

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมกรรมการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย	
ชื่อผู้เขียน	นางสาวนุชมา มาลาศรี	
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต		
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ	ผศ. ดร. ศศิเพ็ญ พวงสายใจ	ประธานกรรมการ
	ผศ. พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์	กรรมการ
	ผศ.กาญจนา ไชคดาวร	กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และ ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ตจากผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จำนวน 200 คน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (62.0%) อายุระหว่าง 20 – 30 ปี (48.0%) วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี (64.0%) รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,000 บาทขึ้นไป (27.0%) ส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้วเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี มีวัตถุประสงค์สำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อดูข้อมูลข่าวสาร (83.0%) และส่วนใหญ่ยังไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต (70.0%) มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต (30.0%)

กลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เคยสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเหตุผลที่สำคัญในการซื้อสินค้า เนื่องมาจากต้องการทดลองสั่งซื้อ สินค้าที่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเคยสั่งซื้อมีความหลากหลายไม่มากนัก โดย ประเภทสินค้าที่จับต้องได้ส่วนมากได้แก่ หนังสือ แผ่นซีดี และ เทปเพลง สินค้าที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ สินค้าที่ Download จากอินเทอร์เน็ต เช่น ซอฟต์แวร์และเพลง และบริการส่วนใหญ่ ได้แก่ การบริการด้านการเงินการธนาคาร ของโรงแรม และท่องเที่ยว วิธีการชำระเงินค่าซื้อสินค้าและบริการ ส่วนมากชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ความปลอดภัยของวิธีการชำระเงิน รองลงมาเป็นความสะดวกในการเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการจากแหล่งต่างๆ และ ความสะดวกในการค้นหาสินค้าและบริการตลอด 24 ชั่วโมง ตามลำดับ ปัญหาและอุปสรรค จากการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การที่มีผู้แอบอ้างนำบัตรเครดิตไปใช้ รองลงมาเป็นการที่ ได้รับสินค้าล่าช้า ตามลำดับ

ในกลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เหตุผลที่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่ เนื่องมาจากไม่เห็นสินค้าของจริง รองลงมาเป็นความไม่สะดวกในวิธีการชำระเงิน ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการค้าบนอินเทอร์เน็ต หน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานราชการ ควรจะร่วมมือกันริบเร่งออกมาตรการเกี่ยวกับวิธีการชำระเงินบนอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตซึ่งนับวันจะมีจำนวนมากขึ้นนั้น ได้เกิดความเชื่อมั่นในเรื่องนี้ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในอนาคต

<b>Independent Study Title</b>	Consumption Behavior through Electronic Commerce in Thailand	
<b>Author</b>	Miss Budsaba Malasri	
<b>M.Econ.</b>	Economics	
<b>Examining Committee</b>	Asst.Prof.Dr. Sasipen Phuangsaichai	Chairperson
	Asst.Prof. Porntip Tianteerawit	Member
	Asst.Prof. Kanchana Chokethavorn	Member

### ABSTRACT

This study is the study of Consumption Behavior through Electronic Commerce in Thailand. The purposes of this study are twofold: (1) to study behavior of Internet users (2) to study factors which influence the consumption through Electronic Commerce. Data of 200 samples were collected from questionnaire through Internet users in Thailand.

The result of this study shows that about 62 percent of Internet users are resident in Bangkok, 48 percent age between 20-30 years old, 64 percent has Bachelor's degree, and 27 percent has personal income more than 25,000 Baht per month. They have experience of Internet using more than 3 years. The objective for using Internet is to search for data and news. Only 30 percent of this group used to buy goods and services through Electronic Commerce.

For Internet users who have experience to buy goods and services through Electronic Commerce, the reason that they brought is to test buying system. Tangible goods that they brought are books, music CD. For intangible goods are software and music. For services are banking services, hotel reservation and travel service. The payment was complete by credit card.

For factors that influence the consumption through Electronic Commerce are the security of payment system, the comparison of price with other sources and the convenience of searching through computer for 24 hours, respectively. The major barriers to consume through

Electronic Commerce are the insecure payment system and the receiving of goods lately, respectively.

The reason of Internet users who have no experience to buy goods and services through Electronic Commerce is that they cannot touch and test goods and services and the inconvenience of payment system, respectively.

Some recommendation from this study is that the entire companion including merchant, government and banking business should have coordinate policies of remote banking and financial services in order to develop the national capacity to support the growth of Electronic Commerce in Thailand.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University