

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย
Causal Factors Influencing Risk Management of Electronic Commerce for Small
and Medium Enterprises in The Central Region of Thailand

อนันตพร วงศ์คำ*
(Anantaporn Wongkham)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2) ศึกษาการบริหารจัดการที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ (3) เสนอแนะปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยใช้สูตรของ Cochran (1953) ซึ่งมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์องค์ประกอบสมการโครงสร้าง ตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการศึกษาพบว่า

เทคโนโลยีสารสนเทศ พฤติกรรมผู้บริโภค การรักษาความปลอดภัยทางด้านข้อมูล ส่งอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยง โดยการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ข้อมูล อุปกรณ์ เครือข่าย และบุคคลากร พบว่า โมเดลเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ทัศนคติ คุณภาพของส่วนที่ติดต่อผู้ใช้ และการรับรู้ด้านความปลอดภัย พบว่าโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการรักษาความปลอดภัย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ การรักษาความลับของข้อมูล การรักษาความถูกต้องของข้อมูล และความพร้อมการใช้งานเต็มประสิทธิภาพ

*อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น 12150
Instructor of the curriculum of Bachelor of Public Administration, Faculty of Business Administration and Public Administration, Western University 12150

Corresponding author: a.noon2524@hotmail.com

โมเดลการรักษาความปลอดภัยทางด้านข้อมูล มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ การสื่อสาร การสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร ความไว้วางใจ โครงสร้างองค์กร พบว่า ความสามารถในการจัดการความเสี่ยงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

นอกจากนี้ ยังพบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยง โดยส่งผ่านพฤติกรรมผู้บริโภคและการรักษาความปลอดภัย พฤติกรรมผู้บริโภคมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยงโดยส่งผ่านการรักษาความปลอดภัย โมเดลสมการโครงสร้างความสามารถในการจัดการความเสี่ยง พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยง มากที่สุด คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ รองลงมาได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภค และการรักษาความปลอดภัยตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพล การบริหารจัดการความเสี่ยง ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study causal factors influencing the risks of e-commerce for small and medium enterprises, (2) to study management of risks influence of e-commerce for small and medium enterprises and (3) to suggest causal factors influencing risk management of e-commerce for small and medium enterprises. This research was a quantitative research using questionnaires as a tool to collect data. The sample consisted of 400 people using the formula of Cochran (1953). The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient and analyzed the structural equation modeling: SEM.

The results found that:

Findings from the research suggested that information technology, consumer behavior and information security had direct and positive influence on enterprise risk management. By examining the construct validity of information technology model consists of 4 components: data devices network and personnel the research founded the information technology model is consistent with the empirical data. Examining the construct validity of consumer behavior model which consists of 3 components: attitude user interface quality and security perception the research founded the consumer behavior model is consistent with empirical data. Examine the construct validity of security model which consists of 3 components: confidentiality integrity and availability the research founded the security model is consistence with empirical data.

The examining the construct validity of enterprise risk management model which consists of 4 components: communication support from top management trust and organization structures the research founded the enterprise risk management model is consistent with empirical data.

In addition, information technology was indirectly influenced by enterprise risk management by passing on consumer behavior and security. Consumer behavior was indirectly influenced by enterprise risk management by passing on security. In enterprise risk management model, the research founded the most influential variables in enterprise risk management were information technology consumer behavior and information security, respectively.

Keywords: causal factors influencing, risk management, electronic commerce, small and medium enterprises.

Article history:

Received 14 November 2020

Revised 22 January 2021

Accepted 1 November 2021

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

การจัดการความเสี่ยงขององค์กร ได้ถูกนำมาประยุกต์ในการกำหนดกลยุทธ์และกิจกรรมทั้งหมดขององค์กร อันจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถระบุประเมินและจัดการกับความเสี่ยงต่างๆ ที่ต้องเผชิญอย่างคาดไม่ถึง โดยสามารถตอบสนองความเสี่ยงที่ซับซ้อนอย่างบูรณาการได้ สามารถถ่วงดุลโอกาสและมีการลงทุนอย่างเหมาะสม (สุริรัตน์ ชดช้อย (2560) โดยทุกองค์กรต้องเผชิญกับความไม่แน่นอน โดยความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อศักยภาพและต้นทุนหรือส่งเสริมคุณค่า จึงเป็นการสร้างกรอบของงานเพื่อให้ผู้บริหารได้จัดการกับความไม่แน่นอน (Verbano and Venturini, 2013) ซึ่งความเสี่ยงและโอกาสเพื่อส่งเสริมความสามารถในการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับองค์กรและผู้มีผลประโยชน์ร่วม ใน การจัดการความเสี่ยงจะช่วยให้แน่ใจอย่างสมเหตุสมผลว่าองค์กรทั่วไปสามารถบรรลุเป้าประสงค์ขององค์กรได้ (จิรศักดิ์ จิยะจันทน์, 2563)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium sized Enterprises: SMEs) ปัจจุบันจะได้รับการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อย่างมากในช่วงที่เศรษฐกิจซบเซาธุรกิจขนาดกลางและย่อมกลายเป็นความหวังใหม่ในการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (2558) ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ในยุคที่ไอทีมีผลกระทบกับทุกสิ่งทุกอย่างภายใต้ต้นนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลในปัจจุบันปัญหาหนึ่งของผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมรวมทั้งการไม่ยอมรับและไม่ใช้เทคโนโลยีช่วยในการดำเนินการสิ่งเหล่านี้ทำให้ธุรกิจขนาดกลางและย่อมในอดีตมีความเสียเปรียบในการแข่งขันมากแต่สำหรับผู้ประกอบการ (SMEs) ที่มีต้นทุนการดำเนินการที่จำกัด รูปแบบ

ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและย่อม สามารถนำไปใช้ได้มีอยู่หลายรูปแบบตามแต่ มุมมอง และแนวคิดของผู้บริหาร อาจใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางหนึ่งในการดำเนินธุรกิจการตลาด การให้บริการลูกค้า การจัดการองค์กรและอื่นๆ ก็ตามแต่กลยุทธ์ของแต่ละองค์กรเห็นสมควร ประเทศไทยมีการรณรงค์ มีการส่งเสริมการสร้างรายได้เสริมในลักษณะของกลุ่มต่างๆ (นันทพร ชเลจร, 2562)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย” เพื่อเป็นการศึกษาถึงความเข้มแข็งมีผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถแล้วโอกาสที่จะส่งเสริมให้กลุ่มเหล่านั้นกลายเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและย่อมก็เป็นไปได้แนวโน้มของกลุ่มต่างๆ หลายกลุ่มนั้นมีการพัฒนารูปแบบการดำเนินการความยืดติดกับวิธีหรือรูปแบบการดำเนินการเก่าๆ ลดลงทำให้มีรูปแบบของการจัดการการจัดการที่ดีขึ้น มีการประยุกต์ใช้ความรู้และเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นหลายกลุ่มมีการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มตัวเองตามลำดับ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
3. เพื่อเสนอแนะปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมครั้งนี้นำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับตัวแปรแฝง (Latent Variables) รวมถึงการวัดตัวแปรแฝงเหล่านั้นผ่านตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ของนักวิชาการและนักวิจัยต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

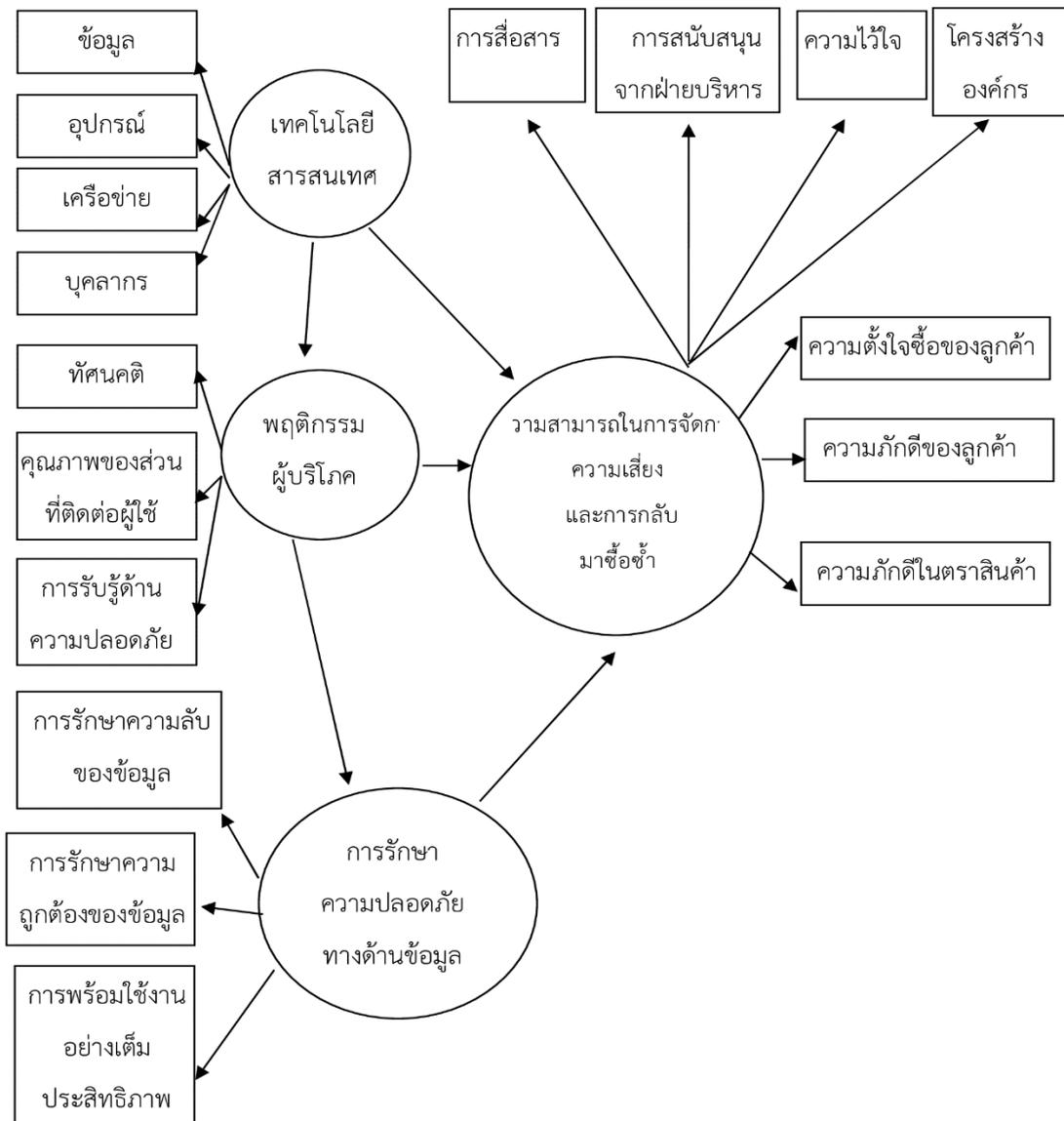
1. ความสามารถในการจัดการความเสี่ยงและการกลับมาซื้อซ้ำ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้ (1) ความเสี่ยงแบบคงที่ (Static Risk) คือ ความเสี่ยงที่ทำให้เกิดความเสียหายเพียงโดยปราศจากโอกาสที่จะเกิดผลตอบแทนจากการเกิดขึ้น (2) ความเสี่ยงที่มีการแก่งำไรหรือแบบพลวัต (Dynamic Risk) คือ ความเสี่ยงที่อาจทำให้เกิดความเสียหายอย่างใดอย่างหนึ่งต่อโอกาสที่จะทำให้เกิดรายได้ เช่น การผลิต ผลิตภัณฑ์ การตลาดและการขาย พร้อมทั้ง Verbano and Venturini (2011) ที่เสนอให้เห็นว่าการนำเอาการจัดการความเสี่ยงไปประยุกต์ใช้นั้น สามารถที่จะกระทำได้ใน 9 ลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้ (1) การจัดการความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk Management : SRM) เป็นกระบวนการที่มีการบูรณาการและความต่อเนื่องในการกำหนดและการประเมินความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Chatterjee, Shibashis, 2003 : 125-149) (2) การจัดการความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk Management : FRM) โดยใช้เทคนิคทางการเงินและวิธีการในการจัดการ

ความเสี่ยง เครดิต อัตราแลกเปลี่ยน เงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย ราคาและสภาพคล่องด้านความเสี่ยง (Crockford, 1986) (3) การจัดการความเสี่ยงขององค์กร (Enterprise Risk Management : ERM) เป็นกระบวนการที่นำไปใช้ทั่วทั้งองค์กร ที่ได้รับการออกแบบเพื่อแจ้งเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร (COSO, 2004) (4) การจัดการความเสี่ยงการประกันภัย (Insurance Risk Management (IRM) เป็นกระบวนการจัดการความเสี่ยงที่แท้จริงของบริษัท (Gahin, 1967) (5) การจัดการความเสี่ยงของโครงการ (Project Risk Management (PRM) เป็นการบูรณาการกระบวนการ เข้าไปในวงจรชีวิตของโครงการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนด วัตถุประสงค์ การกำหนดถึงแหล่งที่มาของความไม่แน่นอน (The Vendran V., ; Mawdesley M.J., 2004) (6) การจัดการความเสี่ยงทางวิศวกรรม (Engineering Risk Management EnRM) เป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการวางแผนการออกแบบการดำเนินงานและวิวัฒนาการของระบบวิศวกรรม (7) การจัดการอุปทานเสี่ยงในโซ่อุปทาน (Supply Chain Risk Management : SCRM) เป็นกระบวนการในการจัดการความเสี่ยงไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงทางด้านโลจิสติกส์ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงทางด้านข้อมูล (8) การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ (Disaster Risk Management : DRM) วิธีการแบบองค์รวมและยืดหยุ่นที่ได้รับการดูแลในชุมชนใดๆ ที่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกระทำต่างๆ (Garatwa and Bollin, 2002) (9) การจัดการความเสี่ยงทางคลินิก (Clinical Risk Management : CRM) เป็นวิธีการในการปรับปรุงคุณภาพในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่อาจทำให้ผู้ป่วยมีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตราย

2. เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับการที่หน่วยงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่สะท้อนระบบควบคุมภายในที่ดี การรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดย (Verbano and Turra 2010) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อความจำเป็นในคุณค่ากลยุทธ์ทางธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่าความเสี่ยงทางด้านเทคโนโลยีมี 6 ด้านด้วยกัน คือ (1) เทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน (2) ประโยชน์การใช้และข้อมูลข่าวสาร (3) บุคคลและทักษะ (4) ผู้จำหน่ายและหุ้นส่วนอื่น ๆ (5) นโยบายและกระบวนการ และ (6) องค์กร ประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร การตัดค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ซึ่งองค์กรต่างๆ จำเป็นต้องนำเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศ มาพิจารณาให้เป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นระดับประสิทธิภาพที่สูงขึ้น โดย (Petroni G. et al., 2012) แนะนำให้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถสร้างการเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างการจัดการความเสี่ยงและประสิทธิภาพขององค์กร นอกจากนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศ จะเกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน เช่นค่าใช้จ่ายในการจัดทำเอกสารข้อมูลการตัดสินใจและการตรวจสอบประสิทธิภาพที่คุ้มค่า รวมไปถึงการประเมินประสิทธิภาพของอุปกรณ์ต่างๆ (Wu et al. 2005)

3. พฤติกรรมผู้บริโภค ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจการค้าเสรีที่ประกอบด้วยผู้ซื้อและผู้ขายผลิตภัณฑ์จำนวนมากในตลาด ผู้ซื้อที่มีอำนาจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เป็นที่แน่นอนว่า ผู้ขายที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภคได้ดีที่สุด (Foxall and Sigurdsson, 2013) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด (วันดี รัตนกาย, 2554) หรือการกระทำหรือการแสดงออกของมนุษย์ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความคิด ทศนคติ และค่านิยม นอกจากนี้

การแสดงผลออกนั้นๆ โดยพฤติกรรมกรรมการกินการใช้การซื้อ และความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์จึงแตกต่างกันออกไป ทำให้มีการซื้อการบริโภคสินค้าและบริการหลายๆ ชนิดที่ต่างกัน นอกจากลักษณะประชากรดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่ทำให้มีการบริโภคแตกต่างกัน (ณัฐธยาน์ ภัทรพิเศษวงศ์, 2556) การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถกำหนดความสัมพันธ์ระหว่าง 3 ตัวแปรแฝง (Latent Variables) ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังแผนภาพที่ 1 ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย โดยต้องเป็นธุรกิจที่ใช้ IT เป็นฐานในการประกอบธุรกิจ ซึ่งถือได้ว่ามีขนาดใหญ่มาก อีกทั้งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน ทำให้การวิจัยในคั้งนี้ โดยจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1953) ยอมรับความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงสำรองกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 15 คน ดังนั้นจึงรวมกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนทั้งหมด 400 คน

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ เครื่องมือ คือแบบสอบถามแบ่งเป็น 7 ตอนโดยตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ตอนที่ 2-7 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับตัวแปรแฝงต่างๆ เป็นมาตรวัดแบบประมาณค่าตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ซึ่งเป็นการวัดทัศนคติโดยมีข้อดีกว่าวิธีการอื่นๆ เนื่องจากมีความง่ายในการใช้นิยมใช้อย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะพิจารณาจากด้านผู้วิจัยหรือผู้ตอบก็ตามโดยหากต้องการแบบวัดเจตคติที่มีค่าความน่าเชื่อถือ สอดคล้องภายในตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปและมีค่าความคลาดเคลื่อนในการวัดต่ำสุด ควรใช้แบบวัดของลิเคิร์ตที่มี 5 มาตรา (มณฐิณี ประเสริฐลาภ, 2558) สำหรับผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญในด้านที่ เกี่ยวข้องกับการวิจัยคั้งนี้จำนวน 5 ท่าน พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีตั้งแต่ 60% ขึ้นไป หรือมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าที่คำนวณได้จะต้องมากกว่า 0.50 (IOC>0.50) (ศิริชัย กาญจนวาสิ, 2545) แล้วนำมาปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ โดยผู้วิจัยทำการวัดความเชื่อมั่นด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่นสูง (ถัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานิประศาสน์, 2545)

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวอย่าง ใช้ค่าความถี่และร้อยละ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ทดสอบโมเดลการวัดการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามลำดับ

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยนำเสนอได้คั้งนี้ (1) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ข้อมูล อุปกรณ์ เครือข่าย และบุคลากร พบว่า โมเดลเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (2) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ทัศนคติ คุณภาพของส่วนที่ติดต่อผู้ใช้ และการรับรู้ด้านความปลอดภัย พบว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (3) การตรวจสอบความตรงเชิง

โครงสร้างของโมเดลการรักษาความปลอดภัย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ การรักษาความลับของข้อมูล การรักษาความถูกต้องของข้อมูล และความพร้อมการใช้งานเต็มประสิทธิภาพ พบว่า โมเดลการรักษาความปลอดภัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (4) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ การสื่อสาร การสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร ความไว้วางใจ โครงสร้างองค์กร พบว่าความสามารถในการจัดการความเสี่ยงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 1 ค่าสถิติวิเคราะห์อิทธิพลภายในโมเดลสมการโครงสร้างความสามารถในการจัดการความเสี่ยง

ตัวแปร	R ²	อิทธิพล	ปัจจัยเชิงสาเหตุ		
			เทคโนโลยีสารสนเทศ	พฤติกรรมผู้บริโภค	การรักษาความปลอดภัยทางด้านข้อมูล
พฤติกรรมผู้บริโภค	0.91	DE	0.15	-	-
		IE	-	-	-
		TE	0.15	-	-
การรักษาความปลอดภัยทางด้านข้อมูล	0.95	DE	-	0.64	-
		IE	-	-	-
		TE	-	0.64	-
ความสามารถในการจัดการความเสี่ยง	0.96	DE	0.35	0.45	0.23
		IE	0.57	0.35	-
		TE	0.92	0.80	0.23

หมายเหตุ : DE หมายถึง อิทธิพลทางตรง (Direct effect)

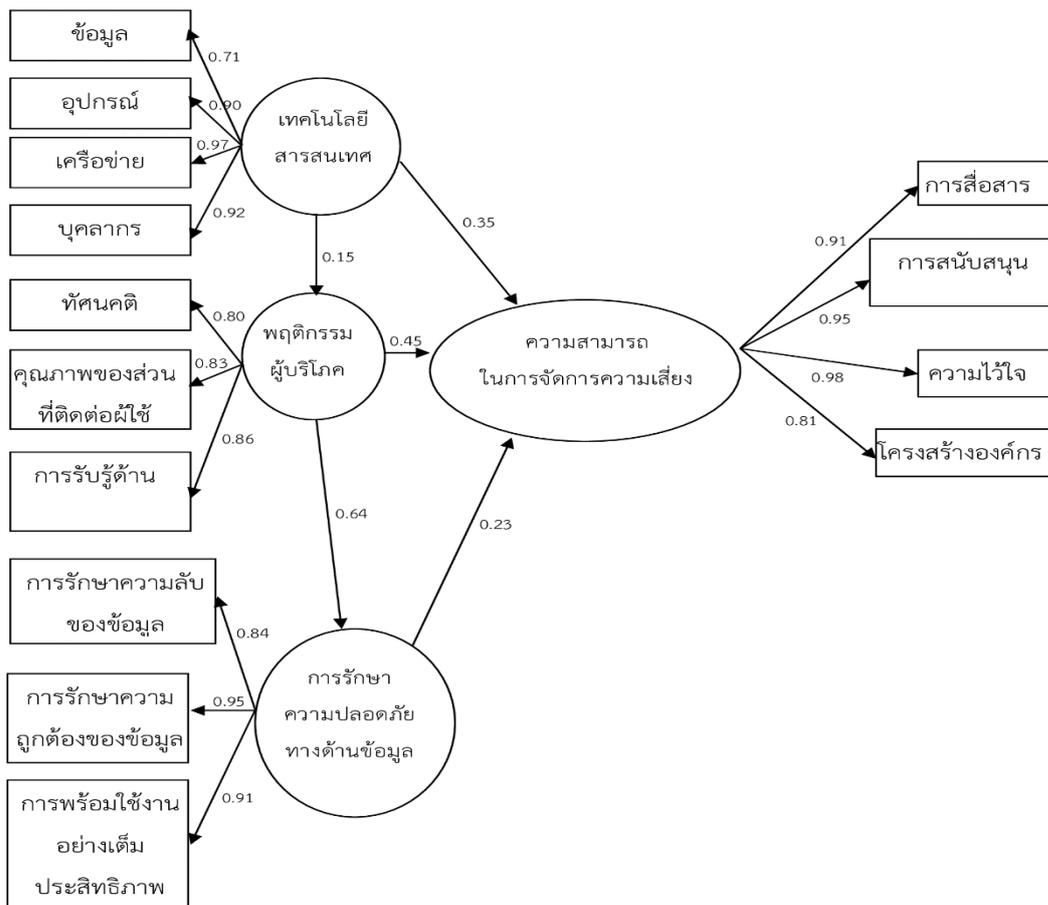
IE หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect)

TE หมายถึง อิทธิพลรวม (Total effect)

เครื่องหมาย - หมายถึง ไม่มีเส้นพารามิเตอร์ตามสมมติฐานการวิจัย

การบริหารจัดการที่มีอิทธิพลความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผลการวิเคราะห์การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างความสามารถในการจัดการความเสี่ยง เมื่อพิจารณาขนาดอิทธิพลทางตรงของตัวแปรที่ส่งผลต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยง พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ พฤติกรรมผู้บริโภค การรักษาความปลอดภัย ส่งอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ดังต่อไปนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ .035 พฤติกรรมผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.45 การรักษาความปลอดภัยมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.23 นอกจากนี้ พบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.15 และพฤติกรรมผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อการ

รักษาความปลอดภัย ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.64 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อมพบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยงโดยส่งผ่านพฤติกรรมผู้บริโภค และการรักษาความปลอดภัย มีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.57 พฤติกรรมผู้บริโภค อิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยงโดยส่งผ่านการรักษาความปลอดภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.35 โมเดลสมการโครงสร้างความสามารถในการจัดการความเสี่ยง พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการจัดการความเสี่ยง มากที่สุด คือ เทคโนโลยี รองลงมาได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภค และการรักษาความปลอดภัยตามลำดับ



Chi-square = 35.25, p-value = 0.61, $\chi^2/df = 2.70$, RMSEA = .001, RMR = .005, GFI = 0.95, AGFI = 0.95

แผนภาพที่ 2 สมการโครงสร้างความสามารถในการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

1. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลโดยตรงกับความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ในประเด็นที่เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถสร้างการเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างการจัดการความเสี่ยงและประสิทธิภาพขององค์กร เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดการความเสี่ยงที่ประสบความสำเร็จตามที่ Angela , Hausman and Mustafa (2011) ที่ได้ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อความจำเป็นในคุณค่ากลยุทธ์ทางธุรกิจ นอกจากนี้องค์กรที่มีขนาดใหญ่จะเป็นเรื่องยากสำหรับสมาชิกในการสื่อสารและแชร์ข้อมูลโดยไม่ใช้โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามที่ Henriksen and Uhlenfeldt (2006) ศึกษาเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถเปิดใช้งานการค้นหา การเข้าถึงและเรียกค้นข้อมูล และสนับสนุนการสื่อสารในองค์กรซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชินโสณ วิสิฐนิธิกิจา และอิงอร ตันพันธ์ (2559) พบว่าการบริหารการตลาดออนไลน์ ไม่ว่าจะการบริการลูกค้า คุณภาพสินค้าตรงความต้องการ การขนส่งสินค้าไปถึงมือลูกค้าอย่างรวดเร็วที่สุดสะดวกที่สุดและประหยัดที่สุดและการจัดการสารสนเทศที่ทันสมัยส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

2. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค มีอิทธิพลโดยตรงกับความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรรัตน์ ขตช้อย (2560) ซึ่งสามารถอภิปรายได้ว่าเมื่อผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในการซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจ ของผู้บริโภคจนเกิดพฤติกรรมการตั้งใจซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ พร้อมทั้ง การศึกษาของ Verbanò and Venturini (2013) พบว่า การดูแลลูกค้าเป็นคุณค่าการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ที่มีความพึงพอใจมีแนวโน้มที่จะรับรู้คุณค่าโดยการซื้อซ้ำ

3. ด้านการรักษาความปลอดภัยทางด้านข้อมูล มีอิทธิพลโดยตรงกับความสามารถในการจัดการความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chung Ki-Han and Shin Jae-ik, (2010) คือ การจัดให้มีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจ เพราะการรักษาข้อมูลที่ดี จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปได้นั่นเอง

4. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลโดยอ้อมกับความสามารถในการจัดการความเสี่ยง โดยส่งผ่านพฤติกรรมผู้บริโภคและส่งผ่านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Dkudiene and McCorkle,2015) โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพนั้น โดยเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถส่งผ่านพฤติกรรมผู้บริโภคและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมปัจจุบันที่เข้ามากระทบกับธุรกิจอย่างต่อเนื่องและรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยส่งผ่านพฤติกรรมของผู้บริโภคและความปลอดภัยของข้อมูลเป็นสำคัญ

5. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค มีอิทธิพลโดยอ้อมกับความสามารถในการจัดการความเสี่ยง โดยส่งผ่านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ

COSO. (June, 2004) กล่าวคือ ผลของห่วงโซ่จากความเชื่อถือในตราสินค้า และความรู้สึกที่มีต่อตราสินค้าไปยัง การดำเนินการของตราสินค้า ในบทบาทของความภักดีต่อตราสินค้า พร้อมทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kasai and Boonsathorn (2018) พบว่าการรับรู้คุณภาพของสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความภักดีต่อตรา สินค้าในรูปแบบของการซื้อสินค้าที่ตราสินค้ามีคุณค่านั้น พบว่าการรับรู้คุณภาพ และพฤติกรรมของผู้บริโภคมี ความสัมพันธ์อย่างสูงกับความปลอดภัยในข้อมูลตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. การบริหารความเสี่ยง ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเชิงสาเหตุโดยตรงเป็นสำคัญ พร้อมทั้งปัจจัย ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ช่วยให้การ บริการองค์กรสามารถรับความเสี่ยงที่อาจจะเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกและสามารถแข่งขันต่อไปอย่าง ยั่งยืนได้ และส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารองค์กรต่อไป

2. การบริหารความเสี่ยง ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเชิงสาเหตุทางอ้อมเป็นสำคัญ คือ ปัจจัยด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผ่านพฤติกรรมผู้บริโภคและความปลอดภัยของข้อมูล และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผ่าน ความปลอดภัยด้านข้อมูล เพื่อให้การบริหารองค์กรสามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการเป็นการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมควรทำการศึกษาต่อโดยการนำแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ได้ไปทดสอบใช้กับกลุ่มประชากรอื่น เช่น ผู้บริหารในระดับล่าง หรือระดับกลางในภาคธุรกิจเดียวกัน

2. นำแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปทำการศึกษา ในระดับการ ตรวจสอบไขว้ความถูกต้องของแบบจำลอง เพื่อทดสอบว่าแบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองที่ดีที่สุดภายใต้ข้อมูลเชิง ประจักษ์และกลุ่มตัวอย่างเดียวกันที่ถูกจัดเก็บมาแบบคู่ขนาน

3. ควรเพิ่มเติมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่นอกจากปัจจัยที่งานวิจัยฉบับนี้ได้แสดงไว้เพื่อให้เกิดการนำไป ประยุกต์ใช้ตามบริบทและองค์กรอื่นๆ ต่อไป และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น อย่างต่อเนื่องต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิรศักดิ์ จิยะจันทน์. (2563). การบริหารองค์การที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสายงานปฏิบัติการนครหลวง บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*. 5 (1), 240-253.
- ฉิมโสมน์ วิสิฐนิจิโก และอิงอร ตันพันธ์ (2559). ศึกษาวิจัยเรื่องตัวแบบการสร้างรายได้เปรียบเชิงการ แข่งขัน ในอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. 8 (ฉบับพิเศษ). 425-431.
- ณัฐยานันท์ ภัทรพิเศษวงศ์. (2556). โมเดลสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานระบบโลจิสติกส์และ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*.
- นันทพร ชเลจร. (2562). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความภักดีของลูกค้าธุรกิจ สตาร์ทอัพประเภทพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 33 (107). 193-205.
- มณัฐณี ประเสริฐลาภ. (2558). การเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของผลการวัดแบบวัดเจตคติของลิเคอร์ท์. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 7 (2). 249-258.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานิประศาสน์. (2545). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร:พิมพ์ดีการพิมพ์.
- วันดี รัตนกาย. (2554). *พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุค*. วิทยานิพนธ์. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2545). *ทฤษฎีการประเมิน*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรรัตน์ ชตช้อย. (2560). อิทธิพลการกำกับของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อความภักดีของลูกค้า อย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. *ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). “นวัตกรรม” นำ “รวย”. *SMEs Today*, 12 (102). 86-96.
- Angela. V. Hausman Eid and Mustafa. I. (2011). Determinants of e-commerce Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia. *Journal of Electronic Commerce Research; Long Beach* 12.(1): 78-93.
- Chatterjee S., Wiseman, R.M., Fiegenbaum, A. and Devers, C.E. (2003). Integrating Behavioural and Economic Concepts of Risk into Strategic Management: The Twain Shall Meet. *Long Range Planning*, 36: 61-79.

- Chung Ki-Han and Shin Jae-Ik. (2010). The Antecedents and Consequents of Relationship Quality in Internet Shopping. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, 22 (4), 473-491.
- COSO. (2004.). **Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, Enterprise Risk Management-Integrated Framework**, Retrieved May 20, 2019, from <http://www.coso.org/erm-integratedframework.htm>.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley and Sons. Inc.
- Crockford, N. (1986). **An Introduction to Risk Management**. (2nd ed.) Woodhead-Faulkner, Cambridge.
- Dkudiene and McCorkle. (2015). The Effect of Eshops' Service Quality on Lithuanian Consumers' Purchase Intentions. **International Journal of Business, Marketing, and Decision Science**, 8 (1), 43-59.
- Foxall, G. R., and Sigurdsson, V. (2013). **Consumer Behavior Analysis: Behavioral Economics Meets the Marketplace**. Psychological Record.
- Gahin F.S. (1967). A Theory of Pure Risk Management in the Business Firm. **The Journal of Risk and Insurance**, 34 (1): 121-129.
- Garatwa W. and Bollin, C. (2002). **Disaster Risk Management: Working Concept**. Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), Eschborn. Retrieved May 20, 2019, from <http://www2.gtz.de/dokumente/bib/02-5001.pdf>.
- Henriksen, P. and Uhlenfeldt, T. (2006), **Contemporary Enterprise-Wide Risk Management Frameworks: A Comparative Analysis in a Strategic Perspective**, Andersen T.J. (ed.), Perspectives on Strategic Risk Management: 107-130. Denmark: Copenhagen Business School Press.
- Petroni G., Venturini K. and Verbano C., (2012). Open Innovation and New Issues in R and D Organization and Personnel Management,.**The International Journal of Human Resource Management**, 23(1) : 147-173.
- Kasai,P. and Boonsathorn, W. (2018). Factors Leading to Work Passion for Innovative Work Behavior: Case Study of Small Hotel Business in Thailand. **Dusit Thani College Journal**. 12 (1). 1-15.
- The Vendran V.,; Mawdesley M.J., (2004). Perception of Human Risk Factors in Construction Projects: an Exploratory Analysis. **International Journal of Project Management**, 22, 131-137.

- Verbano, C., and Venturini, K. (2013). Managing Risks in SMEs: A Literature Review and Research Agenda. **Journal of Technology Management and Innovation**, **8**, 186-197.
<https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000400017>
- Verbano C. and Venturini K. (2011). Development Paths of Risk Management: Approaches, Methods and Fields of Application. **Journal of Risk Research**, **14**(5-6) : 519–550.
- Verbano, C. and Turra, F. (2010). A Human Factors and Reliability Approach to Clinical Risk Management: Evidences from Italian Cases. **Safety Science**, **48**(59): 625–39.
- Wu, S.C., Cao, Z.H., Li, Z.G., Cheung, K.C. and Wong, M.H. (2005). Effects of Biofertilizer Containing N-fixer, P and K Solubilizers and AM Fungi on Maize Growth: a Greenhouse Trial. **Geoderma**, **125**:155–166.