

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(2)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญภาพประกอบ	(9)
สารบัญแผนภูมิ.....	(10)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	6
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.4 นิยามศัพท์.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพาดิษย์อิเล็กทรอนิกส์	8
2.1.1 คำจำกัดความของพาดิษย์อิเล็กทรอนิกส์.....	8
2.1.2 ประเภทของพาดิษย์อิเล็กทรอนิกส์.....	9
2.1.3 ขั้นตอนของธุรกรรมด้านพาดิษย์อิเล็กทรอนิกส์	13
2.1.4 ผลกระทบของพาดิษย์อิเล็กทรอนิกส์.....	15

2.1.5	พาดิษยอิล็กทอนนิกสึในประเทศไทย	17
2.2	อินเตอรฺเน็ต(Internet)	22
2.3	แนวกคึเกึยวกกับการยอมนรับนวัตกรรม.....	26
2.4	ทฤษฏึเกึยวกกับแรงจูงใจ	30
2.4.1	คํ่าจํากัดความของแรงจูงใจ.....	30
2.2.2	ทฤษฏึลําดับชั้นความตํ้องการจองมาสโลว์.....	31
2.5	งานวิจัยที่เกึยวข้อง	33
3.	ระเบียบวิธีวิจัย.....	38
3.1	กลุ่มประชากรที่คึศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	39
3.2	วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	39
3.3	กรอบแนวกความคิด	42
3.4	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	42
3.4.1	ตัวแปรอิสระในงานวิจัย	42
3.4.2	ตัวแปรตามในงานวิจัย.....	43
3.5	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	43
3.5.1	แบบสอบถามสํ่ารวจกลุ่มตัวอย่าง	43
3.5.2	เกณท์การให้คะแนนการให้ตัวแปร	44
3.6	การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	45
3.7	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
3.8	สมมติฐานการวิจัย	46
3.9	สถิติที่ใช้ทดสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล	53
3.10	ระยะเวลาในการวิจัย	69
4.	ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
4.1	ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา	70
4.1.1	ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	70

4.1.2	ข้อมูลทางด้านลักษณะของหนังสือ และ แหล่งจำหน่ายที่กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสนใจ	82
4.1.3	ข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการแลกเปลี่ยนและขายหนังสือ ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	88
4.2	ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา	92
5.	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	154
5.1	สรุปผลการวิจัย	154
5.1.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	154
5.1.2	ลักษณะหนังสือที่ได้รับความสนใจ	156
5.1.3	ลักษณะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	157
5.1.4	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ	158
5.2	การทดสอบสมมติฐาน	158
5.3	อภิปรายผลการวิจัย	162
5.4	ข้อเสนอแนะในงานวิจัย	154
5.4.1	แนวทางการจัดทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	164
5.4.2	กลุ่มเป้าหมายและแนวทางการทำการตลาด	164
5.5	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง	167
ภาคผนวก		
ก.	แบบสอบถาม	169
บรรณานุกรม		
		173
ประวัติการศึกษา		
		178