

**พฤติกรรม การซื้อและความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์
บนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช**
**Shopping Behavior and Satisfaction with Online Shopping on
Shopee Platform in Nakhon Si Thammarat Province**

ศรินันท์ พรหมปาน
Sirinan Prompan

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เคยซื้อสินค้าผ่าน Shopee จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการนำเสนอในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย ใช้สถิติทดสอบค่าที่ (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้า จำนวน 1-4 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งไม่เกิน 500 บาท ประเภทสินค้าที่ซื้อมากที่สุด ได้แก่ ความงามและของใช้ส่วนตัว สินค้าสุขภาพ ของตกแต่งบ้าน มือถือ และอุปกรณ์เสริม สินค้าอุปโภคบริโภค ระยะเวลาเฉลี่ยแต่ละครั้ง 6-10 นาที ช่วงเวลาในการสั่งซื้อสินค้า เวลา 13.00-16.59 น. ชำระเงินผ่านช่องทางเก็บเงินปลายทาง ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกัน และยังพบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ความถี่ในการซื้อสินค้า และช่วงเวลาในการซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการซื้อ, ความพึงพอใจ, แพลตฟอร์ม Shopee

ABSTRACT

The study aimed to investigate the shopping behavior of consumers on the Shopee platform in Nakhon Si Thammarat Province, To study the level of satisfaction with online shopping on Shopee platform in Nakhon Si Thammarat Province, To compare the satisfaction with online shopping on Shopee platform in Nakhon Si Thammarat Province, classified by demographic characteristics, and to compare satisfaction with shopping on the Shopee platform in Nakhon Si Thammarat Province, classified by shopping behavior on the Shopee platform. The sample used in the research is 400 consumers in Nakhon Si Thammarat Province who have purchased through Shopee. The research tool is a questionnaire on shopping behavior and satisfaction with online shopping on the Shopee platform. The statistics used to analyze the data are frequency distribution analysis, percentage, mean, and standard deviation. By presenting in the form of tables along with descriptions, An Independent Sample t-test to compare the difference between the average of 2 groups and One-Way ANOVA. The results of the research found that most respondents were female, under 20 years old, bachelor's degree level, single, student occupation, monthly income less than or equal to 15,000 baht. From the analysis of data on online shopping behavior on the Shopee platform, it was found that most respondents had a frequency of shopping, 1-4 times per month, with a cost of each time not more than 500 baht. The most purchased product categories are beauty and personal care products, health products, home decorations, mobile phones and accessories, consumer goods. The average time each time is 6-10 minutes. The time to order the product is 1:00 PM-4:59 PM. Payment through cash on delivery. The study results of satisfaction with shopping, overall, are at a high level. The results of the hypothesis test found that consumers in Nakhon Si Thammarat Province with different genders, ages, and educational levels have different satisfaction with online shopping on the Shopee platform. It was also found that consumers in Nakhon Si Thammarat Province with online shopping behavior on the Shopee platform, frequency of shopping, and time of shopping, significance at the 0.05 level

Keyword: Shopping Behavior, Satisfaction, Shopee Platform

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การค้าขายในปัจจุบันมีความแตกต่างไปจากการค้าขายแบบเดิมอย่างมาก ซึ่งในอดีตการค้าขายจะเป็นการขายผ่านทางหน้าร้านเท่านั้น ทำให้การเข้าถึงผู้บริโภคได้เพียงผู้บริโภคในพื้นที่เท่านั้น แต่ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการทำธุรกิจการค้าหรือเรียกอีกอย่างว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางการค้าระหว่างผู้ค้ากับผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคสามารถใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ อาทิ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น โดยสิ่งนี้จะทำให้สามารถอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคได้ ซึ่งทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเปลี่ยนไปมากขึ้น โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสารที่เปิดให้ใครก็ตามที่มีความคิดสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม สามารถสร้างสรรค์ผลงานบนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ อินเทอร์เน็ตช่วยสร้างนวัตกรรมแห่งโอกาสขึ้น เช่น การค้นคว้าข้อมูลจากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ การติดต่อสื่อสารกับคนทั่วโลก การชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ แลกเปลี่ยนทรัพย์สินทางปัญญาผ่านเครือข่าย สังคมออนไลน์อย่างสาธารณะ (วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, 2561) ซึ่งจากผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) พบว่าในช่วงปี 2565 คนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉลี่ย 7.06 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเพิ่มขึ้น 2.70 ชั่วโมงต่อวัน ในปี 2556 จากพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เปลี่ยนแปลงไป นับเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือธุรกิจพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) โดยเหตุผลส่วนใหญ่ที่ทำให้นักช้อปปิ้งสินค้า/บริการออนไลน์ เพราะราคาถูก (63.10%) รองลงมาคือ มีความหลากหลายของสินค้า (58.73%) แพลตฟอร์มใช้งานง่าย (45.81%) การจัดโปรโมชั่น เช่น 11.11, 12.12, Flash Sale (44.39%) และค่าจัดส่งถูกหรือฟรี (34.10%) ในขณะที่นักขายนิยมใช้ช่องทาง Social Commerce ในการขายสินค้า/บริการมากที่สุด สูงถึง 66.76% คือ Facebook โดยส่วนใหญ่พบว่า นักช้อปปิ้งนิยมชำระเงินโดยการโอนผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันธนาคารมากที่สุดถึง 67.32% (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565)

