

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาการใช้ e-commerce เพื่อการส่งออกในประเทศไทย ปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการได้พบ โดยทำการสำรวจผู้ประกอบการ การใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ e-commerce เพื่อการส่งออกของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การใช้ e-commerce เพื่อการส่งออก จะช่วยเพิ่มการเข้าลูกค้าและขยายฐานลูกค้า ลดต้นทุนในการดำเนินงาน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดเล็ก ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคในการใช้ e-commerce เพื่อการส่งออกจะประกอบด้วยการแข่งขันที่สูงและการตัดราคา ต้นทุนค่าขนส่งที่สูง และการคืนสินค้าจากลูกค้า และสุดท้าย ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการกำหนดความสำเร็จคือ การสร้างคีย์เวิร์ดที่ทำให้ลูกค้าสืบค้นเจอ SEO และการทำรายละเอียดสินค้าให้ดึงดูดความสนใจ

Abstract

This study aims to analyze cross-border e-commerce in Thailand including problems and obstacles that the Thai e-commerce traders encounter by using survey, econometric model and interview with the Thai e-commerce traders. The study finds that cross-border e-commerce helps traders to access final consumers easier, expands markets, lowers operational costs and increases SMEs' competitiveness. However, there are problems and obstacles from using cross-border e-commerce including fierce competition and price wars, high logistics cost and high customers' product returns. Finally, key successful factors of cross-border e-commerce are keywords, search engine optimization (SEO) and listing's details.