

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนของผู้บริโภค ในงานวิจัย เรื่องการใช้สื่อการค้าออนไลน์บนมือถือ M - Commerce ต่อสินค้าวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- $\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
- S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความสำคัญ ด้านองค์ประกอบสื่อการค้าออนไลน์บน M-Commerce

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อระดับความพึงพอใจต่อ Application สินค้าวิสาหกิจชุมชน บ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่สำคัญในการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทาง M-Commerce ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Application

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1.เพศ</b>		
ชาย	133	33.25
หญิง	267	66.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>2.อายุ</b>		
21 – 24 ปี	113	28.25

25 - 30 ปี	45	11.25
31 - 35 ปี	61	15.25
36 - 40 ปี	96	24.00
41 - 50 ปี	58	14.50
51 ปีขึ้นไป	27	6.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>3.ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	63	15.75
ปริญญาตรี / เทียบเท่า	268	67.00
สูงกว่าปริญญาตรี	69	17.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>4.อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	157	39.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	119	29.75
พนักงานบริษัทเอกชน	71	17.75
ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ	39	9.75
รับจ้าง	5	1.25
แม่บ้าน	6	1.50
เกษตรกร	3	0.75
อื่นๆ:	-	-
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
น้อยกว่า 10,000 บาท	83	20.75
10,001 - 20,000 บาท	111	27.75
20,001 - 30,000 บาท	92	23.00
30,001 - 40,000 บาท	89	22.25
มากกว่า 40,000 บาท	25	6.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25

อายุ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 24 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมาอายุ 36 - 40 ปีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 อายุ 31 - 35 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 อายุ 25 - 30 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และอายุ 51 ปีขึ้นไปจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี / เทียบเท่า จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมาก็คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75

อาชีพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาเป็นอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/อิสระ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 อาชีพแม่บ้าน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 อาชีพรับจ้าง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และอาชีพเกษตรกร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาเป็นรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

## ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความสำคัญ ด้านองค์ประกอบสื่อการค้าออนไลน์ บน M – Commerce

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ

หัวข้อการสำรวจความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>ด้านรูปลักษณ์ (Context)</b>			
1. รูปแบบแอปพลิเคชัน มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ขาย	4.19	0.17	มาก
2. รูปแบบแอปพลิเคชัน สะดวกต่อการค้นหาข้อมูล	4.23	0.18	มากที่สุด
3. การแสดงคำแนะนำหรือวิธีการใช้แอปพลิเคชัน	4.13	0.17	มาก
4. ความสบายตาในการอ่านข้อมูลบนแอปพลิเคชันด้าน	4.43	0.23	มากที่สุด
<b>ด้านรูปลักษณ์โดยรวม</b>	<b>4.24</b>	<b>0.03</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหา (Content)</b>			
1. มีรายละเอียดสินค้าครบถ้วน ได้แก่ รูปภาพ ขนาด ราคา	4.48	0.23	มากที่สุด
2. มีการบรรยายคุณสมบัติของสินค้าและวิธีใช้สินค้าอย่างละเอียด	4.48	0.23	มากที่สุด

3. มีรูปสินค้าหลายมุมมอง 3 มิติ	4.18	0.18	มาก
4. มีรายละเอียดเงื่อนไขการเปลี่ยนสินค้าที่ชัดเจน	4.46	0.24	มากที่สุด
<b>ด้านส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหาโดยรวม</b>	<b>4.40</b>	<b>0.03</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านความเป็นชุมชน (Community)</b>			
1. มีเว็บไซต์สำหรับติดต่อเจ้าของเว็บไซต์ เสนอคำแนะนำ ทิชช และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	4.27	0.22	มากที่สุด
2. มี Facebook Fan Page สำหรับทำการประชาสัมพันธ์สินค้า	4.22	0.18	มากที่สุด
3. ในหน้าของสินค้าผู้ใช้สามารถกดแชร์รายละเอียดของสินค้าไปยังหน้า Wall ของ Facebook ได้	4.15	0.17	มาก
4. ผู้ใช้สามารถเข้าไปสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้ากันได้	4.28	0.19	มากที่สุด
<b>ด้านความเป็นชุมชนโดยรวม</b>	<b>4.23</b>	<b>0.02</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านความต้องการเฉพาะของผู้บริโภค (Customization)</b>			
1. มีการเก็บข้อมูลของผู้ใช้แอปพลิเคชัน เฉพาะราย	3.99	0.19	มาก
2. มีบริการให้ผู้ใช้แอปพลิเคชัน สามารถปรับแต่งสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตนเองได้	4.58	0.25	มากที่สุด
3. ความสามารถในการบันทึกประวัติการเข้าใช้แอปพลิเคชันข้อมูลการสั่งซื้อ	4.51	0.23	มากที่สุด
4. ความสามารถในการเปลี่ยนภาษาได้หลายภาษา	3.96	0.19	มาก
<b>ด้านความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคโดยรวม</b>	<b>4.26</b>	<b>0.03</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication)</b>			
1. มีการอัปเดตข่าวสารข้อมูล กิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน อย่างสม่ำเสมอ	4.27	0.20	มากที่สุด
2. มีข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ E-mail ของผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก	4.69	0.28	มากที่สุด
3. สามารถดูข้อมูลของแอปพลิเคชันผ่านทาง Smart Phone และ Tablet PC	4.74	0.29	มากที่สุด
4. สามารถเปิดดูข้อมูลของสินค้าผ่าน Web Browser ได้	3.96	0.18	มาก
<b>ด้านการติดต่อสื่อสารโดยรวม</b>	<b>4.42</b>	<b>0.05</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านการเชื่อมโยง (Connection)</b>			
1. มีช่องให้ค้นหาข้อมูลภายในแอปพลิเคชัน	4.04	0.20	มาก
2. มีช่องให้ค้นหาข้อมูลภายนอกแอปพลิเคชันผ่านทาง App Store และ Play Store	4.54	0.24	มากที่สุด
3. มีการรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่	4.28	0.27	มากที่สุด
4. ความสามารถในการแสดง Navigation	3.88	0.20	มาก
<b>ด้านการเชื่อมโยงโดยรวม</b>	<b>4.19</b>	<b>0.04</b>	<b>มาก</b>

<b>ด้านการติดต่อค้าขาย (Commerce)</b>			
1. มีขั้นตอนการสั่งซื้อในแอปพลิเคชันไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.20	0.29	มากที่สุด
2. ระบบการสั่งซื้อในแอปพลิเคชันสามารถยกเลิกการสั่งซื้อหรือสั่งสินค้าเพิ่มได้โดยสะดวก	4.26	0.26	มากที่สุด
3. สามารถตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และสถานะการจัดส่งสินค้าผ่านแอปพลิเคชันได้	4.38	0.20	มากที่สุด
4. สามารถชำระสินค้าได้หลากหลายช่องทาง	4.27	0.19	มากที่สุด
<b>ด้านการติดต่อค้าขายโดยรวม</b>	<b>4.28</b>	<b>0.05</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ความสำคัญโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อ M – Commerce</b>	<b>4.29</b>	<b>0.01</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความสำคัญ ด้านองค์ประกอบสื่อการค้าออนไลน์บน M – Commerce โดยผลรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

#### **ด้านรูปลักษณ์**

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความพึงพอใจด้านรูปลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ในข้อ รูปแบบแอปพลิเคชัน มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ขาย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ในข้อ รูปแบบแอปพลิเคชัน สะดวกต่อการค้นหาข้อมูล ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ในข้อ การแสดงคำแนะนำหรือวิธีการใช้แอปพลิเคชัน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และในข้อ ความสบายตาในการอ่านข้อมูลบนแอปพลิเคชันด้าน ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

#### **ด้านส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหา**

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความพึงพอใจด้านส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ในข้อ มีรายละเอียดสินค้าครบถ้วน ได้แก่ รูปภาพ ขนาด ราคา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ในข้อ มีการบรรยายคุณสมบัติของสินค้าและวิธีใช้สินค้าอย่างละเอียด ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ในข้อ มีรูปสินค้าหลายมุมมอง 3 มิติ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และในข้อ มีรายละเอียดเงื่อนไขการเปลี่ยนสินค้าที่ชัดเจน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

#### **ด้านความเป็นชุมชน**

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความพึงพอใจด้านความเป็นชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ในข้อ มีเว็บไซต์สำหรับติดต่อเจ้าของเว็บไซต์ เสนอคำแนะนำ ทิชช และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ในข้อ มี Facebook Fan Page สำหรับทำการประชาสัมพันธ์สินค้า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ในข้อ ใน

หน้าของสินค้าผู้ใช้สามารถกดแชร์รายละเอียดของสินค้าไปยังหน้า Wall ของ Facebook ได้ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และในข้อ ผู้ใช้สามารถเข้าไปสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้ากันได้ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

#### **ด้านความต้องการเฉพาะของผู้บริโภค**

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความพึงพอใจด้านความต้องการเฉพาะ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ในข้อ มีการเก็บข้อมูลของผู้ใช้แอปพลิเคชัน เฉพาะราย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ในข้อ มีบริการให้ผู้ใช้ออปพลิเคชัน สามารถปรับแต่งสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตนเองได้ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ในข้อ ความสามารถในการบันทึกประวัติการเข้าใช้แอปพลิเคชันข้อมูลการสั่งซื้อ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ในข้อ ความสามารถในการเปลี่ยนภาษาได้หลายภาษา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และในข้อด้านความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคโดยรวม ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

#### **ด้านการติดต่อสื่อสาร**

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความพึงพอใจด้านการติดต่อสื่อสารโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ในข้อ มีการอัปเดตข่าวสารข้อมูล กิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน อย่างสม่ำเสมอ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ในข้อ มีข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ E-mail ของผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ในข้อ สามารถดูข้อมูลของแอปพลิเคชันผ่านทาง Smart Phone และ Tablet PC ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 และในข้อ สามารถเปิดดูข้อมูลของสินค้าผ่าน Web Browser ได้ ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

#### **ด้านการเชื่อมโยง**

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความพึงพอใจด้านการเชื่อมโยงโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ในข้อ มีช่องให้ค้นหาข้อมูลภายในแอปพลิเคชัน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ในข้อ มีช่องให้ค้นหาข้อมูลภายนอกแอปพลิเคชันผ่านทาง App Store และ Play Store ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ในข้อ มีการรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และในข้อ ความสามารถในการแสดง Navigation ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

#### **ด้านการติดต่อค้าขาย**

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อระดับความพึงพอใจด้านการติดต่อค้าขายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ในข้อ มีขั้นตอนการสั่งซื้อในแอปพลิเคชันไม่ยุ่งยากซับซ้อน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ในข้อ ระบบการสั่งซื้อในแอปพลิเคชันสามารถยกเลิกการสั่งซื้อหรือสั่งสินค้าเพิ่มได้

โดยสะดวก ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ในข้อ สามารถตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และสถานะการจัดส่งสินค้าผ่านแอปพลิเคชันได้ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และในข้อ สามารถชำระสินค้าได้หลากหลายช่องทาง ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

### ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อระดับความพึงพอใจของ Application สินค้าวิสาหกิจชุมชน บ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้บริโภคต่อระดับความพึงพอใจต่อ Application

หัวข้อการสำรวจความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความรู้สึกในโลกของความเป็นจริง (Real-world feel) โดยมีการนำเสนอรูปภาพของสินค้าแบบเสมือนจริง	4.62	0.26	มากที่สุด
2. การใช้งานง่าย (Ease of use) สามารถเข้าถึงสารสนเทศได้ง่าย และมี Navigation นำทาง	4.35	0.20	มากที่สุด
3. เป็นผู้ชำนาญการ (Expertise) โดยมีการออกแบบแอปพลิเคชัน ในลักษณะเป็นมืออาชีพ ใช้ศิลปะอย่างมีรสนิยม และเหมาะสมกับประเภทสินค้าที่จำหน่าย	4.25	0.29	มากที่สุด
4. ความไว้วางใจได้ (Trustworthiness) มีการแสดงเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ (Trustmark)	3.97	0.19	มาก
5. การเอาใจใส่ต่อผู้เยี่ยมชมแต่ละราย (Tailoring) มี Pop up หรือ Banner แนะนำสินค้าที่หน้าแอปพลิเคชัน	4.17	0.24	มาก
<b>ความพึงพอใจโดยรวมต่อ Application</b>	<b>4.18</b>	<b>0.04</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อระดับความพึงพอใจของ Application สินค้าวิสาหกิจชุมชน บ้านดุง จังหวัดอุดรธานี โดยผลรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ข้อที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความรู้สึกในโลกของความเป็นจริง (Real-world feel) โดยมีการนำเสนอรูปภาพของสินค้าแบบเสมือนจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ในข้อ การใช้งานง่าย (Ease of use) สามารถเข้าถึงสารสนเทศได้ง่าย และมี Navigation นำทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ในข้อ เป็นผู้ชำนาญการ (Expertise) โดยมีการออกแบบแอปพลิเคชัน ในลักษณะเป็นมืออาชีพ ใช้ศิลปะอย่างมีรสนิยม และเหมาะสมกับประเภทสินค้าที่จำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ส่วนข้อที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ความไว้วางใจได้ (Trustworthiness) มีการแสดงเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ (Trustmark) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ในข้อ การเอาใจใส่ต่อผู้เยี่ยมชมแต่ละราย (Tailoring) มี Pop up หรือ Banner แนะนำสินค้าที่หน้าแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่สำคัญในการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทาง M-Commerce ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
สินค้าผ่าน Application

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่สำคัญในการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทาง M-Commerce ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Application

หัวข้อการสำรวจความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>แอปพลิเคชัน (App)</b>			
1. คุณเลือกชมสินค้าผ่านแอปพลิเคชันที่ ทันสมัย และ น่าเชื่อถือก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า	4.44	0.22	มากที่สุด
2. การเข้าชมแอปพลิเคชันที่มีสินค้าหลายประเภท เปรียบเทียบกับก่อนการตัดสินใจซื้อ	4.09	0.21	มาก
3. การดีไซน์แอปพลิเคชันที่ดึงดูดใจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้า	4.07	0.15	มาก
4. จำนวนครั้งดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อโฆษณาบนมือถือ (Mobile Advertising)	3.67	0.13	มาก
5. โฆษณาบนมือถือทำให้คุณเข้าเว็บไซต์เพื่อชมสินค้า / บริการ ผ่านโทรศัพท์มือถือก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า	3.80	0.14	มาก
6. โฆษณาบนมือถือทำให้คุณหาข้อมูลสินค้าเพิ่มเติมก่อน ตัดสินใจซื้อ	4.06	0.18	มาก
7. ตำแหน่งของโฆษณาบนมือถือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้า	3.70	0.16	มาก
<b>ระบบ M-Commerce</b>			
8. การซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ทำให้ เกิดความสะดวกรวดสบาย	4.60	0.25	มากที่สุด
9. คุณเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของระบบพาณิชย์บน โทรศัพท์มือถือ ทำให้มั่นใจในการซื้อสินค้า	3.82	0.14	มาก
10. ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้า	4.29	0.19	มากที่สุด
11. แอปพลิเคชันที่แสดงตำแหน่งร้านค้าเพื่อเพิ่มการ ตัดสินใจซื้อสินค้า	3.56	0.10	มาก
12. การชำระเงินอย่างง่าย รวดเร็วช่วยให้ตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านทาง M-Commerce	4.34	0.23	มากที่สุด
13. ความเชื่อมั่นในการชำระเงินผ่านมือถือ ช่วยในการ ตัดสินใจซื้อสินค้า	4.07	0.22	มาก
14. ความปลอดภัยของการชำระเงินผ่านมือถือมีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้า	4.04	0.15	มาก
<b>ปัจจัยที่สำคัญโดยรวม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.06</b>	<b>มาก</b>



จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมการขายและการสร้างโอกาสทางธุรกิจผ่าน Application โดยผลรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

ข้อที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณเลือกชมสินค้าผ่านแอปพลิเคชันที่ ทันสมัย และน่าเชื่อถือก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 การซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางโทรศัพท์มือถือทำให้เกิดความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 การชำระเงินอย่างง่าย รวดเร็วช่วยให้ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทาง M-Commerce มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ส่วนข้อที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ การเข้าชมแอปพลิเคชันที่มีสินค้าหลายประเภท เปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 การดีไซน์แอปพลิเคชันที่ดึงดูดใจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 จำนวนครั้งดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฆษณาบนมือถือ (Mobile Advertising) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โฆษณาบนมือถือทำให้คุณเข้าเว็บไซต์เพื่อชมสินค้า / บริการผ่านโทรศัพท์มือถือก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โฆษณาบนมือถือทำให้คุณหาข้อมูลสินค้าเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ตำแหน่งของโฆษณาบนมือถือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 คุณเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์มือถือ ทำให้มั่นใจในการซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 แอปพลิเคชันที่แสดงตำแหน่งร้านค้าเพื่อเพิ่มการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ความเชื่อมั่นในการชำระเงินผ่านมือถือ ช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ความปลอดภัยของการชำระเงินผ่านมือถือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04