

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการข่าวสาร
อิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์ของผู้บริโภคในภูมิภาค
เอเชีย-แปซิฟิก

ผู้เขียน

นิรัชชา เริงเวลลิ่งค์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์

ประธานกรรมการ

อ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ

กรรมการ

อ. กันต์สินี กันทะวงศ์วาร

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกที่ใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์ และศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้รับความจากสัมภาษณ์ผู้ทดลองใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ 200 ตัวอย่าง และผู้บริโภคที่ปฏิเสธการซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ 200 ตัวอย่าง รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit model) โดยวิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation: MLE)

ผลการสำรวจกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล 200 ราย จากข้อมูลพื้นฐาน โดยทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 79.5 มีสถานภาพสมรสร้อยละ 53 มีอายุเฉลี่ย 29.85 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 49 มีสถานภาพระดับหัวหน้าหน่วยงานร้อยละ 55.5 ซึ่งส่วนใหญ่จะทำงานอยู่ในส่วนของฝ่ายการเงินและการบัญชีคิดเป็นร้อยละ 36.5 และผู้เลือกซื้อบริการทำงานอยู่ในบริษัทขนาดใหญ่ซึ่งมีสมาชิกเฉลี่ย 105 คน มีรายได้ต่อปีเฉลี่ย 492,120 บาท และมีพฤติกรรมการชำระเงินใช้จ่ายในชีวิตประจำวันด้วยบัตรเครดิตเฉลี่ยร้อยละ 30.99 ของการใช้จ่ายทั้งหมด ส่วนพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ซื้อบริการมีคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไว้ใช้ส่วนตัวในที่พักอาศัยร้อยละ 97.5 และมีระยะเวลาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 36.71 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ผู้ซื้อบริการเป็นสมาชิกรายปีของบริการข่าวสารประเภทอื่นๆเพียงร้อยละ 17 บริษัทเป็นผู้รับผิดชอบในค่าบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 72.5 และใช้วิธีชำระเงินค่าบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางบัตรเครดิตร้อยละ 62 มีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับมาร้อยละ 72 โดยร้อยละ 89 จะมีความเห็นว่าระดับราคาเหมาะสมดีแล้ว

ผลจากการสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับการใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ที่เลือกซื้อบริการจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีหมวดหมู่ตามประเภทธุรกิจอย่างชัดเจน และ ชื่อของเว็บไซต์ข่าวสารที่ง่ายต่อการจดจำ ผู้ที่เลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการซื้อบริการว่า สะดวกในการสั่งซื้อ และส่วนใหญ่เห็นว่า จะใช้บริการต่อไป สำหรับผู้บริโภคที่ไม่เลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการไม่ซื้อบริการว่า ไม่มีความจำเป็นที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวันจำนวน และในอนาคตไม่แน่ใจว่าจะใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่

จากผลการศึกษาประมาณการสมการ โลจิสติกพบว่า ผู้บริโภคข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์มีโอกาสความน่าจะเป็นสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่จะเลือกซื้อบริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล ถ้าผู้บริโภคเป็นเพศชายมีอายุน้อยกว่า 35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีรายได้ในระดับสูง ไม่ได้เป็นสมาชิกข่าวสารประเภทอื่นๆ มีบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบในค่าบริการ ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นเวลานาน มีระบบอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อในครัวเรือนและมีความเห็นว่าราคาค่าบริการมีความเหมาะสม

Independent Study Title	Factors Affecting Consumers' Choice of Purchasing E-mail News Services of Asia Pacific's Region	
Author	Miss. Niratcha Chuangwelling	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Assist.Prof. Dr. Piyaluk Buddhawongsa	Chairperson
	Lect. Dr. Pairat Kanjanakaroon	Member
	Lect. Kansinee Guntawongwan	Member

ABSTRACT

The purposes of this study are to examine the behavior of Asia-Pacific consumers who use the service of electronic news via email and their opinion regarding to the service and to examine the factors affecting consumers' choice of purchasing the service. Data in this research is obtained from interviewing both Thai and foreign consumers in Asia-Pacific region. The sample is composed of 200 persons who decided to buy the service and 200 persons who decided not to buy the service. This study employs descriptive statistics and the Logit model with maximum likelihood estimation (MLE)

The result of the group that purchased the service shows that 79% of them are male, 53% are married, their average age is 29.85 years old, and 49% of them earned college degree. Approximately 55% of them work as a supervisor, 36.5% work in the field of financial and accounting. They work in large firms with an average of 105 employees, the average of their annual salary is 492,120 Baht. And 30.29% of them use credit card in their daily expenses. Moreover, this group also has internet connection in their residence and online 36.71 hours per week. Only 17% of persons in this group have subscribed news from other services. 72.5% of this group said that their firms were responsible

for the service fee. 62% of the fee payments are made with credit card. 72% satisfy the quality of the service and 89% agree that the fee is reasonable.

The consumers opinion about e-news using shows that consumers focuses on well organized website and simple domain name. Most consumers suggests that they purchased the service because of the convenient payment and they will continue using this service in the future. The consumers declined the service because the service is not necessary for them and most of these consumer are not certain if they will purchase the service in the future.

The empirical results from Logit estimation indicated that consumers are more likely to purchase the service if that person is male, age less than 35 years old, with education level at college degree or higher and high income level, works in the company that pays for the service, spend long time online, and have internet connection in their household, and agree that fee is appropriate.