

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิตใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยโดยการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) จากผู้ทำงานส่วนของภาคเอกชนเอกชน และส่วนของข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 338 ราย ผลการวิเคราะห์เสนอได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-13)

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลส่วนพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิต (ตารางที่ 14-15)

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลส่วนความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิต (ตารางที่ 16-38)

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลส่วนความต้องการ และข้อเสนอแนะ (ตารางที่ 39-41)

ส่วนที่ 5 : ข้อมูลส่วนความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิต จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 42-71)

ส่วนที่ 6 : ข้อมูลส่วนความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิต จำแนกตามอายุ (ตารางที่ 72-101)

ส่วนที่ 7 : ข้อมูลส่วนความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิต จำแนกตามรายได้ (ตารางที่ 102-131)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	136	40.24
หญิง	202	59.76
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.76 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 40.24

#### ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	6	1.78
20-25 ปี	58	17.16
26-30 ปี	105	31.06
31-40 ปี	103	30.47
40 ปีขึ้นไป	66	19.53
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุในช่วง 26-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.06 รองลงมาคือ ช่วง 31-40 ปี และช่วง 40 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 30.47 และร้อยละ 19.53 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	154	45.56
อยู่ด้วยกัน	48	14.20
แต่งงาน	130	38.46
หย่าหรือแยกกันอยู่	6	1.78
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.56 รองลงมาคือ สถานภาพ แต่งงาน และ อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 38.46 และร้อยละ 14.20 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	4.14
ข้าราชการ	98	28.99
พนักงานเอกชน	139	41.13
เจ้าของกิจการ	33	9.76
พนักงานของรัฐ	54	15.98
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.13 รองลงมาคือ อาชีพข้าราชการ และอาชีพ พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 28.99 และร้อยละ 15.98 ตามลำดับ

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	27	7.99
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	33	9.76
ปริญญาตรี	224	66.27
สูงกว่าปริญญาตรี	54	15.98
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.27 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และมีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 15.98 และร้อยละ 9.76 ตามลำดับ

**ตารางที่ 6** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	121	35.80
10,001-15,000 บาท	82	24.26
15,001-20,000 บาท	57	16.87
20,001-25,000 บาท	45	13.31
25,001-30,000 บาท	12	3.55
มากกว่า 30,000 บาท	21	6.21
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมาคือ มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.26 และร้อยละ 16.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทบัตรเครดิต

ประเภทของบัตรเครดิตที่มี *	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บัตรวีซ่าธนาคารกรุงไทย	82	14.8
บัตรมาสเตอร์การ์ดธนาคารกรุงไทย	22	3.97
บัตรธนาคารกรุงไทย	6	1.08
บัตรวีซ่าธนาคารกรุงเทพ	74	13.36
บัตรมาสเตอร์การ์ดธนาคารกรุงเทพ	18	3.25
บัตรเจซีบีธนาคารกรุงเทพ	6	1.08
บัตรธนาคารกรุงเทพ	6	1.08
บัตรวีซ่าธนาคารไทยพาณิชย์	93	16.79
บัตรมาสเตอร์การ์ดธนาคารไทยพาณิชย์	69	12.46
บัตรเจซีบีธนาคารไทยพาณิชย์	3	0.54
บัตรวีซ่าธนาคารกสิกร	30	5.42
บัตรมาสเตอร์การ์ดธนาคารกสิกร	11	1.99
บัตรวีซ่าธนาคารทหารไทย	42	7.58
บัตรมาสเตอร์การ์ดธนาคารทหารไทย	3	0.54
บัตรวีซ่าธนาคารกรุงศรีอยุธยา	25	4.51
บัตรมาสเตอร์การ์ดธนาคารกรุงศรีอยุธยา	9	1.62
บัตรวีซ่าธนาคารเอเชีย	2	0.36
บัตรมาสเตอร์การ์ดธนาคารเอเชีย	4	0.72
บัตรวีซ่าธนาคารยูโอบีรัตนสินทร์	3	0.54
บัตรซิตี้แบงก์	18	3.25
บัตรวีซ่าธนาคารนครหลวงไทย	28	5.06
รวม	554	100.00

\*หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ บัตรวีซ่าธนาคารไทยพาณิชย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.79 รองลงมาคือ ใช้บัตรวีซ่าธนาคารกรุงไทย และใช้บัตรวีซ่าธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 14.8 และร้อยละ 13.36 ตามลำดับ

**ตารางที่ 8** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับโดยเฉลี่ยต่อบัตร

วงเงินสินเชื่อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	39	11.53
10,000-30,000 บาท	148	43.79
30,001-50,000 บาท	85	25.15
50,001-80,000 บาท	42	12.43
80,001-100,000 บาท	18	5.33
มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป	6	1.77
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวงเงินสินเชื่อ 10,000-30,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.79 รองลงมาคือ มีวงเงินสินเชื่อ 30,001-50,000 บาท และวงเงินสินเชื่อ 50,001-80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.15 และร้อยละ 12.43 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บัตรเครดิตต่อการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต  
พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**ตารางที่ 9** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	81	23.96
1-3 ปี	93	27.51
มากกว่า 3 ปี	164	48.53
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 3 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.53 รองลงมาคือ ใช้อินเทอร์เน็ต 1-3 ปี และใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.51 และร้อยละ 23.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	45	13.31
วันละครั้ง	94	27.81
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	99	29.29
เดือนละ 2-4 ครั้ง	100	29.59
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเดือนละ 2-4 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.59 รองลงมาคือ ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.29 และร้อยละ 27.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง

เวลาโดยเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	111	32.84
1-2 ชั่วโมง	142	42.01
2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง	52	15.38
3 ชั่วโมงขึ้นไป -5 ชั่วโมง	15	4.44
มากกว่า 5 ชั่วโมง	18	5.33
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยใช้อินเทอร์เน็ต 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.01 รองลงมาคือ เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ต 2 ชั่วโมงขึ้นไป ถึง 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 32.84 และร้อยละ 15.38 ตามลำดับ

**ตารางที่ 12** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้  
อินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ *	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อค้นคว้าหาข้อมูล	263	32.11
เพื่อการบันเทิง	148	18.07
เพื่อการซื้อขายสินค้า	42	5.13
เพื่อการติดต่อสื่อสาร	145	17.7
เพื่อดูข้อมูลข่าวสาร	209	25.52
เพื่อใช้ทำงาน	12	1.47
รวม	819	100.00

\*หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการใช้  
อินเทอร์เน็ต เพื่อค้นคว้าหาข้อมูลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.11 รองลงมาคือเพื่อดูข้อมูลข่าวสาร  
และเพื่อการบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 25.52 และร้อยละ 18.07 ตามลำดับ

**ตารางที่ 13** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บ้านพัก	182	53.85
ที่ทำงาน	105	31.07
ร้านค้าที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	48	14.20
สถานศึกษา	3	0.88
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านพักมาก  
ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ ที่ทำงาน และร้านค้าที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ  
31.07 และร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

### พฤติกรรมกรซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิต

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เคย	64	18.93
ไม่เคย	274	81.07
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 81.07 และเคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 18.93

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาจากการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตครั้งล่าสุด

ระยะเวลาจากการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตครั้งล่าสุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ภายใน 1 เดือน	15	23.44
ระหว่าง 1-3 เดือน	12	18.75
ระหว่าง 3-6 เดือน	9	14.06
ระหว่าง 6 เดือน ถึง 1 ปี	16	25.00
มากกว่า 1 ปี	12	18.75
รวม	64	100.00

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาจากการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตครั้งล่าสุด ระหว่าง 6 เดือน ถึง 1 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ ภายใน 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 23.44 ระหว่าง 1-3 เดือน และมากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.75 เท่ากัน



**ตารางที่ 16** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
ปัจจัยทางด้านเนื้อหา (Content)	4.14	มาก	2
ปัจจัยทางการค้า (Commerce)	3.93	มาก	5
ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร (Communication)	3.98	มาก	3
ปัจจัยทางด้านชุมชน (Community)	3.95	มาก	4
ปัจจัยทางด้านความสะดวก (Convenience)	4.41	มาก	1
ปัจจัยทางการแข่งขัน (Competition)	3.54	มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.99 โดยมีปัจจัยทางด้านความสะดวก มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา และปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 4.14 และ 3.98 ตามลำดับ

**ตารางที่ 17** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยทางด้านเนื้อหา ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน	4.53	มากที่สุด	1
ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย	4.33	มาก	2
มีข้อมูลการวิจารณ์สินค้า จากผู้ที่เคยใช้แล้ว	3.48	ปานกลาง	4
มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.23	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยทางด้านเนื้อหา มีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.14 โดยเนื้อหาของเว็บไซต์ที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.53 รองลงมาคือ ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.33 และ 4.23 ตามลำดับ

**ตารางที่ 18** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยทางด้านการค้า ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านการค้า	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ เช่นการประมูล	3.59	มาก	4
สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น	3.97	มาก	3
มีการขายสินค้าทั้ง แบบขายปลีก และขายส่ง	3.48	ปานกลาง	5
สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.28	มาก	2
มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต	4.33	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยทางด้านการค้า มีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.98 โดยมีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และสินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.28 และ 3.97 ตามลำดับ

**ตารางที่ 19** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสาร	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว	4.41	มาก	1
สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.37	มาก	2
สามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ เช่น ติดต่อผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	3.55	มาก	4
สามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร	3.59	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสารมีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.98 โดยการสามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง และการสามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 4.37 และ 3.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยทางด้านชุมชนที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านชุมชน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ เช่น การวิจารณ์สินค้าผ่านกระดานข่าว	4.03	มาก	1
สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น หรือผู้ที่มีความรู้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า	3.94	มาก	2
มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย	3.89	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยทางด้านชุมชนมีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.95 โดยการสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า และมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีค่าเฉลี่ย 3.94 และ 3.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยทางด้านความสะดวกที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.42	มาก	2
สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ	4.34	มาก	4
สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี เช่น โอนเงินผ่านธนาคาร การใช้บัตรเครดิต	4.36	มาก	3
สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้	4.52	มากที่สุด	1
ค่าเฉลี่ยรวม	4.41	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยทางด้านความสะดวก มีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.41 โดยสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี มีค่าเฉลี่ย 4.42 และ 4.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยทางด้านการแข่งขันที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยทางด้านการแข่งขัน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.70	มาก	1
มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล	3.52	มาก	4
ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.55	มาก	3
สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้	3.69	มาก	2
ได้รับการส่งสินค้าตัวอย่างหรือรายละเอียดของสินค้าจากผู้ขาย	3.25	ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยทางด้านการแข่งขัน มีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54 โดยมีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมาคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้ และได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.69 และ 3.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระค่าสินค้าเมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

วิธีการชำระค่าสินค้า	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บัตรเครดิต	46	40.71
เช็คเงินสด	3	2.65
โอนเงินผ่านธนาคาร	46	40.71
พัสดุเก็บเงินปลายทาง	6	5.31
ชำระด้วยเงินสด	12	10.62
รวม	113	100.00

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชำระค่าสินค้าเมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิต และโอนเงินผ่านธนาคารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.71 เท่ากัน รองลงมาคือ ชำระด้วยเงินสด และพัสดุเก็บเงินปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 10.62 และร้อยละ 5.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต

ความสนใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สนใจ	115	34.02
ไม่สนใจ	223	65.98
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความสนใจในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.98 และมีความสนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 34.02

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจที่จะซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต

ประเภทของสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
หนังสือ	3.47	ปานกลาง	5
ตัวภาพยนตร์	3.13	ปานกลาง	11
เพลง ที่บรรจุใน สื่อชนิดต่างๆ เช่น วีซีดี หรือ ดีวีดี	3.31	ปานกลาง	8
ภาพยนตร์ ที่บรรจุในสื่อชนิดต่างๆ เช่น วีซีดี หรือ ดีวีดี	3.37	ปานกลาง	6
ดอกไม้	2.49	น้อย	15
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	3.30	ปานกลาง	9
เครื่องใช้ไฟฟ้า	3.02	ปานกลาง	13
เสื้อผ้าหรือเครื่องประดับ	2.78	ปานกลาง	14
ยารักษาโรค	2.00	น้อย	17
อาหาร เครื่องดื่ม	1.76	น้อย	18
ภาพยนตร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	3.37	ปานกลาง	6
เพลง ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	3.63	มาก	4
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	3.87	มาก	3
ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (เช่น ข้อมูลหุ้น)	3.03	ปานกลาง	12
สำรองตัวเดินทาง (เช่น เครื่องบิน รถโดยสาร)	4.13	มาก	2
สำรองที่พักหรือโรงแรม	4.16	มาก	1
บริการโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศผ่านอินเทอร์เน็ต	3.16	ปานกลาง	10
บริการเช่ารถ	2.23	น้อย	16

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 -4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจอันดับแรกคือ การสำรองที่พักหรือโรงแรม มีค่าเฉลี่ยที่ 4.16 รองลงมาคือ สำรองตัวเดินทาง และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ย 4.13 และ 3.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ผลิตภัณฑ์	4.06	มาก	1
ราคา	3.53	มาก	6
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.99	มาก	3
การส่งเสริมการตลาด	3.36	ปานกลาง	7
บุคคล	3.98	มาก	4
กระบวนการ	3.90	มาก	5
หลักฐานทางกายภาพ	4.06	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.84 โดยให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.06 เท่ากัน รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.99 และ 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ความหลากหลายของชนิดสินค้าที่สามารถเลือกชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต	4.16	มาก	1
การชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง	3.89	มาก	3
สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก	4.13	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.06 โดยให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายของชนิดสินค้าที่สามารถเลือกชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศหรือหาซื้อยาก และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีค่าเฉลี่ย 4.13 และ 3.89 ตามลำดับ

**ตารางที่ 28** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ราคาสินค้าถูกกว่าการซื้อโดยวิธีการอื่น	3.03	ปานกลาง	4
ค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ	3.20	ปานกลาง	3
สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต	4.29	มาก	1
ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ เช่นค่าใช้จ่ายในการโอนเงิน	3.60	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.53 โดยให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ และค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และ 3.20 ตามลำดับ

**ตารางที่ 29** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
สามารถใช้ชำระค่าสินค้าได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ	4.03	มาก	3
ไม่สามารถชำระค่าสินค้าได้โดยวิธีการอื่น	3.51	มาก	6
มีบริการจัดส่งถึงที่	3.73	มาก	5
ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด	4.30	มาก	2
สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้ทุกที่ ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ (เช่นผ่านโทรศัพท์มือถือ)	3.77	มาก	4
สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.60	มากที่สุด	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.99 โดยให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด และสามารถชำระค่าสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.30 และ 4.03 ตามลำดับ

**ตารางที่ 30** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต เช่นการสะสมแต้ม หรือของแถม	3.43	ปานกลาง	1
สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า เช่น ส่วนลดการค้า	3.38	ปานกลาง	2
การประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต เกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต	3.37	ปานกลาง	3
การแนะนำให้ใช้ จากผู้รู้จัก	3.27	ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36	ปานกลาง	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.36 โดยให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมาคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า และการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.38 และ 3.37 ตามลำดับ

**ตารางที่ 31** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา	4.13	มาก	1
ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	4.10	มาก	2
ชอบความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้า ไม่ต้องติดต่อพนักงาน	3.78	มาก	4
ถูกค้าหรือผู้รับ ไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดยวิธีอื่น	3.90	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านบุคคล ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 โดยให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนและ รวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และถูกค้าหรือผู้รับ ไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดยวิธีอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.10 และ 3.90 ตามลำดับ



**ตารางที่ 32** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ได้รับสินค้าเร็วกว่าการชำระเงิน โดยวิธีอื่น	3.30	ปานกลาง	7
มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ	4.10	มาก	3
มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ	4.40	มาก	2
สามารถชำระ เงินสกุลต่างประเทศได้	4.06	มาก	4
มีความแม่นยำ ด้านความถูกต้องแม่นยำในการชำระค่าสินค้า	3.52	มาก	5
มีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ เช่น การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า	3.50	มาก	6
มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า	4.42	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านกระบวนการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 โดยให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาคือ มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้ามากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ และมีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.40 และ 4.10ตามลำดับ

**ตารางที่ 33** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิต

ด้านหลักฐานทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ	4.29	มาก	1
เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ	4.05	มาก	2
เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย	3.84	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.06 โดยให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.05 และ 3.84 ตามลำดับ

**ตารางที่ 34** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยทั่วไปต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยทั่วไป	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	4.22	มาก	1
ปัจจัยด้านการบริการ	3.93	มาก	3
ปัจจัยด้านราคา	4.06	มาก	2
ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค	3.76	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์พบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านปัจจัยทั่วไป อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.99 โดยปัจจัยด้านความปลอดภัย มีความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.06 และ 3.93 ตามลำดับ

**ตารางที่ 35** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านความปลอดภัยต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยด้านความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
เว็บไซต์ส่วนใหญ่ไม่น่าเชื่อถือ	3.95	มาก	7
ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า เช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขบัตรประจำตัว	4.41	มาก	3
ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า	4.43	มาก	2
ไม่มั่นใจในการถูกคุกคามจากภายนอก (Hacker)	4.18	มาก	5
ผู้ขายอาจสามารถหักค่าสินค้าได้มากกว่าราคาสินค้าที่แท้จริง	4.26	มาก	4
ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร	4.48	มาก	1
มีความยุ่งยาก และใช้เวลานานในการแก้ไข ธุรกิจที่ไม่ว่าง	3.95	มาก	7
ขาดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	4.09	มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านปัจจัยด้านความปลอดภัย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.22 โดยให้ความสำคัญเรื่อง ความไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า และไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.43 และ 4.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการบริการต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยด้านการบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน เช่น หากเกิดสินค้าชำรุดระหว่างการขนส่ง	4.31	มาก	1
ใช้เวลาในการโหลดข้อมูลนานเกินไป	3.73	มาก	6
ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า (เช่น สินค้าสูญหาย)	4.07	มาก	2
ไม่ได้สินค้าทันที เมื่อได้ชำระค่าสินค้าแล้ว	3.83	มาก	5
วิธีซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความยุ่งยาก	3.69	มาก	7
ผู้ขายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้ซื้อได้รับสินค้า	3.87	มาก	4
ไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน	3.98	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องปัจจัยด้านการบริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.93 โดยไม่สนใจในการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต เพราะนโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจนเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า และไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.07 และ 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันทีทันที	4.39	มาก	1
ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น	3.91	มาก	4
ราคาสินค้าไม่แน่นอน	4.00	มาก	2
มักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง	3.92	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.06 โดยไม่สนใจในการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตในเพราะไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันทีทันทีเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ ราคาสินค้าไม่แน่นอน และมักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ 3.92ตามลำดับ

**ตารางที่ 38** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ	3.96	มาก	2
ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า เช่น ได้รับสินค้าทันทีที่ซื้อ	4.09	มาก	1
ชอบเลือกซื้อสินค้าในแหล่งอื่นมากกว่า เช่น ผ่านโทรทัศน์ หรือ ผ่านแคตตาล็อก	3.45	ปานกลาง	5
ไม่มีสิทธิพิเศษอื่นๆ เมื่อใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.46	ปานกลาง	4
ไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายอื่นจากคนที่รู้จัก	3.84	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76	มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.76 โดยไม่สนใจในการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตเพราะชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่าเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.96 และ 3.84 ตามลำดับ

**ตารางที่ 39** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

ความจำเป็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
จำเป็น	226	66.86
ไม่จำเป็น	112	33.14
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่ามีความจำเป็นที่ผู้ทำธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ต้องมีการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.86 และมีความเห็นว่า ไม่ความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 33.14

**ตารางที่ 40** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพอใจกับระบบการรับชำระ สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ระดับความพอใจ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มากที่สุด	18	5.33
มาก	37	10.95
ปานกลาง	187	55.32
น้อย	60	17.75
ไม่พอใจ	36	10.65
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพอใจ กับระบบการรับชำระ สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตในระดับปานกลางมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.32 รองลงมาคือ ระดับน้อย และระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 17.75 และร้อยละ 10.95 ตามลำดับ

**ตารางที่ 41** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อควรปรับปรุงในการรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต

ข้อควรปรับปรุงในการรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แหล่งข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ ต่างๆ เกี่ยวกับการชำระเงิน	45	13.31
ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร	109	32.25
ผู้ขายควรได้รับเงินหลังจากที่ส่งสินค้าแล้ว	34	10.06
สามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้	57	16.86
มีระบบการคืนสินค้าเมื่อสินค้าไม่ตรงตามรายการ หรือรายละเอียดที่ระบุไว้	18	5.33
ควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค	75	22.19
รวม	338	100.00

จากตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อควรปรับปรุง เรื่องความปลอดภัยของข้อมูลบัตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมาคือ เรื่องควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค และเรื่องสามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้ คิดเป็นร้อยละ 22.19 และร้อยละ 16.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
น้อยกว่า 1 ปี	39	28.68	42	20.79	81	23.96
1-3 ปี	35	25.73	58	28.71	93	27.52
มากกว่า 3 ปี	62	45.59	102	50.50	164	48.52
รวม	136	100.00	202	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศชายมีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.59 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.68 และระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.73

เพศหญิงมีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาคือ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.71 และน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.79

ตารางที่ 43 แสดงความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	29	21.32	16	7.92	45	13.31
วันละครั้ง	41	30.15	53	26.24	94	27.81
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	38	27.94	61	30.20	99	29.29
เดือนละ 2-4 ครั้ง	28	20.59	72	35.64	100	29.59
รวม	136	100.00	202	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศชาย และเพศหญิงมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันคือ เพศชายส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตวันละครั้ง และเพศหญิงส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต เดือนละ 2-4 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 30.15 และร้อยละ 35.64 ตามลำดับ รองลงมาคือ ทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 27.94 และร้อยละ 30.20 ตามลำดับ อันดับสาม เพศชายมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 ครั้งต่อวัน และเพศหญิงมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.32 และร้อยละ 26.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เวลาโดยเฉลี่ย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	45	33.09	66	32.67	111	32.84
1-2 ชั่วโมง	51	37.50	91	45.05	142	42.01
2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง	23	16.91	29	14.36	52	15.38
3 ชั่วโมงขึ้นไป -5 ชั่วโมง	7	5.15	8	3.96	15	4.44
มากกว่า 5 ชั่วโมง	10	7.35	8	3.96	18	5.33
รวม	136	100.00	202	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่มีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 37.50 และร้อยละ 45.05 ตามลำดับ รองลงมาคือ มีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.09 และร้อยละ 32.67 ตามลำดับ และ 2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 16.91 และร้อยละ 14.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านพัก	68	50.00	114	56.44	182	53.85
ที่ทำงาน	42	30.88	63	31.19	105	31.07
ร้านค้าที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	26	19.12	22	10.89	48	14.20
สถานศึกษา	0	0.00	3	1.49	3	0.89
รวม	136	100.00	202	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 45 ผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านพัก คิดเป็นร้อยละ 50.00 และร้อยละ 56.44 ตามลำดับ รองลงมาคือ ที่ทำงาน ร้อยละ 30.88 และร้อยละ 31.19 ตามลำดับ และร้านค้าที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 19.12 และร้อยละ 10.89 ตามลำดับ

**ตารางที่ 46** แสดงประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ประสบการณ์ในการซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	28	20.59	36	17.82	64	18.93
ไม่เคย	108	79.41	166	82.18	274	81.07
รวม	136	100.00	202	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 46 ผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 79.41 และร้อยละ 82.18 ตามลำดับ และเคยมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 20.59 และร้อยละ 17.82 ตามลำดับ

**ตารางที่ 47** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยทางด้านเนื้อหา (Content)	4.29	2	4.03	2	4.14	2
	มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางการค้า (Commerce)	4.16	4	3.75	5	3.93	5
	มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร (Communication)	4.06	5	3.92	3	3.98	3
	มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางด้านการชุมชน (Community)	4.18	3	3.78	4	3.95	4
	มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางด้านความสะดวก (Convenience)	4.58	1	4.28	1	4.41	1
	มากที่สุด		มาก		มาก	
ปัจจัยทางการแข่งขัน (Competition)	3.55	6	3.53	6	3.54	6
	มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14		3.88		3.99	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด



จากตารางที่ 47 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 และ 3.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.58 และ 4.29 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.28 และ 4.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านเนื้อหาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยทางด้านเนื้อหา	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน	4.64	1	4.44	1	4.53	1
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด	
ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย	4.43	2	4.25	3	4.33	2
	มาก		มาก		มาก	
มีข้อมูลการวิจารณ์สินค้าจากผู้ที่เคยใช้แล้ว	4.00	4	3.08	4	3.48	4
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.11	3	4.33	2	4.23	3
	มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29		4.03		4.14	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 48 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านเนื้อหาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 และ 4.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน รองลงมาคือ ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.64 4.43 และ 4.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน รองลงมาคือ มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และข้อมูลมีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.44 4.33 และ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางการค้าต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยทางการค้า	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ เช่น การประมูล	3.96	4	3.31	4	3.59	4
	มาก		ปานกลาง		มาก	
สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น	4.11	3	3.86	3	3.97	3
	มาก		มาก		มาก	
มีการขายสินค้าทั้ง แบบขายปลีก และขายส่ง	3.86	5	3.19	5	3.48	5
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.39	2	4.19	1	4.28	2
	มาก		มาก		มาก	
มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต	4.50	1	4.19	1	4.33	1
	มากที่สุด		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16		3.75		3.93	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 49 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางการค้าโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และ 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และสินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.50 4.39 และ 4.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต และสินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.19 เท่ากัน รองลงมาคือ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.86

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสารต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
ปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสาร						
สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว	4.36 มาก	2	4.44 มาก	1	4.41 มาก	1
สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.46 มาก	1	4.31 มาก	2	4.38 มาก	2
สามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ เช่น ติดต่อผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	3.79 มาก	3	3.36 ปานกลาง	4	3.55 มาก	4
สามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร	3.64 มาก	4	3.56 มาก	3	3.59 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 มาก		3.92 มาก		3.98 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 50 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสาร โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 และ 3.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว และสามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.46 4.36 และ 3.79 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว รองลงมาคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 4.41 4.38 และ 3.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านชุมชนต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
ปัจจัยทางด้านชุมชน สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการ บริการได้ เช่น การวิจารณ์สินค้าผ่านกระดานข่าว	4.25	1	3.86	1	4.03	1
	มาก		มาก		มาก	
สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น หรือผู้ที่มี ความรู้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า	4.25	1	3.69	3	3.94	2
	มาก		มาก		มาก	
มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย	4.04	2	3.78	2	3.89	3
	มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18		3.78		3.95	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 51 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านชุมชน โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 และ 3.78 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ และสามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน รองลงมาคือ มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีค่าเฉลี่ย 4.04

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ รองลงมาคือ มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย และสามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.86 3.78 และ 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านความสะดวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยทางด้านความสะดวก	4.61	1	4.28	2	4.42	2
	มากที่สุด		มาก		มาก	
สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ	4.50	4	4.22	3	4.34	4
	มากที่สุด		มาก		มาก	
สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี เช่น โอนเงินผ่านธนาคาร การใช้บัตรเครดิต	4.61	1	4.17	4	4.36	3
	มากที่สุด		มาก		มาก	
สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้	4.61	1	4.44	1	4.52	1
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58		4.28		4.41	
	มากที่สุด		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 52 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านความสะดวกโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.58 ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.28

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ย 4.61 เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.50

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ รองลงมาคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.44 4.28 และ 4.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางการแข่งขันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.64	2	3.75	1	3.70	1
	มาก		มาก		มาก	
มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล	3.43	4	3.58	3	3.52	4
	ปานกลาง		มาก		มาก	
ได้รับของแถมเมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.46	3	3.61	2	3.55	3
	ปานกลาง		มาก		มาก	
สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้	3.93	1	3.50	4	3.69	2
	มาก		มาก		มาก	
ได้รับการส่งสินค้าตัวอย่างหรือรายละเอียดของสินค้าจากผู้ขาย	3.29	5	3.22	5	3.25	5
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55		3.53		3.54	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 53 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางการแข่งขันโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 และ 3.53 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้ รองลงมาคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และได้รับของแถมเมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.93 3.64 และ 3.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และมีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีค่าเฉลี่ย 3.75 3.61 และ 3.58 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์ © Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงความสนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ความสนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระ ค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	44	32.35	71	35.15	115	34.02
ไม่สนใจ	92	67.65	131	64.85	223	65.98
รวม	136	100.00	202	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 54 ผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ส่วนใหญ่ไม่สนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 67.65 และร้อยละ 64.85 ตามลำดับ และสนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 32.35 และร้อยละ 35.15 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของความสนใจในประเภทของสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ
หนังสือ	3.52	10	3.44	5	3.47	5
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
ตัวภาพยนตร์	3.70	9	2.77	15	3.13	11
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
เพลง ที่บรรจลงใน สื่อชนิดต่างๆ เช่น วีซีดี หรือ ดีวีดี	3.86	4	2.97	12	3.31	8
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
ภาพยนตร์ ที่บรรจลงใน สื่อชนิดต่างๆ เช่น วีซีดี หรือ ดีวีดี	3.84	5	3.08	8	3.37	6
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
ดอกไม้	1.95	16	2.82	14	2.49	15
	น้อย		ปานกลาง		น้อย	
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	3.82	7	2.99	11	3.30	9
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
เครื่องใช้ไฟฟ้า	3.25	11	2.87	13	3.02	13
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
เสื้อผ้า/เครื่องประดับ	2.34	14	3.06	9	2.78	14
	น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง	
การรักษาโรค	1.70	17	2.18	17	2.00	17
	น้อย		น้อย		น้อย	
อาหาร เครื่องดื่ม	1.66	18	1.82	18	1.76	18
	น้อย		น้อย		น้อย	
ภาพยนตร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	3.75	8	3.13	7	3.37	6
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
เพลง ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	3.84	5	3.49	4	3.63	4
	มาก		ปานกลาง		มาก	
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	4.16	1	3.69	3	3.87	3
	มาก		มาก		มาก	
ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (เช่น ข้อมูลหุ้น)	3.09	13	3.00	10	3.03	12
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
สำรองตัวเดินทาง (เช่น เครื่องบิน รถโดยสาร)	4.05	2	4.18	2	4.13	2
	มาก		มาก		มาก	
สำรองที่พักหรือโรงแรม	4.05	2	4.23	1	4.16	1
	มาก		มาก		มาก	
บริการโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศผ่านอินเทอร์เน็ต	3.11	12	3.18	6	3.16	10
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
บริการเช่ารถ	2.27	15	2.21	16	2.23	16
	น้อย		น้อย		น้อย	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด



จากตารางที่ 55 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายความสนใจประเภทของสินค้า อันดับแรกคือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ ตำรongsตัวเดินทาง และตำรongsที่พักหรือโรงแรม มีค่าเฉลี่ย 4.05 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงความสนใจประเภทของสินค้า อันดับแรกคือ ตำรongsที่พักหรือโรงแรม รองลงมาคือ ตำรongsตัวเดินทาง และ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.23 4.18 และ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยของ ส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.12	2	4.02	1	4.06	1
	มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านราคา	3.54	6	3.52	7	3.53	6
	มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.09	3	3.93	4	3.99	3
	มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.07	7	3.54	6	3.36	7
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
ปัจจัยด้านบุคคล	3.96	5	3.99	3	3.98	4
	มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.97	4	3.86	5	3.90	5
	มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	4.16	1	4.00	2	4.06	1
	มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84		3.84		3.84	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 56 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และ 4.12 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.02 และ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต	4.27	1	4.08	2	4.16	1
	มาก		มาก		มาก	
การชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง	3.91	3	3.87	3	3.89	3
	มาก		มาก		มาก	
สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก	4.18	2	4.10	1	4.13	2
	มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12		4.02		4.06	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 57 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมากเช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ 4.02 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีค่าเฉลี่ย 4.27 4.18 และ 3.91 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก รองลงมาคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิตมีความน่าสนใจน่าทดลอง มีค่าเฉลี่ย 4.10 4.08 และ 3.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านราคา	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ราคาสินค้าถูกกว่าการซื้อโดยวิธีการอื่น	3.02	4	3.03	4	3.03	4
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
ค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ	3.09	3	3.27	3	3.20	3
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต	4.36	1	4.24	1	4.29	1
	มาก		มาก		มาก	
ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ เช่นค่าใช้จ่ายในการโอนเงิน	3.68	2	3.55	2	3.60	2
	มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54		3.52		3.53	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 58 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 และ 3.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ และค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.36 3.68 และ 3.09 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ และค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.24 3.55 และ 3.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการชำระค่าสินค้าผ่าน  
อินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
สามารถชำระค่าสินค้าได้ทั้งใน และ ต่างประเทศ	4.05	4	4.03	3	4.03	3
	มาก		มาก		มาก	
ไม่สามารถชำระค่าสินค้าได้โดยวิธีการอื่น	4.07	3	3.17	6	3.51	6
	มาก		ปานกลาง		มาก	
มีบริการจัดส่งถึงที่	3.61	6	3.80	5	3.73	5
	มาก		มาก		มาก	
ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด	4.48	2	4.18	2	4.30	2
	มาก		มาก		มาก	
สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้ทุกที่ที่สามารถ เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ (เช่นผ่านโทรศัพท์มือถือ)	3.66	5	3.85	4	3.77	4
	มาก		มาก		มาก	
สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.66	1	4.56	1	4.60	1
	มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09		3.93		3.99	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 59 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 และ 3.93 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด และไม่สามารถชำระค่าสินค้าได้โดยวิธีการอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.66 4.48 และ 4.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด และสามารถชำระค่าสินค้าได้ทั้งใน และ ต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.56 4.18 และ 4.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมต่อการตลาดต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต เช่นการสะสมแต้มหรือของแถม	2.91	4	3.75	1	3.43	1
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า เช่น ส่วนลด	3.07	3	3.58	2	3.38	2
การค่า	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
มีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จาก	3.14	2	3.51	3	3.37	3
สถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการ	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
สั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต						
มีการแนะนำให้ใช้จากผู้รู้จัก	3.18	1	3.32	4	3.27	4
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.07		3.54		3.36	
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50—4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 60 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง และเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.07 และ 3.54

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ มีการแนะนำให้ใช้จากผู้รู้จัก รองลงมาคือ มีการประชาสัมพันธ์ หรือแผ่นพับจากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และสิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.18 3.14 และ 3.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต รองลงมาคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า และมีการประชาสัมพันธ์ หรือแผ่นพับจากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.75 3.58 และ 3.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคคลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา	4.14	2	4.13	1	4.13	1
	มาก		มาก		มาก	
ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	4.20	1	4.04	2	4.10	2
	มาก		มาก		มาก	
ชอบความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้า ไม่ต้องติดต่อพนักงาน	3.77	3	3.79	4	3.78	4
	มาก		มาก		มาก	
ลูกค้าหรือผู้รับ ไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดยวิธีอื่น	3.73	4	4.01	3	3.90	3
	มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96		3.99		3.98	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 61 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคลโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 และ 3.99 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง รองลงมาคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา และชอบความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้า ไม่ต้องติดต่อพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.20 4.14 และ 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา รองลงมาคือ ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และลูกค้าหรือผู้รับ ไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดยวิธีอื่น มีค่าเฉลี่ย

4.13 4.04 และ 4.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้  
บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน
	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ
ได้รับสินค้าเร็วกว่าการชำระเงินโดยวิธีอื่น	3.27	7	3.32	7	3.30	7
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระใน ลักษณะอื่นๆ	4.16	3	4.06	4	4.10	3
	มาก		มาก		มาก	
มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ	4.41	2	4.39	1	4.40	2
	มาก		มาก		มาก	
สามารถชำระ เงินสกุลต่างประเทศได้	3.91	4	4.15	3	4.06	4
	มาก		มาก		มาก	
มีความแม่นยำ ด้านความถูกต้องแม่นยำในการชำระค่า สินค้า	3.57	6	3.49	5	3.52	5
	มาก		ปานกลาง		มาก	
มีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ เช่น การเก็บรักษา ข้อมูลของลูกค้า	3.73	5	3.35	6	3.50	6
	มาก		ปานกลาง		มาก	
มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า	4.75	1	4.21	2	4.42	1
	มากที่สุด		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97		3.86		3.90	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 62 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง  
ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 และ 3.86  
ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ มีความทันสมัยในการชำระ  
ค่าสินค้า รองลงมาคือ มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินใน  
ลักษณะอื่นๆ และมีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย  
4.75 4.41 และ 4.16 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ มีความรวดเร็ว  
ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้ามากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ รองลงมาคือ มีความ  
ทันสมัยในการชำระค่าสินค้า และสามารถชำระ เงินสกุลต่างประเทศได้ มีค่าเฉลี่ย 4.39 4.21 และ  
4.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความ น่าสนใจ	4.48	1	4.17	1	4.29	1
	มาก		มาก		มาก	
เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้า มากพอสำหรับการตัดสินใจ	4.18	2	3.97	2	4.05	2
	มาก		มาก		มาก	
เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้า มีความละเอียดเข้าใจง่าย	3.82	3	3.86	3	3.84	3
	มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16		4.00		4.06	
	มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 63 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ รองลงมาคือ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.48 4.18 และ 3.82 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ รองลงมาคือ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.17 3.97 และ 3.86 ตามลำดับ



ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั่วไปที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยทั่วไป						
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	4.15 มาก	1	4.27 มาก	1	4.22 มาก	1
ปัจจัยด้านการบริการ	3.76 มาก	3	4.04 มาก	3	3.93 มาก	3
ปัจจัยด้านราคา	3.94 มาก	2	4.14 มาก	2	4.06 มาก	2
ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค	3.58 มาก	4	3.89 มาก	4	3.76 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 มาก		4.08 มาก		3.99 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 64 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั่วไปโดยรวมในระดับมากเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 3.86 และ 4.08 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทั่วไปตรงกันคือ ปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านการบริการ โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ย 4.15 3.94 และ 3.76 ตามลำดับ เพศหญิงมีค่าเฉลี่ย 4.27 4.14 และ 4.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความปลอดภัยต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ
เว็บไซต์ส่วนใหญ่ไม่น่าเชื่อถือ	3.93 มาก	7	3.96 มาก	8	3.95 มาก	7
ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า เช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขบัตรประจำตัว	4.40 มาก	2	4.41 มาก	3	4.41 มาก	3
ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า	4.45 มาก	1	4.43 มาก	2	4.43 มาก	2
ไม่มั่นใจในด้านการถูกคุกคามจากภายนอก (Hacker)	4.11 มาก	5	4.23 มาก	5	4.18 มาก	5
ผู้ขายอาจสามารถหักค่าสินค้าได้มากกว่าราคาสินค้าที่แท้จริง	4.18 มาก	4	4.31 มาก	4	4.26 มาก	4
ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร	4.29 มาก	3	4.60 มากที่สุด	1	4.48 มาก	1
มีความยุ่งยาก และใช้เวลานานในการแก้ไข ธุรกรรมที่ไม่ถูกต้อง	3.87 มาก	8	4.01 มาก	7	3.95 มาก	7
ขาดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	3.95 มาก	6	4.18 มาก	6	4.09 มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 มาก		4.27 มาก		4.22 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 65 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยโดยรวมในระดับมากเช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 4.15 และ 4.27 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.45 และ 4.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.60 และ 4.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการบริการต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้  
บัตรเครดิตจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
ปัจจัยด้านการบริการ						
นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน เช่น หากเกิด สินค้าชำรุดระหว่างการขนส่ง	4.24 มาก	1	4.37 มาก	1	4.31 มาก	1
ใช้เวลาในการโหลดข้อมูลนานเกินไป	3.36 ปานกลาง	7	3.99 มาก	5	3.73 มาก	6
ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า (เช่น สินค้า สูญหาย)	3.92 มาก	2	4.18 มาก	2	4.07 มาก	2
ไม่ได้สินค้าทันที เมื่อได้ชำระค่าสินค้าแล้ว	3.67 มาก	4	3.93 มาก	6	3.83 มาก	5
วิธีซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความยุ่งยาก	3.63 มาก	5	3.73 มาก	7	3.69 มาก	7
ผู้ชายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้ชายได้รับสินค้า	3.58 มาก	6	4.08 มาก	3	3.87 มาก	4
ไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน	3.91 มาก	3	4.02 มาก	4	3.98 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 มาก		4.04 มาก		3.93 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 66 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการโดยรวมในระดับมากเช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 3.76 และ 4.04 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน รองลงมาคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า และไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.24 3.92 และ 3.91 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน รองลงมาคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า และผู้ชายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้ชายได้รับสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.37 4.18 และ 4.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตร  
เครดิตจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยด้านราคา						
ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันทีทันที	4.23 มาก	1	4.51 มากที่สุด	1	4.39 มาก	1
ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น	3.85 มาก	3	3.95 มาก	4	3.91 มาก	4
ราคาสินค้าไม่แน่นอน	3.97 มาก	2	4.03 มาก	3	4.00 มาก	2
มักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง	3.73 มาก	4	4.06 มาก	2	3.92 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 มาก		4.14 มาก		4.06 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 67 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมากเช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 3.94 และ 4.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันทีทันที รองลงมาคือ ราคาสินค้าไม่แน่นอน และราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.23 3.97 และ 3.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันทีทันที รองลงมาคือ มักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง และราคาสินค้าไม่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.51 4.06 และ 4.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตจำแนกตามเพศ

เพศ	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค						
ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า เช่น ได้รับสินค้าทันทีที่ซื้อ	3.97 มาก	1	4.17 มาก	1	4.09 มาก	1
ไม่รู้จักรีวิวไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ	3.80 มาก	2	4.08 มาก	2	3.96 มาก	2
ไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายรายอื่น	3.71 มาก	3	3.94 มาก	3	3.84 มาก	3
ไม่มีสิทธิพิเศษอื่นๆ เมื่อใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.21 ปานกลาง	5	3.64 มาก	4	3.46 ปานกลาง	4
ชอบเลือกซื้อสินค้าในแหล่งอื่นมากกว่า เช่น ผ่านโทรศัพท์ หรือ ผ่านแคตตาล็อก	3.22 ปานกลาง	4	3.62 มาก	5	3.45 ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 มาก		3.89 มาก		3.76 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 68 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภคโดยรวมในระดับมากเช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 3.58 และ 3.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า รองลงมาคือ ไม่รู้จักรีวิวไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายรายอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.97 3.80 และ 3.71 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า รองลงมาคือ ไม่รู้จักรีวิวไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายรายอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.17 4.08 และ 3.94 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 69** แสดงความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ความจำเป็น	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็น	97	71.32	129	63.86	226	66.86
ไม่จำเป็น	39	28.68	73	36.14	112	33.14
รวม	136	100.00	202	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 69 ผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความเห็นตรงกันคือ ทั้งเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่ เห็นว่ามีความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 71.32 และร้อยละ 63.86 ตามลำดับ และเห็นว่าไม่มีความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 28.68 และร้อยละ 36.14 ตามลำดับ

**ตารางที่ 70** แสดงระดับความพอใจกับระบบการรับชำระ สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ระดับความพอใจ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	7	5.15	11	5.45	18	5.33
มาก	20	14.71	17	8.42	37	10.95
ปานกลาง	66	48.53	121	59.90	187	55.33
น้อย	34	25.00	26	12.87	60	17.75
ไม่พอใจ	9	6.62	27	13.37	36	10.65
รวม	136	100.00	202	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 70 ผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่มีความพอใจกับระบบการรับชำระสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.53 และร้อยละ 59.90 ตามลำดับ รองลงมาคือ เพศชายมีความพอใจระดับน้อย และเพศหญิงมีความพอใจระดับไม่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และร้อยละ 13.37 ตามลำดับ อันดับสาม เพศชายมีความพอใจ ระดับมาก และเพศหญิงมีความพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.71 และร้อยละ 12.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อควรปรับปรุงในการรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ข้อควรปรับปรุง	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
แหล่งข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการชำระเงิน	27	19.85	18	8.91	45	13.31
ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร	32	23.53	77	38.12	109	32.25
ผู้ขายควรได้รับเงินหลังจากที่ส่งสินค้าแล้ว	17	12.50	17	8.42	34	10.06
สามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้	29	21.32	28	13.86	57	16.86
มีระบบการคืนสินค้าเมื่อสินค้าไม่ตรงตามรายการ หรือ รายละเอียดที่ระบุไว้	7	5.15	11	5.45	18	5.33
ควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค	24	17.65	51	25.25	75	22.19
รวม	136	100.00	202	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 71 ผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่า ข้อควรปรับปรุงในการรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตคือ ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร คิดเป็นร้อยละ 23.53 และร้อยละ 38.12 ตามลำดับ รองลงมาคือ เพศชายเห็นว่าสามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้ และเพศหญิงเห็นว่า ควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 21.32 และร้อยละ 25.25 ตามลำดับ อันดับสามคือ เพศชายเห็นว่า แหล่งข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ ต่างๆ เกี่ยวกับการชำระเงิน และเพศหญิงเห็นว่า สามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้คิดเป็นร้อยละ 19.85 และร้อยละ 13.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ระยะเวลาการใช้ อินเทอร์เน็ต	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
น้อยกว่า 1 ปี	24	37.50	9	8.57	30	29.13	18	27.27	81	23.96
1-3 ปี	6	9.38	24	22.86	33	32.04	30	45.46	93	27.52
มากกว่า 3 ปี	34	53.12	72	68.57	40	38.83	18	27.27	164	48.52
รวม	64	100.00	105	100.00	103	100.00	66	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 72 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี และผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.12 68.57 และ

38.83 ตามลำดับ และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.46 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีมีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.50 และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ปี และมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.27 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี และผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตเท่ากันคือ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.86 และ 32.40 ตามลำดับ อันดับสาม ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.38 ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี และผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตเท่ากันคือ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.57 และ 29.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	3	4.69	33	31.42	6	5.82	3	4.55	45	13.31
วันละครั้ง	15	23.44	24	22.86	31	30.10	24	36.36	94	27.81
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	18	28.12	24	22.86	36	34.95	21	31.82	99	29.29
เดือนละ 2-4 ครั้ง	28	43.75	24	22.86	30	29.13	18	27.27	100	29.59
รวม	64	100.00	105	100.00	103	100.00	66	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 73 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันคือ ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต เดือนละ 2-4 ครั้ง ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.75 31.42 34.95 และ 36.36 ตามลำดับ รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเท่ากันคือ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.12 และ 31.82 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต วันละครั้ง สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และเดือนละ 2-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.86 เท่ากัน และผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.10 อันดับสาม ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต วันละครั้ง ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ใช้เดือนละ 2-4 ครั้ง และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ใช้เดือนละ 2-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.44, 29.13 และ 27.27 ตามลำดับ



ตารางที่ 74 แสดงเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

เวลาโดยเฉลี่ยในการใช้ อินเทอร์เน็ต	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	27	42.19	18	17.14	36	34.95	30	45.45	111	32.84
1-2 ชั่วโมง	34	53.12	39	37.14	36	34.95	33	50.00	142	42.01
2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง	0	0.00	36	34.29	16	15.53	0	0.00	52	15.38
3 ชั่วโมงขึ้นไป -5 ชั่วโมง	3	4.69	0	0.00	9	8.74	3	4.55	15	4.44
มากกว่า 5 ชั่วโมง	0	0.00	12	11.43	6	5.83	0	0.00	18	5.33
รวม	64	100.00	105	100.00	103	100.00	66	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 74 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่มีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้งเท่ากันคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26-30 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 53.12 37.14 และ 50.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 34.95 เท่ากัน รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้งคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 42.19 และ 45.45 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี และผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้งคือ 2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 34.29 และ 15.53 ตามลำดับ อันดับสาม ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี อายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปมีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง 3 ชั่วโมงขึ้นไป -5 ชั่วโมง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.69 8.74 และ 4.55 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มี อายุ 26-30 ปี มีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้งน้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17.14

ตารางที่ 75 แสดงสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านพัก	30	46.87	66	62.86	53	51.46	33	50.00	182	53.85
ที่ทำงาน	7	10.94	30	28.57	44	42.72	24	36.36	105	31.06
ร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	27	42.19	9	8.57	6	5.82	6	9.09	48	14.20
สถานศึกษา	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	4.55	3	0.89
รวม	64	100.00	105	100.00	103	100.00	66	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 75 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26-30 ปี อายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านพัก คิดเป็นร้อยละ 46.87 62.86 51.46 และ 50.00 ตามลำดับ รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตที่ร้านค้าที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 42.19 ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี อายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำงานเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 28.57 42.72 และ 36.36 ตามลำดับ อันดับสาม ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 10.94 ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี อายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ใช้อินเทอร์เน็ตที่ร้านค้าที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 8.57 5.82 และ 9.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 แสดงประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	12	18.75	33	31.43	10	9.71	9	13.64	64	18.93
ไม่เคย	52	81.25	72	68.57	93	90.29	57	86.36	274	81.07
รวม	64	100.00	105	100.00	103	100.00	66	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 76 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26-30 ปี อายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 81.25 68.57 90.29 และ 86.36 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26-30 ปี อายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.75 31.43 9.71 และ 13.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ
ปัจจัยทางด้านเนื้อหา (Content)	3.94	2	4.27	4	4.03	2	4.08	2	4.14	2
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางการค้า (Commerce)	3.55	5	4.33	2	3.32	4	3.67	4	3.93	5
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร (Communication)	3.56	4	4.30	3	3.28	5	4.17	1	3.98	3
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ปัจจัยทางด้านชุมชน (Community)	3.67	3	4.15	5	3.60	3	4.00	3	3.95	4
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางด้านความสะดวก (Convenience)	4.00	1	4.70	1	4.15	1	4.17	1	4.41	1
	มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางการแข่งขัน (Competition)	3.55	5	3.73	6	3.28	5	3.13	5	3.54	6
	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71		4.25		3.61		3.87		3.99	
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 77 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 4.25 3.61 และ 3.87 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา และปัจจัยทางด้านชุมชน มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 3.94 และ 3.67 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยทางการค้า และปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร มีความสำคัญระดับมากเท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 4.70 4.33 และ 4.30 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา และปัจจัยทางด้านชุมชน มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 4.03 และ 3.60 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก และปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสาร มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 เท่ากัน รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา และปัจจัยทางด้านชุมชน มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 และ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านเนื้อหาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยทางด้านเนื้อหา	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ
มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน	4.50	1	4.55	2	4.70	1	4.33	1	4.53	1
	มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด	
ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย	3.75	3	4.73	1	3.70	3	4.33	1	4.33	2
	มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
มีข้อมูลการวิจารณ์สินค้าจากผู้ที่เคยใช้แล้ว	3.25	4	3.55	4	3.70	3	3.33	4	3.48	4
	ปานกลาง		มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.25	2	4.27	3	4.00	2	4.33	1	4.23	3
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94		4.27		4.03		4.08		4.14	
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 78 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านเนื้อหาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 4.27 4.03 และ 4.08 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน รองลงมาคือ มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และข้อมูลมีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.50 4.25 และ 3.75 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย รองลงมาคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.73 4.55 และ 4.27 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย

4.70 และ 4.00 ตามลำดับ อันดับถัดมาคือ ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย และมีข้อมูลการวิจารณ์สินค้า จากผู้ที่เคยใช้แล้ว มีค่าเฉลี่ย 3.70 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน รองลงมาคือ มีข้อมูลการวิจารณ์สินค้า จากผู้ที่เคยใช้แล้ว มีค่าเฉลี่ย 3.33

**ตารางที่ 79** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านการค้าต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล	ระดับ	แปลผล	ระดับ	แปลผล	ระดับ	แปลผล	ระดับ	แปลผล	ระดับ
มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ เช่นการประมูล	3.50	3	3.82	5	2.60	5	4.00	1	3.59	4
สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น	3.75	1	4.45	3	2.90	3	3.67	3	3.97	3
มีการขายสินค้าทั้ง แบบขายปลีก และขายส่ง	3.25	5	3.91	4	2.80	4	3.00	5	3.48	5
สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	3.75	1	4.64	2	4.30	1	3.67	3	4.28	2
มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต	3.50	3	4.82	1	4.00	2	4.00	1	4.33	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55		4.33		3.32		3.67		3.93	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 79 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านการค้าต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.55 4.33 3.32 และ 3.67 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น และสินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน อันดับรองลงมาคือ มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ และมีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และสินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.82 4.64 และ 4.45 ตามลำดับ

ผู้ที่มียุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต อันดับถัดมาคือ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.30 4.00 และ 2.90 ตามลำดับ

ผู้ที่มียุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ และมีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน รองลงมาคือ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น และสินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.67 เท่ากัน

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสารต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสาร										
สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว	4.00	1	4.64	2	3.90	1	4.67	2	4.41	1
	มาก		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มาก	
สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.75	2	4.82	1	3.10	3	5.00	1	4.38	2
	มาก		มากที่สุด		ปานกลาง		มากที่สุด		มาก	
สามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ เช่น ติดต่อผ่านไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์	3.50	3	3.73	4	3.20	2	3.33	4	3.55	4
	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	
สามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร	3.00	4	4.00	3	2.90	4	3.67	3	3.59	3
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.56		4.30		3.28		4.17		3.98	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 80 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อยปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสารต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มียุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.56 4.30 3.28 และ 4.17 ตามลำดับ

ผู้ที่มียุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว รองลงมาคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.00 3.75 และ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ที่มียุ 26-30 ปีให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว และสามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 4.82 4.64 และ 4.00ตามลำดับ

ผู้ที่มียุ 31-40 ปีให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ และสามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 3.90 3.20 และ 3.10ตามลำดับ

ผู้ที่มียุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว และสามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 5.00 4.67 และ 3.67 ตามลำดับ

**ตารางที่ 81** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านชุมชนต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน
	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ
สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ เช่น การวิจารณ์สินค้าผ่านกระดานข่าว	3.75	1	4.18	1	3.90	1	4.00	1	4.03	1
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น หรือผู้ที่มีความรู้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า	3.75	1	4.09	3	3.60	2	4.00	1	3.94	2
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย	3.50	3	4.18	1	3.30	3	4.00	1	3.89	3
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67		4.15		3.60		4.00		3.95	
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 81 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านชุมชนต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 4.15 3.60 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มียุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ และสามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น หรือผู้ที่มีความรู้เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน รองลงมาคือ มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ และมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีค่าเฉลี่ย 4.18 เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.09

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ รองลงมาคือ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.90 และ 3.60 ตามลำดับ อันดับถัดมาคือ มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีค่าเฉลี่ย 3.30

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญทุกปัจจัยเท่ากันคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า และมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

**ตารางที่ 82** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านความสะดวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยทางด้านความสะดวก	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ
สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.50	1	4.73	1	3.70	4	4.00	3	4.42	2
	มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ	3.75	3	4.73	1	4.40	2	3.67	4	4.34	4
	มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี เช่น โอนเงินผ่านธนาคาร การใช้บัตรเครดิต	4.00	2	4.64	4	3.90	3	4.33	2	4.36	3
	มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้	3.75	3	4.73	1	4.60	1	4.67	1	4.52	1
	มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00		4.70		4.15		4.17		4.41	
	มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 82 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านความสะดวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.00 4.70 4.15 และ 4.17 ตามลำดับ



ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี ค่าเฉลี่ย 4.50 และ 4.00 ตามลำดับ อันดับถัดมาคือ สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ย 4.73 เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี มีค่าเฉลี่ย 4.64

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ รองลงมาคือ สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ และสามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี มีค่าเฉลี่ย 4.60 4.40 และ 3.90 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ รองลงมาคือ สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี และสามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 4.67 4.33 และ 4.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 83** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านการแข่งขันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่าน อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยทางด้านการแข่งขัน	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ
มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่าน อินเทอร์เน็ต	3.50	2	3.82	2	4.20	1	3.00	3	3.70	1
	มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		มาก	
มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของ รางวัล	3.50	2	3.64	3	3.60	2	3.00	3	3.52	4
	มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		มาก	
ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่าน อินเทอร์เน็ต	3.50	2	3.64	3	3.50	3	3.33	1	3.55	3
	มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		มาก	
สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้า จากผู้ขาย แต่ละรายได้	4.00	1	3.91	1	2.90	4	3.33	1	3.69	2
	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	
ได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือ รายละเอียดของสินค้า จากผู้ขาย	3.25	3	3.64	3	2.20	5	3.00	3	3.25	5
	ปานกลาง		มาก		น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55		3.73		3.28		3.13		3.54	
	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 83 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขาย แต่ละรายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ เท่ากันคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล และได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน อันดับถัดมาคือ ได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือรายละเอียดของสินค้าจากผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.25

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขาย แต่ละรายได้ รองลงมาคือ มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีค่าเฉลี่ย 3.91 และ 3.82 ตามลำดับ อันดับถัดมาให้ความสำคัญเท่ากันคือ มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือรายละเอียดของสินค้าจากผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.64 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล และได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.20 3.60 และ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ได้รับของแถมเมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้ มีค่าเฉลี่ย 3.33 เท่ากัน รองลงมาคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล และได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือรายละเอียดของสินค้าจากผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

**ตารางที่ 84** แสดงความสนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ความสนใจ	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	12	18.75	51	48.57	34	33.01	18	27.27	115	34.02
ไม่สนใจ	52	81.25	54	51.43	69	66.99	48	72.73	223	65.98
รวม	64	100.00	105	100.00	103	100.00	66	100.00	338	100.00

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 84 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26-30 ปี อายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่สนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 81.25 51.43 66.99 และ 72.73 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่าน คิดเป็นร้อยละ 18.75 48.57 33.01 และ 27.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยของความสนใจในประเภทของสินค้าบนอินเทอร์เน็ตจำแนกตามอายุ

ประเภทสินค้า	อายุ									
	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปี ขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
หนังสือ	แปลผล	16	แปลผล	7	แปลผล	4	แปลผล	3	แปลผล	5
	น้อย		มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
ตัวภาพยนตร์	2.25	9	3.35	11	3.09	10	3.17	9	3.13	11
	น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
เพลง ที่บรรจุใน สื่อชนิดต่างๆ เช่น วีซีดี หรือ ดีวีดี	2.25	9	3.71	7	3.26	6	3.00	10	3.31	8
	น้อย		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
ภาพยนตร์ ที่บรรจุใน สื่อชนิดต่างๆ เช่น วีซีดี หรือ ดีวีดี	2.50	7	3.88	5	3.12	9	3.00	10	3.37	6
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
ดอกไม้	2.00	13	2.76	15	2.06	17	2.83	13	2.49	15
	น้อย		ปานกลาง		น้อย		ปานกลาง		น้อย	
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	2.75	6	3.53	9	3.06	11	3.50	4	3.30	9
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
เครื่องใช้ไฟฟ้า	3.00	5	3.00	12	2.88	12	3.33	7	3.02	13
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
เสื้อผ้าเครื่องประดับ	2.25	9	2.88	13	2.71	14	3.00	10	2.78	14
	น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
ยารักษาโรค	1.25	17	2.00	17	2.09	16	2.33	17	2.00	17
	น้อยที่สุด		น้อย		น้อย		น้อย		น้อย	
อาหาร เครื่องดื่ม	1.00	18	1.65	18	1.97	18	2.17	18	1.76	18
	น้อยที่สุด		น้อย		น้อย		น้อย		น้อย	
ภาพยนตร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	2.50	7	3.82	6	3.26	6	2.83	13	3.37	6
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
เพลง ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	4.25	1	4.06	2	3.18	8	2.83	13	3.63	4
	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้	3.50	4	4.24	1	3.74	3	3.33	7	3.87	3
	มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		มาก	
ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (เช่น ข้อมูลหุ้น)	2.25	12	2.88	13	3.29	5	3.50	4	3.03	12
	น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
สำรองตัวเดินทาง (เช่น เครื่องบิน รถโดยสาร)	4.25	1	4.06	2	4.09	2	4.33	1	4.13	2
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
สำรองที่พักหรือโรงแรม	4.25	1	4.06	2	4.18	1	4.33	1	4.16	1
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
บริการโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศผ่านอินเทอร์เน็ต	2.00	13	3.53	9	2.82	13	3.50	4	3.16	10
	น้อย		มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
บริการเช่ารถ	1.75	15	2.18	16	2.35	15	2.50	16	2.23	16
	น้อย		น้อย		น้อย		ปานกลาง		น้อย	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 85 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุโดยรวมมีความสนใจในประเภทของสินค้าอันดับแรกคือ สำรองที่พักหรือโรงแรม รองลงมาคือ สำรองตัวเดินทาง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และ 4.13 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความสนใจในประเภทของสินค้าอันดับแรกคือ เพลงที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต สำหรับตัวเดินทาง และสำหรับที่พักหรือโรงแรม มีค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน รองลงมาคือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี มีความสนใจในประเภทของสินค้าอันดับแรกคือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ เพลงที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต สำหรับตัวเดินทาง และสำหรับที่พักหรือโรงแรม มีค่าเฉลี่ย 4.06 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีความสนใจในประเภทของสินค้าอันดับแรกคือ สำหรับที่พักหรือโรงแรม รองลงมาคือ สำหรับตัวเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.18 และ 4.09 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มีความสนใจในประเภทของสินค้าอันดับแรกคือ สำหรับตัวเดินทาง และสำหรับที่พักหรือโรงแรม มีค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน รองลงมาคือ หนังสือ มีค่าเฉลี่ย 4.17

**ตารางที่ 86** แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ										
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.58	4	4.47	1	3.43	5	4.39	1	4.06	1
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านราคา	3.50	6	3.84	6	3.11	7	3.46	7	3.53	6
	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.96	2	4.21	4	3.66	1	4.03	4	3.99	3
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38	7	3.37	7	3.21	6	3.63	6	3.36	7
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
ปัจจัยด้านบุคคล	3.56	5	4.37	2	3.49	3	4.08	3	3.98	4
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.89	3	4.17	5	3.48	4	3.93	5	3.90	5
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	4.17	1	4.29	3	3.65	2	4.11	2	4.06	1
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72		4.10		3.43		3.95		3.84	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 86 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตโดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.72 4.10 3.43 และ 3.95 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.17 3.96 และ 3.89 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.47 4.37 และ 4.29 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.66 3.65 และ 3.49 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.39 4.11 และ 4.08 ตามลำดับ

**ตารางที่ 87** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	แปลผล	ดี	แปลผล	ดี	แปลผล	ดี	แปลผล	ดี	แปลผล	ดี
ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต	3.75	1	4.47	2	3.65	1	4.50	1	4.16	1
	มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มาก	
การชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิตมีความน่าสนใจน่าทดลอง	3.25	3	4.35	3	3.09	3	4.50	1	3.89	3
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		มาก	
สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก	3.75	1	4.59	1	3.56	2	4.17	3	4.13	2
	มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58		4.47		3.43		4.39		4.06	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 87 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.58 4.47 3.43 และ 4.39 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ ภายในประเทศหรือหาซื้อยาก และความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 รองลงมาคือ การชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความ น่าสนใจน่าทดลอง มีค่าเฉลี่ย 3.25

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก รองลงมาคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่าน อินเทอร์เน็ต และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีค่าเฉลี่ย 4.59 4.47 และ 4.35 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถ เลือกซื้อ และชำระได้ผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือ หาซื้อยาก และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีค่าเฉลี่ย 3.65 3.56 และ 3.09 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถ เลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่า ทดลอง มีค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน และสินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก มีค่าเฉลี่ย 4.17

**ตารางที่ 88** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตร เครดิต ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านราคา	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
	ดี	3	ดี	4	ดี	3	ดี	4	ดี	4
ราคาสินค้าถูกกว่าการซื้อโดยวิธีการอื่น	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
	3.00	3	3.35	3	2.65	4	2.83	2	3.03	3
ค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
	3.00	3	3.59	3	2.62	4	3.33	2	3.20	3
สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้จาก สถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต	มากที่สุด		มาก		มาก		มาก		มาก	
	4.50	1	4.29	1	4.18	1	4.33	1	4.29	1
ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการ โอนเงิน	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	
	3.50	2	4.12	2	3.00	2	3.33	2	3.60	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50		3.84		3.11		3.46		3.53	
	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 88 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี และอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านราคา ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.50 3.84 3.11 และ 3.46 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.50 และ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.29 และ 4.12 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.18 และ 3.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ และค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.33 เท่ากัน

**ตารางที่ 89** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย										
สามารถใช้ชำระค่าสินค้าได้ทั้งในประเทศ	3.50	5	4.18	3	3.94	3	4.17	2	4.03	3
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ไม่สามารถชำระค่าสินค้าได้โดยวิธีการอื่น	3.25	6	3.71	6	3.15	6	3.83	4	3.51	6
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
มีบริการจัดส่งถึงที่	4.50	1	3.88	5	3.26	4	3.67	6	3.73	5
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด	4.25	3	4.47	2	4.12	2	4.17	2	4.30	2
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้ทุกที่ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ (เช่น ผ่านโทรศัพท์มือถือ)	3.75	4	4.12	4	3.24	5	3.83	4	3.77	4
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.50	1	4.88	1	4.26	1	4.50	1	4.60	1
	มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96		4.21		3.66		4.03		3.99	
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 89 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 4.21 3.66 และ 4.03 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด มีค่าเฉลี่ย 4.25

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด และสามารถชำระค่าสินค้าได้ทั้งในประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.88 4.47 และ 4.18 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด และสามารถชำระค่าสินค้าได้ทั้งในประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.26 4.12 และ 3.94 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด และสามารถชำระค่าสินค้าได้ทั้งในประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.17 เท่ากัน

**ตารางที่ 90** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด										
สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต เช่นการสะสมแต้ม หรือของแถม	4.00	1	3.47	1	3.12	4	3.50	3	3.43	1
สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า เช่น ส่วนลด การค้า	3.50	2	3.47	1	3.24	2	3.33	4	3.38	2
มีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.00	3	3.41	3	3.18	3	3.83	1	3.37	3
มีการแนะนำให้ใช้จากผู้รู้จัก	3.00	3	3.12	4	3.29	1	3.83	1	3.27	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38		3.37		3.21		3.63		3.36	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 90 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวม



ในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.38 3.37 3.21 และ 3.63 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ ออกบัตรเครดิต หรือของแถม มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า มี ค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือ มีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต เกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต และมีการแนะนำให้ใช้ จากผู้ที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า และสิทธิ พิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.47 เท่ากัน รองลงมาคือ มีการ ประชาสัมพันธ์ หรือแผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่าน อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.41

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการแนะนำให้ใช้จากผู้ที่รู้จัก รองลงมาคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า และมีการประชาสัมพันธ์ หรือแผ่นพับจากสถาบันการเงินผู้ออก บัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.29 3.24 และ 3.18 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการแนะนำให้ใช้จากผู้ที่รู้จัก และมีการ ประชาสัมพันธ์ หรือแผ่นพับจากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่าน อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.50

**ตารางที่ 91** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคคล ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตร เครดิตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านบุคคล	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
	มาก	น้อย	มาก	น้อย	มาก	น้อย	มาก	น้อย	มาก	น้อย
สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บ	4.00	1	4.47	1	3.56	3	4.33	1	4.13	1
มาตรฐานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนรวดเร็วจาก	3.75	2	4.47	1	3.65	2	4.17	2	4.10	2
เว็บมาตรฐานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ชอบความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้า	3.25	3	4.35	3	3.09	4	3.83	4	3.78	4
ไม่ต้องติดต่อพนักงาน	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ถูกค่าหรือผู้รับ ไม่มีเวลาในการชำระ	3.25	3	4.18	4	3.68	1	4.00	3	3.90	3
สินค้าโดยวิธีอื่น	ปานกลาง		มาก		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.56		4.37		3.49		4.08		3.98	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 91 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยด้านบุคคลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก

ยกเว้นผู้ที่มียอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.56 4.37 3.49 และ 4.08 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บ มาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ตลอดเวลา และได้ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ 3.75 ตามลำดับ รองลงมาคือ ชอบความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้า ไม่ต้องติดต่อพนักงาน และลูกค้าหรือผู้รับ ไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดยวิธีอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บ มาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ตลอดเวลา และได้ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 4.47 เท่ากัน รองลงมาคือ ชอบความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้า ไม่ต้อง ติดต่อพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ลูกค้าหรือผู้รับไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดย วิธีอื่น รองลงมาคือ ได้ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และได้ ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 3.68 3.65 และ 3.56 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ตลอดเวลา รองลงมาคือ ได้ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ ที่เกี่ยวข้อง และลูกค้าหรือผู้รับ ไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดยวิธีอื่น มี มีค่าเฉลี่ย 4.33 4.17 และ 4.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ
ได้รับสินค้าเร็วกว่าการชำระเงิน โดยวิธีอื่น	3.25	7	3.82	5	2.62	7	3.17	6	3.30	7
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ	4.25	2	4.29	4	3.62	3	4.33	2	4.10	3
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ	4.50	1	4.53	2	4.12	1	4.50	1	4.40	2
	มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มาก	
สามารถชำระ เงินสกุลต่างประเทศได้	3.50	6	4.41	3	3.59	4	4.33	2	4.06	4
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
มีความมั่นใจ ด้านความถูกต้องแม่นยำในการชำระค่าสินค้า	3.75	4	3.65	7	3.09	6	3.83	5	3.52	5
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
มีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ เช่น การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า	3.75	4	3.71	6	3.26	5	3.17	6	3.50	6
	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า	4.25	2	4.76	1	4.09	2	4.17	4	4.42	1
	มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89		4.17		3.48		3.93		3.90	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 92 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.89 4.17 3.48 และ 3.93 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือ มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ และมีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า และมีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้ามากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 และ 4.53 ตามลำดับ รองลงมาคือ และสามารถชำระ เงินสกุลต่างประเทศได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้ำ มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ รองลงมาคือ มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้ำ และมีความสะดวกในการชำระค่าสินค้ำมากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.12 4.09 และ 3.62 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้ำ มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือ มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้ำมากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ และสามารถชำระเงินสกุลต่างประเทศได้ มีค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน

**ตารางที่ 93** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการชำระค่าสินค้ำผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ										
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ	4.25	1	4.65	1	3.82	1	4.17	2	4.29	1
เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ำมากพอสำหรับการตัดสินใจ	4.00	3	4.29	2	3.56	2	4.33	1	4.05	2
เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ำมีความละเอียดเข้าใจง่าย	4.25	1	3.94	3	3.56	2	3.83	3	3.84	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17		4.29		3.65		4.11		4.06	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 93 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพต่อการชำระค่าสินค้ำผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 4.29 3.65 และ 4.11 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ำมีความละเอียดเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน รองลงมาคือ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ำมากพอสำหรับการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมาคือ เว็บไซต์ที่มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ และเว็บไซต์ที่มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.29 และ 3.94 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ เว็บไซต์ที่มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ และเว็บไซต์ที่มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.56 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ เว็บไซต์ที่มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ รองลงมาคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ และเว็บไซต์ที่มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.33 4.17 และ 3.83 ตามลำดับ

**ตารางที่ 94** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั่วไปที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล	ดี	แปลผล	ดี	แปลผล	ดี	แปลผล	ดี	แปลผล	ดี
ปัจจัยทั่วไป										
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	4.16 มาก	1	3.99 มาก	2	4.48 มาก	1	4.16 มาก	1	4.22 มาก	1
ปัจจัยด้านการบริการ	3.99 มาก	2	3.62 มาก	3	4.00 มาก	3	4.10 มาก	2	3.93 มาก	3
ปัจจัยด้านราคา	3.97 มาก	3	4.14 มาก	1	4.10 มาก	2	4.00 มาก	4	4.06 มาก	2
ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค	3.66 มาก	4	3.39 ปานกลาง	4	3.96 มาก	4	4.01 มาก	3	3.76 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 มาก		3.78 มาก		4.13 มาก		4.07 มาก		3.99 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 94 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.94 3.78 4.13 และ 4.07 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.16 3.99 และ 3.97 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.14 3.99 และ 3.62 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.48 4.10 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.16 4.10 และ 4.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความปลอดภัยต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
เว็บไซต์ส่วนใหญ่ไม่น่าเชื่อถือ	3.96	7	3.94	5	3.96	8	3.94	8	3.95	7
ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า เช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขบัตรเครดิตประจำตัว	4.19	4	4.17	3	4.78	1	4.38	2	4.41	3
ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า	4.25	3	4.28	2	4.78	1	4.31	3	4.43	2
ไม่มั่นใจในด้านการถูกคุกคามจากภายนอก (Hacker)	4.13	5	3.83	6	4.57	4	4.06	5	4.18	5
ผู้ขายอาจสามารถหักค่าสินค้าได้มากกว่าราคาสินค้าที่แท้จริง	4.37	1	4.00	4	4.57	4	4.00	6	4.26	4
ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร	4.37	1	4.33	1	4.70	3	4.44	1	4.48	1
มีความยุ่งยาก และใช้เวลานานในการแก้ไขธุรกรรมที่ไม่ถูกต้อง	4.13	5	3.50	8	4.13	7	4.00	6	3.95	7
ขาดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	3.85	8	3.83	6	4.39	6	4.19	4	4.09	6
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16		3.99		4.48		4.16		4.22	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 95 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.16 3.99 4.48 และ 4.16 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ผู้ขายอาจสามารถหักค่าสินค้าได้มากกว่าราคาสินค้าที่แท้จริง และไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีค่าเฉลี่ย 4.37 เท่ากัน รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า และไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.25 และ 4.19 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า และไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.33 4.28 และ 4.17 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า และไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.78 เท่ากัน รองลงมาคือ ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า และไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.44 4.38 และ 4.31 ตามลำดับ

**ตารางที่ 96** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการบริการต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยผู้ใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอายุ

ปัจจัยด้านการบริการ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน เช่น หากเกิดสินค้าชำรุดระหว่างการขนส่ง	4.54	1	4.00	1	4.39	1	4.31	1	4.31	1
ใช้เวลาในการโหลดข้อมูลนานเกินไป	3.83	5	3.56	4	3.70	6	3.88	7	3.73	6
ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า (เช่น สินค้าสูญหาย)	4.19	2	3.72	2	4.22	2	4.13	4	4.07	2
ไม่ได้สินค้าทันที เมื่อได้ชำระค่าสินค้าแล้ว	4.00	4	3.39	6	3.91	5	4.00	5	3.83	5
วิธีซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความยุ่งยาก	3.60	7	3.72	2	3.57	7	3.94	6	3.69	7
ผู้ชายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้ชายได้รับสินค้า	3.73	6	3.39	6	4.09	4	4.25	2	3.87	4
ไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน	4.02	3	3.56	4	4.13	3	4.19	3	3.98	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99		3.62		4.00		4.10		3.93	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 96 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อบริการด้านการบริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.99 3.62 4.00 และ 4.10 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน รองลงมาคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า และไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.54 4.19 และ 4.02 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ในนโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า และวิธีซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 เท่ากัน

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีให้ความสำคัญอันดับแรกคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน รองลงมาคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า และไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.39 4.22 และ 4.13 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน รองลงมาคือ ผู้ขายได้รับคำสั่งซื้อ ก่อนผู้ซื้อได้รับสินค้า และไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.31 4.25 และ 4.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 97 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาต่อการชำระคำสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ไม่สามารถต่อราคาได้ทันทีทันที	4.31	1	4.44	1	4.35	1	4.50	1	4.39	1
ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น	3.77	4	4.17	2	3.96	3	3.69	4	3.91	4
ราคาสินค้าไม่แน่นอน	3.85	3	4.00	3	4.13	2	4.00	2	4.00	2
มักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง	3.96	2	3.94	4	3.96	3	3.81	3	3.92	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97		4.14		4.10		4.00		4.06	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 97 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อบริการด้านการบริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.97 4.14 4.10 และ 4.00 ตามลำดับ



ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันทีทันที  
รองลงมาคือ มักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง และราคาสินค้าไม่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 4.31 3.96 และ 3.85  
ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันทีทันที  
รองลงมาคือ ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น และราคาสินค้าไม่แน่นอน  
มีค่าเฉลี่ย 4.44 4.17 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันที  
คือ ราคาสินค้าไม่แน่นอน และมักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง มีค่าเฉลี่ย 4.35 4.00 และ 3.96  
ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันที  
มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาสินค้าไม่แน่นอน และมักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง  
มีค่าเฉลี่ย 4.50 4.00 และ 3.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 98 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าผ่าน  
อินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี		25-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ ต้องการ	4.02	2	3.44	3	4.13	2	4.25	2	3.96	2
	มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก	
ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติ มากกว่า เช่น ได้รับสินค้าทันทีที่ซื้อ	4.08	1	3.67	1	4.26	1	4.31	1	4.09	1
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ชอบเลือกซื้อสินค้าในแหล่งอื่นมากกว่า เช่น ผ่านโทรทัศน์ หรือ ผ่านแคตตาล็อก	3.38	4	3.22	4	3.48	5	3.75	4	3.45	5
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
ไม่มีสิทธิพิเศษอื่นๆ เมื่อใช้บัตรเครดิต ชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.31	5	2.94	5	3.78	4	3.75	4	3.46	4
	ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		มาก		ปานกลาง	
ไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายอื่น	3.50	3	3.67	1	4.13	2	4.00	3	3.84	3
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66		3.39		3.96		4.01		3.76	
	มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 98 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญ  
ต่อปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภคในระดับมาก ยกเว้น ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญระดับ  
ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.66 3.39 3.96 และ 4.01 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า รองลงมาคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.08 4.02 และ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.67 เท่ากัน รองลงมาคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และชอบเลือกซื้อสินค้าในแหล่งอื่นมากกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.44 และ 3.22 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.13 เท่ากัน อันดับถัดมาคือ ไม่มีสิทธิพิเศษอื่นๆ เมื่อใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.78

ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า รองลงมาคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.31 4.25 และ 4.00 ตามลำดับ

**ตารางที่ 99** แสดงความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ความจำเป็น	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็น	42	65.62	78	74.29	70	67.96	36	67.96	226	66.86
ไม่จำเป็น	22	34.38	27	25.71	33	32.04	30	45.45	112	33.14
รวม	64	100.00	105	100.00	103	100.00	66	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 99 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26-30 ปี อายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่ามีความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 65.62 74.29 67.96 และ 67.96 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีความเห็นว่าไม่มีความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 34.38 25.71 32.04 และ 45.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 100 แสดงระดับความพอใจกับระบบการรับชำระ สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต  
ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ระดับ ความ พอใจ	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	3	4.69	6	5.71	3	2.91	6	9.09	18	5.32
มาก	3	4.69	21	20.00	7	6.80	6	9.09	37	10.95
ปานกลาง	31	48.44	60	57.14	54	52.43	42	63.64	187	55.33
น้อย	6	9.37	12	11.44	33	32.04	9	13.64	60	17.75
ไม่พอใจ	21	32.81	6	5.71	6	5.82	3	4.54	36	10.65
รวม	64	100.00	105	100.00	103	100.00	66	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 100 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26-30 ปี อายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพอใจกับระบบการรับชำระสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตตรงกันในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.44 57.14 52.43 และ 63.64 ตามลำดับ รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีมีความพอใจกับระบบการรับชำระ สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตระดับ ไม่พอใจ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีมีความพอใจ ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.81 และ 20.00 ตามลำดับ ผู้ที่มีอายุ อายุ 31-40 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไปมีความพอใจ ระดับน้อยเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 32.04 และ 13.64 ตามลำดับ

**ตารางที่ 101** แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อควรปรับปรุงในการรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้  
บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ข้อควรปรับปรุง	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		40 ปีขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งข้อมูล ความเข้าใจเกี่ยวกับการชำระเงิน	12	18.75	18	17.14	6	5.82	9	13.64	45	13.31
ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร	22	34.37	33	31.43	33	32.04	21	31.82	109	32.25
ผู้ขายควรได้รับเงินภายหลังการที่ส่งสินค้าแล้ว	12	18.75	6	5.72	13	12.62	3	4.54	34	10.06
สามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้	3	4.69	27	25.71	21	20.39	6	9.09	57	16.86
มีระบบการคืนสินค้าเมื่อสินค้าไม่ตรงตามรายการหรือรายละเอียดที่ระบุไว้	6	9.38	0	0.00	6	5.82	6	9.09	18	5.33
ควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค	9	14.06	21	20.00	24	23.31	21	31.82	75	22.19
รวม	64	100.00	105	100.00	103	100.00	66	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 101 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี อายุ 26-30 ปี และอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันเกี่ยวกับข้อควรปรับปรุงในการรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตคือ ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร คิดเป็นร้อยละ 34.37 31.43 และ 32.04 ตามลำดับ ผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่เห็นว่าข้อควรปรับปรุงคือ ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร และควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 31.82 เท่ากัน

ตารางที่ 102 แสดงระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ระยะเวลาการใช้ อินเทอร์เน็ต	รายได้ต่อเดือน												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	38	31.40	19	23.17	12	21.05	9	20.00	0	0.00	3	14.29	81	23.96
1-3 ปี	35	28.93	16	19.51	15	26.32	18	40.00	3	25.00	6	28.57	93	27.51
มากกว่า 3 ปี	48	39.67	47	57.32	30	52.63	18	40.00	9	75.00	12	57.14	164	48.52
รวม	121	100.00	82	100.00	57	100.00	45	100.00	12	100.00	21	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 102 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกันคือ มีระยะเวลาการใช้ มากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.67 57.32 52.63 40.00 75.00 และ 57.14 ตามลำดับ รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท มีระยะเวลาการใช้ น้อยกว่า 1 ปีเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 28.93 และ 19.51 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีระยะเวลาการใช้ 1-3 ปีเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 26.32 40.00 25.00 และ 28.57 ตามลำดับ อันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001-15,000 บาทคือ มีระยะเวลาการใช้ น้อยกว่า 1 ปีเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 31.40 และ 23.17 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีระยะเวลาการใช้ 1-3 ปีเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 21.05 20.00 และ 14.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 103 แสดงความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	รายได้ต่อเดือน												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	15	12.40	18	21.95	9	15.79	0	0.00	3	25.00	0	0.00	45	13.31
วันละครั้ง	29	23.97	23	28.05	12	21.05	18	40.00	3	25.00	9	42.86	94	27.81
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	31	25.62	20	24.39	21	36.84	18	40.00	0	0.00	9	42.86	99	29.29
เดือนละ 2-4 ครั้ง	46	38.01	21	25.61	15	26.32	9	20.00	6	50.00	3	20.00	100	29.59
รวม	121	100.00	82	100.00	57	100.00	45	100.00	12	100.00	21	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 103 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกันคือ เดือนละ 2-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.01 และ 50.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ วันละครั้ง ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.05 และ 36.84 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกันคือ วันละครั้ง และสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.00 เท่ากัน และร้อยละ 42.86 เท่ากัน ตามลำดับ รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.62 ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีความถี่ในการใช้เหมือนคือ เดือนละ 2-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.61 26.32 20.00 และ 20.00 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท มีความถี่ในการใช้ มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน และวันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.00 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกันคือ วันละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.97 และ 21.05 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาทมีความถี่ในการใช้ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.39

ตารางที่ 104 แสดงเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

เวลาเฉลี่ยในการใช้ อินเทอร์เน็ต	รายได้ต่อเดือน												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	42	34.71	24	29.27	18	31.58	18	40.00	6	50.00	3	14.29	111	32.84
1-2 ชั่วโมง	49	40.49	33	40.24	24	42.11	21	46.66	6	50.00	9	42.85	142	42.01
2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง	12	9.92	19	23.17	12	21.05	3	6.67	0	0.00	6	28.57	52	15.38
3 ชั่วโมงขึ้นไป -5 ชั่วโมง	6	4.96	0	0.00	3	5.26	3	6.67	0	0.00	3	14.29	15	4.44
มากกว่า 5 ชั่วโมง	12	9.92	6	7.32	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	18	5.33
รวม	121	100.00	82	100.00	57	100.00	45	100.00	12	100.00	21	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 104 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้งเช่นเดียวกันคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.49 40.24 42.11 46.66 และ 42.85 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 50.00 เท่ากัน รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท, และ 20,001-25,000 บาท มีเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง น้อยกว่า 1 ชั่วโมงเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 34.71 29.27 31.58 และ 40.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้ง 2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.57 อันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง 2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง และมากกว่า 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.92 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท มีเวลาเฉลี่ยที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้งเช่นเดียวกันคือ 2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23.17 และ 21.05 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้ง 2 ชั่วโมงขึ้นไป -3 ชั่วโมง และ 3 ชั่วโมงขึ้นไป -5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 6.67

ตารางที่ 105 แสดงสถานที่ใช้อินเตอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

สถานที่ใช้อินเตอร์เน็ต	รายได้ต่อเดือน												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บ้านพัก	67	55.37	46	56.10	21	36.84	33	73.33	3	25.00	12	57.14	182	53.85
ที่ทำงาน	20	16.53	28	34.15	30	52.63	12	26.67	9	75.00	6	28.57	105	31.06
ร้านค้าที่ให้บริการอินเตอร์เน็ต	31	25.62	8	9.76	6	10.53	0	0.00	0	0.00	3	14.29	48	14.20
สถานศึกษา	3	2.48	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	0.89
รวม	121	100.00	82	100.00	57	100.00	45	100.00	12	100.00	21	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 105 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้อินเตอร์เน็ตที่บ้านพักเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 55.37 56.10 73.33 และ 57.14 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ ใช้อินเตอร์เน็ตที่ทำงานเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 52.63 และ 75.00 ตามลำดับ รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทใช้อินเตอร์เน็ตที่ร้านค้าที่ให้บริการอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 25.62 ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ใช้อินเตอร์เน็ตที่ทำงานเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 34.15 26.67 และ 28.57 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ใช้อินเตอร์เน็ตที่บ้านพักเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 36.84 และ 25.00 ตามลำดับ อันดับสาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานที่ใช้อินเตอร์เน็ตแตกต่างกันคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10 000 บาท ใช้อินเตอร์เน็ตที่ทำงาน ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ใช้อินเตอร์เน็ตที่ร้านค้าที่ให้บริการอินเตอร์เน็ตเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 9.76 10.53 และ 14.29 ตามลำดับ



ตารางที่ 106 แสดงประสพการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ประสพการณ์	รายได้ต่อเดือน												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	16	13.22	27	32.93	6	10.53	3	6.67	3	25.00	9	42.86	64	18.93
ไม่เคย	105	86.78	55	67.07	51	89.47	42	93.33	9	75.00	12	57.14	274	81.07
รวม	121	100.00	82	100.00	57	100.00	45	100.00	12	100.00	21	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 106 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่เช่นเดียวกันคือ ไม่เคยมีประสพการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 86.78 67.07 89.47 93.33 75.00 และ 57.14 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่เคยมีประสพการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 13.22 32.93 10.53 6.67 25.00 และ 42.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 107 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ
ปัจจัยทางด้านเนื้อหา (Content)	4.28	3	3.98	2	4.75	2	4.75	2	3.50	3	4.00	3	4.14	2
	มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางการค้า (Commerce)	4.16	4	3.90	3	4.30	4	4.00	4	3.00	5	3.67	5	3.93	5
	มาก		มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร (Communication)	4.34	2	3.69	5	4.63	3	4.50	3	3.50	3	3.75	4	3.98	3
	มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางด้านชุมชน (Community)	3.79	6	3.79	4	4.00	5	5.00	1	4.00	2	4.33	2	3.95	4
	มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยทางด้านความสะดวก (Convenience)	4.55	1	4.20	1	4.88	1	4.00	4	4.75	1	4.50	1	4.41	1
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก	
ปัจจัยทางการแข่งขัน (Competition)	4.11	5	3.36	6	3.30	6	3.00	6	2.80	6	3.67	5	3.54	6
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21		3.82		4.31		4.21		3.59		3.99		3.99	
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 107 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.21 3.82 4.31 4.21 3.59 และ 3.99 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้าน การติดต่อสื่อสาร และปัจจัยทางด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.55 4.34 และ 4.28 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา และปัจจัยทางด้าน การค้า มีค่าเฉลี่ย 4.20 3.98 และ 3.90 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา และปัจจัยทางด้าน การติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 4.88 4.75 และ 4.63 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านชุมชน รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา และปัจจัยทางด้าน การติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 5.00 4.75 และ 4.50 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้าน มีค่าเฉลี่ย 4.75 และ 4.00 ตามลำดับ อันดับสามเท่ากันคือ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา และปัจจัยทางด้าน การติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยทางด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านชุมชน และปัจจัยทางด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.50 4.33 และ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 108 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านเนื้อหาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน	4.38	3	4.48	1	5.00	1	5.00	1	4.00	1	4.67	1	4.53	1
	มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด	
ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย	4.56	1	4.11	2	5.00	1	5.00	1	4.00	1	4.00	3	4.33	2
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
มีข้อมูลการวิจารณ์สินค้าจากผู้ที่เคยใช้แล้ว	3.63	4	3.33	4	4.50	3	4.00	4	3.00	3	3.00	4	3.48	4
	มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.56	1	4.00	3	4.50	3	5.00	1	3.00	3	4.33	2	4.23	3
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		ปานกลาง		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.28		3.98		4.75		4.75		3.50		4.00		4.14	
	มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 108 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 25,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ ปัจจัยทางด้านเนื้อหาต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.28 3.98 3.50 และ 4.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.56 เท่ากัน รองลงมาคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน และมีข้อมูลการวิจารณ์สินค้าจากผู้ที่เคยใช้แล้ว มีค่าเฉลี่ย 4.38 และ 3.63 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน รองลงมาคือ ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.48 4.11 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ อันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน และข้อมูลมีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ มีความสำคัญเท่ากันสองปัจจัยคือ มีข้อมูลการวิจารณ์สินค้าจากผู้ที่เคยใช้แล้ว และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยโดยอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ มีข้อมูลการวิจารณ์สินค้า จากผู้ที่เคยใช้แล้ว มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน และข้อมูลมีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน รองลงมาคือ มีข้อมูลการวิจารณ์สินค้าจากผู้ที่เคยใช้แล้ว และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน รองลงมาคือ มีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และข้อมูลมีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.67 4.33 และ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 109 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางการค้า ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อื่น	ค่าเฉลี่ย	อื่น	ค่าเฉลี่ย	อื่น	ค่าเฉลี่ย	อื่น	ค่าเฉลี่ย	อื่น	ค่าเฉลี่ย	อื่น	ค่าเฉลี่ย	อื่น
	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ	แปลผล	คืบ
มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ เช่นการประมูล	3.75	5	3.52	4	4.50	1	5.00	1	3.00	2	2.67	5	3.59	4
	มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	
สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น	4.19	3	3.93	3	4.00	4	4.00	2	3.00	2	4.00	2	3.97	3
	มาก		มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
มีการขายสินค้าทั้งแบบขายปลีกและขายส่ง	4.19	3	3.22	5	4.00	4	3.00	5	2.00	5	3.33	4	3.48	5
	มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง	
สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.31	2	4.48	1	4.50	1	4.00	2	3.00	2	4.00	2	4.28	2
	มาก		มาก		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต	4.38	1	4.33	2	4.50	1	4.00	2	4.00	1	4.33	1	4.33	1
	มาก		มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16		3.90		4.30		4.00		3.00		3.67		3.93	
	มาก		มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 109 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญปัจจัยทางการค้าต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.16 3.90 4.30 4.00. 3.00 และ 3.67 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.38 และ 4.31 ตามลำดับ และอันดับถัดมาเท่ากันสองปัจจัยคือ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น และมีการขายสินค้าทั้ง แบบขายปลีก และขายส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.19 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รองลงมาคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต และสินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.48 4.33 และ 3.93 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และมีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น และมีการขายสินค้าทั้ง แบบขายปลีก และขายส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และมีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น และสินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น และสินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

ตารางที่ 110 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสารต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
ปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสาร	4.75	1	4.07	2	5.00	1	5.00	1	4.00	2	4.33	1	4.41	1
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.69	2	4.37	1	5.00	1	5.00	1	5.00	1	3.00	4	4.38	2
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		ปานกลาง		มาก	
สามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ เช่น ติดต่อผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	4.00	3	3.15	4	4.00	4	4.00	3	2.00	4	4.00	2	3.55	4
	มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		น้อย		มาก		มาก	
สามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร	3.94	4	3.19	3	4.50	3	4.00	3	3.00	3	3.67	3	3.59	3
	มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34		3.69		4.63		4.50		3.50		3.75		3.98	
	มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 110 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว มีความสำคัญระดับมาก และสามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.37 4.07 และ 3.19 ตามลำดับ



ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสองปัจจัยคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว และสามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสำคัญระดับมากที่สุดเท่ากัน และมีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง มีความสำคัญระดับมากที่สุด และสามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.50 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ ความสำคัญ อันดับแรกสองปัจจัยคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว และสามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสำคัญระดับมากที่สุดเท่ากัน และมีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ และสามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง มีความสำคัญระดับมากเท่ากัน และมีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว มีความสำคัญระดับมาก และสามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 5.00 4.00 และ 3.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ และสามารถติดต่อผู้ขายได้หลายช่องทาง มีความสำคัญระดับมากทั้งหมด มีค่าเฉลี่ย 4.33 4.00 และ 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 111 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านชุมชนต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน
	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ
ปัจจัยทางด้านชุมชน														
สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ เช่น การวิจารณ์สินค้าผ่านกระดานข่าว	4.00 มาก	1	3.74 มาก	3	4.00 มาก	1	5.00 มากที่สุด	1	4.00 มาก	1	4.67 มากที่สุด	1	4.03 มาก	1
สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น หรือผู้ที่มีความรู้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า	3.63 มาก	3	3.85 มาก	1	4.00 มาก	1	5.00 มากที่สุด	1	4.00 มาก	1	4.33 มาก	2	3.94 มาก	2
มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย	3.75 มาก	2	3.78 มาก	2	4.00 มาก	1	5.00 มากที่สุด	1	4.00 มาก	1	4.00 มาก	3	3.89 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 มาก		3.79 มาก		4.00 มาก		5.00 มากที่สุด		4.00 มาก		4.33 มาก		3.95 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 111 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญปัจจัยทางด้านชุมชนต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีอายุ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.79 3.79 4.00 5.00 4.00 และ 4.33 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านชุมชนอันดับแรก คือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ รองลงมาคือ มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย และสามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 3.75 และ 3.63 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า รองลงมาคือ มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 3.78 และ 3.74 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท มีความเห็นตรงกันในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านชุมชนในอันดับเท่ากันคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ต่อ สินค้า หรือการ บริการ ได้ สามารถ สอบถาม ข้อมูล จาก ผู้ ขาย อื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า และมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีความสำคัญระดับมากที่สุด และมาก ตามลำดับ มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน 5.00 เท่ากัน และ 4.00 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า และมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 4.33 และ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 112 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านความสะดวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยทางด้านความสะดวก	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.63	1	4.41	1	5.00	1	3.00	3	5.00	1	4.00	4	4.42	2
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		ปานกลาง		มากที่สุด		มาก		มาก	
สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ	4.44	4	4.22	2	5.00	1	3.00	3	5.00	1	4.33	3	4.34	4
	มาก		มาก		มากที่สุด		ปานกลาง		มากที่สุด		มาก		มาก	
สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี เช่น โอนเงินผ่านธนาคาร การใช้บัตรเครดิต	4.56	2	3.96	4	5.00	1	5.00	1	4.00	4	4.67	2	4.36	3
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มาก	
สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้	4.56	2	4.22	2	4.50	4	5.00	1	5.00	1	5.00	1	4.52	1
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.55		4.20		4.88		4.00		4.75		4.50		4.41	
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 112 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท 15,001-20,000 บาท 25,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยทางด้านความสะดวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 4.88 4.75 และ 4.50 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านความสะดวกโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านความสะดวก อันดับแรกคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีความสำคัญระดับมากที่สุดเท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 4.56 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสามปัจจัยคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ และสามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี มีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีความสำคัญระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.50

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสองปัจจัยคือ สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสามปัจจัยคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ รองลงมาคือ สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี มีความสำคัญระดับมากที่สุด และสามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 5.00 4.67 และ 4.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 113 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านการแข่งขันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ปัจจัยทางด้านการแข่งขัน	รายได้		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ	แปลผล	ค้ำ
มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	4.00	3	3.52	2	3.50	1	3.00	1	3.00	2	4.33	1	3.70	1
	มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		มาก	
มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล	3.63	5	3.52	2	3.50	1	3.00	1	3.00	2	3.67	3	3.52	4
	มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		มาก	
ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	4.00	3	3.15	4	3.50	1	3.00	1	4.00	1	4.00	2	3.55	3
	มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก	
สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขาย แต่ละรายได้	4.38	2	3.81	1	3.00	4	3.00	1	2.00	4	3.33	4	3.69	2
	มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		น้อย		ปานกลาง		มาก	
ได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือรายละเอียดของสินค้าจากผู้ขาย	4.56	1	2.78	5	3.00	4	3.00	1	2.00	4	3.00	5	3.25	5
	มากที่สุด		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11		3.36		3.30		3.00		2.80		3.67		3.54	
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 113 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยทางด้านการแข่งขันต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 และ 3.67 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมระดับปานกลาง

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการแข่งขันอันดับแรกคือ ได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือรายละเอียดของสินค้า จากผู้ขาย มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขาย แต่ละรายได้ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.56 และ 4.38 ตามลำดับ อันดับถัดมาเท่ากันสองปัจจัยคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขาย แต่ละรายได้ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และมีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีความสำคัญระดับมากเท่ากัน และมีค่าเฉลี่ย 3.52 เท่ากัน อันดับถัดมาคือ ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ย 3.15

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสามปัจจัยคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล และได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน รองลงมาคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขาย แต่ละรายได้ และได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือรายละเอียดของสินค้า จากผู้ขาย มีความสำคัญระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการแข่งขันทุกอันดับเท่ากันคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขาย แต่ละรายได้ และได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือรายละเอียดของสินค้า จากผู้ขายมีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และมีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ อันดับถัดมาเท่ากันสองปัจจัยคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขาย แต่ละรายได้ และได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือรายละเอียดของสินค้า จากผู้ขาย มีความสำคัญระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และมีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 4.00 และ 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 114 แสดงความสนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ความสนใจ	รายได้ต่อเดือน												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	36	29.75	31	37.80	24	42.11	9	20.00	6	50.00	9	42.86	115	34.02
ไม่สนใจ	85	70.25	51	62.20	33	57.89	36	80.00	6	50.00	12	57.14	223	65.98
รวม	121	100.00	82	100.00	57	100.00	45	100.00	12	100.00	21	100.00	338	100.00

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 114 พบว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันคือ ไม่มีความสนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 70.25 62.20 57.89 80.00 และ 57.14 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นเท่ากันคือ ทั้ง สนใจ และไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 50.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ที่มีความสนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 29.75 37.80 42.11 20.00 และ 42.86 ตามลำดับ



ตารางที่ 115 แสดงค่าเฉลี่ยของความสนใจในประเภทของสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ
หนังสือ	3.50 มาก	8	3.68 มาก	5	2.88 ปานกลาง	11	4.00 มาก	1	3.00 ปานกลาง	7	4.00 มาก	5	3.47 ปานกลาง	5
ตัวภาพยนตร์	3.33 ปานกลาง	12	3.00 ปานกลาง	10	3.00 ปานกลาง	8	3.33 ปานกลาง	6	2.50 ปานกลาง	11	3.33 ปานกลาง	9	3.13 ปานกลาง	11
เพลง ที่บรรจุนใน สื่อชนิดต่างๆ เช่น วีซีดี หรือ ดีวีดี	3.67 มาก	3	3.19 ปานกลาง	9	2.88 ปานกลาง	11	3.33 ปานกลาง	6	2.50 ปานกลาง	11	4.00 มาก	5	3.31 ปานกลาง	8
ภาพยนตร์ ที่บรรจุนใน สื่อชนิด ต่างๆ เช่น วีซีดี หรือ ดีวีดี	3.67 มาก	3	3.52 มาก	7	3.13 ปานกลาง	7	3.33 ปานกลาง	6	2.50 ปานกลาง	11	3.00 ปานกลาง	11	3.37 ปานกลาง	6
ดอกไม้	2.50 ปานกลาง	16	2.94 ปานกลาง	11	1.75 น้อย	16	2.00 น้อย	18	4.00 มาก	5	2.33 น้อย	14	2.49 น้อย	15
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	3.58 มาก	6	3.45 ปานกลาง	8	3.25 ปานกลาง	6	2.67 ปานกลาง	15	3.00 ปานกลาง	7	2.67 ปานกลาง	13	3.30 ปานกลาง	9
เครื่องใช้ไฟฟ้า	3.50 มาก	8	2.87 ปานกลาง	13	3.00 ปานกลาง	8	3.00 ปานกลาง	11	3.00 ปานกลาง	7	1.67 น้อย	16	3.02 ปานกลาง	13
เสื้อผ้าเครื่องประดับ	3.00 ปานกลาง	13	2.58 ปานกลาง	15	2.13 น้อย	14	2.33 น้อย	17	4.50 มากที่สุด	2	3.67 มาก	8	2.78 ปานกลาง	14

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

ตารางที่ 115 แสดงค่าเฉลี่ยของความสนใจในประเภทของสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้(ต่อ)

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ
ยารักษาโรค	2.25 น้อย	17	1.90 น้อย	17	1.75 น้อย	16	3.00 ปานกลาง	11	2.00 น้อย	14	1.00 น้อยที่สุด	17	2.00 น้อย	17
อาหาร เครื่องดื่ม	1.92 น้อย	18	1.58 น้อย	18	1.63 น้อย	18	3.00 ปานกลาง	11	1.50 น้อย	17	1.00 น้อยที่สุด	17	1.76 น้อย	18
ภาพยนตร์ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	3.50 มาก	8	3.58 มาก	6	3.38 ปานกลาง	5	3.00 ปานกลาง	11	2.00 น้อย	14	3.33 ปานกลาง	9	3.37 ปานกลาง	6
เพลงที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	3.67 มาก	3	3.87 มาก	4	3.50 มาก	4	3.33 ปานกลาง	6	4.00 มาก	5	3.00 ปานกลาง	11	3.63 มาก	4
โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต	3.58 มาก	6	4.10 มาก	2	3.63 มาก	3	3.67 มาก	5	5.00 มากที่สุด	1	4.33 มาก	4	3.87 มาก	3
ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (เช่น ข้อมูลหุ้น)	2.75 ปานกลาง	14	2.74 ปานกลาง	14	3.00 ปานกลาง	8	3.33 ปานกลาง	6	3.00 ปานกลาง	7	5.00 มากที่สุด	1	3.03 ปานกลาง	12
สำรองตัวเดินทาง (เช่น เครื่องบิน รถโดยสาร)	4.25 มาก	1	4.00 มาก	3	3.88 มาก	1	4.00 มาก	1	4.50 มากที่สุด	2	4.67 มากที่สุด	2	4.13 มาก	2
สำรองที่พักหรือโรงแรม	4.25 มาก	1	4.19 มาก	1	3.75 มาก	2	4.00 มาก	1	4.50 มากที่สุด	2	4.67 มากที่สุด	2	4.16 มาก	1
บริการโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศผ่านอินเทอร์เน็ต	3.42 ปานกลาง	11	2.90 ปานกลาง	12	2.75 ปานกลาง	13	4.00 มาก	1	2.00 น้อย	14	4.00 มาก	5	3.16 ปานกลาง	10
บริการเช่ารถ	2.75 ปานกลาง	14	2.00 น้อย	16	1.88 น้อย	15	2.67 ปานกลาง	15	1.50 น้อย	17	2.00 น้อย	15	2.23 น้อย	16

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 115 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้โดยรวมมีความสนใจในประเภทของสินค้า อันดับแรกคือ สำรองที่พักหรือโรงแรม รองลงมาคือ สำรองตั๋วเครื่องบิน และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 4.13 และ 3.87 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความสนใจในประเภทของสินค้า อันดับแรกคือ สำรองตั๋วเครื่องบิน และสำรองที่พักหรือโรงแรม มีความสำคัญ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน รองลงมาคือ เพลง ที่บรรจุใน สื่อชนิดต่างๆ และเพลง ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความสนใจในประเภทของสินค้า อันดับแรกคือ สำรองที่พักหรือโรงแรม รองลงมาคือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 และ 4.10 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความสนใจในประเภทของสินค้าอันดับแรกคือ สำรองตั๋วเครื่องบิน รองลงมาคือ สำรองที่พักหรือโรงแรม และ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 3.75 และ 3.63 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความสนใจในประเภทของสินค้าอันดับแรกคือ หนังสือ สำรองตั๋วเครื่องบิน สำรองที่พักหรือโรงแรม และบริการโทรศัพท์ทางไกลต่างประเทศผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน รองลงมาคือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท มีความสนใจในประเภทของสินค้าอันดับแรกคือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่สามารถดาวน์โหลดได้บนอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือ เสื้อผ้า/เครื่องประดับ สำรองตั๋วเครื่องบิน และสำรองที่พักหรือโรงแรม มีความสำคัญระดับมากที่สุดเท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 4.50

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีความสนใจในประเภทของสินค้าอันดับแรกคือ ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือ สำรองตั๋วเครื่องบิน และสำรองที่พักหรือโรงแรม มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากัน

ตารางที่ 116 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมทางการตลาด ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ส่วนประสมทางการตลาด	แปดผล		แปดผล		แปดผล		แปดผล		แปดผล		แปดผล		แปดผล	
	อันดับ		อันดับ		อันดับ		อันดับ		อันดับ		อันดับ		อันดับ	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.08	4	4.12	2	3.88	1	4.33	4	3.83	2	4.11	4	4.06	1
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านราคา	3.75	6	3.53	6	2.81	6	3.92	7	3.25	5	4.33	1	3.53	6
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.26	2	4.00	4	3.54	2	4.33	4	3.58	4	4.00	5	3.99	3
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63	7	3.23	7	2.78	7	4.50	2	3.13	6	3.33	7	3.36	7
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
ปัจจัยด้านบุคคล	4.29	1	4.05	3	3.41	4	4.67	1	3.00	7	4.00	5	3.98	4
	มาก		มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.14	3	3.94	5	3.36	5	4.14	6	3.64	3	4.14	3	3.90	5
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก		มาก	
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	4.03	5	4.39	1	3.46	3	4.44	3	4.00	1	4.33	1	4.06	1
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03		3.89		3.32		4.33		3.49		4.04		3.84	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 116 ผลการวิเคราะห์พบว่า โดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 เท่ากัน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.43 3.89 4.33 และ 4.04 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามช่วงรายได้ 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.49 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคคล รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกระบวนการมีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 4.26 และ 4.03 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบุคคล มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.39 4.12 และ 4.05 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 และ 3.54 ตามลำดับ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคคล รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 และ 4.50 ตามลำดับ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสามคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 3.83 และ 3.64 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ตารางที่ 117 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์														
ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อและชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต	4.17	1	4.10	2	4.00	1	4.33	2	4.50	1	4.33	1	4.16	1
	มาก		มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มาก		มาก	
การชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง	4.08	2	3.87	3	3.63	3	4.00	3	3.50	2	4.00	2	3.89	3
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	
สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศหรือหาซื้อยาก	4.00	3	4.39	1	4.00	1	4.67	1	3.50	2	4.00	2	4.13	2
	มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08		4.12		3.88		4.33		3.83		4.11		4.06	
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50 –4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 117 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 4.12 3.88 4.33 3.83 และ 4.11 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก และสินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยากมีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 4.08 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก รองลงมาคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.39 4.10 และ 3.87 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต และสินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน รองลงมาคือ การชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก รองลงมาคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.67 4.33 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

ตารางที่ 118 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านราคา	แปลผล	ด้อย	แปลผล	ด้อย	แปลผล	ด้อย	แปลผล	ด้อย	แปลผล	ด้อย	แปลผล	ด้อย	แปลผล	ด้อย
ราคาสินค้าถูกกว่าการซื้อขายโดยวิธีการอื่น	3.17	4	3.29	3	2.25	3	3.33	4	2.50	3	3.67	4	3.03	4
	ปานกลาง		ปานกลาง		น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
ค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ	3.58	3	3.26	4	2.25	3	3.67	3	2.50	3	4.00	3	3.20	3
	มาก		ปานกลาง		น้อย		มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง	
สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต	4.33	1	4.19	1	4.00	1	4.33	1	5.00	1	4.67	2	4.29	1
	มาก		มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก	
ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการโอนเงิน	3.92	2	3.39	2	2.75	2	4.33	1	3.00	2	5.00	1	3.60	2
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75		3.53		2.81		3.92		3.25		4.33		3.53	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 118 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 3.53 3.92 และ 4.33 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามช่วงรายได้ 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81 และ 3.25 ตามลำดับ



ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา อันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ และค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 3.92 และ 3.58 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีความสำคัญในระดับมาก

รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ และราคาสินค้าถูกกว่าการซื้อโดยวิธีการอื่น มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.19 3.39 และ 3.29 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ มีความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.75 รองลงมาคือ ราคาสินค้าถูกกว่าการซื้อโดยวิธีการอื่น และค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีความสำคัญระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.25 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต และไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 อันดับสามคือ ราคาสินค้าถูกกว่าการซื้อโดยวิธีการอื่น และค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.50 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา อันดับแรกคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 อันดับสามคือ ค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีการชำระเงินอื่นๆ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 119 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน
	แปลผล	ดัด	แปลผล	ดัด	แปลผล	ดัด	แปลผล	ดัด	แปลผล	ดัด	แปลผล	ดัด	แปลผล	ดัด
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย														
สามารถใช้ชำระค่าสินค้าได้ทั้งในประเทศ	4.08	5	4.03	3	3.38	4	4.33	3	4.50	1	5.00	1	4.03	3
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก	
ไม่สามารถชำระค่าสินค้าได้โดยวิธีการอื่น	4.08	5	3.06	6	3.88	3	3.33	6	3.00	5	2.33	6	3.51	6
	มาก		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		น้อย		มาก	
มีบริการจัดส่งถึงที่	4.17	4	3.97	4	2.50	6	4.33	3	4.50	1	3.33	5	3.73	5
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ปานกลาง		มาก	
ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด	4.25	2	4.71	1	4.00	2	4.00	5	3.50	3	4.67	2	4.30	2
	มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มาก	
สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้ทุกที่ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้	4.25	2	3.65	5	3.00	5	5.00	1	2.00	6	4.33	3	3.77	4
	มาก		มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		น้อย		มาก		มาก	
สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.75	1	4.58	2	4.50	1	5.00	1	4.00	4	4.33	3	4.60	1
	มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก		มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26		4.00		3.54		4.33		3.58		4.00		3.99	
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 119 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 4.00 3.54 4.33 3.58 และ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้ทุกที่ ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.75 และ 4.25 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.71 และ 4.58 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด และไม่สามารถชำระค่าสินค้าได้โดยวิธีการอื่น มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.50 4.00 และ 3.88 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้ทุกที่ ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งถึงที่มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกคือ สามารถใช้ชำระค่าสินค้าได้ทั้งในประเทศ รองลงมาคือ มีบริการจัดส่งถึงที่มีความสำคัญระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกคือ สามารถใช้ชำระค่าสินค้าได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสด มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมาคือ สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้ทุกที่ ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ และสามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน

ตารางที่ 120 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	แปลผล	ค	แปลผล	ค	แปลผล	ค	แปลผล	ค	แปลผล	ค	แปลผล	ค	แปลผล	ค
สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต เช่น การสะสมแต้ม หรือของแถม	3.75	1	3.32	2	2.75	2	4.33	3	3.50	1	3.33	1	3.43	1
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง	
สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า เช่น ส่วนลดการค้า	3.75	1	3.06	4	2.88	1	4.67	1	3.00	2	3.33	1	3.38	2
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
มีการประชาสัมพันธ์ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต เกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต	3.75	1	3.10	3	2.75	2	4.67	1	3.00	2	3.33	1	3.37	3
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
มีการแนะนำให้ใช้ จากผู้ที่รู้จัก	3.25	4	3.42	1	2.75	2	4.33	3	3.00	2	3.33	1	3.27	4
	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63		3.23		2.78		4.50		3.13		3.33		3.36	
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 120 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต และสิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า และมีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกคือ มีการแนะนำให้ใช้ จากผู้ที่รู้จัก รองลงมาคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต หรือของแถม และมีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 3.32 และ 3.10 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.88 รองลงมาคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต หรือของแถม และมีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต และมีการแนะนำให้ใช้ จากผู้ที่รู้จัก มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.75 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า และมีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากัน รองลงมาคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต และมีการแนะนำให้ใช้ จากผู้ที่รู้จัก มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า และมีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต และมีการแนะนำให้ใช้ จากผู้ที่รู้จัก มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกอันดับเท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 3.33 เท่ากัน

ตารางที่ 121 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคคล ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล
		อันดับ		อันดับ		อันดับ		อันดับ		อันดับ		อันดับ		อันดับ
ปัจจัยด้านบุคคล														
สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา	4.42	2	4.19	1	3.50	2	4.67	1	3.50	1	4.33	1	4.13	1
	มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง	4.33	3	4.10	2	3.75	1	4.67	1	3.00	2	4.33	1	4.10	2
	มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		ปานกลาง		มาก		มาก	
ชอบความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้า ไม่ต้องติดต่อพนักงาน	3.92	4	3.97	3	3.25	3	4.67	1	2.50	4	4.00	3	3.78	4
	มาก		มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง		มาก		มาก	
ลูกค้าหรือผู้รับ ไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดยวิธีอื่น	4.50	1	3.94	4	3.13	4	4.67	1	3.00	2	3.33	4	3.90	3
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29		4.05		3.41		4.67		3.00		4.00		3.98	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 121 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 4.05 และ 4.00 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงรายได้ 15,001-20,000 บาท 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 และ 3.00 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67



ตารางที่ 122 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยด้านกระบวนการ														
ได้รับสินค้าเร็วกว่าการชำระเงิน โดยวิธีอื่น	4.00	5	3.35	7	2.38	7	3.33	6	2.50	6	3.33	6	3.30	7
	มาก		ปานกลาง		น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ	4.17	4	3.97	4	3.63	3	4.67	1	4.50	1	4.67	1	4.10	3
	มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก	
มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ	4.50	1	4.52	2	4.00	2	4.67	1	4.50	1	4.33	4	4.40	2
	มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก	
สามารถชำระ เงินสกุลต่างประเทศได้	4.33	2	4.23	3	3.38	4	4.33	4	4.00	4	4.00	5	4.06	4
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก		มาก	
มีความแม่นยำ ด้านความถูกต้องแม่นยำใน การชำระค่าสินค้า	3.83	6	3.48	5	3.00	5	4.67	1	2.50	6	3.33	6	3.52	5
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก	
มีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ เช่น การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า	3.83	6	3.48	5	2.88	6	3.00	7	3.00	5	4.67	1	3.50	6
	มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		มากที่สุด		ปานกลาง	
มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า	4.33	2	4.58	1	4.25	1	4.33	4	4.50	1	4.67	1	4.42	1
	มาก		มากที่สุด		มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14		3.94		3.36		4.14		3.64		4.14		3.90	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด



จากตารางที่ 122 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก ยกเว้น ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.14 3.98 3.36 4.14 3.64 และ 4.14 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการอันดับแรกคือ มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ สามารถชำระ เงินสกุลต่างประเทศได้ และมีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการอันดับแรกคือ มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.58 และ 4.52

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการอันดับแรกคือ มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า รองลงมาคือ มีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ และมีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 4.00 และ 3.63 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการคือ มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ และมีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ และมีความแม่นยำ ด้านความถูกต้องแม่นยำในการชำระค่าสินค้า ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการคือ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการคือ มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ และมีความรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ และมีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการคือ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการคือ มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ และมีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ และมีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากัน

ตารางที่ 123 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ปัจจัยด้านพื้นฐานทางกายภาพ														
รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ	4.33	1	4.48	1	3.75	1	4.67	1	4.00	1	4.67	1	4.29	1
	มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มาก	
เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ	4.00	2	4.48	1	3.38	2	4.67	1	4.00	1	4.00	3	4.05	2
	มาก		มาก		ปานกลาง		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	
เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย	3.75	3	4.19	3	3.25	3	4.00	3	4.00	1	4.33	2	3.84	3
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03		4.39		3.46		4.44		4.00		4.33		4.06	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก		มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 123 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพื้นฐานทางกายภาพ ต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต โดยรวมในระดับมาก ยกเว้น ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.03 4.39 3.46 4.44 4.00 และ 4.33 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ อันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ รองลงมาคือ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 4.00 และ 3.73 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพอันดับแรกรูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 เท่ากัน และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพอันดับแรกคือ อันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.75 3.38 และ 3.25 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพอันดับแรก รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากัน และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ เท่ากันทุกปัจจัยย่อย โดยให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.67 4.33 และ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 124 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั่วไปที่มีผลต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	4.10 มาก	2	4.29 มาก	1	4.17 มาก	1	4.42 มาก	1	4.63 มากที่สุด	1	4.03 มาก	1	4.22 มาก	1
ปัจจัยด้านการบริการ	3.99 มาก	3	3.78 มาก	3	3.83 มาก	3	4.19 มาก	4	4.43 มาก	3	3.32 ปานกลาง	3	3.93 มาก	3
ปัจจัยด้านราคา	4.20 มาก	1	3.90 มาก	2	3.84 มาก	2	4.31 มาก	2	4.50 มากที่สุด	2	3.31 ปานกลาง	4	4.06 มาก	2
ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค	3.69 มาก	4	3.68 มาก	4	3.75 มาก	4	4.22 มาก	3	3.10 ปานกลาง	4	3.60 มาก	2	3.76 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 มาก		3.91 มาก		3.90 มาก		4.28 มาก		4.16 มาก		3.57 มาก		3.99 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 124 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้โดยรวมมีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทั่วไปรวมอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการบริการมีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 4.06 และ 3.93 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 3.91 3.90 4.28 4.16 และ 3.57 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านการบริการ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 4.10 และ 3.99 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการบริการ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 3.90 และ 3.78 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการบริการ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 3.84 และ 3.83 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.42 4.31 และ 4.22 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญระดับมากที่สุด และอันดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านการบริการ มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.63 4.50 และ 4.43 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค มีความสำคัญระดับมาก และอันดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านการบริการ มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.03 3.60 และ 3.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 125 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านความปลอดภัยต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยด้านความปลอดภัย														
เว็บไซต์ส่วนใหญ่ไม่น่าเชื่อถือ	3.82 มาก	8	4.20 มาก	6	3.64 มาก	8	4.33 มาก	6	3.50 มาก	8	3.75 มาก	6	3.95 มาก	7
ด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัว เช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์	4.22 มาก	3	4.53 มากที่สุด	3	4.36 มาก	2	4.67 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.25 มาก	1	4.41 มาก	3
ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า	4.35 มาก	1	4.55 มากที่สุด	2	4.18 มาก	4	4.67 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.25 มาก	1	4.43 มาก	2
ไม่มั่นใจในด้านการถูกคุกคามจากภายนอก (Hacker)	4.07 มาก	5	4.43 มาก	4	4.00 มาก	7	4.08 มาก	7	5.00 มากที่สุด	1	4.25 มาก	1	4.18 มาก	5
ผู้ขายอาจสามารถหักค่าสินค้าได้มากกว่าราคาสินค้าที่แท้จริง	4.19 มาก	4	4.29 มาก	5	4.18 มาก	4	4.42 มาก	5	4.50 มากที่สุด	5	4.25 มาก	1	4.26 มาก	4
การใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร	4.34 มาก	2	4.57 มากที่สุด	1	4.55 มากที่สุด	1	4.67 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.00 มาก	5	4.48 มาก	1
มีความยุ่งยาก และใช้เวลานานในการแก้ไขธุรกรรมที่ไม่ถูกต้อง	3.88 มาก	7	3.86 มาก	8	4.18 มาก	4	4.00 มาก	8	4.50 มากที่สุด	5	3.75 มาก	6	3.95 มาก	7
ขาดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	3.95 มาก	6	3.92 มาก	7	4.27 มาก	3	4.50 มากที่สุด	4	4.50 มากที่สุด	5	3.75 มาก	6	4.09 มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10 มาก		4.29 มาก		4.17 มาก		4.42 มาก		4.63 มากที่สุด		4.03 มาก		4.22 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 125 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้โดยรวมมีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัยอันดับแรกคือไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า และไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 4.43 และ 4.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยในระดับมาก ยกเว้น ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.10 4.29 4.17 4.42 4.63 และ 4.03 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย อันดับแรกคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า รองลงมาคือไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร และไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.35 4.34 และ 4.22 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า และไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 4.55 และ 4.53 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า และขาดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.55 4.36 และ 4.27 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสามปัจจัยคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า และไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากัน รองลงมาคือ ขาดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีความสำคัญระดับมาก

ที่สุด และผู้ขายอาจสามารถหักค่าสินค้าได้มากกว่าราคาสินค้าที่แท้จริง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.50 และ 4.42 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสี่ปัจจัยคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า ไม่มั่นใจในการถูกคุกคามจากภายนอก (Hacker) และไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ มีความยุ่งยาก และใช้เวลานานในการแก้ไขธุรกรรมที่ไม่ถูกต้อง และขาดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสี่ปัจจัยคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า ไม่มั่นใจในการถูกคุกคามจากภายนอก (Hacker) และผู้ขายอาจสามารถหักค่าสินค้าได้มากกว่าราคาสินค้าที่แท้จริง มีค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน รองลงมาคือ ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 126 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการบริการต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการบริการ	รายได้		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ	แปลผล	อันดับ
นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน เช่น หากเกิดสินค้าชำรุดระหว่างการขนส่ง	4.53 มากที่สุด	1	4.14 มาก	3	4.27 มาก	1	4.42 มาก	1	4.50 มากที่สุด	4	3.25 ปานกลาง	4	4.31 มาก	1
ใช้เวลาในการโหลดข้อมูลนานเกินไป	3.86 มาก	5	3.35 ปานกลาง	7	3.82 มาก	4	4.08 มาก	6	3.50 มาก	6	3.25 ปานกลาง	4	3.73 มาก	6
ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า (เช่น สินค้าสูญหาย)	3.96 มาก	3	4.25 มาก	1	3.91 มาก	3	4.33 มาก	2	4.50 มากที่สุด	4	3.50 มาก	1	4.07 มาก	2
ไม่ได้สินค้าทันที เมื่อได้ชำระค่าสินค้าแล้ว	4.01 มาก	2	3.39 ปานกลาง	6	3.64 มาก	5	4.17 มาก	3	5.00 มากที่สุด	1	3.25 ปานกลาง	4	3.83 มาก	5
วิธีซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความยุ่งยาก	3.80 มาก	6	3.57 มาก	5	3.55 มาก	6	4.00 มาก	7	3.50 มาก	6	3.00 ปานกลาง	7	3.69 มาก	7
ผู้ชายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้หญิงได้รับสินค้า	3.79 มาก	7	3.61 มาก	4	4.09 มาก	2	4.17 มาก	3	5.00 มากที่สุด	1	3.50 มาก	1	3.87 มาก	4
ไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน	3.95 มาก	4	4.16 มาก	2	3.55 มาก	6	4.17 มาก	3	5.00 มากที่สุด	1	3.50 มาก	1	3.98 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99 มาก		3.78 มาก		3.83 มาก		4.19 มาก		4.43 มาก		3.32 ปานกลาง		3.93 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 126 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการบริการในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.99 3.78 3.83 4.19 4.43 และ 3.32 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการอันดับแรกคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ไม่ได้สินค้าทันที เมื่อได้ชำระค่าสินค้าแล้ว และไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.53 4.01 และ 3.96 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า รองลงมาคือ ไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน และนโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 4.16 และ 4.14 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน รองลงมาคือ ผู้ขายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้ซื้อได้รับสินค้า ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 และ 4.09 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน รองลงมาคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.42 และ 4.33 ตามลำดับ และ

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสามปัจจัยคือ ไม่ได้สินค้าทันที เมื่อได้ชำระค่าสินค้าแล้ว ผู้ขายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้ซื้อได้รับสินค้า และไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน รองลงมาคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน และไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกสามปัจจัยคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า ผู้ขายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้ซื้อได้รับสินค้า และไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน รองลงมาคือ นโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน ใช้เวลาในการโหลดข้อมูลนานเกินไป และไม่ได้สินค้าทันที เมื่อได้ชำระค่าสินค้าแล้ว ให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 เท่ากัน

ตารางที่ 127 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน
	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ	แปลผล	ดับ
ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันที	4.52 มากที่สุด	1	4.10 มาก	1	4.27 มาก	1	4.92 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	3.25 ปานกลาง	2	4.39 มาก	1
ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น	3.95 มาก	4	3.96 มาก	2	3.45 ปานกลาง	4	4.25 มาก	2	4.50 มากที่สุด	2	3.25 ปานกลาง	2	3.91 มาก	4
ราคาสินค้าไม่แน่นอน	4.22 มาก	2	3.88 มาก	3	3.82 มาก	2	4.00 มาก	4	4.50 มากที่สุด	2	3.25 ปานกลาง	2	4.00 มาก	2
มักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง	4.12 มาก	3	3.65 มาก	4	3.82 มาก	2	4.08 มาก	3	4.00 มาก	4	3.50 มาก	1	3.92 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 มาก		3.90 มาก		3.84 มาก		4.31 มาก		4.50 มากที่สุด		3.31 ปานกลาง		4.06 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 127 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด และปานกลางตามลำดับ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 3.90 3.84 4.31 4.50 และ 3.31 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา อันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันที มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาสินค้าไม่แน่นอน และมักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.52 4.22 และ 4.12 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันที รองลงมาคือ ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น และราคาสินค้าไม่แน่นอน มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 3.96 และ 3.88 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันที มีค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือ ราคาสินค้าไม่แน่นอน และมักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 เท่ากัน อันดับถัดมาคือ ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันที มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น และมักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.92 4.25 และ 4.08 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันที มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือ ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น และราคาสินค้าไม่แน่นอน มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 และอันดับถัดมาคือ มักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ทันที ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น และราคาสินค้าไม่แน่นอน มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 เท่ากัน

ตารางที่ 128 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภคต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล		แปลผล	
ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค														
ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ	3.91 มาก	1	3.94 มาก	2	3.91 มาก	2	4.17 มาก	3	4.50 มากที่สุด	1	3.75 มาก	2	3.96 มาก	2
ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า เช่น ได้รับสินค้าทันทีที่ซื้อ	3.85 มาก	2	4.27 มาก	1	3.82 มาก	3	4.75 มากที่สุด	1	3.00 ปานกลาง	2	4.25 มาก	1	4.09 มาก	1
ชอบเลือกซื้อสินค้าในแหล่งอื่นมากกว่า เช่น ผ่านโทรศัพท์ หรือ ผ่านแคตตาล็อก	3.56 มาก	4	3.16 ปานกลาง	5	3.55 มาก	4	3.75 มาก	5	2.50 ปานกลาง	4	3.25 ปานกลาง	4	3.45 ปานกลาง	5
ไม่มีสิทธิพิเศษอื่นๆ เมื่อใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.44 ปานกลาง	5	3.18 ปานกลาง	4	3.36 ปานกลาง	5	4.17 มาก	3	2.50 ปานกลาง	4	3.50 มาก	3	3.46 ปานกลาง	4
ไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายอื่น	3.71 มาก	3	3.86 มาก	3	4.09 มาก	1	4.25 มาก	2	3.00 ปานกลาง	2	3.25 ปานกลาง	4	3.84 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 มาก		3.68 มาก		3.75 มาก		4.22 มาก		3.10 ปานกลาง		3.60 มาก		3.76 มาก	

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00มากที่สุด, 3.50-4.49 มาก, 2.50-3.49 ปานกลาง, 1.50-2.49 น้อย, 1.00-1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 128 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภคในระดับมาก ยกเว้น ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.69 3.68 3.75 4.22 3.10 และ 3.60 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค อันดับแรกคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ รองลงมาคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายรายอื่น มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 3.85 และ 3.71 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า รองลงมาคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายรายอื่น มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 3.94 และ 3.86 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายรายอื่น รองลงมาคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 3.91 และ 3.82 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า มีความสำคัญระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายรายอื่น มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.75 และ 4.25 ตามลำดับ อันดับถัดมาเท่ากันสองปัจจัยคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และไม่มีสิทธิพิเศษอื่นๆ เมื่อใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ มีความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายรายอื่น มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน และอันดับถัดมาเท่ากันสองปัจจัยคือ ชอบเลือกซื้อสินค้าในแหล่งอื่นมากกว่า และไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายรายอื่น มีความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.50 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า รองลงมาคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ และไม่มีสิทธิพิเศษอื่นๆ เมื่อใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 3.75 และ 3.50ตามลำดับ

ตารางที่ 129 แสดงความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ความจำเป็น	รายได้ต่อเดือน												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็น	79	65.29	63	76.83	42	73.68	18	40.00	6	50.00	18	85.71	226	66.86
ไม่จำเป็น	42	34.71	19	23.17	15	26.32	27	60.00	6	50.00	3	14.29	112	33.14
รวม	121	100.00	82	100.00	57	100.00	45	100.00	12	100.00	21	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 129 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันคือ เห็นว่ามีความจำเป็นในการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิตตามธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็น ร้อยละ 65.29 76.83 73.68 และ 85.71 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ไม่มีความจำเป็น คิดเป็นร้อยละ 60.00 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นเท่ากันคือ ทั้ง สนใจ และไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 50.00 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีความเห็นว่าตรงกัน ว่า ไม่มีความจำเป็น คิดเป็นร้อยละ 34.71 23.17 26.32 และ 14.29 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีความเห็นว่า มีความจำเป็น คิดเป็น ร้อยละ 40.00

ตารางที่ 130 แสดงระดับความพอใจกับระบบการรับชำระ สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ระดับความพอใจ	รายได้ต่อเดือน												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	3	2.48	6	7.31	0	0.00	6	13.33	0	0.00	3	14.29	18	5.32
มาก	9	7.44	16	19.51	6	10.53	3	6.67	3	25.00	0	0.00	37	10.95
ปานกลาง	79	65.29	42	51.22	30	52.63	21	46.67	6	50.00	9	42.85	187	55.33
น้อย	12	9.92	9	10.98	18	31.58	15	33.33	0	0.00	6	28.57	60	17.75
ไม่พอใจ	18	14.88	9	10.98	3	5.26	0	0.00	3	25.00	3	14.29	36	10.65
รวม	121	100.00	82	100.00	57	100.00	45	100.00	12	100.00	21	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 130 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่มีระดับความพอใจกับระบบการรับชำระ สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตเช่นเดียวกันคือ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 65.29 51.22 52.63 46.67 50.00 และ 42.85 ตามลำดับ รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพอใจระดับ ไม่พอใจ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีความพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 14.88 และ 19.51 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีระดับความพอใจเช่นเดียวกันคือ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 31.58 33.33 และ 28.57 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท มีความพอใจเท่ากันสองระดับคือ ระดับ มาก และระดับไม่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 25.00 เท่ากัน อันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.92 ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีความพอใจเท่ากันสองระดับคือ ระดับ น้อย และไม่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 10.98 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีความพอใจระดับ มาก ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีความพอใจระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.53 และ 13.33 ตามลำดับ และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท มีระดับความพอใจสองระดับเท่ากันคือ ระดับมากที่สุด และระดับไม่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 14.29 เท่ากัน



ตารางที่ 131 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อควรปรับปรุงในการรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ข้อควรปรับปรุง	รายได้ต่อเดือน												รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-15,000 บาท		15,001-20,000 บาท		20,001-25,000 บาท		25,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ ต่างๆ เกี่ยวกับการชำระเงิน	25	20.66	11	13.41	3	5.26	3	6.67	3	25.00	0	0.00	45	13.31
ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร	27	22.31	31	37.80	27	47.37	15	33.33	0	0.00	9	42.86	109	32.25
ผู้ขายควรได้รับเงินหลังจากที่ส่งสินค้าแล้ว	14	11.57	14	17.07	3	5.26	3	6.67	0	0.00	0	0.00	34	10.06
สามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้	15	12.40	12	14.63	12	21.05	9	20.00	0	0.00	9	42.86	57	16.86
มีระบบการคืนสินค้าเมื่อสินค้าไม่ตรงตามรายการ หรือรายละเอียดที่ระบุไว้	7	5.79	5	6.10	6	10.53	0	0.00	0	0.00	0	0.00	18	5.33
ควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค	33	27.27	9	10.98	6	10.53	15	33.33	9	75.00	3	14.28	75	22.19
รวม	121	100.00	82	100.00	57	100.00	45	100.00	12	100.00	21	100.00	338	100.00

จากตารางที่ 131 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นแตกต่างกันคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่าข้อที่ควรปรับปรุงที่สุดคือ ควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีความเห็นคือ ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร ซึ่งตรงกับความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.27 37.80 และ 47.37 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร และควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค เป็นข้อที่ควรปรับปรุงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ควรมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 75.00

ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่า ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร และสามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้ เป็นข้อควรปรับปรุงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 เท่ากัน รองลงมาคือ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความเห็นคือ ความปลอดภัยของข้อมูลบัตร ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีความเห็นคือ ผู้ขายควรได้รับเงินภายหลังจากที่ส่งสินค้าแล้ว ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นตรงกับผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาทคือ สามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้ คิดเป็นร้อยละ 22.31 17.07 21.05 และ 20.00 ตามลำดับ สำหรับผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท มีความเห็นคือ แหล่งข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ ต่างๆ เกี่ยวกับการชำระเงิน และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทมีความเห็นคือ ควรมิกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 14.28 ตามลำดับ อันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมีความเห็นคือ แหล่งข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ ต่างๆ เกี่ยวกับการชำระเงิน และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีความเห็นคือ สามารถตรวจสอบสถานะของผู้ขายสินค้าจากธนาคารผู้ให้บริการได้ คิดเป็นร้อยละ 20.66 และ 14.63 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความเห็นคือ มีระบบการคืนสินค้าเมื่อสินค้าไม่ตรงตามรายการ หรือรายละเอียดที่ระบุไว้ และควรมิกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 10.53 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีความเห็นคือ แหล่งข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ ต่างๆ เกี่ยวกับการชำระเงิน และผู้ขายควรได้รับเงินภายหลังจากที่ส่งสินค้าแล้ว คิดเป็นร้อยละ 6.67 เท่ากัน