

ปัจจัยที่มีผลต่อการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) มาใช้กับ
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก*
Factors affecting the implementation of electronic commerce
(e-commerce) for one tambon one products (OTOP)
in east coast central region



พูนศรี พูนสวัสดิ์
Poonsri Poonsawat

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจเปรียบเทียบความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก จำแนกตามประเภทของการจดทะเบียนการค้า ระยะเวลาในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา โดเมนของเว็บไซต์ งบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี และจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย

*วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปีการศึกษา 2551
**นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

number of staff in working trade on website and relationship between factors affecting the usage of e-commerce and the ones affecting the business run of OTOP products in east coast central region.

The sample group used for this research was 386 families making OTOP products in nine provinces of east coast central region. The instruments for this research were questionnaires constructed and developed by the researcher for measuring three kinds of data: general information of operators, factors affecting the usage of e-commerce and factors affecting the business run. The statistics used for analysis were frequencies distribution, percentage, mean, standard deviation, t-test (independent samples t-test), F-test (one way ANOVA) and Pearson product moment correlation coefficient.

The research finding indicated that the operators' opinion about factors affecting the usage of e-commerce for OTOP products was at agreeable level with mostly increase of marketing and secondly time saving and rapid administrative process. The operators' opinion about factors affecting the business run of OTOP products was at agreeable level with mostly the working process in a group and secondly the customers. The operators with different types of trade registration had different opinions about factors affecting the business run.

In conclusion, the researcher had an idea that the usage of e-commerce for OTOP products was another choice to make convenient and rapid trading and cost saving. E-commerce was a new trade pattern leading an increase of marketing and effective business run. It could also save cost and time, give more marketing share for small and medium business and more alternatives for customers.

Keywords: e-commerce. OTOP.

ความนำ

แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (one tambon one product) หรือ OTOP เป็นนโยบายเร่งด่วนเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและบรรเทาปัญหาสังคม สร้างความเข้มแข็งของชุมชน มีจุดมุ่งหมายที่แก้ไขปัญหาความยากจนด้วยการสร้างงานในท้องถิ่นในลักษณะกระตุ้นให้แต่ละชุมชนรวมตัวกันนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของตน ทักษะเฉพาะท้องถิ่นที่มีอยู่เพื่อผลิตสินค้าและบริการ จนได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เกิดการ "สร้างงาน สร้างรายได้" ที่ยั่งยืน

โดยที่การดำเนินงานของหน่วยงานราชการในส่วนนี้ มีลักษณะที่แตกต่างจากหน่วยงานอื่น ๆ ในลักษณะที่เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลัก ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวนี้ มีลักษณะที่เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลัก ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวนี้ มีลักษณะที่เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลัก

การดำเนินงานดังกล่าวนี้ มีลักษณะที่เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลัก ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวนี้ มีลักษณะที่เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลัก ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวนี้ มีลักษณะที่เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลัก

การดำเนินงานดังกล่าวนี้ มีลักษณะที่เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลัก ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวนี้ มีลักษณะที่เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลัก ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวนี้ มีลักษณะที่เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก จำแนกตามประเภทของการจดทะเบียนการค้า ระยะเวลาในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ งบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี และจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ผู้ประกอบการที่มีประเภทของการจดทะเบียนการค้าที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน
2. ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน
3. ผู้ประกอบการที่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน
4. ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยีที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน
5. ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน
6. ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

1. ความคิดเห็นของผู้นับถือการประกอบอาชีพเกี่ยวกับปัจจัยในการนำพาให้
องค์กรประสบความสำเร็จในทางปฏิบัติ เช่น ความสำเร็จในด้านการเงิน
พาให้มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน โดยพิจารณาจากความสำเร็จในด้านการเงิน

ผลการวิจัย

2. การวัดผลการดำเนินงานโดยใช้ Balanced Scorecard (ตมย เทียนพม, 2544, หน้า
30) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลูกค้า (customer perspective) 2) ด้าน
กระบวนการภายในกลุ่ม (internal process perspective) 3) ด้านการริเริ่มและพัฒนานวัตกรรม
(learning and growth perspective) 4) ด้านการเงิน (financial perspective)

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ปัจจัยแรงจูงใจ (นภดล กมลวิลาศเสถียร, 2544, หน้า 34-37) ประกอบด้วย 11
ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการลดต้นทุนในการดำเนินงาน 2) ด้านการประหยัดเวลา กระบวนการ
บริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว 3) ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน 4) ด้านการ
เพิ่มช่องทางการขายและรายได้ 5) ด้านการลดจำนวนข้อผิดพลาดต่อพนักงาน 6) ด้าน
ผู้ขายเชิงรุกที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ 7) ด้านผู้ซื้อที่พอใจได้มากขึ้น 8) ด้านผู้ซื้อที่มีสิทธิ์
เพิ่มขึ้นในการซื้อจากผู้ขาย 9) ด้านการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เกือบ 10) ด้านการ
เพิ่มความพึงพอใจและความพึงพอใจแก่ลูกค้า 11) ด้านการเพิ่มความพึงพอใจแก่พนักงาน

ขอบเขตการวิจัย มีดังนี้

ตัวอย่างทั้งสิ้น 386 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มแบบง่าย (systematic random sampling) จำนวนกลุ่ม
ตัวอย่างที่สุ่มมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะสุ่มตัวอย่างจากจำนวนทั้งสิ้น 10,926 ตัวอย่าง
จะแบ่งออกเป็น 9 จังหวัด ดังนี้ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดขอนแก่น จังหวัด
สุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์
สุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์
จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์
จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

การวิจัยนี้เป็นไปตามขั้นตอนการวิจัยที่อธิบายไว้ในบทนำ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นไปตามขั้นตอนการวิจัยที่อธิบายไว้ในบทนำ

ทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ปรากฏในบทความนี้

คำพิพากษาฎีกา เอกสาร บทความทางวิชาการและบทความอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของ
ผู้เขียน

วิธีดำเนินการวิจัย

ลำดับได้ดังนี้ คือ เห็นด้วยในด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ สามารถเปิดจำหน่ายสินค้าได้ทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง

ด้านการประหยัดเวลา กระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว พนักงานมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ การส่งข้อมูลด้วยระบบ e-mail ทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหรือผู้ร่วมธุรกิจได้ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว

ด้านการเพิ่มความได้เปรียบกับคู่แข่งทางการค้า พนักงานมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ระบบการค้นหาสินค้าใช้งานง่าย และใช้ได้ผลดีจะทำให้ลูกค้าเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มากขึ้น

ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้นและด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า พนักงานมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ สามารถเปิดโอกาสให้ผู้ขายขนาดกลาง และขนาดเล็กมีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น และ การบริการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด จะทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ ตามลำดับ

ด้านการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ พนักงานมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาขายสินค้า

ด้านผู้ขายเข้าถึงผู้ซื้อได้กว้างขึ้น พนักงานมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลาจากทุกสถานที่ทั่วโลกได้

ด้านการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้น พนักงานมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ การตอบรับข้อคิดเห็นจากลูกค้าทำให้ทราบความต้องการสินค้าใหม่จากลูกค้านำไปสู่การเกิดธุรกิจใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

ด้านการลดจำนวนชั้นในการติดต่อผ่านคนกลาง พนักงานมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าจากการพิจารณาข้อมูลที่น่าเสนอในเว็บไซต์

ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน พนักงานมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ลูกค้าสามารถรับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองต้องการเกี่ยวกับสินค้าได้โดยสะดวกตลอดเวลา

มาชี้แจงว่าหากมีข้อสงสัยประการใด กรุณาติดต่อฝ่ายบริหารโครงการ

5. การประเมินผลสัมฤทธิ์ของงาน โดยผู้ประเมินจะพิจารณาจาก...

4. การประเมินผลสัมฤทธิ์ของงาน โดยผู้ประเมินจะพิจารณาจาก... (ซ้ำ)

3. การประเมินผลสัมฤทธิ์ของงาน โดยผู้ประเมินจะพิจารณาจาก... (ซ้ำ)

2. ความสำคัญของการประเมินผลสัมฤทธิ์ของงาน...

1. ผู้ประเมินผลสัมฤทธิ์ของงานควรคำนึงถึง...

ผู้ประเมินผลสัมฤทธิ์ของงานควรคำนึงถึง...

ผู้ประเมินผลสัมฤทธิ์ของงานควรคำนึงถึง...

ผู้ประเมินผลสัมฤทธิ์ของงานควรคำนึงถึง...

ผู้ประเมินผลสัมฤทธิ์ของงานควรคำนึงถึง...

ผู้ประเมินผลสัมฤทธิ์ของงานควรคำนึงถึง...

จำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ยกเว้นด้านการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ด้านการประหยัดเวลา กระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ด้านการลดจำนวนชั้นในการติดต่อผ่านคนกลาง ด้านผู้ขายเข้าถึงผู้ซื้อได้กว้างขึ้น ด้านการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้น ด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ด้านการเพิ่มความได้เปรียบกับคู่แข่งทางการทำธุรกิจ

6. การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี และจำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7. สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจทั้งโดยรวม และรายด้าน ยกเว้นด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า พบว่า มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจในด้านการเงิน และโดยภาพรวม โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ ($r = 0.166$ และ 0.122 ตามลำดับ) นั่นคือ ถ้าผู้ประกอบการเห็นว่าด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เป็นปัจจัยจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มาก จะเห็นว่าด้านการเงิน และโดยภาพรวม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจมากขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการวิจัยในด้านปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ควรมีการวิจัยปัจจัยที่ทำให้การประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบผล สำเร็จหรือไม่ประสบผลสำเร็จ
3. ควรมีการวิจัยการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย
4. ควรมีการวิจัยถึงความต้องการและค้นหาสาเหตุที่นักธุรกิจยังไม่เข้าร่วมในการประกอบกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ (business to business)

25-8007
ปี ๒๕๕๑
ฉบับที่ ๒
หน้า ๗๕

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาชุมชน. (2541). *คู่มือการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สวนทองถิ่น.

ศูนย์พัฒนาฯ. (2544). *KPIs และ BSC the balance scorecard*. กรุงเทพฯ: นาโกลา.

ภาคกลาง. (2544). *พัฒนาศาสตร์ E-Commerce*. กรุงเทพฯ: ๒๕๔๕.

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2543). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กสิกรไทย.

รัตนา งามสง่า. (2549). *ปัญหาและอุปสรรคต่อผู้ประกอบการท่าอากาศยานชาย*
อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
บูรพา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยบูรพา.

Bergendahl, Goran. (2005). *Model for investment in electronic commerce financial
perspective with empirical evidence*. New York: Longman.

Lee, Chung Shing. (2001). *An analytical framework for evaluation e-commerce business
models and strategies*. New York: Norton.

Zhu, Kevin, & Kraemer, Kenneth L. (2002). *E-commerce metrics for Net-enhanced
organization: Assessing the value e-commerce to firm performance in the
manufacturing sector*. Master's Degree Thesis of Management, Graduate
School University of California.