บทคัดย่อ

โครงการวิจัย การวิเคราะห์องค์ประกอบความสำเร็จการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม

ผู้วิจัย พิมาย วงค์ทา

ปีที่ทำวิจัย 2558

การวิจัยครั้งนี้เพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบความสำเร็จการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และผู้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้น และมีการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruence :IOC) และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ได้ค่า 0.960 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 94 ชุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และใช้สถิติในการวิเคราะห์หาองค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักแบบ Image Factoring ร่วมกับการหมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีวาริแมกซ์ (Varimax Rotation) และหาค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) มีค่าเท่ากับ .831 และค่า Bartlett’s Test of Sphericity ที่ระดับ .01

ผลการวิจัยพบว่า ได้องค์ประกอบใหม่ 8 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ปัจจัยที่สนับสนุนการซื้อสินค้า 2) การออกแบบ 3) การประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร 4) ความปลอดภัยและการทำธุรกรรม 5) ช่องทางการติดต่อสื่อสารและช่วยเหลือ 6) การนำเสนอและเนื้อหาข้อมูล 7) การใช้งาน 8) ส่วนเสริมอื่นๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการพัฒนาระบบงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและนำไปสู่การขยายธุรกิจออนไลน์ต่อไป

คำสำคัญ การวิเคราะห์องค์ประกอบ ความสำเร็จพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม

Abstract

Title Analysis of Factor Successful Electronic Commerce of the Health and Beauty Business.

Researchers Phimine Wongtha

Year 2015

The objective of this research was to analyze factors leading to success in health and beauty eCommerce business. The key information providers used in this study were the eCommerce entrepreneurs and the eCommerce clients, and the research instrument was the questionnaire using Clustering-Sampling method. The questionnaire was reviewed and accepted by experts and eminent persons to find the Index of Item-Objective Congruence (IOC) as well as seeking the reliability of the questionnaire. With this, it found that the reliability of the questionnaire was 0.960 from the 94 responded questionnaires by using a statistical software along with the factor-analysis technique. The technique was to find Image Factoring with Orthogonal Rotation by using Varimax Rotation method, which gave .831 on Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and the level of Bartlett's Test of Sphericity at .01.

The result of this study revealed that a successful health and beauty eCommerce business consisted of the new 8 factors which were as follows: 1) The supporting factor on product-and-service buying behavior, 2) System layout and design, 3) Public relations and communication, 4) Security and business transaction, 5) Helpdesk and communication channel, 6) Presentation and contents, 7) Know-How, and 8) Other promotional matters.

The above factors were the major factors that significantly had an effect on eCommerce development in terms of meeting the needs of the clients and conducting towards the expansion of the online business at a later stage.

Keywords: Factor Analysis, Successful eCommerce, eCommerce, Health and Beauty Business