

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ (1) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมตลาดและความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมและกลางที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน (2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมและกลางที่มีการรับรู้ประโยชน์การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมตลาดต่างกัน (3) เพื่อศึกษาอำนาจในการพยากรณ์ความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากปัจจัยส่วนบุคคลและการรับรู้ประโยชน์การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมและกลาง

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมและกลางในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ชนิด คือ แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล แบบวัดการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าความเชื่อมั่น = 0.93) แบบวัดความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ค่าความเชื่อมั่น = 0.96)

1. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมและกลางที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน ทุนในประกอบธุรกิจแตกต่างกันจะมีการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมและกลางที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านขนาดกิจการประเภทของธุรกิจ ทุนประกอบธุรกิจ และประสบการณ์การทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันมีความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.05, 0.01 และ 0.01 ตามลำดับ

3. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมและกลางที่มีการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน มีความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. การรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยประสบการณ์การทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีอำนาจในการพยากรณ์ความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปรนี้มีความสามารถในการทำนายความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมและกลาง ได้ 57 เปอร์เซนต์ ($F = 88.239, p < 0.01$)