กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

Electronic Business Strategies for Increasing Competitivity of Medium Enterprises in Kalasin Province

Received : 30 พ.ย. 2563
Revised : 29 เม.ย. 2564
Accepted : 3 พ.ค. 2564

แดนเพชร แก้วมณีชัย[1] และ เสาวลักษณ์ จิตติมงคล[2]
Danpet Kaewmaneechai[1] and Saowaluk Jittimongkol [2]

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ 2) เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ 4) เพื่อศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ประชากรกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 157 ราย โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลวิจัยพบว่า กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านคุณภาพของระบบ ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านคุณภาพของข้อมูล ขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ กิจการมีอัตราการเติบโตเหนือกว่าคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน กิจการสามารถต่อรองกับผู้จัดส่งสินค้า หรือสร้างพันธมิตรทางการค้าด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และกิจการมีทรัพยากรที่มีทักษะความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำธุรกิจตามลำดับ กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความไว้วางใจ ด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพข้อมูล ด้านคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับขีดความสามารถในการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพระบบ ด้านความไว้วางใจ และคุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : ขีดความสามารถในการแข่งขัน, กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, วิสาหกิจขนาดกลาง

Abstract

The purposes of the study were 1) to investigate electronic business strategies, 2) to examine the competitivity, 3) to study the relationship between the electronic business strategies and the competitivity, and 4) to study the effects of the electronic business strategies on the competitivity of the medium enterprises in Kalasin Province. The population was 157 entrepreneurs of the medium enterprises in Kalasin Province. The instrument for data collection was a constructed questionnaire.

[1] *นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ อีเมล: Tathakot@gmail.com*
[2] *ดร. อาจารย์ประจำ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*
[1] *Master Student, Program in Business Administrator, Faculty of Administrative Science, Kalasin University, Email: Tathakot@gmail.com*
[2] *Ph.D., Lecturer, Program in Business Administration, Faculty of Administrative Science, Kalasin University*

The statistics for data analysis included mean, S.D., multiple correlation analysis, and multiple regression analysis.

The results revealed that the overall electronic business strategies and their separated aspects were all at a high level. When considering the separated aspects, they are ranged in a descending order as system quality, service quality, information quality, and trust. Likewise, the overall competitivity of the medium enterprises and its separated aspects were all at a high level. The top three aspects are ranged in a descending order as higher growth rate than competitors in the same business, successful negotiation with suppliers or making trade partners via advanced technologies, and human resources with high skills in using technology for the business. The separated aspects of the electronic business strategies such as trust, system quality, information quality, and service quality had a positive relationship with the competitivity at a statistically significant level of 0.01. Also, trust, system quality, and service quality had impacts on the competitivity at a statistically significant level of 0.01.

Keywords : Competitivity, Electronic Business Strategies, Medium Enterprises

บทนำ

ในปีพุทธศักราช 2562 ที่ผ่านมาภาพรวมเศรษฐกิจ พบปัญหาเศรษฐกิจชะลอลง ซึ่งในช่วงครึ่งปีแรกได้มีแรงขับเคลื่อนหลักจากอุปสงค์ต่างประเทศและในประเทศ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ก็ได้รับผลกระทบทางการค้าและระบบเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง จากสภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดกาฬสินธุ์ ภาคอุตสาหกรรมมีการชะลอตัว ภาคเกษตรกรรมมีการหดตัวโดยได้รับผลกระทบจากภาคการบริโภคของภาคเอกชนชะลอตัว และภาคการลงทุนของเอกชนและการใช้จ่ายของรัฐบาลมีการหดตัวด้านการเงิน เงินฝากธนาคารชะลอตัว ส่วนสินเชื่อของธนาคารมีการหดตัว ส่งผลให้เสถียรภาพเศรษฐกิจจังหวัดอัตราเงินเฟ้อหดตัว เศรษฐกิจด้านอุปทาน (การผลิต) ได้รับผลจากมาตรฐานกระตุ้นเศรษฐกิจ ช็อปช่วยชาติ 2561 รวมทั้งการกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจมีการขยายตัวร้อยละ 4.8 ส่วนภาคอุตสาหกรรมนั้นมีการชะลอตัวร้อยละ 0.8 ผลผลิตทางการเกษตรมีการหดตัวร้อยละ -1.8 จากสภาวการณ์เศรษฐกิจด้านอุปทาน ส่งผลต่อเศรษฐกิจด้านอุปสงค์ (การใช้จ่าย) โดยภาพรวมมีการชะลอตัว ถึงร้อยละ 12.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันในปีพุทธศักราช 2561 (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกาฬสินธุ์, 2562: ออนไลน์) รวมถึงการเผชิญกับสถานการณ์ที่ถูกเทคโนโลยีเข้ามาสร้างความเปลี่ยนแปลง (Disruption) ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบเดิม ๆ หรือการค้าขายผ่านช่องทางหน้าร้านหรือออฟไลน์ (Off line) เพียงอย่างเดียวกำลังจะโดนแย่งชิงบทบาท และหลายรายเริ่มประสบปัญหาในเรื่องของยอดขายและจำนวนลูกค้าที่ลดลงสิ่งหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นได้ถึงการเปลี่ยนแปลงในตลาด ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสภาวะการระบาดของเชื้อโรค โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Coronavirus Disease 2019: COVID-19) สถานการณ์การแข่งขันในตลาดที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การทำตลาดเชิงรุกของผู้ประกอบการรายใหญ่ซึ่งมีความได้เปรียบหลาย ๆ ด้าน จึงควรมีการบริหารจัดการองค์กรและบริหารกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ ด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพของข้อมูล ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านความไว้วางใจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างครบถ้วน เพื่อสร้างโอกาสให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางทุกประเภท

กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Business Strategies) หมายถึง กระบวนการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาดำเนินงานเพื่อให้เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการประกอบธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้านดังนี้ 1) คุณภาพระบบ (System Quality) หมายถึง ระบบเว็บไซต์หรือแอพพลิเคชั่นที่มีความน่าเชื่อถือ ใช้งานได้ง่ายรวมไปถึงเว็บไซต์จะต้องทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความปลอดภัยในด้านต่าง ๆ ทั้งข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งปัจจัยที่ส่งให้คุณภาพของระบบมีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ 2) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) หมายถึง ระบบข้อมูลที่คัดกรอง และจัดรูปแบบแล้วมีประสิทธิภาพในด้านการประชาสัมพันธ์ หรือนำเสนอสินค้าเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้าหรือแบรนด์ ซึ่งเนื้อหามีคุณภาพก็ทำให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลที่ทางเจ้าของสื่อสารออกไปได้ง่าย ซึ่งปัจจัยที่ส่งให้คุณภาพของข้อมูลข่าวสารสนเทศมีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ 3) คุณภาพการให้บริการ

(Service Quality) หมายถึง สิ่งที่ปฏิบัติต่อลูกค้าโดยลูกค้าจะเป็นผู้ตัดสินในคุณภาพของการให้บริการบนเว็บไซต์ คุณภาพการบริการทางเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างการคาดหวัง และการรับรู้ของผู้บริการที่ได้รับจริง ซึ่งถ้าการบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าบริการนั้นคุณภาพ ซึ่งปัจจัยที่ส่งให้คุณภาพของการบริการ 4) ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึง ความน่าเชื่อถือที่ลูกค้า (Customer Trust) ความรับรู้ ถึงมีความปลอดภัยต่อการใช้บริการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ขายสินค้าหรือสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามความคาดหวังที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ ซึ่งหากวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์มีการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ จะทำให้เกิดการจัดการระบบข้อมูลธุรกิจได้ดี เกิดการให้บริการที่มีคุณภาพ สร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางได้

ขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Capability) หมายถึง ผลดำเนินการขององค์การที่มีความสามารถในการวางแผนการดำเนินธุรกิจที่เหนือคู่แข่งขันในกลุ่มเดียวกัน สร้างกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน สามารถวัดได้จากอัตราการเติบโตเหนือกว่าคู่แข่ง ส่วนแบ่งทางการตลาด ยอดขายสินค้า อัตรากำไรจากการขายสินค้า อำนาจการเจรจาต่อรองกับผู้จัดส่งสินค้า และการสร้างพันธมิตรทางการค้าด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ลูกค้ามีความจงรักภักดีในตัวสินค้าบอกต่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ของกิจการได้เป็นอย่างดี ซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางมีขีดความสามารถในการแข่งขันจะทำให้เกิดการผูกมัดใจลูกค้า สามารถรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ได้ ทำให้กิจการสามารถอยู่ในการแข่งขันทางธุรกิจได้ในปัจจุบัน

วิสาหกิจขนาดกลาง กิจการที่สามารถจำแนกได้ตามมูลค่าทรัพย์สินถาวร สามารถแบ่งได้เป็น ประเภทการผลิตและบริการมีทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 200 ล้าน ประเภทค้าส่ง มีทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 100 ล้าน ประเภทค้าปลีก มีทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 60 ล้าน จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน ประเภทการผลิตและบริการมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน ประเภทค้าส่งมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน ประเภทค้าปลีกมีการจ้างงานไม่เกิน 30 คน ตามหลักเกณฑ์การจำแนกกิจการวิสาหกิจขนาดกลาง (ประกาศกฎกระทรวงอุตสาหกรรม, 2545)

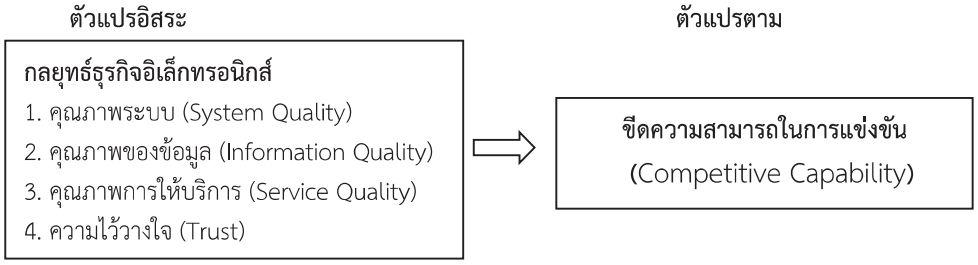
จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษากลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ให้รู้ทันสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคมและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและธุรกิจสามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแสดงกรอบแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ประยุกต์จากแนวคิดทฤษฎีแบบจำลอง Information System Success Model จากงานวิจัยของ DeLone and McLean (2003) มาประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรต้น 4 ด้าน ได้แก่ 1) คุณภาพระบบ 2) คุณภาพของข้อมูล 3) คุณภาพการให้บริการ 4) ความไว้วางใจ และตัวแปรตาม คือ ขีดความสามารถในการแข่งขัน ประยุกต์จากแนวคิดทฤษฎีจาก (Porter, 1980)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิดกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

สมมุติฐาน

สมมติฐาน 1 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

สมมติฐาน 2 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ด้านคุณภาพระบบส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

สมมติฐาน 3 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ด้านคุณภาพข้อมูลส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

สมมติฐาน 4 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ด้านคุณภาพการให้บริการส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

สมมติฐาน 5 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

วิธีดำเนินการวิจัย

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง (Sample Population) ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวนทั้งสิ้น 157 ราย (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกาฬสินธุ์, 2562)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามชนิดให้ตอบเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมี 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย

2.1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา มีลักษณะเป็นแบบสำรวจ (Check list) จำนวน 4 ข้อ

2.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลกิจการ ได้แก่ ประเภทสถานประกอบการ ประเภทการประกอบธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของกิจการ มูลค่าสินทรัพย์ถาวร จำนวนพนักงาน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ รายได้ของกิจการต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบสำรวจ (Check list) จำนวน 7 ข้อ

2.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ คุณภาพระบบ (System Quality) จำนวน 4 ข้อ คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) จำนวน 4 ข้อ คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) จำนวน 4 ข้อ ความไว้วางใจ (Trust) จำนวน 4 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) รวม 16 ข้อ

2.4 แบบสอบถามเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Capability) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 7 ข้อ

3. ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผ่านการพิจารณาจาผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ทที่ยอมรับได้ (สมบูรณ์ สุริยวงศ์ และคณะ, 2552: 259-261) จากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try-out) กับวิสาหกิจสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 30 วิสาหกิจ เพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยค่า Factor Loading มีค่าอยู่ระหว่าง 0.74-0.95 ซึ่งมีน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.40 ขึ้นไปจึงจะผ่านเกณฑ์ (บุญใจ ศรีสถิตนรากูร, 2550: 232-236) จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้มีค่าตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป (Nominally, 1967: 225) ผลการคำนวณปรากฏว่ามีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.76-0.91 แสดงว่าแบบทดสอบมีความเที่ยงตรงของการวัด แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามในการวิจัยนี้ มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ผ่านเกณฑ์และมีความน่าเชื่อถือสูง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดดำเนินการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลาง ในจังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 157 ราย ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจ จำนวน 157 ราย ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม ถึง 31 มีนาคม 2563 รวมระยะเวลาในการจัดเก็บ 90 วัน พร้อมทั้งตรวจทานความถูกต้องของข้อมูลให้แล้วเสร็จภายในวันที่ 31 มีนาคม 2563 พบว่าอัตราการตอบกลับ 100 %

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการศึกษาเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รวมถึงสถิติในรายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน บทความทางวิชาการ เอกสารงานวิจัย ตำราด้านคอมพิวเตอร์และข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์โดยตรง โดยเก็บที่สถานประกอบการ และแจกแบบสอบถามในงานประชุมสัมมนาของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางจังหวัดกาฬสินธุ์ (สสว.) ในวาระต่าง ๆ และตรวจสอบความสมบูรณ์ ครบถ้วนในเนื้อหาของแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ เพื่อที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

5.2 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์จากแบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 2 ทำการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลกิจการเพื่อการวิจัย เรื่องกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) นำเสนอในรูปแบบตาราง

5.3 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จากแบบสอบถามตอนที่ 3 และ 4 ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอในรูปแบบตาราง ด้วยการลงรหัสข้อมูลในคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม (บุญชม ศรีสะอาด, 2556: 102-103) ตั้งแต่ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุดแล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบจากแบบสอบถาม โดยใช้การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2556: 102-103) มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด - มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

5.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผล

1. การวิเคราะห์ การนำกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวม และเป็นรายด้าน

กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	μ	σ	แปลค่า
1. ด้านคุณภาพระบบ (System Quality)	4.35	0.44	มาก
2. ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	4.33	0.42	มาก
3. ด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)	4.35	0.42	มาก
4. ด้านความไว้วางใจ (Trust)	4.28	0.43	มาก
โดยรวม	4.33	0.34	มาก

จากตาราง 1 พบว่ากลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทั้งหมด 4 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ระดับมาก (μ = 4.33) และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านคุณภาพของระบบ (System Quality) และด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (μ= 4.35) รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (μ = 4.33) และด้านความไว้วางใจ (Trust) ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (μ = 4.28) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลาง ในจังหวัดกาฬสินธุ์

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมและเป็นรายข้อ

ข้อ	ขีดความสามารถในการแข่งขัน	μ	σ	แปลค่า
1	กิจการมีอัตราการเติบโตเหนือกว่าคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน	4.39	0.64	มาก
2	กิจการมีส่วนแบ่งทางการตลาดเหนือคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน	4.32	0.65	มาก
3	กิจการมียอดขายและอัตรากำไรเหนือคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน	4.28	0.63	มาก
4	กิจการมีทรัพยากรที่มีทักษะความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ที่ใช้ในการทำธุรกิจและสามารถถ่ายทอดให้ลูกค้าเข้าใจในเทคโนโลยีได้โดยง่าย	4.34	0.61	มาก
5	กิจการสามารถโฆษณาสินค้าได้หลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์	4.32	0.58	มาก
6	กิจการสามารถต่อรองกับผู้จัดส่งสินค้าหรือสร้างพันธมิตรทางการค้าด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.35	0.63	มาก
7	กิจการสามารถสร้างความจงรักภักดีในตัวสินค้า ลูกค้ามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในตัวสินค้าพร้อมบอกต่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ของกิจการได้เป็นอย่างดี	4.31	0.59	มาก
	รวม	4.33	0.42	มาก

จากตาราง 2 พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (μ =4.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ กิจการมีอัตราการเติบโตเหนือกว่าคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน อยู่ในระดับมาก (μ =4.39) รองลงมา คือ กิจการสามารถต่อรองกับผู้จัดส่งสินค้าหรือสร้างพันธมิตรทางการค้าด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก (μ = 4.35) และกิจการมีทรัพยากรที่มีทักษะความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำธุรกิจและสามารถถ่ายทอดให้ลูกค้าเข้าใจในเทคโนโลยีได้โดยง่าย อยู่ในระดับมาก (μ =4.34) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

ตาราง 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	μ	σ	คุณภาพระบบ (STQ)	คุณภาพข้อมูล (IFQ)	คุณภาพการให้บริการ (SVQ)	ความไว้วางใจ (TRU)	VIF
คุณภาพระบบ (STQ)	4.35	0.44		0.413**	0.469**	0.379**	1.828
คุณภาพของข้อมูล (IFQ)	4.33	0.42			0.600*	0.610**	1.937
คณภาพการให้บริการ (SVQ)	4.35	0.42				0.534**	1.915
ความไว้วางใจ (TRU)	4.28	0.43					2.103
ขีดความสามารถในการแข่งขัน (EHC)	4.29	0.34	0.532*	0.491**	0.471**	0.585**	

**มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

จากตาราง 3 พบว่าตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.828–2.103 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hair, et al. (2010)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับตัวแปรตาม คือ ขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.471-0.585 โดยกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์มากที่สุด คือ ด้านความไว้วางใจ (TRU) (r = 0.585) รองลงมาคือ ด้านคุณภาพระบบ (STQ) (r = 0.532) ด้านคุณภาพข้อมูล (IFQ) (r = 0.491) ด้านคุณภาพการให้บริการ (SVQ) (r = 0.471) ตามลำดับดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ด้านคุณภาพระบบส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

สมมติฐานที่ 3 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ด้านคุณภาพข้อมูลส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลาง ในจังหวัดกาฬสินธุ์

สมมติฐานที่ 4 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ด้านคุณภาพการให้บริการส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

สมมติฐานที่ 5 : กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ส่งด้านความไว้วางใจผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

ตาราง 4 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-0.070	0.289		-.243	0.809
คุณภาพระบบ	0.442	0.060	0.431	7.417	0.000**
คุณภาพของข้อมูล	-0.008	0.074	-0.007	-.104	0.917
คณภาพการให้บริการ	0.193	0.071	0.183	2.707	0.008**
ความไว้วางใจ	0.385	0.069	0.371	5.607	0.000**
F = 81.43 P = 0.00; Adjusted R Square = 0.720					

** ที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัย พบว่าด้านคุณภาพระบบ (STQ) ส่งผลในทิศทางบวกต่อขีดความสามารถในการแข่งขันนั้นคือ คุณภาพระบบ สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มขึ้น 0.442 หน่วย รองลงมา คือ ด้านความไว้วางใจ (TRU) ส่งผลในทิศทางบวกต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน ความไว้วางใจ สูงขึ้น 1 หน่วย ทำให้ส่งผลต่อขีดความสามารถเพิ่มขึ้น 0.385 หน่วย และคุณภาพการให้บริการ (SVQ) ส่งผลในทิศทางบวก คุณภาพการให้บริการ สูงขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น 0.193 ตามลำดับ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2, 4, และ 5 ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3

สามารถสร้างสมการพยากรณ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ได้ดังนี้

EHC = -0.070 + 0.442 (STQ) + 0.385 (TRU) + 0.193 (SVQ)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านคุณภาพของระบบและด้านคุณภาพการให้บริการ รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของข้อมูล และด้านความไว้วางใจตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพงษ์ โรจน์นภาลัย และอรพรรณ คงมาลัย (2561: 12) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค กรณีศึกษาเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่ามีปัจจัยหลัก 4 ด้านได้แก่ 1) คุณภาพของระบบ 2) คุณภาพของข้อมูล 3) คุณภาพของการบริการ 4) ความไว้วางใจ ซึ่งทั้ง 4 องค์ประกอบสอดคล้องงานวิจัยของฐาปนพงศ์ กลิ่นนิล (2558: 64-66) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดความจงรักภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์บริบทผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก พบว่าการยอมรับความเสี่ยงส่งผลทางตรงต่อความจงรักภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยมีปัจจัยทางอ้อมที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ ประกอบด้วย คุณภาพของระบบ (System Quality) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) และคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ (Service Online Quality) ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ คุณภาพของให้การบริการออนไลน์ รองลงมาคือ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพของระบบ

1.1 ด้านคุณภาพระบบ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นด้านคุณภาพระบบอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการมีระบบการสั่งซื้อสินค้า ง่ายต่อการค้นหาสินค้าและง่ายต่อการชำระค่าบริการ

มีเว็บไซต์พร้อมใช้งานมีความเสถียร สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา เว็บไซต์มีการรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัว และการชำระเงินมีความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ระบบการสั่งซื้อสินค้ามีและระบบชำระเงินมีการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพงศ์ โรจน์นภาลัย และอรพรรณ คงมาลัย (2561: 8-11) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค กรณีศึกษาเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่าคุณภาพระบบ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีความง่ายในการใช้งาน ลดปัญหาความสับสนเข้าถึงได้ตลอดเวลา สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา การรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว เวลาที่ใช้ในการตอบสนองที่รวดเร็วและมีความเสถียร

1.2 ด้านคุณภาพของข้อมูล ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นด้านคุณภาพให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์สินค้าเข้าใจง่ายไม่มีความซับซ้อน ไม่ทำให้เกิดความสับสนในตัวสินค้าและบริการ ภาพแสดงสินค้ามีรายละเอียดที่ครบถ้วนและชัดเจนทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจตัวสินค้าและแบรนด์สินค้ามีการนำเสนอข้อมูลของสินค้า มีความถูกต้องตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้กิจการมีข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการทั้งด้านคุณภาพ สร้างความน่าเชื่อถือ ความง่ายในการเข้าใจ ครบถ้วนสมบูรณ์ และถูกต้องแม่นยำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพงศ์ โรจน์นภาลัย และอรพรรณ คงมาลัย (2561: 8-11) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค กรณีศึกษาเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่าคุณภาพข้อมูล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีความง่ายในการเข้าใจ ความครบถ้วนสมบูรณ์ ของข้อมูล สี ขนาด ราคา ความถูกต้องแม่นยำ ในข้อมูลสินค้าจริง ตามที่ได้ประชาสัมพันธ์ไว้

1.3 ด้านคุณภาพการให้บริการ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นด้านคุณภาพให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือได้และเชื่อมั่นว่าจะได้รับสินค้าและบริการตามที่ได้ตกลงไว้ กิจการตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งแก้ปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วอยู่เสมอกิจการสามารถส่งสินค้าและบริการได้ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามระยะเวลาที่ตกลงไว้กิจการมีความรู้ในสินค้าและบริการที่จะให้คำปรึกษา แนะนำเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพลโรจน์ จึงประเสริฐ และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา (2563: 39) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสในมุมมองของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ พบว่าคุณภาพการให้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองที่มีต่อลูกค้า ความรู้จักและเข้าใจลูกค้า

1.4 ด้านความไว้วางใจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นด้านความไว้วางใจอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับกิจการที่ได้รับความนิยม มีความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ กิจการมีการวางระบบการสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน การส่งมอบสินค้าที่สามารถตรวจสอบทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ กิจการมีบริการหลังการขาย รับประกันสินค้าตรงตามที่สั่งและสามารถคืนสินค้าได้ หากสินค้าไม่เป็นไปตามต้องการ กิจการมีระบบช่องทางการสื่อสารให้ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นในการให้บริการ แนะนำ ปัญหา อุปสรรค ให้กิจการนำไปปรับปรุงและพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพงศ์ โรจน์นภาลัย และอรพรรณ คงมาลัย (2561: 9-11) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค กรณีศึกษาเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่า ด้านความไว้วางใจ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ร้านค้าออนไลน์มีระบบแบบมืออาชีพ ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะสินค้าได้ ภายหลังการสั่งซื้อเสร็จสมบูรณ์ มีความซื่อสัตย์จริงใจต่อลูกค้า ร้านค้าออนไลน์ได้รับความนิยม มีเรทติ้ง มีความน่าเชื่อถือ มีผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ กิจการมีอัตราการเติบโตเหนือกว่าคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน รองลงมา คือ กิจการสามารถต่อรองกับผู้จัดส่งสินค้าหรือสร้างพันธมิตรทางการค้าด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และกิจการมีทรัพยากรที่มีทักษะความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำธุรกิจ และสามารถถ่ายทอดให้ลูกค้าเข้าใจในเทคโนโลยีได้โดยง่าย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณี หลาวทอง (2558: 261-282) ที่ได้ศึกษาตัวแบบการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายในประเทศไทย พบว่าความสามารถทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งความสามารถทางการแข่งขันเกี่ยวกับด้านการสร้างความแตกต่างตัวสินค้าและบริการมีความโดดเด่น แตกต่างและมีคุณค่าเฉพาะไม่เหมือนกับสินค้าและบริการที่อื่น ๆ ซึ่งนำไปสู่อัตลักษณ์ โดดเด่น และแตกต่างกว่าคนอื่น รูปแบบของสินค้า

ภาพลักษณ์ ตรายี่ห้อ มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีความแตกต่าง สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ มีกรรมวิธีการผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งยากต่อการเลียนแบบ และความแต่กต่างของกระบวนการผลินสินค้าและบริการ สามารถเป็นผู้นำทางการตลาดและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้อย่างตรงใจลูกค้า

3. ผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์ต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่ากลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์แต่ละด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

3.1 ด้านคุณภาพของระบบ กลยุทธ์อิเล็กทรอนิกส์ด้านคุณภาพระบบมีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้ให้ความสำคัญกับให้ความสำคัญกับการมีระบบการสั่งซื้อสินค้า ง่ายต่อการค้นหาสินค้าและง่ายต่อการชำระค่าบริการ มีเว็บไซต์พร้อมใช้งานมีความเสถียร สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา เว็บไซต์มีการรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัว และการชำระเงินมีความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ระบบการสั่งซื้อสินค้า มีระบบชำระเงินมีการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณกัญญา ชุ่มสมบัติ (2560: 214) ที่ได้ศึกษา ความพึงพอใจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการยื่นชำระภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่าคุณภาพระบบด้านความเข้าใจง่าย มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้ในการยื่นชำระภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3.2 ด้านคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ให้ความสำคัญกับด้านคุณภาพการให้บริการ กิจการมีการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีความน่าเชื่อถือและเชื่อมั่นว่าจะได้รับสินค้าและบริการตามที่ได้ตกลงไว้ กิจการตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งแก้ปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วอยู่เสมอกิจการสามารถส่งสินค้าและบริการได้ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามระยะเวลาที่ตกลงไว้ กิจการมีความรู้ในสินค้าและบริการที่จะให้คำปรึกษา แนะนำเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉันธะ จันทะเสนา (2562: 35-64) ที่ได้ศึกษา ตัวแปรที่มาก่อนของการตั้งใจซื้อซ้ำของพาณิชยการอิเล็กทรอนิกส์ไทยผลการศึกษา พบว่าคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลอย่างไม่มีนัยสำคัญ โดยคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด เพราะมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อปัจจัยที่มาก่อนการซื้อซ้ำทั้งหมดรวมถึงการซื้อซ้ำ

3.3 ด้านคุณภาพข้อมูล มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ให้ความสำคัญกับด้านคุณภาพของข้อมูล การประชาสัมพันธ์สินค้าเข้าใจง่ายไม่มีความซับซ้อน ไม่ทำให้เกิดความสับสนในตัวสินค้าและบริการ ภาพแสดงสินค้ามีรายละเอียดที่ครบถ้วนและชัดเจนทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจตัวสินค้า และแบรนด์สินค้ามีการนำเสนอข้อมูลของสินค้า มีความถูกต้องตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้กิจการมีข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับตัวสินค้า และบริการทั้งด้านคุณภาพสร้างความน่าเชื่อถือ ความง่ายในการเข้าใจ ครบถ้วนสมบูรณ์ และถูกต้องแม่นยำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณกัญญา ชุ่มสมบัติ (2560: 213-238) ที่ได้ศึกษาการศึกษาความพึงพอใจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการยื่นชำระภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่าคุณภาพด้านข้อมูล ด้านความสัมพันธ์ ความเข้าใจ และคุณภาพของระบบด้านความง่ายต่อการใช้ คุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ร่วมทั้งความไว้วางใจมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้ในการยื่นชำระภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3.4 ด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ให้ความสำคัญกับกิจการที่ได้รับความนิยม มีความน่าเชื่อถือทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ กิจการมีการวางระบบการสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน การส่งมอบสินค้าที่สามารถตรวจสอบทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ กิจการมีบริการหลังการขาย รับประกันสินค้าตรงตามที่สั่งและสามารถคืนสินค้าได้หากสินค้าไม่เป็นไปตามต้องการ กิจการมีระบบช่องทางการสื่อสารให้ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นในการให้บริการแนะนำ ปัญหา อุปสรรค ให้กิจการนำไปปรับปรุงและพัฒนา สอดคล้องกับงานวิจัยของณกัญญา ชุ่มสมบัติ (2560: 213-238) พบว่าการให้บริการที่มีคุณภาพมีความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าภาพรวมมีความสัมพันธ์ ความพึงพอใจในการให้บริการ ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงทิศทางเดียวกัน

4. ผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

4.1 กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ด้านภาพระบบ (STQ) ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในทิศทางเดียวกันเนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีระบบการสั่งซื้อสินค้า ง่ายต่อการค้นหาสินค้าและง่ายต่อการชำระค่าบริการ มีเว็บไซต์พร้อมใช้งาน มีความเสถียร สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลาเว็บไซต์มีการรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัว และการชำระเงินมีความปลอดภัยในการทำธุรกรรม มีระบบการสั่งซื้อสินค้า และระบบชำระเงินมีการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐาปนพงศ์ กลิ่นนิวนิล (2558: 64-66) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดความจงรักภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์บริบทผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก พบว่าองค์ประกอบคุณภาพของข้อมูลเป็นปัจจัยการยอมรับความเสี่ยง ส่งผลทางตรงต่อความจงรักภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยเป็นปัจจัยทางอ้อมที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ ในการสร้างข้อมูลเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการประชาสัมพันธ์หรือนำเสนอสินค้าเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้าหรือแบรนด์ ซึ่งเนื้อหาจะต้อง สามารถเข้าใจได้ง่าย

4.2 กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความไว้วางใจ (TRU) ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในทิศทางเดียวกันเนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ กิจการที่ได้รับความนิยม มีความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ กิจการมีการวางระบบการสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน การส่งมอบสินค้าที่สามารถตรวจสอบทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ กิจการมีบริการหลังการขาย รับประกันสินค้าตรงตามที่สั่ง และสามารถคืนสินค้าได้ หากสินค้าไม่เป็นไปตามต้องการ กิจการมีระบบช่องทางการสื่อสารให้ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นในการให้บริการ แนะนำ ปัญหา อุปสรรค ให้กิจการนำไปปรับปรุงและพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะพงษ์ โรจน์นภาลัย และอรพรรณ คงมาลัย (2561: 9-12) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค กรณีศึกษาเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่าด้านความไว้วางใจ ร้านค้าออนไลน์มีระบบแบบมืออาชีพ ลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานะสินค้าได้ ภายหลังการสั่งซื้อเสร็จสมบูรณ์ มีความซื่อสัตย์จริงใจต่อลูกค้า ร้านค้าออนไลน์ได้รับความนิยม มีเรทติ้ง มีความน่าเชื่อถือ มีผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่อง มีความจงรักภักดีของลูกค้า มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บอกต่อกันไป

4.3 กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ด้านคุณภาพการให้บริการ (SVQ) ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ กิจการมีการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีความน่าเชื่อถือได้และเชื่อมั่นว่าจะได้รับสินค้าและบริการตามที่ได้ตกลงไว้ กิจการตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งแก้ปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้องรวดเร็วอยู่เสมอ กิจการสามารถส่งสินค้าและบริการได้ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามระยะเวลาที่ตกลงไว้กิจการมีความรู้ในสินค้าและบริการที่จะให้คำปรึกษา แนะนำเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะพงษ์ โรจน์นภาลัย (2561: 11-12) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค กรณีศึกษาเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ ร้านค้ามีช่องทางออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือ การตอบสนองของร้านค้าที่มีความรวดเร็ว การทำให้บรรลุเป้าหมายสามารถส่งสินค้าได้ตรงตามที่ตกลงกับลูกค้า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่อง มีความจงรักภักดีของลูกค้า มีการประโฆษณาประชาสัมพันธ์บอกต่อกันไป

