



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

## ภาคผนวก ก

คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

**คำชี้แจง** คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการเก็บข้อมูลในงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยนางสาวกรรณิการ์ ต่านไพบุลย์ เรื่องความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

**คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต**

คำถามที่ผู้ศึกษาใช้ในแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้มีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และผู้ไม่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีลำดับการสัมภาษณ์ดังนี้

คำถามสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

**ส่วนที่ 2 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ**

- 2.1 ประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย
- 2.2 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย
- 2.3 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

**ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ**

โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- อาชีพ
- รายได้
- ประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

## ส่วนที่ 2 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ

### 2.1 ประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย

- 1) เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย มีปัจจัยใดบ้าง
- 2) เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ใดที่เข้าใช้บริการ
- 3) ท่านเคยพบปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้างในการใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย
- 4) ท่านเคยมีประสบการณ์การเข้าใช้เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศหรือไม่ เหตุใดท่านจึงเลือกใช้หรือไม่ใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ กรุณาระบุเหตุผล

### 2.2 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย

หลังจากที่มีการสัมภาษณ์คำถามเบื้องต้นแล้ว ลำดับต่อมาผู้ถูกสัมภาษณ์จะได้เข้าสำรวจเว็บไซต์เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยจำนวน 2 เว็บไซต์คือ tarad.com และ weloveshopping.com และจำลองสถานการณ์ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เลือกซื้อสินค้าที่ตนเองต้องการจากเว็บไซต์ใดก็ได้ แล้วตอบคำถามต่อไปนี้

- 1) ท่านรู้สึกอย่างไรกับการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ที่ท่านเลือก
- 2) มีปัจจัยใดบ้างที่ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์นั้น
- 3) ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้างหรือไม่

### 2.3 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ต่างประเทศ

เมื่อสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยเรียบร้อยแล้ว ถัดมาผู้ถูกสัมภาษณ์จะได้เข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศจำนวน 2 เว็บไซต์คือ 3lux.com และ etsy.com และจำลองสถานการณ์ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เลือกซื้อสินค้าที่ตนเองต้องการจากเว็บไซต์ใดก็ได้ แล้วตอบคำถามต่อไปนี้

- 1) ท่านรู้สึกอย่างไรกับการเลือกซื้อของบนเว็บไซต์ที่ท่านเลือก
- 2) มีปัจจัยใดบ้างที่ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์นั้น
- 3) ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้างหรือไม่

4) ให้ท่านเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเข้าใช้บริการของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

- 5) เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ใดมีความน่าสนใจมากกว่ากัน
- 6) ท่านคิดว่าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศน่าดึงดูดให้ท่านเข้าชมหรือไม่ อย่างไร

7) หากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่ท่านได้เข้าสำรวจ ทั้ง 2 แห่ง มีการเปลี่ยนเป็นภาษาไทย ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ท่านคิดว่าในฐานะที่ท่านเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตท่านหนึ่ง ท่านคิดว่าเว็บไซต์เหล่านี้จะประสบความสำเร็จในประเทศไทยหรือไม่

8) จากการที่ท่านเคยมีประสบการณ์การซื้อสินค้ามาก่อน เมื่อท่านได้ทดลองเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศแล้ว ท่านมีความต้องการกลับเข้ามาเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ดังกล่าวหรือไม่ กรุณาระบุเหตุผล

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1) ท่านมีข้อคิดเห็นอื่นใดเพิ่มเติมหรือไม่เกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

## ภาคผนวก ข

คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่มีประสบการณ์การซื้อสินค้า  
ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

**คำชี้แจง** คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการเก็บข้อมูลในงาน  
วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทสาขาสื่อสารมวลชนและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
โดยนางสาวกรรณิการ์ ดำเนินบุญอยู่ เรื่องความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกเว็บไซต์ตลาด  
กลางอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

**คำถามสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต**

คำถามที่ผู้ศึกษาใช้ในแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อคิดเห็น  
เกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

**ส่วนที่ 2 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ**

- 2.1 เหตุผลของการไม่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาด  
กลางอิเล็กทรอนิกส์
- 2.2 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย
- 2.3 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์  
ต่างประเทศ

**ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ**

โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- อาชีพ
- รายได้
- ประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

## ส่วนที่ 2 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ

### 2.1 เหตุผลของการไม่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

1) เหตุใดท่านจึงไม่เคยมีประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

2) อะไรคือปัญหาและอุปสรรคที่ท่านพบ

### 2.2 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย

หลังจากที่มีการสัมภาษณ์คำถามด้านบนแล้ว ผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ไม่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าจะได้เข้าสำรวจเว็บไซต์เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยจำนวน 2 เว็บไซต์คือ tarad.com และ weloveshopping.com โดยมีขั้นตอนเหมือนกันกับผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีประสบการณ์การซื้อสินค้า โดยจำลองสถานการณ์ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เลือกซื้อสินค้าที่ตนเองต้องการจากเว็บไซต์ใดก็ได้ แล้วตอบคำถามต่อไปนี้

1) ท่านรู้สึกอย่างไรกับการเลือกซื้อของบนเว็บไซต์ที่ท่านเลือก

2) มีปัจจัยใดบ้างที่ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์นั้น

3) ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้างหรือไม่

4) จากการที่ท่านไม่เคยมีประสบการณ์การซื้อสินค้ามาก่อน เมื่อท่านได้ทดลองเลือกซื้อแล้วท่านมีความรู้สึกอย่างไร และหลังจากการสัมภาษณ์นี้แล้ว ท่านมีต้องการเข้าเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ดังกล่าวหรือไม่ กรุณาระบุเหตุผล

### 2.3 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ต่างประเทศ

เมื่อสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยเรียบร้อยแล้ว ถัดมาผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ไม่มีประสบการณ์การซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ จะได้เข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศจำนวน 2 เว็บไซต์คือ 3luxe.com และ etsy.com และมีการตอบคำถามเช่นเดียวกันกับผู้ถูกสัมภาษณ์ที่มีประสบการณ์การซื้อสินค้า โดยมีการจำลองสถานการณ์ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เลือกซื้อสินค้าที่ตนเองต้องการจากเว็บไซต์ใดก็ได้ แล้วตอบคำถามต่อไปนี้

1) ท่านรู้สึกอย่างไรกับการเลือกซื้อของบนเว็บไซต์ที่ท่านเลือก

2) มีปัจจัยใดบ้างที่ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์นั้น

3) ท่านพบปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้างหรือไม่

4) ให้ท่านเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเข้าใช้บริการของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

5) เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ใดมีความน่าสนใจมากกว่ากัน

6) ท่านคิดว่าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศน่าดึงดูดให้ท่านเข้าชมหรือไม่ อย่างไร

7) หากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่ท่านได้เข้าสำรวจ ทั้ง 2 แห่ง มีการเปลี่ยนเป็นภาษาไทย ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ท่านคิดว่าในฐานะที่ท่านเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตท่านหนึ่ง ท่านคิดว่าจะเว็บไซต์เหล่านี้จะประสบความสำเร็จในประเทศไทยหรือไม่ กรุณาระบุเหตุผล

8) จากการที่ท่านไม่เคยมีประสบการณ์การซื้อสินค้ามาก่อน เมื่อท่านได้เข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศดังกล่าวแล้ว หลังจากการสัมผัสครั้งนี้ ท่านมีความต้องการเข้าเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ดังกล่าวหรือไม่ กรุณาระบุเหตุผล

### ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1) ท่านมีข้อคิดเห็นอื่นใดเพิ่มเติมหรือไม่เกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

## ภาคผนวก ก

## คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบเว็บไซต์

**คำชี้แจง** คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบเว็บไซต์ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการเก็บข้อมูลในงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยนางสาวกรรณิการ์ ต่านไพบุลย์ เรื่องความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

**คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบเว็บไซต์**

คำถามที่ผู้ศึกษาใช้ในแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ ข้อมูลส่วนบุคคล ประสบการณ์การทำงาน ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ และข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

- ชื่อ – นามสกุล
- สถานที่ทำงาน
- ตำแหน่ง
- ประสบการณ์การทำงาน

**ส่วนที่ 2 ประสบการณ์การออกแบบเว็บไซต์**

- 1) ท่านมีกระบวนการการทำงานหรือขั้นตอนการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างไรบ้าง
- 2) มีประเด็นใดบ้างที่ท่านจะต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ
- 3) ในการทำงานของท่านแนวคิด(concept) มีความสำคัญในการสร้างหรือออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือไม่ ท่านให้ความสำคัญกับแนวคิดในการออกแบบมากน้อยเพียงใด
- 4) ท่านเคยมีประสบการณ์การออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยหรือต่างประเทศหรือไม่ กรุณาเล่าประสบการณ์การทำงานดังกล่าว
- 5) จากประสบการณ์การออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ท่านรู้สึกประทับใจกับการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ใด เพราะเหตุใด



### ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

- 1) ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยกับการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคอย่างไร
- 2) ท่านคิดว่าในอนาคตแนวโน้มรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยจะเป็นเช่นใด
- 3) หากรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของไทยยังเป็นเช่นปัจจุบัน สถานการณ์ของเว็บตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยในอนาคตจะเป็นไปในทิศทางใด
- 4) ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศกับการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคอย่างไร
- 5) หากรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศได้แปลให้เป็นภาษาไทย ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร ท่านคิดว่าจะได้รับความนิยมหรือไม่

### ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

- 1) ท่านมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆประเด็นใดบ้างเกี่ยวกับรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

**ภาคผนวก ง**  
**ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์**

| เพศ               | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|-------|--------|
| หญิง              | 6     | 54.55  |
| ชาย               | 5     | 45.45  |
| รวม               | 11    | 100    |
| <b>อายุ</b>       |       |        |
| อายุ              | จำนวน | ร้อยละ |
| น้อยกว่า 25 ปี    | 1     | 9.09   |
| 25 – 29 ปี        | 8     | 72.73  |
| 30 – 35 ปี        | 1     | 9.09   |
| มากกว่า 35 ปี     | 1     | 9.09   |
| รวม               | 11    | 100    |
| <b>อาชีพ</b>      |       |        |
| อาชีพ             | จำนวน | ร้อยละ |
| นักศึกษา          | 4     | 36.36  |
| พนักงานบริษัท     | 3     | 27.27  |
| อาชีพอิสระ        | 2     | 18.19  |
| ผู้บริหาร         | 1     | 9.09   |
| นักออกแบบเว็บไซต์ | 1     | 9.09   |
| รวม               | 11    | 100    |
| <b>การศึกษา</b>   |       |        |
| การศึกษา          | จำนวน | ร้อยละ |
| ปริญญาโท          | 8     | 72.73  |
| ปริญญาตรี         | 3     | 27.27  |
| รวม               | 11    | 100    |

ตาราง ง.1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

| รายได้ (บาท/เดือน) | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| 5,000-10,000 บาท   | 3     | 27.27  |

|  |              |               |
|--|--------------|---------------|
| 10,000-15,000 บาท                                  | 5            | 45.45         |
| 15,000-20,000 บาท                                  | 2            | 18.19         |
| มากกว่า 20,000 บาท                                 | 1            | 9.09          |
| รวม  | 11           | 100           |
| <b>ประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต</b> |              |               |
|  | <b>จำนวน</b> | <b>ร้อยละ</b> |
| มีประสบการณ์                                       | 6            | 54.54         |
| ไม่มีประสบการณ์                                    | 5            | 45.46         |
| รวม  | 11           | 100           |

ตาราง ง.1 (ต่อ) ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ภาคผนวก จ  
ข้อมูลนักออกแบบเว็บไซต์

|                        |                            |
|------------------------|----------------------------|
| ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 | คุณวรรณสิทธิ์ นายแสงมงคล   |
| สถานที่ทำงาน           | Frontpage Productions Ltd. |
| ตำแหน่ง                | Web Development Manager    |
| ประสบการณ์การทำงาน     | 3 ปี                       |
| วันสัมภาษณ์            | 15 มีนาคม 2551             |
| สถานที่ให้สัมภาษณ์     | บริษัทฟรอนท์เพจ จำกัด      |

|                        |  |
|------------------------|--|
| ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 | คุณวรรณชัย วงษ์ตะลา                                    |
| สถานที่ทำงาน           | บริษัทไทยอินเตอร์แอ็คทีฟ สตูดิโอ จำกัด                 |
| ตำแหน่ง                | ผู้บริหารบริษัท บริษัทไทยอินเตอร์แอ็คทีฟ สตูดิโอ จำกัด |
| ประสบการณ์การทำงาน     | 10 ปี  |
| วันสัมภาษณ์            | 16 มีนาคม 2551   |
| สถานที่ให้สัมภาษณ์     | บริษัทไทยอินเตอร์แอ็คทีฟ สตูดิโอ จำกัด                 |

ภาคผนวก จ  
ตารางผลการศึกษา

| ปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย<br>ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต |   |                                 |       |             |
|--|---|---------------------------------|-------|-------------|
| ลำดับที่   | ปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้า  | จำนวน                           | ผลรวม | อัตราร้อยละ |
| 1  | สินค้า<br>1.1 ไม่มีสินค้าที่ต้องการ<br>1.2 ข้อมูลสินค้าไม่เพียงพอ<br>1.3 การจัดหมวดหมู่สินค้าไม่เป็นระบบ<br>1.4 คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน<br>1.5 ไม่มีความสนใจในตัวสินค้า<br>1.6 ไม่มีระบบตรวจสอบสถานะสินค้า<br>1.7 สินค้ามองได้มีติเดียว | 2<br>2<br>1<br>1<br>1<br>1<br>1 | 9     | 39.13       |
| 2  | การออกแบบ<br>2.1 ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์<br>2.2 ไม่มีความดึงดูดให้เข้าใช้บริการ<br>2.3 รูปแบบหน้าตาเว็บไซต์มีความเหมือนกัน   | 2<br>2<br>2                     | 6     | 26.07       |
| 3  | การชำระเงิน<br>3.1 วิธีการชำระเงินยุ่งยาก<br>3.2 ไม่มีสถาบันการเงินที่รองรับ  | 1<br>1                          | 2     | 8.70        |
| 4  | ความคุ้นเคยในการใช้งาน<br>3.1 ระบบการซื้อ-ขายสินค้ามีความซับซ้อน  | 2                               | 2     | 8.70        |
| 5  | พฤติกรรมการซื้อสินค้า<br>3.1 ไม่นิยมการซื้อสินค้า   | 2                               | 2     | 8.70        |
| 6  | การนำเสนอโฆษณา<br>3.1 มีปริมาณมากเกินไป   | 1                               | 1     | 4.35        |
| 7  | การค้นหาสินค้า<br>7.1 ใช้เวลานานและยุ่งยาก  | 1                               | 1     | 4.35        |
|  | รวม   | 23*                             | 23*   | 100         |

ตาราง จ.1 ปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ : ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 ข้อ

| ปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ<br>ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต |   |                  |       |             |
|---|---|------------------|-------|-------------|
| ลำดับที่  | ปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้า  | จำนวน            | ผลรวม | อัตราร้อยละ |
| 1   | สินค้า<br>1.1 จำนวนสินค้ามีปริมาณน้อย<br>1.2 การบริการหลังการขาย<br>1.3 ข้อความบรรยายคุณสมบัติสินค้ามีความ<br>เกินจริง<br>1.4 ราคาสินค้าสูง | 2<br>1<br>1<br>1 | 5     | 35.71       |
| 2   | ความเร็วในการแสดงผลข้อมูล<br>2.1 การแสดงผลข้อมูลช้า<br>2.2 เครื่องคอมพิวเตอร์มีความเร็วต่ำ  | 2<br>1           | 3     | 21.43       |
| 3   | การขนส่งสินค้า<br>3.1 อัตราค่าบริการขนส่งสินค้า   | 2                | 2     | 14.29       |
| 3   | การใช้งาน<br>3.1 ความคุ้นเคยในการใช้งาน<br>3.2 ทักษะด้านภาษา  | 1<br>1           | 2     | 14.29       |
| 5   | ทักษะการใช้งาน<br>5.1 ทักษะการใช้และเข้าใจ<br>ภาษาต่างประเทศ  | 1                | 1     | 7.14        |
| 6   | ภานี้นำเข้า<br>6.1 อัตราการชำระภานี้นำเข้า  | 1                | 1     | 7.14        |
|   | รวม   | 14*              | 14*   | 100         |

ตาราง น.2 ปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์  
ต่างประเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ : ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 ข้อ

| โอกาสการกลับมาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย<br>หลังการสัมภาษณ์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต   |                              |       |                 |
|--|------------------------------|-------|-----------------|
| ลำดับที่   | โอกาสการกลับมาใช้บริการ      | จำนวน | อัตรา<br>ร้อยละ |
| 1  | มีโอกาสการกลับมาใช้บริการ    | 5     | 45.45           |
| 2  | ไม่มีโอกาสการกลับมาใช้บริการ | 5     | 45.45           |
| 3  | อาจมีโอกาสการกลับมาใช้บริการ | 1     | 9.10            |
|  | รวม                          | 11    | 100             |
| <u>เหตุผลประกอบ</u><br>1. ต้องการเข้ามาชมสินค้าเท่านั้นแต่ไม่ต้องการซื้อสินค้า<br>2. อาจจะกลับมาใช้บริการหากเป็นสินค้าที่หายากและไม่มีจำหน่ายทั่วไป<br>3. หากมีความจำเป็นจะกลับมาใช้บริการ |                              |       |                 |

ตาราง จ.3 โอกาสการกลับมาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย  
หลังการสัมภาษณ์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

| โอกาสการกลับมาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ<br>หลังการสัมภาษณ์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต  |                              |       |             |
|--|------------------------------|-------|-------------|
| ลำดับที่   | โอกาสการกลับมาใช้บริการ      | จำนวน | อัตราร้อยละ |
| 1  | มีโอกาสการกลับมาใช้บริการ    | 8     | 72.73       |
| 2  | ไม่แสดงความคิดเห็น           | 2     | 18.18       |
| 3  | ไม่มีโอกาสการกลับมาใช้บริการ | 1     | 9.09        |
|  | รวม                          | 11    | 100         |
| <u>เหตุผลประกอบ</u><br>1. หากมีความจำเป็นจะกลับมาใช้บริการ<br>2. สินค้ามีความน่าสนใจ<br>3. กลับเข้ามาเพื่อสำรวจความคิดและสินค้าใหม่ๆ<br>4. มีความสนใจนำสินค้ามาจำหน่ายในเว็บไซต์ดังกล่าว<br>5. มีการออกแบบที่ดี<br>6. มีเทคนิคการขายสินค้าที่น่าสนใจ |                              |       |             |

ตาราง จ.4 โอกาสการกลับมาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ  
หลังการสัมภาษณ์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

| การเปรียบเทียบโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์<br>ไทยและต่างประเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต |                                  |             |                        |
|--|----------------------------------|-------------|------------------------|
| ลำดับที่   | โอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการ      | เว็บไซต์ไทย | เว็บไซต์<br>ต่างประเทศ |
| 1  | มีโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการ    | 45.45 %     | 72.73 %                |
| 2  | ไม่มีโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการ | 45.45 %     | 9.09 %                 |
| 3  | อาจมีโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการ | 9.10 %      | -                      |
| 4  | ไม่แสดงความคิดเห็น               | -           | 18.18 %                |

ตาราง จ.5 การเปรียบเทียบโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์  
ไทยและต่างประเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต



| <p style="text-align: center;"><b>ประสบการณ์เชิงลบการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลาง</b><br/><b>อิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต</b></p> |  |       |       |             |
|--|--|-------|-------|-------------|
| ลำดับที่   | ประสบการณ์ที่ได้รับในแง่มุมต่างๆ   | จำนวน | ผลรวม | อัตราร้อยละ |
| 1  | <p>สินค้าที่จำหน่าย</p> <p>1.1 ไม่มีสินค้าที่ต้องการ</p> <p>1.2 สินค้ามีจำนวนมากเกินไป</p> <p>1.3 สินค้าไม่น่าสนใจ</p> <p>1.4 ข้อมูลสินค้าไม่เพียงพอ</p> <p>1.5 ประเภทสินค้าถูกแบ่งแยกมากเกินไป</p> <p>1.6 ไม่เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า</p> <p>1.7 ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายสินค้า</p> <p>1.8 ภาพถ่ายสินค้ามีขนาดเล็กเกินไป</p> <p>1.9 มีภาพสินค้าจำนวนมากเกินไป</p> <p>1.10 สินค้ามีสำหรับหลายกลุ่มเป้าหมาย</p> |       | 20    | 40          |
| 2  | <p>การออกแบบเว็บไซต์</p> <p>2.1 ข้อมูลที่เป็นตัวอักษรมีจำนวนมาก</p> <p>2.2 การออกแบบหน้าตาไม่น่าสนใจ</p> <p>2.3 ไม่ตอบสนองการใช้งาน</p> <p>2.4 โครงสร้างการจัดวางข้อมูลไม่ดี</p> <p>2.5 การจัดวางโครงสร้างไม่น่าสนใจ</p> <p>2.6 ความไม่น่าเชื่อถือของเว็บไซต์</p>  |       | 12    | 24          |
| 3  | <p>การค้นหาสินค้า(search)</p> <p>3.1 ค้นหาสินค้าไม่พบ</p> <p>3.2 ใช้เวลาในการค้นหาสินค้านาน</p>  |       | 7     | 14          |
| 4  | <p>การนำเสนอโฆษณา</p> <p>4.1 มีปริมาณมากเกินไป</p> <p>4.2 ไม่สามารถปิดหน้าโฆษณาได้</p> <p>4.3 รบกวนสายตา</p>   |       | 5     | 10          |
| 5  | <p>ความคุ้นเคยในการใช้งาน</p> <p>5.1 ไม่มีความคุ้นเคยในการใช้งาน</p>   |       | 3     | 6           |

ตาราง น.6 ประสบการณ์เชิงลบในการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลาง

อิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

| <p style="text-align: center;"><b>ประสบการณ์เชิงลบการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลาง<br/>อิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต</b></p> |   |       |       |             |
|---|---|-------|-------|-------------|
| ลำดับที่  | ประสบการณ์ที่ได้รับในแง่มุมต่างๆ                                      | จำนวน | ผลรวม | อัตราร้อยละ |
| 6   | การตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า<br>6.1 ไม่ตอบสนองความต้องการซื้อ | 2     | 2     | 4           |
| 7   | ระบบการทำงานขัดข้อง<br>7.1 การใช้งานไม่ต่อเนื่อง                      | 1     | 1     | 2           |
|   | รวม   | 50*   | 50*   | 100         |

ตาราง จ.6 (ต่อ) ประสบการณ์เชิงลบในการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลาง  
อิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ : ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 ข้อ

| <p style="text-align: center;"><b>ประสบการณ์เชิงบวกในการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลาง<br/>อิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต</b></p> |   |        |       |             |
|--|---|--------|-------|-------------|
| ลำดับที่   | ประสบการณ์ที่ได้รับในแง่มุมต่างๆ                                      | จำนวน  | ผลรวม | อัตราร้อยละ |
| 1  | การออกแบบเว็บไซต์<br>1.1 การออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์มีความเหมาะสม      | 5      | 5     | 45.46       |
| 2  | ความคุ้นเคยในการใช้งาน<br>2.1 มีความคุ้นเคยในการใช้งาน                | 2      | 2     | 18.18       |
| 3  | สินค้าที่จำหน่าย<br>2.1 ความสนใจในสินค้า<br>2.2 มีข้อมูลสินค้าเพียงพอ | 1<br>1 | 2     | 18.18       |
| 4  | การตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า<br>2.1 ไม่ตอบสนองความต้องการซื้อ | 2      | 2     | 18.18       |
|  | รวม   | 11     | 11    | 100         |

ตาราง จ.7 ประสบการณ์เชิงบวกในการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลาง  
อิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

| ผลรวมประสบการณ์เชิงลบการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลาง<br>อิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต |                                      |     |             |
|---|--------------------------------------|-----|-------------|
| ลำดับที่  | ประสบการณ์ที่ได้รับในแง่มุมต่างๆ     | รวม | อัตราร้อยละ |
| 1   | สินค้าที่จำหน่าย                     | 18  | 36.73       |
| 2   | การออกแบบเว็บไซต์                    | 12  | 24.49       |
| 3   | การค้นหาสินค้า                       | 7   | 14.29       |
| 4   | การนำเสนอโฆษณา                       | 5   | 10.21       |
| 5   | ความคุ้นเคยในการใช้งาน               | 3   | 6.12        |
| 6   | การตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า | 2   | 4.08        |
| 7   | ระบบการทำงานขัดข้อง                  | 2   | 4.08        |
|   | รวม                                  | 49* | 100         |

ตาราง จ.8 ผลรวมประสบการณ์เชิงลบการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลาง  
อิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ : ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 ข้อ

| ผลรวมประสบการณ์เชิงบวกการเข้าสำรวจเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์<br>ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต |                                      |     |             |
|---|--------------------------------------|-----|-------------|
| ลำดับที่  | ประสบการณ์ที่ได้รับในแง่มุมต่างๆ     | รวม | อัตราร้อยละ |
| 1   | การออกแบบเว็บไซต์                    | 5   | 45.46       |
| 2   | การตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า | 2   | 18.18       |
| 3   | สินค้า                               | 2   | 18.18       |
| 4   | ความคุ้นเคยในการใช้งาน               | 2   | 18.18       |
|   | รวม                                  | 11  | 100         |

ตาราง น.9 ผลรวมประสบการณ์เชิงบวกการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์  
ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

| <p style="text-align: center;"><b>ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ<br/>ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต</b></p> |  |   |       |             |
|--|--|---|-------|-------------|
| ลำดับที่   | ประสบการณ์ที่ได้รับในแง่มุมต่างๆ   | จำนวน   | จำนวน | อัตราร้อยละ |
| 1  | <p>การออกแบบ</p> <p>1.1 การจัดหมวดหมู่สินค้าเป็นระบบ</p> <p>1.2 ออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย</p> <p>1.3 การออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์มีความเหมาะสม</p> <p>1.4 การออกแบบหน้าตาสวยงาม</p> <p>1.5 การจัดโครงสร้างเว็บไซต์เป็นระบบระเบียบ</p> <p>1.6 มีความดึงดูดให้เข้าใช้บริการ</p> <p>1.7 การออกแบบมีความโดดเด่นตอบสนองการใช้งาน</p> | <p>7</p> <p>6</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>3</p> <p>2</p> <p>1</p> | 30    | 55.56       |
| 2  | <p>สินค้า</p> <p>2.1 สินค้ามีให้เลือกมาก</p> <p>2.2 ข้อมูลสินค้ามีเพียงพอ</p> <p>2.3 ภาพถ่ายสินค้าสวยงาม</p> <p>2.4 สินค้าน่าสนใจ</p> <p>2.5 กำหนดรูปแบบสินค้าที่น่าเสนอได้</p> <p>2.6 สินค้าราคาไม่แพง</p> <p>2.7 ใช้เวลาเลือกสินค้าไม่นาน</p>  | <p>3</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p>          | 12    | 22.22       |
| 3  | <p>การตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า</p> <p>3.1 มีเทคนิคการขายสินค้าที่น่าสนใจ</p> <p>3.2 ตอบสนองความต้องการซื้อ</p> <p>3.3 มีระบบการสั่งซื้อสินค้าที่ชัดเจน</p>  | <p>4</p> <p>3</p> <p>1</p>  | 8     | 14.81       |
| 4  | <p>การค้นหาสินค้า</p> <p>4.1 เครื่องมือการค้นหาที่น่าสนใจ</p> <p>4.2 วิธีการค้นหาง่าย</p>  | <p>2</p> <p>2</p>   | 4     | 7.41        |
|  | รวม  | 54*   | 54*   | 100         |

ตาราง น.10 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์  
ต่างประเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ : ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 ข้อ

| ผลรวมประสบการณ์เชิงบวกการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์<br>ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต |                                      |     |             |
|--|--------------------------------------|-----|-------------|
| ลำดับที่   | ประสบการณ์ที่ได้รับในแง่มุมต่างๆ     | รวม | อัตราร้อยละ |
| 1  | การออกแบบเว็บไซต์                    | 30  | 55.56       |
| 2  | สินค้า                               | 12  | 22.22       |
| 3  | การค้นหาสินค้า                       | 4   | 7.41        |
| 4  | การตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า | 8   | 14.81       |
|  | รวม                                  | 54* | 100         |

ตาราง จ.11 ผลรวมประสบการณ์เชิงบวกการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์  
ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ : ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

| การให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าสำรวจเว็บไซต์<br>ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต |                       |             |
|---|-----------------------|-------------|
| ลำดับที่  | ประสบการณ์ที่ได้รับ   | อัตราร้อยละ |
| 1   | ด้านการออกแบบเว็บไซต์ | 57.42       |
| 2   | ด้านสินค้า            | 42.58       |
|   | รวม                   | 100         |

ตาราง จ.12 การให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลาง  
อิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



| <p style="text-align: center;"><b>ประสบการณ์เชิงบวกและลบในการเข้าสำรวจเว็บไซต์</b><br/><b>ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต</b></p> |   |                       |       |             |
|--|---|-----------------------|-------|-------------|
| ลำดับ  | ประสบการณ์ที่ได้รับในแง่มุมต่าง ๆ   | จำนวน                 | จำนวน | อัตราร้อยละ |
| 1  | <p>ประสบการณ์เชิงลบด้านการออกแบบ</p> <p>1.1 รูปแบบและโครงสร้างการออกแบบมีความเหมือนกัน</p> <p>1.2 ไม่ตอบสนองความต้องการใช้งาน</p> <p>1.3 มีความน่าเชื่อถือน้อย</p> <p>1.4 ไม่มีวิธีการขายที่น่าสนใจ</p> <p>1.5 สีที่ใช้ในการออกแบบไม่สวยงาม</p> | 3<br>2<br>2<br>2<br>1 | 10    | 45.46       |
| 2  | <p>ประสบการณ์เชิงลบด้านการตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า</p> <p>2.1 ใช้เวลาหาสินค้านาน</p> <p>2.2 ไม่มีเทคนิคการขายสินค้าที่น่าสนใจ</p> <p>3.3 รู้สึกเหนื่อยที่จะเลือกซื้อสินค้า</p>   | 2<br>1<br>1           | 4     | 18.18       |
| 3  | <p>ประสบการณ์เชิงลบด้านสินค้า</p> <p>3.1 ภาพถ่ายมีความน่าสนใจในระดับต่ำ</p> <p>3.2 สินค้ามีจำนวนมากเกินไป</p>   | 2<br>2                | 4     | 18.18       |
| 4  | <p>ประสบการณ์เชิงลบด้านการนำเสนอโฆษณา</p> <p>4.1 มีปริมาณมากเกินไป</p>  | 2                     | 2     | 9.09        |
| 5  | <p>ประสบการณ์เชิงบวกด้านการขนส่งสินค้า</p> <p>4.1 อัตราค่าบริการขนส่งสินค้าถูกกว่า</p>  | 2                     | 2     | 9.09        |
|  | รวม   | 22*                   | 22*   | 100         |

ตาราง จ.13 ประสบการณ์เชิงบวกและลบในการเข้าสำรวจเว็บไซต์  
ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ : ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 ข้อ

| <b>ประสบการณ์เชิงบวกและลบในการเข้าสำรวจเว็บไซต์<br/>ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต</b> |  |                       |       |             |
|---|--|-----------------------|-------|-------------|
| ลำดับ   | ประสบการณ์ที่ได้รับในแง่มุมต่าง ๆ  | จำนวน                 | จำนวน | อัตราร้อยละ |
| 1   | ประสบการณ์เชิงบวกด้านการออกแบบ<br>1.1 ตอบสนองความต้องการในการใช้งาน<br>1.2 การออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์<br>น่าสนใจและมีความหลากหลาย<br>1.3 จัดโครงสร้างเว็บไซต์เป็นระบบระเบียบ<br>สีที่ใช้ในการออกแบบสวยงาม<br>1.4 มีความน่าเชื่อถือ<br>1.5 วิธีการขายที่น่าสนใจ | 5<br>6<br>2<br>2<br>1 | 16    | 66.66       |
| 2   | ประสบการณ์เชิงบวกด้านสินค้า<br>2.1 ภาพถ่ายมีความน่าสนใจดึงดูด<br>2.2 ราคาเหมาะสม<br>2.3 รายละเอียดข้อมูลสินค้าครบถ้วน<br>2.2 สินค้าน่าสนใจ   | 3<br>1<br>1<br>1      | 5     | 20.83       |
| 3   | ประสบการณ์เชิงบวกด้านการนำเสนอโฆษณา<br>3.1 ไม่มีการนำเสนอโฆษณา   | 1                     | 1     | 4.17        |
| 4   | ประสบการณ์เชิงบวกด้านระดับภาษาในการสื่อสาร<br>4.1 ใช้ภาษาทางการ  | 1                     | 1     | 4.17        |
| 5   | ประสบการณ์เชิงลบด้านการขนส่งสินค้า<br>5.1 อัตราค่าบริการขนส่งสินค้าแพงกว่า   | 1                     | 1     | 4.17        |
|   | รวม  | 24*                   | 24*   | 100         |

ตาราง จ.14 ประสบการณ์เชิงบวกและประสบการณ์เชิงลบในการเข้าสำรวจ  
เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

หมายเหตุ : ผู้ให้สัมภาษณ์ให้คำตอบมากกว่า 1 ข้อ

| โอกาสการประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนรูปแบบของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์<br>จากภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต |                           |       |             |
|---|---------------------------|-------|-------------|
| ลำดับ   | โอกาสการประสบความสำเร็จ   | จำนวน | อัตราร้อยละ |
| 1   | มีโอกาสประสบความสำเร็จ    | 10    | 90.91       |
| 2   | ไม่มีโอกาสประสบความสำเร็จ | 1     | 9.09        |
|   | รวม                       | 11    | 100         |

**เหตุผลประกอบ**

1. การเปลี่ยนรูปแบบเว็บไซต์ให้เป็นภาษาไทยจะต้องพิจารณาถึงคุณภาพของสินค้าด้วยเช่นกัน
2. การเปลี่ยนรูปแบบเว็บไซต์ให้เป็นภาษาไทยอาจเป็นการลดความน่าเชื่อถือลง
3. ไม่เพียงจะเปลี่ยนรูปแบบเว็บไซต์ให้เป็นภาษาไทยเท่านั้นยังต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการที่ หลากหลายของกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมต่างกัน
4. ผู้บริโภคจะหันมาใช้บริการมาก
5. ไม่มีโฆษณาการรบกวนการซื้อสินค้า
6. ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าถูกกว่าและระยะเวลาสั้นกว่า
7. วิธีการติดต่อมีความสะดวกและสื่อสารได้เข้าใจ
8. น่าจะมีการปรับใช้รูปแบบดังกล่าว
9. มีความเหมาะสมกับผู้ใช้ไทยหรือไม่จะต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสำคัญ
10. ยังมีความเป็นห่วงเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้า
11. ยังไม่มีความคุ้นเคยในการซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและยังไม่มี ความมั่นใจในระบบการซื้อขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต

## ภาคผนวก ข

## Developing Concepts of Thai Electronic Marketplace Website for Thai Internet Users

| Personal Interest   | Service  | Interface Design   | Comments   | Technique  | Product   |
|---|--|--|--|--|---|
| Self interest<br>Lots of need/want<br>Favorite<br>Satisfaction<br>Familiar<br>Want&Need<br>Perception<br>User taste<br>Strong will of buying<br>More interest in inter'web<br>Hard to change online consumer behavior<br>Response to user's lifestyle<br>Self buyer<br>User not familiar(new experience)<br>Want Thais Want?<br>Target group segment<br>International taste<br>Too conformist<br>Thai Hot-temper P.<br>Thai personality | Delivery Service<br>Transportation<br>Service<br>Center/provider<br>After Service<br>FQA<br>Not convenience to pick up/receive<br>Fix service<br>Easy check status<br>Pick up good & send service<br>Pick up point<br>Transportation charge<br>Wait so long to get goods | Well-designed<br>Better designed<br>Best designed<br>Thai style-marketplace(we know best what u think)<br>Good web = think well website(always improvement)<br>Inter web=good4look<br>Thai web=good4buy<br>Organized website<br>Color usage/design<br>Make inter look for thais to buy<br>Neat look<br>Friendly look/good impressed look<br>Good presentation<br>Outstanding photo<br>Clear & good look (what interface help to sell more) | Need recommendation (expert/specialist)<br>Friend2friend recommendation<br>Comment society<br>Product description writing technique<br>Fill in the blank<br>Long term experience user<br>Word of mouth (forward mail/recommendation) | Search technique Buying process<br>Picture technique<br>Focus buying technique<br>Increase need & want technique<br>Wait & see technique<br>Can't find it normal market/hard to find (easier to find here)<br>Web board technique<br>Easy to lure by beautiful pictures<br>Penetrated to 5 senses<br>Suitable/acceptable web technique<br>Info comparison<br>Only necessary content<br>Customized product<br>Product catalog<br>Souvenir product (buy here=all around the world souvenirs)<br>One stop shopping<br>Limited edition/OEM | Product<br>Product Content<br>Info requirement<br>Easy product access<br>Lots of products<br>Choose the right one/s<br>Not have what I want<br>Product choice<br>Select best/good/fair<br>Focus product<br>Right<br>Right place<br>Fair price<br>Product type<br>Gather information<br>Product Compare<br>More choice option<br>Commodity goods<br>Too limited choice<br>Want to buy import good<br>Not match my need<br>Buy sth.(know) /quality<br>Specific product type<br>Handicraft<br>Daily interest product<br>Price update goods |

ตาราง ข.1 Developing Concepts of Thai Electronic Marketplace Website for Thai

**Developing Concepts of Thai Electronic Marketplace Website for Thai Internet Users**

| <b>Time Spending</b>   | <b>First Experience</b>   | <b>Payment</b>  | <b>Find money</b>  | <b>Price</b>   | <b>Trust</b>  |
|--|---|---|--|--|---|
| Spend long hour to search and see<br>Long hour spending<br>Search product:time I have (how many items I will see)<br>Often user access(hour)<br>Fun to go round&round<br>No need to wait for so long | First time experience (hear bad experience)<br>Trail<br>Buying system Not dare to try<br>Touching is problem to solve (+++other suitable technique)<br>Buying experience<br>First impression/experience | Payment terms available<br>Payment method<br>Payment safety | Everyone wants money<br>Trail to find money<br>Foreign buyer<br>Sell/buy technique<br>Thai buyer<br>Free chance to built sth that make money<br>Don't afraid to invest if u want to do serious business<br>Sell-buy here | Price decision<br>Buying decision<br>Too expensive Imported tax<br>Too expensive for me (price choice/range)<br>"Cheaper Here"<br>Price compare bet. Self buy&net buy<br>Instant negotiate/bargain price (option)<br>Any discount? | Rely on international system<br>Confident<br>Cheat Thais<br>Web Credit<br>Buyer Credit<br>Seller Credit<br>Big name can trust<br>Reliable org.<br>Sub-branch shop<br>Reliable<br>More confident to buy online |
|  | <b>Crime</b>  | <b>Search</b>   | <b>Speed View</b>  | <b>Social Refection</b>  | <b>Language</b>   |
|  | Internet/online crime<br>Fake web<br>No need to worry abt cheating<br>Afraid of untrail<br>Hacking info   | Easy to find  | Speed page display<br>Price  | Web tell identity<br>Meee to product<br>Social network<br>Go for niche<br>No need person<br>Privacy &share personal life   | Want to buy from here but I don't understand<br>Engl/particular language<br>Multi language  |

## ประวัติผู้เขียน

|                 |  |
|-----------------|--|
| ชื่อ            | นางสาวกรรณิการ์ ค่านไพบูลย์  |
| วัน เดือน ปี    | 30 สิงหาคม 2522  |
| ประวัติการศึกษา | สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนพระหฤทัยเชียงใหม่<br>ปีการศึกษา 2537<br>สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ<br>มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2545<br>สำเร็จการศึกษา Certificate in Foundation Studies (Architecture,<br>Design and Planning) RMIT University, Melbourne, Australia<br>Year of completion 2003 |
| ประวัติการทำงาน | ห้างหุ้นส่วนจำกัดทองพูนฟู๊ดส์<br>thongpoonfood@gmail.com   |
| ตำแหน่ง         | Export Manager   |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved