

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรม	ข
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภูมิ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากงานวิจัย	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 รูปแบบของการทำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	10
2.2 ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	11
2.3 แนวคิดของการทำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	12
2.4 ความสัมพันธ์ของระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	13
2.5 แนวทางการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	13
2.6 โครงสร้างและองค์ประกอบระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	14
2.7 ประเภทสินค้าของการทำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	15
2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	20
2.9 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	20
2.10 แนวคิดด้านตราสินค้า	20
2.11.การใช้การสื่อสารทางการตลาดในการสื่อสารตราสินค้าออกสู่ ตลาด	23
2.12 การนำตราสินค้าไปร่วมกับกิจกรรมหรือองค์กรอื่น	25
2.13 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการนำตราสินค้าออกสู่ตลาดสากล	25
2.14 E-Commerce คืออะไร	25
2.15 ความรู้เกี่ยวกับ PHP	32
2.16 ความรู้เกี่ยวกับ Appserv	35
2.17 ความรู้เกี่ยวกับ MySQL	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	
วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	49
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	54
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	54
บทที่ 4	
การวิเคราะห์ข้อมูล	
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า OTOP ด้านผลิตภัณฑ์	60
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า OTOP ด้านราคา	61
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า OTOP ด้านการจัดจำหน่าย	62
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า OTOP ด้านการส่งเสริมการตลาด	63
ด้านการส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	64
ด้านการส่งเสริมให้ความรู้เรื่องทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม	65
ประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของกลุ่มพื้นที่บ้านที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตขนมทองม้วนและข้าวแช่ชาววังของชุมชนตลาดท่ายาง ต.ท่ายาง อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี	66
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	
อภิปรายผล และ	
ข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	93
5.2 อภิปรายผล	97
5.3 ข้อเสนอแนะ	103
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก ก	แบบสอบถาม
ภาคผนวก ข	ประวัติผู้วิจัย