

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247761



กฎที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์  
ที่ส่งเสริมการค้าที่มีในกรณีการนำเข้าบริการอิเล็กทรอนิกส์  
ภาคีรัฐของประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

หน้าหลัก ประวัติเอกสาร

จัดทำขึ้นเป็นต้นฉบับที่คณะกรรมการกฤษฎีกา  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
พ.ศ. ๒๕๕๐

๐๐๐๒๕๑๓๑๘

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



การศึกษากิจกรรมทางการตลาดของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
ที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์  
ภาครัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร



นำทิพย์ ประสิทธิ์ภาพ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษากิจกรรมทางการตลาดของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย

น้ำทิพย์ ประสิทธิภาพ

สาขา

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณนที บึงไกร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ดร.สุภาภรณ์ พรหมภาณี

คณะกรรมการสอบ

ประธานการสอบ

ดร.วันชัย ปานจันทร์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณนที บึงไกร)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ดร.สุภาภรณ์ พรหมภาณี)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ดร.สุวิชาญ โดวัฒนา)

โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ กลุ่มวิชาการตลาด

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัจฉรี ขจรไชยกูล)

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

วันที่ ..... เดือน 25 ส.ค. 2554 พ.ศ. ....

## บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษากิจกรรมทางการตลาดของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์

ผู้วิจัย

ภาครัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร  
น้ำทิพย์ ประสิทธิภาพ

ระดับการศึกษา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

พ.ศ

2553

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤษนนท์ บึงไกร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ดร. สุภาภรณ์ พรหมฤาษี

247761

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมทางการตลาดของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาถึงปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ Chi-Square ( $X^2$ -test) และ Cramer's V

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี มีกิจกรรมทางการตลาดของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อยู่ในระดับปานกลางที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ โดยที่ เพศ อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลต่อด้านแนวโน้มการใช้บริการ ส่วนเพศไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์/บริการและ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และอายุ อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาด ในการเปรียบเทียบเกี่ยวกับแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้โดยรวม พบว่าแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐแตกต่างกัน

## **Abstract**

<b>Thesis Title</b>	A Study of Ministry of Information and Communications Technology's Marketing Activities Affecting the Trend of Using Government Electronics Service in Bangkok Metropolis
<b>Researcher</b>	Namthip Prasitthiphap.
<b>Level of study</b>	Master of Business Administration (Business Administration)
<b>Year</b>	2010.
<b>Principal Thesis Advisor</b>	Asst.Prof. Dr. Kritchanont Bungkrai
<b>Associate Thesis Advisor</b>	Dr. Supaporn Plomelersee

**247761**

The purpose of this research was to study marketing activities of Ministry of Information and Communications Technology which affected the trend of using the electronics service rendered by the Government in Bangkok Area. Four hundred people in Bangkok were randomly selected as samples of the study. Questionnaires were used as a tool for data collection from the sample size of 400 samples. The used statistical methods for data analysis were Chi-Square ( $X^2$ - test), and Cramer's V.

The results of statistically hypothesis testing can be concluded as follows: Most of samples were females and held Bachelor's degree. The marketing activities which had learnt about were at the moderate level. The most people had used the e-government services by the difference of gender, occupation and income that showed the difference of using service tendency to the e-government service. In contrast, the difference of age and level of education showed no difference at the statistically significant level of 0.05. The products and promotion showed no tendency of using e-government service. Gender has no relationship with marketing mix in terms of products and places. The age, occupation and income have no relationship with marketing mix. In doing this comparison about e-government service using tendency showed that gender, age, level of education, occupation, and income had difference.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาของ ดร.วันชัย ปานจันทร์ รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณนท์ บึงไกร และ ดร.สุภาภรณ์ พรหมถายี คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งคอยดูแลให้คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทุกขั้นตอน ตลอดระยะเวลา การทำวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะปรับปรุงวิทยานิพนธ์และคู่มือฝึกอบรมจนสมบูรณ์ขึ้น ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

กราบขอบพระคุณ ดร.วรวิทย์ ประสิทธิผล ที่ได้ให้คำแนะนำและชี้แนะในการพิจารณาหัวข้อวิจัย กราบขอบพระคุณ ดร.ปราศรัย หอมกระหลบ ดร.กวี บุญเลิศวิเศษย์ ดร.ขงยุทธ ชัยรัตนาวรรณา และ ดร.วรพนธ์ กัตพิพัฒน์ ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงคู่มือฝึกอบรม พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือแนะนำในการสร้างคู่มือ รวมถึงคณาจารย์ทุกท่าน ตลอดจนบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือเป็นอย่างดี ทำให้การศึกษาวิจัยนี้สามารถดำเนินงานสำเร็จลุล่วง ลงได้

และขอกราบขอบพระคุณ พ่อ แม่ ที่ให้กำเนิดและสั่งสอนให้ลูกเป็นคนดีเสมอมา ครู อาจารย์ทุกท่านที่มอบความรู้ติดตัว ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานทุกท่าน พี่ ๆ และน้อง ๆ ที่ให้กำลังใจเสมอมา และท้ายสุด ขอขอบคุณ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่ให้ความอนุเคราะห์ในส่วนของข้อมูลและสถานที่ในการศึกษาวิจัย

หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เกิดประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งทางตรงหรือทางอ้อม ผู้วิจัยขอมอบความดีในครั้งนี้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยอันทรงคุณค่าควรแก่การเทิดทูน

น้ำทิพย์ ประสิทธิภาพ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฎ

### บทที่

#### 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาของการวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ตัวแปรที่ศึกษา.....	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการศึกษาวิจัย.....	10
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11

#### 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดภาครัฐ.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาด.....	19
แนวคิดการออกแบบบริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ให้มีคุณภาพ.....	25
แนวคิดเรื่องประชากรศาสตร์.....	27
แนวคิดเกี่ยวกับอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ.....	28
แนวคิดทางการพัฒนาไปสู่อิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ.....	31
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	35
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	36

บทที่	หน้า
ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ.....	42
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.....	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	53
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
<b>5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	105
สรุปผลการวิจัย.....	107
อภิปรายผลการวิจัย.....	110
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	119
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	121
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>123</b>
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	128
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	136
<b>ประวัติผู้วิจัย.....</b>	<b>140</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2.1	ปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ผู้ใช้มาเยี่ยมเว็บไซต์.....	27
4.1	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
4.2	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
4.3	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
4.4	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	66
4.5	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	66
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับการศึกษากิจกรมทาง การตลาดภาครัฐ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ.....	67
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับการศึกษากิจกรมทาง การตลาดภาครัฐ ด้านราคา.....	68
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับการศึกษากิจกรมทาง การตลาดภาครัฐ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	69
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับระดับการศึกษากิจกรมทาง การตลาดภาครัฐ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	70
4.10	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ภาครัฐของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	71
4.11	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับประเภทของบริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	72
4.12	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับระยะเวลาที่เคยใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ภาครัฐของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	73
4.13	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับบุคคลที่มีผลต่อการรู้จักหรือใช้ บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	73
4.14	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสาเหตุที่เลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของ ผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	74
4.15	จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับการแนะนำ/บอกต่อให้บุคคลที่ท่านรู้จักมาใช้ บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	75

ตารางที่	หน้า
4.16 จำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับแนวโน้มการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	76
4.17 จำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับสาเหตุที่ไม่เลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	76
4.18 การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างเพศ กับแนวโน้มการใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	78
4.19 การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ กับแนวโน้มการใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	79
4.20 การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้ม การใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	80
4.21 การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับแนวโน้มการใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	81
4.22 การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างรายได้ กับแนวโน้มการใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	82
4.23 การทดสอบสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์/บริการกับแนวโน้มการใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	83
4.24 การทดสอบสมมติฐานด้านราคา กับ แนวโน้มการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	84
4.25 การทดสอบสมมติฐานด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับ แนวโน้มการใช้ บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	85
4.26 การทดสอบสมมติฐานด้านการส่งเสริมการตลาดกับแนวโน้มการใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	86
4.27 การทดสอบสมมติฐานเพศกับส่วนประสมการตลาด โดยรวมและรายด้าน.....	87
4.28 การทดสอบสมมติฐานอายุกับส่วนประสมการตลาด โดยรวมและรายด้าน.....	88
4.29 เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังวิธีของ LSD ในเรื่องการศึกษากิจกรรม ทางการตลาดของภาครัฐ ด้านสินค้าและบริการ จำแนกตามอายุต่างกัน.....	89
4.30 เปรียบเทียบการทดสอบรายกลุ่มภายหลังวิธีของ LSD ในเรื่องการศึกษากิจกรรม ทางการตลาดของภาครัฐ ด้านราคา จำแนกตามอายุต่างกัน.....	89

ตารางที่	หน้า
4.31 การทดสอบสมมติฐานระดับการศึกษาบางส่วนประสมการตลาดโดยรวมและ รายด้าน.....	90
4.32 การทดสอบสมมติฐานอาชีพกับส่วนประสมการตลาดโดยรวมและรายด้าน.....	91
4.33 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังวิธีของ LSD ในเรื่องการศึกษากิจกรรม ทางการตลาดของภาครัฐ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ ต่างกัน.....	92
4.34 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังวิธีของ LSD ในเรื่องการศึกษากิจกรรม ทางการตลาดของภาครัฐ ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพต่างกัน.....	92
4.35 การทดสอบสมมติฐานรายได้กับส่วนประสมการตลาด โดยรวมและรายด้าน...	93
4.36 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังวิธีของ LSD การศึกษากิจกรรมทาง การตลาดของภาครัฐ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่างกัน...	94
4.37 เปรียบเทียบเกี่ยวกับแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ.....	95
4.38 เปรียบเทียบแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ โดยรวมและ รายด้าน จำแนกตามอายุ.....	96
4.39 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังวิธีของ LSD ในเรื่อง แนวโน้ม ในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ คือสาเหตุใดที่ทำให้ท่าน เลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ จำแนกตามอายุต่างกัน.....	98
4.40 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังวิธีของ LSD ในเรื่อง แนวโน้ม ในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ คืออะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้ ท่านไม่เลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ จำแนกตามอายุต่างกัน.....	98
4.41 เปรียบเทียบแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	99
4.42 เปรียบเทียบแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามอาชีพ.....	100
4.43 เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังวิธีของ LSD ในเรื่องแนวโน้ม ในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ จำแนกตามอาชีพต่างกัน.....	102
4.44 เปรียบเทียบแนวโน้มในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามรายได้.....	102

ตารางที่	หน้า
4.45	
เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังวิธีของ LSD ในเรื่องแนวโน้ม	
ในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ จำแนกตามรายได้ต่างกัน.....	104
5.1	
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	105

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
2.1 กระบวนการควบคุม.....	18
2.2 ปัจจัยในการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า.....	21
2.3 เว็บไซต์ thaigov.net .....	33
2.4 กลยุทธ์ตามกรอบนโยบาย IT 2010.....	34