

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับธุรกิจอาหาร
ตามสั่งแบบส่งถึงที่
ชื่อ นายพระนคร โพธิ์นอก
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร ทินประภา
วิชาเอก การจัดการวิศวกรรมธุรกิจ
ปีการศึกษา 2550

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับธุรกิจอาหารตามสั่งแบบส่งถึงที่ เป็นการศึกษาถึงการยอมรับในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ค่อนข้างใหม่ในสังคมไทยของธุรกิจอาหารตามสั่งแบบส่งถึงที่ โดยมีแนวโน้มของการเป็นช่องทางการตลาดที่มีความสำคัญสำหรับการทำธุรกิจนี้ในอนาคต ในส่วนความคิดเห็นและการยอมรับของผู้บริโภคนั้น ได้ทำการเก็บข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพทำงานบริษัทเอกชน โดยมีระดับรายได้อยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจสั่งซื้ออาหารตามสั่งแบบส่งถึงที่ทางอินเทอร์เน็ตพบว่า ด้านความสะดวกในการสั่งซื้ออาหารตามสั่งแบบส่งถึงที่ทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเลือกสถานที่จัดส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการที่สามารถเลือกวัตถุดิบในการปรุงอาหารได้ด้วยตนเองแบบออนไลน์ ด้านการมีข้อความทั้งภาพและเสียงประกอบการตัดสินใจเลือกอาหารพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าจะทำให้ได้รับสินค้าที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

ในส่วนของการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ด้านความรวดเร็วในการได้รับบริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก คือความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ด้านของความครบถ้วนสมบูรณ์ในรายละเอียดของอาหาร กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากคือ คุณภาพของอาหารที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับรายละเอียดที่ลงบนเว็บไซต์ ด้านความทันสมัยของข้อมูล กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก คือด้านข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น รายการโปรโมชั่นต่างๆ

Independent Study Title: Factors Affecting the Acceptance of Electronic
Commerce as Order Channel for Food Delivery Business
Name: Mr.Pranakorn Phonog
Advisor: Assistant Professor Supaporn Tinprapa
Major: Business Engineering Management
Academic Year: 2007

ABSTRACT

This research aims to study the factors affecting the acceptance of electronic commerce as order channel in the food delivery business. Presently, internet plays a major role in business, especially for the newly online business of food delivery, where it shows potential as order channel. In this analysis, data were gathered using questionnaires distributed by convenient sampling to 400 internet users in Bangkok area.

According to the findings, the majority of samples were females aged 25 to 30 years old with a bachelor's degree that worked for private companies earning average salaries between 10,000 to 20,000 baht per month. The convenience factors for online ordering strongly affect the selection of delivery location and the selection of cooking material through the website. The multimedia factors for food selection decision strongly affect the selection of food that meets a customer's demand.

Regarding the acceptance of electronic commerce in terms of quick response and service factors, the highly important factor influencing the acceptance of electronic commerce was on-time delivery. In terms of food consumption factors, the highly important factor influencing the acceptance of electronic commerce was the expectation of food quality compared to as-advertised on the website. In terms of up-to-date information factors, the highly important factor influencing the acceptance of electronic commerce was advertisement such as promotion dates.