

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเน้นที่พฤติกรรมการสื่อสารทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมของผู้ประกอบการ ในการวิจัยนี้ได้มีการประเมินบทบาทของเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ใช้และไม่ใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอม รวมทั้งนำเสนอปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอม ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์สำหรับการปรับปรุงเว็บไซต์ให้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ และพัฒนาให้ก้าวหน้าต่อไป เพื่อจะได้สามารถส่งเสริมสินค้าไทยให้ก้าวไกลไปยังต่างประเทศและมีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มผู้ประกอบการมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์หลักดังนี้คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอม
2. เพื่อศึกษาการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมของกลุ่มผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามเป็นหลัก ประกอบกับการรวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยการแจกแบบสอบถามนั้นจะแจกให้กับผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มาจัดบูธขายสินค้าในงานเมืองแห่งภูมิปัญญาไทย (OTOP City) ครั้งที่ 3 ระหว่างวันที่ 17-25 ธันวาคม พ.ศ. 2548 ที่อิมแพคเมืองทองธานี ฮอลล์ 1-8 และชาเลนเจอร์ 1-3 จำนวน 286 คน

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ตอนหลักดังนี้คือ

1.ความสำคัญของเว็บไซต์ไทยตำบลคอกท่อมที่มีต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

เว็บไซต์ไทยตำบลคอกท่อมได้มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำคือ เพื่อสร้างระบบข้อมูลตำบล ให้เข้าสู่อินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มศักยภาพ ความแข็งแกร่ง และรายได้ให้กับชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนออกมาสู่ระบบ

เว็บไซต์ไทยตำบลคอกท่อมนั้นมีความสัมพันธ์กับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์คือ ในการจัดทำข้อมูลตำบลต่างๆ นั้น แต่ละจังหวัดได้ดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์มาเข้าในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเว็บไซต์ไทยตำบลคอกท่อมนี้จะทำหน้าที่เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ในทุกจังหวัด และดำเนินการทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่สินค้าของกลุ่มอาชีพต่างๆ

2.พฤติกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการในการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ไทยตำบลคอกท่อม

กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง กับ ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก โดยทำธุรกิจอยู่ในช่วง 1-10 ปี ในกลุ่มธุรกิจนั้น ยังจัดว่าเป็นกลุ่มขนาดเล็กคือ ส่วนใหญ่มีสมาชิกในกลุ่ม 6-15 คน

ลักษณะการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการจะเน้นที่การจำหน่ายทั่วประเทศเป็นหลัก การส่งออกนอกประเทศยังมีอยู่น้อยมาก วิธีการติดต่อซื้อขายกับลูกค้า นั้น จะใช้การโทรศัพท์เป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญ รองลงมาคือการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต

ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ จะมีการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเป็นประจำทุกวันใน 1 สัปดาห์ แต่ส่วนใหญ่ยังใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอกท่อมไม่บ่อยเท่าที่ควรคือใช้เพียง 1-2 วันต่อสัปดาห์ และใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอกท่อมต่ำกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง

ผู้ประกอบการจำนวนมากใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอกท่อม โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือเพื่อติดตามข่าวเกี่ยวกับ OTOP และใช้ในการค้นหาข้อมูลสินค้าโดยเลือกหัวข้อในเว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมใช้ได้แก่ข้อมูลสินค้า OTOP/ OPC และข้อมูลสินค้า OTOP (e-commerce)

ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าเว็บไซต์ไทยตำบลคอกท่อมนั้นได้ช่วยพัฒนาการขายสินค้า โดยการโฆษณาสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ และยังช่วยประชาสัมพันธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์อีกด้วย

3. ลักษณะการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมของกลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในด้านการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม ค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะการใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมในการทำธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ หรือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง ในส่วนลูกค้านั้นก็มีการดาวน์โหลดแบบฟอร์มสำหรับสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์และติดต่อกับผู้ประกอบการทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ในระดับน้อย รวมทั้งการชำระเงินผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและมีการส่งมอบสินค้าที่สั่งซื้อซึ่งดำเนินการโดยบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย ก็อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตามการทำธุรกรรมแบบธุรกิจกับลูกค้าผ่านเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมเริ่มเป็นที่สนใจของกลุ่มเพราะลูกค้าไว้วางใจ อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกับการที่ลูกค้าสนใจสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจากกลุ่มตามที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์บนเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม

4. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม

ผู้ประกอบการที่ใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมนั้น เห็นว่าเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมมีประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์สินค้าไปยังลูกค้าทั่วประเทศ เว็บไซต์ให้ข้อมูลถูกต้องตามความต้องการของผู้ประกอบการและเว็บไซต์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดนิทรรศการซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการ อยู่ในระดับมาก และคิดว่าเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมทำให้ยอดขายสินค้าดีขึ้นกับช่วยส่งเสริมการตลาดทางตรงมากขึ้น ในระดับปานกลาง

ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่ใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมเห็นว่า การขายสินค้าในงานนิทรรศการเกี่ยวกับ OTOP เป็นวิธีการขายสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าการใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมนั้นมีประโยชน์ในการส่งเสริมการขายสินค้า เพราะช่วยในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์และทำให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าเป็นอย่างดี ส่วนผู้ประกอบการบางคนเห็นว่าเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมไม่มีประโยชน์ในการส่งเสริมการขายสินค้าเพราะไม่เคยใช้เว็บไซต์ ใช้คอมพิวเตอร์ไม่เป็น ไม่มีคอมพิวเตอร์ใช้ และจะใช้เว็บไซต์เพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าเท่านั้น สำหรับสาเหตุหลักที่ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ไม่ใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมก็เพราะไม่รู้จักเว็บไซต์เนื่องจากไม่มีใครแนะนำและใช้คอมพิวเตอร์ไม่เป็น

อภิปรายผล

จากการศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาดำเนินการตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังประเด็นต่อไปนี้คือ

1. พฤติกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอม

กลุ่มผู้ประกอบการซึ่งส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งกับศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก มักจะใช้การสื่อสารทางโทรศัพท์เป็นหลัก แต่ก็มีสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตด้วย ทั้งนี้กลุ่มผู้ประกอบการใช้การสื่อสารทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมค่อนข้างน้อย โดยใช้ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP และค้นหาข้อมูลสินค้า OTOP/OPC ทั้งนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ประกอบการค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะเน้นที่การค้นหาข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่ข้อมูลสินค้าเป็นหลัก

การใช้เว็บไซต์นี้ยังเป็นการใช้เพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าเป็นหลัก ซึ่งตรงกับที่ ศรีศักดิ์ จามรمانและ กนกวรรณ ว่องวัฒนะสิน(2542: 19-21 อ้างถึงในอัฒนันท์ เตโชพิศาลวงศ์, 2544: 31) กล่าวว่า ส่วนใหญ่การสื่อสารทางเว็บไซต์จะเน้นที่การประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพพจน์ในธุรกิจ (Public Relations and Public Image) การทำหน้าเว็บไซต์จะทำให้สินค้าดูน่าสนใจ

ทั้งนี้ยังเห็นได้ว่าการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตนั้นยังไม่สามารถแทนที่การสื่อสารแบบดั้งเดิม อีกทั้งการสื่อสารทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์นั้นยังไม่โดดเด่นในการติดต่อค้าขายของผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2. การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมของกลุ่มผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ระดับในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับคือ

ระดับที่ 1 (First Level) เป็นขั้นธุรกิจต่างๆ เริ่มเข้าสู่การใช้อินเทอร์เน็ตในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีกิจกรรมไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นเป็นการให้ข้อมูลของธุรกิจเท่านั้น ประกอบด้วยการให้ข้อมูลที่อยู่อินเทอร์เน็ตและเบอร์โทรศัพท์เท่านั้น

ระดับที่ 2 (Second Level) เป็นขั้นที่มีกิจกรรมมากกว่าขั้นที่หนึ่ง โดยมีการเพิ่มความสามารถในการทำการค้าเข้าไป เช่นการให้มีการติดต่อกลับมาได้โดยทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) หรือมีแบบฟอร์มสำหรับการสั่งซื้อสินค้า หรือขอรายละเอียดสินค้า

ระดับที่ 3 (Third Level) จะเป็นขั้นที่ธุรกิจต่างๆ มีการทำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบสมบูรณ์ คือมีการทำธุรกรรมผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตได้เลย ซึ่งจะมีรายละเอียดต่างๆ คือ นอกจากรวมเอาขั้นที่ 1 และ 2 แล้ว ยังสามารถที่จะชำระเงินผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถระบุงการส่งมอบสินค้าได้ว่าจะให้มีการส่งมอบกันผ่านทางไหนบ้าง และบริษัทใดมีส่วนที่เรียกว่า Shopping Cart หรือที่สำหรับใส่ของที่ต้องการซื้อ มีระบบรักษาความปลอดภัย (Security) และมีระบบการติดตามสินค้าได้

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการใช้การสื่อสารทางโทรศัพท์ส่วนใหญ่ ซึ่งการติดต่อระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคนั้นเว็บไซต์ไทยด้าบลคอตคอมจะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ผ่านเว็บไซต์ ให้ จึงยังอยู่ในระดับที่ 1 ทั้งนี้กลุ่มที่ศึกษานั้นยังไม่ได้ใช้การติดต่อค้าขายโดยทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์เท่าใดนัก ซึ่งใกล้เคียงกับผลการศึกษาของศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ที่นำเสนอในหัวข้อ “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจการเกษตรไทย” ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันที่ 27-28 มกราคม พ.ศ.2543 ซึ่งได้ผลการสำรวจถึงระดับของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทยในช่วงเดือนสิงหาคม ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ.2542 ว่า ธุรกิจในประเทศไทยประมาณร้อยละ 90 เริ่มมีการก้าวเข้าสู่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระดับที่ 2 เท่านั้นและ ประมาณไม่ถึงร้อยละ 5 เริ่มพัฒนาสู่ระดับที่ 3 แต่ยังไม่สมบูรณ์ (อัครนันท์ เตโชพิศาลวงศ์, 2544: 31-32)

กลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ไทยด้าบลคอตคอม ค่อนข้างน้อยทั้งการทำธุรกรรมระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกัน (Business-to-Business or B2B) และ การทำธุรกรรมระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการกับผู้บริโภคโดยตรง (Business-to-Customer or B2C)

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะถูกค้าไม่ค่อยเชื่อมั่นและไม่ค่อยแน่ใจกับคุณภาพของสินค้า เพราะไม่ได้สัมผัสสินค้าโดยตรง อีกทั้งการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างซับซ้อนมีการใช้งานค่อนข้างยาก ตรงกับงานวิจัยของ สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2542) ที่ได้วิจัยสถานภาพของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยแล้วพบว่า แม้นักธุรกิจและประชาชนกลุ่มหนึ่งจะมีความตื่นตัวต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากพอสมควร แต่ผู้ประกอบการก็ยังใช้ประโยชน์จากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างน้อย ผู้ประกอบการจำนวนมากยังประสบปัญหาความไม่พร้อมของบุคลากรและการไม่มีแนวคิดในการประกอบธุรกิจโดยใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย พบว่า การที่จะประยุกต์ใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมให้เป็นประโยชน์ในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรมีการปรับปรุงดังต่อไปนี้

1. ควรฝึกอบรมผู้ประกอบการในการใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอม เพื่อทำธุรกรรม และติดต่อสื่อสารทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์กับผู้สนใจสั่งซื้อสินค้า
2. ควรปรับปรุงข้อมูลสินค้าในเว็บไซต์ให้ทันสมัย ทั้งในด้านราคา และ ผลิตภัณฑ์
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์ให้มากขึ้น เพื่อให้คนที่สนใจสามารถติดต่อสื่อสารได้กับผู้ประกอบการโดยตรง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การสื่อสารทางเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์
2. เว็บไซต์ไทยตำบลคอทคอมกับการรับนวัตกรรมของประชาชนในเขตชุมชนชนบท กับในเขตชุมชนเมือง