



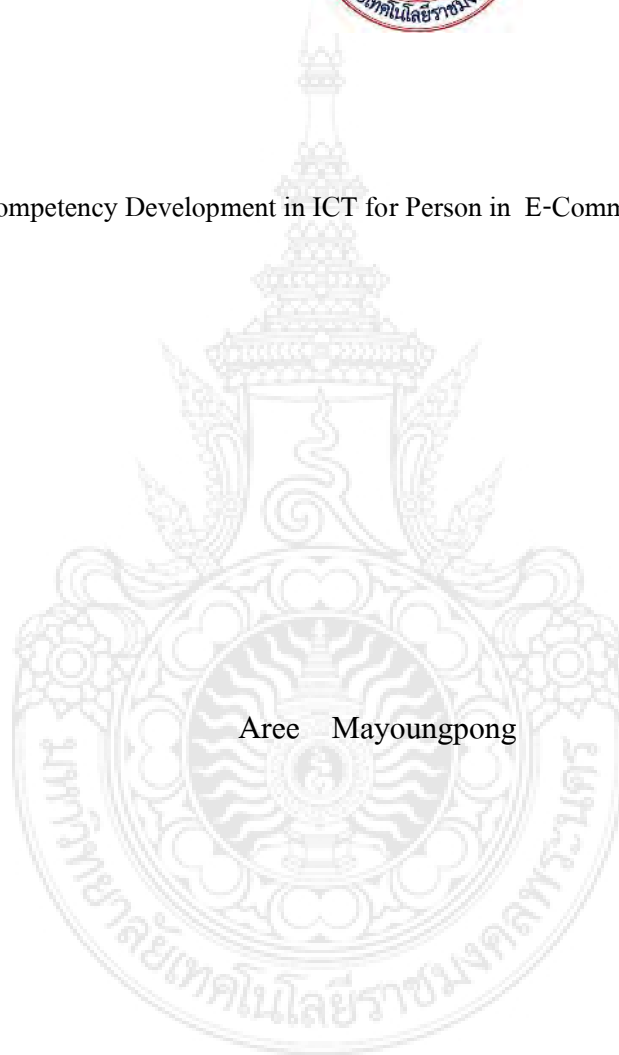
รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

อารีย์ มัยงพงษ์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



The Model of Competency Development in ICT for Person in E-Commerce of Thailand



Aree Mayoungpong

The Research in Funded by Business Administration Faculty

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Year 2014

ชื่อเรื่อง : รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ของประเทศไทย

ผู้วิจัย : อารีย์ มัยยพงษ์

พ.ศ. : 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และนำเสนอรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 385 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้ให้สัมภาษณ์คือผู้เชี่ยวชาญด้านไอซีทีจากหน่วยงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 10 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA)

ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 3 องค์ประกอบ โดยมีตัวแปรจำนวน 47 ตัวแปร ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 74.979 ประกอบด้วย องค์ประกอบสมรรถนะความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน 36 ตัวแปร ซึ่งสมรรถนะที่จำเป็นมากที่สุด คือ ความสามารถพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Verified) องค์ประกอบสมรรถนะการมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ จำนวน 6 ตัวแปร ซึ่งสมรรถนะที่จำเป็นมากที่สุด คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร และองค์ประกอบสมรรถนะการคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์ จำนวน 5 ตัวแปร ซึ่งสมรรถนะที่จำเป็นมากที่สุด คือ ความสามารถในการไตร่ตรองเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบ

Title : The Model of Competency Development in ICT for Thai E-Commerce Personnel

Researcher : Aree Mayoungpong

Year : 2014

Abstract

The purposes of this study were to investigate the component of information and communication technology (ICT) competency for Thai e-commerce personnel and presents The model of competency development in ICT for Thai e-Commerce personnel. The questionnaire was administered to collect quantitative data from 385 electronic business personnel samples and the in-depth interview method was applied to obtain qualitative data from 10 experts in information and communication technology from public and private sectors. The collected data were analyzed by frequency distribution, percentage distribution, mean, standard deviation, and Exploratory Factor Analysis (EFA).

The results revealed three components with 47 variables of ICT competency for Thai for Thai e-commerce personnel, which can describe the combined variance at 74.979 percent. Of all variables, 36 variables are highly necessary to identify the competency to design and develop websites and benefit the ability to develop and improve the website according DBD Verified. Six variables refer to the competency concerning the interpersonal skill and responsibility among the personnel inside or outside the organization. Finally, five other variables are responsible for the ability to carefully analyze troubles with caution.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับการสนับสนุนหัวข้อการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ 2557 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้

ในการดำเนินงานวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์ ดร. มนต์ชัย เทียนทอง เป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความชัดเจนของเนื้อหา รูปแบบของ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ และได้รับความกรุณาจาก ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

และขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะ ที่เป็น ประโยชน์ต่อผลการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

อารีย์ มัยงพงษ์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(ข)
กิตติกรรมประกาศ	(ค)
สารบัญ	(ง)
สารบัญตาราง	(ช)
สารบัญภาพ	(ซ)
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์	6
ประโยชน์ของผลการวิจัย	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับไอซีที	8
1.1 ความหมายของไอซีที	8
1.2 ความสำคัญของไอซีที	9
1.3 โครงสร้างของไอซีที	11
ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	12
2.1 ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	12
2.2 แนวคิดการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	13
2.3 แนวทางการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	19
2.4 เว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	23
2.5 สถานภาพของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	28
2.6 อาชีพด้านไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	29
2.7 การพัฒนาทรัพยากรบุคคลในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
	ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ	31
	3.1 ความหมายของสมรรถนะ	31
	3.2 องค์ประกอบของสมรรถนะ	33
	3.3 สมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	37
	ส่วนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
3	วิธีดำเนินการวิจัย	45
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46
	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	47
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
	การวิเคราะห์ข้อมูล	49
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
	ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	52
	ตอนที่ 2 ระดับสมรรถนะไอซีทีที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	55
	ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรใน ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	65
	ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์	72
	ตอนที่ 5 ผลการนำเสนอรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรใน ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย	74
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	76
	สรุปผลการวิจัย	76
	อภิปรายผล	80
	ข้อเสนอแนะ	81

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	87
แบบสอบถาม	88
แบบสัมภาษณ์	96
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการวิจัย	98
ประวัติผู้วิจัย	99



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในโลก ระหว่างปี ค.ศ. 2000-2011	2
1.2 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ที่เคยซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2553	3
1.3 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2550-2554	4
2.1 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย ปี พ.ศ. 2555 จำแนกตามประเภทของ ผู้ประกอบการ	18
3.1 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนา ธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์	45
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
4.2 ประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ	54
4.3 ระดับสมรรถนะไอซีทีที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	55
4.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	62
4.5 ลำดับขององค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	65
4.6 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรในองค์ประกอบที่ 1 ความรู้ความสามารถ ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	66
4.7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรในองค์ประกอบที่ 2 การมีมนุษยสัมพันธ์ และความรับผิดชอบ	69
4.8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรในองค์ประกอบที่ 3 การคิดอย่างเป็นระบบ และมุ่งผลสัมฤทธิ์	70
4.9 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรสมรรถนะไอซีทีของ บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	71

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
2-1	ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการ	14
2-2	ประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในปี 2556	16
2-3	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้/แปซิฟิก ปี 2553-2556	17
2-4	ความหมายของสมรรถนะที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม ผลงาน และผลลัพธ์	33
2-5	องค์ประกอบของสมรรถนะตามแนวคิดของแมคเคิลเลนด์	34
2-6	ประเภททักษะที่จำเป็นสำหรับการประสบความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	39
3-1	สรุปขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	48
4-1	รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	74
4-2	องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	75



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกได้ก้าวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบดิจิทัล (Digital Economy) ที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology : ICT) เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน โดยช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล การผลิต การบริหารจัดการ และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมของประเทศในระดับโลก ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ ธุรกิจทั่วโลกได้ดำเนินธุรกิจในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นอย่างแพร่หลายและหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการทำธุรกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือเรียกว่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce หรือ e-Commerce) ซึ่งเป็นช่องทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตที่เป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดน สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรง โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลาและสถานที่ มีผลต่อภาคธุรกิจในการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานและขยายกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2554) นอกจากนี้ยังช่วยสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถแข่งขันในระบบการค้าทั่วโลกได้โดยตรง (Jennex et al., 2003) ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้กำหนดนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจของประเทศให้สามารถเจริญเติบโตได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยส่งเสริมการยกระดับองค์ความรู้และทักษะของผู้ประกอบการทั้งด้านการผลิต การตลาด และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ ประกอบกับแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2552-2556 ได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนากำลังคนด้านไอซีที พัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในด้านการค้า (e-Commerce) เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต จึงกล่าวได้ว่า การนำไอซีทีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจำเป็นต้องมีความเข้าใจทั้งในเชิงเทคโนโลยีและเชิงการบริหารจัดการ

เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการดำเนินชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจบนโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นผลทำให้จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในโลก มีการขยายจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยจากการสำรวจของ Internet World Stats (2011)

พบว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในโลก ระหว่างปี ค.ศ. 2000-2011 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ.2011 มีจำนวนประมาณ 2,267 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 32.71 ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากรโลก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในโลก ระหว่างปี ค.ศ. 2000-2011

ปี ค.ศ.	จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (ล้านคน)	จำนวนประชากรโลก (ล้านคน)	ร้อยละของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ต่อจำนวนประชากรโลก
2000	361	6,089	5.93
2001	513	6,165	8.32
2002	587	6,242	9.40
2003	719	6,317	11.38
2004	817	6,393	12.78
2005	1,018	6,469	15.74
2006	1,093	6,546	16.70
2007	1,319	6,624	19.91
2008	1,574	6,701	23.49
2009	1,802	6,777	26.59
2010	1,966	6,845	28.72
2011	2,267	6,930	32.71

ที่มา: Internet World Stats, 2011

เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2553 นับได้ว่ามีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนทั้งสิ้น 24 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 28.87 ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากรไทย ทั้งนี้จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง ได้ส่งผลดีต่อการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีการขยายการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน ซึ่งจากการสำรวจจำนวนผู้ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่ปี

พ.ศ. 2543-2553 พบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงเจริญเติบโต ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1.2 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ที่เคยซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2553

ปี พ.ศ.	จำนวนผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต (พันคน)	จำนวน ประชากรไทย (พันคน)	ร้อยละของจำนวน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ต่อจำนวนประชากรไทย	ร้อยละของผู้เคยซื้อ สินค้าทาง อินเทอร์เน็ต
2543	2,300	61,878	3.72	19.1
2544	3,500	62,308	5.62	19.6
2545	4,800	62,799	7.64	23.6
2546	6,000	63,079	9.51	20.9
2547	6,970	61,973	11.25	29.9
2548	9,909	62,828	15.77	30.7
2549	11,413	62,878	18.17	31.4
2550	13,416	63,038	21.28	28.9
2551	16,100	63,389	25.40	45.9
2552	18,300	63,525	28.81	47.8
2553	24,000	63,678	28.87	57.2

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2553

นอกจากนี้ยังส่งผลให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย มีมูลค่าการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2552 คิดเป็นร้อยละ 18.58 และหกเดือนแรกของปี พ.ศ. 2554 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 คิดเป็นร้อยละ 10.59 ซึ่งตลาดของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นตลาดในประเทศประมาณ ร้อยละ 78.8 และตลาดต่างประเทศ ร้อยละ 21.2 ของมูลค่าทั้งหมด เช่น อังกฤษ อเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ เป็นต้น (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2554) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 1.3 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2550-2554

ปี พ.ศ.	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของประเทศไทย (ล้านบาท)	ร้อยละของการเพิ่มขึ้น มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ ประเทศไทย
2550	305,159	38.13
2551	427,460	40.08
2552	527,538	23.49
2553	608,587	18.58
2554 (6เดือน)	629,611	10.59

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2554

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นับว่า เป็นพื้นที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ปัจจุบันมีมูลค่าตลาดกว่า 6.29 แสนล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังเป็นธุรกิจขนาดย่อม ที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า 8,787 ราย เป็นนิติบุคคล 2,529 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.78 และบุคคลธรรมดา 6,258 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.22 ซึ่งส่วนใหญ่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจ และเทคนิคด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิเช่น การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ให้มีความสวยงามได้มาตรฐาน สากล การบริหารจัดการเว็บไซต์ ระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลออนไลน์ และประสบการณ์ในการทำตลาดออนไลน์ ส่งผลให้ขาดความน่าเชื่อถือ ทำให้เสียเปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ (ศิริวุฒิ บุญยโสภณ และคณะ, 2550 ; วนิดา สุวรรณนิพนธ์, 2553 ; ศิริวัฒน์ ขจรประศาสน์, 2554 ; สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) ทั้งนี้จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยภายในองค์กรที่มีความสำคัญซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของบุคคล ซึ่งได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes) จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกยุคดิจิทัล ทำให้ส่งผลดีต่อความสามารถในการขยายศักยภาพทางการแข่งขัน และยังเป็นการรองรับการเปิดเสรีทางการค้าของภาคธุรกิจ (วนิดา สุวรรณนิพนธ์, 2553 ; สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

จากความสำคัญและสภาพปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เพื่อนำข้อสนเทศที่ได้เป็นแนวทางการพัฒนาหลักสูตรพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถาบันการศึกษา ให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเป็นการสนองตอบต่อแนวนโยบายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นและรองรับการแข่งขันในตลาดสากล อันจะส่งผลให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นกลไกทางเศรษฐกิจหลักที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนตลอดไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

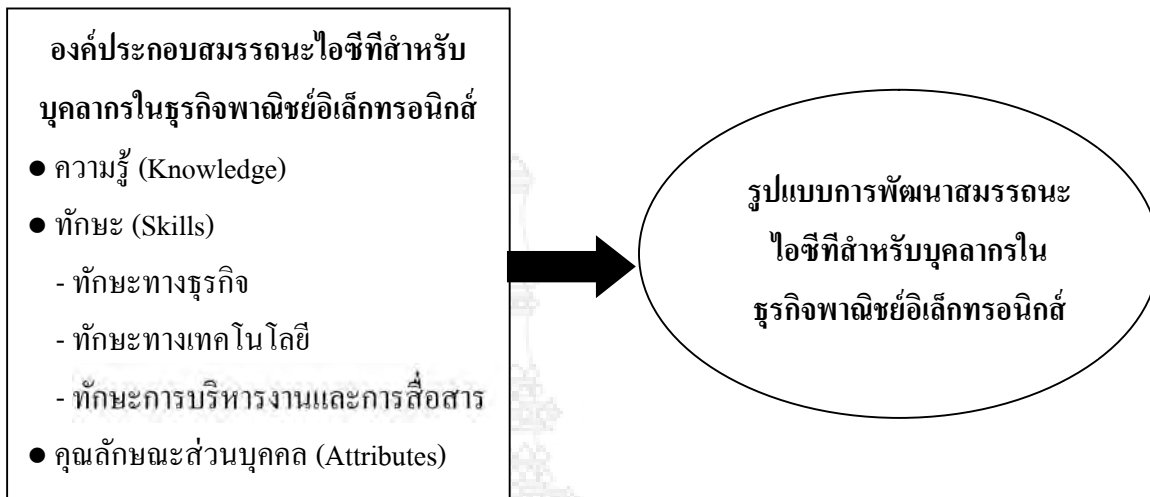
1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย
2. เพื่อนำเสนอรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 8,111 ราย เป็นประเภทนิติบุคคล 3,001 ราย และบุคคลธรรมดา 5,110 ราย ซึ่งเป็นข้อมูล ณ เดือนมีนาคม 2557
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เก็บข้อมูลเฉพาะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลเท่านั้น
3. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรระดับปฏิบัติการในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 มุมมอง ได้แก่ KSA (Sirkemaa, 2004 ; บุญมาก ศิริเนาวกุล, 2549) ซึ่งหมายถึง ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) แบ่งออกเป็น ทักษะทางธุรกิจ ทักษะทางเทคโนโลยี และทักษะการบริหารและการสื่อสาร และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes)

กรอบแนวคิดของการวิจัย



นิยามศัพท์

ไอซีที หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หมายถึง เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์ต่อพ่วง และเทคโนโลยีการสื่อสารความเร็วสูงทั้ง มีสายและไร้สาย ซึ่งเหล่านี้ได้ถูกนำมาใช้เพื่อการประมวลข้อมูล จัดการ จัดเก็บ ผลิตสารสนเทศ นำเสนอและรับส่งสารสนเทศบนระบบเครือข่ายต่าง ๆ ด้วยความสะดวกรวดเร็ว

สมรรถนะไอซีที หมายถึง ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่จำเป็นต้องมี เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานด้านไอซีทีได้อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสาร โทรคมนาคมหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ความรู้ หมายถึง ความรู้ความสามารถเฉพาะด้านของบุคคลที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ความรู้ทางคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ ความรู้การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ความรู้ทางศัพท์เฉพาะไอซีทีและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ทักษะ หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำได้ดีและฝึกปฏิบัติเป็นประจำจนเกิดความชำนาญ ซึ่งในที่นี้ ได้แก่ ทักษะทางเทคโนโลยี ทักษะทางธุรกิจ และ ทักษะการบริหารงานและการสื่อสาร

คุณลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง บุคลิกลักษณะประจำของแต่ละบุคคล เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลนั้น

ประโยชน์ของผลการวิจัย

ทำให้ได้สารสนเทศเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นทางการแข่งขันของธุรกิจ โดยใช้ไอซีทีได้อย่างมีความรู้และทักษะที่เชี่ยวชาญ ทำให้ธุรกิจของตนเกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังเป็นประโยชน์ต่อสถานศึกษาและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาหลักสูตรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบแนวคิดหลักในการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับไอซีที

- 1.1 ความหมายของไอซีที
- 1.2 ความสำคัญของไอซีที
- 1.3 โครงสร้างของไอซีที

ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- 2.1 ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.2 แนวคิดการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.3 แนวทางการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.4 เว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.5 สถานภาพของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.6 อาชีพด้านไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.7 การพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ

- 3.1 ความหมายของสมรรถนะ
- 3.2 องค์ประกอบของสมรรถนะ
- 3.3 สมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับไอซีที

1.1 ความหมายของไอซีที

ไอซีที (ICT) เป็นคำที่ย่อมาจาก เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology) มีความหมายครอบคลุมทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีซอฟต์แวร์ และเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

กิดานันท์ มลิทอง (2548 : 12) ให้ความหมายว่า ไอซีที หมายถึงการใช้สื่อคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์ร่วมในการทำงาน เพื่อประมวลผลข้อมูล จัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบ สืบค้นสารสนเทศ นำเสนอสารสนเทศ รวมถึงการใช้เครือข่ายและเทคโนโลยีรูปแบบต่าง ๆ ในการสื่อสารความเร็วสูงเพื่อรับส่งสารสนเทศด้วยความสะดวกรวดเร็ว

พรณี สวนเพลง (2550 : 10) ได้อธิบายความหมายว่า ไอซีที หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารข้อมูลและการสื่อสาร นับตั้งแต่การสร้าง การนำมาวิเคราะห์หรือประมวลผล การรับและส่งข้อมูล การจัดเก็บ และนำไปใช้งานใหม่ เทคโนโลยีเหล่านี้มักหมายถึงคอมพิวเตอร์ ซึ่งประกอบด้วยส่วนอุปกรณ์ (Hardware) ส่วนคำสั่ง (Software) และส่วนข้อมูล (Data) และระบบการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ ระบบสื่อสารข้อมูล ดาวเทียม หรือเครื่องมือสื่อสารใด ๆ ที่มีสายและไร้สาย

วิลเฮม (2007 : 53) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ไอซีที หมายถึงความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการสื่อสารเพื่อการเข้าถึง จัดการ รวบรวม ประเมิน และผลิตข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคมแห่งการเรียนรู้

Haag, Cummings and McCubbery (2002 : 22) ได้ให้ความหมายของ ไอซีที หมายถึงเครื่องมือหรืออุปกรณ์ทุกประเภทที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐาน ซึ่งบุคลากรในองค์กรนำมาประยุกต์การทำงานกับข้อมูลและสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนกระบวนการประมวลและการจัดการสารสนเทศในองค์กร

จากความหมายข้างต้น จึงสามารถสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology: ICT) หรือ ไอซีที หมายถึงเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์ต่อพ่วง และเทคโนโลยีการสื่อสารความเร็วสูงที่มีสายและไร้สาย ซึ่งเหล่านี้ได้ถูกนำมาใช้เพื่อการประมวลผลข้อมูล จัดการ จัดเก็บ ผลิตสารสนเทศ นำเสนอและรับส่งสารสนเทศบนระบบเครือข่ายต่าง ๆ ด้วยความสะดวกรวดเร็ว

1.2 ความสำคัญของไอซีที

วชิราพร พุ่มเย็น (2545) ได้กล่าวถึงความสำคัญของไอซีทีที่นำมาประยุกต์เข้ากับการดำเนินชีวิตในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการศึกษา ไอซีทีช่วยให้ค้นหาข้อมูลทางการศึกษาง่ายขึ้นและกว้างขวางอย่างไร้ขีดจำกัดเพิ่มมากขึ้น ผู้เรียนมีความสะดวกมากขึ้นในการค้นคว้าวิจัยต่างๆ
2. ด้านการดำเนินชีวิต ทำให้มีความคล่องตัวและสะดวกสบายมากขึ้น สามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้หลายอย่างในเวลาเดียวกัน และลดเวลาในกิจกรรมนั้นๆ ลงด้วย

3) ด้านการดำเนินธุรกิจ ทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น ทำให้ต้องมีการพัฒนาสินค้าและบริการ

4. ด้านการบริหารจัดการองค์กร ช่วยให้องค์กรทันต่อข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

5. ด้านเศรษฐกิจ มีอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะการติดต่อสื่อสารที่เจริญก้าวหน้าและทันสมัย เช่น โลกยุคไร้พรมแดนในปัจจุบัน

6. ด้านระบบการทำงาน จากระบบการทำงานในปัจจุบันที่นำไอซีทีเข้ามาใช้ในการทำงานมากขึ้น การทำงานมีความรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น นอกจากนี้งานบางอย่างยังสามารถใช้คอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีอื่นทำแทนมนุษย์ได้

พลพฐ ปิยะวรรณ และสุภาพร เจริญเยี่ยม (2552) ได้กล่าวถึงเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทวีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในภาวะการณ์ปัจจุบันและในภาวะการณ์อนาคตข้างหน้า ไว้ดังนี้

1. ความเจริญก้าวหน้าของการใช้อินเทอร์เน็ตควบคู่ไปกับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้การดำเนินธุรกิจได้เกิดขึ้นอยู่บนการใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อกระทำกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร

2. เครือข่ายอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางการตลาดเป็นการตลาดแบบออนไลน์ และสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่หลากหลายในวงจรธุรกิจก็สามารถดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. องค์กรจะต้องพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัย สอดรับกับระบบเศรษฐกิจที่เชื่อมต่อทั่วโลกจึงจะทำให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ เพราะกิจกรรมทางธุรกิจสามารถเกิดขึ้นในที่ต่างๆ ประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่น การซื้อ การขาย การออกแบบ การวางแผน การผลิต และการบริหารจัดการ เป็นต้น

4. องค์กรได้มีการใช้ระบบการสื่อสารแบบดิจิทัลในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อระหว่างพนักงาน การติดต่อกับลูกค้าหรือคู่ค้า ทำให้องค์กรเกิดสภาพคล่องมากยิ่งขึ้น องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนตนเองให้รับกับสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

1.3 โครงสร้างของไอซีที

การนิยามโครงสร้างของไอซีที โดย Kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon (2006) ได้นิยามไว้ 2 แนวคิด คือแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีและแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มการบริการ ซึ่งแนวคิดแรกนั้น โครงสร้างไอซีทีเปรียบได้กับระบบการสร้างชุดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และสร้างซอฟต์แวร์ประยุกต์ตามความต้องการในการปฏิบัติงานขององค์กร ส่วนอีกแนวคิดหนึ่งคือโครงสร้างไอซีทีเป็นการให้ความสำคัญของการบริการพื้นฐานเพื่อการจัดหาฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์โดยการบริหารจัดการและความสามารถด้านเทคนิคของบุคคล ซึ่งการบริการเหล่านี้ประกอบไปด้วย

1.3.1 คอมพิวเตอร์แพลตฟอร์ม ซึ่งทำหน้าที่ให้บริการประมวลผลตามวัตถุประสงค์ของพนักงาน ลูกค้า และผู้ผลิต โดยสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล ประกอบด้วยเมนเฟรม เดสทอปและคอมพิวเตอร์แล็ปท็อป รวมทั้งคอมพิวเตอร์มือถือและอุปกรณ์ทางอินเทอร์เน็ต

1.3.2 บริการสื่อสารโทรคมนาคม เป็นบริการจัดหาข้อมูล เสียง และวิดีโอเพื่อการติดต่อสื่อสารไปยังพนักงาน ลูกค้า และผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย

1.3.3 บริการจัดการข้อมูล ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวม บริหารจัดการข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.4 บริการซอฟต์แวร์ประยุกต์ เป็นการจัดหาซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพสำหรับองค์กร อย่างเช่น ซอฟต์แวร์เพื่อการวางแผนทรัพยากรขององค์กร (Enterprise Resource Planning : ERP) ซอฟต์แวร์เพื่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) ซอฟต์แวร์เพื่อการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management : SCM) และซอฟต์แวร์เพื่อการจัดการความรู้ (Knowledge Management System)

1.3.5 บริการอำนวยความสะดวกด้านอุปกรณ์ เป็นการเปลี่ยนแปลงและติดตั้งอุปกรณ์ตามความต้องการเพื่อการประมวลผล การสื่อสารโทรคมนาคม และการจัดการด้านข้อมูล

1.3.6 บริการเพื่อการจัดการไอซีที เป็นการวางแผนและพัฒนาโครงสร้างไอซีทีขององค์กร โดยความร่วมมือกันของทุกฝ่ายในองค์กร

