

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ นำมาวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรกเป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี สถานะภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานเอกชน

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้อินเทอร์เน็ตซื้อสินค้า และบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตอันดับแรกเป็นเวลามากกว่า 6 ปี ปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตแบบความเร็วสูง (Hi-Speed) สินค้าจับต้องได้เคยสั่งซื้อคือ CD/ เพลง/ หนังสายยนตร์ สินค้าจับต้องไม่ได้ที่เคยสั่งซื้อคือ Download เพลง สินค้าบริการที่เคยสั่งซื้อของตัวเครื่องบิน สินค้าและบริการที่ซื้อมีราคา 1,001-5,000 บาท เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง วัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการ คือเพื่อการติดต่อสื่อสาร ( ได้แก่ การรับ email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ) โอกาสในการซื้อคือ ซื้อไม่จำกัดโอกาส สินค้าและบริการที่ซื้อภายในระยะเวลา 1 ปีอันดับแรกเป็นจำนวน 1-3 ครั้ง ทราบเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จาก เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) และชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิต

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเลือกซื้อสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการและด้านการส่งเสริมการตลาด

**ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ รองลงมาคือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และความน่าเชื่อถือของชื่อตราสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับความสะดวก ในการค้นหา เลือกซื้อสินค้าและบริการ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผลเท่ากับระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน รองลงมาคือ เรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์ และราคาสินค้าและบริการถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่น

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น รองลงมาคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ และใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

**ปัญหาด้านสินค้าและบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ สินค้าและบริการที่ได้รับไม่มีคุณภาพ รองลงมาคือ การรับประกันคุณภาพสินค้าไม่น่าเชื่อถือเท่ากับ ไม่มีความสะดวก ในการค้นหา เลือกซื้อสินค้าและบริการ และให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการไม่ครบถ้วนเท่ากับ ไม่มีการรับคืน หรือเปลี่ยนสินค้า

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ราคาของสินค้าและบริการไม่เป็นที่พึงพอใจ ไม่สมเหตุสมผลเท่ากับไม่มีความมั่นใจในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน รองลงมาคือ มีการเรียกเก็บเงินไม่ตรงกับราคาที่ระบุไว้ และราคาของสินค้าและบริการไม่คงที่

**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ได้รับสินค้าล่าช้า ไม่ตรงเวลา รองลงมาคือ ไม่สามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้ และ สินค้าสูญหาย ไม่ได้รับสินค้า

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ทางร้านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จัดไว้ไม่น่าสนใจ รองลงมาคือ โฆษณา ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่น่าสนใจ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ทางร้านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จัดไว้ไม่น่าสนใจ

**ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้อินเทอร์เน็ตซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้**

#### 5.1 ข้อมูลพฤติกรรม จำแนกตามเพศ

**ระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา 3 อันดับแรกคือ มากกว่า 6 ปี รองลงมาคือ 3-4 ปี และ 5-6 ปี

**ประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Hi-Speed) เป็นอันดับแรก และรองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตแบบ Dial-Up

**สินค้าจับต้องได้เคยสั่งซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องได้ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ซีดี/ เพลง/ หนังสือนิตยสาร รองลงมาคือ มือถือ และหนังสือ, นิตยสาร, ตำรา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องได้ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ซีดี/ เพลง/ หนังสือนิตยสาร รองลงมาคือ เครื่องสำอาง และของขวัญของชำร่วย

**สินค้าจับต้องไม่ได้ที่เคยสั่งซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องไม่ได้ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ Download เพลง รองลงมาคือ Download ภาพยนตร์ และ Software

**สินค้าบริการที่เคยสั่งซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเคยซื้อสินค้าบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ จองตั๋วเครื่องบิน รองลงมาคือ จองตั๋วภาพยนตร์ และ บริการจองที่พัก โรงแรม

**ราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคา น้อยกว่า 1,000 บาท รองลงมาคือ ราคา 1,001-5,000 บาท และ 5,001-10,000 บาท เท่ากับ 15,001-20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคา 1,001-5,000 บาท รองลงมาคือ ราคา 5,001-10,000 บาท และ น้อยกว่า 1,000 บาท

**เหตุผลที่เลือกซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง คือ รองลงมาคือ มีสินค้าตรงตามความต้องการ และต้องการทดลองสั่งซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น และ ความหลากหลายของสินค้า

**วัตถุประสงค์อื่น** นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่น การรับ email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ) รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมส์, ดูหนัง, ฟังเพลง และเพื่อ Download รูปภาพ, โปรแกรม, หรือซอฟต์แวร์ต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมส์, ดูหนัง, ฟังเพลง รองลงมาได้แก่เพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่น การรับ email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ) และเพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (ข่าวการเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, กีฬา, ฯลฯ)

**โอกาสในการซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกโอกาสในซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ไม่จำกัดโอกาส รองลงมาคือ เมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ และในช่วงเวลาที่มีการส่งเสริมการตลาด เช่น เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกาศลดราคาสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกโอกาสในซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เมื่อมีสินค้าบริการใหม่ๆ รองลงมาคือ เมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ และไม่จำกัดโอกาส

**จำนวนครั้งที่ซื้อภายใน 1 ปี** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใน 1 ปี 3 อันดับแรกคือ จำนวน 1 – 3 ครั้ง รองลงมาคือ 4 – 6 ครั้ง และ 7-9 ครั้งเท่ากับ 12 ครั้งขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใน 1 ปี 3 อันดับแรกคือ จำนวน 1 – 3 ครั้ง รองลงมาคือ 4 – 6 ครั้ง และ 12 ครั้งขึ้นไป

แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกจาก เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น www.google.com รองลงมาคือ อีเมล (Link from E-mail) และเพื่อนแนะนำ (Friend) ร้อยละ 13.66

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกจาก เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น www.google.com รองลงมาคือ โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) และอีเมล (Link from E-mail)

วิธีการชำระเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ บัตรเครดิต รองลงมาคือ โอนเงินผ่านธนาคารเป็นอันดับแรก และชำระเงินปลายทางเมื่อได้รับสินค้าแล้ว

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ บัตรเครดิต รองลงมาคือ โอนเงินผ่านธนาคาร และ โอนเงิน โดยผ่านระบบ Electronic Banking

## 5.2 ข้อมูลพฤติกรรม จำแนกตามอายุ

ระยะเวลาการอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา 3 อันดับแรกคือ ใช้ มากกว่า 6 ปีเท่ากับ 3-4 ปี รองลงมาคือ 5-6 ปี และน้อยกว่า 1 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21-25 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา 3 อันดับแรกคือ ใช้ มากกว่า 6 ปีเท่ากับ 3-4 ปี รองลงมาคือ 5-6 ปี และ 1-2 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 26-30 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา 3 อันดับแรกคือ ใช้ มากกว่า 6 ปี รองลงมาคือ 5-6 ปี และ 3-4 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา 3 อันดับแรกคือ ใช้ 5-6 ปีเท่ากับ มากกว่า 6 ปี รองลงมาคือ 3-4 ปี และ 1-2 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 36-40 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา 3 อันดับแรกคือ ใช้ 5-6 ปี รองลงมาคือ 3-4 ปี และ มากกว่า 6 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา 3 อันดับแรกคือ ใช้ น้อยกว่า 1 ปี เท่ากับ 1-2 ปี รองลงมาคือ 3-4 ปี และ 5-6 ปี

ประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ทั้งอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 21-25 ปี อายุ 26-30 ปี อายุ 31-35 ปี อายุ 36-40 ปี และอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Hi-Speed) เป็นอันดับแรก และรองลงมาคืออินเทอร์เน็ตแบบ Dial-Up

**สินค้าจับต้องได้เคยสั่งซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องได้ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ซื่อ CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์ รองลงมาคือ อาหาร เครื่องดื่ม เท่ากับเครื่องประดับ อัญมณี, ของเล่น, มือถือ และเครื่องสำอาง และหนังสือ นิตยสาร ตำรา เท่ากับ เสื้อผ้าสำเร็จรูป, เครื่องหนัง, Computer / Hardware และเครื่องใช้ไฟฟ้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21-25 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องได้ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ซื่อ CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์ รองลงมาคือ อาหาร เครื่องดื่ม และหนังสือ นิตยสาร ตำรา

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 26-30 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องได้ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ซื่อ CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์ เท่ากับเครื่องสำอางเป็นอันดับ รองลงมาคือ อื่นๆ (คอกไม้) และของขวัญ ของชำร่วย

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องได้ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ซื่อ CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์ เท่ากับมือถือ รองลงมาคือ อุปกรณ์กีฬา และ หนังสือ นิตยสาร ตำรา

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 36-40 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องได้ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ซื่อหนังสือ นิตยสาร ตำรา เท่ากับ CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์, ของเล่น Computer / Hardware และมือถือ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องได้ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ซื่อ Computer / Hardware รองลงมาคือ ซื่อหนังสือ นิตยสาร ตำรา เท่ากับ เสื้อผ้าสำเร็จรูป, เฟอร์นิเจอร์, มือถือ, เครื่องใช้สำนักงาน, อื่นๆ (กล้องดิจิทัล)

**สินค้าจับต้องไม่ได้ที่เคยสั่งซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องไม่ได้ 3 อันดับแรกคือ Download เพลง รองลงมาคือ Download ภาพยนตร์ เท่ากับ Software และอื่นๆ (เกมส์ออนไลน์)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21-25 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องไม่ได้ 3 อันดับแรกคือ Download เพลง รองลงมาคือ Download ภาพยนตร์ และ Software

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 26-30 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องไม่ได้ 3 อันดับแรกคือ Download เพลง รองลงมาคือ Software และ Download ภาพยนตร์

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องไม่ได้ 3 อันดับแรกคือ Download เพลง รองลงมา Download ภาพยนตร์ และหุ้นเท่ากับ Software

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 36-40 ปี เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องไม่ได้ 3 อันดับแรกคือ หุ้นรองลงมาคือ Download ภาพยนตร์

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป เคยซื้อสินค้าประเภทจับต้องไม่ได้ 3 อันดับแรกคือ หุ่น รองลงมาคือ Software และ Download ภาพยนตร์

สินค้าบริการที่เคยสั่งซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี เคยซื้อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ ของตัวเครื่องบินเท่ากับจองตั๋วภาพยนตร์ รองลงมาคือ จองตั๋วคอนเสิร์ต และบริการจองทัวร์ โปรแกรมท่องเที่ยวเท่ากับชำระค่าบริการสินค้าหรือบริการ ธุรกิจทางการเงิน เช่น โอนเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี เคยซื้อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ จองตั๋วภาพยนตร์ รองลงมาคือ จองตัวเครื่องบิน และชำระค่าบริการสินค้าหรือบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี เคยซื้อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ จองตัวเครื่องบิน รองลงมาได้แก่ บริการจองทัวร์ โปรแกรมท่องเที่ยว และจองตั๋วภาพยนตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี เคยซื้อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ จองตัวเครื่องบิน รองลงมาคือ บริการจองที่พัก โรงแรม และบริการจองทัวร์ โปรแกรมท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี เคยซื้อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ จองตัวเครื่องบิน และรองลงมาคือ บริการจองที่พัก โรงแรมเท่ากับจองตั๋วภาพยนตร์ บริการจองทัวร์ โปรแกรมท่องเที่ยว ชำระค่าบริการสินค้าหรือบริการ และธุรกิจทางการเงิน เช่น โอนเงิน คิดเป็น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป เคยซื้อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ ของตัวเครื่องบิน รองลงมาคือ บริการจองที่พัก โรงแรมเท่ากับจองตั๋วภาพยนตร์และชำระค่าบริการสินค้าหรือบริการ และบริการรถเช่า

ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคา น้อยกว่า 1,000 บาท รองลงมาคือ ราคา 1,001-5,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคา น้อยกว่า 1,000 บาท รองลงมาคือ ราคา 1,001-5,000 บาท และราคา 5,001-10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคา 1,001-5,000 บาท รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท และราคา น้อยกว่า 1,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคา 1,001-5,000 บาท รองลงมาคือ ราคา 5,001-10,000 บาท และราคา 10,001-15,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคา 1,001-5,000 บาท และรองลงมาคือ ราคาน้อยกว่า 1,000 บาท เท่ากับ 5,001-10,000 บาท, 15,001-20,000 บาทและราคา 20,001-25,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคา 1,001-5,000 บาท รองลงมาคือ น้อยกว่า 1,000 บาทเท่ากับราคา 10,001-15,000 บาท และราคา 5,001-10,000 บาท

**เหตุผลที่เลือกซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ต้องการทดลองสั่งซื้อเท่ากับเป็นสินค้าและบริการที่ทันสมัย มีสินค้าตรงตามความต้องการและความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้าเท่ากับสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้ เป็นสินค้าที่ไม่มีจำหน่ายในประเทศไทย และราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่นเท่ากับความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน การส่งเสริมการตลาดน่าสนใจเช่น ส่วนลด ของแถม และชื่อเสียง ภาพพจน์ของบริษัท เว็บไซต์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้าและบริการ และเป็นสินค้าและบริการที่ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น และความหลากหลายของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น และ ต้องการทดลองสั่งซื้อเท่ากับมีสินค้าตรงตามความต้องการและสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ต้องการทดลองสั่งซื้อเท่ากับความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน และมีสินค้าตรงตามความต้องการเท่ากับราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น การรับประกันคุณภาพสินค้าและบริการ ตราสินค้าและบริการมีชื่อเสียงและชื่อเสียงภาพพจน์ของบริษัท เว็บไซต์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น และ การส่งเสริมการตลาดน่าสนใจเช่น ส่วนลด ของแถม

**วัตถุประสงค์อื่น** นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่นการรับ Email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ) เท่ากับ เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมส์, ดูหนัง, ฟังเพลง รองลงมาคือ เพื่อ Download รูปภาพ,



โปรแกรม, หรือ ซอฟต์แวร์ ต่างๆเท่ากับ เพื่อค้นหาข้อมูล และ เพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (ข่าวการเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, กีฬา, ฯลฯ)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปีและอายุ 26-30 ปี มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมส์ ดูหนัง ฟังเพลง รองลงมาคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่นการรับ Email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ) และเพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (ข่าวการเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, กีฬา, ฯลฯ)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่นการรับ Email, ส่งข้อความหรือ Chat ฯลฯ) รองลงมาคือ เพื่อ Download รูปภาพ, โปรแกรม, หรือ ซอฟต์แวร์ ต่างๆ และ เพื่อประกอบการทำงาน การวิจัย หรือประกอบการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่นการรับ Email, ส่งข้อความ หรือ Chat ฯลฯ) รองลงมาคือ เพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (ข่าวการเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, กีฬา, ฯลฯ) และเพื่อ Download รูปภาพ, โปรแกรม, หรือ ซอฟต์แวร์ ต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน(ข่าวการเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, กีฬา, ฯลฯ) รองลงมาคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่น การรับ Email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ) และ เพื่อประกอบการทำงาน การวิจัย หรือประกอบการศึกษา เท่ากับเพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมส์, ดูหนัง, ฟังเพลงและเพื่อค้นหาข้อมูล

โอกาส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามโอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ ไม่จำกัดโอกาส รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด วันสำคัญ เท่ากับเมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ และช่วงเวลาที่มีการส่งเสริมการตลาด เช่น เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกาศลดราคาสินค้า เท่ากับเมื่อมีสินค้าและบริการใหม่ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามโอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ ไม่จำกัดโอกาส รองลงมาคือ เมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ ช่วงเวลาที่มีการส่งเสริมการตลาด เช่น เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกาศลดราคาสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามโอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ ไม่จำกัดโอกาส รองลงมาคือ เมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ และ เมื่อมีสินค้าและบริการใหม่ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามโอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด วันสำคัญเท่ากับไม่จำกัดโอกาส และเมื่อมีสินค้าและบริการใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามโอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ ช่วงเวลาที่มีการส่งเสริมการตลาด เช่น เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกาศลดราคาสินค้า รองลงมาคือ เมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ และโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด วันสำคัญเท่ากับไม่จำกัดโอกาส

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามโอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด วันสำคัญ และไม่จำกัดโอกาส

จำนวนครั้งที่ซื้อภายใน 1 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นจำนวนครั้ง 3 อันดับแรกคือ 4-6 ครั้ง รองลงมาคือ 1-3 ครั้ง และ 7-9 ครั้ง เท่ากับทุก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นจำนวนครั้ง 3 อันดับแรกคือ 1-3 ครั้ง รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง 7-9 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นจำนวนครั้ง 3 อันดับแรกคือ 1-3 ครั้ง รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง และ 12 ครั้งขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นจำนวนครั้ง 3 อันดับแรกคือ 1-3 ครั้ง รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง และ 7-9 ครั้งเท่ากับ 9-12 ครั้ง และ 12 ครั้งขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นจำนวนครั้ง 3 อันดับแรกคือ 1-3 ครั้งเท่ากับ 4-6 ครั้ง และรองลงมาคือ 9-12 ครั้ง ซึ่งเท่ากับ 12 ครั้งขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นจำนวนครั้ง 3 อันดับแรกคือ 4-6 ครั้ง รองลงมาคือ 1-3 ครั้ง และ 7-9 ครั้ง

แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำ (Friend) และ อีเมล (Link from E-mail)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) รองลงมาคือ อีเมล (Link from E-mail) และเพื่อนแนะนำ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) รองลงมาคือ โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) และอีเมล (Link from E-mail)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) รองลงมาคือ เว็บไซต์รวมเว็บ (Web Directory) เช่น [www.sanook.com](http://www.sanook.com) และอีเมล (Link from E-mail) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) รองลงมาคือ โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) และอีเมล (Link from E-mail) เท่ากับเว็บไซต์รวมเว็บ (Web Directory) เช่น [www.sanook.com](http://www.sanook.com), นิตยสาร/ สิ่งพิมพ์ และเพื่อนแนะนำ (Friend)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) เท่ากับอื่นๆ (รอบครัว) รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำ (Friend) และเว็บไซต์รวมเว็บ (Web Directory) เช่น [www.sanook.com](http://www.sanook.com) เท่ากับวิทยุ, โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) และนิตยสาร/ สิ่งพิมพ์

วิธีการชำระเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ โอนเงินผ่านธนาคาร รองลงมาคือ บัตรเงินสด และบัตรเครดิต เท่ากับ Draft/ หมายดี ชำระเงินปลายทางเมื่อได้รับสินค้าแล้ว

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ โอนเงินผ่านธนาคาร รองลงมาคือ บัตรเครดิต และชำระเงินปลายทางเมื่อได้รับสินค้าแล้ว

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี อายุ 31-35 ปี และอายุ 36-40 ปี มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ บัตรเครดิต รองลงมาคือ โอนเงินผ่านธนาคาร และโอนเงินโดยผ่านระบบ Electronic Banking

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ บัตรเครดิต รองลงมาคือ โอนเงินผ่านธนาคาร และชำระเงินปลายทางเมื่อได้รับสินค้าแล้ว

### 5.3 ข้อมูลพฤติกรรม จำแนกตามรายได้

**ระยะเวลาการอินเทอร์เน็ต** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกคือ 5-6 ปี รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปีเท่ากับ 1-2 ปี และ 3-4 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001- 10,000 บาท มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกคือ 3-4 ปี รองลงมาคือ มากกว่า 6 ปี และ 5 – 6 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001- 15,000 บาท และรายได้ 15,001- 20,000 บาท มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกคือ มากกว่า 6 ปี รองลงมาคือ 5 – 6 ปี และ 3-4 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001- 25,000 บาท มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกคือ มากกว่า 6 ปีเท่ากับ 5 – 6 ปี รองลงมาคือ 3-4 ปี และ 1 - 2 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรกคือ มากกว่า 6 ปี รองลงมาคือ 3-4 ปี และ 5 – 6 ปี

**ประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ทั้งรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท รายได้ 5,001- 10,000 บาท 10,001- 15,000 บาท 15,001- 20,000 บาท 20,001- 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Hi-Speed) เป็นอันดับแรก และรองลงมาคืออินเทอร์เน็ตแบบ Dial-Up

**สินค้าจับต้องได้เคยสั่งซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 5,001- 10,000 บาท ซื้อสินค้าจับต้องได้ 3 อันดับแรกคือ CD/ เพลง/ หนังสือนิตยสาร รองลงมาคือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป และอาหาร เครื่องดื่มเท่ากับมือถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,001- 15,000 บาท ซื้อสินค้าจับต้องได้ 3 อันดับแรกคือ หนังสือ นิตยสาร ตำรา ร้อยละ 12.79 และเสื้อผ้าสำเร็จรูปเท่ากับของเล่นและ Computer / Hardware ร้อยละ 8.14

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 15,001- 20,000 บาท ซื้อสินค้าจับต้องได้ 3 อันดับแรกคือ CD/ เพลง/ หนังสือนิตยสาร รองลงมาคือ อาหาร เครื่องดื่มเท่ากับเครื่องประดับ อัญมณี, เสื้อผ้าสำเร็จรูป, มือถือและเครื่องใช้ไฟฟ้า และหนังสือ นิตยสาร ตำราเท่ากับของขวัญ ของชำร่วย, เพอร์นิเจอร์, อุปกรณ์กีฬา, Computer / Hardware, ของใช้ภายในบ้าน, เครื่องสำอาง และ ดอกไม้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 20,001- 25,000 บาท ซื้อสินค้าจับต้องได้ 3 อันดับแรกคือ CD/ เพลง/ หนังสือนิตยสารเท่ากับของขวัญ ของชำร่วย รองลงมาคือ อาหาร เครื่องดื่มเท่ากับหนังสือ นิตยสาร ตำรา, อุปกรณ์กีฬา, มือถือ, ของใช้ภายในบ้าน เครื่องสำอาง และเสื้อผ้าสำเร็จรูปเท่ากับเครื่องใช้สำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 5.56

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าจับต้องได้ 3 อันดับแรกคือ เครื่องสำอาง รองลงมาคือ CD/ เพลง/ หนังสือนิตยสาร และของขวัญ ของชำร่วย

**สินค้าจับต้องไม่ได้ที่เคยสั่งซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท รายได้ 15,001- 20,000 บาท รายได้ 20,001- 25,000 บาท และรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ชื่อสินค้าจับต้องไม่ได้ 3 อันดับแรกคือ Download เพลง รองลงมาคือ Download ภาพยนตร์ และ Software

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 5,001- 10,000 บาท ชื่อสินค้าจับต้องไม่ได้ 3 อันดับแรกคือ Download เพลง รองลงมาคือ Software และ Download ภาพยนตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,001- 15,000 บาท ชื่อสินค้าจับต้องไม่ได้ 3 อันดับแรกคือ Download เพลง รองลงมาคือ Download ภาพยนตร์ เท่ากับ Software และ หุ่น

**สินค้าบริการที่เคยสั่งซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 5,001- 10,000บาท ชื่อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ ของตัวภาพยนตร์ รองลงมาคือ ของตัวเครื่องบิน และบริการจองที่พัก โรงแรมเท่ากับ ของตัวคอนเสิร์ต

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,001- 15,000บาท ชื่อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ ของตัวเครื่องบิน รองลงมาคือ บริการจองที่พัก โรงแรม ร้อยละ 18.07 และของตัวภาพยนตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 15,001- 20,000บาท ชื่อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ ของตัวเครื่องบินเท่ากับของตัวภาพยนตร์ รองลงมาคือ บริการจองที่พัก โรงแรมเท่ากับของตัวคอนเสิร์ตและธุรกรรมทางการเงิน เช่น โอนเงิน และบริการจองทัวร์ โปรแกรมท่องเที่ยวเท่ากับบริการรถเช่าชำระค่าบริการสินค้าหรือบริการและบริการขายฝากอสังหาริมทรัพย์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 20,001- 25,000บาท ชื่อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือ ของตัวเครื่องบิน รองลงมาคือ ของตัวภาพยนตร์ และบริการจองที่พัก โรงแรม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ชื่อสินค้าบริการ 3 อันดับแรกคือของตัวเครื่องบิน รองลงมาคือ บริการจองทัวร์ โปรแกรมท่องเที่ยว และของตัวภาพยนตร์

**ราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ชื่อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคาน้อยกว่า 1,000 บาท และรองลงมาคือ 1,001-5,000 บาท ซึ่งเท่ากับ5,001-10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้5,001- 10,000บาท ชื่อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ ราคาน้อยกว่า 1,000 บาท รองลงมาคือ 1,001-5,000 บาท และ5,001-10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000บาท ชื่อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ 1,001-5,000 บาท รองลงมาคือ น้อยกว่า 1,000 บาท และ5,001-10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท ชื่อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ 1,001-5,000 บาท รองลงมาคือ น้อยกว่า 1,000 บาท และ5,001-10,000 บาท เท่ากับ 15,001-20,000 บาท และ35,001-40,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001- 25,000บาท ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ 1,001-5,000 บาท รองลงมาคือ น้อยกว่า 1,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าและบริการในราคาเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรกคือ 5,001-10,000 บาท รองลงมาคือ 1,001-5,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท

**เหตุผลที่เลือกซื้อ** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ต้องการทดลองสั่งซื้อ รองลงมาคือ เป็นสินค้าและบริการที่ทันสมัยเท่ากับความหลากหลายของสินค้าและความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง และมีสินค้าตรงตามความต้องการเท่ากับสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้และราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001- 10,000บาท มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ต้องการทดลองสั่งซื้อ และเป็นสินค้าและบริการที่ทันสมัยเท่ากับความหลากหลายของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000บาท มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ มีสินค้าตรงตามความต้องการเท่ากับ เป็นสินค้าที่ไม่มีจำหน่ายในประเทศไทย การส่งเสริมการตลาดน่าสนใจเช่น ส่วนลด ของแถม และต้องการทดลองสั่งซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ เป็นสินค้าและบริการที่ทันสมัย และต้องการทดลองสั่งซื้อเท่ากับราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001- 25,000บาท มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้าเท่ากับมีสินค้าตรงตามความต้องการ และสามารถเปรียบเทียบสินค้าได้เท่ากับราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ราคาถูกกว่าซื้อโดยวิธีอื่น และความหลากหลายของสินค้า

**วัตถุประสงค์อื่น** นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน(ข่าวการเมือง, เศรษฐกิจ,

สังคม, กีฬา, ฯลฯ) เท่ากับเพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมส์, ดูหนัง, ฟังเพลง และเพื่อค้นหาข้อมูล  
 รองลงมาคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่นการรับ email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ) และเพื่อ  
 Download รูปภาพ, โปรแกรม, หรือ ซอฟต์แวร์ ต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001- 10,000บาท มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้  
 อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อความบันเทิง เช่น  
 เล่นเกมส์ ดูหนัง ฟังเพลง รองลงมาคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร(เช่นการรับ email ส่งข้อความ หรือ  
 Chat ฯลฯ) และเพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน(ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา  
 ฯลฯ) ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้อินเทอร์เน็ต  
 นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร(เช่นการรับ  
 email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ)เท่ากับ เพื่อ Download รูปภาพ, โปรแกรม, หรือ ซอฟต์แวร์  
 ต่างๆ รองลงมาคือ เพื่อประกอบการทำงาน การวิจัย หรือประกอบการศึกษา และเพื่อความบันเทิง  
 เช่น เล่นเกมส์, ดูหนัง, ฟังเพลง และ เพื่อค้นหาข้อมูล

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001- 25,000บาท มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้  
 อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร  
 (เช่นการรับ email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ) รองลงมาคือ เพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้น  
 ในปัจจุบัน(ข่าวการเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, กีฬา, ฯลฯ) เท่ากับ เพื่อประกอบการทำงาน การวิจัย  
 หรือประกอบการศึกษา เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมส์, ดูหนัง, ฟังเพลง และเพื่อ Download  
 รูปภาพ, โปรแกรม, หรือ ซอฟต์แวร์ ต่างๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีวัตถุประสงค์อื่นในการใช้  
 อินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ 3 อันดับแรกคือ เพื่อความบันเทิง เช่น  
 เล่นเกมส์, ดูหนัง, ฟังเพลง รองลงมาคือ เพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลที่เกิดขึ้น ในปัจจุบัน(ข่าวการเมือง,  
 เศรษฐกิจ, สังคม, กีฬา, ฯลฯ) และเพื่อการติดต่อสื่อสาร(เช่นการรับ email, ส่งข้อความ, หรือ Chat  
 ฯลฯ)

โอกาส ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท เลือกซื้อสินค้าและบริการตาม  
 โอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ ไม่จำกัดโอกาส รองลงมาคือ ช่วงเวลาที่มีการส่งเสริมการตลาด เช่น  
 เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกาศลดราคาสินค้า และเมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้านั้นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001- 10,000บาท เลือกซื้อสินค้าและบริการตามโอกาส  
 ต่างๆ 3 อันดับแรกคือ ไม่จำกัดโอกาส รองลงมาคือ ช่วงเวลาที่มีการส่งเสริมการตลาด เช่น  
 เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกาศลดราคาสินค้า เท่ากับเมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้านั้นๆและบริการ  
 นั้นๆ และเมื่อมีสินค้าและบริการใหม่ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000บาท เลือกซื้อสินค้าและบริการตามโอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ ไม่จำกัดโอกาส รองลงมาคือเมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ และโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด วันสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามโอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ ไม่จำกัดโอกาส รองลงมาคือ เมื่อมีสินค้าและบริการใหม่ๆ และเมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001- 25,000บาทและรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามโอกาสต่างๆ 3 อันดับแรกคือ ไม่จำกัดโอกาส รองลงมาคือ เมื่อจำเป็นต้องใช้สินค้าและบริการนั้นๆ และโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด วันสำคัญเท่ากับเมื่อมีสินค้าและบริการใหม่ๆ

#### จำนวนครั้งที่ซื้อภายใน 1 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นจำนวนครั้ง 3 อันดับแรกคือ 1-3 ครั้ง รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง และ 7-9 ครั้งเท่ากับ 12 ครั้งขึ้นไป และทุกวัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001- 10,000บาท ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นจำนวนครั้ง 3 อันดับแรกคือ 1-3 ครั้งรองลงมาคือ 4-6 ครั้ง และ 7-9 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รายได้ 10,001- 15,000บาทและรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี 3 อันดับแรกคือ 1-3 ครั้ง รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง และ 12 ครั้งขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี 3 อันดับแรกคือ 4-6 ครั้ง รองลงมาคือ 1-3 ครั้ง และ 7-9 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000บาท ซื้อสินค้าและบริการในระยะเวลา 1 ปี 3 อันดับแรกคือ 1-3 ครั้ง รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง และ 7-9 ครั้ง เท่ากับ 12 ครั้งขึ้นไป

แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) รองลงมาคือ อีเมล (Link from E-mail) เท่ากับ เพื่อนแนะนำ (Friend) และเว็บไซต์รวมเว็บ (Web Directory) เช่น [www.sanook.com](http://www.sanook.com) เท่ากับ วิทยุ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ อีเมล (Link from E-mail) เท่ากับเพื่อนแนะนำ (Friend) รองลงมาคือ เว็บไซต์รวมเว็บ (Web Directory) เช่น [www.sanook.com](http://www.sanook.com) และนิตยสาร/ สิ่งพิมพ์



ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำ (Friend) และโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com)) รองลงมาคือ เว็บไซต์รวมเว็บ (Web Directory) เช่น [www.sanook.com](http://www.sanook.com) และอีเมล (Link from E-mail)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ อีเมล (Link from E-mail) รองลงมาคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) และโฆษณาออนไลน์ (Online Advertising)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป ทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น [www.google.com](http://www.google.com) รองลงมาคือ โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) และเพื่อนแนะนำ (Friend)

**วิธีการชำระเงิน** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ โอนเงินผ่านธนาคาร รองลงมาคือ ชำระเงินปลายทางเมื่อได้รับสินค้าแล้ว และบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ โอนเงินผ่านธนาคาร รองลงมาคือ บัตรเครดิต และชำระเงินปลายทางเมื่อได้รับสินค้าแล้ว

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ บัตรเครดิต รองลงมาคือ โอนเงินผ่านธนาคาร และ Paypal

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ บัตรเครดิต รองลงมาคือ โอนเงินผ่านธนาคาร และชำระเงินปลายทางเมื่อได้รับสินค้าแล้ว

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป มีวิธีการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรกคือ บัตรเครดิต รองลงมาคือ โอนเงิน โดยผ่านระบบ Electronic Banking และ โอนเงินผ่านธนาคาร

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ อายุ และระดับรายได้

#### 6.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ จำแนกตามเพศ

**ด้านสินค้าและบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความทันสมัย น่าเชื่อถือและความมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดีของบริษัท เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของชื่อตราสินค้าและบริการ เท่ากับ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และความน่าเชื่อถือในการรับประกันคุณภาพของสินค้าเท่ากับ ความสะดวก ในการค้นหาเลือกซื้อสินค้าและบริการ

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล รองลงมาคือ เรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์ และระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ ระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน รองลงมาคือเรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์ และราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และสามารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าและบริการ ได้จากทั่วทุกมุมโลก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมงค่าเฉลี่ยเท่ากับ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และสามารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าและบริการได้จากทั่วทุกมุมโลก

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น รองลงมาคือ ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ รองลงมาคือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม ชิงโชค เป็นต้น และใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์

## 6.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ จำแนกตามอายุ

**ด้านสินค้าและบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ สินค้าทันสมัยเท่ากับ การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความทันสมัย น่าเชื่อถือ รองลงมาคือความหลากหลายของตราสินค้าและบริการ เท่ากับความน่าเชื่อถือของชื่อตราสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้ใช้งานง่ายสะดวก และความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการเท่ากับ ความสะดวก ในการค้นหา เลือกซื้อสินค้าและบริการและ ความแปลกใหม่ที่มีบริการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ความสะดวก ในการค้นหา เลือกซื้อสินค้าและบริการ และความหลากหลายของประเภทสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของชื่อตราสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เท่ากับความน่าเชื่อถือในการรับประกันคุณภาพของสินค้า และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวก ในการค้นหา เลือกซื้อสินค้าและบริการ รองลงมาคือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของชื่อตราสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ ความหลากหลายของประเภทสินค้าเท่ากับความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ และความหลากหลายของขนาด รูปแบบของสินค้าและบริการ เท่ากับความน่าเชื่อถือในการรับประกันคุณภาพของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ คือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้าเท่ากับความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ รองลงมาคือ มีการบริการหลังการขายเท่ากับ ความมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดีของบริษัท เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และคุณภาพของสินค้าและบริการเท่ากับ ความน่าเชื่อถือในการรับประกันคุณภาพของสินค้า ผู้ใช้บริการสามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ

สินค้าและบริการได้ การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และความแปลกใหม่ที่มีบริการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านราคา 3 อันดับแรกคือ ราคาสินค้าและบริการถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่น รองลงมาคือราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล และระบบความปลอดภัยในการชำระเงินเท่ากับเรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านราคา 3 อันดับแรกคือ เรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์ รองลงมาคือ ระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน และราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล เท่ากับราคาสินค้าและบริการคงที่

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านราคา 3 อันดับแรกคือ ระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน รองลงมาคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล และเรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านราคา 3 อันดับแรกคือ ระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน รองลงมาคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผลเท่ากับราคาสินค้าและบริการถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่น และ เรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านราคา 3 อันดับแรกคือ ราคาสินค้าและบริการคงที่ รองลงมาคือ เรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์ และราคาสินค้าและบริการถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่นเท่ากับระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านราคา 3 อันดับแรกคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล รองลงมาคือ ความหลากหลายในวิธีการชำระเงิน เท่ากับเรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์ และราคาสินค้าและบริการถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่น

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลาเท่ากับตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า รองลงมาคือ ร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง และสามารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าและบริการได้จากทั่วทุกมุมโลก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญในปัจจุบันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือ สามารถติดต่อซื้อ ขาย

สินค้าและบริการได้จากทั่วทุกมุมโลกเท่ากับ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และร้านค้า  
เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมงเท่ากับมีบริการส่งสินค้าฟรี

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์  
อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง และมีบริการส่งสินค้าฟรี

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย 3 อันดับแรกคือ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า รองลงมาคือ ร้านค้าเว็บไซต์  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมงเท่ากับบริการส่งสินค้าฟรี และสามารถ  
ติดต่อซื้อ ขายสินค้าและบริการได้จากทั่วทุกมุมโลก และสามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการ  
สั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 40 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือ บริการส่งสินค้าฟรี  
เท่ากับตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิด  
ให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต  
น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ รองลงมาคือ ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการ  
ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการ  
ลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด  
3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ รองลงมาคือ ใช้  
สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ  
จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด  
3 อันดับแรกคือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น  
รองลงมาคือ ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์  
อิเล็กทรอนิกส์ และ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด  
3 อันดับแรกคือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค  
เป็นต้น รองลงมาคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ และใช้สื่อ  
โฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ รองลงมาคือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ เท่ากับ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น และรองลงมาคือใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### 6.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ จำแนกตามรายได้

**ด้านสินค้าและบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความหลากหลายของตราสินค้าและบริการเท่ากับ สินค้าทันสมัย ความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ ความสะดวกในการค้นหา เลือกซื้อสินค้าและบริการ รองลงมาคือ ความหลากหลายของประเภทสินค้า เท่ากับความน่าเชื่อถือของชื่อตราสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความแปลกใหม่ที่มีบริการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความทันสมัยน่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001- 10,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ และความน่าเชื่อถือในการรับประกันคุณภาพของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของชื่อตราสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เท่ากับการรับประกันคุณภาพสินค้า และมีการรับประกัน หรือเปลี่ยนสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกในการค้นหา เลือกซื้อสินค้าและบริการ รองลงมาคือ สินค้าทันสมัยเท่ากับคุณภาพของสินค้าและบริการ และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า และความหลากหลายของขนาด รูปแบบของสินค้าและบริการ เท่ากับ มีการรับประกัน หรือเปลี่ยนสินค้า ความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ และผู้ใช้บริการสามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001- 25,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ รองลงมาคือ ความหลากหลายของประเภทสินค้าเท่ากับ คุณภาพของสินค้าและบริการ และความหลากหลายของตราสินค้าและบริการเท่ากับ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า มีการบริการหลังการขาย และความมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดีของบริษัท เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสินค้าและบริการ 3 อันดับแรกคือ ความมีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดีของบริษัท เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ และความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล รองลงมาคือ ราคาสินค้าและบริการถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่นเท่ากับระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน และ เรียกเก็บเงินตามจำนวนจริงที่ระบุให้เว็บไซต์ และความหลากหลายในวิธีการชำระเงินเท่ากับราคาสินค้าและบริการคงที่

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001- 10,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา 3 อันดับแรกคือ ระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน รองลงมาคือ เรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์ และราคาสินค้าและบริการคงที่

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001- 15,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา 3 อันดับแรกคือ เรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์ รองลงมาคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล และราคาสินค้าและบริการถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่นเท่ากับระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001- 20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา 3 อันดับแรกคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผลเท่ากับราคาสินค้าและบริการคงที่ รองลงมาคือ ความหลากหลายในวิธีการชำระเงิน และระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001- 25,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา 3 อันดับแรกคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล รองลงมาคือ ราคาสินค้าและบริการถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่น และเรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา 3 อันดับแรกคือ ระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน รองลงมาคือ ราคาสินค้าและบริการสมเหตุสมผล และเรียกเก็บเงินตามจำนวนจริง ที่ระบุให้เว็บไซต์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ ร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า รองลงมาคือ มีบริการส่งสินค้าฟรี และสามารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าและบริการได้จากทั่วทุกมุมโลก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ สามารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าและบริการได้จากทั่วทุกมุมโลก รองลงมาคือ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมงเท่ากับ ตรงต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า และมีบริการส่งสินค้าฟรีเท่ากับสามารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าและบริการได้จากทั่วทุกมุมโลก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ สะดวกในการสั่งซื้อ ประหยัดเวลา รองลงมาคือ ร้านค้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิดให้บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง และสามารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าและบริการได้จากทั่วทุกมุมโลก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ รองลงมาคือ ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจเท่ากับจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น และรองลงมาคือ ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกคือ ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น และมีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกคือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น รองลงมาคือ ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และมีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกคือ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น และรองลงมาคือ ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรกคือ มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วยกระตุ้นการตัดสินใจเท่ากับจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการลด แลก แจก แถม และชิงโชค เป็นต้น และรองลงมาคือ ใช้สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

## อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ: 2541) คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Who, When, Where และ How คำถามเพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operation ดังต่อไปนี้

**ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรกคือจบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี รายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของบุษบา มาลาศรี (2544) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุด อันดับแรกคือจบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี รายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป เช่นกัน ผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรกใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 6 ปี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุษบา มาลาศรี (2544) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรกใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 3-4 ปี

**ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าจำเป็นต้องได้ อันดับแรกคือ CD/ เพลง/ หนังสือนานาชาติ สินค้าจำเป็นต้องไม่ได้ที่เคยสั่งซื้ออันดับแรกคือ Download เพลง สอดคล้องกับการศึกษาของบุษบา มาลาศรี ที่พบว่าสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นสินค้าที่จำเป็นต้องได้ส่วนมาก ได้แก่ หนังสือ แผ่นซีดี และเทปเพลง สินค้าที่จำเป็นต้องไม่ได้ได้แก่สินค้า Download จากอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้การศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ สินค้าบริการอันดับแรกคือ จองตั๋วเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา สิริกุล หอสถิตกุล (2543) ที่พบว่า สินค้าบริการที่เคยสั่งซื้ออันดับแรกคือจองตั๋วเครื่องบิน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุษบา มาลาศรี (2544) ที่พบว่าสินค้าบริการส่วนใหญ่ ได้แก่ การบริการด้านการเงินการธนาคาร จองโรงแรมและท่องเที่ยว

**ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)** พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับแรก คือ ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุษบา มาลาศรี (2544) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเนื่องมาจากต้องการทดลองสั่งซื้อ การศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์อื่น นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการ อันดับแรกคือเพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่น การรับ email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริกุล หอสถิตกุล (2543) และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2548) ได้มีการสำรวจ ศึกษาข้อมูลและพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต และของบุษบา มาลาศรี (2544) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร เช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพัชรี ไชยฤกษ์ (2544) ซึ่งศึกษาการใช้ประโยชน์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าเว็บไซต์ด้านบันเทิงเป็นอันดับแรก

**ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต เป็นอันดับแรก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุษบา

มาลาศรี (2544) และสิริกุล หอสถิตกุล (2543) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต เช่นกัน

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านสินค้าและบริการอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ และรองลงมาคือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสิริกุล หอสถิตกุล (2543) ที่พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแสดงราคาของสินค้าและบริการ และการแสดงรายละเอียดข้อมูลครบถ้วนของสินค้าและบริการด้วยรูปภาพ 3 มิติ มีเสียงประกอบ ในด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาราคาขั้นต่ำและบริการสมเหตุสมผลสูงสุดเท่ากับระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสิริกุล หอสถิตกุล (2543) ที่พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและน่าเชื่อถือของวิธีการชำระเงิน

**ปัญหาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านสินค้าและบริการอันดับแรกคือ สินค้าและบริการที่ได้รับไม่มีคุณภาพ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสิริกุล หอสถิตกุล (2543) ที่พบว่าส่วนใหญ่ ไม่เชื่อมั่นในสินค้าและบริการ และการไม่ได้สัมผัสสินค้าด้วยตนเอง เป็นอันดับแรก ปัญหาในด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาของสินค้าและบริการไม่เป็นที่พึงพอใจ ไม่สมเหตุสมผลเท่ากับ ไม่มีความมั่นใจในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสิริกุล หอสถิตกุล (2543) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามขาดความเชื่อมั่นในระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับแรก

## ข้อค้นพบ

การศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

จากการศึกษาพบว่าระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่าระยะเวลาอื่นคือ น้อยกว่า 1 ปี ประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้ น้อยกว่าประเภทอื่นคือ ประเภท Dial-up สินค้าจับต้องได้ที่เคยซื้อ น้อยกว่าสินค้าอื่นคือ เกมส์ กล้องดิจิตอล ของเก่า และดอกไม้ สินค้าจับต้องไม่ได้ที่เคยซื้อ น้อยกว่าสินค้าอื่นคือ ตราสาร สินค้าบริการที่เคยซื้อ น้อยกว่าสินค้าอื่นคือ บริการขายฝาก อสังหาริมทรัพย์ ราคาของสินค้าและบริการที่ซื้อ น้อยกว่าราคาอื่นคือ 35,001-40,000 บาท เหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อ น้อยกว่าเหตุผลอื่นคือ มีความเป็นส่วนตัว และซื้อให้ลูกค้า นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการวัตถุประสงค์อื่นที่ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่าวัตถุประสงค์อื่นคือ เพื่อค้นหาข้อมูล โอกาสที่ใช้เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ น้อยกว่าโอกาสอื่นคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด วันสำคัญ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าและบริการภายในระยะเวลา 1 ปี น้อย

กว่าจำนวนครั้งอื่นคือ 9 – 12 ครั้ง แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าแหล่งอื่นคือ โทรศัพท์และ ครอบครัว และวิธีการชำระเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกน้อยกว่าวิธีอื่นคือ เช็คเงินสด

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่จะเหมือนกัน มีข้อค้นพบบางส่วนแตกต่างและน่าสนใจคือ ราคาของสินค้าและบริการที่ซื้อ เพศชายซื้อสินค้าและบริการในราคาน้อยกว่า 1,000 บาท ส่วนเพศหญิงซื้อสินค้าและบริการในราคา 1,001-1,500 บาท โอกาสในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพศชายจะซื้อไม่จำกัดโอกาส ส่วนเพศหญิงซื้อเมื่อมีสินค้าและบริการใหม่ๆ

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามอายุส่วนใหญ่จะเหมือนกัน มีข้อค้นพบบางส่วนแตกต่างและน่าสนใจคือ ราคาของสินค้าและบริการที่ซื้อ อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และอายุ 21-25 ปี ซื้อในราคาน้อยกว่า 1,000 บาท ส่วนอายุ 26-30 อายุ 31-35 อายุ 36-40 และอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ซื้อในราคา 1,001-1,500 บาท เหตุผลที่เลือกซื้อ อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ซื้อเพราะต้องการทดลองสั่งซื้อ ส่วนอายุ 26-30 อายุ 31-35 อายุ 36-40 และอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ซื้อเพราะความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง วิธีการชำระเงิน อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีและอายุ 21-25 ปี ชำระเงินด้วยการโอนผ่านธนาคาร ส่วนอายุ 26-30 อายุ 31-35 อายุ 36-40 และอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามระดับรายได้ส่วนใหญ่จะเหมือนกัน มีข้อค้นพบบางส่วนแตกต่างและน่าสนใจคือ สินค้าบริการที่เคยซื้อพบว่าระดับรายได้น้อย รายได้ไม่เกิน 5,000 บาทและรายได้ 5,001-10,000 บาท จองตัวภาพยนตร์เป็นส่วนมาก ส่วนระดับรายได้ค่อนข้างสูงรายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-25,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป จองตัวเครื่องบินเป็นส่วนมาก ราคาสินค้าที่ซื้อ ระดับรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทและรายได้ 5,001-10,000 บาท ซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท ส่วนระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาทและ รายได้ 20,001-25,000 บาท ซื้อในราคา 1,001-5,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ซื้อในราคา 5,001-10,000 บาท

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่จะเหมือนกันทั้งด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย โดยมีข้อค้นพบบางส่วนแตกต่างและน่าสนใจคือ ในด้านสินค้าและบริการ เพศหญิงให้ความสำคัญสูงในเรื่อง มี webboard ให้ลูกค้าแลกเปลี่ยนมูล ในขณะที่เพศชายไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ ส่วนใหญ่จะเหมือนกันทั้งด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย โดยมีข้อค้นพบ

บางส่วนแตกต่างและน่าสนใจคือผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ให้ความสำคัญด้านสินค้าและบริการ รวมถึงด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวม น้อยกว่าช่วงอายุอื่น

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ พาณิश्यอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค จำแนกตามระดับรายได้ ส่วนใหญ่จะเหมือนกันทั้งด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย โดยมีข้อค้นพบบางส่วนแตกต่างและน่าสนใจคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญด้านสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม น้อยกว่าช่วงอายุอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวม มากกว่าช่วงอายุอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 75 สรุปข้อค้นพบพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อันดับแรก จำแนกตามเพศ

พฤติกรรม	เพศชาย	เพศหญิง
ระยะเวลาการอินเทอร์เน็ต	ใช้มากกว่า 6 ปี	ใช้มากกว่า 6 ปี
ประเภทอินเทอร์เน็ตที่ใช้	ความเร็วสูง (Hi-Speed)	ความเร็วสูง (Hi-Speed)
สินค้าจับต้องได้เคยสั่งซื้อ	CD/ เพลง/ หนังสือภาพยนตร์	CD/ เพลง/ หนังสือภาพยนตร์
สินค้าจับต้องไม่ได้ที่เคยสั่งซื้อ	Download เพลง	Download เพลง
สินค้าบริการที่เคยสั่งซื้อ	จองตั๋วเครื่องบิน	จองตั๋วเครื่องบิน
ราคา	น้อยกว่า 1,000 บาท	1,001 -1,500 บาท
เหตุผลที่เลือกซื้อ	ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง	ความสะดวกในการซื้อ เพราะบริการ 24 ชั่วโมง
วัตถุประสงค์อื่น นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการ	ติดต่อสื่อสาร (เช่น การรับ Email, ส่งข้อความ, หรือ Chat ฯลฯ)	เพื่อความบันเทิง เช่น เล่นเกมส์, ดูหนัง, ฟังเพลง
โอกาสในการซื้อ	ซื้อไม่จำกัดโอกาส	สินค้าบริการใหม่ๆ
จำนวนครั้งที่ซื้อภายใน 1 ปี	จำนวน 1 – 3 ครั้ง	จำนวน 1 – 3 ครั้ง
เว็บไซต์ที่ใช้ทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น www.google.com	เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น www.google.com
แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น www.google.com	เว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น www.google.com
วิธีการชำระเงิน	โอนเงินผ่านธนาคารเป็นอันดับแรก	โอนเงินผ่านธนาคารเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 76 สรุปข้อค้นพบพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตซื้อสินค้า และบริการผ่านเว็บไซต์  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อันดับแรก จำแนกตามอายุ

รวม	อายุ <= 20 ปี	อายุ 21-25 ปี	อายุ 26-30 ปี	อายุ 31-35 ปี	อายุ 36-40 ปี	อายุ 40 ปีขึ้นไป
เวลาการ อ์เน็ต	มากกว่า 6 ปี เท่ากับ 3-4 ปี	มากกว่า 6 ปี เท่ากับ 3-4 ปี	มากกว่า 6 ปี	5-6 ปีเท่ากับ มากกว่า 6	5-6 ปี	น้อยกว่า 1 ปี เท่ากับ 1-2 ปี
ทออินเทอร์เน็ต	ความเร็วสูง (Hi-Speed)	ความเร็วสูง (Hi-Speed)	ความเร็วสูง (Hi-Speed)	ความเร็วสูง (Hi-Speed)	ความเร็วสูง (Hi-Speed)	ความเร็วสูง (Hi-Speed)
จับต้องได้เคย	CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์	CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์	CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์ = เครื่องสำอาง	CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์ เท่ากับมือถือ	หนังสือ นิตยสาร CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์ ของ เล่น Computer Hardware มือถือ	Computer / Hardware
จับต้องไม่ได้ที่	Download เพลง	Download เพลง	Download เพลง	Download เพลง	หุ้น	หุ้น
บริการที่เคยซื้อ	เครื่องบิน = จองตั๋วภาพยนตร์	จองตั๋ว ภาพยนตร์	จองตั๋วเครื่องบิน	จองตั๋วเครื่องบิน	จองตั๋วเครื่องบิน	จองตั๋วเครื่องบิน
ที่เลือกซื้อ	น้อยกว่า 1,000 บาท	น้อยกว่า 1,000 บาท	ราคา 1,001- 5,000 บาท	ราคา 1,001- 5,000 บาท	ราคา 1,001- 5,000 บาท	ราคา 1,001- 5,000 บาท
ระสงค้อื่น เนื่องจากการซื้อ และบริการ	ทดลองสั่งซื้อ เท่ากับเป็นสินค้า ทันสมัย	สะดวกในการ ซื้อเพราะบริการ 24 ชั่วโมง	สะดวกในการ ซื้อเพราะบริการ 24 ชั่วโมง	สะดวกในการ ซื้อเพราะบริการ 24 ชั่วโมง	สะดวกในการ ซื้อเพราะบริการ 24 ชั่วโมง	สะดวกในการ ซื้อเพราะบริการ 24 ชั่วโมง
ในการซื้อ	ไม่จำกัด โอกาส	ไม่จำกัด โอกาส	ไม่จำกัด โอกาส	เมื่อจำเป็นต้อง ใช้สินค้าบริการ	ช่วงเวลาที่มีการ ส่งเสริมการขาย	เมื่อจำเป็นต้อง ใช้สินค้า
ครั้งที่ซื้อใน 1 ปี	4 - 6 ครั้ง	1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง	4 - 6 ครั้ง
ที่จัดทำ พาณิชย์ รอนิกส์	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์เจ้าของ ผู้ประกอบการ
้อมูลที่ทราบ เว็บไซต์ อิเล็กทรอนิกส์	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ประเภท เว็บไซต์ค้นหา
ชำระเงิน	โอนเงินผ่าน ธนาคาร	โอนเงินผ่าน ธนาคาร	โอนเงินผ่าน ธนาคาร	บัตรเครดิต Visa	บัตรเครดิต Visa	บัตรเครดิต Visa

ตารางที่ 77 สรุปข้อค้นพบพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อันดับแรก จำแนกตามรายได้

กรรม	<= 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001-20,000	20,001-25,000	25,000 =>
เวลาการ อ์เน็ต	5-6 ปี	3-4 ปี	มากกว่า 6 ปี	มากกว่า 6 ปี	มากกว่า 6 ปี	มากกว่า 6 ปี
อินเทอร์เน็ต	ความเร็วสูง	ความเร็วสูง	ความเร็วสูง	ความเร็วสูง	ความเร็วสูง	ความเร็วสูง
จับต้องได้เคย	CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์	CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์	CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์	CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์	CD/ เพลง/ หนังสือ ภาพยนตร์	เครื่องสำอาง
จับต้องไม่ได้ที่	Download เพลง	Download เพลง	Download เพลง	Download เพลง	Download เพลง	Download เพลง
บริการที่เคยซื้อ	จองตั๋ว ภาพยนตร์	จองตั๋ว ภาพยนตร์	จองตั๋วเครื่องบิน	จองตั๋วเครื่องบิน เท่ากับจองตั๋ว ภาพยนตร์	จองตั๋วเครื่องบิน	จองตั๋วเครื่องบิน
	ราคาน้อยกว่า 1,000	ราคาน้อยกว่า 1,000	1,001-5,000 บาท	1,001-5,000 บาท	1,001-5,000 บาท	5,001-10,000 บาท
ที่เลือกซื้อ	ต้องการทดลอง สั่งซื้อ	ความสะดวกใน การซื้อ เพราะ บริการ 24 ชั่วโมง	ความสะดวกใน การซื้อ เพราะ บริการ 24 ชั่วโมง	ความสะดวกใน การซื้อ เพราะ บริการ 24 ชั่วโมง	ความสะดวกใน การซื้อ เพราะ บริการ 24 ชั่วโมง	ความสะดวกใน การซื้อ เพราะ บริการ 24 ชั่วโมง
ประสงค์อื่น เนื่องจากการซื้อ และบริการ	ติดตามข่าวสาร ข้อมูลเท่ากับเพื่อ ความบันเทิง	เท่ากับเพื่อความ บันเทิง	ติดต่อสื่อสาร Download รูปภาพ โปรแกรม ซอฟต์แวร์	เพื่อการ ติดต่อสื่อสาร	เพื่อการ ติดต่อสื่อสาร	เท่ากับเพื่อความ บันเทิง
ในการซื้อ	ไม่จำกัดโอกาส	ไม่จำกัดโอกาส	ไม่จำกัดโอกาส	ไม่จำกัดโอกาส	ไม่จำกัดโอกาส	ไม่จำกัดโอกาส
ครั้งที่ซื้อ 1 ปี	ซื้อ 4-6 ครั้ง	ซื้อ 4-6 ครั้ง	ซื้อ 4-6 ครั้ง	ซื้อ 4-6 ครั้ง	1-3 ครั้ง	1-3 ครั้ง
ที่ใช้ทำ มพาณิชย์ รอนิกส์	เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ค้นหา
ข้อมูลที่ทราบ เว็บไซต์ อิเล็กทรอนิกส์	เว็บไซต์ค้นหา	E-mailsเท่ากับ เพื่อนแนะนำ	เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ค้นหา	เว็บไซต์ค้นหา
ชำระเงิน	โอนเงินผ่าน ธนาคาร	โอนเงินผ่าน ธนาคาร	โอนเงินผ่าน ธนาคาร	บัตรเครดิต Visa	บัตรเครดิต Visa	บัตรเครดิต Visa



ตารางที่ 78 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อและปัญหาที่พบ ในการใช้อินเทอร์เน็ต ซื้อสินค้าและบริการ  
อันดับแรก จากมากไปหาน้อย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
ควมในการสั่งซื้อ ระยะเวลา	4.24 (มาก)	ราคาของสินค้าและบริการไม่เป็นที่พึงพอใจ ไม่สมเหตุสมผล	4.05 (มาก)
ภาพของสินค้าและบริการ	4.18 (มาก)	ไม่มีความมั่นใจในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน	4.05 (มาก)
ารรับประกันคุณภาพสินค้า	4.17 (มาก)	มีการเรียกเก็บเงินไม่ตรงกับราคาที่ระบุไว้	4.03 (มาก)
สินค้าและบริการสมเหตุสมผล	4.17 (มาก)	ราคาของสินค้าและบริการไม่คงที่	3.97 (มาก)
บความปลอดภัยในการชำระเงิน	4.17 (มาก)	สินค้าและบริการที่ได้รับไม่มีคุณภาพ	3.96 (มาก)
กเก็บเงินตามจำนวนจริงที่ระบุในเว็บไซต์	4.16 (มาก)	การรับประกันคุณภาพสินค้าไม่น่าเชื่อถือ	3.95 (มาก)
ต่อเวลาในการบริการจัดส่งสินค้า	4.16 (มาก)	ไม่มีความสะดวก ในการค้นหา เลือกซื้อสินค้าและบริการ	3.95 (มาก)
เมน่าเชื่อถือของชื่อตราสินค้าและบริการ เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.13 (มาก)	กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ทางร้านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จัดไว้ไม่น่าสนใจ	3.95 (มาก)
ความสะดวกในการค้นหาเลือกซื้อสินค้า าร	4.13 (มาก)	ไม่มีการรับประกัน หรือเปลี่ยนสินค้า	3.94 (มาก)
ค้าเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เปิด บริการตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง	4.13 (มาก)	ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการไม่ครบถ้วน	3.94 (มาก)
เมน่าเชื่อถือในการรับประกันคุณภาพของ ค้า	4.12 (มาก)	ราคาของสินค้าและบริการแพงกว่าการซื้อโดยวิธีอื่น	3.94 (มาก)
มครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียด สินค้าและบริการ	4.09 (มาก)	วิธีการชำระเงินที่ทางเว็บไซต์จัดให้ไม่สะดวก	3.94 (มาก)
้ำทันสมัย	4.08 (มาก)	ได้รับสินค้าล่าช้า ไม่ตรงเวลา	3.94 (มาก)
มหลากหลายของประเภทสินค้า	4.07 (มาก)	ไม่สามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้	3.93 (มาก)
ารถติดต่อซื้อ ขายสินค้าและบริการได้จาก ทุกมุมโลก	4.07 (มาก)	สินค้าไม่ตรงตามความต้องการ	3.92 (มาก)
มีชื่อเสียง และภาพพจน์ที่ดีของบริษัท เว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	4.06 (มาก)	ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	3.92 (มาก)
รรับประกัน หรือเปลี่ยนสินค้า	4.05 (มาก)	ผู้ให้บริการ ไม่สามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	3.92 (มาก)
การส่งสินค้าฟรี	4.05 (มาก)	ไม่เห็นสินค้าของจริง	3.90 (มาก)

ตารางที่ 78 (ต่อ) แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อและปัญหาที่พบ ในการใช้อินเทอร์เน็ต ซื้อสินค้าและบริการอันดับแรก จากมากไปหาน้อย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
าสินค้า บริการถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่น	4.04 (มาก)	สินค้าสูญหาย ไม่ได้รับสินค้า	3.90 (มาก)
าสินค้าและบริการคงที่	4.02 (มาก)	ข้อครหาสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่น่าเชื่อถือ	3.87 (มาก)
ารออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ใช้งานง่าย สะดวก	4.01 (มาก)	การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ของทางร้านค้าใช้งานยาก ไม่สะดวก	3.87 (มาก)
ับบริการสามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ เค้าและบริการได้	4.00 (มาก)	โฆษณา ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ไม่น่าสนใจ	3.87 (มาก)
ามรวดเร็วในการ Download ข้อมูลสินค้า ะบริการ	4.00 (มาก)	ไม่มีบริการหลังการขาย	3.84 (มาก)
รออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ วมทันสมัย น่าเชื่อถือ	4.00 (มาก)	Download ข้อมูลสินค้าและบริการช้า	3.84 (มาก)
ื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ใน ประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์พาณิชย์ โถปกรณ์	4.00 (มาก)	ไม่มีการบริการส่งสินค้าฟรี	3.84 (มาก)
ารบริการหลังการขาย	3.99 (มาก)	โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ไม่มีส่วนกระตุ้น การตัดสินใจ	3.84 (มาก)
มารตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อ ตลอด 24 ชั่วโมง	3.99 (มาก)	ไม่สะดวกในการเชื่อมต่อเครือข่าย อินเทอร์เน็ต	3.81 (มาก)
ารโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต น่าสนใจช่วย ะตุ้นการตัดสินใจ	3.98 (มาก)	เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่มี ชื่อเสียง	3.79 (มาก)
มหลากหลายในวิธีการชำระเงิน	3.97 (มาก)	สินค้าไม่ทันสมัย	3.76 (มาก)
กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น จัดให้มีการลด ก แจก แคม และชิงโชค เป็นต้น	3.97 (มาก)	ไม่มีความหลากหลายของประเภทสินค้า และบริการ	3.70 (มาก)
มหลากหลายของตราสินค้าและบริการ	3.96 (มาก)	ไม่มีความหลากหลายของตราสินค้าและ บริการ	3.68 (มาก)
มหลากหลายของขนาด รูปแบบของสินค้า ะบริการ	3.95 (มาก)	ไม่มีความหลากหลายของขนาด รูปแบบ ของสินค้าและบริการ	3.68 (มาก)
เมแปลกใหม่ที่มีบริการสั่งซื้อสินค้าและ การผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.89 (มาก)		

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับมาพัฒนา ปรับปรุงและวางแผนการตลาด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้มีการซื้อซ้ำและมีการแนะนำให้กับเพื่อน เพื่อน ญาติ คนรู้จัก ให้มาใช้ซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ให้บริการต้องวางกลยุทธ์ในการให้บริการที่เหมาะสม ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรถูกออกแบบให้ใช้งานง่าย สะดวกในการค้นหาข้อมูลเพื่อการเลือกซื้อ และมีการให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าอย่างครบถ้วน โดยอาจมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการสร้างเว็บไซต์ให้ดูสวยงาม สะดวกใช้ ได้แก่ มีการนำเทคโนโลยีภาพถ่าย 3D มาช่วยในเสนอภาพสินค้าจากทุกมุม เป็นต้น นอกจากนี้ควรจัดให้มีลิงค์ติดต่อในกรณีที่ผู้ใช้บริการต้องการขอข้อมูลเพิ่มเติม

สินค้าและบริการที่นำมาขายในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องมีคุณภาพ มีการรับประกันคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ มีความหลากหลายทั้งรูปแบบ ขนาด คราสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย

นอกจากนี้ควรจัดให้มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย ได้แก่ มีการติดต่อกับองค์กรที่ให้บริการด้านเงินผ่อน ได้แก่ Eon, Easy Buy, First Choice และอื่นๆ เพื่อเปิดบริการระบบผ่อนชำระแก่ลูกค้า เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถร่วมมือกับสถาบันทางการเงินในการออกบัตรเงินสด ในการซื้อของผ่านเว็บไซต์กระตุ้นให้ผู้บริโภคกลุ่มรายได้น้อย ที่ไม่มีบัตรเครดิตและไม่สะดวกในการชำระโดยการโอนเงินผ่านธนาคาร ได้ซื้อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องสร้างความมั่นใจในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน มีการเรียกเก็บเงินตรงกับราคาที่ระบุไว้ และราคาของสินค้าและบริการต้องคงที่ โดยในปัจจุบันได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีและระบบความปลอดภัยทางการเงินให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ทั้งในส่วนของสถาบันการเงินและทางด้านเจ้าของกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างพัฒนานำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสร้างความมั่นใจในระบบการชำระเงิน ได้แก่ระบบ Encryption Technology (ระบบการเข้ารหัสรักษาความปลอดภัย) เป็นเทคโนโลยีที่มีความปลอดภัยสูงเพราะมีการรักษาความปลอดภัย ถึง 3 ระดับ คือ 1. SL (Secure Socket Layer) 2. Digital Signature 3. Triple DES 128 bits ซึ่งถือว่าเป็นเทคโนโลยี ที่มีความปลอดภัยสูงสุดในขณะนี้ (สำนักงานบริการโทรคมนาคมสาขา เชียงราย, 2550: ออนไลน์)

ผู้ประกอบการที่ยังไม่มีเว็บไซต์ควรพิจารณาถึงโอกาสในการจัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ โฆษณาและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงตัวลูกค้าได้อย่างดี และมีต้นทุนต่ำที่สุด ต้องรักษาและขยายช่องทางการจัดจำหน่ายนี้ให้เป็นที่แพร่หลาย

นอกจากนี้ต้องให้บริการจัดส่งสินค้าและบริการตรงต่อเวลา สามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้ และมีวิธีป้องกันสินค้าสูญหาย ไม่ได้รับสินค้า ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ควรจะเสนอการบริการจัดส่งสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคในจังหวัด ให้ได้รับสินค้ารวดเร็ว ตรงเวลา และถูกต้อง เนื่องจากเป็นการขนส่งภายในจังหวัด ไม่ต้องรอเมื่อเปรียบเทียบกับซื้อจากผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ต่างถิ่น

ควรมีการประชาสัมพันธ์ โฆษณา โดยใช้สื่อต่างๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ มีการฝากโฆษณากับเว็บไซต์อื่น เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

นอกจากนี้ ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ โดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ได้แก่ มีการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อให้ลูกค้าได้รับส่วนลด สิทธิพิเศษต่างๆ ตามโอกาสเช่น วันขึ้นปีใหม่ วันเกิด และเทศกาลต่างๆ เป็นต้น และอาจมีส่วนลดและสิทธิพิเศษในกรณี member get member และยอดเพื่อแลกของรางวัล หรือการลด แลก แจก แถม เป็นต้น

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ควรมีการใช้สื่อต่างๆ ได้แก่ วิทยุ นิตยสาร หรือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพื่อช่วยกระตุ้นโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สินค้าจำเป็นต้องได้ประเภท เครื่องหนัง เฟอร์นิเจอร์ เกมส์ กล้องดิจิทัล สินค้าจำเป็นต้องไม่ได้ประเภทตราสาร หุ้น และเกมส์ออนไลน์ และสินค้าบริการประเภท บริการรถเช่าและบริการฝากขายอสังหาริมทรัพย์ ที่มีการซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ตน้อย ให้เป็นที่รู้จักและสนใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าประเภทนี้มากขึ้น ส่วนสินค้าจำเป็นต้องได้ประเภท CD/ เพลง/ ภาพยนตร์ เครื่องสำอาง และหนังสือ นิตยสาร ตำรา สินค้าจำเป็นต้องไม่ได้ประเภท Download เพลง Download ภาพยนตร์ และ Software และสินค้าบริการประเภท จองตั๋วเครื่องบิน จองตั๋วภาพยนตร์และบริการจองทัวร์ โปรแกรมท่องเที่ยว ที่มีการซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากอยู่แล้ว ควรมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม ขยายยอดขายและสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในระยะยาว

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ซื้อสินค้าและบริการเพียง 1-3 ครั้งต่อปี ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ควรกระตุ้น มีการซื้อเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ สื่อสาร โฆษณาและการส่งเสริมการขายเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

จากการศึกษาพบว่าวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อสื่อสาร มั่นเทิน หาข้อมูล และ Download รูปภาพ โปรแกรม และเกมส์ต่างๆ จำนวนมาก ดังนั้นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัด

เชียงใหม่ควรเจรจา ติดต่อฝากประชาสัมพันธ์ ทำลิงค์โฆษณากับเว็บไซต์ดังกล่าว เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์และสินค้า ดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์มากขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved