

ชื่อเรื่องการค้าปลีกแบบอิสระ      ทศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ชื่อผู้เขียน      นายเดชา ถ้วนโค

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต      สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้าปลีกแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา      ประธานกรรมการ  
 อาจารย์ณฤมล กิมภากรณ์      กรรมการ  
 อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง      กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ ได้แก่ นักศึกษาในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ตามสัดส่วนของนักศึกษาในแต่ละกลุ่มสาขาวิชา ซึ่งได้แก่ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ กลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ และกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-24 ปี ศึกษาอยู่ในกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งในมหาวิทยาลัยและที่ร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 60 – 90 นาทีต่อครั้ง ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 16.01-20.00 น. ของทุกวัน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อรับข่าวสาร ประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าสามารถซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ ได้แก่ หนังสือและนิตยสาร เพลงและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ส่วนประเภทของบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าสามารถซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ ได้แก่ บริการจองตั๋วเครื่องบินและบริการด้านการท่องเที่ยว บริการรับจองโรงแรม บริการให้คำปรึกษาและบริการฝากขายสินค้า

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สามารถซื้อสินค้าและบริการทุกชนิดได้ตลอด 24 ชั่วโมง จากทั่วโลกในราคาที่

ถูก อีกทั้งประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปหาซื้อสินค้าและบริการ ประกอบกับมีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ นอกจากนี้ผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายจากข้อมูลที่มีใน Web Site และสามารถแสดงความคิดเห็น หรือติดต่อสื่อสารกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตว่าสามารถซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทุกชนิดได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากทั่วโลกในราคาถูก อีกทั้งประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ ประกอบกับมีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ นอกจากนี้ผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายจากข้อมูลที่มีใน Web Site และสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีให้ใน Web Site และสามารถแสดงความคิดเห็นหรือติชมสินค้าและบริการไปยังผู้ขายโดยตรงได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้ยังพบอีกว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีความพอใจกับสินค้าที่ซื้อและจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตอีกในครั้งต่อไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ยังไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพราะว่ายังไม่มีความต้องการซื้อและไม่มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามที่สั่งซื้อ

<b>Independent Study Title</b>	The Attitude of Chiang Mai University Students toward Purchasing Goods and Services via Internet	
<b>Author</b>	Mr. Dachar Luanko	
<b>M.B.A.</b>	Business Administration	
<b>Examining Committee</b>	Assistant Professor Dr. Patchara Tantiprabha	Chairman
	Lecturer Narumon Kimpakorn	Member
	Lecturer Renus Sermboonsang	Member

### Abstract

The purpose of this is to investigate the attitude of university undergraduate students toward the purchasing of goods and services via internet. Quota sampling was used to sample 200 undergraduate students from 3 groups. i.e., science and technology, social science, and health science students. Questionnaires were used to collect data.

Most respondents were 20-24 year old males who were studying in social science with more than 2-year internet using experience. They used internet in the university and in internet cafés. The respondents used internet 60-90 minutes per time and 4-6 times per week between 4.01-8.00 p.m.. The purpose of using internet was to get news and information. They knew that the following goods were available to buy via internet: books and magazines, music and computer software, computer equipment, cloths and dresses. Services, i.e., air ticket reservation and travel agency services, hotel reservation services, consulting services, and goods consignment services could be bought via internet.

Results of the study indicated that most respondents agreed that purchasing goods and services via internet could be done world wide any time at cheap price. In addition, it saved travel time and offered door to door delivery. Buyers could compare prices and information of goods and services available on the web site. Buyers could always express their opinions or communicate with sellers or service providers directly.

It is also found that most respondents were satisfied with purchasing goods and services via internet because it could be done world wide any time at cheap price. In addition, it saved travel time and offered door to door delivery. Buyers could compare prices and information of goods and services available on the web site and could make the final decision to buy goods and

services by themselves. Buyers could always express their opinions or communicate with sellers or service providers directly.

Furthermore, it was found that most respondents had never bought goods and service via internet. Certain respondents who had bought goods and service via internet were satisfied with them and they intended to buy goods and service via internet again in the future. Those who had never bought goods and services via internet indicated that the reason why they had never bought were they did not want to buy and they were not sure about the quality of goods and services.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University