

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

บทนี้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์ และการแปลความหมายข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ และประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

#### ส่วนที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา

กลุ่มสาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
วิทยาศาสตร์สุขภาพ	49	24.5
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	66	33.3
สังคมศาสตร์	85	42.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร้อยละ 33.0 และกลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ร้อยละ 24.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	104	52.0
หญิง	96	48.0
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.0 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 48.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	77	38.5
20-24 ปี	118	59.0
สูงกว่า 24 ปี	5	2.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 20-24 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 38.5 และมีอายุสูงกว่า 24 ปี เพียงร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	11	5.5
6 เดือน-1 ปี	30	15.0
1 ปี-2 ปี	78	39.3
มากกว่า 2 ปี	81	40.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือระยะเวลา 1 – 2 ปี และระยะเวลา 6 เดือน – 1 ปีคิดเป็นร้อยละ 39.3 และ 15.0 ตามลำดับ และน้อยที่สุดคือระยเวลานานน้อยกว่า 6 เดือนคิดเป็นร้อยละ 5.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
เฉพาะที่พัก	2	1.0
เฉพาะมหาวิทยาลัย	29	14.5
เฉพาะร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	0	0.0
ที่พักและมหาวิทยาลัย	34	17.0
ที่พักและร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	2	1.0
มหาวิทยาลัยและร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	76	38.0
ใช้จากทุกที่ร่วมกัน	57	28.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตจากมหาวิทยาลัยและร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตร่วมกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาได้แก่ ใช้จากที่พัก มหาวิทยาลัยและร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตร่วมกัน ร้อยละ 28.5 ใช้จากมหาวิทยาลัยอย่างเดียว ร้อยละ 14.5 ใช้จากที่พักและมหาวิทยาลัยร่วมกัน ร้อยละ 17.0 ใช้จากที่พักอย่างเดียว ร้อยละ 1.0 และใช้จากที่พักและร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตร่วมกัน ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	11	5.5
30-60 นาที	66	33.0
60-90 นาที	69	34.5
90-120 นาที	24	12.0
มากกว่า 120 นาที	30	15.0
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 60 – 90 นาทีต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาได้แก่ ใช้เฉลี่ย 30-60 นาทีต่อครั้งร้อยละ 33.0 ใช้เฉลี่ยมากกว่า 120 นาทีต่อครั้งร้อยละ 15.0 ใช้เฉลี่ย 90-120 นาทีต่อครั้งร้อยละ 12.0 และใช้เฉลี่ยน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 4 ครั้ง	62	31.0
4-6 ครั้ง	90	45.0
7-9 ครั้ง	27	13.5
10-12 ครั้ง	10	5.0
มากกว่า 12 ครั้ง	11	5.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาได้แก่ ใช้น้อยกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 31.0 ใช้เฉลี่ย 7-9 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 13.5 ใช้เฉลี่ย มากกว่า 12 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 5.5 และใช้เฉลี่ย 10-12 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตในวันธรรมดา

ช่วงเวลาการใช้	จำนวน	ร้อยละ
8.01-12.00 น.	14	7.0
12.01-16.00 น.	38	19.0
16.01-20.00 น.	105	52.5
20.01-24.00 น.	40	20.0
24.01 -8.00 น.	3	1.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตในวันธรรมดาช่วงเวลา 16.01-20.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาได้แก่ ใช้ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. ร้อยละ 20.0 ใช้ในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. ร้อยละ 19.0 ใช้ในช่วงเวลา 8.01-12.00 น. ร้อยละ 7.0 และ ใช้ในช่วงเวลา 24.00 – 8.00 น. ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตในวันหยุด

ช่วงเวลาการใช้	จำนวน	ร้อยละ
8.01-12.00 น.	43	21.5
12.01-16.00 น.	55	27.5
16.01-20.00 น.	61	30.5
20.01-24.00 น.	33	16.5
24.01 -8.00 น.	8	4.0
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อินเทอร์เน็ตในวันหยุดช่วงเวลา 16.01-20.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาได้แก่ ใช้ในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. ร้อยละ 27.5 ใช้ในช่วงเวลา 8.01-12.00 น. ร้อยละ 21.5 ใช้ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. ร้อยละ 16.5 และใช้ในช่วงเวลา 24.01-8.00 น. ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต\*

วัตถุประสงค์	จำนวน (N=200)	ร้อยละ
รับส่งจดหมาย	166	83.0
การสนทนา	91	45.5
ค้นหาข้อมูล	166	83.0
ความบันเทิง	162	81.0
ข่าวสาร	177	88.5
ซื้อสินค้าและบริการ	31	15.5
ส่งข้อความถึงวิทยุติดตามตัว	16	8.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 88.5 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในด้านข่าวสาร ร้อยละ 83.0 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในด้านรับส่งจดหมาย และร้อยละ 83.0 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในด้านค้นหาข้อมูล

**ส่วนที่ 2 : ทักษะติดต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต**

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าสามารถซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต\*

ประเภทของสินค้า	จำนวน (N=200)	ร้อยละ
หนังสือ, นิตยสาร	146	73.0
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	117	58.5
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	122	61.0
เพลงและซีดี	141	70.5
เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	103	51.5
อุปกรณ์กีฬา	84	42.0
ยาและเวชภัณฑ์	91	45.5
เครื่องประดับ	91	45.5
ของเล่น	91	45.5
ดอกไม้สด	69	34.5
อาหาร	61	30.5
ของขวัญ/ของชำร่วย	92	46.0
เครื่องเขียน	50	25.0
เครื่องสำอาง	81	40.5
อุปกรณ์สื่อสาร	93	46.5
เครื่องดนตรี	73	36.5
เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์แต่งบ้าน	70	35.0
อุปกรณ์เครื่องครัว	55	29.5
เครื่องมือ	59	29.5
เครื่องดนตรี	73	36.5
เครื่องใช้สำนักงาน	60	30.0
เครื่องใช้ไฟฟ้า	75	37.5
ข้อมูลข่าวสารทั่วไป	85	42.5
หุ้	57	28.5
เอกสารสิ่งพิมพ์	73	36.5
ผลงานวิจัย	69	34.5
ของใช้เบ็ดเตล็ด	76	38.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 73.0 ทราบว่าสามารถซื้อหนังสือและนิตยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 70.5 ทราบว่าสามารถซื้อเพลงและซีดีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 61.0 ทราบว่าสามารถซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าจะสามารถซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต\*

ประเภทบริการ	จำนวน (N=200)	ร้อยละ
บริการจองตั๋วเครื่องบิน	88	44.0
บริการรับจองโรงแรม	72	36.0
บริการให้คำปรึกษา	60	30.0
บริการด้านการท่องเที่ยว	88	44.0
บริการฝากขายสินค้า	24	12.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 44.0 ทราบว่าสามารถซื้อบริการจองตั๋วเครื่องบินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 44.0 ทราบว่าสามารถซื้อบริการด้านการท่องเที่ยว และร้อยละ 36.0 ทราบว่าสามารถซื้อบริการรับจองโรงแรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต



ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เฉย ๆ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	83	41.5	79	39.5	34	17.0	4	2	0	0.0	4.20	เห็นด้วย
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทั่วโลก	61	30.5	102	51.0	28	14.0	8	4	1	0.5	4.07	เห็นด้วย
ประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ	53	26.5	105	52.5	37	18.5	4	2.0	1	0.5	4.03	เห็นด้วย
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ตามที่ต้องการ	52	26.0	85	42.5	55	27.5	7	3.5	1	0.5	3.90	เห็นด้วย
สามารถเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	43	21.5	85	42.5	59	29.5	12	6.0	1	0.5	3.79	เห็นด้วย
สามารถแสดงความคิดเห็นหรือติชมสินค้าและบริการไปยังผู้ขายโดยตรงได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	39	19.5	89	44.5	54	27.0	16	8.0	2	1.0	3.74	เห็นด้วย
สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา	31	15.5	95	47.5	54	27.0	16	8.0	4	2.0	3.67	เห็นด้วย
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทุกชนิด	33	16.5	78	39.0	51	25.5	37	18.5	1	0.5	3.53	เห็นด้วย
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ในราคาถูกกว่าการซื้อจากช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	47	23.5	48	24.0	68	34.0	35	17.5	2	1.0	3.52	เห็นด้วย
สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site	35	17.5	67	33.5	58	29.0	37	18.5	3	1.5	3.47	เฉย ๆ
สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ	20	10.0	42	21.0	91	45.5	37	18.5	10	5.0	3.13	เฉย ๆ

จากตารางพบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับเห็นด้วยในเรื่องสามารถซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ( ค่าเฉลี่ย 4.20) สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทั่วโลก ( ค่าเฉลี่ย 4.07) ระยะเวลาในการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ ( ค่าเฉลี่ย 4.03) มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ตามที่ต้องการ ( ค่าเฉลี่ย 3.90) สามารถเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ( ค่าเฉลี่ย 3.79) สามารถแสดงความคิดเห็นหรือติชมสินค้าและบริการไปยังผู้ขายโดยตรงได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ( ค่าเฉลี่ย 3.74) สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา ( ค่าเฉลี่ย 3.67) สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทุกชนิด ( ค่าเฉลี่ย 3.53) สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ในราคาถูกลงกว่าการซื้อจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ( ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเฉยๆ ในเรื่องสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site ( ค่าเฉลี่ย 3.47) และสินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ ( ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	พอใจมากที่สุด		พอใจ		เฉยๆ		ไม่พอใจ		ไม่พอใจมากที่สุด		ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ	52	26.0	109	54.5	35	17.5	4	2.0	0	0.0	4.05	พอใจ
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ตามที่ต้องการ	50	25.0	97	48.5	53	26.5	0	0.0	0	0.0	3.99	พอใจ
มีสินค้าและบริการจำหน่ายตลอด 24 ชั่วโมง	47	23.5	97	48.5	56	28.3	0	0.0	0	0.0	3.96	พอใจ
มีสินค้าและบริการจากทั่วโลกจำหน่ายอยู่	42	21.0	99	49.5	57	28.5	2	1.0	0	0.0	3.91	พอใจ
สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น	37	18.5	97	48.5	61	30.5	5	2.5	0	0.0	3.83	พอใจ
ลูกค้าสามารถติดต่อสารกับฝ่ายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา	38	19.0	89	44.5	65	32.5	8	4.0	0	0.0	3.79	พอใจ
ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นหรือติชมสินค้าและบริการไปยังผู้ขายโดยตรงได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น	41	20.5	80	40.0	73	36.5	5	2.5	1	0.5	3.78	พอใจ
สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site	25	12.5	95	47.5	67	33.5	13	6.5	0	0.0	3.66	พอใจ
มีสินค้าและบริการทุกชนิดที่ต้องการจำหน่าย	24	12.0	91	45.5	75	37.5	10	5.0	0	0.0	3.65	พอใจ
สินค้าและบริการซื้อในราคาถูกกว่าสินค้าที่จำหน่ายในช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น	31	15.5	70	35.0	89	44.5	10	5.0	0	0.0	3.61	พอใจ

จากตารางพบว่า ความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทุกเรื่องอยู่ในระดับพอใจ ซึ่งได้แก่ ประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ตามที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีสินค้าและบริการจำหน่ายตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีสินค้าและบริการจากทั่วโลกจำหน่ายอยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.91) สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.83) ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.79) ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นหรือติชมสินค้าและบริการไปยังผู้ขายโดยตรงได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.78) สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีสินค้าและบริการทุกชนิดที่ต้องการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.65) และสินค้าและบริการซื้อในราคาถูกกว่าสินค้าที่จำหน่ายในช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

การซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เคยซื้อ	31	15.5
ไม่เคยซื้อ	169	84.5
รวม	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 84.5 ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 15.5 ตอบว่าเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	13	41.9
2-5 ครั้ง	14	45.2
มากกว่า 5 ครั้ง	4	12.9
รวม	31	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 2-5 ครั้ง ร้อยละ 45.2 รองลงมาเคยซื้อจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.9 และเคยสั่งซื้อมากกว่า 5 ครั้งมีเพียงร้อยละ 12.9

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง	28	90.3
ไม่เกิน 1 เดือนต่อครั้ง	3	9.7
รวม	31	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมามีระยะเวลาในการซื้อไม่เกิน 1 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.7

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตต่อครั้ง

จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	26	83.9
1,000-5,000 บาท	5	16.1
มากกว่า 5,000 บาท	0	0.0
รวม	31	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งละน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.9 และรองลงมาซื้อครั้งละ 1,000-5,000 บาท ร้อยละ 16.1

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประเภทของสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต\*

ประเภทของสินค้าที่ซื้อ	จำนวน (N=31)	ร้อยละ
หนังสือ, นิตยสาร	9	29.0
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	9	29.0
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	3	9.7
เพลงและซีดี	22	71.0
อุปกรณ์กีฬา	2	6.5
ของขวัญ/ของชำร่วย	2	6.5

\* ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 71.0 เคยซื้อเพลงและซีดีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 29.0 เคยซื้อหนังสือและนิตยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 29.0 เคยซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประเภทของบริการที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ประเภทบริการ	จำนวน (N=31)	ร้อยละ
บริการจองตั๋วเครื่องบิน	0	0.0
บริการรับจองโรงแรม	0	0.0
บริการให้คำปรึกษา	0	0.0
บริการด้านการท่องเที่ยว	0	0.0
บริการฝากขายสินค้า	0	0.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดไม่เคยซื้อบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต  
จำแนกตามวิธีการชำระเงิน\*

วิธีการชำระเงินค่าสินค้า	จำนวน (N=31)	ร้อยละ
บัตรเครดิต	0	0.0
พัสดุเก็บเงินปลายทาง	22	71.0
โอนเงินเข้าบัญชีผู้ขาย	9	29.0
ธนาคติ/ตัวแลกเงิน	14	45.2
เช็คเงินสด	0	0.0
จ่ายเงินสดเมื่อได้รับของ	0	0.0

\* ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 71 ชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตด้วยพัสดุเก็บเงินปลายทาง ร้อยละ 45.2 ชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตด้วยธนาคติ/ตัวแลกเงิน และร้อยละ 29 ชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยการโอนเงินเข้าบัญชีผู้ขาย

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ระดับความพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	31	100.0
ไม่พอใจ	0	0.0
รวม	31	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตทั้งหมดพอใจในคุณภาพของสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต



ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งต่อไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

การซื้อครั้งต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	23	74.2
ไม่แน่ใจ	8	25.8
ไม่ซื้อแน่นอน	0	0.0
รวม	31	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ ร้อยละ 74.2 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไป และผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 25.8 ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไปหรือไม่

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต\*

เหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	จำนวน (N=169)	ร้อยละ
- ยังไม่มีความต้องการซื้อ	136	80.5
- ใช้เวลานานกว่าจะได้รับสินค้าหรือได้รับ บริการ	30	17.7
- ไม่มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการตามที่สั่งซื้อ	112	66.2
- ไม่ได้เห็นสินค้าจริง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ	109	64.5
- ราคาของสินค้าและบริการที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตใกล้เคียงกับราคาของสินค้าหรือบริการที่ซื้อโดยช่องทางจำหน่ายอื่น	22	13.0
- ค่าใช้จ่ายในการจัดส่งมีราคาสูง	35	20.7
- ไม่มั่นใจในความปลอดภัยในการเก็บความลับของข้อมูลส่วนตัวเมื่อมีการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	77	45.6
- ไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยของข้อมูลบัตรเครดิตในกรณีที่ต้องการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	68	40.2
- ระบบการจ่ายเงินค่าซื้อสินค้าและบริการยังไม่สะดวกเพียงพอ	51	30.2
- กลัวผู้ขายนำข้อมูลที่เกิดจากการทำธุรกรรมการซื้อ ไปเปิดเผยต่อผู้อื่น	36	21.3
- ยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	74	73.8

\* ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 80.5 ไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพราะยัง ไม่มีความต้องการซื้อ ร้อยละ 66.2 ไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพราะไม่มั่นใจในว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการตามที่สั่งซื้อ และร้อยละ 64.5 ไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพราะไม่ได้เห็นสินค้าจริง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อ สินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ใน อนาคต

การซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	23	13.6
ไม่แน่ใจ	140	82.8
ไม่ซื้อแน่นอน	6	3.6
รวม	169	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ ร้อยละ 82.8 ไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 13.6 แน่ใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคตแน่นอน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 3.6 แน่ใจว่าจะไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคต

### ส่วนที่ 3 : ทักษะคิดต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ และประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.31	เห็นด้วย	4.09	เห็นด้วย	4.20	เห็นด้วย
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทั่วโลก	4.16	เห็นด้วย	3.97	เห็นด้วย	4.07	เห็นด้วย
ประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ	4.07	เห็นด้วย	3.98	เห็นด้วย	4.03	เห็นด้วย
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ตามที่ต้องการ	3.98	เห็นด้วย	3.81	เห็นด้วย	3.90	เห็นด้วย
สามารถเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	3.91	เห็นด้วย	3.65	เห็นด้วย	3.79	เห็นด้วย
สามารถแสดงความคิดเห็นหรือติชมสินค้าและบริการไปยังผู้ขายโดยตรงได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	3.80	เห็นด้วย	3.67	เห็นด้วย	3.74	เห็นด้วย
สามารถติดต่อสอบถามกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา	3.79	เห็นด้วย	3.53	เห็นด้วย	3.67	เห็นด้วย
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทุกชนิด	3.67	เห็นด้วย	3.36	เฉย ๆ	3.53	เห็นด้วย
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ในราคาถูกกว่าการซื้อจากช่องทางทางจัดจำหน่ายอื่น	3.67	เห็นด้วย	3.34	เฉย ๆ	3.52	เห็นด้วย
สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site	3.66	เห็นด้วย	3.26	เฉย ๆ	3.47	เฉย ๆ
สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ	3.37	เฉย ๆ	2.86	เฉย ๆ	3.13	เฉย ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นด้วยต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่อง สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ ที่เห็นด้วยในระดับเฉย ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นด้วยต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่อง สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทุกชนิด สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ในราคาถูกกว่าการซื้อจากช่องทางทางจัดจำหน่ายอื่น สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site และสินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ ที่เห็นด้วยในระดับเฉย ๆ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ

ความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามทราบต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ
ประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ	4.08	พอใจ	4.01	พอใจ	4.05	พอใจ
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ตามที่ต้องการ	4.06	พอใจ	3.91	พอใจ	3.99	พอใจ
มีสินค้าและบริการจำหน่ายตลอด 24 ชั่วโมง	4.07	พอใจ	3.83	พอใจ	3.96	พอใจ
มีสินค้าและบริการจากทั่วโลกจำหน่ายอยู่	4.00	พอใจ	3.80	พอใจ	3.91	พอใจ
สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	3.77	พอใจ	3.54	พอใจ	3.83	พอใจ
ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา	3.85	พอใจ	3.72	พอใจ	3.79	พอใจ
ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นหรือติชมสินค้าและบริการไปยังผู้ขายโดยตรงได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	3.86	พอใจ	3.69	พอใจ	3.78	พอใจ
สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site	3.92	พอใจ	3.73	พอใจ	3.66	พอใจ
มีสินค้าและบริการทุกชนิดที่ต้องการจำหน่าย	3.74	พอใจ	3.54	พอใจ	3.65	พอใจ
สินค้าและบริการซื้อในราคาถูกกว่าสินค้าที่จำหน่ายในช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	3.76	พอใจ	3.45	เฉยๆ	3.61	พอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในทุกเรื่อง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นในเรื่อง สินค้าและบริการซื้อในราคาถูกกว่าสินค้าที่จำหน่ายในช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น ที่รู้สึกเฉยๆ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

การซื้อสินค้า	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยซื้อ	29	27.9	2	2.1	31	15.5
ไม่เคยซื้อ	75	72.1	94	97.9	169	84.5
รวม	104	100.0	96	100.0	200	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 72.1 ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 27.9 เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 97.9 ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 2.1 ตอบว่าเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตามจำนวนครั้งที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ

จำนวนครั้ง	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	12	41.4	1	50	13	41.9
2-5 ครั้ง	13	44.8	1	50	14	45.2
มากกว่า 5 ครั้ง	4	13.8	0	0	4	12.9
รวม	29	100.0	2	100.0	31	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 2-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาเคยซื้อจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.4 และเคยตั้งชื่อมากกว่า 5 ครั้งมีเพียงร้อยละ 13.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 2-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเคยซื้อจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตามระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ

ระยะเวลาในการซื้อ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง	26	89.7	2	100.0	28	90.3
ไม่เกิน 1 เดือนต่อครั้ง	3	10.3	0	0.0	3	9.7
รวม	29	100.0	2	100.0	31	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 89.7 รองลงมามีระยะเวลาในการซื้อไม่เกิน 1 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตามจำนวนเงินในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตต่อครั้งจำแนกตามเพศ

จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้ง	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	24	82.8	2	100.0	26	83.9
1,000-5,000 บาท	5	17.2	0	0.0	5	16.1
มากกว่า 5,000 บาท	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	29	100.0	2	100.0	31	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งละน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 82.8 และรองลงมาซื้อครั้งละ 1,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งละน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตามประเภทของสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามเพศ\*

ประเภทของสินค้าที่ซื้อ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน (N=29)	ร้อยละ	จำนวน (N=2)	ร้อยละ	จำนวน (N=31)	ร้อยละ
หนังสือ,นิตยสาร	8	27.6	1	50.0	9	29.0
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	9	31.0	0	0.0	9	29.0
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	3	10.3	0	0.0	3	9.7
เพลงและซีดี	21	72.4	1	50.0	22	71.0
อุปกรณ์กีฬา	2	6.9	0	0.0	2	6.5
ของขวัญ/ของชำร่วย	2	6.9	0	0.0	2	6.5

\* ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายร้อยละ 72.4 เคยซื้อเพลงและซีดีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 31.0 เคยซื้อ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 27.6 เคยซื้อหนังสือและนิตยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงร้อยละ 50.0 เคยซื้อเพลงและซีดีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 50.0 เคยซื้อหนังสือและนิตยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต



ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งต่อไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

การซื้อครั้งต่อไป	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	21	72.4	2	100.0	23	74.2
ไม่แน่ใจ	8	27.6	0	0.0	8	25.8
ไม่ซื้อแน่นอน	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	29	100.0	2	100.0	31	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ ร้อยละ 72.4 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไป และร้อยละ 27.6 ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไปหรือไม่

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตร้อยละ 100.0 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไป

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อ สินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ใน อนาคต จำนวนตามเพศ

การซื้อผ่าน อินเทอร์เน็ตใน อนาคต	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	13	17.3	10	10.6	23	13.6
ไม่แน่ใจ	59	78.7	81	86.2	140	82.8
ไม่ซื้อแน่นอน	3	4.0	3	3.2	6	3.6
รวม	75	100.0	94	100.0	169	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ ร้อยละ 17.3 ไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รองลงมาร้อยละ 17.3 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคตแน่นอน และร้อยละ 4.0 แน่ใจว่าจะไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคต

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ ร้อยละ 86.2 ไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รองลงมาร้อยละ 10.6 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคตแน่นอน และร้อยละ 3.2 แน่ใจว่าจะไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคต

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	< 6 เดือน		6 เดือน-1 ปี		> 1 ปี-2 ปี		> 2 ปี		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.36	เห็นด้วย	4.20	เห็นด้วย	4.13	เห็นด้วย	4.26	เห็นด้วย	4.20	เห็นด้วย
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทั่วโลก	4.27	เห็นด้วย	3.90	เห็นด้วย	4.05	เห็นด้วย	4.12	เห็นด้วย	4.07	เห็นด้วย
ประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ	3.91	เห็นด้วย	4.00	เห็นด้วย	4.05	เห็นด้วย	4.04	เห็นด้วย	4.03	เห็นด้วย
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ตามที่ต้องการ	4.18	เห็นด้วย	3.90	เห็นด้วย	3.88	เห็นด้วย	3.88	เห็นด้วย	3.90	เห็นด้วย
สามารถเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น	3.91	เห็นด้วย	3.77	เห็นด้วย	3.82	เห็นด้วย	3.74	เห็นด้วย	3.79	เห็นด้วย
สามารถแสดงความคิดเห็นหรือติชมสินค้าและบริการไปยังผู้ขายโดยตรงได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางจัดจำหน่ายอื่น	3.73	เห็นด้วย	3.57	เห็นด้วย	3.86	เห็นด้วย	3.68	เห็นด้วย	3.74	เห็นด้วย
สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา	4.09	เห็นด้วย	3.50	เห็นด้วย	3.73	เห็นด้วย	3.60	เห็นด้วย	3.67	เห็นด้วย
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทุกชนิด	3.73	เห็นด้วย	3.40	เฉย ๆ	3.41	เฉย ๆ	3.65	เห็นด้วย	3.53	เห็นด้วย
สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ในราคาถูกกว่าการซื้อจากช่องทางจัดจำหน่ายอื่น	3.73	เห็นด้วย	3.67	เห็นด้วย	3.55	เห็นด้วย	3.51	เห็นด้วย	3.52	เห็นด้วย
สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site	3.45	เฉย ๆ	3.47	เฉย ๆ	3.53	เห็นด้วย	3.42	เฉย ๆ	3.47	เฉย ๆ
สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ	3.36	เฉย ๆ	3.13	เฉย ๆ	3.11	เฉย ๆ	3.11	เฉย ๆ	3.13	เฉย ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 6 เดือน เห็นด้วยต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่อง สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site และสินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือที่เห็นด้วยในระดับเฉย ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 6 เดือน- 1 ปี เห็นด้วยต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่อง สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทุกชนิด สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site และสินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ ที่เห็นด้วยในระดับเฉย ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี – 2 ปี เห็นด้วยต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่อง สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ทุกชนิด และสินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ ที่เห็นด้วยในระดับเฉยๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี เห็นด้วยต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่อง สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site และสินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือที่เห็นด้วยในระดับเฉยๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	< 6 เดือน		6 เดือน-1 ปี		> 1 ปี-2 ปี		> 2 ปี		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ
ประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการ	3.82	พอใจ	4.03	พอใจ	4.09	พอใจ	4.84	พอใจ	4.05	พอใจ
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ตามที่ต้องการ	4.00	พอใจ	3.83	พอใจ	4.04	พอใจ	3.99	พอใจ	3.99	พอใจ
มีสินค้าและบริการจำหน่ายตลอด 24 ชั่วโมง	3.91	พอใจ	3.87	พอใจ	3.92	พอใจ	4.02	พอใจ	3.96	พอใจ
มีสินค้าและบริการจากทั่วโลกจำหน่ายอยู่	3.82	พอใจ	3.63	พอใจ	4.01	พอใจ	3.91	พอใจ	3.91	พอใจ
สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	3.82	พอใจ	3.67	พอใจ	3.94	พอใจ	3.75	พอใจ	3.83	พอใจ
ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา	3.91	พอใจ	3.70	พอใจ	3.81	พอใจ	3.78	พอใจ	3.79	พอใจ
ลูกค้าสามารถแสดงความเห็นหรือติชมสินค้าและบริการไปยังผู้ขายโดยตรงได้ง่ายและสะดวกกว่าการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	3.82	พอใจ	3.70	พอใจ	3.88	พอใจ	3.69	พอใจ	3.78	พอใจ
สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตัวเองและตรงกับความต้องการที่แท้จริงจากข้อมูลและรายละเอียดที่มีไว้ใน Web Site	3.55	พอใจ	3.57	พอใจ	3.76	พอใจ	3.62	พอใจ	3.66	พอใจ
มีสินค้าและบริการทุกชนิดที่ต้องการจำหน่าย	3.09	เฉยๆ	3.53	พอใจ	3.74	พอใจ	3.67	พอใจ	3.65	พอใจ
สินค้าและบริการซื้อในราคาถูกกว่าสินค้าที่จำหน่ายในช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น	3.64	พอใจ	3.40	เฉยๆ	3.73	พอใจ	3.57	พอใจ	3.61	พอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 6 เดือน มีความพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นในเรื่องมีสินค้าและบริการทุกชนิดที่ต้องการจำหน่าย ที่รู้สึกเฉยๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 6 เดือน- 1 ปี มีความพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในเกือบทุกเรื่อง ยกเว้นในเรื่องสินค้าและบริการซื้อในราคาถูกกว่าสินค้าที่จำหน่ายในช่องทางทางการจัดจำหน่ายอื่น ที่รู้สึกเฉยๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี-2 ปี มีความพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในทุกเรื่อง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี มีความพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในทุกเรื่อง

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จำแนกตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

การซื้อสินค้า	< 6 เดือน		6 เดือน- 1 ปี		> 1 ปี- 2 ปี		> 2 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยซื้อ	2	22.2	1	3.3	16	20.5	12	14.8	31	15.5
ไม่เคยซื้อ	9	77.8	29	96.7	62	79.5	69	85.2	169	84.5
รวม	11	100.0	30	100.0	78	100.0	81	100.0	200	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 6 เดือน ส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 77.8 ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 22.2 เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 6 เดือน-1 ปี ส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 96.7 ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 3.3 เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี-2 ปี ส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 79.5 ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 20.5 เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี ส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 85.2 ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 14.8 ตอบว่าเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตามจำนวนครั้งที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

จำนวนครั้ง	< 6 เดือน		6 เดือน-1 ปี		> 1 ปี-2 ปี		> 2 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	0	0.0	0	0.0	8	50.5	5	41.7	13	41.9
2-5 ครั้ง	2	100.0	1	100.0	6	37.5	5	41.7	14	45.2
มากกว่า 5 ครั้ง	0	0.0	0	0.0	2	12.5	2	16.6	4	12.9
รวม	2	100.0	1	100.0	16	100.0	12	100.0	31	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 6 เดือน เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 2-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 6 เดือน-1 ปี เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 2-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี-2 ปี เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.5 จำนวน 2-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.5 และเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.7 จำนวน 2-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.7 และเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.6

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตามระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประเภทการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาในการซื้อ	< 6 เดือน		6 เดือน- 1 ปี		> 1ปี-2ปี		> 2ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง	2	100.0	1	100.0	15	93.7	10	83.3	28	90.3
ไม่เกิน 1 เดือนต่อครั้ง	0	0.0	0	0.0	1	6.3	2	16.7	3	9.7
รวม	2	100.0	1	100.0	16	100.0	12	100.0	31	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 6 เดือน มีระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 6 เดือน-1 ปี มีระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี-2 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 93.7 รองลงมามีระยะเวลาในการซื้อไม่เกิน 1 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 2 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 83.3 รองลงมามีระยะเวลาในการซื้อไม่เกิน 1 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 9.7



ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตามจำนวนเงินในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตต่อครั้งจำแนกตาม ประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ต

จำนวนเงินในการซื้อ ต่อครั้ง	< 6 เดือน		6 เดือน- 1 ปี		> 1 ปี- 2 ปี		> 2 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	1	50.0	1	100.0	14	87.5	10	83.3	26	83.9
1,000-5,000 บาท	1	50.0	0	0.0	2	12.5	2	16.7	5	16.1
มากกว่า 5,000 บาท	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	2	100.0	1	100.0	16	100.0	12	100.0	31	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 6 เดือน ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งละน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 และซื้อครั้งละ 1,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ต 6 เดือน-1 ปี ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งละน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี-2 ปี ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งละน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 87.5 และซื้อครั้งละ 1,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งละน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.3 และซื้อครั้งละ 1,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประเภทของสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต\*

ประเภทของสินค้าที่ซื้อ	< 6 เดือน		6 เดือน- 1 ปี		> 1 ปี- 2 ปี		> 2 ปี		รวม	
	จำนวน (N=2)	ร้อยละ	จำนวน (N=1)	ร้อยละ	จำนวน (N=16)	ร้อยละ	จำนวน (N=12)	ร้อยละ	จำนวน (N=31)	ร้อยละ
หนังสือ, นิตยสาร	2	100.0	0	0.0	3	18.8	4	33.3	9	29.0
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	1	50.0	1	100.0	2	12.5	5	41.7	9	29.0
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	0	0.0	0	0.0	3	18.8	0	0.0	3	9.7
เพลงและซีดี	0	0.0	1	100.0	13	81.2	8	66.7	22	71.0
อุปกรณ์กีฬา	0	0.0	0	0.0	1	6.2	1	8.3	2	6.5
ของขวัญ/ของชำร่วย	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	16.7	2	6.5

\* ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 6 เดือน ร้อยละ 100.0 เคยซื้อหนังสือและนิตยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 50.0 เคยซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 6 เดือน-1 ปี ร้อยละ 100.0 เคยซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 100.0 เคยซื้อเพลงและซีดีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี-2 ปี ร้อยละ 81.2 เคยซื้อเพลงและซีดีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 18.8 เคยซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 18.8 เคยซื้อหนังสือและนิตยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี ร้อยละ 66.7 เคยซื้อเพลงและซีดีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 41.7 เคยซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 33.3 เคยซื้อหนังสือและนิตยสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตครั้งต่อไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามประสบการณ์การใช้ อินเทอร์เน็ต

การซื้อครั้งต่อไป	< 6 เดือน		6 เดือน- 1 ปี		> 1 ปี- 2 ปี		> 2 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	2	100.0	1	100.0	10	62.5	10	83.3	23	74.2
ไม่แน่ใจ	0	0.0	0	0.0	6	37.5	2	16.7	8	25.8
ไม่ซื้อแน่นอน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	2	100.0	1	100.0	16	100.0	12	100.0	31	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 6 เดือน ร้อยละ 100.0 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี-2 ปี ร้อยละ 100.0 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี-2 ปี ร้อยละ 62.5 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไป และร้อยละ 37.5 ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไปหรือไม่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี ร้อยละ 83.3 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไป และร้อยละ 16.7 ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไปหรือไม่

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตคิดว่าในอนาคตจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวนตามประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

การซื้อสินค้าใน อนาคต	< 6 เดือน		6 เดือน- 1 ปี		> 1 ปี- 2 ปี		> 2 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	0	0.0	2	6.9	11	17.7	10	14.5	23	13.6
ไม่แน่ใจ	8	88.9	26	89.7	48	77.4	58	84.1	140	82.8
ไม่ซื้อแน่นอน	1	11.1	1	3.4	3	4.9	1	1.4	6	3.6
รวม	9	100.0	29	100.0	62	100.0	69	100.0	169	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า 6 เดือน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 88.9 ไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 11.1 แน่ใจว่าจะไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 6 เดือน-1 ปี ส่วนใหญ่ ร้อยละ 89.7 ไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รองลงมา ร้อยละ 6.9 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคตแน่นอน และร้อยละ 3.4 แน่ใจว่าจะไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1 ปี-2 ปี ส่วนใหญ่ ร้อยละ 77.4 ไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รองลงมา ร้อยละ 17.7 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคตแน่นอน และร้อยละ 4.9 แน่ใจว่าจะไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี ส่วนใหญ่ ร้อยละ 84.1 ไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รองลงมา ร้อยละ 14.5 จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคตแน่นอน และร้อยละ 1.4 แน่ใจว่าจะไม่ซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในอนาคต