

## บทความวิจัย

การพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม  
ด้านผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย  
ในจังหวัดเชียงรายสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

### DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE SKILL OF SMES IN THAI CULTURAL PRODUCT IN CHIANG RAI PROVINCE TO GREATER MEKONG SUBREGION

ณชจันท์ ภูริวารังคกุล<sup>\*</sup> วิกรม บุญนุ่น เลล้า ตรีเอกานุกูล และ ศศิพัทธ์ หาญฤทธิ์  
สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มภาคสำนักวิชาสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ประเทศไทย

Nachajan Purivarangkakul<sup>\*</sup>, Vikrom Boonnun, LelarTreeaekanukul and SasiphatHanrit  
Regional Development Strategies Program, School of Social Sciences,  
Chiang Rai Rajabhat University, Thailand

\*E-mail: nachajan@hotmail.com

Received: 07-08-2022

Revised: 19-09-2022

Accepted: 19-09-2022

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการจัดทำรูปแบบการพัฒนา รวมทั้ง การศึกษาประสิทธิภาพจากการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้าสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยของจังหวัดเชียงรายประชากรในการวิจัย คือผู้วิจัย วิทยากร ผู้ประกอบการขนาดย่อมทั้ง 28 ผู้ประกอบการ 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย จำนวน 12 อำเภอในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยมีดังนี้ ความต้องการและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะ อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดย่อมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยนั้น พบว่า มีความต้องการในการรับรู้ ทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ที่ระดับ “มาก” ในขณะเดียวกัน รูปแบบที่นำมาใช้ในการพัฒนาทักษะได้รับการยอมรับและสามารถนำไปพัฒนาทักษะของประชากรกลุ่มเป้าหมายในระดับ “ดีมาก” และสูงกว่า ผลการทดสอบก่อนเรียน และผลการประเมินประสิทธิภาพของการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการค้าสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย อยู่ใน ระดับ “มากที่สุด” โดยพบว่า ประเด็นที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ ความสามารถในการส่งเสริมการใช้

นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ รองลงมาคือ ความสามารถในการฝึกทักษะในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระบบใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา

**คำสำคัญ:** ทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลผลิตนวัตกรรมประเทศไทย อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงผู้ประกอบการขนาดย่อม

## ABSTRACT

This research aimed to analyze problems and needs to formulate a development model as well as to study the efficiency from the development of electronic commerce skill for business to the Greater Mekong Subregion of SMEs in Thai cultural products in Chiang Rai province. The research population consisted of researchers, guest speakers, 28 SMEs, and 6 Thai cultural product groups in 12 districts in Chiang Rai province. The findings revealed that the needs and related problems of the development of electronic commerce skill of SMEs in Thai cultural products were at a high level while the model for skill development was accepted and can be used to develop the skill of the target population at a high level, higher than the pretest and the result of efficiency evaluation of the development of electronic commerce skill for business to the Greater Mekong Subregion of SMEs in Thai cultural products in Chiang Rai province was at the highest level. The most efficient aspect was the ability to promote the innovation related to electronic commerce skills, followed by the ability to practice skills for new electronic commerce systems. **Keywords:** Electronic commerce skill, Thai cultural product, Greater Mekong Subregion, SMEs.

## บทนำ

ตามคณะรัฐมนตรีซึ่งมีมติเห็นชอบ แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัล เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยที่ยั่งยืน โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลต่อการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Office Of Business Development, 2017) ส่งผลต่อการขับเคลื่อนการค้า การลงทุน

ในยุคใหม่ของประเทศไทยกลายเป็นตลาดที่มีหลายลักษณะด้วยกันคือ (Godducks, 2020) 1) การตลาดภายในประเทศ (Virmani & Mittal, 2006). 2) การตลาดส่งสินค้าออก (Morgan et al., 2012) 3) การตลาดนานาชาติ (Elena Horská et al., 2014) ผ่านกระบวนการจัดตั้งแผนกรับผิดชอบด้านการส่งออก 4) การตลาดหลายประเทศ 5) การตลาดทั่วโลกหรือไร้พรมแดน

สำหรับประเด็นของการตลาดไร้พรมแดนนั้น กลายเป็นตลาดที่เติบโตมากยิ่งขึ้นครอบคลุมผู้ใช้ทั่วโลกมีการประยุกต์ใช้ของผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อย กลายเป็นระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ก่อให้เกิดคุณประโยชน์กับผู้ประกอบการโดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำธุรกิจการค้าในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงอันเนื่องมาจากการติดต่อสื่อสารและการนำเสนอสินค้าที่มีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า การนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ของผู้ประกอบการมักมีอุปสรรคด้วยกันหลายประการดังนี้ คือ 1) การต่อต้านเทคโนโลยีโดยบุคคลภายในองค์กร 2) การไม่ยอมรับของฝ่ายจัดการในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพราะอาจจะเป็นอุปสรรคต่อความเจริญก้าวหน้าของตนเอง 3) การลงทุนทางมีมาก 4) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมไม่สามารถรองรับการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product of Thailand: CPOT) ที่ยังไม่มีทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Culture Chiang Rai, 2020) สอดคล้องกับKlankhamson (2012) ส่งผลให้ขาดโอกาสในการประกอบการเพื่อการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้พัฒนารูปแบบการทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดย่อมเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงรายสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงขึ้นเพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงรายให้มากที่สุด

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้าสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยของจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อจัดทำรูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้าสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้าสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย
4. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้าสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย

## ทบทวนแนวคิด

**พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า พนักงาน ผู้ขายปัจจัยการผลิต คู่ค้าทางธุรกิจ มาเป็นความสัมพันธ์แบบดิจิทัลที่สื่อสารกันแบบออนไลน์ และด้วยธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันจะทำงานอยู่ภายใต้เครือข่ายดิจิทัลที่เรียกกันว่าธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Iamsiriwong, 2013) สอดคล้องกับแนวคิดของ Rathnasiri, et al., (2022) ซึ่งกล่าวว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic commerce เป็นการดำเนินการ

ที่มุ่งตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันเกี่ยวข้องกับคู่ค้าทางธุรกิจ ผู้รับผลกำไร

โดยคุณสมบัติที่สำคัญของพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ คือการมีอยู่ทั่วทุกหนแห่งขอบเขตครอบคลุมทั่วโลกมาตรฐานระดับสากลในด้านระบบสื่อสาร มีความสมบูรณ์ในข่าวสารมีความสามารถในการโต้ตอบระหว่างกัน และเป็นสังคมทางเทคโนโลยีภายใต้กรอบการดำเนินงานคือการเป็นระบบเครือข่ายมีช่องทางการติดต่อสื่อสารการจัดรูปแบบและการเผยแพร่เนื้อหา มีระบบรักษาความปลอดภัยนโยบายสาธารณะคู่ค้าทางธุรกิจ (Phongkasem, 2017)

**การพัฒนาทักษะบุคคลในด้านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์** คือวิธีการในการพัฒนาปัจเจกบุคคลให้เกิดทักษะทางด้านความรู้ความเข้าใจ และสมรรถนะกับงานที่ตนเองกำลังปฏิบัติ (Boonnun, 2017) และในขณะเดียวกันต้องผ่านขั้นตอนการเรียนรู้เพื่อให้เกิดทักษะ 6 ชั้นด้วยกันคือ ชั้นที่ 1 ผู้สอนสร้างบรรยากาศของการเรียนที่ส่งเสริมการเรียนรู้ชั้นที่ 2 กำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ตามความต้องการของตนเอง ความรู้และทักษะที่เป็นประสบการณ์เดิมชั้นที่ 3

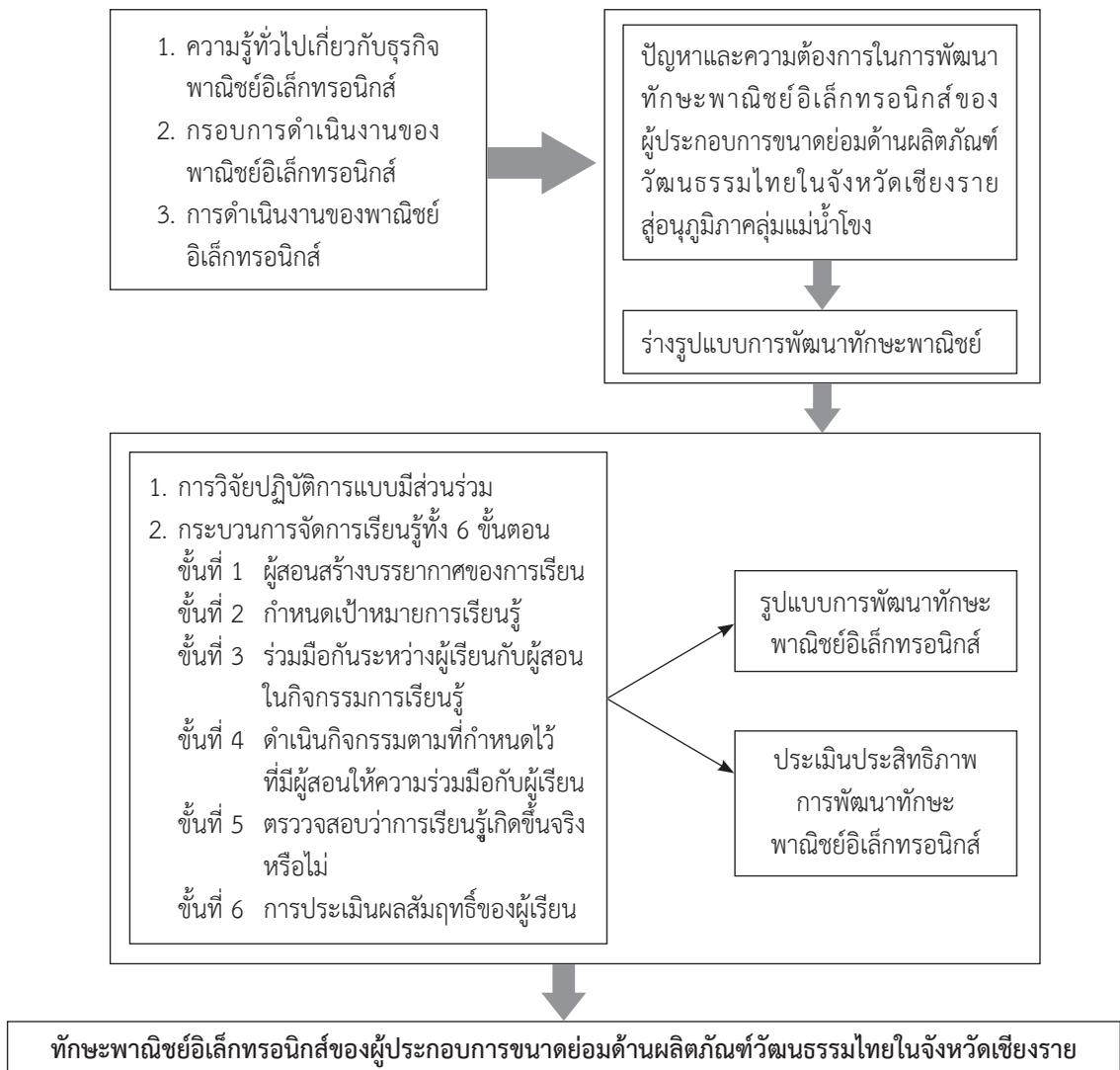
ร่วมมือกันระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนในกิจกรรมการเรียนรู้ทั้งกำหนดวัตถุประสงค์วิธีการ เทคนิค การเรียนการสอน และแหล่งข้อมูลการเรียนรู้ โดยใช้การใช้สัญญาการเรียนรู้ชั้นที่ 4 ดำเนินกิจกรรมตามที่กำหนดไว้ที่มีผู้สอนให้ความร่วมมือกับผู้เรียนชั้นที่ 5 ตรวจสอบว่าการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจริงหรือไม่เพื่อทดสอบความรู้ในเรื่องที่เรียนมาชั้นที่ 6 การประเมินผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนและกระบวนการเรียนการสอนร่วมกันระหว่างผู้เรียนและผู้สอน จากสัญญาการเรียนรู้ (Sakcharoen, 2012)

**รูปแบบธุรกิจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมของประเทศไทยที่มีต่อประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง** ในด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการค้าการลงทุนระหว่างประเทศไทยและประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงและได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลไทยที่สำคัญคืออุตสาหกรรมผ้าทออุตสาหกรรมจากสมุนไพร อุตสาหกรรมเครื่องเงิน อุตสาหกรรมจากหัตถกรรมจักสาน อุตสาหกรรมจากหัตถกรรมไม้ กลุ่มอาหาร และเครื่องประดับ (Klankham, 2012)

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

การพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดย่อมด้านผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงรายสู่อนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ดำเนินการวิจัยโดยเริ่มต้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอันนำไปสู่การสร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาฯ จากนั้นจึงดำเนินการ

นำผลที่ได้จากการศึกษาไปร่างเป็นรูปแบบการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และทดลองใช้กับประชากรกลุ่มเป้าหมายโดยกระบวนการเรียนรู้ทั้ง 6 ขั้นตอน นำไปสู่ขั้นตอนในการประเมินประสิทธิภาพการพัฒนาฯ กลายเป็นรูปแบบการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สมบูรณ์แบบโดยนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา โดยมีรายละเอียดในการวิจัยครั้งนี้

### 1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

1.1 กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย ผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย จำนวน 12 อำเภอในจังหวัดเชียงรายดังต่อไปนี้ คืออำเภอเมืองเชียงราย อำเภอเวียงเชียงรุ้ง อำเภอเวียงชัย อำเภอพาน อำเภอแม่จัน อำเภอเทิง อำเภอแม่สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า อำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน อำเภอพญาเม็งราย และอำเภอเวียงแก่น โดยเป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมไทย 6 กลุ่ม คือ 1. ผ้าและผลิตภัณฑ์ จากผ้า 2. เครื่องประดับ 3. กลุ่มอาหารสมุนไพร และเครื่องใช้ในครัวเรือน 4. กลุ่มงานประดิษฐ์ 5. กลุ่มเครื่องมือ 6. กลุ่มจักรสาน ดำเนินการสุ่ม โดยเฉพาะเจาะจงจากกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ใน โครงการส่งเสริมสนับสนุนการฟื้นฟูชนบทธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นของสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดเชียงรายจำนวนทั้งสิ้น 28 แห่ง (Culture Chiang Rai, 2020)

### 2. เครื่องมือในการวิจัย

2.1 แบบสอบถามเพื่อศึกษาสภาพ ความต้องการและปัญหาที่เกี่ยวข้อง

2.2 รูปแบบการพัฒนาทักษะพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

2.3 แบบทดสอบ ก่อน-หลัง การพัฒนา ทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.4 แบบประเมินการพัฒนาทักษะ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.5 แบบประเมินประสิทธิภาพการ พัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

## 3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบ สัมภาษณ์เพื่อศึกษาสภาพความต้องการและปัญหา ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะอิเล็กทรอนิกส์ โดยกิจกรรมกลุ่มจากการมีส่วนร่วมของ วิทยากร ผู้วิจัยและผู้ประกอบการขนาดย่อม

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากกิจกรรม การฝึกอบรมจากขั้นตอนการเรียนรู้ทั้ง 6 ขั้นตอน

3.3 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการ ประเมินประสิทธิภาพของการพัฒนา

3.4 เก็บรวบรวมข้อมูลจาก ประสิทธิภาพการพัฒนาทักษะพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์จากผู้เข้ารับการพัฒนาและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา (วิทยากรและเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องในโรงเรียนศูนย์การเรียนรู้ชนชั้น)

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น เกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาทักษะพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

4.2 วิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหาของรูปแบบการพัฒนาพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

4.3 วิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหาของแบบทดสอบก่อน-หลัง

4.4 วิเคราะห์ผลการทดสอบก่อน-หลัง จากการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4.5 วิเคราะห์ผลการประเมิน ประสิทธิภาพพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

## 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประกอบไปด้วย 1. ร้อยละ 2. ค่าเฉลี่ย 3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการวิจัย

1. ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้าสู่อินเทอร์เน็ต กลุ่มน้ำโขงของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยของจังหวัดเชียงรายพบว่าการใช้คอมพิวเตอร์ของประชากรกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดคือเคยใช้จำนวน 15 คน ร้อยละ 53.57 และใช้มากกว่า 11-20 ครั้งต่อเดือนจำนวน 6 คน หรือร้อยละ 21.43 ในการครอบครอง โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน พบว่า มีใช้จำนวน 23 คน หรือร้อยละ 82.14 แต่เล่นสื่อออนไลน์เพียงแค่ 2 คน หรือร้อยละ 7.14 เท่านั้น สำหรับความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต พบว่า มีความรู้จำนวน 22 คน หรือร้อยละ 78.57 แต่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลบ้างเป็นบางครั้งจำนวน 22 คน หรือร้อยละ 78.57 เช่นกัน ในขณะที่เดียวกันเคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 16 คน หรือร้อยละ 57.14 และได้เข้าไปใช้บริการในการซื้อสินค้าจำนวน 14 คน หรือร้อยละ 50 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ในส่วนของความต้องการในการพัฒนาตนเองต่อทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดเรียงตามลำดับคือ วิธีจัดการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลในคอมพิวเตอร์กับสมาร์ตโฟน มีความต้องการการรับรู้ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.11 (S.D. = 0.82) ประเด็นวิธีนำสินค้าของท่านเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตมีความต้องการการรับรู้ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.96 (S.D. = 0.90) ประเด็นวิธีการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต มีความต้องการการรับรู้ในระดับมาก กล่าวคือ ค่าเฉลี่ย 3.93 (S.D. = 0.99) ประเด็นวิธีจัดส่งสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความต้องการการรับรู้ในระดับมาก กล่าวคือ ค่าเฉลี่ย 3.93 (S.D. = 0.82) ประเด็นความรู้ทั่วไป เกี่ยวกับการส่งเสริมสินค้า

และบริการในปัจจุบันและแนวทางการความต้องการในอนาคตเพื่อให้ตอบสนองต่อทักษะอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ความต้องการในการรับรู้ ประเด็น ความหมาย ความสำคัญของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.87) ประเด็น การซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความต้องการการรับรู้ในระดับมาก กล่าวคือ ค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.71 ประเด็น) ประเด็นการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต มีความต้องการการรับรู้ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D.=0.82) ประเด็นการหาลูกค้าใหม่ผ่านอินเทอร์เน็ต มีความต้องการการรับรู้ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.75)

ในส่วนของการอุปถัมภ์ดำเนินงานและการดำเนินงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการในการรับรู้เกี่ยวกับระบบเครือข่ายเพื่อการพาณิชย์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.14 (S.D. = 0.82) รองลงมาคือ การรู้เกี่ยวกับรูปแบบระบบเครือข่ายของหน่วยงาน ค่าเฉลี่ย 4.11 (S.D. = 0.85) ในส่วนของการส่งเสริมสินค้าและการบริการในปัจจุบัน พบว่า มีความต้องการในแนวทางเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างหน่วยงานของผู้ประกอบการกับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.93 (S.D. = 0.71) รองลงมาคือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในลักษณะช่องทางสื่อสารแบบไร้สายค่าเฉลี่ยที่ 3.82 (S.D. = 0.72)

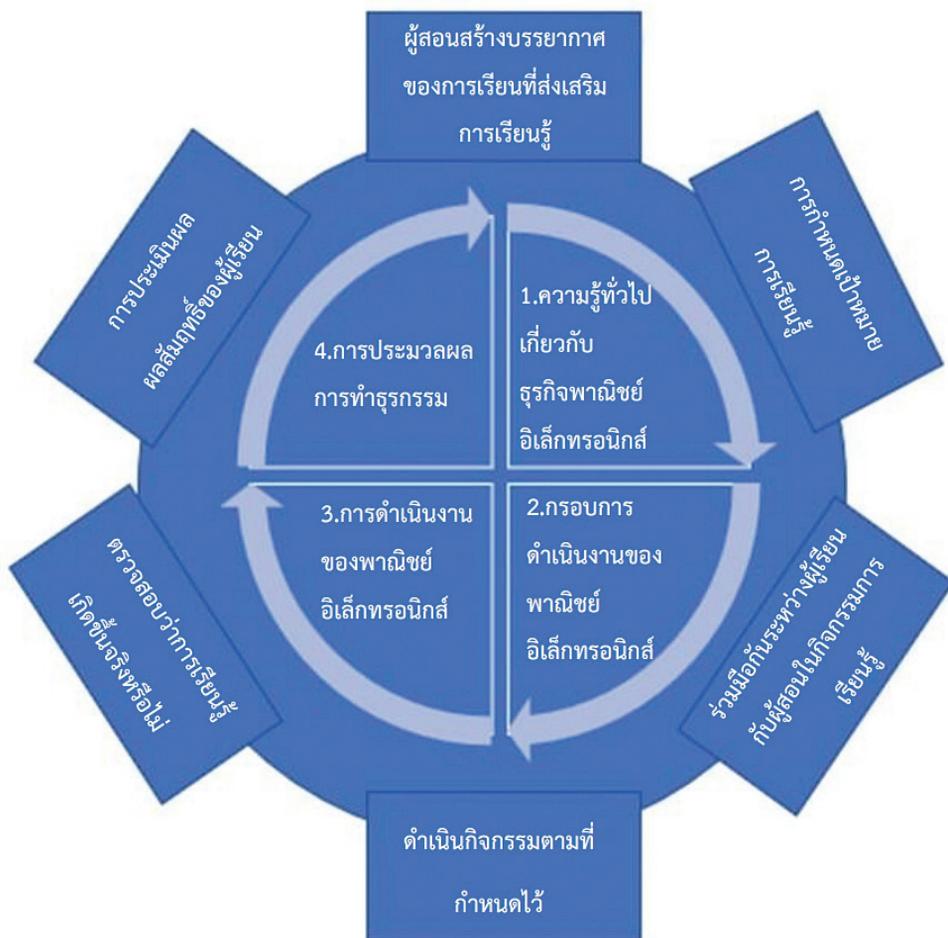
สำหรับหัวข้อความต้องการในการพัฒนาองค์กร พบว่าประเด็นการสร้างความร่วมมือกันทำงานระหว่างองค์กรกับผู้ขายปัจจัยการผลิต ลูกค้า และคู่ค้าทางธุรกิจอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.96 (S.D. = 0.82) รองลงมาคือ ความต้องการในการสร้างช่องทางติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ค่าเฉลี่ย 3.89

(S.D. = 1.37) และความต้องการในการรู้เรื่อง  
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
ค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D. = 0.73)

ในส่วนขอความต้องการในการดำเนินงาน  
ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ประเด็น ต้องการ  
พัฒนางานการแสดงฐานข้อมูลต่าง ๆ ขององค์กร  
ผ่านระบบออนไลน์ ค่าเฉลี่ยที่ 3.96 (S.D. = 0.87)  
รองลงมาคือการส่งเสริมการตลาดและการขาย  
ผ่านระบบออนไลน์ ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย  
ที่ 3.93 (S.D. = 0.82)

2. การจัดทำรูปแบบที่เหมาะสมในการ  
พัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้า  
สู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงของกลุ่มผู้ประกอบการ  
ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์และ  
สังเคราะห์ผลการสอบถามสภาพความต้องการ  
และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะ  
อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม  
ด้านผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย  
สู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง หลังจากนั้นจึงดำเนินการ  
จัดทำร่างรูปแบบการพัฒนาทักษะดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบการพัฒนาทักษะ

จากภาพที่ 2 สามารถนำเสนอได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สำหรับการจัดทำร่างรูปแบบนั้นเป็นการให้ความสำคัญกับความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์ กรอบและการทำงาน ตลอดจนการประมวลผลการทำธุรกรรม โดยทั้ง 4 เนื้อหาสังเคราะห์กลายเป็น หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ 1.1) ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1.2) ธุรกรรมทางด้านธุรกิจการค้าและการลงทุนผ่านกระบวนการเครือข่ายคอมพิวเตอร์ 1.3) การส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า 1.4) การตอบสนองความต้องการด้านอรรถประโยชน์ เช่น การเดินทางเวลาที่รวดเร็วและการเปรียบเทียบซื้ออย่างสะดวกสบาย หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 กรอบการทำงาน ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2.1) ระบบเครือข่าย 2.2) ช่องทางการติดต่อสื่อสาร 2.3) การจัดรูปแบบและการเผยแพร่เนื้อหา 2.4) ระบบรักษาความปลอดภัย 2.5) บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2.6) นโยบายสาธารณะ 2.7) คู่ค้าทางธุรกิจ หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การดำเนินงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3.1) การส่งเสริมสินค้าและบริการ โดยแสดงรายการสินค้าขั้นพื้นฐาน (ไม่มีฐานข้อมูล) เช่น รายการที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ การจัดงานอีเว้นต์ต่าง ๆ พร้อมรายละเอียดเพื่อการติดต่อและ/หรือลิงค์เชื่อมโยงเพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมแบบแบบฟอร์มสำหรับสอบถามข้อมูลออนไลน์ 3.2) การให้ข้อมูลข่าวสารและบริการโดยแสดงรายการสินค้าขั้นสูงขึ้นโดยมีการนำเสนอฐานข้อมูลสำหรับการสืบค้นที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวกิจกรรมต่าง ๆ ร้านอาหาร สถานที่ช้อปปิ้ง การจัดงานเทศกาลต่าง ๆ คำถาม

ที่พบบ่อย ๆ (FAQs)/แผนผังเว็บไซต์/เครื่องมือค้นหาเว็บไซต์/แผนที่ภาพนิ่ง/อัลบั้มรูปภาพ หรือภาพนิ่งมีการเชื่อมโยงไปสู่การจองสินค้าและบริการต่าง ๆ ออนไลน์ 3.3) ห้องสนทนา/สนทนากลุ่มย่อยระหว่างผู้ใช้ (Discussion forums) หน้าเว็บที่มีการใช้สื่อประสม (เช่นข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว)มีจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมลแจ้งข่าวมีการเชื่อมโยงไปยังผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการภายนอกหน่วยการเรียนรู้ที่ 4 การประมวลผลการทำธุรกรรม

จากนั้นจึงดำเนินการพัฒนาทักษะเพื่อเข้าสู่กระบวนการเรียนรู้ 6 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นที่ 1 ผู้สอนสร้างบรรยากาศของการเรียนที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ขั้นที่ 2 กำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ตามความต้องการของตนเองความรู้และทักษะที่เป็นประสบการณ์เดิม ขั้นที่ 3 ร่วมมือกันระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน ในกิจกรรมการเรียนรู้ทั้งกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการ เทคนิคการเรียนการสอน และแหล่งข้อมูลการเรียนรู้โดยใช้การใช้สัญญาณการเรียนรู้ขั้นที่ 4 ดำเนินกิจกรรมตามที่กำหนดไว้ที่มีผู้สอนให้ความร่วมมือกับผู้เรียนขั้นที่ 5 ตรวจสอบว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นจริงหรือไม่เพื่อทดสอบความรู้ในเรื่องที่เรียนมา ขั้นที่ 6 การประเมินผลผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนและกระบวนการเรียนการสอนร่วมกันระหว่างผู้เรียนและผู้สอนจากสัญญาณการเรียนรู้

จากร่างรูปแบบ ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ดังนี้คือ หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 แผนการเรียนรู้อันประกอบด้วย 1-4 ผลการวิเคราะห์ความตรงค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 0.89 และไม่มีกิจกรรมการเรียนรู้ใดต่ำกว่า 0.5 ถือว่าสามารถนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายได้ต่อไป

3. การพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้าสู่ออนุมิภาคลุ่มน้ำโขงของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑัวัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย

จากผลการพัฒนาทักษะพบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑัวัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงรายทั้ง 28 กลุ่มมีคะแนนก่อนสอบสูงสุด 26 คะแนน คะแนนต่ำสุด 16 คะแนน โดยคะแนนเฉลี่ย 21.57 คะแนน (S.D. = 0.49) ในขณะที่เดียวกันเมื่อเข้ารับการพัฒนาพบว่ามีทดสอบหลังพัฒนา คะแนนสูงสุดคือ 36 คะแนน คะแนนต่ำสุด 22 คะแนน (S.D. = 0.41) ซึ่งถือว่ามีกระจายคะแนนค่อนข้างสูงและผลการประเมินของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาทักษะที่มีต่อหน่วยพัฒนาทักษะคือ ศูนย์การเรียนรู้ชนจันทรื์ โดยภาพรวมอยู่ที่ระดับ “ดีมาก” โดยคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 52 คะแนน และคะแนนต่ำสุดอยู่ที่ 42 คะแนน

4. ศึกษาประสิทธิภาพของการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการค้าสู่ออนุมิภาคลุ่มน้ำโขงของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑัวัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย

เป็นการประเมินประสิทธิภาพของการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการโดย ศูนย์การเรียนรู้ชนจันทรื์ ซึ่งการประเมินจะประเมินภายหลังจากผู้ประกอบการได้รับการฝึกอบรมและนำไปใช้จริงในสถานประกอบการของตนเองจำนวน 30 วัน โดยผลการประเมินอยู่ในระดับ “มากที่สุด” และประเด็นที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในระดับ 4.91 (มีประสิทธิภาพมากที่สุด) คือ ความสามารถในการส่งเสริมการใช้นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ตลอดเวลา (S.D. = 0.38) ความสามารถในการส่งเสริมการวางแผนเพื่อจัดการ

กำลังคนและองค์กรในการรองรับการทำงาน ของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (S.D. = 0.38) โรงเรียนศูนย์การเรียนรู้ชนจันทรื์มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีประสิทธิภาพ (S.D. = 0.38) โรงเรียนศูนย์การเรียนรู้ชนจันทรื์มีอุปกรณ์การจัดการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาทักษะอย่างพร้อมเพรียง (S.D. = 0.38) และ ความสามารถในการลำดับขั้นตอนการพัฒนาทักษะของโรงเรียนและวิทยากร (S.D. = 0.38)

รองลงมาคือ ประเด็นที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยในระดับ 4.88 (มีประสิทธิภาพมากที่สุด) ดังนี้ คือความสามารถในการฝึกทักษะในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระบบใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา (S.D. = 0.54) ความสามารถในการกระตุ้นให้เกิดความรู้เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (S.D. = 0.41) การส่งเสริมการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโรงเรียนศูนย์การเรียนรู้ชนจันทรื์เพื่อใช้ในการพัฒนาทักษะได้อย่างมีประสิทธิภาพ (S.D. = 0.41) การประชาสัมพันธ์ให้รับทราบข้อมูลข่าวสารของการจัดทำแผนรวมอย่างสม่ำเสมอ จากเอกสาร/แผ่นพับประชาสัมพันธ์/การค้นหาข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ สื่อออนไลน์หรืออื่น ๆ (S.D. = 0.41) และความสามารถในการให้คำแนะนำของวิทยากรเจ้าหน้าที่และบุคคลที่เกี่ยวข้อง (S.D. = 0.41)

ในส่วนของประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การพัฒนาให้เกิดความคล่องตัวในการจัดการองค์กรเพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมโดยวิธีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ค่าเฉลี่ย 4.59 (มีประสิทธิภาพมากที่สุด) และ S.D. = 0.86

### สรุปผลการวิจัยและอภิปราย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดย่อมด้านผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงราย สู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง มีจุดเน้น 4 ส่วนด้วยกัน คือ การศึกษาสภาพปัญหา การสร้างรูปแบบการพัฒนาทักษะฯ และการประเมินประสิทธิภาพการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดย่อมด้านผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงรายสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงของผู้ประกอบการทั้ง 28 แห่ง จากการศึกษาวิจัยซึ่งใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนาทักษะของประชากรกลุ่มเป้าหมาย พบว่า มีผลการศึกษาที่น่าสนใจเช่น อัตราการใช้คอมพิวเตอร์ของประชากรกลุ่มเป้าหมายมีมากกว่า มากกว่า 11-20 ครั้งต่อเดือน เฉพาะกรณีของการใช้เพื่อประกอบธุรกรรมเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยส่งผลต่อการใช้จ่ายและการประกอบธุรกรรมการค้าออนไลน์ขององค์กรตนเองได้เป็นอย่างดี (Chomchuen, 2019) นอกจากนี้ยังมีการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนเพื่อสื่อสารออนไลน์เพียงร้อยละ 7.14 เท่านั้น แต่มีความรู้ด้านอินเทอร์เน็ตและการสืบค้นสูงถึงร้อยละ 78.57 ขณะเดียวกันเคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 16 คน หรือร้อยละ 57.14 และได้เข้าไปใช้บริการในการซื้อสินค้าจำนวน 14 คน หรือร้อยละ 50 ของประชากรกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด สำหรับความสะดวกจากการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวนเกินครึ่งของประชากรกลุ่มเป้าหมายนั้นเป็นเรื่องที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอันเกิดจากความสะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมากประเด็นต่อมาคือ ความต้องการในการรับรู้และการเรียนรู้ด้าน

การดำเนินงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชากรกลุ่มเป้าหมาย โดยพบว่า มีความต้องการในการรับรู้เกี่ยวกับระบบเครือข่ายเพื่อการพาณิชย์โดยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ค่าเฉลี่ยที่ 4.14 รองลงมาคือ ประเด็นการรู้เกี่ยวกับรูปแบบระบบเครือข่ายของหน่วยงาน กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยที่ 4.11 รวมทั้งการสร้างความร่วมมือกันทำงานระหว่างองค์กรกับผู้ขายปัจจัยการผลิต ลูกค้า และคู่ค้าทางธุรกิจอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ค่าเฉลี่ยที่ 3.96 ทั้งนี้สามารถวิเคราะห์ได้ในระดับหนึ่งว่าจากสภาพการณ์ปัจจุบันความต้องการในการรับรู้ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ย่อมส่งผลโดยตรงต่อการทำกิจกรรมทางธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์และการค้าออนไลน์ (Fedushko & Ustyianovych, 2022) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการเดินทางของผู้ประกอบการอีกต่อไป อันกลายเป็นลักษณะของการปฏิบัติทางการค้าการลงทุน (Ozlem & David, 2015)

จากผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการรับรู้และการพัฒนาตนเองด้านทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดเชียงรายนำไปสู่การสร้างรูปแบบการพัฒนาทักษะฯ อันประกอบไปด้วย 4 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนของหลักการที่ว่าด้วยความต้องการการตลาดภายในประเทศ ด้านการตลาดส่งสินค้าออกด้านการตลาดนานาชาติด้านการตลาดหลายประเทศ ด้านการตลาดทั่วโลกหรือไร้พรมแดนในขณะเดียวกัน เนื้อหาทักษะที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาประกอบไปด้วย ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบการดำเนินงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การดำเนินงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์การประมวลผลการทำงาน

ธุรกิจกรม ภายใต้กระบวนการในการจัดการเรียนรู้ 6 ขั้นตอน จากการศึกษาพบว่า เมื่อนำไปใช้จริงกับ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย ในจังหวัดเชียงรายทั้ง 28 มีคะแนนก่อนสอบสูงสุด 26 คะแนน คะแนนต่ำสุด 16 คะแนน โดยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 21.57 คะแนน ในขณะที่เดียวกันเมื่อเข้ารับการพัฒนาแล้วนั้นมีการทดสอบหลังพัฒนาคะแนนสูงสุด 36 คะแนน คะแนนต่ำสุด 22 คะแนน ผลการประเมินของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาทักษะ โดยภาพรวมอยู่ที่ระดับ “ดีมาก” โดยคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 52 คะแนน และคะแนนต่ำสุดอยู่ที่ 42 คะแนน จากการศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ในระดับหนึ่งว่า กลุ่มผู้ประกอบการฯ มีความตั้งใจที่จะขับเคลื่อนองค์ความรู้ของตนเองเพื่อให้ไปสู่ความต้องการจำเป็นที่จะพัฒนาตนเองให้ได้ โดยผลการประเมินการพัฒนา มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการในด้านความต้องการในการรับรู้ประเด็นความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรอบการดำเนินงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์การดำเนินงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์การประมวลผลการทำธุรกรรม (ค่าเฉลี่ยเกิน 4.00 ขึ้นไป) ในขณะเดียวกัน การนำเอารูปแบบที่ได้รับการยอมรับและการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบการสอนมาเป็นอย่างดีจะส่งผลกระทบต่อกระตุ้นให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจต่อการพัฒนาทักษะมากยิ่งขึ้น (Phayakkhaphong et al., 2016)

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการวิจัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างกรณีของสำนักงานจังหวัดเชียงราย หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย ควรที่จะนำผลการวิจัยไปต่อยอดเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรมของจังหวัดเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมต่อไป

2. ควรมีการขยายผลการวิจัยให้เป็นหลักสูตรการพัฒนาทักษะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ในการพัฒนากับผู้ประกอบการในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1-2 โดยการขับเคลื่อนของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาเนื้อหาเพิ่มเติมในด้านการสื่อสารทางภาษาจีนและอังกฤษจะส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดมากยิ่งขึ้น

2. ควรเพิ่มเติมในส่วนของประชากรกลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะมีการเพิ่มเติมทักษะที่จำเป็นสำหรับการต่อยอดให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการโดยตรงเช่น ผู้บริหารระดับกลาง หรือพนักงานซึ่งต้องมีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

## REFERENCES

- Boonnun, K. (2017). **Human Resource Development**. School of Social Sciences Chiang Rai Rajabhat University. Chiang Rai. Pi and Nong Print. [In Thai]
- Chomchuen, S. (2019). The Development Of Fashion Clothing Distribution System Via E-Commerce. **Udon Thani Rajabhat University Journal of Sciences And Technology**, 7(1), 71-83. [In Thai]
- Culture Chiang Rai. (2020). **List of Network Operators Promoting Development Cultural Products and Services (CPOT) of Chiang Rai Province Under the Project to Promote and Support the Restoration of Local Cultural Traditions**. Chaing Rai. Culture Chiang Rai. [In Thai]
- Fedushko, S. Ustyianovych, T. (2022). E-Commerce Customers Behavior Research Using Cohort Analysis: A Case Study of COVID-19. **Journal Of Open Innovation. Technology. Market And Complexity**,8(12).1-21.
- Godducks. (2020). **What is the Evolution of Global Marketing**. Retrieved from <https://godducks.com/blog/22>. [2020, 19 July]
- Horská. E. (2014). International Marketing Within And Beyond Visegrad Borders. Textbook.WYDAWNICTWO EPISTEME. Poland. Krakow.
- Klankhamson, S. (2012). Cultural Industry. **Journal of the Department of Industrial Promotion**, 54(6), 5-7. [In Thai]
- Iamsiriwong, O. (2013). **E-Commerce (A managerial perspective)**. Bangkok : Se-Education. [In Thai]
- Neil, A. Morgan ; Constantine, S. Katsikeas & Douglas, W. Vorhies. (2012). Export Marketing Strategy Implementation, Export Marketing Capabilities, and Export Venture Performance, **Journal of the Academy of Marketing Science**, 40(1).271–289. Academy of Marketing Science.
- Office Of Business Development. (2017). **Executive Summary : Digital Development Plan for Commercial Economy 2017-2021**. Nonthaburi.Ministry of Commerce. [In Thai]
- Ozlem H. E, & David M. N. (2015). Criteria-based Certification and Validation of Online Pharmacies: Opportunities for Improved Quality and Safety. **Innovations in Pharmacy**, 6(3). 1-7.

- Payakkapong, A. Yeolao, D.& Worawongpongsa, W. (2016). The Development Guidelines of the Intention to Use E-Commerce for Small and Medium Enterprise (SMEs): SMEs Exporters of Fashion Categories in Thailand. **Ratchaphruek Journal**, **14**(3), 49-56. [In Thai]
- Phibunsongkhram Rajabhat University.(n.d.). Infrastructure of Electronic Commerce. Teaching Documentation. Phibunsongkhram Rajabhat University. [In Thai]
- Phongkasem, W. (2017). Electronic Commerce. teaching documentation. Information Technology Faculty of Science Buriram Rajabhat University. [In Thai]
- Rathnasiri, S. Ray, P. Carlos A, M. V. Sardar M. N,Nripendra P, Dwivedi.K.Y.(2022). Optimising Small-Scale Electronic Commerce Supply Chain Operations a Dynamic Cost-sharing Contract Approach. **Original Research**, **314**(2).1-47.
- Training Model to Enhance Information Literacy and Self-Directed Learning of Adult. **Journal of Education Studies**, **40**(1), [In Thai]
- Sood, S. (2015). Difference Between Copyright and Trademark. Retrieved 1 July 2017, from <https://keydifferences.com/difference-between-copyrightand-trademark.html>.
- Virmani, A. & Mittal, S. (2006). Domestic Market Integration Working. (Report No. 183) Indian Council For Research On International Economic Relation. India.
- .....