

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ใช้บัตรเครดิตต่อการชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้คือ แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น แนวคิดในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านเนื้อหา ปัจจัยทางการค้า ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยทางด้านชุมชน ปัจจัยทางด้านความสะดวก และปัจจัยทางการแข่งขัน ส่วนแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยทั่วไป ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค

ระเบียบวิธีการศึกษาในครั้งนี้ มีขอบเขตของประชากรคือ ผู้ใช้บัตรเครดิตต่อการชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มจาก พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ เพราะเป็นผู้มีรายได้ที่มั่นคงตรงกับกลุ่มเป้าหมายของธนาคาร หรือสถาบันการเงินในการให้บริการบัตรเครดิต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่เก็บแบบสอบถาม เป็นผู้ที่มีความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ต และเป็นผู้ที่มีบัตรเครดิตอย่างน้อย 1 ใบ ซึ่งไม่ใช่บัตรที่ออกให้โดยห้างสรรพสินค้า เนื่องจากมีบัตรเครดิตที่ออกโดยห้างสรรพสินค้าบางรายที่เป็นบัตรเครดิตแบบจำกัดวัตถุประสงค์ (Limited-Purpose Credit Card) แบบจำกัดประเภทของสินค้าและบริการที่ใช้ หรืออาจจะใช้ซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัทแห่งเดียวหรือกลุ่มเดียวเท่านั้น มีขอบเขตเนื้อหาเพื่อเก็บข้อมูลด้านความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้บัตรเครดิต และเป็นผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ทำการเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 338 ตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) จากผู้ทำงานบริษัทเอกชน 172 คน ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจรวมกัน 166 คน เนื่องจากจำนวนประชากรตั้งแต่ 500,000 คนขึ้นไป ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ต้องทำการเก็บตัวอย่างไม่น้อยกว่า 321 ตัวอย่าง

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.06 ส่วนใหญ่สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 45.56 ส่วนใหญ่สำเร็จ

การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.27 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 35.80 ประเภทของบัตรที่นิยมใช้ได้แก่ บัตรเครดิตวีซ่าของธนาคารไทยพาณิชย์ ร้อยละ 16.79 โดยได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อบัตรอยู่ระหว่าง 10,000-30,000 บาท ร้อยละ 43.79

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ใช้บัตรเครดิตพบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้วเป็นเวลา มากกว่า 3 ปี ร้อยละ 48.53 มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตเดือนละ 2-4 ครั้ง ร้อยละ 29.59 และมีเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 42.01 โดยส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นคว้าหาข้อมูล ร้อยละ 32.11 ใช้ที่บ้านพัก ในที่อยู่อาศัยเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.85

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ใช้บัตรเครดิตพบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 81.07 ส่วนผู้ที่เคยสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตพบว่า ส่วนใหญ่สั่งซื้อสินค้าครั้งสุดท้าย ระหว่าง 6 เดือน-1 ปี ร้อยละ 25.00 วิธีการชำระค่าสินค้าที่เป็นที่นิยมคือ การใช้บัตรเครดิต และ โอนผ่านธนาคาร ร้อยละ 40.71

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่สนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 65.98 ส่วนผู้ที่สนใจที่จะใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสนใจที่จะใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้ามากที่สุดคือ ตำราหรือที่พักหรือโรงแรม รองลงมาคือ ตำราหรือตั๋วเครื่องบิน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องมีการบริการรับชำระเงินค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในระดับปานกลางในการชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต และมีข้อเสนอแนะควรปรับปรุงความปลอดภัยของข้อมูลบัตร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแนวคิดในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

แนวคิดในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บัตรเครดิตชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่มีลำดับของค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านความสะดวก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านเนื้อหา ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยทางด้านชุมชน ปัจจัยทางด้านการค้า และปัจจัยทางด้านการแข่งขันตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยทางด้านเนื้อหา (Content)

ปัจจัยทางด้านเนื้อหา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และ 4.44 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 4.70 และ 4.33 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ส่วนผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 5.00 4.00 และ 4.67 ตามลำดับ

ปัจจัยทางการค้า (Commerce)

ปัจจัยทางการค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และ 4.19 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามอายุ จะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้าที่มีขายบนอินเทอร์เน็ตมีมากกว่าแหล่งอื่น และสินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ เช่นการประมูล และมีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เท่ากัน เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ สินค้ามีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และมีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้ นอกจากทางอินเทอร์เน็ต

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาทให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการขายสินค้าหลากหลายรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีสินค้าที่หาจากแหล่งอื่นไม่ได้นอกจากทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร (Communication)

ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่าแตกต่างกัน โดยเพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ส่วนเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.00 ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเลือกติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเลือกติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยสามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็วมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเลือกติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว และสามารถเลือกติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถติดต่อผู้ขายได้รวดเร็ว และสามารถเลือกติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเลือกติดต่อผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

ปัจจัยทางด้านชุมชน (Community)

ปัจจัยทางด้านชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ และสามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายรายอื่น หรือผู้ที่มีความรู้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เท่ากัน ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกคือ

สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ และสามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายอื่น หรือผู้ที่มีความรู้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ และมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกทั้งหมดคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายอื่น หรือผู้ที่มีความรู้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า และมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เท่ากัน เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายอื่น หรือผู้ที่มีความรู้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท มีความเห็นตรงกันในการให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ สามารถสอบถามข้อมูลจากผู้ขายอื่น หรือผู้ที่มีความรู้ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า และมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เท่ากัน 5.00 เท่ากัน และ 4.00 เท่ากันตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อสินค้าหรือการบริการได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67

ปัจจัยทางด้านการความสะดวก (Convenience)

ปัจจัยทางด้านการความสะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 4.61 เท่ากัน ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน

และต่างประเทศ และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ย 4.60 และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ คือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 4.63 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ และสามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี มีค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 เท่ากัน และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

ปัจจัยทางการแข่งขัน (Competition)

ปัจจัยทางการแข่งขัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ได้รับของแถมเมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เท่ากัน เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ได้รับการส่งสินค้าตัวอย่างหรือรายละเอียดของสินค้าจากผู้ขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขายแต่ละรายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีการ

สะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล และได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล ได้รับของแถม เมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าจากผู้ขาย แต่ละรายได้ และได้รับการส่งสินค้าตัวอย่าง หรือรายละเอียดของสินค้า จากผู้ขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ได้รับของแถมเมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เท่ากัน และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ข้อมูลส่วนที่ 5 ข้อมูลแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ

แนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ มีผลต่อความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจในการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีลำดับของค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากันคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก และความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เท่ากัน ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศหรือหาซื้อยาก มีค่าเฉลี่ย 4.5 ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.65 และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต และการชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เท่ากัน เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่

สุดคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต และสินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อันดับแรกคือ สินค้าไม่สามารถหาซื้อได้ภายในประเทศ หรือหาซื้อยาก มีค่าเฉลี่ย 4.67 ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ ความหลากหลายชนิดของสินค้าที่สามารถเลือกซื้อ และชำระได้ ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และ 4.33 ตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านราคา (Price)

ปัจจัยทางด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และ 4.24 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคิดเห็นตรงกันคือ ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 4.29 4.18 และ 4.33 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า ได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 4.19 4.00 และ 5.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้จากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต และไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เท่ากัน และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่มีค่าใช้จ่ายแฝงอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และ 4.56 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ

ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 4.26 และ 4.50 ตามลำดับ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถชำระค่าสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้ทุกที่ ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ สามารถใช้ชำระค่าสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศทั่วโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และ 5.00 ตามลำดับ

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการแนะนำให้ใช้ จากผู้รู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากผู้ขายสินค้า และสิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการแนะนำให้ใช้จากผู้รู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการแนะนำให้ใช้จากผู้รู้จัก และมีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับจากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เท่ากัน เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต และสิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า และมีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีการแนะนำให้ใช้ จากผู้รู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

