

สถานการณ์ ความต้องการ และปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ต
ในธุรกิจส่งออก



นางสาว ทวีติยา สินธุพงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974-638-349-3

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

STATUS , NEEDS AND PROBLEMS OF INTERNET USAGE
IN EXPORT BUSINESS

MISS TAWITIYA SINTUPONG

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
DEPARTMENT OF PUBLIC RELATIONS
GRADUATE SCHOOL
CHULALONGKORN UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 1997
ISBN 974-638-349-3

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

ทวิตติยา สินธุพงศ์ : สถานภาพ ความต้องการ และปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในธุรกิจส่งออก (STATUS, NEEDS AND PROBLEMS OF INTERNET USAGE IN EXPORT BUSINESS) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 149 หน้า.
ISBN 974-638-349-3.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพปัจจุบัน ความต้องการและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตของธุรกิจส่งออก รวมทั้งความคิดเห็นที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในอนาคต โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจส่งออก 17 กลุ่ม ซึ่งมีสำนักงานตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 38 บริษัท รวมทั้งกลุ่มผู้เกี่ยวข้องซึ่งได้แก่ สมาคมผู้ส่งออกบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต กรมส่งเสริมการส่งออก และนักวิชาการด้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 10 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 48 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ธุรกิจส่งออกที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีมากกว่าธุรกิจส่งออกที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนเล็กน้อย โดยมีวัตถุประสงค์ในการนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่วนบริการบนอินเทอร์เน็ตที่นิยมใช้มากที่สุด คือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) สำหรับบริการประเมินประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่ามีข้อดีมากกว่าข้อเสีย
2. ธุรกิจส่งออกที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ มีความต้องการขยายฐานการใช้ให้กว้างขึ้น สำหรับธุรกิจส่งออกที่ยังไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีความต้องการจะนำมาใช้ในอนาคต
3. ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ load ช้า รองลงมาคือ ค่าบริการแพง และระบบมีการล่ม (down) บ่อย
4. ธุรกิจส่งออกส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การใช้อินเทอร์เน็ตช่วยเพิ่มโอกาสการแข่งขันทางการตลาดให้แก่บริษัท ทั้งนี้เพราะความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร และยังใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้กว้างขวางมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถขยายผลไปสู่การค้าระดับโลก เพื่อรองรับกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ในอนาคต และธุรกิจส่งออกยังคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะสามารถเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ประมาณปี ค.ศ. 2005 แต่จะต้องปรับปรุงและพัฒนาาระบบพื้นฐานอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความพร้อมมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ภาควิชา
สาขาวิชา
ปีการศึกษา 2540

ลายมือชื่อนิติต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

##3970606528 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: INTERNET/EXPORT BUSINESS

TAWITIYA SINTUPONG : STATUS, NEEDS AND PROBLEMS OF INTERNET USAGE IN EXPORT BUSINESS. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF.YUBOL BENJARONGKIJ, Ph.D. 149 PP. ISBN 974-638-349-3.

The objective of this study was to investigate the status, needs and problems of internet usage in export business, including the prediction of its future use. Data were collected from in depth interview of 38 export business executives. In addition, data were also gathered from 10 related organizations and experts in information science. Analysis of data was conducted using qualitative method.

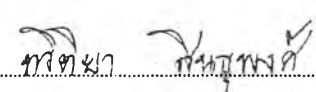
Results of the study are as follows:

1. Most of the export businesses use internet to improve their potential of business communication. Internet usage has more advantage than disadvantage in their point of view. The most popular service is electronic mail (e-mail).
2. Most of the export business users need to expand their data base capacity and the non internet users decide to use it in the near future.
3. The major problem is slowness in data load, other problems are expensive service fee and frequent down of system.
4. Most export business strongly agree that the internet usage can enhance high opportunities in marketing competitiveness for business sector, due to its convenience and high efficiency. Moreover, it will lead to more benefits in the global business and facilitate convenience for Electronic Commerce system in the future. The export business predict that Thailand would be able to establish Electronic Commerce system by the year 2005. However, the improvement and development of fundamental system base need to be done first.

ภาควิชา.....ภาควิชาเศรษฐศาสตร์.....

สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา.....2540.....

