อยละค่าความแปรปรวนของตัวแปรเท่ากับ 2.82%

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

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

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

ตอนที่ 3 การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงโดยมีปัจจัย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร และ ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยอธิบายผลในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ แปลค่าความหมายระดับความคิดเห็น สรุปผลได้ดังนี้

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากรมีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงมากที่สุด ไปถึงน้อยที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้

ตารางที่ 1 สรุประดับผลความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง	$\bar{X}$	SD.	แปลค่า	อันดับ
ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร	4.14	0.69	มาก	1
ปัจจัยด้านภายนอกองค์กร	4.09	0.94	มาก	2
ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.00	0.54	มาก	3
ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร	3.96	0.75	มาก	4
ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	3.93	0.65	มาก	5
ภาพรวม	4.02	0.71	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยภาพรวม ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.14) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือปัจจัยด้านภายนอกองค์กร ($\bar{X}$ = 4.09) อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X}$ = 4.00) อยู่ในระดับมาก และ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ($\bar{X}$ = 3.96) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X}$ = 3.93) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากรให้ความคิดเห็นว่ามีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร คือ การพึงพอใจของลูกค้าในการดำเนินธุรกิจด้วยรูปแบบอีคอมเมริช รองลงมา คือ พนักงานมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตเป็นอย่างดี และอันดับที่สาม อันดับที่สีได้แก่ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจการใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และ พนักงานให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สองอันดับสุดท้ายได้แก่ ความเชื่อถือและการได้รับไว้วางใจจากลูกค้า และ พนักงานได้รับการอบรมใช้งานระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ก่อนการใช้งาน

ปัจจัยด้านภายนอกองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง / และนโยบายของรัฐบาล มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลง มาคือ การเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็กโลก และอันดับที่สาม คือ การสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการลดหย่อนภาษี/กฎหมาย และอันดับที่สี คือ จำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ส่วนสองอันดับสุดสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านปัจจัยด้านภายนอกองค์กร น้อยที่สุดคือ การเกิดวิกฤติน้ำมันโลก และความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า มากเป็นอันดับหนึ่งคือ ผู้บริหารเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ รองลงมาคือ ผู้บริหารเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนสองอันดับสุดท้าย คือ ระบบสามารถนำเสนอรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในข้อคำถามที่มีผลต่อผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

มากที่สุด คือ ความพร้อมใช้ หรือความเสถียรภาพของระบบ รองลงมาคือ ผู้บริหารสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนอันดับสาม คือ ผู้บริหารเชื่อมั่นว่าระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัท และอันดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าส่งผลต่อความสำเร็จน้อยที่สุด คือ ผู้บริหารต้องสนับสนุนงบประมาณในการปฏิบัติงานและบำรุงรักษาระบบ

ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นใจข้อคำถามที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์อุตสาหกรรมลวดสลิง มากที่สุด คือ ผู้บริหารเห็นความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ ระบบมีความยืดหยุ่นสามารถพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้ในอนาคต อันดับสุดท้าย ระบบมีความน่าเชื่อถือของการประมวลผลข้อมูล และ รูปแบบการใช้งานระบบที่เสนอบริการตรงความต้องการของลูกค้า

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

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

จากข้อมูลในตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการโดยภาพรวมเห็นว่าความสำเร็จเพิ่มขึ้น ($\bar{X}$ = 2.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความสำเร็จที่เพิ่มขึ้นในหัวข้อ "อัตราการเติบโตของยอดขาย / กำไร" มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 2.29) ตามด้วยหัวข้อ "ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน" ($\bar{X}$ = 2.15)

พบว่าความคิดเห็นที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงนั้น อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย/กำไร อยู่ในระดับ เพิ่มขึ้น และด้านผลตอบแทนที่เพิ่งขึ้นจากการลงทุน อยู่ในระดับเพิ่มขึ้น เช่นกัน

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

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

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์ของเพียรสัน (Pearson Correlation) พบว่าตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกัน และตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างกันอยู่ในระดับต่ำและยอมรับได้ (ต่ำกว่า 0.7)

การยอมรับสมมติฐานหรือค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร ดังนี้

