สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบาญตาราง	ญ
สารบาญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเรื่องประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4
แนวคิดเรื่องระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce Systems)	5
แนวคิดเรื่องเกณฑ์การประเมินเนื้อหาและการออกแบบเว็บไซต์ (Website Evaluation Criteria)	7
แนวคิดเรื่องระบบการชำระเงินและเทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	8
แนวคิดเรื่องการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์	9
แนวคิดเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการตลาดทางตรงโดยอินเทอร์เน็ต	11
แนวคิดเรื่องการสื่อสารทางการตลาดออนไลน์(Online Marketing Communications)	12
แนวคิดเรื่องการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า(Customer Relationship Management)	14
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตของการศึกษา	20
แหล่งข้อมูล	21
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	21

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

หน้า

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล 23
การวิเคราะห์ข้อมูล 23
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา 23
บทที่ 4 ผลการศึกษา
ส่วนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน 25
ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านเนื้อหาและการออกแบบเว็บไซต์ 41
ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 45
ส่วนที่ 4: ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเว็บไซต์ และการใช้เครื่องมือทางการตลาดของผู้ประกอบการ 48
ส่วนที่ 5 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลจากรายการตรวจสอบ และข้อมูลจากแบบสอบถาม ในด้านการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 56
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ
สรุปผลการศึกษา 59
อภิปรายผลการศึกษา 62
ข้อค้นพบ 67
ข้อเสนอแนะ 68
บรรณานุกรม 73
ภาคผนวก
ภาคผนวก ก. รายการตรวจสอบ 76
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม 85
ภาคผนวก ค. รายชื่อเว็บไซต์ที่ศึกษา 40 เว็บไซต์ 88
ประวัติผู้เขียน 91

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับกิจการและเว็บไซต์	25
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับข้อมูลของกิจการ	31
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับข้อมูลของเว็บไซต์	32
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	33
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับการรับรองจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้	33
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับรายงานการเข้าชมเว็บไซต์	34
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับความถูกต้องด้านตัวสะกด	34
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัย	35
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับช่องทางติดต่อ ด้วยศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center)	35
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับช่องทางติดต่อด้วยโทรศัพท์	36
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับช่องทางการติดต่อ ด้วยโปรแกรม MSN หรือ SKYPE	36
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับช่องทางการติดต่อ ด้วยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	37
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับรายการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์	38
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า	39
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับวิธีการชำระเงิน	40
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับการขนส่งและการติดตามสินค้า	41
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านเนื้อหา	41
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับการแปลภาษา จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ	42
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการออกแบบ	43
4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับการใช้สื่ออื่นเพิ่มเติม	44
4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์	45
4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	46

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์เกี่ยวกับการรับสมัครสมาชิก	46
4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของเว็บไซต์ด้านการสร้างชุมชนเสมือนจริง	47
4.25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตาม ลักษณะในการประกอบกิจการ	49
4.26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก	49
4.27	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติจำแนกตามทวีป	50
4.28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	51
4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามการใช้เครื่องมือทางการตลาด ทั้งแบบผ่านอินเทอร์เน็ต (Online) และไม่ผ่านอินเทอร์เน็ต (Offline)	52
4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า	53
4.31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการเกี่ยวกับกลยุทธ์ ในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า	54
4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาสำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	55
4.33	แสดงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลจากรายการตรวจสอบ และข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้านการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์	56
4.34	แสดงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลจากรายการตรวจสอบ และข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	58

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญภาพ

รูป		หน้า
2.1	แสดงองค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	16
2.2	แสดงการนำแนวความคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาสร้างกรอบแนวความคิดในการศึกษา	17
3.1	แสดงกระบวนการในการเก็บข้อมูล	22

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved