

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับธุรกิจนำเข้าในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้ศึกษาจากกลุ่มประชากร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าทุกประเภท ที่มีสำนักงานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง จำนวน 52 บริษัท โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถามและนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การหาอัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงวิเคราะห์ซึ่งได้แก่ t - Test การวิเคราะห์ความผันแปร (ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20- 29 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท มีการใช้งานคอมพิวเตอร์เป็นประจำ มีความรู้ เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเรื่องของขั้นตอน จำนวนเงินที่ต้องใช้ในการลงทุน และความหมายของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับทราบบ้าง ในด้านความคิดเห็นต่อประโยชน์ในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับธุรกิจนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ถูกค่านองภาพลักษณ์ของบริษัทดีขึ้น ทนสมัยขึ้น ประหยัดเวลาในการติดต่อสื่อสาร ช่วยให้บริษัทมีวิธีการบริหารจัดการงานทางด้านการตลาดดียิ่งขึ้น ถูกค่าสามารถติดต่อกับ

บริษัทได้ง่าบขึ้น ตลอดจนช่วยขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อการได้เปรียบในการแข่งขัน การช่วยให้ได้ข้อมูลของลูกค้าเพิ่มขึ้น และการช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัท อยู่ในระดับมาก สำหรับระดับแรงจูงใจต่อการทำธุรกิจนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้มากที่สุด

ด้านปัจจัยส่วนองค์กรพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่ศึกษา เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 1 ปี ถึง 5 ปี มากที่สุด และส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีพนักงานต่ำกว่า 10 คน มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 100,000 - 500,000 บาท และเป็นธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound และ Outbound ส่วนใหญ่มีการใช้งานคอมพิวเตอร์ในแผนกบริการลูกค้า ด้านการตัดสินใจในการใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกิจการส่วนใหญ่ตัดสินใจโดย กรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียว สำหรับในเรื่องของความพร้อมในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ส่วนใหญ่มีความพร้อมในระดับมากทางด้านความรู้ความสามารถของพนักงาน นโยบายของบริษัท และเงินทุน

ด้านปัจจัยภายนอก ที่มีผลในระดับมากต่อการตัดสินใจที่จะนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ได้แก่ ภาวะการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น การขยายตัวของการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค การขยายตัวของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาคธุรกิจ ความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความสะดวก ปลอดภัยในการเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ค่าใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่แพง นโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐ การเมืองกฎหมายและข้อบังคับทางการค้า และการขยายตัวหรือหดตัวของเศรษฐกิจของประเทศ

ด้านพฤติกรรมกรรมการยอมรับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความสนใจในระดับมากต่อการที่จะนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กร และมีความตั้งใจในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กร ในระดับตั้งใจจะใช้แน่นอน

ด้านความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยภายนอกไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับ ส่วนปัจจัยภายในพบว่ามีเพียงบางปัจจัยในด้าน ความพร้อม ทัศนคติ และระดับการจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับ

The objective of this independent study was to study the factors which influence the adoption of the application of Electronics Commerce system in the tourist businesses in Chiang Mai Province.

The sample population in this study covered all types of tourist businesses which had offices in Chiang Mai Province and had their own websites. The total number was 52. The study was conducted by compiling data from the designed questionnaire and analyzed the data by utilizing descriptive statistics which consisted of frequency distribution, determining percentage ratios, mean values, and standard deviations as well as analytical statistics such as t-Test, ANOVA, and Pearson's correlation analysis.

The results with respect to personal factors indicated that most respondents were female, the age range of 20-29 years, with a bachelor's degree or an equivalent as the highest education level. Most respondents received a monthly income in the range of 5,001 – 10,000 baht, used computer regularly, had some knowledge about Electronics Commerce system regarding procedure and investment costs; and understood the meaning of Electronics Commerce system at a reasonable level. As for opinions about the benefits of utilizing Electronics Commerce system

in their businesses, most respondents agreed that Electronics Commerce system would give customers a better image of the company as being more modern. Furthermore, it would save time in communications, enable companies to manage their marketing better, provide an easier way for customers to contact companies, increase distribution channels and thus enhance competitive advantage, provide more information to customers; and boost sales at a high level. Concerning the motives for undertaking the business, most respondents indicated "to earn income" as the objective.

Regarding the factors related to organizations, it was found that the surveyed tourist businesses that had been in operation from 1 to 5 years were the highest in number, and the majority were small businesses with less than ten employees, having a registered capital of 100,000-500,000 baht, and operating both inbound and outbound tours. Most of them used computers in their customer service department. As for decision to implement Electronics Commerce in the business, this decision would be made only by the managing director or the business owner. Regarding readiness in implementing the Electronics Commerce system, the majority of respondents indicated a high level of readiness with respect to abilities of employees, company policies and investment funds.

Among the external factors with significant impact on implementation of Electronics Commerce system were the intensifying competition in the tourism businesses; growing usage of Internet among consumers; expanding usage of Electronics Commerce in the business sector; speed of Internet connection; convenience and security in purchasing goods through Internet; changes in technology; affordable fee in using Electronics Commerce services; supporting policy from the government; laws and trade regulations; and expansion or contraction of the country's economy.

In view of adoption behavior, it was found that most respondents had a high level of "interest" in implementing Electronics Commerce system in their organizations, and their "intention" to implement Electronics Commerce system in their organizations was at the level of most likely.

Concerning relationship, it was found that there was no relationship between external factors and the level of acceptance. However, there were some internal factors which influence the level of acceptance, including readiness, attitude and the level of motivation.