3.42 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า และมีการประชาสัมพันธ์ หรือ แผ่นพับ จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต เกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกทั้งหมดคือ สิทธิพิเศษต่างๆจากสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิต สิทธิพิเศษต่างๆ จากผู้ขายสินค้า มีการประชาสัมพันธ์หรือแผ่นพับจากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ต และมีการแนะนำให้ใช้จากผู้รู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เท่ากัน

ปัจจัยทางด้านบุคคล (People)

ปัจจัยทางด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ส่วนเพศหญิง ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา และได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ลูกค้าหรือผู้รับไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดยวิธีอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ลูกค้าหรือผู้รับไม่มีเวลาในการชำระสินค้าโดยวิธีอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสอบถามข้อมูลได้จากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดเวลา และได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนรวดเร็วจากเว็บมาสเตอร์หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เท่ากัน

ปัจจัยทางด้านกระบวนการ (Process)

ปัจจัยทางด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความสนใจในความทันสมัยในการชำระค่าสินค้ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความรวดเร็ว/ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้ามากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี และผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และ 4.76 ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ มีความรวดเร็ว/ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้ามากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และ 4.50 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความรวดเร็ว / ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้ามากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือ มีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และ 4.25 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ และมีความรวดเร็ว / ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ และมีความแม่นยำ ด้านความถูกต้องแม่นยำในการชำระค่าสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้ามากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ และมีความรวดเร็ว / ประหยัดเวลาในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระเงินในลักษณะอื่นๆ และมีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เท่ากัน และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการคือ มีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า มากกว่าการชำระในลักษณะอื่นๆ และมีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ และมีความทันสมัยในการชำระค่าสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เท่ากัน

ปัจจัยทางด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

ปัจจัยทางด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี

ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี และผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกเหมือนกันคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 และ 3.82 ตามลำดับ และผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกทั้งหมดคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เท่ากัน และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยทั่วไป

ปัจจัยทั่วไป ที่มีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สนใจในการใช้บัตรเครดิตชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีลำดับของค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดของแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย

ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ความไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่าน

ปัจจัยทางด้านการบริการ

ปัจจัยทางด้านการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือนโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกตรงกันคือนโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และ 4.37 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญอันดับแรกตรงกันคือนโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 4.00 4.39 และ 4.31 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือนโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกเช่นเดียวกันคือนโยบายการคืนสินค้าที่ไม่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และ 4.42 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่ได้สินค้าทันทีเมื่อได้ชำระค่าสินค้าแล้ว ผู้ขายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้ซื้อได้รับสินค้า และไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้า ที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 เท่ากัน และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่เชื่อถือในระบบการจัดส่งสินค้า ผู้ขายได้รับค่าสินค้า ก่อนผู้ซื้อได้รับสินค้า และไม่ทราบวันที่จะได้รับสินค้าที่แน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เท่ากัน

ปัจจัยทางด้านราคา

ปัจจัยทางด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญอันดับแรกตรงกันคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และ 4.51 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญอันดับแรกตรงกันคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 4.44 4.35 และ 4.50 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกตรงกันคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 4.10 4.27 4.92 และ 5.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ มักมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ แอบแฝง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ปัจจัยทางด้านการยอมรับของผู้บริโภค

ปัจจัยทางด้านการยอมรับของผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกตรงกันคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และ 4.17 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่มีตัวอย่างจากผู้ขายอื่นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ไม่รู้จักเว็บไซต์ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติมากกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังกล่าวตามแนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

จากการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิตใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ใช้บัตรเครดิตที่เคยสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีเพียง ร้อยละ 25.00 ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาของ เดชา ล้วนโค ในปี 2544 การวิจัยของ สิริกุล หอสถิตย์กุล ในปี 2543 อารี มัยงพงษ์ ในปี 2542 ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้า และบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีเพียงร้อยละ 15.5 ร้อยละ 25 ร้อยละ 20 ตามลำดับ โดยวิธีการชำระค่าสินค้าที่เป็นที่นิยมของผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตคือ การใช้บัตรเครดิต และ โอนผ่านธนาคาร ซึ่งจะสอดคล้องกับรายงานของ สิริกุล หอสถิตย์กุล ในปี 2543 การชำระเงินส่วนใหญ่โดย บัตรเครดิต และการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร และชำระเงินปลายทาง แต่จะแตกต่างจากผลการศึกษาของ เดชา ล้วนโค ที่พบว่าการชำระเงินโดย พัสดุเก็บเงินปลายทาง ธนาคาร/ตัวแลกเงิน และโดยการโอนเงินเข้าบัญชีผู้ขาย

จากการศึกษาเรื่องแนวคิดในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิตใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวก

ที่มีความสำคัญอันดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทุกแห่งที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถเลือกซื้อ และชำระค่าสินค้าได้หลากหลายวิธี เช่น โอนเงินผ่านธนาคาร การใช้บัตรเครดิต และสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาของ เดชา ล้วน โคน ในปี 2544 ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการซื้อสินค้า และบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสามารถซื้อได้จากทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง

จากการศึกษาเรื่องแนวคิดในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิตใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางด้านเนื้อหาที่มีความสำคัญอันดับแรกคือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าครบถ้วน ข้อมูลมีความเข้าใจง่าย และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา มีความใกล้เคียงกับผลการศึกษาของ ฉัฐจักร์ ตรีสัตยาเวทย์ ในปี 2545 ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตมีข้อมูลรายละเอียดของสินค้าที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และทันสมัย และมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีทำให้รับรู้ข่าวสารตลอดเวลา

จากการศึกษาเรื่องแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการมีผลต่อความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจในการใช้บัตรเครดิตชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต พบว่าปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากคือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามากพอสำหรับการตัดสินใจ และเว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย ซึ่งใกล้เคียงกับผลการวิจัยของ สิริกุล หอสถิตย์กุล ในปี 2543 ที่รายงานว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้า และบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับในระดับสำคัญมากในเรื่อง ความหลากหลายของสินค้า และบริการการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ

จากการศึกษาปัจจัยทั่วไปที่มีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สนใจในการใช้บัตรเครดิตชำระเงินค่าสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต พบว่าปัจจัยทางด้านความปลอดภัย มีความสำคัญอยู่ในระดับมากคือ ไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร ไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลบัตรเครดิตของลูกค้า และไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยในการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า เช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขบัตรประจำตัว ซึ่งใกล้เคียงกับผลการศึกษาของ สิริกุล หอสถิตย์กุล ในปี 2543 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้า และบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพราะว่า ไม่มีความมั่นใจในระบบการชำระเงิน

5.3 ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

ข้อค้นพบด้านปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ

1. ปัจจัยทางด้านเนื้อหา ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยคือ มีข้อมูลการวิจารณ์สินค้า จากผู้ที่เคยใช้แล้ว
2. ปัจจัยทางด้านการค้า ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยคือ มีการขายสินค้าทั้ง แบบขายปลีก และขายส่ง
3. ปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยคือ สามารถต่อรองราคากับผู้ขายได้ เช่น ติดต่อผ่าน ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์
4. ปัจจัยทางด้านชุมชนที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยคือ มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทั้งข้อดี และข้อเสีย
5. ปัจจัยทางด้านความสะดวกที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยคือ สามารถซื้อสินค้าได้ทั้งใน และต่างประเทศ
6. ปัจจัยด้านการแข่งขันที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยคือ มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล

ข้อค้นพบด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ การชำระค่าสินค้าโดยใช้บัตรเครดิต มีความน่าสนใจน่าทดลอง
8. ปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ราคาสินค้าถูกกว่าการซื้อโดยวิธีการอื่น
9. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ไม่สามารถชำระค่าสินค้าได้โดยวิธีการอื่น
10. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ มีการแนะนำให้ใช้ จากผู้ที่รู้จัก
11. ปัจจัยด้านบุคคล ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ชอบความเป็นส่วนตัวในการซื้อสินค้า ไม่ต้องติดต่อพนักงาน
12. ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ได้รับสินค้าเร็วกว่าการชำระเงินโดยวิธีอื่น

13. ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์มีข้อมูลของการชำระค่าสินค้ามีความละเอียดเข้าใจง่าย

ข้อค้นพบด้านปัจจัยทั่วไป

14. ปัจจัยด้านความปลอดภัย ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์ส่วนใหญ่ไม่น่าเชื่อถือ มีความยุ่งยาก และใช้เวลานานในการแก้ไข ธุรกิจที่ไม่ถูกต้อง

15. ปัจจัยด้านการบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ วิธีซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความยุ่งยาก

16. ปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ราคาสินค้าบนอินเทอร์เน็ตมักมีราคาแพงกว่าแหล่งอื่น

17. ปัจจัยด้านการยอมรับของผู้บริโภค ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ชอบเลือกซื้อสินค้าในแหล่งอื่นมากกว่า เช่น ผ่านโทรทัศน์ หรือ ผ่านแคตตาล็อก

ข้อค้นพบด้านอื่นๆ

18. ข้อควรปรับปรุงในการรับชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ มีระบบการคืนสินค้าเมื่อสินค้าไม่ตรงตามรายการ หรือรายละเอียดที่ระบุไว้

19. วิธีการชำระค่าสินค้าเมื่อซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุดคือ เช็คเงินสด

20. ประเภทของสินค้า ที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม สนใจน้อยที่สุดคือ สินค้าประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม

5.4 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นต่อการชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บัตรเครดิตในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ข้อเสนอแนะด้านปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ

ปัจจัยทางด้านเนื้อหา (Content)

ผู้ที่ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีการระบุรายละเอียดของสินค้าให้ครบถ้วน และเข้าใจง่าย และมีการปรับปรุงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ ให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้ที่สนใจได้เข้าใจ และสามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยทางการค้า (Commerce)

ควรมีเลือกในการซื้อสินค้าในรูปแบบอื่นๆ เช่น การค้าปลีก และค้าส่ง หรือการประมูล นอกจากนี้ควรมีการวิจัยตลาดเป็นระยะๆ เพื่อศึกษาถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภค

ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร (Communication)

ปัญหาหนึ่งของการซื้อขายสินค้าผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ การที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคไม่สามารถต่อรองราคาสินค้า หรือซักถามข้อสงสัยกับผู้ขายได้โดยตรง ซึ่งผู้ที่ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีบริการตอบข้อซักถาม หรือการต่อรองกับผู้บริโภคในหลายๆ ช่องทาง เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ โทรสาร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทั่วถึง

ปัจจัยทางด้านการชุมชน (Community)

กระตุ้นให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมหรือให้มีการเสนอความคิดเห็น รวมถึงคำติชมต่างๆ นอกจากนี้ควรมีการทำพื้นที่หรือกระดานข่าวเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือคำวิจารณ์สินค้า ตลอดจนข้อซักถามในรายละเอียดสินค้าของผู้บริโภคด้วย

ปัจจัยทางด้านความสะดวก (Convenience)

ควรมีระบบการชำระค่าสินค้าให้เลือกได้หลายช่องทาง เช่น การชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต วิธีการโอนเงินผ่านธนาคาร หรือพัสดุเก็บเงินปลายทาง รวมถึงบริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว และตรงเวลา

ปัจจัยทางการแข่งขัน (Competition)

ควรมีการบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัลหรือเพื่อรับส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มีการซื้อสินค้า และชำระสินค้าโดยบัตรเครดิตเป็นประจำ โดยอาจมีรางวัลหรือของที่ระลึกหลากหลายชนิดเพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ โดยนำเสนอรูปภาพหรือรายละเอียดของรางวัลนั้นๆ ด้วย

2. ข้อเสนอแนะด้านแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

ควรมีสินค้าให้เลือกหลายหลาย หรืออาจเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือไม่มีขายทั่วไปตามท้องตลาด

ปัจจัยทางด้านราคา

ผู้ที่ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้ทำเว็บไซต์ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อชี้แจงรายละเอียดหรือเน้นย้ำด้านราคาของสินค้า โดยอาจจะมีการทำข้อมูลตารางเปรียบเทียบราคาสินค้าที่ซื้อ และชำระค่าสินค้าผ่านช่องทางอื่นกับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจน

ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากการชำระค่าสินค้าสามารถทำได้โดยหลายๆวิธี ดังนั้นผู้ขายหรือผู้ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรมีวิธีการชำระค่าสินค้าให้ผู้บริโภคได้เลือกหลากหลายวิธี และควรมีการให้ข้อมูล ข้อดี ข้อเสียในการชำระค่าสินค้าในแต่ละวิธีด้วย

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

ทำการประชาสัมพันธ์โฆษณาโดยให้ผู้ที่มีชื่อเสียง หรือบุคคลที่เป็นที่รู้จักในการชักชวน และแนะนำ

ปัจจัยทางด้านบุคคล

ควรมีการบริการตอบข้อซักถามทางด้านข้อมูลของสินค้าหรือข้อมูลด้านอื่นๆ ให้มีความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งจะให้ผู้บริโภคสามารถที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้องในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยทางด้านกระบวนการ

ทำการพัฒนาระบบการส่งสินค้าให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย สะดวก และตรงเวลา โดยอาจมีการรับประกันในความปลอดภัยของสินค้า และข้อมูลของลูกค้าที่ชำระผ่านบัตรเครดิต นอกจากนี้ ควรจะมีการกำหนดเวลาให้ผู้บริโภคจะได้รับสินค้า เช่น ในประเทศภายใน 3 วัน และต่างประเทศภายใน 1 อาทิตย์ เป็นต้น หรืออาจร่วมมือกับบริษัทขนส่งสินค้าที่สามารถส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และแน่นอน ทำให้ผู้รับทราบวันที่สามารถรับสินค้าได้อย่างถูกต้อง แต่ทั้งนี้ต้องมีความระมัดระวังในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพราะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้ด้วย

ปัจจัยทางด้านหลักฐานทางกายภาพ

สร้างรูปแบบใหม่ๆ ในการนำเสนอสินค้า พร้อมกับให้รายละเอียดข้อมูลที่เข้าใจง่าย ในการชำระค่าสินค้า ทั้งนี้ต้องคำนึงว่าผู้บริโภคมีหลายช่วงอายุ และหลากหลายระดับการศึกษา จึงควรใช้ภาษาคำพูดที่เข้าใจง่าย ไม่เป็นศัพท์เฉพาะมากเกินไป หรือควรมีทางเลือกทางภาษาที่หลากหลายให้แก่ผู้บริโภค เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาจีน เป็นต้น ซึ่งไม่ใช่เฉพาะผู้บริโภคภายในประเทศเท่านั้น

3. ข้อเสนอแนะด้านปัจจัยทั่วไป

ปัจจัยทางด้านการปลอดภัย

มีผู้บริโภคนานาชาติจำนวนมากที่ไม่เคยซื้อสินค้าหรือไม่สนใจที่จะซื้อหรือชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิตเป็นเพราะ ความไม่ปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าจากการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากไม่มีเอกสารหรือสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งควรมีการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคว่ามีความต้องการใจด้านความปลอดภัยอย่างไร หรือมีการติดต่อกับผู้บริโภคโดยตรง โดยการตกลงซื้อขายสินค้าหรือชำระเงินค่าสินค้าควรมีการทำควบคู่ไปกับวิธีการอื่น เช่น การส่งสัญญาการซื้อหรือชำระเงินผ่านระบบโทรสารหรือ ทางไปรษณีย์ด่วนพิเศษ เพื่อความรวดเร็ว และปลอดภัย และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

ปัจจัยทางด้านการบริการ

ผู้ที่ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้ทำเว็บไซต์ควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการคืนสินค้า หรือการรับประกันสินค้าหากเกิดสินค้าชำรุดระหว่างการขนส่ง สร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภค ในระบบการขนส่ง การบรรจุหีบห่อ ตลอดจนการบริการหลังการขายซื้อ ซึ่งผู้ขายหรือผู้ทำธุรกิจควรมีการวิจัยพิจารณาหารูปแบบการให้บริการหลังการขายที่เหมาะสม เช่น การสามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการจัดส่งสินค้า หรือมีพื้นที่เปิดรับคำติชมหรือคำร้องเรียนของลูกค้าที่สามารถตอบสนองหรือแก้ไขปัญหาได้ทันที

ปัจจัยทางด้านราคา

เปิดให้มีพื้นที่ในเว็บไซต์ที่สามารถเข้ามาต่อรองกับผู้ขายได้โดยตรง หรือผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือว่าอาจจะมีการให้บริการสายด่วนโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่ผู้บริโภคในการสอบถามข้อมูลรายละเอียดในการชำระค่าสินค้า ตลอดจนการตกลงซื้อขายหรือต่อรอง

ปัจจัยทางด้านการยอมรับของผู้บริโภค

สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคไม่เคยหรือไม่สนใจที่จะซื้อหรือชำระค่าสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยใช้บัตรเครดิต เป็นเพราะผู้บริโภคมีชอบลักษณะการซื้อสินค้าแบบปกติกว่า เช่น ได้รับสินค้าทันทีที่ซื้อ ซึ่งผู้ขายควรมีการนำเสนอจุดเด่นของสินค้าหรือการชำระค่าสินค้าในด้านอื่น เช่น ความเป็นสินค้าที่แปลกใหม่ หรือเป็นสินค้าที่หาได้ยาก ความเป็นเอกลักษณ์ หรือมีความสะดวกในการชำระค่าสินค้า หรืออาจจะมีการเสนอของแถมหรือข้อเสนอพิเศษอื่นๆ

4. ข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ

ควรมีการสำรวจความคิดเห็น และความต้องการของผู้บริโภคว่ามีความสอดคล้องกับสินค้าที่มีขายอยู่หรือไม่ ซึ่งทั้งนี้สินค้าที่ขายหรือนำเสนออาจจะเป็นทางเลือกสินค้าที่แตกต่างจากแหล่ง

อื่น เช่นเป็นสินค้าอาหาร และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ หรือ เป็นสินค้าจากต่างประเทศ ที่สามารถเก็บไว้ได้นาน นอกจากนี้ควรมีการเสนอราคาที่เหมาะสม และมีการบริการหลังการขายด้วย เช่น การรับฟังข้อเสนอแนะ หรือรับประกันความเสียหายของสินค้า เป็นต้น

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาควรทำการศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นเช่น กลุ่มนักศึกษา หรือกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดอื่นๆ เพื่อจะได้มีข้อมูลที่หลากหลาย และครอบคลุมมากยิ่งขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตได้ด้านความปลอดภัยของข้อมูลบัตรเครดิต ควรมีการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เคยซื้อ และชำระค่าสินค้าว่ามีความต้องการหรือมีประสบปัญหาในการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างไร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาระบบความปลอดภัยของผู้บริโภคต่อไป นอกจากนี้อาจทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตในการใช้ชำระค่าสินค้าที่ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะปัจจุบันบัตรเครดิตสามารถใช้ชำระค่าสินค้าได้เช่นเดียวกับบัตรเครดิต(Visa International Service Association, 2547). อาจจะเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถขยายขีดความสามารถในการเลือกชำระค่าสินค้าของผู้บริโภคได้