

หัวข้อเรื่อง	การศึกษารูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการซื้อขายหนังสือมือสอง
ชื่อผู้เขียน	นางสาวปานแก้วตา นิลออ
แผนกวิชา/คณะ	สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	พันโท ดร.สรพชัย หุวะนันทน์
ปีการศึกษา	2550

### บทสรุป

แนวโน้มของโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่เสมือนว่าขนาดของโลกได้แคบลงนั้น เกิดจากการพัฒนาและการเติบโตของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านคอมพิวเตอร์และความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งนำมาสู่การผนวกเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ากับด้านต่างๆ ด้านที่สามารถเห็นการเปลี่ยนแปลงได้ชัดเจนที่สุด คือ ด้านการพาณิชย์ ซึ่งสามารถสร้างช่องทางทางการค้าและตลาดแนวใหม่ของโลก ระบบอินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมโยงคนทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกัน และยังสามารถแยกแยะความต้องการของสินค้าในแต่ละบุคคลได้ ด้วยเหตุนี้การตลาดแนวใหม่ที่สามารถทำธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้นจึงไม่จำเป็นต้องมีคนกลางในการซื้อขายและสถานที่ในการซื้อขายเข้ามาเกี่ยวข้อง การดำเนินธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตจึงไม่จำเป็นต้องเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ห้างร้านขนาดเล็ก หรือ ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ก็สามารถดำเนินธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตได้เช่นกัน ดังนั้นการทำธุรกิจการซื้อขายหนังสือมือสองในตลาดของประเทศไทย ก็สามารถทำการซื้อขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยเช่นกัน โดยอาศัยรูปแบบโมเดลจากต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง อาทิ [www.amazon.com](http://www.amazon.com) เว็บไซต์การซื้อขายหนังสือที่ใหญ่ที่สุดในโลก หรือจะเป็น [www.Swap.com](http://www.Swap.com) และ [www.Half.com](http://www.Half.com) โดยเฉพาะ Half.com นั้นถือว่าประสบความสำเร็จในการทำการตลาดแบบปากต่อปากในกลุ่มของสินค้าใช้แล้ว หรือ สินค้ามือสองเป็นอย่างมาก จากรูปแบบโมเดลเหล่านี้จึงนำมาสู่การศึกษารูปแบบโมเดลของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการซื้อขายหนังสือมือสอง ดังในการวิจัยชิ้นนี้

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวโน้มความเป็นไป

ได้ในการยอมรับ รูปแบบโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการและหาแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการซื้อขายหนังสือมือสอง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) สามารถแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) โดยเลือกกรุงเทพมหานคร ที่กลุ่มอายุ 15 – 39 ปี เป็นกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากโดยตัวผู้วิจัยเอง อาศัยอายุและแหล่งที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างเป็นกรอบในการคัดเลือกตัวอย่าง

จากผลการวิจัยที่ได้พบว่า 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 และหนังสือวิชาการต่างประเทศ (Text book)

ในส่วนของเว็บไซต์นั้นต้องมี กราฟฟิกส์ที่สวยงามสะดุดตา ชื่อโดเมนเนมที่สามารถจำได้ง่าย การรับรองมาตรฐานจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ และการรับประกันสินค้านั้นก็มีผลในการเลือกใช้บริการเช่นกัน ในส่วนของระยะเวลาในการจัดส่งหนังสือที่พึงพอใจ คือ 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 และด้านผู้ให้บริการไม่รับ

คืนหรือแลกเปลี่ยนสินค้า ทั้ง 5 ด้านนี้ หากผู้บริโภคอายุยิ่งมากขึ้น ระดับการศึกษาที่สูงขึ้น และ รายได้ที่สูงขึ้น ก็จะทำให้ความสำคัญกับทั้ง 5 ด้านมากขึ้นไปด้วย

เมื่อนำผลการวิจัยมาจัดจำแนกตามกลุ่มอายุต่างๆ สามารถระบุกลุ่มลูกค้าหลักในการให้บริการการซื้อขายหนังสือมือสองผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่

#### 1. กลุ่มอายุระหว่าง 15 – 24 ปี

กลุ่มอายุระหว่าง 15 – 24 ปี ระดับการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา ปวช. ปวส. และปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 - 10,000 เราพบว่า กลุ่มอายุตามที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เป็นกลุ่มที่สนใจที่จะใช้บริการซื้อขายหนังสือมือสอง ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 46.5 และ ร้อยละ 65.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสนใจที่จะใช้บริการดังกล่าว ในกลุ่มระดับการศึกษา ปวช. ปวส. ยังให้ความสนใจที่จะใช้บริการนี้ สูงถึงร้อยละ 83.5 ตัวตนของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ ถูกเรียกว่า Gen – M หรือ Millennial Generation มักมีลักษณะที่ไม่เหมือนใคร มีแนวคิดเป็นของตัวเอง ให้ความสำคัญกับ คอมพิวเตอร์ ภาษาอังกฤษ มีความเป็นอิสระค่อนข้างสูง หรือที่เรียกว่า เด็กแนว และเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นความหวัง หรือ Generation for Hope ดังนั้นในส่วนของประเภทหนังสือที่จะให้บริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงเน้นไปที่หนังสือพอกเก็ตบุ๊ก เนื่องจากเป็นหนังสือที่หลากหลาย มีมากมายสำนักพิมพ์ ซื้อขายได้ง่าย และราคาไม่แพงจนเกินไป หนังสืออีกประเภทที่กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้น่าจะให้ความสนใจ คือ หนังสือคู่มือต่าง เช่น ด้านคอมพิวเตอร์ ภาษาต่างประเทศ เพราะเป็นกลุ่มที่มีลักษณะให้ความสนใจในด้านดังกล่าวค่อนข้างสูง

#### 2. กลุ่มอายุระหว่าง 25 – 34 ปี

กลุ่มอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี – สูงกว่าปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 15,000 ขึ้นไป เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เราพบว่า กลุ่มอายุตามที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เป็นกลุ่มที่สนใจที่จะใช้บริการซื้อขายหนังสือมือสอง ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกินกว่าร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสนใจที่จะใช้บริการดังกล่าว เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่เคยใช้สินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มาแล้ว ตัวตนของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ ถูกเรียกว่า Gen – Y หรือ Why Generation เป็นผู้ที่เกิดมาพร้อมความสงสัยในความต่างในความคิดทั้งในตนเองและครอบครัว จึงมักสับสนแต่ก็มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จมากกว่าผู้บริโภคในกลุ่มอื่นๆ Gen-Y จึงเป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน ต้องการเห็นความสำเร็จที่รวดเร็ว และเชื่อว่าตนเองมีความพร้อมทางด้านการเงินที่มักจะได้รับการ

สนับสนุนจากพ่อแม่ ครอบครัวนั่นเอง ดังนั้นในส่วนของประเภทหนังสือที่จะให้บริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงเน้นไปที่หนังสือ หนังสือ How to ต่างๆ และหนังสือต่างประเทศ (Text book)

### 3. กลุ่มอายุระหว่าง 35 – 39 ปี

กลุ่มอายุระหว่าง 35 – 39 ปี ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี – สูงกว่าปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 20,000 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่สมรสและมีบุตรแล้ว เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เราพบว่า กลุ่มอายุตามที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เป็นกลุ่มที่สนใจที่จะใช้บริการซื้อขายหนังสือมือสอง ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกินกว่าร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสนใจที่จะใช้บริการดังกล่าว เนื่องจาก กลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่เคยใช้สินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาแล้ว ตัวตนของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ ถูกเรียกว่า Gen – X หรือ X Generation เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง กล้าที่จะจับจ่ายใช้สอย อย่างเช่น ซื้อสินค้าแบรนด์เนม มีบัตรเครดิต ดังนั้นในส่วนของประเภทหนังสือที่จะให้บริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงเน้นไปที่หนังสือประเภทพอกเก็ตบุ๊ก นวนิยาย นิตยสาร หนังสือ How to ต่างๆ และประเภทแบบเรียน ตำราเรียน คู่มือการสอบ