

## บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาแนวโน้มความเป็นไปได้ในการยอมรับรูปแบบโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการและหาแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการซื้อขายหนังสือมือสองโดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคำนวณ 400 ตัวอย่าง ความสนใจในการใช้บริการนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในการใช้บริการการซื้อขายหนังสือมือสองผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นร้อยละ 56.8 และตัวแปรด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการสั่งซื้อสินค้าบริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ นั้นมีอิทธิพลต่อความสนใจในการใช้บริการดังกล่าว และหากผู้บริโภคมีประสบการณ์ที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตแล้วละก็ ความสนใจในการใช้บริการการซื้อขายหนังสือมือสองผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย ผลการวิจัย ยังพบอีกว่า ประเภทของหนังสือที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเลือกซื้อเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ หนังสือประเภทแบบเรียน ประเภทนิตยสาร หนังสือประเภทพอกเก็ตบุ๊ก หนังสือ How to ต่างๆ และหนังสือต่างประเทศ (Text book)

ในส่วนของคุณลักษณะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นต้องมี กราฟฟิกสีสันสวยงามสะดุดตา ชื่อโดเมนเนมที่สามารถจำได้ง่าย การรับรองมาตรฐานจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ และการรับประกันสินค้านั้นก็มีผลในการเลือกใช้บริการเช่นกัน ในส่วนของระยะเวลาในการจัดส่งหนังสือที่พึงพอใจคือ 1-2 วัน ลักษณะการจัดส่งโดยจัดส่งโดย EMS และค่าจัดส่งต่อเล่มต้องไม่เกิน 20 บาทต่อเล่ม กลุ่มตัวอย่างขอรับวิธีในการรับข่าวสารโดยผ่านทาง E-mail และการชำระเงินที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ผ่านทางธนาคารหรือทางตู้เอทีเอ็ม

แรงจูงใจที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อการบริการนี้ มีดังนี้ ด้านราคา ด้านความปลอดภัย ด้านความลับของข้อมูล ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านการจัดส่งสินค้า ในส่วนอุปสรรคที่จะลดความน่าสนใจที่จะใช้บริการดังกล่าวมีดังนี้ ด้านการดำเนินงานที่ยุ่งยาก ด้านข้อมูลส่วนตัวถูกเปิดเผย ด้านอีเมลขยะ (Junk Mail) ด้านความไม่ไว้วางใจผู้ให้บริการ และด้านผู้ให้บริการไม่รับคืนหรือแลกเปลี่ยนสินค้า ทั้ง 5 ด้านนี้ หากผู้บริโภคอายุยิ่งมากขึ้น ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น และรายได้ที่มากขึ้น ก็จะทำให้ความสำคัญกับทั้ง 5 ด้านมากขึ้นไปด้วย

กลุ่มเป้าหมายหลักในการบริการนี้ สามารถจัดจำแนกตามกลุ่มอายุต่างๆ ออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มอายุ 15 – 24 ปี กลุ่มอายุ 25 – 34 ปี และกลุ่มอายุ 35 – 39 ปี