1.3.7 บริการความเป็นมาตรฐานด้านไอซีที เป็นการกำหนดนโยบายสำหรับเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายในองค์กรเกี่ยวกับมาตรฐานการใช้ไอซีที เวลาในการใช้ และวิธีการใช้

1.3.8 บริการด้านการศึกษาไอซีที เป็นการฝึกอบรมการใช้ไอซีทีให้แก่พนักงานขององค์กร และการฝึกอบรมให้แก่ผู้จัดการขององค์กรเกี่ยวกับการวางแผนและการบริหารจัดการไอซีทีให้คุ้มค่ากับการลงทุนด้านไอซีที

1.3.9 บริการวิจัยและพัฒนาไอซีที เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิภาพของโครงการไอซีทีและการลงทุนในโครงการ เพื่อช่วยให้องค์กรได้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา

ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1 ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การให้ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและบุคคลต่าง ๆ ให้ความหมายไว้หลากหลายดังนี้

วนิดา สุวรรณนิพนธ์ (2553) ได้ให้ความหมายของ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ว่าหมายถึง การดำเนินธุรกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ทั้งในระดับองค์กรและส่วนบุคคล ด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องติดต่อซื้อขายกันทางอิเล็กทรอนิกส์ และสามารถแลกเปลี่ยนและติดต่อในเรื่องต่าง ๆ ผ่านทางกายภาพ รวมทั้งมีการใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ในการอำนวยความสะดวกในการทำการทางการค้า หรือการแลกเปลี่ยนสินค้าบริการและข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ทำการค้า

โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์ (2556) ได้นิยามว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce : e-Commerce) คือการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อสินค้า ขายสินค้า จัดส่งสินค้า การแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการ หรือสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ต

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2554) ได้ให้คำนิยามว่า “ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” หรือ Electronic Commerce (e-Commerce) เป็นธุรกิจที่อาศัยช่องทางอินเทอร์เน็ตในการประกอบธุรกิจ เช่น การติดต่อลูกค้า การประชาสัมพันธ์ การขายสินค้า การรับชำระเงิน ฯลฯ

สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา (2555) ได้ให้คำจำกัดความของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ว่า เป็นการทำธุรกรรมเชิงพาณิชย์ของการซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่ไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกันแต่สามารถทำธุรกรรมระหว่างกันได้โดยอาศัยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2555) ได้ให้คำนิยามของ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ ธุรกิจ e-Commerce หมายถึงธุรกิจที่มีการขายสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือหมายถึงมีการให้ลูกค้าสั่งซื้อส่งของสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต ส่วนการชำระเงินหรือการจัดส่งจะทำผ่านช่องทางใดก็ได้

ปริศนา เพชรบูรณิน (2556) ให้ความหมาย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) หมายถึงการทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาสินค้า การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

สุรางคณา วายุภาพ (2556) ได้ให้ความหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หมายถึงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่ครอบคลุมการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยกระทำผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

McLoughlin (2000) ได้อธิบายความหมายว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการทำรายการซื้อขายสินค้าและบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต โดยสามารถติดต่อซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนการทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านทางภาพทางด้านเทคโนโลยี เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) อินเทอร์เน็ต (internet) อินทราเน็ต (intranet) และเอ็กซ์ทราเน็ต (extranet) ซึ่งสามารถสนับสนุนการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ครอบคลุมเกี่ยวกับการค้าอิเล็กทรอนิกส์ การซื้อขายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์ การทำใบตราส่งสินค้า การประมูล การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ การขายตรง และการให้บริการหลังการขาย

จากความหมายข้างต้นจึงสรุปได้ว่า ธุรกิจออนไลน์ หรือ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Commerce หมายถึง การดำเนินธุรกรรมต่างๆ ทางการค้าเพื่อการซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยกระทำผ่านทางอุปกรณ์คืออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต เป็นต้น

2.2 แนวคิดการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Commerce เป็นรูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปจากดั้งเดิมเป็นอย่างมาก เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ผู้ขายและผู้ผลิตได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้ง ช่วยในการขยายโอกาสทางการค้าและเพิ่มช่องทางการขายสินค้าและบริการ ปัจจุบันถือได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดและเป็นจุดเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการรุ่นใหม่ทั้งนี้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ขยายความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ อันเป็นผลเนื่องจากพลังอันยิ่งใหญ่ของอินเทอร์เน็ตที่เป็นตัวกระตุ้นของการขยายตัวในแวดวงธุรกิจ ทำให้โลกการค้าทั้งโลกกลายเป็นหนึ่งเดียว อินเทอร์เน็ตและโซเชี่ยลมีเดีย จึงกลายเป็นช่องทางการตลาดที่ผู้ประกอบการนิยมเลือกนำมาใช้ในการสร้างผลกำไรแก่ธุรกิจ และยังสามารถขยายฐานลูกค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจได้ทั้งระบบ คือ 1) สามารถซื้อ-ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง 2) ลดช่องว่างทางการแข่งขัน ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น 3) ขยายช่องทางการขายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ 4) ลดต้นทุนของธุรกิจ 5) ลดการต่อรอง 6) สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย และ 7) เป็นธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ทั้งต่อผู้ซื้อและผู้ขายในลักษณะ Win-Win (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2557 : 12)

รูปแบบการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อาจจำแนกตามลักษณะของผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ ดังนี้ (ธีรวิภา บุญโสภณ และคณะ 2550)

1. ธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business : B2B) หมายถึง ธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน โดยอาจเป็นผู้ประกอบการในระดับเดียวกัน หรือต่างระดับกันก็ได้ อาทิ ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า ผู้ผลิตกับผู้ค้าส่งและค้าปลีก เป็นต้น โดยมีประเทศสาธารณรัฐเกาหลี มีมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สูงเป็นอันดับหนึ่งในเอเชีย รองลงมาคือ ไต้หวัน สาธารณรัฐประชาชนจีน และฮ่องกง

2. ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer : B2C) หมายถึง ธุรกิจที่มุ่งเน้นการบริการกับลูกค้าหรือผู้บริโภค อาทิ การขายสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้นำ รองลงมาคือ สาธารณรัฐเกาหลี ไต้หวัน และสาธารณรัฐประชาชนจีน

3. ธุรกิจกับรัฐบาล (Business to Government : B2G) หมายถึง ธุรกิจการบริหารการค้าของประเทศ เพื่อเน้นการบริหารการจัดการที่ดีของรัฐบาล

4. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to Consumer : C2C) หมายถึง ธุรกิจระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ซึ่งเป็นการค้ารายย่อย อาทิ การขายของเก่าให้กับบุคคลอื่นๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต

จากการสำรวจข้อมูลปี 2556 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าประเภทผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการประเภท B2C ร้อยละ 79.7 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการประเภท B2B ร้อยละ 19.3 ส่วนผู้ประกอบการประเภท B2G ที่ไม่นับรวมการรับงานจัดซื้อจัดจ้างจากภาครัฐ โดยการ e-Auction นั้นจะมีเพียงร้อยละ 1.0 เท่านั้น ปรากฏดังภาพที่ 2-1

ธุรกิจขายให้กับผู้บริโภค (B2C)

79.7 %



ธุรกิจขายให้กับธุรกิจ (B2B)

19.3 %

ธุรกิจขายให้กับภาครัฐ (B2G)

1.0 %

ภาพที่ 2-1 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการ

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556)

ปัจจุบันการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการทำธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งอาจจำแนกได้เป็น 3 ประเภทคือ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา, 2555: 15)

1. ธุรกิจแบบบริคและมอร์ตาร์ (Brick-and-Mortar Business) เป็นธุรกิจแบบดั้งเดิมที่มีหน้าร้านทางกายภาพ แต่ไม่มีการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ธุรกิจแบบคลิกและมอร์ตาร์ (Click-and-Mortar Business) เป็นธุรกิจที่มีร้านค้าทางกายภาพ รวมทั้งร้านค้าออนไลน์ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจปกติ
3. ธุรกิจแบบคลิกและคลิก (Click-and-Click Business) เป็นธุรกิจไม่มีร้านค้าทางกายภาพ มีเฉพาะร้านค้าบนเว็บเท่านั้น

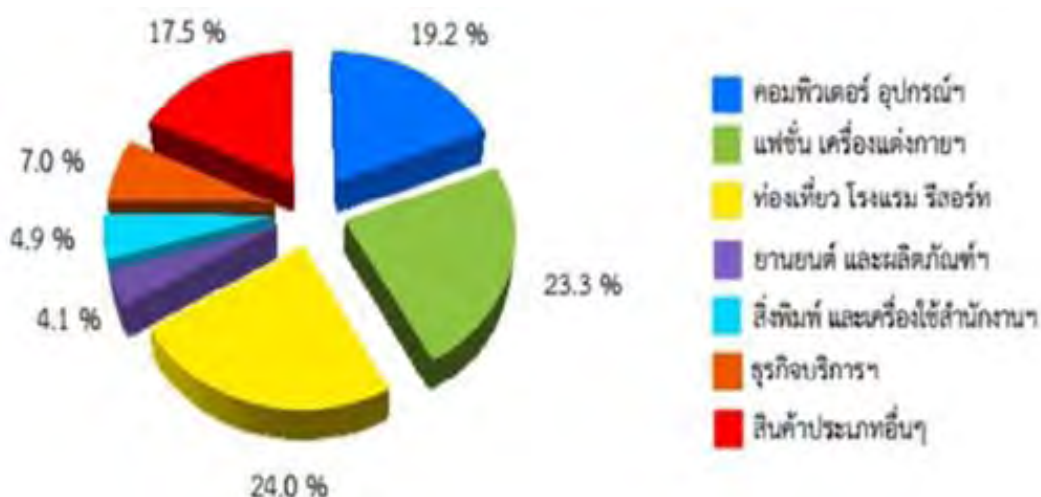
นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมที่เรียกว่า ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) หมายถึงการซื้อขายสินค้า/บริการระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมากที่ดำเนินการผ่านระบบให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนกลาง (ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) เป็นเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่เสมือนหนึ่งเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ให้ผู้ขายสินค้าและบริการที่ต้องการมีร้านค้าออนไลน์สามารถเข้ามาใช้บริการเปิดร้านค้าได้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าไปเลือก/ชมสินค้าได้อย่างสะดวก โดยรูปแบบของตลาดกลางนี้มักแบ่งหมวดหมู่ประเภทสินค้าอย่างชัดเจน เช่น TARAD และ Marketathome (สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม, 2555)

ประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจุบันการประกอบธุรกิจทุกประเภทในประเทศไทย ได้นำเอาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มาใช้เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินงานทางการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้หรือผลประกอบการทางธุรกิจให้แก่องค์กร โดยสามารถจำแนกประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ตามประเภทธุรกิจหลัก ได้แก่

1. คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต
2. แฟชั่น เครื่องแต่งกาย อัญมณี และเครื่องประดับ
3. ท่องเที่ยว โรงแรม และรีสอร์ท
4. ยานยนต์และผลิตภัณฑ์ยานยนต์
5. เครื่องใช้สำนักงาน หนังสือ และสิ่งพิมพ์
6. ธุรกิจบริการและโรงพยาบาล
7. สินค้าประเภทอื่น ๆ

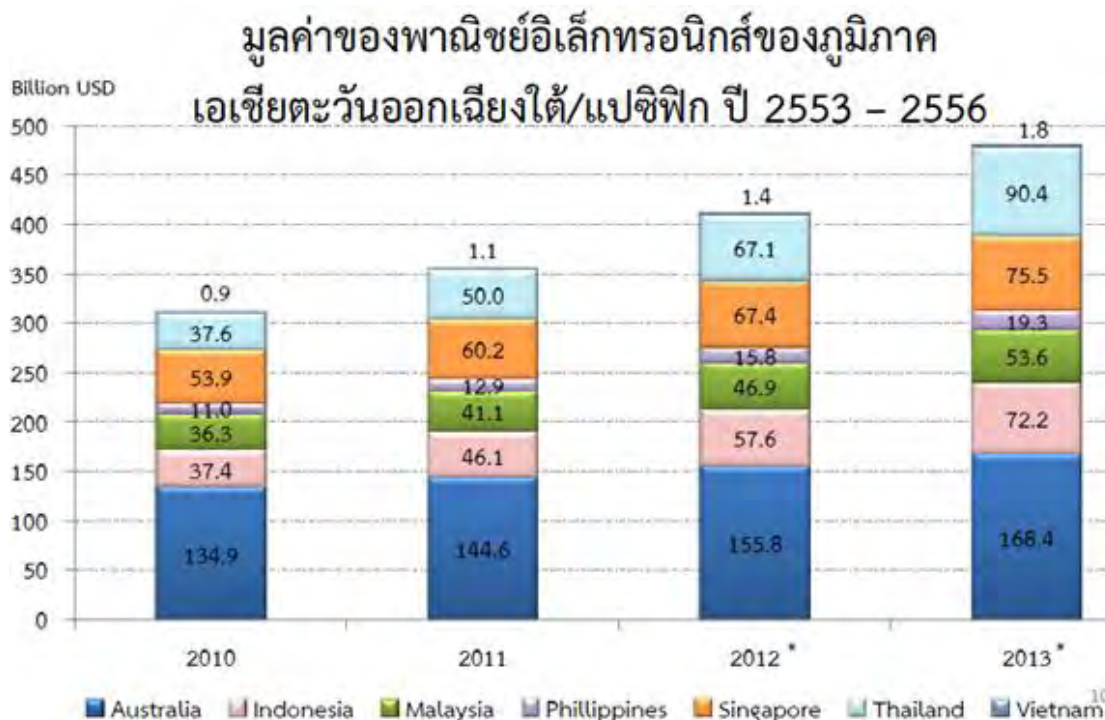
สำหรับประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ในปี 2556 ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการมากที่สุดคือธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรมและรีสอร์ท รองลงมาคือแฟชั่น เครื่องแต่งกายฯ ปรากฏดังภาพ 2-2



ภาพที่ 2-2 ประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ของประเทศไทยในปี 2556
ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556, อ้างถึงใน <http://www.slideshare.net/fullscreen/imcinstitute>)

มูลค่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการเติบโตและการเพิ่มขึ้นของมูลค่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น เป็นไปตามการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมทั้งอุปกรณ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์แบบเคลื่อนที่ และโทรศัพท์แบบพกพา เพื่อสนองตอบต่อสภาวะแวดล้อม การดำเนินชีวิต และการดำเนินธุรกิจขององค์กรทุกประเภท ดังจะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้/แปซิฟิก ปี 2553-2556 ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปรากฏดังภาพที่ 2-3



ภาพที่ 2-3 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้/แปซิฟิก ปี 2553-2556

ที่มา : “Facilitation of Sharing and Exchanging ASEAN e-business” by Donatus Herry Swansito PT.

Indosat, Tbk from 1st ASEAN CIO Forum 2012, and IDC 2010 and ComScore 2011

* ปี 2012 - 2013 Approximately (อ้างอิงใน สุรางคณา วายุภาพ, 2556)

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ในปี 2555 พบว่าธุรกิจ e-Commerce มียอดขายผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้นประมาณ 744,419 ล้านบาท เป็นยอดขายของผู้ประกอบการ B2B ประมาณ 282,946 ล้านบาท (ร้อยละ 38.0) ผู้ประกอบการ B2C ประมาณ 121,392 ล้านบาท (ร้อยละ 16.3) และผู้ประกอบการ B2G ประมาณ 340,081 ล้านบาท (ร้อยละ 45.7) ในส่วนของผู้ประกอบการ B2G ประกอบด้วย 2 ส่วน คือมูลค่าที่เกิดจากผู้ประกอบการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับหน่วยงานภาครัฐ โดยไม่ผ่าน e-Auction ประมาณ 4,627 ล้านบาท (ร้อยละ 0.6) และมูลค่าจาก e-Auction ประมาณ 335,454 ล้านบาท (ร้อยละ 45.1) ปราบกฏตั้งตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 มูลค่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย ปี พ.ศ. 2555 จำแนกตามประเภทของผู้ประกอบการ

การขาย	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
มูลค่าขายรวม	744,419	100.0
B2B	282,946	38.0
B2C	121,392	16.3
B2G	340,081	45.7
(จากการสำรวจ)	(4,627)	(0.6)
(จาก e-Auction) กรมบัญชีกลาง	(335,454)	(45.1)

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556)

วิธีการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. การใช้ไอซีทีเพื่อส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ธุรกิจ รูปแบบที่นิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ การโฆษณาทางอีเมล โฆษณาผ่านแบนเนอร์บนเว็บไซต์ โฆษณาทาง Search Engine และโฆษณาผ่านเว็บบอร์ดตามเว็บไซต์ต่างๆ การประชาสัมพันธ์ธุรกิจทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter และ Instagram เป็นต้น
2. การใช้เว็บไซต์เพื่อเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค และทำให้ลดต้นทุนการบริหารจัดการ
3. การพัฒนาเว็บไซต์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การจ้างบริษัทไอทีมาพัฒนาให้ หรือการพัฒนาโดยทีมงานของบริษัทเอง
4. การบริการเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการจัดทำนโยบายด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Policy/ Statement) การใช้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ Trust Mark ของกระทรวงพาณิชย์ และการใช้เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือของต่างประเทศ เช่น PCI, TRUESTe เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้เทคโนโลยีเพื่อรักษาความมั่นคงปลอดภัยหรือการจัดทำ Security Policy การใช้เทคโนโลยีเข้ารหัส SSL (https://) การใช้เทคโนโลยี Captcha เทคนิคที่ใช้ในการตรวจสอบความเป็นมนุษย์โดยใช้วิธีการให้พิมพ์ตัวอักษรที่เห็นให้ถูกต้อง) และการใช้ใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ (CA)
5. การบริการชำระเงินแบบออนไลน์ที่ธุรกิจส่วนใหญ่เปิดให้บริการมากที่สุดคือ การชำระเงินผ่านระบบ e-Banking/ATM การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต การชำระเงินผ่านระบบ Mobile Payment และการชำระเงินผ่านผู้ให้บริการกลาง

6. การจัดส่งสินค้าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ การใช้พนักงานขนส่งของตนเอง การใช้บริการขนส่งของบริษัทเอกชน และการจัดส่งออนไลน์

สรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามข้อเสนอแนะของ Business Gateway IT Guides ดังนี้

- การวางแผนสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- การสร้างร้านค้าออนไลน์
- การเพิ่มประสิทธิภาพของกลไกการสืบค้นข้อมูลบนเว็บ
- การยอมรับเกี่ยวกับวิธีการชำระเงินบนออนไลน์
- การดำเนินการตามที่ลูกค้าสั่ง
- ทำความเข้าใจกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- การพัฒนาแผนการตลาด
- การสร้างธุรกิจจากแผนการตลาดของคุณ
- การเชื่อมโยงบนเครือข่ายออนไลน์
- เว็บ 2.0: คู่มือสำหรับธุรกิจ
- การรักษาความปลอดภัยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของคุณ
- ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตและเอ็กซ์ทราเน็ต
- ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การประมูลออนไลน์และการแลกเปลี่ยน
- ข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้กับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- การจัดการความเสี่ยงในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.3 แนวทางการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมกำลังมีแนวโน้มปรับตัวเข้าสู่โลกธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในช่วงการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ (new economy) และในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ดังนั้นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อาจเป็นอีกทางออกหนึ่งที่ช่วยรับมือกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้ในอนาคต เพราะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถสร้างโอกาสหรือเปิดเส้นทางธุรกิจให้แก่ธุรกิจได้ โดย ปรีศนา เพชรบูรณิน (2556) ได้สรุปแนวทางการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้ดังนี้

1. การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยนั้น จะต้องเริ่มจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เข้มแข็ง ไม่

ว่าจะเป็นการวางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้มีเสถียรภาพ หรือการเปิดให้มีการแข่งขันด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

2. การพัฒนาระบบสารสนเทศให้มีความมั่นคงและความปลอดภัย ในการทำธุรกรรม พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น รวมถึงการพัฒนาตัวบทกฎหมายให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันมากขึ้น เช่น การเพิ่มบทลงโทษให้กับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์โดยมิชอบ (Hack) และการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวอย่างจริงจัง

3. การพัฒนาบุคลากรและประชาชนให้คุ้นเคยกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นด้วยการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาให้เยาวชนได้เรียนรู้การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้อง และจัดตั้งหน่วยงานที่ช่วยสอนการใช้อินเทอร์เน็ตให้แก่ผู้ใหญ่ เพื่อให้ประชาชนคุ้นชินกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นในอนาคต

แนวทางของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่ง วนิตา สุวรรณนิพนธ์ (2553) ได้สรุปปัจจัยที่ต้องพิจารณาไว้ดังนี้

1. การสนับสนุนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะต้องเอื้อประโยชน์ต่อการคิดค้นนวัตกรรม และกลยุทธ์ใหม่ ซึ่งเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่ทันสมัย ส่งผลให้ธุรกิจเกิดความคล่องตัว มีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการเผยแพร่นวัตกรรมเข้าสู่ระบบสังคม เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมให้ยอมรับแนวความคิดและข้อปฏิบัติใหม่ ซึ่งขึ้นอยู่กับโครงสร้างทางสังคม ระบบวัฒนธรรม และค่านิยมทางสังคม การกำหนดกฎ ระเบียบ และนโยบายในการบริหารที่ชัดเจน ตั้งแต่เริ่มต้น

2. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าสู่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อาจได้รับการยอมรับ ถูกคัดแปลง หรือถูกล้มล้าง โดยกระบวนการทำงาน โครงสร้างและบุคลากร จึงต้องอาศัยความเข้าใจและความสามารถของผู้บริหาร รวมทั้งความร่วมมือจากบุคคลในองค์กร

3. ผู้บริหารในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะต้องมีส่วนร่วมในทีมบริหารของหน่วยธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในบทบาทของผู้สังเกตการณ์ เพื่อการถ่ายทอด การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และความเปลี่ยนแปลงในธุรกิจ

4. ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำเป็นต้องได้บุคคลที่มีความรู้ความสามารถตรง มีประสบการณ์ในการใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจต่างๆ และกระบวนการทัศน์ใหม่ในการดำเนินธุรกิจ

5. การสร้างหน่วยธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะต้องใช้ประโยชน์จากพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยง เพื่อเพิ่มความชำนาญ และทักษะในส่วนที่หน่วยธุรกิจเดิมขาดอยู่ ปัจจุบันการสร้างหน่วยธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้คำนึงถึงการครอบครอง ส่วนความเป็นเจ้าของ แต่จะเกิดการสร้างพันธมิตรจากภายนอกที่สามารถเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ สายงานที่ตนเองถนัด การมีพันธมิตรทางธุรกิจจะต้องจัดเตรียมกฎเกณฑ์และระเบียบวิธีการบริหารงานใหม่ เพื่อลด

ความซับซ้อนในการทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจ การเพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้า และการพัฒนาโมเดลทางธุรกิจด้วยเทคโนโลยีใหม่

6. ความสามารถหลักเป็นผลงานที่เกิดจากการทำงานร่วมกันของหลายฝ่ายหลายระดับขององค์กร ในการผสมผสานความรู้ ทักษะ วิทยาการ และนวัตกรรมของบุคลากรและหน่วยงานในองค์กร จนก่อให้เกิดเอกลักษณ์ที่โดดเด่นขององค์กร ความสามารถหลักขององค์กรนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

7. การพัฒนาความรู้ใหม่ให้กับพนักงาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พนักงานจะต้องมีความกระตือรือร้น สนใจ และใฝ่หาที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ เพื่อสร้างความเป็นเลิศในงาน การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ด้วยการผลักดันและสนับสนุนให้เกิดองค์การการเรียนรู้ (learning organization) ขึ้น ผู้บริหารต้องสร้างสรรคสภาพแวดล้อมองค์กรที่ช่วยสนับสนุนให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ รวมถึงการมีทักษะในการสื่อสารความรู้และความคิดของตนเองให้ผู้อื่นเข้าใจได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ วรรณศิริ สมัยสุต (2557 : 13) ได้กล่าวถึงการพัฒนาธุรกิจออนไลน์หรือธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความยั่งยืนนั้น ประกอบด้วย 6C คือ

1. Content : ร้านค้าต้องมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเชิงเนื้อหา และต้องเป็นครูในการแนะนำให้ทราบถึงข้อดีข้อเสียของสินค้าหรือบริการนั้นๆ รวมถึงเป็นตัวกลางให้ความรู้ด้านไอซีทีแก่ผู้ซื้อ เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าหรือบริการ

2. Community : ส่งเสริมให้เกิดสังคมชุมชนออนไลน์ เพื่อใช้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ

3. Commerce : เมื่อสังคมชุมชนออนไลน์เกิดขึ้น ธุรกิจก็จะตามมา

4. CRM : เรียนรู้พฤติกรรมลูกค้า นำเสนอสินค้าหรือบริการให้ตรงตามความต้องการ และไลฟ์สไตล์ของลูกค้าเป็นระยะๆ

5. Convenience : ช่องทางที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่ายและได้รับความสะดวกสบาย

6. Channel : ช่องทางการติดต่อที่มีความสะดวก รวดเร็ว และติดต่อได้โดยง่าย

การพัฒนา eCommerce ของไทยภายใต้กรอบนโยบายไอซีที ICT2020 ตามแนวคิดของ มนุ อร์ดีคลชยฐ์ (2554) ซึ่งได้อธิบายไว้ดังนี้

การส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายใต้กรอบนโยบายไอซีที ICT2020 โดยให้ความสำคัญว่าคนไทยในภาพรวม ต้องเรียนรู้การนำไอซีทีมาประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนาธุรกิจ และสร้างนวัตกรรมด้านการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ไม่คำนึงว่าธุรกิจจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ จำเป็นต้องปรับตัวเองให้ทำธุรกิจเป็นเครือข่ายมากขึ้น ใช้ไอซีทีเพื่อการทำธุรกรรมในทุก ๆ ด้านมากขึ้น

(More virtual) และปรับปรุงโครงสร้างภายในให้ทำงานอย่างบูรณาการและคล่องตัว (More horizontal) ธุรกิจต้องเสริมสร้างทักษะด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายสร้างคุณค่า (Value network หรือ Value constellation) เพื่อจะได้บริหารทรัพยากรที่มีจำกัด ให้ได้ประโยชน์สูงสุด โดยมุ่งสู่การสร้างความสามารถเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่นับวันจะบริหารและจัดการยากขึ้น ระบบธุรกิจของไทยต้องให้ความสำคัญต่อไอซีที่อย่างจริงจัง ประกอบด้วยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีประมวลผลเชิงพกพา (Mobile computing) ระบบประมวลผลในรูปแบบงานเป็นชุมชน หรือสังคม (Social computing) และเทคโนโลยีเสมือนที่มาในรูปแบบบริการแบบคลาวด์คอมพิวเตอร์ (Cloud computing) ที่ช่วยให้ธุรกิจหลุดพ้นจากเงื่อนไขการลงทุนด้านไอซีที่ ทั้งด้านจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ และการจ้างผู้ชำนาญการ ธุรกิจไทยต้องมีมาตรการที่จะปรับเปลี่ยนการทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปของ eCommerce หรือ eBusiness หรือ Social Business มากขึ้นในลักษณะต่อไปนี้

1. การใช้ไอซีเพื่อให้ธุรกิจเชื่อมโยงกับโลกภายนอกทั้งกลุ่มพันธมิตรและกลุ่มลูกค้า เพื่อให้บุคคลภายนอกสามารถรับรู้ได้ว่า เรามีอะไรดีและเป็นประโยชน์ต่อเขา ทั้งด้านสินค้า บริการ และทักษะความรู้ ในทำนองเดียวกันธุรกิจจะได้รับรู้และเข้าถึงทรัพยากร รวมทั้งข้อมูลและองค์ความรู้จากภายนอกที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจด้วยต้นทุนที่ต่ำ ทั้งหมดรวมกันเรียกว่า Accessibility ทั้งขาเข้าและขาออก ด้วยเทคโนโลยีเครือข่ายสังคมทุกวันนี้ กลยุทธ์เชื่อมโยงผ่านเครือข่ายในวงกว้าง เป็นการสร้างการรับรู้ หรือ Visibility มีนัยสำคัญมากต่อการขยายฐานของธุรกิจ การนำสินค้าพื้นบ้านของไทย เช่น ผ้าไหมไทยไปปรากฏบน eBay พร้อมด้วยการสนับสนุนด้านข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผ้าไหม และกระบวนการผลิตผ้าไหม ทำให้คนทั่วโลกมีโอกาสได้รับรู้ถึงความน่าสนใจของผ้าไหมไทย ซึ่งจะนำไปสู่การขยายตลาดของสินค้าแต่ละตัวอย่างกว้างขวางด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำมาก ธุรกิจพื้นบ้านขนาดเล็กก็อยู่ในวิสัยที่จะทำได้ไม่ด้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

2. การทำให้ธุรกิจไทยเกิด Accessibility ในวงกว้างได้ จำเป็นต้องมีมาตรการที่จะดึงดูดหรือสร้างความสนใจจากประชาคมทั่วโลก ต้องสร้างทักษะที่จะใช้ไอซีเพื่อการสร้างความดึงดูดหรือ Attraction จากตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศในวงกว้าง วิธีที่ทำได้ผลและประหยัด คือการเข้าร่วมสังคมผ่านเครือข่ายสังคม (Social Networks) ต้องพยายามทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ให้สังคมได้เห็นคุณค่า จะสามารถสร้างความดึงดูดได้

3. การทำให้โอกาสเป็นผลได้ จำเป็นต้องอาศัยทรัพยากร ความรู้ และทักษะหลาย ๆ ด้าน ซึ่งเราอาจไม่พร้อมหรือไม่มี การสร้างความพร้อมต้องใช้เวลา เป็นเหตุให้ไม่สามารถสนองความต้องการของตลาดได้อย่างทันการณ์ ในสังคมยุคใหม่นี้ ลูกค้าจะเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการที่รวดเร็วและมีคุณภาพ การบรรลุผล (Achieve performance) จากนั้นไป ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นที่มีทรัพยากร เป็นปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จ การทำงานร่วมกันและแบ่งผลประโยชน์อย่างยุติธรรม

จึงเป็นวิธีที่จะนำเราไปสู่ผลสำคัญได้ (Achieve higher performance) ไอซีทีกลายเป็นเวทีที่ยอมรับกัน
ว่า จะช่วยให้การทำงานร่วมกัน (Collaboration) เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

แนวโน้มของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (<http://www.pawoot.com>,
อ้างอิงใน <http://www.slideshare.net/fullscreen/imcinstitute>)

- การค้าผ่านโทรศัพท์มือถือจะมีเพิ่มปริมาณสูงขึ้นอย่างมาก (M-Commerce)
- โมบายเน็ตและโซเชี่ยลมีเดียจะเป็นช่องทางการเพิ่มยอดขายของธุรกิจ
- การค้าออนไลน์กับคนเฉพาะกลุ่มจะมีมากขึ้นและจะมียอดขายเพิ่มขึ้น
(Vertical E-Commerce)
- การชำระเงินผ่านออนไลน์จะเติบโตสูงสุด
- การเปรียบเทียบราคาจากหน้าเว็บไซต์จะเป็นทางเลือกของผู้บริโภค
- การเปลี่ยนจากผู้เข้าชมเว็บไซต์เป็นผู้ซื้อ

2.4 เว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่ง
อานดี ลีมักเดช (อ้างอิงใน สุพัตรา กาญจนินภาส, 2554) ได้วิเคราะห์และสรุปไว้ดังนี้

1. ความไม่เข้าใจเรื่องการค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการจำนวนมากที่
ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ คิดว่าเมื่อเปิดเว็บไซต์
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้วจะขายของได้ ซึ่งแท้จริงแล้วการค้าออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จต้อง
มีองค์ประกอบหลายอย่างที่จะทำให้ขายได้ไม่ว่าจะเป็นการจัดรูปแบบเว็บไซต์หรือการวางแผนการ
ตลาด (Web Marketing) เป็นต้น

2. การนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ ขาดรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า เช่น เรื่องวัสดุ การใช้
งานและข้อมูลต่างๆที่ถูกคัดลอกเพิ่ม และที่สำคัญไม่มีนโยบายการรับประกันสินค้า ซึ่งหลายเว็บไซต์
มักเกรงปัญหาดังกล่าว จึงไม่ใส่เงื่อนไขสำคัญนี้ในเว็บของตน ทำให้ผู้ซื้อไม่มั่นใจที่จะสั่งซื้อสินค้า
หรือบางเว็บไซต์ใส่ข้อมูลมากเกินไป ทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการเปิดเข้าไปในแต่ละหน้าของเว็บทำ
ให้เกิดความเบื่อหน่ายและหัน ไปดูเว็บไซต์อื่นแทน

3. การขาดบุคลากรที่มีความรู้ เว็บไซต์ส่วนใหญ่ไม่มีการกำหนดตัวบุคลากรเพื่อดูแล
ปัญหาในการตอบคำถามลูกค้า หรือตอบอีเมล หรือบุคลากรยังขาดความรู้ในการเข้าถึงเทคโนโลยี
ไม่ได้ตรวจอีเมลหรือตอบล่าช้าเกินไป ทำให้พลาดโอกาสในการขายไป นอกจากนี้ หากทำการค้า
ต่างประเทศแล้ว ผู้ประกอบการควรจะต้องมีความรู้ในภาษาต่างประเทศหรือมีบุคลากรในค่านนี้
เพื่อที่จะติดต่อสื่อสารหรือเจรจาทางการค้ากับลูกค้าได้

4. การขาดการวางแผนทางการตลาด การมีเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเสมือนการเปิดร้านแห่งหนึ่งขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีเว็บเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ดังนั้นหากไม่มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเป้าหมายรู้จัก หรือไม่มีการวางแผนการส่งเสริมการขายแล้วเป็นการยากที่จะประสบความสำเร็จ

5. การขาดการดูแลส่งเสริมการขายอย่างจริงจัง เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หลายเว็บไซต์ที่เปิดขึ้นมาแล้วส่วนมากขาดการดูแลและเอาใจใส่จากผู้ประกอบการ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง (Update) ข้อมูลที่มีอยู่ในเว็บไซต์ ทำให้ไม่มีข้อมูลสินค้าใหม่ๆ ที่น่าจูงใจและขาดความเชื่อถือ ดังนั้น เมื่อเปิดเว็บไซต์แล้ว ต้องดูแลส่งเสริมการขายอย่างจริงจัง โดยนำข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น สถิติของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์และปริมาณการสั่งซื้อสินค้า มาเป็นข้อมูลในการพัฒนาเว็บไซต์ของตนให้น่าสนใจและทันสมัยอยู่เสมอ

6. การใช้เทคโนโลยีที่มากเกินไป บางครั้งผู้ประกอบการสร้างเว็บไซต์ที่มีกราฟิกภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบต่างๆมากเกินไป เพื่อหวังจะสร้างความน่าสนใจของผู้เข้าชม โดยลืมไปว่าสิ่งเหล่านี้ต้องทำให้ผู้ซื้อสินค้าเสียเวลาโหลด (ดึงข้อมูลมาที่หน้าจอคอมพิวเตอร์) และต้องรอนานกว่าที่จะได้ดูสินค้าแต่ละหน้า อาจทำให้ผู้ซื้อไม่อดทนที่จะรอดูสินค้า และหันไปดูสินค้าประเภทเดียวกันที่เว็บไซต์อื่นแทน ทำให้เสียโอกาสในการขายไป

7. การไม่กำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมาย การที่อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงคนได้ทั่วโลก ทำให้ผู้ค้าบางรายหวังขายสินค้าให้กับทุกคนในโลก ซึ่งไม่สามารถทำได้ เนื่องจากความแตกต่างของสินค้าและความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ดังนั้นเมื่อได้ข้อมูลความต้องการของลูกค้าชัดเจนแล้วควรมุ่งเน้นไปยังตลาดกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะทำให้มีโอกาสในการขายมากกว่าทำการตลาดโดยรวม

8. การออกแบบเว็บไซต์ที่ใช้งานได้ยาก การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นควรออกแบบให้ผู้ใช้งานได้ง่าย โดยไม่ต้องมีคู่มือประกอบ สามารถค้นหาสินค้าได้สะดวกและชำระเงินได้ง่าย บางเว็บไซต์ผู้ซื้อต้องกรอกข้อมูลมากเกินไปจนเกิดความเบื่อหน่ายและรู้สึกว่าการใช้งานลำบาก

9. ความคาดหวังที่มากเกินไปของผู้ประกอบการ การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องใช้วิธีการต่างๆ และความเอาใจใส่ของผู้ประกอบการ ซึ่งต้องใช้เวลาระยะหนึ่ง แต่ผู้ประกอบการคาดหวังมากเกินไป ทำให้ไม่มีความอดทนที่จะทำการค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

เว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นการบริการอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบหนึ่งซึ่งจัดทำขึ้น เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านทางเว็บไซต์ (McKnight and Chervany, 2010) ฉะนั้นคุณภาพของเว็บไซต์ นับเป็นปัจจัยความสำเร็จหนึ่งของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยคุณลักษณะของเว็บไซต์ในด้านเนื้อหา (content)

ด้านการออกแบบ (design) ด้านความง่ายในการใช้งาน (ease-of use) ด้านประโยชน์การใช้งาน (usefulness) และด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ (reliability) คุณภาพของเว็บไซต์ที่ดีพิจารณาได้ ดังนี้ (วนิดา สุวรรณนิพนธ์, 2553)

1. การจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์ การจัดการเนื้อหาที่ดีจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจในธุรกิจ และพนักงานเข้าใจในภารกิจของบริษัท ประเภทของเนื้อหาบนเว็บไซต์ประกอบด้วย เนื้อหาการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ การให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและธุรกิจ แลประมวลผลรายการธุรกิจ ซึ่งคุณค่าของเนื้อหาเว็บไซต์ถูกกำหนดด้วยความเร็ว ความพอใจของลูกค้า และความสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า เนื้อหาบนเว็บไซต์ ควรมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จพิจารณาการกลับมาเยี่ยมชมเยียนใหม่ในภายหลังและมีการแนะนำเว็บไซต์ไปยังผู้อื่น

2. การออกแบบเว็บไซต์ เป็นการพิจารณาจากความสวยงาม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและสร้างความรู้สึกประทับใจแก่ผู้มาเยี่ยมชม การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีจะต้องอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ สามารถเข้าใจได้ง่าย และสามารถดำเนินการติดต่อได้ เช่น การใช้สีที่เป็นมาตรฐาน เว็บไซต์แต่ละหน้าไม่ควรมีเนื้อหายาวเกินไป หน้าโฮมเพจไม่ควรมีเนื้อหามากเกินไป ควรมีเนื้อหาสรุปเกี่ยวกับองค์กร ใช้กราฟฟิกที่มีความหมาย และมีกล่องสำหรับค้นหา เป็นต้น

3. คุณลักษณะด้านประโยชน์การใช้งาน พิจารณาจากเว็บไซต์สามารถให้ประโยชน์ที่บรรลุนความพึงพอใจตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า และสามารถให้ข้อมูลตามความต้องการส่วนบุคคล โดยบนหน้าเว็บต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ และเผยแพร่ข้อมูลที่สร้างความพอใจและความภาคภูมิใจ นอกจากนี้ควรมีการสร้างเครื่องมือในการค้นหาให้สามารถค้นหาข้อมูล ดึงข้อมูล แปลความหมายของข้อมูล และประมวลผลข้อมูลได้เป็นข่าวสารตรงความต้องการ

4. คุณลักษณะด้านความง่ายต่อการใช้งานเว็บไซต์พิจารณาจากการใช้งานเว็บไซต์ต้องสามารถเรียนรู้ได้ง่าย อำนวยความสะดวกในการใช้งานด้วยตนเอง การตั้งชื่อเว็บไซต์สามารถทำได้ง่าย และมีการให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา การเข้าถึงของเว็บไซต์ต้องสะดวกในการเข้าประมวลผลได้รวดเร็ว และสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้

5. คุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ได้แก่ 1) ด้านเนื้อหา (content) ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ตั้ง ข้อมูลการติดต่อ ชื่อเจ้าของ การจัดการกิจการ วัตถุประสงค์ และภารกิจ ข้อมูลผลการดำเนินงานในอดีต ข้อมูลนโยบายการรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลและนโยบายเกี่ยวกับความปลอดภัย ข้อมูลสินค้าและราคา ข้อมูลการขนส่งและการคืนสินค้า โดยจะต้องนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจนก่อนการยืนยันการสั่งซื้อและมีการตอบข้อโต้แย้งของลูกค้าได้ 2) ด้านการออกแบบ (design) ควรออกแบบเว็บไซต์แบบมีอาชีพและทำงานได้ทัน

ต่อเวลา เช่น ออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย มีโครงสร้างที่เป็นระบบและมีระเบียบ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามได้ตามลำดับขั้นตอน แสดงนโยบายความปลอดภัยและเงื่อนไขในการทำธุรกรรมที่ทำได้ง่าย อ่านแล้วเข้าใจง่าย มีการบังคับใช้อย่างเข้มงวด ใช้เทคโนโลยีความปลอดภัยที่มีความถูกต้องแม่นยำและน่าเชื่อถือ มีการถามผู้ใช้เพื่อแสดงความยินยอมในแต่ละขั้นตอนที่ต้องตัดสินใจเลือก และ 3) ด้านการรับรองและการอ้างอิงจากภายนอก (external certifications and references) ควรใช้บริการรับรองความน่าเชื่อถือจากหน่วยงานภายนอก การอ้างอิงเว็บไซต์จากเว็บไซต์อื่นที่มีชื่อเสียง และน่าเชื่อถือ และการอ้างอิงจากลูกค้าทั้งในอดีตและปัจจุบัน

รัฐ ใจรักษ์ และ ประสงค์ ประณีตพลกรัง (2554) ได้สรุปแนวทางเพื่อการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไว้ 3 ด้าน ดังนี้

1. คุณภาพของสารสนเทศ

- 1.1 ความแม่นยำ (Accuracy) สารสนเทศที่น่าเสนอมีความแม่นยำและความถูกต้องตามความเป็นจริง
- 1.2 ความทันสมัย (Currency) สารสนเทศที่น่าเสนอมีความทันสมัยและทันต่อความต้องการของผู้ใช้
- 1.3 ตรงประเด็น (Relevance) สารสนเทศที่น่าเสนอมีความสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการ
- 1.4 ความสมบูรณ์ (Completeness) สารสนเทศที่น่าเสนอมีความสมบูรณ์ มีข้อมูลที่เพียงพอกับความต้องการและเป็นประโยชน์
- 1.5 ความเชื่อถือได้ (Reliability) สารสนเทศที่น่าเสนอสามารถเชื่อถือได้
- 1.6 ความเข้าใจได้ (Understandability) เว็บไซต์มีการใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมสามารถเข้าใจได้ง่าย

2. คุณภาพของระบบ

- 2.1 การออกแบบและการนำทาง (Design and Navigation) เว็บไซต์มีการออกแบบที่เหมาะสม มีระบบนำทางที่มีประสิทธิภาพ และฟังก์ชันในการค้นหาที่ดี
- 2.2 ความสามารถในการใช้สื่อประสม (Multimedia Capability) เว็บไซต์ใช้สื่อมัลติมีเดียได้อย่างพอเพียงและเหมาะสม
- 2.3 สภาพพร้อมใช้งาน (Availability) เว็บไซต์มีการตอบสนองที่พร้อมใช้งาน ผู้ใช้สามารถเข้าใช้งานได้ในเวลาที่ต้องการ
- 2.4 การใช้งานได้ (Usability) เว็บไซต์มีฟังก์ชันการทำงานที่เหมาะสม ผู้ใช้สามารถเข้าไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว

2.5 การปรับเปลี่ยนได้ (Adaptability) เว็บไซต์มีฟังก์ชันที่สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องตามการใช้งานของผู้ใช้ได้

3. คุณภาพของการบริการ

3.1 ความมั่นคงปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and Privacy) เว็บไซต์มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และมีกระบวนการในการป้องกันความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้

3.2 ความเชื่อถือได้ (Reliability) เว็บไซต์สามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้

3.3 ความสามารถในการตอบสนอง (Responsiveness) เว็บไซต์สามารถให้ความช่วยเหลือและพร้อมตอบสนองต่อคำขอของลูกค้า

3.4 การสร้างความเชื่อมั่น (Assurance) เว็บไซต์มีพนักงานที่มีความสามารถและสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้

3.5 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) เว็บไซต์เข้าใจลูกค้าและทราบถึงความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลได้

นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จได้ตามแนวคิดของสรรเสริญ สมัยสูตร (2557 : 13) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจจากลูกค้า สำหรับวิธีการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นแก่เว็บไซต์หรือธุรกิจ มีดังนี้

1. จัดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย
2. ผู้ประกอบการต้องเป็นเจ้าของโดเมนเนมและมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง ไม่ขายสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย แต่ให้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ
3. ออกแบบเว็บไซต์ให้ดูน่าเชื่อถือ ความไหลลื่นข้อมูลได้เร็ว
4. อัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์ให้เป็นปัจจุบัน
5. แสดงข้อมูลที่เป็นจริงและสามารถติดต่อได้ง่าย
6. อ้างอิงระยะเวลาตั้งแต่เปิดให้บริการ
7. มีเงื่อนไขในการรับประกันสินค้าและการส่งคืนสินค้า
8. สินค้าที่ขายต้องมีสินค้าจริง มีปริมาณเพียงพอต่อการขาย และให้ข้อมูลสินค้าที่เป็นจริงแก่ผู้ซื้อ

ปัจจุบันกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้ออกเครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Registered) เป็นการยืนยันการมีตัวตนของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล เว็บไซต์ที่จดทะเบียนแล้วจะปรากฏเครื่องหมาย Registered บนหน้าเว็บไซต์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Verified)

2.5 สถานภาพของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

บุคลากรในองค์กรเป็นทรัพยากรที่สำคัญขององค์กร และเป็นปัจจัยความสำเร็จหนึ่งของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถถือเป็นจุดแข็งขององค์กร สามารถผลักดันให้องค์กรเกิดรายได้และทำให้องค์กรเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ที่มีความหลากหลายในด้านภาษา และออกแบบเว็บไซต์ให้มีความสวยงามได้มาตรฐานสากล ตลอดจนเว็บไซต์ที่ดึงดูดความสนใจ ฉะนั้นเมื่อพิจารณาถึงความสามารถของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถจำแนกเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ความรู้และความสามารถของพนักงานในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นบุคลากรปฏิบัติการซึ่งมีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับผู้ใช้งาน ที่สามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่อยู่ตลอดเวลา สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกระบวนการทางธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อองค์กรธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต และควรมีทักษะด้านภาษาที่สามารถนำเสนอสินค้าและบริการต่อประเทศอื่นได้ ทั้งนี้ Walter Patterson Consultancy for e-skills UK (2011) ได้พบว่า หน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศหรือหน่วยงานดิจิทัลขององค์กรธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความยากลำบากในการสรรหาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการใช้ทักษะทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงทำให้พนักงานเข้าใหม่ต้องได้รับการพัฒนาและฝึกอบรมเมื่อเข้าทำงานกับทางบริษัท เหล่านี้จะเห็นได้ว่า เป็นปัจจัยการพัฒนาในระยะยาวของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. ความรู้และความสามารถของผู้บริหารในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริหารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินงานธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งต้องมีความรู้พื้นฐานทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และความสามารถผลักดันให้กิจการเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน ผู้บริหารจะต้องกำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในกระบวนการและกิจกรรมของธุรกิจ การนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และนำองค์กรธุรกิจไปสู่เป้าหมายตามที่คาดหวังไว้ มีความสามารถในการวางแผนและบริหารโครงการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ และได้รับการสนับสนุนจากทีมงานที่มีคุณภาพ (วนิดา สุวรรณนิพนธ์, 2553)

2.6 อาชีพด้านไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือ ไอซีที ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อองค์กรภาครัฐและภาคธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการปฏิบัติงานให้ทันต่อความทันสมัยของไอซีที อย่างไรก็ตามกระบวนการปฏิบัติงานในทุกภาคส่วนขององค์กรจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรเป็นพลังขับเคลื่อนให้งานต่าง ๆ บรรลุได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มักจะเกี่ยวข้องกับบุคลากรที่ควรมีความรู้และทักษะด้านไอซีทีที่เป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ ดังนั้นปัจจุบันจะเห็นได้ว่าสายอาชีพด้านไอซีทีมีตำแหน่งงานที่หลากหลาย และได้มีการเรียกชื่อตำแหน่งงานให้เป็นไปตามหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล สำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีตำแหน่งงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร ดังที่ วรเกษมสันต์ สิริสุภรชต์ และเบญจวรรณ หมั่นเจริญ (2554) ได้กล่าวถึงหน้าที่รับผิดชอบของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับสายอาชีพด้าน ไอซีที สามารถแบ่งออกเป็นตำแหน่งงานได้ดังนี้

1. เว็บมาสเตอร์ (Web Master) เป็นผู้ที่รับผิดชอบและดูแลภาพรวมทั้งหมดของเว็บไซต์ ซึ่งเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์ จุดประสงค์ และรายละเอียดต่าง ๆ ของเว็บไซต์ จึงต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตามองค์กรขนาดเล็กอาจมีเว็บมาสเตอร์เพียงคนเดียวทำหน้าที่พัฒนาเว็บไซต์และติดตั้งดูแลเว็บเซิร์ฟเวอร์ หรืออาจจะเป็นเจ้าของเว็บไซต์ขององค์กรนั้น ในขณะที่องค์กรขนาดใหญ่ เว็บมาสเตอร์จะมีทีมงานที่ประกอบด้วย ผู้พัฒนาเว็บไซต์ (Web Developer) ผู้ออกแบบเว็บไซต์ (Web Designer) และโปรแกรมเมอร์หลายๆ คน ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ นอกจากนี้อีกหนึ่งหน้าที่หนึ่งก็คือ การโปรโมตเว็บไซต์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก จุดประสงค์ก็คือ เพื่อให้เว็บไซต์ขององค์กรเป็นที่แพร่หลายมีคนรู้จักมากขึ้น และนำไปใช้เป็นช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจต่อไป (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2554)

2. เว็บดีไซน์เนอร์ (Web Designer) เป็นผู้ที่รับผิดชอบในการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ทั้งหมด ซึ่งจะพิจารณาและออกแบบไม่ว่าจะเป็นการวางโครงร่างของหน้าเว็บไซต์ การเลือกสี การออกแบบภาพกราฟิกที่เป็นส่วนประกอบต่างๆ ดังนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านงานศิลปะและการนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

3. เว็บแอนิเมเตอร์ (Web Animator) เป็นผู้ที่รับผิดชอบในการสร้างกราฟิกแอนิเมชัน ซึ่งจะออกแบบการเคลื่อนไหวในแต่ละส่วนของหน้าเว็บเพจต่างๆ ทั้งหมด ซึ่งจะต้องมีความรู้ในเรื่องของโปรแกรม Flash เป็นอย่างมาก

4. เว็บโปรแกรมเมอร์ (Web Programmer) เป็นนักเขียนโปรแกรมซึ่งสามารถพัฒนาโปรแกรมด้วยภาษาต่าง ๆ ที่ใช้ในเว็บไซต์ เช่น PHP JAVA ASP เพื่อควบคุมการทำงานของ

เว็บไซต์ (ในบางเว็บไซต์ที่มีการติดต่อกับระบบฐานข้อมูล) เช่น ระบบการเพิ่มเนื้อหาข่าวสาร
สินค้าและบริการต่าง ๆ

5. Content Writer/Editor เป็นนักเขียนและบรรณาธิการที่ดูแลด้านเนื้อหา เว็บไซต์
เป็นผู้รับผิดชอบจัดเตรียมเนื้อหาของเว็บไซต์ ตรวจสอบความถูกต้องของเว็บไซต์ และปรับปรุงเมื่อ
มีการเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์

6. Web Online Marketing เป็นผู้ทำหน้าที่ในการใช้เทคโนโลยีของเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
กับการตลาดเพื่อผลักดันให้เว็บไซต์ถูกค้นหาได้โดยง่าย (เทคนิค SEO) หรือเพื่อให้เกิดแหล่งชุมชน
ออนไลน์ (facebook) ซึ่งจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์เป็นอย่างดี

2.7 การพัฒนาทรัพยากรบุคคลในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล เนื่องจากทรัพยากรบุคคลในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการพัฒนาและการเติบโตด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ
สามารถแบ่งกลุ่มบุคลากรได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ (ชีรวุฒิ บุญยโสภณ และ คณะ, 2550)

1. การพัฒนาบุคลากรก่อนเข้าสู่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

1.1 กำหนดแนวทางหลักสูตรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้สามารถนำไป
ประยุกต์ใช้ได้กับการดำเนินธุรกิจจริง เช่น หัวข้อการใช้วิธีประมวลออนไลน์ ความปลอดภัย การ
คุ้มครอง การจ่ายเงิน หรือการตรวจสอบและยืนยันตัวตน เป็นต้น

1.2 จัดทำเนื้อหาหลักสูตรในสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนให้เป็นไปใน
ทิศทางเดียวกัน โดยหลักสูตรดังกล่าวจะต้องเป็นการผสมผสานอย่างสมดุล ระหว่างด้าน
เทคโนโลยีสารสนเทศที่เน้นการออกแบบหรือการใช้โปรแกรม เศรษฐกิจ และกฎหมาย อีกทั้งควร
ให้ภาคธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตรใหม่ ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาทั้งภาคทฤษฎีและ
ภาคปฏิบัติ รวมทั้งสอดแทรกกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ เพื่อจุดประกายความคิดริเริ่ม
สร้างสรรค์ และส่งเสริมการนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพจริง

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรมี
ส่วนร่วมในการฝึกงานหรือดูงานของนักเรียน นักศึกษา

2. การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยภาครัฐและสถานประกอบการ
การร่วมกันพัฒนาหัวข้อการฝึกอบรมด้านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

2.1 การเตรียมหลักสูตรฝึกอบรมด้านภาษาอังกฤษให้กับบุคลากรอย่างเป็นระบบ
เพื่อสร้างรายได้เปรียบกับคู่แข่งทางธุรกิจในระดับนานาชาติ

2.2 การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
แก่บุคลากรในทุกกระดับ ทั้งนี้ควรมุ่งเน้นความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกันในบุคลากรแต่ละระดับ

เช่น ระดับผู้บริหารเน้นความรู้ความเข้าใจเรื่องบทบาท กลไกของตลาด กลยุทธ์ ส่วนระดับปฏิบัติการควรให้ความรู้ในลักษณะของการฝึกปฏิบัติ เช่น การใช้อินเทอร์เน็ต การสืบค้นข้อมูล เป็นต้น ส่วนเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่

2.3 การเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีโครงสร้างพื้นฐาน กุญแจสาธารณะ (Public Key Infrastructure : PKI) ให้กับบุคลากรที่ดำเนินงานเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งในภาครัฐและเอกชน ตลอดจนส่งเสริมความตระหนักถึงการทำธุรกรรมทางด้านอิเล็กทรอนิกส์อย่างปลอดภัย

2.4 ภาครัฐควรมีบทบาทการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยพัฒนาบุคลากรที่ทำงานบนพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีศักยภาพสูง การสนับสนุนให้มีการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตั้งแต่วัยเด็ก การกระจายความรู้ผ่านบทเรียนออนไลน์ การช่วยเหลือผู้ประกอบการใหม่ในการเขียนแผนธุรกิจ และการให้ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการ (Jutla et al., 2002)

ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ

3.1 ความหมายของสมรรถนะ

ในปัจจุบันหลายๆ องค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ การ รัฐวิสาหกิจ หรือภาคธุรกิจ เอกชน ต่างได้นำเอาสมรรถนะ หรือ Competency เข้ามาใช้ในการสรรหาคัดเลือกบุคลากร การ ประเมินผลงาน และการเลื่อนตำแหน่งงานที่สูงขึ้น เพราะสมรรถนะทำให้บุคลากรมีผลงานที่ แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าสมรรถนะเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตการทำงานของคนเราเป็นอย่างมาก ซึ่งการให้นิยามหรือความหมายของสมรรถนะ (Competency นั้น ได้มีนักวิชาการต่างๆ ให้ความ หมายเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกัน ดังนี้

อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2547) ได้ให้ความหมายของ สมรรถนะ (Competency) ว่า หมายถึง คุณลักษณะของบุคคล ประกอบไปด้วย ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณสมบัติอื่นๆ ได้แก่ ค่านิยม จริยธรรม บุคลิกภาพ คุณลักษณะทางกายภาพ และอื่นๆ ซึ่งจำเป็นและสอดคล้องกับ ความเหมาะสมกับองค์กร ทั้งนี้ต้องสามารถจำแนกถึงเหตุและผลสำหรับผู้ที่ประสบความสำเร็จใน การทำงานได้

อาภรณ์ ภูวิทย์พันธ์ (2549) อธิบายความหมายของสมรรถนะ (Competency) หมายถึง ทักษะ ความรู้ และความสามารถ (Skill, Knowledge and Attribute) ของบุคลากรที่จำเป็นต่อการ

ปฏิบัติงาน เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถทำงานจนบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของงานนั้น โดย Competency ต้องสามารถเรียนรู้และพัฒนาได้

ประจักษ์ ทรัพย์อุดม (2550) ได้อธิบายความหมายของ สมรรถนะว่าหมายถึงความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristic of Attributes) ที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรม (Behavior) ที่จำเป็น และมีผลให้บุคคลนั้นปฏิบัติงานในความรับผิดชอบของตนได้ดีกว่าบุคคลอื่น ซึ่งสมรรถนะของคนเกิดได้จาก 3 ทางคือ 1) เป็นพรสวรรค์ที่ติดตัวมาแต่กำเนิด 2) เกิดจากประสบการณ์การทำงาน 3) เกิดจากการฝึกอบรมและพัฒนา

สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ (อ้างถึงใน ยุทธนา ใจดี, 2550) ได้สรุปความหมายของ สมรรถนะ หมายถึง กลุ่มของความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะ (Attributes) ที่เกี่ยวข้องกันซึ่งมีผลกระทบต่องานหลักของตำแหน่งงานหนึ่ง ๆ โดยกลุ่มความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะดังกล่าว สัมพันธ์กับผลงานของตำแหน่งงานนั้น ๆ สามารถวัดผลเทียบกับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับและเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้างขึ้นได้ โดยผ่านการฝึกอบรมและการพัฒนา

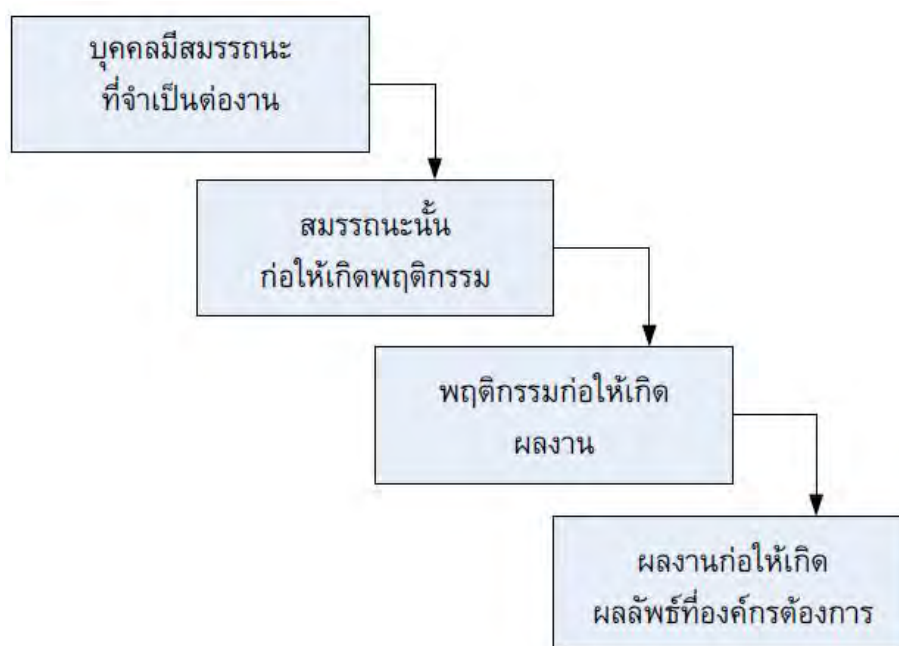
ชำรงศักดิ์ คงคาสวัสดิ์ (2551) ได้ให้ความหมายของคำว่า สมรรถนะ หมายถึง ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ แรงจูงใจ หรือคุณลักษณะที่เหมาะสมของบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ

ขจรศักดิ์ สิริมัย (2555) ได้สรุปความหมายของ สมรรถนะ หมายถึงคุณลักษณะความสามารถของบุคคลที่แสดงออกมาในเชิงพฤติกรรม ที่ส่งผลให้บุคลากรปฏิบัติงานหรือกระทำสิ่งต่างๆ ได้ตามมาตรฐาน และส่งผลให้องค์กรดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้ตามวัตถุประสงค์ ประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถวัดและสังเกตเห็นได้ว่า เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ทักษะ และลักษณะอื่นๆ ที่โดดเด่นกว่าบุคคลอื่นๆ ในองค์กร

Spencer and Spencer (1993) ได้อธิบายความหมายของ สมรรถนะ ว่าหมายถึงคุณลักษณะพื้นฐาน (Underlying Characteristic) ที่มีอยู่ภายในตัวบุคคล ได้แก่ แรงจูงใจ (Motive) อุปนิสัย (Trait) อัตตมโนทัศน์ (Self-Concept) ความรู้ (Knowledge) และ ทักษะ (Skill) ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ จะเป็นตัวผลักดันหรือมีความสัมพันธ์เชิงเหตุผล(Causal Relationship) ให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและ/หรือสูงกว่าเกณฑ์อ้างอิง (Criterion – Reference) หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้

Ganesh Shermon (อ้างถึงใน สมบูรณ์ ศรีสมานวัตร, 2553) ได้แบ่งความหมายของสมรรถนะออกได้ 2 ความหมาย ได้แก่ 1) ความสามารถของแต่ละบุคคลที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในขอบเขตงานที่รับผิดชอบ และ 2) คุณสมบัติที่บุคคลจำเป็นต้องมีเพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า Shermon มองว่าหากจะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีสมรรถนะที่เหมาะสมกับงาน และเมื่อมีสมรรถนะ

ที่เหมาะสมกับงานแล้วก็จะแสดงพฤติกรรมออกมา เมื่อพฤติกรรมที่แสดงออกมาจากสมรรถนะที่เหมาะสมก็จะทำให้ได้ผลงาน และท้ายที่สุดผลงานที่ได้นั้นก็จะเป็นผลลัพธ์ที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการขององค์กร ปรากฏดังภาพที่ 2-4



ภาพที่ 2-4 ความหมายของสมรรถนะที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม ผลงาน และผลลัพธ์
ที่มา : สมบูรณ์ ศรีสมานูวัตร (2553 : 12)

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า สมรรถนะ (Competency) หมายถึง บุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะ และคุณสมบัติต่าง ๆ ที่เหมาะสมสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งที่ตนมีหน้าที่รับผิดชอบในองค์กร ซึ่งทำให้บุคคลเหล่านั้นมีผลการปฏิบัติงานตรงกับความต้องการขององค์กร

3.2 องค์ประกอบของสมรรถนะ

หลักแนวคิดของแมคเคิลแลนด์ (อ้างถึงใน สมบูรณ์ ศรีสมานูวัตร, 2553) ได้อธิบายองค์ประกอบของสมรรถนะไว้ดังนี้

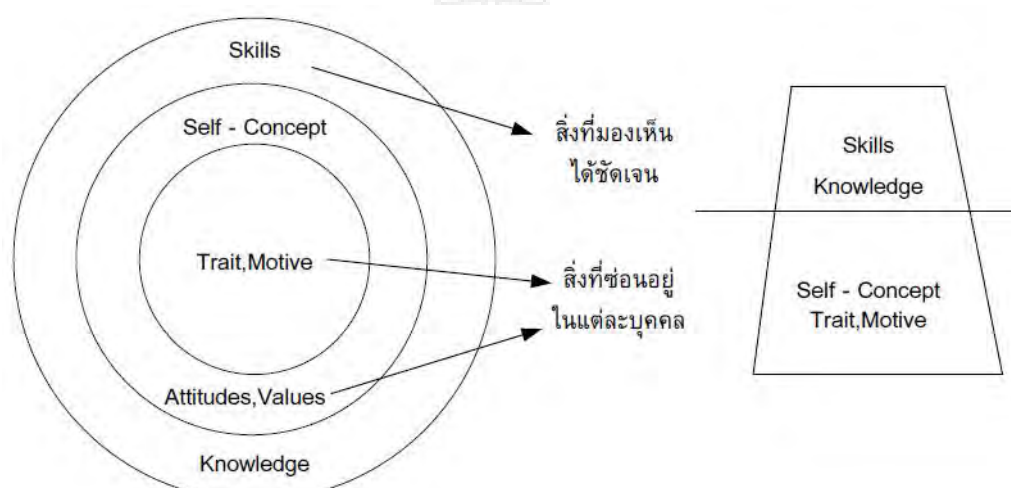
1. ความรู้ (Knowledge) คือความรู้เฉพาะด้านของบุคคล เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ เช่น ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ด้านการบริหาร เป็นต้น
2. ทักษะ (Skill) คือ สิ่งที่ต้องการให้ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความชำนาญ เช่น ทักษะทางคอมพิวเตอร์ ทักษะทางการถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น

3. ทักษะ (Self-Concept) คือ เจตคติ ค่านิยม และความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน หรือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็น เช่น ความมั่นใจในตนเอง เป็นต้น

4. บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (Traits) เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลนั้น เช่น คนที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ หรือมีลักษณะเป็นผู้นำ เป็นต้น

5. แรงจูงใจหรือเจตคติ (Motives / Attitude) เป็นแรงจูงใจหรือแรงขับภายในซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย และมุ่งสู่ความสำเร็จ เป็นต้น

นอกจากนี้แมคเคิลแลนด์ ได้อธิบายถึง องค์ประกอบโดยภาพรวมของสมรรถนะ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนหนึ่งคือสิ่งที่มองเห็นได้ชัดเจน คือทักษะและความรู้ อีกส่วนหนึ่งคือสิ่งที่ซ่อนอยู่ในแต่ละบุคคล คือพฤติกรรมที่สะท้อนมาจากค่านิยม อุปนิสัย ทักษะ และแรงขับ ปรากฏดังภาพที่ 2-5



ภาพที่ 2-5 องค์ประกอบของสมรรถนะตามแนวคิดของแมคเคิลแลนด์

อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์ (2549) ได้แบ่ง Competency หรือความสามารถของบุคคลในองค์กร ออกเป็นความสามารถหลัก 4 ด้าน ได้แก่

1. ความสามารถทางธุรกิจ หรือที่เรียกว่า Business Competency คือการรู้โครงสร้างขององค์กร เข้าใจผลิตภัณฑ์ของบริษัท ติดตามความเคลื่อนไหวของธุรกิจ เพราะข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้สามารถเตรียมความพร้อมในแง่ของการพัฒนาทักษะ ความรู้และความสามารถของพนักงานให้รองรับกับลักษณะธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ความสามารถด้านเทคนิคเฉพาะงานหรือที่เรียกว่า Technical Competency คือการรู้และเข้าใจเทคนิค หลักการ ทฤษฎี และกระบวนการในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งงานหรืองานในหน้าที่ความรับผิดชอบ

3. ความสามารถด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือที่เรียกว่า Interpersonal Competency คือการเน้นในเรื่องของการมีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน การสร้างและทำงานเป็นทีม การติดต่อประสานงาน การสื่อสารทั้งทางวาจาและทางข้อความ การโน้มน้าวชักจูง การเจรจาต่อรอง และการสอนงาน

4. ความสามารถด้านสติปัญญา หรือที่เรียกว่า Intellectual Competency เป็นความสามารถในเรื่องของการคิดวิเคราะห์ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการนำเสนอแนวความคิดหรือโครงการต่างๆ

เนื่องจากไอซีที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้ตามความต้องการเมื่อธุรกิจได้สนับสนุนการประยุกต์ใช้ไอซีในองค์กร และมีการจัดการโดยบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านไอซี (McKay and Brockway, 1989) องค์กรต้องมีความเข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างดี โดยผู้บริหารให้ความสำคัญและสนับสนุน ดังนั้นกลยุทธ์ทางธุรกิจและไอซีที่จึงเป็นกิจกรรมที่ต้องพัฒนาให้เชื่อมโยงกัน ดังที่ พลพฐ และสุภาภรณ์ (2552) ได้กล่าวถึงผลการวิจัยของเวสต์ที่ระบุไว้ว่า กลุ่มบุคคลที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีทั้งผู้ที่มีทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างดีและมีทักษะในเรื่องธุรกิจเป็นอย่างดีด้วย และในกลุ่มบุคคลที่มีทักษะด้านธุรกิจมีทั้งผู้ที่มีทักษะในเรื่องธุรกิจและทักษะในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างดีอีกด้วยเช่นกัน กลุ่มบุคคลที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT skill) หมายถึงบุคลากรที่มีพื้นฐานความรู้ด้านเทคนิค ส่วนกลุ่มบุคคลที่มีทักษะด้านธุรกิจ (business skill) หมายถึงบุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ (สิ่งที่บริษัททำ) เป็นอย่างดี รู้ขั้นตอนงาน รู้ปัญหา

โดยทั่วไปบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีและสารสนเทศ ควรมีการพัฒนาทักษะและความรู้ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ทักษะหลัก ได้แก่ ทักษะด้านเทคนิค ทักษะด้านธุรกิจและมนุษยสัมพันธ์ และทักษะด้านความรู้ (Todd, McKeen and Gallupe, 1998) ความรู้และทักษะเป็นองค์ประกอบของบุคลากรไอซีที่ ซึ่งถือเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการพัฒนาไอซีที่และการใช้ไอซีขององค์กร อย่างไรก็ตามการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็จำเป็นต้องดำเนินการโดยบุคลากรไอซีที่มีทักษะหลักทั้งสามดังกล่าวด้วยเช่นกัน (Sirkemaa, 2004) โดยอธิบายความหมายของแต่ละทักษะได้ดังนี้

1. ทักษะด้านเทคนิค

การพัฒนาไอซีที่จำเป็นต้องมีความเข้าใจทางด้านเทคนิค และต้องมีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดของศัพท์เทคนิค ความรู้ด้านเทคนิคเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าหากบริษัทขาดความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค ก็อาจจะขอคำแนะนำจากหน่วยงานภายนอก ตัวอย่างเช่น การใช้ที่ปรึกษาในการวางแผนรักษาความปลอดภัยระบบไอซีที่ซึ่งถือว่าเป็นค่าต่อการลงทุน

ทักษะด้านเทคนิคไม่ได้จำกัดเฉพาะความรู้ทางเทคนิค อย่างเช่น ความรู้เกี่ยวกับ อุปกรณ์ทางเทคนิค การแก้ปัญหา และการเลือกวิธีการพัฒนาไอซีที แต่ทักษะด้านเทคนิคยังจะต้อง รวมถึงมิติตามความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น ความเป็นไปได้สำหรับทางเลือกการพัฒนาไอซีทีของ องค์กร ซึ่งมักจะมีผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกและผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์ด้านไอซีทีเข้ามาพิจารณาร่วม ด้วย ความรู้ด้านเทคนิค ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และประสบการณ์ จำเป็นต้องนำมาใช้ เพื่อการประเมินเกี่ยวกับเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ และโซลูชัน

สรุปได้ว่า ความรู้และความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับระดับบริหาร ทุกระดับที่เกี่ยวข้อง (Davenport and Turner, 2000) การตัดสินใจดำเนินงานที่สำคัญใด ๆ ในวันนี้ มีผลต่อการพัฒนาในอนาคต ดังนั้นจึงต้องมีความเข้าใจเรื่องเทคโนโลยีและระบบที่พัฒนา บุคคลที่ เกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนาระบบจะต้องเข้าใจปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาร่วมกันได้

2. ทักษะด้านธุรกิจ

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารถูกนำมาใช้ในกระบวนการทางธุรกิจ และนำมา เป็นกลยุทธ์เพื่อกำหนดเป้าหมายขององค์กร อย่างไรก็ตามความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจมีความสำคัญ ในการพัฒนาไอซีที ซึ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นรูปแบบของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยเช่นกัน

ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจมักเชื่อมโยงกับความเป็นผู้นำ ระบบแนวคิดทางธุรกิจ การ สร้างความสัมพันธ์ และการพัฒนาการดำเนินงาน (Feeny and Willcocks, 1998) ทักษะและความ สามารถเหล่านี้มีความสำคัญต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความเข้าใจในการพัฒนาไอซีทีของธุรกิจมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องมีความชัดเจน แม้เป็นทราบโดยทั่วไปว่า การพัฒนาไอซีทีขององค์กรจำเป็นต้องใช้ทักษะทางธุรกิจเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตาม บุคลากรทางไอซีทีที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคนิค ก็ถือว่ายังมีความจำเป็น สำหรับองค์กรด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ในการพัฒนาไอซีทีขององค์กรนั้น บุคลากรไอซีทีก็ต้องมีความ เข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการธุรกิจขององค์กรเหล่านั้น

3. ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสำคัญสำหรับการพัฒนาเทคโนโลยี สารสนเทศ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศจะขึ้นอยู่กับความร่วมมือและความเข้าใจซึ่งกันและ กันระหว่างคนที่มีส่วนร่วมในการพัฒนางาน ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นทักษะสำคัญ ในการติดต่อหรือปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร (Sirkenmaa, 2005)

บุคลากรในหน่วยงานไอซีทีควรมีทักษะการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับบุคคลอื่นๆ ใน องค์กร โดยควรหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคในขณะที่พูดคุยกับบุคคลอื่น โดยเฉพาะบุคคลที่ไม่ใช่ สายวิชาชีพด้านไอที เพราะการใช้ศัพท์เทคนิคอาจนำไปสู่ความเข้าใจผิดและอาจเกิดปัญหาในการ ทำงานได้ บุคลากรไอซีทีควรเข้าใจความต้องการของธุรกิจ กระบวนการทางธุรกิจ และความ

ต้องการของผู้ใช้ รวมทั้งต้องทำให้นักธุรกิจเกิดความเชื่อมั่นว่าเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จได้

นอกจากนี้ บุญมาก สิริเนาวกุล (2549 : 88-89) ได้กล่าวถึงวิธีการพัฒนาบุคลากรด้านไอซีทีเพื่อให้สามารถทำงานให้กับองค์กรได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ จะต้องวางแผนพัฒนาวิชาชีพให้ชัดเจน โดยจะต้องให้ความสำคัญกับทักษะและความสามารถใน 3 กลุ่ม ต่อไปนี้

1. กลุ่มทักษะทางธุรกิจ ประกอบด้วย
 - ความสามารถด้านยุทธศาสตร์
 - ความสามารถจัดการด้านนวัตกรรม
 - ความแม่นยำในกระบวนการและขั้นตอนทางธุรกิจ
 - ความสามารถเฉพาะทางในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
 - ความสามารถในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
2. กลุ่มทักษะทางเทคโนโลยี ประกอบด้วย
 - การใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพและมีประโยชน์
 - การดำเนินงานและการสนับสนุนระบบงาน
 - ความสามารถในการติดตั้งระบบงาน
 - ความสามารถในการพัฒนาและบำรุงรักษาระบบงาน
3. กลุ่มทักษะการบริหารงานและการสื่อสาร ประกอบด้วย
 - ความสามารถในการบริหารโครงการไอซีที
 - ความสามารถในการทำงานเป็นทีม
 - การพัฒนาถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้
 - วิธีการสื่อสารทางเทคนิคและทางธุรกิจ

3.3 สมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจุบันนี้ไม่ว่าจะเป็นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็ตาม ต้องการบุคลากรที่มีความสามารถและความเข้าใจทางด้านไอซีที ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากปริมาณงานทางธุรกิจที่สำคัญในปัจจุบันต้องดำเนินการด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะข้อมูลที่มีความสำคัญได้ถูกจัดเก็บไว้ในระบบงานไอซีที ถ้าระบบล้มเหลวอาจจะส่งผลเสียต่อบริษัทได้ อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรต้องอาศัยระบบไอซีทีเป็นเครื่องมือสนับสนุนที่สำคัญต่อธุรกิจซึ่งจำเป็นต้องมีบุคลากรด้านไอซีที ฉะนั้นหากองค์กรต้องการให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จอย่างสูงสุดก็ควรต้องมีการพัฒนาระบบไอซีทีให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องและมุ่งเน้นให้ความสำคัญต่อสมรรถนะที่จำเป็นของบุคลากรไอซีที เพื่อที่องค์กรจะได้

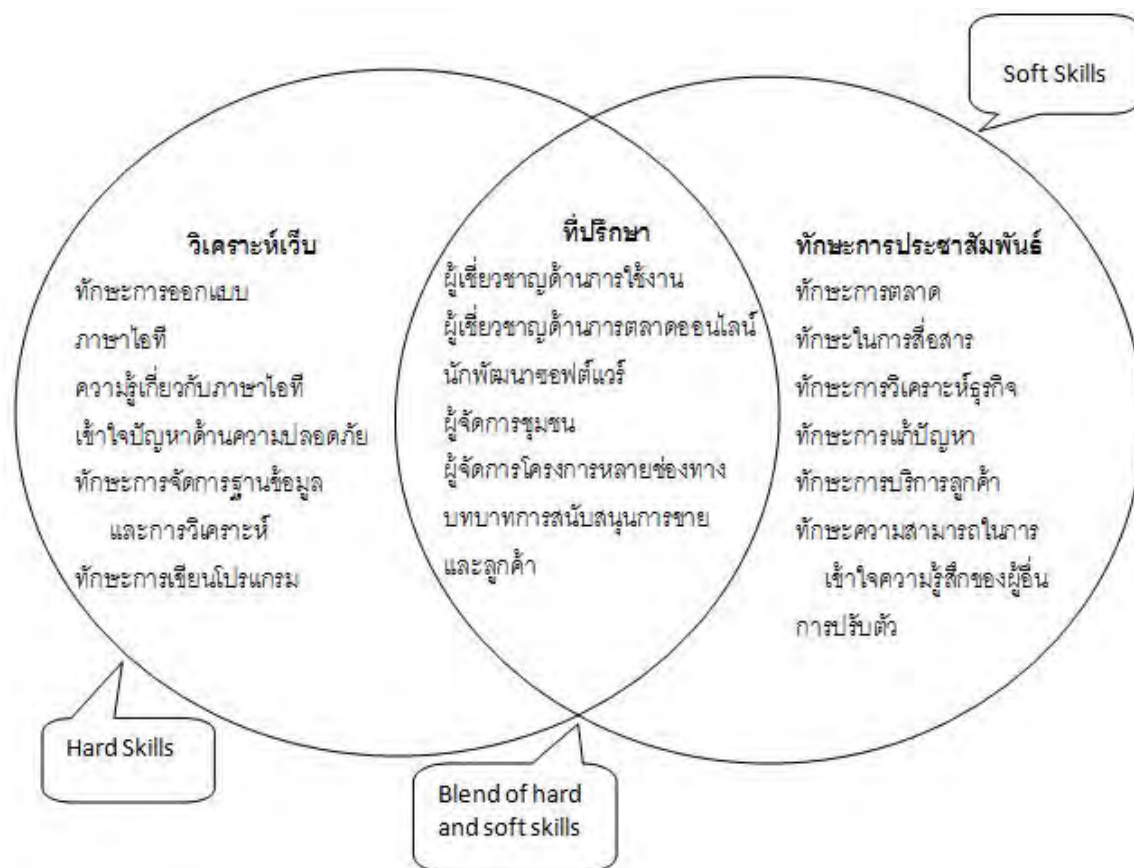
ทราบว่าบุคลากรดังกล่าวควรมีสมรรถนะด้านใดบ้าง และสมรรถนะที่จำเป็นนั้นอยู่ในระดับใด ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถเสริมสร้างหรือพัฒนาสมรรถนะเหล่านั้น ให้กับบุคลากรไอซีทีได้ตรงกับความต้องการขององค์กร เพราะหากบุคลากรไอซีทีที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพย่อมส่งผลดีต่อการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรนั้นๆ ดังที่ Mohamed Nuzrath (2012) ได้กล่าวถึงทักษะที่จำเป็นของบุคลากรไอซีทีในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไว้ดังนี้

1. การแนะนำระบบและซอฟต์แวร์ใหม่ๆ ที่ทันสมัยเพื่อให้ทันต่อการพัฒนาเทคโนโลยีและความต้องการของธุรกิจ
2. การจัดซื้อฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ใหม่ๆ และการจัดหาสารสนเทศ หรือการจัดฝึกอบรมอย่างเหมาะสม
3. การช่วยเหลือผู้ใช้ที่มีปัญหาเกี่ยวกับการทำงานของระบบคอมพิวเตอร์
4. การซ่อมแซมระบบคอมพิวเตอร์เมื่อจำเป็น
5. การเชื่อมต่ออุปกรณ์ใหม่หรือเพิ่มเติมระบบ
6. การติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัย เพื่อการเข้าถึงสำหรับผู้ใช้ที่ได้รับอนุญาตและเป็นการป้องกันแฮกเกอร์และไวรัส
7. เทคนิคการดูแลรักษาเว็บไซต์ของบริษัท
8. พนักงานตรวจสอบการใช้คอมพิวเตอร์ตามนโยบายไอทีของบริษัท
9. การดำเนินงานระบบการสำรองข้อมูลที่สำคัญเพื่อให้สามารถกู้คืนได้อย่างรวดเร็วในกรณีฉุกเฉิน

โอกาส เอี่ยมสิริวงศ์ (2556) ได้กล่าวถึงมุมมองของผู้บริหารพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับความรู้ความสามารถของบุคลากรในการออกแบบและการนำเครื่องมือซอฟต์แวร์ต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานทางธุรกิจ ได้แก่

1. การออกแบบเว็บไซต์ ควรพิจารณาถึงพื้นฐานการทำธุรกิจ
2. การปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เน้นวิธีดึงดูดให้ผู้คนจำนวนมากเข้ามายังเว็บไซต์ผ่านเครื่องมือค้นหาอย่าง Google, Bing, Ask และบริการอื่นๆ
3. เครื่องมือสำหรับการโต้ตอบและการสร้างเนื้อหาที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดหรือที่เรียกว่า Active Content เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้
4. เครื่องมือด้าน Customization ช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมกรเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของลูกค้า อย่างเช่น การใช้ประโยชน์จากไฟล์คุกกี้ (Cookie) ที่คอยบันทึกข้อมูลสำคัญต่างๆ ที่ติดตั้งอยู่ในเครื่องที่ใช้งานของลูกค้า เพื่อนำไปสู่เทคนิค Personalization และนำเสนอสินค้า/บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย
5. นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Policy) ต้องประกาศให้ลูกค้าทราบ

ทักษะที่จำเป็นสำหรับการประสบความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จาก รายงานการวิจัยของ The IFF Research ซึ่งได้จำแนกประเภททักษะที่จำเป็นสำหรับธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ออกเป็นทักษะทางอาชีพ (Hard Skills) และ ทักษะสนับสนุน (Soft Skills) รวมทั้ง ยังมีกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปรากฏดังภาพที่ 2-6



ภาพที่ 2-6 ประเภททักษะที่จำเป็นสำหรับการประสบความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Walter Patterson Consultancy for e-skills UK (2011) ได้กล่าวถึงทักษะที่ได้รับการ ระบุว่าเป็นสิ่งที่สำคัญในการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ ธุรกิจออนไลน์ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter, blogs เป็นต้น)
2. สถาปัตยกรรมด้านการพัฒนาเว็บ
3. การเขียนโฆษณาสำหรับเว็บ
4. การจัดการเนื้อหาของเว็บไซต์
5. การทำการตลาดผ่านทางอีเมล

6. การทำการตลาดผ่าน Search Engine
7. การวิเคราะห์เว็บไซต์
8. การสร้างแบบจำลองพฤติกรรมของลูกค้า
9. การตรวจสอบวิธีทุจริต : วิธีการและแนวทาง
10. การตลาดแบบ โฆษณาผ่านทางตัวแทนเว็บ
11. ผู้ให้บริการการชำระเงินหรือธนาคารที่ร้านค้าเปิดบัญชีไว้
12. การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย : เครื่องมือและเทคนิคการวางแผน
13. การสร้างการยอมรับขององค์กรบนโลกออนไลน์

นอกจากนี้ สิทธิพิเศษ ลิขสิทธิ์ (2557) ได้ให้การแนะนำสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย ซึ่งจำเป็นจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. การรู้จักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เข้าใจประโยชน์ และสามารถถ่ายทอดเป็นตัวอักษรได้
2. การรู้จักตลาด หมายถึงกลุ่มเป้าหมาย ว่ามีพฤติกรรมอย่างไร ชอบสิ่งไหน ถ้าสิ่งนั้นมีเท่าไร รวมไปถึงคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม จะได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายได้ถูกต้อง
3. การรู้จักบริหารเวลา การเปิดร้านค้าออนไลน์แม้จะใช้ทุนน้อยกว่าการเปิดร้านตามห้างและไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง แต่ก็ต้องหมั่นอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ ควรรับให้คำตอบกับสิ่งที่ลูกค้าสอบถาม และต้องส่งของอย่างรวดเร็ว
4. การหมั่นศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการทำร้านค้าออนไลน์ แม้ว่าจะเข้าถึงได้ทุกที่ ที่มีอินเทอร์เน็ต แต่ก็ต้องสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้มีระบบโซเชียล-เน็ตเวิร์ค ไลน์ แอปพลิเคชันที่ช่วยยอดขายได้ก็ต้องนำมาใช้ประโยชน์ หรือแม้แต่การถ่ายภาพสินค้าให้ดูดี ควรจะต้องถ่ายภาพแบบไหน ต้องมีการบรรยายอย่างไรบ้างให้คนซื้อ ตลอดจนกลโกงต่างๆ เพราะทั้งผู้ซื้อและผู้ขายตกเป็นเหยื่อจำนวนมากขึ้น ทำให้ทั้งสองฝ่ายขาดที่จะใช้ตลาดออนไลน์ ทั้งที่มีประโยชน์ช่วยลดต้นทุนทั้งสองฝ่าย
5. การเข้าใจถึงจุดแข็งที่ทำให้ลูกค้าต้องซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ ปัจจุบันการเปิดร้านค่านั้นมีความสะดวกและง่ายมาก แต่เปิดขึ้นมาแล้วต้องคิดก่อนว่า ทำไมลูกค้าจึงต้องซื้อสินค้าจากเว็บของเรา และจะสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อขายระหว่างกันได้อย่างไร

ส่วนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธีรวุฒิ บุญยโสภณ และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่องการเสริมสร้างความเข้มแข็งและยกระดับมาตรฐานของวิชาชีพด้านบริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในตลาดโลกโดยศึกษาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับการจัดทำเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายสินค้าและบริการ สรุปผลได้ว่า ผู้พัฒนาเว็บไซต์หรือสถานประกอบการต้องการให้มีการสนับสนุนการพัฒนา รูปแบบเว็บไซต์ที่มีความหลากหลายในด้านภาษา มีความสวยงามและเข้าถึงได้ง่ายของเว็บไซต์ แต่บุคลากรในธุรกิจยังขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะ ในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการออกแบบเว็บไซต์ให้มีความสวยงามดึงดูดความสนใจ ส่วนผู้ที่ต้องการเข้าสู่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังขาดแคลนบุคลากรที่มี ความรู้ ความชำนาญ ในการพัฒนาเว็บไซต์ที่สวยงามได้มาตรฐาน สามารถค้นหาได้โดยใช้ Search Engine ชื่อนำ เช่น Yahoo หรือ Google อีกทั้งยังขาดความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้เจ้าของธุรกิจที่เพิ่มเริ่มต้นธุรกิจยังไม่มียงบประมาณในการจัดทำเว็บไซต์ที่มีมาตรฐานสากล

วนิดา สุวรรณนิพนธ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องการวัดผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การสนับสนุนของภาครัฐ ความสามารถของบุคลากร ความสามารถในการจัดการธุรกิจ ความสามารถของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความสามารถในการทำงานร่วมกันของธุรกิจ ที่ส่งผลต่อผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในมุมมองของผลสำเร็จ ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า และด้านการเงิน เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เฉพาะที่เป็นนิติบุคคล จำนวน 325 ราย ผลการศึกษาพบว่า

1. ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เรียงจากมากไปน้อย คือ ความสามารถของบุคลากร สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ความสามารถของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความสามารถในการจัดการธุรกิจ ความสามารถในการทำงานร่วมกันของธุรกิจ และการสนับสนุนของภาครัฐ ตามลำดับ

2. ผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ได้รับอิทธิพลรวมจากการสนับสนุนของภาครัฐ (0.783) มากที่สุด รองลงมาเป็นความสามารถของบุคลากร(0.509) และผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านกระบวนการภายในได้รับอิทธิพลรวมจากความสามารถในการจัดการธุรกิจ (0.432) มากที่สุด รองลงมาเป็นความสามารถของบุคลากร (0.414)

3. ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการจัดการธุรกิจ ความสามารถของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีการพัฒนาความรู้และทักษะของบุคลากรในหลายด้าน มีการกำหนดกลยุทธ์ ที่เหมาะสมต่อสภาพการแข่งขัน มีการลงทุนในเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการทำให้เกิดการทำงานร่วมกันได้ รวมทั้งภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนและช่วยเหลือให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสนับสนุนด้านการเงินและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

อัญชลี บุญอ่อน (2553) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัท โอซีซี จำกัด (มหาชน) โดยโปรแกรมได้ถูกสร้างขึ้นจากความต้องการของผู้บริหาร พบว่าการออกแบบและพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มช่องทางการขายและการบริการให้กับผู้บริโภคอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งได้ยกกรณีตัวอย่างเพื่อศึกษาระบบธุรกิจของ บริษัท โอซีซี จำกัด (มหาชน) โดยใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต การใช้งานระบบประกอบด้วย 3 กลุ่มคือ 1) ผู้ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถเข้าชมเว็บไซต์ เลือกซื้อสินค้า และตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ 2) ผู้บริหารสามารถดูรายงานต่างๆ ได้ 3) ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลต่างๆ และทำข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ และผลการประเมินการทำงานของระบบจากผู้ใช้ทั้ง 3 กลุ่ม ปรากฏว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี

มานิตา สองสี (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตไม่ได้มีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน เพราะเจ้าของกลุ่มผู้ผลิตไม่มีความรู้และความสามารถในการจัดการกับเว็บไซต์ได้ ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ตลอดจนยังขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ยังมีความต้องการจะริเริ่มในการที่จะนำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายทาง e-Commerce

สุพัตรา กาญจนโนภาส (2554) ได้สรุปผลการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ได้แก่ การจัดทำหน้าเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สวยงาม ใช้งานได้ง่ายและไม่ซับซ้อน การทำโฆษณาเว็บของบริษัทบนเว็บที่มีชื่อเสียง เช่น Google และทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter การนำเสนอรายละเอียดสินค้าให้ครบถ้วนชัดเจนบนเว็บ เช่น รูปภาพ ราคา การใช้งาน และสามารถขยายภาพสินค้าใหญ่ขึ้นได้ซึ่งมองภาพได้หลายมุม เป็นต้น การปรับปรุงข้อมูลบนเว็บให้ทันสมัยอยู่เสมอ

การมีเว็บบอร์ดในการถามตอบปัญหาให้กับลูกค้า ในหน้าเว็บมีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์และความพึงพอใจของลูกค้าจากข้อความที่ลูกค้าโพสต์ในเว็บบอร์ดได้ การเก็บข้อมูลของลูกค้าก็ควรเก็บเท่าที่จำเป็นเท่านั้นและเป็นความลับ การดูแลรักษาระบบไม่ให้ล่ม/แก้ไขทันทีเมื่อเกิดปัญหา การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกระทรวงพาณิชย์โดยแสดงให้ลูกค้าได้เห็นชัดเจน ตลอดจนการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ไปรษณีย์ไทยเพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบการส่งของได้

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2554) ได้สำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พบว่าผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ การจัดอบรมให้ความรู้และทักษะในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การตลาด การพัฒนาเว็บไซต์ และต้องการแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อการลงทุนและเป็นเงินทุนหมุนเวียน

ประพันธ์พงศ์ ใจเพื่อแม่ (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำเว็บไซต์เพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษาปัจจัยของเนื้อหาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านข้อมูลส่วนตัว ด้านเครือข่ายของผู้ใช้ ด้านการส่งข้อความ ด้านการแบ่งปันเนื้อหา และส่วนเพิ่มคุณค่า ส่วนการจัดทำเว็บไซต์เพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย ด้านรูปแบบของเว็บไซต์ ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ ด้านชุมชนคนออนไลน์ ด้านการเสนอสินค้าและบริการเป็นรายบุคคล ด้านการติดต่อสื่อสารทางเว็บไซต์ ด้านการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น และด้านการพาณิชย์ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดทำเว็บไซต์ พบว่า ข้อมูลส่วนตัว เครือข่ายของผู้ใช้ การส่งข้อความ การแบ่งปันเนื้อหา และส่วนเพิ่มคุณค่า มีอิทธิพลต่อการจัดทำเว็บไซต์ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.602

Newton (1999) ศึกษาเรื่องธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ : ปัจจัยสำคัญสำหรับการประยุกต์ใช้กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในด้านการจัดโครงสร้างองค์กร (organization) จะต้องมีการบริหารจัดการโครงสร้างขององค์กร ประกอบด้วยความชำนาญเฉพาะด้าน (specialize) โดยเฉพาะทางด้านไอที รวมทั้งการมีบุคลากรที่มีความชำนาญพิเศษในหลายด้าน ได้แก่ ทักษะในการจัดการ (skill management) เป็นการใช้ทักษะของบุคลากรในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการจัดการด้านไอทีให้บรรลุเป้าหมาย และทักษะในกระบวนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน (process visibility) โดยการใช้ไอทีในการจัดการกระบวนการปฏิบัติงานในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงานและตลอดอายุของผลิตภัณฑ์

Jennex (2003 อ้างถึงใน วนิตา สุวรรณนิพนธ์, 2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า บุคลากรควรมีความรู้ความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการได้ดี บุคลากรควรมีทักษะด้านภาษาที่สามารถนำเสนอ

สินค้าและบริการต่อประเทศอื่นๆได้ บุคลากรควรมีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีในระดับ
 ผู้ใช้งานที่สามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบุคลากรต้องรับรู้การเปลี่ยนแปลง
 วัฒนธรรมขององค์กรและปรับตัวได้ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Sirkemaa (2005) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทักษะและความรู้ที่สำคัญในการพัฒนาโครงสร้าง
 พื้นฐานของอีคอมเมิร์ซ พบว่า ทักษะและความรู้ของบุคคลมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาโครงสร้าง
 ของอีคอมเมิร์ซ โดยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารงานด้านไอทีในองค์กรของ
 อุตสาหกรรมที่แตกต่างกันจำนวน 6 แห่ง เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อความสัมพันธ์เกี่ยวกับทักษะ
 และความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานของการพัฒนาธุรกิจออนไลน์ ซึ่ง
 ได้แบ่งทักษะและความเชี่ยวชาญ ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเทคนิค ด้านธุรกิจ และด้าน
 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งทักษะเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการพัฒนาไอทีและมีความสัมพันธ์
 ซึ่งกันและกัน ถึงแม้ว่าทักษะแต่ละด้านจะมีความหมายแตกต่างกันก็ตาม อย่างเช่น ผู้ประกอบการ
 ทางธุรกิจต้องการบุคคลที่มีความสามารถด้านไอที ไม่เพียงแค่นี้พื้นฐานความรู้ทางธุรกิจเท่านั้น แต่
 จะพิจารณาถึงความเข้าใจทางธุรกิจและทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของคนเหล่านั้นด้วย ใน
 ทางตรงกันข้ามการพัฒนาระบบจะประสบความสำเร็จมากขึ้นหากนักธุรกิจเข้าใจการนำเทคโนโลยี
 มาประยุกต์ใช้ และการที่คนไอทีจะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นก็ควรใช้ภาษาสื่อสารทั่วไป ไม่ควร
 ใช้ศัพท์เฉพาะทางไอที



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวนทั้งหมด 8,111 ราย เป็นนิติบุคคล 3,001 ราย และบุคคลธรรมดา 5,110 ราย ปรากฏดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นข้อมูล ณ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2557

ประเภทของผู้ประกอบการ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
นิติบุคคล	3,001	37.00
บุคคลธรรมดา	5,110	63.00
รวม	8,111	100.00

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (<http://www.trustmarkthai.com>)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 381 ราย จากจำนวนประชากรทั้งหมด 8,111 ราย ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (มณฑัสัย เทียนทอง, 2555 : 74) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นอีก 5% ที่คาดว่าจะไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นมีจำนวนเท่ากับ 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการวิจัย

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบ เป็นคำถามแบบเลือกรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 องค์กรประกอบสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 55 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

- สมรรถนะด้านความรู้ (Knowledge) จำนวน 14 ข้อ

- สมรรถนะด้านทักษะ (Skills) ประกอบด้วย 3 ทักษะ ได้แก่ ทักษะทางธุรกิจ ทักษะทางเทคโนโลยี และทักษะการบริหารงานและการสื่อสาร จำนวน 27 ข้อ

- สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes) จำนวน 14 ข้อ

โดยกำหนดค่าระดับคะแนนตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ดังนี้

ระดับความจำเป็นที่ต้องมีและจำเป็นต้องใช้สมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

5 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้ในระดับมาก

3 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้ในระดับปานกลาง

2 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้ในระดับน้อย

1 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้ในระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้ กำหนดเกณฑ์ได้ดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้มากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้เห็นด้วยมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้ปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้น้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีในแต่ละด้านของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ส่วนที่ 1 การสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา สิ่งพิมพ์ บทความ รายงานการประชุมสัมมนาทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. ศึกษา รวบรวม และสังเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
4. นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา และความชัดเจนของข้อคำถาม (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิได้ประเมินข้อคำถามแต่ละข้อและมีเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ ดังนี้ (มนต์ชัย เทียนทอง, 2548 : 118)

+1 หมายถึงแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

0 หมายถึงไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

-1 หมายถึงแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงตามเนื้อหา

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

IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยเกณฑ์การพิจารณาความตรงของข้อคำถาม มีดังนี้

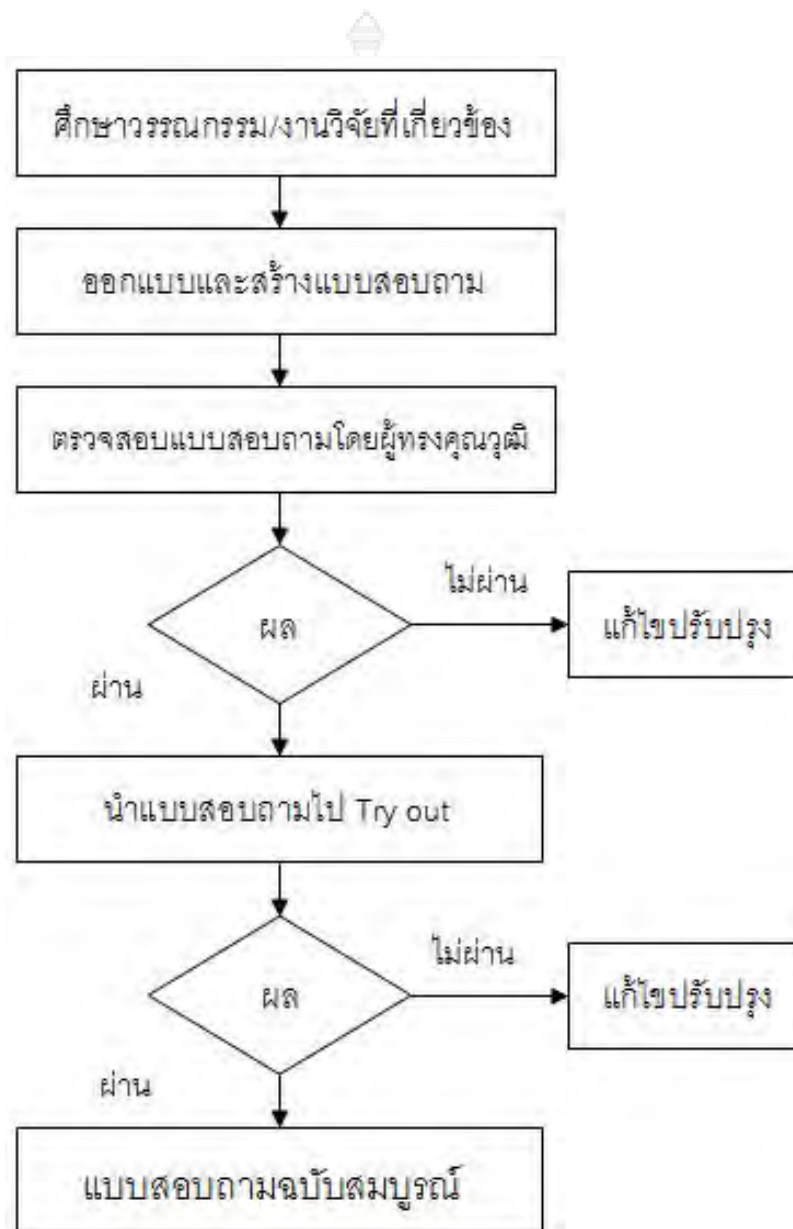
- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 – 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

- ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

ค่า IOC ที่ได้มีค่าตั้งแต่ 0.4 – 1.0 ซึ่งข้อตกลงการเลือกข้อคำถาม ค่า IOC จะต้องมากกว่า 0.5 ดังนั้นจึงได้นำข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.4 มาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และได้ทุกข้อคำถามมีค่า IOC เกินกว่า 0.5 และได้ค่าเฉลี่ยรวมทั้งฉบับเท่ากับ 89.10

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย

6. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.854
7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปใช้เป็นแบบสอบถามในการวิจัย



ภาพที่ 3-1 สรุปขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 2 การสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการโดยสร้างกรอบคำถามของการสัมภาษณ์จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ บทความ รายงานการประชุมสัมมนาทางวิชาการ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อกำหนดประเด็นของการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยดำเนินการดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยได้รับแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์และครบถ้วน จำนวน 385 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 96.25
2. ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านไอซีทีจากหน่วยงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 10 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์โดยหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบปลายเปิด ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดกลุ่มคำตอบที่มีเนื้อหาเหมือนกันและนำเสนอข้อมูลเป็นค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
4. ข้อมูลองค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการวิเคราะห์หาจำนวนองค์ประกอบ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) มีขั้นตอนดังนี้

4.1 เก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อมูลมีลักษณะเป็นตัวแปรที่มีค่าต่อเนื่องหลายตัวแปร ที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วคำนวณค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) และค่า Bartlett's Test of Sphericity เพื่อพิจารณาว่าเหมาะสมกับการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่

4.2 สกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) เพื่อสกัดหาจำนวนองค์ประกอบรวมที่น้อยที่สุดระหว่างตัวแปร แล้วคัดเลือกจำนวนองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigenvalue) มากกว่า 1

4.3 หมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal) โดยวิธี Varimax เพื่อให้ตัวแปรสัมพันธ์กับองค์ประกอบในลักษณะที่ชัดเจนยิ่งขึ้น แล้วพิจารณาว่าตัวแปรใดควรบรรจุอยู่ในองค์ประกอบใด โดยคัดเลือกตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ตั้งแต่ 0.3 และพิจารณาองค์ประกอบที่มีจำนวนตัวแปรอย่างน้อย 3 ตัวแปรขึ้นไปจึงถือว่าเป็น 1 องค์ประกอบ

4.4 แปลความหมายและตั้งชื่อองค์ประกอบ



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และนำเสนอรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและได้รับแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์และครบถ้วน จำนวน 385 ฉบับ และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านไอซีที จากหน่วยงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 10 คน วิเคราะห์หาจำนวนองค์ประกอบของสมรรถนะไอซีที ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับสมรรถนะไอซีทีที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์ของประเทศไทย แบ่งออกเป็นด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านไอซีทีจากหน่วยงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐและภาคเอกชน

ตอนที่ 5 ผลการนำเสนอรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้พัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยแสดงรายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 4.1 และประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ โดยแสดงรายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 385)		
ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	166	43.1
หญิง	219	56.9
อายุ		
ต่ำกว่า 31 ปี	195	50.6
31 – 40 ปี	97	25.2
41 – 50 ปี	56	14.5
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	37	9.6
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	115	29.9
ปริญญาตรี	211	54.8
ปริญญาโท	56	14.5
อื่น ๆ โป้ตรระนู (ปริญญาเอก)	3	0.8
ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		
น้อยกว่า 5 ปี	298	77.4
5 – 10 ปี	75	19.5
11 – 15 ปี	7	1.8
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	5	1.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n = 385)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ผู้พัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจของท่าน		
ผู้ประกอบการพัฒนาเว็บด้วยตนเอง	231	60.0
พนักงานไอทีของบริษัท/หน่วยงาน	63	16.4
ว่าจ้างบุคคล/บริษัทภายนอก	91	23.6
อื่นๆ ไปรตระบุ	-	-

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ประกอบการเป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.9 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.1 อายุส่วนใหญ่ต่ำกว่า 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.2 และอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.5 ส่วนน้อยมีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.6 ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.9 ลำดับถัดมาคือระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 14.5 และส่วนน้อยคือระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.8 ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 77.4 ส่วนน้อยมีประสบการณ์ระหว่าง 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 ถัดมามีประสบการณ์ระหว่าง 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.8 และมีประสบการณ์มากกว่า 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ สำหรับผู้พัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในสถานประกอบการนั้น ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการพัฒนาเว็บด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาว่าจ้างบุคคล/บริษัทภายนอก คิดเป็นร้อยละ 23.6 และส่วนน้อยที่พัฒนาเว็บโดยพนักงานไอทีของบริษัท/หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 16.4

ตารางที่ 4.2 ประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ

ประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ร้อยละ
แฟชั่น เครื่องแต่งกาย อัญมณี และเครื่องประดับ	34.2
เครื่องใช้สำนักงาน หนังสือ และสิ่งพิมพ์	5.0
คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต	17.1
ยานยนต์และผลิตภัณฑ์ยานยนต์	4.8
อาหาร เครื่องดื่ม และสมุนไพร	10.7
ท่องเที่ยว/โรงแรม และรีสอร์ท	6.3
ธุรกิจบริการ และ โรงพยาบาล	6.6
สินค้า และอื่น ๆ โปรรอบ	15.3
รวม	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่าประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการซึ่งมากที่สุดเป็นการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทแฟชั่น เครื่องแต่งกาย อัญมณี และเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมา ได้แก่ การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 17.1 ธุรกิจประเภทสินค้า และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 15.3 และธุรกิจประเภทอาหาร เครื่องดื่ม และสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ น้อยที่สุดคือธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทยานยนต์และผลิตภัณฑ์ยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตอนที่ 2 ระดับสมรรถนะไอซีทีที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ระดับสมรรถนะไอซีทีที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย จำแนกเป็นด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes)

สมรรถนะไอซีทีสำหรับ บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	(n = 385)
			ระดับ สมรรถนะ ที่จำเป็น
สมรรถนะไอซีทีด้านความรู้ (Knowledge)			
1. ความรู้กระบวนการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.38	1.076	ปานกลาง
2. ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูล บนเว็บ	3.44	1.064	ปานกลาง
3. ความรู้เกี่ยวกับภาษาคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการพัฒนา เว็บไซต์ อย่างเช่น ภาษา HTML, PHP, JavaScript, jQuery และ Ajax เป็นต้น	3.12	1.177	ปานกลาง
4. ความรู้เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยของ ฐานข้อมูลบนเว็บ	3.27	1.299	ปานกลาง
5. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการชำระเงินแบบ ออนไลน์ (Online Payments)	3.64	1.121	มาก
6. ความรู้เรื่องการตกแต่งเว็บเพจให้สวยงามและดึงดูด ความสนใจ	3.65	1.077	มาก
7. ความรู้ความเข้าใจหลักการทำงานของเซิร์ชเอนจิน (Search Engine)	3.51	1.229	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

สมรรถนะไอซีทีสำหรับ บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับ สมรรถนะ ที่จำเป็น
8. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดหมวดหมู่สินค้า (Online Catalog)	3.61	1.104	มาก
9. ความรู้ความเข้าใจเรื่องกฎหมายพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	3.46	1.181	ปานกลาง
10. ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	3.56	1.131	มาก
11. ความเข้าใจความเข้าใจเรื่องการจัดการความเสี่ยงใน ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.50	1.130	มาก
12. ความรู้เกี่ยวกับธรรมเนียมปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.44	1.223	ปานกลาง
13. ความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในการจัดการด้านเนื้อหา ข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ บนเว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	3.54	1.198	มาก
14. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการจัดการรูปภาพบนเว็บ อย่างมีคุณภาพสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	3.58	1.216	มาก
สมรรถนะไอซีทีด้านทักษะ (Skills)			
15. ความสามารถในการวิเคราะห์เว็บไซต์พาณิชย์- อิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	3.59	1.098	มาก
16. ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.39	1.149	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

สมรรถนะไอซีทีสำหรับ บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับ สมรรถนะ ที่จำเป็น
17. ความสามารถในการจัดการระบบฐานข้อมูล และดูแลเว็บไซต์	3.30	1.290	ปานกลาง
18. ความสามารถจัดการเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์ให้ สอดคล้องกับธุรกิจ	3.53	1.134	มาก
19. ความสามารถสร้างการยอมรับขององค์กรบน โลกออนไลน์	3.49	1.144	ปานกลาง
20. ความสามารถในการเขียนโปรแกรมเพื่อพัฒนา เว็บไซต์โดยใช้ภาษาคอมพิวเตอร์ได้อย่างน้อย หนึ่งภาษา	3.01	1.255	ปานกลาง
21. ความสามารถในการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์- อิเล็กทรอนิกส์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เช่น osCommerce, OpenCart, PrestaShop, Magento, VirtueMart และ ZenCart เป็นต้น	3.12	1.323	ปานกลาง
22. ความสามารถในการออกแบบและพัฒนาเว็บ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต	3.19	1.350	ปานกลาง
23. ความสามารถในการตรวจสอบและประเมินเว็บไซต์ ของกลุ่มแข่ง	3.50	1.219	มาก
24. ความสามารถพิจารณาความหลากหลายของข้อมูล เพื่อนำมาพัฒนาเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้สำเร็จ ในช่วงเวลาที่จำกัด	3.40	1.204	ปานกลาง
25. ความสามารถออกแบบเว็บไซต์ที่สร้างภาพลักษณ์ ที่ดีขององค์กร	3.52	1.215	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

สมรรถนะไอซีทีสำหรับ บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับ สมรรถนะ ที่จำเป็น
26. ความสามารถในการดูแลและแก้ไขปัญหาระบบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์	3.37	1.352	ปานกลาง
27. ความสามารถใช้สื่อมัลติมีเดียเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ ได้อย่างเหมาะสม	3.45	1.159	ปานกลาง
28. ความสามารถใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการจัดทำ เนื้อหาข้อมูลบนเว็บ	3.47	1.048	ปานกลาง
29. ความสามารถในการระบุนการรักษาความปลอดภัย และป้องกันความเป็นส่วนตัวของลูกค้า	3.45	1.243	ปานกลาง
30. ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีระบบ นำทางและฟังก์ชันในการค้นหาสินค้าที่ดีและมี ประสิทธิภาพ	3.38	1.104	ปานกลาง
31. ความสามารถออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้พร้อม ตอบสนองต่อคำสั่งซื้อและคำขอความช่วยเหลือ ของลูกค้า	3.53	1.240	มาก
32. ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ให้เกิดความ มั่นใจต่อลูกค้า	3.60	1.180	มาก
33. ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์โดยใช้ รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมและเข้าใจง่าย	3.58	1.145	มาก
34. ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนอง ความพร้อมในการใช้งานตลอดเวลา	3.50	1.240	มาก
35. ความสามารถพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็นไป ตามหลักเกณฑ์ความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Verified)	3.37	1.274	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

สมรรถนะไอซีทีสำหรับ บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับ สมรรถนะ ที่จำเป็น
36. ความสามารถนำเสนอสารสนเทศที่มีความสมบูรณ์ ทันสมัยและเป็นประโยชน์บนเว็บไซต์	3.56	1.221	มาก
37. ความสามารถในการใช้ Social Networks ได้ หลากหลายรูปแบบเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้า/ บริการและติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	3.77	1.152	มาก
38. ความสามารถเรียนรู้พฤติกรรมลูกค้าเพื่อนำเสนอ สินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการและ ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าเป็นระยะๆ	3.73	1.161	มาก
39. ความสามารถในการทำการตลาดออนไลน์ (e-Marketing)	3.74	1.149	มาก
40. ความสามารถในการจัดการเว็บไซต์ให้มีคุณภาพ เพื่อรองรับปริมาณผู้เข้าใช้งานพร้อมๆ กันใน ช่วงเวลาเดียวกัน	3.42	1.305	ปานกลาง
41. ความสามารถตรวจสอบระบบความปลอดภัย บนเว็บไซต์และจัดทำระบบการแจ้งเตือน ให้แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้เว็บ	3.42	1.321	ปานกลาง
สมรรถนะไอซีทีด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes)			
42. เป็นผู้ที่มีกระบวนการคิดและทำงานอย่างเป็นระบบ	4.02	0.879	มาก
43. สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้ดี	4.09	0.777	มาก
44. ต้องหมั่นศึกษาและติดตามความก้าวหน้าของ เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง	4.04	0.973	มาก
45. ต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ลูกค้าได้	4.19	0.816	มาก

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

สมรรถนะไอซีทีสำหรับ บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D.	ระดับ สมรรถนะ ที่จำเป็น
46. สามารถสื่อสารความรู้และความคิดของตนเอง ให้ผู้อื่นเข้าใจได้เป็นอย่างดี	4.17	0.825	มาก
47. มีแนวคิดทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องและมีมุมมอง เชิงบวกทางธุรกิจ	4.15	0.842	มาก
48. มีความรับผิดชอบต่อนตนเองและต่อหน้าที่การงาน	4.24	0.800	มาก
49. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในและ ภายนอกองค์กร	4.22	0.864	มาก
50. มีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.89	1.037	มาก
51. มีความขยันหมั่นเพียรและทุ่มเทเวลาให้กับงาน	4.21	0.862	มาก
52. สามารถค้นหาสาเหตุของปัญหาได้โดยยึดหลัก ความเป็นเหตุเป็นผล	4.11	0.871	มาก
53. มีความสามารถในการไตร่ตรองเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างรอบคอบ	4.14	0.830	มาก
54. มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการ สื่อสารทั้งการพูด อ่าน และการเขียน	3.60	1.029	มาก
55. มีความกระตือรือร้น สนใจ และใฝ่หาที่จะเรียนรู้ สิ่งใหม่อยู่เสมอเพื่อสร้างความเป็นเลิศในงาน	4.25	0.861	มาก
โดยเฉลี่ยรวม	3.67	0.842	มาก

จากตารางที่ 4.3 สมรรถนะไอซีทีที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ในด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes) ซึ่งมีจำนวนตัวแปรทั้งหมด 55 ตัวแปร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาสมรรถนะไอซีทีที่เป็นรายด้าน พบว่า

1. สมรรถนะไอซีทีด้านความรู้ (Knowledge) ที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย มีค่าคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรที่อยู่ในระดับมากทั้งหมด 8 ตัวแปร โดยเรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ตัวแปรที่ 6 ความรู้เรื่องการตกแต่งเว็บเพจให้สวยงามและดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมาคือ ตัวแปรที่ 5 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการชำระเงินแบบออนไลน์ (Online Payments) ($\bar{X} = 3.64$) ตัวแปรที่ 8 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดหมวดหมู่สินค้า (Online Catalog) ($\bar{X} = 3.61$) ตัวแปรที่ 14 ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการจัดการรูปภาพบนเว็บไซต์อย่างมีคุณภาพสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.58$) และ ตัวแปรที่ 10 ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

2. สมรรถนะไอซีทีด้านทักษะ (Skills) ที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย มีค่าคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรที่อยู่ในระดับมากทั้งหมด 12 ตัวแปร โดยเรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ตัวแปรที่ 37 ความสามารถในการใช้ Social Networks ได้หลากหลายรูปแบบเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้า/บริการ และติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือ ตัวแปรที่ 39 ความสามารถในการทำการตลาดออนไลน์ (e-Marketing) ($\bar{X} = 3.74$) ตัวแปรที่ 38 ความสามารถเรียนรู้พฤติกรรมลูกค้าเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าเป็นระยะๆ ($\bar{X} = 3.73$) ตัวแปรที่ 32 ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ให้เกิดความมั่นใจต่อลูกค้า ($\bar{X} = 3.60$) และตัวแปรที่ 15 ความสามารถในการวิเคราะห์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ

3. สมรรถนะไอซีทีด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes) ที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ทุกตัวแปรมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้ง 14 ตัวแปร โดยเรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ตัวแปรที่ 55 มีความกระตือรือร้น สนใจ และใฝ่หาที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอเพื่อสร้างความเป็นเลิศในงาน ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาคือ ตัวแปรที่ 48 มีความรับผิดชอบต่อตนเองและต่อหน้าที่การงาน ($\bar{X} = 4.24$) ตัวแปรที่ 49 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร ($\bar{X} = 4.22$) ตัวแปรที่ 51 มีความขยันหมั่นเพียรและทุ่มเทเวลาให้กับงาน ($\bar{X} = 4.21$) และตัวแปรที่ 45 ต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ลูกค้าได้ ($\bar{X} = 4.19$) ตามลำดับ

จากคำถามแบบปลายเปิด ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ให้ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยแบ่งออกเป็นรายด้าน ปรากฏดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์

ประเด็นเสนอแนะ	ค่าความถี่	ร้อยละ
ด้านการออกแบบและจัดการคุณภาพของเว็บไซต์		
1. เว็บไซต์ต้องมีเนื้อหาข้อมูลถูกต้องสมบูรณ์ ชัดเจนและเข้าใจง่าย	39	27.47
2. เว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือสามารถอ้างอิงแหล่งที่มาของเนื้อหาข้อมูล	24	16.90
3. เว็บไซต์ควรออกแบบและพัฒนาโดยผู้ที่มีความรู้และทักษะโดยตรง	17	11.97
4. เว็บไซต์มีรูปแบบทันสมัย สีสันสวยงาม น่าสนใจ และดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าชมเว็บ	13	9.15
5. เว็บไซต์มีความสะดวกและรวดเร็วในการโหลดและค้นหาข้อมูลสินค้า	10	7.04
6. เว็บไซต์ควรจด DBD Verified กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า	9	6.34
7. เว็บไซต์มีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ	8	5.63
8. เว็บไซต์มีระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	6	4.23
9. เว็บไซต์ใช้ภาพที่สื่อความหมายชัดเจนและสอดคล้องกับสินค้า	6	4.23
10. เว็บไซต์มีการจัดข้อมูลสินค้าเป็นระเบียบโดยแบ่งเป็นหมวดหมู่	4	2.82
11. เว็บไซต์มีความเป็นเอกลักษณ์เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ	3	2.11
12. เว็บไซต์ควรจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อทำ online marketing	3	2.11
รวม	142	100.00

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ประเด็นเสนอแนะ	ค่าความถี่	ร้อยละ
ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสังคมชุมชนออนไลน์		
1. การใช้ Social Network อย่างเช่น Facebook, Line หรือ Instagram ในการนำเสนอข้อมูลและสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า	20	25.97
2. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นการส่งเสริมยอดขายและรักษากรฐานลูกค้า	13	16.88
3. การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงกิจกรรมต่างๆ หรือเรื่องราวต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	10	12.99
4. การหมั่นตรวจดูเว็บไซต์และคำถามของลูกค้าตลอดเวลาเพื่อสื่อสารและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า	9	11.69
5. การสร้างและขยายเครือข่ายสังคมออนไลน์ออกไปให้กว้างขวาง	7	9.09
6. เว็บไซต์ควรมีการ review จากลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	6	7.79
7. การจัดโปรโมชันแบบเพื่อนแนะนำเพื่อน	6	7.79
8. การจัดโปรโมชันในวันสำคัญๆ หรือในแต่ละเดือน	4	5.10
9. การมีเว็บกลางรวมสมาชิกเพื่อแลกเปลี่ยนสนทนากัน	2	2.60
รวม	77	100.00
ด้านความรับผิดชอบ		
1. การมีจริยธรรม คุณธรรม และ service mind ต่อลูกค้า	25	51.02
2. การมีสำนึกที่ดีและมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ	15	30.61
3. บุคลากรควรมีการพัฒนาความรู้ความสามารถด้าน e-Commerce	9	18.37
รวม	49	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการออกแบบและจัดการคุณภาพของเว็บไซต์

ข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ตอบมากที่สุดเป็น 5 อันดับแรกของด้านนี้ ได้แก่ เว็บไซต์ต้องมีเนื้อหาข้อมูลถูกต้องสมบูรณ์ ชัดเจนและเข้าใจง่าย คิดเป็นร้อยละ 27.47 รองลงมา ได้แก่ เว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือสามารถอ้างอิงแหล่งที่มาของเนื้อหาข้อมูล เว็บไซต์ควรออกแบบและพัฒนาโดยผู้ที่มีความรู้และทักษะโดยตรง เว็บไซต์มีรูปแบบทันสมัย สีสันสวยงาม น่าสนใจ และดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าชมเว็บ และ เว็บไซต์มีความสะดวกและรวดเร็วในการโหลดและค้นหาข้อมูลสินค้า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.90, 11.97, 9.15 และ 7.04 ตามลำดับ

2. ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสังคมชุมชนออนไลน์

ข้อเสนอแนะที่มีจำนวนผู้ตอบมากที่สุดเป็น 5 อันดับแรกของด้านนี้ ได้แก่ การใช้ Social Network อย่างเช่น Facebook, Line หรือ Instagram ในการนำเสนอข้อมูลและสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 25.97 รองลงมา ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เป็นการส่งเสริมยอดขายและรักษารฐานลูกค้า การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงกิจกรรมต่างๆ หรือเรื่องราวต่างๆ อย่างต่อเนื่อง การหมั่นตรวจดูเว็บไซต์และคำถามของลูกค้าตลอดเวลาเพื่อสื่อสารและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า และ การสร้างและขยายเครือข่ายสังคมออนไลน์ออกไปให้กว้างขวาง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 16.88, 12.99, 11.69 และ 9.09 ตามลำดับ

3. ด้านความรับผิดชอบ

ข้อเสนอแนะเรียงอันดับจากมากไปหาน้อยตามจำนวนผู้ตอบของด้านนี้ ได้แก่ การมีจริยธรรม คุณธรรม และ service mind ต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 51.02 รองลงมา ได้แก่ การมีสำนึกที่ดีและมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 30.61 และ บุคลากรควรมีการพัฒนาความรู้ความสามารถด้าน e-Commerce คิดเป็นร้อยละ 18.37

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการวิเคราะห์หาจำนวนองค์ประกอบ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) และสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) สรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

1. ค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.972 ซึ่งมากกว่า 0.60 แสดงว่าข้อมูลชุดนี้เหมาะสมในการวิเคราะห์ด้วยวิธี Factor Analysis และค่า Bartlett's test of sphericity ที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน มีค่า Chi-Square = 23823.90 มีนัยสำคัญทางสถิติ (sig < 0.05) แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

2. สกัดองค์ประกอบด้วยวิธีสกัดองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) โดยใช้วิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Rotation) โดยพิจารณาจากค่าความผันแปร (Eigen Values) ที่มากกว่า 1.00 และถือเอาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรแต่ละตัวขององค์ประกอบนั้น มีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป ซึ่งพบว่ามีค่าไอเกน ที่ได้มากกว่า 1 มีเพียง 3 องค์ประกอบ และองค์ประกอบแรกสามารถอธิบายตัวแปรได้มากที่สุดถึงร้อยละ 30.127 และจากการวิเคราะห์ได้ตัดตัวแปรที่มีค่า Factor Loading น้อยกว่า 0.3 ออกไป ทำให้เหลือตัวแปรที่จะนำมาจำแนกเป็นองค์ประกอบ จำนวน 47 ตัวแปร ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 74.979 ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.5 – 4.8

ตารางที่ 4.5 ลำดับขององค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ลำดับที่	ชื่อองค์ประกอบ	ค่าความผันแปร (Eigen Values)	ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percent of Variance)
1	องค์ประกอบที่ 1	30.127	64.100
2	องค์ประกอบที่ 2	3.960	8.426
3	องค์ประกอบที่ 3	1.154	2.453
	รวมทั้งสิ้น		74.979

จากตารางที่ 4.5 องค์กรประกอบสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า มีทั้งหมด 3 องค์กรประกอบ ได้แก่ องค์กรประกอบที่ 1 มีค่าความผันแปร เท่ากับ 30.127 ค่าร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 64.100 องค์กรประกอบที่ 2 มีค่าความผันแปร เท่ากับ 23.960 ค่าร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 8.426 และ องค์กรประกอบที่ 3 มีค่าความผันแปร เท่ากับ 1.154 ค่าร้อยละของความแปรปรวน เท่ากับ 2.453 โดยมีค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมรวมทั้ง 3 องค์กรประกอบ เท่ากับ 74.979

ตารางที่ 4.6 ค่าน้ำหนักองค์กรประกอบของแต่ละตัวแปรในองค์กรประกอบที่ 1 ความรู้ความสามารถ ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์

ตัวแปรที่	องค์กรประกอบที่ 1 ความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	ค่าน้ำหนัก องค์กรประกอบ
35	ความสามารถพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Verified)	0.867
33	ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์โดยใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมและเข้าใจง่าย	0.863
31	ความสามารถออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้พร้อมตอบสนองต่อคำขอล้างชื่อและคำขอความช่วยเหลือของลูกค้า	0.862
32	ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ให้เกิดความมั่นใจต่อลูกค้า	0.859
17	ความสามารถในการจัดการระบบฐานข้อมูลและดูแลเว็บไซต์	0.852
27	ความสามารถใช้เครื่องมือมีเดียเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ได้อย่างเหมาะสม	0.850
34	ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนองความพร้อมในการใช้งานตลอดเวลา	0.842
18	ความสามารถจัดการเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับธุรกิจ	0.838
41	ความสามารถตรวจสอบระบบความปลอดภัยบนเว็บไซต์และจัดทำระบบการแจ้งเตือนให้แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้เว็บ	0.838

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ตัวแปรที่	องค์ประกอบที่ 1 ความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
30	ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีระบบนำทางและฟังก์ชันในการค้นหาสินค้าที่ดีและมีประสิทธิภาพ	0.835
16	ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.834
2	ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลบนเว็บ	0.834
29	ความสามารถในกระบวนการรักษาความปลอดภัยและป้องกัน ความเป็นส่วนตัวของลูกค้า	0.832
14	ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการจัดการรูปภาพบนเว็บอย่างมีคุณภาพ สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.831
25	ความสามารถออกแบบเว็บไซต์ที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร	0.826
19	ความสามารถสร้างการยอมรับขององค์กรบนโลกออนไลน์	0.825
7	ความรู้ความเข้าใจหลักการทำงานของเซิร์ชเอนจิน (Search Engine)	0.822
4	ความรู้เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยของฐานข้อมูลบนเว็บ	0.820
40	ความสามารถในการจัดการเว็บไซต์ให้มีคุณภาพเพื่อรองรับ ปริมาณผู้ใช้งานพร้อมๆ กันในช่วงเวลาเดียวกัน	0.820
5	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการชำระเงินแบบออนไลน์ (Online Payments)	0.819
24	ความสามารถพิจารณาความหลากหลายของข้อมูลเพื่อนำมา พัฒนาเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้สำเร็จในช่วงเวลาที่จำกัด	0.819
23	ความสามารถในการตรวจสอบและประเมินเว็บไซต์ของกลุ่มแข่ง	0.819
6	ความรู้เรื่องการตกแต่งเว็บเพจให้สวยงามและดึงดูดความสนใจ	0.816
12	ความรู้เกี่ยวกับธรรมเนียมปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	0.807

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ตัวแปรที่	องค์ประกอบที่ 1 ความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
10	ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.807
1	ความรู้กระบวนการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.803
36	ความสามารถนำเสนอสารสนเทศที่มีความสมบูรณ์ ทันสมัย และเป็นประโยชน์บนเว็บไซต์	0.800
11	ความรู้ความเข้าใจเรื่องการจัดการความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.799
13	ความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในการจัดการด้านเนื้อหาข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ บนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.798
15	ความสามารถในการวิเคราะห์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	0.787
9	ความรู้ความเข้าใจเรื่องกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.772
38	ความสามารถเรียนรู้พฤติกรรมลูกค้าเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าเป็นระยะๆ	0.769
39	ความสามารถในการทำการตลาดออนไลน์ (e-Marketing)	0.753
8	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดหมวดหมู่สินค้า (Online Catalog)	0.752
37	ความสามารถในการใช้ Social Networks ได้หลากหลายรูปแบบ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้า/บริการและติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	0.748
28	ความสามารถใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการจัดทำเนื้อหาข้อมูลบนเว็บ	0.703

จากตารางที่ 4.6 พบว่า องค์ประกอบที่ 1 อธิบายได้ด้วยตัวแปร 36 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.703 ถึง 0.867 ค่าความผันแปร (Eigen Values) เท่ากับ 30.127 ตัวแปรทั้งหมดเกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ตัวแปรที่สำคัญมากที่สุดคือ ตัวแปร 35 ความสามารถพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Verified) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.867 รองลงมา คือ ตัวแปร 33 ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์โดยใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมและเข้าใจง่าย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.863 และ ตัวแปร 31 ความสามารถออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้พร้อมตอบสนองต่อคำขอสั่งซื้อและคำขอความช่วยเหลือของลูกค้า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.862 เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 1 นี้ว่า “องค์ประกอบความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์”

