

## สารบัญ

|                                                          | หน้า |
|----------------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อ .....                                           | (1)  |
| กิตติกรรมประกาศ .....                                    | (2)  |
| สารบัญตาราง .....                                        | (9)  |
| สารบัญภาพประกอบ .....                                    | (12) |
| <br>บทที่                                                |      |
| 1. บทนำ.....                                             | 1    |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....                  | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....                        | 3    |
| 1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....                               | 3    |
| 1.4 นิยามศัพท์.....                                      | 3    |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....                      | 5    |
| 2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....      | 6    |
| 2.1 ระบบอินเทอร์เน็ต.....                                | 6    |
| 2.1.1 การเติบโตของอินเทอร์เน็ต .....                     | 7    |
| 2.1.2 ระบบอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย .....                 | 7    |
| 2.1.3 ข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย .....         | 9    |
| 2.1.3.1 การขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ..... | 9    |
| 2.1.3.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย .....     | 11   |
| 2.2 พาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ .....                       | 14   |

|         |                                                       |    |
|---------|-------------------------------------------------------|----|
| 2.2.1   | รูปแบบของการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....       | 14 |
| 2.2.2   | แนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ .....                  | 15 |
| 2.2.3   | ความสัมพันธ์ของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....         | 15 |
| 2.2.4   | ระบบความปลอดภัยของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....          | 17 |
| 2.2.5   | พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.....                 | 18 |
| 2.3     | เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร .....                  | 18 |
| 2.3.1   | ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร .....       | 20 |
| 2.3.2   | สื่ออิเล็กทรอนิกส์.....                               | 20 |
| 2.3.3   | มัลติมีเดีย.....                                      | 21 |
| 2.3.4   | สื่อ .....                                            | 22 |
| 2.3.4.1 | รูปแบบของสื่อระดับ Logical.....                       | 22 |
| 2.3.4.2 | รูปแบบของสื่อระดับ Physical .....                     | 23 |
| 2.3.5   | ประเภทของสื่อ .....                                   | 23 |
| 2.3.5.1 | Static Media .....                                    | 24 |
| 2.3.5.2 | Dynamic Media .....                                   | 25 |
| 2.3.6   | ยุทธศาสตร์การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทย ..... | 26 |
| 2.4     | การปฏิเสธและการยอมรับนวัตกรรม.....                    | 27 |
| 2.5     | แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี.....                       | 29 |
| 2.6     | ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....                           | 30 |
| 2.6.1   | ความหมายของการบริโภค.....                             | 30 |
| 2.6.2   | ประเภทของการบริโภค .....                              | 30 |
| 2.6.3   | โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค .....                          | 31 |
| 2.7     | ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด.....                           | 32 |
| 2.8     | การวิเคราะห์เพื่อดัดสินใจลงทุน.....                   | 33 |
| 2.8.1   | ระยะเวลาคืนทุน .....                                  | 33 |
| 2.8.2   | มูลค่าปัจจุบันสุทธิ.....                              | 34 |
| 2.8.3   | วิธีอัตราผลตอบแทนของโครงการ .....                     | 35 |
| 2.9     | การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ.....                    | 35 |
| 2.9.1   | การวิเคราะห์ SWOT.....                                | 36 |

|       |                                             |    |
|-------|---------------------------------------------|----|
| 2.9.2 | การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป.....    | 36 |
| 2.10  | ปัจจัยหลักของความสำเร็จธุรกิจ .....         | 37 |
| 2.11  | บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....         | 38 |
| 3.    | แนวคิดทางธุรกิจ .....                       | 41 |
| 3.1   | แนวคิดทางธุรกิจ .....                       | 41 |
| 3.2   | กลไกและกระบวนการของธุรกิจ .....             | 41 |
| 3.3   | รูปแบบ Model ของธุรกิจ.....                 | 42 |
| 3.3.1 | Pricing Model .....                         | 43 |
| 3.3.2 | Revenue Model .....                         | 44 |
| 3.3.3 | Commerce Process Model .....                | 45 |
| 3.3.4 | Business Relationship .....                 | 47 |
| 3.3.5 | Value Proposition.....                      | 48 |
| 3.4   | องค์ประกอบภาพรวมของระบบ e-Content.....      | 49 |
| 3.5   | กระบวนการทำงานของระบบ .....                 | 50 |
| 3.5.1 | ระบบสมาชิก .....                            | 51 |
| 3.5.2 | ระบบซื้อขาย.....                            | 52 |
| 3.5.3 | ระบบบริการลูกค้า.....                       | 55 |
| 3.5.4 | ระบบบริหารข้อมูลการซื้อขาย .....            | 56 |
| 3.6   | กระบวนการพัฒนาระบบ .....                    | 59 |
| 4.    | ระเบียบวิธีวิจัย .....                      | 62 |
| 4.1   | รูปแบบการวิจัย.....                         | 62 |
| 4.2   | ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง .....       | 63 |
| 4.3   | เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....             | 63 |
| 4.3.1 | การศึกษาวิจัยเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ..... | 64 |
| 4.3.2 | การออกแบบสอบถาม .....                       | 64 |

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| 4.3.3 การศึกษาเครื่องมือทางบัญชี.....               | 64  |
| 4.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....        | 64  |
| 4.4.1 การทดสอบข้อมูลทฤษฎี.....                      | 65  |
| 4.4.2 การทดสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม .....         | 65  |
| 4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....                       | 65  |
| 4.6 การวัดค่าตัวแปร .....                           | 66  |
| 4.7 สมมติฐานการวิจัย .....                          | 68  |
| 4.8 กรอบแนวความคิด.....                             | 68  |
| 4.9 ขั้นตอนการวิจัย.....                            | 69  |
| 4.10 ระยะเวลาและแผนงานวิจัย.....                    | 70  |
| 5. ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล .....               | 71  |
| 5.1 ผลการวิเคราะห์ .....                            | 71  |
| 5.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง .....     | 72  |
| 5.1.2 ข้อมูลด้านการรับรู้และทัศนคติ .....           | 78  |
| 5.1.3 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค.....            | 82  |
| 5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....                         | 90  |
| 6. แผนธุรกิจ .....                                  | 106 |
| 6.1 บทสรุปผู้บริหาร .....                           | 106 |
| 6.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม .....      | 108 |
| 6.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก.....            | 108 |
| 6.2.1.1 สิ่งแวดล้อมมหภาค.....                       | 108 |
| 6.2.1.2 สิ่งแวดล้อมจุลภาค .....                     | 115 |
| 6.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน : SWOT Analysis ..... | 118 |
| 6.2.3 การวิเคราะห์คู่แข่ง.....                      | 120 |
| 6.2.3.1 คู่แข่งทางตรง .....                         | 120 |
| 6.2.3.2 คู่แข่งทางอ้อม .....                        | 125 |

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| 6.2.3.3 การเปรียบเทียบคุณสมบัติทางการแข่งขัน..... | 126 |
| 6.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ .....      | 127 |
| 6.4 แผนการตลาด.....                               | 129 |
| 6.4.1 วัตถุประสงค์และเป้าหมาย.....                | 129 |
| 6.4.2 การแบ่งส่วนการตลาด.....                     | 130 |
| 6.4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย .....           | 131 |
| 6.4.4 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ .....              | 132 |
| 6.4.5 กลยุทธ์ด้านการตลาด.....                     | 132 |
| 6.4.5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ .....                | 134 |
| 6.4.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา .....                     | 137 |
| 6.4.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย .....     | 137 |
| 6.4.5.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย .....        | 138 |
| 6.4.5.5 กลยุทธ์ด้าน Personalization .....         | 142 |
| 6.4.5.6 กลยุทธ์ด้าน Privacy .....                 | 142 |
| 6.5 การบริหารจัดการทรัพยากร .....                 | 143 |
| 6.5.1 โครงสร้างการบริหารจัดการ .....              | 143 |
| 6.5.2 ลักษณะงานในแต่ละหน่วยงาน .....              | 144 |
| 6.6 การประมาณรายได้ รายจ่าย และแผนการลงทุน.....   | 148 |
| 6.6.1 การประมาณรายได้.....                        | 148 |
| 6.6.2 การประมาณค่าใช้จ่าย .....                   | 151 |
| 6.6.3 การประมาณเงินสดหมุนเวียน.....               | 155 |
| 6.6.4 การคำนวณค่า NPV .....                       | 156 |
| 6.6.5 การคำนวณค่า IRR .....                       | 157 |
| 6.6.6 การคำนวณค่า Pay Back Period.....            | 157 |
| 6.7 การบริหารความเสี่ยงและแผนสำรอง .....          | 159 |
| 6.7.1 ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น .....            | 159 |
| 6.7.2 แนวทางแก้ไข.....                            | 160 |
| 6.7.3 แผนสำรอง .....                              | 160 |
| 6.8 กลยุทธ์ด้านการลงทุนในอนาคต .....              | 161 |

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 7. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....   | 162 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย.....               | 162 |
| 5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....            | 165 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย ..... | 167 |
| ภาคผนวก                               |     |
| ก. แบบสอบถามงานวิจัย.....             | 171 |
| บรรณานุกรม .....                      | 177 |
| ประวัติการศึกษา.....                  | 179 |