

บทที่ 4

รายงานผลการศึกษา

การสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) ต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จากแบบสอบถามได้รับกลับคืน จำนวน 48 ฉบับ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา สามารถรายงานผล โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- 1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 2 ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- 2.1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ ปัจจัยส่งเสริม ปัญหาอุปสรรคของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.3 พฤติกรรมในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบธุรกิจ

ตอนที่ 3 ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตาม

- 3.1 ประเภทการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม
- 3.2 สถานที่จำหน่ายสินค้าที่ผลิต
- 3.3 ลักษณะการลงทุน

4.1 ข้อมูลทั่วไป

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้จากการศึกษา แสดงไว้ในตารางที่ 3 ถึง ตารางที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	19	39.6%
หญิง	29	60.4%
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.4 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 39.6

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
30-40 ปี	40	83.3%
41-50 ปี	6	12.5%
51-60 ปี	2	4.2%
61-70 ปี	-	-
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 30-40 ปี ร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 12.5 และมีอายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 4.2

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	12.5%
ปริญญาตรี	39	81.3%
ปริญญาโท	3	6.3%
ปริญญาเอก	-	-
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 81.3 รองลงมา คือ สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.5 และมีเพียงร้อยละ 6.3 ที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในบริษัทปัจจุบัน

ตำแหน่งในบริษัทปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการบริษัท	1	2.1%
ผู้จัดการบริษัท	8	16.7%
ผู้จัดการ/หัวหน้าแผนก	22	45.8%
ผู้บริหารในตำแหน่งอื่น ๆ	4	8.3%
ผู้ที่ได้รับมอบหมายแทนจากบริษัท	13	27.1%
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งในบริษัทเป็นผู้จัดการ/หัวหน้าแผนก ร้อยละ 45.8 รองลงมา คือ เป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายแทนจากบริษัท ร้อยละ 27.1 ผู้จัดการบริษัท ร้อยละ 16.7 ผู้บริหารในตำแหน่งอื่น ๆ เช่น หัวหน้างาน ร้อยละ 8.3 และมีเพียงร้อยละ 2.1 ที่เป็นกรรมการบริษัท

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการทำงานในบริษัท ปัจจุบัน

ระยะเวลาการทำงานในบริษัทปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	22	45.8%
6-10 ปี	15	31.3%
11-15 ปี	11	22.9%
16-20 ปี	-	-
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการทำงานในบริษัทปัจจุบันระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 45.8 รองลงมา คือ มีอายุการทำงานระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 31.3 และมีอายุการทำงานระหว่าง 11-15 ปี ร้อยละ 22.9

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยทราบ/ศึกษาความรู้ เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การเคยทราบ/เคยศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
เคยทราบ/เคยศึกษา	41	85.4%
ไม่เคยทราบ/ไม่เคยศึกษา	7	14.6%
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยทราบหรือเคยศึกษาความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 85.4 และไม่เคยทราบหรือไม่เคยศึกษาความรู้เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 14.6

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่มาของการทราบ/ศึกษาความรู้เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แหล่งที่มาของการทราบ/ศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ	33	80.4%
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ	31	75.0%
การอบรมจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน	13	31.7%
สถาบันการศึกษาที่สำเร็จการศึกษา	10	24.3%

หมายเหตุ : เฉพาะผู้ที่เคยทราบ/เคยศึกษาความรู้เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทราบหรือศึกษาความรู้เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้รับแหล่งความรู้มาจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ ร้อยละ 80.4 รองลงมา คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ร้อยละ 75.0 จากการอบรมจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน ร้อยละ 31.7 และจากสถาบันการศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ร้อยละ 24.3

4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้จากการศึกษา แสดงไว้ในตารางที่ 10 ถึงตารางที่ 14 ดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม

ประเภทการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
อุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	15	31.3%
อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร	5	10.4%
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม	3	6.3%
อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักร/เครื่องยนต์	2	4.3%
อุตสาหกรรมผ้า	2	4.2%
อุตสาหกรรมอาหารสัตว์	1	2.2%
อุตสาหกรรมเครื่องหนัง	1	2.2%
อุตสาหกรรมบริการ	1	2.1%
อุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ	18	37.5%
รวม	48	100.0%

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์และของใช้ ฯลฯ

จากตารางที่ 10 พบว่า ประเภทการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นอุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 31.3 รองลงมา คือ อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร ร้อยละ 10.4 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม ร้อยละ 6.3 อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักร/เครื่องยนต์ และอุตสาหกรรมผ้า ร้อยละ 4.2 ส่วนอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ อุตสาหกรรมเครื่องหนัง และอุตสาหกรรมบริการมีเพียงร้อยละ 2.1 อุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์และของใช้ ฯลฯ ร้อยละ 37.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจำหน่ายสินค้าที่ผลิต

การจำหน่ายสินค้าที่ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
จำหน่ายภายในและต่างประเทศ	20	41.7%
จำหน่ายต่างประเทศ	19	39.6%
จำหน่ายภายในประเทศ	9	18.8%
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 11 พบว่า การจำหน่ายสินค้าที่ผลิตของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม คือ จำหน่ายภายในและต่างประเทศ ร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ จำหน่ายต่างประเทศ ร้อยละ 39.6 และ จำหน่ายภายในประเทศ ร้อยละ 18.8

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการภายในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน)

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	8	16.7%
6-10 ปี	14	29.2%
11-15 ปี	26	54.2%
16-20 ปี	-	-
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 12 พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการภายในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) ของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาระหว่าง 11-15 ปี ร้อยละ 54.2 รองลงมา คือ ระยะเวลาระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 29.2 และระยะเวลาระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 16.7

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน)

จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 คน	15	31.1%
101-500คน	22	45.8%
501-1,000 คน	3	6.3%
มากกว่า 1,000 คน	8	16.7%
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 13 พบว่า จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) มีจำนวนระหว่าง 101-500 คน ร้อยละ 45.8 รองลงมา คือ มีจำนวนน้อยกว่า 100 คน ร้อยละ 31.1 จำนวนมากกว่า 1,000 คน ร้อยละ 16.7 และจำนวนระหว่าง 501-1,000 คน ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการลงทุน

ลักษณะการลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทลงทุนของต่างประเทศ	27	56.3%
บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ	14	29.2%
บริษัทลงทุนของไทย	7	14.6%
รวม	48	100.0%

จากตารางที่ 14 พบว่า ลักษณะการลงทุนของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นบริษัทลงทุนของต่างประเทศได้แก่ประเทศ เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ อเมริกา เกาหลี ญี่ปุ่น และอินเดีย ร้อยละ 56.3 รองลงมา คือ บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน และออสเตรเลีย ร้อยละ 29.2 และบริษัทลงทุนของไทย ร้อยละ 14.6

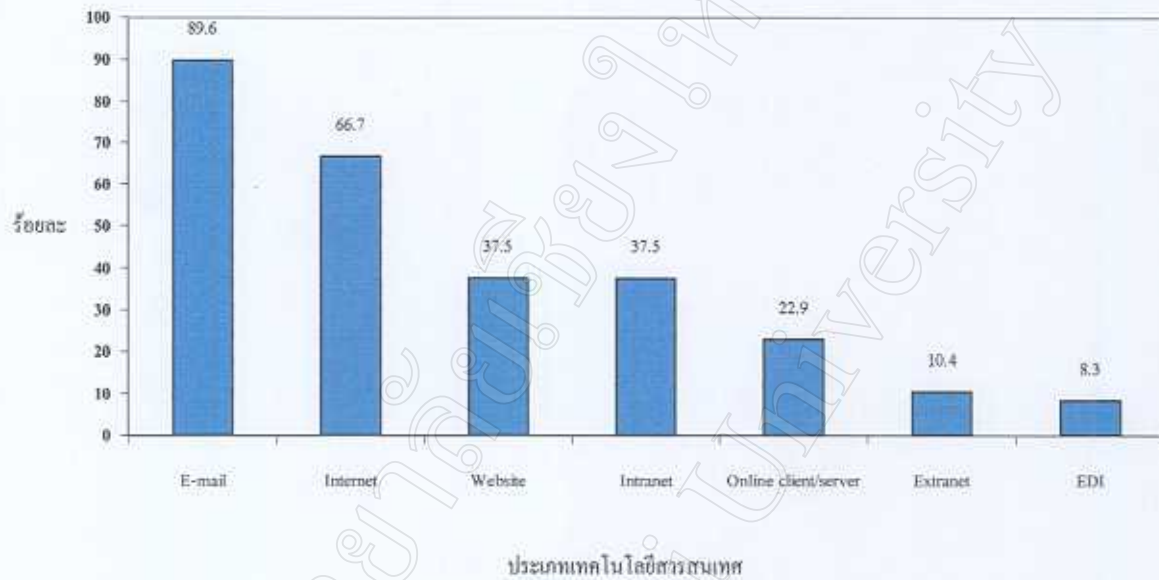
4.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ได้จากการศึกษา แสดงไว้ในตารางที่ 15 ถึงตารางที่ 28 ดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทเทคโนโลยีสารสนเทศ	จำนวน	ร้อยละ
E-mail	43	89.6%
Internet	32	66.7%
Website	18	37.5%
Intranet	18	37.5%
Online client/server computer	11	22.9%
Extranet	5	10.4%
EDI	4	8.3%

กราฟที่ 1 แสดงร้อยละของข้อมูลของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

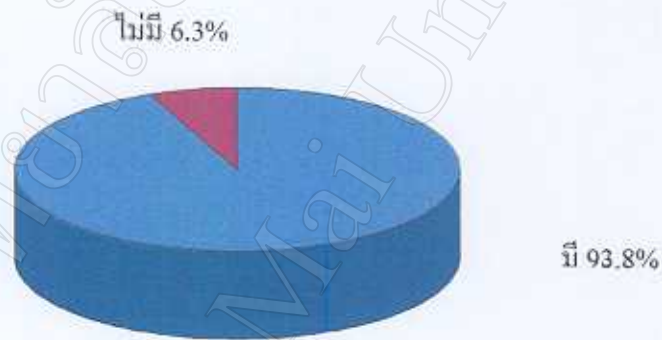


จากตารางที่ 15 และกราฟที่ 1 พบว่า ประเภทการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้ E-mail ร้อยละ 89.6 รองลงมา คือ มีการใช้ Internet ร้อยละ 66.7 การใช้ Website และ Intranet ร้อยละ 37.5 การใช้ Online client / server computer ร้อยละ 22.9 การใช้ Extranet ร้อยละ 10.4 และมีเพียงร้อยละ 8.3 ที่มีการใช้ EDI

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของบริษัท

การเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
มี	45	93.8%
ไม่มี	3	6.3%
รวม	48	100.0%

กราฟที่ 2 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของบริษัท



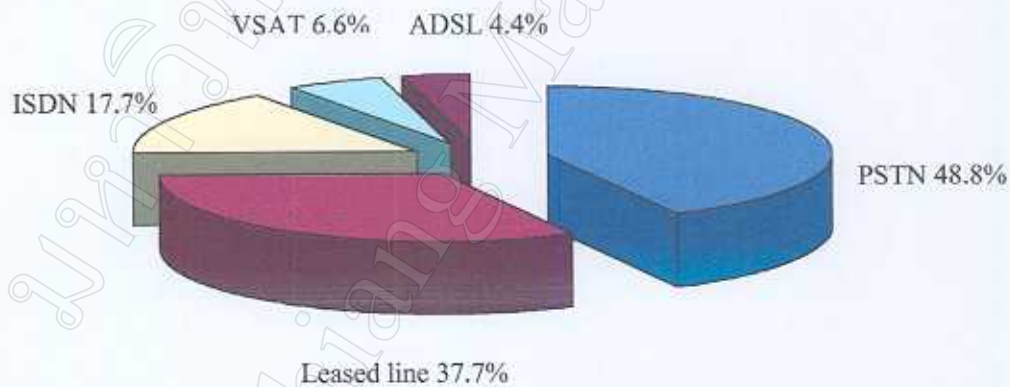
จากตารางที่ 16 และกราฟที่ 2 พบว่า บริษัทของผู้ตอบแบบสอบถามมีการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 93.8 และบริษัทที่ไม่มีการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลักษณะการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
เชื่อมต่อผ่าน Modem ไปยังระบบโทรศัพท์ PSTN	22	48.8%
เชื่อมต่อผ่านสายเช่า (Leased line)	17	37.7%
เชื่อมต่อผ่าน Modem ไปยังระบบโทรศัพท์ ISDN	8	17.7%
เชื่อมต่อผ่านจานดาวเทียม (VSAT)	3	6.6%
เชื่อมต่อผ่าน Cable modem หรือ ADSL	2	4.4%

หมายเหตุ : เฉพาะบริษัทที่มีการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

กราฟที่ 3 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

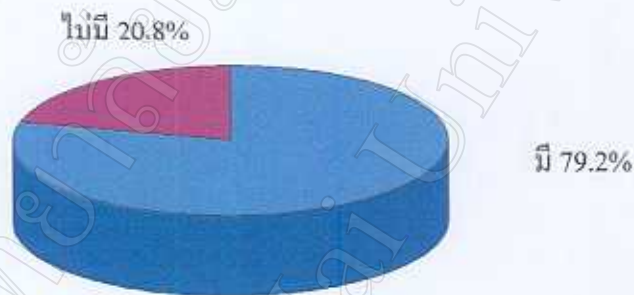


จากตารางที่ 17 และกราฟที่ 3 พบว่า ลักษณะของการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเฉพาะบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการเชื่อมต่อผ่าน Modem ไปยังระบบโทรศัพท์พื้นฐาน (PSTN) ร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ มีการเชื่อมผ่านสายเช่า (Leased line) ร้อยละ 37.7 เชื่อมต่อผ่าน Modem ไปยังระบบโทรศัพท์ ISDN ร้อยละ 17.7 เชื่อมต่อผ่านจานดาวเทียม (VSAT) ร้อยละ 6.6 และมีการเชื่อมต่อผ่าน Cable modem หรือ ADSL ร้อยละ 4.4

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการดำเนินธุรกิจ โดยใช้อินเทอร์เน็ต

การดำเนินธุรกิจโดยใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
มี	38	79.2%
ไม่มี	10	20.8%
รวม	48	100.0%

กราฟที่ 4 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการดำเนินธุรกิจ โดยใช้อินเทอร์เน็ต



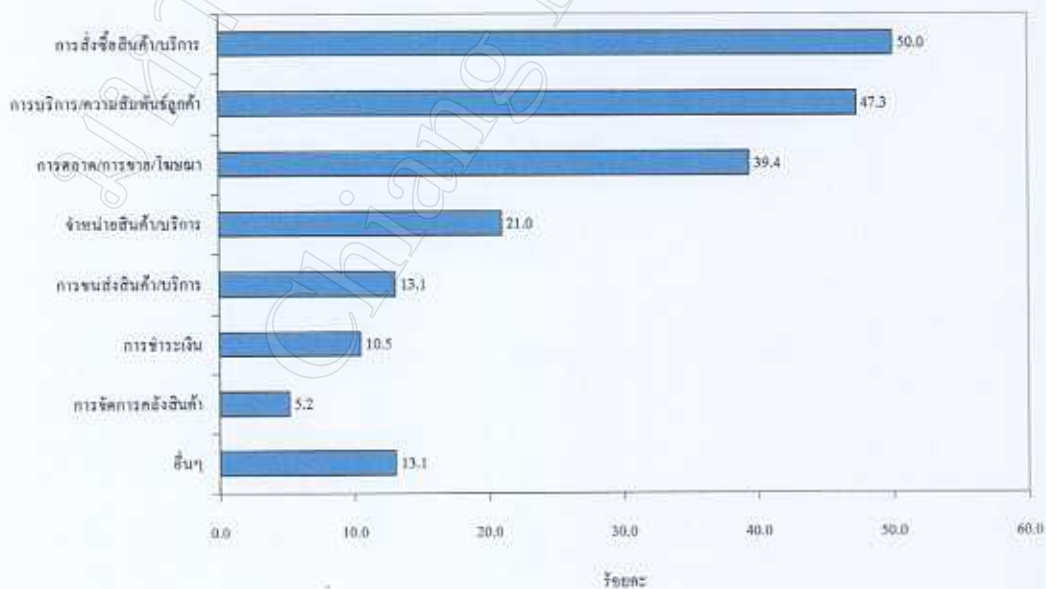
จากตารางที่ 18 และกราฟที่ 4 พบว่า บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินธุรกิจโดยใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 79.2 และบริษัทที่ไม่มีการดำเนินธุรกิจ โดยใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 20.8

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจโดยใช้อินเทอร์เน็ต (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
การสั่งซื้อสินค้าและบริการ	19	50.0%
การบริการ/ความสัมพันธ์ลูกค้า	18	47.3%
การตลาด/ส่งเสริมการขาย/โฆษณาประชาสัมพันธ์	15	39.4%
การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ	8	21.0%
การขนส่งสินค้าและบริการ	5	13.1%
การชำระเงิน	4	10.5%
การจัดการคลังสินค้า	2	5.2%
อื่น ๆ	5	13.1%

หมายเหตุ : เฉพาะบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจโดยใช้อินเทอร์เน็ต

กราฟที่ 5 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจโดยใช้อินเทอร์เน็ต

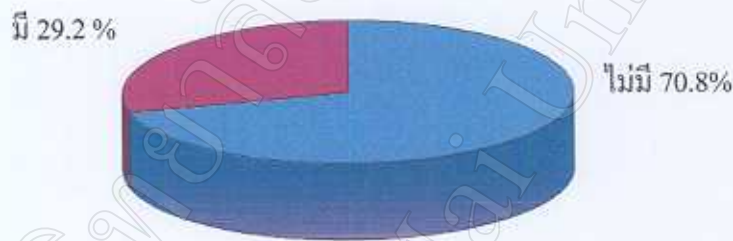


จากตารางที่ 19 และกราฟที่ 5 พบว่า บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินธุรกิจโดยใช้ อินเทอร์เน็ต มีกิจกรรมที่ใช้ คือ การสั่งซื้อและบริการ ร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ การบริการ/ความ สัมพันธ์ลูกค้า ร้อยละ 47.3 การตลาด/ส่งเสริมการขาย/โฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 39.4 การจัด จำหน่ายสินค้าและบริการ ร้อยละ 21.0 การขนส่งสินค้าและบริการ และกิจกรรมอื่นๆ เช่น การจัด เก็บข้อมูล ร้อยละ 13.1 การชำระเงิน ร้อยละ 10.5 และการจัดการคลังสินค้า มีเพียงร้อยละ 5.2

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสั่งซื้อสินค้า โดยระบบออนไลน์จากลูกค้า

การสั่งซื้อสินค้าโดยระบบออนไลน์จากลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	34	70.8%
มี	14	29.2%
รวม	48	100.0%

กราฟที่ 6 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสั่งซื้อสินค้า โดยระบบออนไลน์ จากลูกค้า



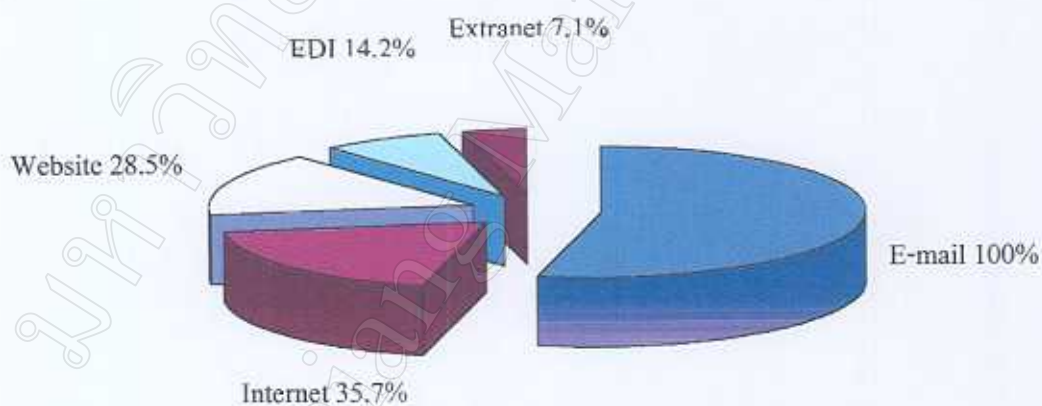
จากตารางที่ 20 และกราฟที่ 6 พบว่า บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีการสั่งซื้อสินค้า โดยระบบออนไลน์จากลูกค้า ร้อยละ 70.8 และบริษัทที่มีการสั่งซื้อ โดยระบบออนไลน์จากลูกค้า ร้อยละ 29.2

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเทคโนโลยีที่ถูกค้าใช้ในการสั่งซื้อสินค้าโดยระบบออนไลน์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เทคโนโลยีที่ถูกค้าใช้ในการสั่งซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
E-mail	14	100.0%
Internet	5	35.7%
Website	4	28.5%
EDI	2	14.2%
Extranet	1	7.1%

หมายเหตุ : เฉพาะบริษัทที่มีลูกค้าใช้บริการสั่งซื้อสินค้าโดยระบบออนไลน์

กราฟที่ 7 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเทคโนโลยีที่ถูกค้าใช้ในการสั่งซื้อสินค้าโดยระบบออนไลน์

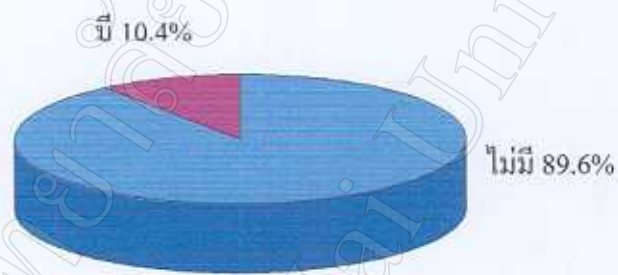


จากตารางที่ 21 และกราฟที่ 7 พบว่า เทคโนโลยีที่ถูกค้าใช้ในการสั่งซื้อสินค้าโดยระบบออนไลน์ คือ การใช้ E-mail ร้อยละ 100.0 รองลงมา คือ การใช้ Internet ร้อยละ 35.7 การใช้ Website ร้อยละ 28.5 การใช้ EDI ร้อยละ 14.2 และการใช้ Extranet ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชำระเงินโดยระบบออนไลน์จากลูกค้า

การชำระเงินโดยระบบออนไลน์จากลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	43	89.6%
มี	5	10.4%
รวม	48	100.0%

กราฟที่ 8 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชำระเงินโดยระบบออนไลน์จากลูกค้า



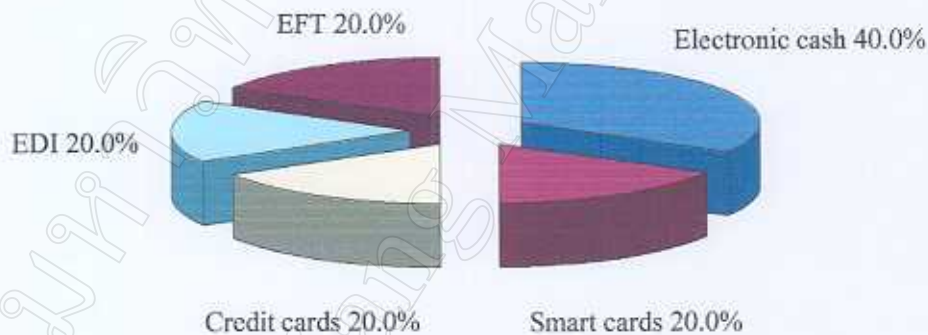
จากตารางที่ 22 และกราฟที่ 8 พบว่า บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีการชำระเงินโดยระบบออนไลน์จากลูกค้า ร้อยละ 89.6 และบริษัทที่มีการชำระเงินโดยระบบออนไลน์จากลูกค้า ร้อยละ 10.4

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเทคโนโลยีที่ถูกค่าใช้จ่ายเงินโดยระบบออนไลน์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เทคโนโลยีที่ถูกค่าใช้จ่ายเงินโดยระบบออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
Electronic cash	2	40.0%
Smart cards	1	20.0%
Credit cards	1	20.0%
EDI	1	20.0%
EFT	1	20.0%

หมายเหตุ : เฉพาะบริษัทที่มีลูกค้าชำระเงินโดยระบบออนไลน์

กราฟที่ 9 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเทคโนโลยีที่ถูกค่าใช้จ่ายเงินโดยระบบออนไลน์



จากตารางที่ 23 และกราฟที่ 9 พบว่า บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลูกค้าชำระเงินโดยระบบออนไลน์ มีเทคโนโลยีในการชำระเงิน คือ Electronic cash ร้อยละ 40.0 และมีการใช้ Smart cards, Credit cards, EDI และ EFT ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีกิจกรรมโดยผ่านระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง (Suppliers)

ระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง	จำนวน	ร้อยละ
มี	28	58.3%
ไม่มี	20	41.7%
รวม	48	100.0%

กราฟที่ 10 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีกิจกรรมโดยผ่านระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง



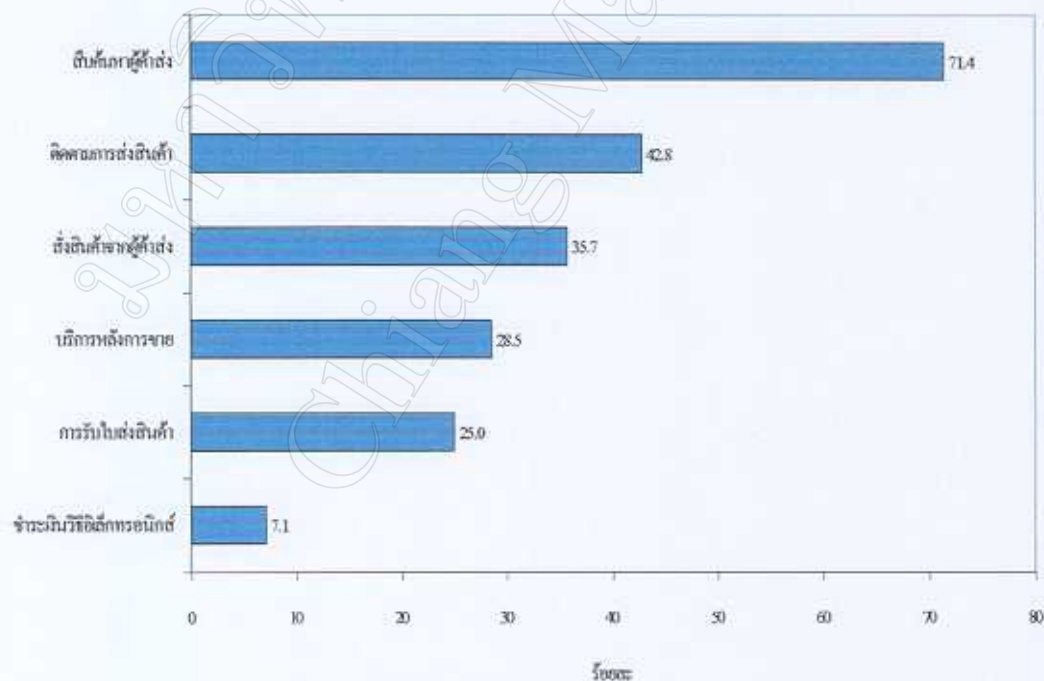
จากตารางที่ 24 และกราฟที่ 10 พบว่า บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามมีกิจกรรมโดยผ่านระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง (Suppliers) ร้อยละ 58.3 และบริษัทที่ไม่มีกิจกรรมโดยผ่านระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง ร้อยละ 41.7

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมผ่านระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

กิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
การสืบค้นหาผู้ค้าส่ง	20	71.4%
ติดตามการส่งสินค้า	12	42.8%
การส่งสินค้าจากผู้ค้าส่ง	10	35.7%
ใช้ในการบริการหลังการขาย	8	28.5%
การรับใบรับส่งสินค้าจากผู้ค้าส่ง	7	25.0%
ชำระเงินทางวิธีอิเล็กทรอนิกส์กับผู้ค้าส่ง	2	7.1%

หมายเหตุ : เฉพาะบริษัทที่มีกิจกรรมผ่านระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง

กราฟที่ 11 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมผ่านระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง

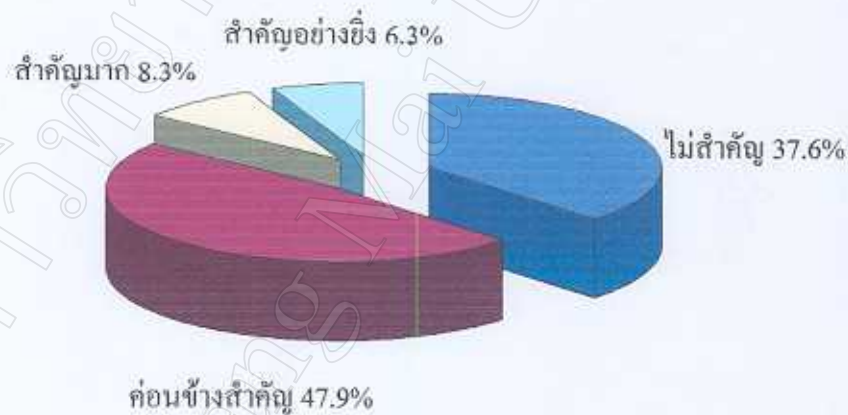


จากตารางที่ 25 และกราฟที่ 11 พบว่า บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกิจกรรมผ่านระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง มีกิจกรรม คือ การสืบค้นหาผู้ค้าส่ง ร้อยละ 71.4 รองลงมา คือ การติดตามการส่งสินค้า ร้อยละ 42.8 การส่งสินค้าจากผู้ค้าส่ง ร้อยละ 35.7 ใช้ในการบริการหลังการขาย ร้อยละ 28.5 การรับใบรับส่งสินค้าจากผู้ค้าส่ง ร้อยละ 25.0 และชำระเงินทางวิธีอิเล็กทรอนิกส์กับผู้ค้าส่ง ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการเป็นช่องทางในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศของบริษัท

ความสำคัญ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สำคัญ	18	37.6%
ค่อนข้างสำคัญ	23	47.9%
สำคัญมาก	4	8.3%
สำคัญอย่างยิ่ง	3	6.3%
รวม	48	100.0%

กราฟที่ 12 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการเป็นช่องทางในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศของบริษัท



จากตารางที่ 26 และกราฟที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการเป็นช่องทางในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศของบริษัท คิดว่าค่อนข้างสำคัญ ร้อยละ 47.9 รองลงมา คือ คิดว่าไม่สำคัญ ร้อยละ 37.6 คิดว่าสำคัญมาก ร้อยละ 8.3 และคิดว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญในการแข่งขันในปัจจุบันของบริษัท

ความสำคัญ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สำคัญ	14	29.2%
ค่อนข้างสำคัญ	20	41.7%
สำคัญมาก	11	22.9%
สำคัญอย่างยิ่ง	3	6.3%
รวม	48	100.0%

กราฟที่ 13 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญในการแข่งขันในปัจจุบันของบริษัท

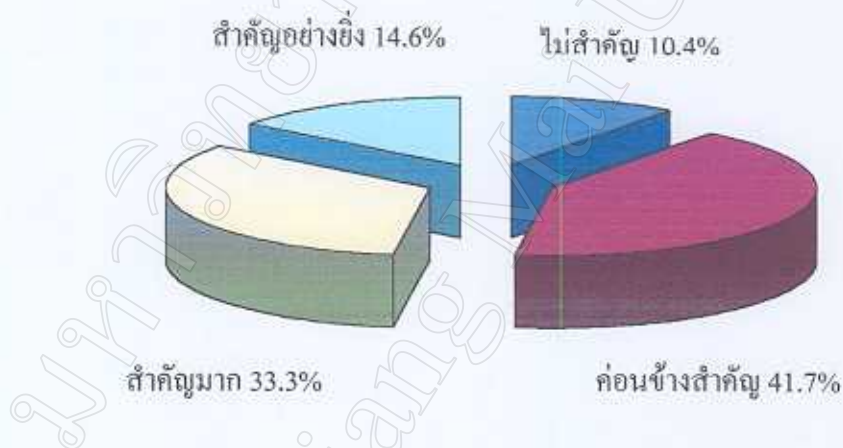


จากตารางที่ 27 และกราฟที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญในการแข่งขันในปัจจุบันของบริษัท คิดว่าค่อนข้างสำคัญ ร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ คิดว่าไม่สำคัญ ร้อยละ 29.2 คิดว่าสำคัญมาก ร้อยละ 22.9 และคิดว่าสำคัญอย่างยิ่ง ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญในการแข่งขันใน 3 ปีข้างหน้าของบริษัท

ความสำคัญ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สำคัญ	5	10.4%
ค่อนข้างสำคัญ	20	41.7%
สำคัญมาก	16	33.3%
สำคัญอย่างยิ่ง	7	14.6%
รวม	48	100.0%

กราฟที่ 14 แสดงร้อยละของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญในการแข่งขันใน 3 ปีข้างหน้าของบริษัท



จากตารางที่ 28 และกราฟที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญในการแข่งขันใน 3 ปีข้างหน้าของบริษัท คิดว่าค่อนข้างสำคัญ ร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ คิดว่าสำคัญมาก ร้อยละ 33.3 คิดว่าสำคัญอย่างยิ่ง ร้อยละ 14.6 และคิดว่าไม่สำคัญ ร้อยละ 10.4

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

4.2 ทศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4.2.1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 29 แสดงความถี่ และร้อยละของข้อมูลคำตอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ความรู้ความเข้าใจ	ตอบใช่	ตอบไม่ใช่	ตอบไม่ทราบ	ไม่ตอบ	รวม
1. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์	44 91.7%	0 0%	4 8.3%	0 0%	48 100%
2. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เริ่มต้นพัฒนามาจากระบบ EDI และระบบ EFT	12 25.0%	6 12.5%	30 62.5%	0 0%	48 100%
3. ปัจจุบันเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เป็นพื้นฐานสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และได้รับความนิยมแพร่หลาย คือ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต	43 89.6%	0 0%	5 10.4%	0 0%	48 100%
4. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งออกเป็นประเภทหลัก ๆ ได้ตามลักษณะของผู้ซื้อและผู้ขาย	19 40.4%	2 4.3%	26 55.3%	1 2.1%	47 100%
5. การค้าระหว่างบริษัทกับผู้ค้าส่งจัดเป็นการค้าแบบ Business to Business (B2B)	17 35.4%	2 4.3%	29 60.4%	0 0%	48 100%
6. มูลค่าการค้าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบบ B2C มีมูลค่ามากกว่าแบบ B2B	2 4.3%	2 4.3%	43 89.6%	1 2.1%	47 100%
7. ขั้นตอนหลักในวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การให้ข้อมูล การสั่งซื้อ การชำระเงิน การจัดส่งสินค้าและบริการ และการบริการหลังการขาย	27 57.4%	4 8.5%	15 31.9%	1 2.1%	47 100%
8. ระบบการชำระเงินทางบัตรเครดิตที่ใช้ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมี 2 ระบบ คือ SET (Secured Electronic Transaction) และ SSL (Secured Socket Layer)	5 10.4%	2 4.3%	40 85.1%	1 2.1%	47 100%
9. องค์กรออกใบรับรองดิจิทัล (Digital certificate authority) ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเกี่ยวกับการชำระเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	7 14.9%	0 0%	40 85.1%	1 2.1%	47 100%
10. การกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการสร้างหรือใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นจะกำหนดไว้ในกฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	11 23.4%	1 2.1%	35 74.5%	1 2.1%	47 100%
รวม	188 39.2%	19 4.0%	267 56.3%	6 1.2%	480 100%

จากตารางที่ 29 พบว่า ข้อมูลคำตอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีดังนี้ ตอบใช่ ร้อยละ 39.2 ตอบไม่ใช่ ร้อยละ 4.0 ตอบไม่ทราบ ร้อยละ 56.3 และไม่ตอบ ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 30 แสดงความถี่ และร้อยละของผลการตอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ความรู้ความเข้าใจ	ตอบถูก	ตอบผิด	ตอบ ไม่ทราบ	รวม
1. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์	44 91.7%	0 0.0%	4 8.3%	48 100.0%
2. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เริ่มต้นพัฒนาจากระบบ EDI และระบบ EFT	12 25.0%	6 12.5%	30 62.5%	48 100.0%
3. ปัจจุบันเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เป็นพื้นฐานสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และได้รับความนิยมนำมาใช้ คือ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต	43 89.6%	0 0.0%	5 10.4%	48 100.0%
4. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งออกเป็นประเภทหลัก ๆ ได้ตามลักษณะของผู้ซื้อและผู้ขาย	19 40.4%	2 4.3%	27 56.3%	47 100.0%
5. การค้าระหว่างบริษัทกับผู้ค้าส่งจัดเป็นการค้าแบบ Business to Business (B2B)	17 35.4%	2 4.2%	29 60.5%	48 100.0%
6. มูลค่าการค้าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบบ B2C มีมูลค่ามากกว่าแบบ B2B	2 4.3%	2 4.3%	43 91.5%	47 100.0%
7. ขั้นตอนหลักในวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การให้ข้อมูล การสั่งซื้อ การชำระเงิน การจัดส่งสินค้าและบริการ และการบริการหลังการขาย	28 59.6%	4 8.3%	15 32.0%	47 100.0%
8. ระบบการชำระเงินทางบัตรเครดิตที่ใช้ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมี 2 ระบบ คือ SET (Secured Electronic Transaction) และ SSL (Secured Socket Layer)	2 4.3%	5 10.6%	40 85.2%	47 100.0%
9. องค์กรออกใบรับรองดิจิทัล (Digital certificate authority) ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเกี่ยวกับการชำระเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	0 0.0%	7 14.9%	40 85.1%	47 100.0%
10. การกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการสร้างหรือใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นจะกำหนดไว้ในกฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	1 2.1%	11 23.4%	35 74.5%	47 100.0%
รวม	168 35.4%	39 8.2%	267 56.2%	474 100.0%

จากตารางที่ 30 พบว่า ข้อมูลผลการตอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีดังนี้ ตอบถูก ร้อยละ 35.4 ตอบผิด ร้อยละ 8.2 และตอบไม่ทราบ ร้อยละ 56.2

ตารางที่ 31 แสดงความถี่ และร้อยละของระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ระดับความรู้ความเข้าใจ	ความถี่	ร้อยละ
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับมาก คือ ตอบถูกต้องแต่ร้อยละ 80 ขึ้นไป	0	0
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับปานกลาง คือ ตอบถูกต้องแต่ร้อยละ 60 ถึงน้อยกว่าร้อยละ 80	0	0
มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับน้อย คือ ตอบถูกน้อยกว่าร้อยละ 60	48	100.0
รวม	48	100.0

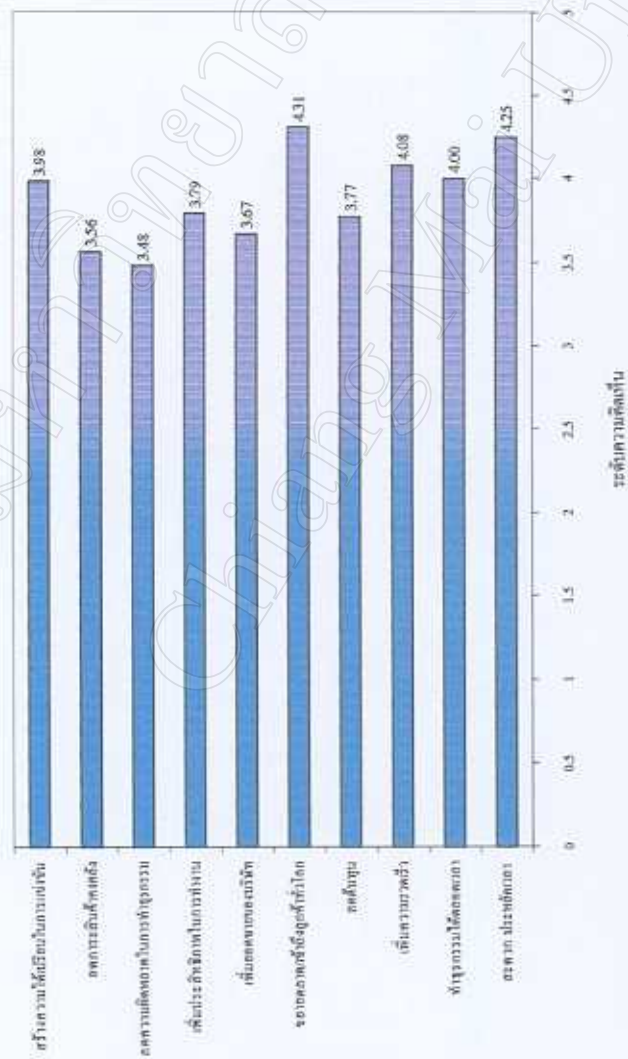
จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับน้อย คือตอบถูก คิดเป็นร้อยละ 100

4.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ บัญชีส่งเสริม บัญชีส่งเสริม การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์

ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น									
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ไม่ตอบ	ค่าเฉลี่ย	เปิดผล		
1. ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ	15 31.3%	30 62.5%	0 0.0%	0 0.0%	48 100.0%	0	4.25	เห็นด้วย		
2. สามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลา	13 27.1%	25 52.1%	3 6.3%	0 0.0%	48 100.0%	0	4.00	เห็นด้วย		
3. เพิ่มความเร็วในการทำธุรกรรม	16 33.3%	22 45.8%	2 4.2%	0 0.0%	48 100.0%	0	4.08	เห็นด้วย		
4. ช่วยลดต้นทุน	8 16.7%	23 47.9%	2 4.2%	0 0.0%	48 100.0%	0	3.77	เห็นด้วย		
5. ขยายตลาดใหม่/เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก	24 50.0%	17 35.4%	1 2.1%	0 0.0%	48 100.0%	0	4.31	เห็นด้วย		
6. ช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท	6 12.5%	22 45.8%	2 4.2%	0 0.0%	48 100.0%	0	3.67	เห็นด้วย		
7. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	6 12.5%	27 56.3%	1 2.1%	0 0.0%	48 100.0%	0	3.79	เห็นด้วย		
8. ช่วยลดความผิดพลาดและเอกสารในการทำธุรกรรม	8 16.7%	14 29.2%	7 14.6%	0 0.0%	48 100.0%	0	3.48	ไม่แน่ใจ		
9. ลดภาระสินค้าคงคลัง	7 14.6%	19 39.6%	4 8.3%	1 2.1%	48 100.0%	0	3.56	เห็นด้วย		
10. ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	16 33.3%	19 39.6%	0 0.0%	2 4.2%	48 100.0%	0	3.98	เห็นด้วย		
รวม	96 20.4%	218 45.4%	22 4.5%	3 0.6%	480 100.0%	0	3.88	เห็นด้วย		

กราฟที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของกราฟชนิดนี้

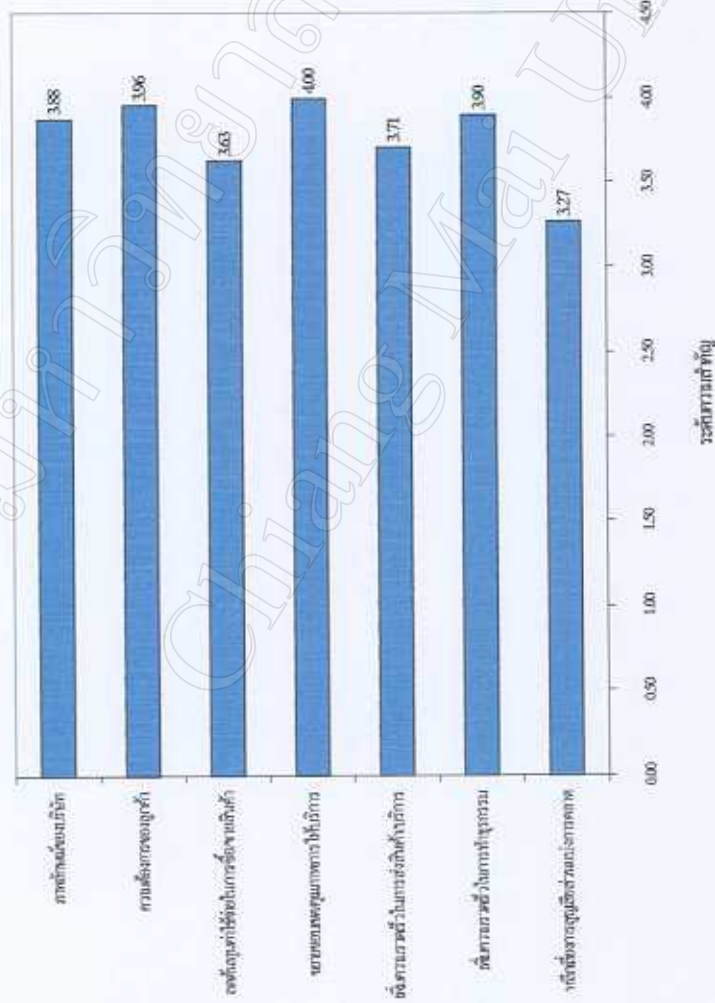


จากตารางที่ 32 และกราฟที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของกราฟชนิดนี้โดยเฉลี่ย อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 และเมื่อจำแนกตามรายละเอียดจะข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ยกเว้น การช่วยลดความผิดพลาดและเอกสารในการทำธุรกรรมที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้

ปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ระดับความสำคัญ									
	สำคัญมาก	ค่อนข้างสำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้างไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ	รวม	ไม่ตอบ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
1. หลักเสียงการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่งอื่น	5 10.4%	13 27.1%	23 47.9%	4 8.3%	3 6.3%	48 100.0%	0	3.27	ปานกลาง	
2. เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรม	12 25.0%	21 43.8%	14 29.2%	0 0.0%	1 2.1%	48 100.0%	0	3.90	ค่อนข้างสำคัญ	
3. เพิ่มความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ	11 22.9%	18 37.5%	14 29.2%	4 8.3%	1 2.1%	48 100.0%	0	3.71	ค่อนข้างสำคัญ	
4. ขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์	13 27.1%	23 47.9%	11 22.9%	1 2.1%	0 0.0%	48 100.0%	0	4.00	ค่อนข้างสำคัญ	
5. ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า	8 16.7%	18 37.5%	19 39.6%	2 4.2%	1 2.1%	48 100.0%	0	3.63	ค่อนข้างสำคัญ	
6. ความต้องการของลูกค้า	15 31.3%	18 37.5%	13 27.1%	2 4.2%	0 0.0%	48 100.0%	0	3.96	ค่อนข้างสำคัญ	
7. ภาพลักษณ์ของบริษัท	11 22.9%	21 43.8%	15 31.3%	1 2.1%	0 0.0%	48 100.0%	0	3.88	ค่อนข้างสำคัญ	
รวม	75 22.3%	132 39.2%	109 32.4%	14 4.1%	6 1.7%	336 100.0%	0	3.76	ค่อนข้างสำคัญ	

กราฟที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้

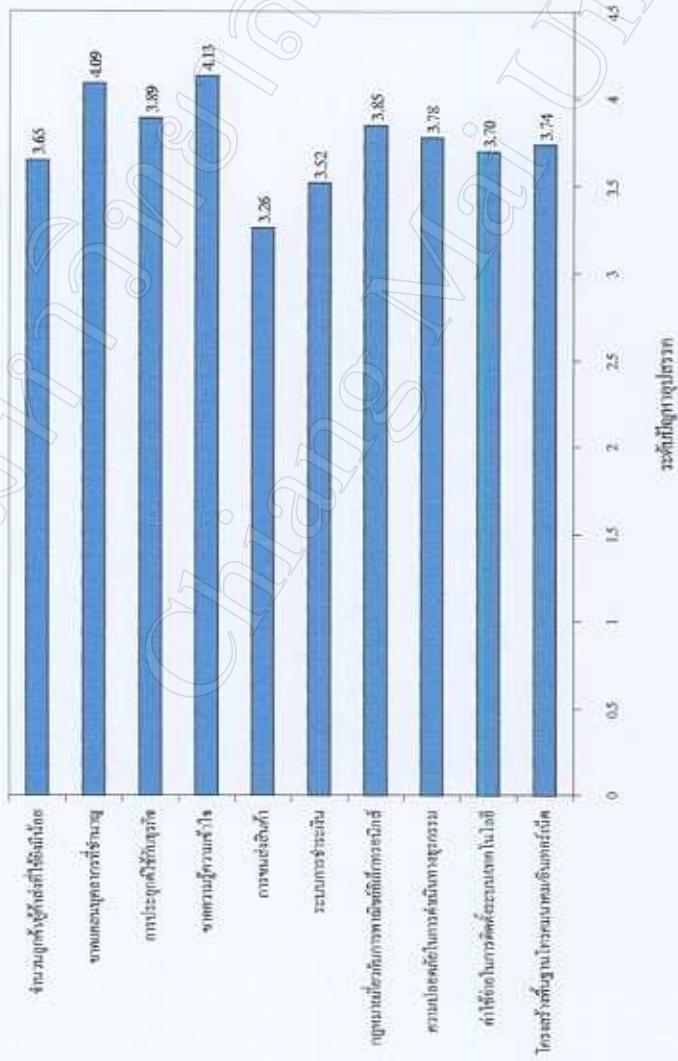


จากตารางที่ 33 และกราฟที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยเฉลี่ย อยู่ในระดับค่อนข้างสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 และเมื่อจำแนกตามรายละเอียดแต่ละข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับค่อนข้างสำคัญ ยกเว้นเรื่องหลักเกี่ยวกับการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่งซึ่งมีความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้

ปัญหาและอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ระดับปัญหาอุปสรรค									
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ไม่ตอบ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
1. โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต	10 21.7%	19 41.3%	13 28.3%	3 6.3%	1 2.2%	46 100.0%	2	3.74	มาก	
2. ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบเทคโนโลยี	8 17.4%	20 43.5%	14 30.4%	4 8.3%	0 0.0%	46 100.0%	2	3.70	มาก	
3. ความปลอดภัยในการดำเนินทางธุรกรรม	16 34.8%	11 23.9%	13 28.3%	5 10.9%	1 2.2%	46 100.0%	2	3.78	มาก	
4. กฎหมายเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	15 32.6%	14 30.4%	13 28.3%	3 6.5%	1 2.2%	46 100.0%	2	3.85	มาก	
5. ระบบการชำระเงิน	10 21.7%	10 21.7%	20 43.5%	6 13.0%	0 0.0%	46 100.0%	2	3.52	มาก	
6. การขนส่งสินค้า	5 10.9%	8 17.4%	28 60.9%	4 8.3%	1 2.2%	46 100.0%	2	3.26	ปานกลาง	
7. ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	17 37.0%	19 41.3%	9 19.6%	2 4.3%	0 0.0%	46 100.0%	2	4.13	มาก	
8. การประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ	11 23.9%	22 47.8%	10 21.7%	3 6.5%	0 0.0%	46 100.0%	2	3.89	มาก	
9. ขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	17 37.0%	18 39.1%	10 21.7%	0 0.0%	1 2.2%	46 100.0%	2	4.09	มาก	
10. จำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย	6 13.0%	24 52.2%	11 23.9%	4 8.7%	1 2.2%	46 100.0%	2	3.65	มาก	
รวม	115 25.0%	165 35.8%	141 30.6%	34 7.3%	6 1.3%	460 100.0%	20	3.76	มาก	

กราฟที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้



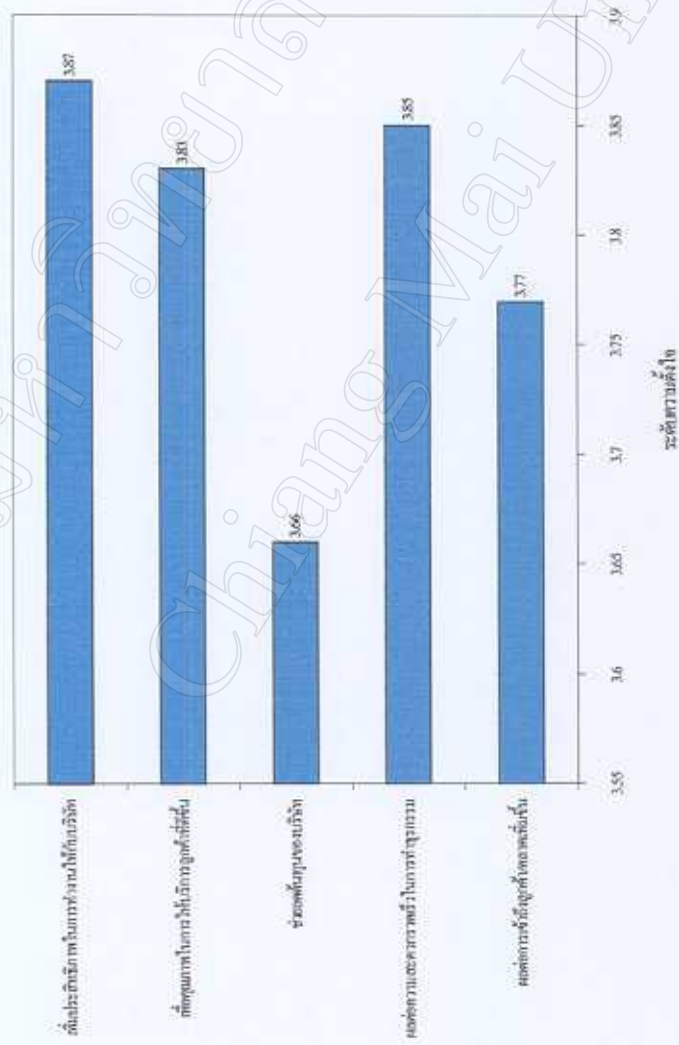
จากตารางที่ 34 และกราฟที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาอุปสรรคมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 และมีข้อจำกัดตามรายละเอียดแต่ละข้อ พบว่า ทุกข้อมีปัญหายุโรปสรรคอยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่องการขนส่งสินค้าที่มีระดับปัญหาอุปสรรคอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

4.2.3 พฤติกรรมในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ

	ระดับความตั้งใจ									
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ในตั้งใจ	รวม	ไม่ตอบ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
1. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจเมื่อจากจะมีผลต่อการเข้าเชิงรุกทั้งหมดเพิ่มขึ้น	10 21.3%	21 44.7%	12 25.5%	3 6.4%	1 2.1%	47 100.0%	1	3.77	มาก	
2. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจเนื่องจากจะมีผลต่อความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม	7 14.6%	27 57.4%	12 25.5%	1 2.1%	0 0.0%	47 100.0%	1	3.85	มาก	
3. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจเนื่องจากช่วยลดต้นทุนของบริษัท	5 10.3%	24 51.1%	16 34.0%	1 2.1%	1 2.1%	47 100.0%	1	3.66	มาก	
4. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เพราะจะทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าดีขึ้น	11 23.4%	19 40.4%	15 31.9%	2 4.3%	0 0.0%	47 100.0%	1	3.83	มาก	
5. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจเนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท	10 21.3%	24 51.1%	11 23.4%	1 2.1%	1 2.1%	47 100.0%	1	3.87	มาก	
	43 18.2%	115 48.9%	66 28.0%	8 3.4%	3 1.2%	235 100.0%	5	3.79	มาก	

กราฟที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ



จากตารางที่ 35 และกราฟที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 และเมื่อจำแนกตามรายละเอียดแต่ละข้อ พบว่าทุกข้อมีความตั้งใจอยู่ในระดับสูง ใจมากที่สุด

4.3 ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวนตามเกณฑ์

4.3.1 ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวนตามประเภทอุตสาหกรรม

ตารางที่ 36 แสดงความดี และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวนตามประเภทอุตสาหกรรม

ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น														
	อุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์				อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร				อุตสาหกรรมอื่นๆและเครื่องประดับเทียม						
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ได้รับความสะดวกประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ	5	9	1	0	0	2	3	0	0	0	0	3	0	0	0
2. สามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลา	6	7	1	1	0	3	1	1	0	0	0	1	1	0	0
3. เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรม	6	7	1	1	0	3	1	1	0	0	0	1	1	0	0
4. ช่วยลดต้นทุน	3	8	4	0	0	3	1	1	0	0	0	1	1	0	0
5. ขยายตลาดใหม่/เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก	8	4	3	0	0	4	0	1	0	0	0	2	1	0	0
6. ช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท	2	8	5	0	0	3	2	0	0	0	0	1	0	1	0
7. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	3	9	3	0	0	4	1	0	0	0	0	2	1	0	0
8. ช่วยลดความคิดพลาดและเอกสารในการทำธุรกรรม	4	3	6	2	0	4	0	1	0	0	0	1	2	0	0
9. ลดภาระสินค้าคงคลัง	3	6	5	1	0	3	1	1	0	0	0	2	1	0	0
10. ช่วยสร้างรายได้เร็วขึ้นในการแข่งขัน	5	8	2	0	0	5	0	0	0	0	0	1	2	0	0

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของอุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย คือ การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ และการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ การขยายตลาดใหม่/เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย คือ การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ

ตารางที่ 37 แสดงความถี่ และระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ระดับความสำคัญ															
	อุตสาหกรรมผลิตประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์				อุตสาหกรรมแปรรูปผลทางการเกษตร				อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม							
	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง สำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง สำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง สำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	สำคัญ มาก	ปานกลาง	ไม่สำคัญ	
1. หลักเกี่ยงการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่ง	1	4	8	1	1	3	0	2	0	0	0	0	0	2	1	0
2. เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรม	5	7	3	0	0	3	0	2	0	0	0	0	2	1	0	0
3. เพิ่มความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ	4	8	2	1	0	3	1	1	0	0	0	0	1	2	0	0
4. ขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์	4	9	2	0	0	3	1	1	0	0	0	0	1	2	0	0
5. ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและการขายสินค้า	4	7	3	1	0	3	1	1	0	0	0	0	0	2	1	0
6. ความต้องการของลูกค้า	5	7	3	0	0	4	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0
7. ภาพลักษณ์ของบริษัท	4	7	4	0	0	4	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของอุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับค่อนข้างสำคัญ คือ การขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับสำคัญมาก คือ ความต้องการของลูกค้า และภาพลักษณ์ของบริษัท อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คือ หลักเกี่ยงการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่ง เพิ่มความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ และลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า

ตารางที่ 38 แสดงความถี่ และระดับปัญหาอุปสรรค ในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ข้อมูลอุปสรรคในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ระดับปัญหาอุปสรรค																	
	อุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์						อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร						อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม	3	8	4	0	0	2	1	1	0	0	0	1	2	0	0			
2. ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบออนไลน์	4	7	4	0	0	1	2	1	0	0	1	1	1	0	0			
3. ความปลอดภัยในการดำเนินงานธุรกรรม	8	1	5	1	0	0	3	1	0	0	1	2	0	0	0			
4. กฎหมายเกี่ยวกับการพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์	5	2	8	0	0	1	1	2	0	0	1	2	0	0	0			
5. ระบบการชำระเงิน	2	3	7	3	0	2	0	2	0	0	1	0	1	1	0			
6. การขนส่งสินค้า	0	3	9	3	0	1	0	3	0	0	1	0	2	0	0			
7. ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์	2	9	4	0	0	1	2	1	0	0	2	1	0	0	0			
8. การประยุกต์ใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ	1	8	4	2	0	0	2	2	0	0	2	1	0	0	0			
9. ขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์	5	7	3	0	0	2	1	1	0	0	2	1	0	0	0			
10. จำนวนลูกค้าและผู้จัดส่งที่จะใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย	1	10	3	1	0	1	1	1	1	0	1	2	0	0	0			

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของอุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ จำนวนลูกค้าและผู้จัดส่งที่ใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ ความปลอดภัยในการดำเนินงานธุรกรรม อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คือ โครงสร้างพื้นฐาน โทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต ความปลอดภัยในการดำเนินงานธุรกรรม กฎหมายเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ และจำนวนลูกค้าและผู้จัดส่งที่ใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย

ตารางที่ 39 แสดงความถี่ และระดับความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานประมงอุตสาหกรรม

ความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความตั้งใจ												
	อุตสาหกรรมผลิตประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์				อุตสาหกรรมแปรรูปที่ผลทางการเกษตร				อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่ถึงที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่ถึงที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่ถึงที่สุด	
1. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากจะมีผลต่อการเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น	3	7	3	0	1	3	1	0	0	0	1	1	0
2. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากจะมีผลต่อความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม	3	9	2	0	0	1	3	0	0	0	2	0	0
3. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากช่วยลดต้นทุนของบริษัท	3	7	4	0	0	2	2	0	0	0	2	0	1
4. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เพราะจะทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าดีขึ้น	5	4	5	0	0	2	2	0	0	0	2	0	1
5. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท	5	5	4	0	0	3	1	0	0	0	2	0	1

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของอุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์มีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม อุตสาหกรรมแปรรูปที่ผลทางการเกษตร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด เพื่อเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น และเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม ช่วยลดต้นทุนของบริษัท ทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท

4.3.2 ทัศนคติของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามการจำหน่ายสินค้าที่ผลิต
 ตารางที่ 40 แสดงความถี่ และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์จำหน่ายสินค้าที่ผลิต

ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น													
	ภายในประเทศ				ต่างประเทศ				ภายในและต่างประเทศ					
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย
1. ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ	1	7	0	0	4	14	1	0	0	10	9	2	0	0
2. สามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลา	0	5	2	1	4	10	4	1	0	9	10	1	1	0
3. ได้รับความรวดเร็วในการทำธุรกรรม	1	4	2	1	5	10	4	0	0	10	8	2	1	0
4. ช่วยลดต้นทุน	0	4	3	1	2	12	5	0	0	6	7	7	1	0
5. ขยายตลาดใหม่เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก	3	5	0	0	7	9	3	0	0	14	3	3	0	1
6. ช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท	1	2	4	1	2	9	7	1	0	3	11	7	0	0
7. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	1	4	3	0	1	13	5	0	0	5	10	5	1	0
8. ช่วยลดความผิดพลาดและเอกสารในการทำธุรกรรม	0	3	4	1	3	5	9	2	0	5	6	6	4	0
9. ลดภาระสินค้าคงคลัง	0	3	5	0	2	9	6	2	0	4	7	7	2	1
10. ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	1	5	2	0	5	8	5	0	1	11	5	4	0	1

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย คือ การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ บริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย คือ การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ บริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าภายในและต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย คือ ช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท

ตารางที่ 41 แสดงความถี่ และระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิต

ปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ระดับความสำคัญ																		
	ภายในประเทศ				ต่างประเทศ				ภายในประเทศและต่างประเทศ										
	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง สำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง สำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	สำคัญ มาก	ไม่สำคัญ	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง สำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ				
1. หลักเสียงการพูดเสียงส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่ง	0	4	4	0	0	0	0	0	2	5	10	0	0	0	3	4	9	2	3
2. ให้ความสำคัญเร็วในการทำธุรกรรม	0	5	3	0	0	0	0	0	4	8	7	0	0	0	8	7	5	0	1
3. ให้ความสำคัญในการส่งสินค้าและบริการ	1	3	4	0	0	0	0	0	3	9	5	2	0	0	7	6	5	2	1
4. ภายนอกเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์	1	5	2	0	0	0	0	0	4	11	4	0	0	0	8	7	5	1	0
5. ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและการขายสินค้า	0	4	4	0	0	0	0	0	3	7	7	2	0	0	4	8	8	0	1
6. ความต้องการของลูกค้า	1	4	2	1	0	0	1	0	5	8	5	1	0	0	10	6	5	0	0
7. ภาวการณ์แข่งขันของบริษัท	1	5	2	0	0	0	0	0	5	8	6	0	0	0	7	8	8	5	1

จากการตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทที่มีกิจการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับค่อนข้างสำคัญ คือ เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรม การขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ และภาพลักษณ์ของบริษัท บริษัทที่มีกิจการจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับค่อนข้างสำคัญ คือ การขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ บริษัทที่มีกิจการจำหน่ายสินค้าภายในและต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับสำคัญมาก คือ ความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 42 แสดงความถี่ และระดับปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้จำแนกตามการจำหน่ายสินค้าที่ผลิต

ปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ระดับปัญหาอุปสรรค																	
	ภายในประเทศ						ต่างประเทศ						ภายในและต่างประเทศ					
	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	
1. โครงสร้างพื้นฐาน โทรคมนาคม	4	3	1	0	4	8	5	1	0	5	8	5	1	1				
2. ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบออนไลน์	4	3	0	0	6	7	4	1	0	2	8	7	3	0				
3. ความปลอดภัยในการดำเนินการทางธุรกรรม	1	3	2	0	9	4	3	2	0	6	5	7	1	1				
4. กฎหมายเกี่ยวกับกรพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์	5	1	1	0	6	6	5	1	0	7	4	7	1	1				
5. ระบบการชำระเงิน	2	6	0	0	6	4	5	3	0	3	4	10	3	0				
6. การขนส่งสินค้า	1	6	1	0	3	3	10	2	0	3	4	11	1	1				
7. ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์	3	2	0	0	8	7	3	0	0	5	9	5	1	0				
8. การประยุกต์ใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ	1	5	2	0	7	7	3	1	0	4	8	6	2	0				
9. ขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์	3	4	1	0	9	5	4	0	0	6	10	3	0	1				
10. จำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่จะใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย	1	5	2	0	5	9	4	0	0	2	10	3	4	1				

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ กฎหมายเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ การประยุกต์ใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ และจำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่ใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย บริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความปลอดภัยในการดำเนินการทางธุรกรรม และขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทที่จำหน่ายสินค้าภายในและต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ ขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ และจำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่ใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย

ตารางที่ 43 แสดงความถี่ และระดับความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวนตามการจำหน่ายสินค้าที่เกิดขึ้น

ความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความตั้งใจ														
	ภายในประเทศ						ต่างประเทศ								
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ถึง	ไม่ถึงที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ถึง	ไม่ถึงที่สุด			
1. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากจะมีผลต่อการเข้าถึงลูกค้าตลาดเพิ่มขึ้น	0	3	4	0	3	10	3	10	3	2	1	7	5	0	0
2. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากจะมีผลต่อความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม	0	4	3	0	2	14	2	14	1	2	0	5	4	0	0
3. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากช่วยลดต้นทุนของบริษัท	0	3	4	0	2	4	2	4	1	2	0	3	7	0	1
4. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เพราะจะทำให้คุณภาพ ในการให้บริการลูกค้าดีขึ้น	1	2	4	0	4	11	4	11	1	3	0	6	8	0	0
5. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท	1	4	2	0	5	11	5	11	1	2	0	4	6	0	1

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศมีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เพื่อเข้าถึงลูกค้าตลาดเพิ่มขึ้น ช่วยลดต้นทุนของบริษัท และทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น บริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีความตั้งใจอยู่ในระดับมาก เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม บริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าภายในและต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีความตั้งใจอยู่ในระดับมาก เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม

4.3.3 ที่ศนคติของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามลักษณะการลงทุน

ตารางที่ 44 แสดงความถี่ และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามลักษณะการลงทุน

ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น														
	บริษัทลงทุนของไทย				บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ				บริษัทลงทุนของต่างประเทศ						
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย แต่พอไป	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย แต่พอไป	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย แต่พอไป	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย แต่พอไป	ไม่ เห็นด้วย
1. ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ	1	5	1	0	0	5	9	1	0	0	9	16	1	0	0
2. สามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลา	0	3	3	1	0	3	9	2	1	0	10	13	2	1	0
3. ได้รับความรวดเร็วในการทำธุรกรรม	1	2	3	1	0	5	7	3	0	0	10	13	2	1	0
4. ช่วยลดต้นทุน	1	2	2	2	0	2	7	6	0	0	5	14	7	0	0
5. ขยายตลาดใหม่/เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก	4	2	0	0	1	7	5	3	0	0	13	10	3	0	0
6. ช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท	0	2	4	1	0	2	8	4	1	0	4	12	10	0	0
7. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	1	4	1	1	0	2	8	5	0	0	4	15	7	0	0
8. ช่วยลดความผิดพลาดและเอกสารในการทำธุรกรรม	1	1	3	2	0	3	5	5	2	0	4	8	11	3	0
9. ลดภาระสินค้าคงคลัง	0	2	4	0	1	3	5	6	1	0	3	12	8	3	0
10. ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	0	3	3	0	1	2	3	7	3	0	3	7	13	1	2

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามบริษัทลงทุนของไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับไม่แน่ใจ คือ ช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย คือ การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ และสามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลา บริษัทลงทุนของต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย คือ การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ และสามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลา บริษัทลงทุนของต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย คือ การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ

ตารางที่ 45 แสดงความถี่ และระดับความสำคัญเกี่ยวกับการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำนวนตามลักษณะการลงทุน

ปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ระดับความสำคัญ														
	บริษัทลงทุนของไทย				บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ				บริษัทลงทุนของต่างประเทศ						
	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง สำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง สำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง สำคัญ	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	สำคัญ มาก	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ
1. หลักเสียงการเชิญชวนส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่งกัน	0	3	3	0	1	2	3	7	3	0	0	3	7	13	2
2. เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรม	0	2	4	0	1	4	5	6	0	0	0	8	13	5	0
3. เพิ่มความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ	1	1	4	1	0	3	8	3	1	0	0	7	9	7	1
4. ขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์	1	3	2	1	0	5	6	4	0	0	0	7	14	5	0
5. ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและการขายสินค้า	0	3	3	0	1	3	2	8	2	0	0	4	14	8	0
6. ความต้องการของลูกค้า	1	2	3	1	0	7	3	4	1	0	0	8	13	5	0
7. ภาพลักษณ์ของบริษัท	1	2	3	1	0	5	7	3	0	0	0	7	12	7	0

จากการวางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามบริษัทลงทุนของไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง คือ เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรม และเพิ่มความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศส่วนใหญ่อยู่ที่ในระดับค่อนข้างสำคัญ และปานกลาง คือ เพิ่มความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ และลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า บริษัทลงทุนของต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับค่อนข้างสำคัญ คือ การขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ และลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า

ตารางที่ 46 แสดงความถี่ และระดับปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในภาคการค้าและการลงทุน

ปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ระดับปัญหาอุปสรรค													
	บริษัทลงทุนของไทย					บริษัทลงทุนของต่างประเทศ					บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ			
	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อย
1. โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคม	0	2	2	0	4	3	7	0	0	5	15	4	1	1
2. ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบออนไลน์	0	3	2	1	0	4	5	1	0	5	12	7	2	0
3. ความปลอดภัยในการดำเนินงานธุรกรรม	1	0	2	1	1	7	4	2	0	15	3	7	1	0
4. กฎหมายเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0	4	0	1	3	5	5	1	0	11	6	8	1	0
5. ระบบการชำระเงิน	0	1	4	1	0	1	7	2	0	5	8	10	3	0
6. การขนส่งสินค้า	0	0	4	1	5	0	8	1	0	1	8	15	2	0
7. ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3	2	0	1	0	4	6	0	0	9	13	4	0	0
8. การประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ	1	3	1	1	0	3	5	1	0	8	12	5	1	0
9. ขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	2	3	0	0	1	5	4	0	0	11	11	4	0	0
10. จำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย	1	3	1	0	2	6	5	1	0	5	15	3	3	0

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามบริษัทลงทุนของไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ กฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง คือ การขนส่งสินค้า บริษัทลงทุนของต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต และจำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย

ตารางที่ 47 แสดงความถี่ และระดับความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวนตามลักษณะการลงทุน

ความถี่ที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับความตั้งใจ														
	บริษัทลงทุนของไทย				บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ				บริษัทลงทุนของต่างประเทศ						
	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่ถึงที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่ถึงที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	ไม่ถึงที่สุด			
1. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากจะมีผลต่อการเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น	0	2	4	0	0	7	5	1	1	0	3	13	7	1	1
2. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากจะมีผลต่อความสัมพันธ์ความเร็วในการทำธุรกรรม	0	3	3	0	0	3	9	1	1	0	4	16	4	1	0
3. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากช่วยลดต้นทุนของบริษัท	0	2	3	0	1	3	8	2	1	0	2	15	7	1	0
4. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เพราะจะทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าดีขึ้น	1	1	4	0	0	5	11	7	2	0	11	18	13	3	0
5. ตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท	1	3	1	0	1	6	7	0	1	0	3	13	8	1	0

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามบริษัทลงทุนของไทยมีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง เพื่อเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น และทำให้คุณภาพดีขึ้น และทำให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เพื่อคุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น บริษัทลงทุนของต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เพื่อคุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 48 แสดงสรุประดับความคิดเห็น ระดับความสำคัญ ระดับปัญหาอุปสรรค และระดับความตั้งใจโดยรวม ต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภท
อุตสาหกรรม

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น/ระดับความสำคัญ/ระดับปัญหาอุปสรรค/ระดับความตั้งใจ			อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องประดับเทียม
	อุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	
ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	เห็นด้วย ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง ขนาดใหม่/เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก	เห็นด้วย ขนาดใหม่/เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก	เห็นด้วย ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ
ปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ค่อนข้างสำคัญ ขอชมเชยและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์	สำคัญมาก	สำคัญมาก	ปานกลาง หลีกเลี่ยงการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่งชั้น ที่สามอย่างรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า
ปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	มาก จำนวนลูกค้าและผู้ส่งที่ไร้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย	มาก	มาก	ปานกลาง ความปลอดภัยในการดำเนินงานทางธุรกรรม กฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวนลูกค้าและผู้ส่งที่ไร้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย
ความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	มาก ผลต่อความสะดวกเร็วในการทำธุรกรรม	มากที่สุด ผลต่อการเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท	มากที่สุด ผลต่อการเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท	มาก ผลต่อความสะดวกเร็วในการทำธุรกรรม ช่วยลดต้นทุนของบริษัท ทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท

ตารางที่ 49 แสดงสรุประดับความคิดเห็น ระดับความสำคัญ ระดับปัญหาอุปสรรค และระดับความตั้งใจ โดยรวม ต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามการ
 จำหน่ายสินค้าที่ผลิต

ปัจจัย		ระดับความคิดเห็น/ระดับความสำคัญ/ระดับปัญหาอุปสรรค/ระดับความตั้งใจ		
	ภายในประเทศ	ต่างประเทศ	ต่างประเทศ	ภายในและต่างประเทศ
ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	เห็นด้วย ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ	เห็นด้วย ให้ความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ	เห็นด้วย ให้ความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ	เห็นด้วย ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ ช่วยเหลือคนชรา
ปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	ค่อนข้างสำคัญ เห็นความรวดเร็วในการทำธุรกรรม ขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ ภาพลักษณ์ของบริษัท	ค่อนข้างสำคัญ ขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์	ค่อนข้างสำคัญ ขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์	สำคัญมาก ความต้องการของลูกค้า
ปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	มาก กฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ จำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย	มากที่สุด ความปลอดภัยในการดำเนินทางธุรกรรม ขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	มากที่สุด ความปลอดภัยในการดำเนินทางธุรกรรม ขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	มาก ขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย
ความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ปานกลาง ผลต่อการเข้าถึงลูกค้าตลาดเพิ่มขึ้น ช่วยลดต้นทุนของบริษัท	มาก ผลต่อความสะดวกเร็วในการทำธุรกรรม	มาก ผลต่อความสะดวกเร็วในการทำธุรกรรม	มาก ผลต่อความสะดวกเร็วในการทำธุรกรรม

ตารางที่ 50 แสดงสรุประดับความคิดเห็น ระดับความสำคัญ ระดับปัญหาอุปสรรค และระดับความตั้งใจ โดยรวม ต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวนตาม

ลักษณะการลงทุน

ปัจจัย		ระดับความคิดเห็น/ระดับความสำคัญ/ระดับปัญหาอุปสรรค/ระดับความตั้งใจ		
	บริษัทลงทุนของไทย	บริษัทลงทุนของไทยและต่างประเทศ	บริษัทลงทุนของต่างประเทศ	
ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ช่วยเหลือของนาย ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ สามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลา	เห็นด้วย ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ	เห็นด้วย ได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ
ปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	เห็นความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เห็นความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ	ปานกลาง เห็นความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า	ปานกลาง เห็นความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า	ค่อนข้างสำคัญ เห็นความรวดเร็วในการให้บริการให้บริกรองออนไลน์ความลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า
ปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้	กฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ปานกลาง กฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ปานกลาง การขนส่งสินค้า	มาก โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก
ความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ปานกลาง ผลการเข้าถึงลูกค้าตลาดเพิ่มขึ้น ทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น	ปานกลาง ทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น	มาก ทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น	มาก ทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น