

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปรากฏผลการศึกษาวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอ การสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. วิธีดำเนินการวิจัย
3. ผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบครัว ตำบลสองชั้น อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษารูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำเสนอสินค้าของชุมชนออกสู่ตลาดด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบครัว มีสมาชิกทั้งหมด 150 คน แยกเป็น คณะกรรมการ จำนวน 19 คน สมาชิกจำนวน 131 คน

##### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าเอกสารเกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้จากการผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ สถานภาพในกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบครัว ระยะเวลาการเข้าเป็นสมาชิก ระยะเวลาในการร่วมผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ความรู้ความเข้าใจ

เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เหตุจูงใจในการนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การนำเสนอสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน และการส่งสินค้า

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการประกอบการของกลุ่มเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมสำหรับนำเสนอสินค้าของชุมชน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการและผู้ซื้อสินค้า จำนวนผู้ซื้อและปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ราคาสินค้า สถานที่จำหน่ายสินค้า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการนำเสนอสินค้าของชุมชน รูปแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำเสนอสินค้าของชุมชน

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำและตรวจความเที่ยงตรงจาก คณะกรรมการที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน แล้วนำไปทดลองใช้กับผู้ผลิตหัตถกรรมจากไม้ที่ไม้ได้เป็นสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ แล้วนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีของ Cronbach's (Alpha) การเก็บรวบรวมข้อมูลและแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้ผลิตหัตถกรรมจากไม้ที่ไม้ได้เป็นสมาชิกกลุ่ม โดยอธิบายคำถามในแบบสอบถามและรับคืน โดยนัดหมายวัน เวลา ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนเมษายน 2546 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความความสมบูรณ์ของข้อมูล และนำไปวิเคราะห์

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ดังนี้

4.1 คำนวณหาร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการนำเสนอสินค้าของชุมชน รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำเสนอสินค้าของชุมชน

4.2 คำนวณหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อทราบความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการนำเสนอสินค้าของชุมชนในภาพรวม

4.3 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

## สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมสำหรับนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบครัว ตามสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ สรุปได้ดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 36 – 45 ปี การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คือ จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น อาชีพหลักส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท และมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไม้ต่ำกว่า 1,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบครัว ซึ่งมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกไม่เกิน 1 ปี และส่วนใหญ่เข้าร่วมผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ไม่เกิน 1 ปี ไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต ไม่มีประสบการณ์ในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ไม่มีประสบการณ์การขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ไม่มีความรู้ในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และเหตุจูงใจที่ต้องการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต คือ ต้องการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า

### 2. ความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบครัว อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

#### 2.1 ความต้องการนำเสนอสินค้าเพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นผู้จัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอสินค้ามากที่สุด และต้องการให้สถานศึกษาในท้องถิ่นเป็นผู้จัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอสินค้าให้น้อยที่สุด กลุ่มลูกค้าที่ต้องการนำเสนอสินค้ามากที่สุด คือ กลุ่มผู้ใช้สินค้า และกลุ่มพ่อค้าคนกลางน้อยที่สุด กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอสินค้าให้เป็นกลุ่มลูกค้าในประเทศมากที่สุด และเป็นกลุ่มลูกค้าต่างประเทศน้อยที่สุด โดยมีจุดประสงค์ในการนำเสนอสินค้าเพื่อขายสินค้ามากที่สุด และเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด

#### 2.2 ความต้องการวิธีการสั่งซื้อสินค้าเพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการใช้วิธีการสั่งซื้อสินค้า โดยตรงกับกลุ่มมากที่สุด และสั่งซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยที่สุด โดยไม่ต้องการหลักประกันในการสั่งซื้อสินค้ามากที่สุด และต้องการต้องการใบสั่งซื้อสินค้าน้อยที่สุด สำหรับความสามารถใน

การรับคำสั่งซื้อนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสินค้าผลิตไว้มากเพื่อรอการจำหน่ายมากที่สุด และจะผลิตสินค้าเมื่อมีคำสั่งซื้อสินค้าเท่านั้นน้อยที่สุด

**2.3 ความต้องการจัดส่งซื้อสินค้าเพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบุได้ดังนี้**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการวิธีการจัดส่งสินค้า คือ ต้องการให้ผู้ซื้อมารับสินค้าด้วยตนเองมากที่สุด และต้องการให้ร้านค้าที่รับสินค้าไปจำหน่ายที่อยู่ใกล้กับลูกค้าเป็นผู้จัดส่งสินค้าให้น้อยที่สุด โดยไม่มีการประกันการจัดส่งสินค้ามากที่สุด และมีการเปลี่ยนสินค้าให้ถ้าเกิดความเสียหายจากการขนส่งน้อยที่สุด สำหรับการจัดส่งสินค้านั้น มีความต้องการที่จะจัดส่งสินค้าตามความสะดวกของผู้ขายมากที่สุด และต้องการให้ร้านค้าที่รับสินค้าไปจำหน่ายที่อยู่ใกล้กับลูกค้าเป็นผู้จัดส่งสินค้าให้น้อยที่สุด

**2.4 ความต้องการวิธีการรับชำระเงินเพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบุได้ดังนี้**

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการรับชำระเงินจากลูกค้าโดยตรงมากที่สุด และต้องการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตน้อยที่สุด สำหรับนโยบายในการรับชำระเงินนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีนโยบายในการรับชำระเงินมากที่สุด และสามารถผ่อนชำระสินค้าเป็นงวดได้น้อยที่สุด โดยต้องการให้ใช้ชื่อกลุ่มเป็นผู้รับเงินมากที่สุด และใช้ชื่อรองประธานกลุ่มเป็นผู้รับเงินน้อยที่สุด

**3. รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำสินค้าของชุมชนออกสู่ตลาดด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**

### 3.1 ลักษณะการประกอบการของผู้ผลิตและผู้ซื้อสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าลักษณะการประกอบการของกลุ่มเป็นกลุ่มแรกไม่เงินทางการ ไม่มีกองทุนในการดำเนินงาน ไม่มีการบันทึกบัญชีหรือบันทึกบัญชีเมื่อมีได้ การบริหารการเงินและบัญชีไม่มีรูปแบบที่แน่นอน ไม่มีกฎระเบียบของกลุ่มที่แน่นอน ไม่เคยติดต่อค้าขายกับกลุ่มใดๆ เลย และมีความคิดเห็นว่าผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภค มีจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง

### 3.2 จำนวนผู้ซื้อและปริมาณการสั่งซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีผู้ซื้อสินค้าจำนวน 1 – 3 ราย โดยมีปริมาณการสั่งซื้อ 1 – 5 โหล ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการผลิต คือ ราคาสินค้า และมีปริมาณการสั่งซื้อสินค้าเป็นตัวกำหนดปริมาณการผลิต

### 3.3 ราคาสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดราคาสินค้า คือ ชนิดของไม้ที่นำมาผลิต ราคาสินค้าที่ขายมีทั้งราคาขายปลีกและขายส่ง มีราคาสินค้าในรายการชัดเจนหรือรูปสินค้า

### 3.4 สถานที่จำหน่ายสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าไม่มีสถานที่จำหน่ายสินค้า ไม่มีสถานที่จัดแสดงสินค้าที่ผลิต ไม่มีคนกลางในการจัดจำหน่ายสินค้า และแหล่งจำหน่ายสินค้า คือ ตลาดภายในชุมชนหรือภายในอำเภอที่ผลิต

### 3.5 สินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่ คือ ตะเกียบ ลูกค้าหรือผู้ซื้อเป็นปัจจัยที่กำหนดวัตถุดิบในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นวัตถุดิบในพื้นที่ทั้งหมด ปัจจัยกำหนดลักษณะสินค้า คือ ประเภทของไม้ ชนิดของไม้ที่นิยมนำมาผลิต คือ ไม้ตาล โดยสามารถผลิตสินค้าได้ตามแบบที่มีอยู่เท่านั้น ไม่มีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้า ไม่มีตราสินค้า และไม่มีบรรจุภัณฑ์

### 3.6 การส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าไม่มีการรับคืนสินค้า ไม่มีการออกร้านจำหน่ายและแสดงสินค้า ไม่มีการส่งเสริมการขาย และไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

### 3.7 การส่งเสริม สนับสนุน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าไม่เคยการได้รับการฝึกอบรม ไม่เคยได้รับการสนับสนุน และต้องการให้จัดหลักสูตรการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ มีผู้แสดงความคิดเห็นโดยมีความต้องการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าไปจำหน่ายในต่างประเทศ ทำให้เสนอขายสินค้าได้ไกลยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนสมาชิก มีความคิดเห็นว่า ถ้าใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอ สินค้าจะทำให้สามารถขายสินค้าได้แม้จะอยู่ที่บ้าน ประหยัดค่าใช้จ่าย

## อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนและรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำสินค้าของชุมชนออกสู่ตลาดด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์ นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

### 1. ความต้องการในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์

1.1 จากการศึกษาความต้องการ ในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ พบว่า ความต้องการให้องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นผู้จัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอสินค้าให้ อาจเป็นเพราะ ไม่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอสินค้า และยังไม่เคยใช้ระบบอินเทอร์เน็ตมาก่อน จึงทำให้เกิดความไม่มั่นใจที่จะนำเสนอสินค้าด้วยตนเอง ประกอบกับองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นองค์กรของภาครัฐที่อยู่ใกล้ชิดกับชุมชนมากที่สุดและผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลก็มาจากการเลือกตั้งซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น จึงทำให้เป็นองค์กรที่ถูกคาดหวังจากชุมชนว่าจะสามารถช่วยแก้ปัญหา ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนได้ และกลุ่มลูกค้าที่ต้องการนำเสนอสินค้าก็คือ ผู้ใช้สินค้า ซึ่งเหตุผลที่ต้องการนำเสนอสินค้าให้กับผู้ใช้สินค้า อาจเนื่องมาจากต้องการเสนอขายสินค้าให้กับผู้ใช้โดยตรง ไม่ต้องผ่านกระบวนการกระจายสินค้าในรูปแบบอื่นๆ เช่น ร้านค้า หรือพ่อค้าคนกลาง เป็นต้น ซึ่งการผ่านกระบวนการเหล่านี้จะต้องมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นหรือไม่ก็ต้องขายสินค้าให้ในราคาที่ต่ำกว่าราคาที่ขายให้กับผู้ใช้สินค้าโดยตรง กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ลูกค้าในประเทศมากที่สุดและกลุ่มลูกค้าต่างประเทศน้อยที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารเพราะถ้าเป็นลูกค้าในประเทศก็สามารถติดต่อสื่อสารพูดคุยกันได้สะดวกไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่นสามารถติดต่อสื่อสารกันได้หลายวิธีซึ่งถ้าเป็นลูกค้าต่างประเทศจะติดต่อสื่อสารกันลำบาก ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (2543 : 1-7) ที่กล่าวว่า ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพิ่มจากกลุ่มลูกค้าภายในประเทศเป็นไปด้วยความลำบาก เนื่องจากปัญหาเรื่องการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ และจุดประสงค์ที่ต้องการนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ เพื่อขายสินค้า ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากยังขาดความรู้ความเข้าใจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพียงพอและยังมองไม่เห็นประโยชน์ของการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในด้านอื่นๆ ประกอบกับยังมีความต้องการรายได้จากการขายสินค้าเพิ่มมากขึ้นเพื่อนำไปใช้ในการดำรงชีวิต

ในการจัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการนำเสนอเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบของเนื้อหาหรือข้อมูลในการนำเสนอ ซึ่งทำให้เว็บไซต์สามารถให้รายละเอียดหรือข้อมูลของสินค้าแก่ผู้ที่เข้ามาในเว็บไซต์ได้ครบถ้วน เพราะการทำการค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นเว็บไซต์จะเปรียบเสมือนหน้าตาของร้านที่จะต้องนำเสนอสิ่งที่เป็นจุดขายที่น่าสนใจหรือข้อแตกต่างจากกลุ่มอื่น และที่ต้องนำเสนอในเว็บไซต์จะต้องประกอบด้วยข้อมูลต่างๆ ที่ให้รายละเอียดแก่ลูกค้าได้ เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ทราบว่าสินค้าที่นำเสนอ ผู้ขายต้องการนำเสนอสิ่งใด ซึ่งจะส่งผลไปถึงการตัดสินใจซื้อของลูกค้า (จักกฤษณ์ นพคุณ, 2543 : 22-30) ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อสินค้าโดยตรงจากเว็บไซต์ และอาจจะรู้จักตัวตนร้านค้าที่มีอยู่บนเว็บไซต์มาแล้ว จึงมีความพร้อมที่จะรับการนำเสนอสินค้าที่กลุ่มเป็นผู้ผลิตขึ้น หรืออาจเป็นเพราะผู้ใช้สินค้าเป็นผู้ที่จะใช้ประโยชน์จากสินค้านั้น ซึ่งการที่จะให้ผู้ใช้สินค้ารับรู้ถึงเว็บไซต์หรือที่ตั้งร้านค้าบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นจะต้องมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ การโฆษณาสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมาย (ฉันทวุฒิ พิษผล, 2542 : 19) โดยอาจขอความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชนในการสร้างเว็บไซต์หรือฝากชื่อเว็บไซต์ไว้เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับลูกค้า นำเสนอเนื้อหา ข้อมูล รายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มไปสู่ลูกค้า เพราะการที่จะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจกับสินค้าหรือบริการของเรา (ฉันทวุฒิ พิษผล, 2542 : 103)

## 1.2 ความต้องการวิธีการสั่งซื้อสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การศึกษาความต้องการวิธีการสั่งซื้อสินค้าในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบนั้น ผลการศึกษาพบว่า ต้องการให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าโดยตรงกับกลุ่มในมากที่สุด อาจเนื่องมาจากยังเคยชินกับระบบการค้าในรูปแบบเดิมที่มีการติดต่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันแบบทันทีไม่ต้องการเวลาในการจัดส่ง คือ ขายสินค้าก็ได้รับเงินทันที ซึ่งแตกต่างกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นการค้าในรูปแบบใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการซื้อขายสินค้า และมีทางเลือกในการซื้อขายได้หลากหลายรูปแบบที่อาศัยเว็บไซต์เป็นสื่อกลาง เช่น ผู้ผลิตไม่จำเป็นต้องขายสินค้าด้วยตนเอง อาจมีธุรกิจที่เป็นตัวกลางที่รวบรวมผู้ซื้อและผู้ขายมาไว้ในที่เดียว โดยให้ผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกันเองผ่านเว็บไซต์ ทางโทรศัพท์ หรือพบปะกัน โดยตรง หรือจัดให้เกิดการประมูลขึ้น ตามความแตกต่างของชนิดของสินค้าและลักษณะของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า (นภตธ กมลวิลาสเสถียร, 2544 : 98-100) สำหรับการสั่งซื้อสินค้านั้น ผู้ศึกษาแยกแยะขบถถามส่วนใหญ่ไม่ต้องการรหัดกประการันในการสั่งซื้อสินค้า อาจเนื่องมาจากความต้องการให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าโดยตรงกับกลุ่ม ดังนั้นหลักประการันในการสั่งซื้อจึงไม่มีความจำเป็นประกอบกับ มีการผลิตสินค้าไว้มากเพื่อรอการจำหน่ายจึงทำให้ลูกค้าสามารถเลือก

สินค้าและรับสินค้าได้ทันที และการมีสินค้าที่ผลิตไว้มากนั้นหมายความว่า มีสินค้าคงคลัง (Stock) หรือการสำรองหรือการเตรียมสินค้าไว้เพื่อรองรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมที่จะทำให้การทำการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จอีกทางหนึ่งด้วย (หัวข้อคิดที่ส่งผลให้การทำ E-Commerce สำเร็จ. 2544) นอกจากนี้ คอนสแตนซ์ เอช แมคเคลเรน และบรูซ เจ แมคเคลเรน (Constance H. McLaren & Bruce J. McLaren. 2544 : 160) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าได้เลือกสินค้าแล้วผู้ขายจะต้องจัดระบบการสั่งซื้อที่สะดวกและง่ายดายให้แก่ลูกค้า เว็บไซต์บางเว็บไซต์ได้รับการออกแบบมาให้โอนลูกค้าไปที่พนักงานขายที่ร้านค้าปลีกหรือออกไปที่หมายเลขโทรศัพท์ฟรี วิธีการดังกล่าวอาจเป็นวิธีที่เหมาะสมกับการขายสินค้าที่มีองค์ประกอบที่ค่อนข้างซับซ้อน โดยผู้ขายจะต้องมีการประยุกต์ปรับเปลี่ยนไปตามประเภทสินค้าของตนเอง

### 1.3 ความต้องการวิธีการจัดส่งสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การศึกษาความต้องการวิธีการจัดส่งซื้อสินค้า ในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มหัตถกรรมที่บ้านบ้านหนองครอบนั้น ผลการศึกษา พบว่า ต้องการให้ผู้ซื้อมารับสินค้าด้วยตนเอง ที่เป็นเช่นนี้อาจมีผลสืบเนื่องมาจากความต้องการให้ผู้ซื้อส่งสินค้าโดยตรงกับกลุ่ม จึงทำให้ผู้ซื้อมารับสินค้าด้วยตนเอง และไม่มีกระบวนการจัดส่งสินค้า อาจเนื่องมาจากการประกอบการจัดส่งสินค้าจะมีค่าใช้จ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นความสำคัญของการประกอบการจัดส่งสินค้า ส่วนการจัดส่งสินค้านั้น ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการจัดส่งสินค้าตามความสะดวกของผู้ขาย ที่เป็นเช่นนี้อาจเกิดความกังวลเรื่องการจัดส่งสินค้าเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่จะเพิ่มขึ้นถ้าจัดส่งสินค้าตามความสะดวกของผู้ซื้อและอาจขาดความรู้ความเข้าใจในการทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถจัดการได้หลากหลายวิธีขึ้นอยู่กับการวางแผนและกรกำหนดข้อตกลงต่างๆ ที่ต้องแจ้งให้ผู้ซื้อทราบรายละเอียดก่อนการตกลงซื้อขาย เนื่องจากระบบการจัดส่งสินค้านั้นเป็นขั้นตอนที่จะเกิดขึ้นเมื่อมีการซื้อขายสินค้า จึง สุรรัชย์ สรรเสริญ (2545 : 35) กล่าวว่า วิธีการจัดส่ง สินค้าไปยังผู้ซื้อเป็นหน้าที่ที่จะต้องเกิดขึ้นเมื่อทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องเตรียมความพร้อมในเรื่องของภาระหน้าที่ในการจัดส่งและการกำหนดราคาค่าจัดส่งสินค้าว่าจะเรียกเก็บจากผู้ซื้อหรือจะบริการจัดส่งฟรีซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจด้วย เพราะการเลือกใช้วิธีการจัดส่งสินค้าที่สามารถสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกสบายของผู้ซื้อนั้น เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้โดยอัตโนมัติ โลกนี้เป็นศูนย์กลางที่มีจุดเริ่มต้นเมื่อผู้ซื้อเลือกชมสินค้าจากเว็บไซต์ทำการสั่งซื้อสินค้า ผู้ประกอบการก็ต้องทำการจัดส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อ ดังนั้นหากมีวิธีการจัดส่งสินค้าตามความเหมาะสมของผู้ซื้อและผู้ขายก็ทำให้ลดปัญหาและอุปสรรคในการทำการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อีกทางหนึ่ง



#### 1.4 ความต้องการวิธีการรับชำระเงินซื้อสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์

##### อิเล็กทรอนิกส์

##### การศึกษาความต้องการรับวิธีชำระเงินซื้อสินค้าในการใช้ระบบพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองกรอนนั้น ผลการศึกษา พบว่า ต้องการรับชำระเงินจากลูกค้าโดยตรง ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากวิธีการตั้งซื้อสินค้าที่ต้องการให้ตั้งซื้อสินค้าโดยตรงกับกลุ่มและต้องการให้ผู้ซื้อมารับสินค้าด้วยตนเอง ดังนั้นจึงต้องการรับชำระเงินจากลูกค้าโดยตรงด้วย ซึ่งการทำการค้าในปัจจุบันจะต้องมีวิธีการหรือทางเลือกที่หลากหลายให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีวิธีการชำระเงินในรูปแบบต่างๆ มากมายขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจของผู้ประกอบการ ส่วนความต้องการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากไม่คุ้นเคยและไม่มั่นใจในระบบการชำระเงินด้วยวิธีการนี้ว่าจะสามารถรับเงินจากลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ศึกษาเกี่ยวกับผู้ซื้อสินค้าเกี่ยวกับวิธีการชำระเงินที่ไม่มั่นใจในระบบการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เช่น กิตติคุณ พงษ์ขัยขันธ์ (2542 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีน้อยมากถ้าเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ เนื่องจากไม่มั่นใจในระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต สมเกียรติ ตั้งกิจวานิช (2542 : บทคัดย่อ) พบว่า ปัญหาสำคัญที่ผู้บริโภคไม่เคยซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเกิดเพราะไม่มีวิธีการชำระเงินที่ปลอดภัย ส่วน นุชมา มาลาศรี (2544 : 59-62) ศึกษาพบว่า ปัญหาของผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพราะไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัย และจากผลการศึกษาที่ผ่านมาจะเห็นว่าวิธีการชำระเงินเป็นปัญหาอุปสรรคสำคัญของผู้ซื้อสินค้าในระบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในปัจจุบันนั้นมีวิธีการรับชำระเงินที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เช็คอิเล็กทรอนิกส์ เงินสดดิจิทัล หรืออาจใช้วิธีที่คุ้นเคยกันอยู่ในปัจจุบัน เช่น การชำระเงินผ่านบัตร ATM เช็คเงินสด ธนาคาร การโอนเงินผ่านธนาคาร พาสคูปเก็บเงินปลายทาง เป็นต้น (จักรกฤษณ์ นพคุณ, 2543 : 22-30) ดังนั้น การวางแผนและเลือกวิธีการรับชำระเงินที่ดีที่ทำให้ผู้ซื้อเกิดความมั่นใจ เชื่อมั่นในความปลอดภัย ในวิธีการชำระเงินของผู้ขายหรือผู้ประกอบการ ก็จะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ส่วนนโยบายในการรับชำระเงินนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีนโยบายในการรับชำระเงิน อาจเนื่องมาจากความต้องการให้ตั้งซื้อสินค้า รับสินค้าและรับชำระเงินโดยตรงกับกลุ่มจึงทำให้ไม่มีนโยบายในการรับชำระเงินมากที่สุด และมีนโยบายให้สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวดได้น้อยที่สุด อาจเป็นเพราะยังขาด

ความรู้ความเข้าใจในการทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบกับยังไม่มีกรทำการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงยังไม่ได้กำหนดนโยบายการรับชำระเงินอย่างชัดเจนก็เป็นไปได้ แต่ถ้าทำการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้วการกำหนดนโยบายการรับชำระเงินที่แน่ชัด กำหนดวิธีการขายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เช่น มีส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อจำนวนมาก ซึ่งการกำหนดนโยบายนี้ก็ต้องมีความแน่นอนตั้งแต่ต้น เพราะจะมีผลกระทบต่อการพัฒนาเว็บไซต์ หรือร้านค้า รวมทั้งการพัฒนาโปรแกรมที่เกี่ยวข้องด้วย (วัชรพงศ์ ยะไวทย์, 2543 : 124) สำหรับผู้รับชำระเงินค่าสินค้านั้น ผู้ดูแลระบบสถานตามต้องควรใช้ชื่อกลุ่มในการรับชำระเงินมากที่สุด อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในกลุ่ม จึงทำให้ต้องการใช้ชื่อกลุ่มในการรับชำระเงิน ซึ่งจะทำได้สามารถทราบการรับ-จ่ายเงิน เกิดความโปร่งใส เพราะการจ่ายเงินของกลุ่มนั้นจะต้องมีผู้รับทราบหรือลงลายมือชื่อหลายคนทำให้เกิดความมั่นใจในการรับเงิน แต่จะมีข้อเสียในการทำนิติกรรมซึ่งอาจจะไม่สะดวก ไม่สามารถตัดสินใจได้ในทันที หรือถ้ามีการมอบอำนาจให้ผู้ใดรับผิดชอบหรือมีสิทธิในการทำนิติกรรมใดๆ ในนามกลุ่มแล้ว ก็จะต้องอาศัยความซื่อสัตย์ความไว้เนื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน ความจริงใจต่อกัน เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งในภายหลัง

## 2. รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำสินค้าของชุมชนออกสู่ตลาดด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลตองชั้น อำเภอสระดัง จังหวัดบุรีรัมย์

### 2.1 ลักษณะการประกอบการของผู้ผลิตและผู้ซื้อสินค้า

ลักษณะการประกอบการของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบนั้น มีลักษณะการประกอบการแบบไม่เป็นทางการ ไม่มีกองทุนในการดำเนินงาน ไม่มีการบันทึกบัญชีหรือบันทึกบัญชีเบื้องต้นได้ การบริหารการเงินและบัญชีไม่มีรูปแบบที่แน่นอน ไม่มีกฎระเบียบของกลุ่มที่แน่นอน ไม่เคยติดต่อกับกลุ่มใดๆ เลย ผู้ซื้อสินค้าเป็นผู้บริโภคและมีจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าคือ เพื่อใช้เอง ซึ่งลักษณะการประกอบการของผู้ผลิตและผู้ซื้อสินค้านั้นถ้าทำการค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้วจะมีรูปแบบเป็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer-to-Consumer หรือ C-to-C) ซึ่งเป็นการค้าปลีกระหว่างบุคคลทั่วไปหรือระหว่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกัน มีเป้าหมายหลักในการช่วยให้ผู้บริโภคสามารถนำสินค้าเข้ามาขายและเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการได้สะดวกและมั่นใจในการซื้อขายว่าจะไม่ถูกฉ้อโกง โดยปัจจัยที่ส่งเสริมให้ทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จก็คือ การมีตัวเลือกหลากหลาย ซึ่งเป็นจุดดึงดูดใจให้ผู้ซื้อและผู้ขายเข้ามาร่วมกันในตลาด (วัชรพงศ์ ยะไวทย์, 2543 : 49) ซึ่งสอดคล้อง

กับ นพดล กมลวิลาสเสถียร. 2544 : 49) ที่กล่าวถึงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบนี้ไว้ว่า เป็นรูปแบบธุรกิจที่ผู้ขายนำสินค้าหรือบริการ (Goods and Services Producer Business) ธุรกิจประเภทนี้จะเป็นการขายสินค้าให้กับผู้ซื้อ ที่ผู้ขายจะรับผิดชอบต่อดินส้านและบริการนั้นๆ โดยตรง ได้แก่ ผู้สร้างผลิตภัณฑ์กายภาพ (Physical Goods Producers) ธุรกิจกลุ่มนี้จะทำให้มีด้านและพัฒนาผลิตภัณฑ์และควบคุมการผลิตสินค้าด้วย โดยขายรายทางจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อโดยตรงด้วย บางรายก็จะจำหน่ายผ่านธุรกิจอีกทีหนึ่ง หรือบางรายอาจจะใช้ทั้งสองวิธีร่วมกัน เช่น บริษัท Dell, Cisco เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตต้องคำนึงถึง ก็คือ การซื้อสินค้าในธุรกิจรูปแบบนี้ยังอยู่ในจำกัดคือ ซื้อเพื่อใช้เองเท่านั้น และยังมีปัจจัยเกี่ยวกับข้อจำกัดเกี่ยวกับกฎหมาย เนื่องจากยังมีกฎหมายรองรับไม่เพียงพอที่จะทำให้ผู้ซื้อสินค้านั้นใจในการซื้อสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ข้อจำกัดทางด้านภาษี เป็นต้น และสำหรับผู้ประกอบการเองก็ต้องมีการเขียน Disclaimer หรือคำบรรยายที่แจ้งว่าจะรับผิดชอบหรือไม่รับผิดชอบในเรื่องใดบ้าง รวมทั้งการขนส่งสินค้า ซึ่งต้องคำนึงถึงน้ำหนักของสินค้า อัตราค่าขนส่งสินค้า เพราะสิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงราคาสินค้าด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกันสินค้าเสียหาย ในขณะที่ขนส่ง ซึ่งในบางครั้งผู้ประกอบการอาจไม่เห็นถึงความสำคัญของการเพราะอาจส่งผลถึงราคาสินค้า แต่นั่นอาจจะไม่คุ้มค่าเมื่อเกิดความเสียหายกับสินค้า ดังนั้นปัญหาอุปสรรคที่กล่าวมาข้างต้นจึงต้องหาทางป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดความไม่สะดวกในการทำการค้า และประยุกต์ให้เหมาะสมกับลักษณะการประกอบการของผู้ผลิตสินค้าที่ยั่งยืนต่อไป (วัชรพงศ์ ชะไวทย. 2543 : 55-59)

## 2.2 จำนวนผู้ซื้อและปริมาณการสั่งซื้อ

จำนวนผู้ซื้อสินค้ามีจำนวน 1-3 ราย มีปริมาณการสั่งซื้อ 1-5 โหล ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดชนิดของสินค้า คือ ราคาสินค้า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดปริมาณการผลิต คือ ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ รัตนา งามสง่า (2543 : 165) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคมีความสนใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ ในแบบ One-Stop-Shopping นั่นคือ สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตั้งแต่การสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน การรับสินค้า ส่วนผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าโดยการขนส่ง ซึ่งเป็นการทำธุรกิจแบบ Inside Out จะต้องปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจให้เป็นแบบ Outside In หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ต้องปรับปรุงให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภค ไม่ใช่มองแต่เฉพาะผลิตภัณฑ์ของตนเอง ซึ่งจะทำให้การทำการค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีปัญหาความไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับความปลอดภัยในการชำระเงินและคุณภาพของสินค้าที่ผู้ประกอบการต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อสินค้า และควรทำให้ผู้ซื้อทราบว่าสามารถคาดหวังจากผู้ผลิตได้บ้าง โดยการจัดหาข้อมูลความต้องการในการใช้

สินค้าหรือบริการต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการ และเมื่อมีข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่การกลับมาสั่งซื้อสินค้าและบริการอีกในอนาคต

### 2.3 ราคาสินค้า

ราคาสินค้า ของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอกนั้น ตามความคิดเห็นของ คณะกรรมการและสมาชิก พบว่า ชนิดของไม้เป็นปัจจัยในการกำหนดราคาสินค้า มีราคาขายสินค้า ทั้งราคาขายปลีกและขายส่ง มีราคาสินค้าในรายการชัดเจนพร้อมรูปเป็นค่า ซึ่ง สำนักมาตรฐาน การศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย (2545 : 37-45) กล่าวถึง การกำหนดราคาว่า การกำหนดราคาที่เหมาะสมในสภาพการแข่งขันของตลาดที่มีลักษณะแตกต่างกันไป มีส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จซึ่งอาจใช้คู่แข่งเป็นเกณฑ์ ซึ่งจะต้องใช้การสำรวจตลาดก่อนกำหนดราคา และนำราคาขายในปัจจุบันมาเปรียบเทียบด้วย โดยถ้าเป็นสินค้าที่มีผู้จำหน่ายหรือมีผู้ขายสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีสินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือลักษณะมาตรฐานเดียวกัน และสามารถใช้ทดแทนกันได้ ง่ายอีกทั้งยากที่จะสร้างความแตกต่างทางด้านคุณภาพ ซึ่งถ้าหากเป็นเช่นนี้ผู้ขายควรตั้งราคาสินค้า ให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับราคาตลาด และถ้ากรณีเป็นสินค้าที่มีผู้ขายน้อยรายซึ่งมักจะเป็นสินค้า ประเภทเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ผลิตรายใดไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจำหน่าย และอื่นๆ ทำให้มีผลต่อการตั้งราคาของผู้แข่งในตลาดค่อนข้างมา ดังนั้น การเข้าสู่ ตลาดของผู้ขายรายใหม่ มักใช้วิธีการเจาะตลาดโดยกำหนดราคาที่ต่ำเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภค หันมาใช้สินค้าของตน และเมื่อเป็นที่ยอมรับและนิยมของตลาดแล้วก็ค่อยๆ ปรับราคาเพิ่มขึ้น จาก องค์ประกอบเหล่านี้ ถ้าทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว การกำหนดราคาสินค้านั้นผู้ผลิต ต้องคำนึงถึงต้นทุนในการผลิต หีบห่อ อัตราค่าขนส่ง และอาจรวมถึงการประกันความเสี่ยง และ ถ้าเปิดเว็บไซต์โดยจดทะเบียนของตนเองก็จะต้องคำนึงถึงอัตราค่าบริการการจดทะเบียนและอัตรา ค่าบริการอินเทอร์เน็ตด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2541 : 35) ที่กล่าวว่า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้า ก็จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งการกำหนดราคาต้องคำนึงถึง คุณค่าที่รับรู้ ในสายตาลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่า การยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้อง การแข่งขัน และปัจจัยอื่นๆ นอกจากนี้ ชื่น กุสุวรรณ และสมชาย น้าประเสริฐชัย. (2543 : 129) ได้กล่าวถึงเรื่องราคาว่า เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงลูกค้าเพราะราคาสินค้าจะมีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้าของลูกค้าเนื่องจากเป็นเรื่องที่ลูกค้าจะได้ประโยชน์และจะเลือกในสิ่งที่ตนเองคิดว่าดีที่สุด และ วิชรพงศ์ ยะไวทย์. (2543 : 105) กล่าวว่าในเรื่องของราคาสินค้านั้น ถ้าหากเราเข้าใจ ความต้องการของลูกค้า หรือปัจจัยที่เขาใช้ในการพิจารณาการซื้อแล้ว ราคาสินค้าไม่ได้หมายถึง การเอาต้นทุนบวกกำไร แต่หมายถึง การตั้งราคาที่สมเหตุสมผลกับคุณค่าของสินค้านั้นๆ หรือราคา

ที่ถูกขายอมรับได้ นั่นก็คือ ราคาถูกไม่ได้ขายได้เสมอไป นอกจากนี้จะต้องปรับสมดุลในเรื่องของ อัตราการขนส่งให้ได้ เพราะสินค้าบางอย่างเบาไม่ถึง 500 กรัมแรกของอัตราค่าขนส่ง ซึ่งจะทำให้ค่าขนส่งแพงเป็นจำนวนหลายเท่าของมูลค่าสินค้าจริง ทำให้ผู้ซื้อรู้สึกว่าไม่คุ้มกับการสั่งซื้อ ทางออก ก็คือ กำหนดปริมาณการสั่งให้มีน้ำหนักเลขจุด 500 กรัมแรก เป็นต้น

#### 2.4 สถานที่จำหน่ายสินค้า

สถานที่จำหน่ายสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ไม่มีสถานที่จำหน่ายสินค้า ไม่มีที่จัดแสดงสินค้าที่ผลิต แหล่งจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในชุมชนหรือภายในอำเภอที่ผลิต ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer-to-Consumer หรือ C-to-C) ซึ่ง วัชรพงศ์ ยะไวทย์ (2543 : 49) กล่าวว่าไว้ว่าเป็นรูปแบบของการค้าปลีกระหว่างบุคคลทั่วไปหรือระหว่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกัน สอดคล้องกับ นภคค กมลวิลาสเสถียร (2544 : 56) ที่กล่าวว่าธุรกิจรูปแบบนี้เป็นเป้าหมายหลักในการช่วยให้ผู้นำสินค้าเข้ามาให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้สะดวก จะดึงดูดใจให้ผู้ซื้อและผู้ขายเข้าร่วมในตลาด ซึ่งถ้าเป็นการค้าแบบปกติก็เทียบ สถานที่ที่สามารถติดต่อหรือที่วางจำหน่ายสินค้า แต่ถ้าทำการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว ยิน กุสุวรรณ และสมชาย นำประเสริฐชัย. (2543 : 130) กล่าวว่าไว้ว่าสถานที่ตั้งหรือจำหน่ายสินค้า หมายถึง WWW ที่ทำให้เกิดสภาพการบริการแบบที่เดียวได้ในสิ่งที่ต้องการ ทำให้เกิด One Stop Shopping โดยต้องคำนึงถึงการกำหนดเป้าหมายว่าถึงรูปแบบของเว็บไซต์ พื้นที่ของเว็บไซต์ การเลือกใช้โฮสต์ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าบริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญหรือหน่วยงานของรัฐให้คำปรึกษาและสนับสนุน

#### 2.5 สินค้า

สินค้าที่กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบผลิตส่วนใหญ่ คือ ตะเกียบ ปัจจัยที่กำหนดวัตถุดิบในการผลิต คือ ถูกค้าหรือผู้ซื้อ แหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นวัตถุดิบในพื้นที่ทั้งหมด ปัจจัยกำหนดลักษณะสินค้า คือ ประเภทของไม้ ชนิดของไม้ที่นำมาผลิตส่วนใหญ่ คือ ไม้ตาล กลุ่มสามารถผลิตสินค้าได้ตามแบบที่มีอยู่เท่านั้น ไม่มีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้า ไม่มีตราสินค้าและไม่มีบรรจุภัณฑ์

จากข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ จะพบว่ากลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบยังมีความยึดหยุ่นในการผลิตสินค้า ซึ่งถ้าแยกตามจุดประสงค์ในการใช้ผลิตภัณฑ์แล้วจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งเป็นสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองเป้าหมายส่วนบุคคลแก่ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย (สำนักงานมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ และสำนักมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย. 2545 : 37-45) นอกจากนี้จะต้องมีการปรับแต่งสินค้าให้เข้ากับยุคค้า และมีการตั้งราคาที่เหมาะสม และสร้างจุดเด่นของสินค้าเพื่อให้เกิด

ความแตกต่างเพื่อนำมาเป็นจุดขาย เนื่องจากตัวสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการขาย ซึ่ง รัชพงศ์ ยะไวทย์. (2543 : 104) กล่าวถึงสินค้าหัตถกรรมว่าเป็นสินค้าที่จะมีการขายแบบเรื่อยๆ ค่อยเป็น ค่อยไป ช้าๆ แต่มันคง ซึ่งก็ต้องขึ้นอยู่กับทางเลือกตลาดเป้าหมายหรือกลุ่มเป้าหมาย ประเภทของ สินค้าหัตถกรรมนั้นคืออะไร มีในตลาดมากหรือไม่ ซึ่งสินค้าประเภทนี้โดยทั่วไปแล้วไม่ได้แข่งขันกันที่ ราคา แต่แข่งขันที่ดีไซน์ การออกแบบ เอกลักษณ์หรือคุณค่าของสินค้า นอกจากนี้สิ่งที่ต้อง คำนึงถึงในการทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสินค้าหัตถกรรม ก็คือจะต้องทราบถึงสินค้า แต่ละอย่างว่าผู้ซื้อซื้ออย่างไร ซื้อที่คุณค่า ดีไซน์หรือรสนิยม เพื่อให้ทราบว่าต้องเสนอขาย อย่างไร เพราะฉะนั้นถ้าทำการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบครัวจะต้องมีผู้ที่มีความสามารถด้านการออกแบบสินค้าใหม่ๆ รวมทั้งจะต้องมี บรรพบุรุษเพื่อเพิ่มคุณค่าให้สินค้า ต้องมีการสำรวจสินค้าให้มากเพื่อรองรับคำสั่งซื้อและการส่ง สินค้าให้ตรงตามกำหนดเวลา (ขงหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 11 พฤศจิกายน. 2544) ซึ่งสอดคล้องกับหัวข้อคิดที่ส่งผลให้การทำ E-Commerce สั้นวิ่ง. (2544) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่ ส่งเสริมให้ทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับสินค้า (Product) ว่าต้องมีการกำหนดประเภทของสินค้าที่ขาย ต้องคำนึงว่าเมื่อนำสินค้ามาขายแล้วต้องมีผู้ซื้อ ต้องมี สินค้าคงคลัง (Stock) มีการสำรวจสินค้า

## 2.6 การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบครัวนั้นใน ภาพรวมไม่มีการรับคืนสินค้า ไม่มีการออกร้านจำหน่ายและแสดงสินค้า ไม่มีการส่งเสริมการขาย ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

การส่งเสริมการขายเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นการให้ข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อ สร้างทัศนคติและพฤติกรรมกรซื้อ โดยอาจมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และ คนอื่นๆ. 2541 : 36) โดยเริ่มจากการสำรวจตนเอง การสำรวจตลาด ต้องทราบความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย และ รัชพงศ์ ยะไวทย์. (2543 : 182) กล่าวว่า ถ้าทำการค้าด้วยระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ จะต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก โดยประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ ค้นหา (Search Engines) ซึ่งเปรียบเสมือนสมุดโทรศัพท์หน้าเหลืองบนระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ ลูกค้หรือผู้ที่สนใจสินค้าสามารถค้นหาเว็บไซต์ได้ การทำโฆษณาเว็บไซต์แบบ Banner Advertising หรือการทำป้ายขนาดเล็ก ได้คิดไว้ตามเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก หรือเป็น Sponser Skip หรือการเข้าไปเป็นผู้สนับสนุนเว็บไซต์ ซึ่งจะต้องมีการวางแผนในการ โฆษณาว่าจะ โฆษณาอย่างไร ชื่อโฆษณาจากใคร เว็บไซต์ใด ซึ่งสอดคล้องกับ ศรีรัตน์ จงเจริญมณีกุล และ อัจฉรา จันทร์แสงอร่าม. (2543 : 24-25) ที่กล่าวถึงปัจจัยการส่งเสริมการขายในระบบพาณิชย์

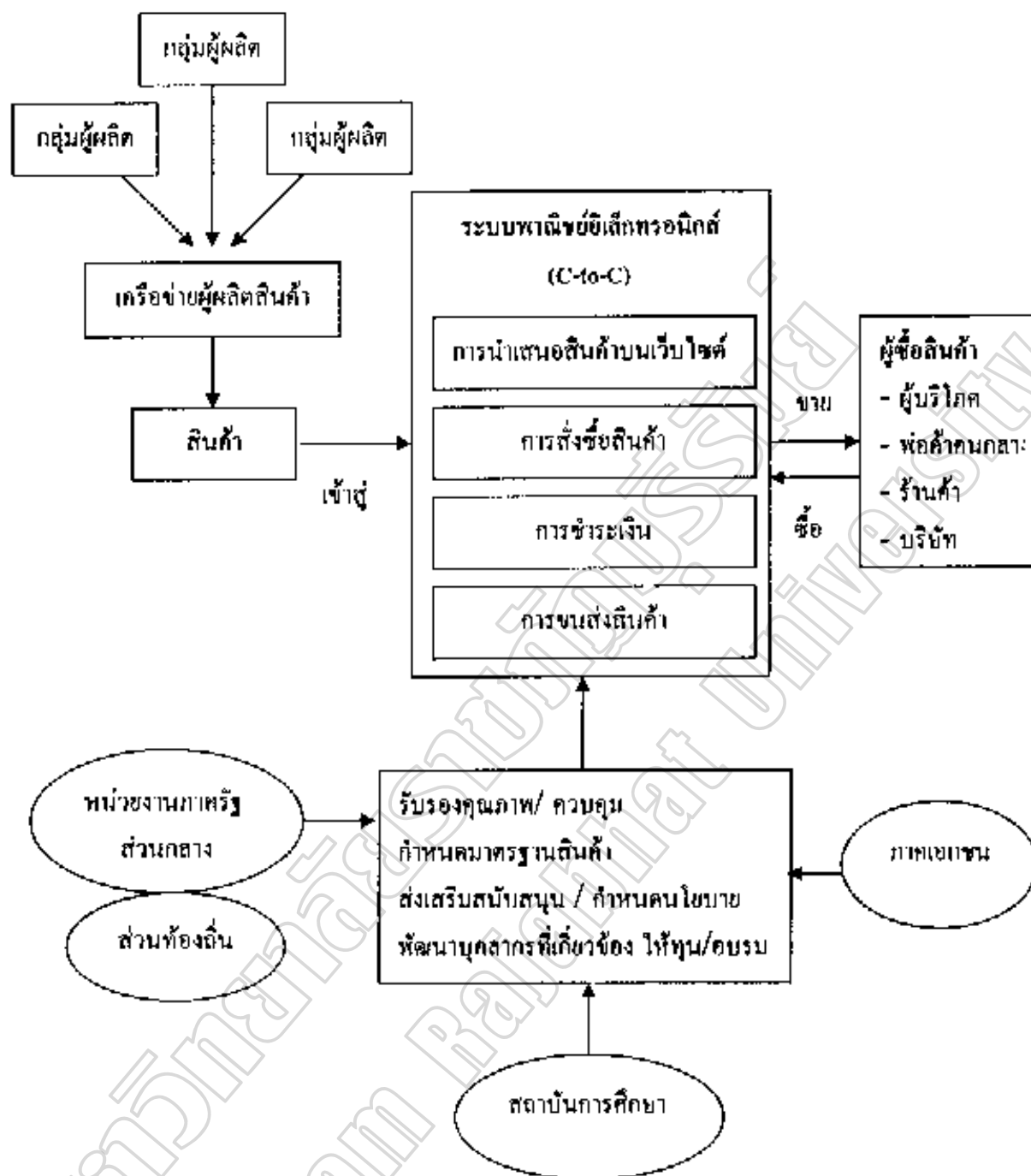
อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การมีชื่อเว็บไซต์ที่ดี ใช้งานง่าย มีการกำหนดแผนงานและเป้าหมายชัดเจน มีช่องทางการประชาสัมพันธ์และการขยายตลาดที่มีประสิทธิภาพ ผู้ให้บริการและดำเนินงานมีความชำนาญหรือมีความสามารถด้านเทคนิค มีการนำเสนอข้อมูลใหม่ๆ และการทำเว็บไซต์ให้น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเนื้อหา ตัวสินค้าหรือบริการที่น่าเสนอและเทคนิคการขาย ที่จะทำให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์หันมาเป็นลูกค้าประจำ และเกิดความประทับใจ

ฉะนั้นถ้าหากกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบมีการปรับปรุงแก้ไขจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว โอกาสที่จะประสบความสำเร็จเมื่อมีการนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็มีแนวโน้มไปได้มากขึ้น

## 2.7 การส่งเสริม สนับสนุน

กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการฝึกอบรม และไม่ได้รับการสนับสนุน มีความต้องการให้จัดอบรมในหลักสูตรการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งทางกลุ่มจะต้องมีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสินค้าให้มากขึ้น หาแหล่งสนับสนุนเงินทุนในการดำเนินงาน เพื่อการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเตรียมพร้อมในการนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญก็คือ สินค้า ต้องมีการพัฒนารูปแบบให้หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าเลือกได้ตามความต้องการเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในอนาคต

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ รูปแบบของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำเสนอสินค้าของชุมชนได้ดังนี้



ภาพประกอบ 54 แสดงรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมสำหรับสินค้าของ

ชุมชน



## ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

การดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบยังขาดความรู้ ทักษะ เทคนิคการจัดการ ประสิทธิภาพ และบุคลากร ดังนั้นการนำสินค้าเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต้องใช้เวลาและความพยายามซึ่งจะต้องมีความพร้อมในด้านต่างๆ ดังนี้

1. บุคลากร บุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้กลุ่มสามารถนำสินค้าเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นจะต้องมีการเตรียมบุคลากรในด้านต่างๆ ให้พร้อม โดยอาจมีการจัดอบรมหลักสูตรต่างๆ ให้แก่สมาชิกกลุ่มตามความสนใจและพื้นฐานของแต่ละบุคคล เช่น จัดหลักสูตรฝึกอบรมเทคนิควิธีการผลิตสินค้า หลักสูตรการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบ หลักสูตรการตลาด หลักสูตรการจัดการและการกระจายสินค้า หลักสูตรการขายสินค้า หลักสูตรคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต หลักสูตรพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งหลักสูตรที่กล่าวมาข้างต้นทางกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบอาจขอความร่วมมือสนับสนุนในการฝึกอบรมจากหน่วยงานของรัฐ หรือสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น

2. สินค้า เป็นสิ่งที่จะต้องนำเสนอออกสู่ตลาดหรือผู้ซื้อ ดังนั้นตัวสินค้าจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ มีสินค้าหลากหลายให้ผู้ซื้อเลือก รวมทั้งต้องมีการผลิตสินค้าให้รูปแบบใหม่ๆ ออกสู่ตลาด โดยอาจแยกเป็นประเภท เช่น กระจุกันผลิตตะเกียบ ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้ในครัวเรือน ก็ควรผลิตสินค้าตามสายผลิตภัณฑ์ เช่น ช้อน ทัพพี แก้วน้ำ จานรองแก้ว จาน ชาม เป็นต้น และก็ต้องมีรูปแบบที่หลากหลายในขั้นต้นแต่ละชนิด เพื่อให้ผู้ซื้อเลือกได้ตามความต้องการ นอกจากนี้อาจมีการผลิตเครื่องประดับจากไม้ เช่น ที่หมั้นผม เข็มกลัด ป้ายเลขที่บ้าน แจกัน หรือผลิตของชำร่วย เช่น การทำตะเกียบในขนาดเล็กลง แก้วขนาดเล็ก เพื่อเป็นของชำร่วย เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

นอกจากตัวสินค้าแล้ว การบรรจุภัณฑ์ก็เป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถขายสินค้าได้มากยิ่งขึ้น ไม่เพียงแต่สามารถปกป้องสินค้า แต่ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วย ดังนั้นจะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้แก่สินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท นอกจากนี้การรับรองคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานเป็นที่เชื่อถือก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความเชื่อมั่นในสินค้าและตัวผู้ขาย เนื่องจากอุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งในการทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ประสบความสำเร็จก็คือ ความไม่มั่นใจในตัวสินค้า และคุณภาพของสินค้า ประกอบกับนิสัยของคนไทยที่นิยมซื้อสินค้าที่ได้จับต้องและสัมผัส

ดังนั้นจะต้องมีสถานที่จัดแสดงสินค้าเพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าที่ต้องการชมและสัมผัสสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า

3. รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบน่าจะทำได้เมื่อเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ก็คือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคเพื่อเป็นการทดลองตลาดก่อน หรืออาจไปฝากขายสินค้ากับหน่วยงานของภาครัฐหรือเอกชนที่เป็นตัวกลางสารสนเทศ ซึ่งตัวกลางดังกล่าวนี้ จะสร้างเว็บไซต์ตัวกลางเพื่อให้ผู้ขายเข้าไปขายสินค้าที่ต้องการ โดยมีการแสดงราคา ลักษณะของสินค้า ให้ผู้ซื้อเข้ามาเลือกชมและเมื่อลูกค้าต้องการซื้อสินค้าก็ติดต่อกับผู้ผลิตโดยตรง วิธีการนี้เป็นการทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบผสมเป็นการทำการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้นไม่เต็มรูปแบบ และถ้าในอนาคตทางกลุ่มมีความพร้อมทั้งด้านเทคโนโลยี บุคลากร และมีความรู้ความเข้าใจขั้นตอน กระบวนการทำการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยิ่งขึ้นแล้วจึงพัฒนาไปสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งจะต้องอาศัยระยะเวลาเพื่อให้เกิดประสบการณ์และความชำนาญ

ดังนั้นรูปแบบที่จะส่งเสริมให้กรนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของชุมชนสามารถดำเนินการไปได้ด้วยดี จะต้องอาศัยภาครัฐเข้ามาให้การช่วยเหลือไม่ว่าจะเป็นในส่วนกลาง กระทรวง ทบวง กรม ต่างๆ หรือส่วนท้องถิ่น จังหวัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดหรือองค์การบริหารส่วนตำบลเช่น ฝึกอบรมช่วยเหลือในการนำเสนอสินค้า โดยจัดรวบรวมสินค้าของชุมชน โดยแยกหมวดหมู่สินค้าให้ผู้ที่จะเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลหรือองค์การบริหารส่วนจังหวัดสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้สะดวก ซึ่งเป็นการใช้เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการเป็นตัวกลางในการนำเสนอสินค้า ซึ่งจะส่งผลคือองค์กรของภาครัฐและชุมชนให้มีการพัฒนาการทำการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยต่อไป

2.1 ศึกษาวิจัยเพื่อประเมินความพร้อมของธุรกิจชุมชนในการนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของชุมชน

2.2 ทำการศึกษาวิจัยโดยทดลองทำการค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอน ปัญหาอุปสรรคในภาคปฏิบัติ ของการนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์