

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) ต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยสำรวจทัศนคติในด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ บัณฑิตส่งเสริม ปัญหาอุปสรรคของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และพฤติกรรมในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบธุรกิจ สำหรับประชากรในการศึกษา เป็นผู้ประกอบการจำนวน 48 คน จากจำนวนทั้งหมด 57 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้น โดยมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไป และทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.4 มีอายุระหว่าง 30-40 ปี ร้อยละ 83.3 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 81.3 มีตำแหน่งในบริษัทเป็นผู้จัดการ/หัวหน้าแผนก ร้อยละ 45.8 มีระยะเวลาการทำงานในบริษัทปัจจุบันระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 45.8 และเคยทราบหรือเคยศึกษาความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 85.4 โดยได้รับแหล่งความรู้มาจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ ร้อยละ 80.4

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ประเภทของการการผลิตสินค้าของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามจัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 31.1 โดยการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตทั้งภายในและต่างประเทศร้อยละ 41.7 มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการในนิคมอุตสาหกรรมแห่งนี้ระหว่าง 11-15 ปี ร้อยละ 54.2 มีจำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัทระหว่าง 101-500 คน

ร้อยละ 45.8 และบริษัทมีการลงทุนของต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ อเมริกา เกาหลี ญี่ปุ่น และอินเดีย ร้อยละ 56.3

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่า บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ E-mail, Internet, Website, Intranet, Online client/server computer, Extranet และ EDI โดยมีการใช้ 89.6, 66.7, 37.5, 37.5, 22.9, 10.4 และ 8.3 ตามลำดับ บริษัทมีการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตร้อยละ 93.8 โดยเชื่อมต่อผ่าน Modem ไปยังระบบโทรศัพท์พื้นฐาน (PSTN) ร้อยละ 48.8 บริษัทมีการดำเนินธุรกิจโดยใช้อินเทอร์เน็ตร่วมด้วยร้อยละ 79.2 โดยกิจกรรมสำคัญที่ใช้ คือ การสั่งซื้อสินค้าและบริการร้อยละ 50.0 การบริการความสัมพันธ์ลูกค้าร้อยละ 47.3 การตลาด ส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ร้อยละ 39.4 บริษัทร้อยละ 29.2 มีการสั่งซื้อสินค้าโดยระบบออนไลน์จากลูกค้า โดยวิธีการใช้ E-mail ร้อยละ 100 บริษัทมีการชำระเงินโดยระบบออนไลน์จากลูกค้าร้อยละ 10.4 โดยวิธีการใช้ Electronic cash ร้อยละ 40 บริษัทร้อยละ 58.3 มีระบบออนไลน์กับคู่ค้าส่ง โดยกิจกรรมสำคัญที่ใช้ คือ การสืบค้นหาผู้ค้าส่งร้อยละ 71.4 และติดตามการส่งสินค้าร้อยละ 42.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างสำคัญในการเป็นช่องทางในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศของบริษัทร้อยละ 47.9 เห็นว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างสำคัญในการแข่งขันในปัจจุบัน และในอีก 3 ปี ข้างหน้าของบริษัทร้อยละ 41.7

ตอนที่ 2 ทิศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวมร้อยละ 35.4 โดยจัดอยู่ในระดับความรู้ความเข้าใจน้อย

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ ภัยอันตราย ปัญหาอุปสรรค ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย ยกเว้นในเรื่องของการช่วยลดความผิดพลาดและเอกสารในการทำธุรกรรม ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ

ความสำคัญเกี่ยวกับภัยอันตรายในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสำคัญ ยกเว้นในเรื่องการหลีกเลี่ยงการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่งที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาอุปสรรคมาก ยกเว้นในเรื่องการขนส่งสินค้าที่มีระดับปัญหาอุปสรรคอยู่ในระดับปานกลาง

2.3 พฤติกรรมในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบธุรกิจ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับตั้งใจมาก

ตอนที่ 3 ทศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเกณฑ์

3.1 ทศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของอุตสาหกรรมผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ การช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการขยายตลาดใหม่/เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก โดยมีปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ คือ การขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ ความต้องการของลูกค้า ภาพลักษณ์ของบริษัท หลีกเลี่ยงการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่ง เพิ่มความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ และลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า ส่วนปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ คือ จำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย ความปลอดภัยในการดำเนินทางธุรกรรม โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต และกฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม เพื่อการเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น และเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท ช่วยลดต้นทุนของบริษัท และทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น

3.2 ทศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามการจำหน่ายสินค้าที่ผลิต

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทที่มีการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ ต่างประเทศ และภายในและต่างประเทศ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ คือ การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ และช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท โดยมีปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ คือ เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรม การขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ ภาพลักษณ์ของ

บริษัท และความต้องการของลูกค้า ส่วนปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ คือ กฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ จำนวนลูกค้า และผู้ค้าส่งที่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย ความปลอดภัยในการดำเนินทางธุรกรรม และขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ เพื่อการเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น ช่วยลดต้นทุนของบริษัท ทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น และเพื่อมีผลต่อความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรม

3.3 ทศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามลักษณะการลงทุน จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทลงทุนของไทย บริษัทลงทุนของไทย และต่างประเทศ และบริษัทลงทุนของต่างประเทศ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท การได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ และสามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลา โดยมีปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ คือ เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เพิ่มความรวดเร็วในการส่งสินค้าและบริการ ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้า และการขยายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ ส่วนปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ คือ กฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การขนส่งสินค้า โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต และจำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อย และมีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น ทำให้คุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) ต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้นำแนวคิดมาประกอบการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

แนวคิดในการนำระบบการสื่อสารโทรคมนาคมมาใช้ โดยมีเป้าหมายเชิงกลยุทธ์เพื่อประโยชน์ขององค์กรในด้านต่างๆ ดังนี้

1. สามารถลดระยะเวลาในการทำงาน (Compressing time) ระบบโทรคมนาคมทำให้องค์กรสามารถส่งผ่านข้อมูลต่างๆ ได้รวดเร็ว ทำให้งานต่าง ๆ แล้วเสร็จเร็วยิ่งขึ้น

2. การเอาชนะข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ (Overcoming geographical restrictions) เทคโนโลยีการสื่อสารช่วยทำให้องค์กรต่าง ๆ ที่อยู่กระจัดกระจายกันมาอยู่รวมกันได้ เสมือนว่าอยู่ ณ ที่เดียวกัน

3. การรื้อปรับโครงสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Restructuring business relationships) เป็นการประมวลผลทางธุรกิจระยะไกล โดยผ่านการสื่อสารโทรคมนาคม (teleprocessing) ซึ่งมีประโยชน์ คือ

3.1 เป็นการช่วยปรับโครงสร้างใหม่ในการทำงานใหม่ขององค์กร บางบริษัทได้พัฒนาระบบการสื่อสารด้านการตลาด (Telemarketing systems) ซึ่งเป็นระบบการสื่อสารโดยตรงระหว่างลูกค้ากับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับข่าวสาร

3.2 การปรับโครงสร้างใหม่ของคุณสมบัติด้านธุรกิจ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความสามารถในการสืบค้น และกระจายความรู้ความเชี่ยวชาญ โดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์

จากแนวคิดในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กรเพื่อลดข้อจำกัดด้านเวลา ภูมิศาสตร์ และความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น การเข้าถึงตลาดใหม่ๆ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า หากองค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้กับธุรกิจ จะมีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร

จากผลการศึกษาทำให้ทราบข้อมูลสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท และทัศนคติต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) ดังนี้

สถานภาพเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. เทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อีเมลล์ และอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งพบว่าการนำมาใช้สูงถึง ร้อยละ 89.6 และ 66.7 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับรายงานการศึกษาของ Electronic Industry Trade Organization [11] พบว่าในกลุ่มบริษัทภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอังกฤษ มีการใช้อีเมลล์ และอินเทอร์เน็ตถึงร้อยละ 100 แสดงให้เห็นถึงความพร้อมของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) ที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับประเทศอังกฤษ

2. การเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการสื่อสาร บริษัทส่วนใหญ่มีการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผ่านระบบโทรศัพท์พื้นฐาน PSTN, ISDN และ ADSL ร้อยละ 93.8, 17.7 และ 4.4 ตามลำดับ ในขณะที่รายงานการศึกษาของ Electronic Industry Trade Organization [11] พบว่าในกลุ่มบริษัทภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอังกฤษมีการเชื่อมต่อเครือข่ายโดยผ่านระบบ PSTN เพียงร้อยละ 28 แต่พบว่าการเชื่อมต่อเครือข่ายโดยผ่านระบบอื่นๆ เช่น ISDN, DSL และ ADSL ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่มีความสามารถในการส่งข้อมูลที่รวดเร็วกว่าร้อยละ 28, 20 และ 19

ในสัดส่วนที่สูงกว่า แสดงให้เห็นว่ามีระบบโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดีกว่า

3. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าโดยระบบออนไลน์จากลูกค้าเพียงร้อยละ 29.2 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับรายงานการศึกษาของ Electronic Industry Trade Organization [11] พบว่าในกลุ่มบริษัทภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอังกฤษ มีการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ถึงร้อยละ 43 แสดงว่าบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) โดยส่วนใหญ่แล้วมีการดำเนินธุรกิจโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการขายเช่นกัน แต่อยู่ในระดับที่น้อยกว่าบริษัทในประเทศอังกฤษ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ถึงแม้บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) จะมีการขายสินค้าโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับที่ต่ำกว่า แต่ในส่วนของการดำเนินธุรกิจโดยใช้อินเทอร์เน็ตแล้วพบว่า มีการนำมาใช้สูงถึง ร้อยละ 50 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเป็นบริษัทภาคการผลิตที่มีความจำเป็น/ต้องการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อการผลิต โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่าบริษัทมีระบบออนไลน์กับลูกค้าสูงถึงร้อยละ 58.3 โดยกิจกรรมที่นำระบบออนไลน์มาใช้ส่วนใหญ่เป็นการค้นหาผู้ค้าส่งร้อยละ 71.4 ซึ่งแตกต่างจากรายงานการศึกษาของ Electronic Industry Trade Organization [11] ที่พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วกิจกรรมออนไลน์กับลูกค้าส่งมีการใช้ในกิจกรรมอื่นเพิ่มเติม เช่น ติดต่อกับผู้ค้าส่ง สั่งสินค้า รับใบส่งสินค้า ชำระเงิน ติดตามการส่งสินค้า และการบริการหลังการขาย

4. การให้บริการลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ บริษัทมีการใช้ในกิจกรรมการให้บริการหลังการขาย ร้อยละ 47.3 และการส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 39.4 แสดงว่าส่วนใหญ่บริษัทมีแนวโน้มต้องการให้ความสำคัญในด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งแตกต่างจากรายงานการศึกษาของ Electronic Industry Trade Organization [11] ที่พบว่าบริษัทในอังกฤษส่วนใหญ่สามารถให้บริการลูกค้าสั่งซื้อสินค้าได้จากบริษัทโดยใช้ระบบออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าสืบหาสินค้า สั่งสินค้า ชำระเงิน ติดตามการส่งสินค้า ถึงร้อยละ 44, 63, 40 และ 20 ตามลำดับ ผลการศึกษานี้ทำให้คาดว่าหากบริษัทมีการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ อาจช่วยเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น

ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ความรู้ความเข้าใจ บริษัทมีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย อาจเนื่องมาจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องใหม่สำหรับธุรกิจจำนวนมากในประเทศ ทำให้หลายบริษัทยังไม่นำมาใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาของสมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ [6] และ Ramesh Venkat [15] ที่พบว่าเหตุผลที่ยังไม่นำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการประกอบธุรกิจเนื่องมาจากขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บริษัทมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเห็นถึงประโยชน์ที่สำคัญที่สุด คือ ช่วยขยายตลาด และเข้าถึงลูกค้าทั่วโลก ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาของ KPMG Management Consulting [13] ที่เห็นว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มยอดขายทางการตลาด และเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับโลก

3. ปัจจัยส่งเสริมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ บริษัทมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสำคัญ เพื่อการขยายขอบเขต และคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งแตกต่างจากรายงานการศึกษาของ Electronic Industry Trade rganization [11] ที่บริษัทภาคอุตสาหกรรมประเทศอังกฤษส่วนใหญ่ เห็นว่าความต้องการของลูกค้า และลดการสูญเสียทางการตลาด เป็นปัจจัยที่สำคัญ อาจเนื่องมาจากความต้องการในการรักษาลูกค้าไว้ และยังคงสอดคล้องกับรายงานการศึกษาของ Ramesh VenKat [15] ที่พบว่าบริษัทในประเทศแคนาดาเห็นถึงปัจจัยส่งเสริมที่สำคัญในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ คือ ความต้องการของลูกค้าเช่นกัน

4. ปัญหาอุปสรรคในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ บริษัทมีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยสอดคล้องกับรายงานการศึกษาลูกค้าส่วนใหญ่ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

5. ความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ บริษัทมีความตั้งใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับตั้งใจมาก เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท แสดงถึงแนวโน้มที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจและยอมรับที่จะนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่า

1. อุตสาหกรรมแปรรูปพืชผลทางการเกษตร มีความเห็นด้วยอย่างยิ่งเกี่ยวกับประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการขยายตลาดใหม่/เข้าถึงลูกค้าทั่วโลก ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยส่งเสริมเพื่อภาพลักษณ์ของบริษัท และมีความตั้งใจที่จะใช้เพื่อการเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น ส่วนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเทียม เห็นว่าความปลอดภัย กฎหมาย จำนวนลูกค้ามีน้อย เป็นปัญหาอุปสรรคในระดับปานกลาง

2. บริษัทส่วนใหญ่ที่ผลิตสินค้าจำหน่ายภายในประเทศ ต่างประเทศ รวมทั้งภายในและต่างประเทศ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการได้รับความสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ ความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยส่งเสริมที่สำคัญมากในการนำมาใช้ของบริษัทจำหน่ายสินค้าภายในและต่างประเทศ และบริษัทที่ผลิตสินค้าจำหน่ายต่างประเทศเห็นว่าการความปลอดภัยในการดำเนินธุรกรรม และขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญ

เป็นปัญหาอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุด ส่วนบริษัทที่ผลิตสินค้าจำหน่ายภายในประเทศมีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ปานกลางเพื่อการเข้าถึงลูกค้า/ตลาดเพิ่มขึ้น

3. บริษัทลงทุนของไทยไม่แน่ใจเกี่ยวกับประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการเพิ่มยอดขาย บริษัทลงทุนของต่างประเทศเห็นว่าการขายขอบเขตและคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ และลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อและขายสินค้าเป็นปัจจัยส่งเสริมที่ค่อนข้างสำคัญ บริษัทลงทุนของไทย และบริษัทลงทุนต่างประเทศเห็นว่าโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ต จำนวนลูกค้าและผู้ค้าส่งที่ใช้ยังมีน้อย และกฎหมายเป็นปัญหาอุปสรรคในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะใช้ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อคุณภาพในการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น

4. ผู้ตอบแบบสอบถามประมาณร้อยละ 27.1 เป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายแทนจากบริษัทในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงอาจมีผลต่อทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แท้จริงได้

5. การที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับน้อยอาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับพื้นฐาน แต่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดที่เพิ่มมากขึ้น และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างเป็นเรื่องใหม่สำหรับธุรกิจในประเทศ รวมทั้งยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด โดยขาดการให้ความรู้และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยทั่วไป และเกี่ยวข้องกับเทคนิคหรือเทคโนโลยีที่ค่อนข้างทันสมัยและซับซ้อนสำหรับบุคคลทั่วไป

6. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากเห็นประโยชน์ที่สำคัญของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการช่วยเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย การเข้าถึงลูกค้าและตลาดเพิ่มขึ้น คุณภาพที่ดีในการบริการลูกค้า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจของบริษัท จากความคิดเห็นของแนวโน้มการให้ความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการแข่งขันในปัจจุบัน และในอีก 3 ปี ข้างหน้า ที่พบในระดับค่อนข้างสำคัญ และระดับสำคัญยิ่ง ที่มีเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งในระดับไม่สำคัญพบว่าลดลง

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรมีการให้ข้อมูล ความรู้ จัดอบรมสัมมนา การประชุมเชิงปฏิบัติการ ในการนำมาประยุกต์ใช้กับองค์กรให้กับผู้ประกอบการ
2. อาจศึกษาจากโมเดลทางธุรกิจ ในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบผลสำเร็จในต่างประเทศ เพื่อนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจ
3. ขอรับความรู้ คำแนะนำ ความช่วยเหลือที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ (NECTEC) ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ECRC) กระทรวงวิทยาศาสตร์ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงอุตสาหกรรม กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น
4. สถาบันการศึกษาควรเร่งผลิตบุคลากรทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยลดปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ บริษัทอาจเปิดรับสมัครบุคลากรเหล่านี้เข้าร่วมทำงาน หรือช่วยในการพัฒนาและประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท
5. มอบหมายให้กับบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รับผิดชอบดูแล (outsource)
6. ภาครัฐควรมีบทบาทที่สำคัญในการส่งเสริมกระตุ้นให้เห็นความสำคัญ โดยการกำหนดนโยบายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศที่ชัดเจน รวมทั้งการสร้างและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ระบบโทรคมนาคม อินเทอร์เน็ต องค์กรรับรองความถูกต้อง การพัฒนาบุคลากร การวิจัยและพัฒนา ฐานข้อมูล มาตรฐาน กฎหมาย ระบบชำระเงิน และระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น