

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในเศรษฐกิจยุคปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology--ICT) เป็นปัจจัยความสำเร็จหนึ่งของการประกอบธุรกิจ โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำให้เกิดธุรกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า พาณิชนัยอิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce หรือ e-commerce) การเข้ามาของพาณิชนัยอิเล็กทรอนิกส์ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ ในระดับเศรษฐกิจเป็นการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบดิจิทัล (digital economy) มีผลให้ระบบการค้าของโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงไปเป็นระบบที่ใช้การโอนถ่ายข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อย่างไม่มีขีดจำกัดในด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งมีผลก่อให้เกิดการขยายตัวทางการค้า และสามารถกระจายรายได้ไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก ส่วนในระดับธุรกิจ พาณิชนัยอิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามาทดแทนกระบวนการดำเนินธุรกิจ ทำให้การปฏิบัติงานเป็นแบบอัตโนมัติ และส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยลดต้นทุนและเวลาการปฏิบัติงาน เพิ่มช่องทางทางการตลาด สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้ความสะดวกและรวดเร็วทั้งการจัดการภายในองค์กร และการติดต่อสื่อสารกับองค์การคู่ค้า (Epstein, 2005; Ghandour, 2007; Jennex, Amoroso, & Olayele, 2003; Schoder & Madeja, 2004; Viehland, 2000) นอกจากนี้ ยังช่วยให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น โดยเฉพาะการสร้างโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (small and medium enterprises) สามารถแข่งขันในระบบการค้าโลกได้โดยตรง (Jennex et al., 2003, p. 1)

จากบทบาทของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการดำเนินชีวิตประจำวันและการดำเนินงานของธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ทำให้จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการสำรวจของ Internet World Stats (2009) จากตาราง 1 พบว่า มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ. 2009 มีจำนวนประมาณ 1,802 ล้านคน คิดเป็นร้อยละของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากรโลกเท่ากับ 26.59 เปอร์เซ็นต์ และมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 2008 คิดเป็น 14.49 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2000 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 4.99 เท่า และในจำนวนนี้เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศที่กำลังพัฒนาประมาณ 32.10 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด

ตาราง 1

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในโลก ระหว่าง ปี ค.ศ. 2000-2009

ปี ค.ศ.	จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (ล้านคน)	จำนวนประชากรโลก (ล้านคน)	ร้อยละของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากรโลก	เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
2000	361	6,089	5.93	-
2001	513	6,165	8.32	42.11
2002	587	6,242	9.40	13.25
2003	719	6,317	11.38	22.49
2004	817	6,393	12.78	13.63
2005	1,018	6,469	15.74	24.60
2006	1,093	6,546	16.70	7.37
2007	1,319	6,624	19.91	20.68
2008	1,574	6,701	23.49	19.33
2009	1,802	6,777	26.59	14.49

ที่มา. จาก *World Internet Usage and Population Statistics*, by Internet World Stats, 2009, Retrieved January 15, 2009, from <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

สำหรับในประเทศไทย จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน ดังข้อมูลในตาราง 2 โดยเริ่มมีการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 และในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนประมาณ 18.30 ล้านคน คิดเป็นร้อยละของจำนวนผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากรไทยเท่ากับ 28.81 เปอร์เซนต์ และมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก ปี พ.ศ. 2551 ประมาณ 13.42 เปอร์เซนต์ และเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนเพิ่มขึ้น ประมาณ 7.96 เท่า การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทำให้การค้าในระบบพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์ยังคงมีการขยายการเจริญเติบโตต่อไปอีก นอกจากนี้ จากการสำรวจ จำนวนผู้ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ถึง พ.ศ. 2552 จากตาราง 2 พบว่า มีจำนวนผู้ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยจำนวนผู้ที่เคยซื้อสินค้า ทางอินเทอร์เน็ต ในปี พ.ศ. 2551 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2550 ประมาณ 17 เปอร์เซนต์ แสดงให้เห็นว่า แนวโน้มการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วง เจริญเติบโต

ตาราง 2

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ที่เคยซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ระหว่างปี
พ.ศ. 2543-2552

ปี	จำนวนผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต (พันคน)	จำนวน ประชากรไทย (พันคน)	ร้อยละของ จำนวนผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต ต่อจำนวน ประชากรไทย	เปอร์เซ็นต์ การเปลี่ยนแปลง ของจำนวน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	ร้อยละของ ผู้เคยซื้อ สินค้าทาง อินเทอร์เน็ต
2543	2,300	61,878	3.72	-	19.1
2544	3,500	62,308	5.62	51.12	19.6
2545	4,800	62,799	7.64	36.07	23.6
2546	6,000	63,079	9.51	24.45	20.9
2547	6,970	61,973	11.25	18.24	29.9
2548	9,909	62,828	15.77	40.23	30.7
2549	11,413	62,828	18.17	15.18	31.4
2550	13,416	63,038	21.28	17.16	28.9
2551	16,100	63,389	25.40	19.34	45.9
2552	18,300	63,525	28.81	13.42	N/A

ที่มา. จาก *Internet Information Research*, โดย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์-
และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2553ข, ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2553, จาก <http://internet.nectec.or.th/webstats/internetuser>

การเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลกและประเทศไทย จากข้อมูล
การประมาณการ ดังข้อมูลในตาราง 3 พบว่า มูลค่าการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ค.ศ. 2008 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 2007
คิดเป็น 22.23 เปอร์เซ็นต์ และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 2004 ประมาณ 3.49 เท่า สำหรับ
ประเทศไทย การเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เช่นกัน โดยในปี ค.ศ. 2008 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 2007 คิดเป็น 23.41 เปอร์เซ็นต์ และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 2004 ประมาณ 8.32 เท่า

ตาราง 3

มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลกและของประเทศไทย ระหว่างปี ค.ศ. 2002-2008

ปี ค.ศ.	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลก	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย (ล้านบาท)	เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย
2002	2,293.50	-	-	-
2003	3,878.80	69.12	-	-
2004	6,201.10	59.87	63.44	-
2005	9,240.60	49.02	220.92	248.23
2006	12,837.30	38.92	305.16	38.13
2007	17,715.47	38.00	427.46	40.08
2008	21,653.60	22.23	527.54	23.41

ที่มา. จาก รายงานผลสำรวจสถานการณ์ภาพพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย, โดย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2553ก, ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2553, จาก <http://internet.nectec.or.th/webstats/internetuser>

จากบทบาทและความจำเป็นของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้การดำเนินการค้ารูปแบบใหม่นี้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาอันสั้น อย่างไรก็ตาม ในช่วงเริ่มต้นพบว่า มีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย มีสาเหตุเนื่องมาจากความไม่นิยมใช้บริการของลูกค้า ความไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยและระบบการชำระเงิน ราคาของสินค้าที่สูงกว่าในตลาดทั่วไป การลงทุนต้องใช้เงินลงทุนสูง การขาดการสนับสนุนที่ดีจากธนาคารพาณิชย์ ระดับเทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบ ประสิทธิภาพ และความทั่วถึงของโครงสร้าง

พื้นฐาน การขาดการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐ การขาดกฎหมายที่เกี่ยวข้องมารองรับอย่างสมบูรณ์ การขาดแคลนบุคลากรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการขาดความรู้ความเข้าใจที่ดีพอเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น (ราม ปิยะเกตุ, 2547; Chaffey, 2003; Ghandour, 2007; Jennex et al., 2003; Schneider 2006; Schoder & Madeja, 2004; United Nation Conference on Trade and Development, 2004) จากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว ทำให้ในช่วงที่ผ่านมา การเจริญเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ได้มีการเจริญเติบโตอย่างมากมาตามที่มีการคาดการณ์ไว้ (George, 2002, p. 165) และการเจริญเติบโตนี้ไม่ได้ทำให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้นมาก แต่เป็นการเปิดตลาดให้กว้างขึ้นระหว่างผู้ค้าด้วยกันด้วยต้นทุนที่ต่ำ รวมทั้งผลประโยชน์ที่ได้รับเป็นผลประโยชน์อย่างอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น คุณภาพที่เพิ่มขึ้น ความพอใจของลูกค้ามากขึ้น เป็นต้น (Chan & Swatman, 2002; Ratnasingam, 2002) นอกจากนี้ จากรายงาน *UNCTAD e-commerce and Development Report 2003* ของ United Nation Conference on Trade and Development (2004) มีข้อสังเกตว่า การเจริญเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในสหรัฐอเมริกาและในยุโรปมีมูลค่าการค้าที่เกิดจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น แต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนธุรกิจที่สามารถติดต่อกับอินเทอร์เน็ตได้

จากงานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า มีปัจจัยหลายประการ ทั้งปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ และปัจจัยภายในองค์การ ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ เช่น จากการศึกษาของ Molla (2004) พบว่า การสนับสนุนของภาครัฐ สภาพการแข่งขัน และการสนับสนุนจากอุตสาหกรรม จะส่งผลกระทบต่อความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จากการศึกษาของ Mora-Monge (2007) พบว่า สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เกิดจากอำนาจการต่อรองของลูกค้าและอำนาจการต่อรองของผู้ขายมีผลกระทบในเชิงลบต่อผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การศึกษาของ Xuan, Xu, and Quaddus (2007) พบว่า การสนับสนุนของภาครัฐมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Kvainauskaite, Sarapovas, and Cvilikas (2005) พบว่า การสนับสนุนของภาครัฐมีผลกระทบต่อธุรกิจขนาดกลางและย่อมในการนำพาณิชย์-

อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยภาครัฐจะต้องมีบทบาทในการกำหนดนโยบายและแผนงาน เพื่อสร้างความพร้อมด้านอิเล็กทรอนิกส์ การสนับสนุนของภาครัฐที่ควรมี ได้แก่ การจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการ และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการปรับปรุงข้อบังคับและกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ (Jennex, 2003; Jennex et al., 2003; Jutla, Bodorik, & Dhaliwal, 2002; Kuzic, Fisher, & Scollary, 2002; Kvainauskaite et al., 2005; Mesenbourg, 2001; Molla, 2004; Dubosson-Torbay, Osterwalder, & Pigneur, 2001; Xuan et al., 2007)

ปัจจัยภายในองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากการศึกษาของ Chan and Swatman (2002), Epstein (2004b), Jennex (2003) และ Jennex et al. (2003) พบว่า ความรู้ ความสามารถ และทักษะของบุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญและเป็นปัจจัยความสำเร็จหนึ่งของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยบุคลากรควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นผู้ที่มีความชำนาญโดยเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งมีความชำนาญพิเศษในหลาย ๆ ด้าน เพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และดำเนินธุรกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการศึกษาของ Epstein (2004b) พบว่า ผู้บริหารพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีพื้นฐานความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถบริหารจัดการลงทุนให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกิดขึ้นและสำเร็จลงได้ตามเป้าหมาย รวมทั้งจากงานวิจัยของนักวิจัยหลายท่านพบว่า โครงสร้างองค์การ ลักษณะการบริหารงาน และกลยุทธ์ที่นำมาใช้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Bharadwaj, 2000; Chan & Swatman, 2002; Esichaikul & Chavananon, 2001; Geisler, 2001; Huang, Wang, & Zhao, 2005; Kauffman & Wood, 2000; Mora-Monge, 2007; Santhanam & Hartono, 2003; Viehland, 2000; Zimmer, 2005) เช่น จากการศึกษาของ Geisler (2001) พบว่า โครงสร้างองค์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องรองรับต่อกระบวนการทำงานบนพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศ ลักษณะการดำเนินงานประกอบด้วยบุคลากรจากหลายหน้าที่ กระบวนการปฏิบัติงานจะต้องรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และยืดหยุ่นต่อกลยุทธ์ของคู่แข่ง

นอกจากนี้ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่นำมาใช้จะทำให้เกิดประสิทธิภาพของกระบวนการภายในธุรกิจ ทั้งความสามารถในการติดต่อกับลูกค้าและคู่ค้า รวมทั้งความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและการเรียนรู้ในองค์กร ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความพอใจของลูกค้าและผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จากงานวิจัยของบริษัท Verisign Inc. (2008) พบว่า ลูกค้าที่มีการเข้ามาทำรายการธุรกรรมและได้ยกเลิกรายการทำธุรกรรมนั้นมีถึง 65 เปอร์เซ็นต์ โดยมีสาเหตุส่วนใหญ่มาจากความไม่เชื่อมั่นในระบบ จากการศึกษาของ Mollenkopf, Rabinovich, Laseter, and Boyer (2007) พบว่า ปัจจัยที่ทำให้การสั่งซื้อปิดได้อย่างสมบูรณ์ ได้แก่ การมีกระบวนการทำรายการธุรกรรมที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าใจขั้นตอนได้ง่าย รวดเร็ว และมีความรู้สึกปลอดภัย รวมทั้งการสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าที่จะทำให้เกิดการสั่งซื้อ การผลิตสินค้า และการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ (Kovacs, 2000) นอกจากนี้ คุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ การตัดสินใจซื้อออนไลน์ การกลับมาซื้อซ้ำอีก การได้รับคุณค่าเพิ่มขึ้น และความพึงพอใจของลูกค้า โดยคุณภาพของเว็บไซต์พิจารณาได้จากคุณภาพด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านประโยชน์การใช้งาน และด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ (DeLone & McLean, 2003; Hung & McQueen, 2004; Li & Zhang, 2002; Molla & Licker, 2001; Nah & Davis, 2002; Turban & Gehrke, 2000; Zimmer, 2005)

อย่างไรก็ดี การพัฒนารูปแบบการค้าใหม่นี้มีผลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การบริหารและการดำเนินงานขององค์กร การทำให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบผลสำเร็จและสามารถดำรงอยู่ได้จะต้องมีการวัดหรือประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร (Epstein, 2004b) ในปัจจุบัน การประเมินวัดผลการดำเนินงานเป็นลักษณะของกิจกรรมเชิงกลยุทธ์มากขึ้น มีขั้นตอนที่สำคัญ คือ วิเคราะห์ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จขององค์กร (critical success factor) ซึ่งหมายถึง ปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อการบรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ โดยการใช้ความสามารถหลักขององค์กรให้ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ที่เหมาะสม จากนั้นจึงถ่ายทอดกลยุทธ์นั้นไปสู่ตัวชี้วัด (key performance indicator) ทั้งตัวชี้วัดทางการเงินและไม่ทางการเงิน และนำตัวชี้วัดเป็นเครื่องมือในการสื่อสารถึงกลยุทธ์ขององค์กรสู่การปฏิบัติของบุคลากรทุกระดับ

ในลักษณะจากบนลงล่าง จะทำให้องค์กรสามารถบรรลุตามเป้าหมายของกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ซึ่งแตกต่างจากระบบการประเมินวัดผลแบบเดิมที่เป็นการวัดผลทางการเงินเพียงด้านเดียว และนำมาใช้เพื่อการวิเคราะห์หรือควบคุมมากกว่า (Epstein, 2004b) ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จจะช่วยให้้องค์กรทราบปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของเรื่องที่กำลังจะวัด และทำให้การกำหนดตัวชี้วัดเป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม

ในช่วงที่ผ่านมา การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปมากพอสมควร โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนมากได้นำเอาการวัดผลมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารเชิงกลยุทธ์มากยิ่งขึ้น (Brewer, 2002; Cobbold & Lawrie, 2002; Epstein, 2004b; Kennerley & Neely, 2000; Salterio & Webb, 2003) ระบบการวัดผลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในนวัตกรรม การบริหารและนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารกลยุทธ์ได้เป็นอย่างดี ซึ่ง้องค์การทั่วโลกกำลังให้ความสนใจและเป็นที่ยอมรับกันมากในสหรัฐอเมริกา คือ แนวคิดการวัดผล ้องค์การแบบสมดุล หรือ Balanced Scorecard เป็นเครื่องมือที่ได้รับการออกแบบขึ้นมา โดย Kaplan and Norton (1996) แห่ง Harvard Business School เพื่อปรับปรุงระบบ การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ และต่อมาได้รับการนำไปใช้ใน้องค์การ ทั้งที่เน้นกำไรและไม่หวังผลกำไรอย่างแพร่หลาย เนื่องจากพบว่า หลักคิดที่สำคัญ ในการบริหารจัดการในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงหลายประการ คือ ความสำคัญของคุณค่า หรือมูลค่าของสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ และความสำคัญของทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ (human capital) มีความสำคัญมากขึ้น และการวัดผลงานทางการเงินเป็นการวางแผน แบบมุ่งผลระยะสั้น และไม่ได้สะท้อนมูลค่าของสินทรัพย์ทั้งหมดของธุรกิจ โดยเฉพาะสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ และมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา ผลลัพธ์ทางการเงินจึงไม่ใช่ตัววัดที่เพียงพอในการสื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้องทราบและตัดสินใจ ได้ (Martin, 2004; Ringland & Gray, 2000; Venkatraman, 2000) ตามแนวคิดการวัดผล ้องค์การแบบสมดุล ซึ่ง Kaplan and Norton (1996) ได้เสนอแนวคิดนี้ว่า้องค์การควรจะ วัดผลการดำเนินงานโดยพิจารณาจากตัวชี้วัดใน 4 มุมมอง (perspectives) ประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน (financial perspective) มุมมองด้านลูกค้า (customer perspective)

มุมมองด้านกระบวนการภายในธุรกิจ (internal business process perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (learning and growth perspective)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการวัดผลองค์การแบบสมดุลในการกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จ เช่นเดียวกับนักวิจัยหลายท่านที่นำแนวคิดนี้มาประเมินวัดผลสำเร็จของการดำเนินงานพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (ราม ปิยะเกตุ, 2547; Chang & King, 2005; Donkor, 2003; Epstein, 2004b; Ittner & Larcker, 2003; Jackson, 2004; Lawrie & Cobbold, 2001; Martinsons, Davison, & Tse, 1999; Niven, 2002) เนื่องจากพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจทั้งด้านการเงิน และไม่ใช่ว่าด้านการเงิน อันได้แก่ การทำให้เกิดระบบการคำนวณที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมที่เป็นทรัพย์สินจับต้องไม่ได้ (intangible asset) มากกว่าทรัพย์สินที่จับต้องได้ (tangible asset) ทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ที่ระบบพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มีส่วนเกื้อหนุนให้เกิดขึ้น ได้แก่ ระบบการบริหารข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้ที่ให้ประโยชน์แก่ลูกค้า คู่ค้า และพนักงาน นวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ อันกลายเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สามารถค้าขายผ่านระบบพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างรวดเร็ว และกลายเป็นผลผลิตมวลรวมที่สำคัญของแต่ละประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการวัดผลองค์การแบบสมดุลที่ว่าองค์การควรจะวัดผลการดำเนินงานโดยพิจารณาจากตัวชี้วัดใน 4 มุมมอง ซึ่งประกอบด้วย การวัดผลการดำเนินงานด้านการเงิน และที่ไม่ใช่การเงิน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต นอกจากนี้ แนวคิดนี้ยังแสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลของตัวชี้วัดผลสำเร็จในแต่ละมุมมอง ทำให้สามารถอธิบายได้ว่า การนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานขององค์การจะส่งผลให้เกิดผลสำเร็จในมุมมองด้านต่าง ๆ อย่างไร และสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของผลลัพธ์ในมุมมองด้านต่าง ๆ เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นเหตุและผลต่อกัน

จากบทบาทความจำเป็น และปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับการพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญที่จะต้องมีนโยบายสนับสนุนส่งเสริม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรมและประสบผลสำเร็จมากขึ้น โดยเริ่มจากองค์การการค้าโลกได้จัดทำปฏิญญาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (electronic

commerce declaration) มีการออกกฎหมายต่าง ๆ เพื่อใช้สนับสนุนและผลักดันให้เกิดการดำเนินงานในส่วนของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น กำหนดให้ประเทศสมาชิกละเว้นภาษีศุลกากร มีการร่างกฎหมายต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในขณะเดียวกัน กลุ่มความร่วมมือระดับภูมิภาคต่าง ๆ มีการจัดกิจกรรมการประชุมสัมมนา เพื่อวางกรอบนโยบาย และกำหนดขั้นตอนการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแต่ละประเทศ

ในประเทศไทย กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้รับกรอบนโยบายมาดำเนินการ โดยเริ่มจากการกำหนดไว้ในกรอบนโยบายของแผนเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทยในระยะที่สอง หรือแผน IT ปี ค.ศ. 2010 (ครอบคลุมช่วง พ.ศ. 2544-2553) มีการให้ความสำคัญกับบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในฐานะที่เป็นเครื่องมือสนับสนุนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็น 1 ใน 5 ยุทธศาสตร์ที่สำคัญควบคู่ไปกับยุทธศาสตร์อื่น และเป็นมาตรการสำคัญของแผนแม่บทการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นในปี พ.ศ. 2547 กำหนดให้มีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบในการวางนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เสนอแนะมาตรการในการแก้ปัญหา เสริมสร้างความเชื่อมั่น และการยอมรับในระบบข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนป้องกันความเสียหายต่อสาธารณชนที่เกิดขึ้นจากการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ที่มีการวัดผลสำเร็จตามแนวคิดการวัดผลองค์การแบบสมดุล จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ผลของการศึกษาจะทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับโมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากทฤษฎี และความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อค้นพบไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงาน และพัฒนาให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และสภาพของผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นนิติบุคคลในประเทศไทย
2. เพื่อพัฒนาโมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ที่มีการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การสนับสนุนของภาครัฐ ความสามารถของบุคลากร ความสามารถในการจัดการธุรกิจ ความสามารถของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความสามารถในการทำงานร่วมกันของธุรกิจ ที่ส่งผลกระทบต่อผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในมุมมองของผลสำเร็จด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า และด้านการเงิน

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในประเทศไทย และยื่นจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เฉพาะที่เป็นนิติบุคคล และเป็นข้อมูล ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจ ผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรระหว่างสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การสนับสนุนของภาครัฐ ความสามารถของบุคลากร ความสามารถในการจัดการธุรกิจ ความสามารถของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

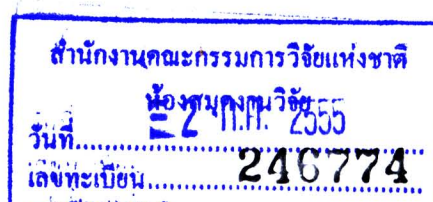


และความสามารถในการทำงานร่วมกันของธุรกิจกับผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นการวัดผลความสำเร็จของการดำเนินงานใน 4 มุมมอง คือ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Model--SEM) โดยใช้โปรแกรม LISREL (linear structure relationship)

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เฉพาะที่เป็นนิติบุคคลทั้งหมด โดยไม่ได้ศึกษาแยกเฉพาะอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง หรือแยกตามหมวดหมู่ธุรกิจที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้จัดหมวดหมู่ไว้ 18 หมวดหมู่ ดังนั้น ผลจากการศึกษาจึงเป็นผลในภาพรวมของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นนิติบุคคลทั้งหมด ซึ่งในหมวดหมู่ธุรกิจที่แตกต่างกัน อาจมีปัจจัยความสำเร็จที่แตกต่างกัน และส่งอิทธิพลแตกต่างกันในแต่ละหมวดหมู่ธุรกิจ รวมทั้งตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก (key performance indicator) ที่ใช้วัดผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละมุมมองของผลสำเร็จมีความแตกต่างกันในแต่ละหมวดหมู่ธุรกิจ

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัด คือ ประชากรที่นำมาศึกษาในครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเริ่มมีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า มีธุรกิจหลายแห่งปฏิเสธการให้ข้อมูล โดยให้เหตุผลว่าเพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจจึงยังไม่สามารถให้ข้อมูลได้ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ จึงมีหน่วยตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 2 ปี ทำให้การศึกษาวัดผลสำเร็จของการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อาจยังไม่สามารถแสดงผลการดำเนินงานที่แท้จริงได้ เนื่องจากธุรกิจหลายแห่งอยู่ในช่วงของการเริ่มกิจการ ยังต้องใช้งบลงทุนจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งกิจการพร้อมกับการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยนี้มีคำนิยามศัพท์ ดังนี้คือ

การวัดผลสำเร็จ หมายถึง กระบวนการติดตามกำกับกับการปฏิบัติงานตามตัวชี้วัด ผลการดำเนินงานสำหรับเปรียบเทียบกับมาตรฐานการปฏิบัติงานหรือผลที่คาดหวัง เพื่อตัดสินผลสำเร็จหรือผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงาน และใช้ผลการวัดสำหรับพัฒนาความสำเร็จของการดำเนินงานในระดับขั้นที่สูงยิ่งขึ้นต่อไป

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ทั้งในระดับองค์กรและส่วนบุคคลด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต โดยผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องติดต่อซื้อขายกันทางอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น รวมทั้งมีการใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ในการอำนวยความสะดวกในการทำรายการทางการค้า หรือการแลกเปลี่ยนสินค้าบริการและข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ทำการค้า โดยเทคโนโลยีและระบบงานที่ใช้จะต้องสามารถสนับสนุนการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจากการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินงานขององค์กร โดยประเมินจากตัวชี้วัดผลสำเร็จทางด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้ และการเจริญเติบโต เพื่อให้ทราบผลการดำเนินงานสามารถบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร และประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน

การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในประเทศไทย ต้องมายื่นจดทะเบียนพาณิชย์กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ที่กำหนดให้การประกอบธุรกิจบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นธุรกรรมที่ต้องแจ้งให้ทราบ และขึ้นทะเบียนหรือต้องได้รับใบอนุญาตก่อนเริ่มประกอบธุรกิจ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2546 เป็นต้นไป

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อการบรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ ประกอบด้วย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการรู้จักใช้

ความสามารถอันโดดเด่นหรือความสามารถหลักขององค์กรให้ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อประโยชน์ในการสร้างความสำเร็จให้เกิดขึ้นภายใต้สภาวะการแข่งขันต่าง ๆ ขององค์กร

การวัดผลองค์กรแบบสมดุล หมายถึง การวัดผลการดำเนินงานขององค์กร ที่นำมาใช้กับการบริหารเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย การวัดผลในมุมมอง 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต มีความครอบคลุมทั้งการวัดผลทางการเงินและไม่ใช่งานการเงิน และมีความสัมพันธ์ อย่างเป็นเหตุเป็นผลกันในแต่ละมุมมอง

สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ที่เกิดจากลูกค้า ผู้ขาย และคู่แข่งอื่น ที่ก่อให้เกิดโอกาสและอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร และศักยภาพในการบริหารจัดการองค์กร

การสนับสนุนของภาครัฐ หมายถึง การที่ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการกำหนด นโยบายและแผนงานในการสร้างความพร้อมด้านพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรองรับ การเปลี่ยนแปลงของการทำการค้าแบบพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ลดปัญหาอุปสรรค ในการดำเนินงานพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนาให้พาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความสามารถของบุคลากร หมายถึง ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ของบุคลากร ที่มีความมุ่งมั่นร่วมกันที่จะผสมผสานความรู้และนวัตกรรมของบุคลากรและหน่วยงาน ให้มีความสามารถในการปฏิบัติงานและบริหารจัดการงานด้านพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผลักดันให้งานด้านพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์สำเร็จลุล่วง ตามเป้าหมาย

ความสามารถในการจัดการธุรกิจ หมายถึง การที่บุคคลในองค์กรเข้ามาทำหน้าที่ ประสานทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรให้อยู่ ในตำแหน่งที่ทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน มีการบริหารงานและดำเนินการให้เกิด กิจกรรมต่าง ๆ ที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร

ความสามารถของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง คุณลักษณะของระบบสารสนเทศที่นำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทำให้กระบวนการปฏิบัติงานของธุรกิจเป็นลักษณะอัตโนมัติ มีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัย

ความสามารถในการทำงานร่วมกันของธุรกิจ หมายถึง ระบบงานทางธุรกิจที่สามารถเชื่อมโยงการทำงานของฝ่ายต่าง ๆ ภายในองค์กร และการเชื่อมโยงติดต่อประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องภายนอก ได้แก่ ลูกค้า และผู้ผลิตหรือผู้ขายวัตถุดิบ เพื่อให้เกิดการประสานงานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลสำเร็จด้านการเงิน หมายถึง ระดับของการรับรู้ผลการดำเนินงานที่แสดงถึงความสามารถของธุรกิจในการใช้ทรัพยากรก่อให้เกิดสินค้าหรือบริการนำเสนอแก่ลูกค้า และเปลี่ยนเป็นกระแสเงินสดไหลเข้าธุรกิจ รวมทั้งประสิทธิภาพของธุรกิจในการสร้างผลประโยชน์ทางการเงินเมื่อเทียบกับต้นทุน

ผลสำเร็จด้านลูกค้า หมายถึง ระดับของการรับรู้ผลการดำเนินงานเกี่ยวกับลูกค้า ที่แสดงถึงความสามารถของธุรกิจในการสร้างความพอใจให้ลูกค้า และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ประเมินได้จากสัดส่วนปริมาณสินค้าที่สามารถจำหน่ายได้ในตลาด การหาลูกค้าใหม่ให้แก่ธุรกิจ และการรักษาลูกค้าของธุรกิจไว้

ผลสำเร็จด้านกระบวนการภายใน หมายถึง ระดับของการรับรู้ผลการดำเนินงานที่เกิดจากคุณภาพและประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานภายในของธุรกิจ ประเมินได้จากการมีขั้นตอนการทำธุรกรรมที่ลูกค้าเข้ามาสั่งซื้อได้สะดวกจนเกิดรายการสั่งซื้อที่สมบูรณ์ ต้นทุนที่ต้องเสียไปในกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจ และความพึงพอใจของลูกค้าในกระบวนการปฏิบัติงานของธุรกิจ

ผลสำเร็จด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต หมายถึง ระดับของการรับรู้ผลการดำเนินงานที่เกิดจากการเรียนรู้ในองค์กร การใช้ความสามารถหลักของบุคลากร และองค์กรในการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่แก่ลูกค้า การสร้างนวัตกรรมใหม่ และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้บริหารที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนกลยุทธ์ หรือกำหนดเป็นทางเลือกหนึ่งของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้บรรลุผลสำเร็จ โดยสามารถนำองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผลสำเร็จพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผลการวิจัยไปใช้ในการเตรียมความพร้อม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ การพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร การปรับปรุงลักษณะการบริหารงาน การพัฒนาความสามารถของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เอื้อต่อการพัฒนาความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการในการขยายการเจริญเติบโตของธุรกิจ และการสร้างโอกาสในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะได้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ให้เกิดความก้าวหน้าในการแก้ปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ การเพิ่มศักยภาพและความสามารถแก่ผู้ประกอบการ การสนับสนุนด้านเงินทุนและสิทธิพิเศษทางภาษี การพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยให้มีเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน
3. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการ ทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับโมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่แสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการวัดผลตามแนวคิดการวัดผลองค์การแบบสมดุล รวมทั้งแนวทางการศึกษาที่เน้นการวิจัยเชิงปริมาณด้วย

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติขั้นสูง โดยเฉพาะการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis--CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model--SEM) ด้วยโปรแกรม LISREL ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัยอื่นนำไปใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัย และได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประเด็นในการวิจัยเรื่องอื่นต่อไป