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

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

สรุปสมการได้ดังนี้

Y1 (อัตราการเติบโตของยอดขาย/กำไร) = -.289+ 0.138 (ปัจจัยภายนอกองค์กร) + 0.278 (ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)

จากการทำ Multiple Regression Analysis พบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบาย ระดับความคาดหมายกับระดับอัตราการเติบโตของยอดขายหรือกำไร ได้ ร้อยละ 20.8 โดยดูจากค่า R Square เท่ากับ 0.208

สมมติฐานที่10 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อผลความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.295 นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

สรุปสมการได้ดังนี้

Y2 (ผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน) = 0.717 + 0.295 (ปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร) จากการทำ Multiple Regression Analysis พบว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบาย ระดับผลตอบแทนที่เพิ่มจากการลงทุน ได้ร้อยละ 10.1 โดยดูจากค่า R Square เท่ากับ 0.101

ปฏิเสธสมมติฐาน หรือไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปร ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร สัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.076 295 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.077 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.139 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยภายนอกองค์กรไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.126 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.056 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านความสามารถของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.065 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ อย่างมีนัยสำคัญต่อ ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในส่วนด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.032 นับว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจ ออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ในด้านผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน

อภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อยอดขาย / กำไร ในธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยภายนอกองค์กร

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

ซึ่งส่วนสนับสนุนที่ส่งผลให้บริษัทลวดสลิงในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับหนึ่ง เพราะว่า ผู้บริหารจะต้องเห็นประโยชน์ในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะนำมาใช้ในองค์กรต้องมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูล และมีการนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจมีการเติบโตของยอดขาย และ กำไรที่เพิ่มขึ้น

2. ปัจจัยภายนอกองค์กร มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการทางด้าน อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย / กำไร ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อดิศักดิ์ ดีประเสริฐกุล (2544) พบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรมีผลต่อการศึกษาการดำเนินธุรกิจแบบ B2B ใน Model-Marketplace ซึ่งเป็นธุรกิจของคนไทยที่มีมุมมองในการดำเนินธุรกิจโดยนำเทคโนโลยีบนอินเตอร์เน็ตมาประยุกต์

ซึ่งส่วนสนับสนุนที่ส่งผลให้บริษัทลวดสลิงในประเทศไทยนั้นให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกองค์กร เพราะว่า การทำธุรกิจอุตสาหกรรมเหล็กหรือลวดสลิงของประเทศไทยนั้นมีความสามารถในการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้าได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตามการผลิตในอุตสาหกรรมนี้

ต้องมีการพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมาใช้ในการผลิต จึงทำให้ต้นทุนของสินค้าสูง เมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่มีวัตถุดิบใช้ภายในประเทศ ในปัจจุบันที่ราคาและปริมาณความต้องการผลิตเหล็กในประเทศไทยได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว มีสาเหตุมาจากหลายองค์ประกอบ คือ ราคาและปริมาณการใช้เหล็กในตลาดโลก ค่าขนส่งที่มีการเพิ่มสูงขึ้น นโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมเหล็กหรือลวดสลิงจากภาครัฐ การเกิดวิกฤติน้ำมันที่มีการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคู่แข่งในอุตสาหกรรมมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาทั้งสิ้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน ในธุรกิจออนไลน์ กลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิงประกอบด้วย

ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร มีผลต่อความสำเร็จต่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธา สกุลศรีส่งบุญ (2544) พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร มีผลต่อ การศึกษาวิจัยเฉพาะกรณีศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจออนไลน์ในอุตสาหกรรมลวดสลิง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริหารจะต้องเล็งเห็นประโยชน์และความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ โดยระบบรักษาความปลอดภัยมีไว้เพื่อป้องกันภัยคุกคามต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการถูกขโมยข้อมูล หรือ โดนไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยจะต้องมีกลยุทธ์ในการรักษาความปลอดภัยและมีเจ้าหน้าที่สำหรับดูแลหน่วยงานนี้โดยเฉพาะ และการนำเสนอรูปแบบข้อมูลต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการธุรกิจ

2. ทางด้านปัจจัยภายนอกองค์กร โดย ทางด้านการเมืองและนโยบายทางการเมืองจะต้องมีความชัดเจน มีการบริหารประเทศที่มีเสถียรภาพไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองบ่อย ทำให้เกิดการขาดความเชื่อมั่นในการบริหารประเทศ ส่วนทางด้านกฎหมายจะต้องมีการรองรับการทำการค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ค้า และผู้ซื้อสินค้าบนอินเตอร์เน็ต อีกด้านหนึ่ง คือ จำนวนและความสามารถของคู่แข่งในอุตสาหกรรมนั้นไม่วาจะเป็น ในประเทศหรือต่างประเทศนั้น ทางธุรกิจสามารถขอความช่วยเหลือจากรัฐบาลในการเจรจาเพื่อลดข้อกีดกันทางการค้า หรือการลดหย่อนภาษีในการนำเข้าวัตถุดิบ เพื่อนำมาผลิตลวดสลิง

3. ทางด้านปัจจัยด้านความสามารถของบุคคลากร โดยองค์กรควรจัดให้มีการฝึกอบรมบุคลากรให้เกิดความรู้ความชำนาญในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีการส่งบุคลากรไปอบรมในหลักสูตรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำการค้าธุรกิจประเภทอีคอมเมริช์ ส่งเสริมบุคลากรให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้วยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ หรือสร้างความจูงใจให้กับบุคลาการโดยการจ่ายผลตอบเพื่อจูงใจพนักงานมีความตั้งใจในการทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง (C-C) เพราะ ปัจจุบันมีการใช้สื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจำนวนผู้ใช้งานก็เพิ่มขึ้นในทุกๆปี

2. ควรทำการวิจัยว่านอกเหนือจากปัจจัยที่ได้วิจัยไปแล้ว มีปัจจัยด้านใดอีกบ้างที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมลวดสลิง

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2541). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติ ภักดีวัฒนะกุล และ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2547). คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์ จำกัด.

เอกพล แฟงทอง และ พจนีย์ ภู่ทับทิม. (2524). เศรษฐศาสตร์กับการอธิบายหลักการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

โกศล ดีศีลธรรม. (2009). การบริหารเพื่อสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์.

น้อย ศิริโชติ. (2524). เทคนิคการฝึกอบรม กรุงเทพฯ : พีระพัฒนา

ไพศาล ลักขณานุรักษ์. (2555). การบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมทรัพยากรน้ำบาดาล.

ยืน ภู่สุวรรณ และ สมชาย นำประเสริฐชัย. (2543). E-business ธุรกิจยุคสารสนเทศ กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

รัชดา บัวสำลี. (2553). ปัจจัยทีมีผลต่อการยอมรับการใช้รูปแบบ E-PAYMENT ของผู้บริการอินเตอร์เน็ต

วรรณภา สุโภชน์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาระบบสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี.

วิภาภรณ์ ดิษฐพร. (2545). ธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์: รูปแบบกลยุทธ์สู่ความสำเร็จ.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2546). แรงจูงใจในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในกลุ่มโลจิสติกส์.

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2552). แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ฉบับที่ 2) ของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2556.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. 2546. e-commerce FAQ คำถามนี้มีคำตอบ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด.

สมชาย จันทร์ศรีงาม. (2547). เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ธุรกิจ.

สุตนธา สกุลศรีส่งบุญ. (2544). การศึกษาวิจัยเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-SMEs) ในประเทศไทย. งานวิจัยเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรมอุดมศึกษา.

สุพัตรา กาญจโนภาส (2544), ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

อาณัติ ลีมัคเดช. (2546). e – commerce เรียนรู้พาณาชิย์อิเล็กทรอนิกส์ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ. เอ.อาร์.บิซิเนสเพรส.

Dubelaar, C, Sohal, A., & Vedrana, S. (2005). Benefits, impediments and critical success factor in B2C E-business Adoption. *Technovation, 25*(11), 1251-1252.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research, 17*(4), 460-469.

Unctad. (2006). E-Commerce and development report 2006. Retrieved from October 12, 2014 from www.unctad.org.

Delone, W. H. (1992) Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable