



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมสื่อสารทางเว็บไซต์ไทยตำบลดอทคอมกับการทำธุรกิจพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ใน
เขตกรุงเทพมหานคร

Communication Behaviour via Website Thaitambon.com and Electronic
Commerce of OTOP Business Groups in Bangkok Metropolitan

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อุษา บิ๊กกินส์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ประจำปี 2548

ISBN 974-9554-75-2

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอกหมอกกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยในโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ในโอกาสนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์และเจ้าหน้าที่จากศูนย์วิจัยทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์เกียรติศักดิ์ พาชยานุกูลและคุณทินพงศ์ ผลเกลี้ยงที่ได้กรุณาให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูลและการประมวลผล ขอขอบคุณ นางสาว นิสารัตน์ เจียนนิล ผู้ช่วยนักวิจัย สถาบันวิจัยสังคมและเศรษฐกิจ (Institute for Social and Economic Studies) ที่ช่วยในการค้นคว้าข้อมูล และขอขอบคุณผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยตำบลคอกหมอก

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ที่ได้กรุณาให้ทุนอุดหนุนการวิจัยมา ณ โอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อุษา บิ๊กกินส์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญ

สารบัญตาราง

สารบัญแผนภาพ

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ 4

นิยามศัพท์ 5

ขอบเขตของการวิจัย 5

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5

บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 6

แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม 22

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารทางเว็บไซต์ กับการดำเนินธุรกิจ 27

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง 31

แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 34

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 37

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

แหล่งข้อมูล 39

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 39

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 41

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 42

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล 42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การนำเสนอข้อมูล	43
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
ตอนที่ 1 ความสำคัญของเว็บไซต์ไทยตำบลคอกหมอนที่มีต่อ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	44
ตอนที่ 2 ลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	50
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการสื่อสารทางเว็บไซต์ไทยตำบลคอกหมอน	53
ตอนที่ 4 การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ไทยตำบลคอกหมอน	57
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยตำบลคอกหมอน	59
ตอนที่ 6 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ไม่ใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอกหมอน	60
ตอนที่ 7 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยตำบลคอกหมอน	61
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	63
อภิปรายผล	66
ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก	
ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	
แบบสอบถาม	
ลักษณะเว็บไซต์ไทยตำบลคอกหมอน	
ประวัติผู้วิจัย	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 หลักเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มสินค้าและแหล่งท่องเที่ยว	14
ตารางที่ 2 แผนงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (นตผ.) ปี 2546	19
ตารางที่ 3 ประเภทของสินค้าหลักที่ผลิต	50
ตารางที่ 4 ระยะเวลาในการทำธุรกิจ	50
ตารางที่ 5 จำนวนสมาชิกในกลุ่มธุรกิจ	51
ตารางที่ 6 ลักษณะการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจ	51
ตารางที่ 7 วิธีการสื่อสารในการติดต่อซื้อขาย	52
ตารางที่ 8 ความถี่ในการใช้อินเตอร์เน็ตคิดเป็นจำนวนครั้งต่อสัปดาห์	53
ตารางที่ 9 การใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอกคอม	53
ตารางที่ 10 วัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอกคอม	54
ตารางที่ 11 ความถี่ในการใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอกคอมคิดเป็นวันต่อสัปดาห์	54
ตารางที่ 12 ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอกคอม โดยคิดเป็นชั่วโมง ในการใช้อินเตอร์เน็ตแต่ละครั้ง	55
ตารางที่ 13 หัวข้อในเว็บไซต์ไทยตำบลคอกคอมที่นิยมใช้	55
ตารางที่ 14 เว็บไซต์ไทยตำบลคอกคอมกับการพัฒนาการขายสินค้า	56
ตารางที่ 15 ลักษณะการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ ไทยตำบลคอกคอม	57
ตารางที่ 16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ไทยตำบลคอกคอม	59
ตารางที่ 17 วิธีการขายสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด	60
ตารางที่ 18 การใช้เว็บไซต์ไทยตำบลคอกคอมกับประโยชน์ในการส่งเสริม การขายสินค้า	60

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 โครงข่ายการพัฒนาและเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานต่างๆ	23
แผนภาพที่ 2 การดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้ากลุ่มอาชีพ	49