

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ทักษะคิดที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครนี้ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาทักษะคิดที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ตและกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ 3 ส่วน ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีอายุ 18 ปี มีระดับรายรับเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 6,001-9,000 บาท มีแหล่งรายรับส่วนใหญ่มาจาก บิคารมาคาร และผู้ปกครอง และรายรับอื่นๆ มาจากการทำงานพิเศษ ทุนการศึกษา และรายรับจากกองทุนกู้ยืม ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ปี และมีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 91-120 นาที สถานที่ใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตจะเป็นที่พัก มหาวิทยาลัย และการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการศึกษา การติดต่อสื่อสาร และการค้นหาข้อมูล

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร

2.1 องค์ประกอบของทักษะคิดด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component)

ผลการศึกษาทักษะคิดองค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะทราบข้อมูลว่า การสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ การจองตั๋ว การลงทะเบียนเรียน การจ่ายชำระภาษี เป็นกิจกรรมที่เป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะมีเพียงบางส่วนที่ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และส่วนน้อยที่ไม่ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะทราบว่าสินค้าประเภทใด เช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หนังสือ ซีดีเพลง และอื่นๆที่มีการจำหน่ายผ่านสื่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นเชิงการพาณิชย์

2.2 องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้สึก (Affective Component)

ผลการศึกษาทัศนคติองค์ประกอบด้านความรู้สึก พบว่า ในภาพโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับ เฉยๆ โดย ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านที่เห็นด้วย นั่นคือ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็น การที่ผู้ใช้บริการสามารถที่จะซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และภาครัฐยังให้การสนับสนุนส่งเสริมการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านที่ไม่เห็นด้วย คือ ผู้ใช้บริการสามารถที่จะซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่าช่องทางอื่น สินค้ามีราคาถูกกว่าเพราะไม่ต้องเสียภาษี การที่ผู้ใช้บริการสามารถที่จะทำการติดต่อสื่อสารกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา รวมทั้งการที่ผู้ใช้บริการมีข้อจำกัดในด้านการต่อราคา

2.3 องค์ประกอบของทัศนคติด้านพฤติกรรม (Behavior Component)

ผลการศึกษาทัศนคติองค์ประกอบด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์ที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการ แต่ไม่เคยมีการสั่งซื้อ โดยให้เหตุผลว่า ไม่ไว้ใจบริษัทขายในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ไม่สามารถเห็นและจับต้องสินค้าได้ ไม่มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยเรื่องข้อมูลส่วนตัว และการเงิน และ ราคาสินค้า และบริการเมื่อรวมค่าจัดส่งแล้วสูงกว่าซื้อจากช่องทางอื่น แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเคยชมเว็บไซต์ที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการ และเคยมีการสั่งซื้อ พบว่ามีการซื้อสินค้าอยู่ในระหว่าง 2-5 ครั้ง และในแต่ละครั้งมีการซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 1,001-5,000 บาท และส่วนใหญ่จะมีสาเหตุในการซื้อสินค้าและบริการ เป็น การทดลองซื้อสินค้าและบริการ ต้องการความสะดวก และมีทางเลือกที่มากขึ้นในการสั่งซื้อสินค้า และ มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการจากเว็บไซต์ ที่มีการจัดหมวดหมู่และมีระบบชำระเงินที่ง่าย ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการสั่งซื้อ ได้แก่ เพลง ภาพยนตร์ การสั่งจองตั๋ว หนังสือ และของเล่น โดยการชำระเงินค่าสินค้าจะเป็นการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร และชำระเงินกับผู้จัดส่งสินค้า และเมื่อพิจารณาถึงความพอใจในการใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีความพอใจในคุณภาพของสินค้าและบริการ และเมื่อพิจารณาจากสิ่งที่ผู้ใช้บริการคำนึงถึงเกี่ยวกับด้านเว็บไซต์ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะต้องเป็นเว็บไซต์ที่อ่านและเข้าใจง่ายมีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่ไม่วุ่นวาย ให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการที่ชัดเจนครบถ้วนทั้งภาพและเสียง มีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และเว็บไซต์จะต้องมีความสวยงาม ปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยน่าสนใจตลอดเวลา และเมื่อพิจารณาแนวโน้มการสั่งซื้อสินค้าในอนาคตส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการสั่งซื้อสินค้าค่อนข้างแน่นอน

อภิปรายผล

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ทักษะคิดที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ใช้แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและความต้องการของผู้ใช้บริการ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude) ประกอบด้วย องค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการคือ องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component)

1. องค์ประกอบด้านความเข้าใจ (Cognitive Component)

จากผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครมีองค์ประกอบของทัศนคติด้านความเข้าใจที่เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ว่ากิจกรรมการสั่งซื้อสินค้าต่างๆผ่านทางเว็บไซต์ การจองตั๋ว การสั่งดอกไม้ การชำระภาษี เป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีนวล ภัทรานนท์ (2547) ศึกษาเรื่องการค้าอิเล็กทรอนิกส์ไทย และยังมีส่วนน้อยที่ยังไม่ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็น การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธิกุล หอสถิตย์กุล (2543) ศึกษาเรื่อง ความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย ยังมีความรู้ความเข้าใจ ไม่ถูกต้องในเรื่อง กิจกรรมที่เป็นการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเรื่องการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component)

จากผลการศึกษาองค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้สึก พบว่า ในภาพรวมส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีองค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้สึกที่เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับ เฉยๆ โดย ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านที่เห็นด้วย นั่นคือ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นการที่ผู้ใช้บริการสามารถที่จะซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธิกุล หอสถิตย์กุล (2543) ศึกษาเรื่องความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย และภาครัฐยังให้การสนับสนุนส่งเสริมการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีนวล ภัทรานนท์ (2547) ศึกษาเรื่องการค้าอิเล็กทรอนิกส์ไทย และปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านที่ไม่เห็นด้วย คือ ผู้ใช้บริการสามารถที่จะซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่าช่องทางอื่น, สินค้ามีราคาถูกกว่าเพราะไม่ต้องเสีย

ภาณี ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ชนัตต์ พุนเดช (2545) ศึกษาเรื่องสภาพความพึงพอใจต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร และ การที่ผู้ใช้บริการสามารถที่จะทำการติดต่อสื่อสารกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ตลอดเวลา รวมทั้งมีการที่ผู้ใช้บริการยังข้อจำกัดในด้านการต่อราคา ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีนวล ภัทรานนท์ (2547) ศึกษาเรื่องการค้าอิเล็กทรอนิกส์ไทย

3. องค์ประกอบของทัศนคติด้านพฤติกรรม (Behavior Component)

จากผลการศึกษาทัศนคติองค์ประกอบด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์ที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการ แต่ไม่เคยมีการสั่งซื้อ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีนวล ภัทรานนท์ (2547) ศึกษาเรื่องการค้าอิเล็กทรอนิกส์ไทย โดยให้เหตุผลว่า ไม่ไว้วางใจขายในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่สามารถเห็นและจับต้องสินค้าได้ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ชนัตต์ พุนเดช (2545) ศึกษาเรื่องสภาพความพึงพอใจต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร และไม่มั่นใจว่าจะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัยเรื่องข้อมูลส่วนตัว และการเงิน และ ราคาสินค้า และบริการเมื่อรวมค่าจัดส่งแล้วสูงกว่าซื้อจากช่องทางอื่นซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ สิริกุล หอสถิตย์กุล (2543) ศึกษาเรื่องความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเคยชมเว็บไซต์ที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการ และเคยมีการสั่งซื้อ พบว่ามีการซื้อสินค้าอยู่ในระหว่าง 2-5 ครั้ง และในแต่ละครั้งมีการซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ 1,001-5,000 บาท ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีนวล ภัทรานนท์ (2547) ศึกษาเรื่องการค้าอิเล็กทรอนิกส์ไทย และส่วนใหญ่จะมีส่วนเหตุในการซื้อสินค้าและบริการ เป็น การทดลองซื้อสินค้าและบริการ ต้องการความสะดวก และมีทางเลือกที่มากขึ้นในการสั่งซื้อสินค้า และมีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการจากเว็บไซต์ ที่มีการจัดหมวดหมู่และมีระบบชำระเงินที่ง่าย ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ สิริกุล หอสถิตย์กุล (2543) ศึกษาเรื่องความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการสั่งซื้อ ได้แก่ เพลง ภาพยนตร์ การส่งของขวัญ หนังสือ และของเล่น โดยการชำระเงินค่าสินค้าจะเป็นการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร และชำระเงินกับผู้มาส่งสินค้า และเมื่อพิจารณาถึงความพอใจในการใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีความพอใจในคุณภาพของสินค้าและบริการซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ชนัตต์ พุนเดช (2545) ศึกษาเรื่องสภาพความพึงพอใจต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร และ

เมื่อพิจารณาจากสิ่งที่ผู้ใช้บริการคำนึงถึงเกี่ยวกับด้านเว็บไซต์ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะต้องเป็นเว็บไซต์ที่อ่านและเข้าใจง่ายมีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่ไม่วุ่นวาย ให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการที่ชัดเจนครบถ้วนทั้งภาพและเสียง มีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และเว็บไซต์จะต้องมีความสวยงาม ปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยน่าสนใจตลอดเวลา และเมื่อพิจารณาแนวโน้มการสั่งซื้อสินค้าในอนาคตส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการสั่งซื้อสินค้าค่อนข้างแน่นอน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ สิริกุล หอสถิตย์กุล (2543) ศึกษาเรื่องความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษา ทักษะคติที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ในกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 400 ราย ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ผู้ตอบแบบสอบถาม มากกว่าร้อยละ 77.5 ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเข้าใจผิดว่าการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ จัดเป็นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 1.95 เกี่ยวกับการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในเรื่องที่สามารถซื้อสินค้าและบริการได้ในราคาถูกกว่าการซื้อจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น และเรื่องที่สามารถเปรียบเทียบราคาและข้อมูลของสินค้าและบริการได้ง่ายกว่าการซื้อจากช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ
4. สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 16.61 ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะมีขั้นตอนยุ่งยากและมีความลำบากในการค้นหา web site ที่จะสั่งซื้อ
5. สาเหตุสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าและบริการ ร้อยละ 48.08 เพราะทดลองซื้อ สินค้าและบริการ
6. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษา ยังไม่มีบัตรเครดิต จึงเลือกใช้วิธีการชำระค่าสินค้า โดยการโอนเงินเข้าบัญชีผ่านธนาคาร หรือชำระกับผู้มาส่งสินค้า อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในคุณภาพและบริการและวิธีการชำระเงินที่ใช้อย่าง เช่น การโอนเงินเข้าบัญชีผ่านธนาคาร และ ชำระเงินกับผู้มาส่งสินค้า

7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทดลองซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างน้อย 1 ครั้ง มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการที่นำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษา

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ที่นำมาจัดจำหน่าย ควรเป็นสินค้า ที่กลุ่มนักศึกษาชอบซื้อ เช่น หนังสือ เพลง การจอบตัว ภาพยนตร์ ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อความบันเทิงและประกอบการศึกษา และราคาไม่สูงนัก นักศึกษาสามารถซื้อได้ ดังนั้นจึงควรเริ่มจากการขายสินค้า ประเภทดังกล่าว เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับการซื้อสินค้าผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และในอนาคตต่อไปจึงเริ่มขยายตัวสินค้าให้เพิ่มหลากหลายขึ้น

1.2 ควรตั้งราคา โดยใช้กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อดึงดูดความสนใจให้นักศึกษาเข้ามาทดลองใช้สินค้าและบริการและการตั้งราคาควรตั้งที่สามารถยอมรับได้ทั้ง 2 ฝ่าย ซึ่งการนำเสนอสินค้าและบริการบนเว็บไซต์ จะต้องมีการแสดงราคาของสินค้าและค่าขนส่ง เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคได้ทราบข้อมูลเพียงพอในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเมื่อรวมค่าจัดส่งแล้ว สามารถรับได้

1.3 ด้านวิธีการชำระเงิน ควรเพิ่มวิธีการชำระเงิน อย่างเช่น การชำระด้วยบัตรเครดิตได้ เพื่ออำนวยความสะดวกกับนักศึกษาที่ยังไม่มีบัตรเครดิต

1.4 ด้านการสื่อสารกับลูกค้า ควรมีการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทางทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ และ นิตยสารในเรื่อง การซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสร้างภาพพจน์ที่ดีและได้รับความไว้วางใจจากนักศึกษา

1.5 ด้านการออกแบบเว็บไซต์ควรมุ่งเน้นถึงการแสดงรายละเอียดข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน เพื่อช่วยในการตัดสินใจ และต้องคำนึงถึงเว็บไซต์ที่อ่านเข้าใจง่ายและมีขั้นตอนไม่วกวนซ้ำซ้อน ให้รายละเอียดทั้งภาพและเสียง มีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเพื่อสะดวกในการเข้าเลือกซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว มีการปรับเปลี่ยนเว็บไซต์ให้สวยงามและทันสมัยตลอดเวลา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved