

# การพัฒนาารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจ

## อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์

### แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย\*

## DEVELOPMENT MODEL OF BUSINESS ELECTRONIC ENTREPRENEURS BUSINESS GROUP KNOCK-DOWN FURNITURE IN THAILAND

ณัฐวุฒิ พิศพล<sup>1</sup>, สุชาติ ปรัชยานนท์<sup>2</sup>, บุรพร กำบุญ<sup>3</sup> และ ศิรชญาณ์ การะเวก<sup>4</sup>

Nattawut Phisonpool<sup>1</sup>, Suchart Prakhayanon<sup>2</sup>, Buraporn Kumboon<sup>3</sup> and Irachaya Karawek<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

<sup>1-4</sup>Bangkokthonburi University, Thailand

Corresponding author E-mail: nooknuttha@gmail.com

Received 21 July 2022; Revised 21 August 2023; Accepted 27 August 2023

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์ผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย 3) เพื่อพัฒนารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบวิธีผสมผสาน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ จากประชากรจำนวน 9,093 ราย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของแฮร์ และคณะ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ และผู้บริหาร จำนวน 433 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพ

---

\* ณัฐวุฒิ พิศพล, สุชาติ ปรัชยานนท์, บุรพร กำบุญ และ ศิรชญาณ์ การะเวก. (2566). การพัฒนารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์

แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 3(4), 81-97.

Nattawut Phisonpool, Suchart Prakhayanon, Buraporn Kumboon and Irachaya Karawek. (2023).

Development Model of Business Electronic Entrepreneurs Business Group Knock-Down Furniture in Thailand. Journal of Political Science Mahamakut Buddhist University. 3(4), 81-97.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jpsmbu.2023.35>

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jpsmbu/index>



ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรมลิสเรล

ผลการวิจัย พบว่า (1) รูปแบบการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย ได้แก่ คุณลักษณะของผู้บริหาร สภาพแวดล้อมภายในองค์กร สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร การใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คุณลักษณะของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (2) คุณลักษณะของผู้บริหาร สภาพแวดล้อมภายในองค์กร สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร การใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คุณลักษณะของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดลจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์  $\chi^2 = 146.31$ ,  $df = 133$ ,  $P\text{-value} = 0.20303$ ,  $CFI = 1.00$ ,  $GFI = 0.97$ ,  $AGFI = 0.94$ ,  $RMSEA = 0.015$  และ  $SRMR = 0.0334$  และ (3) ความเป็นไปได้ของรูปแบบการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย มีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน

**คำสำคัญ:** การพัฒนา, การใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์, เฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์

## Abstract

The objective of this research 1) to study factors affecting the performance from the use of electronic business in the knock-down furniture business group in Thailand 2) to analyze the performance from the use of the electronic business in the knock-down furniture business group in Thailand 3) to develop a model of factors that affect the performance from the use of electronic business by entrepreneurs in the knock-down furniture business group in Thailand.

This research is a mixed research. The quantitative research used the stratified random sampling method from the population of 9,093 people, the sample size was determined according to the criteria of Hare et al., which

included 433 entrepreneurs and executives. Using a random sampling method, 15 people were entrepreneurs and experts. The instrument used for data collection was a questionnaire. The statistics used in this research were percentage, mean, standard deviation and structural equation model analysis by Lisrel program.

Major Findings: 1) The use of electronic business of entrepreneurs knock-down furniture business group in Thailand were executive characteristics, Internal environment, External environment, Application of electronic business Feature of electronic business and Earnings from the use of electronic business 2) Executive attributes internal environment electronic business, Application of electronic business Feature of electronic business and Earnings from the use of electronic business it has direct and indirect influence on the business performance of knock-down furniture in Thailand. where the index for the consistency level of the structural equation model is appropriate and harmonized with the empirical data (Chi-Square = 146.31, df = 133, P-value = 0.20303, CFI = 1.00, GFI = 0.97, AGFI = 0.94, RMSEA = 0.015, SRMR = 0.0334) and 3) the possibility of the use of electronic business models (E-Commerce Business) of knock-down furniture business operators in Thailand are linked to each other.

**Keywords:** Development, Electronic Business, Knock-Down Furniture

## บทนำ

ในปัจจุบันเฟอร์นิเจอร์น็อคดาวน์ (Know Down) ได้มีการผลิตเป็นการรับทำตามความต้องการของลูกค้า ทำเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนเล็ก ๆ ต่อมาความต้องการใช้เฟอร์นิเจอร์น็อคดาวน์ (Know Down) ในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นลำดับ ทำให้มีผู้สนใจเข้ามาลงทุนในการผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์น็อคดาวน์ (Know Down) มากขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งพัฒนาจากอุตสาหกรรมในครัวเรือนมาเป็นที่ยอมรับมากขึ้น และมีการผลิตโดยใช้



เครื่องมือ เครื่องจักร ที่สั่งมาจากต่างประเทศอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์รีโนเคดาวน์ (Know Down) เป็นสินค้าที่มีความสำคัญ สำหรับการใช้ ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคคือ มีความสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์โดยตรงทุกอริยาบถ เฟอร์นิเจอร์รีโนเคดาวน์ Know Down) จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งสำหรับอาคารบ้านเรือน และสถานประกอบการของธุรกิจต่าง ๆ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลง และประชากรมีจำนวนเพิ่มขึ้น ความจำเป็นที่จะใช้สินค้าประเภทนี้ จึงมีมากขึ้นตามลำดับ (ดุขฎฐิ ตันเจริญ, 2560)

แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับแนวโน้มการขยายตัวของตลาด และการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงผู้ประกอบการควรเร่งดำเนินการกลยุทธ์ทางการผลิต โดยการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้าใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นและปรับปรุงให้บริการทั้งก่อน และหลังการขายเพื่ออำนวยความสะดวก และการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดควรจัดโปรโมชั่นร่วมกับบริษัท บัตรเครดิต ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ เพื่อสร้างความรับรู้แก่กลุ่มลูกค้า นอกจากนี้ควรขยาย ช่องทางในการจัดจำหน่ายไปยังกลุ่มลูกค้าบริษัท (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2564)

ในปี 2563 ประเทศไทยมีมูลค่าอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ที่นับรวมมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ จำนวนทั้งสิ้น 2,560,103.36 ล้านบาท ซึ่งเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2562 สูงถึงร้อยละ 14.03 ในขณะที่ปี 2564 สามารถคาดการณ์มูลค่าอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ที่นับรวมมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ได้เป็นจำนวน ทั้งสิ้น 2,812,592.03 ล้านบาท ซึ่งจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 2563 คิดเป็นร้อยละ 9.86 อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) จึงถือเป็นช่องทางการทำตลาดใหม่ในการสร้างรายได้ของธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จำนวนการเติบโตของผู้ใช้การทำธุรกิจออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน อินสตาแกรม (Instagram) แล้วนั้น ข้อมูลล่าสุดที่สามารถรวบรวมได้ พบว่า มีร้านค้าใน Instagram ที่ขายของในประเทศไทยอยู่ถึง 855,129 ร้านค้า รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามโลก Digital ความต้องการทั้งในมุมมองของผู้บริโภคที่สามารถตอบสนองโจทย์ใน ด้านความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในหาซื้อสินค้า และในมุมมองของผู้ประกอบการ พ่อค้าแม่ค้า ในการ ขายสินค้าออนไลน์ที่ตอบโจทย์ทั้งในด้านต้นทุน ความสะดวก ความรวดเร็ว และความง่ายในการ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของช่องทางการทำธุรกิจออนไลน์ผ่านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) จึงต้องการศึกษา การพัฒนารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการของการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม ความต้องการ และทัศนคติของกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการทำศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับผู้ที่ทำธุรกิจออนไลน์และผู้ที่กำลังสนใจทำธุรกิจออนไลน์ผ่านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ได้อย่างยั่งยืน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบ น็อคดาวน์ ในประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยแบบวิธีผสมผสาน (Mixed-Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) (Creswell & Plano, 2007) ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพจะทำการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) โดยจะใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive selection) จากนั้นจึงนำผลที่ได้มาทำการแปลผลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Research)

#### วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

**ประชากร** คือ ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) ในประเทศไทย ที่จดทะเบียนธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวง



พาณิชย์, 2564 จำนวน 9,093 ราย ซึ่งกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ แบ่งประเภทของสมาชิกออกเป็น 3 ประเภท ประกอบด้วย บุคคลธรรมดา 6,423 ราย ห้างหุ้นส่วน 417 ราย และ บริษัทจำกัด 2,253 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, ออนไลน์: 2565) **กลุ่มตัวอย่าง** การกำหนดขนาดของประชากรประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน (Knock Down Furniture) ในประเทศไทย ที่จดทะเบียนธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2565 รวม 9,093 ราย

**เครื่องมือ** แบบสอบถาม โดยข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรทุกตัวได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม ดังนั้นเนื้อหาในแบบสอบถามจะครอบคลุมแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้ตรงประเด็นและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

**การวิเคราะห์ข้อมูล** ต้องทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ ของคำตอบที่ได้รับจากแบบสอบถามเพื่อความถูกต้องและสะดวกต่อการนำไปวิเคราะห์ด้วยขั้นตอน ดังนี้

- 1) การตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม
- 2) การกำหนดหมายเลขของข้อมูลแบบสอบถามแต่ละชุด
- 3) สร้างคู่มือลงรหัสและการแปลความหมาย
- 4) การจัดเตรียมข้อมูลทั้งหมดเพื่อใส่รหัส
- 5) การดำเนินการด้วยคอมพิวเตอร์ และ
- 6) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติ

#### วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

**ประชากร กลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Interview) โดยมี การกำหนดคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า และดำเนินการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to-Face Interview) จำนวน 15 ท่าน

**เครื่องมือ** โดยในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการทวนคำถามเพื่อให้ผู้สัมภาษณ์มีความเข้าใจที่ ถูกต้องตรงกัน และป้องกันไม่ให้คำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ผิดไปจากประเด็นของข้อคำถาม ร่วมกับ การบันทึกเทปและจดบันทึก เพื่อเก็บรายละเอียดของการสัมภาษณ์ให้ได้มากที่สุด โดยมีคำถามดังนี้

1. ท่านคิดว่ารูปแบบผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
2. ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมภายนอกมีผลต่อผลสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่อย่างไร



### 3. ท่านคิดว่าแนวโน้มของตลาดธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันเป็นอย่างไร

**การวิเคราะห์ข้อมูล** จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการถอดคำพูดที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Interview) จากผู้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน ซึ่งเป็นตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) ในประเทศไทย มาทำการวิเคราะห์และประมวลผล ดังนี้

1 จัดกลุ่มประเด็นสำคัญของข้อมูลที่ได้จากการถอดคำพูด โดยแบ่งออกเป็นหน่วยวิเคราะห์ที่มีความหมายที่มีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิด ซึ่งมีประเด็นเกี่ยวข้องกับตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การส่งเสริมนวัตกรรม การจัดการความรู้ พฤติกรรมการปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจ

2 ดำเนินการรวบรวมประเด็นสำคัญของคำตอบต่าง ๆ ให้เสร็จสิ้นทันที

3 หลังจากรวบรวมประเด็นสำคัญทั้งหมดครบถ้วนแล้ว จึงดำเนินการเขียนรายงานผล

## ผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อการนำเสนอ ประกอบด้วย (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ระดับคะแนนเฉลี่ยของการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คุณลักษณะของผู้บริหาร สภาพแวดล้อมภายในองค์กร สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร คุณลักษณะของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (3) ดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และผลประกอบการของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบ น็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) (4) ผลการวิเคราะห์เส้นทาง และ (5) การปรับตัวแบบ มีรายละเอียดดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตารางที่ 1** แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| เพศ           | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ชาย           | 173   | 40.0   |
| หญิง          | 250   | 60.0   |
| รวม           | 433   | 100    |
| อายุ          | จำนวน | ร้อยละ |
| ไม่เกิน 20 ปี | 11    | 2.5    |
| 21 - 30 ปี    | 147   | 33.9   |



|                             |              |               |
|-----------------------------|--------------|---------------|
| 31 – 40 ปี                  | 154          | 35.6          |
| 41 – 50 ปี                  | 91           | 21.0          |
| 51 – 60 ปี                  | 25           | 5.8           |
| 61 ปีขึ้นไป                 | 5            | 1.2           |
| <b>รวม</b>                  | <b>433</b>   | <b>100</b>    |
| <b>ระดับการศึกษา</b>        | <b>จำนวน</b> | <b>ร้อยละ</b> |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี            | 43           | 9.9           |
| ปริญญาตรี                   | 261          | 60.3          |
| ปริญญาโท                    | 127          | 29.3          |
| ปริญญาเอก                   | 2            | 0.5           |
| <b>รวม</b>                  | <b>433</b>   | <b>100</b>    |
| <b>ประสบการณ์ในการทำงาน</b> | <b>จำนวน</b> | <b>ร้อยละ</b> |
| ไม่เกิน 1 ปี                | 25           | 5.8           |
| 1 – 5 ปี                    | 120          | 27.7          |
| 6 – 10 ปี                   | 105          | 24.2          |
| 11 – 15 ปี                  | 75           | 17.3          |
| 15 ปีขึ้นไป                 | 108          | 24.9          |
| <b>รวม</b>                  | <b>433</b>   | <b>100</b>    |
| <b>ตำแหน่งงานในปัจจุบัน</b> | <b>จำนวน</b> | <b>ร้อยละ</b> |
| เจ้าของกิจการ/ประธาน        | 204          | 47.1          |
| รองประธาน                   | 8            | 1.8           |
| ผู้จัดการ                   | 203          | 46.9          |
| หัวหน้าหน่วยงาน             | 18           | 4.2           |
| อื่น ๆ                      | -            | -             |
| <b>รวม</b>                  | <b>433</b>   | <b>100</b>    |



2. ข้อมูลค่าเฉลี่ยองค์ประกอบของตัวแปร ระดับคะแนนเฉลี่ยของการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คุณลักษณะของผู้บริหาร สภาพแวดล้อมภายในองค์กร สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร คุณลักษณะของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 2 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

| ผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์           | $\bar{X}$   | S.D.        | แปลผล      |
|----------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|
| <b>ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน</b>                 | <b>3.46</b> | <b>0.95</b> | <b>มาก</b> |
| 1. ลดต้นทุนในการทำธุรกรรม เช่น การสั่งซื้อวัตถุดิบ |             |             |            |
| การจัดการคำสั่งซื้อ                                | 3.32        | 0.97        | มาก        |
| 2. ลดต้นทุนในการบริหารจัดการทั่วไปเช่น ต้นทุน      |             |             |            |
| การวางแผน                                          | 3.33        | 0.92        | มาก        |
| 3. ลดต้นทุนในการสื่อสารกับลูกค้าผู้จำหน่าย         |             |             |            |
| วัตถุดิบ และคู่ค้าทางธุรกิจ                        | 3.52        | 0.89        | มาก        |
| 4. ลดต้นทุนด้านการตลาด เช่น การโฆษณา และการ        |             |             |            |
| ส่งเสริมการตลาด                                    | 3.62        | 0.98        | มาก        |
| 5. ลดต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่                       | 3.48        | 0.94        | มาก        |
| <b>ด้านประสิทธิภาพการขาย</b>                       | <b>3.57</b> | <b>0.95</b> | <b>มาก</b> |
| 1. ส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้น                           | 3.45        | 0.96        | มาก        |
| 2. ยอดขายเพิ่มขึ้น                                 | 3.54        | 0.95        | มาก        |
| 3. มีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น                      | 3.63        | 0.94        | มาก        |
| 4. รักษาลูกค้าเก่าไว้ได้มากขึ้น                    | 3.66        | 0.92        | มาก        |
| <b>ด้านความพึงพอใจของลูกค้า</b>                    | <b>3.57</b> | <b>0.95</b> | <b>มาก</b> |
| 1. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อธุรกิจในภาพรวม            | 3.73        | 0.80        | มาก        |
| 2. ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือบริการแก่คนรอบตัว          | 3.69        | 0.87        | มาก        |
| 3. ลูกค้าจงรักภักดีต่อสินค้ามากขึ้น                | 3.59        | 0.84        | มาก        |
| <b>ด้านการพัฒนาความสัมพันธ์</b>                    | <b>3.57</b> | <b>0.95</b> | <b>มาก</b> |
| 1. สามารถรักษาความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าทางธุรกิจ  | 3.52        | 0.82        | มาก        |



|                                                                       |             |             |            |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|
| 2. ช่วยส่งเสริมให้ความสัมพันธ์กับคู่ค้าและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบดีขึ้น | 3.47        | 0.86        | มาก        |
| 3. ความสัมพันธ์กับคู่ค้าและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบมีแนวโน้มยั่งยืน      | 3.47        | 0.86        | มาก        |
| <b>เฉลี่ยโดยรวม</b>                                                   | <b>3.54</b> | <b>0.91</b> | <b>มาก</b> |

3.ดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และผลประกอบการของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบ น็อคดาวน์ (Knock Down Furniture)

ตารางที่ 3 แสดงเมทริกซ์สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ของรูปแบบการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (ECA)

| องค์ประกอบ | ECA 1  | ECA 2  | ECA 3  | ECA 4 |
|------------|--------|--------|--------|-------|
| ECA 1      | 1.00   |        |        |       |
| ECA 2      | 0.44** | 1.00   |        |       |
| ECA 3      | 0.60** | 0.70** | 1.00   |       |
| ECA 4      | 0.36** | 0.52** | 0.55** | 1.00  |
| $\bar{X}$  | 3.69   | 3.11   | 3.42   | 2.94  |
| S.D.       | 0.99   | 1.22   | 1.14   | 1.16  |

Bartlett's test of Sphericity = 653.163, df = 6, p-value < 0.001, KMO = 0.758

หมายเหตุ : \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01



#### 4.ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในรูปแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

| ตัวแปรผล                                                                                                                         |        |        |      |        |        |        |        |        |        |        |        |      |      |      |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|------|------|
| ตัวแปรเหตุ                                                                                                                       | ECA    |        |      |        |        |        | PEC    |        |        |        |        |      |      |      |      |
|                                                                                                                                  | TE     |        | IE   |        | DE     |        | TE     |        | IE     |        | DE     |      |      |      |      |
| CEO                                                                                                                              | 0.28** | (0.14) | -    | 0.28*  | (0.14) | 0.33*  | (0.16) | 0.33** | (0.16) |        |        |      |      | -    |      |
| INE                                                                                                                              | 0.61** | (0.13) | -    | 0.61** | (0.13) | 0.72** | (0.15) | 0.72** | (0.15) |        |        |      |      | -    |      |
| EXE                                                                                                                              | 0.18** | (0.07) | -    | 0.18** | (0.07) | 0.22** | (0.08) | 0.22** | (0.80) |        |        |      |      | -    |      |
| CEC                                                                                                                              | 0.19*  | (0.08) | -    | 0.19*  | (0.08) | 0.22** | (0.10) | 0.22*  | (0.10) |        |        |      |      | -    |      |
| ECA                                                                                                                              |        |        | -    |        |        | 0.17** | (0.11) |        | -      | 1.17** | (0.11) |      |      |      |      |
| ค่าสถิติ : Chi-Square = 146.31, df = 133, P-value= 0.20303, CFI = 1.00, GFI = 0.97, AGFI = 0.94, RMSEA = 0.015 และ SRMR = 0.0334 |        |        |      |        |        |        |        |        |        |        |        |      |      |      |      |
| ตัวแปร                                                                                                                           | CEO1   | CEO2   | CEO3 | INE1   | INE2   | INE3   | EXE1   | EXE2   | EXE3   | EXE4   | CEC1   | CEC2 | CEC3 | CEC4 | CEC5 |
| ความเที่ยง                                                                                                                       | 0.32   | 0.46   | 0.57 | 0.22   | 0.45   | 0.67   | 0.20   | 0.69   | 0.44   | 0.10   | 0.66   | 0.70 | 0.66 | 0.58 | 0.52 |
| ตัวแปร                                                                                                                           | INFO   | TRAN   | INCU | SUPC   | EFFE   | SALE   | CUST   | DERL   |        |        |        |      |      |      |      |
| ความเที่ยง                                                                                                                       | 0.86   | 0.63   | 0.76 | 0.39   | 0.70   | 0.76   | 0.58   | 0.35   |        |        |        |      |      |      |      |
| สมการโครงสร้างของตัวแปร                                                                                                          |        |        |      |        |        |        | ECO A  |        |        |        | PEC    |      |      |      |      |
| R-SQUARE                                                                                                                         |        |        |      |        |        |        | 0.43   |        |        |        | 0.60   |      |      |      |      |
| เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร                                                                                                  |        |        |      |        |        |        |        |        |        |        |        |      |      |      |      |
| ตัวแปรแฝง                                                                                                                        |        |        | ECA  |        | PEC    |        | CEO    |        | INE    |        | EXE    |      | CEC  |      |      |
| ECA                                                                                                                              |        |        | 1.00 |        |        |        |        |        |        |        |        |      |      |      |      |
| PEC                                                                                                                              |        |        | 0.49 |        | 1.00   |        |        |        |        |        |        |      |      |      |      |
| CEO                                                                                                                              |        |        | 0.48 |        | 0.57   |        | 1.00   |        |        |        |        |      |      |      |      |
| INE                                                                                                                              |        |        | 0.61 |        | 0.72   |        | 0.83   |        | 1.00   |        |        |      |      |      |      |
| EXE                                                                                                                              |        |        | 0.48 |        | 0.56   |        | 0.61   |        | 0.53   |        | 1.00   |      |      |      |      |
| CEC                                                                                                                              |        |        | 0.55 |        | 0.64   |        | 0.76   |        | 0.71   |        | 0.73   |      | 1.00 |      |      |

## 5.การปรับตัวแบบ

ภาพที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในรูปแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์



## อภิปรายผล

เพื่อให้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงแบ่งการอภิปรายผลการวิจัยแยกตามสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

(1) คุณลักษณะของผู้บริหารมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 แสดงทราบถึงคุณลักษณะของผู้บริหาร ผ่านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะคิดเกี่ยวกับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และความเป็นนักนวัตกรรมแล้ว ย่อมส่งผลโดยตรงทางบวกหรือส่งเสริมให้มีการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) ซึ่งมีส่วนทำให้ผู้ประกอบการต้องมีความเป็นนักนวัตกรรมสูง ต้องคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมถึงช่องทางในการจัดจำหน่าย



ผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Edwin & Peter (2014) ที่ค้นพบว่า ทักษะคิดต่อการประยุกต์ใช้นวัตกรรมของผู้บริหารมีผลกระทบต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) ในประเทศไทย เป็นต้น

(2) สภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าผู้ประกอบการมีการรับรู้สภาพแวดล้อมภายในองค์กรด้านการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงมีความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นพบว่าระดับคะแนนเฉลี่ยได้ดังกล่าวอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นความพร้อมขององค์กร และสุดท้ายเป็นความรู้เกี่ยวกับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Edwin & Peter (2014) ที่ค้นพบว่า สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ได้แก่ ความสามารถในการจัดหาทรัพยากรขององค์กร บุคลากรที่มีทักษะความสามารถ มีผลกระทบต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กร

(3) สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ผู้ประกอบการยอมรับว่าองค์กรของตนมีการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อความสะดวกในการดำเนินงานกับคู่แข่งได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อความสะดวกในการดำเนินงานกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ โดยผู้ประกอบการยอมรับว่าการสนับสนุนของภาครัฐมีความสำคัญแต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักในการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เมื่อพบว่า จากปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของสภาพแวดล้อมนอก ผู้ประกอบการให้ความรุนแรงทางการแข่งขันเป็นปัจจัยอันดับแรก ของสภาพแวดล้อมนอกองค์กรที่ผู้ประกอบการต้องการให้ความสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Iacovou et al. (1995) ที่กล่าวว่า ปัจจัยหลักสำคัญสองประการด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คือ ความรุนแรงทางการแข่งขัน และความต้องการของลูกค้าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบหรือคู่ค้าทางธุรกิจ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Edwin & Peter (2014) ให้การสนับสนุนว่าแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมนอกองค์กร มีผลกระทบต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร



(4) การใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ผู้ประกอบการให้ความสำคัญคุณลักษณะของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความสามารถสังเกตเห็นผลมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นด้านความสะดวกในการใช้ ตามด้วยด้านประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความเข้ากันได้ และสุดท้าย คือ ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ เมื่อผู้ประกอบการเห็นเป็นรูปธรรมแล้วจึงจะส่งผ่านไปยังด้านความง่ายต่อการใช้งานทั้งต่อพนักงานและลูกค้า เมื่อมีสองส่วนมีครบถ้วนแล้ว ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hussinet al. (2008) พบว่าความสามารถนำไปทดลองใช้ส่งผลกระทบต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) ในประเทศไทย กล่าวโดยสรุปคือความสามารถสังเกตเห็นผลส่งผลกระทบต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) ในประเทศไทย มาเป็นอันดับแรก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการเห็นผลที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนของการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจตัวเอง

(5) การใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการจากใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ (Knock Down Furniture) สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 จากผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมภายในองค์กรเป็นปัจจัยหลักที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นคุณลักษณะของผู้บริหาร ตามด้วยคุณลักษณะของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และสุดท้ายเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าสภาพแวดล้อมภายในองค์กรเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจ ถ้าสภาพแวดล้อมภายในองค์กรไม่พร้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ จากงานวิจัยของ Kreameret al. (2005) พบว่า การใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อการเติบโตทางการตลาด ยอดขาย ความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพการบริการ และประสิทธิภาพขององค์กร ซึ่งรายได้ขององค์กร การเติบโตทางการตลาด ยอดขาย ความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพการบริการ (การพัฒนาความสัมพันธ์) และประสิทธิภาพขององค์กร ก็ล้วนเป็นผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ทั้งนั้น ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจมีผลต่อผลประกอบการที่เกิดขึ้นในอนาคตได้



## สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาโดยจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ ผู้บริหารกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะผลการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย แบบองค์รวม จากผลการวิจัยพบว่า การใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ผลประกอบการจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอข้อเสนอแนะตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูง ควรคำนึงถึงกำหนดคุณลักษณะของผู้ที่มีความรับผิดชอบด้านการนำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มาประยุกต์ใช้ในองค์กร

1.2 ผู้ประกอบการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้ที่มีความรับผิดชอบหรือพนักงาน ผู้ปฏิบัติงานด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรต้องคำนึงถึง สภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ประกอบไปด้วยการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูง ความพร้อมขององค์กร และความรู้เกี่ยวกับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน

1.3 ผู้ประกอบการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้ที่มีความรับผิดชอบและพนักงาน ผู้ปฏิบัติงานด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรต้องคำนึงถึง สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ประกอบไปด้วย ความต้องการของลูกค้า ความต้องการของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ความรุนแรงทางการแข่งขัน และการสนับสนุนจากภาครัฐ

1.4 ผู้ที่มีความรับผิดชอบดูแลด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร และพนักงาน ผู้ปฏิบัติงาน ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กร ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์ที่ได้รับจากการประยุกต์ใช้ ความสะดวกในการใช้ และความสามารถในการทดลองใช้ โดยผู้รับผิดชอบด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ต้องสร้างคุณลักษณะของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถมองเห็นผลให้ได้มากที่สุด

1.5 ผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทยที่มีการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากจะต้องให้ความสำคัญในการดูแลกำกับกิจกรรมธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการสื่อสาร การจัดการคำสั่งซื้อ การประสานงานกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า นอกจากนี้จำเป็นต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ตามด้วยการสร้างความตระหนักถึงการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้บริหาร รวมถึงการสร้างคุณลักษณะของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ดีที่



สามารถมองเห็นถึงประโยชน์ของการนำมาใช้ในธุรกิจขององค์กร ใส่ใจในความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

1.6 ผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ไม่ว่าจะเป็น คู่แข่ง ลูกค้า ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ หรือหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานหรือบุคคลเหล่านี้มีผลกระทบหรือกระตุ้นให้กลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย ควรมีการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

1.7 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นทางนักพัฒนาระบบ ธนาคาร หน่วยงานภาครัฐหรือผู้กำหนดนโยบายด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ส่วนใหญ่ของประเทศ ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษา สำรวจแนวโน้ม และติดตามผลการดำเนินกิจกรรมธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไป ควรนำรูปแบบการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce Business) นี้ไปใช้ศึกษาในกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ เพื่อยืนยันความสัมพันธ์ที่ค้นพบว่ายังคงเหมือนหรือแตกต่างไปจากกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย

2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีด้านการศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยเหตุด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านงบประมาณในการลงทุนธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการแข่งขันเสรี ปัจจัยด้านกฎระเบียบหรือกฎหมาย ปัจจัยด้านภาษี ปัจจัยสังคมเมืองหรือชนบท ปัจจัยด้านความปลอดภัยของระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ที่อาจมีความสัมพันธ์ต่อผลประกอบการอันเกิดจากการใช้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจ

3. การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มธุรกิจเฟอร์นิเจอร์แบบน็อคดาวน์ ในประเทศไทย ว่าเป็นรูปแบบใดบ้าง



Creswell, J.W. and Clark, V.L. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.

Lacovou, Charalambos L, Benbasat, Izak, Dexter, Albert S. (1995). Electronic data interchange and small organizations: Adoption and impact of technology. MIS Quarterly. Minneapolis, 19(4), 465.

Hussin, H., Noor, R. M., & Suhaimi, M. A. (2008). Perceived Attributes of E-Commerce and the Adoption Decision: The Case of Malaysian SMEs. *Jurnal Teknologi Maklumat & Multimedia*, 5, 107-125

Kraemer, K. L., Gibbs, J. & Debrick, J. (2005). Impacts of Globalization on E-Commerce Use and Firm Performance: A Cross-Country Investigation. *The information society*, 21, 323-340.