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์กับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้ประยุกต์มาจากแนวคิดทฤษฎีแบบจำลอง Information System Success Model จากงานวิจัยของ DeLone and McLean (2003) มาประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรต้น 4 ด้าน ได้แก่ 1) คุณภาพระบบ 2) คุณภาพของข้อมูล 3) คุณภาพการให้บริการ 4) ความไว้วางใจ และตัวแปรตาม คือ ขีดความสามารถในการแข่งขัน ประยุกต์จากแนวคิดทฤษฎีจาก Porter (1980) ผลจากงานวิจัยนี้พบว่า ควรให้ความสำคัญ และนำมาใช้งานจริง 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านคุณภาพของข้อมูล ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ด้านคุณภาพระบบ (System Quality) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเว็บไซต์พร้อมใช้งาน มีความเสถียร สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา เว็บไซต์มีการรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวและการชำระเงินมีความปลอดภัย ในการทำธุรกรรม มีระบบการสั่งซื้อสินค้าและระบบชำระเงินมีการตอบสนองที่รวดเร็ว มีระบบการสั่งซื้อสินค้า ง่ายต่อการค้นหาสินค้า และง่ายต่อการชำระค่าบริการ

1.2 ด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Online Quality) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกิจการมีการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีความน่าเชื่อถือได้และเชื่อมั่นว่าจะได้รับสินค้าและบริการตามที่ได้ตกลงไว้ กิจการมีความรู้ในสินค้าและบริการที่จะให้คำปรึกษา แนะนำเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการสม่ำเสมอ กิจการสามารถส่งสินค้าและบริการได้ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามระยะเวลาที่ตกลงไว้ กิจการตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งแก้ปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วอยู่เสมอ

1.3 ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญการนำเสนอข้อมูลของสินค้า มีความถูกต้องตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้ ภาพแสดงสินค้ามีรายละเอียดที่ครบถ้วนและชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจตัวสินค้าและแบรนด์สินค้า และกิจการมีข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ ทั้งด้านคุณภาพสร้างความน่าเชื่อถือ ความง่ายในการเข้าใจ ครบถ้วนสมบูรณ์ และถูกต้องแม่นยำ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกลุ่มเป้าหมายอื่น ด้านกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการประเภทอื่น เช่น ธนาคาร รัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดกลางในเขตพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจได้ตรงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น อาจเปลี่ยนหัวข้อในการศึกษา จากการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นต้น

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอื่นด้วย ให้เป็นแนวทางเพิ่มเติมในการวางแผนการบริหารจัดการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ให้สำเร็จดียิ่งขึ้น

2.3 ควรศึกษาเกี่ยวกับระบบการสร้างระบบการทำงาน การปฏิบัติการ กลยุทธ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การเพิ่มการสร้างขีดความสามารถศักยภาพทางการแข่งขัน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจต่าง ๆ ในยุคดิจิทัล เนื่องจากเป็นยุคที่จะมีการเปลี่ยนแปลงมาใช้งานระบบดิจิทัลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบ

เอกสารอ้างอิง

ฉันธะ จันทะเสนา. (2562). ตัวแปรที่มาก่อนของการตั้งใจซื้อซ้ำของพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไทย. *วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ,* 11(2), 35-64.

ฐาปนพศ์ กลิ่นนิวนิล. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดความจงรักภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์บริบทผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณกัญญา ชุ่มสมบัติ. (2560). การศึกษาความพึงพอใจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการยื่นชำระภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์,* 57(2), 213-238.

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุญใจ ศรีสถิตย์นรากูร. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไออินเตอร์มีเดีย.

ปิยะพงษ์ โรจน์นภาลัย และอรพรรณ คงมาลัย. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคกรณีศึกษาเสื้อผ้าแฟชั่น. วลัยลักษณ์วิจัย ครั้งที่ 10. 27-28 มีนาคม 2561: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. 1-15.

ปิยะพงษ์ โรจน์นภาลัย. (2560). *โมเดลสมการเชิงโครงสร้างของการซื้อสินค้าออนไลน์ บริบทเสื้อผ้าแฟชั่น*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภรณี หลาวทอง. (2558). *ตัวแบบการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายในประเทศไทย.* ดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

วรพลโรจน์ จึงประเสริฐ และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา. (2563). คุณภาพการให้บริการขนส่งบริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรสในมุมมองของผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์, *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 14(2), 35-44.

สมบูรณ์ สุริยวงศ์, บุญมี พันธุ์ไทย, เตือนใจ เกตุษา, สุรศักดิ์ อมรรัตนศักดิ์, สมจิตรา เรืองศรี และเพ็ญศรี เศรษฐวงศ์. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัยทางการศึกษา.* กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ สำนักงานข้อมูลข่าวสารของข้าราชการ.

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกาฬสินธุ์. (2562). ฐานข้อมูลผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2562, จาก http://www.industry.go.th/kalasin

Delone, W. H. and McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of management information systems,* 19(4), 9-30.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.