

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการ ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	ศุภชัย วลีเกียรติกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.อนุวัฒน์ ชลไพศาล
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ ดร.สมชาย หาญหิรัญ
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การประกอบธุรกิจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงเสนอแนะแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปพัฒนาธุรกิจ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เลือกถามเฉพาะผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 376 คน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาการหาค่าความถี่ และร้อยละ ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Independent variable) ที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานในบริษัท มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 34,019.67 บาท มีความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 10.95 ปี มีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ใช้คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้านหรือที่พำนักอาศัย สามารถออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดทั้งวัน และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลเรื่องต่าง ๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบ 3 เดือน เฉลี่ย 7,898.22 บาท ส่วนใหญ่ซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ น้อยกว่าร้อยละ 50 เมื่อเปรียบเทียบกับ การซื้อในช่องทางปกติ สินค้าที่ซื้อมากที่สุด คือ ของใช้ส่วนตัว ประเภทเสื้อผ้า และเครื่องแต่งกาย เลือกวิธีการชำระเงินด้วยการโอนเงินเข้าบัญชีผู้ขาย ปัญหาที่พบ คือ คุณภาพของสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณา นอกจากนี้ มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรม และปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเฉลี่ยในระดับปานกลาง

จากการทดสอบสมมติฐาน ด้วยวิธีวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) พบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ เพศ รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์การใช้ อินเทอร์เน็ต

การศึกษาในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการในระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1. ตลาดจำหน่ายสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีรูปแบบใกล้เคียงกับตลาด แข่งขันสมบูรณ์ ซึ่งมีผู้ขายจำนวนมากรายส่งผลให้สินค้าชนิดเดียวกันมีราคาไม่ต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีกลวิธีในการสร้างความแตกต่างด้วยการใช้แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในการดำเนินธุรกิจ

2. จากการศึกษาพบว่า เพศชาย และเพศหญิง มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการ ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายจะซื้อสินค้าที่มีมูลค่าสูงกว่า ดังนั้น หากสินค้าที่จำหน่ายในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง จึงควรเป็นสินค้า ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเพศชาย

3. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ ดังนั้น ผู้ประกอบการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรดำเนินการจดทะเบียน เป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

4. การซื้อขายสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภคไม่เห็นหรือจับต้อง สินค้าจริงก่อนตัดสินใจซื้อ จึงทำการค้นหาข้อมูลของสินค้าอย่างละเอียดเพื่อลดปัญหาในเรื่องของ ข้อมูลข่าวสารที่ไม่สมมาตร (Asymmetric information) ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้รายละเอียด ของสินค้าที่เป็นจริงอย่างครบถ้วนและมีภาพถ่ายของสินค้าที่ชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

Thesis Title	To study factors affecting e - commerce goods and services purchasing behavior of consumer in thailand
Author	Supahchai Waleekiattikul
Thesis Advisor	Dr. Anuwat Cholphaisal
Thesis Co - Advisor	Assistant Professor Dr. Somchai Harnhirun
Department	Economics
Academic Year	2012

ABSTRACT

The objective of this research is to study the situation of E-Commerce business in Thailand and analyze factors affecting purchasing behavior upon E-Commerce system as well as put forwards useful ways for entrepreneurs to develop in their business. Descriptive data analysis, Frequencies, Percentage and Regression Analysis testing on Independent variable affecting purchasing values of the samples on E-Commerce system are all utilized as the research's methods by collecting data from questionnaire designed to inquire 376 customers who used to purchase goods and service through E-commerce system.

The research result finds that the sample is mainly female aged between 20 – 30 years, bachelor's degree graduation, working in private enterprise earning averagely 34,019.67 per month. This sample above normally has been convenient to go for shopping at shopping mall or department store, also having experienced surfing internet at home for averagely 10.95 years. They have had their own personal computer or laptop to connect all-day internet at home for searching any information.

It also finds that the sample in which they purchase goods and service via E-Commerce in 3 months calculated averagely as 7,898.22 Baht. Mostly, they purchase less via E-Commerce than they do in usual trading way, calculated as 50 percent. E-Commerce's best seller items are personal belongings such as clothes and attires. Online purchasers have selected to pay by transferring money to vendor's account. Problems purchasers usually face are the quality of merchandises not tally with those vendors previously advertised. Furthermore,

satisfaction in terms of transaction cost factor and customer behavior factor averaged in moderate level.

Hypothesis testing by Regression Analysis, correlating factor with values of purchasing via E-commerce is found in statistical significance at level of 0.05, that is, gender, monthly income and internet usage experience.

This research also put forwards some suggestions for E-commerce entrepreneurs as follows :

1. E-commerce market is very similar to those in perfect competition that several vendors are included . It thus causes the same goods have little difference in price. Entrepreneurs hence should have tactics to differentiate their merchandise by utilizing Creative Economy concept.

2. The research's result found that there is significantly different between male and female in terms of purchasing behavior. The samples who are men are likely to purchase higher value merchandises . So, if you have high valued items on sale via E-commerce, male customers are considerably the main target.

3. The research's result also told that customers place importance on entrepreneurs' credibility. Entrepreneurs should thus legally proceed to register as a E-commerce entrepreneur at Department of Business Development, Ministry of Commerce.

4. Customers are not able to see or touch any merchandises purchasing via E-commerce system. They inevitably tend to find and study merchandises meticulously to prevent any asymmetric information problems. E-commerce entrepreneurs should showcase merchandise's details in terms of clear-cut photo or any other details to customers as much as possible to make customers easier to make decision to purchase.