

ภุริชวิศิษฐ์ ผาสุขพันธ์ : ปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ (SUCCESS FACTORS ON ELECTRONIC MARKETPLACE
WEBSITES) อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.ศุภกฤษฎี นวัตกรรมกุล, 151 หน้า.

ในปัจจุบันเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต การศึกษาปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จ จะทำให้ได้ข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนหรือกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การวิจัยนี้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ เว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 4 ราย และการสอบถามความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวนทั้งสิ้น 400 ราย

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการด้านการออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่ารูปแบบของเว็บไซต์ที่ผู้พัฒนาและออกแบบให้ความสำคัญเพื่อดึงดูดผู้ใช้งานประกอบด้วย 5 ประการได้แก่ 1) การให้ความสำคัญในการมีตัวตนของผู้ขายสินค้า 2) การรักษาความปลอดภัยในรูปแบบต่าง ๆ 3) การเป็นตัวกลางในการทำธุรกรรมหรือรับส่งสินค้า 4) การเข้าสู่เว็บไซต์ได้หลายช่องทาง และ 5) การคำนึงถึงสื่อมัลติมีเดียชนิดต่าง ๆ ที่ใส่เข้าไปในหน้าเว็บไซต์ ผลการสำรวจความคิดเห็นจากผู้บริโภค ปรากฏว่า จุดประสงค์ของการเข้าใช้งานเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดเพื่อต้องการสั่งซื้อสินค้าและบริการ โดยคิดเป็นร้อยละ 73 ซึ่งจากการเลือกซื้อสินค้า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังหลัก ๆ ที่ยึดถือเพื่อเลือกซื้อสินค้าและเพื่อมั่นใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางนั้น ๆ คือ ข้อมูลสารสนเทศของสินค้าต้องมีความเที่ยงตรง และมีแหล่งอ้างอิงชัดเจน ข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการทำธุรกรรมของสมาชิกไม่ถูกเปิดเผยยกเว้นการเรียกจากหมายศาลเท่านั้น ให้บริการชำระเงินออนไลน์มีมาตรฐานระดับสากลรองรับ จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและแบบสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าเยี่ยมชมและซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หลัก ๆ มีอยู่ 5 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านความสวยงามของเว็บไซต์ ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศ ปัจจัยด้านระบบต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ และปัจจัยด้านความปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยได้รับความนิยมจากผู้บริโภค

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่อนักศึกษา _____
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____

PHURITWISIT PHASOOKKHUN : SUCCESS FACTORS ON
ELECTRONIC MARKETPLACE WEBSITES. THESIS ADVISOR :
SUPHAKIT NIWATTANAKUL, Ph.D., 151 PP.

SUCCESS FACTORS ON ELECTRONIC MARKETPLACE /ATTITUDE

Currently, e-marketplace website is an important channel for consumers to purchase products via the internet. The study of factors that make e-marketplace website successful will give information to be used in planning or setting marketing strategy. This research studied and analyzed data from interviewing 4 e-marketplace website experts, and enquiring for comments from 400 consumers.

The result of the interview with the experts in e-marketplace website design showed that style of the website that developer and designer emphasize to attract users consists of 5 aspects; 1) emphasis on identify of vendor, 2) various forms of securities, 3) being the middleman in transaction or product delivery, 4) multiple access channel to the website, and 5) consideration of various types of multimedia inputted on the webpage. The result of the consumer opinion survey showed that the most common purpose of using e-marketplace website was to purchase product and service, which was 73%. In the product purchase selection, sample group had the main expectations and trust in the service of the e-marketplace website of product information which must be accurate and has clear source of reference, person

information and transaction information of members are not disclosed, except for court writ only, and online payment is supported by international standard. The analysis of the interview with the experts and sample group survey showed that there are 5 factors that have influence on the visit and product purchase via e-marketplace website, website's aesthetic appeal, product, information, various systems within the website, and security, which are the main factors that make Thai e-marketplace websites popular amongst consumers.



School of Information Technology

Student's Signature _____

Academic Year 2012

Advisor's Signature _____