

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์
ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายราชนนทร์ พุ่มสำเภา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.รัตน์	บุญเฉลี่ยว	ประธานกรรมการ
อาจารย์อภิชาติ	ชมภูนุช	กรรมการ
อาจารย์บุญสวาท	พฤทธิกานนท์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัญหาในการใช้พาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษานี้ใช้วิธีออกแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 110 ตัวอย่างจากผู้ส่งออกสินค้าทุกชนิดที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกับศูนย์ส่งเสริมการค้าส่งออกภาคเหนือ(เชียงใหม่) โดยมียอดจดทะเบียนในเดือนธันวาคม 2542 จำนวน 132 ราย และแบ่งกลุ่มผู้ส่งออกเป็นส่วนจากประเภทสินค้าที่ทำการส่งออก การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายและได้นำข้อมูลที่ได้ มาทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่อง ไมโครคอมพิวเตอร์ค่าสถิติที่ใช้ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุในช่วง 50-59 ปี มากเป็นอันดับหนึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินเดือนในช่วง 15,001 ถึง 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง ผู้จัดการหรือหัวหน้างาน และเจ้าของกิจการ โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้งานคอมพิวเตอร์ค่อนข้างบ่อยโดยความถี่ในการใช้งานอยู่ในช่วง มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์จนถึง 3 หรือ 4 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยกลุ่มที่ใช้งานคอมพิวเตอร์บ่อยที่สุดได้แก่ผู้บริหารระดับกลางส่วนการใช้งานคอมพิวเตอร์ในแต่ละแผนกนั้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้งานคอมพิวเตอร์ในแผนกบัญชีมากที่สุดรองลงมาคือการใช้งานคอมพิวเตอร์เพื่อการบริหารลูกค้า

ด้านการดำเนินกิจการนั้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่งสินค้าออกประเภทเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้มากเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็กมีพนักงานต่ำกว่า 20 คน และมีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,000 บาท จนถึง 3,000,000 บาท ทำการผลิตและจำหน่ายเพื่อการส่งออกเป็นหลักมียอดการส่งออกเกินกว่าครึ่งหนึ่งของยอดขาย การจัดจำหน่ายสินค้าส่งออกจะใช้วิธีขายโดยตรงแก่ผู้ซื้อในต่างประเทศโดยมียอดส่งสินค้าออกตลอดปีเฉลี่ย 6,000,000 บาท จนถึง 10,000,000 บาท โดยมีประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ ญี่ปุ่น สหรัฐ และ สหภาพยุโรป

อำนาจการตัดสินใจใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ส่วนมากจะขึ้นอยู่กับกรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียว และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีอัตราการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างน้อย ส่วนที่เคยใช้บริการแล้วส่วนใหญ่จะใช้บริการเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มที่ยังไม่เคยใช้งานส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะใช้บริการในอนาคต โดยคาดว่าจะใช้งานภายในระยะเวลาระหว่าง 1 ปี ถึง 3ปี จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นแหล่งแสดงราคาและมีความเห็นต่อแนวทางในการให้บริการภาครัฐโดยเห็นด้วยกับมาตรการผลักดันกฎหมายพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ การฝึกอบรมที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความต้องการมากที่สุดได้แก่การฝึกอบรมประเภทความรู้พื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตผู้ตอบแบบสอบถามมีแหล่งข้อมูลเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการจากลูกค้าที่เคยใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์แล้วมากเป็นอันดับหนึ่ง และอันดับที่สองได้แก่การหาข้อมูลเพื่อ คัดเลือกผู้ให้บริการจากสื่อโฆษณา

ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งกลุ่มปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็น 4 กลุ่มโดยที่ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมนั้นมีปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากได้แก่ภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น การเมืองกฎหมายและข้อบังคับทางการค้า และระดับความต้องการซื้อของลูกค้า ด้านปัจจัยภายในองค์กรมีปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากได้แก่การบริการลูกค้าที่ดีขึ้นการเพิ่มยอดขายประหยัดเวลาการติดต่อสื่อสาร การได้ข้อมูลของลูกค้าเพิ่มขึ้น การได้เปรียบในการแข่งขัน และการสร้างภาพพจน์ที่ดี ด้านปัจจัยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลน้อย และปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากได้แก่ ค่าบริการที่ไม่แพง ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ระดับความพร้อมของบุคลากรของผู้ให้บริการ และความสะดวกในการติดต่อผู้ให้บริการ

ส่วนปัญหาของบริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นปัญหาในการใช้บริการ โดยให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับเป็นปัญหามากได้แก่ ความไม่พร้อมของบุคลากร การใช้งานพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำได้ยาก ติดต่อผู้ให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ยาก การให้บริการของผู้ให้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ไม่ดีพอ และขาดข้อมูล

ในด้านปัจจัยของผู้ให้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นผู้ส่งออกให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับ มีผลมากต่อปัจจัยด้าน การให้บริการและการแก้ไขปัญหาในการใช้งาน การให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ ราคา ทัศนคติของลูกค้ารายอื่น ๆ ที่มีต่อผู้ให้บริการ

Independent Study Title The Factors Effecting In Using Electronics Commerce
of Exporters in Chiang Mai Province

Author Mr. Rachane Pumsampao

M.B.A Business Administration

Examining Committee

Asst.Prof. Dararatana Boonchaliew Chairman

Lecturer Apichart Chompoonuch Member

Lecturer Boonsawart Purcksikanon Member

Abstract

The objectives of this study on were to study the factors that had an effect on choosing Electronics Commerce of the exporters in Chiang Mai and the problems of using Electronics Commerce of the exporters in Chiang Mai .

The study was conducted by using questionnaires interviewing 110 enterprise which was registered as the exporters to the Northern Export Extension Center Office (Chiang Mai) . The sample were randomly selected from all product categories amongst 132 registered exporters . The data was statistically analyzed by micro computer, using descriptive statistics such as fluency percentage and means.

The study showed that most of the exporters in Chiang Mai finished bachelor's degree and were 50 - 59 years of age . Their monthly income was from 15,001 bath to 20,000 bath . They were the administrators , middle management level , the managers or managing director and the business owners. Mostly, in their business, computers were used for accounting and front end serving .

It was found that the most of the exporters in Chiang Mai exported furniture and wood products , handicrafts and ornament . The duration of managing business was from 1 year to 5 years and most of them owned small business with less than 20 employees . The business capital was from 1,000,000 bath to 3,000,000 bath . Mostly, more than half of their products were sold abroad . Their average export revenue were from 6,000,000 bath to 10,000,000 bath . The major important export market were Japan , the United States and European Union .

The decision of using Electronics Commerce depended on the managing director or the business owner, and the usage rate of Electronics Commerce was rarely low. The groups of the exporter who had never used Electronics Commerce and tended to use it in the future and it was expected to be within 1 - 3 years. The study showed that exporters objective in using Electronics Commerce were to show the price of their product, and most of them agree that the government' should promote Electronics Commerce, and concentrate with Electronics Commerce law. Most of the exporters needed training on the principle of internet. The most influential source of information toward their decision in choosing Electronics Commerce service provider were their customer, and advertising medias accordingly.

The study divided in to four categories, the result as follow :

The exporter rated the highest average score at "very importance level" factors amongst Environmental factors such as more competition, politics, law and trade rules, the customers demand.

Regarding the Organization factor, better service, the increasing of sale volume, less communication time, more customer information, the competitive advantage in using Electronics Commerce, image building they also rated the highest average score at very importance level.

The exporter rated the score at "Somewhat important" factors amongst Interpersonal factor. And the exporter rated the highest average score at "very importance level" factors amongst Electronics Commerce service provider factor for not expensive the reputation of the service provider, the readiness of the personnel's Electronics Commerce service provider, the convenience of contraction.

The exporter rated the highest average score at "very importance level" of problems amongst the of Electronics Commerce that were the lack of qualified personnel's, the difficulties of using Electronics Commerce, very hard to contacting the service provider, the poor service, and lack of information.

The exporter rated the highest average score at "very importance level" factors amongst the Electronics Commerce service provider were the quality of service, ability in solving the problems technical assistance, the price, the attitude of other customers toward the service provider.