

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล

สมทบ แก้วเชื้อ* บัณฑิต ผังนิรันดร์ และ ธนพล ก่อฐานะ

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในยุคดิจิทัล และ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ จำนวน 360 คน โดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการ โครงสร้าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์และนักวิชาการด้านการตลาด จำนวน 15 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับตัวแปรที่เป็นปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล อยู่ในระดับมาก และ 2) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เทคโนโลยีสารสนเทศ กลยุทธ์ทางธุรกิจ และนวัตกรรมการจัดการ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 นอกจากนี้ ผลการวิจัย ยังพบประเด็นสำคัญว่า ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องค้นหาความต้องการของลูกค้าและสนองความต้องการเหล่านั้นทันที เพื่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดอย่างรวดเร็ว โดยการใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล รวมทั้งปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดตามภาวะตลาด เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน และประยุกต์ใช้นวัตกรรมจัดการในการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อเพิ่มยอดขายและขยายตลาดให้มากขึ้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เกิดการสื่อสารทางบวกแบบปากต่อปาก มีการบริโภคซ้ำ และมีความภักดีต่อแบรนด์ ผลงานวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสู่การพัฒนาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล โดยการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในการแข่งขันทางการตลาด สร้างเครือข่ายทางการค้า และนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจออนไลน์

คำสำคัญ : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ, เทคโนโลยีสารสนเทศ, กลยุทธ์ทางธุรกิจ, นวัตกรรมจัดการ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

* ผู้ติดต่อ, อีเมล: keawchuer@hotmail.com รับเมื่อ 31 มกราคม 2562 ตอบรับ 31 พฤษภาคม 2562

Factors for Success for Online Business Entrepreneurs in the Digital Age

Somtop Kaewchuer* Bundit Phungniran and Tanapol Kortana

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the success of online business entrepreneurs in the digital age; and 2) examine factors contributing to the success of online business entrepreneurs in the digital age. This research employed quantitative and qualitative research methodologies. In the quantitative research, the sample consisted of 260 online business entrepreneurs, obtained via multi-stage sampling. The sample size was determined based on 20 times the observed variables. Data were collected with the use of a questionnaire and analyzed with a structural equation model. For the qualitative research, in-depth interviews were conducted with 15 key informants including online business entrepreneurs and academic persons in the field of marketing. These informants were selected by purposive sampling. Data were analyzed with content analysis. The research findings showed that: 1) the success of the online business entrepreneurs was rated at a high level; 2) the characteristics of entrepreneurs, information technology, business strategies, and management innovation, all contributed to the success of online business entrepreneurs in the digital age with .05 level of statistical significance. Moreover, the findings also revealed an important point that entrepreneurs in the digital age needed to examine the needs of customers and respond to such needs promptly so that a marketing opportunity could be gained quickly. This could be done with the use of technologies in the digital age. Additionally, online entrepreneurs also needed to adjust their marketing strategies according to the market situations to ensure that they are competitive. They also needed to apply management innovation in the adjustment of business strategies to increase sales and expand their markets. These would align the business according to customer needs, leading to customer satisfaction, word of mouth communication among customers, repeat consumption, and brand loyalty. These findings can be used as guidelines for the development of success of online business entrepreneurs in the digital age by enhancing their potential in terms of marketing competitive advantage, creating and improving trading networks, and applying innovations and modern technologies in the development of their online businesses.

Keywords : Characteristics of entrepreneur, Information technology, Business strategy, Innovation

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

* Corresponding author, E-mail: keawchuer@hotmail , Received: January 2019, Accepted: 31 May 2019

1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่ยุคที่ระบบเศรษฐกิจและสังคมจำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสนับสนุนการทำงานโดยหลอมรวมเข้ากับวิถีชีวิตของคนอย่างแท้จริง โดยเฉพาะดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) ที่เกี่ยวข้องกับการค้าการลงทุน การประกอบธุรกิจให้บริการด้านต่าง ๆ ทำให้พบว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้ประเทศไทยต้องเร่งนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่ประเทศไทยกำลังเผชิญอยู่หรือเพิ่มโอกาสในการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน [1] และแนวคิดประเทศไทย 4.0 รัฐบาลมีนโยบายในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานโดยใช้นวัตกรรม การปฏิรูปกระบวนการทางธุรกิจ การผลิต การค้าและการบริการ ที่สามารถเชื่อมโยงและเอื้อประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้นโดยส่งผลให้องค์กรมีลักษณะแบบเครือข่ายมากขึ้น มีการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในองค์กรเชื่อมต่อหน่วยงานภายในและภายนอกในการสนับสนุนการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กรด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้การออกแบบหน่วยธุรกิจมีขนาดเล็กลงและเน้นการทำงานเชื่อมโยงกันกับหน่วยธุรกิจอื่นเป็นเครือข่ายตามความเชี่ยวชาญและประโยชน์ทางเศรษฐศาสตร์เป็นหลัก โครงสร้างขององค์กรได้รับผลตามกระแสของเทคโนโลยีอย่างสมบูรณ์ [2] การนำนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้ในวงกว้างเป็นไปอย่างก้าวกระโดดเรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบันในทุก ๆ มิติ ส่งผลต่อการพัฒนาทางธุรกิจ การ

พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมที่ทุกคนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล แหล่งเรียนรู้ ตลาด และบริการต่าง ๆ ในรูปแบบใหม่ และเกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการทำธุรกิจซื้อ-ขาย สินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือที่เรียกว่า อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) เป็นวิธีการทำธุรกรรมทางธุรกิจผ่านระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะสามารถใช้งานได้ทุกที่ทั่วโลกทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถใช้ อีคอมเมิร์ซ ในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย ทำให้ระบบสารสนเทศเป็นแหล่งที่มาหลักของการสร้างมูลค่าในการประกอบการในการซื้อ-ขาย ผลิตภัณฑ์และบริการ [3] ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาอีคอมเมิร์ซ ได้เปลี่ยนวิธีการในการสร้างความเติบโตให้กับการค้ารวมทั้งเปิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ และการเพิ่มจำนวนการปรับโครงสร้างองค์กร กระบวนการที่จำเป็นในการแข่งขันในตลาดโลก โดยเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่มีความต้องการสูงทั่วโลก [4] การสร้างความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลในกลุ่มคนรุ่นใหม่และบุคคลทั่วไปให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น และพร้อมให้การสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรเพื่อป้อนสู่อุตสาหกรรม และทำให้เกิด Digital Entrepreneurship ตามนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเติบโตและประสบความสำเร็จในธุรกิจได้ ทำให้การส่งเสริมเกิดผู้ประกอบการใหม่ทางด้านดิจิทัล (Digital Startup) นับว่าเป็นกระแสที่มาแรงเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการมุ่งเน้นการสร้างธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดเป็นสินค้าและ

บริการบนพื้นฐานของการสร้างสรรค์นวัตกรรมผสมผสาน เข้ากับการทำธุรกิจ ทั้งยังเป็นการส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็ก และขนาดกลางเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบ เศรษฐกิจของประเทศแต่ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ผู้ประกอบการชาวไทยที่ประสบความสำเร็จโดยอาศัย องค์ประกอบด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมผ่านช่องทาง ออนไลน์มีจำนวนไม่ถึงร้อยละ 10 ทั้งที่ปัจจุบันหลายภาค ส่วนสนับสนุนให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจ Startup นั้นอาจ ส่งผลจากการที่ผู้ประกอบการขาดความเข้าใจด้านการตลาด และลูกค้าอย่างแท้จริงที่ต้องอาศัยองค์ประกอบด้าน เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่จึงมักมีความมั่นใจและใส่ใจในเรื่องดังกล่าวมากเกินไป กระทั่งละเลยหรือลืมนองรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ อย่างรอบด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการที่แท้จริง ของลูกค้า ส่งผลให้เกิดความผิดพลาดขึ้นและลูกค้าจะ สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของธุรกิจ Startup ได้นั้น ต้องอาศัยเทคโนโลยีและเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ อาทิ สมาร์ทโฟน ฯลฯ ทำให้กลุ่มลูกค้าแคบลง ทำให้ พฤติกรรมดังกล่าวจึงยังไม่เติบโตเท่าที่ควรเมื่อเทียบกับ ประเทศอื่น ๆ [5] ดังนั้นผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการในยุค ดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จจำเป็นจะต้องมีความตื่นตัวกับ การเปลี่ยนแปลงรวดเร็วที่จะเกิดขึ้นกับงานที่ทำเพื่อให้เกิด ความสำเร็จ

จากที่มาของความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษา ข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่สร้าง ความสำเร็จให้กับผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลในธุรกิจ ออนไลน์เพื่อเป็นแรงผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนธุรกิจ ต่าง ๆ และสามารถนำสื่อสังคม ออนไลน์มาประยุกต์ใช้ให้

เกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุด รวมไปถึงสามารถสร้าง ความสำเร็จต่อไปในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์ของการ วิจัย คือศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในยุคดิจิทัล และ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล

2. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ กำหนดและมีความน่าเชื่อถือในระดับมาก [6] ในการวิจัย เชิงปริมาณ มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย หรือผู้ประกอบการ ธุรกิจออนไลน์ ที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 527,324 ราย [7] ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คน โดยใช้ เหน้ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต [8] ใช้วิธีการสุ่มแบบหลาย ขั้นตอน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจ ออนไลน์และนักวิชาการด้านการตลาด จำนวน 15 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการ วิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรมีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลจากผู้ประกอบการธุรกิจ ออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งมีปัจจัยเกี่ยวพันจากตัวแปร ทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ ตัวแปรด้านคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ ตัวแปรด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ ตัวแปรด้าน

เทคโนโลยีสารสนเทศ และตัวแปรด้านนวัตกรรม การจัดการ และมีสมมติฐาน ดังนี้

1. คุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล

2. คุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ

3. คุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม การจัดการ

4. เทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล

5. เทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ

6. เทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม การจัดการ

7. กลยุทธ์ทางธุรกิจมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม การจัดการ

8. นวัตกรรม การจัดการเป็นปัจจัยส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล

9. กลยุทธ์ทางธุรกิจมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล

3. ผลการวิจัย

3.1 ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในยุคดิจิทัล

3.1.1 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลทั้ง 4 ด้าน แสดงดังตารางที่ 1

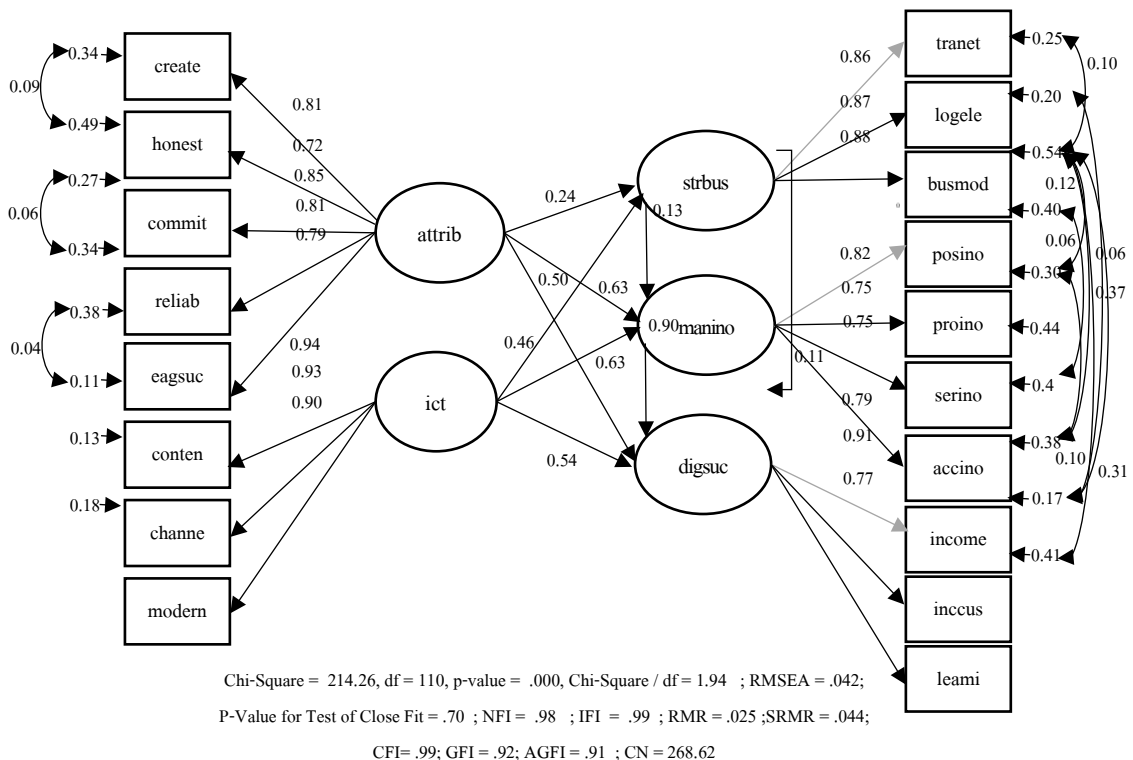
ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (n = 360)

Factors	$\bar{X}$	S.D.	Level
1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (attrib)	3.580	0.688	มาก
2. เทคโนโลยีสารสนเทศ (ict)	3.625	0.864	มาก
3. กลยุทธ์ทางธุรกิจ (strbus)	3.627	0.846	มาก
4. นวัตกรรม การจัดการ (manino)	3.652	0.715	มาก
5. ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล (digsuc)	3.946	0.732	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา อยู่ในระดับมากทุกด้าน

3.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล

3.2.1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

จากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (ภาพที่ 1) ผู้วิจัยจึงได้ให้การเชื่อถือการประมาณค่าพารามิเตอร์ในแบบจำลองดังกล่าว และได้รายงานถึงค่าสมการ (Equation) ที่เกิดขึ้นในแบบจำลอง ทั้งในส่วนที่เป็นการรายงานผลของค่าสมการ ได้รายงานทั้งในส่วนของการวัด (Measurement Model) ที่แสดงให้เห็นถึงค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรเชิงประจักษ์ (Observation Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) และแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model) ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงด้วยกันเองตามสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยผลการวิเคราะห์ พบว่า

แบบจำลองที่ได้ดำเนินการปรับแก้ให้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาจากดัชนีความกลมกลืน (Fit Index) ดังนี้ $\chi^2 = 214.26$, $df = 110$, $p\text{-value} = .000$ ยังไม่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากค่า $p\text{-value}$ ต้องมีค่ามากกว่า .05 แต่อย่างไรก็ตามจากหลักการวิเคราะห์ความกลมกลืนของสมการโครงสร้าง [9] ผู้วิจัยจึงได้พิจารณาจากค่า χ^2 / df ร่วมด้วย $\chi^2 / df = 1.94$ ถือว่าผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่ามากกว่า 2.00 ค่า RMSEA = .042 ถือว่าผ่านเกณฑ์ เพราะว่ามีค่าน้อยกว่า .05 ค่า P-Value for Test of Close Fit = .70 ถือว่าผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่ามากกว่า .50, ค่า NFI = .98 ถือว่าผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่ามากกว่า .90, ค่า IFI = .99 ถือว่า

ผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่ามากกว่า .90, ค่า RMR = .025 ถือว่าผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่าน้อยกว่า .05, ค่า SRMR = .044 ถือว่าผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่าน้อยกว่า .05, ค่า CFI = .99 ถือว่าผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่ามากกว่า .90, ค่า GFI = .92 ถือว่าผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่ามากกว่า .90, ค่า AGFI = .91 ถือว่าผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่ามากกว่า .90 และค่า CN = 268.62 ถือว่าผ่านเกณฑ์เพราะว่ามีค่ามากกว่า 200.00 ทำให้สรุปได้ว่าตัว

แปรทุกตัวเป็นตัววัดที่ดีและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.2.2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect)

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรต้น			
			กลยุทธ์ทางธุรกิจ (strbus)	นวัตกรรมจัดการ (manino)	คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (attrib)	เทคโนโลยีสารสนเทศ (ict)
กลยุทธ์ทางธุรกิจ (strbus)	.82	DE	-	-	.24*(2.91)	.69*(8.18)
		IE	-	-	-	-
		TE	-	-	.24*(2.91)	.69*(8.18)
นวัตกรรมจัดการ (manino)	.91	DE	.13*(5.24)	-	.63*(7.04)	.48*(4.32)
		IE	-	-	.23*(3.12)	.29*(3.27)
		TE	.13*(5.24)	-	.86*(7.13)	.77*(4.91)
ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล (digsuc)	.60	DE	.11*(3.54)	.90*(2.88)	.63*(2.58)	.54*(2.59)
		IE	.12*(3.22)	-	.22*(2.26)	.27*(3.44)
		TE	.23*(3.44)	.90*(2.88)	.85*(3.28)	.81*(8.18)

Chi-Square = 214.26, df = 110, p-value = .000, Chi-Square / df = 1.94; RMSEA = .042; P-Value for Test of Close Fit = .70; NFI = .98; IFI = .99; RMR = .025; SRMR = .044; CFI = .99; GFI = .92; AGFI = .91; CN = 268.62

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 () เป็นค่าสถิติทดสอบ t หากมีค่าไม่อยู่ระหว่าง -1.96 ถึง 1.96 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ศึกษาอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรทั้ง 4 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พบว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจ นวัตกรรมจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพล

ทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .11, .90, .63 และ .54 ตามลำดับ และยังพบว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจมีอิทธิพลทางอ้อมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .12 ส่งผลให้มีอิทธิพลรวมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .23 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .22 ส่งผลให้มีอิทธิพลรวมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .85 และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลทางอ้อมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .27 ส่งผลให้มีอิทธิพลรวมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .81

3.2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพความสัมพันธของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลจากการสัมภาษณ์ ผู้เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล จากผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งมีปัจจัยเกื้อหนุนจากตัวแปร โดยได้สัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อยืนยันข้อมูลจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล กับตัวแปร ทั้ง 4 ด้าน คือ ตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านนวัตกรรมการจัดการและการใช้ทฤษฎี สามเสา มี 3 ส่วน ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องในความสำเร็จด้านธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยยุคดิจิทัล ส่วนที่ 2

ข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ และส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลจากผู้วิจัยค้นพบ เพื่อยืนยันและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ ด้านความสำเร็จด้านธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยยุคดิจิทัล และข้อมูลจากผู้วิจัยค้นพบ ซึ่งจะนำเสนอ เพื่อเชื่อมโยงตัวแปรทั้ง 4 ด้านกับความสำเร็จด้านธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยยุคดิจิทัล ดังนี้

1. ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยยุคดิจิทัล แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องมีความรู้ความสามารถ พัฒนตนเองให้รู้ทันตลาดอยู่เสมอ การทำธุรกิจย่อมมีปัญหาทั้งกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย การจัดส่งสินค้าและแม้กระทั่งลูกค้าเองก็สร้างปัญหาให้แก้ได้มากมาย ผู้ที่จะสำเร็จในธุรกิจนี้ได้ ต้องมีความมุ่งมั่น มั่นใจในความรู้ความสามารถ สินค้าและศักยภาพแบรนด์ของตนเองในการเข้าสู่ตลาด คุณลักษณะอีกประการคือความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าเป็นการสร้างความไว้วางใจและความยั่งยืนให้กับธุรกิจได้ด้วย สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือความต้องการความสำเร็จในการทำธุรกิจเป็นการตั้งเป้าหมายในตนเองเพื่อก้าวไปถึงจุดนั้นโดยไม่ย่อท้อ และประการสำคัญการเป็นนักธุรกิจที่ต้องการความยั่งยืนต้องมีคุณธรรมประจำใจ อย่างให้ธุรกิจบังตา ไม่เห็นความถูกต้อง หรือผิดชอบ ชั่วดี หากนักธุรกิจมองเห็นแต่การแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียวสุดท้ายก็จะล้มเหลวทั้งนี้อาจเป็นเพราะคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจจะเป็นสิ่งที่นำพาความสำเร็จหรือความล้มเหลวมาสู่ธุรกิจจากพฤติกรรมและการกระทำนั่นเอง ดังนั้น การที่ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่น พยายาม ใฝ่เรียนรู้ประสบการณ์ทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด จนมีความมั่นใจ ไม่ย่อ

ท้อด้วยความกระหายต่อเป้าหมายความสำเร็จบนความซื่อสัตย์และการมีคุณธรรม ผู้ที่มาติดต่อซื้อขาย แม้กระทั่งลูกค้าเองก็สัมผัสได้ และเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในการให้บริการและรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า ในหลากหลายช่องทางที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลาในทุกที่ ความได้เปรียบต้องเกิดขึ้นและสร้างศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดได้อย่างมั่นคง

2. ด้านตัวแปรด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยยุคดิจิทัลพบว่า การมีเครือข่ายทางการค้า ทั้งคู่ค้าและคู่แข่งย่อมสร้างประโยชน์แก่ธุรกิจของเราทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารทางการค้าที่เป็นประโยชน์ การแบ่งพื้นที่ทางการค้าและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องรู้จักเลือกใช้เครือข่ายอย่างเหมาะสม เช่นเดียวกันกับการใช้ห่วงโซ่อุปทานบนเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสร้างความสะดวกรวดเร็วทั้งผู้ค้าและลูกค้า ทำให้ธุรกิจมีความคล่องตัว สินค้าและบริการถึงมือลูกค้าได้เร็วมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันการกำหนดรูปแบบธุรกิจที่มาจากข้อกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจสามารถทำให้ผู้ประกอบการมีความสำเร็จในธุรกิจออนไลน์มากขึ้นทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลยุทธ์ทางธุรกิจมีการนำเอาแนวโน้มทางธุรกิจ การศึกษาเครือข่าย และตลาดที่มีความต้องการของลูกค้า รวมถึงคู่แข่งทางการค้า ความต้องการประเภทและชนิดของผลิตภัณฑ์ และสนิมขของผู้บริโภค มากำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สามารถกำหนดรูปแบบการค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนั้น การมีเครือข่ายโลจิสติกส์ทางอิเล็กทรอนิกส์ก็มีส่วนสำคัญในการที่จะทำให้ลูกค้าได้รับการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ส่งผลต่อการขยายตลาดได้อย่างมั่นคง

3. ด้านตัวแปรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยยุคดิจิทัล พบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือทางการค้า และการทำธุรกิจในโลกปัจจุบันที่มีการสื่อสารและเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การนำเสนอเนื้อหาหรือข้อมูลสินค้า ที่แสดงให้ลูกค้าได้รับรู้เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ซึ่ง อีกทั้งสร้างช่องทางการตลาดที่ทำให้ลูกค้าได้รับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการมากขึ้น ทั้งการซื้อสินค้าตามช่องทางต่าง ๆ โดยใช้เทคโนโลยีก็มีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้นทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าและสามารถตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็วเป็นผลจากเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถสร้างช่องทางในการรับรู้ด้านเนื้อหาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การซื้อขายที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างหลากหลายอย่างรวดเร็ว เป็นการสร้างโอกาสความสำเร็จทางการค้าได้มากขึ้น

4. ด้านตัวแปรด้านนวัตกรรมการจัดการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยยุคดิจิทัล พบว่าเป็นกระบวนการใหม่ ๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์นำมาใช้เพื่อพัฒนาการทำธุรกิจของตนเองให้ดีขึ้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นย่อมสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจออนไลน์ รวมทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกหากถูกใจ ดังนั้นการผลิตสินค้า การปรับปรุงคุณภาพสินค้า เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจจึงถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และการบริการรูปแบบใหม่ที่เหนือความคาดหมายก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจออนไลน์ประสบความสำเร็จและลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นจนต้องยอมรับนวัตกรรมที่ให้ความสะดวกรวดเร็ว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

นวัตกรรมการจัดการทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการบริการ และการยอมรับในนวัตกรรมนั้นสามารถสร้างและพัฒนาธุรกิจออนไลน์ให้ก้าวสู่การแข่งขันทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างโอกาสสู่ความสำเร็จในธุรกิจออนไลน์ได้อย่างมั่นคง

4. อภิปรายผล

จากอิทธิพลของตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลที่ประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์ ความมุ่งมั่น ความเชื่อมั่น และการกระหายความสำเร็จ สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและมีความไว้วางใจมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับ Joanne [10] ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พบว่า การวางแผนในการก้าวไปสู่ความสำเร็จต้องมีความชัดเจน ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมุ่งมั่นเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และตัวแปรด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลที่ประกอบด้วย เครือข่ายทางการค้า โลจิสติกส์บนเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์และรูปแบบธุรกิจสามารถทำให้การค้าและการทำธุรกิจออนไลน์มีความคล่องตัวขึ้นมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับ Brenes et. al. [11] ที่ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในตลาดเกิดใหม่: กรณีของธุรกิจการเกษตรในละตินอเมริกา พบว่า รูปแบบธุรกิจต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ในตลาดนั้น ๆ และที่สำคัญต้องสร้างความแตกต่างให้ลูกค้าได้เลือกและเปรียบเทียบกับสินค้าแบบเดิมที่มีอยู่แล้ว ถัดมาคืออิทธิพล

ของตัวแปรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ที่ประกอบด้วย เนื้อหา ช่องทางและความทันสมัย สามารถทำให้ทั้งผู้ค้าหรือผู้จัดจำหน่ายและลูกค้ามีความสะดวกรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับ Dobbs [12] ที่ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางในการใช้กรอบทั้งห้าของ Porter ในการทำธุรกิจ พบว่า การให้ลูกค้าได้รับรู้และรู้จักสินค้าได้เร็วมากเท่าไรก็ย่อมเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจมากเท่านั้น ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งต้องมีช่องทางหลากหลายช่องทางในการที่ลูกค้าเลือกใช้ ถัดมาคืออิทธิพลของตัวแปรด้านนวัตกรรมการจัดการ ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ที่ประกอบด้วย นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ และการยอมรับนวัตกรรม สามารถทำให้ธุรกิจออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุดมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับ Huameg [12] ที่ได้ศึกษาเรื่อง การนำนวัตกรรมมาพัฒนาธุรกิจ พบว่า นวัตกรรมการจัดการทั้งด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการและการบริการ สามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจและเกิดความภักดีต่อสินค้าและความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล จากอิทธิพลของตัวแปรด้านนวัตกรรมการจัดการ ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ ได้ข้อค้นพบว่า สามารถทำให้มีรายได้สูงขึ้น มีลูกค้าเพิ่มขึ้น และผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เกิดการเรียนรู้จากการทำธุรกิจมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ O'Donnell [14] ที่ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของเครือข่ายเพื่อการตลาดของ บริษัท ขนาดเล็ก พบว่าเครือข่ายทางธุรกิจ

สามารถให้ประโยชน์ทางการค้าทั้งที่เป็นข้อมูลและแนวทางการตลาด ซึ่งสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

5. สรุปผล

ผู้วิจัยพบว่าระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในยุคดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วยนวัตกรรมการจัดการ กลยุทธ์ทางธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ตลอดจนความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ส่วนคุณลักษณะของผู้ประกอบการเทคโนโลยีสารสนเทศ กลยุทธ์ทางธุรกิจ และนวัตกรรมการจัดการ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 อีกทั้งผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นสำคัญที่ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องค้นหาความต้องการของลูกค้าและสนองความต้องการเหล่านั้นทันทีเพื่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล รวมทั้งปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดตามภาวะตลาดเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน และประยุกต์ใช้นวัตกรรมจัดการมาปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อเพิ่มยอดขายและขยายตลาดให้มากขึ้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เกิดการสื่อสารทางบวกแบบปากต่อปาก มีการบริโภคซ้ำ และมีความภักดีต่อแบรนด์

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากงานวิจัยทำให้พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล มีความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านนวัตกรรมจัดการ รองลงมาคือตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ตัวแปรด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศ และตัวแปรด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจ นอกจากนั้นตัวแปรเชิงสาเหตุทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ผู้ประกอบการไทยยุคดิจิทัล ได้ร้อยละ 60 ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะเชิงวิชาการคือ รัฐบาล โดยกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงเอกชนและองค์กรที่ดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ควรสนับสนุนด้านนวัตกรรมจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ เทคโนโลยีสารสนเทศ และ กลยุทธ์ทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ รวมถึงการสนับสนุนสินเชื่อที่มีความเป็นไปได้เพียงพอดต่อการดำเนินการ โดยมีเงื่อนไขที่ไม่ยุ่งยากจนเกินไป เพื่อการพัฒนามาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้า ให้ธุรกิจออนไลน์มีความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน

6.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากงานวิจัยเป็นสิ่งที่สืบเนื่องจากด้านวิชาการ ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล โดยรัฐบาลและเอกชนควรกำหนดนโยบายความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ในการพัฒนาความสำเร็จธุรกิจออนไลน์ผู้ประกอบการไทยยุคดิจิทัล ให้มีศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด สร้างเครือข่ายทางการค้าด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจออนไลน์

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] Legal Department, “The Secretariat of The Senate 2017”, *Julniti Journal* 14(2), 2017, pp. 75-77.
- [2] Peerapong Kitiveshpokawat, “Technology Impact Your Daily Life”, Available: http://socialtht.blogspot.com/2011/01/blog-post_788.html, 07 April 2017. (in Thai)
- [3] M.Hasan.Harris, “Entrepreneurship and Innovation in e-Commerce”, *Journal of Achievements in Materials and Manufacturing Engineering* 32(1), 2009, pp 92.
- [4] Ramanathan, R., U. Ramanathan and H. Hsiao, “The Impact of e-Commerce on Taiwanese SMEs: Marketing and Operations Effects”, *Int. J. Production Economics* 140(2), 2012a, pp. 934-943.
- [5] Sasirin Sayasonti, “Why Startup in Thailand is not Successful?”, Available: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760159>, 12 February 2018. (in Thai)
- [6] Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L., “Designing and Conducting Mixed Methods Research Thousand Oaks”, CA: Sage, 2007.
- [7] Electronic Transactions Development Agency (Public Organization), “Value of E-Commerce Survey in Thailand 2016 Thailand Internet User Profile 2016”, Available: <http://www.eta.or.th/publishing-detail/value-of-e-commerce-survey-2016.html>, 16 January 2017. (in Thai)
- [8] Nonglak wiratchai, “Twilight Program (66) Selection of Appropriate Statistics for Research”, Bangkok: National Research Council of Thailand, 2009.
- [9] Hoyle, Rick H., ed. “Handbook of structural equation Modeling”, Guilford press, 2012.
- [10] Joanne Snider, “Success Factors of Small Business Owners of Independent Financial Planning”, *Firms Walden Dissertations and Doctoral Studies College of Management and Technology Walden University*, 2015.
- [11] Brenes, E. R., Montoya, D., & Ciravegna, L., “Differentiation Strategies in Emerging markets: The Case of Latin American Agribusinesses”, *Journal of Business Research* 67, 2014, pp 847-855.
- [12] Dobbs, M. E., “Guidelines for applying Porter’s five forces framework: A set of industry analysis templates”, *Competitiveness Review* 24, 2014, pp 32-45, doi:10.1108/CR06-2013-0059
- [13] Huang, K. H., & Ribeiro- Soriano, D. E., “Developmental management: Theories, Methods, and Applications in Entrepreneurship, Innovation, and Sensemaking”, *Journal of Business Research* 67, 2014, pp 657–662.
- [14] O’Donnell, A, “The Contribution of Networking to Small Firm Marketing”, *Journal of Small Business Management* 52, 2014, pp 164- 187, doi: 10.1111/jsbm.12038