

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	5
แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	6
ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	6
การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	7
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	8
ด้านผลิตภัณฑ์	8
ด้านราคา	8
ด้านการจัดจำหน่าย	9
ด้านการส่งเสริมการตลาด	10
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
ขอบเขตการศึกษาและขอบเขตประชากร	15
ขอบเขตเนื้อหา	15
ขอบเขตประชากร	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	16
วิธีการศึกษา	16
แหล่งที่มาของข้อมูล	16
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
การวิเคราะห์ข้อมูล	17
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	18
สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	18
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและประสบการณ์ในการซื้อ สินค้าและบริการระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	20
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ และข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในการซื้อสินค้าและ บริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	28
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อความสำคัญของ ส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	45
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่าน ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความสนใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ และข้อเสนอแนะต่อการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	49
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	57
สรุปผลการศึกษา	57
อภิปรายผลการศึกษา	63
ข้อค้นพบ	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ข้อเสนอแนะ	65
บรรณานุกรม	72
ภาคผนวก	74
แบบสอบถาม	75
จดหมายขอความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลประกอบการศึกษา	84
ประวัติผู้เขียน	85

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงประเทศที่พำนักประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	22
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	22
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	23
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกอาชีพ	23
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่	24
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่	25
8 แสดงจำนวนและร้อยละของ การเคยซื้อสินค้าและบริการระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนเงิน โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	26
9 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	26
10 แสดงจำนวนและร้อยละของสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวซื้อระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	27
11 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าและบริการของผู้ตอบแบบสอบถามผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระยะ 12 เดือนที่ผ่านมา	28
12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	29
13 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	30
14 แสดงจำนวนและร้อยละของราคาโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	31
15 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านเนื้อหา	32
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการค้า	34
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการติดต่อสื่อสาร	35
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านชุมชน	36
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความสะดวก	38
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการแข่งขัน	39
22	แสดงค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	41
23	แสดงค่าเฉลี่ยต่อปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อการซื้อสินค้าหัตถกรรมไทยผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	42
24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านผลิตภัณฑ์	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านราคา	46
26	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการจัดจำหน่าย	47
27	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการส่งเสริมการตลาด	48
28	แสดงจำนวน ร้อยละของปัญหาที่เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ไม่สนใจหรือไม่แน่ใจที่จะซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	49
29	แสดงจำนวน ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่สนใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่	50
30	สรุปค่าเฉลี่ยและการแปรผลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์แต่ละด้านและปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก	62