Shopee เป็นแพลตฟอร์ม e-commerce ที่มีสำนักงานใหญ่ในประเทศสิงคโปร์ซึ่งอยู่ภายใต้บริษัท Sea Group (ก่อนหน้านี้รู้จักกันในชื่อ Garena) ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2552 โดยฟอร์เรสต์ หลี โดยเปิดตัวครั้งแรกอย่างเป็นทางการที่ประเทศสิงคโปร์ในปี พ.ศ. 2558 และขยายไปยังประเทศมาเลเซีย ไทย ไต้หวัน อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และบราซิล โดยให้บริการซื้อและขายสินค้าออนไลน์แก่ผู้ใช้ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และไต้หวัน โดยให้บริการซื้อและขายสินค้าออนไลน์แก่ผู้ใช้ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไต้หวัน แต่เนื่องจาก Shopee เป็นแอปพลิเคชันที่ใหญ่และได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เมื่อเทียบกับคู่แข่ง Shopee ไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียม และค่าคอมมิชชันกับผู้ขาย ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบกับผู้ที่มีมาลงขายสินค้ากับช้อปปิ้ง แต่เนื่องจากการแบกรับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทำให้ Shopee เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใหม่ โดยเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการชำระเงินร้อยละ 2 จากผู้ขาย โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 16 ตุลาคม 2562 เป็นต้นไป

ยกเว้นช่องทาง Shopee Pay Wallet ซึ่งเป็นพันธมิตร โดยตรงกับข้อป้ไม่มีคลังสินค้า และเป็นพันธมิตรกับผู้ให้บริการจัดส่งมากกว่า 70 แห่ง เพื่อสนับสนุนด้านโลจิสติกส์แก่ผู้ใช้บริการในส่วนประเทศไทย (THE STANDARD TEAM, 2562)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลให้รูปแบบการขายซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากวิถีชีวิตที่เร่งรีบขึ้น ความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้น ด้วยช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย รวมทั้งประเด็นเรื่องระดับราคาสินค้าและบริการที่มีแนวโน้มลดต่ำลงจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นของภาคธุรกิจ จึงทำให้ช่องทางออนไลน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีต่างจากการค้าแบบเดิมโดยจะเห็นได้จากยอดขายสินค้าในตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เติบโตขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้ ยังพบว่าชนิดสินค้าที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ล้วนมีความหลากหลายมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต และกระจายอยู่ในเกือบทุกประเภทสินค้า ซึ่งย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่าในอนาคตเราอาจจะได้เห็นความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และทุกประเภทสินค้ามีโอกาสที่จะปรับไปสู่การขายในตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบและประเภทของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ชุด ให้แก่ประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 1,522,561 คน

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 คำถามด้านลักษณะประชากรศาสตร์ มีคำถามทั้งหมด 6 ข้อ ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee มีคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และความพึงพอใจโดยรวม โดยแสดงความคิดเห็นแบบมาตราการวัดแบบ (Rating Scale) 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเกิร์ต (Likert's Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำหรับงานทางโปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล หลังจากที่ได้รับแบบสอบถามแล้ว ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม หลังจากนั้นจึงทำการจัดแต่งข้อมูลของแบบสอบถาม เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปแบบที่เป็นมาตรฐานเดียวกันพร้อมที่จะเอาไปลงรหัสได้

2. ลงรหัสและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

2.2 ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 ค่าสถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (Independent Sample t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.50 อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.30 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78.00 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 56.50 รายได้ต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.80

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความถี่ในการซื้อสินค้า จำนวน 1-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 72.00 ประเภทสินค้าที่ซื้อบนแพลตฟอร์ม Shopee อันดับ 1-5 ได้แก่ ความงามและของใช้ส่วนตัว สินค้าสุขภาพ ของตกแต่งบ้าน มือถือและอุปกรณ์เสริม สินค้าอุปโภคบริโภค ช่องทางการชำระเงิน เก็บเงินปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 69.50 ระยะเวลาเฉลี่ยในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้ง 6-10 นาที คิดเป็นร้อยละ 27.30 ช่วงเวลาในการสั่งซื้อสินค้า เวลา 13.00-16.59 น. คิดเป็นร้อยละ 28.00

3. ความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา ที่เคยซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมาในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจโดยภาพรวม ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย และน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด

4. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ความถี่ในการซื้อสินค้า และช่วงเวลาในการซื้อสินค้า มีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บนแพลตฟอร์ม Shopee จำนวน 1-4 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ในแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 บาท ประเภทสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างซื้อบนแพลตฟอร์ม Shopee อันดับ 1-5 ได้แก่ ความงามและของใช้ส่วนตัว สินค้าสุขภาพ ของตกแต่งบ้าน มือถือและอุปกรณ์เสริม สินค้าอุปโภคบริโภค มีระยะเวลาเฉลี่ยในการสั่งซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Shopee แต่ละครั้ง 6-10 นาที มีช่วงเวลาในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ในเวลา 13.00-16.59 น. ตามลำดับ มีการชำระเงินผ่านช่องทาง เก็บเงินปลายทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สายธาร กิจทน และคณะ, 2564) ศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พบว่า แรงจูงใจและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ช่องทางในการชำระเงินผ่านช่องทางเก็บเงินปลายทาง ผลการศึกษายังพบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (อรอินท์ วิวัฒน์วงศ์นา, 2564) พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีมีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศรिता บุญประเสริฐ, 2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคม

ออนไลน์เฟซบุ๊ก ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ระดับการตัดสินใจซื้อพบว่า ปัจจัยด้านเพศเท่านั้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยพบว่า เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อช้อปปิ้งมากกว่าเพศชาย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กมลพร โรจน์รุ่งศศิธร, 2564) เรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่เคยซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจโดยภาพรวม ด้านราคา และน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด โดยทุกด้านที่มีความถี่ในการซื้อสินค้า และช่วงเวลาในการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สายธาร กิจทน และคณะ, 2564) ศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พบว่า แรงจูงใจ และพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ (จุฑารัตน์ เกียรติธรรม์, 2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee ในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านราคา ความพึงพอใจโดยภาพรวม และน้อยที่สุดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้า ดังนั้น Shopee ควรขายสินค้าที่มีคุณภาพดี มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย มีการจัดส่งครอบคลุมทุกพื้นที่ และควรมีบริการหลังการขาย หากสินค้าชำรุดหรือเสียหายสามารถเปลี่ยนสินค้าคืนได้ และ Shopee ควรมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสม่ำเสมอ เช่น การ Live ขายสินค้า การแจกโค้ดส่วนลด แจกโค้ดส่งฟรี แจกเงินคืน ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำข้อมูลส่วนนี้ไปเปรียบเทียบ

กับสินค้าร้านอื่น ๆ ในการเลือกสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ การซื้อสินค้า

2. ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมาที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee แตกต่างกัน ดังนั้น Shopee ควรมีการดึงดูดผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เป็นเพศชายมากขึ้น โดยการจัดแคมเปญสินค้า การลดราคาสินค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์ม Shopee เช่น ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชัน เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีทางเลือกที่เหมาะสม และสะดวกทำให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

2. ผลการศึกษานี้สามารถนำไปปรับใช้กับแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์แห่งอื่น เพื่อปรับปรุง พัฒนาการให้บริการสู่ผู้บริโภคยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กมลพร โรจน์รุ่งศศิธร. (2564). พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- จุฑารัตน์ เกียรติศิริ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง. (2561). คู่มือพลเมืองดิจิทัล. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- ศรिता บุญประเสริฐ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคม ออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สายธาร กิจทน และคณะ. (2564). สำรวจแรงจูงใจและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). ผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). [Online]. Available: <https://www.etda.or.th/th/Thailand-Internet-User-Behavior/A2-Thailand-Internet-User-Behavior.aspx>, [2566, กรกฎาคม 10].
- อรอินท์ วิวัฒน์วงศ์วนา. (2564). พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- THE STANDARD TEAM. (2562). ย้อนรอยความสำเร็จของ 'ช้อปปี้' ในการเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ยื่น 1 ในใจนักช้อปชาวไทย. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2566, จาก <https://thestandard.co/shopee-success-ecommerce/>.