

บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ ความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ทัศนคติของผู้ใช้บริการและแนวทางปรับปรุงเว็บไซต์ THAISECONDHAND.COM

โดย

นายณัฐวุฒิ ชัยนิลพันธุ์

พฤษภาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อเว็บไซต์ ThaiSecondhand.com และหาปัญหาและแนวทางปรับปรุงเว็บไซต์ฯ ให้เหมาะสม ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ แล้วนำมาสุ่มตัวอย่างโดยมีขนาดตัวอย่าง 384 ตัวอย่างและทำการอภิปรายกลุ่มโดยมีผู้เข้าร่วมอภิปรายจำนวน 20 ราย เมื่อได้ข้อมูลทั้งหมดแล้วได้นำมาวิเคราะห์ผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows วิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผู้ให้บริการเว็บไซต์ฯ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 19-34 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและมีรายได้โดยรวมต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติต่อองค์ประกอบหลักของเว็บไซต์ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ด้านการออกแบบมีผลอยู่ในระดับดี และด้านประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติพอใจมากต่อเว็บไซต์ สิ่งที่ผู้ให้บริการชอบที่สุดในเว็บไซต์คือ มีปริมาณสินค้ามาก เป็นบริการฟรี มีผู้ให้บริการมาก และ ความสามารถของเว็บไซต์ที่ครอบคลุมและยืดหยุ่น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยพบปัญหาระหว่างการใช้บริการ และสิ่งที่ผู้ใช้บริการพบข้อผิดพลาดหรือไม่ชอบที่พบในเว็บไซต์ สรุปได้คือ ความเร็วในการแสดงผลหน้าเว็บเพจช้ามาก มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นบ่อย ไม่สามารถเข้าใช้เว็บไซต์ได้ และการลงประกาศที่ลงช้า ๆ หลายรายการ หรือลงผิดประเภทหมวดหมู่สินค้า คำแนะนำส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงองค์ประกอบด้านประสิทธิภาพ ได้แก่ การแก้ปัญหาเรื่องความเร็วในการแสดงผล การแก้ไขข้อผิดพลาด และด้านเนื้อหา ได้แก่ การจัดการกับประกาศที่ลงช้า ๆ หรือไม่เหมาะสม

ผลการทดสอบสมมุติฐานระหว่างลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพและรายได้กับองค์ประกอบหลักของเว็บไซต์ทั้ง 3 คือ ด้านการออกแบบ ด้านเนื้อหา และด้านประสิทธิภาพ สรุปได้ดังนี้ อาชีพต่างกันมีระดับทัศนคติต่อองค์ประกอบหลักของเว็บไซต์ทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกัน และรายได้ต่างกันมีระดับทัศนคติต่อองค์ประกอบหลักของเว็บไซต์ทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกัน

ABSTRACT

Business Administration
Faculty of Business Administration
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Bangkok, Thailand

THE WEBSITE USER ATTITUDES AND MEASURES TO IMPROVE
THE WEBSITE, SECONDHAND.COM

UTTAWUT CHAI PHAI

2008

Co-Advisor: Jari Park
Department of Business Administration and Marketing
Faculty of Business Administration
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

The main objectives of this research were to study the attitudes level
people who use using the website service under the name "ThaiSecondhand.com"
identify problems and measures to improve the website to suit everyone.
researcher collected the data from the questionnaire through the Internet by collecting the
feedback from customers who are using this website and then brings out the sample
population of 384 samples and then make the group discussion which is about 20
people. Getting the whole data, it is analyzed by using a computer
Windows

Keywords: user attitude, the website
34 study and having their own
more than 20,000

Some groups of the sample, mostly have the attitudes to the website contents quite excellent, the design and performance quite good. So the whole image of the website is fully satisfied by the customers. To conclude what they like most is plenty of quantity with free service and many people are using the service and the ability of the website is to cover most of the things and flexible.

Some groups of the sample who are having troubles during the use of website find out that there are some difficulties in using the service as the speed on the page of the website is too slow and it often happens and is unable to use the website. Moreover, there is a repeating of the commodities which some time can find in every corner of the webpage. The advice to improve the quality is the speed, the details of each commodity and the repetition.

The results of this sample between the characteristic of the people who are employed and the income of the main website components including the design, contents and performance, can be concluded that each employee who is doing different things are not different by the main attitude of website components and the different income is also not different amongst them by the main attitude of the website components.