



ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์  
กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

**The Relationship between Perceived Risk in Online Hardware Tools Purchasing and  
Attitude toward Online Hardware Tools Purchasing**

ศุภณัฐ สีตะสิทธิ์

Supanat Sitasit

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement**

**For the Degree of Master of Business Administration**

**Prince of Songkla University**

2559

ชื่อสารนิพนธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับ  
ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์  
ผู้เขียน นายศุภณัฐ สีตะสิทธิ์  
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

---

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะกรรมการสอบ

.....  
(ดร.ปิยะนุช ปริชานนท์)

.....ประธานกรรมการ  
(ดร.ปิยะนุช ปริชานนท์)

.....กรรมการ  
(ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ)

.....กรรมการ  
(ดร.สุนันทา เหมทานนท์)

.....  
(ดร.ธนาวุธ แสงกาสนีย์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

**ชื่อสารนิพนธ์** ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

**ผู้เขียน** นาย สุภณัฐ สีตะสิทธิ์

**สาขาวิชา** บริหารธุรกิจ

**ปีการศึกษา** 2558

### **บทคัดย่อ**

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ โดยประชากรที่ใช้วิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปร ด้วยวิธีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการรับรู้ความเสี่ยงในด้านการทำงานของสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเงิน ด้านเวลา ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านจิตวิทยา และด้านกายภาพ ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทัศนคติด้านความสะดวกในการซื้อมากที่สุด ประหยัดเวลา และความปลอดภัย ตามลำดับ ส่วนผลการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงรายด้านพบว่า ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้าและทัศนคติ มีความสัมพันธ์กันในทางตรงกันข้าม อยู่ในระดับสูง ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ด้านเวลาและทัศนคติ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างไม่มีความสำคัญ ส่วนทางด้านผลของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีความสำคัญ

<b>Minor Thesis Title</b>	The Relationship between Perceived Risk in Online Hardware Tools Purchasing and Attitude toward Online Hardware Tools Purchasing
<b>Author</b>	Mr. Supanat Sitasit
<b>Major Program</b>	Business Administration
<b>Academic Year</b>	2015

### **ABSTRACT**

The purpose of the research is for studying the relationship between perceived risk and attitude toward online hardware tools purchasing. The sample for the research is 385 persons living in Hatyai, Songkhla Province. It was used questionnaire as a tool for the data collection in order to analyze data in form of Descriptive Statistics, arithmetic mean and standard deviation, and the correlation of each parameter toward Correlation Coefficient with off-the-shelf software.

The consequence of the research was indicated that the most sample has been focusing on performance risk, financial risk, time-loss risk, privacy risk, psychological risk, and physical risk, respectively. Moreover the most addressing attitudes are purchasing convenience, time saving, and safety, respectively. In terms of the perception of the risk in each perspective, it was found that the risk in product functionality and attitudes are inverse in high level. The psychological risk in terms of time and attitude are related in low level insignificantly. Furthermore, the relationship between perception of risk and attitude in online shopping for mechanic tools is immaterially connected.

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานิตยสารเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ สำเร็จลงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือจาก ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์ อาจารย์ที่ศึกษานิตยสารหลัก ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ ดร.สุนันทา เหมทานนท์ กรรมการ ซึ่งสละเวลาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาและตรวจแก้ไขสารนิตยสารให้ออกมาสมบูรณ์ที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้วิจัยในจัดเก็บข้อมูลได้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณสำหรับคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ ที่ได้มอบความรู้อันเป็นประโยชน์ ถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ให้แก่ผู้วิจัย และเพื่อนร่วมรุ่น MBA25 ที่ช่วยเหลือกันในทุกๆ ด้าน

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ที่ให้การศึกษแก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยได้พบประสบการณ์ที่ดีมากมายหลายอย่าง และเป็นสถาบันที่ผู้วิจัยรู้สึกภาคภูมิใจในความเป็นลูกพระบิดา

ขอขอบพระคุณสำหรับกำลังใจจาก บิดามารดา สมาชิกในครอบครัว และเพื่อนที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจกันเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยของสารนิตยสารครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป หากมีสิ่งผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับและขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ศุภณัฐ สีตะสิทธิ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(2)
ABSTRACT .....	(3)
กิตติกรรมประกาศ .....	(4)
สารบัญ .....	(5)
รายการตาราง .....	(7)
รายการภาพประกอบ .....	(10)
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย .....	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง.....	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ .....	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
2.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา .....	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย .....	10
3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง .....	10
3.2 รูปแบบการวิจัย .....	11
3.3 เครื่องมือในการวิจัย .....	11
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	16
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	16

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย .....	18
4.1 ผลข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง .....	18
4.2 ผลการวัดการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ .....	21
4.3 ผลการวัดทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ .....	28
4.4 ผลการวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ .....	53
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย และ ข้อเสนอแนะ .....	54
5.1 สรุปผลการศึกษา .....	55
5.2 อภิปรายผล .....	56
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	57
บรรณานุกรม .....	59
ภาคผนวก .....	61
ประวัติผู้เขียน .....	68

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ .....	19
4.2	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ .....	19
4.3	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา .....	19
4.4	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ .....	20
4.5	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	20
4.6	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง ..... การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	21
4.7	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง ..... การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการเงิน	22
4.8	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง ..... การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการทำงานของสินค้า	23
4.9	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง ..... การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านกายภาพ	23
4.10	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง ..... การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านจิตวิทยา	25
4.11	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง ..... การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านเวลา	25
4.12	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง ..... การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านความเป็นส่วนตัว	27
4.13	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการซื้อ ..... เครื่องมือช่างออนไลน์	28
4.14	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการซื้อ ..... เครื่องมือช่างออนไลน์ด้านความสะดวกในการซื้อ	28
4.15	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการซื้อ ..... เครื่องมือช่างออนไลน์ด้านระยะเวลา	29



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.16	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการซื้อ ..... เครื่องมือช่างออนไลน์ด้านความปลอดภัย	30
4.17	แสดงค่าเฉลี่ยการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อ ..... เครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามเพศ	30
4.18	แสดงค่าเฉลี่ยการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างทัศนคติต่อการซื้อ..... เครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามเพศ	31
4.19	แสดงการทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อ..... เครื่องมือช่าง ออนไลน์จำแนกตามกลุ่มอายุ	32
4.20	แสดงการทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือ..... ช่างออนไลน์จำแนกตามอายุ	34
4.21	แสดงผลเปรียบเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ..... จำแนกตามอายุ ด้านความปลอดภัย	35
4.22	แสดงการทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อ ..... เครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา	36
4.23	แสดงผลการเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์... จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านการทำงานของสินค้า	38
4.24	แสดงผลการเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์... จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านกายภาพ	39
4.25	แสดงการทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์..... จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา	40
4.26	แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ..... จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความสะดวกในการซื้อ	41
4.27	แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ..... จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความปลอดภัย	42
4.28	แสดงการทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อ ..... เครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามอาชีพ	44

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.29	แสดงผลเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ..... จำแนกตามอาชีพด้านจิตวิทยา	46
4.30	แสดงการทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ..... จำแนกตามอาชีพ	47
4.31	แสดงผลเปรียบเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ..... จำแนกตามอาชีพ ด้านความสะดวกในการซื้อ	48
4.32	แสดงการทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อ ..... เครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	49
4.33	แสดงการทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ..... จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	51
4.34	แสดงผลการเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ..... จำแนกตามระดับรายได้ ด้านความปลอดภัย	52
4.35	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่าง ..... ออนไลน์ในแต่ละด้านและทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์โดยรวม	53

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ .....	7
2.2	กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	9

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและที่มาของปัญหา

สภาวะตลาดธุรกิจค้าปลีกในภาคใหญ่ปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงเพิ่มมากขึ้น ทั้งจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้จากทุกที่ในประเทศหรือแม้แต่ในต่างประเทศผ่านทางร้านค้าออนไลน์ ประกอบกับเศรษฐกิจในภาคใต้ปัจจุบันยังอยู่ในสภาวะชะลอตัวเนื่องจากสินค้าเกษตรที่สำคัญยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายลดลงทั้งสินค้าคงทนและไม่คงทน จากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้ากว่าที่คาด ยังเป็นปัจจัยกดดันให้ประชาชนระมัดระวังในการใช้จ่าย อีกทั้งยังมีร้านค้าที่เกิดขึ้นใหม่และจำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกันเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะคู่แข่งรายใหญ่ เช่น โฮมโปร ไทวัสดุ เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558) จึงทำให้แต่ละร้านในอำเภอหาดใหญ่ต้องมีการปรับตัว เพื่อให้อยู่รอดในตลาดและเติบโตต่อไปได้

ในอำเภอหาดใหญ่มีธุรกิจค้าปลีกและขายสินค้าในกลุ่มเครื่องมือช่างเป็นจำนวนมาก แต่ละร้านจะมีจุดเด่นหรือเน้นสินค้าชนิดใดในกลุ่มสินค้าเครื่องมือช่างเป็นสินค้าหลักของร้านแตกต่างกันไป ร้านธนากิจเป็นร้านค้าปลีกจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องมือช่าง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เปิดบริการ 08.00 น.-17.00 น. มีรูปแบบเป็นธุรกิจครอบครัวและจำหน่ายสินค้าผ่านทางหน้าร้านเพียงช่องทางเดียว ซึ่งไม่เพียงพอต่อการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น ดังนั้น ทางร้านธนากิจจึงมีแนวคิดที่จะจำหน่ายสินค้าผ่านออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้แก่ทางร้าน อีกทั้งทางร้านยังพบว่า ยอดขายสินค้าของทางร้านมียอดขายที่ค่อนข้างคงที่และทำเลของร้านที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดทำให้มีปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอซึ่งสร้างความไม่สะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

จากการที่ในปัจจุบันเทคโนโลยีในการสื่อสารมีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตหรืออุปกรณ์สื่อสารต่างๆ ทำให้ตลาดอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น จากการสำรวจในปี 2557 พบว่ามีมูลค่าตลาดประมาณ 2.03 ล้านล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2558 คาดการณ์ว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้น 3.65% (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ องค์การมหาชน, 2557) ดังนั้น การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ของร้านจึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ร้านค้าสามารถเพิ่มยอดขายสินค้าและร้านค้าเป็นที่รู้จักของลูกค้ามากขึ้น อีกทั้งยังช่วยในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าใน

การเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ จึงทำให้ลูกค้าไม่ต้องซื้อสินค้าที่ร้านค้า อีกทั้งลูกค้าสามารถสั่งสินค้าได้ทุกที่ทุกเวลา แม้ว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะเป็นสิ่งที่ดีในหลายๆ ด้าน แต่ก็มีความเสี่ยงในการใช้บริการร้านค้าออนไลน์แฝงอยู่ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การซื้อสินค้าออนไลน์ยังไม่มีความปลอดภัยในการใช้บริการนัก รวมถึงทัศนคติของลูกค้าต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ก็มีความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการ จึงทำให้ลูกค้าอีกส่วนใหญ่มองไม่กล้าที่จะใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์

ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสร้างร้านค้าออนไลน์ หรือปรับปรุงร้านค้าออนไลน์ให้มีความทันสมัยและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาช่องทางการขายของร้านธนากิจให้มีความทันสมัยและลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากขึ้น เพื่อตอบรับพฤติกรรมของลูกค้าที่หันมาสนใจการซื้อสินค้าทางออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ของประชากรในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ของประชากรในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ของประชากรในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับร้านค้าหรือผู้สนใจอื่นๆ ในการพัฒนาระบบขายสินค้าออนไลน์ให้มีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ

2. ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์สำหรับงานวิจัยงานอื่นๆ ที่ศึกษาในเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติในการซื้อสินค้าออนไลน์ได้
3. ใช้งานวิจัยเป็นแนวทางการพัฒนาระบบการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

### ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quatitative research) ที่ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ โดยใช้กลุ่มประชากรในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เคยใช้บริการซื้อสินค้าเครื่องมือช่างออนไลน์หรือมีแนวโน้มการใช้บริการเครื่องมือช่างออนไลน์ และนำแบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การรับรู้ความเสี่ยง คือ ความไม่แน่ใจในผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ เป็นปัจจัยภายในซึ่งเป็นสิ่งหน่วงการตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นสถานะที่ผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกขึ้นมา หรือเชื่อว่ามีความเสี่ยงหากตัดสินใจซื้อ หรือผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกว่า จะเกิดผลเสียหายมากหากตัดสินใจผิดพลาด เป็นเหตุให้ชะลอการตัดสินใจเพื่อหาเครื่องมือช่างออนไลน์
2. ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดหรือความเชื่อ และแนวโน้มที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคลเป็นปฏิกิริยาโต้ตอบ โดยการประมาณค่าว่าชอบหรือไม่ชอบที่จะส่งผลกระทบต่อตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ในสถานะแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์ และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการและอาจเกิดจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น
3. เครื่องมือช่าง หมายถึง อุปกรณ์สำหรับช่วยทุ่นแรงในการทำงานและกระทำวัตถุ โดยมีเพิ่มกำลังหรือขีดจำกัดความสามารถของมนุษย์ ทำให้มีความสะดวกและช่วยให้การทำงานรวดเร็วมากขึ้น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการทำวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์” โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. กรอบแนวคิด

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

#### ความหมายการรับรู้ความเสี่ยง

Schiffman&Kanuk (อ้างถึงใน จีราวรรณ หรดี และไกรจิต สุตะเมือง, 2556) ได้กล่าวว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยง (perceived risk) คือ ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคเผชิญเขาไม่สามารถคาดเดาผลลัพธ์ที่เกิดจากการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้บริโภคมักซื้อสินค้าหรือบริการในที่เดิมๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าผู้บริโภคไม่มีข้อมูลผลิตภัณฑ์ เขาจะเชื่อถือในชื่อเสียงของร้านค้านั้นๆ ถ้าเกิดความสงสัยผู้บริโภคจะซื้อของแพงไว้ก่อนเพื่อลดความเสี่ยงเพราะเขาคิดว่าของแพงต้องเป็นของดี

สุภาภรณ์ พลนิกร (2548) กล่าวว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสถานที่การไปชื้อนั้นผู้บริโภคมีความเสี่ยงที่เรียกว่าความเสี่ยงที่รับรู้ได้ ซึ่งหมายถึง ระดับความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องเผชิญในกรณีที่ไม่สามารถมองเห็นผลลัพธ์ของการตัดสินใจซื้อ

อนุชิต เทียงธรรม (2546) ให้ความหมายการรับรู้ความเสี่ยงไว้ว่า ความไม่แน่ใจในผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อ เป็นปัจจัยภายในซึ่งเป็นสิ่งหน่วงการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นสภาวะที่ผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกขึ้นมา หรือเชื่อว่ามีความเสี่ยงหากตัดสินใจซื้อ หรือผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกว่าจะเกิดผลเสียหายมากหากตัดสินใจผิดพลาด เป็นเหตุให้ชะลอการตัดสินใจเพื่อหาข้อมูลมากขึ้น

### ความสำคัญการรับรู้ความเสี่ยง

ลูกค้ามีกระบวนการตัดสินใจในปัจจุบันที่สำคัญต่อระดับความเสี่ยงการให้บริการที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้คือ ความไม่แน่นอนจากปัจจัยที่อาจเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ

เมื่อลูกค้ามีประสบการณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานหรือบริการนั้นๆ ประสบการณ์จะเป็นตัวช่วยในการป้องกันความเสี่ยงให้แก่ลูกค้า โดยมีส่วนช่วยในการวิเคราะห์ แต่เนื่องจากว่าในความจริงลูกค้ามีประสบการณ์น้อยหรือขาดความสามารถในการตัดสินใจก็จะทำให้ลูกค้าต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการใช้บริการ

หากลูกค้ารับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการมากก็จะทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการตัดสินใจใช้บริการน้อยลง ในทางกลับกันหากลูกค้ามีการรับรู้ความเสี่ยงต่ำก็จะทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการใช้บริการมากขึ้น (ประวิทย์ พิมพะสาร, 2555)

### การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์

องค์ประกอบการรับรู้ความเสี่ยงที่นิยมศึกษา มี 7 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านเวลา และความเสี่ยงด้านความปลอดภัยส่วนตัว (Hassan, Kunz, Pearson และ Mohamed, 2006; Lim, 2003) มีรายละเอียดความเสี่ยงดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเงิน คือ ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคตระหนักเกี่ยวกับการเงินทั้งในด้านความปลอดภัย เช่น บัตรเครดิตหรือตัวเลขต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเงิน อีกทั้งต้นทุนซ่อนเร้นที่จะถูกเพิ่มค่าสินค้าอย่างค่าขนส่งหรือจะเป็นการคืนเงินกลับซึ่งจะทำได้ยาก

2. ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า คือ ผู้บริโภคอาจต้องเผชิญการทำงานของสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุไว้ และยากที่จะรู้ถึงคุณภาพของสินค้าจากรูปภาพที่อยู่บนเว็บไซต์หรือคุณลักษณะผลิตภัณฑ์จริง

3. ความเสี่ยงด้านกายภาพ คือ ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคจะได้รับบาดเจ็บจากการซื้อสินค้าออนไลน์

4. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา คือ สิ่งที่แสดงออกมาจากการต้องเผชิญความรู้สึกกังวลและตื่นเครียดจากการซื้อสินค้าออนไลน์

5. ความเสี่ยงด้านสังคม คือ ความเสี่ยงเมื่อใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยมีความคาดหวังจากคนอื่น หากสินค้าที่สั่งมาไม่มีคุณภาพเกรงว่าคนอื่นจะเกิดความไม่พอใจ



6. ความเสี่ยงด้านเวลา คือ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่จะได้รับสินค้า หรืออีกนัยหนึ่งคือระยะเวลาที่ต้องรอเมื่อมีการเปลี่ยนสินค้า รวมถึงความสะดวกรวดเร็วของเว็บไซต์

7. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว คือ การรับรู้ถึงความเสี่ยงของข้อมูล กล่าวคือ การที่ต้องเผชิญกับ โอกาสที่จะสูญเสียข้อมูลที่สำคัญหรือเอกสารกรรมสิทธิ์ที่ตนเป็นเจ้าของ

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

#### ความหมายทัศนคติ

Shiffman และ Kanuk (1994) ให้ความหมายทัศนคติคือ ความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ปัญญาเดช พันธุ์วัฒน์และคณะ (2551) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า พฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่มีความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก การประเมิน และตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นบุคคล กลุ่มสถานการณ์ สิ่งของ รวมทั้งความคิดเห็นทั้งในด้านดีและไม่ดี

ณชพัฒน์ อัครวิชชนนท์ (2554) กล่าวว่า ทัศนคติคือ ความคิดของกลุ่มบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นผลจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อม ความรู้สึกและความคิดดังกล่าวเป็นในทางชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย อันมีแนวโน้มให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาและกระทำต่อสิ่งนั้นๆ ทั้งในทางสนับสนุนหรือต่อต้าน

#### คุณลักษณะทัศนคติ

ลักษณะทัศนคติมีผู้ให้ความหมายไว้ในหลายๆ ลักษณะที่แตกต่างกัน คุณลักษณะทัศนคติในความหมายของ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540) ให้อ้างอิงไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่อยู่ภายในเป็นเรื่องความนึกคิดของแต่ละบุคคล
2. ทัศนคติมิใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด ทัศนคติเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ และทัศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกแล้ว ทั้งทัศนคติคือผลที่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ของบุคคลนั้นๆ

3. ทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวรคือ ภายหลังจากที่ทัศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทัศนคติจะไม่เป็นภาวะที่เกิดขึ้นชั่วคราว หากจะมีความมั่นคงถาวรตามสมควรและไม่

เปลี่ยนแปลงในทันทีทันใดที่ได้รับตัวกระตุ้นที่แตกต่างไป เพราะทัศนคติก่อตัวจากการวิเคราะห์ ประเมินและจัดระเบียบเป็นความเชื่อ

4. ทัศนคติมีความหมายอิงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ความหมายคือ ทัศนคติมิได้เกิดขึ้นมาเองภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัวหรือเรียนรู้มาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างถึงได้

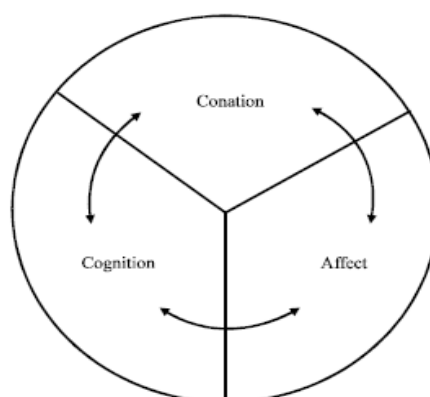
### องค์ประกอบทัศนคติ

องค์ประกอบทัศนคติประกอบด้วย 3 ส่วนคือ (ณชพัฒน์ อัสวรัชชานนท์, 2554 อ้างถึงใน ทิตยา สุวรรณชัย, 2547:603-604)

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) ในส่วนนี้เป็นการเรียนรู้ของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เกี่ยวกับวัตถุสิ่งของบุคคลเหตุการณ์กล่าวคือ การที่บุคคลสามารถเอาคุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอดมาใช้ในการวิเคราะห์ พิจารณาประกอบเหตุผลของการที่ตนจะประเมิน หากรู้ในทางที่ดีก็จะมีทัศนคติที่ดี หากไม่รู้เลยก็ไม่มีทัศนคติ ข้อแตกต่างระหว่างส่วนนี้กับความรู้ลึกคือ การพิจารณาของบุคคลในส่วนนี้จะมีลักษณะปลอดจากอารมณ์แต่จะเป็นเรื่องของเหตุผลอันสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ที่สอดคล้องกับความคิด เช่น ความรู้สึกที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย คิดว่าเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ของบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) ซึ่งหมายถึงความพร้อมที่จะทำหรือมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรม (Action Tendency) ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจากความคิดและความรู้สึกซึ่งออกมาในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธ



ภาพที่ 2.1 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ

ที่มา: Schiffman and Kanuk (2010)

### ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติบุคคลแสดงออกมาได้ 3 ประเภท (นงรัก บุญเสริฐ, 2554 อ้างถึงใน เกศสุดา เข้มแข็ง, 2550)

1. ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) เป็นการแสดงออกของบุคคลโต้ตอบไปในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
2. ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสียในการแสดงออก ความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่พอใจหรือไม่ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ
3. การไม่แสดงออกทางทัศนคติ (Negative Attitude) ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นหรือมีทัศนคติเป็นกลางเพราะอาจไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นๆ

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

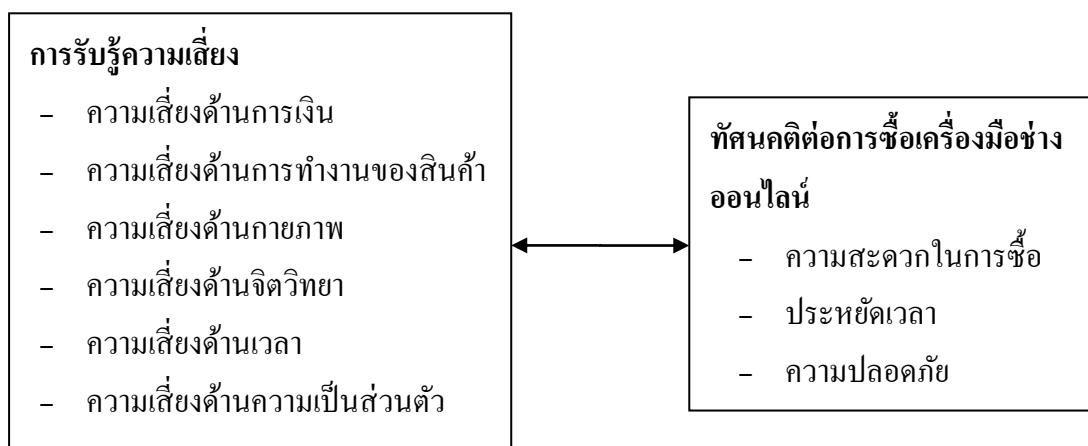
#### การรับรู้ความเสี่ยง

จากการทบทวนงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านเพศ และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการ ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการ และยังพบว่าปัจจัยเกี่ยวกับการรับรู้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (สัจชัย อุปะเด็ย, 2553) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่าปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงที่สำคัญที่ทั้งสองเจเนอเรชันสนใจคือ ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านสังคม (เกริดา โครตรชารี, 2555) ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ใช้กลุ่มตัวอย่างในประเทศจอร์แดน พบว่าความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ การส่งมอบความเสี่ยง และความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลในเชิงลบมีผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค (Emad Y. Masoud, 2556, น.76-87)

## ทัศนคติ

จากการทบทวนงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทสินค้าอุปโภค จะมีส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวกำหนดความต้องการในสินค้า ด้านผลิตภัณฑ์หากมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายประเภทกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ด้านราคากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับราคาต้องคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ด้านช่องทางจำหน่ายต้องมีความสะดวกและด้านการส่งเสริมการตลาดต้องมีการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ (นงรัก บุญเสริม, 2554) และยุคตลาดอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ผลการดำเนินงานด้านการตลาดได้ดีขึ้น โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลหลัก 3 ประการที่ส่งผลต่อผู้บริโภคคือ การออกแบบคุณลักษณะเว็บไซต์ที่ดีซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจแก่ผู้บริโภค อิทธิพลที่ตามมาคือ ด้านความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการและด้านเวลา (Muhammad Umar Sultan และ Nasir Uddin, 2011 )

## กรอบแนวคิด



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามออนไลน์และมีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง
2. รูปแบบการวิจัย
3. เครื่องมือในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีแนวโน้มในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ที่มีแนวโน้มในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากไม่ทราบกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 26) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{p q e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดตัวอย่าง  
 $Z$  = ค่ามาตรฐาน (Standard Score) จากตารางแจกแจงปกติ  
 ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 จะได้ค่า 1.96  
 $e$  = ค่าความคลาดเคลื่อน = + 5%  
 เมื่อแทนค่าตัวแปรในสมการจะได้

$$\text{แทนค่า } n = \frac{1.96^2}{(0.5)(0.5)0.052}$$

$$= 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นผู้วิจัย จึงกำหนดให้มีกลุ่มขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบกลุ่มประชากรที่แน่นอน จึงเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยสอบถามเฉพาะผู้มีแนวโน้มในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

#### รูปแบบการวิจัย

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (survey research method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

#### เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยจะเก็บแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบข้อมูลด้วยตนเอง แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเลือกตอบจากตัวเลือกที่กำหนดให้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์  
ใช้มาตรวัดแบบ 5-Pointed Likert Scale มีการให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน

คำถามที่ใช้ปรับปรุงจากการวัดการรับรู้ความเสี่ยงของ Boshoff, Schlechter และ Ward (2009) สำหรับวัดการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ 7 ด้าน แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ใช้คำถามในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงเพียง 6 ด้าน เนื่องจากการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์มีลักษณะเฉพาะที่สินค้าเป็นสินค้าสำหรับใช้ในครัวเรือนหรือใช้ประกอบธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องมาใช้ในแบบสอบถาม โดยมีความเชื่อมั่นเครื่องมืออยู่ที่ 0.88 มีคำถามจำนวน 21 ข้อ ดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านการเงิน
  - 1.1 ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย ถ้าฉันต้องให้หมายเลขบัตรเครดิตกับผู้อื่น เวลาซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์
  - 1.2 ฉันอาจจะไม่ได้รับเครื่องมือช่างที่สั่งซื้อไป แม้ว่าจะจ่ายเงินไปเรียบร้อยแล้วก็ตาม
  - 1.3 ฉันกังวลว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ต้องจ่ายเงินในราคาที่แพงกว่าความเป็นจริง
  - 1.4 ฉันกังวลว่าผู้ให้บริการขายเครื่องมือช่างออนไลน์จะไม่รักษารายละเอียดทางการเงินของฉัน
2. คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า
  - 2.1 ฉันกังวลว่าเครื่องมือช่างที่ได้รับมาจะไม่เหมือนกับสินค้าที่แสดงไว้ในร้านค้าออนไลน์
  - 2.2 ฉันไม่ชอบเมื่อไม่สามารถสัมผัสหรือทดลองเครื่องมือช่างก่อนซื้อได้
  - 2.3 ฉันคิดว่าคะแนนของเครื่องมือช่าง ที่แสดงอยู่บนร้านค้าออนไลน์จะไม่ตรงกับคุณภาพที่แท้จริงของสินค้า

### 3. คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านกายภาพ

- 3.1 ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันมีปัญหาทางสายตา เพราะต้องนั่งหน้าคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นระยะเวลานาน
- 3.2 ฉันกลัวว่าอุปกรณ์ของฉันจะติดไวรัส เพราะเข้าเว็บไซต์ที่ขายเครื่องมือช่างออนไลน์
- 3.3 ฉันกลัวว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันเป็นโรคเอ็นข้อมืออักเสบ
- 3.4 ฉันกลัวว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันปวดหลัง เพราะต้องนั่งหน้าคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นระยะเวลานาน

### 4. คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านจิตวิทยา

- 4.1 ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันเกิดความเครียดโดยไม่จำเป็น
- 4.2 ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันอยู่ห่างออกมาจากสังคมมากขึ้น (เช่น ไม่ได้พูดคุยกับพนักงานที่ร้านค้า ไม่ต้องออกไปนอกบ้าน หรือสถานที่ทำงาน จึงทำให้พบปะผู้คนน้อยลง)

### 5. คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านเวลา

- 5.1 ฉันกลัวว่าจะไม่ได้รับเครื่องมือช่างภายในระยะเวลาที่กำหนด เมื่อฉันซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์
- 5.2 ฉันกังวลว่าจะเกิดความล่าช้าระหว่างกระบวนการสั่งซื้อและการจัดส่งเครื่องมือช่าง
- 5.3 ฉันกังวลว่าเครื่องมือช่างที่ส่งไปจะไม่มีสำรองไว้ในสต็อกและฉันต้องรอเครื่องมือช่างเป็นระยะเวลานาน
- 5.4 ฉันกลัวว่าการส่งคืนเครื่องมือช่างที่มีปัญหาให้กับบริษัทจะใช้ระยะเวลานาน
- 5.5 ฉันกังวลว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันเสียเวลามากกว่าเดิม



## 6. คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว

- 6.1 ฉันคิดว่าผู้ให้บริการขายเครื่องมือช่างออนไลน์จะนำข้อมูลส่วนตัวไปแบ่งปันให้กับบริษัทอื่นๆ โดยที่ฉันไม่ได้อนุญาต
- 6.2 ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันได้รับข้อมูลที่ฉันไม่ต้องการ เช่น โฆษณาต่างๆ (spam)
- 6.3 ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย เพราะร้านค้าออนไลน์เหล่านั้นจะนำข้อมูลส่วนตัวของฉันไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต

### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ใช้มาตรวัด

แบบ 5-Pointed Likert Scale มีการให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน

คำถามที่ใช้วัดปรับปรุงจากการวัดทัศนคติการซื้อสินค้าออนไลน์ของ Muhammad Umar Sultan และ Nasir Uddin (2011) สำหรับการวัดทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ 4 ด้าน แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ใช้คำถามในการวัดทัศนคติใน 3 ด้าน เนื่องจากผู้วิจัยเลือกเฉพาะด้านที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยมาใช้ในแบบสอบถาม มีคำถามจำนวน ข้อ 10 ดังต่อไปนี้

#### 1. ความสะดวกในการใช้

- 1.1 ฉันได้รับการส่งมอบตรงเวลาเมื่อซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์
- 1.2 แสดงข้อมูลรายละเอียดการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์
- 1.3 ฉันสามารถซื้อเครื่องมือช่างได้ตลอด 24 ชม.
- 1.4 ใช้งานง่ายสามารถเปรียบเทียบราคากับเครื่องมือช่างชนิดอื่นได้

#### 2. ประหยัดเวลา

- 2.1 การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ช่วยลดระยะเวลาในการซื้อ
- 2.2 การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ไม่ทำให้สูญเวลาไปโดยไม่มีประโยชน์
- 2.3 ฉันรู้สึกที่ใช้เวลาน้อยลงในการประเมินและเลือกซื้อเครื่องมือช่างทางออนไลน์

### 3. ความปลอดภัย

- 3.1 ฉันรู้สึกมีความปลอดภัยในขณะที่ซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์
- 3.2 การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ช่วยปกป้องความเป็นส่วนตัว
- 3.3 ฉันชอบซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จากเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะ กลุ่มตัวอย่างสามารถเสนอความคิดเห็นของตนเอง

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมืองานวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้า ทฤษฎี หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุง ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา รวมถึงคำถามที่ใช้วัดตัวแปร เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และ ครอบคลุมองค์ประกอบตัวแปรตรงตามวัตถุประสงค์งานวิจัย และ ความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อทดสอบแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงและแก้ไขแล้ว ไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง จำนวน 30 ชุด จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บได้ จำนวน 30 ชุดมาทำการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของ cronbach จากการทดสอบพบว่า

3.1 ค่าถามเกี่ยวกับรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทั้ง 6 ด้าน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.955 เมื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นในรายด้านพบว่า

- 1) ด้านการเงินมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.782
- 2) ด้านการทำงานของสินค้ามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.798
- 3) ด้านกายภาพมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.963
- 4) ด้านจิตวิทยามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.944
- 5) ด้านเวลามีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87
- 6) ด้านความเป็นส่วนตัวมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.786

3.2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทั้ง 3 ด้านมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.883 เมื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นในรายด้านพบว่า

- 1) ความสะดวกในการซื้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.786
- 2) ประหยัดเวลา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.826
- 3) ความปลอดภัย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.706

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### แหล่งข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามลูกค้าที่เคยใช้บริการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์หรือมีแนวโน้มที่จะซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก แนวคิด ทฤษฎี จากงานวิจัยที่ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

#### การจัดทำข้อมูล

เก็บรวบรวมแบบสอบถามและนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องความครบถ้วนของข้อมูลจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผล

1. ลงรหัส (coding) สำหรับประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์
2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล
3. นำผลที่ผ่านการประมวลแล้วมาวิเคราะห์ เพื่อทำรายงานผลการวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) ในการอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สำหรับอธิบายการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำงานของสินค้า ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านจิตวิทยา ด้านสังคม ด้านเวลา ด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ 3 ด้าน ได้แก่ ความสะดวกใน

การซื้อ ประหยัดเวลา และความปลอดภัย ในการอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล โดยอาศัยสูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 6-11)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1) / 5 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

การแปลความหมายโดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

4.21 – 5.00	แสดงว่า	ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	แสดงว่า	ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย
2.61 – 3.40	แสดงว่า	ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	แสดงว่า	ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	แสดงว่า	ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. สถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (**Pearson Correlation Coefficient**) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ โดยศึกษาจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงทั้ง 6 ด้าน และทัศนคติ 3 ด้าน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง -1.00 ถึง +1.00 เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 324) มีดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.91 – 1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.71 – 0.90 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31 – 0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01 – 0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์” ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) เก็บข้อมูลตัวอย่างประชากรในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2559 จำนวนทั้งสิ้น 385 ชุด หลังจากผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับจากแบบสอบถามที่ได้กลับมา ผลตรวจสอบพบว่า มีแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด ที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ สามารถนำมาใช้ประมวลผลในการวิจัยได้ หลังจากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคำนวณผลสำเร็จรูป เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และประมวลผลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยแบ่งผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการวัดการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

ส่วนที่ 3 ผลการวัดทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

ส่วนที่ 4 ผลการวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ

#### ส่วนที่ 1 ผลข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยด้านข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน ประกอบไปด้วยข้อมูลทางด้านอายุ เพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	174	45.20
หญิง	211	54.80
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 และเพศชาย จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-25 ปี	85	22.10
26-35 ปี	146	37.90
36-45 ปี	72	18.70
อายุ 46 ปี ขึ้นไป	82	21.30
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.90 รองลงมาอายุ 18-25 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 อายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และอายุ 36-45 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมต้น,มัธยมต้น	8	2.10
มัธยมปลาย/ปวช	10	2.60
ปวส	32	8.30
ปริญญาตรี	246	63.90
สูงกว่าปริญญาตรี	89	23.10
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมาในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ระดับการศึกษา ปวส. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.6 และระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมต้นและมัธยมต้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	174	45.20
พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	74	19.20
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	29	7.50
อาชีพอิสระ	19	4.90
อื่นๆ	89	23.20
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคืออื่นๆ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 พนักงาน/บริษัท/ห้าง/ร้าน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอาชีพอิสระ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	15.10
10,001-20,000 บาท	149	38.70
20,001-30,000 บาท	81	21.00
30,001 บาทขึ้นไป	97	25.20
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างเมื่อตามรายได้รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 58 คน เป็นร้อยละ 15.1

## ส่วนที่ 2 ผลการวัดการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยใช้การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ 6 ด้าน เป็นกรอบวิจัย โดยความเสี่ยงทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน (financial risk) ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า (performance risk) ความเสี่ยงด้านกายภาพ (physical risk) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (psychological risk) ความเสี่ยงด้านเวลา (time risk) และความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (privacy risk)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการเงิน	3.72	0.66	มาก
ด้านการทำงานของสินค้า	4.04	0.63	มาก
ด้านกายภาพ	2.82	0.95	ปานกลาง
ด้านจิตวิทยา	2.90	0.94	ปานกลาง
ด้านเวลา	3.70	0.61	มาก
ด้านความเป็นส่วนตัว	3.60	0.90	มาก
<b>การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ออนไลน์</b>	<b>3.48</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความเสี่ยงโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48 โดยมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ สูงสุดเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการทำงานของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ



4.04 ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ด้านจิตวิทยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการเงิน

การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ความเสี่ยงด้านการเงิน</b>			
1.ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย ถ้าฉันต้องให้หมายเลขบัตรเครดิตกับผู้อื่นเวลาซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	4.04	0.995	มาก
2.ฉันอาจจะไม่ได้รับเครื่องมือช่างที่สั่งซื้อไป แม้ว่าจะจ่ายเงินไปเรียบร้อยแล้วก็ตาม	3.66	0.795	มาก
3.ฉันกังวลว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ต้องจ่ายเงินในราคาที่แพงกว่าความเป็นจริง	3.48	0.899	มาก
4.ฉันกังวลว่าผู้ให้บริการขายเครื่องมือช่างออนไลน์จะไม่รักษารายละเอียดทางการเงินของฉัน	3.74	0.890	มาก

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการเงินอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ข้อ พบว่า ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัยถ้าฉันต้องให้หมายเลขบัตรเครดิตกับผู้อื่นเวลาซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ฉันอาจจะไม่ได้รับเครื่องมือช่างที่สั่งซื้อไป แม้ว่าจะจ่ายเงินไปเรียบร้อยแล้วก็ตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ฉันกังวลว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ต้องจ่ายเงินในราคาที่แพงกว่าความเป็นจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และฉันกังวลว่าผู้ให้บริการขายเครื่องมือช่างออนไลน์จะไม่รักษารายละเอียดทางการเงินของฉัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการทำงานของสินค้า

การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า</b>			
1.ฉันกังวลว่าเครื่องมือช่างที่ได้รับมาจะไม่เหมือนกับที่แสดงไว้ในร้านค้าออนไลน์	4.03	0.780	มาก
2.ฉันไม่ชอบเวลาที่ไม่สามารถสัมผัสหรือทดลองเครื่องมือช่างก่อนซื้อได้	4.16	0.743	มาก
3.ฉันคิดว่าคะแนนของเครื่องมือช่างที่แสดงอยู่บนร้านค้าออนไลน์จะไม่ตรงกับคุณภาพที่แท้จริงของสินค้า	3.94	0.770	มาก

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการทำงานของสินค้าอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ พบว่า ฉันไม่ชอบเวลาที่ไม่สามารถสัมผัสหรือทดลองเครื่องมือช่างก่อนซื้อได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ฉันกังวลว่าเครื่องมือช่างที่ได้รับมาจะไม่เหมือนกับที่แสดงไว้ในร้านค้าออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และฉันคิดว่าคะแนนของเครื่องมือช่าง ที่แสดงอยู่บนร้านค้าออนไลน์จะไม่ตรงกับคุณภาพที่แท้จริงของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านกายภาพ

การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ความเสี่ยงด้านกายภาพ</b>			
1.ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันมีปัญหาทางสายตา เพราะต้องนั่งหน้าคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นเวลานาน	3.05	1.035	ปานกลาง

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
2.ฉันกลัวว่าอุปกรณ์ของฉันจะคิดไวรัส เพราะเข้าเว็บไซต์ที่ขายเครื่องมือช่างออนไลน์	3.01	1.043	ปานกลาง
3.ฉันกลัวว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันเป็นโรคเอ็นข้อมืออักเสบ	2.55	1.098	น้อย
4.ฉันกลัวว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันปวดหลัง เพราะต้องนั่งหน้าคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นระยะเวลานาน	2.69	1.111	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ข้อ พบว่า ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือออนไลน์จะทำให้ฉันมีปัญหาทางสายตา เพราะต้องนั่งหน้าคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นระยะเวลานาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 ฉันกลัวว่าอุปกรณ์ของฉันจะคิดไวรัส เพราะเข้าเว็บไซต์ที่ขายเครื่องมือช่างออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 และฉันกลัวว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันปวดหลัง เพราะต้องนั่งหน้าคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นระยะเวลานาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 ตามลำดับ ส่วนฉันกลัวว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันเป็นโรคเอ็นข้อมืออักเสบ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านจิตวิทยา

การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา</b>			
1.ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันเกิดความเครียดโดยไม่จำเป็น	2.88	0.984	ปานกลาง
2.ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันอยู่ห่างออกมาจากสังคมมากขึ้น (เช่น ไม่ได้พูดคุยกับพนักงานที่ร้านค้า ไม่ต้องออกไปนอกบ้าน หรือสถานที่ทำงาน จึงทำให้พบปะผู้คนน้อยลง)	2.94	1.082	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านจิตวิทยาอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ พบว่า ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันอยู่ห่างออกมาจากสังคมมากขึ้น (เช่น ไม่ได้พูดคุยกับพนักงานที่ร้านค้า ไม่ต้องออกไปนอกบ้าน หรือสถานที่ทำงาน จึงทำให้พบปะผู้คนน้อยลง) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 และฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันเกิดความเครียดโดยไม่จำเป็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านเวลา

การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ความเสี่ยงด้านเวลา</b>			
1.ฉันกลัวว่าจะไม่ได้รับสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนดเมื่อนั้นซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	3.71	0.766	มาก

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
2.ฉันกังวลว่าจะเกิดความล่าช้าระหว่างกระบวนการสั่งซื้อ และการจัดส่งสินค้า	3.72	0.699	มาก
3.ฉันกังวลว่าเครื่องมือช่างที่ส่งไปจะไม่มีสำรองไว้ในสต็อก และฉันต้องรอสินค้าเป็นระยะเวลาาน	3.64	0.805	มาก
4.ฉันกลัวว่าการส่งคืนเครื่องมือช่างที่มีปัญหาให้กับบริษัทจะใช้ระยะเวลาาน	3.98	0.765	มาก
5.ฉันกังวลว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันเสียเวลามากกว่าเดิม	3.51	0.933	มาก

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านเวลาอยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ พบว่า ฉันกลัวว่าการส่งคืนเครื่องมือช่างที่มีปัญหาให้กับบริษัทจะใช้ระยะเวลาาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ฉันกังวลว่าจะเกิดความล่าช้าระหว่างกระบวนการสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ฉันกลัวว่าจะไม่ได้รับสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนดเมื่อฉันซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ฉันกังวลว่าเครื่องมือช่างที่ส่งไปจะไม่มีสำรองไว้ในสต็อก และฉันต้องรอสินค้าเป็นระยะเวลาาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และฉันกังวลว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันเสียเวลามากกว่าเดิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านความเป็นส่วนตัว

การรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว</b>			
1. ฉันคิดว่าผู้ให้บริการขายเครื่องมือช่างออนไลน์จะนำข้อมูลส่วนตัวของฉันไปแบ่งปันให้กับบริษัทอื่นๆ โดยที่ฉันไม่ได้อนุญาต	3.62	0.896	มาก
2. ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันได้รับข้อมูลที่ฉันไม่ต้องการ เช่น โฆษณาต่างๆ (spam)	3.62	0.821	มาก
3. ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย เพราะร้านค้าออนไลน์เหล่านั้นจะนำข้อมูลส่วนตัวของฉันไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต	3.85	1.766	มาก

จากตารางที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความเป็นส่วนตัวอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ พบว่า ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย เพราะร้านค้าออนไลน์เหล่านั้นจะนำข้อมูลส่วนตัวของฉันไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ฉันคิดว่าผู้ให้บริการขายเครื่องมือช่างออนไลน์จะนำข้อมูลส่วนตัวของฉันไปแบ่งปันให้กับบริษัทอื่นๆ โดยที่ฉันไม่ได้อนุญาต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันได้รับข้อมูลที่ฉันไม่ต้องการ เช่น โฆษณาต่างๆ (spam) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ผลการวัดทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่าง ออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความสะดวกในการซื้อ	3.92	0.50	มาก
ประหยัดเวลา	3.56	0.68	มาก
ความปลอดภัย	3.31	0.64	ปานกลาง
<b>ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่าง ออนไลน์</b>	<b>3.60</b>	<b>0.46</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยของทัศนคติโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 โดยมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ สูงสุดเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านความสะดวกในการซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านประหยัดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ

ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่าง ออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>ด้านความสะดวกในการซื้อ</b>			
1.ฉันคิดว่า จะได้รับการส่งมอบตรงเวลาเมื่อซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	3.51	0.757	มาก
3. ฉันสามารถซื้อเครื่องมือช่างได้ตลอด 24 ชม.	3.99	0.799	มาก
4. ฉันคิดว่าฉันสามารถเปรียบเทียบราคากับเครื่องมือช่างชนิดอื่นได้	4.08	0.671	มาก

จากตารางที่ 4.14 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้ออยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ข้อ พบว่า ฉันคิดว่าควรมีการแสดงข้อมูล รายละเอียดการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ฉันคิดว่า ฉันสามารถเปรียบเทียบราคากับเครื่องมือช่างชนิดอื่นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ฉันสามารถซื้อเครื่องมือช่างได้ตลอด 24 ชม. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และฉันคิดว่า จะได้รับการส่งมอบตรงเวลาเมื่อซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านระยะเวลา

ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>ด้านระยะเวลา</b>			
1.ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ช่วยลดระยะเวลาในการซื้อ	3.69	0.813	มาก
2.ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ไม่ทำให้สูญเวลาไปโดยไม่มีประโยชน์	3.54	0.813	มาก
3.ฉันรู้สึกว่าจะเวลาน้อยลงในการประเมินและเลือกซื้อเครื่องมือช่างทางออนไลน์	3.47	0.838	มาก

จากตารางที่ 4.15 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านระยะเวลาอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ พบว่า ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ช่วยลดระยะเวลาในการซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ไม่ทำให้สูญเวลาไปโดยไม่มีประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และฉันรู้สึกว่าจะเวลาน้อยลงในการประเมินและเลือกซื้อเครื่องมือช่างทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย

ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
<b>ด้านความปลอดภัย</b>			
1. ฉันรู้สึกว่ามีความปลอดภัยในขณะที่ซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	3.09	0.750	ปานกลาง
2. ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ช่วยปกป้องความเป็นส่วนตัวของฉัน	3.01	0.861	ปานกลาง
3. ฉันจะซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จากเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือ	3.86	0.946	มาก

จากตารางที่ 4.16 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ พบว่า ฉันรู้สึกว่ามีความปลอดภัยในขณะที่ซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 และฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ช่วยปกป้องความเป็นส่วนตัวของฉัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ตามลำดับ ส่วนฉันจะซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จากเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

ตารางที่ 4.17 แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามเพศ

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	เพศ	Mean	t	Sig.
ด้านการเงิน	ชาย	3.69	-9.81	0.327
	หญิง	3.76		
ด้านการทำงานของสินค้า	ชาย	3.87	-5.047	0.000**
	หญิง	4.19		
ด้านกายภาพ	ชาย	2.74	-1.491	0.137
	หญิง	2.89		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือ ช่างออนไลน์	เพศ	Mean	t	Sig.
ด้านจิตวิทยา	ชาย	2.90	-0.103	0.918
	หญิง	2.91		
ด้านเวลา	ชาย	3.66	-1.442	0.150
	หญิง	3.75		
ด้านความเป็นส่วนตัว	ชาย	3.72	0.519	0.604
	หญิง	3.67		

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ t-test พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการเงิน มีค่า Sig เท่ากับ 0.327 ด้านกายภาพ มีค่า Sig เท่ากับ 0.137 ด้านจิตวิทยา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.918 ด้านเวลา มีค่า Sig เท่ากับ 0.918 และด้านความเป็นส่วนตัว มีค่า Sig เท่ากับ 0.604 ซึ่งค่า Sig มากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการเงิน ด้านกายภาพ ด้านจิตวิทยา ด้านเวลา และด้านความเป็นส่วนตัว ไม่แตกต่างกัน

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการทำงานของสินค้า มีค่า Sig เท่ากับ เท่ากับ 0.000 ซึ่งค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการทำงานของสินค้าที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามเพศ

ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่าง ออนไลน์	เพศ	Mean	t	Sig.
ความสะดวกในการซื้อ	ชาย	3.95	1.273	0.204
	หญิง	3.89		
ระยะเวลา	ชาย	3.60	1.059	0.290
	หญิง	3.53		
ความปลอดภัย	ชาย	3.26	-1.597	0.111
	หญิง	3.36		

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ t-test พบว่า ทัศนคติการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ มีค่า Sig เท่ากับ 0.204 ด้านระยะเวลา มีค่า Sig เท่ากับ 0.290 และด้านความปลอดภัย มีค่า Sig เท่ากับ 0.111 ซึ่งค่า Sig มากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านประหยัดเวลา และด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามกลุ่มอายุ

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	อายุ	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ด้านการเงิน	อายุ 18-25 ปี	3.77	0.580	1.100	0.349
	อายุ 26-35 ปี	3.68	0.672		
	อายุ 36-45 ปี	3.83	0.628		
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.67	0.764		
ด้านการทำงานของสินค้า	อายุ 18-25 ปี	4.12	0.601	0.882	0.451
	อายุ 26-35 ปี	4.00	0.627		
	อายุ 36-45 ปี	4.09	0.602		
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	4.03	0.709		
ด้านกายภาพ	อายุ 18-25 ปี	2.87	0.997	0.548	0.650
	อายุ 26-35 ปี	2.88	0.959		
	อายุ 36-45 ปี	2.79	0.923		
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	2.72	0.930		
ด้านจิตวิทยา	อายุ 18-25 ปี	2.76	0.972	1.646	0.178
	อายุ 26-35 ปี	2.97	0.957		
	อายุ 36-45 ปี	2.81	0.906		
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.03	0.917		

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อ เครื่องมือช่างออนไลน์	อายุ	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ด้านเวลา	อายุ 18-25 ปี	3.72	0.658	0.136	0.938
	อายุ 26-35 ปี	3.69	0.547		
	อายุ 36-45 ปี	3.73	0.641		
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.73	0.685		
ด้านความเป็นส่วนตัว	อายุ 18-25 ปี	3.64	0.820	1.625	0.183
	อายุ 26-35 ปี	3.66	1.075		
	อายุ 36-45 ปี	3.62	0.770		
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.89	0.722		

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการเงิน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.349 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ด้านการทำงานของสินค้า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.451 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-25 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.650 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ด้านจิตวิทยา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.179 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ด้านเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.938 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-45 ปี และกลุ่มตัวอย่างอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และด้านความเป็นส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.183 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามอายุ

ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	อายุ	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ความสะดวกในการซื้อ	อายุ 18-25 ปี	3.96	0.531	0.272	0.845
	อายุ 26-35 ปี	3.90	0.500		
	อายุ 36-45 ปี	3.91	0.520		
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.93	0.510		
ระยะเวลา	อายุ 18-25 ปี	3.59	0.697	0.448	0.719
	อายุ 26-35 ปี	3.53	0.643		
	อายุ 36-45 ปี	3.63	0.697		
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.55	0.722		
ความปลอดภัย	อายุ 18-25 ปี	3.40	0.708	3.302	0.020*
	อายุ 26-35 ปี	3.36	0.629		
	อายุ 36-45 ปี	3.37	0.482		
	อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.12	0.717		

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า ทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.845 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-25 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และด้านระยะเวลา ค่า Sig. เท่ากับ 0.719 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-25 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านระยะเวลาไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านความปลอดภัย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.020 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-25 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านความปลอดภัยที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธี

ทดสอบแบบ Least Significant Difference(LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 ผลเปรียบเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามอายุ ด้านความปลอดภัย

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ 18-25 ปี	อายุ 26-35 ปี	อายุ 36-45 ปี	อายุ 46 ปีขึ้นไป
		3.40	3.36	3.37	3.12
อายุ 18-25 ปี	3.40				
อายุ 26-35 ปี	3.36	-0.035			
อายุ 36-45 ปี	3.37	-0.030	0.005		
อายุ 46 ปีขึ้นไป	3.12	-0.274*	-0.239*	-0.244*	

จากตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ -0.274 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ -0.239 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี และ อายุ 46 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ -0.244 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	ระดับการศึกษา	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ด้านการเงิน	ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.78	0.850	1.121	0.346
	มัธยมปลาย/ปวช.	4.08	0.646		
	ปวส.	3.63	0.592		
	ปริญญาตรี	3.75	0.647		
ด้านการทำงานของสินค้า	สูงกว่าปริญญาตรี	3.67	0.725	4.706	0.001**
	ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.96	0.547		
	มัธยมปลาย/ปวช.	4.27	0.466		
	ปวส.	3.61	0.673		
ด้านกายภาพ	ปริญญาตรี	4.06	0.638	3.706	0.006**
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.14	0.581		
	ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.19	1.000		
	มัธยมปลาย/ปวช.	3.03	0.583		
ด้านจิตวิทยา	ปวส.	3.20	0.913	1.899	0.110
	ปริญญาตรี	2.86	0.911		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.54	1.048		
	ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.06	1.050		
	มัธยมปลาย/ปวช.	2.85	0.669	1.134	
	ปวส.	3.33	0.903		
	ปริญญาตรี	2.88	0.872		
	สูงกว่าปริญญาตรี	2.82	1.134		

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อ เครื่องมือช่างออนไลน์	ระดับการศึกษา	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ด้านเวลา	ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.70	0.513	0.852	0.493
	มัธยมปลาย/ปวช.	3.56	0.400		
	ปวส.	3.54	0.629		
	ปริญญาตรี	3.73	0.636		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.74	0.594		
ด้านความเป็นส่วนตัว	ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.67	0.735	1.149	0.333
	มัธยมปลาย/ปวช.	3.57	0.417		
	ปวส.	3.40	0.726		
	ปริญญาตรี	3.75	0.970		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.69	0.800		

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการเงิน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.346 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับศึกษามัธยมปลาย/ปวช. ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านจิตวิทยา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.110 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปวส. ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ด้านเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.493 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และด้านความเป็นส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.333 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการเงิน ด้านจิตวิทยา ด้านเวลา และด้านความเป็นส่วนตัวไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และด้านการทำงานของสินค้า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับศึกษามัธยมปลาย/ปวช. ให้ความสำคัญมากที่สุด มี



ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านกายภาพ และด้านการทำงานของสินค้าที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการทำงานของสินค้า และ ด้านความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการทำงานของสินค้า และ ด้านความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference(LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.23** ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านการทำงานของสินค้า

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ปวช.	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.96	4.27	3.61	4.06	4.14
ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.96					
มัธยมปลาย/ปวช.	4.27	0.308				
ปวส.	3.61	-0.344	-0.652*			
ปริญญาตรี	4.06	0.101	-0.207	0.445*		
สูงกว่าปริญญาตรี	4.14	0.180	-0.128	0.524*	0.790	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการทำงานของสินค้า แตกต่างกัน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปวส. และมัธยมปลาย/ปวช. จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.652 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปวส. มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. ในการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการทำงานของสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.66

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และปวส. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.445 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษา ปวส. ในการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการทำงานของสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และปวส. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.524 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษา ปวส. ในการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการทำงานของสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่ ด้านกายภาพ

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ปวช.	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.19	3.03	3.20	2.86	2.54
ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.19					
มัธยมปลาย/ปวช.	3.03	-0.163				
ปวส.	3.20	0.008	0.170			
ปริญญาตรี	2.86	-0.329	0.166	0.337		
สูงกว่าปริญญาตรี	2.54	-0.643	-0.480	-0.650*	-0.314*	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านกายภาพ แตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และปวส. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.650 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษา ปวส. ในการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อ

เครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.66

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.314 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษาปริญญาตรี ในการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา

ทัศนคติการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	ระดับการศึกษา	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ความสะดวกในการซื้อ	ต่ำกว่ามัธยมต้น,	3.86	0.518	4.00	0.003**
	มัธยมต้น				
	มัธยมปลาย/ปวช.	3.76	0.463		
	ปวส.	3.80	0.491		
	ปริญญาตรี	3.88	0.520		
ระยะเวลา	สูงกว่าปริญญาตรี	4.10	0.457	0.888	0.471
	ต่ำกว่ามัธยมต้น,	3.54	0.434		
	มัธยมต้น				
	มัธยมปลาย/ปวช.	3.43	0.590		
	ปวส.	3.36	0.601		
ความปลอดภัย	ปริญญาตรี	3.59	0.707	4.419	0.002**
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.59	0.659		
	ต่ำกว่ามัธยมต้น,	3.75	0.730		
	มัธยมต้น				
	มัธยมปลาย/ปวช.	3.80	0.740		
	ปวส.	3.11	0.437		
	ปริญญาตรี	3.36	0.662		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.18	0.609		

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า ทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านระยะเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.471 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านระยะเวลาไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านความสะดวกในการซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และด้านความปลอดภัย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อและด้านความปลอดภัย ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านความสะดวกในการซื้อ และ ด้านความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านความสะดวกในการซื้อ และ ด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference(LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความสะดวกในการซื้อ

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ปวช.	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.86	3.76	3.80	3.88	4.10
ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.86					
มัธยมปลาย/ปวช.	3.76	-0.100				
ปวส.	3.80	-0.070	0.030			
ปริญญาตรี	3.88	0.006	0.106	0.076		
สูงกว่าปริญญาตรี	4.10	0.229	0.330	0.299*	0.223*	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ แตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และ ปวส. จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.299 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษา ปวส. ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาตรี จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.223 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษาปริญญาตรี ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านความปลอดภัย

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่ามัธยม	มัธยม	ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า
		ต้น, มัธยม ต้น	ปลาย/ ปวช.			ปริญญา ตรี
		3.75	3.80	3.11	3.36	3.18
ต่ำกว่ามัธยมต้น, มัธยมต้น	3.75					
มัธยมปลาย/ปวช.	3.80	0.050				
ปวส.	3.11	-0.635*	-0.685*			
ปริญญาตรี	3.36	-0.390	-0.440*	0.246*		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.18	-0.566*	-0.616	0.070	-0.177*	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน 6 คู่ ได้แก่

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปวส. และต่ำกว่ามัธยมต้นหรือมัธยมต้น จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.635 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ



ตารางที่ 4.28 การทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามอาชีพ

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	อาชีพ	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ด้านการเงิน	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.72	0.712	0.517	0.723
	พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.78	0.541		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.84	0.718		
	อาชีพอิสระ	3.67	0.727		
	อื่นๆ	3.67	0.646		
ด้านการทำงานของสินค้า	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.07	0.583	0.583	0.675
	พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.96	0.633		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	4.15	0.688		
	อาชีพอิสระ	4.00	0.801		
	อื่นๆ	4.04	0.684		
ด้านกายภาพ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.81	0.983	1.896	0.100
	พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.01	0.788		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.03	1.238		
	อาชีพอิสระ	2.51	0.937		
	อื่นๆ	2.71	0.900		
ด้านจิตวิทยา	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.98	0.978	3.468	0.008*
	พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.05	0.757		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.05	1.100		
	อาชีพอิสระ	2.34	1.081		
	อื่นๆ	2.72	0.886		
ด้านเวลา	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.75	0.619	1.019	0.397
	พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.66	0.538		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.82	0.617		
	อาชีพอิสระ	3.78	0.686		
	อื่นๆ	3.63	0.666		

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อ เครื่องมือช่างออนไลน์	อาชีพ	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ด้านความเป็นส่วนตัว	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.78	0.723	1.208	0.307
	พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.73	1.363		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.71	0.820		
	อาชีพอิสระ	3.44	0.685		
	อื่นๆ	3.57	0.790		

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการเงิน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.723 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ด้านการทำงานของสินค้า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.675 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 1.000 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ด้านเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.397 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และด้านความเป็นส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.307 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการเงิน ด้านการทำงานของสินค้า ด้านกายภาพ ด้านเวลา และด้านความเป็นส่วนตัวไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านจิตวิทยา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 ซึ่งค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านจิตวิทยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านจิตวิทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference(LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 4.29 ผลเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามอาชีพ ด้านจิตวิทยา

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ ห้าง/ร้าน	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อิสระ	อื่นๆ
		2.98	3.05	3.05	2.34	2.72
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.98					
พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.05	0.077				
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.05	0.071	-0.002			
อาชีพอิสระ	2.34	-0.635*	-0.712*	-0.710*		
อื่นๆ	2.72	-0.252*	-0.329*	-0.327	0.383	

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านจิตวิทยา แตกต่างกัน 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.635 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ในการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านจิตวิทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.64

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.252 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ในการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านจิตวิทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.26

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ และ พนักงาน/บริษัท/ห้าง/ร้าน จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.712 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงาน/บริษัท/ห้าง/ร้าน ในการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านจิตวิทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.72

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ และพนักงาน/บริษัท/ห้าง/ร้าน จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.329 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงาน/บริษัท/ห้าง/ร้าน ในการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านจิตวิทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.710 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ในการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านจิตวิทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.71

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	อาชีพ	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ความสะดวกในการซื้อ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.93	0.500	4.370	0.002*
	พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.83	0.481		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	4.24	0.557		
	อาชีพอิสระ	3.71	0.554		
	อื่นๆ	3.94	0.489		
ระยะเวลา	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.58	0.717	1.024	0.395
	พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.45	0.577		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.69	0.761		
	อาชีพอิสระ	3.46	0.755		
	อื่นๆ	3.61	0.643		
ความปลอดภัย	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.24	0.688	1.355	0.249
	พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.36	0.480		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.45	0.768		
	อาชีพอิสระ	3.46	0.730		
	อื่นๆ	3.37	0.628		

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความแตกต่างทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า ทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านระยะเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.395 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และด้านความปลอดภัย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.249 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า

0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านระยะเวลา และด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านความสะดวกในการซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 ผลเปรียบเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามอาชีพ ด้านความสะดวกในการซื้อ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ ห้าง/ร้าน	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว	อาชีพ อิสระ	อื่นๆ
		3.93	3.83	4.24	3.71	3.94
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.93					
พนักงานบริษัท/ห้าง/ร้าน	3.83	-0.091				
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	4.24	0.316*	0.407*			
อาชีพอิสระ	3.71	0.215	-0.124	-0.531*		
อื่นๆ	3.94	0.010	0.101	-0.306*	0.225	

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ แตกต่างกัน 4 คู่ ได้แก่

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.316 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ในทัศนคติต่อการซื้อ

เครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และพนักงาน/บริษัท/ห้าง/ร้านจากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.407 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงาน/บริษัท/ห้าง/ร้าน ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระ และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.531 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอิสระมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.306 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

**ตารางที่ 4.32** การทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ด้านการเงิน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.73	0.608	1.478	0.220
	10,001-20,000 บาท	3.71	0.612		
	20,001-30,000 บาท	3.86	0.754		
	30,001 บาทขึ้นไป	3.65	0.696		
ด้านการทำงานของสินค้า	ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.02	0.662	1.665	0.174
	10,001-20,000 บาท	3.98	0.668		
	20,001-30,000 บาท	4.18	0.568		
	30,001 บาทขึ้นไป	4.04	0.613		

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงการซื้อ เครื่องมือช่างออนไลน์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ด้านกายภาพ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.84	0.900	1.955	0.120
	10,001-20,000 บาท	2.95	0.975		
	20,001-30,000 บาท	2.80	1.008		
	30,001 บาทขึ้นไป	2.65	0.893		
ด้านจิตวิทยา	ต่ำกว่า 10,000 บาท	2.82	0.930	0.405	0.749
	10,001-20,000 บาท	2.92	0.969		
	20,001-30,000 บาท	2.99	1.022		
	30,001 บาทขึ้นไป	2.88	0.854		
ด้านเวลา	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.69	0.715	0.776	0.508
	10,001-20,000 บาท	3.67	0.608		
	20,001-30,000 บาท	3.80	0.586		
	30,001 บาทขึ้นไป	3.73	0.604		
ด้านความเป็นส่วนตัว	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.71	0.108	0.728	0.536
	10,001-20,000 บาท	3.62	0.089		
	20,001-30,000 บาท	3.71	0.089		
	30,001 บาทขึ้นไป	3.80	0.069		

จากตารางที่ 4.32 ผลการทดสอบความแตกต่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านการเงิน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.220 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านการทำงานของสินค้า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.174 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านกายภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.120 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ด้านจิตวิทยา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.749 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 ด้านเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.508 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

และด้านความเป็นส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.536 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.33** การทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามกลุ่มระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ทัศนคติการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean	S.D.	F-test	Sig.
ความสะดวกในการซื้อ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.91	0.546	0.369	0.775
	10,001-20,000 บาท	3.95	0.499		
	20,001-30,000 บาท	3.92	0.574		
	30,001 บาทขึ้นไป	3.89	0.449		
ระยะเวลา	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.66	0.658	0.827	0.479
	10,001-20,000 บาท	3.59	0.668		
	20,001-30,000 บาท	3.49	0.701		
	30,001 บาทขึ้นไป	3.54	0.700		
ความปลอดภัย	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.37	0.663	8.218	0.000**
	10,001-20,000 บาท	3.48	0.611		
	20,001-30,000 บาท	3.26	0.645		
	30,001 บาทขึ้นไป	3.08	0.633		

จากตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบความแตกต่างทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า ทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.775 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และด้านระยะเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.479 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ซึ่งค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านระยะเวลาไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านความปลอดภัย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ซึ่งมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัยที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference(LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 ผลการเทียบทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จำแนกตามระดับรายได้ ด้านความปลอดภัย

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	10,001-	20,001-	30,001 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
		3.37	3.48	3.26	3.08
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.37				
10,001-20,000 บาท	3.48	-0.115			
20,001-30,000 บาท	3.26	0.104	-0.220*		
30,001 บาทขึ้นไป	3.08	-0.285*	-0.401*	0.181	

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน 3 คู่ ได้แก่

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.285 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.220 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างรายได้ 10,001-20,000 บาท ในทัศนคติต่อการซื้อ

เครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป และ 10,001-20,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ -0.401 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างรายได้ 10,001-20,000 บาท ในทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ด้านความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.40

#### ส่วนที่ 4 ผลการวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ

ตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ในแต่ละด้านและทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์โดยรวม

การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อ เครื่องมือช่างออนไลน์	ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่าง ออนไลน์	ระดับความสัมพันธ์
r		
ด้านการเงิน	-0.49	ปานกลาง
ด้านการทำงานของสินค้า	-0.79	สูง
ด้านกายภาพ	0.148**	ต่ำ
ด้านจิตวิทยา	0.001	ต่ำ
ด้านเวลา	-0.01	ต่ำ
ด้านความเป็นส่วนตัว	0.064	ต่ำ
การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อ เครื่องมือช่างออนไลน์โดยรวม	0.033	ต่ำ

จากตารางที่ 4.35 แสดงค่าการทดสอบระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ในแต่ละด้าน และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์โดยรวม พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพและทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ค่าสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.148 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แสดงว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพที่สูงก็จะมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์



## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปราย และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์” มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ของประชากรในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ของประชากรในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ของประชากรในเขตอำเภอหาดใหญ่

โดยขอบเขตการวิจัยด้านพื้นที่และประชากรกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 385 คน มีรูปแบบการศึกษางานวิจัยเป็นวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (survey research method) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเองจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์หรือมีแนวโน้มในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และมีขอบเขตงานวิจัยประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ซึ่งมี 6 ด้าน ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านการทำงานของสินค้า ด้านกายภาพ ด้านจิตวิทยา ด้านเวลา และด้านความเป็นส่วนตัว ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ มี 3 ด้าน ดังนี้ ความสะดวกในการซื้อ ประหยัดเวลา และความปลอดภัย จากนั้นนำข้อมูลที่เก็บได้มาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของประชากร การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำงานของสินค้า ด้านกายภาพ ด้านการเงิน ด้านจิตวิทยา ด้านสังคม ด้านเวลา ด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ 4 ด้าน ได้แก่ ความสะดวกในการซื้อ รูปแบบเว็บไซต์ ประหยัดเวลา และความปลอดภัย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ต่อทัศนคติการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

## สรุปผลการวิจัย

### ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.80 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 37.90 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 63.90 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 45.20 ระบายรายได้ 10,001-20,000 ร้อยละ 38.70

### ผลการวัดการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

จากการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยการรับรู้ความเสี่ยงโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้าในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมาคือ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้าน และความเสี่ยงด้านกายภาพ ตามลำดับ

### ผลการวัดทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

จากการศึกษาทัศนคติการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับทัศนคติด้านความสะดวกในการซื้อในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมาคือด้านประหยัดเวลา และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

### ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ในแต่ละด้าน และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์โดยรวม

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ในแต่ละด้าน และทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์โดยรวม โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างโดยรวม ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการเงิน ด้านการทำงานของสินค้า ด้านจิตวิทยา ด้านเวลา และด้านความเป็นส่วนตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

## อภิปรายผล

### วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวัดการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

ผลการวัดการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการรับรู้ความเสี่ยงแต่ละด้านเรียงลำดับดังนี้ 1.ด้านการทำงานของสินค้า 2.ด้านการเงิน 3.ด้านเวลา 4.ด้านความเป็นส่วนตัว 5.ด้านจิตวิทยา และ 6.ด้านกายภาพ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับงานวิจัย เกริดา โคตรชารี (2555) ที่ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับการรับรู้ความเสี่ยงเรียงลำดับดังนี้ 1.ด้านการทำงานของสินค้า 2.ด้านความเป็นส่วนตัว 3.ด้านการเงิน 4.ด้านเวลา 5. ด้านกายภาพ 6. ด้านจิตวิทยา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Emad Y. Masoud (2556) พบว่าปัจจัยด้านสินค้าจะส่งผลกระทบต่อการใช้ซื้อสินค้าออนไลน์ กล่าวคือ ปัจจัยด้านสินค้าส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวัดทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

ผลการวัดทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ของประชากรในอำเภอหาดใหญ่อยู่ในระดับสูง โดยค่าเฉลี่ยรวมของทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ เท่ากับ 3.60 แสดงให้เห็นว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์เป็นวิธีที่น่าสนใจ เมื่อศึกษาผลเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจทัศนคติด้านความสะดวกในการซื้อมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) ที่ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างประชากรในกรุงเทพฯ แล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อความสะดวกในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านอินสตาแกรม ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Gibson (2000, p. 453) ที่กล่าวว่าทัศนคติจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจ ความรู้สึกเชิงบวกหรือลบเป็นสภาวะของจิตใจที่ตอบสนองของบุคคลนั้นๆ และสอดคล้องกับ Schiffman & Kanuk (2000, p. 200) ที่ให้ความหมายว่าทัศนคติเป็นการโน้มเอียงที่ได้รับผลมาจากการเรียนรู้ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่ชอบหรือไม่ชอบ และผู้บริโภคต้องมีความความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสินค้านั้นๆ ซึ่งอาจก่อให้เกิดแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อสินค้าออนไลน์

### วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ

ผลการวัดความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์กับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ มีความสัมพันธ์กันอย่างไม่มีความสำคัญ ซึ่งมีความไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bianchi และ Andrews (2012) และเกริดา โคตรชาติ (2555) ต่างพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงกับทัศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์มีความสัมพันธ์กันในเชิงลบ ซึ่งหมายความว่าถ้าผู้บริโภครับรู้ความเสี่ยงมาก ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องอาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างบางคนเป็นผู้ที่ยังไม่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ หรืออาจเกิดจากในปัจจุบันมีข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นจำนวนมาก ทั้งคำแนะนำในการซื้อสินค้าออนไลน์หรือวิธีปกป้องตัวเองจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงที่สูง แต่ตนเองรู้วิธีป้องกันและหลีกเลี่ยง จึงทำให้ไม่ส่งผลในแง่ลบต่อทัศนคติมากนัก

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการศึกษาผู้วิจัยขอเสนอแนะเพื่อที่จะสามารถใช้เป็นแนวทางและประโยชน์ในการวางแผน พัฒนา ปรับปรุงการขายเครื่องมือช่างออนไลน์ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสร้างความน่าเชื่อถือในการใช้บริการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์

ด้านความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเกี่ยวกับความเสี่ยงการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านการทำงานของสินค้า อาจเนื่องมาจาก การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ ลูกค้าไม่สามารถลองใช้สินค้าหรือสัมผัสสินค้าได้ ดังนั้น ผู้ขายควรมีช่องทางให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องมือช่างจากผู้ที่เคยใช้เครื่องมือช่าง อาจมีการเพิ่มระบบการรับประกันสินค้า หรือ กำหนดเงื่อนไขการรับคืนสินค้าให้ชัดเจนหากลูกค้าไม่พอใจเมื่อซื้อสินค้าไปแล้ว

ด้านทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเกี่ยวกับทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ด้านความสะดวกในการซื้อ อาจเนื่องมาจาก ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ง่ายและมีการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องมือช่างอย่างชัดเจน อีกทั้งหากเป็นผู้ประกอบการจึงควรสร้างทัศนคติของผู้บริโภคให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าออนไลน์มีโอกาสประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยในอนาคตอาจเลือกปัจจัยที่ต้องการศึกษาตัวอื่นๆมาศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงการซื้อสินค้าออนไลน์และทัศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ เพื่อให้ครอบคลุมและเข้าใจการรับรู้ความเสี่ยงกับทัศนคติของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

2. อาจเลือกศึกษาผลในด้านอื่นๆนอกเหนือจากการรับรู้ความเสี่ยงกับทัศนคติ เช่น การลดระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ หรือแรงจูงใจการซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นต้น

3. กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยฉบับนี้ได้รับเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างอาจมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายหรือเป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยสนใจและผู้วิจัยคาดว่าจะป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- เกริดา โคตรชารี. (2555). ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). เศรษฐกิจภาคใต้. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2558, จาก <https://www.bot.or.th>
- นงรัก บุญเสริม. (2554). ทักษะและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรด์ประเภทสินค้าอุปโภค: กรณีศึกษา บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์และเทสโก้ โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในจังหวัดอุบลราชธานี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประวิทย์ พิมพะสาร. (2555). การรับรู้ความเสี่ยงของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา: ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สัญญา อุปะเดย์. (2553). ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โฮลิสติก พับลิชชิง.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2557). ETDA เผยผลสำรวจอีคอมเมิร์ซไทย. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2558. จาก <https://www.etda.or.th>

**บรรณานุกรม (ต่อ)**

- Bettman, J. R. (1973). Perceived risk and its components: A model and empirical test. *Journal of Marketing Research*, 10(May 1973), 184-190.
- Boshoff, C., Schlechter, C. & Ward, S. J. (2009). The mediating effect of brand image and information search intentions on the perceived risks associated with online purchasing on a generically-branded website: *Management Dynamics*, 18(4), 18-28.
- Emad Y. Masoud. (2013). The effect of perceived risk on online shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*, 5(6).
- Gibson, J. L. (2000). Organization behavior, structure, processes (10<sup>th</sup> ed.). Illinois : The McGraw-Hill Companies, Inc. Hassan, A. M., Kunz, M. B., Pearson, A. W. & Mohamed, F. A. (2006). Conceptualization and measurement of perceived risk in online shopping. *The Marketing Management Journal*, 16(1), 138-147.
- Lim, N. (2003). Consumer' perceived risk: sources versus consequences. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2, 216-228.
- Muhammad Umar Sultan & Nasir Uddin. (2011). Consumers' attitude towards online shopping factors influencing Gotland consumers to shop online. Master thesis in business administration, Hogskolan pa Gotland.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

ภาคผนวก





### แบบสอบถาม

## เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ต่อทัศนคติการซื้อ เครื่องมือช่างออนไลน์

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้ ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์
- ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์
- ส่วนที่ 4 ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการเติม  ลงในช่อง

1. คุณมีแนวโน้มหรือมีความสนใจในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์หรือไม่

- 1.สนใจ  2.ไม่สนใจ (ปิดการสอบถาม)

2. เพศ

- 1.ชาย  2.หญิง

3. อายุ

- 1.อายุน้อยกว่า 18 ปี  2.อายุ 18-25 ปี  
 3.อายุ 26-35 ปี  4.อายุ 36-45 ปี  
 5.อายุ 46 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

- 1.ต่ำกว่ามัธยมต้น  2.มัธยมต้น  
 3.มัธยมปลาย / ปวส.  4.ปวช.  
 5.ปริญญาตรี  6.สูงกว่าปริญญาตรี

## 5. อาชีพ

- 1.รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- 2.พนักงานบริษัท / ห้าง / ร้าน
- 3.ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
- 4.อาชีพอิสระ
- 5.อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1.ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 2.10,001-20,000 บาท
- 3.20,001-30,000 บาท
- 4.30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ กรุณาเติม  ลงในช่อง   
โดยที่ 5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง ,4=เห็นด้วย, 3=ปานกลาง, 2=ไม่เห็นด้วย, 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5	เห็นด้วย 4	ปานกลาง 3	ไม่เห็นด้วย 2	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1
ความเสี่ยงด้านการเงิน					
1. ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย ถ้าฉันต้องให้หมายเลขบัตรเครดิตกับผู้อื่นเวลาซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์					
2.ฉันอาจจะไม่ได้รับเครื่องมือช่างที่สั่งซื้อไป แม้ว่าจะจ่ายเงินไปเรียบร้อยแล้วก็ตาม					
3.ฉันกังวลว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ต้องจ่ายเงินในราคาที่แพงกว่าความเป็นจริง					

การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
4.ฉันกังวลว่าผู้ให้บริการขายเครื่องมือช่างออนไลน์จะไม่รักษารายละเอียดทางการเงินของฉัน					
<b>ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า</b>					
1.ฉันกังวลว่าเครื่องมือช่างที่ได้รับมาจะไม่เหมือนกับที่แสดงไว้ในร้านค้าออนไลน์					
2.ฉันไม่ชอบเวลาที่ไม่สามารถสัมผัสหรือทดลองเครื่องมือช่างก่อนซื้อได้					
3.ฉันคิดว่าคะแนนของเครื่องมือช่างที่แสดงอยู่บนร้านค้าออนไลน์จะไม่ตรงกับคุณภาพที่แท้จริงของสินค้า					
<b>ความเสี่ยงด้านกายภาพ</b>					
1.ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือออนไลน์จะทำให้ฉันมีปัญหาทางสายตา เพราะต้องนั่งหน้าคอมฯ หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นระยะเวลานาน					
2.ฉันกลัวว่าอุปกรณ์ของฉันจะติดไวรัส เพราะเข้าเว็บไซต์ที่ขายเครื่องมือช่าง					
3.ฉันกลัวว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันเป็นโรคเอ็นข้อมืออักเสบ					
4.ฉันกลัวว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันปวดหลัง เพราะต้องนั่งหน้าคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ต่างๆ เป็นระยะเวลานาน					

การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
<b>ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา</b>					
1.ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันเกิดความเครียดโดยไม่จำเป็น					
2.ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันอยู่ห่างออกมาจากสังคมมากขึ้น (เช่น ไม่ได้พูดคุยกับพนักงานที่ร้านค้า ไม่ต้องออกไปนอกบ้าน หรือสถานที่ทำงาน จึงทำให้พบปะผู้คนน้อยลง)					
<b>ความเสี่ยงด้านเวลา</b>					
1.ฉันกลัวว่าจะไม่ได้รับสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนดเมื่อฉันซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์					
2.ฉันกังวลว่าจะเกิดความล่าช้าระหว่างกระบวนการสั่งซื้อ และการจัดส่งสินค้า					
3.ฉันกังวลว่าเครื่องมือช่างที่สั่งไปจะไม่มีสำรองไว้ในสต็อก และฉันต้องรอสินค้าเป็นระยะเวลานาน					
4.ฉันกลัวว่าการส่งคืนเครื่องมือช่างที่มีปัญหาให้กับบริษัทจะใช้เวลานาน					
5.ฉันกังวลว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันเสียเวลามากกว่าเดิม					

การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว					
1. ฉันคิดว่าผู้ให้บริการขายเครื่องมือช่างออนไลน์จะนำข้อมูลส่วนตัวของฉันไปแบ่งปันให้กับบริษัทอื่นๆ โดยที่ฉันไม่ได้อนุญาต					
2. ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จะทำให้ฉันได้รับข้อมูลที่ฉันไม่ต้องการ เช่น โฆษณาต่างๆ (spam)					
3. ฉันคิดว่า การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ทำให้ฉันรู้สึกไม่ปลอดภัย เพราะร้านค้าออนไลน์เหล่านั้นจะนำข้อมูลส่วนตัวของฉันไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ กรุณาเติม ✓ ลงในช่อง □

โดยที่ 5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง ,4=เห็นด้วย, 3=ปานกลาง, 2=ไม่เห็นด้วย, 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
ความสะดวกในการซื้อ					
1.ฉันคิดว่า จะได้รับการส่งมอบตรงเวลาเมื่อซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์					

ทัศนคติต่อการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
2.ฉันคิดว่า ควรมีการแสดงข้อมูลรายละเอียด การซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์					
3. ฉันสามารถซื้อเครื่องมือช่างได้ตลอด 24 ชม.					
4. ฉันคิดว่า ฉันสามารถเปรียบเทียบราคากับ เครื่องมือช่างชนิดอื่นได้					
<b>ระยะเวลา</b>					
1.ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ช่วยลด ระยะเวลาในการซื้อ					
2.ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ไม่ทำ ให้สูญเวลาไปโดยไม่มีประโยชน์					
3.ฉันรู้สึกว่าจะเวลาน้อยลงในการประเมิน และเลือกซื้อเครื่องมือช่างทางออนไลน์					
<b>ความปลอดภัย</b>					
1.ฉันรู้สึกว่าจะมีความปลอดภัยในขณะที่ซื้อ เครื่องมือช่างออนไลน์					
2.ฉันคิดว่าการซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์ช่วย ปกป้องความเป็นส่วนตัวของฉัน					
3.ฉันจะซื้อเครื่องมือช่างออนไลน์จากเว็บไซต์ที่ มีความน่าเชื่อถือ					

#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ.....  
 .....

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล นายสุภณัฐ สีตะสิทธิ์

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5610522036

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยี อุตสาหกรรมเกษตร	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2555