บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาใช้กับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของธุรกิจผลิตภัณฑ์ สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก

3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก จำแนกตามประเภทของการจดทะเบียนการค้า ระยะเวลาในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ งบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี และจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีลักษณะเป็นแบบกำหนดตัวเลือก และแบบมาตราส่วนประมาณค่า ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามทุกฉบับด้วยตนเอง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามซึ่งมีความถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามวิธีการทางสถิติและดำเนินการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows และนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป สถิติพื้นฐานที่ใช้ ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันใช้ค่าสถิติ Independent Sample *t* – test สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้ค่าสถิติ One –Way ANOVA และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Different) และสถิติทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์เพียร์สัน โพรดักซ์โมเมนต์

(Pearson Product Moment Correlation Coefficient) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นครัวเรือนที่ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก ทั้ง 9 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครนายก จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดระยอง จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดชลบุรี จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดตราด และจังหวัดสระแก้ว จำนวนทั้งสิ้น 386 คน

สรุปผลการศึกษา

ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ และการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยผู้วิจัยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ส่วนใหญ่จดทะเบียนการค้าประเภทนิติบุคคล มีตำแหน่งเป็นสมาชิกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ อยู่ในธุรกิจประเภทการขายสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภค (Business to Customer) ดำเนินธุรกิจกลุ่มการจักสานไม้ไผ่หุ้มเซรามิก จังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มี Web Host ในเว็บไซต์ การดำเนินงานที่มีการซื้อขายและชำระเงินผ่านเว็บไซต์มาแล้วเป็นระยะเวลา 2 ปี มูลค่าการสั่งซื้อและชำระเงินจากลูกค้าผ่านเว็บไซต์โดยเฉลี่ยต่อปียังมีมูลค่าน้อยกว่า 50,000 บาท สื่อที่ใช้ในการโฆษณาเว็บไซต์ผ่านทางเว็บไซต์ของทางราชการส่วนใหญ่ยังไม่มีจำนวนโฆษณาชื่อเว็บไซต์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาของเว็บไซต์เฉลี่ยต่อปี ยังมีมูลค่าน้อยกว่า 10,000 บาท การสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าผ่านทางเว็บไซต์สั่งซื้อผ่านทาง E – mail ส่วนใหญ่จำนวนลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์โดยเฉลี่ยต่อปียังน้อยกว่า 21 คน งบประมาณที่ใช้ในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยียังมีมูลค่าน้อยกว่า 100,000 บาท จำนวนพนักงานที่ใช้ในการดำเนินการจัดการซื้อขายผ่านทางเว็บไซต์จำนวนน้อยกว่า 21 คน

2. ผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเห็นว่าด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาดมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการประหยัดเวลากระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาขายสินค้าหรือบริการ ด้านการประหยัดเวลากระบวนการบริหารเป็น ไปอย่างรวดเร็วสามารถส่งข้อมูลด้วยระบบ E – mail ทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหรือผู้ร่วมธุรกิจได้ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานลูกค้าสามารถ

รับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองต้องการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการได้โดยสะดวกตลอดเวลา ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาด สามารถเปิดจำหน่ายสินค้าหรือบริการได้ทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการลดจำนวนชั้นในการติดต่อผ่านคนกลาง ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าจากการพิจารณาข้อมูลที่นำเสนอในเว็บไซต์ ด้านผู้ขายเข้าถึงผู้ซื้อได้กว้างขึ้น ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลาจากทุกสถานที่ทั่วโลกได้ ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้นสามารถเปิดโอกาสให้ผู้ขายขนาดกลางและขนาดเล็กมีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น ด้านผู้ซื้อมีสิทธิ์มีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น ลูกค้าสามารถค้นหารายการสินค้าได้เองและสามารถกำหนดราคาซื้อที่ลูกค้าพอใจและลูกค้าสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการ นำเสนอข้อมูลของสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ด้านการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้น จากการตอบรับข้อคิดเห็นจากลูกค้าทำให้ทราบความต้องการสินค้าใหม่จากลูกค้านำไปสู่การเกิดธุรกิจใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ควรให้การบริการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนดจะทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและด้านการเพิ่มความได้เปรียบกับคู่แข่งทางการค้า ควรให้ระบบการค้นหาสินค้าใช้งานง่ายและใช้ได้ผลดีจะทำให้ลูกค้าเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มากขึ้น

3. ผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเห็นว่าด้านกระบวนการภายในกลุ่ม มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านลูกค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลูกค้า การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วให้ถึงมือลูกค้าทันตามเวลาที่กำหนด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น ด้านกระบวน การภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า ควรเตรียมพร้อมข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ควรมีการพัฒนา Web Site อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด สำหรับด้านการเงินกลุ่มผลิตภัณฑ์มีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 การทดสอบสมมติฐาน ผู้ประกอบการที่มีประเภทของการจดทะเบียนการค้าที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทของการจดทะเบียนการค้าแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ประกอบการที่มีประเภทของการจดทะเบียนการค้าที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทของการจดทะเบียนการค้าแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนิน

ธุรกิจ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านการเงิน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้ประกอบการที่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านการประหยัดเวลากระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น และด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบความคิดเห็นเป็นรายคู่ ปรากฏผลดังนี้

ด้านการประหยัดเวลา กระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว พบว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ 300,001 – 500,000 บาท เห็นว่า ด้านการประหยัดเวลากระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็วเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์น้อยกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 50,000 บาท และ 50,001 – 100,000 บาท

ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น พบว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ 100,001 – 300,000 บาท เห็นว่า ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้นเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ น้อยกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 50,000 และ 50,001 – 100,000 บาท และผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ มากกว่า 500,000 บาท เห็นว่า ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้นเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ 100,001 – 300,000 บาท

ด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ 50,001 – 100,000 บาท เห็นว่า ด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ น้อยกว่า 10,000 บาท และ ผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ 100,001 – 300,000 บาท เห็นว่า

ด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีค่าใจ้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซด์ น้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 50,000 บาท

สมมติฐานข้อที่ 5 ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบความคิดเห็นเป็นรายคู่ ปรากฏว่า ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี 300,001 – 500,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี 100,001 – 300,000 บาท และผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี 700,001 – 1,000,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยีน้อยกว่า 100,000 บาท และ 300,001 – 500,000 บาท และผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี มากกว่า 1,0 00,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยีน้อยกว่า 10,000 บาท และ 300,001 – 500,000 บาท

สมมติฐานข้อที่ 6 ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยรวมและรายด้าน ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาด, ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้น, ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทำการเปรียบเทียบความคิดเห็นเป็นรายคู่ ปรากฏดังนี้

ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยรวม พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 51 – 100 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์น้อยกว่า 21 คน, 21 – 50 คน และผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 101 – 150 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อ

ขายผ่านเว็บไซต์21 – 50 คน, 51 – 100 คน และผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 151 – 200 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์น้อยกว่า 21 คน, 21 – 50 คน, 101 – 150 คน และผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์มากกว่า 200 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์51 –100 คน ,151-200 คน

ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาด พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ น้อยกว่า 21 คน และ 21 – 50 คน เห็นว่า ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาดเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 51 – 100 คน , 101 – 150 คน และ151 – 200 คน และผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ มากกว่า 200 คน เห็นว่า ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาดเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 51 – 100 คน , 101 – 150 คน และ151 – 200 คน

ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้น พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 101 – 150 คน เห็นว่า ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้นเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 21 – 50 คน และผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 151 – 200 คน เห็นว่า ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้นเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์น้อยกว่า 21 คน,101 – 150 คน และผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์มากกว่า 200 คน เห็นว่า ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้นเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 101-150 คน

ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 51 – 100 คน เห็นว่า ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้นเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ มากกว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์น้อยกว่า 21 คน, 21-50 คน และ ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 101 – 150 คน เห็นว่า ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียง

ในการซื้อขายมากขึ้นเป็นปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ น้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ 51 – 100 คน

สมมติฐานข้อที่ 7 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 8 ผู้ประกอบการที่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซด์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 9 ผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยีที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 10 ผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