ลายมือชื่อนิสิต..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ ซึ่งให้เกียรติเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ ให้เกียรติเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์เมตตา วิวัฒนานุกุล กรุณามาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งช่วยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และขอบคุณพิเศษสำหรับรองศาสตราจารย์พัชณี เขยจรรยาซึ่งสละเวลามาดูแลแก้ไข ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้บริหารธุรกิจส่งออก ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ครอบครัวสำหรับกำลังใจและทุนทรัพย์ที่เกื้อหนุน มิตรสหายทั้งที่อยู่ใกล้และไกล พี่ต๋น พี่ติ้ พี่เหม่ม พี่ก้อย พี่เด๊ะ พี่กาญ ที่คอยกระตุ้น เตือนความจำ ให้คำแนะนำและความบันเทิงตลอดเวลา 2 ปีที่เรียนด้วยกัน สุดท้ายนี้ขอขอบคุณพิเศษสำหรับพี่กวาง คุณพี่ชาที่ช่วยเหลือเก็บรายละเอียดงานทุกชิ้นจนเสร็จสิ้นทันเวลา

ทวีติยา สิริพงษ์ค์

สารบัญ

| | หน้า |
|-------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ | ฉ |
| สารบัญ..... | ช |
| สารบัญตาราง | ฅ |

บทที่

| | | |
|---|---|----|
| 1 | บทนำ | 1 |
| | ที่มาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| | วัตถุประสงค์ในการวิจัย | 7 |
| | ขอบเขตการวิจัย | 7 |
| | นิยามศัพท์ | 8 |
| | ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 9 |
| 2 | แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 10 |
| | แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี | 10 |
| | แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ | 11 |
| | ทฤษฎีการสื่อสารนวัตกรรม | 14 |
| | นวัตกรรมอินเทอร์เน็ต | 18 |
| | แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ | 30 |
| | งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 31 |
| 3 | ระเบียบวิธีวิจัย | 37 |
| | รูปแบบการวิจัย | 37 |
| | ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 37 |
| | เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 39 |
| | การเก็บรวบรวมข้อมูล | 40 |
| | การวิเคราะห์ข้อมูล | 40 |
| | การนำเสนอข้อมูล | 41 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| 4 ผลการวิจัย | 42 |
| สภาพภาพของธุรกิจส่งออก | 42 |
| สภาพภาพการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน | 51 |
| ความต้องการใช้อินเทอร์เน็ต | 71 |
| ปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ต | 76 |
| ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในอนาคต | 78 |
| ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง | 94 |
| 5 บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... | 109 |
| บทสรุป | 109 |
| อภิปรายผล | 115 |
| ข้อเสนอแนะ | 127 |
| รายการอ้างอิง | 130 |
| ภาคผนวก | 136 |
| ภาคผนวก ก. จรรยาบรรณสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต | 137 |
| ภาคผนวก ข. แบบสัมภาษณ์ | 146 |
| ประวัติผู้วิจัย | 149 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 1 | แสดงจำนวนธุรกิจส่งออกจำแนกตามขนาดธุรกิจ | 46 |
| 2 | แสดงจำนวน และ ร้อยละของธุรกิจส่งออกจำแนกตามมูลค่าการส่งออก (ต่อปี) | 48 |
| 3 | แสดงจำนวน และ ร้อยละของธุรกิจส่งออกจำแนกตามระยะเวลาในการ ดำเนินงาน | 49 |
| 4 | แสดงจำนวน และ ร้อยละของกลุ่มประเทศคู่ค้าของธุรกิจส่งออก | 50 |
| 5 | แสดงจำนวนธุรกิจส่งออกจำแนกตามสถานภาพการใช้อินเทอร์เน็ต | 51 |
| 6 | แสดงสถานภาพการใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามประเภทธุรกิจและขนาด ธุรกิจ | 53 |
| 7 | แสดงกิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามประเภทธุรกิจและขนาดธุรกิจ | 62 |
| 8 | แสดงจำนวนธุรกิจส่งออกจำแนกตามการใช้บริการประเภทต่าง ๆ บน อินเทอร์เน็ต | 63 |
| 9 | แสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ | 64 |
| 10 | แสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามชื่อ search engine ที่นิยมใช้ | 64 |
| 11 | แสดงจำนวนธุรกิจส่งออกจำแนกตามรายชื่อผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต | 65 |
| 12 | แสดงจำนวนธุรกิจส่งออกจำแนกตามวิธีเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต | 66 |
| 13 | แสดงจำนวนธุรกิจส่งออกที่ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามระยะเวลาการใช้ | 66 |
| 14 | แสดงข้อเปรียบเทียบที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการใช้อินเทอร์เน็ต | 67 |
| 15 | แสดงจำนวนธุรกิจส่งออกที่ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามความต้องการใช้ | 71 |
| 16 | แสดงจำนวนธุรกิจส่งออกที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามความต้องการใช้ | 73 |