ตารางที่ 4.7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรในองค์ประกอบที่ 2 การมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ

ตัวแปรที่	องค์ประกอบที่ 2 การมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
49	มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร	0.832
46	สามารถสื่อสารความรู้และความคิดของตนเองให้ผู้อื่นเข้าใจได้เป็นอย่างดี	0.810
48	มีความรับผิดชอบต่อตนเองและต่อหน้าที่การงาน	0.803
47	มีแนวคิดทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องและมีมุมมองเชิงบวกทางธุรกิจ	0.780
43	สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้ดี	0.752
45	ต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ลูกค้าได้	0.696

จากตารางที่ 4.7 พบว่า องค์ประกอบที่ 2 อธิบายได้ด้วยตัวแปร 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.696 ถึง 0.832 ค่าความผันแปร (Eigen Values) เท่ากับ 3.960 ตัวแปรทั้งหมดเกี่ยวข้องกับควมมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ ตัวแปรที่สำคัญมากที่สุดคือ ตัวแปร 49 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.832 รองลงมา คือ ตัวแปร 46 สามารถสื่อสารความรู้และความคิดของตนเองให้ผู้อื่นเข้าใจได้เป็นอย่างดี

มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.810 และ ตัวแปร 48 มีความรับผิดชอบต่อตนเองและต่อหน้าที่การงาน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.803 เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 2 นี้ว่า “องค์ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ”

ตารางที่ 4.8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรในองค์ประกอบที่ 3 การคิดอย่างเป็นระบบ และมุ่งผลสัมฤทธิ์

ตัวแปรที่	องค์ประกอบที่ 3 การคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ
53	มีความสามารถในการไตร่ตรองเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างรอบคอบ	0.808
42	เป็นผู้ที่มีกระบวนการคิดและทำงานอย่างเป็นระบบ	0.802
52	สามารถค้นหาสาเหตุของปัญหาได้โดยยึดหลักความเป็นเหตุเป็นผล	0.775
55	มีความกระตือรือร้น สนใจ และใฝ่หาที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ เพื่อสร้างความเป็นเลิศในงาน	0.733
51	มีความขยันหมั่นเพียรและทุ่มเทเวลาให้กับงาน	0.643

จากตารางที่ 4.8 พบว่า องค์ประกอบที่ 3 อธิบายได้ด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.643 ถึง 0.808 ค่าความผันแปร (Eigen Values) เท่ากับ 1.154 ตัวแปรทั้งหมดเกี่ยวข้องกับการคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์ ตัวแปรที่สำคัญมากที่สุด คือ ตัวแปร 53 มีความสามารถในการไตร่ตรองเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างรอบคอบ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.808 รองลงมาคือ ตัวแปร 42 เป็นผู้ที่มีกระบวนการคิดและทำงานอย่างเป็นระบบ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.802 และ ตัวแปร 52 สามารถค้นหาสาเหตุของปัญหาได้โดยยึดหลักความเป็นเหตุเป็นผล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.775 เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวแปรแต่ละตัวแล้วเห็นสมควรตั้งชื่อองค์ประกอบที่ 3 นี้ว่า “องค์ประกอบการคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์”

ตารางที่ 4.9 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรสมรรถนะไอซีทีของบุคลากร
ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

ชื่อองค์ประกอบ	ตัวแปร (ข้อ)
องค์ประกอบที่ 1 ความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	36
องค์ประกอบที่ 2 การมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ	6
องค์ประกอบที่ 3 การคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์	5
รวม	47

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน 36 ตัวแปร การมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ จำนวน 6 ตัวแปร และการคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์ จำนวน 5 ตัวแปร

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

สมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 สมรรถนะ ได้แก่ สมรรถนะความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ สมรรถนะการมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ และสมรรถนะการคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านไอซีทีจากหน่วยงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

“ การออกแบบเว็บไซต์ e-Commerce ข้อมูลเนื้อหาในเว็บไซต์ควรเปิดเผยข้อมูลตัวตน และสถานที่ติดต่อของผู้ประกอบการ มีข้อมูลรายละเอียดของสินค้าหรือบริการพร้อมกำหนดราคา โดยสามารถค้นหาสินค้าได้ไม่ว่าจะเป็นภาพ รุ่น หรือขนาดก็ตาม มีวิธีการจัดส่งสินค้าที่ชัดเจน ช่องทางการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ ส่วนทางเทคนิคในการออกแบบนั้น ได้แก่ การให้ผู้ใช้งานเว็บหรือลูกค้าสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึง เทคนิคการสืบค้นข้อมูลสินค้าในเว็บที่ง่ายและรวดเร็ว วางไว้ในตำแหน่งที่ชัดเจนบนเว็บ มีระบบรักษาความปลอดภัยของการชำระค่าสินค้าหรือบริการ ”

“ การจัดการเนื้อหาข้อมูลบนเว็บไซต์ เป็นการสร้างความเชื่อถือ บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีความรู้ลึกในเรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ด้วย และการจัดการคุณภาพของเว็บไซต์ ซึ่งคุณภาพนั้นมองได้หลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นปริมาณของการรองรับผู้ใช้งานเว็บพร้อมๆ กัน กระบวนการทำงานต่างๆ บนเว็บ และความละเอียดของภาพที่ใช้บนเว็บ ”

“ จริง ๆ ในปัจจุบันผู้ประกอบการไม่จำเป็นจะต้องมีความรู้หรือทักษะทั้งหมดที่กล่าวมา ผู้ประกอบการก็สามารถทำอีคอมเมิร์ซได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว เนื่องมาให้บริการมากมายที่สามารถทดแทนในส่วนต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น การใช้ าร Tarad.com Amazon.com หรือ ebay.com ก็ไม่มีความจำเป็นต้องมีความรู้เชิงเทคนิคมากนัก ยิ่ง Tarad.com มีบริการ consult ด้วย ทำให้สิ่งที่จำเป็นของผู้ประกอบการคือต้องรู้จักสินค้า/บริการของตนเองให้ชัดเจนและดีที่สุด ”

“ เว็บไซต์อาจจะเน้นออกแบบความเรียบง่ายก็ได้ แต่จุดประสงค์ควรเน้นความสำคัญกับการโชว์สินค้าและแสดงรายละเอียดทั้งหมดของสินค้า อย่างเช่น รูปแบบ ขนาด และราคา มีการแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ให้ง่ายต่อผู้ใช้งานเว็บ หรือการตอบสนองความต้องการ หรือ โคนใจผู้เข้าชมเว็บของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ”

“ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในปัจจุบันควรให้ความสำคัญกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook รวมไปถึงช่องทาง Instagram และ Line ยกตัวอย่างจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจรองเท้าผ้าใบ ได้กล่าวว่า เนื่องจากแทบจะ 100% ของกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น มีพฤติกรรมการใช้สื่อ Social media อยู่แล้ว จึงเป็นช่องทางที่สะดวกที่สุดสำหรับการสื่อสารกับลูกค้า และทำให้ลูกค้าได้รู้สึกใกล้ชิดเป็นกันเอง ”

“ ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในยุคปัจจุบัน ได้แก่

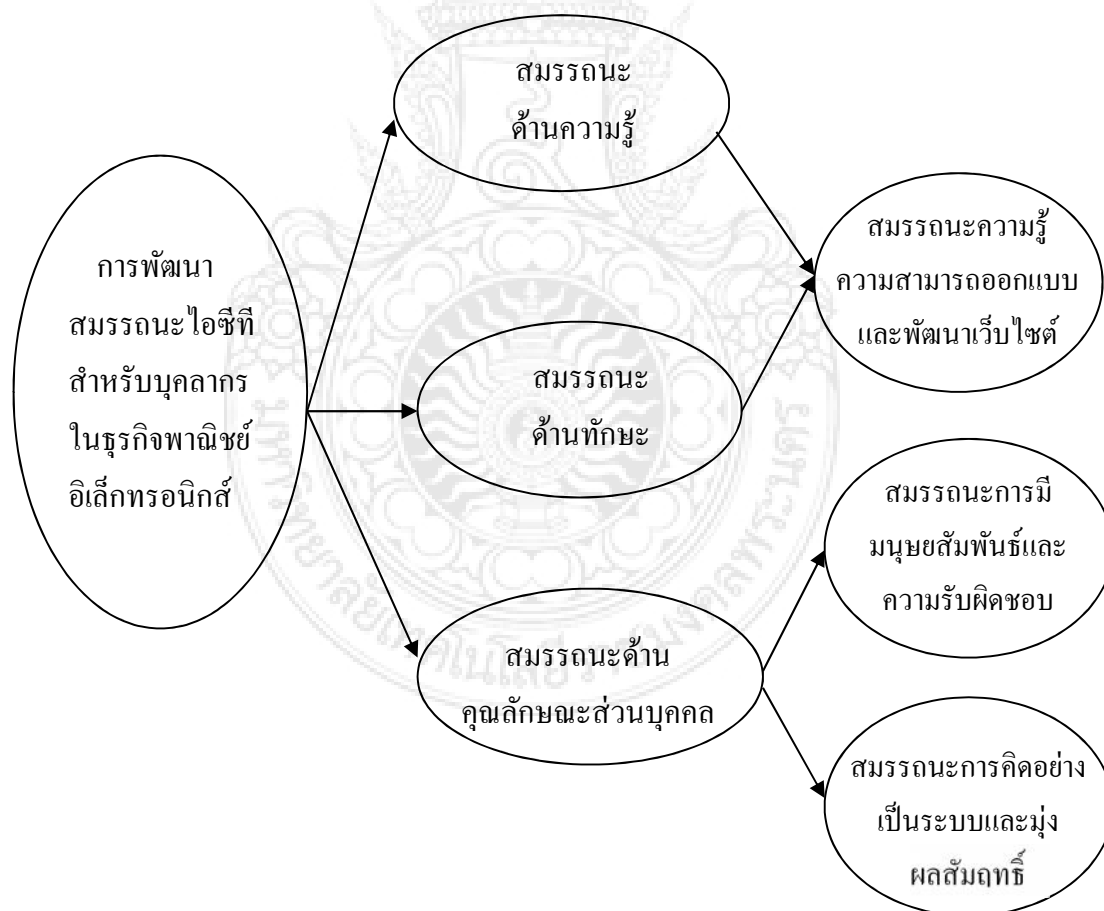
1. สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) มีการใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้นและเข้าถึงทุกๆ คน ได้ง่าย ทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นได้รวดเร็วและอย่างต่อเนื่อง
2. สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยมีมากขึ้น หากลูกค้าไม่มีการหาข้อมูลมาก่อน ก็อาจจะถูกผู้ขายบางรายหลอกได้
3. กลุ่มลูกค้าใหม่ ซึ่งเพิ่งค้นหาสินค้าหรือร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต ในช่วงแรกอาจจะยังไม่เชื่อถือสินค้าหรือร้านค้าที่ไม่มีชื่อเสียง เนื่องจากยังไม่เคยรู้จักมาก่อน
4. วัยรุ่นไทย มักจะไม่ค่อยอ่านข้อความหรือเนื้อหาต่างๆ เท่าที่ควร ทำให้มีปัญหาในการสื่อสาร เช่น การลงภาพสินค้าพร้อมแจ้งรายละเอียดต่างๆ ของสินค้าไว้ให้ครบถ้วนได้ caption แล้ว แต่ก็ยังมีข้อความต่างๆ อย่างมากมาย ”

“ การสร้างเว็บต้องอาศัยทักษะหลาย ๆ ด้านของบุคลากร เช่น การออกแบบกราฟิก การเขียนโปรแกรม และการดูแลเว็บไซต์ เป็นต้น และทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น เช่น โปรแกรมสำหรับสร้างเว็บไซต์ โปรแกรมสำหรับสร้างกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และมัลติมีเดีย โปรแกรมสร้างฐานข้อมูลและอื่นๆ ที่ต้องใช้ ”

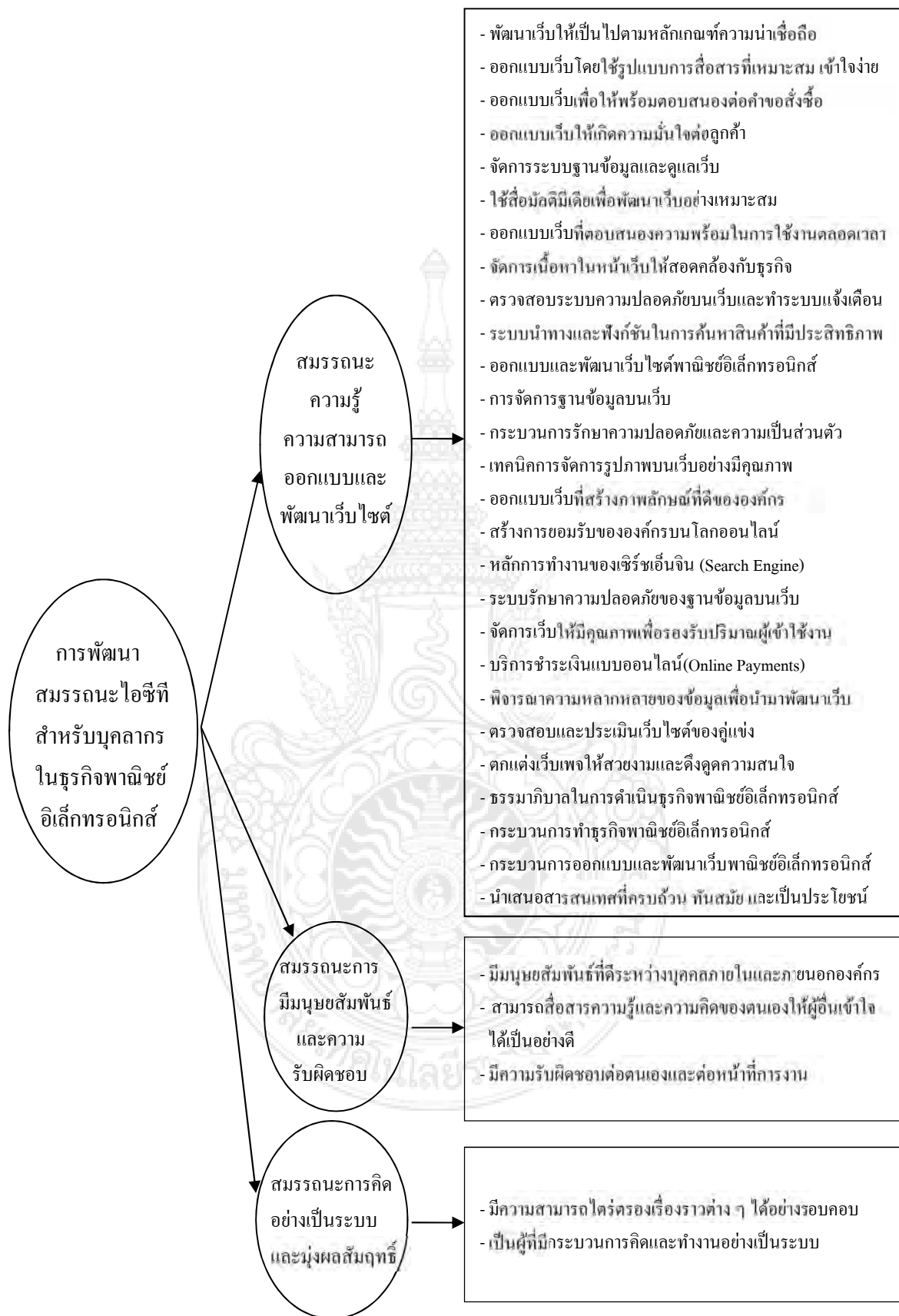


ตอนที่ 5 ผลการนำเสนอรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการวิเคราะห์หาจำนวนองค์ประกอบ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) และสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) ซึ่งสามารถนำมาสรุปเป็นรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ 3 สมรรถนะ ได้แก่ 1) สมรรถนะความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ 2) สมรรถนะการมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ และ 3) สมรรถนะการคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์ ดังภาพที่ 4-1 และภาพที่ 4-2 เป็นการแสดงองค์ประกอบต่างๆ ที่มีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.800 ขึ้นไป ของแต่ละสมรรถนะทั้งสามดังกล่าว



ภาพที่ 4-1 รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ภาพที่ 4-2 องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อนำเสนอรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ด้วยวิธีสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างของการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 385 ราย และผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านไอซีทีจากหน่วยงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐและเอกชน จำนวน 10 คน เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 385 คน โดยผู้ประกอบการเป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.9 และเป็น เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.1 อายุส่วนใหญ่ต่ำกว่า 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.2 และอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.5 ส่วนน้อยมีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.6 ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.9 ถัดมาคือระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 14.5 และส่วนน้อยคือระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.8 ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 77.4 ส่วนน้อยมีประสบการณ์ระหว่าง 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 ถัดมาประสบการณ์ระหว่าง 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.8 และมีประสบการณ์มากกว่า 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ สำหรับ

ผู้พัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในสถานประกอบการนั้น ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการพัฒนาเว็บไซต์ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาว่าจ้างบุคคล/บริษัทภายนอก คิดเป็นร้อยละ 23.6 และส่วนน้อยที่พัฒนาเว็บไซต์โดยพนักงานไอทีของบริษัท/หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 16.4

ประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการมากที่สุดเป็นการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทแฟชั่น เครื่องแต่งกาย อัญมณี และเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมา ได้แก่ การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 17.1 ธุรกิจประเภทสินค้าและอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.3 และธุรกิจประเภทอาหาร เครื่องดื่ม และสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ น้อยที่สุดคือธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทยานยนต์และผลิตภัณฑ์ยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 4.8

2. ระดับสมรรถนะไอซีทีที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1 สมรรถนะไอซีทีด้านความรู้ (Knowledge) ที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย มีค่าคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรที่อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด 8 ตัวแปร โดยเรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ตัวแปรที่ 6 ความรู้เรื่องการตกแต่งเว็บไซต์ให้สวยงามและดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมาคือ ตัวแปรที่ 5 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการชำระเงินแบบออนไลน์ (Online Payments) ($\bar{X} = 3.64$) ตัวแปรที่ 8 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดหมวดหมู่สินค้า (Online Catalog) ($\bar{X} = 3.61$) ตัวแปรที่ 14 ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการจัดการรูปภาพบนเว็บไซต์อย่างมีคุณภาพสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.58$) และ ตัวแปรที่ 10 ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

2.2 สมรรถนะไอซีทีด้านทักษะ (Skills) ที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย มีค่าคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรที่อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด 12 ตัวแปร โดยเรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ตัวแปรที่ 37 ความสามารถในการใช้ Social Networks ได้หลากหลายรูปแบบเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้า/บริการและติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือ ตัวแปรที่ 39 ความสามารถในการทำการตลาดออนไลน์ (e-Marketing) ($\bar{X} = 3.74$) ตัวแปรที่ 38 ความสามารถเรียนรู้พฤติกรรมลูกค้าเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าเป็นระยะๆ ($\bar{X} = 3.73$) ตัวแปรที่ 32 ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ให้เกิดความมั่นใจต่อลูกค้า ($\bar{X} = 3.60$) และ ตัวแปรที่ 15 ความสามารถในการวิเคราะห์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ

2.3 สมรรถนะไอซีที่ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes) ที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ทุกตัวแปรมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้ง 14 ตัวแปร โดยเรียงลำดับจากตัวแปรที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ตัวแปรที่ 55 มีความกระตือรือร้น สนใจ และใฝ่หาที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอเพื่อสร้างความเป็นเลิศในงาน ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาคือ ตัวแปรที่ 48 มีความรับผิดชอบต่อตนเองและต่อหน้าที่การงาน ($\bar{X} = 4.24$) ตัวแปรที่ 49 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร ($\bar{X} = 4.22$) ตัวแปรที่ 51 มีความขยันหมั่นเพียรและทุ่มเทเวลาให้กับงาน ($\bar{X} = 4.21$) และตัวแปรที่ 45 ต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ลูกค้าได้ ($\bar{X} = 4.19$) ตามลำดับ

3. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับสมรรถนะไอซีที่ของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สรุปผลเป็นรายด้าน ได้ดังนี้ ด้านการออกแบบและจัดการคุณภาพของเว็บไซต์ ข้อเสนอแนะ 5 อันดับแรก ได้แก่ เว็บไซต์ต้องมีเนื้อหาข้อมูลถูกต้องสมบูรณ์ ชัดเจนและเข้าใจง่าย รองลงมา ได้แก่ เว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือ สามารถอ้างอิงแหล่งที่มาของเนื้อหาข้อมูล เว็บไซต์ควรออกแบบและพัฒนาโดยผู้ที่มีความรู้และทักษะโดยตรง เว็บไซต์มีรูปแบบทันสมัย สีสดใสสวยงาม น่าสนใจ และดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าชมเว็บ และ เว็บไซต์มีความสะดวกและรวดเร็วในการโหลดและค้นหาข้อมูลสินค้า ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสังคมชุมชนออนไลน์ ข้อเสนอแนะ 5 อันดับแรก ได้แก่ การใช้ Social Network อย่างเช่น Facebook, Line หรือ Instagram ในการนำเสนอข้อมูลและสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า รองลงมา ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นการส่งเสริมยอดขายและรักษากฎานลูกค้า การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงกิจกรรมต่างๆ หรือเรื่องราวต่างๆ อย่างต่อเนื่อง การหมั่นตรวจดูเว็บไซต์และคำถามของลูกค้าตลอดเวลาเพื่อสื่อสารและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า และการสร้างและขยายเครือข่ายสังคมออนไลน์ออกไปให้กว้างขวาง ด้านความรับผิดชอบ ข้อเสนอแนะ ได้แก่ การมีจริยธรรม คุณธรรม และ service mind ต่อลูกค้า รองลงมา ได้แก่ การมีสำนึกที่ดีและมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำเสนอข้อมูล และ บุคลากรควรมีการพัฒนาความรู้ความสามารถด้าน e-Commerce

4. การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะไอซีที่สำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการวิเคราะห์หาจำนวนองค์ประกอบ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) และสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis : PCA) และหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) โดยใช้วิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Rotation) โดยพิจารณาจากค่าความผันแปร (Eigen Values) ที่มากกว่า 1.00 และถือเอาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปร

แต่ละตัวขององค์ประกอบนั้น มีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป ที่บรรยายด้วยตัวแปรตั้งแต่ 3 ตัวแปรขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่า ค่าไอเกน ที่ได้มากกว่า 1 มีเพียง 3 องค์ประกอบ และองค์ประกอบแรกสามารถอธิบายตัวแปรได้มากที่สุดถึงร้อยละ 30.127 สรุปผลการวิจัยได้ว่า องค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 3 องค์ประกอบ ประกอบด้วยตัวแปรจำนวน 47 ตัวแปร ซึ่งตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 74.979 ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน 36 ตัวแปร โดยมีสมรรถนะที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ สมรรถนะความสามารถพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Verified) องค์ประกอบที่ 2 สมรรถนะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ จำนวน 6 ตัวแปร โดยมีสมรรถนะที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ สมรรถนะการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร และองค์ประกอบที่ 3 สมรรถนะด้านการคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์ จำนวน 5 ตัวแปร โดยมีสมรรถนะที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการไตร่ตรองเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านไอซีทีจากหน่วยงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐและเอกชน พบว่า ข้อเสนอแนะมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากข้อเสนอแนะจากคำถามแบบปลายเปิด ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้ การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ควรพิจารณาถึงการจัดการคุณภาพของเว็บไซต์ด้านเนื้อหาข้อมูลที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ และความละเอียดของภาพที่ใช้บนเว็บ ด้านความน่าเชื่อถือของเว็บ ด้านปริมาณของการรองรับผู้เข้าใช้งานเว็บพร้อมๆ กัน และด้านกระบวนการออกแบบและพัฒนาเว็บ นอกจากนี้ยังมีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าควรให้ความสำคัญกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook รวมไปถึงช่องทาง Instagram และ Line

อภิปรายผล

ข้อค้นพบจากการวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีประเด็นที่นำมาอภิปรายดังนี้

1. องค์ประกอบสมรรถนะด้านความรู้ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งองค์ประกอบด้านนี้มีสมรรถนะที่สำคัญมากที่สุด คือสมรรถนะความสามารถพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้การออกแบบเว็บไซต์จำเป็นต้องมีพนักงานที่มีความรู้และทักษะ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนหน้าแรกเว็บไซต์ที่มีเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(DBD Verified) ซึ่งออกให้โดยหน่วยงานภาครัฐ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จะทำให้เว็บไซต์เสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุพัตรา กาญจนโนภาส (2554) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญของ การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกระทรวงพาณิชย์ ที่แสดงให้เห็นลูกค้าได้เห็นชัดเจนบนเว็บเพจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ สรรเสริญ สมัยสุด (2557) ที่กล่าวถึงสิ่งสำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้า อย่างเช่น การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย การแสดงข้อมูลที่เป็นจริงและสามารถติดต่อได้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2554) เกี่ยวกับสถานภาพของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในด้านการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์

2. องค์ประกอบสมรรถนะด้านการมีมนุษยสัมพันธ์และความรับผิดชอบ ซึ่งองค์ประกอบด้านนี้มีสมรรถนะที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่สมรรถนะการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร ทั้งนี้เพราะว่า การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นการส่งเสริมยอดขายและรักษารฐานลูกค้าไว้ได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสังคมชุมชนออนไลน์ได้ด้วย โดยสื่อสารผ่านช่องทางการใช้ Social Network อย่างเช่น Facebook, Line หรือ Instagram ซึ่งการติดต่อสื่อสารช่องทางเหล่านี้สามารถสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sirkemaa (2005) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูง และผู้บริหารงานด้านไอทีในองค์กรอุตสาหกรรม ที่มีต่อความสัมพันธ์เกี่ยวกับทักษะและความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานของการพัฒนาธุรกิจออนไลน์ ซึ่งได้แบ่ง

ทักษะและความเชี่ยวชาญ ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเทคนิค ด้านธุรกิจ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่าผู้ประกอบการทางธุรกิจเหล่านี้นอกจากจะต้องการบุคลากรที่มีความสามารถด้านไอทีแล้ว ยังพิจารณาถึงความรู้ความเข้าใจระบบธุรกิจและการมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมาเป็นองค์ประกอบร่วมกัน นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับมุมมองตามแนวคิดของ อารณีย์ ภูวิทย์พันธุ์ (2549) ซึ่งได้กล่าวถึงความสามารถของบุคคลในองค์กร ควรมีความสามารถด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือเรียกว่า Interpersonal Competency คือการเน้นในเรื่องการมีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน การติดต่อประสานงาน การสื่อสารทั้งทางวาจาและทางข้อความ

3. องค์ประกอบสมรรถนะด้านการคิดอย่างเป็นระบบและมุ่งผลสัมฤทธิ์ องค์ประกอบด้านนี้มีสมรรถนะที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการไตร่ตรองเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบ ทั้งนี้เพราะว่าบุคลากรไอซีที โดยเฉพาะอย่างยิ่งตำแหน่งงานเว็บโปรแกรมเมอร์ (Web Progeammer) ซึ่งมีหน้าที่พัฒนาเว็บไซต์โดยใช้โปรแกรมด้วยภาษาต่าง ๆ เช่น PHP JAVA ASP เพื่อควบคุมการทำงานของเว็บไซต์ในการติดต่อกับระบบฐานข้อมูล บุคลากรดังกล่าวนี้จำเป็นต้องมีทักษะกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ มีความสามารถในการคิดไตร่ตรอง Process ของงานได้อย่างรอบคอบเป็นขั้นเป็นตอน การเขียนโปรแกรมเพื่อออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์จึงจะเป็นไปตามเป้าหมายได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Newton (1999) ที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในการจัดการโครงสร้างองค์กร ประกอบด้วยการมีบุคลากรที่มีความชำนาญพิเศษเฉพาะด้าน (specialize) โดยเฉพาะการจัดการด้านไอทีที่ต้องมีทักษะในกระบวนการปฏิบัติงานที่ต้องมีการคิดไตร่ตรองอย่างเป็นระบบและชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้นำประเด็นที่เป็นข้อค้นพบมาเสนอแนะ โดยเสนอเป็น 2 แนวทาง ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1.1 ภาครัฐควรกำหนดนโยบายการสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านไอซีที การสนับสนุนด้านการเงินและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1.2 ภาครัฐควรจัดการฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การทำการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

1.3 ภาครัฐควรจัดหาและสนับสนุนแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อการลงทุนและเป็นเงินทุนหมุนเวียนให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล เนื่องจากปัจจุบันและอนาคตคาดการณ์ว่า มูลค่าการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามการพัฒนาของเทคโนโลยี

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ความรู้และทักษะในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ประกอบการ

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบความสำเร็จ

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยด้านผู้บริโภคหรือผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเชิงเหตุที่ทำให้เกิดความเชื่อถือหรือความไว้วางใจต่อธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนต่อไป



บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ 2554. **มาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ 2557. ธุรกิจออนไลน์ : ช่องทางใหม่ที่เปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจ. **วารสารต้นสายปลายทางธุรกิจ** ฉบับที่ 24 (มกราคม – กุมภาพันธ์) : 12.
- กิดานันท์ มลิทอง. 2548. **ไอซีทีเพื่อการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: อรุณการพิมพ์.
- ขจรศักดิ์ ศิริมัย. 2555. **เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับสมรรถนะ**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://competency.rmutp.ac.th/wp-content/uploads/2011/01/aboutcompetency.pdf> [12 มกราคม 2557].
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2555. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS**. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพมหานคร: เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- ธีรวุฒิ บุญยโสภณ และคณะ. 2550. **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่องการเสริมสร้างความเข้มแข็งและยกระดับมาตรฐานของวิชาชีพด้านบริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในตลาดโลก**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ธำรงค์ศักดิ์ คงสาส์นศักดิ์. 2551. **Competency ภาคปฏิบัติ...เราทำกันอย่างไร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.
- บุญมาก ศิริเนาวกุล. 2549. **การบริหารไอทีที่มีอาชีพ**. กรุงเทพมหานคร: เอเชียดิจิตอล การพิมพ์.
- ประจักษ์ ทรัพย์อุดม . 2550. **แนวทางพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย Competency**. กรุงเทพฯ : เอกสารอัดสำเนา.
- ประพันธ์พงษ์ ใจเพื่อแม่. 2555. **เนื้อหาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการจัดทำเว็บไซต์เพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปริศนา เพชรบูรณิน. 2556. **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับสังคมไทย**. **วารสารวิชาการปฐมวัน** ปีที่ 3 ฉบับที่ 7 (พฤษภาคม – สิงหาคม) : 44.
- พรรณี สวนเพลง. 2550. **การพัฒนาบุคลากร ICT ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2548-2557**. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- พลพฐ ปิยวรรณ และสุภาพร เจริญเยี่ยม. 2552. **ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร : วิทยพัฒน์.
- มนต์ชัย เทียนทอง. 2548. **สถิติและวิธีการวิจัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศ**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

- มนู อรดีคัลเชษฐ์. 2554. การพัฒนา eCommerce ของไทยภายใต้กรอบนโยบายไอซีที ICT2020. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://ictandservices.blogspot.com/2011/11/ecommerce-ict2020-1.html> [25 ธันวาคม 2556].
- มานิตา สองสี. 2554. ศึกษาการนำเทคโนโลยีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้สำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช. ในเอกสารประกอบการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัย มหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 21 ประจำปี 2554 ระหว่างวันที่ 25-28 พฤษภาคม 2554 ณ โรงแรมเจบี หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.
- บุษนา ใจดี. 2550. สมรรถนะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานเทศบาลในเขตจังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รัฐ ใจรัญ และประสงค์ ประณีตพลกรัง. 2554. แนวคิดในการสร้างความไว้วางใจและความมีชื่อเสียงสำหรับบริการในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. สถาบันวิชาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วรเกษมสันต์ สิริสุภราชต์ และ เบญจวรรณ หมั่นเจริญ. 2554. **Professional Web Design**. กรุงเทพมหานคร : เน็ตดีไซน์ พับลิชชิง.
- วนิดา สุวรรณนิพนธ์. 2553. การวัดผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วชิราพร พุ่มเย็น. 2545. เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- สรรเสริญ สมัยสุด. 2557. ธุรกิจออนไลน์ : ช่องทางใหม่ที่เปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจ. วารสารต้นสายปลายทางธุรกิจ ฉบับที่ 24 (มกราคม – กุมภาพันธ์) : 13.
- สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2555. รายงานโครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รองรับการเปิดเสรีด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: http://www.dbd.go.th/download/data_srevice/Project_%20FTA.pdf [19 2556].
- สมบูรณ์ ศรีสมานูวัตร. 2553. การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในองค์กรโดยอาศัยสมรรถนะ. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- สิทธิเดช ลีมีคเดช. 2557. เริ่มต้นค้าออนไลน์. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://thaibusinessmarket.wordpress.com/2014/02/> [10 มีนาคม 2557].

- . 2554. รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. :
- . 2556. รอบรู้เรื่องกฎหมาย e-Commerce. ในเอกสารประกอบการประชุมวิชาการสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) 27 มีนาคม 2556 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (เอกสารอัดสำเนา) สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2555. รายงานผลที่สำคัญ: ตำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2554. กรุงเทพมหานคร : ธรรมดาเพรส.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. สรุปผลที่สำคัญ: การสำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2556. [] แหล่งที่มา: http://www.dbd.go.th/download/ecommerce_file/pdf/data_ecommerce_from57.pdf [17 มีนาคม 2557].
- อากรณี ภูวิทย์พันธุ์. 2549. **Human Resource Management and Development Case Study.** กรุงเทพมหานคร : เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- อานนท์ ศักดิ์วีระวิทย์. 2547. แนวคิดเรื่องสมรรถนะ Competency: เรื่องเก่าที่เรายังหลงทาง. **Chulalongkorn Review** ปีที่ 1 ฉบับที่ 6.
- อัญชลี บุญอ่อน. 2553. การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัท โอซีซี จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. 2556. **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (มุมมองด้านการบริหาร).** กรุงเทพมหานคร : วี.พรีนท์ (1991) จำกัด.
- Byrd, T.A. - Turner, D.E. 2000. **Measuring the Flexibility of Information Technology Infrastructure: Exploratory Analysis of a Construct.** Journal of Management Information Systems , Vol 17, No 1, Summer.
- D. H. McKnight and N. L. Chervany. 2010. **What trust means in e-commerce customer relationships: an interdisciplinary conceptual typology.** International Journal of Electronic Commerce, vol. 6, no. 2, pp. 35–59.
- Feeny, David F. - Willcocks, Leslie P. 1998. **Core IS Capabilities for Exploiting Information Technology.** Sloan Management Review, Spring.
- Haag, Stephen; Cummings, Maeve and McCubbrey, Donald J. 2002. **Management Information System for the Information Age, 3rd ed.** Boston: McGraw-hill.

- Jutla, D. N., Bodorik, P., & Dhaliwal, J. S. 2002. **Government support fore-readiness of small and medium sized enterprises.** Washington, DC: HICSS.
- Kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon. 2006. **Management Information Systems : Managing The Digital Firm**, 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- McKay, D.T. - Brockway, D.W. 1989. **Building I/T Infrastructure for the 1990s.** Stage by Stage (Nolan Norton and Company), Vol 9, No 3, pp. 1-11.
- McLoughlin, G. J. (2000). **Electronic commerce: An introduction.** Retrieved January 15, 2014, from <http://fpc.state.gov/documents/organization/12056.pdf>.
- Mohamed Nuzrath. 2012. **Business Skills for E-Commerce.** Retrieved January 26, 2014, from <http://www.isguk.org/courses-docs/Business%20Skills%20for%20E-commerce.pdf>.
- Newton, S. 1999. **Electronic business: Critical success factors for implementation a case of a manufacturer of electronic parts.** Sydney, Australia: University of Technology, School of Computing Science.
- Seppo J. Sirkemaa. 2005. **Critical Skills and Knowledge in Development of e-commerce Infrastructure.** Retrieved February 26, 2014, from <http://www.internetjournals.net/journals/tir/2005/January/Paper10.pdf>.
- Spencer, M. and Spencer, M.S. 1993. **Competence at work: Models for Superiors Performance.** New York: John Wiley & Sons.
- Todd, P.A. - McKeen, J.D. - Gallupe, R.B. 1995. **The Evolution of IS Job Skills: A Content Analysis of IS Job Advertisements from 1970-1990.** MIS Quarterly, Vol 19, No 1.
- Walter Patterson Consultancy for e-skills UK. 2011. **Skill requirements for e-commerce and their provision in Scotland.** Retrieved January 26, 2014, from <http://researchonline.org.uk>.

ภาคผนวก



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีด้าน ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคล ของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ซึ่งผลของการวิจัยครั้งนี้เป็นการนำเสนอรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ และข้อมูลที่ได้จากท่านจะเก็บไว้เป็นความลับ โดยเสนอในภาพรวมเท่านั้น ในฐานะที่ท่านเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจ และมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจด้านนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านได้กรุณาให้ข้อมูลตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นให้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในการผลิตบุคลากรด้านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถาบันการศึกษาในประเทศไทย

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 31 ปี 31 – 40 ปี
 41 – 50 ปี ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ น้อยกว่า 5 ปี 5 – 10 ปี
 11 – 15 ปี มากกว่า 15 ปีขึ้นไป

5. ประเภทธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- แฟชั่น เครื่องแต่งกาย อัญมณี และเครื่องประดับ
- เครื่องใช้สำนักงาน หนังสือ และสิ่งพิมพ์
- คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และอินเทอร์เน็ต
- ยานยนต์และผลิตภัณฑ์ยานยนต์
- อาหาร เครื่องดื่ม และสมุนไพร
- ท่องเที่ยว/โรงแรม และรีสอร์ท
- ธุรกิจบริการ และโรงพยาบาล
- สินค้า และอื่นๆ โปรดระบุ_____

6. ผู้พัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจของท่าน คือ

- ผู้ประกอบการพัฒนาเว็บด้วยตนเอง
- พนักงานไอทีของบริษัท/ร้าน
- ว่าจ้างบุคคล/บริษัทภายนอก
- อื่น ๆ โปรดระบุ_____

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของสมรรถนะไอซีทีด้าน ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคล สำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขที่อยู่ในช่องซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ระดับความจำเป็นที่ต้องมีและจำเป็นต้องใช้สมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์

- 5 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้อยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้อยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้อยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้อยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึงข้อคำถามนี้เป็นสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีและจำเป็นต้องใช้อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ก. สมรรถนะไอซีทีด้านความรู้ (Knowledge)

บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีสมรรถนะไอซีทีด้านความรู้ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

สมรรถนะไอซีทีด้านความรู้	ระดับสมรรถนะที่จำเป็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความรู้กระบวนการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1
2. ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลบนเว็บ	5	4	3	2	1
3. ความรู้เกี่ยวกับภาษาคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ อย่างเช่น ภาษา HTML, PHP, JavaScript, jQuery และ Ajax เป็นต้น	5	4	3	2	1
4. ความรู้เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยของฐานข้อมูลบนเว็บ	5	4	3	2	1
5. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการชำระเงินแบบออนไลน์ (Online Payments)	5	4	3	2	1
6. ความรู้เรื่องการตกแต่งเว็บเพจให้สวยงามและดึงดูดความสนใจ	5	4	3	2	1
7. ความรู้ความเข้าใจหลักการทำงานของเซิร์ชเอ็นจิน (Search Engine)	5	4	3	2	1
8. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดหมวดหมู่สินค้า (Online Catalog)	5	4	3	2	1
9. ความรู้ความเข้าใจเรื่องกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1
10. ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1
11. ความรู้ความเข้าใจเรื่องการจัดการความเสี่ยงในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1
12. ความรู้เกี่ยวกับธรรมเนียมปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1
13. ความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในการจัดการด้านเนื้อหาข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ บนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1
14. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการจัดการรูปภาพบนเว็บอย่างมีคุณภาพสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1

ข. สมรรถนะไอซีทีด้านทักษะ (Skills)

บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีสมรรถนะไอซีทีด้านทักษะทางธุรกิจ ทักษะทางเทคโนโลยี และทักษะการบริหารงานและการสื่อสาร ดังต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด

สมรรถนะไอซีทีด้านทักษะ	ระดับสมรรถนะที่จำเป็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
15. ความสามารถในการวิเคราะห์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	5	4	3	2	1
16. ความสามารถออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1
17. ความสามารถในการจัดการระบบฐานข้อมูลและดูแลเว็บไซต์	5	4	3	2	1
18. ความสามารถจัดการเนื้อหาในหน้าเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับธุรกิจ	5	4	3	2	1
19. ความสามารถสร้างการยอมรับขององค์กรบนโลกออนไลน์	5	4	3	2	1
20. ความสามารถในการเขียน โปรแกรมเพื่อพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้ภาษาคอมพิวเตอร์ได้อย่างน้อยหนึ่งภาษา	5	4	3	2	1
21. ความสามารถในการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เช่น osCommerce, OpenCart, PrestaShop, Magento, VirtueMart และ ZenCart เป็นต้น	5	4	3	2	1
22. ความสามารถในการออกแบบและพัฒนาเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต	5	4	3	2	1
23. ความสามารถในการตรวจสอบและประเมินเว็บไซต์ของกลุ่ม	5	4	3	2	1
24. ความสามารถพิจารณาความหลากหลายของข้อมูลเพื่อนำมาพัฒนาเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้สำเร็จในช่วงเวลาที่จำกัด	5	4	3	2	1
25. ความสามารถออกแบบเว็บไซต์ที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร	5	4	3	2	1
26. ความสามารถในการดูแลและแก้ไขปัญหาาระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์	5	4	3	2	1

สมรรถนะไอซีทีด้านทักษะ	ระดับสมรรถนะที่จำเป็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
27. ความสามารถใช้สื่อมัลติมีเดียเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ได้อย่างเหมาะสม	5	4	3	2	1
28. ความสามารถใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการจัดทำเนื้อหาข้อมูลบนเว็บ	5	4	3	2	1
29. ความสามารถในการรักษาความปลอดภัยและป้องกันความ เป็นส่วนตัวของลูกค้า	5	4	3	2	1
30. ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีระบบนำทางและฟังก์ชัน ในการค้นหาสินค้าที่ดีและมีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
31. ความสามารถออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้พร้อมตอบสนองต่อคำขอ สั่งซื้อและคำขอความช่วยเหลือของลูกค้า	5	4	3	2	1
32. ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ให้เกิดความมั่นใจต่อลูกค้า	5	4	3	2	1
33. ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์โดยใช้รูปแบบการสื่อสารที่ เหมาะสมและเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
34. ความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนองความพร้อมใน การใช้งานตลอดเวลา	5	4	3	2	1
35. ความสามารถพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ ความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD Verified)	5	4	3	2	1
36. ความสามารถนำเสนอสารสนเทศที่มีความสมบูรณ์ ทันสมัย และเป็นประโยชน์บนเว็บไซต์	5	4	3	2	1
37. ความสามารถในการใช้ Social Networks ได้หลากหลายรูปแบบเพื่อ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้า/บริการและติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	5	4	3	2	1
38. ความสามารถเรียนรู้พฤติกรรมลูกค้าเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ ให้ตรงตามความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าเป็นระยะๆ	5	4	3	2	1

สมรรถนะไอซีที่ด้านทักษะ	ระดับสมรรถนะที่จำเป็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
39. ความสามารถในการทำการตลาดออนไลน์ (e-Marketing)	5	4	3	2	1
40. ความสามารถในการจัดการเว็บไซต์ให้มีคุณภาพเพื่อรองรับปริมาณผู้เข้าใช้งานพร้อมๆ กันในช่วงเวลาเดียวกัน	5	4	3	2	1
41. ความสามารถตรวจสอบระบบความปลอดภัยบนเว็บไซต์และจัดทำระบบการแจ้งเตือนให้แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้เว็บ	5	4	3	2	1

ค. สมรรถนะไอซีที่ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Attributes)

บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีสมรรถนะ ไอซีที่ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล	ระดับสมรรถนะที่จำเป็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
42. เป็นผู้ที่มีการบวนการคิดและทำงานอย่างเป็นระบบ	5	4	3	2	1
43. สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นและทำงานเป็นทีมได้ดี	5	4	3	2	1
44. ต้องหมั่นศึกษาและติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง	5	4	3	2	1
45. ต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ลูกค้าได้	5	4	3	2	1
46. สามารถสื่อสารความรู้และความคิดของตนเองให้ผู้อื่นเข้าใจได้เป็นอย่างดี	5	4	3	2	1
47. มีแนวคิดทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องและมีมุมมองเชิงบวกทางธุรกิจ	5	4	3	2	1
48. มีความรับผิดชอบต่อตนเองและต่อหน้าที่การงาน	5	4	3	2	1
49. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคลภายในและภายนอกองค์กร	5	4	3	2	1

ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล	ระดับสมรรถนะที่จำเป็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
50. มีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5	4	3	2	1
51. มีความขยันหมั่นเพียรและทุ่มเทเวลาให้กับงาน	5	4	3	2	1
52. สามารถค้นหาสาเหตุของปัญหาได้โดยยึดหลักความเป็นเหตุเป็นผล	5	4	3	2	1
53. มีความสามารถในการไต่รตรงเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างรอบคอบ	5	4	3	2	1
54. มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทั้งการพูด อ่าน และการเขียน	5	4	3	2	1
55. มีความกระตือรือร้น สนใจ และใฝ่หาที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ เพื่อสร้างความเป็นเลิศในงาน	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ท่านมีข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติมที่เกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีของบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์อย่างไรบ้าง

1. ด้านการออกแบบเว็บไซต์

2. ด้านการจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์

3. ด้านการสร้างความเชื่อถือของเว็บไซต์

4. ด้านการจัดการคุณภาพของเว็บไซต์ต่อการใช้งาน

5. ด้านความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยีฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และฐานข้อมูล

6. ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสังคมชุมชนออนไลน์

7. ด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม

ผู้วิจัยขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

คำชี้แจง

การสัมภาษณ์มีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการนำไปวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบสมรรถนะที่สำคัญ/ที่จำเป็นสำหรับบุคลากรดังกล่าว และนำเสนอรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปสู่การพัฒนาความรู้และทักษะด้านไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาและองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาหลักสูตรพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน จึงขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือจากผู้ให้สัมภาษณ์ในการให้ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีกรอบข้อคำถามดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ _____ ตำแหน่ง _____
 สถานที่ให้สัมภาษณ์ _____ วัน/เดือน/ปี _____
 เวลาในการสัมภาษณ์ เริ่ม _____ น. จบ _____ น.

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับสมรรถนะไอซีทีด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล สำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

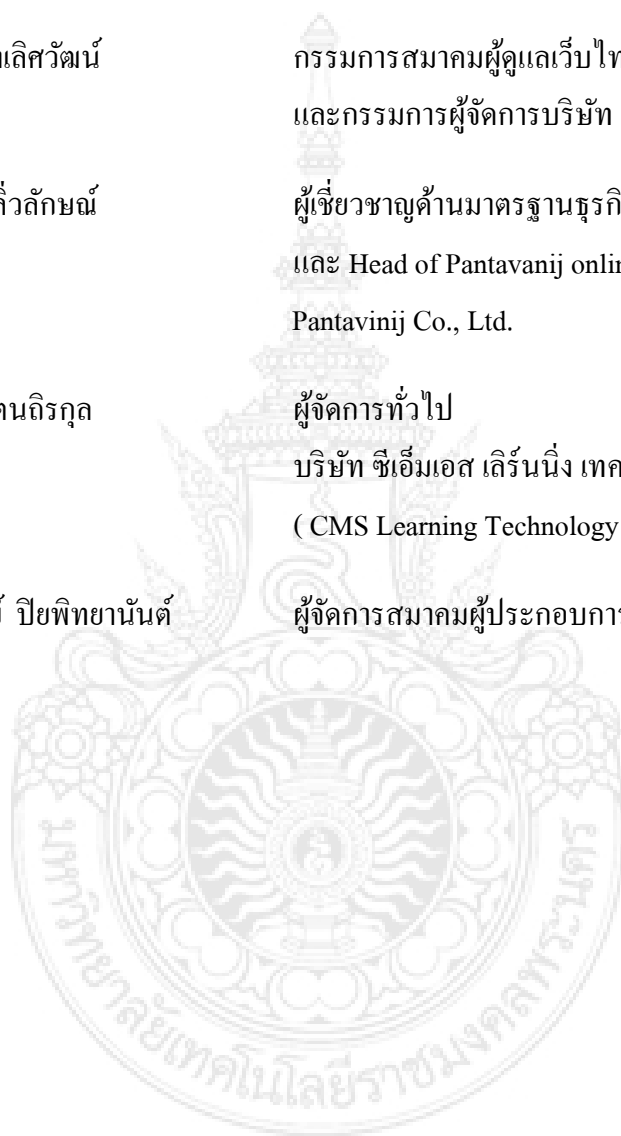
2. ท่านคิดว่าบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีสมรรถนะด้านการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซอย่างไรบ้าง (ประเด็นเกี่ยวกับข้อมูลเนื้อหาบนเว็บ การสร้างความน่าเชื่อถือของเว็บ และการปรับปรุงเว็บให้มีประสิทธิภาพ) จึงจะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ

3. ท่านคิดว่าบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีสมรรถนะเกี่ยวกับความรู้และทักษะในซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซอย่างไรบ้าง จึงจะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ

4. ท่านคิดว่าบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีสมรรถนะในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและสังคมชุมชนในสื่อออนไลน์อย่างไรบ้าง จึงจะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ
ตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการวิจัย
เรื่อง รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะไอซีทีสำหรับบุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ของประเทศไทย

1. ดร. วิชาส น้าเลิศวัฒน์ กรรมการสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย
และกรรมการผู้จัดการบริษัท โวเน่ จำกัด
2. คุณสืบศักดิ์ ลีวัลักษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านมาตรฐานธุรกิจ e-Commerce
และ Head of Pantavanij online marketing service
Pantavinij Co., Ltd.
3. ดร. อาณัติ รัตนธิรกุล ผู้จัดการทั่วไป
บริษัท ซีเอ็มเอส เลิร์นนิ่ง เทคโนโลยี เซ็นเตอร์ จำกัด
(CMS Learning Technology Center Co.,LTD.)
4. คุณกำไลทิพย์ ปิยพิทยานันต์ ผู้จัดการสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย



ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวอารีย์ มัยยพงษ์
(ภาษาอังกฤษ) Miss Aree Mayoungpong

2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ

3. หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะบริหารธุรกิจ
86 ถนนพินิจโลก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10300
โทร. 02 2829101-2 ต่อ 2327 โทรสาร 02 2829711
E-mail : aree.m@rmutp.ac.th

4. ประวัติการศึกษา

- บธ.บ. (ระบบสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
- ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- คอ.ม. (ธุรกิจอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

5. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

5.1 ภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุขจักรวรรดิ
: ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนมัธยมในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินผลประโยชน์ของสถาบันเทคโนโลยี
ราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2546

5.2 การศึกษาสภาพ ปัญหา และการรับรู้เกี่ยวกับศูนย์วิทยบริการของนักศึกษา
และบุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วิทยาเขตพณิชยการพระนคร

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินผลประโยชน์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลพระนคร วิทยาเขตพณิชยการพระนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549

5.3 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินผลประโยชน์คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551

5.4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการสอน
ของคณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551

5.5 สภาพความต้องการและคุณลักษณะของบุคลากรซอฟต์แวร์ในประเทศไทย

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินผลประโยชน์คณะกรรมการธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553

5.6 คุณลักษณะของบัณฑิตเทคโนโลยีสารสนเทศที่สอดคล้องกับความต้องการของ
ผู้ประกอบการ

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินกองทุนของสมาคมศิษย์เก่าพันธิษการพระนคร
คณะกรรมการธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554

5.7 สภาพและความต้องการการฝึกอบรมด้าน ICT ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555

