

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยปรากฏผลดังนี้

สถานภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ส่วนมากปัจจุบันมีที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62 และอีกร้อยละ 38 อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด แสดงให้เห็นว่าการแพร่หลายของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปสู่ส่วนภูมิภาคยังมีน้อย แต่ก็มีส่วนพัฒนาไปในอัตราที่สูงขึ้นมาก ซึ่งหากเทียบกับงานวิจัยของจรรยาและคณะ (2542: 65) ที่พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลถึงร้อยละ 96.6 และจากผลการศึกษาดังกล่าวนี้จึงคาดคะเนได้ว่า อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ได้มีการพัฒนาและมีการดำเนินการขยายระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตออกไปสู่ส่วนภูมิภาคในระดับหนึ่งแล้ว ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจในเรื่องนี้ และดำเนินการพัฒนาต่อไปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

จากการศึกษายังพบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนมาก มีอายุอยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี ซึ่งคิดเป็น ร้อยละ 48 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 และผู้ที่อายุ 50 ปีขึ้นไป มีน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 5 เท่านั้น ในด้านวุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดส่วนมากคือระดับปริญญาตรี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท คิดเป็น ร้อยละ 18 ทั้งนี้อาจเป็น เพราะว่าภาษาที่ใช้อยู่ในอินเทอร์เน็ตนั้นส่วนมากเป็นภาษาอังกฤษ ดังนั้นผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านภาษาด้วยจึงจะทำให้สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านอาชีพประจำปัจจุบันส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาเป็น นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 19 ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของสนอง (2541: 35) ที่พบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็น กลุ่มของนิสิตนักศึกษาถึงร้อยละ 90 ซึ่งจากกรณีผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ได้มีการแพร่ขยายของกลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากกลุ่มนักศึกษาไปยังกลุ่มผู้ทำงาน และหรือนักศึกษาที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในปีที่ศึกษาวิจัยนั้นๆ ได้สำเร็จการศึกษา และได้นำความรู้ความสามารถและตลอดจนความคุ้นเคยกับการใช้อินเทอร์เน็ตในสถานศึกษามาใช้ประโยชน์ในการทำงานในระยะเวลาต่อมา

ด้านรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ส่วนมากมีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001- 25,000 บาท

พฤติกรรมในการใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้วเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 69 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยตามจำนวนชั่วโมงของการใช้ในแต่ละวัน ส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตวันละต่ำกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาใช้อินเทอร์เน็ต 2-6 ชั่วโมงต่อวันคิดเป็นร้อยละ 40 ซึ่งมีอัตราใกล้เคียงกันมาก จากการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ภายในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีผู้สนใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากย่อมแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการเติบโตของบริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลในทางที่ดีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในปีต่อ ๆ ไปด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตต่ำกว่าวันละ 2 ชั่วโมงและ 2-6 ชั่วโมง ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกันมาก และโดยส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่สถานที่ทำงาน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็น เพราะว่าการใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านนั้นต้องเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการ ดังนั้นจึงใช้อินเทอร์เน็ตต่ำกว่า วันละ 2 ชั่วโมงซึ่งไม่เหมือนกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานหรือสถานศึกษาเพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมากใช้ในสถานที่ทำงานคิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมาใช้ที่ร้านให้บริการคิดเป็นร้อยละ 27 โดยส่วนมากมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อข้อมูลข่าวสารคิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมาเพื่อการติดต่อสื่อสารคิดเป็นร้อยละ 76 และมีเพียงร้อยละ 16 เท่านั้นที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จริยาและคณะ (2542: 103) ที่กล่าวว่าผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ตมีวัตถุประสงค์ในการทำงานด้านการซื้อสินค้าหรือบริการยังอยู่ในระดับต่ำมากเมื่อเทียบกับการใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์ในด้านอื่นๆ และเมื่อพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่เพื่อการดูข้อมูลข่าวสารแล้ว อาจจะกล่าวได้ในแง่ของพฤติกรรมผู้บริโภคคือ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ต้องการที่จะค้นหาหรือดูข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเพราะการศึกษาข้อมูลข่าวสารจะก่อให้เกิดความสนใจหรือความต้องการเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ยังทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์ในกรณีที่สามารถดูข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ ทั่วโลกได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติมไปจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น ต้องเดินทางไปถึงร้านค้าหรือพบปะกับผู้ขาย

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น ส่วนมากยังไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70.0 และร้อยละ 30.0 เท่านั้นที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของณัฐและคณะ (2541:41) ที่พบว่าผู้ที่มีประสบการณ์ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวนค่อนข้างน้อย เนื่องจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์สำหรับประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่ก็มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต

โดยกลุ่มผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีเหตุผลที่สำคัญในการซื้อสินค้าและบริการตามลำดับความสำคัญ คือ ต้องการทดลองสั่งซื้อ และรองลงมาเป็นสินค้าที่ไม่มีขายในประเทศไทย และมีความสะดวกในการสั่งซื้อและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นสินค้าและบริการที่ทันสมัย และเป็นสินค้าที่ไม่ต้องเสียภาษี ตามลำดับ

ในด้านของสินค้าที่กลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่เคยสั่งซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นั้นได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท โดยสินค้าที่เคยสั่งซื้อมีความหลากหลายไม่มากนัก ประเภทสินค้าที่จับต้องได้ส่วนมากได้แก่ หนังสือ แผ่นซีดี และเทปเพลง สินค้าที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ สินค้าที่ Download จากอินเทอร์เน็ต เช่น ซอฟต์แวร์และเพลง และบริการส่วนใหญ่ ได้แก่ การบริการด้านการเงินการธนาคาร จองโรงแรมและ ท่องเที่ยว และการจองตั๋วเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมเกียรติ (2542: 40) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกชนิดสินค้าที่คล้ายคลึงกันในการสั่งซื้อสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สามารถแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการกับผู้ซื้อรายอื่นผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือในบางครั้งอาจมีโอกาสสัมผัสกับสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น ได้ฟังเพลงก่อนการสั่งซื้อแผ่นซีดี หรือเทปเพลง ได้อ่านเรื่องย่อของหนังสือ หรือชมบางส่วนของภาพยนตร์ก่อนตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้ซื้อที่มีข้อมูลช่วยในการตัดสินใจมากขึ้นกว่าการซื้อขากันทั่วไป

ในส่วนของวิธีการชำระเงินค่าซื้อสินค้าและบริการ ส่วนมาก ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมาคือ โอนเงินเข้าบัญชีผู้ขายและให้บริการ และ ชำระเงินปลายทางเมื่อได้รับสินค้า

สำหรับปัญหาและอุปสรรคจากการซื้อสินค้าและบริการ ของกลุ่มผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนมากพบว่า ปัญหาในการมีผู้แอบอ้างนำบัตรเครดิตไปใช้ รองลงมา เป็นการใช้บัตรเครดิตล่าช้า ขั้นตอนในการสั่งซื้อยุ่งยาก และสินค้ามีคุณภาพไม่ตรงกับที่โฆษณา ตามลำดับ

จากผลการศึกษาในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ได้ให้เหตุผลถึงการที่ไม่ซื้อสินค้าและบริการ เนื่องจากไม่สามารถเห็นสินค้าของจริง ไม่มีความสะดวกเกี่ยวกับการชำระเงิน และไม่มีความมั่นใจในระบบความปลอดภัยของการชำระเงิน ตลอดจนเกรงว่าจะไม่ได้รับสินค้าตามที่สั่งซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจรรยาและคณะ (2542: 105) ที่พบว่าสาเหตุหลักที่ทำให้ไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตคือไม่มีความเชื่อมั่นในวิธีการชำระเงินและการไม่สามารถจับต้องสินค้าด้วยตนเอง รวมทั้งไม่มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าจริง ในส่วนเหตุผลจากผลการศึกษาข้างต้นทำให้ทราบว่า มีการในความสำเร็จของเหตุผลที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ในระดับที่แตกต่างกันไป คือ ไม่มีความสะดวกเกี่ยวกับวิธีการชำระเงิน อยู่ในเหตุผลรองลงมาจากเหตุผลหลักที่ไม่สามารถเห็นสินค้าของจริง ย่อมแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งมีความสนใจที่จะซื้อสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต แต่ยังไม่ได้รับความสะดวกและความมั่นใจในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจพัฒนาในส่วนจากระบบความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในการชำระเงิน เพื่อการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตต่อไป

ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าและบริการจากระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภค ที่เลือกมากที่สุดคือ ความปลอดภัยของวิธีการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาเป็นความสะดวกในการเปรียบเทียบราคาของสินค้าและบริการจากแหล่งต่างๆ ร้อยละ 76.67 ความสะดวกในการค้นหา สินค้าและบริการ (24 ชม.) ร้อยละ 60.00 ความสมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ ร้อยละ 43.33 การปรับเปลี่ยนข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 33.33 การประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ร้อยละ 33.33 เป็นที่น่าสังเกตว่า ปัจจัยในราคาสินค้าและบริการถูกกว่าการซื้อจากวิธีอื่น ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยนี้ น้อยมากคิดเป็นเพียงร้อยละ 6.67 เท่านั้น จากผลการศึกษานี้ อาจกล่าวได้ว่าราคาสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการน้อยมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคได้มีโอกาสเปรียบเทียบราคาของสินค้าและบริการจากแหล่งต่างๆ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าและบริการ

5.2 ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

จากผลการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข ดังนี้

1. จากผลการศึกษาที่พบว่าสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเคยสั่งซื้อกันบ่อยที่สุดส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าและบริการที่มีความหลากหลายไม่มากนัก หรือแม้แต่นิวโน้มความต้องการที่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งหมดคิดว่า จะสั่งซื้อกันนั้นก็ปรากฏว่า เป็นสินค้าและบริการไม่หลากหลายเช่นเดียวกัน ซึ่ง ได้แก่ หนังสือ แผ่นซีดี เทปเพลง ซอฟต์แวร์ การบริการด้านการเงิน/การธนาคาร การจองตั๋วเครื่องบิน และการจองโรงแรมและท่องเที่ยว จากผลการศึกษาดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้ประกอบการรายใดที่สนใจจะทำธุรกรรมการค้าบนอินเทอร์เน็ต ควรให้ความสำคัญและศึกษาขั้นตอนการทำการค้าบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับสินค้าและบริการดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ จำหน่ายหนังสือบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีในวงการอินเทอร์เน็ตว่าบริษัทที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดนั้น ได้แก่ <http://www.amazon.com> และแม้แต่ในประเทศไทย Web Site ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ก็คือร้านหนังสือออนไลน์ และการให้สินเชื่อบนไลน์ ได้แก่ <http://thaiamazon.com> และ <http://thailifestyle.com> ฉะนั้น ในช่วงเวลาที่เป็นช่วงเริ่มต้นยุคของการพัฒนาการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่นนี้ ผู้ประกอบการคนไทยไม่ว่าจะทำการค้า บนอินเทอร์เน็ตอยู่ในขณะนี้หรือไม่ก็ตาม ควรจะพัฒนาปรับปรุงตลอดจนศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการค้าบนอินเทอร์เน็ตให้มากยิ่งขึ้นอยู่ตลอดเวลา

นอกจากนั้นแล้วจากการศึกษายังพบว่าใน ส่วนของสินค้าบริการซึ่งมีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจำนวนมากได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าจะมีบริการเหล่านี้บนอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การจองบัตรภาพยนตร์ และการจองบัตรคอนเสิร์ต ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะนำประเด็นนี้มาพิจารณา ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขยายช่องทางด้านการตลาดได้ต่อไป ตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

2. จากผลของการศึกษาที่พบว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ที่ไม่ซื้อสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ตกันนั้นต่างไม่มั่นใจเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยของการชำระเงินบนอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการค้าบนอินเทอร์เน็ต หน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานราชการ ควรจะร่วมมือกันริบเร่งออกมาตรการเกี่ยวกับวิธีการชำระเงินบนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตซึ่งนับวันจะมีจำนวนมากขึ้นนั้น ได้เกิดความเชื่อมั่นในเรื่องนี้ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรมีการศึกษารูปแบบมาตรฐานที่ประสบความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจในระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ
2. ควรที่จะมีการศึกษาในด้านของผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตว่าประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด และมีปัญหาหรือข้อจำกัดหรือไม่อย่างไรนอกเหนือไปจากการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคเพียงด้านเดียว
3. ควรมีการศึกษารายละเอียดให้ลึกกลงไปอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตซึ่งอยู่ในกลุ่มของผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยอาจจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลไปในประเด็นต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงระบบการค้าบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่อไป
4. ควรมีการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและปัจจัยด้านสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน อันจะทำให้การศึกษานั้นครอบคลุมครบทุกปัจจัย และข้อมูลที่ได้จะส่งผลต่อการจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ ให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายได้อย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น