

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องผลกระทบของความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์สินค้านิตาสตอรี่ที่มีต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) รวมถึงศึกษาผลกระทบของความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ที่มีต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ของผู้ใช้บริการที่มีต่อเว็บไซต์สินค้านิตาสตอรี่ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ต่อไป ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยอาศัยกรอบแนวคิดตามทฤษฎีแบบจำลองความไว้วางใจต่อเว็บไซต์ ซึ่งความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) นั้น มีองค์ประกอบ 3 ด้าน อันได้แก่ ความมีประสิทธิภาพ (Competence) ความหวังดี (Benevolence) และความซื่อสัตย์ (Integrity) และทำการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คนด้วยแบบสอบถาม แล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อันประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) อันได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (T-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA : F-Test) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาบทที่ 4 ทำการสรุปผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์สินค้านิตาสตอรี่

ส่วนที่ 3 ระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และระดับเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)

ส่วนที่ 4 ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ที่มีผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 95 และเพศชายร้อยละ 5 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 26.5 นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ส่วนในด้านรายรับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายรับต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา คือ มีรายรับต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.5

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ลินดาสตอรี่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเว็บไซต์ลินดาสตอรี่เพื่อวัตถุประสงค์อ่านเรื่องสั้น/นิยาย โดยคิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมา คือ เพื่ออ่าน/เขียนกระทู้เพื่อแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องสั้น/นิยาย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40.0 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์ลินดาสตอรี่มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 73.5

ส่วนที่ 3 ระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และระดับเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)

ทำการสรุปผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ดังนี้

1) การศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) โดยรวม

2) การศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- การศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามระดับอายุ

- การศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามอาชีพ

- การศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามระดับรายรับต่อเดือน

3) การศึกษาระดับความไว้วางใจที่เกิดจากความเชื่อ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์สินค้าสตอร์รี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- การศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และความไว้วางใจโดยเจตนา (Trusting Intention) จำแนกตามวัตถุประสงค์

- การศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และความไว้วางใจโดยเจตนา (Trusting Intention) จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) โดยรวม

ตารางที่ 5.1 แสดงผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) โดยรวม

ความไว้วางใจ	องค์ประกอบความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความคิดเห็นต่อเว็บไซต์ด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย (อันดับ)	ระดับความคิดเห็น
ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	เว็บไซต์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	4.18 (4)	เห็นด้วยมาก
		เว็บไซต์มีการดำเนินนโยบายตามที่ได้แจ้งไว้	4.39 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด
		เว็บไซต์มีการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพและสม่ำเสมอ	4.40 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
		เว็บไซต์ปฏิบัติตามข้อตกลงกับข้อกำหนด	4.43 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
	รวม (อันดับรวม)		4.35 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
ความหวังดี (Benevolence)	เว็บไซต์นำเสนอสิ่งที่อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ	เว็บไซต์นำเสนอสิ่งที่อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการ	4.40 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
		ข้อมูล/ความคิดเห็นในเว็บไซต์สามารถชี้แนะเมื่อผู้บริการต้องการข้อมูลเพื่อตัดสินใจได้	4.07 (3)	เห็นด้วยมาก
		ใส่ใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริการมากกว่าความต้องการของเจ้าของเว็บไซต์	4.21 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
	รวม (อันดับรวม)		4.23 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด
ความซื่อสัตย์ (Integrity)	เว็บไซต์และผู้ให้ข้อมูลนำเสนอข้อเท็จจริง	เว็บไซต์และผู้ให้ข้อมูลนำเสนอข้อเท็จจริง	4.21 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด
		เว็บไซต์มีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความซื่อสัตย์	4.29 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
		เว็บไซต์และผู้ให้ข้อมูลมีความรับผิดชอบต่อข้อมูล/ความคิดเห็นที่ได้นำเสนอไว้	4.28 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
		รวม (อันดับรวม)		4.26 (2)

ตารางที่ 5.1(ต่อ) แสดงผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) โดยรวม

ความไว้วางใจ	ความคิดเห็นต่อเว็บไซต์ต่างๆ	ค่าเฉลี่ย (อันดับ)	ระดับความคิดเห็น
เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)	ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	4.34 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
	ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์	4.30 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
	หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.12 (3)	เห็นด้วยมาก
รวม		4.26	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 5.1 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) โดยรวมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

- **ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเชื่อในการไว้วางใจต่อองค์ประกอบด้านความมีประสิทธิภาพสูงที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเชื่อต่อประสิทธิภาพด้านการปฏิบัติที่สอดคล้องกับข้อกำหนดมากที่สุด ส่วนรองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเชื่อต่อองค์ประกอบด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) โดยเห็นว่าเว็บไซต์มีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความซื่อสัตย์มากที่สุด และสุดท้ายผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อต่อองค์ประกอบด้านหวังดี (Benevolence) โดยเชื่อว่าเว็บไซต์แสดงถึงความซื่อสัตย์โดยนำเสนอสิ่งที่อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด

- **เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตนาที่จะปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์มากที่สุด โดยมีเจตนาในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตนาที่จะให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์ โดยมีเจตนาในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตนาที่จะให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์ และอันดับสุดท้ายคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตนาที่จะทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ

การศึกษาระดับความไว้วางที่เกิดจากความเชื่อ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5.2 แสดงผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		ความไว้วางใจ		ค่าเฉลี่ย (อันดับ)	ระดับความคิดเห็น
อายุ 30 ปี (123 คน)	ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.38 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ความหวังดี (Benevolence)	4.29 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ความซื่อสัตย์ (Integrity)	4.32 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.33 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
	เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)	ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	4.40 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์	4.35 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.17 (3)	เห็นด้วยมาก	
	ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.31 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
	อายุมากกว่า 30 ปี (77 คน)	ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.31 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ความหวังดี (Benevolence)	4.13 (3)	เห็นด้วยมาก
ความซื่อสัตย์ (Integrity)			4.16 (2)	เห็นด้วยมาก	
ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.20 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)		ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	4.26 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์	4.23 (2)	เห็นด้วยมาก	
		หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.03 (3)	เห็นด้วยมาก	
ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.17 (2)	เห็นด้วยมาก	

ตารางที่ 5.2(ต่อ) แสดงผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		ความไว้วางใจ		ค่าเฉลี่ย (อันดับ)	ระดับความคิดเห็น
อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้างของ รัฐ (42 คน)	ความเชื่อในการ ไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.45 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ความหวังดี (Benevolence)	4.31 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ความซื่อสัตย์ (Integrity)	4.36 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.37 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
	เจตนาในการ ไว้วางใจ (Trusting Intention)		ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจาก เว็บไซต์	4.31 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้อง ขอจากเว็บไซต์	4.29 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
			หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการ ตัดสินใจ	4.10 (3)	เห็นด้วยมาก
			ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)		4.23 (3)
	พนักงาน บริษัท (76 คน)	ความเชื่อในการ ไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.27 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ความหวังดี (Benevolence)	4.16 (3)	เห็นด้วยมาก
ความซื่อสัตย์ (Integrity)			4.20 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.21 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด	
เจตนาในการ ไว้วางใจ (Trusting Intention)			ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจาก เว็บไซต์	4.25 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้อง ขอจากเว็บไซต์	4.26 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
			หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการ ตัดสินใจ	4.08 (3)	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.20 (4)	เห็นด้วยมาก	

ตารางที่ 5.2(ต่อ) แสดงผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		ความไว้วางใจ		ค่าเฉลี่ย (อันดับ)	ระดับความคิดเห็น
อาชีพ นักเรียน/ นักศึกษา (49 คน)	ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.39 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ความหวังดี (Benevolence)	4.31 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ความซื่อสัตย์ (Integrity)	4.35 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.35 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
	เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)	ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	4.49 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์	4.39 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.12 (3)	เห็นด้วยมาก	
	ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.33 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ ธุรกิจและ แม่บ้าน (33 คน)	ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.31 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ความหวังดี (Benevolence)	4.15 (2)	เห็นด้วยมาก
ความซื่อสัตย์ (Integrity)			4.14 (3)	เห็นด้วยมาก	
ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.20 (4)	เห็นด้วยมาก	
เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)		ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	4.39 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์	4.30 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.21 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.30 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	

ตารางที่ 5.2(ต่อ) แสดงผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		ความไว้วางใจ		ค่าเฉลี่ย (อันดับ)	ระดับความคิดเห็น
รายรับ ต่อ เดือน (68 คน)	รายรับไม่ เกิน 10,000 บาท	ความเชื่อในการ	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.39 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
		ไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความหวังดี (Benevolence)	4.29 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ความซื่อสัตย์ (Integrity)	4.29 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.32 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
	เจตนาในการ ไว้วางใจ (Trusting Intention)	ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจาก เว็บไซต์	4.41 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอ จากเว็บไซต์	4.40 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยาย ท่านจะ ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.13 (3)	เห็นด้วยมาก	
		ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.31 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.31 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	รายรับ 10,001- 20,000 บาท (63 คน)	ความเชื่อในการ	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.40 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
ไว้วางใจ (Trusting Belief)			ความหวังดี (Benevolence)	4.28 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ความซื่อสัตย์ (Integrity)	4.32 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.33 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
เจตนาในการ ไว้วางใจ (Trusting Intention)		ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจาก เว็บไซต์	4.43 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอ จากเว็บไซต์	4.37 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยาย ท่านจะ ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.19 (3)	เห็นด้วยมาก	
		ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.33 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.33 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
รายรับ มากกว่า 20,000 บาท (69 คน)		ความเชื่อในการ	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.26 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
	ไว้วางใจ (Trusting Belief)		ความหวังดี (Benevolence)	4.11 (3)	เห็นด้วยมาก
			ความซื่อสัตย์ (Integrity)	4.17 (2)	เห็นด้วยมาก
			ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.18 (3)	เห็นด้วยมาก
	เจตนาในการ ไว้วางใจ (Trusting Intention)	ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจาก เว็บไซต์	4.20 (1)	เห็นด้วยมาก	
		ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอ จากเว็บไซต์	4.16 (2)	เห็นด้วยมาก	
		หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยาย ท่านจะ ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.03 (3)	เห็นด้วยมาก	
		ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.13 (3)	เห็นด้วยมาก	
		ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.13 (3)	เห็นด้วยมาก	

- **จำแนกตามกลุ่มอายุ**

กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) มากกว่ากลุ่มอายุมากกว่า 30 ปี ซึ่งกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) เฉลี่ยรวม 4.33 และกลุ่มอายุมากกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 ตามลำดับ ทั้งนี้ทั้ง 2 กลุ่มอายุ ให้ความเชื่อในระดับมากที่สุดและมีความเชื่อด้านมีประสิทธิภาพ (Competence) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านซื่อสัตย์ (Integrity) และสุดท้ายคือ ด้านความหวังดี (Benevolence)

ส่วนในด้านเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความเชื่อในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และกลุ่มอายุมากกว่า 30 ปี ให้ความเชื่อในระดับเห็นด้วยมาก ตามลำดับ ทั้งนี้ทั้ง 2 กลุ่มอายุ มีเจตนาที่จะปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมา คือ ยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์ และสุดท้ายคือ มีเจตนาที่จะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ หากทำการตัดสินใจซื้อหนังสือ นิตยสาร

- **จำแนกตามกลุ่มอาชีพ**

กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างของรัฐ มีระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) มากที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อันดับถัดมาคือ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท โดยทั้ง 3 กลุ่มอาชีพให้ความเชื่อในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยทุกกลุ่มอาชีพมีความเชื่อด้านประสิทธิภาพ (Competence) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) และสุดท้าย คือ ด้านความหวังดี (Benevolence) ในขณะที่กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจและแม่บ้านมีระดับความเชื่อเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีความเชื่อด้านประสิทธิภาพ (Competence) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความหวังดี (Benevolence) และสุดท้าย คือ ด้านความซื่อสัตย์ (Integrity)

ส่วนในด้านเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีระดับเจตนามากที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจและแม่บ้าน อันดับถัดมา คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างของรัฐ โดยทั้ง 3 กลุ่มอาชีพมีเจตนาในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทมีระดับเจตนาเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีเจตนาในระดับเห็นด้วยมาก

- **จำแนกตามรายรับต่อเดือน**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายรับต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายรับต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายรับต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ในระดับเห็นด้วยมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายรับต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีระดับความเชื่อมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายรับต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายรับต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีระดับความเชื่อต่ำที่สุด โดยทั้ง 3 กลุ่มมีความเชื่อด้านประสิทธิภาพ (Competence) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) และสุดท้ายคือ ด้านความหวังดี (Benevolence)

ส่วนในด้านเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายรับต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีระดับเจตนามากที่สุด โดยมีเจตนาในการไว้วางใจในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายรับต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท โดยมีเจตนาในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และสุดท้ายคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายรับต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท โดยมีเจตนาในระดับเห็นด้วยมาก

การเปรียบเทียบความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ในแต่ละกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทำการศึกษาโดยใช้วิเคราะห์ การเปรียบเทียบระดับความไว้วางใจเฉลี่ยในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (T-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA : F-Test)

ตารางที่ 5.3 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับไว้วางใจเฉลี่ยในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความไว้วางใจ	อายุไม่เกิน 30 ปี (123 คน)		อายุมากกว่า 30 ปี (77 คน)		ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	Sig.	ผลการศึกษา
ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	4.33	เห็นด้วยมากที่สุด	4.20	เห็นด้วยมากที่สุด	.052	ไม่มีความแตกต่างกัน
เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)	4.31	เห็นด้วยมากที่สุด	4.17	เห็นด้วยมาก	.097	ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 5.4 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับไว้วางใจเฉลี่ยในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

ความไว้วางใจ	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง ของรัฐ (42 คน)		พนักงานบริษัท (76 คน)		นักเรียน/นักศึกษา (49 คน)		ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของธุรกิจและ แม่บ้าน (33 คน)		ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย (F-Test)	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ คิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ คิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ คิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ คิดเห็น	Sig.	ผล การศึกษา
ความเชื่อในการ ไว้วางใจ (Trusting Belief)	4.37	เห็นด้วย มากที่สุด	4.21	เห็นด้วย มากที่สุด	4.35	เห็นด้วย มากที่สุด	4.20	เห็นด้วย มากที่สุด	.147	ไม่มีความ แตกต่าง กัน
เจตนาในการ ไว้วางใจ (Trusting Intention)	4.23	เห็นด้วย มากที่สุด	4.20	เห็นด้วย มากที่สุด	4.33	เห็นด้วย มากที่สุด	4.30	เห็นด้วย มากที่สุด	.926	ไม่มีความ แตกต่าง กัน

ตารางที่ 5.5 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับไว้วางใจเฉลี่ยในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามรายรับต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความไว้วางใจ	รายรับไม่เกิน 10,000 บาท (68 คน)		รายรับ 10,001-20,000 บาท (63 คน)		รายรับมากกว่า 20,000 บาท (69 คน)		ผลการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย (F-Test)	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ คิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ คิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความ คิดเห็น	Sig.	ผลการศึกษา
ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	4.32	เห็นด้วยมาก ที่สุด	4.33	เห็นด้วยมาก ที่สุด	4.18	เห็นด้วยมาก ที่สุด	.085	ไม่มีความ แตกต่างกัน
เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)	4.31	เห็นด้วยมาก ที่สุด	4.33	เห็นด้วยมาก ที่สุด	4.13	เห็นด้วยมาก ที่สุด	.067	ไม่มีความ แตกต่างกัน

จากตารางที่ 5.3, 5.4 และ 5.5 พบว่าระดับความไว้วางใจเฉลี่ยในผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มที่จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ อายุ อาชีพ และรายรับต่อเดือน ล้วนไม่มีความแตกต่างกัน

การศึกษาระดับความไว้วางใจที่เกิดจากความเชื่อ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5.6 แสดงผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม		ความไว้วางใจ	ค่าเฉลี่ย (อันดับ)	ระดับความคิดเห็น	
วัตถุประสงค์เพื่ออ่านนิยาย/เรื่องสั้น (176 คน)	ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.38 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ความหวังดี (Benevolence)	4.26 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ความซื่อสัตย์ (Integrity)	4.31 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)		4.32 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)	ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	4.38 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์	4.32 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
		หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.14 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)		4.28 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่ออ่านนิยาย/เรื่องสั้น (24 คน)	ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.11 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด
			ความหวังดี (Benevolence)	3.94 (2)	เห็นด้วยมาก
ความซื่อสัตย์ (Integrity)			3.90 (3)	เห็นด้วยมาก	
ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)		4.32 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด		
เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)		ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	4.13 (2)	เห็นด้วยมาก	
		ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์	4.17 (1)	เห็นด้วยมาก	
		หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	3.92 (3)	เห็นด้วยมาก	
ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)		4.07 (2)	เห็นด้วยมาก		

ตารางที่ 5.6(ต่อ) แสดงผลการศึกษาระดับความเชื่อในการไว้ใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้ใจ (Trusting Intention) จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม		ความไว้ใจ		ค่าเฉลี่ย (อันดับ)	ระดับความคิดเห็น	
ความถี่ 10 ครั้งต่อเดือน (147 คน)	ความถี่มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน (147 คน)	ความเชื่อในการไว้ใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.43 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
			ความหวังดี (Benevolence)	4.30 (3)	เห็นด้วยมากที่สุด	
			ความซื่อสัตย์ (Integrity)	4.33 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)			4.35 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	เจตนาในการไว้ใจ (Trusting Intention)	ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	4.44 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
			ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์	4.37 (2)	เห็นด้วยมากที่สุด	
			หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.16 (3)	เห็นด้วยมาก	
			ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.32 (1)	เห็นด้วยมากที่สุด	
	ความถี่ไม่เกิน 10 ครั้งต่อเดือน (53 คน)	ความถี่ไม่เกิน 10 ครั้งต่อเดือน (53 คน)	ความเชื่อในการไว้ใจ (Trusting Belief)	ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	4.14 (1)	เห็นด้วยมาก
				ความหวังดี (Benevolence)	4.03 (2)	เห็นด้วยมาก
ความซื่อสัตย์ (Integrity)				4.06 (3)	เห็นด้วยมาก	
ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)รวม (อันดับรวม)			4.07 (2)	เห็นด้วยมาก		
เจตนาในการไว้ใจ (Trusting Intention)		ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	ท่านยินดีปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์	4.08 (2)	เห็นด้วยมาก	
			ท่านยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์	4.11 (1)	เห็นด้วยมาก	
			หากท่านทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิตยสาร ท่านจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจ	4.00 (3)	เห็นด้วยมาก	
			ค่าเฉลี่ยรวม (อันดับรวม)	4.06 (2)	เห็นด้วยมาก	

- จำแนกตามวัตถุประสงค์

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์เพื่ออ่านนิตยสาร/เรื่องสั้น มีระดับความความเชื่อในการไว้ใจ (Trusting Belief) มากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่ออ่านนิตยสาร/เรื่องสั้น โดยให้ความเชื่อในระดับเห็นด้วยมากที่สุดและระดับเห็นด้วยมาก ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ให้ความเชื่อต่อองค์ประกอบด้านประสิทธิภาพ (Competence) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านซื่อสัตย์ (Integrity) และสุดท้ายคือ ด้านความหวังดี (Benevolence) ในขณะที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีวัตถุประสงค์มีความเชื่อต่อองค์ประกอบด้าน

ประสิทธิภาพ (Competence) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความหวังดี (Benevolence) และสุดท้ายคือ ด้านซื่อสัตย์ (Integrity)

ส่วนในด้านเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์เพื่ออ่านนิยาย/เรื่องสั้น มีระดับเจตนามากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่ออ่านนิยาย/เรื่องสั้น โดยมีเจตนาในการไว้วางใจในระดับเห็นด้วยมากที่สุดและระดับเห็นด้วยมาก ตามลำดับ

- **จำแนกตามความถี่**

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน มีระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) มากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ความถี่ในการใช้บริการต่ำกว่า 10 ครั้งต่อเดือน โดยให้ความเชื่อในระดับเห็นด้วยมากที่สุดและระดับเห็นด้วยมาก ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มให้ความเชื่อต่อองค์ประกอบด้านประสิทธิภาพ (Competence) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความหวังดี (Benevolence) และสุดท้ายคือ ด้านซื่อสัตย์ (Integrity)

ส่วนในด้านเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน มีระดับเจตนามากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ความถี่ในการใช้บริการต่ำกว่า 10 ครั้งต่อเดือน โดยมีเจตนาในการไว้วางใจในระดับเห็นด้วยมากที่สุดและระดับเห็นด้วยมาก ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)

ตารางที่ 5.7 แสดงผลการศึกษาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาค่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) แต่ละด้านและเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)			ผลการศึกษาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)			
องค์ประกอบความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief)	ค่าสถิติ		ผลการศึกษา	ค่าสถิติ		ผลการศึกษา
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.		Adjusted R square	Sig. F change	
ความมีประสิทธิภาพ (Competence)	0.529	.000	มีความสัมพันธ์กัน	0.449	.000	องค์ประกอบของความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ทุกด้านมีผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)
ความหวังดี (Benevolence)	0.567	.000				
ความซื่อสัตย์ (Integrity)	0.620	.000				

จากตารางที่ 5.7 สามารถสรุปได้ว่าความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) มีผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) โดยองค์ประกอบด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) มีความสัมพันธ์กับเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) มากที่สุด รองลงมา คือ ความหวังดี (Benevolence) และสุดท้าย คือ ความมีประสิทธิภาพ (Competence)

อภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ อาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีแบบจำลองความไว้วางใจต่อเว็บไซต์ (Web Trust Model) ที่ว่า ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ส่งผลให้เกิดเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) แล้วจึงก่อให้เกิดพฤติกรรมใดๆ รวมไปถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ โดยในการศึกษามุ่งศึกษาเฉพาะผลของความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ซึ่งประกอบด้วยตัวขององค์ประกอบ 3 ด้านอันได้แก่ ความมีประสิทธิภาพ (Competence) ความหวังดี (Benevolence) และความซื่อสัตย์ (Integrity) ที่ส่งผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) จากผลการศึกษา สามารถนำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

จากผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ฌ็องส์-ปีแยร์ (2551) ซึ่งศึกษาปัจจัยการสร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ โดยกล่าวว่าความไว้วางใจ (Trust) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อเจตนาหรือความตั้งใจ (Intention) ในการตัดสินใจซื้อ

นอกจากนี้จากผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านของความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) มีผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ McKnight D. Harrison et al. (2002) ที่ได้พัฒนาเครื่องมือวัดความไว้วางใจที่เที่ยงตรงในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce) โดยการสร้างแบบจำลองความไว้วางใจในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Web Trusting Model) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ความมีประสิทธิภาพ (Competence) ความหวังดี (Benevolence) และความซื่อสัตย์ (Integrity) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อตัวแบบการวัดความไว้วางใจในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และส่งผลให้เกิดพฤติกรรมของบุคคล 3 ด้านดังนี้ คือ ปฏิบัติตามคำแนะนำ ขอมให้ข้อมูล และตัดสินใจซื้อ

ด้านความมีประสิทธิภาพ (Competence)

องค์ประกอบความด้านความมีประสิทธิภาพ (Competence) ส่งผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) เป็นอันดับสุดท้าย เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน โดยผลการศึกษาแสดงว่าผู้ใช้บริการไว้วางใจว่าเว็บไซต์มีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับข้อกำหนดมากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์มีการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพและสม่ำเสมอ และเว็บไซต์มีการดำเนินนโยบายตามที่ได้แจ้งไว้ ตามลำดับ และสุดท้าย คือ เว็บไซต์มีประสิทธิภาพและประสิทธิพล ซึ่งผู้ศึกษาใคร่ทำการเสนอแนะเพื่อทำการปรับปรุงในหัวข้อถัดไป

ด้านความหวังดี (Benevolence)

องค์ประกอบความด้านความหวังดี (Benevolence) ส่งผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) เป็นอันดับที่ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน โดยผลการศึกษาแสดงว่าผู้ใช้บริการไว้วางใจว่าเว็บไซต์นำเสนอสิ่งที่อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์ใส่ใจในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากกว่าความต้องการของเจ้าของเว็บไซต์ และสุดท้าย คือ ข้อมูล/ความคิดเห็นในเว็บไซต์สามารถชี้แนะเมื่อผู้ใช้บริการต้องการข้อมูลเพื่อตัดสินใจได้ ซึ่งผู้ศึกษาใคร่ทำการเสนอแนะเพื่อทำการปรับปรุงในหัวข้อถัดไป

ด้านความซื่อสัตย์ (Integrity)

องค์ประกอบความด้านซื่อสัตย์ (Integrity) ส่งผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน โดยผลการศึกษาแสดงว่า ผู้ใช้บริการไว้วางใจว่าเว็บไซต์มีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความซื่อสัตย์มากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์และผู้ให้ข้อมูลมีความรับผิดชอบต่อข้อมูล/ความคิดเห็นที่ได้นำเสนอไว้ และสุดท้าย คือ เว็บไซต์และผู้ให้ข้อมูลนำเสนอข้อเท็จจริง ทั้งนี้ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน

เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตนายินดีที่จะปฏิบัติตามหากได้รับคำแนะนำจากเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมา คือ มีเจตนายินดีที่จะให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์ และสุดท้าย คือ มีเจตนาที่จะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประกอบการตัดสินใจหากทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยาย ทั้งนี้เนื่องจาก เว็บไซต์ไม่ได้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการซื้อขาย ทำให้ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อขายน้อย จึงอาจส่งผลให้ผู้ใช้บริการไม่ได้ตระหนักถึงการซื้อขาย จึงไม่ได้มีเจตนาที่จะนำข้อมูลจากเว็บไซต์ไปประกอบการตัดสินใจซื้อ

ข้อค้นพบ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุระหว่าง 21-40 ปีและมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทและนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีรายรับไม่เกิน 20,000 บาท จึงค้นพบว่า เว็บไซต์สิรินดาสตอรี่ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้ให้บริการเพศหญิงที่เป็นวัยรุ่นไปจนถึงวัยกลางคน โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทและนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีกำลังซื้อระดับหนึ่ง โดยส่วนใหญ่มีรายรับต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์สิรินดาสตอรี่

จากผลการศึกษาค้นพบว่าผู้ให้บริการเว็บไซต์ใช้บริการเว็บไซต์สิรินดาสตอรี่เพื่ออ่านเรื่องสั้น/นิยาย และมีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน โดยกลุ่มผู้ให้บริการนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันและมักอ่านนิยายบนเว็บไซต์ รวมถึงอ่าน/เขียนกระทู้เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มผู้ให้บริการก่อนทำการตัดสินใจซื้อ

ส่วนที่ 3 ระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และระดับเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความเชื่อต่อองค์ประกอบความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ทุกด้านในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนในด้านเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตนาในระดับเห็นด้วยมากที่สุดเช่นกัน จึงค้นพบว่าผู้ใช้บริการมีความเชื่อต่อเว็บไซต์สินคาสตอร์รี่ในทุกๆ ด้าน โดยมีระดับความเชื่อสูง

ผู้ใช้บริการโดยรวมเชื่อว่าเว็บไซต์มีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ มีความหวังดีด้านข้อมูล ตลอดจนเชื่อว่าเว็บไซต์และผู้ให้ข้อมูลมีความซื่อสัตย์ โดยเชื่อว่าเว็บไซต์และผู้ให้ข้อมูลนำเสนอข้อเท็จจริงและรับผิดชอบต่อข้อมูลที่นำเสนอ ผู้ใช้บริการจึงยินดีที่จะให้ความร่วมมือต่อเว็บไซต์ในเรื่องต่างๆ หากได้รับการร้องขอจากเว็บไซต์ รวมถึงมีเจตนาที่จะปฏิบัติตามคำแนะนำ ตลอดจนนำข้อมูลจากเว็บไซต์ไปประกอบการตัดสินใจหากทำการตัดสินใจซื้อหนังสือนิยาย

กลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริการส่วนใหญ่มีระดับความเชื่อและเจตนาในการไว้วางใจมากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มอื่นๆ และพิจารณาตามกลุ่มอาชีพ ผู้ใช้บริการกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มใหญ่ที่สุด กลับมีระดับความเชื่อในการไว้วางใจต่อเว็บไซต์ในด้านต่างๆ ต่ำกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ โดยมีระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) เป็นอันดับ 3 ซึ่งต่ำกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างของรัฐ ซึ่งมีระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) เป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทยังมีระดับเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ต่ำที่สุด โดยกลุ่มอาชีพผู้ใช้บริการที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ/แม่บ้านเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีระดับเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) มากที่สุด และเมื่อพิจารณากลุ่มผู้ใช้บริการจำแนกตามรายรับต่อเดือน กลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายรับต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีระดับความเจตนาสูงกว่าผู้ใช้บริการกลุ่มที่มีรายรับต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่ 4 ผลกระทบความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ที่มีผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention)

จากผลการศึกษาค้นพบว่า องค์ประกอบความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) มีผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ทั้งในกลุ่มผู้ใช้บริการโดยรวมและเมื่อวิเคราะห์ระดับความเชื่อและเจตนาในการไว้วางใจเฉลี่ยจำแนกกลุ่มผู้ใช้บริการตามข้อมูลทั่วไป อันได้แก่ อายุ อาชีพและรายรับต่อเดือนล้วนได้ผลไม่แตกต่างกัน จึงค้นพบว่าผลกระทบขององค์ประกอบความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ล้วนมีผลต่อเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ในแต่ละกลุ่มผู้ใช้บริการที่จำแนกตามข้อมูลทั่วไป เช่นเดียวกันกับการวิเคราะห์ในกลุ่มผู้ใช้บริการโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใคร่ทำการเสนอแนะความคิดเห็น ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อเว็บไซต์ลินดาสตอรี่ ดังนี้

1. เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้อ่านและผู้เขียนนิยาย ซึ่งปัจจุบันสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทางเว็บบอร์ดเท่านั้น เพิ่มโดยใช้การลงทะเบียนสมาชิกด้วยที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail address) ทั้งนี้เพื่อเป็นการให้ผู้ใช้บริการสามารถสืบกลับหานักเขียนหรือผู้ที่แสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ดได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม และเมื่อสืบกลับหาผู้ให้ข้อมูลได้ง่ายขึ้น รวมถึงได้ทำความรู้จักกันหรือรู้ช่องทางทำความรู้จักกันผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความซื่อสัตย์ (Integrity) และความหวังดี (Benevolence) มากขึ้น และจะส่งผลให้ระดับความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ขององค์ประกอบทั้ง 2 ด้านเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ การเพิ่มการลงทะเบียนสมาชิก ยังสามารถป้องกันการคัดลอกนิยาย และเรื่องสั้นที่กำลังเป็นปัญหาในเว็บไซด์ด้านหนังสือในปัจจุบันได้ในระดับหนึ่ง โดยสามารถทำการสืบหาผู้คัดลอกได้จากทะเบียนสมาชิก ซึ่งถือเป็นการเพิ่มภาพลักษณ์ความซื่อสัตย์ (Integrity) ของเว็บไซด์ต่อผู้ใช้บริการทั้งที่เป็นผู้เขียนและผู้อ่านได้อีกทาง ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติของเว็บไซด์ในอนาคตที่ต้องการแก้ไขและป้องกันปัญหาเหล่านี้

2. จัดแบ่งประเภทสมาชิกให้ชัดเจน โดยทำการแยกเป็นนักเขียนและผู้อ่าน ในส่วนของผู้เขียนนั้นที่ต้องการเพิ่มรูปหรือตกแต่งบทความด้วยตนเองเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเรื่องสั้นและนิยายของตน ซึ่งเดิมยังไม่มีนั้น โดยให้นักเขียนที่ต้องการสิทธิ์ดังกล่าวเป็นรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง แต่หากนักเขียนใดที่ไม่ต้องการสิทธิ์ดังกล่าว ยังคงใช้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเช่นเดิม ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าสนใจและประสิทธิภาพ (Competence) ให้กับ

เว็บไซต์โดยอาศัยรายรับดังกล่าว ซึ่งจะสอดคล้องกับการแนวทางและเป้าหมายในอนาคตของเว็บไซต์ที่มุ่งพัฒนาระบบนิยายและตอบสนองการใช้งานของนักอ่านและนักเขียนมากขึ้น

3. เพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างสมาชิกด้วยการสร้างห้องสนทนา (Chat) ในเว็บไซต์เพื่อให้สมาชิกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น รวมถึงเกิดความคุ้นเคยกันมากขึ้น เกิดเป็นสังคมออนไลน์ระหว่างกลุ่มคนรักนิยาย ซึ่งจะสอดคล้องกับเป้าหมายในอนาคตของเว็บไซต์และส่งผลกระทบต่อสมาชิกเกิดความเชื่อใจไว้วางใจระหว่างกันมากขึ้น นอกจากนี้จากข้อค้นพบที่พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัยรุ่นจนถึงกลางคน กิจกรรมการสนทนาดังกล่าวจึงน่าจะเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่มักชอบพูดคุยในเรื่องที่สนใจ และจะส่งเสริมให้เกิดการชักชวนบอกต่อแก่ผู้สนใจในเรื่องเดียวกันให้เข้าบริการมากขึ้น รวมเป็นอีกหนึ่งช่องทางให้นักเขียนพูดคุยและประชาสัมพันธ์ผลงานนิยายกับนักอ่านและสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ได้อีกทาง

4. จัดเตรียมพื้นที่เพื่อการให้นักเขียนทำการประชาสัมพันธ์ โดยให้นักเขียนเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายและรับผิดชอบต่อข้อความประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ด้วยตนเอง โดยทำการเป็นเตรียมพื้นที่เฉพาะ(ห้องประชาสัมพันธ์) และระบุชื่อสมาชิกผู้ทำการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการติดต่อสื่อสารกลับอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อนำรายรับที่เกิดขึ้นไปทำการพัฒนาเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ (Competence) มากขึ้น นอกจากนี้การพื้นที่เฉพาะนั้น ไม่เป็นการรบกวนผู้ใช้บริการมากจนเกินไป กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่ไม่ต้องการรับข้อมูลประชาสัมพันธ์สามารถเลือกที่จะไม่เข้าไปใช้บริการส่วนนั้นได้และยังคงไม่ขัดแย้งกับวัตถุประสงค์เดิมของเว็บไซต์ คือ ไม่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการซื้อขาย และสำหรับผู้ใช้บริการที่ต้องการหรือมีเจตนาที่จะใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ สามารถเลือกใช้ข้อมูลจากส่วนนี้โดยสามารถพิจารณาได้ทั้งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล ทั้งนี้เป็นการจัดการเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ (Competence) และคำนึงถึงการรักษาระดับองค์ประกอบด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) และเพิ่มองค์ประกอบด้านความหวังดี (Benevolence) รวมไปถึงเป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting intention) ซึ่งจะสอดคล้องกับการแนวทางและเป้าหมายในอนาคตของเว็บไซต์ในการมุ่งสร้างรายได้ให้กับเว็บไซต์เพื่อนำมาทุนในการพัฒนาเว็บไซต์และสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับนักเขียนในระยะยาว รวมถึงเป็นการส่งเสริมการใช้โฆษณาที่สร้างสรรค์เพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน

5. จัดแบ่งประเภทนิยายให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเลือกอ่านนิยายตามความสนใจของผู้อ่านได้ง่ายขึ้น และเพื่อให้นักเขียนทราบกลุ่มเป้าหมายของนิยายโดยดูจากระบบสถิติจากเว็บไซต์ว่านักอ่านท่านใดอ่านนิยายของตน และสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงเพื่อนำเสนอให้ตรงกับความต้องการกับกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย ซึ่งจะสอดคล้องกับเป้าหมายในอนาคต

ของเว็บไซต์ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทซึ่งจากข้อค้นพบ พบว่า เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ของเว็บไซต์และมีกำลังซื้อ แต่กลับพบว่าระดับเจตนาในการไว้วางใจที่แต่ละด้านต่ำกว่าผู้ใช้บริการกลุ่มอื่น ซึ่งอนุมานได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการนิยมอ่านนิยายแต่ไม่ได้ให้ความสนใจหรือมีเจตนาที่จะปฏิบัติตามคำแนะนำ ให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือนำข้อมูลไปตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจหมายถึง นิยมอ่านอย่างเดียวแต่ไม่มีเจตนาในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการจัดแบ่งกลุ่มนิยาย จะทำให้ผู้เขียนทราบความสนใจและความต้องการที่แท้จริงของผู้บริการกลุ่มใหญ่ และสามารถนำกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อให้สร้างระดับเจตนาในกลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มนี้มากขึ้น เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ในที่สุด

6. เพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิก โดยเน้นกิจกรรมที่อยู่ในความสนใจของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ ซึ่งจากข้อค้นพบได้แก่ ผู้หญิงวัยรุ่นจนถึงกลางคนที่ชอบอ่านนิยาย เช่น การจัดทำกรโหวตตัวละครที่น่าสนใจที่สุดในนิยายที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ในเว็บไซต์ นิยายที่ได้รับการติดตามมากที่สุด โดยมีรางวัลเป็นพิเศษเป็นไอคอนประจำตัวเพื่อใช้แสดงเมื่อมีการใช้งานเว็บไซต์ เช่น แสดงความคิดเห็นนิยายต่างๆ ซึ่งเดิมสมาชิกที่จะมีไอคอนส่วนตัวได้นั้นขึ้นอยู่กับบรรณาธิการสร้างให้ในโอกาสพิเศษ ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากสมาชิกในเว็บไซต์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการเป็นประจำมากขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจและเป้าหมายในอนาคตของเว็บไซต์อีกด้วย

7. เพิ่มเกมส์ออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับนิยายบนเว็บไซต์ เช่น เกมส์ตัวฉันในนิยาย โดยให้ผู้เล่นจินตนาการและสร้างเนื้อเรื่องด้วยตัวเอง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างกลุ่มผู้ใช้บริการมากขึ้นและบอกต่อไปกันระหว่างสมาชิกให้ร่วมเล่นและกลายเป็นผู้ใช้บริการประจำมากขึ้น ซึ่งเป็นส่งเสริมให้เกิดสังคมออนไลน์ของกลุ่มคนรักนิยาย

8. เพิ่มช่องการนำเสนอเว็บไซต์ผ่านอุปกรณ์การสื่อสารอื่นๆ มากขึ้น เช่น พัฒนาเว็บไซต์ให้สามารถอ่านนิยายผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของเว็บไซต์ปัจจุบันที่กำลังสร้างหนังสือออนไลน์ (E-book) นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเว็บไซต์ และส่งผลทางอ้อมให้เกิดความเชื่อในการไว้วางใจที่มากขึ้นโดยอาศัยภาพลักษณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย ที่กำลังเป็นที่นิยมในสังคมออนไลน์ปัจจุบัน ซึ่งจะส่งผลให้ระดับเจตนาในการไว้วางใจเพิ่มขึ้น อันรวมไปถึงเจตนาในการนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจซื้อหากผู้ใช้บริการทำการตัดสินใจซื้อด้วยตามข้อค้นพบในส่วนที่ 4

9. จัดการประกวดเรื่องสั้น นิยาย สำหรับผู้สนใจอยากเป็นนักเขียนหรือนักเขียนมือใหม่ที่เพิ่งเริ่มเขียนนิยาย โดยให้นักเขียนมืออาชีพในเว็บไซต์ที่มีผลงานที่ได้รับการยอมรับและ

ได้รับการตีพิมพ์กับสำนักพิมพ์เป็นผู้ตัดสินและให้คำแนะนำ รวมถึงให้นักอ่านร่วมเป็นผู้ตัดสิน โดยการร่วมโหวด เพื่อเป็นการส่งเสริมและเปิดโอกาสให้แก่นักเขียนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถ รวมถึงสนับสนุนและพัฒนางานนิยายไทย รวมถึงเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการโดยการเชิญชวนเพื่อนหรือคนรู้จักของผู้ส่งผลงานเข้าประกวด

10. เพิ่มกิจกรรมเพื่อการพบปะระหว่างผู้ใช้บริการดังกล่าว ซึ่งเดิมทางเว็บไซต์จัดทำเป็นประจำอยู่แล้ว เช่น การแข่งกีฬาสิบนิ้ว เว็บไซต์ การพบปะ (Meeting) ประจำปี การจัดประกวดเรื่องสั้น แต่ทั้งนี้จัดเพียงปีละ 1-2 กิจกรรมเท่านั้น เนื่องจากเจ้าของเว็บไซต์เป็นผู้ดำเนินการทั้งหมด จำนวนกิจกรรมจึงขึ้นอยู่กับความสะดวกของเจ้าของเว็บไซต์ โดยการเพิ่มกิจกรรมดังกล่าว ควรทำการรับสมัครผู้ใช้บริการมาร่วมเป็นทีมงานในการดำเนินกิจกรรม ทั้งนี้เพื่อทำการเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการและสถานะของเจ้าของเว็บไซต์ รวมถึงก่อให้เกิดการทำมาค้าขายและคุ้นเคยระหว่างผู้ใช้บริการด้วยกัน และก่อให้เกิดความเชื่อในการไว้วางใจระหว่างกันมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งจากข้อค้นพบ หากสามารถเพิ่มระดับความเชื่อในการไว้วางใจก็จะส่งผลในระดับเจตนาในการไว้วางใจเพิ่มขึ้น ซึ่งรวมไปถึงเจตนาในการนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจซื้อหากผู้ใช้บริการทำการตัดสินใจซื้อด้วย