

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ทักษะคิดของสมาชิกสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือต่อการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจ

ผู้เขียน นางสาวไพลิน อินทวงศ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์	ประธานกรรมการ
อาจารย์ เอก บุญเจือ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะคิด รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือต่อการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือตัวแทนกิจการที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือจำนวน 124 ราย โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้ (1) สมาชิกสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือที่มีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจแล้วจำนวน 62 ราย และ (2) สมาชิกสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือที่ยังไม่มีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจจำนวน 62 ราย วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณานำเสนอในรูปของตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนกิจการเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 40-49 ปี รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท มีการศึกษาระดับสูงสุดชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และดำรงตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการ โดยมีระยะเวลาการดำเนินกิจการระหว่าง 1-5 ปี จำนวนพนักงานไม่เกิน 30 คน ทุนจดทะเบียน 100,001-500,000 บาท ผลิตและส่งออกสินค้าประเภทของชำร่วยเครื่องประดับบ้าน และมีอัตราการส่งออกสินค้าต่อยอดขายทั้งหมดมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 90 มากที่สุด

การศึกษาทัศนคติของสมาชิกสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือต่อการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจพบว่า องค์ประกอบของทัศนคติด้านความเข้าใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เช่นอินเทอร์เน็ตสามารถใช้เป็นช่องทางในการซื้อขายสินค้ากับลูกค้าได้

องค์ประกอบทัศนคติด้านความรู้สึกรับพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกอยู่ในระดับเห็นด้วยในเรื่อง “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญในธุรกิจส่งออก” “สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทและสินค้าไปทั่วโลก” และ“ผู้ซื้อและผู้ขายจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต” ในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจของตน

องค์ประกอบทัศนคติด้านพฤติกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว มีระยะเวลาการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้วระหว่าง 3-4 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ให้บริการลูกค้าในปัจจุบันประเภทธุรกิจกับธุรกิจ ปัจจุบันทำเว็บไซต์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทและผลิตภัณฑ์ของบริษัทเท่านั้น โดยอนาคตจะพัฒนาให้เว็บไซต์ให้มีระบบเลือกซื้อสินค้าชำระเงินออนไลน์และมีวิธีขนส่งระบุไว้อย่างชัดเจน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่มีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจ ส่วนใหญ่มีแผนที่จะนำมาใช้ในอนาคต โดยมีสาเหตุในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทและสินค้า โดยต้องการนำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจกับธุรกิจเข้ามาใช้ในธุรกิจ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่คิดจะนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจ ระบุสาเหตุที่ไม่นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้เนื่องจากไม่มีความพร้อมด้านบุคลากรและเทคโนโลยี

ปัญหาและอุปสรรคในระดับ “มาก” ของกลุ่มตัวอย่างในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้เป็นเรื่องความเชื่อมั่นในระบบรักษาความปลอดภัยด้านการชำระเงิน ขาดองค์ความรู้รองความถูกต้องของลูกค้า และไม่มีการกำหนดมาตรฐานด้านภาษีและกฎหมายรองรับ

Independent Study Title Attitudes of the Northern Handicrafts Manufacturers and Exporters Association Members Towards the Usage of E-Commerce in Their Business Operation.

Author Miss Pailin Intawong

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Prof. Orachorn Maneesong	Chairperson
Lecturer Ek Bunchua	Member

ABSTRACT

The objective of this study was to study attitudes including problems and obstacles of the Northern Handicrafts Manufacturers and Exporters Association Members in using E-Commerce in their business operation.

The samples of this study included the business representatives from 124 Northern Handicrafts Manufacturers and Exporters Association Members which could be equally divided into 2 groups. The first group included 62 representatives of the Northern Handicrafts Manufacturers and Exporters Association Members who already used E-commerce in their business operation where as the other 62 used none. The data was collected by using questionnaires and analyzed by using descriptive statistics and presented in the forms of frequency table, percentage and mean.

The study revealed that the majority of the respondents were female, aged in the range of 40-49 with the average income in the range of 15,001-20,000 Baht and more than 35,000 Baht per month. Their highest level of education was undergraduate or equal and their present position was business owner. Most of them have been in business for 1-5 years with 30 employees or fewer and with registered capital between 100,001-500,000 Baht. Most respondents manufactured souvenirs and home decorative items and had exporting rate more than or equally 90% of the total sales.

It was found from the study of attitudes of the Northern Handicrafts Manufacturers and Exporters Association Members towards the usage of E-commerce in their business operation that, in terms of cognitive component, most respondents had a correct understanding that the new technology such as internet could be the distribution channel to their customers.

In the affective component, the result was at the “agree” level; the respondents agreed that “E-commerce played an important role in exporting business”, “E-commerce could advertise and promote the company and goods worldwide” and “that buyers and sellers should have basic knowledge of internet technology”. In all aspects, most respondents agreed to use E-commerce in their business operation.

Lastly, in the behavior component, the study found that most respondents who already used E-commerce in their business had used Business to Business (B2B) E-commerce website to serve their customers for the past 3-4 years. Their present website merely advertised and promoted their company and goods. In the future, they would develop their website to offer electronic shopping basket and online payment system with specified shipping method. Most respondents who had not yet used E-commerce in their business planned to use E-commerce in their business operation in the future. Their reason in using E-commerce was for advertising and promoting the company and goods. They would like to use Business to Business (B2B) E-commerce website. As for the respondents who responded that they did not want to use E-commerce in their business operation; it was because of the lack of human resource and technology.

The respondents’ problems and obstacles at the “high” level for using E-commerce in their business operation were payment security reliability, customer or trader reliability and the lack of tax measurement and law respectively.