

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึง การสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ปัญหาที่พบในการวิจัย และ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดพรรณบุรี” โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นของจังหวัดพรรณบุรี ได้แบ่งผลการสรุปออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสภาพทั่วไปของกิจการ

ส่วนที่ 3 ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้สึกต่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจ

ส่วนที่ 4 สถานภาพของระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ของกิจการ และแนวโน้มของพฤติกรรมหรือนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ

ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ธุรกิจ

1) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนกิจการทั้งหมด 205 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-49 ปี รองลงมาได้แก่มียุระหว่าง 50-59 ปี มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท รองลงมาได้แก่มียุรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีการศึกษาระดับสูงสุดระดับชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาได้แก่ระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. และดำรงตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด รองลงมาได้แก่หุ้นส่วนของกิจการ

จากการศึกษาสามารถแบ่งตัวแทนกิจการเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ตัวแทนกิจการที่มีการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว จำนวน 63 ราย พบว่าตัวแทนกิจการที่มีการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้วส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-49 ปี รองลงมาได้แก่มียุระหว่าง 50-59 ปี มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท รองลงมาได้แก่มียุรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000

บาท มีการศึกษาระดับสูงสุดระดับชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาได้แก่ระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. และดำรงตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้จัดการ

2. ตัวแทนกิจการที่ยังไม่มีการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ จำนวน 142 ราย พบว่าตัวแทนกิจการที่ยังไม่มีการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-49 ปี และ 50-59 ปี ลำดับเท่ากัน รองลงมาได้แก่อายุระหว่าง 20-29 ปี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมาได้แก่มียาได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีการศึกษาระดับสูงสุดระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. รองลงมา ระดับชั้นปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และดำรงตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด รองลงมาเป็นหุ้นส่วนของกิจการ

2) ข้อมูลสภาพทั่วไปของกิจการ

จากการศึกษาพบว่า ตัวแทนกิจการที่มีกิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินการ 6 – 10 ปี รองลงมาได้แก่ 15 ปีขึ้นไป ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เสื้อผ้า สิ่งทอ

จากการศึกษาสามารถแบ่งตัวแทนกิจการเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ตัวแทนกิจการที่มีการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว จำนวน 63 ราย พบว่ากิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินการ 6 – 10 ปีมากที่สุด รองลงมาได้แก่ 11-15 ปี ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ดอกไม้ประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์กระดาษ และอื่นๆ ได้แก่ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

2. ตัวแทนกิจการที่ยังไม่มีการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ จำนวน 142 ราย พบว่ากิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินการ 6 – 10 ปีมากที่สุด รองลงมาได้แก่มากกว่า 15 ปี ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า สิ่งทอมากที่สุด รองลงมาได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม

3) ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้เกี่ยวกับการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ มาใช้ในธุรกิจ

การศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้เกี่ยวกับการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ แบ่งออกเป็น 5 เรื่องดังนี้

1. ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ พบว่าตัวแทนกิจการส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์นั้นอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นระดับน้อย

2. ลักษณะและความยุ่งยากของวิธีการซื้อ-ขาย สินค้าผ่านระบบการขายสินค้าออนไลน์ พบว่าตัวแทนกิจการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าลักษณะและความยุ่งยากของวิธีการซื้อ-ขาย สินค้าผ่านระบบการขายสินค้าออนไลน์อยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด รองลงมาเป็นระดับมาก

3. ระบบการขายสินค้าออนไลน์ จะช่วยในการขยายตลาดและฐานลูกค้าได้ พบว่าตัวแทนกิจการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าระบบการขายสินค้าออนไลน์ จะช่วยในการขยายตลาดและฐานลูกค้าได้อยู่ในระดับมาก มากที่สุด รองลงมาเป็นระดับปานกลาง

4. ความเชื่อมั่นในระบบการซื้อขายในระบบการขายสินค้าออนไลน์ พบว่าตัวแทนกิจการส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในระบบการซื้อขายในระบบการขายสินค้าออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาเป็นระดับน้อย

5. ความคิดเห็นต่อการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ เข้ามาใช้ในธุรกิจ พบว่าตัวแทนกิจการส่วนใหญ่มีความคิดเห็น เห็นด้วยต่อการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ เข้ามาใช้ในธุรกิจอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นระดับปานกลาง

4) สถานภาพของระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ของกิจการ และแนวโน้มของพฤติกรรมการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ

การศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้สึกระหว่างการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

จากการศึกษาพบว่าตัวแทนกิจการส่วนใหญ่จะ 1) นำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ/อาจจะนำมาใช้ รองลงมาเป็นกิจการที่ 2) นำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว และลำดับถัดมาได้แก่กิจการที่ไม่คิดจะนำมาใช้

1) กิจการที่ได้นำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว พบว่า กิจการที่นำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่สาเหตุที่นำมาใช้ได้แก่เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมา เพื่อใช้ในการขายสินค้า/บริการและส่งเสริมการขาย ส่วนแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจในการนำระบบมาใช้พบว่า ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ลูกค้าหรือคู่ค้าและ บริษัทให้บริการจัดทำเว็บไซต์ ระบบการขายสินค้าออนไลน์ อยู่ในลำดับเท่ากัน

กิจการที่นำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระยะเวลา 3-4 ปีเป็นส่วนมาก รองลงมา อยู่ในช่วงระยะเวลา 1-2 ปี โดยลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการพบว่าส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์มากกว่าระบบการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบตะกร้าสินค้า และกิจการส่วนใหญ่มีแนวโน้มการพัฒนาการให้บริการระบบในอนาคตว่าทำแน่นอน

2) กิจการที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ พบว่ากิจการที่นำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์ที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ ส่วนใหญ่สาเหตุที่จะนำมาใช้ได้แก่เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมา ขยายตลาด/ฐานลูกค้า และลำดับถัดมา เพื่อใช้ในการขายสินค้า/บริการและส่งเสริมการขาย ส่วนแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจในการที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ พบว่า ข้อมูลจากลูกค้าหรือคู่ค้า มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา ลำดับถัดไปได้แก่ งานสัมมนาหรือข่าวประชาสัมพันธ์

ส่วนใหญ่ลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการมีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์และมีระบบการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบตะกร้าสินค้ามากกว่าวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์ สำหรับวิธีการที่จะเลือกใช้ในการพัฒนาระบบส่วนใหญ่จะพัฒนาระบบเอง มากกว่าวิธีการจ้างบริษัท

3) กิจการที่ไม่คิดจะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ พบว่า กิจการที่ไม่คิดจะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจาก ยังไม่มีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมาสาเหตุมาจากธุรกิจมีขนาดเล็ก และลำดับถัดมาได้แก่ไม่มีความพร้อมด้านบุคลากรและเทคโนโลยี

5) ปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ธุรกิจ

พบว่าปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ ส่วนใหญ่ได้แก่ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต รองลงมาได้แก่ขาดแหล่งเงินสนับสนุน และลำดับถัดมาได้แก่สื่อการโฆษณาต่างๆ ยังไม่เพียงพอและให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน

2. การอภิปรายผล

จากการศึกษาการพัฒนาระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นของจังหวัดพรรณบุรี โดยแยกผลการศึกษาตามองค์ประกอบของทัศนคติตามหลักการของพัชรา ตันติประภา (2543) ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ องค์ประกอบ

ทางด้านความรู้ องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม โดยรายละเอียดของการอภิปรายผล ดังนี้

1) องค์ประกอบทางด้านความรู้ (Cognitive component)

จากการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีต่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ พบว่าตัวแทนกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจแล้วและตัวแทนกิจการที่จะนำมาใช้/อาจจะนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ ส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ระดับปานกลาง

2) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective component)

จากการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีต่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ พบว่าตัวแทนกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจแล้วและตัวแทนกิจการที่จะนำมาใช้/อาจจะนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ ในภาพรวมตัวแทนทั้งสองมีความรู้สึกเห็นด้วยระดับมากต่อการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ ความรู้สึกต่อลักษณะและความยุ่งยากของวิธีการซื้อ-ขาย สินค้าผ่านระบบการขายสินค้าออนไลน์ นั้นอยู่ในระดับปานกลาง ความรู้สึกต่อความเชื่อมั่นในระบบการซื้อขายในระบบการขายสินค้าออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลสรุปงานวิจัยของไพลิน อินทรวงศ์ (2547) เรื่อง “ทัศนคติของสมาชิกสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือต่อการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจ” โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจของตน

3) องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral component)

จากการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีต่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ พบว่าตัวแทนกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจแล้วและตัวแทนกิจการที่จะนำมาใช้/อาจจะนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ มีสาเหตุในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจเพื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลสรุปงานวิจัยของไพลิน อินทรวงศ์ (2547) เรื่อง “ทัศนคติของสมาชิกสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือต่อการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจ”

ส่วนข้อมูลในการตัดสินใจในการนำระบบมาใช้ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันการศึกษา โดยกิจการที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้วระหว่าง 3-4 ปี ซึ่งเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์ และมีแนวโน้มการพัฒนาระบบการให้บริการระบบในอนาคต โดยจะพัฒนาให้เป็นเว็บไซต์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจและผลิตภัณฑ์และมีระบบการเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบตะกร้าสินค้า

ส่วนตัวแทนที่ไม่คิดจะนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจมีสาเหตุมาจากยังไม่มีเวลาจำเป็น ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาทัศนคติของสมาชิกสมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือต่อการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจ (ไพลิน อินทรวงศ์, 2547) ที่พบว่าปัญหาของการไม่นำมาใช้เนื่องจากไม่มีความพร้อมด้านบุคลากรและเทคโนโลยี

ส่วนของปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีพบว่ามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต

3. ปัญหาที่พบในการวิจัย

สถานประกอบการแต่ละแห่งตั้งอยู่ห่างไกล ขาดต่อการเดินทางเพื่อเก็บข้อมูล

4. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการพัฒนาการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

1. หน่วยงานรัฐบาลหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรจัดอบรมสัมมนาเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานคอมพิวเตอร์และยังขาดความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยในการใช้งานอินเทอร์เน็ต การจัดการเรื่องการขนส่งสินค้า และอื่นๆ

2. รัฐบาลควรหาแหล่งเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์ เพื่อสนับสนุนการลงทุนในการจัดทำเว็บไซต์และประชาสัมพันธ์สินค้าและผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มระยะเวลาในการวิจัยและงบประมาณ เพื่อที่จะสามารถพัฒนาเป็นซอฟต์แวร์ต้นแบบระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ขึ้นและนำไปให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้