

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในประเทศไทย ในครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสร้างแบบสอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ต จากนั้นทำการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามข้อสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ในเบื้องต้นว่า เพศ รายได้ต่อเดือน การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว การออนไลน์ อินเทอร์เน็ตประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ระดับคะแนนของความสำคัญด้านต้นทุนธุรกรรมต่อการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และระดับคะแนนของความสำคัญด้านพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 376 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานในบริษัท มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 34,019.67 บาท และมีความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า

5.2 สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 10.95 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ใช้คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (desktop computer) ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้านหรือที่พักอาศัย สามารถออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดทั้งวัน และมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อมูลเรื่องต่าง ๆ

5.3 สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากการศึกษา พบว่า ซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบ 3 เดือนเฉลี่ย 7,898.22 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ น้อยกว่าร้อยละ 50 เมื่อเปรียบเทียบกับซื้อในช่องทางปกติ สินค้าที่ซื้อ คือ ของใช้ส่วนตัว ประเภทเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายชำระเงินด้วยวิธีโอนเงินเข้าบัญชีผู้ขาย และปัญหาที่พบคือคุณภาพของสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณา

5.4 สรุปผลการศึกษาข้อมูลระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรมของการซื้อขายสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการค้นหาสินค้าจากอินเทอร์เน็ตที่ทำได้ง่าย ใช้เวลาน้อย และสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้สะดวกกว่าช่องทางปกติ เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก ปัจจัยด้านการลดค่าเสียเวลาในการเดินทางเมื่อซื้อสินค้าจากระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากที่สุด และปัจจัยด้านการซื้อสินค้าจากระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ต้องเปิดเผยตัวตนในการซื้อ เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจปานกลาง

5.5 สรุปผลการศึกษาข้อมูลระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของการซื้อขายสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกจากการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถสั่งซื้อได้ 24 ชั่วโมง เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก ปัจจัยด้านสินค้าที่ซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีจำหน่ายในช่องทางปกติ เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก ปัจจัยด้านการซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีบริการจัดส่งถึงที่ เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมาก และปัจจัยด้านราคาสินค้าที่จำหน่ายในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีราคาถูกกว่าซื้อจากช่องทางปกติ เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจปานกลาง

5.6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษา พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 52 คน ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ความสะดวกกับผู้บริโภค โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางเพื่อซื้อสินค้า และต้องการให้มีระบบการชำระเงินผ่านร้านสะดวกซื้อสำหรับผู้ที่ไม่มียบัตรเครดิตและบัตรเครดิต หรือผู้ที่ไม่ต้องการเปิดเผยข้อมูลในบัตร โดยผู้ขายควรอธิบายรายละเอียดและภาพถ่ายของสินค้าให้ชัดเจน พร้อมตอบกลับข้อซักถามต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้า รวมถึงจัดส่งสินค้าด้วยความรวดเร็ว ทั้งนี้ ควรมีการตรวจสอบผู้ขายรายใหม่ เนื่องจาก มีการพบมิจฉาชีพที่แฝงตัวเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งกลุ่มมิจฉาชีพเหล่านี้ จะเสนอขายสินค้าในราคาต่ำกว่าปกติ

5.7 อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับตัวแปรตาม คือ มูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า มีตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

5.7.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเพศชายมีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง

5.7.2 รายได้ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผู้ที่มีรายได้มากมีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาก

5.7.3 ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผู้ที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากมีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาก

5.8 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

5.8.1 ตลาดจำหน่ายสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีรูปแบบใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ซึ่งมีผู้ขายจำนวนมากรายส่งผลให้สินค้าชนิดเดียวกันมีราคาไม่ต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีกลวิธีในการสร้างความแตกต่างด้วยการใช้แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในการดำเนินธุรกิจ

5.8.2 จากการศึกษาพบว่า เพศชาย และเพศหญิง มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายจะซื้อสินค้าที่มีมูลค่าสูงกว่า ดังนั้น หากสินค้าที่จำหน่ายในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง จึงควรเป็นสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเพศชาย

5.8.3 จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ ดังนั้น ผู้ประกอบการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรดำเนินการจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

5.8.4 การซื้อขายสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภคไม่เห็นหรือจับต้องสินค้าจริงก่อนตัดสินใจซื้อ จึงทำการค้นหาข้อมูลของสินค้าอย่างละเอียดเพื่อลดปัญหาในเรื่องของข้อมูลข่าวสารที่ไม่สมมาตร (Asymmetric information) ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้รายละเอียดของสินค้าที่เป็นจริงอย่างครบถ้วนและมีภาพถ่ายของสินค้าที่ชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

5.9 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและเคยซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เคยซื้อสินค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการไม่ซื้อ