

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ได้ด้วยความเมตตาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทั้ง 2 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ ดร.สมชาย หาญหิรัญ และ ดร.อนุวัฒน์ ชลไพศาล ที่กรุณาให้แนวคิดและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการศึกษา ตลอดจนชี้แนะแนวทางและขั้นตอนต่าง ๆ ของการจัดทำวิทยานิพนธ์ รวมถึงสละเวลาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ ดร.ชัยวัฒน์ คนจริง ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ มีโกศล และ ดร.วิษณุ วงศ์สินศิริกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ นางอาบทิพย์ ส่งกิตติสุนทร ผู้อำนวยการกองการในพระองค์ ดร.อภิสิทธิ์ หนูหนักดี ผู้อำนวยการกลุ่มงานเสด็จพระราชดำเนิน ที่ให้กำลังใจ และให้การส่งเสริมทั้งในด้านการปฏิบัติงานและด้านการศึกษา นางสาวนัท อยู่คงพันธ์ นายณัฐพล เทียนหอม และพี่น้องกองการในพระองค์ที่ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ

สุดท้ายนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้ทุกท่าน ตลอดจนครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ พี่ชาย พี่สาว และนางสาวออนอมา รุ่งเรือง ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้เขียนเสมอมา ความดีที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขอมอบให้คณาจารย์ผู้ประสาทวิชาความรู้ และผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จทุกท่าน ส่วนข้อบกพร่องทั้งหมดผู้เขียนขอน้อมรับไว้เพียงผู้เดียว

ศุภชัย วลีเกียรติกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญรูป.....	ฏ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 ทฤษฎีต้นทุนธุรกรรม (Transaction Cost Theory).....	6
2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory).....	7
2.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อ : กรอบแนวคิด 5 ขั้นตอน.....	11
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
2.5 ปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	19
2.6 แนวคิดในการศึกษา.....	19
2.7 ระเบียบวิธีวิจัย.....	26
2.8 การกำหนดขนาดตัวอย่าง.....	26
2.9 วิธีการศึกษา.....	27
2.10 ขั้นตอนการศึกษา.....	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. สภาพการณ์ปัจจุบัน.....	31
3.1 ความหมาย.....	31
3.2 ความเป็นมา.....	31
3.3 วิธีการประกอบธุรกิจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	32
3.4 ประเภทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	33
3.5 สถานการณ์ปัจจุบัน.....	36
4. ผลการศึกษา.....	41
4.1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ เพศ อายุ และระดับการศึกษา.....	42
4.2 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย.....	43
4.3 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ ความสะดวกในการต่อการเดินทางไปศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้า.....	44
4.4 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต.....	45
4.5 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต และความสามารถในการออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดทั้งวัน.....	45
4.6 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต.....	47
4.7 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบ 3 เดือน.....	48
4.8 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ สัดส่วนของการซื้อสินค้าและบริการ ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเทียบกับการซื้อในช่องทางปกติ.....	49
4.9 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	50
4.10 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับวิธีการชำระเงิน.....	52

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.11 ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบจากการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	53
4.12 ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรมของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	54
4.13 ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	55
4.14 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	57
4.15 ข้อวิจารณ์ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	60
5. สรุปผลการศึกษา.....	63
5.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง.....	63
5.2 สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง.....	63
5.3 สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	64
5.4 สรุปผลการศึกษาข้อมูลระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรมของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์..	64
5.5 สรุปผลการศึกษาข้อมูลระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	64
5.6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	65
5.7 อภิปรายผล.....	65
5.8 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	66
5.9 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	66
บรรณานุกรม.....	67
ภาคผนวก.....	70
ประวัติผู้เขียน.....	78

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 อัตราส่วนของผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	2
1.2 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	3
2.1 แสดงตัวอย่างขอบเขตในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค.....	9
2.2 ผลสรุปของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
3.1 จำนวนเว็บไซต์ที่ได้รับการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	37
4.1 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (เพศ อายุ และระดับการศึกษา)..	42
4.2 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (อาชีพ และรายได้ต่อเดือน).....	43
4.3 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (ความรู้เกี่ยวกับการเดินทางไปศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า).....	44
4.4 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต).....	45
4.5 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตและความสามารถในการออนไลน์อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา).....	46
4.6 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต)..	47
4.7 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (มูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบ 3 เดือน).....	48
4.8 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (สัดส่วนของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเทียบกับซื้อในช่องทางปกติ).....	49
4.9 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (สินค้าและบริการที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์).....	50
4.10 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (วิธีการชำระเงิน).....	52

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (ปัญหาที่พบจากการซื้อ สินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์).....	53
4.12 แสดงรายละเอียดข้อมูลความพึงพอใจในปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรม ของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	54
4.13 แสดงรายละเอียดข้อมูลความพึงพอใจในปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	55
4.14 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) ของตัวแปรอิสระ ( $X_1 - X_7$ ).....	57
4.15 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) ของตัวแปรอิสระ ( $X_1 - X_7$ ).....	58

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แนวคิดทฤษฎีต้นทุนธุรกรรม (Transaction costs).....	6
2.2 ลักษณะของเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve).....	8
2.3 ลักษณะของเส้นงบประมาณ (Budget Line).....	9
2.4 ลักษณะของดุลยภาพ (Equilibrium).....	10
2.5 ลักษณะการเปรียบเทียบต้นทุนธุรกรรม (Transaction costs) ของการซื้อสินค้า ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และในช่องทางปรกติ.....	20
2.6 ลักษณะของเส้นความพอใจเท่ากัน (IC) ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมกรซื้อสินค้า ในช่องทางปรกติ.....	22
2.7 ลักษณะของเส้นความพอใจเท่ากัน (IC) ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมกรซื้อสินค้า ในช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	22
2.8 ลักษณะของเส้นความพอใจเท่ากัน (IC) ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมกรซื้อสินค้า ทั้งช่องทางปรกติ และช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	23
2.9 ลักษณะของเส้นความพอใจเท่ากัน (IC) ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมกรซื้อสินค้า ทั้งช่องทางปรกติ และช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปริมาณที่ต่างกัน.....	24
2.10 ลักษณะของเส้นต้นทุน (Budget Line).....	24
2.11 ลักษณะของผังความคิด (Mind Map).....	25
2.12 ขั้นตอนการศึกษา.....	30