

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับ	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดการดำเนินธุรกิจในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	6
แนวคิดการตลาดทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	7
กลยุทธ์การหาลูกค้าของเว็บไซต์	9
การรวบรวมรายชื่อที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	9
การวางแผนแคมเปญไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	11
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	42
ขอบเขตการศึกษา	42
วิธีการศึกษา	43
ระยะเวลาในการดำเนินการ	47
บทที่ 4 ผลการศึกษา	48
ส่วนที่ 1 แนวทางการใช้กลยุทธ์การตลาดทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	48
ส่วนที่ 2 การวัดและวิเคราะห์ผลสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	58

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	68
การสรุปผลการศึกษา	68
การอภิปรายผล	70
ข้อค้นพบ	73
ข้อจำกัด	74
ข้อเสนอแนะ	75
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	80
แบบเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก	81
ประวัติผู้เขียน	105

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงความนิยมในการกำหนดความละเอียดของภาพของผู้บริโภค	16
2 แสดงเกณฑ์โดยทั่วไปที่ใช้วิเคราะห์ผลสำเร็จของแคมเปญ	35
3 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	43
4 แสดงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่เลือกรูปแบบของตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	54
5 แสดงรูปแบบของตัวแปรที่แตกต่างกันในไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	57
6 แสดงจำนวนกลุ่มเป้าหมายจำแนกตามช่วงอายุ	59
7 แสดงจำนวนกลุ่มเป้าหมายจำแนกตามตำแหน่งที่อยู่ตามภูมิศาสตร์	59
8 แสดงจำนวนไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งออกไปทั้งหมด	59
9 แสดงจำนวนไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกตีกลับ	60
10 แสดงระยะเวลาที่ผู้รับได้รับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์จนกระทั่งเปิดดู	60
11 แสดงจำนวนผู้ที่คลิกการเชื่อมโยงที่แทรกไปในไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	61
12 แสดงจำนวนครั้งที่มีการคลิกการเชื่อมโยงที่แสดงโดยใช้รูปภาพ	61
13 แสดงจำนวนครั้งที่มีการคลิกการเชื่อมโยงที่แสดงโดยใช้ข้อความ	62
14 แสดงจำนวนผู้ที่ทำตามขั้นตอนที่กำหนดจนเสร็จ	62
15 แสดงอัตราการได้รับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 4 รูปแบบและภาพรวมทั้งหมด	63
16 แสดงอัตราการคลิกการเชื่อมโยงของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 4 รูปแบบและภาพรวมทั้งหมด	64
17 แสดงอัตราการทำตามขั้นตอนที่กำหนดจนเสร็จของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 4 รูปแบบและภาพรวมทั้งหมด	64
18 แสดงอัตราการตอบสนองของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 4 รูปแบบและภาพรวมทั้งหมด	65
19 แสดงอัตราการส่งต่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 4 รูปแบบและภาพรวมทั้งหมด	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
20	แสดงผลสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	66
21	แสดงผลการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบที่ 3	69
22	แสดงการเปรียบเทียบผลสำเร็จของกลยุทธ์กับเกณฑ์โดยทั่วไป	71