

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 310 ราย ในการวิจัย และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามบทที่ 4 นั้น ผู้วิจัยจะได้สรุปข้อค้นพบ และอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลจากแบบสอบถาม

โดยการวิจัยนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งที่นำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กร และไม่ได้ใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ในประเด็นต่างๆดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปขององค์กร

ผลการวิจัยพบว่า

ด้านข้อมูลองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดย่อม เป็นประเภทค้าปลีก เปิดดำเนินการกิจการมาแล้วมากกว่า 5 ปี และองค์กรตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ มีคอมพิวเตอร์ใช้ 1-2 เครื่อง และมีอินเทอร์เน็ตใช้ในองค์กร

2. ข้อมูลด้านการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในองค์กร

องค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งที่นำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ และไม่นำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งาน

โดยองค์กรที่มีการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งานส่วนใหญ่จะเป็นพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ลักษณะ ธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมีการนำมาใช้ในช่วงระยะเวลา 1-3 ปี และลูกค้าที่เข้ามาใช้โดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้าคนไทย

ในขณะที่องค์กรที่ไม่มีการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในองค์กร โดยส่วนใหญ่ไม่เคยใช้เลย เพราะองค์กรโดยส่วนใหญ่ ไม่มีความรู้ด้านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ และไม่มีผู้เชี่ยวชาญด้าน

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ในอนาคตอาจจะมีการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้กับธุรกิจ รองลงมาเป็นองค์กรที่เคยใช้แล้วแต่เลิกใช้ เพราะ ชาติมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญ ไม่ได้ได้รับความสนใจ จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเท่าที่ควร และ รายได้จากช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่คุ้มค่ากับการ ลงทุน

3. ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีส่งผลต่อการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในองค์กร

เมื่อพิจารณาในแง่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ทั้งผู้ที่นำมาใช้แล้วในปัจจุบัน และ อาจจะนำมาใช้ใน อนาคต ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจที่นำพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้งาน คือ ผู้บริหารให้การสนับสนุนในการนำพาณิชย์มาใช้งาน ผู้บริหารมี ทักษะที่ดีต่อระบบพาณิชย์ฯ ค่านิยมของคนในสังคมเกี่ยวกับซื้อสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์มี มากขึ้น มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านพาณิชย์ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจในการซื้อ สินค้าผ่านพาณิชย์มากขึ้น คู่แข่งทางการตลาดปรับกลยุทธ์มาใช้พาณิชย์กันมากขึ้น มีเงินทุน เพียงพอในการดูแลระบบอย่างต่อเนื่อง มีเงินทุนเพียงพอในการพัฒนาระบบ คู่แข่งทางการตลาด ของสินค้าชนิดเดียวกันมีมากขึ้น บุคลากรในองค์กรมีทัศนคติที่ดีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆที่มีความสำคัญรองลงมา คือ ด้านมีความสามารถเพียงพอใน การจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/เครือข่าย โครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมของประเทศพัฒนา มากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต ระบบ 3 G ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนการลงทุนผ่าน พาณิชย์ฯ ภาครัฐมีการบังคับใช้เกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ชัดเจน และคู่แข่งทางการ ตลาดของสินค้าใกล้เคียงกัน (ทดแทน) มีมากขึ้น

แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละส่วนระหว่างองค์กรที่นำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้แล้วใน ปัจจุบัน กับ องค์กรที่ยังไม่มีการนำมาใช้แต่อาจจะนำมาใช้ในอนาคตกพบว่า

ธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมที่มีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจแล้วให้ ความสำคัญกับปัจจัย ผู้บริหารให้การสนับสนุนในการนำพาณิชย์มาใช้งาน มากที่สุด รองลงมา ให้ความสำคัญเป็นปัจจัยด้าน บริหารมีทัศนคติที่ดีต่อระบบพาณิชย์ฯ ค่านิยมของคนในสังคม เกี่ยวกับซื้อสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์มีมากขึ้น ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจในการซื้อ สินค้าผ่านพาณิชย์มากขึ้น มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านพาณิชย์ คู่แข่งทางการตลาดปรับกล ยุทธ์มาใช้พาณิชย์กันมากขึ้น มีเงินทุนเพียงพอในการพัฒนาระบบ มีเงินทุนเพียงพอในการดูแล ระบบอย่างต่อเนื่อง บุคลากรในองค์กรมีทัศนคติที่ดีต่อระบบพาณิชย์ฯ คู่แข่งทางการตลาดของ สินค้าชนิดเดียวกันมีมากขึ้น เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ด้านมี

ความสามารถเพียงพอในการจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/เครือข่าย โครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมของประเทศพัฒนามากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต ระบบ 3G คู่แข่งทางการตลาดของสินค้าใกล้เคียงกัน (ทดแทน) มีมากขึ้น ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนการลงทุนผ่านพาณิชย์ฯ และภาครัฐมีการบังคับใช้เกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ชัดเจน อีกด้วย (ตามลำดับ)

ในขณะที่ธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมที่ยังไม่เคยนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจ แต่คาดว่าจะนำมาใช้ในอนาคตให้ความสำคัญกับปัจจัยปัจจัยด้านการมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านพาณิชย์ ค่านิยมของคนในสังคมเกี่ยวกับซื้อสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์มีมากขึ้น ผู้บริหารให้การสนับสนุนในการนำพาณิชย์ฯ มาใช้งาน บริหารมีทัศนคติที่ดีต่อระบบพาณิชย์ฯ ลูกค้ายอมรับเป้าหมายให้ความสนใจในการซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์มากขึ้น คู่แข่งทางการตลาดปรับเปลี่ยนมาใช้พาณิชย์กันมากขึ้น ภาครัฐมีการบังคับใช้เกี่ยวกับกฎหมายธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ชัดเจน คู่แข่งทางการตลาดของสินค้าชนิดเดียวกันมีมากขึ้น บุคลากรในองค์กรมีทัศนคติที่ดีต่อระบบพาณิชย์ฯ มีเงินทุนเพียงพอในการดูแลระบบอย่างต่อเนื่อง มีเงินทุนเพียงพอในการพัฒนาระบบ โครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมของประเทศพัฒนามากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต ระบบ 3 G ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนการลงทุนผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นอย่างมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านด้านมีความสามารถเพียงพอในการจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/เครือข่าย และ คู่แข่งทางการตลาดของสินค้าใกล้เคียงกัน (ทดแทน) มีมากขึ้น รองลงมา

4. ข้อมูล ปัญหาและอุปสรรคของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้

ซึ่งการที่จะนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องรับทราบปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะได้หาแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคเหล่านั้นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ซึ่งจากการวิจัยพบว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่นำพาณิชย์ไปใช้ในงานธุรกิจนั้น มีองค์กรธุรกิจส่วนหนึ่งที่ไม่พบปัญหาหรืออุปสรรคใดๆ แต่องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ประสบปัญหาและอุปสรรคบ้าง คือ การขาดความรู้และความเชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รองลงมา คือ ขาดบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์ การที่ลูกค้าเป้าหมายไม่ค่อยให้ความสนใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์ การขาดแคลนเงินทุนในการดูแลระบบอย่างต่อเนื่อง และพบว่ารายได้จากพาณิชย์ไม่คุ้มค่ากับการลงทุน ตามลำดับ

5. ข้อมูล ประโยชน์ของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้

ซึ่งการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในองค์กรแล้วเกิดประโยชน์กับองค์กรเพิ่มขึ้นกว่าการไม่นำไปใช้นั้น เป็นการแสดงให้เห็นว่าองค์กรนั้นนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้แล้วทำให้เกิดการประสบความสำเร็จแก่องค์กร ซึ่งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของแต่ละองค์กร ซึ่งองค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการนำพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์คือ ด้านการเพิ่มยอดขาย และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย มากที่สุด รองลงมาคือ ได้ช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็ว สามารถนำเสนอสินค้า/บริหารไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ง่ายขึ้น ตามลำดับ

6. ข้อมูลลักษณะการดำเนินงานด้านนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรที่นำไปใช้แล้วประสบความสำเร็จ (ไม่มีอุปสรรค และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้)

อาจมีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ทำประโยชน์ให้กับองค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่เมื่อนำมาใช้แล้วและต้องการให้ประสบความสำเร็จในการใช้งานนั้นและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้นั้นจะต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ รวมด้วย ซึ่งจากรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่นำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งานแล้วประสบความสำเร็จพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการแสดงชื่อหน่วยงาน พร้อมทั้งที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ อีเมลล์ ชัดเจน การเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นความลับ การนำเสนอรายละเอียดสินค้าครบถ้วน ชัดเจน เช่น รูปภาพ รายละเอียดราคา การใช้งาน เป็นต้น การแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยชัดเจน การเก็บข้อมูลลูกค้าเท่าที่จำเป็นเท่านั้น การดูแลระบบไม่ให้ล่ม / แก้ไขทันทีเมื่อเกิดปัญหา การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ การนำเสนอขายเป็นสินค้าที่มีความเหมาะสม และง่ายต่อการซื้อขายผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การส่งของให้ลูกค้าทันทีหรือวันทำการถัดไปเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า การนำเสนอขายสินค้าที่สะดวกต่อการขนส่งระยะไกล ไม่แตกหักง่าย การจัดทำเว็บไซต์ให้ใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน มากที่สุด นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ รองลงมา เช่น การนำเสนอขายสินค้าที่มีลักษณะโดดเด่น แตกต่าง ไม่เหมือนที่อื่น การทำโฆษณาเว็บไซต์ บนเว็บที่มีชื่อเสียง เช่น Google Facebook การยืนยันการสั่งซื้อกลับสู่ลูกค้าทางอีเมลล์ทันทีเมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้า การตอบคำถาม/ข้อสงสัย ของลูกค้าอย่างรวดเร็ว การตั้งชื่อเว็บง่ายต่อการจดจำและสอดคล้องกับชื่อองค์กร การตั้งราคา สินค้า/บริการ ไม่แพง การสร้างเว็บไซต์ที่มีความสวยงาม การส่งอีเมลล์แจ้งลูกค้าเมื่อมีการส่งสินค้าเรียบร้อยแล้ว การยินยอมให้ลูกค้าเปลี่ยนสินค้า/คืนเงินเมื่อไม่พอใจ การมีเว็บบอร์ดในการถามตอบปัญหาให้กับลูกค้า การสร้างช่องทางสำหรับการสั่งซื้อสินค้าที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ เว็บไซต์ การจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกระทรวงพาณิชย์ และแสดงให้ลูกค้าเห็นชัดเจน การวางแผนงานก่อนการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้งาน เช่น งบประมาณ บุคลากร ก่อนทำพาณิชย์ฯ และการมีช่องทางการส่งสินค้าที่หลากหลายให้ลูกค้าเลือก เช่น ไปรษณีย์ บริษัทขนส่ง ทางบริษัทส่งเองในกรณีไม่ไกล

5.1.2 สรุปผลจากการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่นำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในองค์กรแล้วประสบความสำเร็จ เพื่อให้ทราบถึงประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรคที่ประสบ ประโยชน์ที่ได้รับ ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ รวมถึงความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายอื่น โดยสามารถสรุปสาระสำคัญตามในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

1. ลักษณะของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน

ซึ่งเป็นลักษณะการดำเนินงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้ดำเนินมาตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน โดยได้มีการแยกประเด็นย่อยๆ ในการสัมภาษณ์ ในด้านต่างๆ คือ

ด้านผู้ประกอบการ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบการในฐานะผู้บริหารขององค์กรจะต้องเริ่ม ทำความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ว่าคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร ให้ต้องแก้ก่อนทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งต้อง ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อให้สามารถเข้าใจกระบวนการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แท้จริง ด้วย

ด้านบุคลากร องค์กรจะต้องจัด หา หรือ จัด จ้าง บุคลากรที่มีความรู้ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการพัฒนา และปรับปรุงข้อมูล และปรับปรุงระบบเมื่อจำเป็น

ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสินค้าที่เหมาะสมที่จะขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพ รูปลักษณ์ รวมทั้งขนส่งได้ง่าย

ด้านราคา จะตั้งราคา สินค้า/บริการ ไม่แพง โดยปกติจะเป็นราคาเดียวกับที่ขายในร้าน/บริษัท และเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งบ้างในบางครั้ง

ด้านสถานที่ (เว็บไซต์) สร้างเว็บไซต์ให้มีความสวยงาม ใช้งานได้ง่าย ทั้งเมนู และรูปแบบของเนื้อหา ตั้งชื่อสั้นๆ และโดยส่วนใหญ่จะใช้ชื่อองค์กรมาตั้งเป็นชื่อเว็บเพื่อให้ง่ายต่อการจดจำของลูกค้าที่เคยซื้อที่ร้านหรือติดต่อกับองค์กร นำเสนอรายละเอียดสินค้าจะมี รหัสสินค้า ชื่อสินค้า รูปภาพ รายละเอียด ราคา ชัดเจน และสามารถขยายภาพใหญ่และมองภาพได้หลายมุม มีชื่อองค์กร พร้อมที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ อีเมล พร้อมแผนที่ ชัดเจน และมีไว้ในทุกหน้าของเว็บ เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อกลับจากลูกค้า และสร้างความมั่นใจว่าร้านมีตัวตนจริง มีการปรับปรุง

ข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยส่วนใหญ่ จะปรับปรุง อาทิแต่ละครั้ง หรือ เมื่อมี สินค้าใหม่ โปรโมชันใหม่ นำผลการใช้งาน/ความคิดเห็นในเชิงบวกของลูกค้าอื่นๆ แสดงบนหน้าเว็บเพื่อเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า หน้าเว็บจะมีการแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวว่าจะเก็บข้อมูล เป็นความลับและความปลอดภัยชัดเจน มีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกระทรวงพาณิชย์ และแจ้งให้ลูกค้าทราบเพื่อให้สามารถตรวจสอบได้ โดยเว็บไซต์โดยส่วนใหญ่มีเฉพาะภาษาไทย

ด้านการส่งเสริมการตลาด และ การขาย องค์กรจะ มีการประชาสัมพันธ์ ทั้งแบบออฟไลน์ คือ โดยการใส่ชื่อเว็บไซต์นามบัตรของร้าน และบอกลูกค้าปากต่อปาก เมื่อลูกค้ามาติดต่อกับองค์กรโดยตรง และแบบออนไลน์ คือ การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ในเว็บอื่นๆ ที่มีชื่อเสียง เช่น Google และ สังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter เข้ามาช่วยในการทำการตลาด นอกจากนี้ยัง มีการจัดการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคมเปญสะสมแต้ม ฯลฯ เป็นประจำโดยพิจารณาจากความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

ด้านกระบวนการ ทางองค์กรจะทำ มีการวางแผนก่อนทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ว่า ต้องใช้งบประมาณ บุคลากรที่จะทำและดูแลเป็นใคร จะใช้เซิร์ฟเวอร์ที่ไหน จะออกแบบลักษณะไหน และทำการตลาดอย่างไร ส่วนในด้านการสั่งซื้อสินค้า ก็มีช่องทางการสั่งซื้อให้ลูกค้าเลือกหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ หน้าเว็บ อีเมล จากนั้น เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า/บริการจะยืนยันการสั่งซื้อกลับสู่ลูกค้าทางอีเมลทันที โดยการแจ้งรายละเอียด สินค้าที่ลูกค้าซื้อ จำนวนเงินที่ต้องจ่าย วิธีการชำระเงิน ช่องทางการแจ้งข้อมูลการชำระเงิน ด้านการชำระเงิน ก็เช่นเดียวกันจะมีช่องทางการรับชำระเงิน ที่หลากหลาย เช่น โอนเงิน เก็บเงินปลายทาง PayPal เป็นต้น โดยกรณีโอนเงินผ่านธนาคาร จะเปิดบัญชีไว้หลายธนาคารที่แตกต่างกันเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และกรณีเป็นวิธีการโอนเงินลูกค้าจะมีแบบฟอร์มให้ลูกค้า ยืนยันการชำระเงินได้ผ่านทางหน้าเว็บ หรือจะใช้ช่องทางโทรศัพท์ ทั้งการโทรและข้อความ หรือ ทางอีเมล ก็ได้ ส่วนการส่งของ ก็จะมีให้ลูกค้าเลือกหลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการส่งทาง ไปรษณีย์ บริษัทขนส่ง ทางบริษัทส่งเองในกรณีไม่ไกล และจะส่งของให้ลูกค้าทันทีถ้าสั่งซื้อภายในเที่ยง หรือวันทำการถัดไปเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า หลังเที่ยง และจะส่งอีเมลแจ้งข้อมูลการส่งของให้แก่ลูกค้าเมื่อมีการส่งสินค้าเรียบร้อยแล้ว นอกจากนี้ยัง มีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ไปรษณีย์ไทยเพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบการส่งของได้อีกด้วย และในกรณี

ลูกค้าไม่พอใจในตัวสินค้า/บริการ ก็จะมีปรับเปลี่ยนสินค้าได้ภายในเวลาที่กำหนด เช่น 7 วัน 15 วัน หรืออาจคืนเงินแต่จะกำหนดระยะเวลาชัดเจนว่าลูกค้าสามารถรับเงินคืนได้แต่ต้องภายใน 7 วัน เท่านั้นและจะพิจารณาเป็นกรณีๆไป แต่ถ้าลูกค้าไม่พอใจในด้านการบริการก็จะมีการขอโทษและให้ของสมนาคุณแทน ในด้านการประเมินความสำเร็จโดยส่วนใหญ่จะวัดจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นแต่ไม่ค่อยมีการกำหนดระยะเวลาแน่นอนในการประเมินความสำเร็จ นอกจากนี้ในหน้าเว็บ มีตัวนับผู้เข้าชมเว็บไซต์และความพึงพอใจของลูกค้าจากข้อความที่ลูกค้าโพสต์ในเว็บบอร์ดเป็นหลัก กรณีลูกค้ามีข้อสงสัยก็จะตอบข้อสงสัยผ่านทางเว็บบอร์ดหรืออีเมลทันที และจะ ดูแลระบบไม่ให้ล่ม ถ้าเกิดปัญหา ก็จะแก้ไขทันที ไม่ให้ลูกค้ารู้สึกไม่ดี

ด้านความเป็นส่วนตัว จะเก็บข้อมูลลูกค้าเท่าที่จำเป็นเท่านั้น และเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นความลับ ไม่เปิดเผยให้ผู้อื่นทราบ และแจ้งนโยบายให้ลูกค้าทราบชัดเจน

ด้านการบริการแบบเจาะจง จะทำโดยติดต่อกับลูกค้าผ่านอีเมลตลอด มีการแนะนำสินค้าใหม่ โปรโมชั่น ให้กับลูกค้าประจำ

ด้านลูกค้า ลูกค้าโดยส่วนใหญ่เป็นคนในประเทศ เพราะเว็บไซต์ทำเป็นภาษาไทย

ด้านคู่แข่ง มีการเข้าไปดูในเว็บคู่แข่งแล้วนำมาปรับปรุงเว็บไซต์ของตัวเองบ้างเป็นครั้ง

คราว

2. ประโยชน์ของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าประโยชน์ที่เด่นชัดของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้คือ การเพิ่มยอดขายและการเพิ่มผลกำไร นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เร็วขึ้น ลูกค้าสามารถเห็นข้อมูลสินค้า/บริการที่ใหม่ได้อย่างรวดเร็วเพราะลูกค้าส่วนหนึ่งใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันก็ทำให้สามารถเปิดเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้บ่อยเท่าที่ต้องการ ซึ่งแตกต่างกับที่ร้านเพราะต้องเดินทางมาเองถึงจะเห็นสินค้า อีกทั้งยังได้กลุ่มลูกค้าใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว หรือบางคนก็เคยซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่แล้ว แต่ยังไม่เคยเป็นลูกค้าของทางองค์กรอาจเพราะทำเลที่ตั้งไม่ได้อยู่ในแนวเดินทาง แต่เมื่อมีเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็ทำให้สะดวกในการซื้อมากขึ้น และยังเป็นการเพิ่มโอกาสทางการขายทางอ้อม เพราะบางครั้งลูกค้ารู้จักองค์กรจากทางเว็บไซต์แต่ไม่ได้ซื้อทางเว็บแต่เดินทางมาซื้อที่องค์กรเอง

3. ปัญหาและอุปสรรคของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้งาน

ในประเด็นปัญหาและอุปสรรคผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ใน 2 ประเด็นย่อยคือ ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับองค์กรเอง กับปัญหาและอุปสรรคที่มักเกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่นำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในมุมมองของผู้ประกอบการ ซึ่งผลการสัมภาษณ์พบว่าการดำเนินการภายในองค์กรเองไม่ค่อยมีปัญหาในการดำเนินการมากนัก อาจจะมีบ้างในช่วงแรกๆ เกี่ยวกับการขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะแก้ปัญหาโดยการจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอกในการพัฒนาจากนั้นจะทำการใช้บุคลากรภายในองค์กรในการปรับปรุงข้อมูลโดยการให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้บางองค์กรยังแก้ปัญหาโดยในช่วงแรกๆจะใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปที่ให้บริการฟรี เช่น <http://weloveshopping.com> เพราะง่ายและประหยัด จากนั้นเมื่อพร้อมมากขึ้นทั้งด้านงบประมาณ บุคลากร และการยอมรับของลูกค้า จึงมีการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรเอง ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคของนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย นั้นเมื่อมองในแง่ในประเด็นย่อยๆพบว่า ปัญหาและอุปสรรคมักมาจากมาจาก องค์กร ไม่รู้ถึงประโยชน์ที่แท้จริงของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่รับรู้ที่ต้องลงทุน จึงไม่กล้าเสี่ยงที่จะลงทุนโดยไม่แน่ใจว่าจะคุ้มทุนหรือไม่ รวมถึงการขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บางครั้งต้องจ้างคนผู้เชี่ยวชาญนอกองค์กรซึ่งต้องใช้เงินที่สูงกว่า และโดยส่วนใหญ่ วิสาหกิจย่อม โดยเฉพาะประเภทค้าปลีก เป็นธุรกิจครอบครัว ที่มีคนไม่มาก คือประมาณ 1-3 คน ที่ต้องทำทุกอย่างแต่เมื่อต้องดูแลระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยก็บางครั้งก็มีเวลาในการดูแล ปรับปรุงระบบน้อย ทำให้ข้อมูลภายในเว็บไซต์ไม่มีความทันสมัยเพียงพอที่จะดึงดูดความสนใจให้อยากซื้อจากลูกค้า นอกจากนี้ปัญหายังมาจากลูกค้า คือ ลูกค้าหลายๆรายไม่ชอบใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ยังยินดีที่จะเดินทางมาซื้อสินค้าที่องค์กร เพราะคิดว่าได้เลือกสินค้าและคิดว่าการมาซื้อของตามร้านยังได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเจ้าของร้านหรือพนักงานโดยตรง รวมทั้งการต่อรองราคาได้ และที่สำคัญคือ ลูกค้าหลายๆรายยังไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่มั่นใจว่าซื้อแล้วจ่ายเงินแล้วจะได้ของจริงหรือไม่ ของที่ได้มาแล้วจะเป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่ แต่ลูกค้าหลายๆรายตัดสินใจซื้อสินค้าเพราะเริ่มจากความมั่นใจในองค์กรมากกว่า และกลุ่มลูกค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยทำงานต้นๆ บางครั้งตัดสินใจซื้อง่ายใน

สินค้า/บริการราคาบ่อยๆ แต่ไม่มีกำลังซื้อมากในสินค้า/บริการราคาสูง และปัญหาที่เกิดจากการแข่งขัน ที่คู่แข่ง สามารถเห็นข้อมูล การขายสินค้า ที่ทางร้าน แสดงข้อมูลรายละเอียดชัดเจน ให้แก่ลูกค้า ดังนั้นจึงทำให้คู่แข่งสามารถขาย ตัดราคากันได้ง่ายขึ้น อีกทั้งเป็นช่องทางที่เกิด คู่แข่งได้ง่ายกว่าการเปิดร้านค้าเพราะไม่ต้องลงทุนมาก จึงทำให้ต้องปรับกลยุทธ์ตลอดเวลา ซึ่งถ้าปรับตัวไม่ได้ ก็ยากแก่การแข่งขัน และประเด็นปัญหาสุดท้ายคือ ตัว ระบบ คือเมื่อต้องเช่าเซิร์ฟเวอร์จากบริษัทผู้ให้บริการ บางช่วงเวลาทำให้เกิดความล่าช้าในการเข้าสู่เว็บไซต์ และไม่สามารถควบคุมการล่มของระบบให้ ซึ่งบางครั้งก็จะทำให้เกิดความกังวล

4. ความต้องการการช่วยเหลือจากภาครัฐ

ด้วยปัญหาที่มากมายที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในองค์กร ผู้ประกอบการจึงให้ความเห็นว่าภาครัฐควรจะมาช่วยเหลือและสนับสนุนดังนี้คือ ทำการ พัฒนาโครงสร้างการสื่อสารพื้นฐานให้ดีขึ้น รวมทั้ง ให้ความรู้ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับคนทั้งผู้ที่ประกอบกิจการและผู้บริโภคเพราะถึงแม้ว่าผู้ประกอบการมีความรู้แต่ผู้บริโภคไม่ซื้อก็ขายไม่ได้ เข้ามาดูแลเกี่ยวกับความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มากกว่านี้ และควรมาตรการลงโทษอย่างจริงจังสำหรับผู้กระทำผิด เข้ามาดูแลเรื่องกระบวนการชำระเงินให้มากกว่านี้เพราะปัจจุบันนี้ลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะชำระเงินโดยการโอนเงิน แต่ลูกค้าบางคนก็ไม่มั่นใจว่าเมื่อโอนเงินไปแล้วทางร้านค้าจะส่งของให้หรือไม่ จึงทำให้เกิดความลังเลในการซื้อ รัฐบาลควรให้ความรู้เกี่ยวกับภาษีการซื้อขายสินค้าบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ชัดเจนเพราะจะทำให้เกิดการซื้อขายกับต่างประเทศได้มากขึ้น และที่สำคัญคือนโยบายต่างๆที่รัฐบาลทำอยู่เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรู้อย่างทั่วถึง เพราะบางครั้งไม่รู้ช่องทางในการเข้าถึงบริการของรัฐ

5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กร ประสพผลความสำเร็จ

นอกเหนือจากองค์กรจะต้องมีเตรียมการทั้งด้านผู้บริหาร ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการบริการแบบเจาะจง ให้พร้อมแล้วนั้น ผู้ประกอบการยังให้คำแนะนำว่าถ้าจะนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มา

ใช้ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จแล้วนั้น ทำองค์กรเป็นที่รู้จักของลูกค้าก่อนแล้วจะง่ายขึ้น เพราะเมื่อเปิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลูกค้าส่วนหนึ่งจึงมากกว่าที่เคยซื้ออยู่แล้ว จากนั้นจึงเกิดการบอกต่อ องค์กรควรทุ่มเทให้กับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริหาร/เจ้าของ เพราะในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีขนาดเล็กคนไม่มาก บางครั้งเจ้าของตัดสินใจเองทุกอย่าง ดังนั้นเมื่อเจ้าของให้การสนับสนุนและจริงจังกับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็จะสำเร็จได้ องค์กรควรประชาสัมพันธ์กับลูกค้าเมื่อมาซื้อสินค้ากับ ทางองค์กรว่าสามารถซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ได้ โดยไม่จำเป็นต้องเสียเวลามาเอง ซึ่งวิธีนี้ทำให้สามารถขายสินค้ากับลูกค้าคนเดิมได้บ่อยครั้งขึ้น เพราะสามารถซื้อผ่านเว็บไซต์ตลอดเวลา ไม่ต้องรอให้ว่างแล้วค่อยเดินทางมา นอกจากนี้ควรหาช่องทางชำระเงินที่มีการรับประกัน เช่น PayPal ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าจะสามารถมั่นใจได้ว่าถ้าร้านค้าไม่ส่งของจะได้รับเงินคืน โดยลูกค้าไม่ต้องยุ่งยากในการดำเนินการเอง องค์กรควรมีการทำลูกค้าสัมพันธ์ ด้วยการเปลี่ยนสังคมออนไลน์ให้เป็นสังคมจริงๆ บางโอกาส เช่น ประกาศชวนลูกค้าในเว็บไซต์ไปทำบุญร่วมกัน หรือทำงานจิตอาสาร่วมกัน วิธีนี้จะทำให้เกิดการเจอหน้ากันและสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าได้ แต่ถ้ายังไม่มั่นใจว่าจะมีลูกค้าเข้ามาใช้งานหรือไม่ ควรเริ่มจากการลองเอาสินค้าบางตัวไปขายตามเว็บที่มีชื่อเสียง เช่น E-Bay แล้วให้สามารถเชื่อมโยงมายังเว็บไซต์ขององค์กรได้ ซึ่งวิธีนี้จะสร้างความเชื่อมั่นได้มาก และก็จะเป็ช่องทางในการโฆษณาได้ด้วย และอาจมีการกระตุ้นการซื้อสินค้า/บริการของลูกค้าด้วยการทำการส่งเสริมการขายโดยการซื้อครบตามจำนวนจะมีของแถมโดยการเลือกของแถมที่ลูกค้าสนใจ อาจจะมีการทำโพลให้ลูกค้าโหวด จากนั้นเอาผลโหวดมาดำเนินการด้านการส่งเสริมการขายจริง ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดการมีส่วนร่วม แต่ประเด็นสำคัญคือ องค์กรต้องให้ความจริงใจกับลูกค้า เพราะถ้าลูกค้าคนหนึ่งเกิดความประทับใจก็จะเกิดการบอกต่อได้

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนา หรือ ปรับปรุง การนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ใน วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จ และให้ได้รับประโยชน์สูงสุดกับองค์กร สามารถอภิปรายผลโดยแยกเป็นประเด็นดังนี้คือ

1. ด้านการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กร เนื่องด้วย ในโลกธุรกิจปัจจุบันนี้การแข่งขันมีสูงมากขึ้น โดยจะมีทั้ง คู่แข่งทางการตลาดของสินค้าชนิดเดียวกัน และ สินค้าแทน

ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงจำเป็นต้องหาหนทางเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งเมื่อ คู่แข่งทางการตลาด ได้มองเห็นประโยชน์อันมากมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการที่สามารถทำให้เพิ่มยอดขายเพิ่มขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ง่ายขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็ว สามารถนำเสนอสินค้า/บริหารไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และยังสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มโอกาสทางธุรกิจได้ อีกทั้งได้เริ่มที่จะมีการ ปรับกลยุทธ์ โดยการนำ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กัน มากขึ้น อีกทั้งเมื่อพิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคของลูกค้า ยังพบว่าในปัจจุบันนี้อินเทอร์เน็ตได้เข้าไปมีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนไทยมากขึ้น และลูกค้าส่วนหนึ่งหันมาให้ความสนใจกับการซื้อขายสินค้า/บริการทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสนใจในการซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ต้องยิ่งรีบปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์กรให้สามารถแข่งขันได้และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพราะ ถ้าองค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ยังคงใช้วิธีทางการตลาดแบบเดิมๆ ก็อาจเสียเปรียบทางการแข่งขันได้อย่างง่ายดายด้วยตนเอง ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กร ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีประโยชน์มากมายก็ถือว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถ เพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการและการแข่งขัน ให้กับองค์กรได้ แต่การดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต้องขับเคลื่อนด้วย ปัจจัยที่สำคัญหลายๆปัจจัยด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการที่ ผู้บริหารจะมีทัศนคติที่ดีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และมีความรู้ความเข้าใจถึงกระบวนการและประโยชน์ที่แท้จริงของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งยังต้องมี การสนับสนุนการนำมาใช้งานในธุรกิจ อย่างต่อเนื่องและจริงจัง รวมทั้งต้องทำให้บุคลากรมีทัศนคติที่ดีกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจัดหาผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จัดหาและจัดเตรียม เงินทุนในการพัฒนาและ ดูแลระบบอย่างต่อเนื่อง ให้เพียงพอ เตรียมการด้านจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์/เครือข่าย ที่จะต้องใช้งาน นอกจากนี้ ภาครัฐซึ่งถือว่าเป็นภาคส่วนที่สำคัญในการกำกับ ควบคุม และ ดูแลการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ก็จะต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมของประเทศพัฒนามากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต ระบบ 3 G เพื่อให้การดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นไปด้วยความรวดเร็ว รวมทั้งต้องกำหนด นโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนการลงทุน การดำเนินการด้าน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจะต้องมีการกำหนดและบังคับใช้กฎหมายธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ อย่างจริงจังและทั่วถึง ซึ่งถึงแม้ในปัจจุบันนี้ภาครัฐพยายามที่จะสนับสนุนการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น แต่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยยัง ขาดความพร้อมในหลายๆปัจจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การ

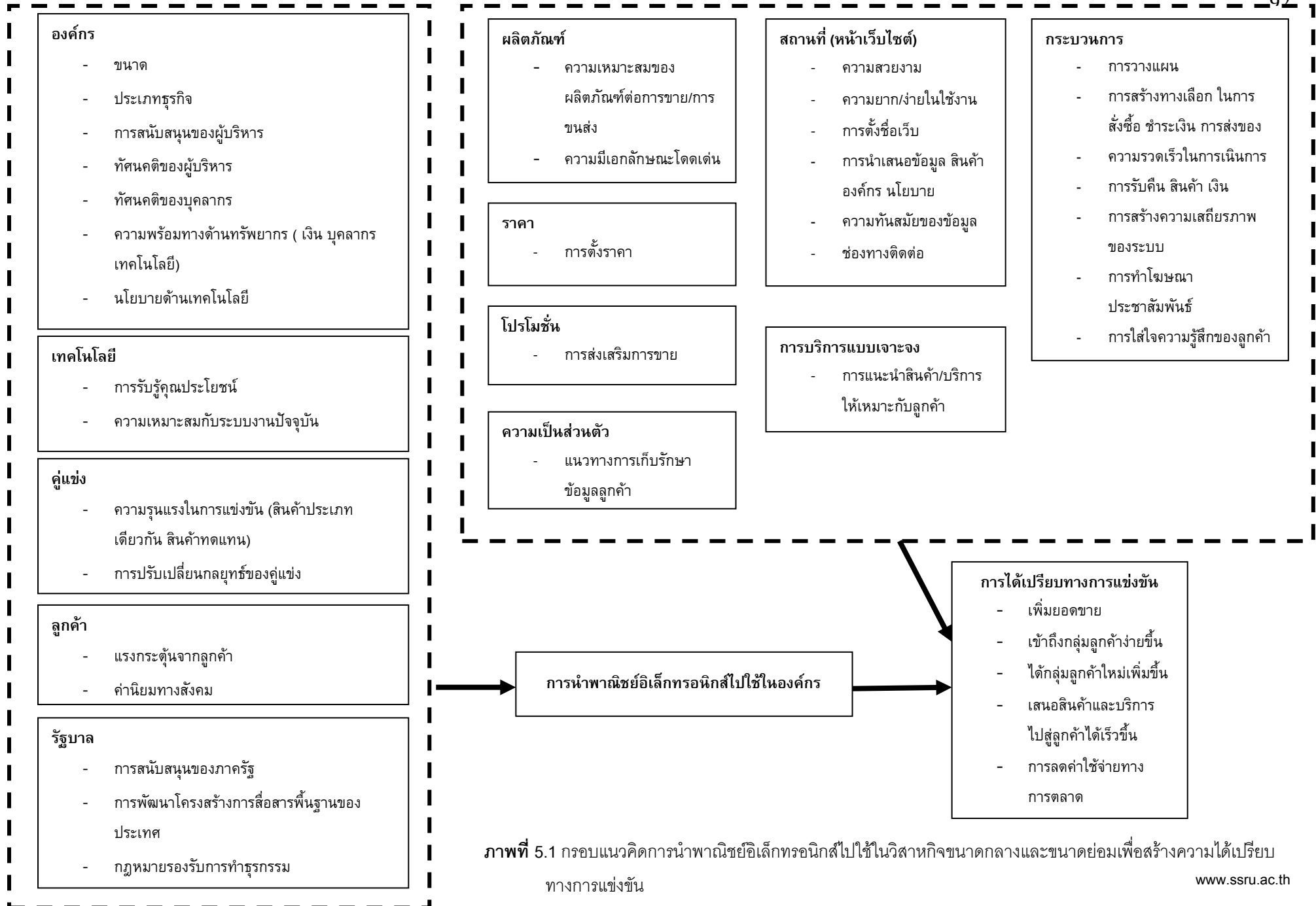
ขาดความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อาจเนื่องมาจาก เงินทุนที่ไม่มากพอในการลงทุนด้านบุคลากร หรือ ผู้ประกอบการยังมองไม่เห็นประโยชน์หรือความคุ้มค่าในการลงทุนด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออาจจะเป็นเพราะ ผู้ประกอบการมองว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจที่จะซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังเป็นกลุ่มเล็กๆ จึงยังมองไม่เห็นความคุ้มค่าในการลงทุน และสำหรับบางธุรกิจ ยังมองว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตนยังไม่ได้ ให้ความสำคัญกับการซื้อขายสินค้า/บริหารผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เลยด้วยซ้ำไป นอกจากนี้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยยังคงขาดแคลนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยเช่นกัน อาจเนื่องมาจากจ้างบุคลากรผู้เชี่ยวชาญจะต้องให้งบประมาณอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยยังเป็นองค์กรที่มีการงบประมาณในการบริหารจัดการน้อยจึงไม่เพียงพอสำหรับการจ้างบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งการพัฒนาระบบและการดูแลอย่างต่อเนื่องด้วย นอกจากนี้ข้อจำกัดที่สำคัญก็คือลูกค้า ซึ่งพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าของคนไทยมักนิยมการเดินทางเลือกซื้อสินค้าตามร้านค้า หรือ ห้างสรรพสินค้า เพราะมองว่าการเดินทางเลือกซื้อสินค้าคือกิจกรรมทางสังคมที่จะได้พบปะเพื่อนฝูง สนุกสนานกับการต่อรองราคา หรือเลือกซื้อสินค้าที่ลดราคา อีกทั้งยังมีลูกค้าส่วนหนึ่งยังไม่มีความรู้ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากพอจึงไม่เชื่อมั่นเพียงพอที่จะซื้อในกรณีที่ลูกค้าที่ซื้อเคยซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บางคนมักจะนิยมซื้อเพียงแค่ว่าประเภทเท่านั้น เช่น สินค้าที่หาได้ยาก เอกลักษณะเฉพาะตัว อาจจะมาจกสาเหตุผลจากวิธีการชำระเงิน เพราะโดยส่วนใหญ่กระบวนการโอนเงินจะถูกเลือกสำหรับการชำระค่าสินค้า แต่สุดท้ายของการโอนเงินนั้นคือลูกค้าก็ต้องเดินทางเพื่อออกมาโอนเงิน ซึ่งก็ไม่ได้แตกต่างจากการเดินทางออกมาเพื่อซื้อสินค้านั่นเอง ซึ่งคงจะต้องเป็นงานหนักของภาครัฐที่จะต้องผลักดันให้เกิดการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในองค์กรด้วยความรู้และความเข้าใจและดำเนินการด้วยกระบวนการที่ถูกต้องเพื่อให้เกิดผลประโยชน์อย่างแท้จริง

2. ปัจจัยความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากการวิจัยพบว่าธุรกิจที่มีการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งานและสามารถสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรได้มาก มาย เช่น การเพิ่มยอดขาย การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย การได้ช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็วขึ้น การนำเสนอสินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น การลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่ได้ง่ายขึ้น เป็นต้น รวมทั้งการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจได้อีกด้วย โดยองค์กรจะประสบความสำเร็จในการใช้งานได้นั้นนอกจากปัจจัยภายใน คือ ความพร้อมขององค์กรเอง และปัจจัยภายนอก เช่น เทคโนโลยี คู่แข่ง ลูกค้า รัฐบาล แล้วนั้น ปัจจัยทางส่วน ประสมทางการตลาด

ถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนให้การนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ให้ประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะ เป็น *ด้านผลิตภัณฑ์* ที่จะต้องนำเสนอขาย จะต้องเหมาะสม และ ง่ายต่อการซื้อขายผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกหักได้ง่ายในขณะขนส่ง มีความโดดเด่นทั้งด้านคุณภาพและรูปลักษณ์ *ด้านราคา* การตั้งราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับคุณภาพและควรเป็นราคาเดียวกับที่ขายในร้าน *ด้านสถานที่* เว็บไซต์ควรสวยงามและใช้งานได้ง่าย ตั้งชื่อเว็บไซต์ให้ง่ายต่อการจัดจำและสอดคล้องกับชื่อองค์กร การ นำเสนอรายละเอียดสินค้า และ รายละเอียดองค์กร ครอบคลุมชัดเจนทันสมัยอยู่เสมอ แจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัว ควรมีช่องทางให้ลูกค้าสอบถามปัญหา เช่น เว็บไซต์ บอร์ด ควรแสดงรายละเอียดการ จัดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับกระทรวงพาณิชย์ ให้ลูกค้าทราบ และถ้าเป็นไปได้ควรมีข้อมูลการ ใช้งานจริงของลูกค้าเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าคนอื่น *ด้านกระบวนการ* ต้องเริ่มจากการวางแผนก่อนการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในด้านงบประมาณ บุคลากร เทคโนโลยี เป็นต้น ควรสร้างช่องทางในการสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน การส่งสินค้าที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าให้มากที่สุด ควรดำเนินการต่างๆ ให้รวดเร็วที่สุด เช่น การตอบคำถาม การส่งสินค้า การยืนยันกระบวนการดำเนินงานแก่ลูกค้า เป็นต้น และจะต้องให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบกระบวนการที่สำคัญได้ เช่น การส่งของ เป็นต้น ควรมีการรับประกัน/คืน สินค้า/เงิน แต่ต้องอยู่บนเงื่อนไขที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ควรใช้ช่องทางการชำระเงินที่มีการรับประกัน เช่น PayPal ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจะสามารถมั่นใจได้ว่าถ้าร้านค้าไม่ส่งของจะได้รับเงินคืน โดยลูกค้าไม่ต้องยุ่งยากในการดำเนินการเอง ที่สำคัญจะต้องดูแลระบบไม่ให้ล่ม หรือต้องแก้ไขทันทีเมื่อเกิดปัญหา *ด้านการส่งเสริมการขาย* ซึ่งอาจมีการส่งเสริมการขาย โดยการลดราคา การมีของแถม เป็นต้น ทางวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรประชาสัมพันธ์กับลูกค้าเมื่อมาซื้อสินค้ากับทางร้าน/หน่วยงานว่าสามารถซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ได้ โดยไม่จำเป็นต้องเสียเวลามาเอง ซึ่งวิธีนี้ทำให้สามารถขายสินค้า /บริการกับลูกค้าคนเดิมได้บ่อยครั้งขึ้น เพราะสามารถซื้อผ่านเว็บได้ตลอดเวลา ไม่ต้องรอให้ มีเวลาว่างเพียงพอแล้วค่อยเดินทางมา ยังที่ตั้งร้าน อีกทั้งควรมีการทำลูกค้าสัมพันธ์ ด้วยการเปลี่ยนสังคมออนไลน์ให้เป็นสังคมจริงๆ บางโอกาส เช่น ประกาศชวนลูกค้าในเว็บไซต์ไปทำบุญร่วมกัน หรือทำงานจิตอาสาร่วมกัน วิธีนี้จะทำให้เกิดการเจอหน้ากันและสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าได้ หรืออาจจะเพิ่มความน่าเชื่อถือโดยการเอาสินค้าบางตัวไปฝากขายตามเว็บที่มีชื่อเสียง เช่น E-Bay แล้วให้สามารถเชื่อมโยงมายังเว็บไซต์ขององค์กรได้ นอกจากนี้วิธีดังกล่าวยังสามารถเพิ่มช่องทางในการโฆษณาได้อีกด้วย หรืออาจมีการกระตุ้นการซื้อสินค้า/บริการของลูกค้าด้วยการทำการส่งเสริมการขายโดยการซื้อครบตามจำนวนจะมีของแถม โดยการเลือกของแถมที่ลูกค้าสนใจ อาจจะมีการทำโพลให้ลูกค้าโหวต จากนั้นเอาผลโหวตมา

ดำเนินการด้านการส่งเสริมการขายจริง ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดการมีส่วนร่วม ด้านความเป็นส่วนตัว ต้องเก็บข้อมูลลูกค้าเป็นความลับและเก็บข้อมูลลูกค้าเท่าที่จำเป็นเท่านั้น ด้านการบริการแบบ เจาะจง แนะนำสินค้าใหม่ให้กับลูกค้าโดยอ้างอิงจากประวัติที่เคยซื้อในอดีต จะเห็นได้ว่าสำหรับ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาแล้ววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยถือว่าได้เปรียบ ทางการแข่งขันที่จะขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างดี เพราะสินค้าไทยมักจะมี ความ ประณีต โดดเด่น และแตกต่าง โดยเฉพาะลักษณะงานฝีมือ และงานด้านการบริการ ส่วนราคาก็ไม่ แพงมากเมื่อเทียบกับคุณภาพโดยเฉพาะถ้าขายให้คนต่างชาติซึ่งมีค่าเงินมากกว่าประเทศไทย แต่ สิ่งที่เป็นข้อเสียเปรียบสำคัญวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือด้านความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในด้านการบริหารจัดการ และงานการตลาดออนไลน์ จึงทำให้หลายองค์กรไม่ประสบความสำเร็จ ในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เพราะไม่ได้เริ่มต้นจากการวางแผนในด้าน งบประมาณ บุคลากร เทคโนโลยี การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่าน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยส่วนใหญ่จะเป็นคนไทย ทั้งๆที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถขายสินค้า ให้คนได้ทั่วโลก และสินค้าไทยมีความโดดเด่นเพียงพอที่จะขายให้กับชาวต่างชาติ เป็นเพราะ เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทยโดยส่วนใหญ่มีเฉพาะภาษาไทยเท่านั้นไม่มีภาษาอังกฤษให้ เลือกร อีกทั้งอาจจะผู้ประกอบการยังขาดความรู้ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งอาจไม่แน่ใจในเรื่อง ภาษีของการซื้อขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอกรอบแนวคิดของการนำพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังแผนภาพ 5.1 และประกอบด้วยประเด็น ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.1 กรอบแนวคิดการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1) ประเด็นที่ผลักดันให้เกิดการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งานในธุรกิจ

1.1) องค์กร (Organization) โดยประเด็นที่สำคัญที่มีผลอย่างยิ่งต่อการผลักดันให้มีการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ผู้บริหาร บุคลากร โดยผู้บริหารองค์กรที่มีบทบาทสำคัญโดยผู้บริหารจะต้องมีแนวทางที่ชัดเจนในการให้การสนับสนุนให้มีการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานธุรกิจ รวมทั้งจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้องค์กรจะต้องสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรในองค์กรมีทัศนคติต่อองค์กรด้วยเช่นกัน และจัดหาหรือส่งเสริมการพัฒนาให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เพียงพอในการดูแลระบบให้มีศักยภาพอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึง ขนาดองค์กร ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาการเปิดดำเนินการ โดยจะต้องใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับลักษณะขององค์กรด้วย

1.2) เทคโนโลยี (Technology) เริ่มต้นองค์กรจะต้องรับรู้ถึงคุณค่า และประโยชน์ของเทคโนโลยีว่ามีมากน้อยเพียงใด และจะสามารถสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรมากน้อยเพียงใด เพราะเมื่อรับรู้ประโยชน์ก็จะเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้เกิดการนำมาใช้ นอกจากนี้องค์กรจะต้องทำการพิจารณาว่าภายในองค์กรมีเทคโนโลยีเพียงพอที่นำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่แล้วยังจะต้องพิจารณาว่าเทคโนโลยีที่มีอยู่สามารถใช้งานได้สอดคล้องกับความต้องการจริงหรือไม่

1.3) คู่แข่ง (Competitor) การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องเรียนรู้คู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็น คู่แข่งทางการตลาดของสินค้าชนิดเดียวกัน หรือ สินค้าใกล้เคียงกัน (ทดแทน) มากน้อยเพียงใด เพราะหากมีมากขึ้นการแข่งขันย่อมสูงขึ้นดังนั้นการหาช่องทางใหม่ๆ ที่สามารถแข่งขันได้อย่างเท่าเทียมจึงเป็นแนวทางที่ควรพิจารณา อีกทั้งควรพิจารณาการตลาดปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งด้วยว่ามีการหันมาใช้พาณิชยกันมากขึ้นเพียงใด วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง

1.4) ลูกค้า (Customer) ถือว่าเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญมากที่จะผลักดันให้มีการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในธุรกิจ ปัจจุบันเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งกับชีวิตประจำวันของคนบางกลุ่ม ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรศึกษาลูกค้าเป้าหมายมีพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต การซื้อสินค้า/บริการมากน้อยเพียงใด รวมถึงแนวโน้มในอนาคตและค่านิยมทางสังคมที่จะเปลี่ยนไปในอนาคตที่อาจส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือคนในสังคมหันมาซื้อสินค้า/บริการผ่านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

เพื่อที่จะได้ทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าและจะก่อให้เกิดประโยชน์หรือแนวทางในการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ธุรกิจได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไปได้

1.5) ภาครัฐ (Government) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญยิ่งที่สามารถสร้างผลกระทบต่อ สังคม เศรษฐกิจ และการเมืองได้ ดังนั้นเพื่อเป็นการผลักดันให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยหันมาใช้พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นตามแนวนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยสามารถขยายตัวทางการตลาดได้กว้างขึ้น สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ทั้งในประเทศ ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ รวมถึงทั้งในตลาดโลก และถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้ภาครัฐได้ดำเนินการนโยบายด้านการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ผู้ประกอบการบางส่วนยังไม่สามารถเข้าถึงได้อย่างแท้จริงจึงยังไม่ได้พิจารณานำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการงานธุรกิจ ดังนั้นทางภาครัฐควรสร้างแรงจูงใจที่สำคัญให้มากขึ้นเช่น พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมของประเทศให้มากขึ้นและมีศักยภาพเท่าเทียมกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน เช่น อินเทอร์เน็ต ระบบ 3 G เป็นต้น จัดโครงการให้ความรู้ด้านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์อย่างทั่วถึงกันพร้อมทั้งติดตามความเคลื่อนไหวในการนำไปใช้งานจริง ช่วยด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ พาณิชย์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้อาจจะมีการพัฒนาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ที่ง่ายต่อการเข้าใช้งานพร้อมคู่มือการใช้งานและบริการเซิร์ฟเวอร์ให้ใช้ฟรี (คล้ายกับของ www.weloveshopping.com) ช่วยดูแลขั้นตอนการขอบริการชำระเงินจากสถาบันการเงินเช่น PayPal ให้สะดวกรวดเร็วมากขึ้น และอาจจะร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนาบุคลากรด้านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ประเด็นสำคัญก็คือด้านผู้บริโภคซึ่งในสังคมไทยผู้บริโภคจำนวนมากยังไม่เชื่อมั่นในการซื้อขายสินค้า/บริการที่ไม่ได้เห็นตัวสินค้าก่อน อีกทั้งอาจจะมีข่าวเกี่ยวกับการฉ้อโกงผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ่อยครั้งทำให้ลดความเชื่อมั่นลงไปดังนั้นภาครัฐจึงควรจัดทำฐานข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับประวัติการให้บริหารของธุรกิจพาณิชยขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้เพราะบางครั้งเอกสารการจดทะเบียนพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์อาจไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ภาครัฐควรจัดโครงการให้ความรู้ด้านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้บริโภคเพื่อให้ทราบประโยชน์ และเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น พร้อมทั้งจะหันมาซื้อสินค้า/บริการผ่านพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น อีกทั้งยังจะต้องกำหนดและบังคับใช้กฎหมายพาณิชย์อย่างจริงจังกับธุรกิจที่หลอกลวงผู้บริโภคเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าถ้ามีการฉ้อโกงเกิดขึ้นลูกค้าจะได้รับความเป็นธรรมโดยไม่ผ่านกระบวนการที่ยุ่งยาก และที่สำคัญอีกประการคือ เมื่อภาครัฐมีโครงการใดๆที่

เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการให้เข้าถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจริงๆ และทั่วถึงทั้งหมดไม่ใช่แค่บางส่วนเท่านั้น

2) ประเด็นที่ผลักดันให้เกิดการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้งานในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

นอกจากประเด็นข้างต้นที่ส่งผลให้เกิดการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในองค์กรแล้วนั้น ยังมีประเด็นสำคัญที่จะต้องพิจารณาเพื่อจะส่งผลให้การนำไปใช้งานประสบความสำเร็จให้กับองค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกด้วยไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มยอดขาย การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย การได้ช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็วขึ้น การนำเสนอสินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น การลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่ง่ายขึ้น เป็นต้น ดังต่อไปนี้

2.1) ด้านผลิตภัณฑ์ นั่นคือ สินค้า/บริการ ที่นำมาขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดดเด่นแตกต่างจากเว็บไซต์คู่แข่ง ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะมักจะผลิตสินค้าและบริการที่โดดเด่นอยู่แล้ว อีกทั้งเมื่อเทียบกับสินค้าของประเทศอื่นๆ จะเห็นได้ว่าสินค้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีความประณีตทั้งด้านคุณภาพ และมีมือ นอกจากนี้ สินค้าควรง่ายต่อการขนส่งระยะทางไกล เช่นทางไปรษณีย์ บ.ขนส่ง ฯลฯ เพื่อเป็นการสร้างความดึงดูด น่าสนใจให้เกิดการซื้อผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.2) ด้านราคาสินค้า/บริการ สินค้าหลายๆอย่างสามารถหาซื้อได้ทั่วไป ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการจะนำมาขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถสร้างความแตกต่างด้านราคาโดยขายราคาไม่แพงมาก (ถูกกว่าท้องตลาด) แต่ต้องระวังเพราะบางครั้งราคาที่ถูกลงอาจทำให้เกิดความเคลือบแคลงสงสัยจากผู้บริโภคว่าจะได้สินค้าตามคุณสมบัติที่ได้อธิบายไว้จริงหรือไม่

2.3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถือว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเสียเวลา เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สามารถเข้าถึงได้โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ถ้าสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะได้ประโยชน์มหาศาลจากช่องทางนี้ ดังนั้นองค์กรเจ้าของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงควรตั้งชื่อเว็บไซต์ให้ง่ายต่อการจดจำ ใช้งานได้ง่าย อีกทั้งต้องนำเสนอบนเว็บไซต์ให้เพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า เช่น ข้อมูลสินค้า จะต้องชัดเจน ครบถ้วน ทั้งรูปภาพ คำอธิบายรายละเอียด ราคา ฯลฯ ข้อมูลองค์กร เช่น ชื่อองค์กร ชื่อผู้ติดต่อ ที่ตั้งองค์กร เบอร์โทร อีเมล หรืออาจมีแผนที่แสดงให้เห็นชัดเจน

เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามได้เมื่อมีข้อสงสัย หรือเกิดปัญหาใดๆ ข้อมูลนโยบายในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เช่น นโยบายการส่งของ นโยบายการชำระเงิน นโยบายด้านความปลอดภัย หรือแม้แต่ข้อมูลการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลการจดทะเบียนบริษัท อีกทั้งความสวยงามของเว็บไซต์ก็ถือเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เข้าไปใช้งานได้ นอกจากนี้ควรมีระบบสนับสนุนลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งเป็นช่องทางให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับผู้ประกอบหรือ ลูกค้าอย่างเปิดเผย เช่น การมีเว็บบอร์ด การมีห้องสนทนา เป็นต้น

2.4) ด้านส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการควรใช้หลักการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น เช่น การลดราคา การชื้อยกไหลราคาถูกลงกว่า การสะสมแต้ม เป็นต้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการจะต้องแสดงนโยบายในการส่งเสริมการตลาดอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมเพื่อให้ลูกค้าไม่รู้สึกว่าจะเสียเปรียบลูกค้าคนอื่น

2.5) ด้านกระบวนการดำเนินงาน กระบวนการในการดำเนินงานถือเป็นหัวใจสำคัญในการนำไปสู่สำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการดำเนินงานในองค์กร หรือ กระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ดังนั้น เพื่อให้การนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จทางวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ก่อนนำมาใช้ ซึ่งจะรวมถึง การวางแผนด้านงบประมาณ บุคลากร เทคโนโลยี ที่มีความจำเป็นต่อการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง องค์กรต้องดูแลและบำรุงรักษาเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่องเพื่อป้องกันปัญหา เช่น การล่มของระบบ เพราะถ้าระบบล่มบ่อยอาจจะทำให้ลูกค้าสูญเสียความเชื่อมั่นได้ ซึ่งอาจไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีต้นทุนไม่มากนักจะมีเซิร์ฟเวอร์เป็นของตัวเอง ดังนั้นทางองค์กรจะต้องหาองค์กรที่ให้บริการเซิร์ฟเวอร์ที่มีคุณภาพที่ดี ทั้งด้านพื้นที่ ความเร็วในการส่งผ่านข้อมูล ความปลอดภัย เป็นต้น ชื่อเสียงด้านการบริการขององค์กรผู้ให้บริการเป็นที่ยอมรับเพื่อให้มั่นใจว่าเมื่อเกิดปัญหาใดๆลูกค้าจะสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที แต่อยู่บนพื้นฐานของราคาที่เหมาะสม องค์กรควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ตามเว็บที่มีชื่อเสียง เช่น Google, Facebook เป็นต้น เพราะช่องทางเหล่านี้ นอกจากเป็นการทำให้ลูกค้ารู้จักเว็บไซต์ต้ององค์กรได้เร็วขึ้นแล้วยังสามารถช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ด้วย นอกจากนี้องค์กรควรมีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ประเมินยอดขาย ยอดผู้เข้าใช้งาน เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยอาจประเมินผ่านเครื่องมือออนไลน์ เช่น Poll, Counter เป็นต้น แต่การทำให้กระบวนการดำเนินการขององค์กรสมบูรณ์ด้านเดียวคงไม่เพียงพอ ดังนั้นองค์กรควรสร้างกระบวนการที่จะดำเนินงานต่อลูกค้าอย่างถูกต้องและเหมาะสมด้วยเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจะนำมาสู่การ

สร้างความได้เปรียบอย่างยิ่ง ดังนั้น วิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมที่นำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ควรวางใจกับการสร้างช่องทางที่หลากหลายให้ลูกค้าได้เลือก ทั้งช่องทางการสั่งซื้อ ช่องทางการชำระเงิน ช่องทางการส่งสินค้า ควรวางใจในการตอบรับการสั่งซื้อของลูกค้าอาจผ่านทางอีเมล หรือเว็บไซต์ พร้อมทั้งระบุวันที่จะส่งของให้กับลูกค้า เมื่อส่งของเรียบร้อยแล้วควรแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบเพื่อให้ลูกค้าสามารถติดตามสินค้าได้ง่ายขึ้น และที่สำคัญการที่ลูกค้าซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลูกค้าไม่สามารถเห็นสินค้าได้ก่อน ไม่สามารถจับต้องได้ โอกาสที่ลูกค้าจะไม่พอใจกับสินค้าที่ได้รับอาจเป็นไปได้ ดังนั้นควรยินยอมให้ลูกค้าเปลี่ยนสินค้าหรือคืนเงินในกรณีไม่พอใจในสินค้า แต่ควรกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจน เช่น รับเปลี่ยน/คืนภายใน 15 วัน เป็นต้น

2.6) ด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล การซื้อสินค้า/บริการ ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้าจำเป็นต้องผ่านหน้าเว็บ เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทร อีเมล ยิ่งกว่านั้นสำหรับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่รับชำระด้วยบัตรเครดิต ลูกค้าจะต้องให้ข้อมูลทางการเงิน ซึ่งลูกค้าจะต้องมั่นใจว่าข้อมูลเหล่านั้นจะต้องไม่ถูกนำไปใช้ในทางไม่ชอบ หรือ ไม่ถูกลักลอบจากผู้ไม่ประสงค์ดีจากภายนอกเอาไปในระบบขององค์กรเพื่อเอาข้อมูลเหล่านั้นออกมาใช้ได้ ซึ่งองค์กรจะต้องแจ้งนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยให้ลูกค้าทราบ พร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดอย่างชัดเจน และสามารถมีองค์กรที่รองรับการตรวจสอบได้ เช่น ในกรณีเช่าเซิร์ฟเวอร์จากหน่วยงานภายนอก ก็ต้องให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบจากหน่วยงานนั้นได้ เป็นต้น นอกจากนี้บางครั้งองค์กรอาจต้องการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือส่งเสริมการขายต่อลูกค้าเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับองค์กร จนลืมนึกไปว่าบางครั้งลูกค้าอาจไม่ได้ต้องการ ดังนั้นเพื่อไม่ให้ลูกค้าเกิดความรำคาญจนเกินไปควรสอบถามความต้องการของลูกค้าก่อนส่งข้อมูลให้แก่ลูกค้า

2.7) ด้านการบริการแบบเฉพาะเจาะจง ถือเป็นวิธีการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเพราะแสดงให้เห็นถึงการใส่ใจจนรู้จักตัวตนของลูกค้า คล้ายกับการผู้ซื้อเข้าไปซื้อสินค้า/บริการ ในร้านค้าได้ร้านค้าหนึ่งบ่อยๆ จนพนักงานหรือเจ้าของร้านจำชื่อผู้ซื้อได้ จะทำให้ผู้ซื้อมีความรู้สึกว่าได้ได้รับความใส่ใจ และเป็นกันเอง เช่นเดียวกันสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ถึงแม้การซื้อสินค้า/บริการ ไม่สามารถทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายเผชิญหน้ากันโดยตรงแต่องค์กรควรมีข้อมูลประวัติลูกค้า ประวัติการซื้อ มาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น แสดงชื่อลูกค้าเมื่อเข้าสู่ระบบ แนะนำสินค้าใหม่ๆ โดยดูจากประวัติการซื้อในอดีต เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบความสำเร็จนั้นวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมควรตระหนักถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ถึงแม้ว่าพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไม่สามารถสร้างการปฏิสัมพันธ์ของผู้ซื้อและผู้ขายผ่านการเผชิญหน้า แต่พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มีความโดดเด่นในการเข้าถึงลูกค้าได้มากกว่าในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นเพื่อคงไว้ซึ่งลูกค้า สร้างความตระหนักในตราสินค้า หรือ สร้างการเติบโตของลูกค้า ผู้ประกอบการควรมุ่งมั่นที่จะรักษาระดับการบริการให้อยู่ระดับเดียวกับการบริการหน้าร้าน โดยอาศัยนโยบายที่ชัดเจน โดยจากข้อมูลทางสถิติในปัจจุบันนี้ประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกว่า 2 ล้านราย ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติเป็นอย่างยิ่ง และปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างประการที่จะสามารถขับเคลื่อนการพัฒนานี้ได้คือภาครัฐ ที่จะต้องสนับสนุนการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การกำหนดนโยบายและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคให้ชัดเจนรวมทั้งให้การศึกษารู้อย่างทั่วถึง ซึ่งเมื่อนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็จะสามารถนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานได้เป็นอย่างดีและเป็นรูปธรรมและประสบความสำเร็จ และจะสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างแท้จริง

5.3 ข้อเสนอแนะทางการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ” ฉบับนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะทางการวิจัยในอนาคตดังต่อไปนี้

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในส่วนของการวิจัยในอนาคตนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาโดยควรมีการศึกษาในจังหวัดอื่นๆ เพิ่มเติม เพราะทุกจังหวัดในประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งสิ้น และแต่ละจังหวัดมีข้อจำกัดในด้านต่างๆที่แตกต่างกัน จึงอาจจะทำให้ได้มุมมองที่หลากหลายในการที่จะนำมาปรับนโยบายในการกระตุ้นวิสาหกิจและขนาดย่อมให้นำพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากขึ้น