

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก	7
2.2	ระบบอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย	8
2.3	กราฟแสดงจำนวนการจดทะเบียนภายใต้ .TH ในปัจจุบัน	9
2.4	กราฟแสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย	10
2.5	สถิติ International Bandwidth และ Domestic Bandwidth 1992-2007	11
2.6	จำนวนชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์	13
2.7	รูปแบบการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	13
2.8	ความสัมพันธ์ของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	16
2.9	ความเหลื่อมล้ำในโอกาสการเข้าถึงโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต	19
2.10	รูปแบบ Multimedia และ Hypertext and Hypermedia	21
2.11	TAM (Technology Acceptance Model)	29
2.12	Consumer Behavior Model	31
2.13	ภาพปัจจัยหลักของความสำเร็จธุรกิจ	37
3.1	โมเดลทางธุรกิจของระบบ E-Content	42
3.2	รูปแบบ Pricing Model	43
3.3	รูปแบบ Revenue Model	44
3.4	รูปแบบ Commerce Process Model	46
3.5	รูปแบบ Value Proposition Model	48
3.6	ภาพองค์ประกอบโดยรวมของระบบ e-Content	49
3.7	กระบวนการลงทะเบียนสมาชิก	51
3.8	กระบวนการตรวจสอบการเข้าใช้บริการระบบ	52
3.9	กระบวนการขายสินค้า	52
3.10	กระบวนการซื้อสินค้า	53
3.11	กระบวนการชำระเงิน	53
3.12	กระบวนการดาวน์โหลดสินค้า	54
3.13	กระบวนการบริการข่าวสาร	55

3.14	กระบวนการบริการสอบถามปัญหาด้านการใช้งานระบบ	55
3.15	กระบวนการสอบถามข้อมูลการซื้อขาย.....	56
3.16	กระบวนการจัดการดิจิทัลคอนเทนต์.....	56
3.17	กระบวนการจัดอันดับสินค้า	57
3.18	กระบวนการจัดอันดับผู้ขาย.....	58
3.19	วงจรการพัฒนาระบบ	59
4.1	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและจัดทำแผนธุรกิจ.....	62
4.2	กรอบแนวความคิด	68
5.1	องค์ประกอบข้อมูลสำหรับการทำแผนธุรกิจ	71
5.2	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	72
5.3	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	73
5.4	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	74
5.5	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	75
5.6	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	76
5.7	ข้อมูลการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ.....	77
5.8	ข้อมูลประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง	78
5.9	ข้อมูลความสนใจใช้บริการระบบซื้อขายสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภท	80
5.10	ข้อมูลปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจไม่สนใจสั่งซื้อสินค้าและบริการ	81
5.11	ข้อมูลการจัดอันดับประเภทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์	83
5.12	ข้อมูลการจัดอันดับช่องทางการชำระเงินที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ	85
5.13	ข้อมูลการจัดอันดับกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ.....	86
5.14	ข้อมูลแสดงจำนวนเงินที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นพอที่จะสั่งซื้อ	87
5.15	ข้อมูลแสดงจำนวนครั้งที่ผู้บริโภคสนใจเข้ามาสั่งซื้อสินค้าต่อไป.....	88
5.16	ข้อมูลระดับราคาที่ต่ำกว่าตลาดซึ่งผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเพื่อซื้อสินค้า.....	89
6.1	โมเดลแรงกดดัน 5 ประการ	115
6.2	อุปสรรคการเข้า-ออกจากอุตสาหกรรม e-Content	117
6.3	ข้อมูลความสนใจของกลุ่มตัวอย่างต่อระบบ E-Content.....	128
6.4	ข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตแบ่งตามอายุของกลุ่มประชากร.....	130
6.5	แสดงโครงสร้างขององค์กร	144