

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 376 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการสร้างแบบสอบถามผ่านเว็บไซต์ (Web site) “www.surveycan.com” โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling หรือ Judgement sampling) คือ เลือกถามเฉพาะผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - commerce) เท่านั้น และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยรายละเอียดของข้อมูล ประกอบด้วย

1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง
3. ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง
4. ข้อมูลความพึงพอใจด้านต้นทุนธุรกรรม และด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของการซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4.1 เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.1 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (เพศ อายุ และระดับการศึกษา)

รายละเอียด	จำนวน/คน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	145	38.56
หญิง	231	61.44
รวม	376	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	32	8.51
20 - 30 ปี	180	47.87
31 - 40 ปี	111	29.52
มากกว่า 40 ปี	53	14.1
รวม	376	100.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.27
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	30	7.98
อนุปริญญา (ปวส.)	10	2.66
ปริญญาตรี	226	60.11
สูงกว่าปริญญาตรี	109	28.99
รวม	376	100.00

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 61.44
เพศชาย จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 38.56

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็น ร้อยละ 47.87 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 29.52

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 60.11 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.99

4.2 อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.2 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)

รายละเอียด	จำนวน/คน	ร้อยละ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน/บาท
อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
นักเรียน / นักศึกษา	74	19.68	8689.19
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	15.96	29,638.25
แพทย์	4	1.06	107,500.00
พยาบาล	10	2.66	27,700.00
เภสัชกร	6	1.6	53,833.33
ครู / อาจารย์	18	4.79	34,666.67
ผู้บริหารในบริษัท	7	1.86	102,857.10
พนักงานในบริษัท	102	27.13	38,947.06
วิศวกร	4	1.06	36,125.00
ช่างเทคนิค	4	1.06	15,250.00
เกษตรกร	2	0.53	20,000.00
ธุรกิจส่วนตัว	68	18.09	51,661.76
ว่างงาน	8	2.13	0
อื่น ๆ	9	2.39	29,444.44
รวม	376	100.00	

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

อาชีพ และรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 27.13 มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 38,947.06 บาท รองลงมาเป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 74 คน มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 8689.19 บาท ส่วนอาชีพที่มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยมากที่สุด คือ อาชีพแพทย์ มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 คน มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 107,500 บาท รองลงมา คือ ผู้บริหารในบริษัท มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 คน มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 102,857.10 บาท

4.3 ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้า

ได้มีการอธิบายคำถามข้อนี้ว่า ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า หมายถึง ความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเดินทางไปศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า เช่น มีความสะดวก เนื่องจาก มีความจำเป็นต้องเดินทางผ่านศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ หรือบริเวณที่พักอาศัยมีศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ และไม่มีความสะดวก เนื่องจาก การเดินทางไปศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าต้องใช้เวลา มาก มีการจราจรคับคั่ง ถึงแม้ศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าจะตั้งอยู่ในบริเวณที่พักอาศัยก็ตาม

ตารางที่ 4.3 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า)

รายละเอียด	จำนวน/คน	ร้อยละ
ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้า		
มีความสะดวก	245	65.16
ไม่มีความสะดวก	131	34.84
รวม	376	100.00

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเดินทางไปศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่มีความสะดวก จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 65.16 และไม่มีความสะดวก จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.84

4.4 ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.4 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต)

รายละเอียด	จำนวน/คน	ร้อยละ
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต		
น้อยกว่า 10 ปี (2 – 9 ปี)	104	27.66
10 ปี	122	32.45
มากกว่า 10 ปี (11 – 20 ปี)	150	39.89
รวม	376	100.00

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 10 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.89 มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ระหว่าง 11 – 20 ปี โดยเฉลี่ย 14.78 ปี รองลงมา คือ 10 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 32.45 และน้อยกว่า 10 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27.66 มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ระหว่าง 2 – 9 ปี โดยเฉลี่ย 6.54 ปี

4.5 การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต และความสามารถในการออนไลน์อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา

ตารางที่ 4.5 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต และความสามารถในการออนไลน์อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา)

รายละเอียด	จำนวน/คน	ร้อยละ
การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว		
มี	371	98.67
ไม่มี	5	1.33
รวม	376	100.00
อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต		
คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (desktop computer)	151	40.16
คอมพิวเตอร์วางตัก (notebook computer)	123	32.71
เน็ตบุ๊ก (netbook)	13	3.46
แท็บเล็ต (tablet)	24	6.38
โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (smartphone)	65	17.29
รวม	376	100.00
สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต		
บ้าน/ที่พักอาศัย	270	71.81
สถานศึกษา	4	1.06
สถานที่ทำงาน	99	26.33
ร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	2	0.53
อื่น ๆ	1	0.27
รวม	376	100.00
ความสามารถในการออนไลน์อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา		
ได้	315	83.78
ไม่ได้	61	16.22
รวม	376	100.00

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 98.67 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (desktop computer) ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 40.16 รองลงมา คือ ใช้คอมพิวเตอร์วางตั้ง (notebook computer) จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 32.71

สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตจากบ้าน/ที่พักอาศัย จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 71.81 รองลงมา คือ ใช้จากสถานที่ทำงาน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 26.33

ความสามารถในการออนไลน์อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 83.78 และไม่สามารถออนไลน์ได้ตลอดเวลา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.22

4.6 วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

เป็นคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.6 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต)

รายละเอียด	จำนวน/คน (N = 376)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต		
รับ – ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)	270	71.81
ค้นหาข้อมูลเรื่องต่าง ๆ	317	84.31
ค้นหาสินค้าและบริการที่ต้องการ	243	64.63
ใช้ Social Network	304	80.85
อ่านและแสดงความคิดเห็นในเว็บบอร์ด	253	67.29
ชมละคร โทรทัศน์และภาพยนตร์	103	27.39
ติดตามข่าวสารเรื่องต่าง ๆ	259	68.88

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

รายละเอียด	จำนวน/คน (N = 376)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต		
ซื้อสินค้าและบริการ	230	61.17
เล่นเกม	103	27.39
อื่น ๆ	14	3.72

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

วัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ใช้ค้นหาข้อมูลเรื่องต่าง ๆ จำนวน 317 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 84.31 รองลงมา คือ ใช้ Social Network จำนวน 304 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 80.85 ทั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการ จำนวน 230 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 61.17

4.7 มูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบ 3 เดือน

ตารางที่ 4.7 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (มูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบ 3 เดือน)

รายละเอียด	จำนวน/คน	ร้อยละ
มูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		
น้อยกว่า 10,000 บาท (0 – 9800 บาท)	262	69.69
10,000 บาท	33	8.76
มากกว่า 10,000 บาท (10,040 – 100,000 บาท)	81	21.55
รวม	376	100.00

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบ 3 เดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 69.69 มีมูลค่าการซื้ออยู่ระหว่าง 0 – 9,800 บาท โดยเฉลี่ย 3,021.06 บาท รองลงมา คือ มากกว่า 10,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.55 มีมูลค่าการซื้ออยู่ระหว่าง 10,040 – 100,000 บาท โดยเฉลี่ย 22,817.43 บาท และ 10,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.76

4.8 สัดส่วนของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเทียบกับซื้อในช่องทางปรกติ

ตารางที่ 4.8 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (สัดส่วนของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเทียบกับซื้อในช่องทางปรกติ)

รายละเอียด	จำนวน/คน	ร้อยละ
สัดส่วนของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเทียบกับการซื้อในช่องทางปรกติ		
มากกว่าร้อยละ 50	54	14.36
ร้อยละ 50	61	16.22
น้อยกว่าร้อยละ 50	261	69.41
รวม	376	100.00

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับการซื้อในช่องทางปรกติ จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 69.41 รองลงมา คือ ซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 50 จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.22 และซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากกว่าร้อยละ 50 จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.36

4.9 สินค้าและบริการที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เป็นคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.9 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (สินค้าและบริการที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)

รายละเอียด	จำนวน/คน (N = 376)	ร้อยละ
สินค้าและบริการที่กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		
กลุ่มสินค้าดิจิทัล (ซื้อด้วยวิธีการดาวน์โหลด)		
หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (electronic book)	44	11.70
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	64	17.02
เพลง / ภาพยนตร์	66	17.55
อื่น ๆ	42	11.17
กลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์		
คอมพิวเตอร์/คอมพิวเตอร์วางตั้ง	21	5.58
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์	46	12.23
เน็ตบุ๊ก (netbook)/แท็บเล็ต (tablet)	22	5.58
โทรศัพท์มือถือ	26	6.91
โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน	30	7.98
อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ	66	17.55
กล้องถ่ายรูปดิจิทัล และอุปกรณ์	25	6.65
แผ่นโปรแกรมคอมพิวเตอร์	15	3.99
อื่น ๆ	15	3.99
กลุ่มสินค้าเครื่องประดับและของใช้ส่วนตัว		
เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	183	48.67
น้ำหอมและเครื่องสำอาง	121	32.18
กระเป๋าสะพาย	84	22.34
นาฬิกาข้อมือและเครื่องประดับ	79	21.01
อื่น ๆ	15	3.99

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

รายละเอียด	จำนวน/คน (N = 376)	ร้อยละ
กลุ่มสินค้าสำหรับใช้บริโภค		
อาหารและเครื่องดื่ม	47	4.52
วิตามิน และอาหารเสริม	117	31.12
วัตถุดิบในการปรุงอาหาร	7	1.86
อื่น ๆ	9	2.39
กลุ่มสินค้าอื่น ๆ		
หนังสือ	127	33.77
เพลง / ภาพยนตร์ ในรูปแบบดีวีดี ซีดี	51	13.56
กล้องถ่ายรูปแบบใช้ฟิล์ม	3	0.80
อุปกรณ์กีฬาและเครื่องออกกำลังกาย	27	7.18
เครื่องใช้ไฟฟ้า	30	7.98
เฟอร์นิเจอร์ของแต่งบ้าน	8	2.13
ของเล่น ของสะสม	83	22.07
ของเก่า ของโบราณ	12	3.19
อื่น ๆ	14	3.72
กลุ่มบริการ		
สำรองที่พัก	156	41.49
ทัวร์ท่องเที่ยว	61	16.22
ซื้อตั๋วโดยสารรถทัวร์/รถไฟ	40	10.64
ซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบิน	142	37.76
อื่น ๆ	16	4.25

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ กลุ่มสินค้าเครื่องประดับและของใช้ส่วนตัว ประเภทเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 183 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 48.67 รองลงมา คือ กลุ่มบริการ ประเภทการตำรองที่ปักซึ่งมีผู้ซื้อ จำนวน 156 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 41.49

4.10 วิธีการชำระเงิน

ตารางที่ 4.10 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (วิธีการชำระเงิน)

รายละเอียด	จำนวน/คน	ร้อยละ
วิธีการชำระเงินที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		
นัดพบเพื่อรับสินค้าและชำระเงิน	2	0.53
โอนเงินเข้าบัญชีผู้ขาย	246	65.43
ชำระผ่านบัตรเครดิต	102	27.13
ชำระผ่านบัตรเดบิต	15	3.99
ใช้บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์	2	0.53
ใช้วิธีการชำระเงินปลายทาง	5	1.33
อื่น ๆ	4	1.06
รวม	376	100.00

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ในการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยวิธีโอนเงินเข้าบัญชีผู้ขาย จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 65.43 เนื่องจาก ในสภาพการณ์ปัจจุบันพบว่า มีผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวนมากยังไม่มีระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย โดยจะยื่นข้อเสนอให้ผู้ซื้อชำระเงินค่าสินค้าด้วยวิธีการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร เนื่องจาก มีความสะดวกรวดเร็วและสามารถตรวจสอบการโอนผ่านระบบออนไลน์ได้ทันที และผู้บริโภคที่ไม่มีบัตรเครดิตหรือมีความกังวลในการกรอกข้อมูลบัตรเครดิต

ผ่านระบบออนไลน์ก็มีความประสงค์ที่จะใช้วิธีการชำระเงินด้วยการ โอนเงินเข้าบัญชีผู้ประกอบการเช่นกัน โดยผู้บริโภคมักจะทำการตรวจสอบข้อมูลความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการก่อนที่จะทำการ โอนเงิน

รองลงมา คือ ชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 27.13 ซึ่งเป็นช่องทางการชำระเงินที่ผู้บริโภคมักสามารถจ่ายเงินให้กับธนาคารเจ้าของบัตรได้ ภายหลังจากที่ได้ทำการซื้อสินค้าแล้ว ประมาณ 30 - 55 วัน ตามเงื่อนไขของแต่ละธนาคารกำหนด โดยไม่ต้องชำระค่าบริการและดอกเบี้ย

4.11 ปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เป็นคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.11 แสดงรายละเอียดจำนวนและร้อยละของข้อมูล (ปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์)

รายละเอียด	จำนวน/คน (N = 376)	ร้อยละ
ปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		
มีขั้นตอนการสั่งซื้อที่ยุ่งยาก ซับซ้อน	77	20.48
ได้รับสินค้าล่าช้า	115	30.59
สินค้าสูญหายระหว่างการจัดส่ง	18	4.79
คุณภาพของสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณา	158	42.02
อื่น ๆ	15	3.99
ไม่พบปัญหา	118	31.38

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบจากการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ คุณภาพของสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณา จำนวน 158 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 42.02 รองลงมา คือ ได้รับสินค้าล่าช้า จำนวน 115 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 30.59 และมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่พบปัญหาจากการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 118 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 31.38

4.12 ความพึงพอใจในปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรมของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4.12 แสดงรายละเอียดข้อมูลความพึงพอใจในปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรมของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (N = 376)

ปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรม	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. การค้นหาสินค้าในอินเทอร์เน็ตทำได้ง่าย ใช้เวลาน้อย และสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้สะดวกกว่าช่องทางปกติ	7 (1.86)	14 (3.72)	83 (22.07)	165 (43.88)	107 (28.47)
2. การซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่มีค่าเสียเวลาในการเดินทาง	7 (1.86)	10 (2.66)	57 (15.16)	147 (39.10)	155 (41.22)
3. การซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ต้องการเปิดเผยตัวตนในการซื้อสินค้า	68 (18.09)	61 (16.22)	114 (30.32)	84 (22.34)	49 (13.03)

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

จากการสำรวจ ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรม การซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า

1. การค้นหาสินค้าในอินเทอร์เน็ต ทำได้ง่าย ใช้เวลาน้อย และสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้สะดวกกว่าช่องทางปรกติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 165 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 43.88 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด จำนวน 107 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 28.47

2. การซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตไม่มีค่าเสียเวลาในการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด จำนวน 155 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 41.22 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 107 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 28.47

3. ไม่ต้องการเปิดเผยตัวตนในการซื้อสินค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง จำนวน 114 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 30.32 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 84 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 22.34

4.13 ความพึงพอใจในปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4.13 แสดงรายละเอียดข้อมูลความพึงพอใจในปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (N = 376)

ปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรม	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. การซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถสั่งซื้อได้ 24 ชั่วโมง	2 (0.52)	16 (4.26)	67 (17.82)	154 (40.96)	137 (36.44)
2. สินค้าที่ซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่มีจำหน่ายในช่องทางปรกติ	16 (4.25)	42 (11.17)	105 (27.93)	114 (30.32)	99 (26.33)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรม	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
3. การซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีบริการจัดส่งถึงที่	1 (0.26)	11 (2.93)	52 (13.83)	163 (43.35)	149 (39.63)
4. สินค้าที่จำหน่ายในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีราคาถูกกว่าซื้อจากช่องทางปกติ	9 (2.39)	33 (8.78)	147 (39.10)	118 (31.38)	69 (18.35)

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

จากการสำรวจ ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า

1. การซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถสั่งซื้อได้ 24 ชั่วโมง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 154 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 40.96 รองลงมามีระดับความพึงพอใจมากที่สุด จำนวน 137 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 36.44

2. สินค้าที่ซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีจำหน่ายในช่องทางปกติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 114 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 30.32 รองลงมามีระดับความพึงพอใจมากที่สุด จำนวน 99 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 26.33

3. การซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีบริการจัดส่งถึงที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 163 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 43.35 รองลงมา มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด จำนวน 149 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 39.63

4. สินค้าที่จำหน่ายในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีราคาถูกกว่าซื้อจากช่องทางปกติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง จำนวน 147 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 39.10 รองลงมามีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 118 คน (N = 376) คิดเป็นร้อยละ 31.38

4.14 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent variable : X) ที่น่าจะมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Dependent variable : Y) ตามข้อสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ในเบื้องต้น ว่า เพศ (X_1) รายได้ต่อเดือน (X_2) การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว (X_3) การออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา (X_4) ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต (X_5) ระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรมของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (X_6) และระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (X_7) มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Y) โดยผลการทดสอบปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) ของตัวแปรอิสระ ($X_1 - X_7$)

(a Dependent Variable: Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6721.517	5263.093		-1.277	.202
x1	6365.533	926.756	.296	6.869	.000
x2	.092	.010	.406	9.337	.000
x3	406.082	3988.262	.004	.102	.919
x4	1598.148	1200.307	.058	1.331	.184
x5	466.216	117.722	.171	3.960	.000
x6	812.830	728.494	.052	1.116	.265
x7	-224.672	836.541	-.012	-.269	.788

ที่มา: จากการวิเคราะห์ ด้วยโปรแกรม SPSS

การทดสอบสมมติฐานโดยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) สามารถอธิบายผลการทดสอบได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศ (X_1) มีความสัมพันธ์ต่อมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเพศชายน่าจะมีมูลค่าในการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเพศหญิง เนื่องจากเพศชายยึดติดกับบทบาทการเป็นผู้นำ มีความสามารถในการตัดสินใจโดยไม่ต้องปรึกษาผู้อื่น และมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากกว่าเพศหญิง ($\beta_1 > 0$)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 6453.686 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ ผู้ที่เป็นเพศชายจะมีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบ 3 เดือนมากขึ้น 6453.686 บาท โดยสมมติให้ตัวแปรอื่นคงที่

สมมติฐานที่ 2 รายได้ต่อเดือน (X_2) มีความสัมพันธ์ต่อมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจาก รายได้เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์ ซึ่งผู้ที่มีรายได้มากน่าจะมีมูลค่าในการซื้อสูง ($\beta_2 > 0$)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านรายได้ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ .094 หมายความว่า หากกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาท จะนำไปใช้ในการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 9.4 สตางค์ โดยสมมติให้ตัวแปรอื่นคงที่

สมมติฐานที่ 3 ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต (X_3) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมาก จะมีความคุ้นเคยกับระบบต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี จึงน่าจะมีมูลค่าในการซื้อสูง ($\beta_3 > 0$)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เท่ากับ 457.621 หมายความว่า หากกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 1 ปี จะมีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น 457.621 บาท โดยสมมติให้ตัวแปรอื่นคงที่

4.15 ข้อวิจารณ์ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาในครั้งนี้มีข้อสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ในเบื้องต้น จำนวน 7 ข้อ ซึ่งได้ทำการทดสอบข้อสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) โดยสามารถวิจารณ์ผลการทดสอบ ได้ดังนี้

ข้อสมมติฐานที่ 1 เพศ พบว่า มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเพศชายมีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 36,926.86 บาท และเพศหญิงมีมูลค่าการซื้อเฉลี่ย 32,238.10 บาท ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ว่า เพศชาย น่าจะมีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเพศหญิง เนื่องจาก เพศชายมีภาวะความเป็นผู้นำมากกว่าเพศหญิง สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีราคาสูงได้โดยไม่ต้องขอคำปรึกษาจากผู้อื่น อีกทั้งมีพฤติกรรมตัดสินใจซื้อเร็วและมีประสิทธิภาพ

จากการสำรวจพบว่า สินค้าในกลุ่มตัวอย่างเพศชายเคยซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเพศหญิง ได้แก่ กลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน กล้องถ่ายภาพดิจิทัลและอุปกรณ์ รวมถึงกลุ่มสินค้าอื่น ๆ ประเภทอุปกรณ์กีฬา และเครื่องออกกำลังกาย ซึ่งสินค้าเหล่านี้ มีมูลค่าสูงกว่าสินค้าในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเคยซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ กลุ่มสินค้าเครื่องประดับและของใช้ส่วนตัว ประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

ข้อสมมติฐานที่ 2 รายได้ต่อเดือน พบว่า มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ว่า ผู้ที่มีรายได้มากน่าจะมีมูลค่าในการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาก เนื่องจาก รายได้เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์ และผู้ที่มีรายได้มากจะมีต้นทุนค่าเสียโอกาสมาก หากต้องเดินทางไปซื้อสินค้าในช่องทางปรกติ

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุด คือ กลุ่มที่มีอาชีพเป็นแพทย์ มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 107,500 บาท มีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 26,250 บาท รองลงมา คือ กลุ่มที่มีอาชีพเป็นผู้บริหารในบริษัท มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 102,857.10 บาท มีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 24,685.71 บาท

ข้อสมมติฐานที่ 3 การมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว พบว่า มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว จำนวน 371 คน และไม่มีคอมพิวเตอร์ส่วนตัว จำนวน 5 คน โดยสภาพการณ์ปัจจุบันคอมพิวเตอร์มีราคาจำหน่ายที่ถูกลง และสามารถใช้ประโยชน์ได้ทั้งด้านการศึกษาและด้านการทำงาน จึงมีผู้ใช้งานอย่างแพร่หลายทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด ซึ่งไม่ส่งผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อสมมติฐานที่ 4 การออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา พบว่า มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา จำนวน 315 คน และที่ไม่สามารถออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา จำนวน 61 คน โดยสภาพการณ์ปัจจุบันผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่สามารถออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดทั้งวัน เพราะการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบเหมาจ่ายเป็นรายเดือนมีค่าบริการถูกลง สามารถใช้งานได้อย่างไม่จำกัดเวลา การออนไลน์อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลาจึงเป็นเหมือนปัจจัยพื้นฐานของการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่ส่งผลต่อมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อสมมติฐานที่ 5 ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ว่าผู้ที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากจะมีความคุ้นเคยกับระบบต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี จึงน่าจะมีมูลค่าในการซื้อมาก

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ระหว่าง 2 - 20 ปี เฉลี่ยอยู่ที่ 10.95 ปี การวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กล่าวคือ หากกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 1 ปี จะมีมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพิ่มขึ้น 457.621 บาท โดยสมมติให้ตัวแปรอื่นคงที่ จากสภาพการณ์ปัจจุบันผู้ที่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมากจะมีความสามารถในการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าได้มาก และมีความสามารถในการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของผู้ขายได้เป็นอย่างดี ลดปัญหาในเรื่องของข้อมูลข่าวสารที่ไม่สมมาตร (Asymmetric information) ได้ในระดับหนึ่ง

ข้อสมมติฐานที่ 6 ระดับคะแนนความพึงพอใจด้านต้นทุนธุรกรรมต่อการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจกับปัจจัยด้านต้นทุนธุรกรรมของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 3.68 (คะแนนเต็ม 5) ซึ่งเป็นคะแนนที่อยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสะดวกในการเดินทางไปห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าคิดเป็นร้อยละ 56.16 โดยสภาพการณ์ปัจจุบันประชาชนทุกคนมีความจำเป็นต้องเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อปฏิบัติการกิจที่แตกต่างกัน เช่น ศึกษาเล่าเรียน ติดต่อธุระ เป็นต้น ซึ่งการเดินทางอาจมีเส้นทางที่จะต้องผ่านห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า การซื้อสินค้าในช่องทางปรกติจึงมีต้นทุนธุรกรรมที่ไม่สูงนักในความรู้สึกของผู้บริโภค

ข้อสมมติฐานที่ 7 ระดับคะแนนของความพึงพอใจด้านพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า มีความสัมพันธ์กับมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจกับปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 3.86 (คะแนนเต็ม 5) ซึ่งเป็นคะแนนที่อยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและบริการในช่องทางปรกติในสัดส่วนที่มากกว่าซื้อในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 69.41 โดยสภาพการณ์ปัจจุบัน ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์ เช่น การซื้อสินค้าและบริการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถสั่งซื้อได้ 24 ชั่วโมง และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ ในสภาพความเป็นจริงเมื่อผู้บริโภคได้ทำการสั่งซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้วผู้ประกอบการจะเริ่มกระบวนการจัดส่งสินค้าในวันถัดไป และมีระยะเวลาการจัดส่งประมาณ 2 - 3 วัน ทำให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าล่าช้า ต่างจากการซื้อในช่องทางปรกติที่ผู้บริโภคได้รับสินค้าทันทีเมื่อชำระเงิน