

การซื้อสินค้าและบริการของบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการในสถานบริการสุขภาพ สังกัด กระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

อดุลยเดช ต้นแก้ว, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
อำไพ ยงกุลวนิช, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
อุบลวรรณ ด่านณรงค์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
Email: adunyadet@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการในสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประชากรคือ บุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการของสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข สังกัดโรงพยาบาลมะเร็งอุบลราชธานี มีประชากรจำนวน 71 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด จำนวน 71 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตครั้งแรกจากแรงกระตุ้นจากสื่อโฆษณา แต่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าของต่างประเทศ ที่เคยซื้อโดยส่วนใหญ่ คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป/กระเป๋า/รองเท้า รองลงมาคือ การท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร บริการรถเช่า บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน บริการฝากขายอสังหาริมทรัพย์ และบริการข้อมูลต่างๆ โดยส่วนใหญ่นั้นซื้อสินค้าและบริการจากเว็บไซต์ในประเทศมากที่สุด ราคาเฉลี่ยของสินค้าและบริการที่ซื้อในแต่ละครั้ง ประมาณ 200-500 บาท ส่วนใหญ่ชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการโดยโอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM รองลงมาคือชำระเงินปลายทาง ส่วนใหญ่ใช้ บริการจองโรงแรม ที่พัก รองลงมาคือ จองตั๋วเครื่องบิน/คอนเสิร์ต ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาแล้วเฉลี่ย 7-9 ครั้ง ต่อปี เหตุผลที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยส่วนใหญ่ คือ ความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งสามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ สามารถเปรียบเทียบคุณภาพและราคาได้ในเวลาเดียวกัน ส่วนบุคลากรที่ไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการเพราะนิยมใช้เงินสด รองลงมาคือไม่มั่นใจในสินค้าคุณภาพและบริการ

คำสำคัญ: ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การซื้อสินค้าและบริการ

ABSTRACT

This research has its objectives to study the Goods and Services Behaviors of the officers in the Academic Service Mission Workgroup, Health Service Centres, under the Ministry of Public Health, of Ubon Ratchathani Province via e-commerce. The Population and sampling groups are 71 officers in the Academic Service Mission Workgroup, Health Service Centres, under the Ministry of Public Health, of Ubon Ratchathani Province Cancer Hospital. By Simple random sampling and

¹ อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

using the survey as a mean to collect data. The statistics that used to analyzing the data is the percentage. The research has found that most people would rather purchase goods and services via internet for the first time, due to the advertising media stimulation. But they have never bought the overseas products. Most of the bought products are ready-made apparel/ bags/ shoes. Second favorite items are buying tourism packages, such as hotel, lodging, restaurants, car rental, coach or limousine services, and flight tickets, Real Estate Consignment services, and information provider services. Most of the sampling groups would mostly purchase the goods and services from the websites within the country. And the average price of the goods and services per transaction is around 200 – 500 Thai Baht. Most of them would pay by bank transfer. Secondly they would pay upon receiving the package. Most of the purchased goods and services are booking hotels, lodgings. Secondly are booking the movie or concerts tickets. The most average purchasing time via e-commerce are 7 – 9 times per year. The most reason for buying thing via internet is, it can be bought 24 hours. Secondly they can compare the quality and price at the same time. For those officers who are not using the service via internet, mostly because they favor to use cash and secondly, they are not confident in the quality of the goods and service.

Keywords: Electronic-Commerce, Goods and Services Purchasing

บทนำ

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การซื้อขายผ่านระบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เป็นช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพอย่างมากยิ่งขึ้น สภาพแวดล้อมทางการตลาดได้เปลี่ยนไปเป็นอย่างมากในรอบทศวรรษที่ผ่านมาเช่นเดียวกันอัตราส่วนยอดขายในตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้เพิ่มขึ้นอย่างเป็นทวีคูณ ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านทางออนไลน์และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตามช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใหม่ของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ เรียกว่าร้านค้าออนไลน์ ได้เริ่มวางสินค้าในหลายประเภทในร้านดังกล่าว และสามารถเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาดได้อย่างรวดเร็วจนกระทั่งถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมากที่สุดกลยุทธ์หนึ่งของร้านค้าปลีกที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายส่วนแบ่งการตลาดในปัจจุบัน แทบจะทุกประเทศทั่วโลก (Kotler, 2010)

การเลือกซื้อสินค้าทางระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่เรียกว่าการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing หรือ E-Marketing) โดยเริ่มตั้งแต่ปี 1990 (Beiermann, 2007) และได้กลายมาเป็นทางเลือกของผู้บริโภคผ่านทางทีวี โทรศัพท์ และเว็บไซต์ ในรูปแบบร้านค้าออนไลน์สำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพทางธุรกิจสูงมาก ความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจและศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการตลาดระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการตลาดและช่องทางการเลือกซื้อของผู้บริโภคสำหรับคนรุ่นใหม่อย่างมาก

สถานบริการสุขภาพ เป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข เป็นหน่วยงานด้านสุขภาพการบริการเหมือนโรงพยาบาลทั่วไป ซึ่งในยุคปัจจุบันมีการบริหารในเชิงธุรกิจเกี่ยวกับการบริการรักษาพยาบาล และมีความทันสมัยในการให้บริการ เพื่อให้การบริการสอดคล้องกับระบบธุรกิจสมัยใหม่และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งผู้ให้บริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับที่สามารถประยุกต์ใช้ในการจัดการในองค์กรของตนเองได้ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ

จากสาเหตุดังกล่าวทำให้บุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการในสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานีที่ปฏิบัติงาน ในหน่วยงานของรัฐมีความจำเป็นต้องมีพื้นฐานในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการของบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการในสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นระบบที่ใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยคาดหวังว่าข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นประโยชน์ ต่อการพิจารณาแนวทางที่เหมาะสม ในบริหารสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการในสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร คือ บุคคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการในสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี เป็นบุคลากรในสังกัดโรงพยาบาลมหาราชนครอุบลราชธานี จำนวน 71 คน (กองภารกิจงานบริการวิชาการ, 2560 : 15) กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 71 คน

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ประเภทงาน การศึกษา รายได้ ระยะเวลาใช้งานอินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้งานประจำ ระยะเวลาปฏิบัติงานในตำแหน่ง

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ของบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ประเภทงาน การศึกษา รายได้ ระยะเวลาใช้งานอินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้งานประจำ ระยะเวลาปฏิบัติงานในตำแหน่ง

ตอนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ประกอบด้วย ข้อมูลพฤติกรรมของบุคลากรที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และข้อมูลของบุคลากรที่ไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประสานกับผู้บริหารหน่วยงานในสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูลเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูล และนัดหมายวันเวลาเพื่อเก็บข้อมูล

2. ดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่บุคลากรต่าง ๆ ที่ได้กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่าง จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จนได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบ 71 ชุด

3. รวบรวมแบบสอบถาม แล้วตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทุกฉบับ นำแบบสอบถามที่คัดเลือกไว้มาดำเนินการให้คะแนนตามเกณฑ์ โดยจัดทำคู่มือการลงรหัส และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจัดกลุ่มความถี่และร้อยละโดยแยกตามตัวแปร คือ เพศ อายุ อาชีพ ประเภทงาน การศึกษา รายได้ ระยะเวลาใช้งานอินเทอร์เน็ต สถานที่ใช้งานประจำ ระยะเวลาปฏิบัติงานในตำแหน่ง

3. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในตอนต้น 2 โดยจัดกลุ่มร้อยละ

4. เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางและสรุปความ

ผลการวิจัย

บุคลากรที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ให้ข้อมูลมีจำนวน 44 คน ส่วนบุคลากรที่ไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ให้ข้อมูลมีจำนวน 27 คน มีข้อมูลดังนี้

สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของบุคลากรที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 44 คน มีข้อมูลดังตารางที่ 1 – 3 นี้

ตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์จำนวนร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของบุคลากรที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลุ่มอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตครั้งแรก		
1. สื่อโฆษณาต่างๆ	24	54.5
2. เพื่อน	15	34.1
3. ครอบครัว	5	11.4
รวม	44	100.0

พฤติกรรมมารัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความนิยมในการสั่งซื้อสินค้าและบริการจากเว็บไซต์		
1. เว็บไซต์ในประเทศ	44	100.0
2. เว็บไซต์ต่างประเทศ	0	0.0
รวม	44	100.0
ประสบการณ์สั่งซื้อสินค้าและบริการของต่างประเทศจากเว็บไซต์ของต่างประเทศ		
1. ไม่เคย	41	93.2
2. เคย	3	6.8
รวม	44	100.0
มูลค่าเฉลี่ยของสินค้าและบริการที่ซื้อในแต่ละครั้ง		
1. 200-500 บาท	21	47.7
2. 501-1,000 บาท	9	20.5
3. 1,001-3,000 บาท	3	6.8
รวม	44	100.0
ความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อปี		
1. 7-9 ครั้ง	20	45.5
2. 10-12 ครั้ง	12	27.3
3. 4-6 ครั้ง	7	15.9
4. 1-3 ครั้ง	4	9.0
5. 12 ครั้งขึ้นไป	1	2.3
รวม	44	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าบุคลากรกลุ่มการกิจบริการวิชาการสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 44 คน มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตครั้งแรกโดยได้รับอิทธิพลจากสื่อโฆษณาต่างๆ (ร้อยละ 54.5) รองลงมาคือ เพื่อน (ร้อยละ 34.1) และครอบครัว (ร้อยละ 11.4) ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการจากเว็บไซต์ในประเทศทั้งหมด (ร้อยละ 100) โดยมีบุคลากรที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการของต่างประเทศจากเว็บไซต์ของต่างประเทศเพียงเล็กน้อย (ร้อยละ 6.8) โดยมูลค่าเฉลี่ยของสินค้าและบริการที่ซื้อโดยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 200-500 บาท (ร้อยละ 47.7) รองลงมาคือ 501-1,000 บาท (ร้อยละ 20.5) และ 1,001-3,000 บาท (ร้อยละ 6.8) ตามลำดับ ทั้งนี้บุคลากรโดยส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาแล้วโดยเฉลี่ย 7-9 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 45.5) รองลงมา 10-12 ครั้ง (ร้อยละ 27.3) และเคยเฉลี่ยซื้อสินค้าและบริการโดยเฉลี่ยน้อยสุด คือ 12 ครั้งขึ้นไปต่อปี (ร้อยละ 2.3)

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์จำนวนร้อยละของข้อมูลประสบการณ์ของบุคลากรที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประสบการณ์การซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	เคย		ไม่เคย		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สินค้าและบริการที่เคยซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์						
1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป/กระเป๋า/รองเท้า	33	75	11	25	44	100.0
2. การท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร บริการรถเช่า บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน บริการฝากขายอสังหาริมทรัพย์ และบริการข้อมูลต่างๆ	28	63.6	16	36.4	44	100.0
3. ของขวัญ ของชำร่วย	22	50	22	50	44	100.0
4. อัญมณีและเครื่องประดับ	16	36.4	28	63.6	44	100.0
5. อุปกรณ์เครื่องเสียง เช่น ลำโพงแบบพกพา/หูฟัง/เครื่องเล่น MP3/ลำโพงบลูทูธ	16	36.4	28	63.6	44	100.0

ประสบการณ์การซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	เคย		ไม่เคย		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. เพลง ภาพยนตร์/วิดีโอ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดาวน์โหลดต่างๆ	15	34.1	29	65.9	44	100.0
7. นาฬิกาข้อมือ	12	27.3	32	72.7	44	100.0
8. แบตเตอรี่สำรอง/และอุปกรณ์ชาร์จไฟ	11	25	33	75	44	100.0
9. อุปกรณ์เครื่องครัว	10	22.7	34	77.3	44	100.0
10. กล้องถ่ายรูป โทรศัพท์มือถือ/PDA	10	22.7	34	77.3	44	100.0
11. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหรือน้ำหอม/Makeup/Skincare	9	20.5	35	79.5	44	100.0
12. เฟอร์นิเจอร์/ของตกแต่งบ้าน	5	11.4	39	88.6	44	100.0
13. ยารักษาโรค ยาบำรุง หรือวิตามิน	5	11.4	39	88.6	44	100.0
วิธีการชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต						
1. โอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM	34	77.3	10	22.7	44	100.0
2. ชำระเงินปลายทาง	31	70.5	13	29.5	44	100.0
3. บัตรเครดิต	22	50	22	50	44	100.0
4. หักบัญชีธนาคารผ่านมือถือ	8	18.2	36	81.8	44	100.0
ประสบการณ์สั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต						
1. จองโรงแรม ที่พัก	33	75	11	25	44	100.0
2. จองตั๋วภาพยนตร์/คอนเสิร์ต	29	65.9	15	34.1	44	100.0
3. จองตั๋วเครื่องบิน	17	38.6	27	61.4	44	100.0
4. ชำระค่าสินค้าและบริการ	14	31.8	30	68.2	44	100.0
5. ธุรกิจด้านการเงิน/การธนาคาร	13	29.5	31	70.5	44	100.0
6. จองทัวร์/โปรแกรมท่องเที่ยว	12	27.3	32	72.7	44	100.0
7. เสี่ยงรอยสาย โลโก้โทรศัพท์มือถือ	2	4.5	42	95.5	44	100.0
8. ส่งดอกไม้	1	2.3	43	97.7	44	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 44 คน มีประสบการณ์ของบุคลากรที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยส่วนใหญ่เคยสั่ง เสื้อผ้าสำเร็จรูป/กระเป๋า/รองเท้า (จำนวน 33 คน) รองลงมาคือเคยใช้บริการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร บริการรถเช่า บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน บริการฝากขายอสังหาริมทรัพย์ (จำนวน 28 คน) และของขวัญ ของชำร่วย (จำนวน 22 คน)

โดยส่วนใหญ่ชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตจากบัญชีธนาคาร/ATM (จำนวน 34 คน) รองลงมาคือชำระเงินปลายทาง (จำนวน 31 คน) และบัตรเครดิต (จำนวน 22 คน)

ในขณะที่บุคลากรมีประสบการณ์เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตโดยส่วนใหญ่จอง โรงแรม ที่พัก (จำนวน 33 คน) รองลงมาจองตั๋วภาพยนตร์/คอนเสิร์ต (จำนวน 29 คน)

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์จำนวนร้อยละของเหตุผลที่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

เหตุผลที่ท่านซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	เลือก		ไม่เลือก		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. มีความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ ซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	32	72.7	12	27.3	44	100.0
2. สามารถเปรียบเทียบคุณภาพและราคาจากแหล่งได้ในเวลาเดียวกัน	26	59.1	18	40.9	44	100.0
3. สินค้าและบริการมีความหลากหลาย	24	54.5	20	45.5	44	100.0
4. มีความรวดเร็วในการส่งผ่านสินค้าและบริการ (สำหรับการส่งแบบดิจิทัล)	21	47.7	23	52.3	44	100.0
5. สามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ตามต้องการ	20	45.5	24	54.5	44	100.0
6. มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	16	36.4	28	63.5	44	100.0
7. รู้สึกว่าตนเองเป็นคนทันสมัย	11	25	33	75	44	100.0
8. สินค้าและบริการมีราคาถูกกว่าแหล่งอื่น	9	20.5	35	79.5	44	100.0
9. สินค้าและบริการมีคุณภาพ น่าเชื่อถือ	6	13.6	38	86.4	44	100.0
10. เป็นสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายเฉพาะในอินเทอร์เน็ต	3	6.8	41	93.2	44	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 44 คน ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์จากความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ ซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง (จำนวน 32 คน) รองลงมาคือ สามารถเปรียบเทียบคุณภาพและราคาจากแหล่งได้ในเวลาเดียวกัน (จำนวน 26 คน) และสินค้าและบริการมีความหลากหลาย (จำนวน 24 คน)

สรุปผลวิเคราะห์ส่วนข้อมูลพฤติกรรมของบุคลากรที่ตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 27 คน มีข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์จำนวนร้อยละของสาเหตุที่บุคลากรไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สาเหตุที่บุคลากรไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	เลือก		ไม่เลือก		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไม่มีช่องทางทางการเงินอื่น นอกเหนือจากเงินสด	16	59.3	11	40.7	27	100.0
2. ไม่มั่นใจในสินค้า คุณภาพและบริการ	15	55.6	12	44.4	27	100.0
3. ไม่มั่นใจเรื่องระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน	14	51.9	13	48.1	27	100.0
4. ไม่มั่นใจในผู้ขายจะส่งสินค้าจริงหลังชำระเงินไปแล้ว	11	40.7	16	59.3	27	100.0
5. มีความยุ่งยาก ซับซ้อน	10	37	17	63	27	100.0
6. ไม่มั่นใจในผู้ขายหรือสินค้าว่ามีอยู่จริง	7	25.9	20	74.1	27	100.0
7. ไม่มีสินค้าน่าสนใจ/ไม่ทราบว่าสินค้าที่ต้องการในระบบอินเทอร์เน็ต	7	25.9	20	74.1	27	100.0
8. ไม่สะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ต	5	18.5	22	81.5	27	100.0
9. ไม่สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้	2	7.4	25	92.6	27	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าบุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ที่ตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 27 คน ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ไม่ซื้อเนื่องจาก ไม่มีช่องทางทางการเงินอื่น นอกเหนือจากเงินสด (จำนวน 16 คน) รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในสินค้า คุณภาพและบริการ (จำนวน 15 คน) และไม่มั่นใจเรื่องระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน (จำนวน 14 คน)

อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยพบว่า บุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตครั้งแรกโดยได้รับอิทธิพลจากสื่อโฆษณาต่างๆ ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กระบวนการส่งเสริมการตลาดที่เกิดขึ้นจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้า มีผลต่อการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ แม้จะต้องใช้ช่องทางผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่กระตุ้นให้บุคลากรเกิดความต้องการซื้อได้ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ การศึกษาของ พิษณุธิดา ลิ้มสวัสดิวงศ์ (2551 : 4) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ประเด็นถัดมาจากการศึกษาที่ค้นพบว่า มูลค่าเฉลี่ยของสินค้าและบริการที่ซื้อโดยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 200-500 บาท รองลงมาคือ 501-1,000 บาท ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า สินค้าและบริการที่บุคลากรซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีมูลค่าต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับความเสี่ยงที่ต่ำหากธุรกรรมดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ ขวลิศ สัมปทานรักษ์ (2548 : 1) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่พบว่า จำนวนเงินที่ผู้บริโภคเคยสั่งซื้อบ่อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 1,000 บาท

ทั้งนี้ประเด็นถัดมาจากการศึกษาที่ค้นพบว่าบุคลากรโดยส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาแล้วโดยเฉลี่ย 7-9 ครั้งต่อปี ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า บุคลากรมีการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยเดือนละประมาณไม่เกิน 1 ครั้ง ดังนั้นสินค้าและบริการที่ซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสินค้าจำเป็นต้องซื้อ และไม่ได้ซื้อบ่อยครั้ง ผลการวิจัยดังกล่าวจึงสอดคล้องกับการศึกษาของประทีปชล ชัยเลิศ (2553 : ง) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. จากผลการวิจัยพบว่า บุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ที่ตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ไม่ซื้อเนื่องจาก ไม่มีช่องทางการชำระเงินอื่น นอกเหนือจากเงินสด จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การชำระเงินค่าและบริการด้วยเงินสด ยังเป็นช่องทางที่มีความน่าเชื่อถือที่สุด การชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการในช่องทางอื่น ยังคงมีความเสี่ยงที่ทำให้บุคลากรเกรงกลัวการถูกซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยดังกล่าวนี้ขัดแย้งกับการศึกษาของ ศศิกานต์ โชคเจริญพัฒนกุล (2553 : ง) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า พฤติกรรมผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สาเหตุหลักคือ ความไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการ

สรุป

1. บุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตครั้งแรกโดยได้รับอิทธิพลจากสื่อโฆษณาต่างๆ โดยส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการจากเว็บไซต์ในประเทศทั้งหมด โดยมีบุคลากรที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการของต่างประเทศจากเว็บไซต์ของต่างประเทศเพียงเล็กน้อย มีมูลค่าเฉลี่ยของสินค้าและบริการที่ซื้อโดยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 200-500 บาท บุคลากรโดยส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาแล้วโดยเฉลี่ย 7-9 ครั้งต่อปี ทั้งนี้บุคลากรที่ศึกษาส่วนใหญ่มีประสบการณ์เคยสั่ง เสื้อผ้าสำเร็จรูป/กระเป๋า/รองเท้า โดยชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตจากบัญชีธนาคาร/ATM โดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์เคยจอง โรงแรม ที่พัก ทั้งนี้บุคลากรส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์จากความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ ซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง

2. บุคลากรกลุ่มภารกิจบริการวิชาการสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จังหวัดอุบลราชธานี ที่ตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ไม่ซื้อเนื่องจาก ไม่มีช่องทางการชำระเงินอื่น นอกเหนือจากเงินสด

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยบุคลากรที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยส่วนใหญ่พบว่า ซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตครั้งแรกโดยได้รับอิทธิพลจากสื่อโฆษณาต่างๆ มีมูลค่าเฉลี่ยของสินค้าและบริการที่ซื้อโดยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 200-500 บาท ทั้งนี้บุคลากรที่ศึกษาส่วนใหญ่มีประสบการณ์เคยสั่ง เสื้อผ้าสำเร็จรูป/กระเป๋า/รองเท้า โดยชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตจากบัญชีธนาคาร/ATM โดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์เคยจอง โรงแรม ที่พัก ทั้งนี้บุคลากรส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์จากความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ ซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้น

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
19 ธันวาคม 2560

ผู้ประกอบการจึงควรจัดส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคที่นิยมซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยนำเสนอสินค้าที่มีราคาถูก ประเภทเสื้อผ้ากระเปาะรองเท้า หรือให้บริการจองโรงแรม ที่พัก โดยอำนวยความสะดวกในการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตและบัญชีธนาคาร และจัดทีมงานทางการตลาดออนไลน์ทำหน้าที่ตอบรับการซื้อ-ขายตลอด 24 ชั่วโมง

2. ผลการวิจัยบุคลากรที่ตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ไม่ซื้อเนื่องจาก ไม่มีช่องทางการชำระเงินอื่น นอกเหนือจากเงินสด ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มจากลูกค้ากลุ่มที่ไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำเป็นต้องเพิ่มช่องทางการชำระเงินด้วยเงินสด จึงจะสามารถจูงใจให้ลูกค้ากลุ่มนี้ซื้อสินค้าและบริการของตนเองได้

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยความร่วมมือจากบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์อดุลเดช ตันแก้วที่กรุณาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ สนับสนุนให้กำลังใจด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี เพื่อให้การวิจัยนี้สมบูรณ์ที่สุดขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาไพ ینگุลวนิช ที่ให้การสนับสนุนในทุกด้าน ผู้วิจัยขอขอบคุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยฉบับนี้เพื่อขอบคุณบิดา มารดา และครู อาจารย์ ที่ได้อบรมสั่งสอนชี้แนะแนวทางแก่ผู้วิจัยตลอดมาจนการสำเร็จได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กองการกิจงานบริหารวิชาการ. (2560). *บุคลากรของสถานบริการสุขภาพ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข กลุ่มภารกิจด้านการพยาบาล*. อุบลราชธานี: โรงพยาบาลมหาราชนครอุบลราชธานี.
- ชวลิต สัมปทานรักษ์. (2548). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. (วิทยานิพนธ์การศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์).
- ประทีปชล ชัยเลิศ. (2553). *พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- พิชญธิดา ลิ้มสวัสดิวงศ์. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ศศิกันต์ โชคเจริญวัฒนกุล. (2553). *พฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- Beiermann, Rane. (2007). *Online Shopping: Does Age Matter?* (Thesis of Briar Cliff University. Spring).
- Kotler, Philip. (2010). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.