

## บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ ความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

### การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของธุรกิจส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่

โดย

นายอนวัช จิตต์ปรารพ

มิถุนายน 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของธุรกิจ ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ใน ธุรกิจส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจนำระบบ อินเทอร์เน็ตมาใช้ในธุรกิจส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บข้อมูลจากธุรกิจส่งออกในจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 120 กิจการ ประกอบด้วย ธุรกิจส่งออกของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน 24 กิจการ ผลิตภัณฑ์ไม้ 22 กิจการ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 18 กิจการ ผลิตภัณฑ์อาหาร 13 กิจการ ดอกไม้ ประดิษฐ์และกระดาษสา 11 กิจการ เครื่องปั้นดินเผา 11 กิจการ อัญมณีและเครื่องประดับ 11 กิจการ และสินค้าอื่น ๆ 10 กิจการ โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำ ข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์หาข้อสรุปโดยใช้อัตรา ส่วนร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 1 – 50 คน กลุ่มลูกค้าของธุรกิจส่งออกเป็นลูกค้า ต่างประเทศมากกว่าลูกค้าภายในประเทศ โดยกลุ่มลูกค้าต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศอิตาลี ประเทศสวีเดน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศอังกฤษ

ธุรกิจส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้โทรศัพท์ โทรสาร และอินเทอร์เน็ตในด้านการ ติดต่อสื่อสารทางธุรกิจมากที่สุด ส่วนในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ มีการใช้สื่อต่าง ๆ

น้อยมาก หรือไม่มีการใช้เลย โดยสื่อที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ/เอกสาร และ นิตยสาร/หนังสือ

ด้านการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของธุรกิจส่งออก พบว่า ธุรกิจส่งออกในจังหวัด เชียงใหม่ส่วนใหญ่มีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในกิจการร้อยละ 66.67 โดยกิจการในกลุ่มนี้มีการใช้ บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ถึงร้อยละ 90.00 และมีโฮมเพจหรือเว็บไซต์ของตนเอง ร้อยละ 45.00 สำหรับระยะเวลาที่นำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้งาน ส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1 – 3 ปี โดยมีการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ ใช้ เป็นแหล่งในการค้นหาข้อมูล และใช้เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการ ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อค้าขายสินค้าหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ธุรกิจส่งออกส่วนใหญ่ยังไม่มี การใช้งานด้านนี้ และธุรกิจส่งออกเลือกใช้บริการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจาก LOXINFO มากที่สุด เนื่องจากเหตุผลด้านความมีชื่อเสียงของบริษัทเป็นสำคัญ

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ของธุรกิจส่งออกที่เป็น ปัจจัยภายในกิจการ คือ การที่อินเทอร์เน็ตช่วยให้การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจสะดวกเร็วขึ้น อินเทอร์เน็ตช่วยลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจและอินเทอร์เน็ตช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดี ให้กับกิจการ ส่วนปัจจัยภายนอกกิจการได้แก่ ลูกค้ามีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการติดต่อธุรกิจ จำนวนคู่แข่งทางธุรกิจในตลาดมีเพิ่มขึ้น และภาคเอกชนมีความสามารถในการให้บริการด้าน อินเทอร์เน็ตกับกิจการ

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการตัดสินใจนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ของธุรกิจ ส่งออก ที่เป็นปัญหาและอุปสรรคภายในกิจการ ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากรหรือพนักงานที่มีความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต ด้านค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนในการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้สูง และผู้บริหาร ทราบถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ของการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากภายนอก กิจการ ได้แก่ หน่วยงานเอกชนที่ให้บริการเกี่ยวกับระบบอินเทอร์เน็ตมีน้อย ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ใช้ การติดต่อผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และการไม่มีกฎหมายควบคุมการค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

## ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Communications

### SATISFACTION IN "YOUNG ZONE" TELEVISION PROGRAMME OF HIGH SCHOOL STUDENTS IN CHIANGMAI MUNICIPALITY

By

MATHIRYA BOONLERT

OCTOBER 2001

Chairman: Associate Professor Dr. Wittaya Damrongkiattisak  
Department/ Faculty: Department of Agricultural Extension, Faculty of Agricultural Business

The objectives of this research were to 1) study the perception the exposure behaviour of the high school students on "Young Zone" television programme 2) study the satisfaction level of the "Young Zone" television programme and how to apply it in daily life 3) study improvement of the programme.

Information for this research was obtained from the high school students in the Chiangmai municipality area. The data were collected by using the method of proportional random sampling with the sample of 398 people. An interview for collecting data was used relying upon the research objectives. All information were analyzed using percentage and average value by the Statistic Package for the Social Sciences. The results were as follows:

Part 1 : Exposure behaviour for the "Young Zone" television programme of high school students.

The research found that 57.53 percent of students watched "Young Zone" television programme for entertainment, for acquiring environmental informations, for relaxation and killing time. Besides, the students watched the television programme for 4-12 months, approximately once per month. Most of students watched the programme incidentally

Part 2 : The satisfaction level and the application of programme contents

A. The factors effecting satisfaction of the "Young Zone" television programme

The research found that the group of students had high satisfaction level towards the following factors, the clarity of meaning, the appropriateness of language used, and the relevancy of idea. The group of the students had moderate satisfaction on the costume design, the appropriateness of the topic, and modernity of programme composition. Students had low satisfaction on the use of language and the use of slang.

B. The applying of programme contents

The research found that the students had high opportunity to apply the informations received, by catching up with and enhancing their environmental knowledge about preservation of the environment. Students had a moderate opportunity to apply the informations received, as subject for family conversation, reducing environment problem in the society, and save national expenses in natural conservation.

Part 3: The improvement of the "Young Zone" television programme.

The research found that the feature of programme which should be improved are music, the presenters, the programme composition and special effects.