

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ทักษะคิดที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน นางสาววารีย์ พุ่มไสว

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ชูศรี เที้ยศิริเพชร ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์ บุญสวาท พฤทธิกันนธ์ กรรมการ

อาจารย์เอก บุญเจือ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตาโดยเก็บตัวอย่างจากมหาวิทยาลัย 8 แห่ง จำนวนแห่งละ 50 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุ 18 ปี มีระดับรายรับเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 6,001- 9,000 บาท มีแหล่งรายรับส่วนใหญ่มาจาก บิดามารดา และผู้ปกครอง และรายรับอื่นๆ มาจากการทำงานพิเศษ ทุนการศึกษา และรายรับจากกองทุนกู้ยืม ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี และมีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 91-120 นาที สถานที่ใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตจะเป็นที่พัก มหาวิทยาลัย และการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา การติดต่อสื่อสาร และการค้นหาข้อมูล

การศึกษาศึกษาทัศนคติต้องประกอบด้วยความรู้ ความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะทราบข้อมูล กิจกรรมที่เป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีเพียงบางส่วนที่ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และส่วนน้อยที่ไม่ทราบเกี่ยวกับกิจ

กรรมที่เป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะทราบว่าสินค้าประเภทใดที่มีการจำหน่ายผ่านสื่อเป็นระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การศึกษาทัศนคติต้องประกอบด้วยความรู้ลึก พบว่า ปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านที่เห็นด้วย คือ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นการที่ผู้ใช้บริการสามารถที่จะซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และภาครัฐยังให้การสนับสนุนส่งเสริมการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านที่ไม่เห็นด้วย คือ ผู้ใช้บริการสามารถที่จะซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่าช่องทางอื่น สินค้ามีราคาถูกกว่าเพราะไม่ต้องเสียภาษี

การศึกษาทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์ที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการ แต่ไม่เคยมีการสั่งซื้อ โดยเหตุผลว่า "ไม่ไว้วางใจบริษัทฯ ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ไม่สามารถเห็นและจับต้องสินค้าได้ แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเคยชมเว็บไซต์ที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการ และเคยมีการสั่งซื้อ พบว่ามีการซื้อสินค้าอยู่ในระหว่าง 2-5 ครั้ง และในแต่ละครั้งมีการซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 1,001-5,000 บาท และส่วนใหญ่จะมีเหตุผลในการซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ การทดลองซื้อสินค้าและบริการ ต้องการความสะดวก โดยการชำระเงินค่าสินค้าจะเป็นการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร และเมื่อพิจารณาจากความพอใจมีความพอใจในคุณภาพของสินค้าและบริการ และพิจารณาสิ่งที่ผู้ใช้บริการคำนึงถึงเกี่ยวกับด้านเว็บไซต์ มีความคิดเห็นว่าจะต้องเป็นเว็บไซต์ที่อ่านและเข้าใจง่ายมีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่ไม่วกวน ให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการที่ชัดเจนครบถ้วนทั้งภาพและเสียง มีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และเว็บไซต์จะต้องมีความสวยงาม ปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยน่าสนใจตลอดเวลา และเมื่อพิจารณาแนวโน้มการสั่งซื้อสินค้าในอนาคตส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการสั่งซื้อสินค้าค่อนข้างแน่นอน

Independent Study Title Attitudes Towards Electronic Commerce of University Students in Bangkok

Author Miss Waree Pumsavai

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Chusri Thesiriphet Chairperson

Assistant Professor Boonsawart Prugsiganont Member

Lecturer Ek Bunchua Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the attitudes towards electronic commerce of university students in Bangkok. The data were collected from 400 bachelor's degree student which choose from 8 universities. The statistic used in data analysis consisted of the frequency, percentage and mean.

From the study, it was found that the majority of respondents were female and aged 18 years old. The average monthly income was between 6,001–9,000 Baht, mostly income was from parents and guardians. The other income was from part time job, scholarship and foundation loan. The majority respondents used the Internet over 2 years, the average surfing was 91-120 minutes. It was found that the respondent using the net at dormitory and the purpose was for educational, communication and searching information.

Regarding the cognitive element of attitude, it was found that most of respondents knew the information and e-commerce activates. Some did not understand e-commerce activities. However, majority respondents knew the products sold on e-commerce.

For the affective element, the respondents agreed that they could access the service of e-commerce 24 hours a day. Moreover, the public sector was also support and promotes e-commerce. On the other hand, the respondents disagreed that people could buy products in lower price without tax.

Lastly, the study on behavior element disclosed that most of respondents never visited the e-commerce website and never order or buy, because of they could not trust the e-commerce system as same as the products. For those who used to visit the e-commerce website and order products and services, it was found that they ordered products between 2-5 times and average buying was 1,001-5,000 Baht each time. Mostly bought the products because they wanted to try products and services with convenience to pay by banking payment. About the products and services satisfaction, they thought the website should easy to read and understand, uncomplicated order method, cleared details of products and services both picture and sound, linked to the relevant website effectively and the website should be attractive and in trend. Moreover, the potential of ordering products in the near future, it was found that most of respondents tended to order products and services certainly.