

สภาพและความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์  
เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

Situation and Demand for Digital Technology in Electronic Commerce for  
Community Enterprise Product Distribution Nonthaburi Province

อารีย์ มัยงพงษ์

Aree Mayoungpong

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Faculty of Business Administration, Rajamagala University of Technology Phra Nakhon

E-mail: aree.m@rmutp.ac.th

Received: January 25, 2021

Revised: June 8, 2021

Accepted: June 15, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี และเปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 230 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย พบว่า ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่เป็นประเภทเครื่องใช้เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องจักสานและของที่ระลึก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระยะเวลาการดำเนินงาน ระหว่าง 5 – 10 ปี ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก ตั้งแต่ 100,001 – 150,000 บาท และแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่ระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอยู่ในระดับมากเพราะสามารถทำธุรกิจได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทุกระบบในระดับมาก ได้แก่ ระบบหน้าร้าน ระบบหลังร้าน ระบบการสั่งซื้อ และ ระบบรักษาความปลอดภัย นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จำแนกตามสภาพการดำเนินงาน พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : เทคโนโลยีดิจิทัล, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, วิสาหกิจชุมชน

## Abstract

The purposes of this study were to investigate the situation and demand for digital technology in the electronic commerce for community enterprise products distribution Nonthaburi Province and to compare the demand for digital technology in electronic commerce for the distribution of community enterprise products, classified by the operation of community enterprise. The samples of this study was consisted of 230 entrepreneur. The research instruments were questionnaire form and interview form. The statistics used for data analysis were mean, standard deviation, t- test and ANOVA.

The results of the research found that the most of entrepreneurs' products were appliances, accessories, leather goods, wickerwork and souvenirs. The level in education of the most entrepreneurs was lower secondary education or equivalent. The operating period of time was between 5 – 10 years. The initial registered capital which was between 100,001 – 150,000 baht. The funding sources in enterprises establishment was from members' fundraising from 230 people. The entrepreneurs accepted the use of digital technology at a high level, namely Digital technology can be used to do business quickly and easily and there was a high demand for digital technology in electronic commerce, including store front, back-of-store, ordering system and security system. In addition, when comparing the demand for digital technology in electronic commerce for the distribution of community enterprise products. Classified by operating situation, found that there was no significant difference.

**Keywords :** Digital Technology, Electronic Commerce, Community Enterprise

## ความสำคัญและปัญหา

ปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือให้บริการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากแก่ผู้ประกอบการ เช่น เพิ่มยอดขาย ขยายโอกาสทำการค้าได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ด้วยการลงทุนที่ต่ำ ช่วยสำรวจตลาดเพื่อมุ่งไปยังลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ และช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กรวมถึงวิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ได้ ทั้งนี้ขนาดของธุรกิจอาจไม่ได้ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เสมอไป เช่นเดียวกับกับแหล่งที่ตั้งของผู้ขายที่อยู่ห่างไกลกับผู้บริโภคหรือลูกค้าก็ไม่ใช่อุปสรรคอีกต่อไป เพราะเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย จนนำไปสู่การแข่งขันอย่างเสรีภายใต้ระบบเศรษฐกิจบนอินเทอร์เน็ต วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises, SMEs) รวมทั้งวิสาหกิจชุมชน นับเป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ โดยเป็นแหล่งสำคัญในการสร้างรายได้และการจ้างงานให้กับประเทศ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาความยากจนโดยการกระจายรายได้ไปสู่ภาคชนบทที่มีความเจริญที่ต่ำกว่าได้ (ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ, 2559) ปัจจุบันรัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า ส่งเสริมการผลิตสินค้าชุมชนทั้งในด้านการผลิตและจัดจำหน่าย เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP เป็นต้น แนวทางในการพัฒนาที่จะก่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนได้นั้นชุมชนและสังคมควรมีส่วนร่วมในการวางรากฐานไปสู่การพัฒนาาร่วมกัน (เนตรดาว โทธรัตน์ และคณะ, 2554) จะเห็นได้ว่าจำนวน SMEs และวิสาหกิจชุมชนของไทยยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากค่านิยมการเป็นเจ้าของกิจการของคนรุ่นใหม่ที่ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้น รวมทั้งขอบเขตการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการก็มีหลายระดับในตลาดต่างๆ ตั้งแต่ระดับท้องถิ่น ชนบท เขตเมือง ตลาดภายในประเทศ ภูมิภาค และ ธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้น ความแข็งแกร่งของ SMEs และวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างมาก (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2558 ; สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่เร่งด่วนของวิสาหกิจชุมชนของไทย พบว่า จะต้องเพิ่มความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม เนื่องจากความสามารถในการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในเชิงพาณิชย์ยังอยู่ในระดับที่ต่ำ (ITD, 2014 อ้างถึงใน ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ, 2559) จากตัวชี้วัดที่แสดงสัดส่วนของสถานประกอบการขนาดเล็ก (1-10 คน) ที่ขายสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ในปี พ.ศ. 2559 พบว่ามีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.3 เท่านั้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการส่งเสริมและกระตุ้นให้วิสาหกิจชุมชนที่เป็นธุรกิจฐานรากของประเทศให้เข้าสู่ระบบการค้าดิจิทัล เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของไทยให้เข้มแข็ง (กระทรวงไอซีที, 2559) นอกจากนี้ทั้ง SMEs และวิสาหกิจชุมชนของไทยยังขาดความตระหนักและความสนใจในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยมีความเข้าใจว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนในการทำธุรกิจมากกว่าเป็นการลงทุนเพื่อให้ได้ผลตอบแทนในอนาคต ขาดความรู้ในการยกระดับเทคโนโลยี ขาดข้อมูลด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่จะสามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างเหมาะสม และยังมีปัญหาอุปสรรคในหลายด้าน อาทิเช่น ความพร้อมด้านอุปกรณ์และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ความพร้อมขององค์กรซึ่งหมายถึงรวมถึงรูปแบบการบริหารจัดการ ความรู้และทักษะของบุคลากรในองค์กรเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559 ; ชนิตา ศรีนวล, 2557 ; Stankovska, Josimovski and Edwards, 2016) ดังนั้นเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนไทยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ ตลอดจนวางรากฐานการแข่งขันเชิงธุรกิจรูปแบบใหม่ในระยะยาวภายใต้การส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Promotion) ของภาครัฐบาล จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่วิสาหกิจชุมชนไทยต้องเรียนรู้ และปรับปรุงแนวทางการทำธุรกิจด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีศักยภาพ ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันดำเนินการส่งเสริมสนับสนุน และผลักดันให้วิสาหกิจชุมชนของ

ไทยได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานทั้งการผลิต การค้า และการบริการอย่างทั่วถึง เพื่อรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย และช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้อย่างยั่งยืน

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาสภาพและความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในพื้นที่เขตปริมณฑลที่มีผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 233 ราย (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2560) ผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบแนวทางการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี เพื่อนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานทางธุรกิจและเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ตลอดจนสามารถนำไปต่อยอดเพื่อการพัฒนาต้นแบบของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมตามบริบทของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดต่างๆ ได้ โดยจะทำให้เกิดการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2556) ให้นิยามว่า “ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” หรือ Electronic Commerce เป็นธุรกิจที่อาศัยช่องทางอินเทอร์เน็ตในการประกอบธุรกิจ เช่น การติดต่อลูกค้า การประชาสัมพันธ์ กระบวนการขายสินค้า ซื้อสินค้า การรับชำระเงิน การจัดส่งสินค้า ฯลฯ ซึ่งการทำธุรกรรมเชิงพาณิชย์ของการซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายนั้นไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกัน แต่สามารถทำธุรกรรมระหว่างกันได้โดยอาศัยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา, 2555) โดยทำธุรกรรมผ่านทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต เป็นต้น

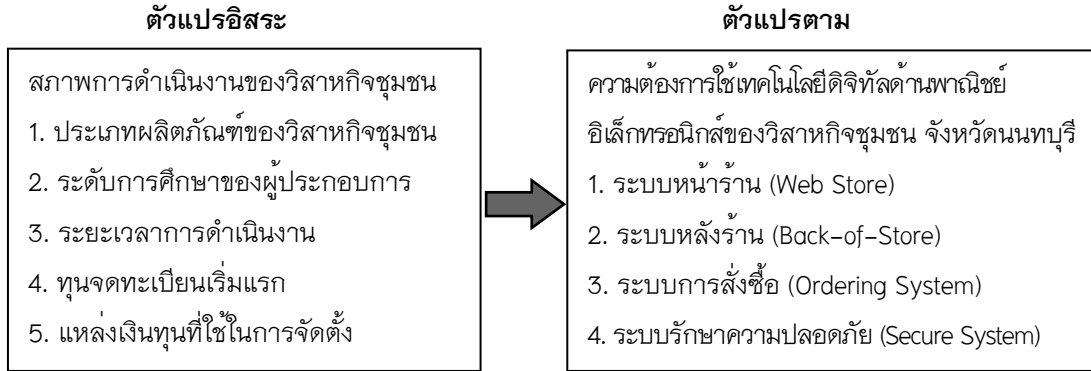
การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์จำแนกออกเป็น 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ 1) ระบบหน้าร้าน (Web Store หรือ Store front) คือหน้าเว็บสำหรับใช้ในการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ จากร้านค้า เช่น การขาย การชำระเงิน และการขนส่ง โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้า ตัวสินค้า นโยบายการขาย ฯลฯ แก่ลูกค้า 2) ระบบหลังร้าน (Back-of-Store) คือ หน้าเว็บที่ใช้เฉพาะบุคลากรของร้านค้า ซึ่งผู้ใช้งานภายนอกไม่สามารถเข้ามาในส่วนนี้ เช่น ระบบการรับคำสั่งซื้อสินค้า ระบบการรับชำระเงิน ระบบการจัดส่งสินค้า และระบบการบริหารร้านค้า โดยระบบฐานข้อมูลสินค้าที่ต้อง Update และเชื่อมต่อโดยตรงกับหน้าร้าน 3) ระบบการสั่งซื้อ (Ordering System) เป็นระบบที่สามารถคลิกเพื่อสั่งซื้อสินค้าจากหน้าเว็บเพจได้ มีช่องให้กรอกจำนวนสินค้าที่สั่งซื้อ โดยคลิกซื้อแต่ละครั้งก็จะเป็นการหยอดของลงตะกร้าและสะสมไว้จนซื้อของครบและตัดสินใจให้ระบบคำนวณเงินโดยอัตโนมัติ และ 4) ระบบรักษาความปลอดภัย (Secure System)

**ขอบเขตการวิจัย**

**ประชากร**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 233 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 19 ธ.ค. 61)

**ตัวแปรที่ศึกษา**



ภาพที่ 1 ตัวแปรที่ศึกษา

**วิธีดำเนินการวิจัย**

**เครื่องมือที่ใช้วิจัย**

เครื่องมือที่ใช้วิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เป็นข้อถามแบบเลือกตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี แบ่งออกเป็น 4 ระบบ ได้แก่ ระบบหน้าร้าน (Store front) ระบบหลังร้าน (Back-of-Store) ระบบการสั่งซื้อ (Ordering System) และระบบรักษาความปลอดภัย (Secure System) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึงความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสมาชิกในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึงความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสมาชิกในระดับมาก
- 3 หมายถึงความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสมาชิกในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึงความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสมาชิกในระดับน้อย
- 1 หมายถึงความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสมาชิกในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire)

**การสร้างและการทดสอบเครื่องมือ**

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการประชุมสัมมนาทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 233 ราย

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา และความชัดเจนของข้อคำถาม (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) และได้ค่าเฉลี่ยรวมทั้งฉบับเท่ากับ 89.10

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.854

ขั้นตอนที่ 6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปใช้เป็นแบบสอบถามในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 7 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำนวน 5 ราย เป็นการคัดเลือกจากผู้ประกอบการที่มีความสมัครใจและสะดวกที่จะให้ข้อมูลในงานวิจัยเรื่องนี้ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยพิจารณาจากประสบการณ์การทำงานในหน่วยงานและผลงานวิจัยเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ขั้นตอนที่ 8 นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล (Method triangulation) เปรียบเทียบข้อมูลที่เก็บจากการวิจัยเชิงปริมาณกับการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อคุณลักษณะและความสอดคล้องของข้อมูล

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. เก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากจำนวนทั้งหมด 233 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามที่ตอบได้สมบูรณ์และครบถ้วน จำนวน 230 ฉบับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 98.7

2. การสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำนวน 5 ราย โดยผู้วิจัยได้ทำการติดต่อนัดหมายไว้ล่วงหน้า

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจากหน่วยงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 5 ท่าน

#### **การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ**

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ และหาค่าร้อยละ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์โดยหาค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับคะแนน
3. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้วยการทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) และการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีแบบ Scheffe

#### **การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ**

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกได้นำมาถอดความ ตัดตอน และจำแนกเป็นกลุ่มๆ ตามแนวคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสภาพการดำเนินงาน พบว่าประเภทผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่คือเครื่องใช้ เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องจักสานและของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาคือผ้าทอ ผ้ามัดย้อม เครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 23.9 ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่คือระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 27.4 ระยะเวลาการดำเนินงานส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 5–10 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.3 โดยส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก อยู่ระหว่าง 100,001–150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือระหว่าง 50,001–100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.6 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่ระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ กู้เงินจากสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ส่วนสภาพการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันของผู้ประกอบการนั้นพบว่า ยังไม่มีเว็บไซต์ เพียงแต่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้างผ่านทางเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์ความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

1. ระบบหน้าร้าน (Store front) พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ มีความต้องการให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแสดงสรุปรายละเอียดรายการสั่งซื้อสินค้าทั้งหมด เช่น วิธีการสั่งซื้อหรือยกเลิกสินค้า วิธีการชำระเงิน การคืนสินค้าและการคืนเงินอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.16$ ) รองลงมาคือ ต้องการให้ระบบสามารถทำการซื้อขายสินค้าได้สะดวกและรวดเร็วผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ( $\mu = 4.10$ ) และสามารถมีเว็บบอร์ดเพื่อการถามตอบปัญหาหรือข้อสงสัยให้กับลูกค้าได้ ( $\mu = 3.99$ ) ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าจะมีความต้องการน้อย คือ สามารถให้ลูกค้าเลือกได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่หน้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ( $\mu = 2.31$ )

2. ระบบหลังร้าน (Back-to-front) พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน มีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ มีความต้องการให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแจ้งข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ผ่านทางอีเมลหรือไลน์ ได้แก่ ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า ราคาในการจัดส่งสินค้า บริษัทที่บริการจัดส่งสินค้า ซึ่งอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 3.78$ ) รองลงมาคือ สามารถปรับปรุงข้อมูล ราคา รายละเอียดและรูปภาพของสินค้าได้ ( $\mu = 3.53$ ) และสามารถมีระบบติดตามสถานะการสั่งซื้อสินค้าให้ผู้ประกอบการทราบได้ผ่านทางออนไลน์ (Tracking Systems) ( $\mu = 3.46$ ) ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่มีความต้องการในระดับน้อย คือสามารถจัดการเกี่ยวกับความเร็วในการเข้าถึงหน้าเว็บและเวลาในการดาวน์โหลดข้อมูลอย่างเหมาะสม ( $\mu = 2.10$ )

3. ระบบการสั่งซื้อ (Ordering System) พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน มีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ มีความต้องการให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าได้ โดยมีขั้นตอนหรือกระบวนการที่มีความง่ายและไม่ยุ่งยาก ซึ่งอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.15$ ) รองลงมาคือ สามารถยืนยันการสั่งซื้อสินค้ากลับสู่ลูกค้าทางอีเมลหรือทางไลน์ได้ทันที เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ( $\mu = 3.94$ ) และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลายช่องทางผ่านหน้าเว็บเพจ โดยเชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ และ อินสตาแกรม เป็นต้น ( $\mu = 3.91$ ) ตามลำดับ

4. ระบบรักษาความปลอดภัย (Secure System) พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ มีความต้องการให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถมีระบบการรักษาความปลอดภัยในการชำระเงินออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.06$ ) รองลงมาคือ สามารถมีระบบความปลอดภัยของข้อมูลที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินธุรกรรม ได้แก่ ข้อมูลการสั่งซื้อ ข้อมูลการชำระเงิน ( $\mu = 3.90$ ) และสามารถสร้างความ

เชื่อมั่นในการซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยมีเงื่อนไขในการรับประกันและการส่งคืนสินค้า ( $\mu = 3.66$ ) ตามลำดับ ประเด็นที่มีความต้องการในระดับน้อย คือสามารถใช้เทคโนโลยีการเข้ารหัส เช่น SSL (https://) และเทคโนโลยี Captcha ช่วยในการรักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลลูกค้า ( $\mu = 2.38$ )

5. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ได้แก่ ระบบหน้าร้าน (Store front) มีความคิดเห็นระดับมาก ( $\mu = 3.60$ ) ระบบหลังร้าน (Back-to-front) มีความคิดเห็นระดับปานกลาง ( $\mu = 2.91$ ) ระบบการสั่งซื้อ (Ordering System) มีความคิดเห็นระดับมาก ( $\mu = 3.90$ ) และระบบรักษาความปลอดภัย (Secure System) มีความคิดเห็นระดับปานกลาง ( $\mu = 3.34$ ) ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ระดับความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี โดยรวมทุกระบบ ได้แก่ ระบบหน้าร้าน (Web Store หรือ Store front) ระบบหลังร้าน (Back Office) ระบบการสั่งซื้อ (Shopping Cart) และระบบรักษาความปลอดภัย (Secure Payment)

(n = 230)

ความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี	$\mu$	S.D.	ระดับ
- ระบบหน้าร้าน (Web Store หรือ Store front)	3.60	1.017	มาก
- ระบบหลังร้าน (Back Office)	2.91	1.088	ปานกลาง
- ระบบการสั่งซื้อ (Shopping Cart)	3.90	0.893	มาก
- ระบบรักษาความปลอดภัย (Secure Payment)	3.34	1.095	ปานกลาง
รวม	3.44	0.618	ปานกลาง

ผลการเปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี เกี่ยวกับระบบหน้าร้าน ระบบหลังร้าน ระบบการสั่งซื้อ และ ระบบรักษาความปลอดภัย จำแนกตามสภาพการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ได้แก่ ประเภทผลิตภัณฑ์ ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ ระยะเวลาการดำเนินงานทุนจดทะเบียนเริ่มแรก และแหล่งทุนที่ใช้ในการ ดังตารางที่ 2 – 6

**ตารางที่ 2** ผลการเปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ประเภทผลิตภัณฑ์								F	P
	อาหาร		ผ้าทอ ผ้ามัดย้อม		เครื่องใช้เครื่องประดับ		สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและ ยา			
	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.		
ระบบหน้าร้าน	3.52	0.33	3.46	0.34	3.40	0.28	3.47	0.32	1.871	0.176
ระบบหลังร้าน	3.61	0.34	3.64	0.38	3.72	0.32	3.65	0.40	0.902	0.370
ระบบการสั่งซื้อ	3.65	0.28	3.67	0.26	3.74	0.29	3.68	0.26	0.780	0.429
ระบบรักษาความปลอดภัย	3.48	0.39	3.51	0.36	3.53	0.40	3.52	0.33	0.416	0.622



จากตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 3** ผลการเปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระดับการศึกษา										F	P
	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี			
	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.		
ระบบหนาราน	3.53	0.25	3.57	0.24	3.62	0.17	3.58	0.20	3.64	0.24	1.025	0.122
ระบบหลังร้าน	3.64	0.30	3.70	0.26	3.77	0.17	3.60	0.32	3.69	0.23	0.981	0.365
ระบบการสั่งซื้อ	3.34	0.32	3.48	0.35	3.62	0.29	3.42	0.33	3.64	0.18	0.882	0.430
ระบบรักษาความปลอดภัย	3.52	0.35	3.49	0.33	3.45	0.41	3.48	0.38	3.56	0.40	0.866	0.441

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 4** ผลการเปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงานของผู้ประกอบการ

ระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ระยะเวลาดำเนินงาน										F	P
	น้อยกว่า 5 ปี		5 – 10 ปี		11 – 15 ปี		16 – 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.		
ระบบหนาราน	3.30	0.44	3.34	0.43	3.37	0.41	3.39	0.44	3.43	0.41	0.790	0.415
ระบบหลังร้าน	3.49	0.17	3.51	0.16	3.44	0.13	3.55	0.23	3.48	0.18	1.585	0.148
ระบบการสั่งซื้อ	3.40	0.33	3.38	0.30	3.32	0.27	3.42	0.33	3.30	0.44	0.403	0.645
ระบบรักษาความปลอดภัย	3.43	0.22	3.41	0.19	3.45	0.41	3.50	0.17	3.32	0.27	0.902	0.346

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 5** ผลการเปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามทุนจดทะเบียนเริ่มแรกของผู้ประกอบการ

ระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก										F	P
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000 – 50,000 บาท		50,001 – 100,000 บาท		100,001 – 150,000 บาท		มากกว่า 150,000 บาท			
	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.		
ระบบหนาร้าน	3.30	0.44	3.34	0.43	3.37	0.41	3.39	0.44	3.43	0.41	0.780	0.426
ระบบหลังร้าน	3.53	0.18	3.47	0.14	3.44	0.13	3.55	0.23	3.48	0.18	1.332	0.112
ระบบการสั่งซื้อ	3.40	0.33	3.38	0.30	3.32	0.27	3.42	0.33	3.30	0.44	0.403	0.645
ระบบรักษาความปลอดภัย	3.43	0.22	3.41	0.19	3.45	0.41	3.50	0.17	3.32	0.27	1.432	0.138

จากตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามทุนจดทะเบียนเริ่มแรก พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 6** ผลการเปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามแหล่งทุนที่ใช้ในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน

ระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	แหล่งทุนที่ใช้ในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน								F	P
	เงินทุนของ ตนเอง		ระดมทุนของ สมาชิกใน กลุ่ม		กู้เงินจาก สถาบัน การเงิน		รัฐบาล สนับสนุน			
	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.	$\mu$	S.D.		
ระบบหนาร้าน	3.36	0.36	3.46	0.34	3.39	0.31	3.32	0.31	1.059	0.182
ระบบหลังร้าน	3.51	0.16	3.64	0.38	3.36	0.36	3.39	0.31	1.128	0.127
ระบบการสั่งซื้อ	3.25	0.45	3.49	0.14	3.35	0.43	3.60	0.19	1.380	0.104
ระบบรักษาความปลอดภัย	3.48	0.39	3.35	0.43	3.33	0.34	3.52	0.33	1.265	0.118

จากตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามแหล่งทุนที่ใช้ในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี เกี่ยวกับเหตุผลความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สรุปได้ดังนี้

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต้นไม้มงคล “เหตุผลเพราะได้สังเกตเห็นปัญหาหลักที่มีกับธุรกิจต้นไม้มงคลคือช่องทางการซื้อขายที่ยังรู้จักกันเพียงแค่วงกลมใดกลุ่มหนึ่ง ไม่ได้รู้จักกันแบบกว้างขวาง ทำให้ยอดขายสินค้าอยู่ในระดับที่น้อย เนื่องจากคนยังรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นไม้มงคลกันไม่ทั่วถึง ซึ่งปัจจุบันผลิตภัณฑ์หลักของทางกลุ่ม ได้แก้ต้นไม้มงคล

ประดิษฐ์เป็นของตกแต่งภายในบ้าน จึงต้องการเว็บไซต์จัดจำหน่ายที่คาดว่าจะสามารถขยายกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจได้และส่งเสริมยอดขายให้มากยิ่งขึ้น และเพชบุ๊คแฟนเพจ เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ”

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนนพรสมุนไพโร “ ต้องการให้สินค้าสมุนไพรสำหรับการนวดทั่วๆไปเป็นที่รู้จักกันมากยิ่งขึ้นและเพิ่มช่องทางในการค้าขาย เพิ่มยอดขายสินค้าให้มากขึ้น จึงต้องการเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากจะสามารถช่วยลดต้นทุนการประชาสัมพันธ์ลงได้ เพราะหากทางกลุ่มได้มีเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะสามารถทำการค้าขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ลูกค้าสะดวกขึ้น และที่สำคัญคือ ผู้ซื้อสามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าได้โดยตรงไม่ต้องผ่านคนกลาง น่าจะทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะได้รับสินค้าจากผู้ขายโดยตรงและไม่กลัวว่าจะถูกโกงด้วย ”

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบ้านดอกไม้ประดิษฐ์ “ เนื่องจากได้เห็นถึงจำนวนผู้ซื้อที่หันไปซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากขึ้น ธุรกิจอื่น ๆ เริ่มมีการใช้เว็บไซต์กลางทางการค้ามากยิ่งขึ้น จึงมีความต้องการที่จะมีเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการรวบรวมสินค้า เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งการมีระบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะส่งผลให้จำนวนผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากเดิมได้ นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการติดต่อ ซื้อขาย ให้ดียิ่งขึ้นได้ ”

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแก้วเป่าประยุกต์ศิลป์ไทย “ มีความสนใจการขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากจะทำให้เกิดความสะดวกในการซื้อขายสินค้าได้มากขึ้น เพราะทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมาซื้อด้วยตนเองถึงที่ร้าน ลูกค้าจะสามารถเลือกดูประเภทสินค้าต่าง ๆ ของแก้วเป่าประยุกต์ศิลป์ไทยของทางร้านได้บนเว็บไซต์ โดยลูกค้าจะสามารถสั่งจองหรือสั่งซื้อสินค้าได้ทันที ”

ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจจำหน่ายเครื่องประดับ “ เริ่มต้นของการประกอบกิจการนี้เกิดจากความภูมิใจในภูมิปัญญาของชุมชนถิ่นที่เกิด ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดมาเป็นรุ่นต่อรุ่น จึงมีความคิดที่ต้องการนำความรู้ที่สืบทอดต่อกันนำมาพัฒนาให้ดีขึ้นเพื่อนำไปเผยแพร่ผ่านทางออนไลน์ ในรูปแบบของเว็บไซต์และสื่อโซเชียลต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้แก่ชุมชน และเพื่อเพิ่มรายได้ในชุมชนให้มากขึ้น ”

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับข้อเสนอแนะโดยภาพรวมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชน สรุปได้ดังนี้

1. การออกแบบเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ ข้อมูลเนื้อหาในเว็บไซต์ควรเปิดเผยข้อมูลตัวตน และสถานที่ติดต่อผู้ประกอบการได้ มีข้อมูลรายละเอียดของสินค้าหรือบริการพร้อมกำหนดราคา โดยสามารถค้นหาสินค้าได้ไม่ว่าจะเป็นภาพ รุ่น หรือขนาดก็ตาม มีวิธีการจัดส่งสินค้าที่ชัดเจน ช่องทางการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ ส่วนทางเทคนิคในการออกแบบนั้น ได้แก่ การให้ผู้ซื้อหรือลูกค้าสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึง เทคนิคการสืบค้นข้อมูลสินค้าในเว็บไซต์ที่ง่ายและรวดเร็ว วางไว้ในตำแหน่งที่ชัดเจนบนเว็บ มีระบบรักษาความปลอดภัยของการชำระค่าสินค้าหรือบริการ
2. การจัดการเนื้อหาข้อมูลบนเว็บไซต์ เป็นการสร้างความเชื่อถือ บุคลากรในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีความรู้ลึกในเรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ด้วย และการจัดการคุณภาพของเว็บไซต์ ซึ่งคุณภาพนั้นมองได้หลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นปริมาณของการรองรับผู้ใช้งานเว็บพร้อมๆ กัน กระบวนการทำงานต่างๆ บนเว็บและความละเอียดของภาพที่ใช้บนเว็บ
3. ปัจจุบันผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องมีความรู้หรือทักษะทั้งหมดที่กล่าวมา ผู้ประกอบการสามารถทำอีคอมเมิร์ซได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีผู้ให้บริการมากมายที่สามารถทดแทนในส่วนต่าง ๆ และมีหน่วยงานภาครัฐที่ให้คำปรึกษา สิ่งที่จำเป็นของผู้ประกอบการคือต้องรู้จักสินค้า/บริการของตนเองให้ชัดเจนและดีที่สุด

4. เว็บไซต์อาจจะเน้นออกแบบความเรียบง่ายก็ได้แต่จุดประสงค์ควรเน้นที่ความสำคัญกับการโชว์สินค้าและแสดงรายละเอียดทั้งหมดของสินค้า อย่างเช่น รูปแบบ ขนาด และราคา มีการแบ่งสินค้าเป็นหมวดหมู่เพื่อให้แลดูได้ง่าย และการตอบสนองความต้องการหรือโดนใจผู้เข้าชมเว็บของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

5. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในปัจจุบันควรให้ความสำคัญกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook รวมไปถึงช่องทาง Instagram และ LINE โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้สื่อ Social media อยู่แล้ว จึงเป็นช่องทางที่สะดวกที่สุดสำหรับการสื่อสารกับลูกค้า และทำให้ลูกค้าได้รู้สึกใกล้ชิดกับตนเอง

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี มีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับระบบหน้าร้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ต้องการให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแสดงสรุปรายละเอียดรายการสั่งซื้อสินค้าทั้งหมด เช่น วิธีการสั่งซื้อหรือยกเลิกสินค้า วิธีการชำระเงิน การคืนสินค้าและการคืนเงิน ทั้งนี้เป็นเพราะในปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการได้ให้ความสนใจและรับรู้ถึงประโยชน์ของการขายสินค้า ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กันมากยิ่งขึ้น จึงต้องการให้เว็บไซต์สามารถแสดงรายละเอียดและขั้นตอนการทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถรับทราบข้อมูลได้ทันที เนื่องจากหากหน้าเว็บไซต์ยังมีรายละเอียดของขั้นตอนการซื้อสินค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุด ก็ยังจะทำให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าได้สะดวกมากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เนตรดาว โทธีรัตน์ และคณะ (2554) พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการสตรีทอผ้าลายสายฝน จังหวัดลำปาง ต้องการให้ทีมผู้วิจัยพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เน้นการนำเสนอสินค้า รูปแบบวิธีการสั่งซื้อสินค้า วิธีการขนส่งสินค้า และการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบ ส่วนความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับระบบหน้าร้าน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีความต้องการในระดับน้อย คือสามารถให้ลูกค้าเลือกได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่หน้าเว็บไซต์ ทั้งนี้เป็นเพราะความรู้และทักษะการสื่อสารด้านภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนยังมีไม่มากเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของศิริจรรย์ ผลพันธ์ (2557) ที่พบว่าอุปสรรคในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการคือประเด็นความรู้ด้านภาษาอังกฤษ

2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี มีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับระบบหลังร้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ต้องการให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแจ้งข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ผ่านทางอีเมลล์หรือทางไลน์ เช่น ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า ราคาในการจัดส่งสินค้า บริษัทที่บริการจัดส่งสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการต้องการให้ลูกค้ามีความมั่นใจว่า สินค้าที่สั่งซื้อผ่านเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถจัดส่งให้แก่ลูกค้าได้จริงตามกำหนดเวลา และจัดส่งสินค้าเหล่านั้นโดยบริษัทให้บริการรายใด มีค่าบริการจัดส่งหรือไม่ โดยต้องการให้ระบบหลังร้านหรือแอดมินได้แจ้งข้อมูลผ่านทางอีเมลล์หรือทางไลน์ให้ลูกค้าได้รับทราบก่อนล่วงหน้า ในบางครั้งลูกค้าอาจจะมีข้อซักถามหรือข้อสงสัย ก็สามารถแจ้งกลับไปยังผู้ประกอบการได้ทันที สอดคล้องกับการศึกษาของวนิดา สุวรรณนิพนธ์ (2553) เกี่ยวกับคุณลักษณะด้านความเชื่อถือของเว็บไซต์ ซึ่งผู้ประกอบการควรแจ้งข้อมูลการขนส่งชัดเจน สามารถตอบข้อโต้แย้งของลูกค้าได้ และสอดคล้องกับการสรุปแนวทางเพื่อการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ รัฐ ใจรักษ์ และ ประสงค์ ประณีตพลกรัง (2554) ในด้านคุณภาพการบริการที่สามารถสร้างความเชื่อถือได้ (Reliability) คือเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซเหล่านั้นสามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้

3. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี มีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับระบบการสั่งซื้อในระดับมาก ได้แก่ ต้องการให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าโดย

มีขั้นตอนหรือกระบวนการที่มีความง่ายและไม่ยุ่งยาก ทั้งนี้เพราะว่าหากเว็บไซต์มีขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าที่ล่าช้าหรือยุ่งยากมากนัก ลูกค้าส่วนใหญ่จะเปลี่ยนใจไปสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์อื่นก็ได้ หรืออาจไปซื้อสินค้าแบบออฟไลน์ที่มีหน้าร้านแทนซึ่งมีความสะดวกกว่า สอดคล้องกับ อาณัติ สิมัคเดช (อ้างถึงใน สุพัตรา กาญจนโกนาส, 2554) ที่พบว่าเว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังไม่ประสบความสำเร็จ สาเหตุหนึ่งมาจากการออกแบบเว็บไซต์ที่ใช้งานได้ยาก ดังนั้นควรออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจง่าย ค้นหาสินค้าได้สะดวก และชำระเงินได้ง่าย บางเว็บไซต์ผู้ซื้อต้องการกรอกข้อมูลมากเกินไปจนเกิดความจำเจ ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายและรู้สึกว่าใช้งานลำบาก แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังนิยมการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์) เป็นเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่ผู้ขายสินค้าและบริการที่ต้องการร้านค้าออนไลน์สามารถมาใช้บริการเปิดร้านค้าขายสินค้าได้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าไปเลือก/ชมสินค้าได้อย่างสะดวก

4. ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี มีความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยในระดับมาก คือ ต้องการให้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระเงินแบบออนไลน์ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจะมีความวิตกกังวลและยังไม่ค่อยเข้าใจเรื่องของการชำระเงินออนไลน์บนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชำระเงินค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต การโอนเงินเข้าบัญชีของผู้ประกอบการ จึงทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจำนวนมากไม่มีการขายผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์กันเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เนตรดาว โทธรรัตน์ และคณะ (2554) ที่พบว่าผู้ประกอบการกลุ่มสตรีทอผ้าลายผืน จังหวัดลำปาง มีความต้องการให้ลูกค้าใช้รูปแบบการสั่งซื้อและชำระเงินสดโดยตรง เนื่องจากยังขาดความเข้าใจและความพร้อมสำหรับรูปแบบการสั่งซื้อและการชำระเงินออนไลน์ ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบ

5. เปรียบเทียบความต้องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จำแนกตามสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประเภทผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ ระยะเวลาการดำเนินงาน ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก และแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้ง ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการต่างก็มีความต้องการเทคโนโลยีด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกันแต่อย่างใด ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่จะมีความเชื่อมั่นและเห็นถึงบทบาทความสำคัญของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันว่า จะสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเองได้และส่งผลต่อการเพิ่มยอดขายได้ให้มากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของเนตรดาว โทธรรัตน์ และคณะ (2554) ที่พบว่ากลุ่มสตรีทอผ้าลายผืน บ้านกิว จังหวัดลำปาง มีความต้องการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจของกลุ่ม และนำเสนอขายสินค้าแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย (Thai e-Commerce Association, 2558) ได้กล่าวว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการค้าที่น่าสนใจ เพราะขายสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ขายได้ทั่วโลก ผู้ประกอบการสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการประชาสัมพันธ์สินค้า เพราะเทคโนโลยีด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจยิ่งขึ้นและเพิ่มโอกาสทางการค้า

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดอื่นเพิ่มเติม ที่มีลักษณะสภาพการประกอบการใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรของงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบและหาข้อสรุปว่า สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้มากน้อยเพียงไรหรืออาจจะแตกต่างกันไปตามสภาพบริบทของแต่ละวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ

2. ควรศึกษาวิจัยผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เป็นต้นแบบจากการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงกลยุทธ์การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวิสาหกิจชุมชนต่อไป

3. ควรศึกษาวิจัยด้านผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ เพื่อทราบข้อมูลปัจจัยเชิงเหตุที่ทำให้มีความเชื่อมั่นหรือไว้วางใจต่อการซื้อสินค้าผ่านเว็บ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ของตนเองให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าได้

### ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายการส่งเสริมสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้เป็นรูปธรรมไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อการลงทุนและเงินทุนหมุนเวียน

2. ภาครัฐควรจัดการฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับความรู้และทักษะเบื้องต้นที่จำเป็นสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลายด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับทุนสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

### เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2556). *มาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*.

กรุงเทพฯ: สำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. กรุงเทพฯ:

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

ชนิดา ศรีนวล. (2557). *ความต้องการเชื่อมต่อและใช้อินเทอร์เน็ตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*

*ในประเทศไทย : โอกาสและอุปสรรคต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. วิทยาลัยการบริหารและจัดการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. สืบค้นจาก <https://www.brandage.co./internet-sme>.

เนตรดาว ไทธรัตน์, พิมาศ วงศ์ทา, ชไมพร สืบสุโท. (2554). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีทอผ้าลายสายฝน ตำบลบ้านกิว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. *รายงานการประชุมวิชาการ*

*เรื่องการพัฒนาขนาดชุมชนไทย: ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน*, 27-29 มกราคม 2554, - ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

รัฐ ใจรักษ์, ประสงค์ ประณีตพลกรัง. (2554). *แนวคิดในการสร้างความไว้วางใจและความมีชื่อเสียงสำหรับบริการในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

วนิดา สุวรรณนิพนธ์. (2553). *การวัดผลสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2559). ศักยภาพในการแข่งขันและความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 21(1), 12.
- สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2555). รายงานโครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รองรับการเปิดเสรีด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. สืบค้นจาก [http://www.dbd.go.th/download/data\\_service](http://www.dbd.go.th/download/data_service).
- สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย. (2558). *เริ่มต้นทำธุรกิจ E-Commerce อย่างมั่นใจ*. สืบค้นจาก <https://www.thaiecommerce.org/?lay=show&ac=article&id=538636758&Ntype=6>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2558). *รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2560*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2560). *มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน*. สืบค้นจาก <http://www.tisi.go.th/public/certificatelist.aspx?province/>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2558). *มาตรการการเงินการคลังเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ระยะเร่งด่วน*. สืบค้นจาก [http://www.mof.go.th/\[muj/home/Press\\_release/New2015/072.pdf](http://www.mof.go.th/[muj/home/Press_release/New2015/072.pdf).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *สรุปผลที่สำคัญสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานประกอบการ พ.ศ. 2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559)*. สืบค้นจาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments>.
- สุพัตรา กาญจนภาส. (2554). *รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Stankovska, I., Josimovski, S. and Edwards, C. (2016). *Digital channels diminish SMEs barriers: the case of the UK*. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1331677X.2016.1164926>.