สมมติฐานข้อที่ 11 ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ในด้านการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ด้านการประหยัดเวลากระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาด ด้านการลดจำนวนชั้นในการติดต่อผ่านคนกลาง ด้านผู้ขายเข้าถึงผู้ซื้อได้กว้างขึ้น ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้น ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น ด้านการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้น และด้านการเพิ่มความได้เปรียบกับคู่แข่งทางการทำธุรกิจไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ในด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในกลุ่ม ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ด้านการเงิน และโดยภาพรวม ส่วนปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ในด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า จะพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ในด้านลูกค้า ด้านกระบวนการ

ภายในกลุ่ม ด้านการเรียนรู้และพัฒนา แต่จะกลับพบว่ามีความสัมพันธ์ในด้านการเงิน และโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ (r = 0.166 และ r = 0.122 ตามลำดับ) นั่นคือ ถ้าผู้ประกอบการเห็นว่าด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นปัจจัยจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มาก จะเห็นว่าด้านการเงิน และโดยภาพรวมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจมากขึ้นด้วย

อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาใช้กับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในกลุ่มภาคกลางฝั่งตะวันออก ผู้วิจัยได้ค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้และได้นำประเด็นต่าง ๆ มาอภิปรายผลซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ในยุคปัจจุบันที่มีการติดต่อสื่อสารไร้พรมแดนด้วยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีผู้บริโภคเป็นจำนวนมากที่ใช้ประโยชน์จากสื่อประเภทนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด จึงทำให้ผู้ประกอบธุรกิจทั้งขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นเป็นจำนวนมาก และผลจากการวิจัยความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาใช้ของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นทัศนคติที่ดีและยอมรับนวัตกรรม เพราะการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้ผู้ประกอบการรู้สึกว่าได้รับประโยชน์มากกว่าการซื้อแบบเดิม เช่น สามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้มากมายหลายประเภท และจากทุกมุมโลก ประหยัดเงิน ประหยัดเวลาในการเลือกตั้งและลดขั้นตอนทางการตลาด ได้รับความสะดวกกว่า รวดเร็วกว่า ได้รับข้อมูลมากกว่า สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา หรือเป็นการแสดงสถานะทางสังคม ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการได้รับความพอใจมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ คัดนางค์ แจ้งใจ (2533, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสถานภาพและแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการทำงาน คือ สามารถประหยัดเวลาในด้านต่าง ๆ ค้นคว้าง่าย สามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ การวางแผน การบริหารงาน และการแก้ไขปัญหา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัติมา งามสง่า (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัญหาอุปสรรคต่อผู้ประกอบการในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า เหตุผลที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต คือ สะดวก และรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินทาง และสอดคล้องกับความหมายของอินเทอร์เน็ต ที่ นิภาภรณ์ คำเจริญ (2544, หน้า 19) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ระบบที่

สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกันได้ ซึ่งทำให้เราสามารถโอนย้ายข้อมูล ติดต่อสื่อสารและค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลไกล ๆ ได้โดยใช้ระยะเวลาอันสั้น สะดวกรวดเร็ว และประหยัดรายจ่าย เป็นต้น

2. จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่มีประเภทของการจดทะเบียนการค้าที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจด้านการเงินแตกต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นประเภทนิติบุคคลมากกว่าประเภทบุคคลธรรมดา เนื่องจากระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำเป็นต้องมีการลงทุนในส่วนของคอมพิวเตอร์ ระบบการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายและระบบการชำระเงิน และคุณลักษณะผลตอบแทนจากการลงทุนในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการบริหารการขาย ถ้าการบริการมีมาตรฐานสูง โดยไม่ต้องมีการปรับเปลี่ยนบ่อย ๆ หรือถ้าธุรกิจเข้าถึงผู้บริโภค จะทำให้ใช้งบประมาณในด้านสารสนเทศเพียงเล็กน้อยเท่านั้น การลงทุนด้านการตลาดขึ้นอยู่กับการทำอย่างไรให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นบนระบบเครือข่ายนั้น จะมีค่าใช้จ่ายสำหรับทรัพยากรทางการตลาดในการเริ่มทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากกว่า ธุรกิจที่มีอยู่แล้วย้ายมาทำธุรกิจบนเครือข่าย การลงทุนในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการตลาดนี้ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งก่อให้เกิดผลตอบแทนอย่างมากมายให้กับธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ สกุลศิรจิตร (2548, หน้า 109) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดแบบองค์รวมกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กนิกส์ในประเทศไทย และเปรียบเทียบลักษณะบางประการของธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการตลาดแบบองค์รวม พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยส่วนใหญ่จดทะเบียนในลักษณะบริษัทจำกัด และยังพบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจโดยรวม และเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านการเงินและด้านกระบวนการภายในกลุ่มและสอดคล้องกับงานวิจัยของ นารีรัตน์ เทศสูงเนิน (2545, หน้า 92) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทั้งแง่การเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา วัฒนธรรม ในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า มีความเป็นไปได้ในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นไปได้เชิงสังคมเชิงเศรษฐกิจ และเศรษฐ์สังคม ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้มีความเป็นไปได้คือ ปัจจัยทางด้านการเงิน

3. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่แตกต่าง พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นแตกต่างกัน ดังนี้

ด้านการประหยัดเวลา กระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว จากการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าสามารถลดขั้นตอนการดำเนินงาน การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสินค้า OTOP ให้กับลูกค้า อีกทั้งสามารถเพิ่มความรวดเร็วและถูกต้องในการทำงานขององค์การ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัต จันดาโชติ (2547, หน้า 112) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทยและ เปรียบเทียบลักษณะบางประการที่มีความสำคัญกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะหลักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงาน เมื่อพิจาณาลักษณะหลักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นรายด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านการประหยัดเวลากระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ โรจนอำนวย (2545, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจผู้บริโภคของไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายและระบบสนับสนุนการซื้อขาย (Promotion and Sales Support) เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์โดยตรงที่จะทำให้มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายและผลตอบแทนจากการลงทุน รวมถึงการมีระบบสนับสนุนการซื้อขายที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคบนเว็บเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยนี้

ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อแบบทางผู้ซื้อสามารถสื่อกลับไปยังบริษัทว่าต้องการสินค้าหรือบริการในลักษณะไหน ราคาเท่าใดจึงจะเหมาะสม ก็สามารถทำได้โดยสะดวก แรงผลักดันที่สำคัญ คือ โอกาสที่ผู้บริโภคจะสามารถตั้งราคาสินค้าของตนเองได้ แล้วให้ผู้ขายแข่งขันกันเพื่อขายสินค้าตามราคานั้น นอกจากนี้ผู้ซื้อสามารถรวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการซื้อสินค้าแล้วตกลงกับผู้ขายได้อีกด้วยปัจจุบันมีเว็บไซต์ เช่น mobshop.com ซึ่งทำหน้าที่รวบรวมความต้องการสินค้าของผู้ซื้อหลาย ๆ รายผ่านทางอินเทอร์เน็ตหากสินค้าอย่างหนึ่งมีจำนวนผู้ซื้อมากขึ้น ผู้จัดจำหน่ายก็จะยินดีขายสินค้าชิ้นนั้นในราคาลงตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัต จันดาโชติ (2547, หน้า 112) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทยและ เปรียบเทียบลักษณะบางประการที่มีความสำคัญกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ พบว่า ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า พบว่าในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศลูกค้ามีศักยภาพในการค้นสินค้าที่ต้องการ รู้ข้อมูลเกี่ยวกับราคาในการจัดจำหน่ายทันที จำนวนสินค้า รู้สถานภาพของสินค้าที่สั่ง เช่น กำลังผลิตอยู่กำลังส่งของระยะเวลาที่ลูกค้าที่รับของที่แน่นอน สอดคล้องกับแนวคิดของ เสกสรร สายสีสด (ออนไลน์, 2544) ได้อธิบายระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดไว้ว่า ลูกค้ามีศักยภาพในการค้นสินค้าที่ต้องการรู้ข้อมูล เกี่ยวกับราคาในการจัดจำหน่ายทันที จำนวนสินค้า รู้สถานภาพของสินค้าที่สั่ง เช่น กำลังผลิตอยู่กำลังส่งของระยะเวลาที่ลูกค้าที่รับของที่แน่นอน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัต จันดาโชติ (2547, หน้า 112) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทย ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะหลักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงาน จากการพิจาณาลักษณะหลักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประหยัดเวลากระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็วมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนาภรณ์ นิลจินดา (2549, หน้า 105) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเภทคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพในการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ เช่น ธุรกิจมีการสร้างเครือข่ายเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น การร่วมลงทุนในเทคโนโลยีที่มีราคาแพง ด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น ธุรกิจมีการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้องตรงกับความต้องการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

4. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่มีงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องใช้งบประมาณในการลงทุนทางด้านการจัดการและเทคโนโลยี ค่าใช้จ่ายทางด้านการจัดทำระบบ ใช้งบประมาณลงทุนน้อย เงินลงทุนที่ใช้เพียงค่าสมาชิกอินเทอร์เน็ตคอมพิวเตอร์โมเด็มและค่าโปรแกรม E – Commerce นอกจากนี้ยังมีการซื้อโปรแกรมระบบ E – Commerce ในอัตราเดือนละไม่ถึง 500 บาท ก็เป็นอันเสร็จสิ้น แต่หากไม่มีคอมพิวเตอร์ โมเด็ม และไม่ได้เป็นสมาชิกอินเทอร์เน็ตเลยก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ได้แก่ ค่าเครื่องคอมพิวเตอร์ประมาณ 25,000 บาท ค่าโมเด็มประมาณ 3,000 บาท และค่าสมาชิกอินเทอร์เน็ตประมาณเดือนละ 500 บาท หรือรวมเบ็ดเสร็จแล้วลงทุนทั้งหมดอยู่ในราว 30,000 บาท ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้ต้องขึ้นอยู่กับความพร้อมในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์เท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ กาญจนา-ภรณ์ นิลจินดา (2549, หน้า 105) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเภทคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีจำนวนเงินทุนจดทะเบียนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แตกต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีจำนวนเงินทุนจดทะเบียนเริ่มต้นแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันแตกต่างกัน

5. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยรวมและรายด้าน ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาด ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้น ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้นแตกต่างกัน ดังนี้

ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยรวม เนื่องจากผู้ประกอบการมีความคิดเห็น เมื่อนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการ ส่งผลให้การไหลเวียนของธุรกิจเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องแล้ว บริษัทจะสามารถลดต้นทุนในการดำเนินการได้ และยิ่งไปกว่านั้นยังสามารถนำสารสนเทศเหล่านี้มาใช้ปรับปรุงในการทำงานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhu & Kraemer (2002, Abstract) ได้ศึกษารูปแบบโครงสร้างการวัดความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ ผลการวิเคราะห์ แสดงให้เห็นว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กันกับไอที พบว่า การขายสินค้าแบบเดิมมีส่วนทำให้ต้นทุนของสินค้าเพิ่มขึ้น สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมที่มีพฤติกรรมการค้าขายแบบเดิม ๆ แต่โรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยมีผลทำให้ต้นทุนต่างกันโดยสิ้นเชิง

ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาด เนื่องจากระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถทำให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าหรือบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากสถานที่ทั่วโลก (Anywhere Anytime) การทำธุรกิจได้ตลอดเวลา ผู้ขายสามารถเปิดร้านได้ 365 วัน 24 ชั่วโมง โดยมีมาตรฐานคงที่ ซึ่งคุณลักษณะข้อนี้ได้เปรียบกับการค้าแบบดั้งเดิม และยังเพิ่มความสะดวกในการติดต่อซื้อขายระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย โดยสามารถทำการค้นหารายละเอียด ข้อมูลสินค้า ราคาต่อหน่วย ตลอดจนการติดต่อกับผู้ขาย สอดคล้องกับแนวคิดของ อัจฉรา จันทรแสงอรุณ และคณะ (2543, หน้า 10) ให้ความหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ว่า (Electronic Commerce) หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่เป็นการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ โทรสาร มีลักษณะที่สำคัญคือ ผู้ซื้อกับผู้ขายสามารถติดต่อกันได้ตลอด 24

ชั่วโมง ผู้ขายสามารถโฆษณาขายสินค้าและบริการของตนเองไปได้ทั่วโลก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bergendahl (2005, pp. 363 – 367) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแบบจำลองของการลงทุนในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในมุมมองทางด้านการเงิน พบว่า การใช้ระบบคอมพิวเตอร์สำหรับการตลาดออนไลน์ไปยัง ลูกค้าเดิมที่มีศักยภาพ หน้าที่ของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ใช่เพียง เพื่อขายสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายเท่านั้น แต่หน้าที่หลักคือ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ข้อเสนอแนะและการบริการใหม่ ๆ

ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้น เนื่องจากผู้ซื้อเองก็สามารถเลือกผู้ขายได้โดยมีข้อจำกัดน้อยลงเช่นกัน (นภดล กมลวิลาศเสถียร, 2544, หน้า 34) ในโลกทางกายภาพ หากผู้ซื้อเดินเข้าไปเลือกซื้อเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้าแห่งอื่นอีก เพื่อเปรียบเทียบราคาของเสื้อผ้าชุดนั้นและเลือกซื้อจากแหล่งที่ถูกที่สุด เนื่องจากทุนในการเดินทางและการค้นหานั้นสูงกว่าเงินที่ประหยัดไปได้แต่ในโลกของอินเทอร์เน็ตแล้วร้านค้า ทุกแห่งสามารถเข้าถึงได้เพียงการคลิกเมาส์เท่านั้น นอกจากนี้ยังมีซอฟต์แวร์ซึ่งสามารถเปรียบเทียบราคาของสินค้าตัวเดียวกัน จากร้านค้านับสิบแห่งบนอินเทอร์เน็ตมาแสดงให้ดูได้ในทีเดียว (เช่น compareNet หรือ mysimon.com) เมื่อผู้ซื้อเลือกร้านค้าที่ดีที่สุดได้ แล้วเขาก็เพียงแต่คลิกเมาส์อีกครั้งเดียวก็สามารถไปถึงร้านนั้นได้ทันที พัฒนาการ อันนี้ทำให้ต้นทุนของการค้นหาและเปรียบเทียบสินค้าลดเหลือใกล้เคียงศูนย์ ระบบการป้องกันของผู้จ่ายที่สร้างขึ้นจากการขาดข้อมูลของผู้บริโภคจึงหายไป ผู้ขายที่สามารถขายสินค้าได้ในต้นทุนที่ต่ำที่สุดมีผลิตภัณฑ์ ที่มีจุดเด่นเป็นพิเศษ มีบริการหรือวิธีการอื่น ๆ ที่สร้างความแตกต่างให้กับตนเองจึงสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ธุรกิจประเภทที่ขายของในลักษณะฉันเอาด้วยจะถูกกลืนหายไปอย่างรวดเร็ว เพราะไม่มีการป้องกันที่เคยมีอยู่ในโลกทางกายภาพอีกต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรานี อู่ตะเภา (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: ศึกษาพฤติกรรม ความคิดเห็นและปัญหาของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยโดยรวมและเป็นรายด้าน จำนวน 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับมาก โดยมีรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในแต่ละด้านดังนี้ ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ค้นหาสินค้าและบริการได้ง่ายและรวดเร็ว ได้รับข้อมูลสินค้าและบริการที่ทันสมัย มีสินค้าและบริการให้เลือกมากมายหลายประเภท และประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร

ด้านผู้ซื้อมีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคจะรู้จักและเกิดความรู้ในตัวสินค้า (Product Knowledge) เกิดการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของสินค้าจากข้อมูลบนจอคอมพิวเตอร์ได้โดยตรง (กิตติ สิริพัลลภ, 2543, หน้า 45) สินค้าบางประเภทจะถูกจัดส่งให้

ลูกค้าได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว เช่น การดาวน์โหลดเพลงหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อดีของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าน้อยลง เพราะผู้ขายไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายทางด้านคนกลาง นอกจากนี้ผู้ขายมักจะขายในราคาใกล้เคียงกับคู่แข่งขันเพราะผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบราคาได้อย่างสะดวกและรวดเร็วสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพัต จันดาโชติ (2547, หน้า 112) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทยและเปรียบเทียบลักษณะบางประการที่มีความสำคัญกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ผลจากทดสอบสมมติฐาน ลักษณะหลักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงาน ด้านผู้ซื้อมีสิทธิ์มีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น

6. จากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์ในด้านการเงินและโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ นั่นคือ ถ้าผู้ประกอบการเห็นว่าด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นปัจจัยจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มาก จะเห็นว่าด้านการเงิน และโดยภาพรวมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจมากขึ้นด้วย เนื่องจากตลาดของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นตลาดที่เกิดขึ้นใหม่ แต่ลักษณะเฉพาะของธุรกิจนี้คือไม่มีข้อจำกัดทั้งด้านเวลาและสถานที่ รวมทั้งเป็นตลาดที่กว้างใหญ่ไพศาล มูลค่าของการตลาดสูง การขายสินค้าต้องแข่งขันกับคนทั้งโลกการเปิดและการปิดการขายในแต่ละครั้ง จึงจำเป็นจะต้องนำเอากลยุทธ์ทุกรูปแบบมาใช้เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ซื้อสินค้า และทำให้เกิดโอกาสในการซื้อซ้ำให้ได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bushnell (1998 ,Abstract) ได้ศึกษาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการลดต้นทุนการจัดการร่วมกัน การขาย การสั่งซื้อ การจัดส่ง การประกัน และการจ่ายเงิน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีต้นทุนการจัดการที่ต่ำ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในระดับสูงเป็นการ ประสานงานของกระบวนการต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ สกุลศิรจิตร (2548,หน้า 109) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดแบบองค์รวม กับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กนิกส์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การตลาดแบบองค์รวม ด้านการกระจายข้อมูลข่าวสาร ด้านความไวในการรับรู้เพื่อตอบสนองและด้านระบบตามเวลาจริง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตลาดแบบองค์รวม ด้านความไวในการรับรู้เพื่อตอบสนอง ด้านเศรษฐกิจไร้พรมแดน ด้านตลาดภิบาล และด้านระบบตามเวลาจริง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการเงินและด้านลูกค้า

7. ผลจากการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ งบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและ

เทคโนโลยี จำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างกัน เนื่องจากระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ฉัททวุฒิ พืชผล, 2541, หน้า 27) ยังก่อให้เกิดประโยชน์มากมายกับธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งไม่เพียงแต่จะสร้างโอกาสใหม่ ๆ ของการทำธุรกิจแต่ยังทำให้การทำธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มเดิมนั้นเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว การติดต่องานด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ลดงานเอกสาร และลดค่าใช้จ่ายลง เช่น การออกเอกสารต่าง ๆ การใช้เว็บเพจและอีเมล์ติดต่อลูกค้าทำให้การบริการหลังการขายสะดวกรวดเร็วขึ้น เมื่อข้อมูลต่าง ๆ อยู่ในรูปของดิจิตอลมากขึ้น ก็สามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhu & Kraemer (2002, Abstract) ได้ศึกษารูปแบบโครงสร้างการวัดความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำลังเป็นที่สนใจแก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และได้แรงสนับสนุนจากภาครัฐในการผลักดันให้เกิดการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่าง ๆ อันจะส่งให้แนวโน้มของการปรกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเพิ่มขึ้นต่อไป เหตุผลของการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในไทยจะขึ้นอยู่กับรายได้ และผลประโยชน์ที่ได้รับ เนื่องจากการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถลดต้นทุน เช่น ค่าเช่าร้าน ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งหน้าร้าน ลดการจ้างพนักงานจำนวนมาก สามารถขายสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง การเจริญเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะขึ้นอยู่กับความนิยมใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก รูปแบบของการขายสินค้าและบริการในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีทั้งแบบธุรกิจกับธุรกิจ และธุรกิจกับผู้บริโภค โอกาสทางการตลาดของสินค้าและบริการในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีได้ทั้งเป็นผู้ประกอบการตัวกลางสารสนเทศ ผู้ขายสินค้าและบริการ และผู้ให้บริการสนับสนุนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แนวโน้มของการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบธุรกิจแบบธุรกิจต่อธุรกิจ (Business to Business) จึงควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการให้มีเพิ่มมากขึ้น เพราะว่าเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูง และมีแนวโน้มที่เติบโตกว่าธุรกิจประเภท ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Customer)

2. ผู้ประกอบการมีงบประมาณที่ใช้ในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยียังมีมูลค่าน้อยกว่า 100,000 บาท ซึ่งถือว่ายังน้อยเกินไปสำหรับการลงทุนในระยะต่อไป และเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ พัฒนาข้อมูล และบำรุงรักษาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการจ้างผู้จัดทำระบบหรือบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้การสนับสนุนงบประมาณในด้านการลงทุนการจัดการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีการทำงานเป็นทีมพร้อมกับพัฒนาระบบการทำงานอย่างต่อเนื่อง มีการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ สิ่งเหล่านั้นจะนำไปสู่การยอมรับในการบริการลูกค้า ซึ่งเป้าหมายของผู้ประกอบการ คือ การเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดและมีลูกค้าซื้อสินค้ามากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งสิ่งที่สามารถดึงเวลาผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ให้ได้มากที่สุด คือการจัดการระบบสัญญาณที่เร็วไม่ทำให้ลูกค้ารอนานและการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ เป็นต้น

3. ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ สามารถเพิ่มช่องทางในการขยายตลาดให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ได้มาก เนื่องจากการแข่งขันที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์นั้น ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าจากการนำเสนอรายละเอียดข้อมูลบนเว็บไซต์ ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ได้เผชิญหน้ากัน ดังนั้น เมื่อมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์สิ่งที่ต้องทำให้ผู้เข้าชมเว็บได้รับประโยชน์มากที่สุด จากการนำเสนอบริการที่ยอดเยี่ยม ซึ่งต้องทำให้สิ่งที่ลูกค้ามองหาสินค้าหรือบริการ ทำให้แน่ใจว่ามันดีอย่างแท้จริง พัฒนาและทำทุกอย่างให้มันใช้งานได้ ความสามารถในการเข้าถึงเว็บเพื่อพัฒนาและสร้างความหลากหลายแก่ผู้ใช้งาน ควรมีรูปแบบธุรกิจให้บริการ “ฟรี” บนอินเทอร์เน็ต และพัฒนากลยุทธ์ การหารายได้จากการโฆษณา สิ่งเหล่านี้จะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและยั่งยืนต่อไป

4. จากผลการวิจัย ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สามารถประหยัดเวลาและทำให้กระบวนการบริหารงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับประโยชน์และความสำคัญของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ฉัททวุฒิ พืชผล, 2541, หน้า 27) ด้านข้อดีของการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผู้ประกอบการ คือ ประหยัดเวลาและลดขั้นตอนทางการตลาด เนื่องจากไม่ต้องใช้เวลาในการผลิตสื่อทั้งทางด้านการประสานงาน ลดขั้นตอนการใช้พนักงานขายในการเข้าพบลูกค้า ผู้ประกอบการสามารถเสนอข้อมูลให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง และเมื่อลูกค้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติมหรือเฉพาะเจาะจงผู้ประกอบการก็สามารถจัดทำได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้การซื้อขายสะดวกขึ้น ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะการควบคุมดูแลเรื่องสินค้า

เพื่อนำมาประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ต่อไป

5. ผู้ประกอบการประสบปัญหาทางด้านงบประมาณลงทุน ทางด้านการจัดการและเทคโนโลยีในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ดังนั้น ภาครัฐควรจะให้การสนับสนุนต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งเป็นธุรกิจระดับรากหญ้าให้มีความเข้มแข็ง โดยเฉพาะในส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ ในการพัฒนาความรู้ การเผยแพร่ความรู้และจัดการอบรมเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การซื้อและการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์ให้มากขึ้น รวมทั้งควรคัดเลือกผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์มาบริหารงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ซึ่งสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้สามารถพัฒนางานให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นและทันยุคทันสมัย อีกทั้งสามารถเข้าสู่การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในด้านปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. ควรมีการศึกษาวิจัยปัจจัยที่ทำให้การประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบผลสำเร็จหรือไม่ประสบผลสำเร็จ

3. ควรมีการศึกษาวิจัยการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในการประกอบการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ของไทย

4. ควรมีการทำงานวิจัยถึงความต้องการและค้นหาสาเหตุที่นักธุรกิจยังไม่เข้าร่วมในการประกอบกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business)