

แนวทางในการพัฒนาการส่งเสริมความตั้งใจ ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มส่งออกสินค้า ประเภทแฟชั่นในประเทศไทย

The Development Guidelines of the Intention to Use E-Commerce for Small and Medium Enterprise (SMEs): SMEs Exporters of Fashion Categories in Thailand

อรุณโศภิต พัยคณพงษ์^{1,*}, ดุษฎี โยเหลา² และ วันเพ็ญ วรวงศ์พงศา³
Aroonothai Payakkapong^{1,*}, Dusadee Yeolao² and Wanpen Worawongpongsa³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการส่งออกหรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถึงสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแฟชั่นในประเทศไทยที่ไม่เคยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ 2) เตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีแนวทางในการรับมือและแก้ไขปัญหา อุปสรรคขณะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ 3) หาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่เคยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 7 ท่านพบว่าสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแฟชั่นในประเทศไทยที่ไม่เคยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจมี 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม 4) การรับรู้ประโยชน์และ 5) แรงกดดันจากลูกค้าซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ยังเป็นปัจจัยที่มีแนวโน้มสำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งเสริมความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อีกด้วย อย่างไรก็ตามประเด็นที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการส่งเสริมความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเพียง 4 ประเด็นเนื่องจากเมื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการรับรู้ประโยชน์ก็จะมี

¹นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพฯ 10110
Ph.D student in Applied Behavioral Science Research, Srinakharinwirot University, Bangkok 10110 Thailand

²สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ 10110
Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University, Bangkok 10110 Thailand

³คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ 10140
School of Liberal Arts, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok 10140 Thailand

*Corresponding author, e-Mail: annpayak@gmail.com

เจตคติที่ดีเกิดขึ้น สำหรับแนวทางในการรับมือและแก้ไขปัญหา อุปสรรคต่างๆ ที่มีแนวโน้มจะเผชิญเมื่อใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถพัฒนาขึ้นจากการประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่นวิธีแก้ปัญหาหรือป้องกันปัญหาที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักพบจากการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และช่องทางสำหรับสอบถามวิธีแก้ปัญหาที่มักได้รับจากการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

คำสำคัญ: ความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ABSTRACT

The purpose of the study which was 1) to study the opinions of public employees whose job duties are related to exporting or e-commerce and the reasons of intention to use e-commerce among Small and Medium Enterprises (SMEs) of fashion categories who have not intended to use e-commerce in the past, 2) to enable SMEs to coping with any obstacles which they will probably face after adopting e-commerce and 3) to explore the development of guidelines for the Intention to Use E-Commerce among SMEs who have never adopted e-commerce. It is advantageous to study this research because SMEs is not only a key driver for Thailand's economy but generates national's revenue also. Public sector and its associates foresee e-commerce as a technology that could boost exporting effectively because the operation cost is low and easy for promoting products/services. It can also reach customer quickly, build company's image faster and increase sales volume. Qualitative research was applied in this study, 7 public employees whose job duties are related to exporting or e-commerce were interviewed by an in-depth interviewing method. The results showed that there are 5 issues the informants thought the SMEs intentions to use e-commerce are likely to develop. They are: 1) attitude toward e-commerce using 2) subjective norm 3) perceived behavioral control 4) perceived benefits and 5) customer pressure.

Keywords : Intention, e-commerce, Small and Medium Enterprise, SMEs

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือได้ว่าเป็นกิจการที่เป็นกลไกหลักสำคัญในการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ และเป็นหนึ่งในกลไกสำหรับแก้ปัญหาความยากจนของประเทศ เมื่อพิจารณามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศหรือ GDP ในปี 2557 จะพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศหรือ GDP เป็นสัดส่วนร้อยละ 39.60 ของ GDP รวมทั้งประเทศหรือมีมูลค่าเท่ากับ 5,212,004 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี 2556 หรือคิดเป็นร้อยละ 3.50 นอกจากนี้จากรายงานภาพรวมการจ้างงานในวิสาหกิจของไทยประจำปี 2557 จะพบว่ามีการจ้างงานโดยวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 10,501,166 คน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.30 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). 2558)

จากความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังที่ได้กล่าวไปนั้น ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกิจการที่ สสว. และภาคีเล็งเห็นพ้องกันถึงความสำคัญและสนใจให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีขีดความสามารถในการแข่งขันทางตลาด และมีช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ในการส่งเสริมพัฒนาให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มีศักยภาพในการแข่งขันแบบยั่งยืน การประยุกต์ใช้เครื่องมือ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพช่วยส่งเสริมการขายจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับเครื่องมือ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่ สสว. และภาคีเล็งเห็นว่ามีเหมาะสมในการส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนำไปประยุกต์ใช้ก็คือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. ออนไลน์. 2559) เพราะใช้ต้นทุนในการดำเนินการต่ำแต่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งช่วยให้ประชาชนสัมพันธ์สินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว และยังสามารถช่วยให้ผู้ค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั่วโลกได้ 24 ชม. จึงทำให้มีปริมาณการซื้อขายสินค้า/บริการเพิ่มสูงขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2554 : 117)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการส่งออกหรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแฟชั่นในประเทศไทยที่ไม่เคยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีแนวทางในการรับมือ และสามารถแก้ไขปัญหา อุปสรรคต่างๆ ที่จะเผชิญในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการส่งเสริมความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแฟชั่นในประเทศไทยที่ไม่เคยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่างานวิจัยไม่ครอบคลุมตัวแปรจิตของกลุ่ตัวอย่างแต่มุ่งเน้นที่ตัวแปรภายนอกและจากความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อมดังที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาหาความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการส่งออกหรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับสาเหตุซึ่งเป็นตัวแปรจิตที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแฟชั่นในประเทศไทยที่ไม่เคยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีแนวทางในการรับมือและสามารถแก้ไขปัญหา อุปสรรคต่างๆ ที่จะเผชิญในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแฟชั่นในประเทศไทยที่ไม่เคยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ตามผลการวิจัยเชิงปริมาณเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ SMEs กลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแฟชั่นในประเทศไทย” ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยและออกแบบเครื่องมือวัดตามแนวคิดทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมและ/หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก่อนการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ซึ่งประกอบด้วย 1) เจตคติต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 4) การรับรู้ประโยชน์ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ 5) การรับรู้แรงกดดันจากลูกค้า กรอบแนวคิดดังกล่าวได้ถูกนำมาสร้างแนวคำถามการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถปรับเปลี่ยน หรือซักถามเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจได้อย่างต่อเนื่องและได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการส่งออกหรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 7 คน

ผลการวิจัย

จากข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปลักษณะข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการส่งออกหรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 7 คน ได้ดังตารางที่ 1 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับการส่งออกหรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1 คน กระทรวงพาณิชย์ 4 คน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 1 คน และไทยเทรด 1 คน

ตารางที่ 1 ลักษณะข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการส่งออกหรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตัวแทนหน่วยงาน	จำนวนผู้ให้ข้อมูล (คน)	จังหวัด
สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	1	กรุงเทพ (1)
กระทรวงพาณิชย์	4	ตราด (1), ระยอง (2), บุรีรัมย์ (1)
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	1	บุรีรัมย์ (1)
ไทยเทรด	1	กรุงเทพ (1)

จากข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์และสรุปประเด็นหลักในการพัฒนาให้ผู้ประกอบการเกิดความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ 5 ประเด็นคือ 1) เจตคติต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม 4) การรับรู้ประโยชน์ของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ 5) การรับรู้แรงกดดันจากลูกค้า

1. เจตคติต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะมีเจตคติเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ก็ต่อเมื่อมีการรับรู้ประโยชน์ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเมื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทราบประโยชน์ของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเมินความรู้สึกโดยรวมว่าเป็นความรู้สึกที่ดี และ/หรือรู้สึกชอบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นว่าประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรู้สึกดีหรือมีเจตคติเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

มี 2 ประเด็นหลักคือ 1) การรับรู้ประโยชน์ด้านการขายว่าการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ผู้ประกอบการมีช่องทางการขายสินค้าหรือบริการเพิ่มเติมจากช่องทางปกติจึงช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำเสนอสินค้าได้หลากหลายและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและทำให้มียอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รู้สึกดีต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ 2) การรับรู้ประโยชน์ด้านการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเมื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รับทราบว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

มีประโยชน์ช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างง่าย สะดวก และรวดเร็วส่งผลให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รู้สึกดีต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรู้สึกไม่ดีหรือมีเจตคติเชิงลบต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพียงหนึ่งเรื่องคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่เชื่อว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพในการเพิ่มยอดขาย อีกทั้งมีความคิดเห็นว่าการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกิดขึ้นช้ากว่าที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้คาดหวังไว้ และคิดว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางที่ไม่เหมาะสมสำหรับซื้อขายสินค้าหรือบริการจริงเพราะอาจถูกหลอกให้จ่ายเงินได้

2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

บุคคลที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือคนใกล้ชิดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีประสบการณ์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และจากข้อมูลที่ได้รับพบว่า หากเพื่อนและ/หรือสมาชิกในครอบครัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีประสบการณ์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้คำแนะนำ สนับสนุน หรือส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจก็จะทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ

3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับความรู้หรือทักษะ สำหรับใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ให้ข้อมูลเปิดเผยว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักมีความเชื่อหรือประเมินความสามารถของตนว่ามีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์

เทคโนโลยีไม่เพียงพอและขาดความรู้ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงทำให้ไม่มีความมั่นใจว่าตนจะสามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบการดำเนินธุรกิจได้นอกจากนี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคิดว่าตนไม่เพียงแต่ขาดประสบการณ์ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดำเนินธุรกิจเท่านั้นแต่ตนไม่มีความถนัดในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยจึงทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่มั่นใจว่าตนจะสามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งเสริมการขายได้ดังที่คาดหวัง

4. การรับรู้ประโยชน์และเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรม การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้วิจัยพบว่า ประโยชน์ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลักคือ 1) ประโยชน์ด้านการเพิ่มจำนวนลูกค้า โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่รับรู้ว่าการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ช่วยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการขยายตลาดสู่สากลได้ ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นด้วยมีผลทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2) ประโยชน์ในการลดต้นทุนการขาย ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีการรับรู้ว่าการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการของตนได้มักมีแนวโน้มมีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ 3) มีผลด้านการขาย โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการรับรู้ว่าการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจมีประโยชน์ช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีช่องทางการขายสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถขายสินค้าหรือบริการได้มากขึ้นย่อมมีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

5. การรับรู้แรงกดดันจากลูกค้า

ผู้วิจัยได้รับจากผู้ให้ข้อมูลพบว่า แรงกดดันจากลูกค้าในการเรียกร้องให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเป็นช่องทางเสริมในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกค้ามีความเกี่ยวข้องกับความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีลูกค้าเรียกร้องว่าต้องการให้ตนใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางเสริมหรือช่องทางเลือกในการติดต่อกับลูกค้า หรือมีความต้องการให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จัดหาช่องทางสำหรับใช้สื่อสารรายละเอียดสินค้าและ/หรือยืนยันรายละเอียดสินค้ามีผลต่อความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

อภิปรายผล

สาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแพชชั่นในประเทศไทยที่ไม่เคยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจมี 5 ปัจจัยซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ผ่านมา ได้แก่ 1) เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม 4) การรับรู้ประโยชน์ และ 5) แรงกดดันจากลูกค้า ดังนั้นประเด็นในการพัฒนาการส่งเสริมความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จึงเป็นปัจจัยเดียวกับปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม เนื้อหาที่นำไปพัฒนาการส่งเสริมความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบ่งเป็นเพียง 4 ประเด็นหลักได้แก่ 1) เนื้อหาสำหรับสร้างเจตคติเชิงบวกหรือการรับรู้ประโยชน์ทั้งนี้หากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการรับรู้ประโยชน์ด้านการพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์บุคคลนั้นก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อการพาณิชย์ 2) เนื้อหาสำหรับสร้างพฤติกรรมคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงการรับทราบว่าเพื่อน หรือคนรู้จักของตนได้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ หรือรับทราบเกี่ยวกับกรณีตัวอย่างของผู้ที่ประสบความสำเร็จในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้หรือไม่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และนำไปสู่ความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3) เนื้อหาสำหรับสร้างการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ทราบวิธีแก้ไขหรือป้องกันปัญหาที่อาจได้รับหรือมักได้รับรวมทั้งช่องทางสำหรับสอบถามวิธีการแก้ปัญหาจากการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของตนเพิ่มขึ้น เมื่อบุคคลหนึ่งรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มเกิดความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ 4) เนื้อหาสำหรับสร้างการรับรู้แรงกดดันจากลูกค้าหากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเมินเห็นผลดีที่ตนมีโอกาสจะได้รับจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า บุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มมีความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในที่สุด

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จากผลการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า หากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานใดที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความต้องการพัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแพชชั่นในประเทศไทย ควรมุ่งเน้นเนื้อหาสำหรับสร้าง 1) การรับรู้และเพิ่มความมั่นใจในความสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น 2) การรับรู้ประโยชน์และเจตคติด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และ

4) การรับรู้แรงกดดันจากลูกค้า โดยข้อเสนอแนะในการปฏิบัติของหน่วยงานต่าง ๆ มีดังนี้

1.1 เพื่อเพิ่มการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรนำเสนอให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1) ให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ เช่น ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการเปิดบัญชีเงินฝากจากธนาคารเพื่อขอรับบริการชำระเงินผ่านทางบัตรเครดิตผ่านทางเว็บไซต์ ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญและวิธีการขอรับสัญลักษณ์แสดงความปลอดภัยของเว็บไซต์หรือที่เรียกว่า "Secure Sockets Layer" และความรู้เกี่ยวกับความสำคัญและวิธีการขอใช้บริการ "Verified by VISA" จากทางธนาคาร เป็นต้น และ 2) ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทราบว่าทางหน่วยงานมีการสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่เริ่มต้นใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จนถึงการบริหารดูแลเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้า เช่น ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทราบว่าทางหน่วยงานมีเจ้าหน้าที่คอยให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการจดทะเบียนเปิดเว็บไซต์ขายสินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับบริการมีการจัดอบรมเกี่ยวกับเทคนิคในการประกาศขายสินค้าทางเว็บไซต์ และมีการจัดอบรมเทคนิควิธีออกแบบรูปแบบและเนื้อหาบนเว็บไซต์ให้ดูน่าสนใจและใช้งานง่ายให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น

1.2 เพื่อเพิ่มการรับรู้ประโยชน์ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเจตคติเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการรับรู้ประโยชน์ด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็จะเกิดเจตคติที่ดีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยผู้วิจัยขอเสนอให้กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทราบอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเกี่ยวกับประโยชน์ที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม จะได้รับจากการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ เช่น เพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมผ่านทางเว็บไซต์ ช่วยให้ติดต่อกับลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ช่วยให้สื่อสารภายในองค์กรได้สะดวกรวดเร็ว ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ ช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเริ่มต้นประกอบธุรกิจได้สะดวกขึ้น และช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ระบบเศรษฐกิจไทย เป็นต้น

1.3 ในการสร้างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงผู้วิจัยเสนอให้หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานใดที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จัดสัมมนาให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รวมตัวกันและแลกเปลี่ยนแบ่งปันประสบการณ์ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเชิญผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจากการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นวิทยากรและแบ่งปันมุมมอง ประสบการณ์ อุปสรรค และเทคนิควิธีใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจของตนเพื่อก่อให้เกิดแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมตามกลุ่มอ้างอิง

1.4 เพื่อเพิ่มการรับรู้แรงกดดันจากลูกค้า ผู้วิจัยเสนอให้หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานใดที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จัดสัมมนาหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบถึงความสำคัญของการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าหรือเข้าใจความต้องการที่แท้จริงภายในใจของลูกค้า รวมทั้งยกกรณีตัวอย่างของบริษัท หน่วยงานหรือองค์กรที่ไม่ให้ความสำคัญของลูกค้าเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพหรือเอกลักษณ์ของสินค้าตนว่าสำคัญกว่าสิ่งอื่นใด

2. ผลจากการสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ควรนำเสนอผลงานวิจัยให้แก่ผู้มีอำนาจตัดสินใจวางแผนธุรกิจหรือผู้มีหน้าที่วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้พรรคคนและเพิ่มองค์ความรู้ให้แก่บุคคลดังกล่าวในการขับเคลื่อนบริษัทให้เคลื่อนไปข้างหน้าอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างทันทั่วทั้งที่ โดยควรมุ่งเน้นเนื้อหาด้าน

ประโยชน์ที่บริษัท หน่วยงาน หรือองค์กรจะได้รับจากการประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลกเพิ่มปริมาณยอดขายสินค้าหรือบริการ ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ และสามารถประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง 7 วัน เป็นต้น

3. ควรนำเสนอผลการสังเคราะห์จากงานวิจัยครั้งนี้ไปยังผู้ผลิตสินค้าเพื่อให้ผู้ผลิตรับทราบเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจและกระตุ้นให้ผู้ผลิตเกิดความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าบริการ หรือผลิตภัณฑ์ เพิ่มโอกาสในการขยายตลาด ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารและด้านการผลิตได้อย่างถูกต้องตรงความต้องการของผู้ซื้อ และช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ผลิตกับลูกค้า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

จากการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตดังนี้

1. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องและ/หรือความแตกต่าง อีกทั้งตรวจสอบความแม่นยำและหรือความน่าเชื่อถือของงานวิจัย เนื่องจากในงานวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดด้านกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ครอบคลุมมุมมองจากสองด้านคือด้านผู้ใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มส่งออกสินค้าประเภทแฟชั่นในประเทศไทยและผู้สนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานใดที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมุมมองที่ผู้สนับสนุนผู้ใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเกี่ยวกับผู้ใช้งานพาณิชย์อาจแตกต่างจากความคิดหรือความเชื่อที่แท้จริงของผู้ใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมกับหน่วยงานหรือ องค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ เช่น ธนาคารกสิกรไทย สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยดอทเอไอ (Dot Arai) เว็บบิส (Webiz) และไปรษณีย์ไทย เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ครอบคลุมมิติหลากหลาย มีความครบถ้วนสมบูรณ์และมีความแม่นยำ น่าเชื่อถือสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มสินค้าทุกประเภทได้

3. ผลวิเคราะห์ที่ได้รับจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ควรนำไปสร้างชุดพัฒนาความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างไรก็ตาม ชุดพัฒนาฯ ที่สร้างขึ้นมานั้นควรถูกนำไปศึกษาด้วยการวิจัยเชิงทดลองก่อนนำไปใช้จริงและควรควบคุมสภาพในการทดลอง ควบคุมตัวแปรแทรกซ้อนอื่น ๆ และ/หรือควบคุมสภาพต่าง ๆ ที่ไม่ต้องการศึกษาให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพชุดพัฒนาความตั้งใจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554). **แผนการดำเนินงานของคณะกรรมการธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551-2554**. กรุงเทพฯ :สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). **สถานการณ์และตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจของ SMEs ปี 2558**. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (2559). **สสว.อัดฉีดงบประมาณ 200 ล้านบาท ดันโครงการ SME Strong/Regular ตั้งเป้ามีเงินราย-11 มีนาคม 2559**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thansettakij.com/2016/03/11/36318> [19 มีนาคม 2559].