

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

ภายหลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2540 ทำให้สังคมไทยได้ตระหนักถึงการพัฒนาประเทศอย่างไรให้มีความสมดุลและยั่งยืน ภาครัฐจึงได้มีการออกนโยบายและมาตรการเพื่อกอบกู้วิกฤตเศรษฐกิจหลายมาตรการและหนึ่งในมาตรการนั้นคือ การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยได้มีการออกเป็นพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 รวมถึงกรอบนโยบายในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) ก็ได้มีการกล่าวถึงการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือที่เรียกกันว่า SMEs (Small and Medium Enterprises) มีความสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจและสังคมไทย สามารถสร้างมูลค่าแก่ระบบเศรษฐกิจอย่างมหาศาล ทั้งในแง่ของการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างรายได้ ในบทบาทที่หลากหลายเป็นได้ทั้งผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า และผู้ให้บริการ เพื่อมุ่งเน้นที่จะใช้ศักยภาพของ SMEs สร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ แนวทางการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐได้ดำเนินการผ่านหน่วยงานของรัฐบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการคลัง และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ตามยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs ซึ่งครอบคลุมการพัฒนา SMEs ในหลายด้าน เช่น ความช่วยเหลือด้านการเงิน การพัฒนาด้านการผลิตและการตลาด การส่งเสริมด้านการวิจัยพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาด้านบุคลากร การแก้ไขกฎระเบียบ กฎหมายให้เอื้อต่อการพัฒนาของ SMEs

ถึงแม้ว่าจะมีการส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐและเอกชน ในการเพิ่มศักยภาพด้านต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อพัฒนา SMEs แต่ก็ยังพบว่าในการดำเนิน SMEs ของผู้ประกอบการหลายรายประสบปัญหาและอุปสรรค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายตลาดและฐานลูกค้า เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เงินลงทุนจำกัด ไม่สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางได้

รูปแบบหนึ่งที่ภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุน ให้ผู้ประกอบการ SMEs ใช้เป็นเครื่องมือ คือ การนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาช่วยในการดำเนินธุรกิจและให้บริการแก่ลูกค้าของตน หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce หรือ E-Commerce) E-Commerce คือ การค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ โทรศัพท์มือถือหรืออื่นๆที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป คือ การค้าบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือ อินเทอร์เน็ตคอมเมอร์ซ ซึ่งสามารถทำการค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรงและสะดวกด้วยต้นทุนที่ต่ำ อีกทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสในการทำธุรกิจแก่ผู้ที่มีเงินหมุนเวียนไม่มาก (สมัชชา โยชนชัยสาร, 2544 : 16)

สื่อประเภทที่มีบทบาทสูงที่สุดในปัจจุบันได้แก่ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วทุกมุมโลกสามารถติดต่อสื่อสารและค้นหาแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้าที่ต้องการได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารทางการค้าโดยใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail), การสืบค้นข้อมูลทางการค้าผ่านเครือข่ายเชื่อมโยงข้อมูลของอินเทอร์เน็ต (World Wide Web) หรือการถ่ายโอนข้อมูล (File Transfer) เพื่อให้ประโยชน์ทางการค้า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เอื้ออำนวยให้การทำธุรกรรมทางการค้า (Commercial Transaction) มีความสะดวกรวดเร็วและแม่นยำ ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนของการโฆษณาสินค้า (Advertising) ,การสั่งซื้อ (Ordering) , การชำระเงิน (Payment) , ไปจนถึงการระบบขนส่งสินค้าและบริการ (Product and Service Delivery) ซึ่งล้วนใช้อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อได้ทั้งสิ้น การทำการค้าโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเพิ่มปริมาณขึ้นอย่างรวดเร็วทั่วโลก (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2543 : 11)

ในปัจจุบัน รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการทำธุรกิจโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา โดยจัดการอบรมให้ความรู้ สนับสนุนให้ SMEs นำเอาข้อมูลของกิจการ ตลอดจนรายละเอียดของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการมานำเสนอผ่านเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน แต่อย่างไรก็ตาม ในส่วนภูมิภาคการดำเนินธุรกิจโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาค SMEs อาจยังไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าใดนัก มีเพียงส่วนน้อยที่ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างจริงจังและพัฒนาปรับปรุงรูปแบบธุรกรรมให้ทันสมัย งานวิจัยในครั้งนี้ จะทำการสำรวจสภาพการใช้ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านประโยชน์ที่ได้รับจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าสู่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งศึกษาความต้องการในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาสภาพการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่
- 2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นในประโยชน์ที่จะได้จากการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่
- 3 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่
- 4 เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาสภาพการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความคิดเห็นด้านประโยชน์ที่จะได้รับและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการในการพัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่

สภาพการใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การสื่อสารทางการค้าโดยใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) หรือ การสืบค้นข้อมูลทางการค้าผ่านเครือข่ายเชื่อมโยงข้อมูลของอินเทอร์เน็ต (World Wide Web) หรือ เว็บไซต์ของหน่วยงานธุรกิจ องค์กร ห้างร้าน หรือ บุคคลใดที่ได้มีการนำเสนอที่แสดงถึงกระบวนการหรือธุรกรรม เช่น การให้บริการจอง สั่งซื้อ เจจ่า ต่อรอง การประมูล การชำระเงิน และธุรกรรมในรูปแบบอื่นๆ อย่างน้อยรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือ เว็บไซต์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เว็บไซต์ของหน่วยงานธุรกิจ องค์กร ห้างร้าน หรือ ตัวบุคคลที่มีการแนะนำและให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล องค์กร ร้านค้า หรือสินค้าต่างๆ ใน เว็บไซต์นั้นๆ นอกจากนี้ยังหมายรวมถึง รูปแบบการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ใน 2 ประเภท คือ หนึ่งการฝากสินค้าขายของบน Shopping Mall (เป็นศูนย์รวมการขายสินค้าขนาดใหญ่บนอินเทอร์เน็ต คล้ายกับศูนย์การค้า) หรือ ไซเบอร์มอลล์ (Cyber Mall) หรือ การสร้างร้านค้าออนไลน์-

จากผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ CSP (E-Commerce Service Provider) และสองการสร้าง Web Site ของตัวเอง

ระดับความสำคัญต่อเว็บไซต์ที่ให้บริการรับฝากข้อมูลเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การให้ความสำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อการให้บริการด้านต่างๆ ของเว็บไซต์ที่สนับสนุนข้อมูลทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกิจการ SMEs หรือจากผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ CSP ได้แก่ด้าน การออกแบบเว็บไซต์ที่น่าสนใจ ง่ายต่อการใช้งาน ทั้งผู้เยี่ยมชม และผู้ประกอบการที่ฝากสินค้าขาย การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย การเปลี่ยนแปลงข้อมูล ระบบการซื้อ-ขาย การชำระเงิน การให้คำปรึกษา ข้อมูลข่าวสาร การฝึกอบรม

ความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในด้านต่างๆ ได้แก่ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ขยายฐานลูกค้า ขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศ ศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ เพิ่มยอดขาย/รายได้ให้กิจการ ลดขั้นตอนการทำงาน เสริมภาพพจน์ของกิจการ ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย

ความพร้อม ตลอดจนปัญหาและอุปสรรค ในการเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ SMEs ด้านต่างๆ เช่น ความพร้อมของผู้บริหาร เงินทุน เทคโนโลยีของกิจการ บุคลากร ระบบสินค้าคงคลัง การขนส่ง ระบบการเก็บเงิน

นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงความต้องการในการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่กิจการใช้อยู่ในปัจจุบัน ตลอดจนประเด็นหรือหัวข้อที่ผู้ประกอบการต้องการ ในด้านความรู้ความเข้าใจเพื่อพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกิจการในอนาคต

## 2. ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษาเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีรายชื่อกิจการในเว็บไซต์ไทยตำบลต่อท่อม ([www.thaitambom.com](http://www.thaitambom.com)) โดยเก็บข้อมูลจาก ผู้ประกอบการ เจ้าของกิจการ หุ้นส่วนของกิจการ ผู้จัดการ พนักงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับมอบหมาย

## นิยามศัพท์

**วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม** หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs (Small and Medium Enterprises) มีความหมายครอบคลุมกิจการ 3 ประเภทหลักๆ คือ

1. กิจการการผลิต ครอบคลุมการผลิตภาคอุตสาหกรรม เหมืองแร่ และอาจรวมถึงการผลิตภาคเกษตรกรรม โดยเฉพาะกิจการแปรรูปการเกษตร
2. กิจการการค้า ประกอบด้วย การค้าส่งและค้าปลีก ซึ่งรวมถึงการนำเข้าและส่งออก
3. กิจการบริการ เป็นกิจการที่สนับสนุนกระบวนการผลิต การค้า และการอำนวยความสะดวกต่อการผลิต การค้าและการบริโภค เช่น การโรงแรม การท่องเที่ยว การซ่อมบำรุง การเก็บรักษา การขนส่ง บริการเสริมสวย เป็นต้น

**วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม** หมายถึง กิจการที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. กิจการผลิตสินค้า ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า ห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินสองร้อยล้านบาท
2. กิจการให้บริการ ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินสองร้อยล้านบาท
3. กิจการค้าส่ง ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่ายี่สิบห้าคนแต่ไม่เกิน ห้าสิบคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท
4. กิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าสิบห้าคนแต่ไม่เกิน สามสิบคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินหกสิบล้านบาท

**ลักษณะการดำเนินธุรกิจ** หมายถึง การผลิตสินค้า การบริการ การค้าส่ง การค้าปลีก ซึ่งในวิสาหกิจหนึ่งอาจจะมีลักษณะการดำเนินธุรกิจหลายแบบ เช่น ผลิตและค้าปลีก โดยผู้วิจัยจะจัดกลุ่มลักษณะการดำเนินธุรกิจใหม่หลังจากได้รับคำตอบแล้ว

**ลักษณะของผลิตภัณฑ์** หมายถึง รูปแบบของสินค้าและบริการ เช่น สินค้าที่ผลิตและจำหน่าย เพอร์เนเจอร์ไม้แกะสลักเป็นลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือ ธุรกิจที่ให้บริการ มีลักษณะของผลิตภัณฑ์ คือ การให้ที่พัก การนำเที่ยว เป็นต้น

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ยอมทุ่มเทเวลา ความพยายาม เงินทุน จัดการพนักงาน ลูกจ้างและผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนใช้กระบวนการจัดการต่างๆ เพื่อเริ่มและดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากธุรกิจ เป็นผลประโยชน์ตอบแทนความเสี่ยงในการลงทุนทำธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ

สภาพการใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การสื่อสารทางการค้าโดยใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail) หรือ การสืบค้นข้อมูลทางการค้าผ่านเครือข่ายเชื่อมโยงข้อมูลของอินเทอร์เน็ต (World Wide Web) หรือ เว็บไซต์ของหน่วยงานธุรกิจ องค์กร ห้างร้าน หรือบุคคลใดที่ได้มีการนำเสนอที่แสดงถึงกระบวนการหรือธุรกรรม เช่น การให้บริการจอง สิ่งซื้อ เปรียบเทียบราคา การประมูล การชำระเงิน และธุรกรรมในรูปแบบอื่นๆ อย่างน้อยรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือ เว็บไซต์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เว็บไซต์ของหน่วยงานธุรกิจ องค์กร ห้างร้าน หรือตัวบุคคลที่มีการแนะนำและให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล องค์กร ร้านค้า หรือสินค้าต่างๆ ในเว็บไซต์นั้นๆ

นอกจากนี้ยังหมายรวมถึง รูปแบบการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ใน 2 ประเภท คือ

1. การฝากสินค้าขายของบน Shopping Mall (เป็นศูนย์รวมการขายสินค้าขนาดใหญ่บนอินเทอร์เน็ตคล้ายกับศูนย์การค้า) หรือ ไซเบอร์มอลล์ (Cyber Mall) หรือ การสร้างร้านค้าออนไลน์จากผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ CSP (E-Commerce Service Provider)

2. สร้าง Web Site ของตัวเอง

ระดับการพัฒนาของเว็บไซต์ หมายถึง การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 มีเฉพาะระบบเลือกซื้อสินค้า คือ เว็บไซต์ที่มีเฉพาะระบบการเลือกสินค้าเท่านั้น ไม่ได้ระบบการชำระเงินหรือการส่งสินค้าไว้

ระดับที่ 2 มีระบบเลือกซื้อสินค้า ชำระเงินออนไลน์ ไม่ระบบการขนส่ง คือ เว็บไซต์ที่มีระบบการเลือกสินค้า และบอกวิธีการชำระเงินไว้ แต่ไม่ใช้การชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต (เช่น การชำระเงินกับพนักงานส่งสินค้าหรือชำระเงินผ่านการโอนเงินเข้าธนาคาร เป็นต้น) และไม่ได้ระบบการขนส่ง

ระดับที่ 3 มีระบบเลือกซื้อสินค้า ชำระเงินออนไลน์ ระบบการขนส่ง คือ เว็บไซต์ที่มีระบบการเลือกสินค้า มีวิธีการชำระเงินที่ไม่ใช่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และมีการระบุวิธีการขนส่งสินค้า

ระดับที่ 4 มีระบบเลือกซื้อสินค้า ชำระเงินออนไลน์ ไม่ระบุงการขนส่ง คือ เว็บไซต์ที่มีระบบเลือกสินค้า สามารถชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตได้ (โดยการใ้บัตรเครดิตได้) แต่ไม่มีวิธีการขนส่งระบุไว้

ระดับที่ 5 มีระบบเลือกซื้อสินค้า ชำระเงินออนไลน์ ระบุงการขนส่ง คือ เว็บไซต์ที่มีระบบเลือกสินค้า ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ และยังมีวิธีการขนส่งระบุเอาไว้อย่างชัดเจน (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2546:100 -101)

ระดับความสำคัญต่อเว็บไซต์ที่ให้บริการรับฝากข้อมูลของกิจการเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การให้ความสำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่อการให้บริการด้านต่างๆ ของเว็บไซต์ที่สนับสนุนข้อมูลทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกิจการ SMEs หรือ จากผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ CSP ได้แก่ด้าน การออกแบบเว็บไซต์ที่น่าสนใจ ง่ายต่อการใช้งาน ทั้งผู้เยี่ยมชม และผู้ประกอบการที่ฝากสินค้าขาย การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย การเปลี่ยนแปลงข้อมูล ระบบการซื้อ-ขาย การชำระเงิน การให้คำปรึกษา ข้อมูล-ข่าวสาร การฝึกอบรม

ช้อปปิงมอลล์ (Shopping Mall) หรือ ไซเบอร์มอลล์ (Cyber Mall) หมายถึง ร้านค้าออนไลน์สำเร็จรูป โดยการให้บริการจากผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ CSP (E-Commerce Service Provider) ซึ่งให้บริการครบวงจร ได้แก่ การจดทะเบียนเว็บไซต์ (Domain Name) , ให้พื้นที่สำหรับเว็บไซต์ (Hosting) , สร้างระบบรายการสินค้า (Online Catalogue) , สร้างตะกร้าสินค้าเพื่อรับคำสั่งซื้อ (Shopping Cart) , คำนวณค่าขนส่งตามประเทศผู้ซื้อสินค้าโดยอัตโนมัติ (Shipping Cost Calculation) , รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (Credit Card Payment) , ระบบบริหารงานหลังร้าน (Back Office Management) เช่น บริหารคำสั่งซื้อ สถิติการขาย เรียกเก็บเงินจากธนาคาร บริหารสินค้าคงคลัง (อาณัติ สีมัคเดช, 2546 : 214)

โดเมนเนม (Domain name) หมายถึง ชื่อของเว็บไซต์ ซึ่งควรตั้งให้สื่อหรือสอดคล้องกับองค์กร ธุรกิจ หรือสินค้าและบริการ ควรเป็นชื่อที่จดจำได้ง่าย เช่น <http://www.google.com/> มี google.com เป็นโดเมนเนม ทุกๆโดเมนเนมจะต้องมีส่วนปิดท้าย ที่ระบุว่าโดเมนเนมดังกล่าวอยู่ใน Top Level Domain ไต เช่น .com , .org , .net , .ca หรือ .th เป็นต้น

Shopping Cart หมายถึง เป็นชื่อที่ใช้เรียกซอฟต์แวร์ที่ทำหน้าที่เปรียบเสมือนรถเข็นสินค้าที่ลูกค้าใช้ระหว่างเลือกสินค้าบนเว็บไซต์ ทำหน้าที่เก็บข้อมูลต่างๆ ของสินค้าทุกชิ้นที่ถูกเลือกไว้แล้ว เช่น รหัสสินค้า ราคา และจำนวน ในขณะที่ลูกค้ากำลังเลือกสินค้าอื่นอยู่หรืออยู่ระหว่างรอชำระเงิน ระบบนี้จะเฝ้าอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบรายการสินค้า เพิ่มสินค้าใหม่ นำสินค้าเดิมออก หรือเปลี่ยนแปลงจำนวนสินค้าตามต้องการ トラバドイトยังสามารถเข้าสู่ขั้นตอนการชำระเงิน (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2546:81)

เว็บท่า (Web Portal) หมายถึง เว็บไซต์ที่เป็นเสมือนศูนย์รวมข้อมูลที่นำเสนอและให้บริการให้บริการต่างๆ อาทิ ข่าวสารประจำวัน อีเมล ห้องสนทนา (Chat Room) เครื่องมือสืบค้น (Search Engine) และ ซอฟต์แวร์มอลล์ เป็นต้น เว็บพอร์ทัลมีทั้งแบบทั่วไป คือ มีเนื้อหาหลากหลายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง อาทิ Yahoo! , AOL.com และ MSN.com เป็นต้น และแบบที่มีเนื้อหาเฉพาะไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษ อาทิ Sanook! (บันเทิง) eFinanceThai.com (การเงิน) Sawasdee.com (ท่องเที่ยว) และ WebMD.com (สุขภาพ) เป็นต้น (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2546:137)

โฮมเพจ (Homepage) หมายถึง หน้าแรกของเว็บไซต์ที่ผู้เข้าชมเห็นเมื่อเปิดเว็บไซต์ขึ้นมา ส่วนมากเป็นหน้าหลักของเว็บไซต์ที่บรรจุข้อมูลที่สำคัญที่สุด และหัวข้อของเนื้อหาที่อยู่ในหน้าอื่นๆ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2546:159)

Marketplace หมายถึง สถานที่เสมือน (เว็บไซต์) ที่ผู้ซื้อ หรือ ผู้ขายสินค้า หรือ บริการจำนวนมากมาพบ เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน จุดประสงค์ของตลาดกลางคือ การลดต้นทุน และสร้างโอกาสในการทำธุรกรรมกับผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก โดยทั่วไป สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ตลาดกลางในแนวลึก (Vertical Marketplace) ซึ่ง ให้บริการในอุตสาหกรรมเพียงประเภทเดียว และตลาดในแนวกว้าง (Horizontal Marketplace) ซึ่งเป็นบริการในอุตสาหกรรมหลายๆประเภท (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2546:159)



**Outsourcing** หมายถึง การทำสัญญาว่าจ้างให้บริษัทหรือบุคคลภายนอกเข้ามาบริหารหรือจัดการงานภายในบริษัท เช่น งานดูแลระบบโทรศัพท์และรวบรวมเครือข่ายอื่นๆ เป็นต้น โดยมีสาเหตุหลักมาจาก การขาดบุคลากรภายในและความต้องการลดต้นทุน (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2546:160)

**ห่วงโซ่อุปทาน หรือ ซัพพลายเชน (Supply Chain)** หมายถึง ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องของกิจกรรมต่างๆ ที่ธุรกิจต้องใช้ในการผลิตสินค้า หรือบริการให้แก่ลูกค้า เริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจนถึงเมื่อสินค้าถึงมือลูกค้า (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2546:161)

**การบริหารซัพพลายเชน (Supply Chain Management : SCM)** หมายถึง การบริหารกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดซัพพลายเชน เช่น การสั่งซื้อสินค้า การตรวจสอบสินค้า การออกใบสั่งซื้อและใบเสร็จรับเงิน ตั้งแต่จุดแรกที่ติดต่อกับซัพพลายเออร์ ไปจนถึงการกระจายสินค้าไปยังร้านค้าต่างๆ จนถึงมือลูกค้า (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2546:161)

**เว็บไซต์ (Web Site)** หมายถึง ข้อมูลเอกสารที่รวบรวมขึ้นเป็นชุดภายใต้โดเมนเนมเว็บไซต์ประกอบขึ้นด้วยเว็บเพจ (Web Page) จำนวนหลายๆ หน้ารวมเข้าด้วยกัน เว็บเพจหน้าแรกที่ผู้ชมจะเห็นเมื่อเปิดเว็บไซต์ขึ้นมาเรียกว่า โฮมเพจ (Homepage) เว็บไซต์เปรียบได้กับหนังสือหนึ่งเล่ม แต่ละหน้าก็คือเว็บเพจ และโฮมเพจก็คือหน้าปกหนังสือ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2546:161)

**ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง

1. ธุรกิจกับธุรกิจ (Business - to - Business หรือ B2B)
2. ธุรกิจกับรัฐบาล (Business – to – Government หรือ B2G)
3. ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business – to – Consumer หรือ B2C)
4. รัฐบาลกับรัฐบาล (Government – to – Government หรือ G2G)
5. รัฐบาลกับประชาชน (Government – to – Citizen หรือ G2C)
6. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer - to – Consumer หรือ C2C)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงสภาพการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่
2. ทราบถึงระดับความคิดเห็นในประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่
3. ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนทางวิชาการแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการปรับปรุงและพัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
5. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการเรียนการสอนในรายวิชาการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ และ วิชาการจัดการธุรกิจขนาดย่อม ของสาขาวิชาการจัดการ
6. เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตระหนักถึงการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน