

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย	10
2.2	สถิติภาพรวมประจำปี 2006	12
2.3	จำนวนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.....	18
2.4	จำนวนเว็บไซต์ที่ได้จดทะเบียนในประเทศไทย	18
2.5	ส่วนผสมทางการตลาด	32
4.1	แผนงานวิจัย	70
5.1	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	72
5.2	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	73
5.3	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	74
5.4	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	75
5.5	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
5.6	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	77
5.7	ข้อมูลประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง	78
5.8	ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการใช้บริการระบบ.....	79
5.9	ข้อมูลความสนใจใช้บริการระบบ.....	80
5.10	ข้อมูลปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจไม่สนใจสั่งซื้อสินค้าและบริการ	81
5.11	ข้อมูลการจัดอันดับประเภทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์	82
5.12	ปัจจัยที่มีผลต่อการขายและให้บริการ.....	84
5.13	ข้อมูลการจัดอันดับช่องทางการชำระเงิน	85
5.14	ข้อมูลการจัดอันดับกิจกรรมส่งเสริมการขาย.....	86
5.15	ข้อมูลแสดงจำนวนเงินที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นพอที่จะสั่งซื้อสินค้า.....	87
5.16	ข้อมูลแสดงจำนวนครั้งที่ผู้บริโภคสนใจเข้ามาสั่งซื้อสินค้า.....	88
5.17	ข้อมูลระดับราคาที่ต่ำกว่าตลาดซึ่งผู้บริโภคยินดีที่จะจ่าย	89
5.18	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความสนใจในระบบ	90
5.19	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความสนใจในระบบ	91
5.20	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและความสนใจในระบบ	92

5.21	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและความสนใจในระบบ	93
5.22	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และความสนใจในระบบ	94
5.23	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพและความสนใจในระบบ	95
5.24	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างความยากง่ายในการใช้งานต่อความสนใจ	96
5.25	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยของระบบต่อความสนใจ	97
5.26	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการออกแบบเว็บไซต์ต่อความสนใจ.....	98
5.27	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างความทันสมัยของข้อมูลต่อความสนใจ	99
5.28	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างความเร็วในการรับส่งข้อมูลต่อความสนใจ....	100
5.29	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางชำระเงินต่อความสนใจ	101
5.30	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบของสินค้าต่อความสนใจ	102
5.31	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างราคาของสินค้าต่อความสนใจ	103
5.32	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการขายต่อความสนใจ	104
5.33	ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการสั่งซื้อสินค้าต่อความสนใจ...	105
6.1	ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าออนไลน์	106
6.2	ข้อมูลแสดงวัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์สำหรับภาคธุรกิจ.....	110
6.3	อุปสรรคจากพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้านำต่อ E-commerce	113
6.4	เปรียบเทียบสินค้าดิจิทัลคอนเทนต์กับสินค้าทดแทน.....	116
6.5	การวิเคราะห์ SWOT Analysis	119
6.6	ข้อมูลเปรียบเทียบคุณสมบัติการแข่งขันของ E-Content.....	126
6.7	แจกแจงอัตราส่วนการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบ่งตามอายุ.....	130
6.8	รายรับจากค่าโฆษณาผ่านเว็บไซต์	148
6.9	การประมาณรายรับจากค่า Revenue Sharing	150
6.10	รายได้จากการดำเนินการ	151
6.11	ค่าใช้จ่ายในการลงทุนระบบ	152
6.12	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านสำนักงาน ระบบ และทรัพยากรบุคคล	153
6.13	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านค่าธรรมเนียมธนาคาร	154
6.14	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านโฆษณา	154
6.15	กระแสเงินสดหมุนเวียนของเว็บไซต์	155
6.16	กระแสเงินสดสำหรับการคำนวณ NPV	156

6.17	งบกระแสเงินสด	157
7.1	NPV, IRR, Pay Back Period ของการลงทุน	164