

**KEY SUCCESS FACTORS OF E-COMMERCE IN THAILAND**



**BENJAMAPORN KONGCHANA**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE  
(TECHNOLOGY OF INFORMATION SYSTEM MANAGEMENT)  
FACULTY OF GRADUATE STUDIES  
MAHIDOL UNIVERSITY  
2011**

**COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY**

Copyright by Mahidol University

**KEY SUCCESS FACTORS OF E-COMMERCE IN THAILAND****BENJAMAPORN KONGCHANA 5036651 EGTI/M****M.Sc. (TECHNOLOGY OF INFORMATION SYSTEM MANAGEMENT)****THESIS ADVISORY COMMITTEE: THANAKORN NAENNA, Ph.D. (ENGINEERING SCIENCE), CHANIN NANTASENAMAT, Ph.D. (MEDICAL TECHNOLOGY), TANAWUT TANTIMONGCOLWAT, Ph.D. (MEDICAL TECHNOLOGY)****ABSTRACT**

During times of economic slowdown, the development of E-commerce for business operations and business implementation tends to increase. E-commerce business in Thailand also continues to increase. Although there are more E-commerce businesses, E-commerce businesses trading via the internet only are only slightly successful, making the trading values of E-commerce businesses inconsistent with their growth. This research aimed to study the key success factors of E-commerce in Thailand by collecting experts' opinions and extending DeLone & McLean's IS success model to the present theoretical model used for explaining users' attitudes. This research was a survey that aimed to indicate key success factors of E-commerce in Thailand. There were three steps of the research, which are as follows; Step one) The researcher studied information in related research, documents, and textbooks to analyze/synthesize the factors of information systems in the context of E-commerce. Step two) The researcher studied 15 experts' opinions on E-commerce success factors by using Delphi technique research over two rounds. Step three) The researcher examined users' attitudes by surveying a sample group of 400 people who have experience of using E-commerce. Then, the researcher used the results to analyze confirmatory factors, and undertake structural equation modeling using LISREL to test the hypothesis by examining factors important to E-commerce success.

The research results show that E-commerce success can be determined from the factors of system use, user satisfaction, and net benefits of E-commerce. Good service quality and good web design quality leads to the use of E-commerce. User satisfaction was influenced by the efficiency factors of system quality, web design quality, and information quality. Moreover, system use and user satisfaction correlated with the net benefits of E-commerce. As for use of the IS success model, results show that evaluation principles of information systems success were suitable and encouraged E-commerce in Thailand.

**KEY WORDS: E-COMMERCE / KEY SUCCESS FACTORS / E-COMMERCE SUCCESS / DELONE AND MCLEAN'S IS SUCCESS MODEL / E-COMMERCE IN THAILAND**

131 pages

ปัจจัยความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

KEY SUCCESS FACTORS OF E-COMMERCE IN THAILAND

เบญจมาภรณ์ คงชนะ 5036651 EGTI/M

วท.ม. (เทคโนโลยีการจัดการระบบสารสนเทศ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ธนกรณ์ แน่นหนา, Ph.D. (ENGINEERING SCIENCE),  
ธนาวุฒิ ตันติมงคลวัฒน์, Ph.D. (MEDICAL TECHNOLOGY), ชรินทร์ นันทเสนามาตร, Ph.D. (MEDICAL  
TECHNOLOGY)

#### บทคัดย่อ

จากวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำในปัจจุบัน ส่งผลทำให้การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประกอบธุรกิจและการดำเนินการทางธุรกิจมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวนไม่มากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ค้าขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพียงช่องทางเดียว ทำให้มูลค่าการซื้อขายของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนทางกับการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การศึกษาครั้งนี้ต้องการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยสร้างปัจจัยความสำเร็จจากการระดมความคิดจากผู้เชี่ยวชาญ และใช้การขยายโมเดลความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (DeLone & McLean's IS success Model) เพื่อนำเสนอรูปแบบทางทฤษฎีที่จะอธิบายเจตคติของผู้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยความสำเร็จของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย การวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์/สังเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบของระบบสารสนเทศในบริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย (Delphi Technique) จำนวน 2 รอบ เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบเจตคติของผู้ใช้ โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันและวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) โดยใช้โปรแกรมลิสมร เพื่อทดสอบสมมติฐานในการตรวจสอบปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิจัย พบว่า ความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถพิจารณาได้อย่างเหมาะสมจากองค์ประกอบด้านการใช้งานระบบ ความพึงพอใจของผู้ใช้ และคุณประโยชน์ที่ได้รับ จากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยคุณภาพของการบริการ คุณภาพในการออกแบบเว็บไซต์ ที่ดี นำไปสู่การใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจของผู้ใช้มีอิทธิพลมาจาก องค์ประกอบ ด้านคุณภาพของระบบ คุณภาพในการออกแบบเว็บไซต์ และคุณภาพของข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การใช้งานระบบ และความพึงพอใจของผู้ใช้ มีความสัมพันธ์ต่อคุณประโยชน์ที่ได้รับจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนการใช้โมเดลความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ผลการสนับสนุนเชิงยืนยัน โมเดลถือว่าหลักการประเมินความสำเร็จของระบบสารสนเทศมีความเหมาะสมและส่งเสริมต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย