

พฤติกรรมกรรมการสั่งสินค้าออนไลน์ของประชากรใน จ.ภูเก็ต ช่วงวิกฤตการณ์ Covid-19

สุธิตา หม้อน้ำร้อน^{1*} มัณฑนา รัตมณี² พัลลภา ศรีไพโรจน์กุล³

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสั่งสินค้าออนไลน์ของประชากรใน จ.ภูเก็ต ช่วงวิกฤตการณ์ Covid-19 มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1.เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสั่งสินค้าออนไลน์ของประชากร จังหวัดภูเก็ต ในช่วงวิกฤตการณ์ Covid-19 2.เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการสั่งสินค้าออนไลน์ของประชากรจังหวัดภูเก็ตในช่วงวิกฤตการณ์ Covid-19 3.เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสั่งสินค้าออนไลน์ของประชากรจังหวัดภูเก็ตในวิกฤตการณ์ Covid-19 กลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรในอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10000 - 20000 บาท นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทความงามและของใช้ส่วนตัวมากที่สุดส่วนใหญ่มักจะเลือกสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทาง FACEBOOK ซึ่งมีปริมาณความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ในแต่ละครั้งนั้นไม่แน่นอน ทั้งนี้จะทราบข้อมูลด้านการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด มีวิธีการชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารมากที่สุด และสาเหตุของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เป็นเพราะการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ช่วยประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการซึ่งบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อมากที่สุดคือตนเอง ในการจัดส่งสินค้าที่สั่งซื้อแต่ละครั้งมีความล่าช้าเป็นข้อเสียในการสั่งซื้อสินค้ามากที่สุด และข้อดีในการสั่งซื้อสินค้าคือไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเองมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ในด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด และรองลงมาคือมีความเป็นรูปธรรมของบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีปัญหาและอุปสรรคในด้านสภาพแวดล้อมมากที่สุด

คำสำคัญ : สินค้าออนไลน์, พฤติกรรมการสั่งสินค้า, จังหวัดภูเก็ต

^{1* 2} นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

³ อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Online ordering behavior of the population in Phuket during the Covid-19 crisis

Suthita Mornamron^{1*} Munthana Ratmanee² Pallapa Sripairojkul³

Abstract

The research about behavior of ordering online products of Phuket people during Covid-19 period has 3 main purposes. Firstly, to study about the behavior of ordering online products of people in Phuket during Covid-19 crisis. Secondly, to analyze satisfaction of Phuket customers who order online products during Covid-19 crisis. Lastly, to analyze problems or barriers of ordering online products of Phuket people during Covid-19 crisis. The sample of this research are 400 Phuket people who live in Mueng district. The tool that use for collecting the data is questionnaire that analyze by using descriptive statistics.

The result found that almost people that order online products are female in the range of ages between 21-30 years old. Almost of them are bachelor degree students with revenue 10,000-20,000 baht per month. Moreover, almost of sample group usually order cosmetics or skincare via Facebook. The frequency of ordering online products is independent. To conclude almost of people prefer ordering online product via using internet and do the payment by transfer via online banking application. The main reason of ordering online products is using less time. Most of them are influenced by themselves. For the downward of purchasing is the delay of sending the product. However, the advantage is no need to go to the shop to buy the product. Almost of the sample group are satisfy with ordering online product in term of reliable and in term of service. The sample group also believe that ordering online products has a barrier with surrounding environmental especially when there is no internet service.

Keywords : online product, Order behavior , Phuket

^{1*} ² Department of Business Computer, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, E-mail munthana.ratmanee23@gmail.com

³ Department of Business Computer, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, E-mail Spallapa@hotmail.com

บทนำ

การค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภคของคนนั้นมีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่ในอดีตที่มีการแลกเปลี่ยนสินค้ากันโดยการใช้เป็นการแลกเปลี่ยนโดยเอาของต่อของมาแลกกัน และทั้งสองฝ่ายต่างก็พอใจ จากนั้นมีการขยายขยายมาเป็นการใช้เงินเป็นสื่อกลาง เนื่องจากการแลกเปลี่ยนสิ่งของมีข้อยุ่งยากที่จะให้เกิดความพอใจแก่ผู้แลกทั้ง ๒ ฝ่าย มนุษย์จึงใช้เงินเป็นสื่อกลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยน เช่นนาย ก. มีไก่ก็นำไปขาย เมื่อได้เงินมาแล้ว ตัวเขาต้องการหมูก็เอาเงินไปซื้อหมูตามที่ต้องการได้ การใช้เงินเป็นสื่อกลางจึงช่วยให้การแลกเปลี่ยนสะดวกขึ้น

ในปัจจุบันการให้บริการธุรกิจในด้านต่างๆมีการพัฒนาเอาเทคโนโลยีที่มีความสะดวกสบายมาผนวกใช้ในหน่วยธุรกิจ ทั้งนี้ก็เพื่อการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยและเพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการ ส่งผลให้การซื้อขายของผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันทำได้ง่ายกว่าในสมัยก่อนมากและมีการแข่งขันที่สูงขึ้นของบรรดาพ่อค้าแม่ค้านอกจากนี้ยังเป็นการลดต้นทุนทางการค้า เช่น บรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่ทำธุรกิจค้าขายซึ่งมีหน้าร้านเป็นของตนเองเมื่อมีเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาต่างมีการปรับตัว มาทำการค้าขายแบบออนไลน์ ใช้อินเตอร์เน็ตและจัดส่งให้ทางบริษัทขนส่งสินค้า ทำให้ลดต้นทุนการมีหน้าร้านเพราะพ่อค้าแม่ค้าบางคนอาจเช่าหน้าร้านเพื่อทำการค้าขาย และนอกจากนี้ยังสะดวกต่อการเดินทางเพราะหากมีวันหยุดที่ไม่สะดวกต่อการเปิดร้านเพราะมีธุระอื่นก็จะไม่ขาดรายได้ในส่วนนั้นเพราะสามารถรับออเดอร์และขายสินค้าออนไลน์ได้ตามปกติ นอกจากนี้การขายสินค้าออนไลน์ยังเป็นการทำให้การดำเนินชีวิตของประชากรมีความสะดวกยิ่งขึ้น ไม่จำเป็นต้องออกจากบ้านเพื่อไปซื้อสินค้า หรือหากไม่สะดวกในการเดินทางก็สามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์อยู่ที่บ้านได้

และเนื่องจากในปัจจุบันนี้ได้เกิดวิกฤตการณ์ Covid -19 หรือ Corona Virus 2019 ทำให้ส่งผลกระทบต่อต่างๆมากมายทั้งในด้านระบบเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว การคมนาคม รวมไปถึงการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าของประเทศไทยรวมไปถึงประเทศเพื่อนบ้าน(กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ทั้งนี้ในจังหวัดภูเก็ต ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจังหวัดที่ได้รับผลกระทบรุนแรงที่สุด เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติและการค้าขายของพ่อค้าแม่ค้าที่ขายสินค้าให้ชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อเกิดเหตุการณ์เช่นนี้ขึ้นทำให้ส่งผลกระทบต่อบรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่ต้องค้าขายและประชาชนที่ต้องใช้เครื่องอุปโภคบริโภคในการดำรงชีวิต ซึ่งไม่สามารถออกจากบริเวณที่พักอาศัยได้เนื่องจากสถานการณ์ที่มีความรุนแรง และมีมาตรการห้ามออกนอกเคสสถานห้ามบุคคลใดที่วราอาณาจักรออกนอกเคสสถาน หรือเคอร์ฟิว ระหว่างเวลา 22.00 น. ถึง เวลา 04.00 น. (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2563) ของวันรุ่งขึ้นส่งผลให้ประชาชนไม่สามารถออกไปทำงานได้ตามปกติ เนื่องจากมีการปิดสถานที่ทำการต่างๆทั้งหมดเพื่อความปลอดภัยของประชาชนรวมถึงทางด้านหน่วยธุรกิจร้านค้าต่างๆที่ไม่สามารถเปิดกิจการต่อไปได้ซึ่งมีการหยุดชะงักของธุรกิจ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาว่า ในเมื่อเกิดเหตุการณ์เช่นนี้แล้วนั้นผู้ที่มีผลกระทบจากวิกฤตการณ์ Covid-19 ในจังหวัดภูเก็ตซึ่งก็คือประชาชนนั้น ไม่สามารถออกจากเคสสถานหรือสถานที่อยู่อาศัยได้เพื่อความปลอดภัยของตนเองและคนรอบข้าง ได้ทำการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ประเภทใด เพื่ออะไรบ้าง ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในนำไปใช้ในการวิเคราะห์ระบบธุรกิจหรือต่อยอดพัฒนาต่อไปในอนาคต และจะเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้ทราบได้ว่าอะไรคืออิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของแต่ละบุคคลนั้นในช่วงเวลาที่ไม่สามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างปกติในช่วงวิกฤตการณ์ Covid-19 นั้นเป็นอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากร จังหวัดภูเก็ต ในวิกฤตการณ์ Covid-19
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากรจังหวัดภูเก็ตในวิกฤตการณ์ Covid-19
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากรจังหวัดภูเก็ตในวิกฤตการณ์ Covid-19

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง/Literature Review

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากรใน จ.ภูเก็ต ช่วงวิกฤตการณ์ Covid-19 ผู้วิจัยได้มีการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่านโดยได้สรุป การใช้แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัยดังนี้

1.พฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากร จังหวัดภูเก็ต ในวิกฤตการณ์ Covid-19 ใช้แนวคิดและทฤษฎีของพรพรรณ ตาลประเสริฐ (2559) โดยมีข้อความทั้งหมด 9 ข้อประกอบด้วย

- ประเภทของสินค้าที่สั่งซื้อ
- ช่องทางการสั่งซื้อ
- ความถี่ในการสั่งซื้อ
- ทราบข้อมูลในการสั่งซื้อจากสื่อใด
- วิธีชำระเงิน
- สาเหตุที่สั่งซื้อ
- บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อ
- ข้อเสียในการสั่งซื้อ
- ข้อดีในการสั่งซื้อ

2.ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากรจังหวัดภูเก็ตในวิกฤตการณ์ Covid-19 ใช้แนวคิดและทฤษฎีของ Parasuraman, Zaithamal & Berry (1985), ศุภกิตติ์ จ้อยพุทธและ ศิริรัตน์ รัตนพิทักษ์(2562), สุทธิชัย เกศยานนท์(2558)

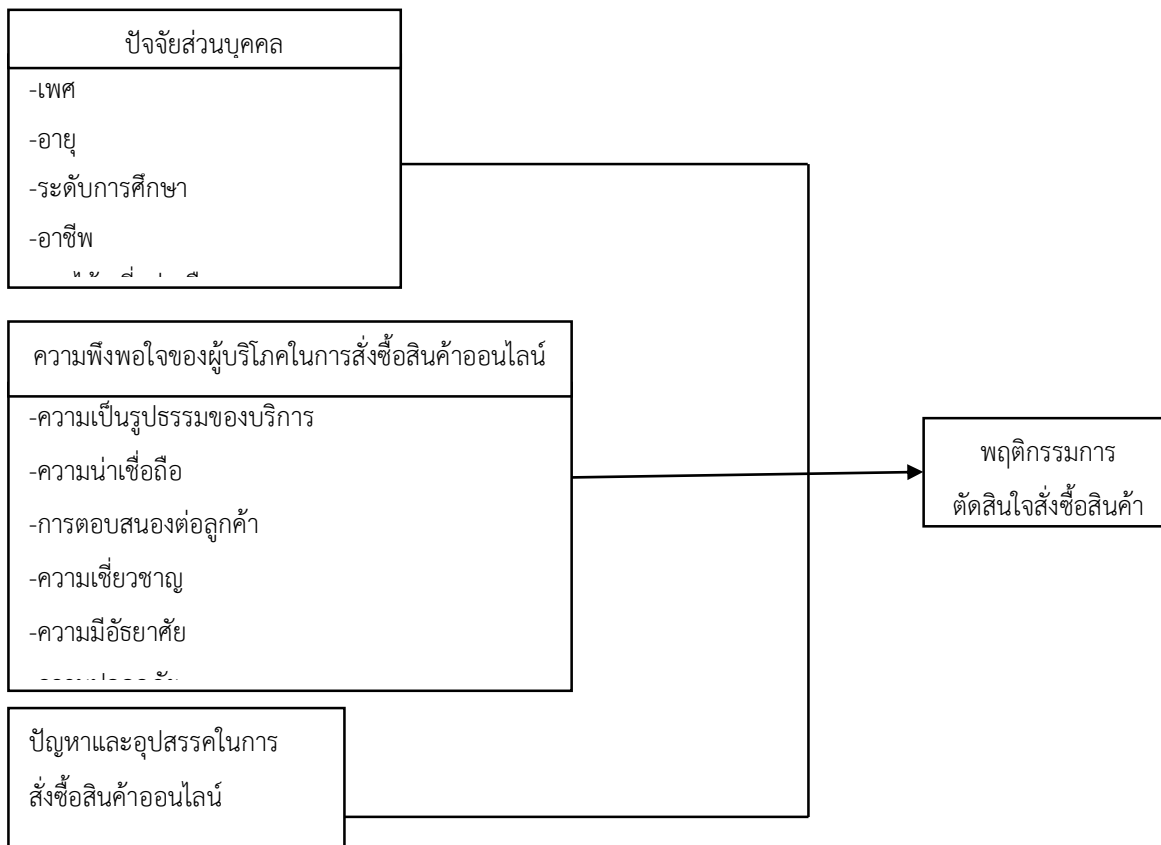
โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.ความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีทั้งหมด 3 ข้อ
- 2.ความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือ มีทั้งหมด 3 ข้อ
- 3.ความพึงพอใจในด้านความมีอัธยาศัย มีทั้งหมด 3 ข้อ
- 4.ความพึงพอใจในด้านความปลอดภัย มีทั้งหมด 3 ข้อ

3.ปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากรจังหวัดภูเก็ตในวิกฤตการณ์ Covid-19 ใช้แนวคิดและทฤษฎีของ กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน(2561)

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาและอุปสรรคในด้านสินค้าและบริการ มีทั้งหมด 5 ข้อ
2. ปัญหาและอุปสรรคในด้านความรู้สึกที่มีต่อผู้บริการ มีทั้งหมด 3 ข้อ
3. ปัญหาและอุปสรรคในด้านสภาพแวดล้อม มีทั้งหมด 5 ข้อ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย /Research Methodology

ประชากรในการวิจัย ประกอบด้วย
 ประชาชน ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ตและเคยสั่งซื้อสินค้าออนไลน์
 ขนาดและวิธีการสุ่มตัวอย่าง
 ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรของ Cochran (1977) คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$n = \frac{P(1 - P)(Z)^2}{(e)^2}$$

เมื่อ	n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา
	e	คือ	ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างกำหนดเท่ากับร้อยละ 5
	P	คือ	ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมดกำหนดเป็น 50%
	Z	คือ	ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ($\alpha = 0.05$)

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

ซึ่งสามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยขอปรับเป็นจำนวนเต็ม 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยจะเก็บด้วยแบบสอบถามโดยจะใช้วิธีการสุ่มไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองและแบบสอบถามออนไลน์ ในช่วงเวลา ตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม - ตุลาคม พ.ศ.2563

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้า รวบรวมจากแบบสอบถามในทางสังคมศาสตร์ และนำมาดัดแปลงให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านการทำงาน

ตอนที่ 3 พฤติกรรมของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

การตรวจสอบเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้านคือ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยดำเนินการดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ ผู้มีประสบการณ์ จำนวน 3 คน พิจารณาตรวจสอบเนื้อหา โครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงสำนวน ภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย เหมาะสมและสมบูรณ์

2. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชากรจำนวน 30 คน และนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีของ Cronbach's Alpha เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้เกณฑ์ว่าข้อความในแบบสอบถามควรมี ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น 0.7 ขึ้นไป (Cortina, 1993; Schmitt, 1996)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติต่างๆ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การแปลความหมายข้อมูล (Interpretation) โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive research) อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยอธิบายและนำเสนอในรูปแบบตารางเป็นร้อยละ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นมีดังนี้ ใช้เกณฑ์ของ(Cooper and Schindler ,2006)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แสดงถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แสดงถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แสดงถึง ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แสดงถึง ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แสดงถึง ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัยและอภิปราย

ผู้ที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10000 - 20000 บาท

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากร จังหวัดภูเก็ต ในวิกฤตการณ์ Covid-19

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ประเภทความงามและของใช้ส่วนตัวมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเลือกสั่งซื้อสินค้าผ่านทางช่องทาง FACEBOOK ซึ่งมีปริมาณความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ในแต่ละครั้งนั้นไม่แน่นอน ทั้งนี้จะทราบข้อมูลด้านการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารมากที่สุด และสาเหตุของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เป็นเพราะการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ช่วยประหยัดเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากที่สุดคือตนเอง ในการจัดส่งสินค้าที่สั่งซื้อแต่ละครั้งมีความล่าช้าเป็นข้อเสียในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด และข้อดีในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์คือไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเองมากที่สุด

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากรจังหวัดภูเก็ตในวิกฤตการณ์ Covid-19

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มีภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือ มากที่สุด และรองลงมาคือมีความเป็นรูปธรรมของบริการและ ความมีอัธยาศัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.81	0.669	มาก
2. ความน่าเชื่อถือ	3.94	0.869	มาก
3. ความมีอัธยาศัย	3.74	0.680	มาก
4. ความปลอดภัย	3.81	0.786	มาก
รวม	3.82	0.558	มาก

- ความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการรับประกันสินค้าของร้านค้าอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ ผู้ขายมีข้อมูลการติดต่อที่ชัดเจนสามารถใช้

รับรองความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และร้านค้าออนไลน์มีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

- ความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในร้านค้าออนไลน์มีช่องทางการชำระเงินที่ชัดเจนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือ ร้านค้าออนไลน์แสดงลักษณะสินค้าที่จำหน่ายชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.83) และร้านค้าออนไลน์มีหน้าร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.62)

- ความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในร้านค้ามีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นอย่างดีอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ สามารถตรวจสอบสินค้าได้ระหว่างการขนส่งเพื่อป้องกันการส่งสินค้าผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีการรับประกันสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.77)

- ความพึงพอใจในด้านความมีอัธยาศัยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการได้รับความไว้วางใจจากการบริการหลังการขายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ ผู้ขายมีการพูดคุยกับผู้บริโภคอย่างมีมารยาท (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีบริการสอบถามความพึงพอใจหลังจากที่ผู้บริโภคได้รับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากรจังหวัดภูเก็ตในวิกฤตการณ์ Covid-19

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของประชากร จังหวัดภูเก็ต ในวิกฤตการณ์ Covid-19 มีปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยมีปัญหาและอุปสรรคในด้านสภาพแวดล้อมมากที่สุด ในระดับมาก รองลงมาคือด้านความรู้สึที่มีต่อผู้บริการ และ ด้านสินค้าและบริการ

ปัญหาและอุปสรรค	\bar{x}	S.D.	ระดับปัญหา
1. ด้านสินค้าและบริการ	3.30	0.925	ปานกลาง
2. ด้านความรู้สึที่มีต่อผู้บริการ	3.39	0.992	ปานกลาง
3. ด้านสภาพแวดล้อม	3.48	0.848	มาก
รวม	3.39	0.826	ปานกลาง

- ปัญหาและอุปสรรคในด้านสภาพแวดล้อมภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้งบประมาณในการสั่งซื้อน้อยลงเป็นปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ การไม่มีโทรศัพท์มือถือหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าและการไม่มีอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

- ปัญหาและอุปสรรคในด้านความรู้สึที่มีต่อผู้ให้บริการภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ให้บริการไม่มีความรับผิดชอบต่อการสั่งซื้อเป็นปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ให้บริการขาดการติดต่อหลังจากชำระเงิน และผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ไม่ดีในการติดต่อสื่อสาร

- ปัญหาและอุปสรรคในด้านสินค้าและบริการภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าเป็นด้านการได้รับสินค้าช้ากว่ากำหนดเป็นปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ การได้รับสินค้าไม่ครบตามจำนวนที่สั่งซื้อ และลูกค้าไม่สามารถใช้สินค้าได้

สรุปและอภิปราย Conclusion

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง “พฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ในวิกฤตการณ์ covid-19” พบประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อร้านค้าที่มีการรักษาข้อมูลส่วนตัวเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่จะสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ที่มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไว้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภกิตต์ จ้อยพุทธและ ศิริรัตน์ รัตนพิทักษ์ (2562) โดยได้ศึกษาเรื่องการกำหนดกลยุทธ์การรับรู้ถึงความปลอดภัย ในข้อมูลด้านการรับรู้ความเป็นส่วนตัวผลวิจัยพบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในเรื่องของการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการและเห็นด้วยกับการที่จะขอข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่มีความจำเป็นจริงๆเท่านั้นและยังเชื่อว่ามียระบบป้องกันข้อมูลที่ดีและมีมาตรฐานความปลอดภัยและสามารถสร้างความไว้วางใจได้

2. จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาและอุปสรรคในด้านความรู้สึกที่มีต่อผู้ให้บริการ โดยการที่ผู้ให้บริการนั้นมีความรับผิดชอบต่อการสั่งซื้อและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการติดต่อสื่อสารนั้น เป็นสิ่งจำเป็นต่อภาพลักษณ์ของร้านและรวมถึงความเชื่อมั่นของคุณภาพสินค้าจะทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน(2561) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่มีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า รวมถึงการมีบริการหลังการขายที่ดี และการจัดระเบียบร้านค้าออนไลน์นั้นจะช่วยให้ ผู้บริโภคหลังซื้อมีความพึงพอใจและมั่นใจรวมถึงมีทัศนคติที่ดียิ่งขึ้นในการซื้อสินค้าออนไลน์

3. จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจกับร้านค้าออนไลน์ที่แสดงลักษณะสินค้าและบอกรายละเอียดสินค้าชัดเจนและมีช่องทางการชำระเงินที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรานิชฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559) โดยได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าในเครือข่าย เพชบุ๊คและอินสตาแกรม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเพชบุ๊คและอินสตาแกรม มีอยู่ 3 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดและความมีชื่อเสียงของแบรนด์และปัจจัยด้านการนำเสนอข้อมูลสินค้าและความสะดวกในการสั่งซื้อและชำระเงิน

4. จากผลการวิจัยพบว่า เหตุผลของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์คือไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเองมากที่สุด เพราะต้องการความสะดวกสบาย ซึ่งบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้ามากที่สุดคือตนเอง โดยสอดคล้องกับงานวิจัย พรพรรณ ตาลประเสริฐ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่าน E-commerce เพราะมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ สาเหตุที่เลือกซื้อคือต้องการความสะดวกสบาย เนื่องจากสามารถเลือกซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงผ่าน อุปกรณ์สมาร์ทโฟน ช่วงเวลา 16.01-20.00 น. เลือกซื้อประเภทสินค้าแฟชั่นผ่านทางช่องทาง Facebook

5.จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในด้านความมีอัตราค่าบริการรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการที่ได้รับความไว้วางใจจากการบริการหลังการขายซึ่งผู้ขายได้สอบถามความพึงพอใจหลังจากผู้บริโภคได้รับสินค้าทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีให้แก่ร้านค้าและเกิดความไว้วางใจในการติดต่อซื้อขายซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุทธิชัย เกศยานนท์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การนำเสนอตัวตน ต่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคม ประสบการณ์ที่ดีและการสื่อสารระหว่าง ผู้บริโภคกับผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค ใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอตัวตนต่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วม ร่วมทางสังคม ประสบการณ์ที่ดีและการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าและบริการในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะและการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษา “พฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ของประชาชนในจังหวัดภูเก็ต ในวิกฤตการณ์ Covid-19” ผู้วิจัยได้รับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม และผลจากการวิเคราะห์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางไปใช้ในการพัฒนาหน่วยงาน ส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยธุรกิจในพื้นที่ต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1.จากผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการชำระเงินที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์มากที่สุด คือช่องทางโอนผ่านบัญชีธนาคาร ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดโปรโมชั่นส่วนลดให้กับลูกค้าที่มีการชำระเงินผ่านบัญชีธนาคาร และสร้างความปลอดภัยในการชำระเงินมากยิ่งขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเมินร้านค้าออนไลน์มีการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างชัดเจนน้อยที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในการขายสินค้ามากยิ่งขึ้น

3.จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ด้านความมีอัตราค่าบริการรวมอยู่ในระดับมาก โดยได้รับความไว้วางใจจากการบริการหลังการขายมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาสินค้าที่มีคุณภาพมาจำหน่ายและจัดส่งสินค้าให้ตรงตามเวลาที่นัดกันไว้เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด

4.จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในด้านความเป็นรูปธรรมภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคนั้นควรมีช่องทางการชำระเงินที่ชัดเจนและแสดงลักษณะสินค้าที่จำหน่ายชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้มีความหลากหลายและบอกลักษณะของสินค้าที่ขายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาและอุปสรรคในด้านสินค้าและบริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยเห็นว่าได้รับสินค้าช้ากว่ากำหนดมีปัญหามากที่สุดต่อการสั่งซื้อสินค้า รองลงมาคือได้รับสินค้าไม่ครบตามจำนวนที่สั่งซื้อ จึงทำให้เกิดปัญหาต่อการสั่งซื้อ และลูกค้าไม่สามารถใช้สินค้าได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ กับรายการสั่งซื้อแต่ละรายการรวมถึงการจัดส่งสินค้าจนกว่าจะถึงมือผู้รับ และควรเพิ่มการรับประกันสินค้าหากสินค้ามีการชำรุดเสียหายเมื่อถึงมือผู้รับแล้วแต่ไม่สามารถใช้งานได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

รายการอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข.(2563). สถานการณ์ COVID19 ในประเทศและต่างประเทศ. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2563, จาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/>
- กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน.(2561). ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ในเขตจังหวัดชลบุรี. ภาควิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ, คณะการบริหารและจัดการ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ประยุทธ์ จันทร์โอชา.(2563). ข้อกำหนด ราชกิจจานุเบกษา (ฉบับที่5). สืบค้น 10 กรกฎาคม 2563, จาก <http://www.ratchakittha.soc.go.th>
- พรพรรณ ตาลประเสริฐ .(2559). อิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ภัทรานิษฐ์ ฉายสุวรรณศิริ .(2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้า ในเครือข่ายเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศุภกิตต์ จ้อยพุทธและ ศิริรัตน์ รัตนพิทักษ์.(2562). การกำหนดกลยุทธ์การรับรู้ถึงความปลอดภัยรับรู้ ความเป็นส่วนตัว ความไว้วางใจเพื่อเพิ่มการใช้บริการคิวอาร์โค้ดของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน). หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กรุงเทพฯ
- สุทธิชัย เกศยานนท์.(2558). การนำเสนอตัวตนต่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทาง สังคมประสบการณ์ที่ดี และการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการใน สื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Cochran, W.G. (1977). Sampling Techniques. 3d ed. New York : John Wiley and Sons Inc.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). Business research methods (9th ed.).Boston, MA: McGraw-Hill.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. Journal of Applied Psychology, 78(1), 98-104.
- Schmitt, N. (2007). Vocabulary in language teaching. (8th ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, Leonard L. Berry. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. Texas A&M University.