

## สารบัญเรื่อง

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	4
ระยะเวลาในการศึกษา	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
งานเขียนและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
สรุปทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องในการทำงานวิจัยชุดนี้	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
วิธีการศึกษา	23
คำถามในการวิจัย	23
ขอบเขตประชากร	24
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	24
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	24
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	24
เครื่องมือวัดตัวแปร	25
นิยามศัพท์	25

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
ส่วนที่2 กิจกรรมทั่วไปบนอินเทอร์เน็ต	29
ส่วนที่3 สำนวนความคิดเห็น และทัศนคติของผู้ที่เคยซื้อและไม่ซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	34
ส่วนที่4 ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	64
ส่วนที่5 ตอบคำถามในการวิจัย	66
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	68
อภิปรายผลการศึกษา	71
ปัญหาที่พบ และข้อจำกัดในการทำวิจัย	73
ข้อค้นพบ	73
ข้อเสนอแนะ	75
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	80
ภาคผนวก ข. กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	86
ภาคผนวก ค. ตัวอย่างเว็บไซต์	96
ประวัติผู้วิจัย	111

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	28
2. แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน อาชีพ	29
3. แสดงอัตราส่วนร้อยละของการใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ	31
4. แสดงอัตราส่วนร้อยละของความถี่ในการเข้าชมเว็บไซต์ประเภทต่างๆ แยกตามประเภทของเว็บไซต์	32
5. แสดงอัตราส่วนร้อยละของเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการเล่นอินเตอร์เน็ตต่อสัปดาห์	33
6. แสดงอัตราส่วนร้อยละของแหล่งที่ใช้บริการอินเตอร์เน็ต	33
7. แสดงอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการ	33
8. แสดงอัตราส่วนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุและลักษณะกิจกรรม	34
9. แสดงอัตราส่วนร้อยละของประเภทสินค้าสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าและบริการ	36
10. แสดงอัตราส่วนร้อยละของประเภทสินค้าสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต	37
11. แสดงอัตราส่วนร้อยละของประเภทสินค้าสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการแต่ไม่เคยซื้อผ่านระบบอินเตอร์เน็ต(สนใจที่จะซื้อ)	38
12. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าและบริการระบบอินเตอร์เน็ต	43
13. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการและเคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเตอร์เน็ต	44

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
14. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการ แต่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สนใจที่จะซื้อ)	45
15. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับราคา สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	46
16. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับราคาสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการและเคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	47
17. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับราคาสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการแต่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สนใจที่จะซื้อ)	48
18. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	49
19. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการและเคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	50
20. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการแต่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สนใจที่จะซื้อ)	51
21. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	52
22. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	53

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
23. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการแต่ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สนใจที่จะซื้อ)	54
24. สรุปปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าและบริการ	55
25. แสดงอัตราส่วนร้อยละของวิธีการชำระเงินสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	56
26. แสดงอัตราส่วนร้อยละของวิธีการชำระเงินสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการแต่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สนใจที่จะซื้อ)	57
27. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าและบริการ	60
28. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	61
29. แสดงอัตราส่วนร้อยละของปัญหาและอุปสรรคในการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าไปในเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการแต่ไม่เคยซื้อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สนใจที่จะซื้อ)	62
30. แสดงอัตราส่วนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเข้าเว็บไซต์ที่ขายสินค้าและบริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	63
31. แสดงอัตราส่วนร้อยละของช่องทางในการเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	64

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
32.แสดงอัตราส่วนร้อยละของช่องทางในการเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าและบริการ และเคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	65
33. แสดงอัตราส่วนร้อยละของช่องทางในการเข้าสู่เว็บไซต์ที่มีการขายสินค้าและบริการ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	65