

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย)	ความแตกต่างเชิงพฤติกรรมระหว่างกลุ่มบุคคลในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
ชื่อโครงการ (ภาษาอังกฤษ)	The Differences among Groups of People in the Adoption Behavior of E-Commerce			
แหล่งเงิน	เงินรายได้ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ			
ประจำปีงบประมาณ	2557	จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน	130,000	บาท
ระยะเวลาทำการวิจัย	1 ปี	ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2556 ถึง 30 กันยายน 2557		
ชื่อ-สกุล หัวหน้าโครงการ				
นางสาววอนชนก ไชยสุนทร	ตำแหน่งวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์			
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ	โทรศัพท์ 02-329-8460 โทรสาร 02-329-8461			
E-mail kcwornc@kmitl.ac.th				

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้ถูกใช้งานมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยกำลังพัฒนา มัก นำมาใช้งานเพื่อการค้าหรือที่เรียกว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) สำหรับในประเทศไทย ก็เป็นประเทศหนึ่งที่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น แต่ยังมีการศึกษาถึงการใช้ บริการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มคนไทยอยู่ค่อนข้างน้อย ในการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาความ แตกต่างเชิงพฤติกรรมระหว่างกลุ่มบุคคลในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดย ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และพิจารณาทดสอบจาก 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่ ความถี่ในสืบค้นข้อมูลสินค้าหรือบริการต่างๆ บน อินเทอร์เน็ต การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ และการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการขาย สินค้าหรือบริการต่างๆ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ได้นำ ANOVA และ Fisher's Least Significant Difference (LSD) มาใช้ในการเปรียบเทียบและพิจารณาความแตกต่างของข้อมูลที่ได้รับ โดยผลที่ได้ จากการวิจัยพบว่ากิจกรรมการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น มีความแตกต่างต่างกันในหลายกลุ่มผู้ใช้ ทั้งในกลุ่ม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ส่วนบุคคล และระดับรายได้ครอบครัว

ชี้งรายละเอียดของกิจกรรมและความแตกต่างตลอดจนการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้
นำเสนอไว้ในงานวิจัยนี้ด้วย

คำสำคัญ : พฤติกรรมการซื้อสินค้า, พฤติกรรมการยอมรับ, การพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Research Title: The Differences among Groups of People in The Adoption Behavior of E-commerce

Researcher: Miss Wornchanok Chaiyasoonthorn

Faculty: Administration and Management College,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok, Thailand.

ABSTRACT

The Internet is increasingly being used as a new form of commerce called electronic commerce (e-commerce) in developing nations. E-commerce is increasingly being adopted by Thai people. However, very few studies have been conducted to study the adoption of electronic commerce among groups of Thai people. This study aims to compare and contrast the adoption behavior of electronic commerce among groups of Thai people in Bangkok. A survey of 500 respondents living in Bangkok was conducted. Three electronic commerce activities (frequency scores of searching the Internet for information about products or services, using the Internet to buy products or services, and using the Internet to sell products or services) were tested. One-way analysis of variance (ANOVA) and Fisher's Least Significant Difference (LSD) tests were employed to compare and contrast the data. The study shows that some electronic commerce activities were adopted significantly differently in various groups: gender, age, levels of education, occupations, levels of personal income, and levels of family income. Specific activities and groups of people are discussed in greater details in this study. Discussions and recommendations are also addressed.

Keywords: Purchasing behavior, Adoption behavior, Electronic commerce, E-Commerce.