

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) ต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มประชากรที่ศึกษา ได้แก่ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) จำนวนทั้งหมด 48 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป และทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าทางสถิติ ได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป พบว่าบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จังหวัดลำพูน) ร้อยละ 31.3 จัดอยู่ในอุตสาหกรรมประเภทผลิต/ประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทส่วนใหญ่ร้อยละ 41.7 มีการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้ทั้งภายในและต่างประเทศ และเป็นบริษัทลงทุนของต่างประเทศ ร้อยละ 56.3 บริษัทมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ อีเมล อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ อินทราเน็ต ระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ เอ็กซ์ทราเน็ต และอีดีไอ โดยมีการใช้ร้อยละ 89.6, 66.7, 37.5, 37.5, 22.9, 10.4 และ 8.3 ตามลำดับ บริษัทมีการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตร้อยละ 93.8 โดยผ่านระบบโทรศัพท์พื้นฐานร้อยละ 48.8 บริษัทมีการดำเนินธุรกิจโดยการใช้อินเทอร์เน็ตร่วมด้วยร้อยละ 79.2 เช่นการสั่งซื้อสินค้าและบริการร้อยละ 50.0 การบริการความสัมพันธลูกค้าร้อยละ 47.3 การตลาดร้อยละ 39.4 บริษัทร้อยละ 29.2 มีการสั่งซื้อสินค้าโดยระบบออนไลน์จากลูกค้า โดยวิธีการใช้อีเมลร้อยละ 100 และมีการชำระเงินโดยระบบออนไลน์จากลูกค้าร้อยละ 10.4 โดยวิธีการใช้อิเล็กทรอนิกส์แค่ร้อยละ 40 บริษัทร้อยละ 58.3 มีระบบออนไลน์กับผู้ค้าส่ง เช่น การสืบค้นหาผู้ค้าส่งร้อยละ 71.4 และติดตามการส่งสินค้าร้อยละ 42.8

## 2. ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนของความเข้าใจ พบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมร้อยละ 35.4 โดยจัดอยู่ในระดับน้อย

ส่วนของความรู้สึก พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ ปังจยส่งเสริม ปัญหาอุปสรรคของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ระดับค่อนข้างสำคัญ และระดับมากตามลำดับ โดยประโยชน์ที่สำคัญ คือ การขยายตลาดใหม่ และการเข้าถึงลูกค้าทั่วโลก มีปังจยส่งเสริมในการนำมาใช้ คือ เพื่อขยายขอบเขต และคุณภาพของการให้บริการออนไลน์ และปัญหาอุปสรรค คือ การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนของพฤติกรรม พบว่า ผู้ประกอบการมีความตั้งใจที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับตั้งใจมาก เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบริษัท

3. ปัญหาอุปสรรค พบว่า ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญ คือ การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขาดแคลนบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ

The purpose of this independent study was to study the attitudes of entrepreneurs in the Northern Region Industrial Estate (Lumphun province) toward electronic commerce.

The population in this study was 48 entrepreneurs in the Northern Region Industrial Estate (Lumphun province). The data was collected by using questionnaires which were divided into 2 parts : the general data and the attitudes of entrepreneurs toward electronic commerce. The data was analyzed by the statistical methods including percentage and arithmetic means.

The results of this study were as follow ;

**1. The general data :** It was revealed that 31.3% of companies in the Northern Region Industrial Estate (Lumphun province) were the electronic components assembly and production industry. Overall, 41.7% of the goods were both distributed in and out of the country. Approximate, 56.3% of companies were invested from foreign countries. Companies had information technology infrastructures such as e-mail, internet, website, intranet, online server computer, extranet and EDI were the percentages of 89.6%, 66.7%, 37.5%, 37.5%, 22.9%, 10.4% and 8.3% respectively. Almost, 93.8% of companies connected to internet network and connection type using a public telephone system was 48.8%. About, 79.2% of companies conducted business activities together with internet. Such activities were ordering goods and services 50%, customers services 47.3% and marketing 39.4%. Overall, 29.2% of companies allowed customers order online, with 100% using an e-mail. Just only, 10.4% of companies accepted customer's payment online, with 40% used electronic cash. 58.3% of companies provided suppliers procure online, for example, identifying suppliers 71.4% and tracking progress of goods ordered 42.8%.

**2. The attitudes of entrepreneurs toward electronic commerce :**

**Cognitive component :** It was revealed that the total knowledge and understanding of entrepreneurs toward electronic commerce was 35.4% and graded at a low level.

**Affective component :** It was revealed that the total opinions of entrepreneurs toward benefits, drivers and barriers of electronic commerce were rated at agreeing level, important level and high level, respectively. The principle benefit was reaching new markets and customers. Driver was improvement range and quality of online services and major barrier was lack of knowledge and understanding of electronic commerce.

**Behavioral component :** It was revealed that the total intention to use electronic commerce to implement business were rated at high level for increasing the working efficiency in the company.

**3. Barriers :** It was revealed that the major barriers were lack of knowledge and understanding of electronic commerce, shortage of expert personnel and electronic commerce applications to business.