

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	IV
กิตติกรรมประกาศ.....	VI
สารบัญ.....	VII
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	XIV
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	9
ขอบเขตของการศึกษา.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา.....	12
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	13
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต.....	17
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	23
ความสัมพันธ์ระหว่างพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อธุรกิจ.....	34
การตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	37
ประโยชน์และความสำคัญของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	42
ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	43
เครื่องมือประมวลผลในองค์กร (Balanced Scorecard).....	45
ประวัติความเป็นมาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	50
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	71
วิธีการดำเนินการศึกษา.....	71
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	71
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	73
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	74
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	74
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	75
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	77
4	78
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
5	145
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	145
สรุปผลการศึกษา.....	146
อภิปรายผล.....	152
ข้อเสนอแนะ.....	159
ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป.....	161
บรรณานุกรม.....	162
ภาคผนวก.....	167
ก ข้อมูลประเภทสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของจังหวัดกลุ่มภาคกลาง ฝั่งตะวันออก.....	168
ข แบบสอบถามเพื่อการศึกษา.....	194
ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบเครื่องมือและเก็บข้อมูล.....	207
ง ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	212
ประวัติผู้วิจัย.....	217

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (ล้านบาท).....	3
2	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	38
3	ครัวเรือนทั้งหมดและจำนวนครัวเรือนตัวอย่าง 9 จังหวัด ในเขตภาคกลางฝั่งตะวันออก.....	72
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ.....	80
5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยรวมและเป็นรายด้าน.....	87
6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ด้านลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจและเป็นรายข้อ.....	88
7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านการประหยัดเวลากระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็วและเป็นรายข้อ.....	89
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและเป็นรายข้อ.....	90
9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านการเพิ่มช่องทางการขยายตลาดและเป็นรายข้อ....	91
10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านการลดจำนวนชั้นในการติดต่อผ่านคนกลางและเป็นรายข้อ.....	92
11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านผู้ขายเข้าถึงผู้ซื้อได้กว้างขึ้นและเป็นรายข้อ.....	93
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้นและเป็นรายข้อ.....	94
13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ด้านผู้ซื้อที่มีสิทธิ์มีเสียงในการซื้อผู้ขายมากขึ้นและเป็นรายข้อ	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ด้านการสร้าง โอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้นและเป็นรายชื่อ.....	96
15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและเป็นรายชื่อ.....	97
16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านการเพิ่มความได้เปรียบกับคู่แข่งทางการค้าและเป็นรายชื่อ.....	98
17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยรวมและเป็นรายด้าน.....	99
18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มด้านลูกค้าและเป็นรายชื่อ.....	100
19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มด้านกระบวนการภายในกลุ่มและเป็นรายชื่อ.....	102
20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มด้านการเรียนรู้และพัฒนาและเป็นรายชื่อ.....	104
21	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มด้านการเงินและเป็นรายชื่อ.....	106
22	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยรวมและเป็นรายด้านของผู้ประกอบการที่มีประเภทของการจดทะเบียนที่แตกต่างกัน.....	107
23	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยรวมและเป็นรายด้านของผู้ประกอบการที่มีประเภทของการจดทะเบียนที่แตกต่างกัน.....	108
24	แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	111
26	แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์.....	113
27	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ โฆษณาโดเมนของเว็บไซต์.....	115
28	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านการประหยัดเวลา กระบวนการบริหารเป็นไปอย่างรวดเร็ว จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ โฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ เป็นรายคู่.....	117
29	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านผู้ซื้อที่มีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ โฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ เป็นรายคู่.....	118
30	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ โฆษณาโดเมนของเว็บไซต์ เป็นรายคู่.....	119
31	แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี.....	120
32	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี.....	122
33	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยรวมจำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยีเป็นรายคู่.....	124
34	แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์.....	125

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
35	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์.....	127
36	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยรวม จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ เป็นรายคู่.....	129
37	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านการเพิ่มช่องทางในการขยายตลาด จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ เป็นรายคู่.....	130
38	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านผู้ซื้อสามารถเลือกผู้ขายได้มากขึ้น จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ เป็นรายคู่.....	131
39	ตารางเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ ด้านผู้ซื้อที่มีสิทธิมีเสียงในการซื้อขายมากขึ้น จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ เป็นรายคู่.....	132
40	แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	133
41	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	134
42	แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์	135
43	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดเมนของเว็บไซต์.....	136
44	แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี.....	137
45	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามงบประมาณในการลงทุนด้านการจัดการและเทคโนโลยี.....	138

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
46	แสดงค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์.....	139
47	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานที่ใช้ในการจัดการซื้อขายผ่านเว็บไซต์	140
48	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ.....	141
49	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	143

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แรงผลักดันสำคัญ 4 ประการ.....	5
2	กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	8
3	องค์ประกอบระบบเครือข่าย.....	20
4	แสดงมูลค่าการค้าของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ประเภท B- to C และ B- to B ตั้งแต่ปี 1998 ถึง 2003.....	26
5	แสดงประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แยกตามลักษณะของบทบาทในการดำเนินธุรกิจ.....	28
6	มุมมองทั้ง 4 ด้าน.....	46
7	ดัชนีชี้วัดด้านลูกค้า.....	47
8	ดัชนีชี้วัดด้านกระบวนการภายในองค์กร.....	49
9	ดัชนีชี้วัดการเรียนรู้และพัฒนา.....	50