

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม และ เพื่อศึกษาการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมของกลุ่มผู้ประกอบการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม จะมีลักษณะดังนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบการมักใช้ การสื่อสารทางโทรศัพท์มากกว่าการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในการติดต่อธุรกิจ กลุ่มผู้ประกอบการ ดังกล่าวได้ใช้การสื่อสารทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมค่อนข้างน้อย โดยจะใช้เว็บไซต์เพื่อคิด ตามข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า OTOP และ ค้นหาข้อมูลสินค้า OTOP/OPC ส่วนการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันยังค่อนข้างน้อยอยู่ ส่วนใหญ่จะเน้นการค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารและ เผยแพร่ข้อมูลสินค้า เว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมนั้นจะมีประโยชน์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้าเป็นหลัก

ส่วนการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมของกลุ่มผู้ประกอบการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นั้น จะเห็นได้ว่า เว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอมนั้น จะให้ข้อมูลที่ผู้ของกลุ่มผู้ประกอบการ โดยผู้ที่สนใจทำธุรกิจด้วย ก็จะติดต่อผ่านทางโทรศัพท์และ ที่อยู่ดังกล่าว ซึ่งถือว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับที่ 1 เท่านั้น จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มที่ศึกษายังไม่ได้ใช้การติดต่อค้าขายโดยทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์เท่าใดนัก กลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ยังให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ไทย ตำบลคอตคอมค่อนข้างน้อย ทั้งการทำธุรกรรมระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการและการทำธุรกรรม ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคโดยตรง

ABSTRACT

173629

The objectives of this research were to study the behaviour of OTOP Business Groups in communicating via Thaitambon.com website and to study the electronic commerce via Thaitambon.com website of the OTOP Business Groups.

The results of the behaviour of OTOP Business Groups in communicating via Thaitambon.com website were as follows; the Business Groups used the telephone to communicate in the business rather than Internet and the groups rarely accessed to Thaitambon.com. The reasons were that they used the website for getting news about OTOP products and searching data of OTOP/OPC. The business groups shared a little bit information between the groups. Most of them focused on searching information in the website and publicised the product information. Thaitambon.com was useful for the advertising and public relations of the products.

In terms of e-commerce via Thaitambon.com website, the result showed that Thaitambon.com provided information about the address of the business groups. Then the customers could contact by phone and address. It was only the e-commerce in level 1. From the result of the research, the studied groups did not operate the business with the website. The groups were not quite interested in e-commerce via Thaitambon.com. Moreover, the business operation between the business groups and the business operation between the business groups and the consumers were not popular.