

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่	
1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	2
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
คำถามการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ขอบเขตการวิจัย	3
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	3
แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	4
2 บรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสุพรรณบุรี.....	5
การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	7
โครงสร้างพื้นฐาน.....	8
ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	9
รูปแบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	11
โครงสร้างของระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์.....	13
กระบวนการทางระบบการขายสินค้าออนไลน์.....	13
กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคผ่านทางระบบการขายสินค้าออนไลน์.....	14

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
องค์ประกอบทางการตลาดสำหรับระบบการขายสินค้าออนไลน์.....	15
การชำระเงินของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	19
แนวทางการพัฒนาระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์.....	19
ทศนคติ.....	20
ความหมายของทศนคติ.....	21
การวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
4 ผลการศึกษา และการอภิปรายผล.....	29
5 สรุป และข้อเสนอแนะ.....	48
สรุปผลการวิจัย.....	48
ปัญหาที่พบในการวิจัย.....	53
ข้อเสนอแนะ.....	53
บรรณานุกรม.....	55
ภาคผนวก.....	57
ประวัติผู้วิจัย.....	66

สารบัญตาราง

[illegible]

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
8 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว ตัวแทนกลุ่มที่ยังไม่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ และตัวแทนกลุ่มทั้งหมดจำแนกตามประเภทสินค้า.....	36
9 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีในเรื่องความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์ และความรู้สึกล่อการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจ.....	38
10 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามสถานะของการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจ.....	40
11 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว จำแนกตามสาเหตุที่นำมาใช้และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ.....	41
12 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการนำระบบการจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในธุรกิจแล้ว จำแนกตาม ระยะเวลาในการนำระบบมาใช้ในธุรกิจ ลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการ และแนวโน้มการพัฒนาระดับการให้บริการระบบ.....	42
13 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่จะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ จำแนกตามสาเหตุที่นำมาใช้และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ.....	44
14 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีจะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้/อาจจะนำมาใช้ จำแนกตาม ลักษณะของเว็บไซต์ที่ให้บริการ และแนวโน้มของวิธีการพัฒนาระบบ.....	45

ตารางที่	หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่ไม่คิดจะนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาใช้ จำแนกตาม สาเหตุที่ยังไม่นำมาใช้..... 46
16	แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบจัดการการขายสินค้าออนไลน์มาใช้ในธุรกิจของตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี..... 47

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่จังหวัดสุพรรณบุรี.....	6
2	สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านจังหวัดสุพรรณบุรี.....	6
3	ขนม ของฝาก ของจังหวัดสุพรรณบุรี.....	7
4	แสดงความสัมพันธ์ของระบบร้านค้าออนไลน์.....	8
5	แสดงกระบวนการทางระบบการขายสินค้าออนไลน์.....	14
6	องค์ประกอบของทัศนคติและลักษณะของทัศนคติ.....	22