

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาการพัฒนาระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการใช้ระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงทัศนคติและความต้องการในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี

ในการศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 205 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ โดยออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จากตารางที่ 2 - 6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสภาพทั่วไปของกิจการ จากตารางที่ 7 - 8

ส่วนที่ 3 ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้สึกต่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจ จากตารางที่ 9

ส่วนที่ 4 สถานภาพของระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ของกิจการ และแนวโน้มของพฤติกรรมการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ จากตารางที่ 10 - 15

ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ธุรกิจ จากตารางที่ 16

จากคำถามการวิจัย

1. กลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี มีสภาพการใช้ระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ เป็นอย่างไรบ้าง

ผลการศึกษา แสดงในส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จากตารางที่ 2 - 6

2. กลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรีมีปัญหาและอุปสรรคในการใช้ระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ ในเรื่องใดบ้าง

ผลการศึกษา แสดงใน ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ธุรกิจ จากตารางที่ 16

3. กลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ของจังหวัดสุพรรณบุรี มีทัศนคติและความต้องการในการใช้ระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ อย่างไรบ้าง

ผลการศึกษา แสดงในส่วนที่ 3 ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้สึกรู้สึกต่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจ จากตารางที่ 9 และ ส่วนที่ 4 สถานภาพของระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ของกิจการ และแนวโน้มของพฤติกรรมในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ จากตารางที่ 10 - 15

ซึ่งสรุปผลการวิจัยในข้อคำถามตามที่ศึกษา แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ และตัวแทนกลุ่มทั้งหมดจำแนกตามเพศ

เพศ	กลุ่มกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว		กลุ่มกิจการที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	14	6.80	34	16.60	48	23.40
หญิง	49	23.90	108	52.70	157	76.60
รวม	63	30.70	142	69.30	205	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้วส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 23.9 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 6.8 ส่วนตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.7 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16.6 และในภาพรวม พบว่าตัวแทนกลุ่มทั้งหมดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.6 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 23.4

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ และตัวแทนกลุ่มทั้งหมดจำแนกตามอายุ

อายุ	กลุ่มกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว		กลุ่มกิจการที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	3	1.50	4	2.00	7	3.40
20-29 ปี	10	4.90	27	13.20	37	18.00
30-39 ปี	8	3.90	25	12.20	33	16.10
40-49 ปี	20	9.80	33	16.10	53	25.90
50-59 ปี	16	7.80	33	16.10	49	23.90
60 ปีขึ้นไป	6	2.90	20	9.80	26	12.70
รวม	63	30.70	142	69.30	205	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้วมีอายุระหว่าง 40-49 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.80 รองลงมาได้แก่ มีอายุระหว่าง 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.80 ส่วนตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ มีอายุระหว่าง 40-49 และ 50-59 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.10 รองลงมาได้แก่ มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.20 และในภาพรวม พบว่าตัวแทนกลุ่มทั้งหมดส่วนใหญ่ได้แก่ มีอายุระหว่าง 40-49 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.90 รองลงมาเป็น มีอายุระหว่าง 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.90 และมีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ และตัวแทนกลุ่มทั้งหมดจำแนกตามรายได้

รายได้ (บาท)	กลุ่มกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว		กลุ่มกิจการที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000	11	5.37	38	18.54	49	23.90
10,001 – 15,000	14	6.83	24	11.71	38	18.54
15,001 – 20,000	5	2.44	29	14.15	34	16.59
20,001 – 25,000	4	1.95	11	5.37	15	7.32
25,001 – 30,000	5	2.44	9	4.39	14	6.83
30,001 บาทขึ้นไป	24	11.71	31	15.12	55	26.83
รวม	63	30.73	142	69.27	205	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.71 รองลงมาได้แก่ มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.83 ส่วนตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.54 รองลงมาได้แก่ มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.12 และในภาพรวม พบว่าตัวแทนกลุ่มทั้งหมดส่วนใหญ่ได้แก่ มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.83 รองลงมาได้แก่ มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.90 และมีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.54

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ และตัวแทนกลุ่มทั้งหมดจำแนกระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	กลุ่มกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว		กลุ่มกิจการที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	10	4.88	28	13.66	38	18.54
มัธยมศึกษาหรือ ปวช.	20	9.76	52	25.37	72	35.12
ปวส. หรืออนุปริญญา	2	0.98	15	7.32	17	8.29
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	30	14.63	47	22.93	77	37.56
ปริญญาโท	1	0.49	0	0.00	1	0.49
รวม	63	30.73	142	69.27	205	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับสูงสุดชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 14.63 รองลงมาได้แก่ระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 9.76 ส่วนตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับสูงสุดชั้นระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 25.37 รองลงมาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 22.93 และในภาพรวม พบว่าตัวแทนกลุ่มทั้งหมดส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับสูงสุดชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 37.56 รองลงมาได้แก่ระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 35.12

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสภาพทั่วไปของกิจการ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ และตัวแทนกลุ่มทั้งหมดจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินการ	กลุ่มกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว		กลุ่มกิจการที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	0	0.00	2	0.98	2	0.98
1- 5 ปี	10	4.88	27	13.17	37	18.05
6-10 ปี	31	15.12	58	28.29	89	43.41
11-15 ปี	12	5.85	24	11.71	36	17.56
15 ปีขึ้นไป	10	4.88	31	15.12	41	20.00
รวม	63	30.73	142	69.27	205	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินการ 6-10 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.12 รองลงมาได้แก่ระยะเวลาดำเนินการ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.85 ส่วนตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินการ 6-10 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.29 รองลงมาได้แก่ระยะเวลาดำเนินการ 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.12 และในภาพรวม พบว่าตัวแทนกลุ่มทั้งหมดส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินการ 6-10 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.41 รองลงมาได้แก่ระยะเวลาดำเนินการ 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ และตัวแทนกลุ่มทั้งหมดจำแนกตามประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า	กลุ่มกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว		กลุ่มกิจการที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องประดับ อัญมณี เครื่องเงิน	6	2.93	6	2.93	12	5.85
ของชำร่วย เครื่องประดับบ้าน	7	3.41	21	10.24	28	13.66
เซรามิก เครื่องปั้นดินเผา	5	2.44	3	1.46	8	3.90
เสื้อผ้า สิ่งทอ	5	2.44	39	19.02	44	21.46
ดอกไม้ประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์กระดาษ	9	4.39	8	3.90	17	8.29
เครื่องหนัง	5	2.44	0	0.00	5	2.44
อาหาร เครื่องดื่ม	14	6.83	37	18.05	51	24.88
เฟอร์นิเจอร์และ ผลิตภัณฑ์จากไม้	3	1.46	3	1.46	6	2.93
อื่นๆ	9	4.39	25	12.20	34	16.59
รวม	63	30.73	142	69.27	205	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ประเภทสินค้าส่วนใหญ่คืออาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 6.83 รองลงมาได้แก่ดอกไม้ประดิษฐ์และผลิตภัณฑ์กระดาษ คิดเป็นร้อยละ 4.39 ส่วนตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ ประเภทสินค้าส่วนใหญ่คือเสื้อผ้าและสิ่งทอ คิดเป็นร้อยละ 19.02 รองลงมาได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 18.05 และในภาพรวม พบว่าตัวแทนกลุ่มทั้งหมด

ประเภทสินค้าส่วนใหญ่คืออาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 24.88 รองลงมาได้แก่เสื้อผ้าและ
สิ่งทอ คิดเป็นร้อยละ 21.46

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้สึกต่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีในเรื่องความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้สึกต่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ

ความเข้าใจและความรู้สึก เกี่ยวกับระบบการจัดการ การขาย สินค้าออนไลน์	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์	2	0.98	14	6.83	135	65.85	37	18.05	17	8.29	205	100.00
ลักษณะและความยุ่งยากของวิธีการซื้อ-ขาย สินค้าผ่านระบบการขายสินค้าออนไลน์	10	4.88	29	14.15	118	57.56	24	11.71	24	11.71	205	100.00
ระบบการขายสินค้าออนไลน์ จะช่วยในการขยายตลาดและฐานลูกค้าได้	25	12.20	86	41.95	72	35.12	15	7.32	7	3.41	205	100.00
ความเชื่อมั่นในระบบการซื้อขายในระบบการขายสินค้าออนไลน์	35	17.07	31	15.12	93	45.37	37	18.05	9	4.39	205	100.00
ความคิดเห็นต่อการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ เข้ามามีใช้ในธุรกิจ	37	18.05	104	50.73	42	20.49	19	9.27	3	1.46	205	100.00

จากตารางที่ 9 ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้สึกล่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี

พบว่าความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์นั้นอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.98 ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 6.83 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 65.85 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.05 และระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.29 ตามลำดับ แสดงว่าส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ในระดับปานกลาง

ความรู้สึกต่อลักษณะและความยุ่งยากของวิธีการซื้อ-ขาย สินค้าผ่านระบบการขายสินค้าออนไลน์ นั้นอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.88 ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 14.15 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 47.56 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 11.71 และระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.71 ตามลำดับ แสดงว่าส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อลักษณะและความยุ่งยากของวิธีการซื้อ-ขาย สินค้าผ่านระบบการขายสินค้าออนไลน์ในระดับปานกลาง

ความรู้สึกต่อระบบการขายสินค้าออนไลน์ จะช่วยในการขยายตลาดและฐานลูกค้าได้ นั้นอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.20 ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 41.95 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.12 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.32 และระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.41ตามลำดับ แสดงว่าส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อระบบการขายสินค้าออนไลน์ จะช่วยในการขยายตลาดและฐานลูกค้าได้มาก

ความรู้สึกต่อความเชื่อมั่นในระบบการซื้อขายในระบบการขายสินค้าออนไลน์ นั้นอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.07 ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 15.12 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 45.37 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.05 และระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.39 ตามลำดับ แสดงว่าส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในระบบการซื้อขายในระบบการขายสินค้าออนไลน์ในระดับปานกลาง

ความรู้สึกเห็นด้วยหรือไม่ต่อการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ เข้ามาใช้ในธุรกิจ นั้นอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.05 ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.73 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.49 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.27 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 1.46 ตามลำดับ แสดงว่าส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างมากต่อการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ เข้ามาใช้ในธุรกิจ

ส่วนที่ 4 สถานภาพของระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ของกิจการ และแนวโน้มของพฤติกรรมการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจ

- แบ่งออกเป็น 3 ส่วนย่อย คือ
- ส่วนที่ 4.1 กิจการที่ได้นำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว
 - ส่วนที่ 4.2 กิจการที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้
 - ส่วนที่ 4.3 กิจการที่ไม่คิดจะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามสถานะของการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ

สถานะการนำมาใช้ในธุรกิจ	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
นำมาใช้แล้ว	63	30.70
จะนำมาใช้/อาจจะนำมาใช้	101	49.30
ไม่คิดจะนำมาใช้	41	20.00
รวม	205	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า กิจการที่นำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจมีร้อยละ 30.70 ส่วนกิจการที่จะนำมาใช้/อาจจะนำมาใช้ มีร้อยละ 49.30 และกิจการที่ไม่คิดจะนำมาใช้ มีร้อยละ 20.00

ส่วนที่ 4.1 กิจกรรมที่ได้นำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว จำแนกตามสาเหตุที่นำมาใช้และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

ข้อมูล	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
สาเหตุที่นำมาใช้		
เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	56	88.90
ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	23	36.50
เพื่อใช้ในการขายสินค้า/บริการและส่งเสริมการขาย	40	63.50
ตระหนักถึงความจำเป็นในอนาคต	15	23.80
ขยายตลาด/ฐานลูกค้า	33	52.40
ให้บริการลูกค้า/ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	32	50.80
เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน/มีความทันสมัยทัดเทียมกับคู่แข่ง	30	47.60
แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ		
การแนะนำจากธุรกิจอื่นๆ	15	23.80
ลูกค้าหรือคู่ค้า	27	42.90
สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา หนังสือพิมพ์ วารสารและนิตยสาร	16	25.40
บริษัทให้บริการจัดทำเว็บไซต์ระบบการขายสินค้าออนไลน์	27	42.90
งานสัมมนาหรือข่าวประชาสัมพันธ์	24	38.10
จากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ	23	36.50
ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา	35	55.60
อื่นๆ	1	1.60

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนกิจกรรมที่มีการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้วจำนวน 63 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่า กิจกรรมที่นำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่สาเหตุที่นำมาใช้ได้แก่เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.90 รองลงมา เพื่อใช้ในการขายสินค้า/บริการและส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 63.50 และลำดับถัดมาเพื่อขยายตลาด/ฐานลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 52.40 ส่วนแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจในการ

นำระบบมาใช้พบว่า ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.60 รองลงมาได้แก่ ลูกค้าหรือคู่ค้าและ บริษัทให้บริการจัดทำเว็บไซต์ระบบการขายสินค้าออนไลน์ เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 42.90 ลำดับถัดไปได้แก่งานสัมมนาหรือข่าวประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 38.10

สรุปว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่นำระบบมาใช้ได้แก่เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่วนข้อมูลในการตัดสินใจในการนำระบบมาใช้ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว จำแนกตาม ระยะเวลาในการนำระบบมาใช้ในธุรกิจ ลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการ และแนวโน้มการพัฒนาระดับการให้บริการระบบ

ข้อมูล	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการนำระบบมาใช้ในธุรกิจ		
น้อยกว่า 1 ปี	13	20.60
1 - 2 ปี	18	28.60
3 - 4 ปี	19	30.20
5 - 6 ปี	8	12.70
7 - 8 ปี	3	4.80
มากกว่า 8 ปี	2	3.20
ลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการ		
เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์	41	65.10
เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์และมีระบบการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบตะกร้าสินค้า	22	34.90
อื่นๆ	-	-
แนวโน้มการพัฒนาระดับการให้บริการระบบ		
ทำแน่นอน	49	77.80
อาจจะทำ	4	6.30
ไม่แน่ใจ	8	12.70
ไม่ทำแน่นอน	2	3.20

หมายเหตุ : จากจำนวนกิจการที่มีการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้วจำนวน 63 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่า กิจกรรมที่นำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระยะเวลา 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.20 รองลงมา อยู่ในช่วงระยะเวลา 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.60 และลำดับถัดมาระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.60 โดยลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการส่วนใหญ่พบว่า เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.10 และเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์และมีระบบการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบตะกร้าสินค้า คิดเป็นร้อยละ 43.90 ส่วนแนวโน้มการพัฒนาระดับการให้บริการระบบ และพบว่ากิจกรรมส่วนใหญ่มีแนวโน้มการพัฒนาระดับการให้บริการระบบในอนาคตว่าทำแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.80 รองลงมาได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 12.70 ลำดับถัดมาได้แก่อาจจะทำ คิดเป็นร้อยละ 6.30 และลำดับสุดท้ายได้แก่ ไม่ทำแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 3.20

สรุปว่า กิจกรรมที่นำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระยะเวลา 3-4 ปีเป็นส่วนมาก โดยลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการพบว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์มากกว่าระบบการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบตะกร้าสินค้า และกิจกรรมส่วนใหญ่มีแนวโน้มการพัฒนาระดับการให้บริการระบบในอนาคตว่าทำแน่นอน

ส่วนที่ 4.2 กิจกรรมที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ จำแนกตามสาเหตุที่นำมาใช้และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ

ข้อมูล	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
สาเหตุที่จะนำมาใช้		
เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	84	83.20
ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	47	46.50
เพื่อใช้ในการขายสินค้า/บริการและส่งเสริมการขาย	62	61.40
ตระหนักถึงความจำเป็นในอนาคต	30	29.70
ขยายตลาด/ฐานลูกค้า	69	68.30
ให้บริการลูกค้า/ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	46	45.50
เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน/มีความทันสมัยทัดเทียมกับคู่แข่ง	47	46.50
แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ		
การแนะนำจากธุรกิจอื่นๆ	22	21.80
ลูกค้าหรือคู่ค้า	53	52.50
สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา หนังสือพิมพ์ วารสารและนิตยสาร	35	34.70
บริษัทให้บริการจัดทำเว็บไซต์ระบบการขายสินค้าออนไลน์	19	18.80
งานสัมมนาหรือข่าวประชาสัมพันธ์	36	35.60
จากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ	25	24.80
ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา	38	37.60
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนกิจกรรมที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ จำนวน 101 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่า กิจกรรมที่นำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ ส่วนใหญ่สาเหตุที่จะนำมาใช้ได้แก่เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.20 รองลงมาเพื่อ ขยายตลาด/ฐานลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 68.30 และลำดับถัดมาได้แก่ เพื่อใช้ในการขายสินค้า/บริการและส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 61.40 ส่วนแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจในการที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้า

ออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ พบว่า ข้อมูลจากลูกค้าหรือคู่ค้า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาได้แก่ ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 37.60 ลำดับถัดไปได้แก่ งานสัมมนาหรือข่าวประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 35.60

สรุปว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ได้แก่เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่วนข้อมูลในการตัดสินใจส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากลูกค้าหรือคู่ค้า

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีจะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ จำแนกตาม ลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการ และแนวโน้มของวิธีการพัฒนาระบบ

ข้อมูล	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการ		
เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์	49	48.50
เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์และมีระบบการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบตะกร้าสินค้า	50	49.50
อื่นๆ	2	2.00
วิธีการพัฒนาระบบ		
พัฒนาเอง	88	87.10
จ้างบริษัท	13	12.90

หมายเหตุ : จากจำนวนกิจการที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ จำนวน 101 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่า กิจการที่นำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ ส่วนใหญ่ลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการมีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์และมีระบบการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบตะกร้าสินค้านั้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.50 ส่วนวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 48.50 สำหรับวิธีการที่จะเลือกใช้ในการพัฒนาระบบส่วนใหญ่จะพัฒนาระบบเอง คิดเป็นร้อยละ 87.10 และวิธีการจ้างบริษัทรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 12.90

สรุปว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่จะนําระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์และมีระบบการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบตะกร้าสินค้ามากกว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ธุรกิจและผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อมูลวิธีการที่จะเลือกใช้ในการพัฒนาระบบส่วนใหญ่จะพัฒนาเองมากกว่าจ้างบริษัท

ส่วนที่ 4.3 กิจการที่ไม่คิดจะนําระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่ไม่คิดจะนําระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ จำแนกตาม สาเหตุที่ยังไม่นำมาใช้

ข้อมูล	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
สาเหตุที่ยังไม่นำมาใช้		
ธุรกิจมีขนาดเล็ก	22	53.70
ยังไม่มีความรู้เพียงพอ/อยู่ระหว่างการศึกษา	16	39.00
ยังไม่มีเวลาจำเป็น	23	56.10
ภาวะเศรษฐกิจทำให้ไม่อยากลงทุนเพิ่ม	8	19.50
ค่าใช้จ่ายสูงไม่สามารถตอบได้ว่าคุ้มทุนหรือไม่	4	9.80
ยังไม่มีตัวแทนมานำเสนอ	3	7.30
ไม่เหมาะสมกับสินค้า/บริการ	7	17.10
ไม่สะดวกกับลูกค้า	3	7.30
ไม่มั่นใจในความปลอดภัย/ขาดกฎหมายรับรอง	9	22.00
ไม่มีความพร้อมด้านบุคลากรและเทคโนโลยี	21	51.20

หมายเหตุ : จากจำนวนกิจการที่ไม่คิดจะนําระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในระบบจำนวน 41 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่า กิจการที่ไม่คิดจะนําระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจาก ยังไม่มีเวลาจำเป็นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.10 รองลงมามีสาเหตุมาจาก ธุรกิจมีขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 53.70 และลำดับถัดมาได้แก่ไม่มีความพร้อมด้านบุคลากรและเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 51.20

สรุปว่าพบว่า กิจกรรมที่ไม่คิดจะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจาก ยังไม่มีความจำเป็น

ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อมูล	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาและอุปสรรค		
คอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ	28	13.70
ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต	140	68.30
ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ	64	31.20
ขาดแหล่งเงินสนับสนุน	112	54.60
ปัญหาด้านการจัดการขนส่งทั้งในและต่างประเทศ	69	33.70
ขาดการสนับสนุนที่ดีจากเครือข่ายธุรกิจระบบการขายสินค้าออนไลน์	70	34.10
พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่นิยมสัมผัสกับสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ	78	38.00
สื่อการโฆษณาต่างๆ ยังไม่เพียงพอและให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน	80	39.00
อื่นๆ (ลูกค้าไม่ใช่อินเทอร์เน็ต)	1	0.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ ส่วนใหญ่ได้แก่ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 68.30 รองลงมาได้แก่ขาดแหล่งเงินสนับสนุน คิดเป็นร้อยละ 54.60 และลำดับถัดมาได้แก่สื่อการโฆษณาต่างๆ ยังไม่เพียงพอและให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 39.00

สรุปว่า ปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจส่วนใหญ่ได้แก่ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต