

บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ ความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ TARAD.COM

โดย

นางสาวนันท์วัน มุลรินทร์

พฤษภาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์จำเนียร บุญมาก

ภาควิชา / คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ tarad.com ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ฯ และสาเหตุที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ฯ ไม่เคยซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ฯ ตลอดจนถึงปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ฯ ในการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ฯ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ tarad.com และได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการเว็บไซต์ฯ ที่เข้ามาตอบแบบสอบถาม ด้วยความสมัครใจ โดยจะใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมดจำนวน 431 ราย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ tarad.com พบว่าผู้ให้บริการฯ ค้นหาสินค้าที่สนใจในเว็บไซต์ฯ โดยวิธีค้นหาจากหมวดสินค้า ซึ่งในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมาผู้ให้บริการส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อสินค้าที่ลงประกาศในเว็บไซต์ฯ เหตุผลผู้ให้บริการฯ ที่ซื้อสินค้าที่ประกาศลงในเว็บไซต์ฯ คือ เป็นสินค้าที่ต้องการ หมวดสินค้าที่ซื้อมากที่สุดคือ หมวดการสื่อสารและอุปกรณ์สื่อสาร ราคาสินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่คือ ไม่เกิน 5,000 บาท

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ฯ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลอยู่ในระดับปานกลางต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ลงประกาศในเว็บไซต์ฯ ในความหลากหลายของสินค้าและความสมบูรณ์ของรายละเอียดสินค้ามีผลอยู่ในระดับมาก ส่วนความน่าเชื่อถือคุณภาพของสินค้ามีผลอยู่ในระดับน้อย ในปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลอยู่ในระดับปานกลางต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ลงประกาศในเว็บไซต์ฯ

ในปัจจุบันด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลอยู่ในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ลงประกาศในเว็บไซต์ฯ ในความสะดวกด้านการส่งมอบสินค้ามีผลอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านจิตวิทยา มีผลอยู่ในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ลงประกาศในเว็บไซต์ฯ ในส่วนของการจูงใจให้หันมาใช้บริการของเว็บไซต์ฯ และความเข้าใจในกระบวนการซื้อสินค้าในเว็บไซต์ฯ มีผลอยู่ในระดับปานกลาง

สาเหตุของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ฯ ที่ไม่เคยซื้อสินค้าที่ประกาศลงในเว็บไซต์ฯ ให้เหตุผลว่า ไม่ได้เห็นสินค้าของจริง

ปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าที่ลงประกาศในเว็บไซต์ tarad.com พบว่า สินค้าไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีสินค้าจริงตามโฆษณา ราคาแพงกว่าท้องตลาด ขั้นตอนการสั่งซื้อยุ่งยาก สินค้าสูญหายไม่ได้รับสินค้า และข้อมูลโฆษณาในเว็บไซต์ฯ ไม่ทันสมัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาคือ ควรมีมาตรการที่ปลอดภัยในการซื้อ-ขายสินค้าเพื่อป้องกันการหลอกลวง ที่สามารถควบคุมได้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย และในส่วนของบริการของเว็บไซต์ฯ ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ฯ ได้ให้ข้อเสนอแนะในด้านการเกี่ยวกับรูปแบบของการให้บริการของเว็บไซต์ฯ ในส่วนของหน้าของเว็บไซต์ การจัดหมวดหมู่ของสินค้า และข้อมูลของสินค้าให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfilment of the requirements for the degree of master of Business Administration in Business Administration

THE BEHAVIORS OF WEBSITE BUYERS OF THE TARAD.COM

By

NANTHAWAN MOONRIN

NOVEMBER 2002

Chairman: Assistant Professor Jamnian Boonmak

Department / Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing, Faculty of Agricultural Business

The purposes of this research are to study buying behaviors of consumers who purchase goods through www.tarad.com, factors that affect the purchasing, causes that some consumers have never bought anything through the Internet, and problems and suggestions given buy users who buy things through the web. Data were collected from 431 consumers at random who used tarad.com and were willing to complete the questionnaire.

The results showed that consumers used a catalogue to search for merchandise. Within 6 months, most consumers never bought anything advertised in the web. Some bought because it was what they needed. The item bought most was communication-linked accessories which were not over 5,000 baht.

For factors that affect the purchasing is was found that the production factor fell to an average level for the decision made to purchase through the web as well as prices and promotion of the goods, convenience in delivery, encouragement to use

the web and understanding in buying procedures. For a wide variety and the perfection of the merchandise factors, they were in a high level. The least level of purchasing went to reliability and quality, ways to sell the goods and psychological factors.

Users who never bought goods through the web stated that not seeing actual merchandise was the main problem.

Problems found from buying goods through tarad.com were that goods were not that standard quality, goods were not existing as advertised, higher price than that in the market, complicated buying procedures, goods stolen or lost along the way, and out-of-date advertisement in the web.

Suggestions gained from this research showed that there should be some measures to prevent deception for both sellers and buyers. About the service of the web, categories of the goods and their details should be up-to-date all the time.