

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรรณิกา คุณากรเวโรจน์. 2544. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าไว้วางใจของบริการข้อมูลต่างๆ ใน เว็ลด์ไวด์เว็บ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรรณิการ์ วรณธนปรีดา. 2547. การรวมกลุ่มและการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้เรียน E-learning ในบริบทการสื่อสารแบบเวลาเดียวกันและต่างเวลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติศักดิ์ แก้วนิลประเสริฐ และพิมพ์มณี รัตนวิชา. (2551, กรกฎาคม-ธันวาคม). ผลกระทบของรูปแบบการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีแบบสองทาง ความอายุในการซื้อสินค้า และเพศของตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้า ที่มีผลต่อการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต. วารสาร จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 30(117-118), หน้า 94-114.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545. หลักสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญหทัย สันติบุตร. 2550. ผลกระทบของความล่าช้าของการแสดงผล รูปแบบของเมนู การใช้ข้อมูลป้อนกลับต่อประสิทธิภาพของการใช้งานบนเว็บแอปพลิเคชัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉันทวุฒิ พีชผล. 2541. เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- दनัย เทียนพุดม. 2544. นวัตกรรมอีบิสซิเนส e-Business Innovation. กรุงเทพฯ : นาโกต้า.
- คารินทร์ สวัสดิ์เสวี. 2545. การแปลงตัวตนในห้องสนทนาบนอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวพร ชาติบัญชาชัย. 2549. การวัดประโยชน์และความยากง่ายในการใช้งานซอฟต์แวร์เพื่อประยุกต์ในการเปรียบเทียบไซด์แมพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปัทมา พัฒนะคุณานันท์. 2545. การใช้ระบบการสื่อสารสองทางเพื่อการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมในระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมะ สตะเวทิน. 2540. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาคพิมพ์.
- ศุภิสรา ทดลา. 2542. รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภางค์ ตรีปัญญา. 2549. ผลของความล่าช้าในการแสดงผลและการใช้ข้อมูลป้อนกลับต่อประสิทธิภาพของการใช้ฐานข้อมูลผ่านเว็บไซต์. โครงการพิเศษหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. 2546. e-Commerce FAQ คำถามนี้มีคำตอบ. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.
- ศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์. 2547. รายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ.
- ศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์. 2548. รายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ.
- ศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์. 2550. รายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ.
- ศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์. 2550. รายงานผลการสำรวจสถานภาพพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ.
- เสนาะ ตีเยาว์. 2541. การสื่อสารในองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสน่ห์สุดา แสนประสาน. 2546. การกำกับการแสดงออกของตนและผลของการเชื่อว่าตนเป็นเป้าสายตาเกินจริงในการรับรู้เหตุการณ์ที่น่าอัปยศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรชนก ชองสมบัติ. 2550. ผลกระทบของคุณภาพของเว็บไซต์ ความโน้มเอียงที่จะเชื่อถือและชื่อเสียงของตราสินค้าที่มีต่อความเชื่อถือผู้ขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Albert, H.N., P.J. Judd, O.N. Rivers and S.W. Wagner. 2001. Creating A Winning e-Business. Thomson Course Technology PTR: Thomson Learning.
- Ang, L., Dubelaar, C. and Lee, B.C. 2001. To trust or not to trust? A model of internet trust from the customer's point of view. In Proceedings, 14th Bled Electronic Commerce Conference., pages 25–26.
- Bhattacharjee, A. 2002. Individual Trust in Online Firms: Scale Development and Initial Test. Journal of Management Information Systems, 19(1): 211–242.
- Bos, N., Olson, J., Gergle, D., Olson, G. and Wright, Z. 2002. Effects of four computer-mediated communications channels on trust development. Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems: 135 -140.
- Clifford Nass, Jonathan Steuer and Ellen R. Tauber. 1994. Computers are social actors. CHI'94: Conference companion on Human factors in computing systems.
- Corritore, C. L., Kracher, B. and Wiedenbeck, S. 2003. On-line trust: concepts, evolving themes, a model. Int. J. Hum.-Comput. Stud., 58(6):737–758.
- Daft, R.L. and Lengel, R.H. 1986. A proposed integration among organizational information requirements, media richness, and structural design. Management Science, 32, 554-571.
- Dahl, Darren W., Rajesh V. Manchanda and Jennifer J. Argo. 2001. Embarrassment in Consumer Purchase: The Role of Social Presence and Purchase Familiarity. Journal of Consumer Research: 473-481.
- Dan J. Kim, Donald L Ferrin and H Raghav Rao. 2003. A study of the effect of consumer trust on consumer expectations and satisfaction: the Korean experience. ICEC '03: Proceedings of the 5th international conference on Electronic commerce. Pages: 310 – 315.
- Deelmann, T., and Loos, P. 2002. Trust Economy: Aspects of Reputation and Trust Building for SMEs in E-business. Eighth Americas Conference on Information Systems.

- Degeratu, A.M., Rangaswamy, A., and Wu, J. 2000. Consumer Choice Behavior in Online and Traditional Supermarkets: The Effects Brand Name, Price, and Other Search Attributes, International Journal of Research in Marketing, 17, 1: 55-78.
- Duncan, T. 2002. IMC: Using Advertising & Promotion to Build Brands. New York: McGraw-Hill.
- Egger, F.N. 2003. From Interactions to Transactions: Designing the Trust Experience for Business-to-Consumer Electronic Commerce. PhD Thesis, Eindhoven University of Technology The Netherlands.
- Fogg, B. J. 1999. Persuasive technologies. Communications of the ACM, Volume 42 Issue 5.
- Fung, R. and Lee, M. 1999. EC-Trust Trust in electronic commerce: Exploring the antecedent factors. In Proceedings of America Conference of Information System: 518-519.
- Gambetta, D. 2000. Trust: Making and Breaking Cooperative Relations, electronic edition, Department of Sociology, University of Oxford.
- Hanna, N. and Wozniak, R. 2001. Consumer behavior: An applied approach. Upper saddle river, NJ: Prentice Hall.
- Harvey, M., Rothe, J.T., and Lucas, L.A. 1998. The Trade Dress Controversy: A Case of Strategic Cross-Brand Cannibalization, Journal of Marketing Theory and Practice, 6, 2: 1-15.
- Head, M. and Hassanein, K. 2002. Trust in e-Commerce: Evaluating the Impact of Third-Party Seals, Quarterly Journal of Electronic Commerce, 3(3), 307-325.
- Holbrook, M.B. 1986. Aims, Concepts, and Methods for the Presentation of Individual Differences in Esthetic Responses to Design Features. Journal of Consumer Research, 13: 337-347.
- Hoyer, Wayne D. and MacInnis, Deborah J. 2004. Consumer Behavior. 3rd ed. New York: Houghton Mifflin.
- Jones, M.Y., Stanaland, A.J., and Gelb, B.D. 1998. Beefcake and Cheesecake: Insights for Advertisers, Journal of Advertising, Summer.

- Kari Chopra and William A. Wallace. 2003. Trust in Electronic Environments. In Proceedings of the 36th Annual Hawaii International Conference.
- Kathryn M. Kimery and Mary McCord. 2002. Third-Party Assurances the Road to Trust. In Proceedings of the 35th Annual Hawaii International Conference on System Sciences.
- Kraemer, C. H. and Thiemann, S. 1987. How many subjects? Statistical Power Analysis in Research. London: SAGE.
- Koller, M. 1988. Risk as a Determinant of Trust. Basic and Applied Social Psychology, Vol. 9 (4): 265-276.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph H. and Mcdaniel, Carl. 2004. Marketing. 7th ed. Canada: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Lamsal, P. 2001. Understanding trust and security. Department of Computer Science, University of Helsinki, Finland.
- Lau-Gesk, L., and Drolet, A. L. 2004. Public self-consciousness and purchase intentions for embarrassing products. Los Angeles, CA: UCLA, Anderson School of Management.
- Lee, J., Kim, J. and Moon, J. Y. 2000. What makes internet users visit cyber stores again? Key design factors for customer loyalty. In CHI '00: Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems, pages 305-312
- Luhmann, N., 1991. Trust and Power. Ann Arbor, MI: University Microfilms International.
- Massad, N., Heckman, R. and Crowston, K. 2006. Customer Satisfaction with Electronic Service Encounters. International Journal of Electronic Commerce / Summer 2006, Vol. 10, No. 4, pp. 73-104.
- Mayer, R.C., J.H. Davis and F.D. Schoorman, 1995. An integrative model of organizational trust. The Academy of Management Review., 20: 709-734.
- McKnight, H., Choudhury, V. and Kacmar, C. 2000. Trust in E-Commerce Vendors: A Two-Stage Model. Proceedings of the twenty first international conference on Information systems ICIS '00, Association for Computing Machinery: 532-536.

- McKnight, H., Choudhury, V. and Kacmar, C. 2002. Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. Information Systems Research: 334-359.
- McKnight, H., Choudhury, V. and Kacmar, C. 2002. The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model. Journal of Strategic Information System: 297-323.
- McKnight, D. H., Cummings, L. L. and Chervany, N. L. 1998. Initial trust formation in new organizational relationships. Academy of Management Review, 23, 3, 473-490.
- Meyers-Levy, J., and Sternthal, B. 1991. Gender Differences in the Use of Message Cues and Judgements. Journal of Marketing Research Vol.28: 84-96.
- Minguez, A. M. 2005. New technologies as social fact: gender and digital divide in Spain in compared perspective. ACM International Conference Proceeding Series: Vol.126.
- Mitchell, V.W., and Vassos, V. 1997. Perceived Risk and Risk Reduction in Holiday Purchases: A Cross-Cultural and Gender Analysis. Journal of Euro – Marketing Vol.62.
- Newberry Brian. 2001. Raising student social presence in online classes. WebNet 2001 Proceedings (In Press).
- Nunnally, J.C. 1978. Psychometric theory. New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R.L. 1980. A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, Journal of marketing Research, pp 460-469.
- Pennanen, K. 2006. How Consumers Build Trust in e-Commerce: Towards a Trust Formation Model. Forthcoming in Latin American Advances in Consumer Research Vol. I.
- Rattanawicha, P. and Esichaikul, V. 2005. What makes web sites trustworthy?: A two phase empirical study. International Journal of Electronic Business Vol.3 (2): 110-136.
- Reisinger, Y. and Tuner, W. L. 2003. Cross-Cultural Behavior in Tourism: Concepts and Analysis. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Rettinger, A., Nickles, M. and Tresp, V. Learning initial trust among interacting agents. In Eleventh International Workshop CIA 2007 on Cooperative Information Agents. Springer 2007, September 2007.
- Riegelsberger, J., Sasse, M. A. and McCarthy, J. D. 2005. The Mechanics of Trust: A Framework for Research and Design. International Journal of Human-Computer Studies, 62(3):381–422.
- Rosenthal, R., and DePaulo, B.M. 1979. Sex Differences in Accommodation in Nonverbal Communication. in Skill in Nonverbal Communication: Individual Differences, Rosenthal, R. ed., Cambridge, MA: Oelgeschlager, Gunn and Hain, Publishers, Inc.
- Wei-chang Kong and Yu-Ting Caisy Hung. 2006. Modeling Initial and Repeat Online Trust in B2C E-commerce. In Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference System Sciences.
- Xu, Y., Kim, H., and Vitharan, P. 2004. Building Initial Online Trust: A Social Learning Theory Perspective and Application on Brick-and-Click Companies. Unpublished working paper, School of Computing, National University of Singapore.
- Yang, Y., Hu, Y. and Chen, J. 2005. A Web Trust-Inducing Model for E-commerce and Empirical Research. Association for Computing Machinery: 188-194.
- Zanbaka, C., Goolkasian, P. and Hodges, L. 2006. Can a virtual cat persuade you?: the role of gender and realism in speaker persuasiveness. Conference on Human Factors in computing systems table of contents: 1153 -1162.
- Zeithml, A. V. and Bitner, J. M. 2004. Service Marketing: Integration Customer Focus Across the Firm. 3rd ed. New Jersey: McGraw-Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม และเอกสารประกอบงานวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้ศึกษาผลกระทบของรูปแบบการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีแบบสองทาง ความอภัยในการซื้อสินค้า และเพศของตัวแทนในส่วนนี้ให้บริการลูกค้า ที่มีผลต่อ(1) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และ (2) ความเชื่อถือในคุณสมบัติของผู้ขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต (Trusting Beliefs) ซึ่งตัวแปรความอภัยในการซื้อสินค้า ประกอบด้วย (1) สินค้าที่สร้างความอภัย คือ ฤงยางอนามัย และ (2) สินค้าที่สร้างไม่ความอภัย คือ แซมพู ดังนั้นแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยในชุดเดียวกันจะมีลักษณะที่เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันตรงข้อความสินค้าที่สอบถามระหว่างฤงยางอนามัยกับแซมพู

1. แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

1.1 แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย สำหรับกลุ่มควบคุม (Control Group) ใช้ถามก่อนการทดลอง (Pre-test)

โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ก่อนตอบคำถาม

“ร้านอินเจแปนประกอบกิจการในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นร้านนำเข้าฤงยางอนามัยที่มีคุณภาพจากประเทศญี่ปุ่น โดยร้านมอบราคาสินค้าที่ถูกที่สุดในประเทศไทยให้แก่ลูกค้าทุกท่าน”

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามทุกข้อ โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ตรงหัวข้อที่ต้องการเลือกเพียงข้อเดียว

	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนใส่ใจในความต้องการของลูกค้า					
2. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนมีความซื่อสัตย์ในการทำธุรกิจ					
3. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนจะรักษาสัญญาที่ให้ไว้ในการขายสินค้า เช่น การรับประกันสินค้า การรับคืนสินค้า และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า					
4. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนมีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลาที่สัญญาไว้					

	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
5. หากท่านต้องการข้อมูลเกี่ยวกับถุงยางอนามัย ท่านจะเข้ามาในร้านอินเจแปน					
6. ถ้าท่านต้องการความช่วยเหลือเกี่ยวกับการซื้อถุงยางอนามัย ร้านอินเจแปนจะให้ความช่วยเหลืออย่างดีที่สุด					
7. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนให้ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อชายถุงยางอนามัยที่เป็นความจริง					
8. โดยภาพรวม ท่านคิดว่าร้านอินเจแปนมีความเชี่ยวชาญในเรื่องถุงยางอนามัย					

หลังจากตอบคำถามเสร็จแล้ว ให้ท่านปฏิบัติดังต่อไปนี้

กรุณาให้ท่านเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของร้านอินเจแปนที่ <http://injapan/thai/> โดยใช้เวลาเยี่ยมชมประมาณ 10 นาที ก่อนตอบคำถามในส่วนต่อไป

1.2 แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย สำหรับกลุ่มควบคุม (Control Group) ใช้ถามหลังการทดลอง (Post-test)

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับความเชื่อถือในคุณสมบัติของผู้ขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามทุกข้อ โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ตรงหัวข้อที่ต้องการเลือกเพียงข้อเดียว

	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
1. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนจะรักษาสัญญาที่ให้ไว้ในการขายสินค้า เช่น การรับประกันสินค้า การรับคืนสินค้า และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า					
2. หากท่านต้องการข้อมูลเกี่ยวกับถุงยางอนามัย ท่านจะเข้ามาในร้านอินเจแปน					
3. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนใส่ใจในความต้องการของลูกค้า					
4. ถ้าท่านต้องการความช่วยเหลือเกี่ยวกับการซื้อถุงยางอนามัย ร้านอินเจแปนจะให้ความช่วยเหลืออย่างดีที่สุด					

	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
5. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนให้ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อขาย ถุงยางอนามัยที่เป็นความจริง					
6. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนมีความสามารถและมี ประสิทธิภาพในการส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลาที่สัญญาไว้					
7. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนมีความซื่อสัตย์ในการทำธุรกิจ					
8. โดยภาพรวม ท่านคิดว่าร้านอินเจแปนมีความเชี่ยวชาญใน เรื่องถุงยางอนามัย					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนตัว

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามทุกข้อ โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ตรงหัวข้อที่ต้องการเลือกเพียงข้อเดียว

- เพศ ชาย หญิง
- ท่านใช้อินเตอร์เน็ตมาแล้วเป็นเวลากี่ปี
 - น้อยกว่า 2 ปี 2-4 ปี
 - 5-7 ปี 7 ปีขึ้นไป
- ท่านใช้อินเตอร์เน็ตสัปดาห์ละกี่ชั่วโมงโดยประมาณ
 - น้อยกว่า 1 ชั่วโมง 1-2 ชั่วโมง
 - 3-5 ชั่วโมง 6-7 ชั่วโมง
 - 7 ชั่วโมงขึ้นไป
- ในหนึ่งปีที่ผ่านมา ท่านซื้อสินค้าหรือบริการจากอินเทอร์เน็ตกี่ครั้งโดยประมาณ
 - ไม่เคยซื้อ 1 ครั้ง
 - 2-3 ครั้ง 4-5 ครั้ง
 - 6-10 ครั้ง 10 ครั้งขึ้นไป

1.3 แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย สำหรับกลุ่มทดลอง (Experimental Group)

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามทุกข้อ โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ตรงหัวข้อที่ต้องการเลือกเพียงข้อเดียว

	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
1. ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานในส่วนให้บริการลูกค้า					
2. ท่านมีความพึงพอใจในรูปแบบของช่องทางในการสื่อสารระหว่างท่านกับพนักงานในส่วนให้บริการลูกค้า					
3. ท่านมีความพึงพอใจกับข้อมูลสินค้าที่ได้จากพนักงานในส่วนให้บริการลูกค้า					
4. ท่านมีความพึงพอใจกับความเร็วในการให้บริการของพนักงานในส่วนให้บริการลูกค้า					
5. โดยภาพรวม ท่านมีความพึงพอใจในส่วนให้บริการลูกค้าของร้านอินเจแปน					

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความเชื่อถือในคุณสมบัติของผู้ขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามทุกข้อ โดยใช้เครื่องหมาย ✓ ตรงหัวข้อที่ต้องการเลือกเพียงข้อเดียว

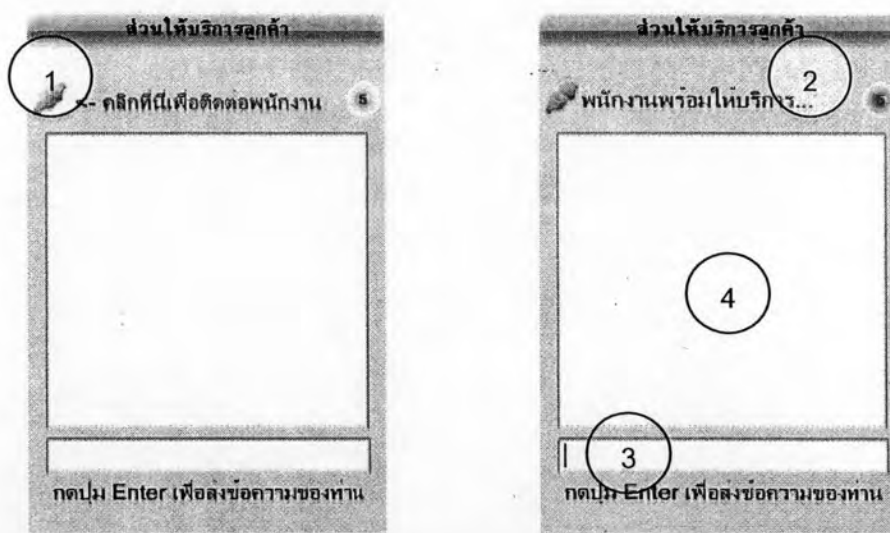
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
1. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนจะรักษาสัญญาที่ให้ไว้ในการขายสินค้า เช่น การรับประกันสินค้า การรับคืนสินค้า และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า					
2. หากท่านต้องการข้อมูลเกี่ยวกับดูยางอนามัย ท่านจะเข้ามาในร้านอินเจแปน					
3. ท่านเชื่อว่าร้านอินเจแปนใส่ใจในความต้องการของลูกค้า					
4. ถ้าท่านต้องการความช่วยเหลือเกี่ยวกับการซื้อดูยางอนามัย ร้านอินเจแปนจะให้ความช่วยเหลืออย่างดีที่สุด					


2. ใบงาน

2.1 ใบงาน สำหรับหน่วยตัวอย่างที่เข้าใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปแบบการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีแบบสองทาง คือ การสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความ

1. กรุณาเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของร้านอินเจแปนที่ <http://injapan/thai/>
2. กรุณาใช้เวลาในการเยี่ยมชมเว็บไซต์และสนทนากับตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้า ประมาณ 10 นาที
3. กรุณาตั้งคำถามอย่างน้อย 1 คำถาม เพื่อสนทนากับตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้า คำถามที่ตั้งเพื่อถามตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้าต้องอยู่ในประเด็นของ "รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า"
4. เมื่อครบ 10 นาที ท่านจะได้รับแบบสอบถาม ให้ท่านตอบคำถามในแบบสอบถามตามความเป็นจริง

คำอธิบายวิธีการใช้งานส่วนให้บริการลูกค้า



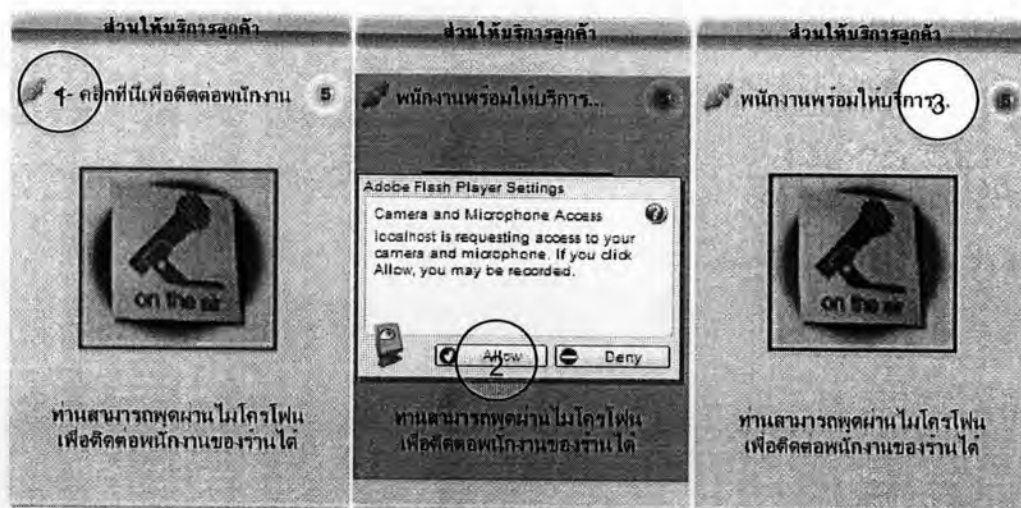
1. คลิกที่ภาพ  1 ครั้ง เพื่อทำการเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบให้บริการลูกค้า (ถ้ารูปไม่เปลี่ยนให้ท่านคลิกอีก 1 ครั้ง)
2. เมื่อเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบได้แล้ว ข้อความ "คลิกที่นี่เพื่อติดต่อพนักงาน" จะเปลี่ยนเป็น "พนักงานพร้อมให้บริการ..."


3. ให้ท่านพิมพ์คำถามเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า แล้วกดปุ่ม Enter เพื่อส่งคำถามของท่าน
4. คำถามของท่านและคำตอบจากพนักงานในส่วนให้บริการลูกค้า จะแสดงภายในส่วนที่ 4

2.2 ใบงาน สำหรับหน่วยตัวอย่างที่เข้าใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปแบบการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีแบบสองทาง คือ การสื่อสารด้วยเสียงเพียงอย่างเดียว

1. กรุณาเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของร้านอินเจแปนที่ <http://injapan/thai/>
2. กรุณาใช้เวลาในการเยี่ยมชมเว็บไซต์และสนทนากับตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้า ประมาณ 10 นาที
3. กรุณาตั้งคำถามอย่างน้อย 1 คำถาม เพื่อสนทนากับตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้า คำถามที่จะตั้งเพื่อถามตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้าต้องอยู่ในประเด็นของ “รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า”
4. เมื่อครบ 10 นาที ท่านจะได้รับแบบสอบถาม ให้ท่านตอบคำถามในแบบสอบถามตามความเป็นจริง

คำอธิบายวิธีการใช้งานส่วนให้บริการลูกค้า



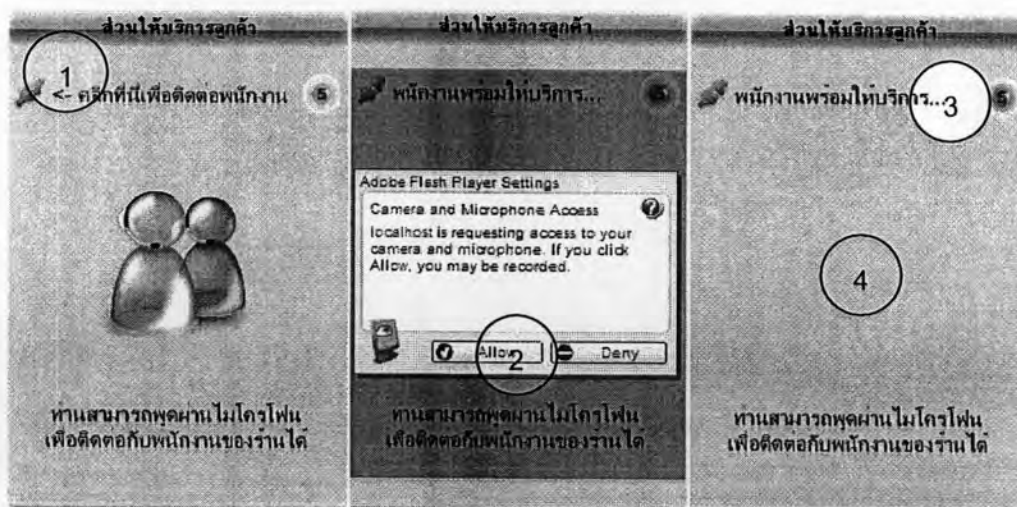
1. คลิกที่ภาพ  1 ครั้ง เพื่อทำการเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบให้บริการลูกค้า (ถ้ารูปไม่เปลี่ยนให้ท่านคลิกอีก 1 ครั้ง)
2. คลิกที่ปุ่ม Allow 1 ครั้ง


3. เมื่อเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบได้แล้ว ข้อความ "คลิกที่นี่เพื่อติดต่อพนักงาน" จะเปลี่ยนเป็น "พนักงานพร้อมให้บริการ..."
4. ให้ท่านพูดผ่านไมโครโฟนเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า เสียงพูดของท่าน และเสียงตอบคำถามจากพนักงานในส่วนให้บริการลูกค้าจะได้ยินผ่านหูฟัง

2.3 ใบบงาน สำหรับหน่วยตัวอย่างที่เข้าใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปแบบการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีแบบสองทาง คือ การสื่อสารด้วยภาพและเสียง

1. กรุณาเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของร้านอินเจแปนที่ <http://injapan/thai/>
2. กรุณาใช้เวลาในการเยี่ยมชมเว็บไซต์และสนทนากับตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้า ประมาณ 10 นาที
3. กรุณาตั้งคำถามอย่างน้อย 1 คำถาม เพื่อสนทนากับตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้า คำถามที่จะตั้งเพื่อถามตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้าต้องอยู่ในประเด็นของ "รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า"
4. เมื่อครบ 10 นาที ท่านจะได้รับแบบสอบถาม ให้ท่านตอบคำถามในแบบสอบถามตามความเป็นจริง

คำอธิบายวิธีการใช้งานส่วนให้บริการลูกค้า



1. คลิกที่ภาพ  1 ครั้ง เพื่อทำการเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบให้บริการลูกค้า (ถ้ารูปไม่เปลี่ยนให้ท่านคลิกอีก 1 ครั้ง)

2. คลิกที่ปุ่ม Allow 1 ครั้ง
3. เมื่อเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบได้แล้ว ข้อความ "คลิกที่นี่เพื่อติดต่อพนักงาน" จะเปลี่ยนเป็น "พนักงานพร้อมให้บริการ..."
4. ให้ท่านพูดผ่านไมโครโฟนเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า เสียงพูดของท่าน และเสียงตอบคำถามจากพนักงานในส่วนให้บริการลูกค้าจะได้ยินผ่านหูฟัง และภาพเคลื่อนไหวของพนักงานจะแสดงภายในส่วนที่ 4

3. รูปแบบบทสนทนาระหว่างตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้ากับลูกค้า

ตัวแทน : ร้านอินเจแปน สวัสดิ์ศรีรับ/ค่ะ

ลูกค้า : (กล่าวทักทาย)

ตัวแทน : คุณสามารถสอบถามข้อมูลรายละเอียดสินค้าเพิ่มเติมได้ครับ/ค่ะ

ลูกค้า : (สอบถามรายละเอียดสินค้าเพิ่มเติม)

ตัวแทน : (ตอบคำถาม) ครับ/ค่ะ

ลูกค้า : (กล่าวขอบคุณ)

ตัวแทน : ขอบคุณที่ใช้บริการครับ/ค่ะ

ภาคผนวก ข

เว็บไซต์ที่ใช้ในการทดลอง

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการทดลองของการวิจัยนี้มีทั้งหมด 14 เว็บไซต์ ตามตารางที่ 1.1 ซึ่งสามารถจำแนกเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็น 2 กลุ่ม คือ (1) เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้สำหรับหน่วยตัวอย่างในกลุ่มควบคุม (Control Group) จำนวน 2 เว็บไซต์ (2) เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้สำหรับหน่วยตัวอย่างในกลุ่มทดลอง (Experimental Group) จำนวน 12 เว็บไซต์ โดยเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 14 เว็บไซต์มีการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมือนกันทุกประการ จะมีความต่างกันเฉพาะรูปแบบการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีแบบสองทาง ความอภัยในการซื้อสินค้า และเพศของตัวแทนในส่วนให้บริการลูกค้า เท่านั้น

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มควบคุม (Control Group) จำนวน 2 เว็บไซต์ เป็นเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ขายสินค้าต่างกันระหว่างถุงยางอนามัย และแชมพู มีการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมือนกันทุกประการ แต่ไม่มีส่วนให้บริการลูกค้า (Customer Service) ดังรูปที่ ผ. 1 และ ผ. 2

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มทดลอง (Experimental Group) จำนวน 12 เว็บไซต์ เป็นเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ขายสินค้าต่างกันระหว่างถุงยางอนามัย และแชมพู มีการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมือนกันทุกประการ และมีส่วนให้บริการลูกค้า (Customer Service) ต่างกัน 3 รูปแบบ คือ (1) การสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความ (2) การสื่อสารด้วยเสียงเพียงอย่างเดียว และ (3) การสื่อสารด้วยภาพและเสียง และมีตัวแทนหรือพนักงานในส่วนให้บริการลูกค้า เป็นเพศชายหรือเพศหญิง ดังรูปที่ ผ. 11, ผ. 12 และ ผ. 13 หน่วยตัวอย่างแต่ละคนจะได้เข้าใช้เว็บไซต์ต่างกันขึ้นอยู่กับรูปแบบการทดลองที่กำหนดไว้ (ดูตารางที่ 1.1 และ 1.2 ประกอบ)

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการทดลองทั้งหมดจะมีเว็บเพจเพื่อแสดงรายละเอียดเพิ่มเติม ได้แก่ เกี่ยวกับเรา ดูสินค้าทั้งหมด รายละเอียดของสินค้า วิธีการสั่งซื้อ วิธีการชำระเงิน วิธีการรับและคืนสินค้า ติดต่อเรา และ ตระกร้าสินค้า ดังรูปที่ ผ. 3 ถึง ผ. 10

In Japan

฿ เข้าสู่ระบบ | ๗ ตะกร้าสินค้า 0 รายการ ยอดชำระ 0.00 บาท

🏠 หน้าแรก | 📄 บัญชีเรา | 📄 บัญชีทั้งหมด | 📄 วิธีการสั่งซื้อ | 📄 วิธีการชำระเงิน | 📄 วิธีการรับและคืนสินค้า | 📄 ติดต่อเรา

ประวัติการซื้อ

เปิดร้าน 25/12/2551
 ปีปรับปรุงร้าน 19/01/2552
 ผู้ชมร้านทั้งหมด 2,588
 สินค้าทั้งหมด 551

หมวดหมู่สินค้า

- 📄 สินค้าใหม่
- 📄 สินค้าขาด
- 📄 สินค้าจัดโปรโมชั่น

เว็บไซต์พันธมิตร

- # Ajiasionmall
- # Bangkok Hotels
- # BookGa
- # Brandname4u
- # IP Camera
- # IT Cam Center
- # Japan Import
- # Microshop
- # Weloveshopping
- # ร้านรวมกะเพราผัดงา
- # ร้านขายสมุนไพร
- # ร้านข้าวผัดบ้านนา
- # ร้านชุดแต่งงาน 30-50 คน
- # ร้านแฟชั่น HK Korea

TRACK & TRACE
the message

ตรวจสอบสถานะ EMS และ ไปรษณีย์ระหว่างประเทศตามวันถึงมากที่สุด 24 ชม.

สินค้าใหม่ **สินค้าที่แนะนำ**

สินค้าใหม่ **สินค้าที่แนะนำ**

ร้านอินเจแปน ขอฝากคำทักทายและสวัสดีจากทีมงานที่ในเวลาเดียวกันก็ยินดีขอเชิญถึงต่างหากจากร้าน ร้านอินเจแปนเป็นร้านนำเข้าของนำเข้าที่มีคุณภาพจากประเทศญี่ปุ่น โดยร้านอินเจแปนนำเข้าสินค้าที่ถูกต้องไปประเทศต่างๆได้เป็นอย่างดี ...

ประเทศไทยมีสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ ...



Sagami Original 0.02 mm. 002 60000
 ถุงยางอนามัยที่บางที่สุดในโลก!!! จากประเทศญี่ปุ่น
 ***พิเศษสุดๆ คือรับเหมาส่งฟรีทั่วประเทศ ราคาเพียง 29.00 บาท ขนาดเพียง 59.00 เท่านั้น ตั้งแต่วันที่ - 14 ก.พ. 2552 ***
 🛒 [สั่งซื้อสินค้าได้ตอนนี้](#)

★ สินค้าขาด



Sagami Original 002
 ราคา 59.00 บาท/ชิ้น
 🛒 [สั่งซื้อสินค้าได้ตอนนี้](#)



S-he Clean 002
 ราคา 55.00 บาท/ชิ้น
 🛒 [สั่งซื้อสินค้าได้ตอนนี้](#)



Sagami Super Black 002
 ราคา 45.00 บาท/ชิ้น
 🛒 [สั่งซื้อสินค้าได้ตอนนี้](#)



Glamorous B. 002
 ราคา 59.00 บาท/ชิ้น
 🛒 [สั่งซื้อสินค้าได้ตอนนี้](#)

★ สินค้าจัดโปรโมชั่น



Sagami Original 60000
 ราคา 700.00 บาท/กล่อง
 หรือ 650.00 บาท/กล่อง
 🛒 [สั่งซื้อสินค้าได้ตอนนี้](#)



Sagami L size 60000
 ราคา 940.00 บาท/กล่อง
 หรือ 850.00 บาท/กล่อง
 🛒 [สั่งซื้อสินค้าได้ตอนนี้](#)

สินค้าแนะนำเพิ่มเติม

Orange Flavor
 ถุงยางอนามัยกลิ่นส้ม
 ตัวไม่ฉีก เก็บความชุ่มชื้นได้ดี
 ราคา 39.00 บาท/ชิ้น
 🛒 [สั่งซื้อสินค้าได้ตอนนี้](#)

Shinel Light Boy
 ถุงยางอนามัยกลิ่นอายของแสง
 ตัวไม่ฉีก เก็บความชุ่มชื้นได้ดี
 ราคา 35.00 บาท/ชิ้น
 🛒 [สั่งซื้อสินค้าได้ตอนนี้](#)



[ปิดหน้าต่าง]

🏠 หน้าแรก | 📄 บัญชีเรา | 📄 บัญชีทั้งหมด | 📄 วิธีการสั่งซื้อ | 📄 วิธีการชำระเงิน | 📄 วิธีการรับและคืนสินค้า | 📄 ติดต่อเรา



Copyright © 2008-2009 InJapan Website. All Rights Reserved.
 ติดต่อสอบถามเพิ่มเติม : sateinjapan@hotmail.com

รูปที่ ผ. 1 โสมเพจของเว็บไซต์ขายถุงยางอนามัย

In Japan

เข้าสู่ระบบ | สมัครสมาชิก | 0 รายการในรถเข็น 0.00 บาท

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | คู่มือการใช้งาน | วิธีการสั่งซื้อ | วิธีการชำระเงิน | วิธีการรับและคืนสินค้า | ติดต่อเรา

ข้อมูลของร้าน

เปิดร้าน 25/12/2551
 ปรับปรุงร้าน 19/01/2552
 ผู้ชมร้านทั้งหมด 2,588
 สินค้าทั้งหมด 551

หมวดหมู่สินค้า

สินค้าใหม่
 สินค้าขายดี
 สินค้าจัดโปรโมชัน

- เลือกโดยหมวดหมู่**
- # A.Jasionmall
 - # Bangkok Hotels
 - # BookGe
 - # Brandname4u
 - # IP Camera
 - # IT Com Center
 - # Japan Import
 - # Microshop
 - # Weloveshopping
 - # ร้านรวมกระเป๋าหนัง
 - # ร้านขายยาสมุนไพร
 - # ร้านขายของเครื่องสำอาง
 - # ร้านขายของเครื่องใช้ในบ้าน
 - # ร้านแฟชั่น HK, Korea

TRACK & TRACE

ตราสัญลักษณ์
 EMS และไปรษณีย์ลงทะเบียน
 ทุกรายการส่งถึง 24 ชม.

สินค้าอินดี้ออนเว็บไซต์...ร้านอินเจแปน InJapan...ร้านที่มีแต่สิ่งดีดีให้คุณเสมอ มี!

ร้านอินเจแปน ขอฝากบริการขอแนะนำสินค้าคุณภาพดีที่รวมเอาสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับโลกมาไว้ที่ร้านอินเจแปนเป็นจำนวนมากที่สุดที่มีอยู่ทุกแห่งในประเทศไทย โดยที่ร้านอินเจแปนได้คัดสรรสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทยไว้ให้คุณได้เลือกซื้อ

ประเภทของสินค้าที่ร้านอินเจแปนได้คัดสรรมาไว้ให้คุณได้เลือกซื้อได้แก่ สินค้าแฟชั่น สินค้าเครื่องสำอาง สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ สินค้ากีฬา สินค้าสัตว์เลี้ยง สินค้าสุขภาพ สินค้าเครื่องมือช่าง สินค้าของใช้ในบ้าน สินค้าของเล่น สินค้าของใช้สำนักงาน สินค้าของใช้รถยนต์ สินค้าของใช้รถจักรยาน สินค้าของใช้รถจักรยานยนต์ สินค้าของใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้า สินค้าของใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าไฟฟ้า สินค้าของใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าไฟฟ้า

★ สินค้าแนะนำ



Tsubaki Shampoo ขนาด 550ml. **ราคา 450.00 บาท/ชิ้น**
จัดส่งฟรีทั่วประเทศ

*** คุ้มครองก่อนรับทราบแจ้งความ 30 วัน ***

★ สินค้าขายดี



Tsubaki Shampoo
ราคา 450.00 บาท/ชิ้น
จัดส่งฟรีทั่วประเทศ



Amino Shampoo Pro
ราคา 850.00 บาท/ชิ้น
จัดส่งฟรีทั่วประเทศ



Greentea Shampoo
ราคา 350.00 บาท/ชิ้น
จัดส่งฟรีทั่วประเทศ



Amino + Collagen
ราคา 900.00 บาท/ชิ้น
จัดส่งฟรีทั่วประเทศ

★ สินค้าจัดโปรโมชัน



Tsubaki Set
ลดจาก 2,900.00 บาท/กล่อง
เหลือ 1,999.00 บาท/กล่อง
จัดส่งฟรีทั่วประเทศ



Amino Set
ลดจาก 1,800.00 บาท/กล่อง
เหลือ 1,650.00 บาท/กล่อง
จัดส่งฟรีทั่วประเทศ

สินค้าแนะนำ

Vidal-Sassoon SP
 แชมพูสระผมพรีเมียม
 ใช้ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง
ราคา 400.00 บาท/ชิ้น
จัดส่งฟรีทั่วประเทศ

Naomi-Gingseng
 แชมพูสระผมและ Royal Jelly
 ปรับสภาพผมแห้งเสียให้ดูสุขภาพ
ราคา 500.00 บาท/ชิ้น
จัดส่งฟรีทั่วประเทศ



หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | คู่มือการใช้งาน | วิธีการสั่งซื้อ | วิธีการชำระเงิน | วิธีการรับและคืนสินค้า | ติดต่อเรา

Copyright © 2008-2009 InJapan Website. All Rights Reserved.
 ติดต่อสอบถามเพิ่มเติม : saleinjapan@hotmail.com

รูปที่ ผ. 2 โสมเพจของเว็บไซต์ขายแซมพู

🏠 ยินดีต้อนรับผู้...ร้านอินเจแปน InJapan...ร้านที่มีแต่สิ่งดีดีให้คุณเสมอ 🏠

📌 เกี่ยวกับเรา

ร้านอินเจแปน InJapan ตั้งอยู่ที่ 245 ถ. สวนสยาม แขวง/เขต คันนายาว กทม. 10230 เป็นร้านนำเข้าสินค้าที่มีคุณภาพจากประเทศญี่ปุ่น โดยถูกต้องตามกฎหมาย ร้านอินเจแปนไม่ได้มีหน้าร้านเหมือนร้านค้าทั่วไป เนื่องจากเป็นร้านที่จัดจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์เท่านั้น สินค้าทุกชิ้นทางร้านรับประกันคุณภาพไม่มีการนำสินค้าที่หมดอายุการใช้งาน หรือลอกเลียนแบบมาจัดจำหน่าย ลูกค้าสามารถคืนสินค้าได้ภายใน 7 วันหลังจากได้รับสินค้า ถ้าสินค้าที่ได้รับไม่ตรงกับคำสั่งซื้อหรือสินค้ามีความชำรุด

📌 วิสัยทัศน์ของร้านอินเจแปน

ร้านอินเจแปนมีเป้าหมายที่จะให้บริการที่รวดเร็ว ซื่อสัตย์ และจริงใจ นำเสนอสิ่งที่ดีที่สุดให้กับท่าน

📌 นโยบายของร้านอินเจแปน

1. ร้านอินเจแปนได้ตระหนักถึงศีลธรรมและความปลอดภัยอันเป็นที่ตั้ง
2. เป้าหมายหลักของร้านอินเจแปน คือ การค้าที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรเพียงอย่างเดียว ดังนั้นสินค้าที่ทางร้านอินเจแปนคัดสรรมานำเสนอนั้น เราจัดจำหน่ายสินค้าในราคาถูกลงกว่าที่อื่นแน่นอน
3. สินค้าที่นำมาจำหน่ายเป็นที่เป็นที่นิยมในท้องตลาด
4. สินค้าทุกชนิดมีข้อมูล รายละเอียดรูปแบบพร้อมแก่ตัดสินใจเลือกซื้อ
5. สินค้าของร้านอินเจแปนเป็นสินค้าที่นำเข้าอย่างถูกต้องตามกฎหมายทุกชิ้น
6. ร้านอินเจแปนเป็นร้านค้าที่ไม่มุ่งหากำไรเพียงอย่างเดียวจึงมีนโยบายเพื่อการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อคืนสู่สังคม
7. ข้อมูลของลูกค้าทุกท่านคือหัวใจของเรา ร้านอินเจแปนจะเก็บข้อมูลทุกอย่างด้วยความลับแน่นอน
8. การจัดส่งสินค้าของร้านอินเจแปนรับรองว่ามีบริการนำเสนอให้ท่านแบบประหยัดที่สุด
9. ลูกค้าสามารถคืนสินค้าได้ภายใน 7 วันหลังจากได้รับสินค้า ถ้าสินค้าที่ได้รับไม่ตรงกับคำสั่งซื้อหรือสินค้ามีความชำรุด

📌 ตำแหน่งสินค้าและราคา

ร้านอินเจแปนจะจัดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ รวมไปถึงสินค้าที่ดีและน่าสนใจจากประเทศญี่ปุ่น นำเสนอแก่ท่านในราคาที่ เป็นกันเอง และรับประกันคุณภาพสินค้าทุกชิ้น

📌 การจัดส่งสินค้า

ร้านอินเจแปนจะจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ ภายใน 24 ชม. นับจากวันที่สั่งซื้อ และรับประกันความเสียหายในการส่ง สำหรับสินค้าทุกชิ้น

📌 ความเป็นส่วนตัว

ข้อมูลส่วนตัวของท่านทุกอย่างจะถูกเก็บเป็นความลับ ทางร้านจะไม่นำข้อมูลของท่านไปเปิดเผยต่อบุคคลอื่น ๆ หรือนำไปแสวงหาผลประโยชน์ทางการค้าใดๆ โดยเด็ดขาด และที่สำคัญ ทางร้านจะไม่มีการส่งจดหมายใดๆ ไปให้ท่านก่อนได้รับอนุญาต

📌 การให้บริการ

ร้านอินเจแปนจะให้บริการแก่ท่าน ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต จริงใจ ตรงไป ตรงมา เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ท่านพร้อมรับคำแนะนำ ชิมจากท่านเพื่อนำไปปรับปรุง การให้บริการที่ดีและตรงใจกับท่านมากที่สุด

[ย้อนกลับ]

รูปที่ ผ. 3 หน้าเว็บเพจเกี่ยวกับเรา

🏠 **ยินดีต้อนรับสู่...ร้านอินเจนแพลน InJapan...ร้านที่มีแต่สิ่งดีดีให้คุณเสมอ** 🏠

🛒 สินค้าทั้งหมด



Sagami Original 0.02 mm HOT (ลดราคา)
 ถุงยางอนามัยผิวเรียบ บรรจุ 1 ชิ้น ไม่มีสี / ไม่มีกลิ่น ขนาด 55 มม. มีสารหล่อลื่น บางเพียง 0.02 มม.

฿ 59.00/ชิ้น

🛒 หยิบสินค้าใส่รถเงิน



Sagami Original L size
 ถุงยางอนามัยผิวเรียบ บรรจุ 1 ชิ้น ไม่มีสี / ไม่มีกลิ่น ขนาด 60 มม. มีสารหล่อลื่น บางเพียง 0.02 มม.

฿ 79.00/ชิ้น

🛒 หยิบสินค้าใส่รถเงิน



Sagami Xtreme
 ถุงยางอนามัยผิวเรียบ บรรจุ 1 ชิ้น ไม่มีสี / ไม่มีกลิ่น ขนาด 52 มม. มีสารหล่อลื่น

฿ 59.00/ชิ้น

🛒 หยิบสินค้าใส่รถเงิน



Sagami Super Black HOT
 ถุงยางอนามัยผิวเรียบ บรรจุ 1 ชิ้น สีดำ / ไม่มีกลิ่น ขนาด 56 มม. มีสารหล่อลื่น

฿ 45.00/ชิ้น

🛒 หยิบสินค้าใส่รถเงิน



S+he Clean Nioiless HOT
 ถุงยางอนามัยผิวเรียบ บรรจุ 1 ชิ้น สีเขียว / กลิ่นกรีนที ขนาด 50 มม. มีสารหล่อลื่นพิเศษ

฿ 55.00/ชิ้น

🛒 หยิบสินค้าใส่รถเงิน

รูปที่ ผ. 4 หน้าเว็บเพจดูสินค้าทั้งหมด

🏠 🏠 ยินดีต้อนรับผู้...ร้านเอนเจแปน InJapan...ร้านที่มีแต่สิ่งดีดีให้คุณเสมอ 🏠 🏠

🛒 รายละเอียดของสินค้า



ชื่อสินค้า : Glamorous Butterfly Hot Type **HOT**

จำนวน : 1 ชิ้น

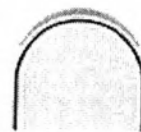
ผลิตจาก : ประเทศญี่ปุ่น

รายละเอียดสินค้า : ถุงยางอนามัยผิวเรียบ บรรจุ 1 ชิ้น สีชมพู / ไม่มีกลิ่น ขนาด 50 มม. มีสารหล่อลื่นแบบอุ่น บริเวณปลายถุงยาง

ภาพตัวอย่างสินค้า :



Hot lubricant
stored in teat
before usage



Lubricant
in effect.

ราคา 59.00 บาท/ชิ้น

🛒 หยิบสินค้าใส่รถเข็น

รูปที่ ผ. 5 หน้าเว็บเพจรายละเอียดของสินค้า

🏠 🏠 ยินดีต้อนรับสู่...ร้านอินเจแปน InJapan...ร้านที่มีแต่สิ่งดีดีให้คุณเสมอ 🏠 🏠

📧 วิธีการสั่งซื้อ

📋 ขั้นตอนการสั่งซื้อ

1. เลือกสินค้าที่ท่านต้องการซื้อโดยคลิกที่ปุ่ม **หยิบสินค้าใส่รถเข็น**
2. ระบุจำนวนที่ท่านต้องการซื้อ/เปลี่ยนแปลง แล้วคลิกที่ปุ่ม **แก้ไขปริมาณสั่งซื้อ** (ท่านสามารถเปลี่ยนจำนวนสินค้าได้)
3. ตรวจสอบรายการสินค้า และราคาสินค้าว่าถูกต้องหรือไม่ ค่าจัดส่งจะเป็นแบบ EMS ครั้งละ 40 บาท
4. กรอกชื่อ-ที่อยู่ที่จะจัดส่งสินค้า, E-mail, โทรศัพท์ (ถ้ามี) แล้วคลิกที่ปุ่ม **ส่งคำสั่งซื้อ**
5. ตรวจสอบรายการครั้งสุดท้ายและกดปุ่ม **ยืนยันสั่งซื้อ**

***** ทางร้านจะส่ง E-mail หมายเลขใบสั่งซื้อ รายการสินค้าที่สั่ง และยอดเงินที่ต้องชำระมายังท่าน *****

รูปที่ ผ. 6 หน้าเว็บเพจวิธีการสั่งซื้อ

อินดีต้าออนไลน์...ร้านอินเจแปน InJapan...ร้านที่มีแต่สิ่งดีดีให้คุณเสมอ

วิธีการชำระเงิน

ร้านอินเจแปนจะส่ง E-mail หมายเลขใบสั่งซื้อ รายการสินค้าที่สั่ง และยอดเงินที่ต้องชำระมายังท่าน ให้ท่านตรวจสอบที่ E-mail ของท่าน

ท่านสามารถโอนเงินผ่านธนาคาร หรือโอนเงินผ่านตู้ ATM ซึ่งสะดวกที่ไหนโอนเงินเข้าทางธนาคารนั้นได้เลย

ชื่อบัญชี : นายกอบกิจ กุ้อิสระ

	ธ.กสิกรไทย	สาขามานูญครอง	702-2-62636-6
	ธ.กรุงเทพ	สาขามานูญครอง	876-0-04235-1
	ธ.กรุงไทย	สาขามานูญครอง	698-0-03615-7
	ธ.ไทยพาณิชย์	สาขามานูญครอง	289-2-02460-2
	ธ.กรุงศรีอยุธยา	สาขาสยามสแควร์	123-1-39035-9
	ธ.ทหารไทย	สาขามานูญครอง	043-2-80330-2

** กรุณาตรวจสอบชื่อผู้รับเงินให้เรียบร้อยก่อนส่ง

เมื่อท่านชำระเงินเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือ การแจ้งการชำระเงิน หลังจากท่านนำเงินเข้าบัญชีร้านอินเจแปนแล้ว กรุณาแจ้ง

1. หมายเลขใบสั่งซื้อ
2. ชื่อธนาคาร
3. ชื่อสาขาของธนาคาร
4. วันที่ และเวลาโดยประมาณที่โอนเงิน และ
5. จำนวนเงินนำเข้า

ส่งอีเมลแจ้งการชำระเงินไปที่ saleinjapan@hotmail.com หลังจากทางร้านตรวจสอบและได้รับเงินแล้ว จะจัดส่งสินค้าให้ท่านตามที่อยู่ที่แจ้งมาทันที

[ย้อนกลับ]

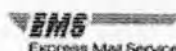
รูปที่ ผ. 7 หน้าเว็บเพจวิธีการชำระเงิน

๙๙ ยินดีต้อนรับผู้...ร้านอินเจแปน InJapan...ร้านที่มีแต่สิ่งดีดีให้คุณเสมอ ๙๙

วิธีการรับและคืนสินค้า

วิธีการรับสินค้า

ร้านอินเจแปนจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ไทยเท่านั้น สินค้าทุกชิ้นถูกบรรจุในหีบห่อที่สามารถรองรับแรงกระแทกได้เป็นอย่างดี ท่านจึงมั่นใจได้ว่าสินค้าจะมีความปลอดภัยในระหว่างการขนส่งอย่างแน่นอน และรอรับสินค้าได้ตามที่อยู่ที่ท่านระบุมา



ร้านอินเจแปนมีวิธีการจัดส่งสินค้าที่รับรองได้ว่าประหยัดกว่าที่อื่นแน่นอน เลือกส่งแบบ EMS ใช้เวลา 1 - 3 วันทำการ แล้วแต่พื้นที่ ทางร้านคิดค่าส่ง ต่อ 1 ครั้ง 40 บาท ไม่อั้นน้ำหนัก ใช้เวลาน้อยกว่าการส่งแบบลงทะเบียนค่าส่งจึงแพงกว่า ซึ่งท่านสามารถเลือกซื้อสินค้าของทางร้านได้ครั้งละหลายๆ อย่างในคราวเดียว เพื่อเป็นการประหยัดค่าส่ง ส่วนน้ำหนักที่เกินกว่านั้น ทางร้านจัดเป็นค่าบริการให้แก่ลูกค้าทุกท่าน

วิธีการคืนสินค้า

ในกรณีที่สินค้าชำรุดเสียหาย หรือท่านไม่ได้รับสินค้าตรงกับคำสั่งซื้อ ทางร้านจะรับเปลี่ยนหรือคืน ภายในเวลา 7 วัน นับจากวันที่ท่านได้รับสินค้า โดยทางร้านยินดีรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าที่เปลี่ยนให้ท่าน

ติดต่อทางร้านได้ที่ E-mail : saleinjapan@hotmail.com

ที่อยู่ในการรับสินค้าคืน

เจ้าหน้าที่จัดส่งถึง : นายกอบกิจ กุ้อิสระ
ที่อยู่ : 245 ถ. สวนสยาม แขวง/เขต คันนายาว กทม. 10230

รูปที่ ผ. 8 หน้าเว็บเพจวิธีการรับและคืนสินค้า

๙๙ ยินดีต้อนรับผู้...ร้านอินเจแปน InJapan...ร้านที่มีแต่สิ่งดีดีให้คุณเสมอ ๙๙

ติดต่อเรา

ทุกท่านสามารถติดต่อทางร้านได้ที่ E-mail : saleinjapan@hotmail.com หรือส่งจดหมายมาได้ที่ 245 ถ. สวนสยาม แขวง/เขต คันนายาว กทม. 10230 เจ้าหน้าที่จัดส่งถึง นายกอบกิจ กุ้อิสระ

รูปที่ ผ. 9 หน้าเว็บเพจติดต่อเรา

🏠 [ยินดีต้อนรับสู่...ร้านอินเจนแปน InJapan...ร้านที่มีแต่สิ่งดีดีให้คุณเสมอ](#) 🏠

🛒 **ตระกร้าสินค้า**

ชื่อสินค้า	ราคาต่อหน่วย	ปริมาณที่สั่งซื้อ	รวมเป็นเงิน	
 Sagami Original 0.02 mm.	฿ 59.00	<input type="text" value="1"/>	฿ 59.00	
 Sagami Super Black	฿ 45.00	<input type="text" value="1"/>	฿ 45.00	
 Glamourous Butterfly Hot Type	฿ 59.00	<input type="text" value="1"/>	฿ 59.00	
			รวม(ค่าสินค้า) :	฿ 163.00
			รวม(ค่าจัดส่ง) :	฿ 40.00
			รวมทั้งหมด :	฿ 203.00

แก้ไขปริมาณสั่งซื้อ

📄 **กรอกข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อส่งคำสั่งซื้อ**

ชื่อ-นามสกุลผู้รับ
สินค้า

ที่อยู่ที่จะจัดส่งสินค้า

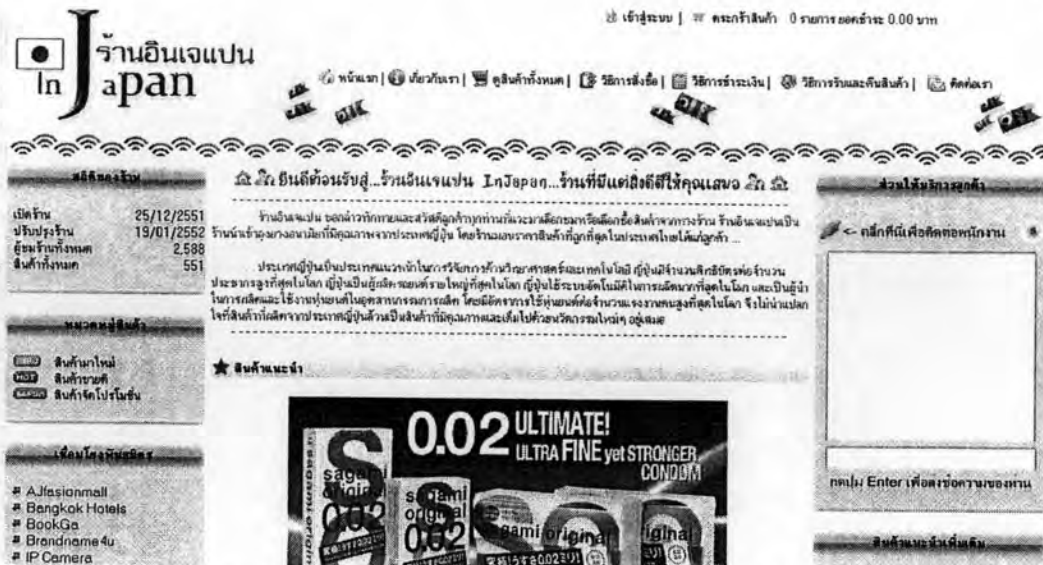
E-mail

โทรศัพท์ (ถ้ามี)

หมายเหตุ ต้องกรอกให้เรียบร้อย

ส่งคำสั่งซื้อ

รูปที่ ผ. 10 หน้าเว็บเพจตระกร้าสินค้า



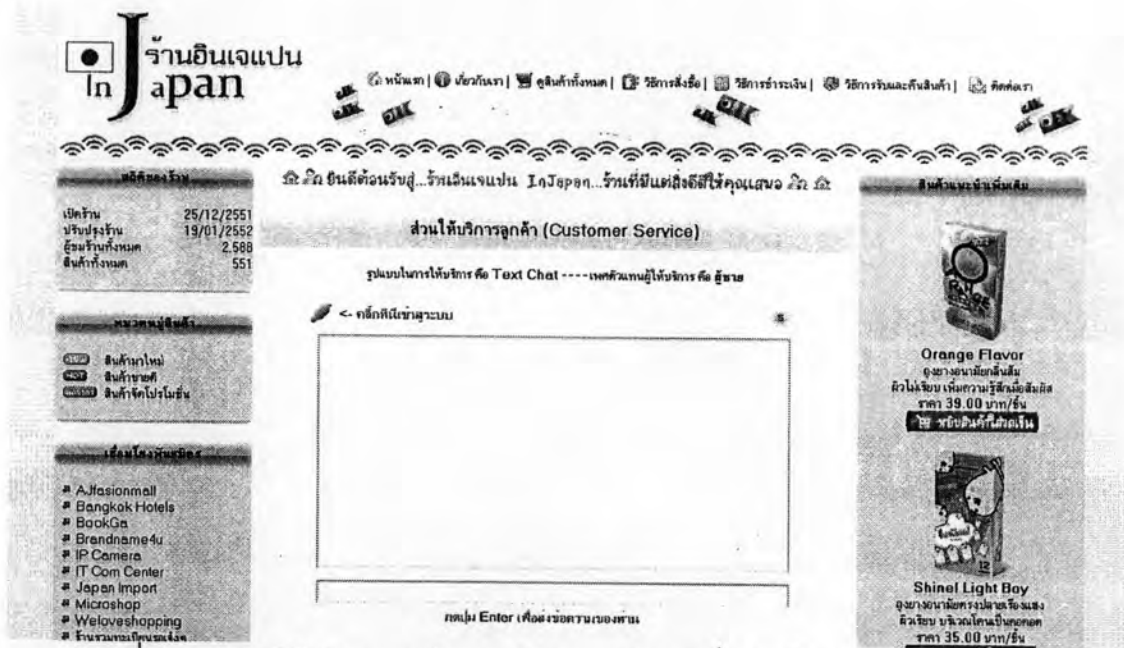
รูปที่ ผ. 11 ส่วนให้บริการลูกค้า แบบการสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความ



รูปที่ ผ. 12 ส่วนให้บริการลูกค้า แบบการสื่อสารด้วยเสียงเพียงอย่างเดียว



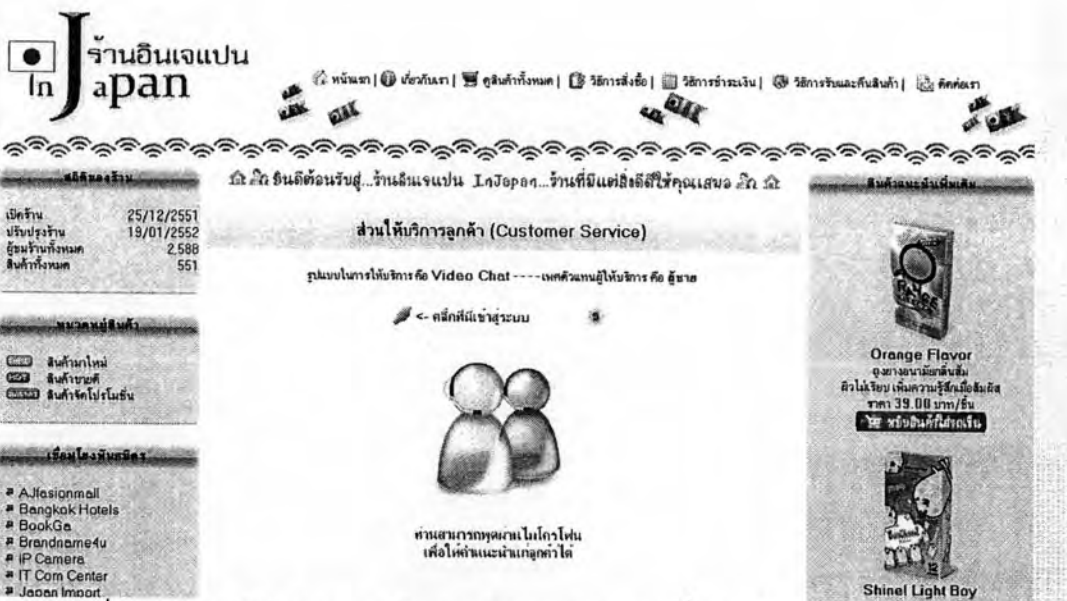
รูปที่ ผ. 13 ส่วนให้บริการลูกค้า แบบการสื่อสารด้วยภาพและเสียง



รูปที่ ผ. 14 ส่วนให้บริการลูกค้าของพนักงาน แบบการสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความ



รูปที่ ผ. 15 ส่วนให้บริการลูกค้าของพนักงาน แบบการสื่อสารด้วยเสียงเพียงอย่างเดียว



รูปที่ ผ. 16 ส่วนให้บริการลูกค้าของพนักงาน แบบการสื่อสารด้วยภาพและเสียง

ภาคผนวก ค

ตารางของ Kraemer และ Thiemann

MASTER TABLE 5% Level, One-Tailed Test

Δ	POWER										
	99	95	90	80	70	60	50	40	30	20	10
0.01	157695	108215	85634	61823	47055	36031	27055	19363	12555	6453	1321
0.02	39417	27050	21405	15454	11763	9007	6764	4841	3139	1614	331
0.03	17514	12019	9511	6867	5227	4003	3006	2152	1396	718	148
0.04	9848	6758	5348	3861	2939	2251	1691	1210	785	404	84
0.05	6299	4323	3421	2470	1881	1440	1082	775	503	259	54
0.06	4372	3000	2375	1715	1305	1000	751	538	349	180	38
0.07	3209	2203	1744	1259	959	734	552	395	257	133	29
0.08	2455	1685	1334	963	734	562	422	303	197	102	23
0.09	1938	1330	1053	761	579	444	334	239	156	81	18
0.10	1568	1076	852	616	469	359	270	194	126	66	15
0.11	1294	889	704	508	387	297	223	160	104	54	13
0.12	1086	746	590	427	325	249	188	135	88	46	11
0.13	924	635	503	363	277	212	160	115	75	39	10
0.14	796	546	433	313	238	183	138	99	65	34	.
0.15	692	475	376	272	207	159	120	86	56	30	.
0.16	607	417	330	239	182	140	105	76	50	27	.
0.17	537	369	292	211	161	124	93	67	44	24	.
0.18	478	328	260	188	144	110	83	60	39	21	.
0.19	428	294	233	169	129	99	75	54	35	19	.
0.20	385	265	210	152	116	89	67	49	32	17	.

(continued)

105

MASTER TABLE 5% Level, One-Tailed Test Continued

Δ	POWER										
	99	95	90	80	70	60	50	40	30	20	10
0.22	317	218	173	125	96	74	56	40	27	15	.
0.24	265	182	144	105	80	62	47	34	23	12	.
0.26	224	154	122	89	68	52	40	29	19	11	.
0.28	192	132	105	76	58	45	34	25	17	10	.
0.30	166	114	91	66	51	39	30	22	15	.	.
0.32	145	100	79	58	44	34	26	19	13	.	.
0.34	127	88	70	51	39	30	23	17	12	.	.
0.36	113	78	62	45	35	27	20	15	10	.	.
0.38	100	69	55	40	31	24	18	14	.	.	.
0.40	89	62	49	36	28	21	16	12	.	.	.
0.45	69	48	38	28	21	17	13	10	.	.	.
0.50	54	37	30	22	17	13	10
0.55	43	30	24	17	14	11
0.60	34	24	19	14	11
0.65	28	19	16	12
0.70	23	16	13	10
0.75	18	13	10
0.80	15	10
0.85	12
0.90

106

รูปที่ ผ. 17 ตารางของ Kraemer และ Thiemann

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายกิตติศักดิ์ แก้วนิลประเสริฐ จบการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต จากคณะวิทยาการ
จัดการ วิชาเอกคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิชาโทการตลาด จากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต
หาดใหญ่ เมื่อปีการศึกษา 2547 และเข้าศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต หลักสูตรปริญญาวิทยา
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านธุรกิจ ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์
และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2550

