

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงกลยุทธ์เว็บบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้านเครือข่ายการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อความสำเร็จในการสืบค้นของผู้บริโภค (2) ศึกษาถึงกลยุทธ์เว็บบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้านความเร็วด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านความน่าเชื่อถือบนอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อความสนใจของผู้บริโภค (3) ศึกษาถึงกลยุทธ์เว็บบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้านความเร็วด้านความง่ายต่อการใช้งาน และด้านความน่าเชื่อถือบนอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภค (4) เพื่อศึกษาถึงความสำเร็จในการสืบค้นที่มีผลต่อความสนใจของผู้บริโภค (5) เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยที่ประชากร คือ ผู้ประกอบธุรกิจเซรามิกขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในประเทศไทยที่ผลิตเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร

ของตกแต่ง ของชำร่วย และเครื่องปั้นดินเผาประเภทภาชนะที่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง กลุ่มตัวอย่าง คือ รายชื่อของผู้ประกอบการที่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง รายชื่อดังกล่าว ถูกรวบรวมมาจาก กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าส่งออก และทำเนียบอุตสาหกรรมเชรามิกไทย 2544-2546 ผู้วิจัยได้พัฒนาและใช้แบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบกรอกเองในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุในการทดสอบสมมติฐาน

ผลจากการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจเชรามิกขนาดกลางและขนาดย่อมมีการใช้อินเทอร์เน็ตในการประกอบธุรกิจมาเป็นระยะเวลาเฉลี่ย 2.72 ปี โดยส่วนใหญ่ไม่มีผู้รับผิดชอบในการบริหารงานเว็บไซต์โดยเฉพาะ

2. กลยุทธ์ที่สามารถทำให้ผู้บริโภคค้นพบเว็บไซต์ได้ผลมากที่สุด คือ การใช้เครือข่ายผู้ให้บริการสืบค้นข้อมูล โดยมีการใช้เครือข่ายตัวแทนเป็นอันดับรองลงมา กลยุทธ์ที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจเว็บไซต์โดยเรียงจากกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสนใจมากที่สุดไปหาน้อย คือ การใช้เครื่องหมายบอกตำแหน่ง ความสม่ำเสมอในการปรับปรุงข้อมูลและความปลอดภัย นอกจากนี้ กลยุทธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ กลยุทธ์ในกลุ่มความน่าเชื่อถือ อันประกอบไปด้วยอัตราประโยชน์ของข้อมูลและความปลอดภัย ทั้งนี้ ความสำเร็จในการสืบค้นมีผลกระทบต่อความสนใจ และความสนใจมีผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากผลการวิจัยซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจเชรามิกควรเชื่อมโยงเว็บไซต์ของตนเข้ากับเว็บไซต์อื่น ๆ ให้มากที่สุด ตอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และรักษาความปลอดภัยของเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการเชรามิกควรมีผู้ดูแลบริหารงานเว็บไซต์โดยเฉพาะ เพื่อว่าจะได้สามารถนำเอากลยุทธ์เว็บไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ภาครัฐควรมีการปรับปรุงเว็บไซต์ของตนอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการในปัจจุบัน รวมทั้งนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์บนเว็บไซต์ และพยายามผลักดันให้สถาบันการเงินต่าง ๆ ให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางเว็บไซต์

3. สำหรับประโยชน์ที่มีต่อการวิชาการ ผลจากการวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงกลยุทธ์เว็บที่ส่งผลต่อความสนใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผลการวิจัยมีประโยชน์อย่างมากต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้สถาบัน การศึกษายังสามารถนำเอาผลจากงานวิจัยนี้ไปใช้ประกอบการเรียนการสอน ซึ่งจะช่วยพัฒนาและขยายผลความรู้ในเรื่องการประยุกต์ใช้กลยุทธ์เว็บในการทำธุรกิจ

This study is carried out with the following research objectives. (1) To study the effects of web strategies with the emphasis on network communications as related to the success of information search carried out by customers. (2) To study the effects of web strategies concerning speed, ease of use, and trustworthiness with regard to safeguarding the customers' interests. (3) To study the effects of web strategies concerning speed, ease of use, and trustworthiness with regard to customers' purchase decisions. (4) To study the effects of search success on customers' interest. (5) To study the effects of customers' interests on customers' purchase decisions.

This research was based on survey research. The population consisted of all small and medium-sized ceramic entrepreneurs in Thailand who made ceramic articles used on dining tables, decorative objects, souvenirs, and pottery and had their own websites. The sample was based on a list of entrepreneurs who had their own websites. The list was compiled from the Department of Industrial Works, Department of Export Promotion, and Thai Ceramics Directory 2001-2003. With regard to the collection of data, the researcher developed and used a self-administered questionnaire. The statistics used for data analysis consisted of percentages, mean scores, and multiple regression analysis for hypothesis testing.

The research results can be summarized as follows.

1. The small and medium-sized ceramic entrepreneurs appear to have used the internet in their business for a period of about 2.72 years. Most of them did not put a particular person in charge of their website management.

2. The most effective strategy customers employed to locate websites was the use of a search engine, followed by the use of an affiliated network. The strategies that stimulated consumers' interest in the website, ranging from high to low, were the use of navigation sign, consistent update, and security. Moreover, the strategies that had an effect on purchase decisions consisted of strategies concerning trustworthiness, which included useful content and security. The success of the information search also had an effect on customers' interest which, in turn, had an impact on purchase decisions.

Recommendations based on the research results that might be useful to related parties could be summarized as follows.

1. Ceramic entrepreneurs should, as much as possible, link their websites with other websites, try to answer customers' e-mails promptly, and always maintain the security of their websites. In addition, it is recommended that ceramic entrepreneurs put a specialist in charge of their websites so that the appropriate web strategies could be implemented more effectively.

2. The government sector should constantly update their websites, particularly with regard to information pertaining to existing entrepreneurs. They should also provide useful information on their websites, as well as try to involve financial institutions in providing financial transactions through the web.

3. As for the contribution of this study to academic research, the research results pointed out those web strategies that can be used to arouse customers' interest and influence their purchase decisions. These results are extremely useful to all entrepreneurs, regardless of the industries they are in. In addition, academic institutions can also use the results from this research in their teaching which, in turn, will help develop and extend the knowledge of the application of web strategies to business operations.