

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	5
1.4 ขอบเขตการศึกษาและแหล่งที่มาของข้อมูล	6
1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมปริทัศน์	
2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	7
2.2 แบบจำลองทางเศรษฐมิติ	12
2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	25
3.2 การเลือกตัวอย่าง	25
3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	26
3.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	27
3.5 สมมติฐาน	30

<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการศึกษา</b>	
4.1	ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทาง อีเมลล์ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	32
4.2	ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์	39
4.3	ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์	41
4.4	สาเหตุของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์	43
4.5	สาเหตุของผู้บริโภคที่ไม่เลือกใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลล์	45
4.6	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทาง อีเมลล์ของผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก	47
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ</b>	
5.1	สรุปผลการศึกษา	58
5.2	ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	60
5.3	ข้อเสนอแนะในการทำการศึกษารั้งต่อไป	61
	<b>เอกสารอ้างอิง</b>	62
	<b>ภาคผนวก</b>	
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	66
	ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม Limdep	72
	<b>ประวัติผู้เขียน</b>	75

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	มูลค่าของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลก	2
4.1	ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง (ตัวแปรเชิงคุณภาพ)	36
4.2	ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมลของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง (ตัวแปรเชิงปริมาณ)	38
4.3	วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	39
4.4	ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์	40
4.5	ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์	42
4.6	สาเหตุของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล	44
4.7	สาเหตุของผู้บริโภคที่ไม่เลือกใช้บริการข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอีเมล	46
4.8	ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	48
4.9	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง Logit	49
4.10	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal effect	53
4.11	แสดงความเที่ยงตรงในการทำนายของแบบจำลอง	56

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1.1	อัตราการผลิตเติบโตของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3
2.1	คำพยากรณ์ของแบบจำลองความน่าจะเป็นเชิงเส้น	13
2.2	การแจกแจงแบบสะสมแบบโลจิสติก	15



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved