สารบาญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1.1	สัดส่วนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ปี 2549 จำแนกตามประเภทผู้ประกอบการ	3
1.2	สัดส่วนผู้ใช้วิธีการชำระเงินแบบออฟไลน์	3
1.3	สัดส่วนผู้ใช้วิธีการชำระเงินแบบออนไลน์	4
1.4	สัดส่วนผู้ที่เคยสั่งซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต	5
2.1	กระบวนการของบัตรเครดิตออนไลน์.....	8
2.2	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)	24
2.3	กรอบแนวคิดในการศึกษา	27
4.1	สัดส่วนของประเภทของบริการการชำระเงินออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ ..	40
4.2	สัดส่วนของธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการในการชำระเงินออนไลน์....	41
4.3	สัดส่วนของโปรแกรม web browser ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้	42
4.4	แผนภูมิความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการชำระเงินออนไลน์.....	68
4.5	ปัจจัยที่ผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร	71