

บทที่ 1

บทนำ

1. บทนำ

ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น คือ ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของชุมชนที่เป็นพื้นฐานการสร้างเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนและการสร้างความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งซึ่งมีผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เครื่องเบญจรงค์ ขนม ฯลฯ สินค้าดังกล่าวได้สร้างรายได้ให้กับทางจังหวัดอย่างมาก จากที่ได้รับการสนับสนุนสินค้าประเภทนี้จากหลายฝ่ายด้วยดีมาตลอด เช่น ความสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ช่วยให้มีโอกาสที่ธุรกิจประเภทนี้จะเติบโตต่อไปอีกไกล ดังนั้นการวางแผนระบบจัดการที่ดีไว้จะเป็นแนวทางช่วยส่งเสริมธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีแบบแผนและมีทิศทาง และนำไปสู่การพัฒนาที่ดียิ่งขึ้นได้ในอนาคต

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce) หรือ อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) หมายถึง การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในทุกๆ ช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทของความสัมพันธ์ขององค์กรประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคาร ประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นจึงลดข้อจำกัดของระยะทางและเวลาในการทำธุรกรรมลงได้ ตัวอย่างเช่น นายสมชายเปิดร้านขายสินค้าโอท็อปออนไลน์ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ลูกค้าที่อยู่ต่างประเทศ สามารถเข้ามาดูตัวอย่างสินค้า และติดต่อซื้อขายกันได้ โดยผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์

เทคโนโลยีสารสนเทศที่ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วทั้งระบบโทรคมนาคม ระบบคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ทำให้การสื่อสารกันเป็นไปได้โดยง่าย และสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการได้หลายระดับ อีกทั้งยังสามารถโต้ตอบกันได้ทันที ทำให้สามารถเสนอธุรกรรมที่หลากหลาย เช่น การซื้อขาย การบริการหลังการขาย การโอนเงินชำระค่าบริการสินค้า การขนส่ง เป็นต้น โดยมีกฎหมายธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ เข้ามาคุ้มครองเรื่องความปลอดภัย

2. หลักการและเหตุผล

ผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในเรื่องของการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อเว็บไซต์ www.thaitambon.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ลักษณะแสดงข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และสถานที่ผลิต ทำให้ยอดขายสินค้ามักจะมาอยู่กับพ่อค้าคนกลางหรือผู้ส่งออก ซึ่งยังไม่เข้าถึงบุคคลทั่วไปเท่าที่ควรเนื่องจากความยุ่งยากในการติดต่อซื้อขาย ดังนั้นจึงมีแนวคิดที่จะศึกษาการพัฒนาระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีขึ้นมาเพื่อศึกษาสภาพการใช้ระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ ของสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัด ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบมาใช้ ทัศนคติและความต้องการในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการนำไปใช้เพื่อวางแผนการพัฒนาระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี

3. วัตถุประสงค์ของโครงการ

3.1 เพื่อศึกษาสภาพการใช้ระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี

3.2 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี

3.3 เพื่อศึกษาทัศนคติและความต้องการในการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี

4. คำถามการวิจัย (Research question)

4.1 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี มีสภาพการใช้ระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ เป็นอย่างไรบ้าง

4.2 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรีมีปัญหาและอุปสรรคในการใช้ระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ ในเรื่องใดบ้าง

4.3 กลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี มีทัศนคติและความต้องการในการใช้ระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

การขายสินค้าออนไลน์ (e-commerce) คือ การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในทุกช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทของคู่ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น จึงลดข้อจำกัดของระยะทาง และเวลาลงได้

ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น คือ ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของชุมชนที่เป็นพื้นฐานในการสร้างเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนและการสร้างความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

ระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ คือ โปรแกรมสำหรับบริหารจัดการ การขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต มีหน้าร้านสำหรับแสดงสินค้า ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าที่ต้องการใส่ตะกร้า และจ่ายเงินได้ภายหลังผ่านทางบัตรเครดิต เป็นต้น

6. ขอบเขตของการวิจัย

6.1 ขอบเขตด้านประชากร ผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 344 ราย

6.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง ผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยการสุ่มประชากรแบบโควต้า ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 205 ราย

6.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

- ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สภาพของกิจการ

- ตัวแปรตาม ได้แก่ สภาพ ปัญหา อุปสรรค และทัศนคติและความต้องการการใช้ระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี

7. ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Output)

7.1 ทราบสภาพการใช้ระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี

7.2 ทราบปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี

7.3 ทราบทัศนคติและความต้องการในการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี

8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes)

เป็นแนวทาง ในการนำไปใช้เพื่อวางแผนการพัฒนาระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี

9. แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

วางแผน ดำเนินการและพัฒนาระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี