

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

การวิจัยนี้ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 329 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น 0.83 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ การทดสอบแบบทีและแบบเอฟ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มช่องทางในการทำตลาด มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ มีเว็บไซต์และมีหน้าร้าน ส่วนใหญ่มีการจดโดเมน “.คอม” และปัจจัยการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือความล่าช้าของการสื่อสาร (2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประเภทธุรกิจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา และกระบวนการให้บริการ (3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ “ชื่อไทย ไม่มีคอต” ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ABSTRACT

206809

The Objective of this Research were three-fold : (1) to study business performances of E-Commerce traders registered with Department of Business Development, Ministry of Commerce. (2) to study whether personal factors of E-Commerce traders registered with Department of Business Development, Ministry of Commerce have any relations with the marketing mix factors. (3) to study the marketing mix factor that affect the decision to use Real Internet Name (RIN) for E-commerce traders registered with Department of Business Development, Ministry of Commerce.

This research has completed a survey from a sample of 329 E-commerce traders register with Department of Business Development, Ministry of Commerce, using a questionnaire that has confidence level of 0.83 as a Research tool. Statistical methods used to analyze data were frequency distribution, average, standard deviation, Chi-square, t-test and F-test, using SPSS/PC software.

The study concludes that: (1) The main objective of E-Commerce traders is to get access to additional marketing channel to their preferred E-Commerce business types are click and mortar company, which mostly have been registered with the domain name “.com” and the problem in Internet usage reported is the delay of network communication. (2) Personal factor on type of business has influential relation with the marketing mix factors, i.e. products, prices and processes (3) The marketing mix factors, namely products, prices, promotion, and physical evidence, have influenced the decision to use Real Internet Name (RIN) of the E-Commerce traders registered with the Department of Business Development, Ministry of Commerce.