

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้แบ่งผลของการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานในปัจจุบัน และการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์โดยเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงในตารางที่ 1-5
- ตอนที่ 2 สถานภาพทั่วไปของกิจการ ได้แก่ ระยะเวลาเปิดดำเนินการของกิจการส่งออก จำนวนพนักงานรวม ยอดส่งออกรวมในปี 2542 สัดส่วนในการส่งออกเทียบกับยอดขายรวม ประเทศคู่ค้าที่ส่งสินค้าไปขาย วิธีการจัดจำหน่ายหลัก เงินทุนจดทะเบียน การใช้คอมพิวเตอร์ในกิจการ และผู้ที่ทำหน้าที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ แสดงในตารางที่ 6-15
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับใช้บริการ พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ ความสนใจที่จะใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ความเห็นต่อการให้บริการของภาครัฐ ความต้องการการอบรมของกิจการ แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ แสดงในตารางที่ 16-21
- ตอนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ แสดงในตารางที่ 22-52
- ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อมูลด้านอื่น ๆ แสดงในตารางที่ 53-59

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	เพศ		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	4	5.26%	2	5.88%	6	5.45%
30-39 ปี	16	21.05%	3	8.82%	19	17.27%
40-49 ปี	23	30.26%	6	17.65%	29	26.36%
50-59 ปี	28	36.84%	20	58.82%	48	43.64%
60 ปีขึ้นไป	5	6.58%	3	8.82%	8	7.27%
รวม	76	69.09%	34	30.90%	110	100%

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายและมีอายุในช่วง 50-59 ปี มากเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 36.84 อันดับสองคือช่วงอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.26 อันดับสามคือช่วงอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.05% และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงอายุ 50-59 ปี มากเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 58.82 อันดับสองคือช่วงอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.65 อันดับสามคือช่วงอายุ 30-39 ปีและ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.82%

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
5,001-10,000 บาท/เดือน	11	10.00%
10,001-15,000 บาท/เดือน	21	19.09%
15,001-20,000 บาท/เดือน	33	30.00%
20,000-30,000 บาท/เดือน	27	24.55%
30,001-35,000 บาท/เดือน	14	12.73%
มากกว่า 35,000 บาท/เดือน	4	3.64%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ในช่วง 15,001-20,000 บาท/เดือน มากเป็นอันดับหนึ่งจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อันดับสองคือช่วง 20,000-30,000 บาท/เดือน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 24.55 และอันดับสามรายได้ 10,001-15,000 บาท/เดือนจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 19.09

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เข้าโรงเรียน	2	1.82%
ประถมศึกษา	10	9.09%
มัธยมศึกษาหรือ ปวช.	17	15.45%
ปวส.หรืออนุปริญญา	31	28.18%
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	39	35.45%
สูงกว่าปริญญาตรี	11	10.00%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในช่วงปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 35.45 อันดับสองคือ ปวส.หรืออนุปริญญา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 28.18 และอันดับสาม มัธยมศึกษาหรือ ปวช.จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.45

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	13	11.82%
หุ้นส่วนของกิจการ	9	8.18%
กรรมการผู้จัดการ	11	10.00%
ผู้บริหารระดับสูง	14	12.73%
ผู้บริหารระดับกลาง	22	20.00%
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก	13	11.82%
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์	24	21.82%
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	4	3.64%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 4 พบว่าตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับหนึ่งได้แก่ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 21.82 รองลงมาเป็นผู้บริหารระดับกลางจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อันดับสาม ผู้บริหารระดับสูง 14 คนคิดเป็นร้อยละ 12.73อันดับรองลงไปได้แก่ เจ้าของกิจการ และ ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้งานคอมพิวเตอร์

ความถี่ในการใช้งานคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้คอมพิวเตอร์	6	5.45%
ใช้งานค่อนข้างน้อย (<1 ครั้งต่อ1เดือน - 1ครั้งต่อ1เดือน)	18	16.36%
ใช้งานบ้าง(2-3 ครั้งต่อเดือน - 1ครั้งต่อสัปดาห์)	22	20.00%
ใช้งานค่อนข้างบ่อย(>1ครั้งต่อสัปดาห์ -3-4ครั้งต่อสัปดาห์)	27	24.55%
ใช้งานเป็นประจำ(>4 ครั้งต่อสัปดาห์ - ใช้งานทุกวัน)	34	30.91%
อื่น ๆ(ระบุ)	3	2.73%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่มีความถี่ในการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์มากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ความถี่ในการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ ใช้งานเป็นประจำ(>4 ครั้งต่อสัปดาห์ ถึง ใช้งานทุกวัน)คิดเป็นร้อยละ 30.90 อันดับที่สอง ได้แก่ใช้งานค่อนข้างบ่อย(>1ครั้งต่อสัปดาห์ ถึง 3-4ครั้งต่อสัปดาห์)คิดเป็นร้อยละ 24.54 อันดับที่สาม ได้แก่ใช้งานบ้าง(2-3 ครั้งต่อเดือน ถึง 1ครั้งต่อสัปดาห์)คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของกิจการ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสินค้าที่ส่งออก

สินค้าที่ส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	27	24.55%
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	26	23.64%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก	24	21.82%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	20	18.18%
เซรามิค	13	11.82%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทำการส่งสินค้าออกมากไปจำหน่ายมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่สินค้าเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้คิดเป็นร้อยละ 24.54 อันดับที่สอง ได้แก่สินค้าออกประเภทสินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับคิดเป็นร้อยละ 23.63 อันดับที่สาม ได้แก่สินค้าออกประเภทอาหาร หรือประเภทผู้ให้บริการการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 21.81

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ

ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	17	15.45%
1-5 ปี	36	32.73%
6-10 ปี	28	25.45%
11-15 ปี	21	19.09%
มากกว่า 15 ปี	8	7.27%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 7 พบว่ากิจการของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะมีอายุกิจการ 1-5 ปี มีจำนวน 36 รายคิดเป็นร้อยละ 32.73% รองลงมาคืออายุกิจการ 6-10 ปี จำนวน 28 รายคิดเป็นร้อยละ 25.45% นอกจากนั้นคืออายุ 11-15 ปี จำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 19.09%

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 คน	49	44.55%
21-30 คน	36	32.73%
30-50 คน	14	12.73%
50-100 คน	9	8.18%
มากกว่า 100 คน	2	1.82%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานโดยเฉลี่ย มากเป็นอันดับที่หนึ่ง ได้แก่จำนวนพนักงานต่ำกว่า 20 คน คิดเป็นร้อยละ 44.54 อันดับที่สองได้แก่จำนวนพนักงาน 21-30 คนคิดเป็นร้อยละ 32.72 อันดับที่สาม ได้แก่จำนวนพนักงาน 30-50 คนคิดเป็นร้อยละ 12.73 อันดับที่ยี่สี่ ได้แก่จำนวนพนักงาน 50-100 คนคิดเป็นร้อยละ 8.18

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยอดส่งออกรวมในปี 2542

ยอดส่งออกรวมในปี 2542	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า1ล้านบาท	9	8.18%
1-5ล้านบาท	30	27.27%
6-10ล้านบาท	39	35.45%
11-15ล้านบาท	24	21.82%
15-20ล้านบาท	6	5.45%
มากกว่า20ล้านบาท	2	1.82%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมียอดส่งออกรวมในปี 2542 มากเป็นอันดับที่หนึ่งได้แก่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดส่งออกรวมในปี 2542 ตั้งแต่ 6-10 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 35.45 อันดับที่สอง ได้แก่กลุ่มที่มียอดส่งออกรวม 1-5 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 27.27 อันดับที่สาม ได้แก่กลุ่มที่มียอดส่งออกรวมในปี 2542 จำนวน 11-15ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 21.81

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัดส่วนในการส่งออก
ต่อยอดขายรวมในปี 2542

สัดส่วนในการส่งออก/ต่อยอดขายรวม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า15 %	2	1.82%
15-30%	4	3.64%
31-45%	4	3.64%
46-60%	13	11.82%
61-75%	15	13.64%
76-85%	16	14.55%
86-95 %	24	21.82%
มากกว่า95 %	32	29.09%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนในการส่งออกต่อยอดขายรวมมากเป็นอันดับที่หนึ่ง ได้แก่สัดส่วนในการส่งออกต่อยอดขายรวม มากกว่า95 % คิดเป็นร้อยละ 29.09อันดับที่สอง ได้แก่สัดส่วนในการส่งออกต่อยอดขายรวม 86-95 %คิดเป็นร้อยละ 21.81 อันดับที่สาม ได้แก่สัดส่วนในการส่งออกต่อยอดขายรวม 76-85%คิดเป็นร้อยละ 14.54

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ	จำนวน	ร้อยละ
สหรัฐอเมริกา	40	22.86%
ลาตินอเมริกา	9	5.14%
สหภาพยุโรป	28	16.00%
ออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์	12	6.86%
ญี่ปุ่น	42	24.00%
เกาหลี	7	4.00%
ทวีปเอเชียอื่น ๆ	25	14.29%
ทวีปแอฟริกา	8	4.57%
ส่งออกไปประเทศอื่น ๆ	4	2.29%
รวม	175	100%

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่มีประเทศคู่ค้าที่สำคัญมากเป็นอันดับที่หนึ่ง ได้แก่ประเทศญี่ปุ่นคิดเป็นร้อยละ 24.00 อันดับที่สอง ได้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกาคิดเป็นร้อยละ 22.86 อันดับที่สาม ได้แก่ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปคิดเป็นร้อยละ 16.00

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการจัดจำหน่าย

วิธีการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ขายให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศโดยตรง	59	53.64%
ขายผ่านผู้ค้าส่งออกภายในประเทศ	31	28.18%
ขายให้กับตัวแทนการค้าในต่างประเทศ	11	10.00%
ขายผ่านบริษัทการค้าระหว่างประเทศ	7	6.36%
จัดจำหน่ายโดยวิธีอื่น ๆ	2	1.82%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศ มากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่วิธีการจัดจำหน่าย โดยขายให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศโดยตรงคิดเป็นร้อยละ 53.63 อันดับที่สอง ได้แก่วิธีการจัดจำหน่าย โดยขายผ่านผู้ค้าส่งออกภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 28.18 อันดับที่สามได้แก่วิธีการจัดจำหน่ายโดย ขายให้กับตัวแทนการค้าในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียน

เงินทุนจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า100,000บาท	7	6.36%
100,000-500,000บาท	14	12.73%
600,000-1,000,000บาท	29	26.36%
1-3ล้านบาท	32	29.09%
3-5ล้านบาท	21	19.09%
มากกว่า5ล้านบาท	7	6.36%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเงินทุนจดทะเบียนมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่เงินทุนจดทะเบียน 1,000,000-3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.09 อันดับที่สองได้แก่เงินทุนจดทะเบียน 600,000-1,000,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 26.36 อันดับที่สาม ได้แก่เงินทุนจดทะเบียน 3,000,000 - 5,000,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 19.09

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้งานคอมพิวเตอร์ในกิจการ

การใช้งานคอมพิวเตอร์ในกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการใช้คอมพิวเตอร์	3	1.83%
ใช้สำหรับผู้บริหาร	18	10.98%
ใช้ในแผนกการผลิต	20	12.20%
ใช้ในแผนกการบัญชี	51	31.10%
ใช้ในแผนกการตลาด	16	9.76%
ใช้ในแผนกการจัดซื้อ	22	13.41%
ใช้ในแผนกการบริการลูกค้า	28	17.07%
ใช้ในแผนกอื่น ๆ	6	3.66%
รวม	164	100%

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้งานคอมพิวเตอร์ในกิจการส่งออกมาเป็นอันดับที่หนึ่งได้แก่การใช้งานในแผนกการบัญชีคิดเป็นร้อยละ 31.09 อันดับที่สองได้แก่การใช้งานในแผนกการบริการลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 17.07 อันดับที่สามได้แก่การใช้ในแผนกการจัดซื้อคิดเป็นร้อยละ 13.41

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอำนาจตัดสินใจในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้มีอำนาจตัดสินใจในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับมอบหมาย	19	17.27%
กรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ เพียงผู้เดียว	33	30.00%
กรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ร่วมกับเจ้าหน้าที่เทคนิค	15	13.64%
กรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ร่วมกับผู้บริหารระดับสูง	25	22.73%
หัวหน้าฝ่ายเทคนิคหรือหัวหน้าฝ่ายคอมพิวเตอร์ที่ได้รับมอบหมาย	13	11.82%
ผู้ตัดสินใจคนอื่น ๆ	5	4.55%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าลักษณะการตัดสินใจในการใช้บริการมากเป็นอันดับหนึ่งเป็นอันดับที่หนึ่งได้แก่ กรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ เป็นผู้ตัดสินใจเพียงผู้เดียวคิดเป็นร้อยละ 30.00 อันดับที่สองผู้มีอำนาจตัดสินใจในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ กรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการตัดสินใจร่วมกับผู้บริหารระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 22.72 อันดับที่สาม ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับมอบหมายคิดเป็นร้อยละ 17.27

ตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม
การใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยใช้บริการ	59	53.64%
เคยโดยใช้บริการแล้วต่ำกว่า6เดือน	14	12.73%
เคยโดยใช้บริการแล้ว6เดือน-1ปี	23	20.91%
เคยโดยใช้บริการแล้ว1-3ปี	9	8.18%
เคยโดยใช้บริการแล้วมากกว่าปี	5	4.55%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์มากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่กลุ่มที่ยังไม่เคยใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 53.64 อันดับที่สอง ได้แก่เคยใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์แล้ว 6 เดือนถึง 1ปี คิดเป็นร้อยละ 20.91 อันดับที่สาม ได้แก่เคยใช้บริการแล้วต่ำกว่า 6 เดือนคิดเป็นร้อยละ 12.73

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจที่จะใช้บริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต

ความสนใจที่จะใช้บริการในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
คาดว่าจะใช้บริการโดยเร็ว	8	13.56%
สนใจที่จะใช้บริการในอนาคต(ระยะเวลาไม่เกิน1ปี)	13	22.03%
มีแนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคต(ระยะเวลาระหว่าง1-3ปี)	29	49.15%
อยู่ในระหว่างหาข้อมูลเพื่อการใช้งานในอนาคต	6	10.17%
อื่น ๆ(ระบุ)	3	5.08%
รวม	59	100%

จากตารางที่ 17 พบว่าในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่เคยใช้บริการบริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสนใจที่จะใช้บริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตมากเป็นอันดับที่หนึ่ง ได้แก่สนใจที่จะใช้บริการ โดยมีแนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคตระยะเวลาระหว่าง1-3ปี คิดเป็นร้อยละ 49.15 อันดับที่สอง ได้แก่ความสนใจที่จะใช้บริการในอนาคตระยะเวลาไม่เกิน 1ปีคิดเป็นร้อยละ 22.03 อันดับที่สาม ได้แก่ คาดว่าจะใช้บริการโดยเร็วคิดเป็นร้อยละ 13.55

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์
ในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อใช้เป็นแหล่งติดต่อสื่อสาร	9	8.18%
เพื่อใช้เป็นแหล่งกระจายข้อมูลข่าวสาร	11	10.00%
เพื่อใช้สร้างภาพลักษณ์ที่ดี	14	12.73%
เพื่อใช้ในการบริการลูกค้า	21	19.09%
เป็นแหล่งแสดงราคา	32	29.09%
ใช้ในการขาย และการส่งเสริมการขาย	17	15.45%
วัตถุประสงค์อื่น ๆ	6	5.45%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นแหล่งแสดงราคาสินค้าคิดเป็นร้อยละ 29.09 อันดับที่สอง ได้แก่ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการบริการลูกค้าคิดเป็นร้อยละ 19.09 วัตถุประสงค์อันดับที่สามได้แก่การใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขาย และการส่งเสริมการขายคิดเป็นร้อยละ 15.45

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แนวทางในการให้บริการ พาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย

แนวทางในการให้บริการภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยกับมาตรการในการส่งเสริมการใช้งาน พาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐ	19	17.27%
เห็นด้วยที่รัฐให้ใช้พื้นที่โฆษณาสินค้าบนอินเทอร์เน็ต โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	38	34.55%
เห็นด้วยกับมาตรการผลักดันกฎหมายพาณิชยกรรม อิเล็กทรอนิกส์ของรัฐ	46	41.82%
ข้อคิดเห็นในกรณีอื่น ๆ	7	6.36%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อแนวทางในการให้บริการพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐมากเป็นอันดับหนึ่งได้มีความเห็นต่อแนวทางในการให้บริการภาครัฐ โดยเห็นด้วยกับมาตรการผลักดันกฎหมายพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์คิดเป็นร้อยละ 41.81 อันดับที่สอง ได้แก่มีความเห็น ต่อแนวทางในการให้บริการภาครัฐ โดยเห็นด้วยที่รัฐให้ใช้พื้นที่โฆษณาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละ 34.54 อันดับที่สาม ได้แก่ความเห็นด้วยกับมาตรการในการส่งเสริมการใช้งานพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐคิดเป็นร้อยละ 19.00

ส่วนข้อคิดเห็นในกรณีอื่น ได้แก่

1. ต้องการให้รัฐบาลจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติม
2. ต้องการให้รัฐบาลหาแนวทางลดค่าบริการรายเดือนของพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์
3. ต้องการให้รัฐบาลป้องกันผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งปัจจุบันกำลังเสียเปรียบการแข่งขันกับคู่แข่ง โดยการหาแนวทางลดค่าใช้จ่ายของอินเทอร์เน็ตลง
4. ต้องการให้การสื่อสารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ดำเนินการพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์
5. ต้องการให้รัฐจัดทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อบริหารงานด้านพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ แจกฟรี

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับบริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องการ

การฝึกอบรมที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ยังไม่มีความรู้จำเป็นในการอบรม	8	7.27%
ความรู้พื้นฐานการใช้พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์	21	19.09%
ความรู้เรื่องอินเทอร์เน็ต	31	28.18%
ความรู้เรื่องจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	27	24.55%
ความรู้เรื่องการเงินอิเล็กทรอนิกส์	11	10.00%
ความรู้เรื่องกฎหมายเกี่ยวกับพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์	9	8.18%
อื่นๆ ได้แก่ความรู้พื้นฐานด้านคอมพิวเตอร์	3	2.73%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ การฝึกอบรมมากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่การฝึกอบรมประเภทความรู้เรื่องอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 28.18 อันดับที่สอง ได้แก่การฝึกอบรมประเภทความรู้เรื่องจดหมายอิเล็กทรอนิกส์คิดเป็นร้อยละ 24.54 อันดับที่สาม ได้แก่การฝึกอบรมประเภทความรู้พื้นฐานการใช้พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 19.09

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ
พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับบริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ข้อมูลจากหน่วยงานราชการ	7	6.36%
ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต(ISP)	4	3.64%
กิจการส่งออกอื่น ๆ	18	16.36%
พนักงานขายคอมพิวเตอร์	12	10.91%
ตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์	26	23.64%
สื่อโฆษณา	43	39.09%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ
ในการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์มากเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่สื่อโฆษณาคิดเป็นร้อยละ
39.09 อันดับที่สอง ได้แก่แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับบริการจากตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์คิดเป็นร้อยละ
23.63 อันดับที่สาม ได้แก่การขอข้อมูลเกี่ยวกับบริการจากกิจการส่งออก อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ
16.36

ตอนที่ 4 เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์
 ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
 และระดับความสำคัญของผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัย	ผลต่อการเลือกใช้บริการ		มากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
กลุ่มที่ 1 ปัจจัยสิ่งแวดล้อม															
ภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น	47	42.73%	34	30.91%	17	15.45%	7	6.36%	5	4.55%			4.01	มีผลมาก	3
การเมืองกฎหมายและข้อบังคับทางการค้า	30	27.27%	29	26.36%	37	33.64%	9	8.18%	5	4.55%			3.64	มีผลมาก	7
ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า	34	30.91%	29	26.36%	23	20.91%	20	18.18%	4	3.64%			3.63	มีผลมาก	8
ความพร้อมของกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	28	25.45%	22	20.00%	37	33.64%	18	16.36%	5	4.55%			3.45	มีผลน้อย	14
ภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น	28	25.45%	24	21.82%	26	23.64%	20	18.18%	12	10.91%			3.33	มีผลน้อย	19
อัตราเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	23	20.91%	25	22.73%	19	17.27%	41	37.27%	2	1.82%			3.24	มีผลน้อย	20
ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของกิจการ	16	14.55%	29	26.36%	16	14.55%	31	28.18%	18	16.36%			2.95	มีผลน้อย	24
การสนับสนุนจากรัฐ	17	15.45%	18	16.36%	24	21.82%	36	32.73%	15	13.64%			2.87	มีผลน้อย	27
กลุ่มที่ 2 ปัจจัยภายในองค์กร															
การบริหารลูกค้าที่ดีขึ้น	51	46.36%	31	28.18%	13	11.82%	12	10.91%	3	2.73%			4.05	มีผลมาก	2
การเพิ่มยอดขาย	46	41.82%	39	35.45%	12	10.91%	6	5.45%	7	6.36%			4.01	มีผลมาก	4
ประหยัดเวลาการติดต่อสื่อสาร	44	40.00%	37	33.64%	18	16.36%	8	7.27%	3	2.73%			4.01	มีผลมาก	5

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนที่ชี้แจงที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และระดับความสำคัญของผลต่อการเลือกใช้บริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์(ต่อ)

ปัจจัย	มากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		แปลความ	ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ผลต่อการเลือกใช้บริการ												
กลุ่มที่ 2 ปัจจัยภายในองค์กร(ต่อ)												
การได้ข้อมูลของลูกค้าเพิ่มขึ้น	51	46.36%	27	24.55%	15	13.64%	15	13.64%	2	1.82%	มีผลมาก	6
เพื่อการได้เปรียบในการแข่งขัน	37	33.64%	20	18.18%	28	25.45%	23	20.91%	2	1.82%	มีผลมาก	10
การสร้างภาพพจน์ที่ดี	31	28.18%	30	27.27%	24	21.82%	16	14.55%	9	8.18%	มีผลมาก	12
ความคุ้มค่าในการใช้บริการ	29	26.36%	24	21.82%	30	27.27%	20	18.18%	7	6.36%	มีผลน้อย	15
นโยบายของกิจการ	32	29.09%	20	18.18%	22	20.00%	30	27.27%	6	5.45%	มีผลน้อย	16
การลดต้นทุน	20	18.18%	34	30.91%	24	21.82%	26	23.64%	6	5.45%	มีผลน้อย	18
ระบบการทำงานของกิจการ	16	14.55%	31	28.18%	22	20.00%	25	22.73%	16	14.55%	มีผลน้อย	22
วัตถุประสงค์ของกิจการ	16	14.55%	23	20.91%	25	22.73%	17	15.45%	29	26.36%	มีผลน้อย	28
ระเบียบหรือวิธีปฏิบัติงานของกิจการ	19	17.27%	24	21.82%	5	4.55%	40	36.36%	22	20.00%	มีผลน้อย	29
โครงสร้างองค์กร	18	16.36%	20	18.18%	12	10.91%	29	26.36%	31	28.18%	มีผลน้อย	30
กลุ่มที่ 3 ปัจจัยระหว่างบุคคล												
อำนาจการตัดสินใจของผู้บริหาร	28	25.45%	21	19.09%	26	23.64%	33	30.00%	2	1.82%	มีผลน้อย	17
สถานะของผู้ตัดสินใจ	19	17.27%	27	24.55%	33	30.00%	22	20.00%	9	8.18%	มีผลน้อย	21
ความเข้าใจในสถานการณ์ของผู้ตัดสินใจ	14	12.73%	27	24.55%	30	27.27%	28	25.45%	11	10.00%	มีผลน้อย	23
การชักชวนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้จัดการ	19	17.27%	19	17.27%	20	18.18%	34	30.91%	18	16.36%	มีผลน้อย	26

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และระดับความสำคัญของการเลือกใช้บริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์(ต่อ)

ปัจจัย	ผลต่อการเลือกใช้บริการ		มากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		แปลความ	ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
กลุ่มที่ 4 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ให้บริการ	48	43.64%			33	30.00%	21	19.09%	6	5.45%	2	1.82%	มีผลมาก	1
ค่าบริการที่ไม่แพง	30	27.27%			37	33.64%	16	14.55%	24	21.82%	3	2.73%	มีผลมาก	9
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์	37	33.64%			32	29.09%	18	16.36%	4	3.64%	19	17.27%	มีผลมาก	11
ระดับความพร้อมของบุคลากรของผู้ให้บริการ	24	21.82%			29	26.36%	36	32.73%	20	18.18%	1	0.91%	มีผลมาก	13
ความสะดวกในการติดต่อผู้ให้บริการ	14	12.73%			18	16.36%	35	31.82%	32	29.09%	11	10.00%	มีผลน้อย	25
การให้เครดิต, การผ่อนชำระ	29.23	26.57%			27.41	24.92%	22.05	20.04%	21.36	19.42%	9.95	9.05%	มีผลน้อย	
รวม														

ตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ พานิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ “มีผลน้อย” ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากที่สุดแก่ ค่าบริการที่ไม่แพง การบริการลูกค้าที่ดีขึ้น ภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น การเพิ่มยอดขาย ประหยัดเวลาการติดต่อสื่อสาร การได้ข้อมูลของลูกค้าเพิ่มขึ้น การเมืองกฎหมายและข้อบังคับทางการค้า ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ เพื่อการได้เปรียบในแข่งขัน ระดับความพร้อมของบุคลากรผู้ให้บริการ การสร้างภาพพจน์ที่ดี ความสะดวกในการติดต่อผู้ให้บริการ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลน้อย

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และระดับความถี่ของปัญหาในการเลือกใช้บริการ

ปัญหา	เป็นปัญหาในระดับ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่เป็นปัญหา		ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1.ขาดความรู้ความเข้าใจ	29	26.36%	24	21.82%	23	20.91%	25	22.73%	9	8.18%			3.35	เป็นปัญหาน้อย	9
2.การใช้งานทำได้ยาก	36	32.73%	30	27.27%	21	19.09%	17	15.45%	6	5.45%			3.66	เป็นปัญหามาก	3
3.ไม่มีที่ปรึกษา	35	31.82%	26	23.64%	20	18.18%	11	10.00%	18	16.36%			3.45	เป็นปัญหาน้อย	6
4.ความไม่พร้อมของบุคลากร	39	35.45%	28	25.45%	21	19.09%	14	12.73%	8	7.27%			3.69	เป็นปัญหามาก	1
5.ต้องลงทุนสูง	34	30.91%	32	29.09%	23	20.91%	16	14.55%	5	4.55%			3.67	เป็นปัญหามาก	2
6.ติดต่อผู้ให้บริการยาก	34	30.91%	24	21.82%	32	29.09%	17	15.45%	3	2.73%			3.63	เป็นปัญหามาก	4
7.รัฐให้บริการไม่เพียงพอ	26	23.64%	23	20.91%	31	28.18%	27	24.55%	3	2.73%			3.38	เป็นปัญหาหนัก	8
8.การให้บริการของผู้ให้บริการไม่ดีพอ	29	26.36%	26	23.64%	26	23.64%	23	20.91%	6	5.45%			3.45	เป็นปัญหาน้อย	7
9.ขาดข้อมูล	34	30.91%	25	22.73%	28	25.45%	16	14.55%	7	6.36%			3.57	เป็นปัญหามาก	5
10.ปัญหาอื่น(ระบุ)	4	57.14%	3	42.86%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%			0.29	ไม่เป็นปัญหา	10
รวม	30	27.27%	24	21.91%	23	20.45%	17	15.09%	7	5.91%			3	เป็นปัญหาน้อย	

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับเป็นปัญหาน้อย ในรายละเอียดของปัญหาพบว่ามีค่าเฉลี่ยในระดับเป็นปัญหามากได้แก่ความไม่พร้อมของบุคลากร การใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำได้ยาก การให้ผู้ให้บริการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ยาก และขาดข้อมูล

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดตามปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการและระดับความสำคัญปัจจัยของผู้ให้บริการ

ระดับความสำคัญปัจจัยของผู้ให้บริการ	มากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีผล		ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ปัจจัยของผู้ให้บริการ													
1. ความสามารถในการส่งมอบบริการ	26	23.64%	33	30.00%	23	20.91%	19	17.27%	9	8.18%	3.44	มีผลน้อย	9
2. คุณภาพของการให้บริการ	31	28.18%	27	24.55%	13	11.82%	38	34.55%	1	0.91%	3.45	มีผลน้อย	8
3. ราคา	34	30.91%	29	26.36%	20	18.18%	19	17.27%	8	7.27%	3.56	มีผลมาก	3
4. การให้บริการและการแก้ไขปัญหา	43	39.09%	23	20.91%	21	19.09%	16	14.55%	7	6.36%	3.72	มีผลมาก	1
5. ระดับความสามารถทางด้านเทคนิค	29	26.36%	22	20.00%	36	32.73%	16	14.55%	7	6.36%	3.45	มีผลน้อย	7
6. ประสิทธิภาพการทำงาน	31	28.18%	9	8.18%	49	44.55%	18	16.36%	3	2.73%	3.43	มีผลน้อย	10
7. การให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำ	37	33.64%	31	28.18%	19	17.27%	17	15.45%	6	5.45%	3.69	มีผลมาก	2
8. ระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	22	20.00%	23	20.91%	24	21.82%	29	26.36%	12	10.91%	3.13	มีผลน้อย	17
9. ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	32	29.09%	28	25.45%	22	20.00%	16	14.55%	12	10.91%	3.47	มีผลน้อย	5
10. ฐานะการเงินของผู้ให้บริการ-ๆ	31	28.18%	24	21.82%	27	24.55%	21	19.09%	7	6.36%	3.46	มีผลน้อย	6
11. ทักษะดีของลูกจ้างอื่น ๆ	37	33.64%	28	25.45%	19	17.27%	11	10.00%	15	13.64%	3.55	มีผลมาก	4
12. การให้บริการเสริมก่อนการขาย	22	20.00%	19	17.27%	27	24.55%	28	25.45%	14	12.73%	3.06	มีผลน้อย	19
13. ชื่อเสียงด้านการบริการหลังการขาย	25	22.73%	17	15.45%	25	22.73%	34	30.91%	9	8.18%	3.14	มีผลน้อย	16
14. การช่วยเหลือในด้านกรณีการฟ้องร้อง	26	23.64%	21	19.09%	25	22.73%	32	29.09%	6	5.45%	3.26	มีผลน้อย	13
15. ความก้าวหน้าด้านการติดต่อสื่อสาร	25	22.73%	23	20.91%	22	20.00%	33	30.00%	7	6.36%	3.24	มีผลน้อย	14

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดตามปัจจัยด้านผู้ให้บริการและระดับความสำคัญปัจจัยของผู้ให้บริการ(ต่อ)

ระดับความสำคัญปัจจัยของผู้ให้บริการ ปัจจัยของผู้ให้บริการ	มากที่สุด		มาก		พอใช้		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
16. การบริหารงานของผู้ให้บริการ ๑	27	24.55%	24	21.82%	28	25.45%	14	12.73%	17	15.45%	3.27	มีผลน้อย	12
17. ท่านที่ตั้งความสะดวกในการติดต่อ	16	14.55%	31	28.18%	22	20.00%	31	28.18%	10	9.09%	3.11	มีผลน้อย	18
18. นโยบายของผู้ให้บริการ	24	21.82%	20	18.18%	24	21.82%	36	32.73%	6	5.45%	3.18	มีผลน้อย	15
19. อนุกรรมการของผู้ให้บริการ ๑	24	21.82%	20	18.18%	22	20.00%	16	14.55%	28	25.45%	2.96	มีผลน้อย	20
20. การส่งเสริมการตลาด,ข้อเสนอพิเศษ	29	26.36%	33	30.00%	16	14.55%	19	17.27%	13	11.82%	3.42	มีผลน้อย	11
รวม	29	25.95%	24	22.05%	24	22.00%	23	21.05%	10	8.95%	3.35	มีผลน้อย	

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพณิชยอิเล็กทรอนิกส์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลน้อย ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยผู้ให้บริการพบว่าปัจจัยผู้ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมากที่สุดแก่ การให้บริการและการแก้ไขปัญหา การให้ความช่วยเหลือ และกำหนดนำ ราคา ที่สนใจของผู้ใช้บริการ ตามลำดับสำหรับปัจจัยอื่น ๆ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมีผลน้อย

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้พิจารณาคัดเลือกผู้ให้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์

แหล่งข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการจากแหล่งใด	จำนวน	ร้อยละ
จากลูกค้าที่เคยใช้บริการ	25	22.73%
จากสื่อโฆษณาเช่น ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร	21	19.09%
จาก Supplier หรือคู่ค้าที่เคยใช้บริการ	18	16.36%
จากพนักงานของผู้ให้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์	7	6.36%
จากการสาธิตการให้บริการ	9	8.18%
จากงานสัมมนา หรือจากข่าวประชาสัมพันธ์	16	14.55%
จากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ	7	6.36%
ข้อมูลจากหน่วยงานของรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา	4	3.64%
จากแหล่งอื่น ๆ	3	2.73%
รวม	110	100%

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแหล่งข้อมูลที่จะหาข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการจากแหล่งข้อมูลที่มีมากเป็นอันดับหนึ่งได้แก่การหาข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการจากลูกค้าที่เคยใช้บริการ พณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์คิดเป็นร้อยละ 22.72 อันดับที่สอง ได้แก่การหาข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการจากสื่อโฆษณาเช่น ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารคิดเป็นร้อยละ 19.09 อันดับที่สามได้แก่จะหาข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการจาก Supplier หรือคู่ค้าที่เคยใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 16.36

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจุบัน และความถี่การใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน/การใช้งาน	ไม่ใช้		ใช้บ้าง		ใช้ค่อนข้างบ่อย		ใช้เป็นประจำ		อื่น ๆ		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์	-	0.00%	2	11.11%	4	18.18%	4	14.81%	14	41.18%	-	0.00%	24	20.87%
ผู้บริหารระดับกลาง	-	0.00%	3	16.67%	5	22.73%	9	33.33%	5	14.71%	-	0.00%	22	19.13%
ผู้บริหารระดับสูง	3	50.00%	1	5.56%	-	0.00%	2	7.41%	7	20.59%	1	33.33%	14	12.17%
เจ้าของกิจการ	1	16.67%	3	16.67%	4	18.18%	2	7.41%	3	8.82%	-	0.00%	13	11.30%
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก	-	0.00%	1	5.56%	3	13.64%	6	22.22%	2	5.88%	1	33.33%	13	11.30%
กรรมการผู้จัดการ	1	16.67%	4	22.22%	4	18.18%	2	7.41%	-	0.00%	-	0.00%	11	9.57%
หุ้นส่วนของกิจการ	1	16.67%	3	16.67%	2	9.09%	1	3.70%	2	5.88%	-	0.00%	9	7.83%
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	-	0.00%	1	5.56%	-	0.00%	1	3.70%	1	2.94%	1	33.33%	4	3.48%
รวม	6	5.45%	18	16.36%	22	20.00%	27	24.55%	34	30.91%	3	2.73%	110	100%

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ในแต่ละตำแหน่งส่วนใหญ่ต่างกัน โดยรวมมีความถี่ในการใช้งานโดยใช้เป็นประจำ มากกว่าความถี่ในการใช้งานอื่น ๆ ส่วนในแต่ละตำแหน่งพบว่าตำแหน่งผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์ และ ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง ใช้เป็นประจำ ตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง และ ผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านการส่งออกการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้ค่อนข้างบ่อย ตำแหน่งเจ้าของกิจการมีการใช้งานบ้าง ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ตำแหน่งหุ้นส่วนของกิจการ และตำแหน่งหัวหน้างานด้านอื่น ๆ ใช้ค่อนข้างน้อย มากกว่าความถี่อื่น ๆ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบันและการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในงานด้านต่าง ๆ

การใช้งานคอมพิวเตอร์	ไม่มีการใช้		ผู้บริหาร		การผลิต		การบัญชี		การตลาด		การจัดซื้อ		บริการลูกค้า		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	-	0.0%	3	23.1%	3	21.4%	8	21.6%	4	33.3%	2	12.5%	2	20.0%	2	40.0%	24	21.8%
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์																		
ผู้บริหารระดับกลาง	1	33.3%	3	23.1%	2	14.3%	8	21.6%	2	16.7%	4	25.0%	2	20.0%	-	0.0%	22	20.0%
ผู้บริหารระดับสูง	-	0.0%	1	7.7%	1	7.1%	4	10.8%	1	8.3%	5	31.3%	1	10.0%	1	20.0%	14	12.7%
เจ้าของกิจการ	1	33.3%	2	15.4%	2	14.3%	2	5.4%	2	16.7%	2	12.5%	1	10.0%	1	20.0%	13	11.8%
ผู้จัดการ หรือหัวหน้างานด้านการส่งออก	-	0.0%	2	15.4%	2	14.3%	5	13.5%	2	16.7%	2	12.5%	-	0.0%	-	0.0%	13	11.8%
กรรมการผู้จัดการ	1	33.3%	-	0.0%	2	14.3%	6	16.2%	-	0.0%	1	6.3%	1	10.0%	-	0.0%	11	10.0%
หุ้นส่วนของกิจการ	-	0.0%	1	7.7%	2	14.3%	3	8.1%	-	0.0%	-	0.0%	2	20.0%	1	20.0%	9	8.2%
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	-	0.0%	1	7.7%	-	0.0%	1	2.7%	1	8.3%	-	0.0%	1	10.0%	-	0.0%	4	3.6%
รวม	3	2.7%	13	11.8%	14	12.7%	37	33.6%	12	10.9%	16	14.5%	10	9.1%	5	4.5%	110	100%

จากการพบว่า การใช้งานคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามของแต่ละตำแหน่งงานใหญ่ต่างกัน ในการใช้งานคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละด้านนั้นพบว่ามีการใช้งานในปัจจุบัน การบัญชีมากเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนในแต่ละตำแหน่งหรือหัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์ ผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านการส่งออก กรรมการผู้จัดการ และหุ้นส่วนกิจการ ใช้คอมพิวเตอร์กับงานด้านอื่น ๆ มากกว่าด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนงานในปัจจุบันและผู้ที่อำนาจในการตัดสินใจใช้บริการ

การตัดสินใจใช้บริการ	ตัดสินใจ กรณีที่1		ตัดสินใจ กรณีที่2		ตัดสินใจ กรณีที่3		ตัดสินใจ กรณีที่4		ตัดสินใจ กรณีที่5		ตัดสินใจ กรณีที่6		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	-	0.0%	6	18.2%	3	20.0%	9	36.0%	4	30.8%	2	40.0%	24	21.8%
ผู้จัดการ/หน.คอมพิวเตอร์	3	15.8%	7	21.2%	3	20.0%	5	20.0%	4	30.8%	-	0.0%	22	20.0%
ผู้บริหารระดับกลาง	2	10.5%	5	15.2%	1	6.7%	4	16.0%	1	7.7%	1	20.0%	14	12.7%
ผู้บริหารระดับสูง	6	31.6%	4	12.1%	2	13.3%	1	4.0%	-	0.0%	-	0.0%	13	11.8%
เจ้าของกิจการ	2	10.5%	6	18.2%	2	13.3%	1	4.0%	1	7.7%	1	20.0%	13	11.8%
ผู้จัดการ/หน.งานส่งออก	4	21.1%	1	3.0%	2	13.3%	2	8.0%	2	15.4%	-	0.0%	11	10.0%
กรรมการผู้จัดการ	1	5.3%	3	9.1%	2	13.3%	2	8.0%	1	7.7%	-	0.0%	9	8.2%
หุ้นส่วนของกิจการ	1	5.3%	1	3.0%	-	0.0%	1	4.0%	-	0.0%	1	20.0%	4	3.6%
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	19	17.3%	33	30.0%	15	13.6%	25	22.7%	13	11.8%	5	4.5%	110	100%

หมายเหตุ

ตัดสินใจกรณีที่1 หมายถึง กรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการตัดสินใจเพียงผู้เดียว

ตัดสินใจกรณีที่2 หมายถึง ผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับมอบหมาย

ตัดสินใจกรณีที่3 หมายถึง กรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าหน้าที่เทคนิค

ตัดสินใจกรณีที่4 หมายถึง กรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ร่วมกับเจ้าหน้าที่เทคนิค

ตัดสินใจกรณีที่5 หมายถึง หัวหน้าฝ่ายเทคนิคหรือหัวหน้าฝ่ายคอมพิวเตอร์ที่ได้รับมอบหมาย

ตัดสินใจกรณีที่6 หมายถึง ผู้ตัดสินใจคนอื่น ๆ

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการตัดสินใจใช้บริการต่างกันอย่างตามตำแหน่งงาน โดยวิธีการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุดได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้ตัดสินใจใช้บริการ โดยตำแหน่งผู้จัดการและหน.คอมพิวเตอร์ เห็นว่าการตัดสินใจคือ กรรมกรผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ร่วมกับผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ตัดสินใจ ในขณะที่ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการและหน.งานส่งออก หุ่นส่วนของกิจการ หัวหน้างาน ตำแหน่งอื่น ๆ เห็นว่าการตัดสินใจคือผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้ตัดสินใจ ในขณะที่ยังไม่ดำเนินการ และกรรมการผู้จัดการ เห็นว่าวิธีการตัดสินใจได้แก่ กรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการหรือเพียงผู้เดียว

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงานในปัจจุบันและ ความต้องการในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	ไม่เคยใช้บริการ		ใช้บริการแล้ว ต่ำกว่า 6 เดือน		ใช้บริการแล้ว 6 เดือน - 1 ปี		ใช้บริการแล้ว 1 - 3 ปี		ใช้บริการแล้ว มากกว่า 3 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์	14	23.7%	2	14.3%	5	21.7%	2	22.2%	1	20.0%	24	21.8%
ผู้บริหารระดับกลาง	9	15.3%	3	21.4%	8	34.8%	1	11.1%	1	20.0%	22	20.0%
ผู้บริหารระดับสูง	8	13.6%	1	7.1%	2	8.7%	2	22.2%	1	20.0%	14	12.7%
เจ้าของกิจการ	8	13.6%	2	14.3%	2	8.7%	1	11.1%	-	0.0%	13	11.8%
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก	7	11.9%	2	14.3%	2	8.7%	1	11.1%	1	20.0%	13	11.8%
กรรมการผู้จัดการ	6	10.2%	2	14.3%	2	8.7%	1	11.1%	-	0.0%	11	10.0%
หุ้นส่วนของกิจการ	5	8.5%	2	14.3%	-	0.0%	1	11.1%	1	20.0%	9	8.2%
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	2	3.4%	-	0.0%	2	8.7%	-	0.0%	-	0.0%	4	3.6%
รวม	59	53.6%	14	12.7%	23	20.9%	9	8.2%	5	4.5%	110	100%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งงานส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามตำแหน่งงานในปัจจุบันและ
ความต้องการในการใช้บริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	คาดว่าจะใช้บริการโดยเร็ว		สนใจที่จะใช้บริการในอนาคต		มีแนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคต		อยู่ในระหว่างการศึกษาข้อมูล		อื่นๆ (ระบุ)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์	1	12.5%	1	7.7%	5	17.2%	2	33.3%	-	0.0%	9	15.3%
ผู้บริหารระดับกลาง	1	12.5%	3	23.1%	9	31.0%	-	0.0%	-	0.0%	13	22.0%
ผู้บริหารระดับสูง	1	12.5%	1	7.7%	6	20.7%	1	16.7%	1	33.3%	10	16.9%
เจ้าของกิจการ	1	12.5%	2	15.4%	5	17.2%	1	16.7%	-	0.0%	9	15.3%
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก	1	12.5%	2	15.4%	2	6.9%	-	0.0%	1	33.3%	6	10.2%
กรรมการผู้จัดการ	1	12.5%	2	15.4%	2	6.9%	1	16.7%	-	0.0%	6	10.2%
หุ้นส่วนของกิจการ	-	0.0%	2	15.4%	-	0.0%	1	16.7%	1	33.3%	4	6.8%
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	2	25.0%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	2	3.4%
รวม	8	13.6%	13	22.0%	29	49.2%	6	10.2%	3	5.1%	59	100%

จากการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทุกตำแหน่งงานมีแนวโน้มที่จะใช้งานในอนาคต

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงานในปัจจุบันและ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน	เพื่อใช้เป็นแหล่งติดต่อสื่อสาร		เป็นแหล่งกระจายข้อมูลข่าวสาร		เพื่อใช้สร้างภาพลักษณ์ที่ดี		เพื่อใช้ในการบริการลูกค้า		เป็นแหล่งแสดงราคา		ใช้ในการขายและส่งเสริมการขาย		วัตถุประสงค์อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งงานในปัจจุบัน																
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์	2	22.2%	-	0.0%	4	28.6%	5	23.8%	6	18.8%	6	35.3%	1	16.7%	24	21.8%
ผู้บริหารระดับกลาง	1	11.1%	3	27.3%	4	28.6%	4	19.0%	6	18.8%	4	23.5%	-	0.0%	22	20.0%
ผู้บริหารระดับสูง	1	11.1%	2	18.2%	-	0.0%	5	23.8%	4	12.5%	1	5.9%	1	16.7%	14	12.7%
เจ้าของกิจการ	1	11.1%	-	0.0%	2	14.3%	2	9.5%	6	18.8%	1	5.9%	1	16.7%	13	11.8%
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก	1	11.1%	2	18.2%	2	14.3%	2	9.5%	4	12.5%	1	5.9%	1	16.7%	13	11.8%
กรรมการผู้จัดการ	1	11.1%	3	27.3%	2	14.3%	-	0.0%	3	9.4%	2	11.8%	-	0.0%	11	10.0%
หุ้นส่วนของกิจการ	1	11.1%	-	0.0%	-	0.0%	3	14.3%	2	6.3%	2	11.8%	1	16.7%	9	8.2%
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	1	11.1%	1	9.1%	-	0.0%	-	0.0%	1	3.1%	-	0.0%	1	16.7%	4	3.6%
รวม	9	8%	11	10%	14	13%	21	19%	32	29%	17	15%	6	5%	110	100%

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งงานส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นแหล่งแสดงราคา ยกเว้นผู้บริหารระดับสูง และหุ้นส่วนของกิจการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้บริการลูกค้ามากกว่าด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงานในปัจจุบันและความเห็นต่อมาตรการของรัฐ

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	ความเห็นต่อมาตรการของรัฐ		เห็นด้วยในกรณีที่ 1		เห็นด้วยในกรณีที่ 2		เห็นด้วยในกรณีที่ 3		เห็นด้วยในกรณีอื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์	8	42.1%	8	21.1%	7	15.2%	1	14.3%	24	21.8%		
ผู้บริหารระดับกลาง	3	15.8%	11	28.9%	7	15.2%	1	14.3%	22	20.0%		
ผู้บริหารระดับสูง	2	10.5%	4	10.5%	7	15.2%	1	14.3%	14	12.7%		
เจ้าของกิจการ	2	10.5%	4	10.5%	6	13.0%	1	14.3%	13	11.8%		
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก	1	5.3%	5	13.2%	7	15.2%	-	0.0%	13	11.8%		
กรรมการผู้จัดการ	1	5.3%	3	7.9%	6	13.0%	1	14.3%	11	10.0%		
หุ้นส่วนของกิจการ	1	5.3%	2	5.3%	5	10.9%	1	14.3%	9	8.2%		
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	1	5.3%	1	2.6%	1	2.2%	1	14.3%	4	3.6%		
รวม	19	17%	38	35%	46	42%	7	6%	110	100%		

หมายเหตุ เห็นด้วยในกรณีที่ 1 หมายถึง เห็นด้วยกับมาตรการในการส่งเสริมการจ้างงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน
 เห็นด้วยในกรณีที่ 2 หมายถึง เห็นด้วยที่รัฐให้พื้นที่โฆษณาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
 เห็นด้วยในกรณีที่ 3 หมายถึง เห็นด้วยกับมาตรการผลักดันกฎหมายภาษีของบรรดาผู้ประกอบการส่งออกของรัฐ เห็นด้วยในกรณีอื่น ๆ ได้แก่ ต้องการให้รัฐบาลมีมาตรการส่งเสริมอื่น

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับตำแหน่งงานส่วนใหญ่ เห็นด้วยกับมาตรการผลักดันกฎหมายภาษีของบรรดาผู้ประกอบการส่งออกของรัฐ และ การที่รัฐให้พื้นที่

ตำแหน่งผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับ มาตรการส่งเสริมการจ้างงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของรัฐ และ การที่รัฐให้พื้นที่โฆษณาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย สำหรับผู้บริหารระดับกลางส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการที่รัฐให้พื้นที่โฆษณาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงานในปัจจุบันและประเภทของความต้องการการอบรม

ความต้องการการอบรม	ยังไม่จำเป็น		ความรู้พื้นฐาน		อินเตอร์เน็ต		E-Mail		การเงิน		กฎหมาย		อื่น ๆ(ระบุ)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	-	0.0%	4	19.0%	5	16.1%	9	33.3%	4	36.4%	1	11.1%	1	33.3%	24	21.8%
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์	2	25.0%	5	23.8%	4	12.9%	6	22.2%	1	9.1%	3	33.3%	1	33.3%	22	20.0%
ผู้บริหารระดับกลาง	2	25.0%	2	9.5%	4	12.9%	3	11.1%	2	18.2%	1	11.1%	-	0.0%	14	12.7%
ผู้บริหารระดับสูง	2	25.0%	2	9.5%	8	25.8%	1	3.7%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	13	11.8%
เจ้าของกิจการ	1	12.5%	4	19.0%	2	6.5%	2	7.4%	2	18.2%	1	11.1%	1	33.3%	13	11.8%
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก	1	12.5%	1	4.8%	4	12.9%	3	11.1%	1	9.1%	1	11.1%	-	0.0%	11	10.0%
กรรมการผู้จัดการ	-	0.0%	-	0.0%	3	9.7%	3	11.1%	1	9.1%	2	22.2%	-	0.0%	9	8.2%
หุ้นส่วนของกิจการ	-	0.0%	3	14.3%	1	3.2%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%	4	3.6%
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	8	7.3%	21	19.1%	31	28.2%	27	24.5%	11	10.0%	9	8.2%	3	2.7%	110	100%
รวม																

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการอบรมต่างกันตามตำแหน่งงาน โดยที่ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์ และผู้บริหารระดับกลางส่วนใหญ่ ต้องการการอบรมความรู้เบื้องต้น สำหรับ ผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านการส่งออกส่วนใหญ่ต้องการอบรมความรู้พื้นฐานมากกว่าด้านอื่น ๆ ต้องการการอบรมความรู้ด้านอินเตอร์เน็ต สำหรับ ผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านความรู้พื้นฐานมากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งงานในปัจจุบันและ แหล่งข้อมูลเพื่อเลือกใช้บริการ

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	แหล่งข้อมูล		หน่วยงานราชการ		ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต		กิจการส่งออกอื่น ๆ		พนักงานขายคอมพิวเตอร์		ตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์		สื่อโฆษณา		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์	1	14.3%	1	25.0%	2	11.1%	2	16.7%	8	30.8%	10	23.3%	24	21.8%		
ผู้บริหารระดับกลาง	2	28.6%	-	0.0%	7	38.9%	-	0.0%	5	19.2%	8	18.6%	22	20.0%		
ผู้บริหารระดับสูง	1	14.3%	-	0.0%	2	11.1%	2	16.7%	1	3.8%	8	18.6%	14	12.7%		
เจ้าของกิจการ	1	14.3%	1	25.0%	2	11.1%	-	0.0%	5	19.2%	4	9.3%	13	11.8%		
ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก	1	14.3%	1	25.0%	3	16.7%	2	16.7%	2	7.7%	4	9.3%	13	11.8%		
กรรมการผู้จัดการ	1	14.3%	-	0.0%	-	0.0%	4	33.3%	4	15.4%	2	4.7%	11	10.0%		
หุ้นส่วนของกิจการ	-	0.0%	-	0.0%	2	11.1%	-	0.0%	-	0.0%	7	16.3%	9	8.2%		
หัวหน้างานด้านอื่น ๆ	-	0.0%	1	25.0%	-	0.0%	2	16.7%	1	3.8%	-	0.0%	4	3.6%		
รวม	7	6.4%	4	3.6%	18	16.4%	12	10.9%	26	23.6%	43	39.1%	110	100%		

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลในการเลือกใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างกันตามตำแหน่งงาน ในรายละเอียดของแต่ละตำแหน่งงานพบว่า ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์ ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการ/หัวหน้างานด้านการส่งออก หุ้นส่วนของกิจการส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลเพื่อเลือกใช้บริการจากสื่อโฆษณา ส่วนเจ้าของกิจการส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลจากตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ ในขณะที่กรรมการผู้จัดการส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลจากพนักงานขายคอมพิวเตอร์ และตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ และหัวหน้างานด้านอื่น ๆ มีแหล่งข้อมูลจากพนักงานขายคอมพิวเตอร์มากกว่าแหล่งอื่น

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการเลือกใช้บริการ
 พานิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งงาน

ปัจจัย	ตำแหน่งงาน									
	เจ้าของกิจการ	หุ้นส่วนของกิจการ	กรรมการผู้จัดการ	ผู้บริหารระดับสูง	ผู้บริหารระดับกลาง	ผู้จัดการ หรือ หน.การส่งออก	ผู้จัดการ/หน.คอมพิวเตอร์	หัวหน้างานด้านอื่น		
ความคุ้มค่าในการใช้บริการ	2.62 (มีผลน้อย)	3.78 (มีผลมาก)	3.82 (มีผลมาก)	3.43 (มีผลน้อย)	3.86 (มีผลมาก)	3.54 (มีผลมาก)	3.25 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)		
ปัจจัยด้านค่าบริการที่ไม่แพง	4.10 (มีผลมาก)	4.38 (มีผลมาก)	4.30 (มีผลมาก)	4.04 (มีผลมาก)	3.79 (มีผลมาก)	4.30 (มีผลมาก)	3.85 (มีผลมาก)	3.80 (มีผลมาก)		
การให้บริการที่รวดเร็ว	3.23 (มีผลน้อย)	2.89 (มีผลน้อย)	3.09 (มีผลน้อย)	3.14 (มีผลน้อย)	2.77 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)	2.50 (มีผลน้อย)		
ระดับความพร้อมของบุคลากร	3.08 (มีผลน้อย)	3.78 (มีผลมาก)	3.91 (มีผลมาก)	3.29 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.92 (มีผลมาก)	3.83 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)		
ความรู้ให้บริการ	3.54 (มีผลมาก)	4.00 (มีผลมาก)	3.36 (มีผลน้อย)	3.43 (มีผลน้อย)	3.64 (มีผลมาก)	3.46 (มีผลน้อย)	3.21 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)		
อิเล็กทรอนิกส์	3.54 (มีผลมาก)	4.00 (มีผลมาก)	3.73 (มีผลมาก)	3.29 (มีผลน้อย)	3.59 (มีผลมาก)	3.62 (มีผลมาก)	3.21 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)		
ความสะดวกในการติดต่อผู้ให้บริการ	3.08 (มีผลน้อย)	4.22 (มีผลมาก)	3.82 (มีผลมาก)	3.29 (มีผลน้อย)	3.68 (มีผลมาก)	3.92 (มีผลมาก)	3.58 (มีผลมาก)	3.25 (มีผลน้อย)		
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.31 (มีผลน้อย)	4.00 (มีผลมาก)	3.73 (มีผลมาก)	3.29 (มีผลน้อย)	3.41 (มีผลน้อย)	3.85 (มีผลมาก)	3.83 (มีผลมาก)	4.00 (มีผลมาก)		

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามชี้แจงในการเลือกใช้บริการ

พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งงาน(ต่อ)

ปัจจัย	ตำแหน่งงาน									
	เจ้าของกิจการ	หุ้นส่วนของกิจการ	กรรมการผู้จัดการ	ผู้บริหารระดับสูง	ผู้บริหารระดับกลาง	ผู้จัดการ หรือ หน.การส่งออก	ผู้จัดการ/หน.คอมพิวเตอร์	หัวหน้างานด้านอื่น		
ภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น	3.85 (มีผลมาก)	3.33 (มีผลน้อย)	3.36 (มีผลน้อย)	3.29 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)	3.31 (มีผลน้อย)	3.21 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)		
ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของกิจการ	3.08 (มีผลน้อย)	3.11 (มีผลน้อย)	3.36 (มีผลน้อย)	3.36 (มีผลน้อย)	2.77 (มีผลน้อย)	2.85 (มีผลน้อย)	2.54 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)		
อัตราเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	2.46 (เห็นแก่ตัว)	3.44 (มีผลน้อย)	3.36 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.05 (มีผลน้อย)	3.38 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.00 (มีผลน้อย)		
การมีกฎหมายและข้อบังคับทางการค้า	3.31 (มีผลน้อย)	4.00 (มีผลมาก)	3.73 (มีผลมาก)	3.64 (มีผลมาก)	3.64 (มีผลมาก)	3.85 (มีผลมาก)	3.54 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)		
การสนับสนุนจากรัฐ	2.92 (มีผลน้อย)	3.22 (มีผลน้อย)	3.36 (มีผลน้อย)	2.71 (มีผลน้อย)	2.73 (มีผลน้อย)	2.85 (มีผลน้อย)	2.67 (มีผลน้อย)	2.35 (น้อยที่สุด)		
ปัจจัยด้านภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น	4.05 (มีผลมาก)	4.27 (มีผลมาก)	3.63 (มีผลมาก)	4.15 (มีผลมาก)	3.54 (มีผลมาก)	4.01 (มีผลมาก)	3.70 (มีผลมาก)	3.62 (มีผลมาก)		
วัตถุประสงค์ของกิจการ	2.92 (มีผลน้อย)	3.22 (มีผลน้อย)	3.09 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	2.68 (มีผลน้อย)	2.54 (มีผลน้อย)	2.63 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)		
นโยบายของกิจการ	3.38 (มีผลน้อย)	3.33 (มีผลน้อย)	3.45 (มีผลน้อย)	3.14 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.46 (มีผลน้อย)	3.46 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)		

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมดที่จัดใช้ในการเลือกใช้บริการ

พณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งงาน(ต่อ)

ปัจจัย	ตำแหน่งงาน									
	เจ้าของกิจการ	หุ้นส่วนของกิจการ	กรรมการผู้จัดการ	ผู้บริหารระดับสูง	ผู้บริหารระดับกลาง	ผู้จัดการ หรือ หน.การส่งออก	ผู้จัดการ/หน.คอมพิวเตอร์	หัวหน้างาน	หัวหน้างาน	หัวหน้างาน
ระเบียบหรือวิธีปฏิบัติของกิจการ	3.00 (มีผลน้อย)	2.67 (มีผลน้อย)	3.18 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.09 (มีผลน้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	3.50 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)
โครงสร้างองค์กร	3.00 (มีผลน้อย)	3.44 (มีผลน้อย)	3.18 (มีผลน้อย)	2.71 (มีผลน้อย)	2.68 (มีผลน้อย)	2.62 (มีผลน้อย)	2.04 (น้อยที่สุด)	2.50 (มีผลน้อย)	2.50 (มีผลน้อย)	2.50 (มีผลน้อย)
ระบบการทำงานของกิจการ	3.15 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	2.86 (มีผลน้อย)	3.27 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)	2.83 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)
อำนาจการตัดสินใจของผู้บริหาร	3.85 (มีผลมาก)	3.33 (มีผลน้อย)	3.55 (มีผลน้อย)	3.43 (มีผลน้อย)	3.36 (มีผลน้อย)	3.62 (มีผลน้อย)	2.96 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)
สถานะของผู้ตัดสินใจ	3.62 (มีผลมาก)	3.00 (มีผลน้อย)	3.27 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.27 (มีผลน้อย)	3.31 (มีผลน้อย)	3.17 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)
ความเข้าใจในสถานการณ์ของผู้ตัดสินใจ	3.08 (มีผลน้อย)	3.11 (มีผลน้อย)	3.36 (มีผลน้อย)	3.29 (มีผลน้อย)	2.95 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	2.79 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)
การชักชวนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจ	3.23 (มีผลน้อย)	3.22 (มีผลน้อย)	3.09 (มีผลน้อย)	2.71 (มีผลน้อย)	2.64 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	2.71 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)
การสร้างภาพพจน์ที่ดี	3.54 (มีผลมาก)	4.00 (มีผลมาก)	3.82 (มีผลมาก)	3.14 (มีผลน้อย)	3.82 (มีผลมาก)	3.69 (มีผลมาก)	3.08 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามปัจจัยในการเลือกใช้บริการ
พานิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งงาน(ต่อ)

ปัจจัย	ตำแหน่งงาน									
	เจ้าของกิจการ	หุ้นส่วนของกิจการ	กรรมการผู้จัดการ	ผู้บริหารระดับสูง	ผู้บริหารระดับกลาง	ผู้จัดการ หรือ หน.การส่งออก	ผู้จัดการ/หน.คอมพิวเตอร์	หัวหน้างานด้านอื่น		
ปัจจัยด้านการเพิ่มยอดขาย	4.10 (มีผลมาก)	4.12 (มีผลมาก)	3.88 (มีผลมาก)	4.10 (มีผลมาก)	3.77 (มีผลมาก)	4.01 (มีผลมาก)	3.88 (มีผลมาก)	3.85 (มีผลมาก)		
การลดต้นทุน	3.38 (มีผลน้อย)	3.44 (มีผลน้อย)	3.36 (มีผลน้อย)	3.43 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)	3.54 (มีผลมาก)	3.21 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)		
ปัจจัยด้านบริการลูกค้าที่ดีขึ้น	4.05 (มีผลมาก)	4.12 (มีผลมาก)	3.92 (มีผลมาก)	4.05 (มีผลมาก)	4.08 (มีผลมาก)	4.05 (มีผลมาก)	4.13 (มีผลมาก)	4.17 (มีผลมาก)		
เพื่อการได้เปรียบในแข่งขัน	3.31 (มีผลน้อย)	4.00 (มีผลมาก)	3.82 (มีผลมาก)	3.29 (มีผลน้อย)	3.41 (มีผลน้อย)	3.92 (มีผลมาก)	3.75 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)		
ปัจจัยด้านประหยัดเวลาการติดต่อสื่อสาร	4.30 (มีผลมาก)	4.04 (มีผลมาก)	3.79 (มีผลมาก)	4.30 (มีผลมาก)	3.62 (มีผลมาก)	4.01 (มีผลมาก)	3.84 (มีผลมาก)	3.80 (มีผลมาก)		
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ๆ โดยรวม	3.65 (มีผลมาก)	3.64 (มีผลมาก)	3.59 (มีผลมาก)	3.47 (มีผลน้อย)	3.42 (มีผลน้อย)	3.62 (มีผลมาก)	3.35 (มีผลน้อย)	3.38 (มีผลน้อย)		

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพานิชย์กรรมหรือเคทพอชนิดต่างกันตามตำแหน่งงาน ในรายละเอียดดังนี้ในแต่ละตำแหน่งพบว่าตำแหน่งเจ้าของกิจการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสาร โดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก ส่วนส่วนของกิจการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในระดับมีผลมาก การบริการผู้จัดการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าบริการที่ไม่แพง โดยมีความสำคัญในระดับมีผลมาก ผู้บริหารระดับกลางส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสาร โดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก ผู้บริหารระดับบนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในระดับมีผลมาก ผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านการส่งออกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าบริการที่ไม่แพง โดยมีความสำคัญในระดับมีผลมาก ผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านกอบพิเวเตอร์ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าบริการลูกค้าที่ดีขึ้น โดยมีระดับความสำคัญในส่วนอื่นๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการลูกค้าที่ดีขึ้นโดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก

ปัจจัยด้านการบริการลูกค้าที่ดีขึ้นโดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมากเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการเลือกใช้บริการพานิชย์กรมอิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งงาน

ปัญหา	ตำแหน่งงาน									
	เจ้าของกิจการ	หุ้นส่วน ของกิจการ	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้บริหาร ระดับสูง	ผู้บริหาร ระดับกลาง	ผู้จัดการหรือ หน.การส่งออก	ผู้จัดการหรือ หน.คอมพิวเตอร์	หัวหน้างาน ด้านอื่น		
ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่อง พาณิชย์กรมอิเล็กทรอนิกส์	3.85 (เป็นปัญหามาก)	3.33 (ปัญหาน้อย)	3.33 (ปัญหาน้อย)	3.45 (ปัญหาน้อย)	3.82 (เป็นปัญหามาก)	3.43 (ปัญหาน้อย)	3.43 (ปัญหาน้อย)	3.64 (เป็นปัญหามาก)		
การใช้งานทำได้ยาก	3.50 (เป็นปัญหามาก)	3.63 (เป็นปัญหามาก)	3.63 (เป็นปัญหามาก)	3.08 (ปัญหาน้อย)	3.00 (ปัญหาน้อย)	3.66 (เป็นปัญหามาก)	4.00 (เป็นปัญหามาก)	3.36 (ปัญหาน้อย)		
ไม่มีที่ปรึกษา	2.62 (ปัญหาน้อย)	3.78 (เป็นปัญหามาก)	4.00 (เป็นปัญหามาก)	3.36 (ปัญหาน้อย)	3.73 (เป็นปัญหามาก)	3.29 (ปัญหาน้อย)	3.14 (ปัญหาน้อย)	3.82 (เป็นปัญหามาก)		
ความพร้อมของบุคลากร	4.12 (เป็นปัญหามาก)	4.21 (เป็นปัญหามาก)	4.21 (เป็นปัญหามาก)	4.15 (เป็นปัญหามาก)	3.38 (ปัญหาน้อย)	4.08 (เป็นปัญหามาก)	4.22 (เป็นปัญหามาก)	3.82 (เป็นปัญหามาก)		
พาณิชย์กรมอิเล็กทรอนิกส์ต้องลงทุนสูง	3.08 (ปัญหาน้อย)	3.78 (เป็นปัญหามาก)	4.22 (เป็นปัญหามาก)	3.82 (เป็นปัญหามาก)	3.73 (เป็นปัญหามาก)	3.29 (ปัญหาน้อย)	3.54 (เป็นปัญหามาก)	3.50 (เป็นปัญหามาก)		

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนปัญหาในการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งงาน(ต่อ)

ปัญหา	ตำแหน่งงาน									
	เจ้าของกิจการ	หุ้นส่วนของกิจการ	กรรมการผู้จัดการ	ผู้บริหารระดับสูง	ผู้บริหารระดับกลาง	ผู้จัดการหรือหน.การส่งออก	ผู้จัดการหรือหน.คอมพิวเตอร์	หัวหน้างานด้านอื่น		
ติดต่อผู้ให้บริการยาก	3.88 (เป็นปัญหามาก)	3.08 (ปัญหาน้อย)	3.08 (ปัญหาน้อย)	3.27 (ปัญหาน้อย)	4.00 (เป็นปัญหามาก)	3.63 (เป็นปัญหามาก)	3.78 (เป็นปัญหามาก)	3.82 (เป็นปัญหามาก)		
รัฐให้บริการไม่เพียงพอ	3.38 (ปัญหาน้อย)	3.33 (ปัญหาน้อย)	3.78 (เป็นปัญหามาก)	3.82 (เป็นปัญหามาก)	3.36 (ปัญหาน้อย)	3.43 (ปัญหาน้อย)	3.29 (ปัญหาน้อย)	3.59 (เป็นปัญหามาก)		
การให้บริการของผู้ให้บริการไม่ดีพอ	3.27 (ปัญหาน้อย)	3.27 (ปัญหาน้อย)	3.71 (เป็นปัญหามาก)	3.73 (เป็นปัญหามาก)	3.77 (เป็นปัญหามาก)	3.60 (เป็นปัญหามาก)	3.33 (ปัญหาน้อย)	3.45 (ปัญหาน้อย)		
ขาดข้อมูล	3.73 (เป็นปัญหามาก)	3.73 (เป็นปัญหามาก)	3.67 (เป็นปัญหามาก)	3.15 (ปัญหาน้อย)	3.46 (ปัญหาน้อย)	3.57 (เป็นปัญหามาก)	3.38 (ปัญหาน้อย)	3.33 (ปัญหาน้อย)		
ปัญหาอื่น(ระบุ) ยังไม่มีแผนงานที่ชัดเจน	-	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	-	-	4.50 (มากที่สุด)	-	4.50 (มากที่สุด)		
ปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวม	2.85 (ปัญหาน้อย)	3.58 (เป็นปัญหามาก)	3.75 (เป็นปัญหามาก)	2.79 (ปัญหาน้อย)	2.92 (ปัญหาน้อย)	3.75 (เป็นปัญหามาก)	2.76 (ปัญหาน้อย)	3.74 (เป็นปัญหามาก)		

จากตารางที่ 36 พบว่าปัญหาที่มีผลในการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกันตามตำแหน่งงาน โดยทุกตำแหน่งงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาความไม่พร้อมของบุคลากรยกเว้นตำแหน่งผู้บริหารระดับกลางส่วนใหญ่ที่ให้ความสำคัญกับปัญหาติดต่อผู้ให้บริการมากกว่าปัญหาอื่น ๆ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
พานิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งงาน

ปัจจัยผู้ขาย	ตำแหน่งงาน							
	เจ้าของกิจการ	หุ้นส่วน ของกิจการ	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้บริหาร ระดับสูง	ผู้บริหาร ระดับกลาง	ผู้จัดการ หน.การส่งออก	ผู้จัดการ หน.คอมพิวเตอร์	หัวหน้างาน ด้านอื่น ๆ
ความสามารถในการส่งมอบบริการ	3.29 (มีผลน้อย)	3.59 (มีผลมาก)	3.38 (มีผลน้อย)	3.30 (มีผลน้อย)	3.58 (มีผลมาก)	3.25 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)
คุณภาพของการให้บริการ	3.14 (มีผลน้อย)	3.82 (มีผลมาก)	3.21 (มีผลน้อย)	3.48 (มีผลน้อย)	3.62 (มีผลมาก)	3.25 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)
ราคา	2.96 (มีผลน้อย)	3.88 (มีผลมาก)	3.46 (มีผลน้อย)	3.55 (มีผลมาก)	3.69 (มีผลมาก)	3.63 (มีผลมาก)	3.19 (มีผลน้อย)	3.14 (มีผลน้อย)
การให้บริการและการแก้ไขปัญหา	3.21 (มีผลน้อย)	3.88 (มีผลมาก)	3.07 (มีผลน้อย)	3.46 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.72 (มีผลมาก)	3.12 (มีผลน้อย)	4.00 (มีผลมาก)
ระดับความสามารถทางเทคนิค	3.29 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.88 (มีผลมาก)	3.07 (มีผลน้อย)	3.46 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)	4.00 (มีผลมาก)
ประวัติการทำงาน	3.62 (มีผลมาก)	3.78 (มีผลมาก)	3.82 (มีผลมาก)	3.43 (มีผลน้อย)	3.86 (มีผลมาก)	3.54 (มีผลมาก)	3.25 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)
การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ	3.82 (มีผลมาก)	3.07 (มีผลน้อย)	3.33 (มีผลน้อย)	3.70 (มีผลมาก)	3.46 (มีผลน้อย)	3.69 (มีผลมาก)	3.62 (มีผลมาก)	3.25 (มีผลน้อย)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
พาณิชย์กรมอิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งงาน(ต่อ)

ปัจจัยผู้ขาย	ตำแหน่งงาน							
	เจ้าของกิจการ	หุ้นส่วน ของกิจการ	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้บริหาร ระดับสูง	ผู้บริหาร ระดับกลาง	ผู้จัดการ หน.การส่งออก	ผู้จัดการ หน.คอมพิวเตอร์	หัวหน้างาน ด้านอื่น ๆ
ระบบการรักษามาตรฐานปลอดภัยของข้อมูล	2.83 (มีผลน้อย)	3.33 (มีผลน้อย)	2.83 (มีผลน้อย)	3.33 (มีผลน้อย)	3.38 (มีผลน้อย)	3.13 (มีผลน้อย)	3.22 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	3.38 (มีผลน้อย)	3.29 (มีผลน้อย)	3.79 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)	3.15 (มีผลน้อย)	3.65 (มีผลมาก)	3.46 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)
คุณภาพรวมของผู้ให้บริการ	3.54 (มีผลมาก)	4.00 (มีผลมาก)	3.42 (มีผลน้อย)	3.33 (มีผลน้อย)	3.12 (มีผลน้อย)	4.00 (มีผลมาก)	3.73 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)
ทัศนคติของลูกค้านอื่น ๆ ที่มีต่อผู้ให้บริการ	3.13 (มีผลน้อย)	3.46 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.65 (มีผลมาก)	3.92 (มีผลมาก)	3.55 (มีผลมาก)	2.89 (มีผลน้อย)	3.09 (มีผลน้อย)
การให้บริการเสริมก่อนการขาย	2.92 (มีผลน้อย)	3.19 (มีผลน้อย)	2.92 (มีผลน้อย)	3.19 (มีผลน้อย)	3.12 (มีผลน้อย)	3.54 (มีผลมาก)	3.59 (มีผลมาก)	3.00 (มีผลน้อย)
ชื่อเสียงด้านการบริการหลังการขาย	3.15 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	2.86 (มีผลน้อย)	3.27 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)	2.83 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)
การให้ความช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรม	3.43 (มีผลน้อย)	3.36 (มีผลน้อย)	3.29 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.27 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนสามร้อยห้าสิบห้าคนผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
พณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งงานของ(ต่อ)

ปัจจัยผู้ขาย	ตำแหน่งงาน									
	เจ้าของกิจการ	หุ้นส่วน ของกิจการ	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้บริหาร ระดับสูง	ผู้บริหาร ระดับกลาง	ผู้จัดการ ส่งออก	ผู้จัดการ	ผู้จัดการ คอมพิวเตอร์	หัวหน้างาน ด้านอื่น ๆ	
ความก้าวหน้าด้านการติดต่อสื่อสาร	3.29 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)	3.54 (มีผลมาก)	3.59 (มีผลมาก)	3.27 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)	2.75 (มีผลน้อย)	
แบบบริการและการจัดองค์กร ของผู้ให้บริการ ฯ	3.14 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.13 (มีผลน้อย)	3.22 (มีผลน้อย)	3.77 (มีผลมาก)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อยที่สุด)	3.25 (มีผลน้อย)	
เป้าหมายและความสะดวกในการติดต่อ	2.75 (มีผลน้อย)	3.22 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)	3.22 (มีผลน้อย)	3.12 (มีผลน้อย)	3.29 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	
นโยบายของผู้ให้บริการ	3.62 (มีผลมาก)	3.00 (มีผลน้อย)	3.27 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.27 (มีผลน้อย)	3.31 (มีผลน้อย)	3.17 (มีผลน้อย)	3.17 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	
อายุกิจการของผู้ให้บริการ ฯ	3.23 (มีผลน้อย)	2.89 (มีผลน้อย)	3.09 (มีผลน้อย)	3.14 (มีผลน้อย)	2.77 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)	2.50 (มีผลน้อย)	
การส่งเสริมการตลาด, ข้อเสนอพิเศษ ของผู้ให้บริการ	3.43 (มีผลน้อย)	3.86 (มีผลมาก)	2.96 (มีผลน้อย)	3.63 (มีผลมาก)	3.42 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	
ปัจจัยด้านผู้ขาย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวม	3.26 (มีผลน้อย)	3.26 (มีผลน้อย)	3.13 (มีผลน้อย)	3.21 (มีผลน้อย)	3.27 (มีผลน้อย)	3.09 (มีผลน้อย)	2.95 (มีผลน้อย)	2.95 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกันตามตำแหน่งงาน ในรายละเอียดพบว่าตำแหน่งเจ้าของกิจการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำโดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก ส่วนของกิจการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับฐานะการเงินของผู้ให้บริการ ๑ โดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก กรรมการผู้จัดการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับระดับของกิจการส่วนใหญ่นั้นให้ความสำคัญกับระดับความสามารถทางเทคนิคโดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก ผู้บริหารระดับสูงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำโดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก ผู้บริหารระดับกลางส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทัศนคติของลูกค้ายื่น ๆ ที่มีต่อผู้ให้บริการ ๑ โดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก ผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านการส่งออกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับฐานะการเงินของผู้ให้บริการ ๑ โดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก ผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านคอมพิวเตอร์ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับฐานะการเงินของผู้ให้บริการ ๑ โดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก หัวหน้างานด้านอื่น ๆ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ

สำคัญกับการให้บริการและการแก้ไขปัญหาโดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก มากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าที่ส่งออก และความถี่ในการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์

สินค้าที่ส่งออก	ไม่ใช้		ใช้ค่อนข้างน้อย		ใช้งานบ้าง		ใช้ค่อนข้างบ่อย		ใช้เป็นประจำ		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	1	16.7%	5	71.4%	7	31.8%	8	29.6%	6	17.6%	-	0.0%	27	25%
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	1	16.7%	5	71.4%	6	27.3%	9	33.3%	5	14.7%	-	0.0%	26	24%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก	1	16.7%	4	57.1%	4	18.2%	4	14.8%	10	29.4%	1	33.3%	24	22%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	2	33.3%	3	42.9%	2	9.1%	5	18.5%	7	20.6%	1	33.3%	20	18%
เซรามิก	1	16.7%	1	14.3%	3	13.6%	1	3.7%	6	17.6%	1	33.3%	13	12%
รวม	6	5.45%	7	6.36%	22	20.00%	27	24.55%	34	30.91%	3	2.73%	110	100.00%

จากตารางที่ 38 พบว่าการใช้งานคอมพิวเตอร์โดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกันตามประเภทสินค้าที่ส่งออก ในรายละเอียดตามประเภทสินค้าส่งออกพบว่าส่วนใหญ่สินค้าส่งออกประเภทเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้และสินค้าส่งออกประเภทเครื่องประดับมีการใช้งานคอมพิวเตอร์ใช้ค่อนข้างน้อย ประเภทสินค้าส่งออกอาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก ประเภทสินค้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง และประเภทสินค้าส่งออกเซรามิกส่วนใหญ่มีการใช้งานคอมพิวเตอร์ใช้เป็นประจำมากกว่าความถี่อื่น

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนร้อยละการใช้งานคอมพิวเตอร์ในกิจการส่งออกและผู้ส่งออกและของประเภทสินค้าที่ส่งออก

สินค้านำที่ส่งออก	การใช้งานคอมพิวเตอร์ในกิจการส่งออก		เฟอร์นิเจอร์		สินค้าที่ดัดกรรม		อาหาร		เสื้อผ้าสำเร็จรูป		เซรามิก		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการใช้คอมพิวเตอร์	1	3.70%	1	3.85%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	2	1.82%
ใช้สำหรับผู้บริหาร	2	7.41%	3	11.54%	3	12.50%	3	12.50%	3	15.00%	1	7.69%	12	10.91%
ใช้ในแผนกการผลิต	3	11.11%	4	15.38%	3	12.50%	3	12.50%	2	10.00%	1	7.69%	13	11.82%
ใช้ในแผนกการบัญชี	7	25.93%	9	34.62%	7	29.17%	7	29.17%	7	35.00%	4	30.77%	34	30.91%
ใช้ในแผนกการตลาด	5	18.52%	2	7.69%	1	4.17%	1	4.17%	2	10.00%	1	7.69%	11	10.00%
ใช้ในแผนกการจัดซื้อ	2	7.41%	2	7.69%	4	16.67%	4	16.67%	4	20.00%	3	23.08%	15	13.64%
ใช้ในแผนกการบริการลูกค้า	6	22.22%	4	15.38%	5	20.83%	5	20.83%	1	5.00%	3	23.08%	19	17.27%
ใช้ในแผนกอื่น ๆ	1	3.70%	1	3.85%	1	4.17%	1	4.17%	1	5.00%	-	0.00%	4	3.64%
รวม	27	24.55%	26	23.64%	24	21.82%	24	21.82%	20	18.18%	13	11.82%	110	100%

จากตารางที่ 39 พบว่าการใช้งานคอมพิวเตอร์ในกิจการส่งออกไม่ต่างกันตามประเภทของสินค้าที่ส่งออก ในรายละเอียดตามประเภทสินค้าส่งออกพบว่าทุกประเภทสินค้านำที่ส่งออกส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์ในแผนกการบัญชีมากกว่าด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก และประเภทของการตัดสินใจใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สินค้าที่ส่งออก	ตัดสินใจบริการ		ตัดสินใจครั้งที่ 1		ตัดสินใจครั้งที่ 2		ตัดสินใจครั้งที่ 3		ตัดสินใจครั้งที่ 4		ตัดสินใจครั้งที่ 5		ตัดสินใจครั้งที่ 6		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	5	26.3%	7	21.2%	6	40.0%	5	20.0%	4	30.8%	4	30.8%	-	0.0%	27	24.5%
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	5	26.3%	9	27.3%	3	20.0%	4	16.0%	3	23.1%	3	23.1%	2	40.0%	26	23.6%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการส่งออก	4	21.1%	7	21.2%	4	26.7%	6	24.0%	6	24.0%	2	15.4%	2	15.4%	24	21.8%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	3	15.8%	7	21.2%	1	6.7%	6	24.0%	1	6.7%	2	15.4%	2	15.4%	20	18.2%
เซรามิก	2	10.5%	3	9.1%	1	6.7%	4	16.0%	4	16.0%	2	15.4%	1	20.0%	13	11.8%
รวม	19	17.27%	33	30.00%	15	13.64%	25	22.73%	13	11.82%	13	11.82%	5	4.55%	110	100%

หมายเหตุ: ตัดสินใจครั้งที่ 1 หมายถึงผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับมอบหมาย
 ตัดสินใจครั้งที่ 2 หมายถึงกรรมการผู้จัดการหรือเจ้าหน้าที่เทคนิค
 ตัดสินใจครั้งที่ 3 หมายถึงกรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าหน้าที่เทคนิคหรือหัวหน้าฝ่ายเทคนิคหรือหัวหน้าฝ่ายคอมพิวเตอร์ที่ได้รับมอบหมาย
 ตัดสินใจครั้งที่ 4 หมายถึงกรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ
 ตัดสินใจครั้งที่ 5 หมายถึงกรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการที่ส่งออก โดยการค้าสินค้า
 ตัดสินใจครั้งที่ 6 หมายถึงผู้ตัดสินใจคนอื่น ๆ
 จากตารางที่ 40 พบว่าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ต่างกันตามประเภทของสินค้าที่ส่งออก โดยการค้าสินค้า
 บริการ โดยกรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการเป็นผู้ตัดสินใจเพียงผู้เดียวเท่านั้น สินค้าส่งออกประเภทอาหาร หรือ ผู้ให้บริการส่งออกส่วนใหญ่มีการตัดสินใจใช้
 บริการ โดย กรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ร่วมกับผู้บริหารระดับสูงมากกว่าการค้าสินค้าประเภทอื่น

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามประเภทสินค้าที่ส่งออกและการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์

สินค้าที่ส่งออก/การใช้บริการ	ไม่เคยใช้บริการ		ใช้บริการ < 6 เดือน		ใช้บริการ 6 เดือน - 1 ปี		ใช้บริการ 1-3 ปี		ใช้บริการ > 3 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	15	23.53%	3	25.00%	6	28.57%	2	22.22%	1	20.00%	27	24.55%
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	14	25.49%	6	33.33%	4	14.29%	1	11.11%	1	20.00%	26	23.64%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก	10	13.73%	3	20.83%	7	33.33%	2	33.33%	2	40.00%	24	21.82%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	14	25.49%	1	8.33%	3	14.29%	2	22.22%	0	0.00%	20	18.18%
เซรามิก	6	11.76%	1	12.50%	3	9.52%	2	11.11%	1	20.00%	13	11.82%
รวม	59	53.64%	14	12.73%	23	20.91%	9	8.18%	5	4.55%	110	100.00%

จากตารางที่ 41 พบว่าการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ไม่ต่างกันตามประเภทสินค้าที่ส่งออกโดยสินค้าส่งออกทุกประเภทส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าการใช้บริการในกรณีอื่น ๆ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามสินค้าที่ส่งออกและความต้องการในการใช้บริการ
พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์

สินค้าที่ส่งออก	ความต้องการในการใช้บริการ		สนใจที่จะใช้บริการ		มีแนวโน้มที่ใช้บริการในอนาคต		อยู่ในระหว่างทางข้อมูต		อื่น ๆ		จำนวน	
	คาดว่าจะใช้บริการโดยเร็ว	ช้ากว่าจะใช้บริการ	สนใจที่จะใช้บริการ	ไม่สนใจที่จะใช้บริการ	ในอนาคต	ในอนาคต	ในอนาคต	ในอนาคต	อื่น ๆ	อื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
1.เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	1	12.50%	4	30.77%	8	27.59%	1	16.67%	-	0.00%	14	23.73%
2.สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	1	12.50%	2	15.38%	8	27.59%	-	0.00%	1	33.33%	12	20.34%
3.อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก	2	25.00%	1	7.69%	6	20.69%	4	66.67%	-	0.00%	13	22.03%
4.เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	1	12.50%	3	23.08%	4	13.79%	-	0.00%	1	33.33%	9	15.25%
5.เซรามิค	3	37.50%	3	23.08%	3	10.34%	1	16.67%	1	33.33%	11	18.64%
รวม	8	13.56%	13	22.03%	29	49.15%	6	10.17%	3	5.08%	59	100.00%

ตารางที่ 42 พบว่าความต้องการในการใช้ บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ไม่ต่างกันตามประเภทสินค้าที่ส่งออก โดยสินค้าส่งออกทุกประเภท
มีแนวโน้มที่ใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต มากเป็นอันดับหนึ่ง

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก และวัตถุประสงค์ในการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์

สินค้าที่ส่งออก/ วัตถุประสงค์การใช้บริการ	ใช้ติดต่อสื่อสาร		ใช้กระจายข้อมูล		สร้างภาพลักษณ์		ใช้บริการลูกค้า		แสดงราคา		ส่งเสริมการขาย		วัตถุประสงค์อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	3	33.33%	3	27.27%	1	7.14%	3	14.29%	13	40.63%	3	17.65%	1	16.67%	27	24.55%
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	1	11.11%	2	18.18%	7	50.00%	8	38.10%	5	15.63%	2	11.76%	1	16.67%	26	23.64%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก	2	22.22%	1	9.09%	2	14.29%	5	23.81%	6	18.75%	7	41.18%	1	16.67%	24	21.82%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	2	22.22%	3	27.27%	3	21.43%	3	14.29%	6	18.75%	2	11.76%	1	16.67%	20	18.18%
เซรามิค	1	11.11%	2	18.18%	1	7.14%	2	9.52%	2	6.25%	3	17.65%	2	33.33%	13	11.82%
รวม	9	8.18%	11	10.00%	14	12.73%	21	19.09%	32	29.09%	17	15.45%	6	5.45%	110	100%

จากตารางที่ 43 พบว่าวัตถุประสงค์ในการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ต่างกันตามประเภทสินค้าที่ส่งออก โดยในรายละเอียดของสินค้าส่งออกแต่ละประเภทนั้น สินค้าที่ส่งออกประเภทเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงราคาเป็นอันดับหนึ่ง สินค้าที่ส่งออกประเภทสินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้บริการลูกค้าเป็นอันดับหนึ่ง สินค้าที่ส่งออกประเภทอาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออกส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขายมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง และสินค้าที่ส่งออกประเภทเซรามิคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขายมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามประเภทสินค้าที่ส่งออก และความเห็นต่อการดำเนินงานของรัฐในด้านบริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์

สินค้าที่ส่งออก	กรณีที่ 1		กรณีที่ 2		กรณีที่ 3		กรณีอื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	3	15.8%	11	28.9%	12	26.1%	1	14.3%	27	24.5%
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	4	21.1%	10	26.3%	11	23.9%	1	14.3%	26	23.6%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการกักกัก	5	26.3%	8	21.1%	10	21.7%	1	14.3%	24	21.8%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	4	21.1%	6	15.8%	9	19.6%	1	14.3%	20	18.2%
เซรามิก	3	15.8%	3	7.9%	4	8.7%	3	42.9%	13	11.8%
รวม	19	17.27%	38	34.55%	46	41.82%	7	6.36%	110	100.00%

หมายเหตุ กรณีที่ 1 หมายถึงเห็นด้วยกับมาตรการในการส่งเสริมการใช้งานพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐ
 กรณีที่ 2 หมายถึงเห็นด้วยที่รัฐให้พื้นที่โฆษณาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
 กรณีที่ 3 หมายถึงเห็นด้วยกับมาตรการผลิตภัณฑ์กฎหมายพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐ
 กรณีอื่น ๆ หมายถึงข้อคิดเห็นในกรณีอื่น ๆ

จากตารางที่ 44 พบว่าความเห็นต่อแนวทางในการให้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐส่วนใหญ่ไม่ต่างกันตามประเภทสินค้าที่ส่งออกโดยในรายละเอียดของสินค้าส่งออกทุกประเภทส่วนใหญ่เห็นด้วยกับมาตรการผลิตภัณฑ์กฎหมายพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐมากเป็นอันดับหนึ่ง

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่ส่งออก

และการที่ก่อบรมความรู้อาชีพกรรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องการ

ความต้องการอบรมความรู้ประเภทสินค้าส่งออก	ยังไม่จำเป็น		ความรู้พื้นฐาน		อินเทอร์เน็ต		E-Mail		การเงิน		กฎหมาย		อื่น ๆ (ระบุ)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพอร์เน็ทและผลิตภัณฑ์จากไม้	1	12.50%	7	33.33%	9	29.03%	6	22.22%	2	18.18%	2	22.22%	-	0.00%
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	2	25.00%	5	23.81%	7	22.58%	6	22.22%	4	36.36%	1	11.11%	1	33.33%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก	1	12.50%	2	9.52%	8	25.81%	5	18.52%	3	27.27%	5	55.56%	-	0.00%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	2	25.00%	4	19.05%	4	12.90%	7	25.93%	1	9.09%	1	11.11%	1	33.33%
เซรามิก	2	25.00%	3	14.29%	3	9.68%	3	11.11%	1	9.09%	-	0.00%	1	33.33%
รวม	8	7.27%	21	19.09%	31	28.18%	27	24.55%	11	10.00%	9	8.18%	3	2.73%

จากตารางที่ 45 พบว่าความต้องการอบรมความรู้ด้านบริการพาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ต่างกันตามประเภทสินค้าที่ส่งออก โดยในรายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทนั้น สินค้าส่งออกประเภทเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้มีความต้องการอบรมด้านความรู้พื้นฐานอินเทอร์เน็ต สินค้าส่งออกประเภทสินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับมีความต้องการอบรมด้านความรู้พื้นฐานอินเทอร์เน็ต สินค้าส่งออกประเภทอาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออกมีความต้องการอบรมด้านความรู้พื้นฐานอินเทอร์เน็ต สินค้าส่งออกประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป กิ่งทอ และเครื่องหนังมีความต้องการอบรมด้านความรู้พื้นฐานอินเทอร์เน็ต และความต้องการอบรมด้านความรู้พื้นฐานอินเทอร์เน็ต สินค้าส่งออกประเภทเซรามิกมีความต้องการอบรมด้านความรู้พื้นฐานอินเทอร์เน็ต และความต้องการอบรมด้านความรู้พื้นฐานอินเทอร์เน็ต (E-Mail) สินค้าส่งออกประเภทเซรามิกมีความต้องการอบรมด้านความรู้พื้นฐานอินเทอร์เน็ต และความต้องการอบรมด้านความรู้พื้นฐานอินเทอร์เน็ต (E-Mail) มากเป็นอันดับหนึ่ง

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามประเภทสินค้าที่ส่งออก และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจใช้บริการ

แหล่งข้อมูล	หน่วยงาน		ผู้ให้บริการ		กิจการส่งออก		พนักงานขาย		ตัวแทนจำหน่าย		สื่อโฆษณา		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าที่ส่งออก														
เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	1	14.29%	1	25.00%	5	27.78%	2	16.67%	8	30.77%	10	23.26%	27	24.55%
สินค้าที่ตัดถกรรม และเครื่องประดับ	2	28.57%	-	0.00%	5	27.78%	2	16.67%	5	19.23%	12	27.91%	26	23.64%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก	1	14.29%	1	25.00%	4	22.22%	3	25.00%	8	30.77%	7	16.28%	24	21.82%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ เครื่องหนัง	1	14.29%	1	25.00%	2	11.11%	3	25.00%	3	11.54%	10	23.26%	20	18.18%
เซรามิค	2	28.57%	1	25.00%	2	11.11%	2	16.67%	2	7.69%	4	9.30%	13	11.82%
รวม	7	6.36%	4	3.64%	18	16.36%	12	10.91%	26	23.64%	43	39.09%	110	100%

จากตารางที่ 46 พบว่าแหล่งข้อมูลในการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ต่างกันตามประเภทสินค้าที่ส่งออก โดยสินค้าส่งออกแต่ละประเภทนั้นมีแหล่งข้อมูลในการเลือกใช้บริการจากสื่อโฆษณา สินค้าส่งออกประเภทสินค้าที่ตัดถกรรม ยกเว้นสินค้าส่งออกประเภทอาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออกมีแหล่งข้อมูลในการเลือกใช้บริการจาก ตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์มากกว่าแหล่งอื่น

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์และประเภทของสินค้าที่ส่งออก

ปัจจัย	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	กลุ่ม1	กลุ่ม2	กลุ่ม3	กลุ่ม4	กลุ่ม5
ความคุ้มค่าในการใช้บริการ	3.67 (มีผลมาก)	3.81 (มีผลมาก)	3.63 (มีผลมาก)	3.00 (มีผลน้อย)	2.54 (มีผลน้อย)
ปัจจัยด้านค่าบริการที่ไม่แพง	3.93 (มีผลมาก)	4.38 (มีผลมาก)	4.21 (มีผลมาก)	4.10 (มีผลมาก)	3.54 (มีผลมาก)
การให้เครดิต,การผ่อนชำระ	2.56 (มีผลน้อย)	2.92 (มีผลน้อย)	2.96 (มีผลน้อย)	3.35 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)
ระดับความพร้อมของบุคลากร	3.85 (มีผลมาก)	3.35 (มีผลน้อย)	3.33 (มีผลน้อย)	3.80 (มีผลมาก)	3.62 (มีผลมาก)
ความพร้อมของกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.30 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.00 (มีผลน้อย)	3.75 (มีผลมาก)	4.08 (มีผลมาก)
ความสะดวกในการติดต่อผู้ให้บริการ	3.67 (มีผลมาก)	3.62 (มีผลมาก)	3.75 (มีผลมาก)	3.10 (มีผลน้อย)	3.08 (มีผลน้อย)
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	3.33 (มีผลน้อย)	3.25 (มีผลน้อย)	4.33 (มีผลมาก)	3.55 (มีผลมาก)	3.85 (มีผลมาก)
ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า	2.85 (มีผลน้อย)	3.58 (มีผลมาก)	4.04 (มีผลมาก)	3.70 (มีผลมาก)	4.46 (มีผลมาก)
ภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น	3.67 (มีผลมาก)	3.62 (มีผลมาก)	2.88 (มีผลน้อย)	3.20 (มีผลน้อย)	3.08 (มีผลน้อย)
ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของกิจการ	2.85 (มีผลน้อย)	2.92 (มีผลน้อย)	2.88 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)
อัตราเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	3.67 (มีผลมาก)	3.69 (มีผลมาก)	2.79 (มีผลน้อย)	2.35 (น้อยที่สุด)	3.62 (มีผลมาก)
การเมืองกฎหมายและข้อบังคับทางการค้า	3.37 (มีผลน้อย)	3.12 (มีผลน้อย)	3.83 (มีผลมาก)	3.90 (มีผลมาก)	4.46 (มีผลมาก)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการเลือกใช้บริการ
พานิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์และประเภทของสินค้าที่ส่งออก (ต่อ)

ปัจจัย	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	กลุ่ม1	กลุ่ม2	กลุ่ม3	กลุ่ม4	กลุ่ม5
การสนับสนุนจากรัฐ	2.56 (มีผลน้อย)	2.92 (มีผลน้อย)	2.71 (มีผลน้อย)	3.15 (มีผลน้อย)	3.31 (มีผลน้อย)
ปัจจัยด้านภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น	4.22 (มีผลมาก)	4.27 (มีผลมาก)	3.63 (มีผลมาก)	4.15 (มีผลมาก)	3.54 (มีผลมาก)
วัตถุประสงค์ของกิจการ	3.15 (มีผลน้อย)	2.81 (มีผลน้อย)	2.08 (น้อยที่สุด)	3.00 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)
นโยบายของกิจการ	3.74 (มีผลมาก)	3.81 (มีผลมาก)	3.33 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)	2.85 (มีผลน้อย)
ระเบียบหรือวิธีปฏิบัติของกิจการ	2.63 (มีผลน้อย)	2.65 (มีผลน้อย)	2.50 (มีผลน้อย)	2.95 (มีผลน้อย)	3.77 (มีผลมาก)
โครงสร้างองค์กร	2.78 (มีผลน้อย)	2.65 (มีผลน้อย)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.80 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)
ระบบการทำงานของกิจการ	3.59 (มีผลมาก)	2.77 (มีผลน้อย)	2.50 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.62 (มีผลมาก)
อำนาจการตัดสินใจของผู้บริหาร	3.74 (มีผลมาก)	3.85 (มีผลมาก)	2.96 (มีผลน้อย)	2.80 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)
สถานะของผู้ตัดสินใจ	3.63 (มีผลมาก)	2.88 (มีผลน้อย)	3.13 (มีผลน้อย)	3.30 (มีผลน้อย)	3.15 (มีผลน้อย)
ความเข้าใจในสถานการณ์ของผู้ตัดสินใจ	2.74 (มีผลน้อย)	3.12 (มีผลน้อย)	3.54 (มีผลมาก)	2.75 (มีผลน้อย)	3.08 (มีผลน้อย)
การชักชวนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจ	2.48 (น้อยที่สุด)	3.54 (มีผลมาก)	2.58 (มีผลน้อย)	2.90 (มีผลน้อย)	2.92 (มีผลน้อย)
การสร้างภาพพจน์ที่ดี	3.93 (มีผลมาก)	3.42 (มีผลน้อย)	2.88 (มีผลน้อย)	4.05 (มีผลมาก)	3.31 (มีผลน้อย)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการเลือกใช้บริการพานิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์และประเภทของสินค้าที่ส่งออก (ต่อ)

ปัจจัย	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	กลุ่ม1	กลุ่ม2	กลุ่ม3	กลุ่ม4	กลุ่ม5
ปัจจัยด้านการเพิ่มยอดขาย	4.07 (มีผลมาก)	4.12 (มีผลมาก)	3.88 (มีผลมาก)	4.10 (มีผลมาก)	3.77 (มีผลมาก)
การลดต้นทุน	3.67 (มีผลมาก)	3.58 (มีผลมาก)	2.92 (มีผลน้อย)	3.05 (มีผลน้อย)	3.31 (มีผลน้อย)
ปัจจัยด้านการบริการลูกค้าที่ดีขึ้น	4.07 (มีผลมาก)	4.12 (มีผลมาก)	3.92 (มีผลมาก)	4.05 (มีผลมาก)	4.08 (มีผลมาก)
เพื่อการได้เปรียบในแข่งขัน	4.15 (มีผลมาก)	3.46 (มีผลน้อย)	3.54 (มีผลมาก)	3.10 (มีผลน้อย)	3.69 (มีผลมาก)
ปัจจัยด้านประหยัดเวลา การติดต่อสื่อสาร	4.15 (มีผลมาก)	4.04 (มีผลมาก)	3.79 (มีผลมาก)	4.30 (มีผลมาก)	3.62 (มีผลมาก)
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ พานิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม	3.66 (มีผลมาก)	3.54 (มีผลมาก)	3.24 (มีผลน้อย)	3.40 (มีผลน้อย)	3.43 (มีผลน้อย)

หมายเหตุ สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 1 หมายถึงเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 2 หมายถึง สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 3 หมายถึง อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 4 หมายถึง เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 5 หมายถึง เซรามิก

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการพานิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ต่างกันตามประเภทของสินค้าที่ส่งออก โดยปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อสินค้าส่งออกในแต่ละประเภทในรายละเอียดคือ

สินค้าส่งออกประเภทเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น โดยมีระดับความสำคัญในระดับค่าเฉลี่ยมีผลมาก สินค้าหัตถกรรมและเครื่องประดับส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านค่าบริการที่ไม่แพง โดยมีระดับความสำคัญในระดับค่าเฉลี่ยมีผลมาก

สินค้าส่งออกประเภทอาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยมีระดับความสำคัญในระดับค่าเฉลี่ยมีผลมาก

สินค้าส่งออกประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปสิ่งทอและเครื่องหนังส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านประหยัดเวลาการติดต่อสื่อสารโดยมีระดับความสำคัญในระดับค่าเฉลี่ยมีผลมาก

สินค้าส่งออกประเภทเซรามิคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการลูกค้าที่ดีขึ้นโดยมีระดับความสำคัญในระดับมีผลมาก มากกว่าปัจจัยอื่น

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการเลือกใช้บริการ
พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์และประเภทของสินค้าที่ส่งออก

ปัญหา	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	กลุ่ม1	กลุ่ม2	กลุ่ม3	กลุ่ม4	กลุ่ม5
ขาดความรู้ความเข้าใจ	3.67	3.77	3.63	2.60	2.54
พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหาน้อย)
การใช้งานทำได้ยาก	3.85	3.50	3.63	4.10	3.00
	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)
ไม่มีที่ปรึกษา	3.78	3.23	3.04	4.05	3.00
	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)
ความไม่พร้อมของบุคลากร	4.22	4.12	4.21	4.15	3.38
	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)
พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์	2.81	3.81	4.04	3.70	4.46
ต้องลงทุนสูง	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)
ติดต่อผู้ให้บริการยาก	3.85	3.88	3.08	3.40	4.00
	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหามาก)
รัฐให้บริการไม่เพียงพอ	3.15	3.50	2.92	3.65	4.08
	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)
การให้บริการของ	3.74	3.27	3.71	3.60	3.77
ผู้ให้บริการไม่ดีพอ	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)
การขาดข้อมูล	3.70	3.73	3.67	3.15	3.46
	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหาน้อย)
ปัญหาอื่น(ระบุ)	4.50	-	4.50	5.00	4.50
ยังไม่มีแผนงานที่ชัดเจน	(มากที่สุด)	0	(มากที่สุด)	(มากที่สุด)	(มากที่สุด)
ปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้	3.79	2.88	3.58	3.76	3.96
บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	(ปัญหามาก)	(ปัญหาน้อย)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)	(ปัญหามาก)

หมายเหตุ สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 1 หมายถึงเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 2 หมายถึง สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 3 หมายถึง อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 4 หมายถึง เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 5 หมายถึง เซรามิก

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่มีผลในการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ ต่างกันตามประเภทของสินค้าที่ส่งออกโดยสินค้าส่งออกทุกประเภทมีปัญหาเป็นอันดับหนึ่งในด้านความพร้อมของบุคลากรยกเว้นสินค้าส่งออกประเภทเซรามิก ที่มีปัญหาเป็นอันดับหนึ่งในด้านพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ต้องลงทุนสูง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยของให้บริการ
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้คัดเลือกผู้ให้บริการ ฯ และประเภทของสินค้าที่ส่งออก

ปัจจัยผู้ให้บริการ	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	กลุ่ม1	กลุ่ม2	กลุ่ม3	กลุ่ม4	กลุ่ม5
ความสามารถในการส่งมอบบริการ	3.30 (มีผลน้อย)	3.58 (มีผลมาก)	3.38 (มีผลน้อย)	3.60 (มีผลมาก)	3.31 (มีผลน้อย)
คุณภาพของการให้บริการ	3.48 (มีผลน้อย)	3.62 (มีผลมาก)	3.21 (มีผลน้อย)	3.35 (มีผลน้อย)	3.62 (มีผลมาก)
ราคา	3.85 (มีผลมาก)	3.58 (มีผลมาก)	3.46 (มีผลน้อย)	3.55 (มีผลมาก)	3.69 (มีผลมาก)
การให้บริการและการแก้ไขปัญหา	3.63 (มีผลมาก)	3.88 (มีผลมาก)	3.75 (มีผลมาก)	4.05 (มีผลมาก)	3.00 (มีผลน้อย)
ระดับความสามารถทางด้านเทคนิค	3.07 (มีผลน้อย)	3.46 (มีผลน้อย)	3.88 (มีผลมาก)	3.20 (มีผลน้อย)	3.85 (มีผลมาก)
ประวัติการทำงาน	3.78 (มีผลมาก)	3.31 (มีผลน้อย)	3.42 (มีผลน้อย)	3.10 (มีผลน้อย)	3.46 (มีผลน้อย)
การให้ความช่วยเหลือและ ให้คำแนะนำ	4.04 (มีผลมาก)	3.77 (มีผลมาก)	3.33 (มีผลน้อย)	3.70 (มีผลมาก)	3.46 (มีผลน้อย)
ระบบการรักษาความปลอดภัย ของข้อมูล	3.33 (มีผลน้อย)	3.38 (มีผลน้อย)	2.83 (มีผลน้อย)	3.05 (มีผลน้อย)	2.85 (มีผลน้อย)
ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	3.85 (มีผลมาก)	3.69 (มีผลมาก)	3.79 (มีผลมาก)	3.50 (มีผลมาก)	3.15 (มีผลน้อย)
ฐานะการเงินของผู้ให้บริการ ฯ	3.33 (มีผลน้อย)	3.12 (มีผลน้อย)	3.42 (มีผลน้อย)	3.90 (มีผลมาก)	3.85 (มีผลมาก)
ทัศนคติของลูกค้าอื่น ๆ ที่มีต่อ ผู้ให้บริการ ฯ	3.48 (มีผลน้อย)	3.42 (มีผลน้อย)	3.50 (มีผลมาก)	3.65 (มีผลมาก)	3.92 (มีผลมาก)
การให้บริการเสริมก่อนการขาย	3.19 (มีผลน้อย)	3.12 (มีผลน้อย)	2.92 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)	3.08 (มีผลน้อย)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยของให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้คัดเลือกผู้ให้บริการ ฯ และประเภทของสินค้าที่ส่งออก(ต่อ)

ปัจจัยผู้ให้บริการ	ประเภทของสินค้าที่ส่งออก				
	กลุ่ม1	กลุ่ม2	กลุ่ม3	กลุ่ม4	กลุ่ม5
ชื่อเสียงด้านการบริการหลังการขาย	3.59 (มีผลมาก)	3.38 (มีผลน้อย)	2.71 (มีผลน้อย)	2.65 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)
การให้ความช่วยเหลือในด้าน การฝึกอบรม	3.00 (มีผลน้อย)	3.27 (มีผลน้อย)	3.29 (มีผลน้อย)	3.55 (มีผลมาก)	3.31 (มีผลน้อย)
ความก้าวหน้าด้านการติดต่อสื่อสาร	3.59 (มีผลมาก)	3.27 (มีผลน้อย)	3.54 (มีผลมาก)	2.90 (มีผลน้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)
การบริหารงานและการจัดองค์กร ของผู้ให้บริการ ฯ	3.22 (มีผลน้อย)	3.77 (มีผลมาก)	3.13 (มีผลน้อย)	3.05 (มีผลน้อย)	3.00 (มีผลน้อย)
ทำเลที่ตั้ง และความสะดวกในการ ติดต่อ	3.22 (มีผลน้อย)	3.12 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)	3.10 (มีผลน้อย)	3.54 (มีผลมาก)
นโยบายของผู้ให้บริการ	3.74 (มีผลมาก)	2.96 (มีผลน้อย)	3.33 (มีผลน้อย)	2.75 (มีผลน้อย)	2.85 (มีผลน้อย)
อายุกิจการของผู้ให้บริการ ฯ	3.07 (มีผลน้อย)	2.65 (มีผลน้อย)	2.92 (มีผลน้อย)	3.20 (มีผลน้อย)	3.08 (มีผลน้อย)
การส่งเสริมการตลาด,ข้อเสนอพิเศษ ของผู้ให้บริการ	3.63 (มีผลมาก)	3.42 (มีผลน้อย)	2.96 (มีผลน้อย)	3.80 (มีผลมาก)	3.23 (มีผลน้อย)
ปัจจัยด้านผู้ขาย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโดยรวม	3.38 (มีผลน้อย)	3.23 (มีผลน้อย)	3.08 (มีผลน้อย)	3.13 (มีผลน้อย)	3.08 (มีผลน้อย)

หมายเหตุ สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 1 หมายถึงเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 2 หมายถึง สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 3 หมายถึง อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 4 หมายถึง เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง
 สินค้าส่งออกกลุ่มที่ 5 หมายถึง เซรามิก

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยผู้ให้บริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ ต่างกันตามประเภทของสินค้าที่ส่งออกในรายละเอียดนั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ตามสินค้าส่งออกแต่ละประเภท โดยสินค้าส่งออกประเภทเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ สินค้าส่งออกประเภทสินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ และสินค้าส่งออกประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการและการแก้ไขปัญหา สินค้าส่งออกประเภทอาหารหรือผู้ให้บริการการส่งออก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระดับความสามารถทางด้านเทคนิค สินค้าส่งออกเซรามิกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทัศนคติของลูกค้าอื่น ๆ ที่มีต่อผู้ให้บริการ ฯ มากเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 50 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพานิชย์กรรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพานิชย์กรรรมอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัย		กลุ่มที่ 1 ปัจจัยถึงแวดล้อม		กลุ่มที่ 2 ปัจจัยภายในองค์กร		กลุ่มที่ 3 ปัจจัยระหว่างบุคคล		กลุ่มที่ 4 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ให้บริการ		
ภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น	3	มีผลมาก	ปัจจัย	การบริการลูกค้าที่ดีที่สุด	2	มีผลมาก	ปัจจัย	มีผลน้อย	ปัจจัย	
การเมืองกฎหมาย, ข้อบังคับ	7	มีผลมาก	การเพิ่มยอดขาย	การบริการลูกค้าที่ดีที่สุด	4	มีผลมาก	อำนาจการตัดสินใจของผู้บริหาร	17	มีผลน้อย	ค่าบริการที่ไม่แพง
ระดับความต้องการซื้อ	8	มีผลมาก	ประหยัดเวลาการติดต่อสื่อสาร	การเพิ่มยอดขาย	5	มีผลมาก	สถานะของผู้ตัดสินใจ	21	มีผลน้อย	ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ
ความพร้อมของกฎหมาย	14	มีผลน้อย	การได้ข้อมูลของลูกค้าเพิ่มขึ้น	การได้เปรียบในการแข่งขัน	6	มีผลมาก	ความเข้าใจในสถานการณ์	23	มีผลน้อย	ระดับความพร้อมของบุคลากร
ภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น	19	มีผลน้อย	เพื่อการได้เปรียบในการแข่งขัน	การสร้างภาพพจน์ที่ดี	10	มีผลมาก	การจัดจำนวนของผู้เกี่ยวข้อง	26	มีผลน้อย	ความสะดวกในการติดต่อ
การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	20	มีผลน้อย	การสร้างความพึงพอใจ	ความคุ้มค่าในการให้บริการ	12	มีผลมาก				การให้เครดิต, การผ่อนชำระ
ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของกิจการ	24	มีผลน้อย	การสร้างความพึงพอใจ	นโยบายของกิจการ	15	มีผลน้อย				
การสนับสนุนจากรัฐ	27	มีผลน้อย	การลดต้นทุน	ระบบการทำงานของกิจการ	16	มีผลน้อย				
			วัตถุประสงค์ของกิจการ	วัตถุประสงค์ของกิจการ	18	มีผลน้อย				
			ระเบียบหรือวิธีปฏิบัติของกิจการ	ระเบียบหรือวิธีปฏิบัติของกิจการ	22	มีผลน้อย				
			โครงสร้างองค์กร	โครงสร้างองค์กร	28	มีผลน้อย				
					29	มีผลน้อย				
					30	มีผลน้อย				

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชยกรรมอสังหาริมทรัพย์ แตกต่างกันตามกลุ่มของปัจจัยสิ่งแวดล้อม ในรายละเอียดตามปีปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีปัจจัยย่อยรวม 8 ปัจจัย โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ การแข่งขัน โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมีผลมาก ด้านปัจจัยภายในองค์กร มีปัจจัยย่อยรวม 13 ปัจจัย โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ การบริการลูกค้าที่เพิ่มขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมีผลมาก ด้านปัจจัยระหว่างบุคคลมีปัจจัยย่อยรวม 4 ปัจจัย โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมีผลน้อย และมีปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ให้บริการพาณิชย์กรรมอสังหาริมทรัพย์ มีปัจจัยย่อยรวม 5 ปัจจัย โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ได้แก่ ค่าบริการที่ไม่แพง โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมีผลมาก

ตารางที่ 51 แสดงปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ปัญหาในการใช้บริการและปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจำแนกตามประเภทสินค้าส่งออก

สินค้าส่งออกประเภท	ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ	ปัญหาในการใช้บริการ	ปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	ภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น	ความไม่พร้อมของบุคลากร	การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	ค่าบริการที่ไม่แพง	ความไม่พร้อมของบุคลากร	การให้บริการและการแก้ไขปัญหา
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการส่งออก	ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ	ความไม่พร้อมของบุคลากร	ระดับความสามารถทางด้านเทคนิค
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	ประหยัดเวลาการติดต่อสื่อสาร	ความไม่พร้อมของบุคลากร	การให้บริการและการแก้ไขปัญหา
เซรามิค	การบริการลูกค้าที่ดีขึ้น	พณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ ต้องลงทุนสูง	ทัศนคติของลูกค้านั้น ๆ ที่มีต่อ ผู้ให้บริการ พณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ปัญหาในการใช้บริการและปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดและเป็นอันดับแรก
ต่างกันตามประเภทสินค้าส่งออก

ตารางที่ 52 แสดงปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ปัญหาในการใช้บริการและปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจำแนกตาม

ตำแหน่งงาน	ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ	ปัญหาในการใช้บริการ	ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
เจ้าของกิจการ	ประหยัดเวลาการติดต่อสื่อสาร	ความพร้อมของบุคลากร	การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ
หุ้นส่วนของกิจการ	ค่าบริการที่ไม่แพง	ความพร้อมของบุคลากร	ฐานะการเงินของผู้ให้บริการ
กรรมการผู้จัดการ	ค่าบริการที่ไม่แพง	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องลงทุนสูง	ระดับความสามารถทางด้านเทคนิค
ผู้บริหารระดับสูง	ประหยัดเวลาการติดต่อสื่อสาร	ความพร้อมของบุคลากร	การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ
ผู้บริหารระดับกลาง	การบริการลูกค้าที่ดีขึ้น	ติดต่อผู้ให้บริการยาก	ทัศนคติของลูกค้าอื่น ๆ ที่มีต่อผู้ให้บริการ
ผู้จัดการหรือหัวหน้างานด้านการส่งออก	ค่าบริการที่ไม่แพง	ความพร้อมของบุคลากร	ฐานะการเงินของผู้ให้บริการ
ผู้จัดการหรือหัวหน้างานคอมพิวเตอร์	การบริการลูกค้าที่ดีขึ้น	ความพร้อมของบุคลากร	ฐานะการเงินของผู้ให้บริการ
หัวหน้างานด้านอื่นๆ	การบริการลูกค้าที่ดีขึ้น	ติดต่อผู้ให้บริการยาก	การให้บริการและการแก้ไขปัญหา

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ปัญหาในการใช้บริการและปัจจัยด้านผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ มากที่สุดอันดับแรก
ต่างกันตามตำแหน่งงาน

ตอนที่ 5 เป็นการวิเคราะห์ปัญหาและข้อมูลด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสินค้าที่ส่งออก และ วิธีการจัดจำหน่าย

สินค้าที่ส่งออก/วิธีการจัดจำหน่าย	ส่งออกโดยวิธีที่ 1		ส่งออกโดยวิธีที่ 2		ส่งออกโดยวิธีที่ 3		ส่งออกโดยวิธีที่ 4		ส่งออกโดยวิธีที่ 5		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	13	22.03%	7	22.58%	5	45.45%	2	28.57%	-	0.00%	27	24.55%
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	13	22.03%	10	32.26%	2	18.18%	1	14.29%	-	0.00%	26	23.64%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการการส่งออก	16	27.12%	5	16.13%	2	18.18%	1	14.29%	-	0.00%	24	21.82%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป,สิ่งทอ,เครื่องหนัง	11	18.64%	6	19.35%	1	9.09%	2	28.57%	-	0.00%	20	18.18%
เซรามิก	6	10.17%	3	9.68%	1	9.09%	1	14.29%	2	100%	13	11.82%
รวม	59	53.64%	31	28.18%	11	10.00%	7	6.36%	2	1.82%	110	100.00%

หมายเหตุ ส่งออกโดยวิธีที่ 1 ได้แก่การขายให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศโดยตรง
 ส่งออกโดยวิธีที่ 2 ได้แก่การขายผ่านผู้ค้าส่งออกภายในประเทศ
 ส่งออกโดยวิธีที่ 3 ได้แก่การขายให้กับตัวแทนการค้าในต่างประเทศ
 ส่งออกโดยวิธีที่ 4 ได้แก่การขายผ่านบริษัทการค้าระหว่างประเทศ
 ส่งออกโดยวิธีที่ 5 ได้แก่การจัดจำหน่ายโดยวิธีอื่น ๆ

จากตารางที่ 53 พบว่า วิธีการจัดจำหน่ายสินค้าส่งออกของผู้ตอบแบบสอบถาม "ไม่ต่างกัน" ตามประเภทสินค้าที่ส่งออก สินค้าส่งออกส่วนใหญ่มีการจัดจำหน่ายโดยการขายให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศโดยตรงมากกว่าวิธีอื่น

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ส่งออกจำแนกตามสินค้าที่ส่งออก และ อายุกิจการ

สินค้าที่ส่งออก/อายุกิจการ	< 1 ปี		1-5 ปี		6-10 ปี		11-15 ปี		> 15 ปี		จำนวน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้	5	29.41%	13	36.11%	3	10.71%	4	19.05%	2	25.00%	27	24.55%
สินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับ	3	17.65%	9	25.00%	9	32.14%	4	19.05%	1	12.50%	26	23.64%
อาหาร หรือ ผู้ให้บริการส่งออก	4	23.53%	5	13.89%	6	21.43%	7	33.33%	2	25.00%	24	21.82%
เสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนัง	3	17.65%	6	16.67%	6	21.43%	3	14.29%	2	25.00%	20	18.18%
เซรามิก	2	11.76%	3	8.33%	4	14.29%	3	14.29%	1	12.50%	13	11.82%
รวม	17	15.45%	36	32.73%	28	25.45%	21	19.09%	8	7.27%	110	100.00%

จากตารางที่ 54 พบว่าอายุกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกันตามประเภทสินค้าที่ส่งออก ในรายละเอียดดังนี้สินค้าส่งออกประเภทเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาเป็นเวลา 1-5 ปี สินค้าสินค้าหัตถกรรม และเครื่องประดับส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาเป็นเวลา 1-5 ปี และ 6-10 ปี สินค้าอาหาร หรือ ผู้ให้บริการส่งออกส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาเป็นเวลา 1-15 ปี สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป สิ่งทอ และเครื่องหนังส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาเป็นเวลา 1-5 ปี และ 6-10 ปี สินค้าเซรามิกส่วนใหญ่เปิดดำเนินการมาเป็นเวลา 6-10 ปี

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามลักษณะการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ และ ทุนจดทะเบียน

การใช้บริการ/ทุนจดทะเบียน	ต่ำกว่า 0.1 ล้าน		0.1 - 0.5 ล้าน		0.6 -1.0 ล้าน		1-3 ล้านบาท		3-5 ล้านบาท		>5 ล้านบาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยใช้บริการ	6	85.71%	8	57.14%	17	58.62%	19	59.38%	9	42.86%	-	0.00%	59	53.41%
ใช้บริการแล้วต่ำกว่า6เดือน	1	14.29%	3	21.43%	4	13.79%	3	9.38%	3	14.29%	-	0.00%	14	12.67%
ใช้บริการแล้ว6เดือน-1ปี	-	0.00%	2	14.29%	6	20.69%	6	18.75%	5	23.81%	4	57.14%	23	20.82%
ใช้บริการแล้ว1-3ปี	-	0.00%	1	7.14%	2	6.90%	2	6.25%	3	14.29%	1	14.29%	9	8.46%
ใช้บริการแล้วมากกว่า3ปี	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	2	6.25%	1	4.76%	2	28.57%	5	4.63%
รวม	7	6.36%	14	12.73%	29	26.36%	32	29.09%	21	19.09%	7	6.36%	110	100.00%

จากตารางที่ 55 พบว่าลักษณะการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกันตามทุนจดทะเบียน ในรายละเอียดการใช้งานพบว่ากิจการที่ไม่เคยใช้บริการส่วนใหญ่มิมีทุนจดทะเบียน1-3 ล้านบาท กิจการที่ใช้บริการแล้วต่ำกว่า6เดือนส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน0.6 -1.0 ล้าน กิจการที่ใช้บริการแล้ว 6 เดือน-1ปี ส่วนใหญ่มิมีทุนจดทะเบียน 0.6 -1.0 ล้าน ใช้บริการแล้ว1-3ปีส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน3-5 ล้านบาท ใช้บริการแล้วมากกว่า 3ปีส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน1-3 ล้านบาท

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 56 คนที่จะใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอายุของกิจการ

ความสนใจที่จะใช้บริการ/ อายุของกิจการ	< 1 ปี		1-5 ปี		6-10 ปี		11-15 ปี		> 15 ปี		จำนวน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คาดว่าจะใช้บริการ โดยเร็ว	3	42.86%	4	14.81%	1	7.14%	-	0.00%	-	0.00%	8	13.56%
สนใจที่จะใช้บริการในอนาคต	2	28.57%	5	18.52%	4	28.57%	2	18.18%	-	0.00%	13	22.03%
มีแนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคต	2	28.57%	16	59.26%	6	42.86%	5	45.45%	-	0.00%	29	49.15%
อยู่ในระหว่างหาข้อมูล	-	0.00%	2	7.41%	2	14.29%	2	18.18%	-	0.00%	6	10.17%
อื่น ๆ (ระบุ)	-	0.00%	-	0.00%	1	7.14%	2	18.18%	-	0.00%	3	5.08%
รวม	7	11.86%	27	45.76%	14	23.73%	11	18.64%	-	0.00%	59	100.00%

จากตารางที่ 56 พบว่าลักษณะความต้องการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ โดยความต้องการใช้งานพบว่าการส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะใช้บริการในอนาคตมากกว่าความสนใจที่จะใช้งานอื่น ๆ

แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของ แหล่งข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

แหล่งข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการ/การตัดสินใจ	ผู้ตัดสินใจกรณีที่ 1		ผู้ตัดสินใจกรณีที่ 2		ผู้ตัดสินใจกรณีที่ 3		ผู้ตัดสินใจกรณีที่ 4		ผู้ตัดสินใจกรณีที่ 5		ผู้ตัดสินใจกรณีที่ 6		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จากลูกค้าที่เคยใช้บริการ	5	26.32%	12	36.36%	3	20.00%	4	16.00%	1	7.69%	-	0.00%	25	22.73%
จากสื่อโฆษณา	3	15.79%	7	21.21%	2	13.33%	5	20.00%	2	15.38%	2	40.00%	21	19.09%
จากหรือลูกค้าที่เคยใช้บริการ	1	5.26%	6	18.18%	5	33.33%	4	16.00%	2	15.38%	-	0.00%	18	16.36%
จากพนักงานของผู้ให้บริการ	2	10.53%	1	3.03%	1	6.67%	1	4.00%	2	15.38%	-	0.00%	7	6.36%
จากการสาธิตการให้บริการ	2	10.53%	1	3.03%	2	13.33%	3	12.00%	1	7.69%	-	0.00%	9	8.18%
จากงานสัมมนาหรือประชาสัมพันธ์	1	5.26%	3	9.09%	1	6.67%	7	28.00%	3	23.08%	1	20.00%	16	14.55%
จากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ	3	15.79%	1	3.03%	1	6.67%	1	4.00%	1	7.69%	-	0.00%	7	6.36%
หน่วยงานของรัฐบาลหรือการศึกษา	1	5.26%	1	3.03%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	2	40.00%	4	3.64%
จากแหล่งอื่น ๆ	1	5.26%	1	3.03%	-	0.00%	-	0.00%	1	7.69%	-	0.00%	3	2.73%
รวม	19	17.27%	33	30.00%	15	13.64%	25	22.73%	13	11.82%	5	4.55%	110	100.00%

จากตารางที่ 57 พบว่าแหล่งข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต่างก็สนใจตามผู้มีอำนาจตัดสินใจในการใช้บริการ ในรายละเอียด
นั้นส่วนมากกิจการที่มีการตัดสินใจใช้บริการโดยกรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียวมีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากลูกค้าที่เคยใช้บริการ กิจการที่
มีการตัดสินใจใช้บริการโดยกรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียวมีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากสื่อโฆษณา กิจการที่มีการตัดสินใจใช้บริการโดย
กรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียวมีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากผู้จัดหาหรือคู่ค้าที่เคยใช้บริการ โดยผู้บริหารระดับสูง
ที่ได้รับมอบหมาย มีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากพนักงานของคู่ค้าในการจัดการผู้จัดหา หรือเจ้าของกิจการ ร่วมกัน
เจ้าหน้าที่เทคนิคมีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากการสาธิตการให้บริการ กิจการที่มีการตัดสินใจใช้บริการ โดยกรรมการผู้จัดการ ร่วมกับ
หน้าที่เทคนิคมีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากงานสัมมนาหรือประชาสัมพันธ์ กิจการที่มีการตัดสินใจใช้บริการโดยผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับมอบหมาย มีแหล่ง
ข้อมูลในการใช้บริการจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ กิจการที่มีการตัดสินใจใช้บริการโดยผู้ตัดสินใจคนอื่น ๆ มีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากหน่วยงาน
ของรัฐบาลหรือการศึกษามากกว่าแหล่งอื่น ๆ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของแหล่งข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการ และการให้บริการ

แหล่งข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการ/ การใช้บริการ	ไม่เคยใช้บริการ		ใช้บริการ < 6 เดือน		ใช้บริการ 6ด.-1ปี		ใช้บริการ 1-3ปี		ใช้บริการ > 3 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จากลูกค้าที่เคยใช้บริการ	18	30.51%	3	21.43%	4	17.39%	-	0.00%	-	0.00%	25	21.93%
จากสื่อโฆษณาเช่น ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์	11	18.64%	2	14.29%	6	26.09%	1	11.11%	1	20.00%	21	18.42%
จาก Supplier หรือลูกค้าที่เคยใช้บริการ	8	13.56%	3	21.43%	3	13.04%	2	22.22%	2	40.00%	18	15.79%
จากพนักงานของผู้ให้บริการพาณิชย์กรรม อิเล็กทรอนิกส์	3	5.08%	1	7.14%	1	4.35%	1	11.11%	1	20.00%	7	6.14%
จากการสาธิตการใช้บริการ	2	3.39%	2	14.29%	2	8.70%	3	33.33%	-	0.00%	9	7.89%
จากงานสัมมนา หรือจากข่าวประชาสัมพันธ์	8	13.56%	2	14.29%	5	21.74%	1	11.11%	-	0.00%	16	14.04%
จากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ	6	10.17%	1	7.14%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	7	6.14%
จากหน่วยงานของรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา	2	3.39%	-	0.00%	2	8.70%	-	0.00%	-	0.00%	4	3.51%
จากแหล่งอื่น ๆ	1	1.69%	-	0.00%	-	0.00%	1	11.11%	1	20.00%	3	2.63%
รวม	59	53.64%	14	12.73%	23	20.91%	9	8.18%	5	4.55%	110	100.00%

จากตารางที่ 58 พบว่าแหล่งข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต่างกันตาม การใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ ในรายละเอียดนั้นส่วนมากกิจการที่ไม่เคยใช้บริการมีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากลูกค้าที่เคยใช้บริการ กิจการที่มีการใช้บริการน้อยกว่า 6 เดือนมีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากลูกค้าที่เคยใช้บริการหรือจาก Supplier หรือลูกค้าที่เคยใช้บริการ กิจการที่มีการใช้บริการในระหว่าง 6 เดือน -1ปี มีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากสื่อโฆษณาเช่น ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ กิจการที่มีการใช้บริการโดยใช้บริการในระหว่าง 1-3ปี มีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจากการสาธิตการใช้บริการ และกิจการที่มีการใช้บริการโดยใช้บริการมากกว่า 3 ปีมีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการจาก Supplier หรือลูกค้าที่เคยใช้บริการมากกว่าแหล่งอื่น

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนตามลักษณะความสนใจที่จะใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์

และ ทุนจดทะเบียน

ทุนจดทะเบียน	ต่ำกว่า 0.1 ล้าน		0.1 - 0.5 ล้าน		0.6 - 1.0 ล้าน		1-3 ล้านบาท		3-5 ล้านบาท		>5 ล้านบาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสนใจที่จะใช้บริการ	1	16.67%	1	12.50%	4	23.53%	2	10.53%	-	0.00%	-	0.00%	8	13.56%
คาดว่าจะใช้บริการโดยเร็ว	2	33.33%	2	25.00%	2	11.76%	4	21.05%	3	33.33%	-	0.00%	13	22.03%
สนใจที่จะใช้บริการในอนาคต	2	33.33%	3	37.50%	9	52.94%	11	57.89%	4	44.44%	-	0.00%	29	49.15%
มีแนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคต	1	16.67%	2	25.00%	2	11.76%	1	5.26%	-	0.00%	-	0.00%	6	10.17%
อยู่ในระหว่างหาข้อมูล	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	1	5.26%	2	22.22%	-	0.00%	3	5.08%
อื่น ๆ (ระบุ)	6	10.17%	8	13.56%	17	28.81%	19	32.20%	9	15.25%	-	0.00%	59	100.00%
รวม														

จากตารางที่ 59 พบว่าความสนใจที่จะใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต่างกันตามทุนจดทะเบียนของกิจการ โดยกิจการส่วนมากมีความสนใจใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์โดยมีแนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคตมากกว่าความสนใจใช้บริการในกรณีอื่น