

กระบวนการทำประมวลศัพท์หมวดพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์



นางสาวขวัญชนิตร์ สุทธิสารสุนทร

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการแปลและการล่าม

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN: 974-17-3599-5

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

TERMINOLOGY ON ELECTRONIC COMMERCE

Miss Khwanchanit Suthisarnsunthorn

สถาบันวิทยบริการ

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Translation and Interpretation

Faculty of Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN: 974-17-3599-5

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กระบวนการทำประมวลศัพท์หมวดพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์
โดย	นางสาวขวัญชนิตร์ สุทธิสารสุนทร
สาขาวิชา	การแปลและการล่าม
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะอักษรศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ร.ว.กัลยา ติงศรัทภัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพียรศิริ วงศ์วิภาณนท์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีมา มัลลิกะมาส)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขวัญชนิตร์ สุทธิสารสุนทร: กระบวนการทำประมวลศัพท์หมวดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.
(TERMINOLOGY ON ELECTRONIC COMMERCE) อ. ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร. วิโรจน์ อรุณมานะกุล, 309 หน้า. ISBN 974-17-3599-5.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการจัดทำประมวลศัพท์ตามหลัก
ศัพท์วิทยา เพื่อหากระบวนการที่เหมาะสมในการจัดทำประมวลศัพท์หมวดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
และเพื่อจัดทำประมวลศัพท์ที่จะเป็นประโยชน์ในฐานะเอกสารอ้างอิงสำหรับนักแปลและผู้สนใจ
ในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กระบวนการทำประมวลศัพท์นี้แบ่งได้เป็นห้าขั้นตอนหลักๆ คือ (1) การเตรียมข้อมูลและ
การสร้างคลังข้อมูลภาษา (2) การดึงศัพท์ (3) การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ (4) การทำบันทึกข้อมูล
ศัพท์เบื้องต้น และ (5) การทำบันทึกข้อมูลศัพท์ โดยในส่วนของ การดึงศัพท์ได้เพิ่มเติมการทดลอง
ดึงศัพท์ด้วยวิธีต่างกันสามวิธี ได้แก่ การใช้คำสำคัญร่วมกับการเกิดร่วมกันของศัพท์ การใช้ความถี่
ของคำ และการใช้ความถี่ของคำร่วมกับการตัดสินใจจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาว่าวิธีดึงศัพท์แบบใดที่มี
ประสิทธิภาพมากที่สุด และพบว่า การดึงศัพท์โดยคัดจากคำสำคัญและการเกิดร่วมกันของศัพท์ทำ
ให้ได้ศัพท์ที่ถูกต้องและครบถ้วนมากกว่าวิธีอื่นๆ

ประมวลศัพท์หมวดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ประกอบด้วยศัพท์ทั้งหมด 157 คำ ซึ่งได้จาก
การวิเคราะห์มโนทัศน์สัมพันธ์และข้อมูลในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น และนำเสนอตามเครือข่าย
มโนทัศน์ของชุดศัพท์ แต่ฉบับนี้มีข้อมูลศัพท์ภาษาอังกฤษ คำเทียบเคียงภาษาไทย รูป
ไวยากรณ์ หมวดเรื่อง นิยาม ตัวอย่างการใช้ หมายเหตุ รูปศัพท์อื่นๆ และอ้างอิงโยง

สาขาวิชา การแปลและการล่าม
ปีการศึกษา 2546

ลายมือชื่อผู้จัดทำ.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

4280236222 : MAJOR ENGLISH-THAI TRANSLATION

KEYWORD: TERMINOLOGY / ELECTRONIC COMMERCE

KHWANCHANIT SUTHISARNSUNTHORN: TERMINOLOGY ON ELECTRONIC
COMMERCE. THESIS ADVISOR: ASST. PROF. WIROTE AROONMANAKUN,
Ph.D., 309 pp. ISBN 974-17-3599-5.

This thesis is aimed at studying the process employed in terminography in order to find an appropriate method to produce a terminology on electronic commerce and to obtain a terminology which is beneficial as a reference document for translator and those who are interested in electronic commerce.

The terminological processing can be divided into 5 major steps which are: (1) the preparation of data and corpus building, (2) term extraction, (3) conceptual relations establishment, (4) extraction records and (5) terminological records. As for term extraction, three additional methods are experimented to find the most effective extraction: using keywords and collocations; using only word frequency; and using word frequency and specialists' judgements. The result shows that extracting terms by keywords and collocations obtains more appropriate and complete terms than other methods.

There are 157 terms in this terminology on electronic commerce, analyzed by conceptual relations and information in extraction record, and presented according to conceptual networks. Each record consists of English entry, Thai equivalent, grammatical category, subject field, definition, illustration, note, linguistic specification and cross-reference.

Field of study Translation and Interpretation Student's signature.....

Academic year 2003

Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

ผู้ทำวิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจแก้วิทยานิพนธ์ด้วยความอดทนและเอาใจใส่จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศิริ วงศ์วิภาณนท์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีมา มัลลิกะมาส ผู้สละเวลาให้เกียรติเป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และห่วงใยให้คำแนะนำแก่ผู้ทำวิจัยมาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สารภี แกสตัน ผู้อำนวยการศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ ผู้เอาใจใส่ดูแลและให้คำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้งคณาจารย์ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์และการทำงานต่อไปในอนาคต และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ท่านอื่นๆ ทุกท่านที่ได้สั่งสอนอบรมจนทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ที่ได้นั้นมาใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณพ่อและแม่ผู้เป็นที่พึ่งของลูกในทุกๆ ด้าน

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่ามาให้ความรู้และคำปรึกษาเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ คุณพิพัฒน์ ยอดพฤติการ แห่งบริษัทซีโอไทย.คอม คุณแก้วตา นาคเจริญ ผู้บริหารเว็บไซต์ pollecommerce.com คุณมณฑล พจน์พรวัฒนา ผู้จัดการแผนก e-partnership management ของธนาคารเอเชีย และคุณอดิเทพ ไชยรุ่งเรือง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์โครงการ 2 ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) และขอขอบคุณคุณพิชัย ยอดพฤติการ แห่งบริษัทซีโอไทย.คอม สำหรับความช่วยเหลือและคำแนะนำต่างๆ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงไม่สำเร็จลงได้ ถ้าไม่ได้รับความช่วยเหลือและกำลังใจจากอาจารย์ เพื่อนๆ พี่ๆ และน้องๆ ทุกท่าน ทั้งนิสิตหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิตสาขาวิชาการแปลและการล่าม รุ่นที่ 1 ทุกท่านโดยเฉพาะพี่วิวรรณ วงศ์ทองศรีที่ให้กำลังใจอยู่ไม่ขาด น้องทองทิพย์ พูนลาภ ที่คอยประสานงานให้อย่างดีในเรื่องต่างๆ ในการทำวิทยานิพนธ์ คุณพรเพ็ญ ทศนเมธิน คุณวรัญญา เตชะธนเลิศ และเพื่อนๆ อีกรายคนที่ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูล และคนอื่นๆ อีกมากมายที่ไม่อาจเอ่ยนามได้หมดในที่นี้ ผู้ทำวิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
โครงสร้างของวิทยานิพนธ์.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความหมายของศัพท์วิทยา.....	8
ความเป็นมาของศัพท์วิทยา.....	9
ทฤษฎีศัพท์วิทยา.....	11
ความแตกต่างระหว่างประมวลศัพท์กับพจนานุกรม.....	12
หลักการทำประมวลศัพท์.....	13
บทที่ 3 ขอบเขตและการเตรียมทำประมวลศัพท์.....	16
การจำกัดขอบเขต.....	16
การเตรียมทำประมวลศัพท์.....	17
การสร้างคลังข้อมูลภาษา.....	24
กรอบพหุมิติขย็อิเล็กทรอนิกส์.....	25
ปัญหาและแนวทางแก้ไข.....	27
บทที่ 4 กระบวนการดึงศัพท์.....	30
ว่าด้วยการดึงศัพท์.....	30
ขั้นตอนการดึงและคัดเลือกศัพท์.....	31
ปัญหาและแนวทางแก้ไข.....	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การทดลองดิงค์พท์ด้วยวิธีอื่น.....	37
บทที่ 5 การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์.....	49
ความสำคัญของมโนทัศน์สัมพันธ์.....	49
ลักษณะของมโนทัศน์สัมพันธ์.....	49
ปัญหาและแนวทางแก้ไข.....	56
บทที่ 6 การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและบันทึกข้อมูลศัพท์.....	59
การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น.....	59
ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น.....	62
การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์.....	63
หลักในการเขียนนิยาม.....	66
การกำหนดค่าเทียบเคียงภาษาไทย.....	68
ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์.....	72
บทที่ 7 บทสรุป.....	75
สรุปกระบวนการทำประมวลศัพท์.....	75
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย.....	79
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย.....	80
รายการอ้างอิง.....	83
ภาคผนวก.....	92
ภาคผนวก ก รายละเอียดคลังข้อมูลภาษาและแหล่งข้อมูลภาษาไทยที่ใช้อ้างอิง...	93
ภาคผนวก ข มโนทัศน์สัมพันธ์และบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น.....	128
ภาคผนวก ค บันทึกข้อมูลศัพท์.....	242
ภาคผนวก ง ดรรชนีค้นศัพท์.....	29
	7
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	309

สารบัญตาราง

ตาราง

หน้า

ตาราง 1 รูปแบบมโนทัศน์สัมพันธ์ที่ใช้ในประมวลศัพท์..... 51



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพ 1 การใช้โปรแกรม Collocation Test หาคำที่เกิดร่วมกัน.....	39
ภาพ 2 การใช้โปรแกรม Concordancer for Windows หาคำที่เกิดร่วมกัน.....	40
ภาพ 3 การตัดรายการคำที่ไม่เกี่ยวข้องด้วย Autofilter.....	42
ภาพ 4 แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น.....	60
ภาพ 5 แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลศัพท์.....	64



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ในบทนี้จะกล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาของการทำประมวลศัพท์ การขาดประมวลศัพท์หมวดพาดิษยอิเล็กทรอนิกส์ วัตถุประสงค์ สมมติฐาน และขอบเขตของงานวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และโครงสร้างของวิทยานิพนธ์ เพื่อนำไปสู่การดำเนินการวิจัยในบทต่อไป

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทำประมวลศัพท์เริ่มมีขึ้นตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 และพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบัน วิธีวิทยาในการทำประมวลศัพท์ของนักศัพทวิทยาอาจมีข้อปลีกย่อยที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกัน แต่แนวคิดหลักที่ทุกคนไม่ว่าจะเป็น Sager (1990), Cabré (1999) หรือ Pearson (1998) มีเหมือนกันนั่นคือ การรวมรวมศัพท์ที่มีความสัมพันธ์กันจากตัวบทเฉพาะด้าน พร้อมทั้งให้นิยามและข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับศัพท์ต่างๆ เหล่านั้น แต่ปัญหาที่นักศัพทวิทยาต้องเผชิญก็คือ จะรู้ได้อย่างไรว่าคำใดเป็นศัพท์ จึงได้มีการเสนอแนวคิดในการแยกแยะระหว่างศัพท์กับคำ (ดูรายละเอียดได้ในบทที่ 2) และวิธีการเลือกศัพท์หรือดึงศัพท์ (term extraction) ออกจากตัวบทเฉพาะด้านที่ได้รวบรวมไว้เป็นคลังข้อมูลภาษา (corpus) เช่น เกณฑ์สัญญาณทางภาษา (linguistic signal) ของ Pearson (1998) เกณฑ์การคัดเลือกของ Cabré (1999: 137) หรือเกณฑ์ที่นักศัพทวิทยาส่วนใหญ่ใช้ นั่นคือเกณฑ์การคัดศัพท์ด้วยความถี่ (Yang 1986 quoted in Pearson 1998: 122) แต่ยังไม่มีการทดลองเปรียบเทียบให้เห็นเด่นชัดว่าวิธีใดเหมาะสมในการทำประมวลศัพท์มากที่สุด ซึ่งจะเป็นแนวทางให้นักศัพทวิทยาหรือผู้สนใจทำประมวลศัพท์นำไปใช้หรือประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดียิ่งขึ้นในการทำประมวลศัพท์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงมุ่งศึกษากระบวนการดังกล่าวเพื่อประโยชน์ในการทำประมวลศัพท์ต่อไปในอนาคต

นอกจากปัญหาในเรื่องกระบวนการทำประมวลศัพท์แล้ว ปัญหาการขาดประมวลศัพท์ที่เหมาะสมในสาขาวิชาเฉพาะด้านก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน ปัจจุบันเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่มีการเชื่อมโยงกันทั่วโลกหรือที่เรียกว่าอินเทอร์เน็ตนั้นมีบทบาทอย่างยิ่งในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา การติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และได้ขยายไปถึงการทำกิจกรรมด้าน

อื่นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์ นั่นคือการทำธุรกิจ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ ในโลกไร้พรมแดนนี้ ตัวอย่างเช่น Cyberatlas (2001) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลการวิจัยออนไลน์และสถิติต่างๆ จากการสำรวจด้านอินเทอร์เน็ตและการตลาดบนเว็บได้รายงานข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกาว่า ยอดขายในค.ศ.2001 ของพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ในสหรัฐอเมริกาสูงกว่าเจ็ดพันล้านดอลลาร์ และหลายๆ ประเทศได้บรรจุพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เข้าในหลักสูตรการศึกษาในระดับต่างๆ อาทิ "Electronic Commerce Strategy" มหาวิทยาลัยแมค-กิล ประเทศแคนาดา, "Introduction to Electronic Commerce" มหาวิทยาลัยฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา, "Electronic Commerce" มหาวิทยาลัยควีนมาร์กาเร็ต สกอตแลนด์ แห่งสหราชอาณาจักร, "Electronic Commerce Systems" มหาวิทยาลัยแมสซาชูเซตส์ ประเทศนิวซีแลนด์ และ "International Electronic Commerce" มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีหนานหยาง ประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น

ในประเทศไทยเองมีความตื่นตัวเรื่องพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ไม่น้อย หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจเสนอข่าวเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ถึง 19 ครั้งในช่วงสามเดือนแรกของ พ.ศ.2542 (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ 2542: 10) และมีการจัดทำนิตยสารด้านการพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ เช่น นิตยสาร e-commerce โดยบริษัทมีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด มีการเปิดสอนการพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ทั้งแบบประกาศนียบัตรฝึกอบรม และเป็นรายวิชาในมหาวิทยาลัยหลายแห่ง และปัจจุบันมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญกรุงเทพ (เอแบค) ได้เปิดสอนหลักสูตรปริญญาโท Master of Science in Internet and E-Commerce Technology (MS-IEC)

ในด้านของผู้ประกอบธุรกิจ จากการสำรวจของศูนย์พัฒนาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (2542) พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92 ของกลุ่มตัวอย่าง) เห็นว่ากิจกรรมพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งจำเป็นที่บริษัทควรทำ บริษัทที่ทำการค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และ International Data Corporation (IDC) ได้ประมาณว่ารายได้จากรูขุมรวมทางอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะเพิ่มสูงขึ้นถึงประมาณ 8,200 ล้านบาทใน พ.ศ. 2544 (อารีย์ มัยงพงษ์ 2542: 3-6)

แต่เป็นที่น่าสนใจว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าตนยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ และต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีในด้านนี้ รองลงมาคือข้อมูลการตลาด ข้อมูลเรื่องการรักษาความปลอดภัย และอื่นๆ (ศูนย์พัฒนาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ 2542: 9-11)

เนื่องจากพาดิษยธิเล็ททอนนิคส์เป็นธุรกิจใหม่ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วจากประเทศตะวันตก ข้อมูลข่าวสารหรือความรู้ในการทำธุรกิจจึงเป็นภาษาอังกฤษเสียส่วนใหญ่ และเผยแพร่อย่างกว้างขวางบนอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจ เมื่อผู้สนใจชาวไทยรับทราบข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลต่อไปนั้น การใช้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ก็แตกต่างกันไปตามแต่ผู้ใช้สะดวก และโดยทั่วไปมักใช้ภาษาอังกฤษหรือทับศัพท์ภาษาไทย ผู้บริโภคหรือผู้ที่สนใจธุรกิจนี้อาจยังไม่เข้าใจคำศัพท์บางคำซึ่งยังไม่มีการบัญญัติและให้นิยามไว้เป็นภาษาไทย และเกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดเมื่อรับทราบข่าวสารข้อมูลทางพาดิษยธิเล็ททอนนิคส์ ดังเช่นในจดหมายข่าวของศูนย์พัฒนาพาดิษยธิเล็ททอนนิคส์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2543 ได้แจกแจงข้อมูลสถิติทางการพาดิษยธิเล็ททอนนิคส์ที่รวบรวมจากการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมการสัมมนาต่างๆ ที่ศูนย์ จัดขึ้นในรอบปีพ.ศ.2543 ผู้เข้าร่วมนั้นมาจากวงการธุรกิจสำคัญๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดทั่วประเทศ ผลปรากฏว่าอุปสรรคสำคัญแรกสุดในการนำพาดิษยธิเล็ททอนนิคส์เข้ามาใช้ในกิจการคือการขาดความรู้ความเข้าใจที่ดีเพียงพอเกี่ยวกับการพาดิษยธิ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการหรือประชาชนทั่วไปต่างก็ยังไม่เข้าใจแนวคิดและประโยชน์ของพาดิษยธิเล็ททอนนิคส์อย่างชัดเจน ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการดำเนินการและการบริโภค

การทำพจนานุกรมหรืออภิธานศัพท์ (glossary) เพื่อช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคำศัพท์ในสาขาวิชาต่างๆ ในประเทศไทยมีอยู่ทั่วไปทั้งจากสถาบันของรัฐและเอกชน เฉพาะด้านที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ก็มีมากมาย เช่น ศัพท์คอมพิวเตอร์และศัพท์เทคโนโลยีสารสนเทศฉบับราชบัณฑิตยสถาน ศัพท์ไมโครคอมพิวเตอร์ โดย ชนะ ไศภารักษ์ และพจนานุกรมไอทีฉบับคำย่อ โดย ดร.ครรชิต มาลัยวงศ์ เป็นต้น เป็นที่น่าสังเกตว่า ราชบัณฑิตยสถานซึ่งเป็นองค์กรจัดมาตรฐาน (standardizing organization) มุ่งเน้นที่จะจัดตั้งมาตรฐานการใช้ศัพท์ภาษาไทย หนังสือเกี่ยวกับศัพท์ในสาขาวิชาเฉพาะต่างๆ จึงทำเป็นศัพท์บัญญัติเสียส่วนใหญ่ ส่วนพจนานุกรมด้านต่างๆ มักจัดทำโดยเอกชนที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ และมีวิธีทำแตกต่างกันไปตามที่ตนเห็นสมควร หนังสือเกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะด้านเหล่านี้มีทั้งพจนานุกรมพจนานุกรม อภิธานศัพท์ รวมศัพท์ แต่ยังไม่พบเล่มใดที่ระบุว่าจัดทำเป็นประมวลศัพท์ตามหลักวิชาศัพท์วิทยา (Terminology) ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าศาสตร์แขนงนี้ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักแพร่หลายในประเทศไทย

ในต่างประเทศ การทำประมวลศัพท์มีมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 และทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ซึ่งต้องการการกำหนด

และนิยามศัพท์ที่เป็นระบบเพื่อสร้างความเข้าใจให้ตรงกัน ศัพท์วิทยาจึงเป็นศาสตร์แขนงใหม่ที่ สำคัญทางภาษาศาสตร์ และเสริมสร้างมาตรฐานการทำประมวลศัพท์เฉพาะด้านในระดับสากล

จากการสำรวจศูนย์หนังสือจุฬาฯ สาขาสยามสแควร์ ซึ่งเป็นร้านหนังสือที่ใหญ่ ที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ เมื่อพ.ศ.2544 พบว่ายังไม่มีการจัดทำพจนานุกรมหรือประมวลศัพท์ ของพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะออกมาเป็นภาษาไทยแต่อย่างใด เท่าที่พบจะเป็นอภิธาน ศัพท์ท้ายเล่มของหนังสือเกี่ยวกับพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ เช่น

“digital cash (เงินสดดิจิทัล) วิธีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้แทนการใช้ เงินสด”

(เดวิด โคชิเออร์. เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์. แปลโดย ฉันทวุฒิ พีชผล. พิมพ์ ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น, 2542.)

จะเห็นได้ว่าอภิธานศัพท์ที่ยกตัวอย่างมานี้ได้ให้คำเทียบเคียงภาษาไทยและ อธิบายว่าศัพท์คำนั้นคืออะไรตามลักษณะของอภิธานศัพท์ทั่วไป ไม่ได้ให้ข้อมูลหรือความ เกี่ยวข้องกับศัพท์อื่นเพิ่มเติม ในขณะที่ประมวลศัพท์ซึ่งได้จากวิธีทางศัพท์วิทยานั้นนอกจากจะให้ คำเทียบเคียงภาษาไทยและนิยามแล้ว ยังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ของศัพท์คำนั้นกับ มโนทัศน์อื่นๆ เนื่องจากสังเคราะห์จากการใช้งานจริงในบริบทต่างๆ อีกทั้งยังมีตัวอย่างการใช้และ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น คำพ้อง คำตรงข้าม และอ้างอิงโยง ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรทำประมวลศัพท์หมวดพจนานุกรม อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้หลักเกณฑ์ทางศัพท์วิทยา ซึ่งเป็นศาสตร์ในการทำประมวลศัพท์ที่ได้ มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของประเทศต่างๆ เพื่อให้ได้ประมวลศัพท์ที่น่าเชื่อถือและมีความ ถูกต้องชัดเจน เสริมสร้างความเข้าใจมโนทัศน์ของพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. รวบรวมศัพท์ในหมวดการพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ครอบคลุมตั้งแต่การ วางแผนธุรกิจ การดำเนินธุรกิจ และการสนับสนุนการขาย จากคลังข้อมูลภาษาอังกฤษ
2. วิเคราะห์หาเครือข่ายมโนทัศน์ของการพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์จากคลังข้อมูล ภาษาที่สร้างขึ้น

3. ค้นคว้าหาคัพท์ภาษาไทยสำหรับศัพท์ภาษาอังกฤษจากคลังข้อมูลและเอกสารภาษาไทย หากไม่มีหรือไม่เหมาะสมจะกำหนดขึ้นใหม่อย่างเป็นระบบ

4. จัดทำฐานข้อมูลประมวลศัพท์ (Terminological database) สำหรับศัพท์ชุดนี้

สมมติฐานของการวิจัย

1. ศัพท์ในเรื่องการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แสดงให้เห็นหน่วยและความสัมพันธ์ทางมโนทัศน์ที่เป็นระบบ
2. มโนทัศน์เรื่องการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีรูปศัพท์ภาษาไทยที่หลากหลายและไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้จะเน้นที่การนำหลักการด้านศัพท์วิทยามาประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมในการทำประมวลศัพท์ และทดลองหากระบวนการดึงศัพท์ที่จะทำได้ศัพท์ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยที่ขอบเขตเนื้อหาของประมวลศัพท์ชุดนี้จะจำกัดเฉพาะส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (*electronic business*) นั่นคือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นส่วนของการซื้อขายแลกเปลี่ยนทำให้เกิดมูลค่าทางธุรกิจโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยในที่นี้จะพิจารณาเฉพาะการซื้อขายด้วยระบบคอมพิวเตอร์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่ใหญ่ที่สุดและใช้กันมากที่สุดคืออินเทอร์เน็ต

ประมวลศัพท์ชุดนี้จะทำเป็นประมวลศัพท์ของภาษาอังกฤษที่มีคำเทียบเท่าในภาษาไทย รวบรวมคำศัพท์ที่เกี่ยวกับการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ตในด้านของผู้ประกอบการที่ดำเนินต่อผู้บริโภค โดยครอบคลุมขั้นตอนดำเนินธุรกิจ คือ การเตรียมการ การดำเนินการ และการสนับสนุนการขาย

การเตรียมการ คือ การเตรียมพร้อมที่จะดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การเลือกรูปแบบธุรกิจ การจดชื่อโดเมน และการฝากเว็บไซต์ เป็นต้น

สำหรับการดำเนินการมี 2 ส่วน คือ ส่วนหน้า (*front-end*) หมายถึงส่วนที่ลูกค้าเห็น รับทราบข้อมูลหรือมีปฏิสัมพันธ์ ได้แก่ เว็บไซต์ ซึ่งมีส่วนประกอบต่างๆ ในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนประกอบที่สองคือส่วนหลัง (*back-end*) หมายถึงระบบการทำงานเบื้องหลังที่จำเป็นต่อการซื้อขายบนอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ระบบการรักษาความปลอดภัยและระบบการชำระเงิน

ในด้านการสนับสนุนการขยาย คือกลยุทธ์ที่มีส่วนช่วยให้การทำพาดินชย อีเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบต่างๆ และการบริการลูกค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งศึกษากระบวนการทำประมวลศัพท์หมวดพาดินชยอีเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอรูปแบบการทำประมวลศัพท์ที่เหมาะสมสำหรับศาสตร์ด้านนี้ และเป็นแนวทางให้ผู้สนใจศึกษาเรื่องการทำประมวลศัพท์ได้พัฒนา หรือปรับปรุงวิธีวิทยาในการทำประมวลศัพท์ต่อไป ประโยชน์อีกประการหนึ่งคือได้ประมวลศัพท์ที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเรื่องพาดินชยอีเล็กทรอนิกส์

ประมวลศัพท์หมวดพาดินชยอีเล็กทรอนิกส์นี้มุ่งให้ผู้ใช้ ได้แก่ นักธุรกิจในระดับต่างๆ ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย นักเรียนนักศึกษา ผู้บริโภค รวมทั้งสื่อมวลชน นักแปล และผู้สนใจ ได้ทราบแนวคิดและคำศัพท์หลักๆ ของการทำพาดินชยอีเล็กทรอนิกส์อย่างถูกต้องตรงกันในระดับหนึ่ง ซึ่งนอกจากจะเสริมสร้างความเข้าใจแล้ว ยังจะนำไปสู่ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการและผู้บริโภคเกิดความเข้าใจและความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น

โครงสร้างของวิทยานิพนธ์

เนื้อหาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ ตามลักษณะของเนื้อหาและการนำเสนอ ดังนี้

ส่วนแรก (บทที่ 2) จะกล่าวถึงความเป็นมาและทฤษฎีทางศัพท์วิทยา เพื่อแสดงถึงความสำคัญและแนวคิดของศาสตร์นี้ รวมถึงความแตกต่างระหว่างพจนานุกรมกับประมวลศัพท์ และหลักการทำประมวลศัพท์ ซึ่งจะให้เห็นภาพรวมของประมวลศัพท์และกรอบในการวิจัย ช่วยให้มี ความเข้าใจในเรื่องการทำประมวลศัพท์มากยิ่งขึ้น

ส่วนที่สอง (บทที่ 3, 4, 5 และ 6) เป็นการนำเสนอกระบวนการจัดทำประมวลศัพท์โดยละเอียด ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักและเป็นเนื้อหาสำคัญของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบไปด้วยการเตรียมข้อมูลเพื่อทำประมวลศัพท์และการสร้างคลังข้อมูลภาษา (corpus) กระบวนการต่างๆ ที่ทดลองใช้ในการดึงศัพท์พร้อมเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของ

แต่ละวิธี การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์สำหรับศัพท์ที่ได้ การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (extraction records) และการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์ (terminological records) พร้อมให้คำเทียบเคียงภาษาไทยและนิยาม โดยจะนำเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไขในแต่ละขั้นตอนด้วย

ส่วนที่สาม (บทที่ 7) เป็นผลสรุปของการวิจัย เป็นการสรุปกระบวนการที่ใช้ในการจัดทำประมวลศัพท์ครั้งนี้ทั้งหมด ผลลัพธ์ที่ได้ อุปสรรคในการทำงาน รวมทั้งประโยชน์และข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ส่วนที่สี่ (ภาคผนวก ก, ข และ ค) แสดงข้อมูลและผลลัพธ์จากการวิจัย ได้แก่ รายละเอียดข้อมูลต่างๆ ในคลังข้อมูลภาษา บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นพร้อมด้วยเครือข่ายมโนทัศน์ (conceptual network) ที่แสดงมโนทัศน์สัมพันธ์ (conceptual relation) และบันทึกข้อมูลศัพท์ ภาคผนวกดังกล่าวจะช่วยให้เห็นผลที่ได้จากการดำเนินการแต่ละขั้นตอน และผลสรุปสุดท้ายจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดหรือบันทึกข้อมูลศัพท์ ซึ่งก็คือประมวลศัพท์หมวดพจนานิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั่นเอง

ทั้งนี้ถ้ามีการอ้างถึงศัพท์หมวดพจนานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ในภาคผนวก ข และ ค ไว้ในเนื้อหาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ก็จะแสดงไว้เป็นตัวเอนเพื่อให้ทราบว่าเป็นศัพท์ และผู้สนใจสามารถอ่านรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับศัพท์คำนั้นได้ในภาคผนวกที่เกี่ยวข้องด้วยการค้นจากดรชนี้ค้นศัพท์ท้ายเล่มว่าศัพท์คำนั้นปรากฏอยู่หรือเกี่ยวข้องกับบันทึกใดในภาคผนวก ข และ ค ส่วนคำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ไม่ใช่ศัพท์ในประมวลศัพท์ชุดนี้ ก็จะเป็นตัวอักษรปกติ หรือในกรณีที่ต้องการเน้น บางคำอาจเป็นตัวหนา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงความหมายของศัพท์วิทยา ความเป็นมา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่ออธิบายความหมายของศัพท์วิทยา และปูพื้นความคิดเกี่ยวกับศัพท์วิทยาและทฤษฎีในการทำประมวลศัพท์ พร้อมทั้งกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างประมวลศัพท์และพจนานุกรมรวมถึงหลักการการทำประมวลศัพท์ เพื่อให้เห็นภาพรวมและกรอบการทำงานในการทำประมวลศัพท์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ความหมายของศัพท์วิทยา

ศัพท์วิทยามุ่งขจัดปัญหาในการสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับบุคคลทั่วไป เมื่อต้องสื่อสารในเรื่องที่เกี่ยวกับสาขาวิชาเฉพาะ โดยใช้หลักศึกษามโนทัศน์ (concept) ในสาขาวิชานั้นๆ แล้วกำหนดและนิยามคำศัพท์ (term) ที่ก่อให้เกิดมโนทัศน์ คำศัพท์แต่ละตัวมีมโนทัศน์ของตัวเองและเกี่ยวเนื่องกับมโนทัศน์ของศัพท์คำอื่นๆ ช่วยให้เห็นภาพรวมและเข้าใจมโนทัศน์ใหญ่ การทำประมวลศัพท์ในมโนทัศน์ของศัพท์วิทยาจึงไม่ใช่เป็นเพียงการรวบรวมคำศัพท์และอธิบายความหมาย

คำว่า ศัพท์วิทยา หรือ terminology นี้ นักภาษาศาสตร์หลายท่านได้ให้นิยามไว้คล้ายคลึงกัน เช่น Sager (1990: 3) เห็นว่า ศัพท์วิทยาคือการศึกษาและสาขากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวม การอธิบาย การประมวลผล และการนำเสนอศัพท์หรือคำที่อยู่ในขอบเขตการใช้เฉพาะสาขาของภาษาหนึ่งๆ

Sager ยังได้แยกความหมายของคำว่า terminology ออกเป็น 3 นัยด้วย ได้แก่

- วิธีการเก็บ อธิบาย และนำเสนอศัพท์
- ทฤษฎี อันได้แก่พื้นฐาน ข้อโต้แย้ง และข้อสรุปซึ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์และศัพท์
- คำศัพท์ในสาขาวิชาเฉพาะ (special subject field)

องค์การมาตรฐานสากล หรือ ISO 1087-1 (2000: 10) ให้นิยามไว้ว่า terminology คือ ชุดคำ (designation) ของภาษาเฉพาะสาขา (special language) และอีกความหมายหนึ่งคือ ศาสตร์ที่ศึกษาโครงสร้าง การสร้าง การพัฒนา การใช้ และการจัดการศัพท์ (terminology) ในสาขาวิชาเฉพาะต่างๆ

ส่วน Budin (2000 : 2) ให้นิยามไว้ว่า terminology คือชุดมโนทัศน์และรูปแบบ ซึ่งจัดโครงสร้างอย่างมีระเบียบในสาขาวิชาหนึ่งของภาษาหนึ่ง

จากตัวอย่างนิยามที่ยกมานี้พอสรุปได้ว่า "terminology" ในแง่ของศาสตร์หรือที่เรียกว่า "ศัพท์วิทยา" หมายถึงการศึกษาศัพท์ในสาขาวิชาเฉพาะ โดยรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และสังเคราะห์จนได้ผลลัพธ์คือ "ประมวลศัพท์" (terminology) หรือรายการคำศัพท์ของภาษาเฉพาะสาขาที่แสดงถึงมโนทัศน์ในสาขานั้นๆ

ความเป็นมาของศัพท์วิทยา

ตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 เป็นต้นมา เทคโนโลยีในด้านต่างๆ เจริญก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็วอันเป็นผลมาจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ พร้อมกันนั้นก็เกิดคำศัพท์ใหม่ๆ ขึ้นมากมายในวงวิชาการต่างๆ และนำไปสู่ปัญหาในการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในสาขาเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญต่างสาขา และประชาชนทั่วไป เช่น ศัพท์ใหม่ ศัพท์ที่มีอยู่แล้วแต่มีความหมายเปลี่ยนไปเมื่อใช้ในอีกวงการหนึ่ง หรือแม้แต่ในวงการเดียวกันก็อาจมีคำศัพท์ที่ต่างคนต่างใช้โดยหมายถึงสิ่งเดียวกัน ทำให้ไม่มีมาตรฐานและสร้างความสับสน ดังนั้นศัพท์วิทยาจึงเกิดขึ้นเพื่อขจัดหรือลดความยุ่งยากในการสื่อสารเหล่านี้

ในศตวรรษที่ 18 นักเคมีชื่อ Lavoisier นำเสนอระบบมโนทัศน์พร้อมคำศัพท์ใหม่ทางเคมีเป็นภาษาฝรั่งเศส ถือได้ว่าเป็นการปฏิวัติทางมโนทัศน์และศัพท์วิทยา กล่าวคือเป็นการสร้างภาษาใหม่ทางเคมีอย่างเป็นระบบ และมีการนำไปใช้กันอย่างกว้างขวางในสมัยนั้น กลายเป็นพื้นฐานของศัพท์วิทยาด้านเคมีมาจนถึงปัจจุบัน

ช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ความต้องการศัพท์เทคนิคที่ได้มาตรฐานเพิ่มขึ้นมาก เหล่าวิศวกรได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อสร้างมาตรฐานและกำหนดศัพท์เป็นภาษาต่างๆ ราวศตวรรษที่ 20 ในช่วงครึ่งศตวรรษแรก ยังไม่มีนักภาษาศาสตร์หรือนักวิทยาศาสตร์สังคมให้ความสนใจศัพท์วิทยามากนัก แต่ในช่วงครึ่งหลัง ศัพท์วิทยามีการพัฒนามากขึ้นทั้งในด้านทฤษฎีและการนำไปใช้ รวมถึงระเบียบวิธีในการทำ

Cabré (1999 : 5) กล่าวว่าศัพท์วิทยาสมัยใหม่เริ่มขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1930 จากผลงานของวิศวกรชื่อ Eugen Wüster ที่กรุงเวียนนา Wüster ตั้งทฤษฎีศัพท์วิทยาขึ้น โดยเน้นเรื่องลักษณะสากลของศัพท์อิเล็กทรอนิกส์ และแสดงระเบียบวิธีการสร้างมาตรฐานทางศัพท์วิทยา บุคคลผู้นี้ถือได้ว่าเป็นผู้ก่อตั้งศัพท์วิทยาสมัยใหม่ ส่วนตัว Wüster เองได้ยกย่องบุคคล 4 คนต่อไปนี้เป็นบิดาแห่งทฤษฎีศัพท์วิทยาสมัยใหม่ ได้แก่ A. Schloman จากเยอรมนีซึ่งเป็นคน

แรกที่คำนึงถึงความเป็นระบบของศัพท์เฉพาะ F. de Saussure นักภาษาศาสตร์ชาวสวิสคนแรกที่สนใจระบบธรรมชาติของภาษา E. Dresen ชาวรัสเซียผู้บุกเบิกการเน้นความสำคัญของมาตรฐานและเป็นแรงผลักดันสำคัญของ ISA (สมาคมมาตรฐานสากล) และ J.E. Holmstrom นักคิดชาวอังกฤษจากยูเนสโกผู้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ศัพท์วิทยาในระดับนานาชาติ และเป็นคนแรกที่เรียกร้องให้มีองค์กรสากลเพื่อจัดการกับเรื่องนี้

พัฒนาการของศัพท์วิทยาสสมัยใหม่แบ่งได้เป็น 4 ระยะ (Auger 1988 quoted in Cabré 1999 : 5) คือ

1. ระยะแรกเริ่ม (ค.ศ.1930 - 1960)
2. ระยะก่อร่าง (ค.ศ.1960 - 1975)
3. ระยะโต้งตั้ง (ค.ศ.1975 - 1985)
4. ระยะขยายตัว (ค.ศ.1985 - ปัจจุบัน)

ช่วงเริ่มต้นของพัฒนาการทางการศึกษาศัพท์วิทยาได้จากรูปแบบของระเบียบวิธีในการสร้างศัพท์อย่างเป็นระบบ Wüster และ Lotte เขียนตำราทฤษฎีศัพท์วิทยาขึ้นเป็นครั้งแรก

ช่วงที่สอง งานศัพท์วิทยาก้าวหน้ามากขึ้นอีก เนื่องจากการพัฒนาคอมพิวเตอร์เมนเฟรมและเทคนิคการจัดเก็บเอกสาร มีการทำคลังข้อมูล (databank) ขึ้นเป็นครั้งแรก และเริ่มสร้างมาตรฐานการทำประมวลศัพท์

ช่วงที่สามเป็นช่วงที่ศัพท์วิทยาเป็นที่รู้จักกันไปทั่ว มีการวางแผนและทำโครงการประมวลศัพท์ต่างๆ บางประเทศ เช่น ออสเตรเลียและอิสราเอลเริ่มวางนโยบายทางภาษาของตน ศัพท์วิทยาทวีความสำคัญในภาษาศสมัยใหม่ และการที่คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลแพร่หลายก็ทำให้การประมวลผลข้อมูลเพื่อทำประมวลศัพท์เปลี่ยนไปทำด้วยคอมพิวเตอร์มากขึ้น

ช่วงที่สี่จนถึงปัจจุบัน วิทยาการคอมพิวเตอร์เป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันให้การทำประมวลศัพท์เปลี่ยนแปลงไป มีเครื่องมือและทรัพยากรที่สนองความต้องการได้ดียิ่งขึ้น ใช้สะดวก และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ศัพท์วิทยายังก้าวเข้าไปมีบทบาทในวงการภาษา ความร่วมมือระหว่างนานาชาติขยายวงกว้างขึ้นและมั่นคง มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและร่วมมือกันฝึกอบรมนักศัพท์วิทยา

หลังสงครามโลกครั้งที่สอง มีการจัดตั้งองค์การมาตรฐานสากล (ISO) และได้ตั้งคณะกรรมการด้านเทคนิคในเรื่องศัพท์วิทยาขึ้นในค.ศ. 1951 เรียกว่า TC 37 จากนั้นได้มีการตีพิมพ์ข้อเสนอแนะฉบับแรกของ ISO เรื่องศัพท์วิทยาออกมาในค.ศ. 1968 (Pearson 1998 : 9)

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการและความสำคัญของงานศัพท์วิทยาที่ผู้เชี่ยวชาญในแขนงวิชาต่างๆ ได้ตระหนักและพยายามสร้างเสริมให้มั่นคงและแพร่หลายเพื่อเอื้อประโยชน์ในการเผยแพร่วิชาความรู้ไปสู่บุคคลทั่วไป

ทฤษฎีศัพท์วิทยา

ในทฤษฎีศัพท์วิทยา ลักษณะของมโนทัศน์ มโนทัศน์สัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างศัพท์กับมโนทัศน์ และการกำหนดชื่อหรือศัพท์ให้แก่มโนทัศน์เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก กล่าวคือเน้นการศึกษามโนทัศน์ในสาขาวิชาเฉพาะ แล้วนิยามหรือกำหนดศัพท์ให้มโนทัศน์นั้น โดยมีโครงสร้างมโนทัศน์เป็นพื้นฐาน แต่ในทางปฏิบัติ นักศัพท์วิทยามีศัพท์ให้ศึกษาอยู่แล้ว โดยจะรวบรวมคำศัพท์จากเนื้อหาที่มีอยู่จริง เนื่องจากเห็นพ้องกันว่าศัพท์เป็นตัวแทนหรือสัญลักษณ์ของมโนทัศน์ จากนั้นจึงสร้างระบบมโนทัศน์ขึ้นเพื่อกำหนดมโนทัศน์ของศัพท์แต่ละคำและความสัมพันธ์ระหว่างกันให้ชัดเจน แล้วเขียนนิยามศัพท์ตามความสัมพันธ์ในระบบมโนทัศน์

หลักการพื้นฐานทางศัพท์วิทยานี้แสดงให้เห็นว่ามีแนวคิดสำคัญที่ทำให้เกิดศัพท์วิทยา ซึ่งก็คือแนวคิดเรื่องมโนทัศน์และศัพท์

- แนวคิดเรื่องมโนทัศน์

ISO 1087 (1990 : 5 quoted in Pearson 1998 : 15) ให้นิยามของ "มโนทัศน์" ว่าหมายถึง หน่วยความคิดที่สร้างขึ้นจากการสรุปโดยคุณสมบัติที่มีร่วมกันในชุดวัตถุนั้น ส่วน Sager (1990 : 22) ให้นิยามไว้ว่า มโนทัศน์คือผลที่ได้จากกระบวนการรู้จำของมนุษย์ซึ่งช่วยแบ่งประเภทวัตถุโดยการสรุปอย่างมีระบบหรือตามสะดวก

สรุปแล้วมโนทัศน์คือความคิดที่เรามีต่อวัตถุหนึ่ง เป็นความคิดที่แบ่งประเภทวัตถุ โดยดูตามคุณสมบัติของวัตถุนั้น เช่น เครื่องมือที่สร้างขึ้นเพื่อช่วยในการคำนวณ เรียกว่า เครื่องคิดเลข และยังแบ่งประเภทของเครื่องคิดเลขได้อีกตามคุณสมบัติอื่นๆ เช่น เครื่องคิดเลขที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องคิดเลขที่ไม่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อจัดกลุ่มโครงสร้างมโนทัศน์ จะทำให้เห็นชัดเจนขึ้นว่าวัตถุแต่ละอย่างมีขอบเขตมโนทัศน์แค่ไหนและมีความสัมพันธ์กันอย่างไร รายละเอียดในเรื่องนี้จะกล่าวถึงในบทที่ 4

อนึ่ง Sager (1990: 58) กล่าวว่า ทฤษฎีศัพท์วิทยาสมัยใหม่ยอมรับว่ามโนทัศน์หนึ่งอาจมีศัพท์หลายคำที่แสดงมโนทัศน์นั้น อาจเป็นคำพ้องหรือรูปที่ต่างไปตามสถานการณ์การสื่อสารหรือตามบริบท ไม่ใช่ว่ามโนทัศน์หนึ่งจะแสดงด้วยศัพท์เพียงคำเดียวตามที่เคยยึดถือกันมาในอดีต และแนวคิดนี้มีผลต่อการคัดเลือกข้อมูลเพื่อสร้างคลังข้อมูลภาษา (corpus) และการทำมโนทัศน์สัมพันธ์ ซึ่งจะได้กล่าวต่อไปโดยละเอียดในบทที่ 3 และ 4

- แนวคิดเรื่องศัพท์

แนวคิดสำคัญที่ทำให้เกิดศัพท์วิทยา คือ แนวคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างคำ (word) และศัพท์ (term)

ปกติในการสื่อสารในชีวิตประจำวัน คำที่ใช้กันจะเป็นคำที่ทุกคนทราบความหมายดี แต่หากเนื้อหาของการสื่อสารนั้นเกี่ยวกับสาขาวิชาใดๆ สิ่งที่อยู่อ่านหรือคู่สนทนา มักจะให้เห็นหรือได้ยินคือคำแปลกๆ หรือคำที่มีความหมายต่างจากที่เคยใช้ นักภาษาศาสตร์หลายคนตั้งข้อสังเกตเช่นว่านี้ และต่างก็เสนอแนวคิดของตนเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่าง "คำ" และ "ศัพท์" ซึ่ง Pearson (1998: 1-40) ได้ศึกษาแนวคิดต่างๆ ดังกล่าวและสรุปไว้ เช่น

Rondeau (1984) มองว่าศัพท์คือคำที่ใช้ในสาขาวิชาเฉพาะ

Sager (1990) ให้ความเห็นว่า ศัพท์กับคำแตกต่างกัน กล่าวคือ ศัพท์บ่งบอกลักษณะเฉพาะของสาขาวิชานั้น ศัพท์จะอ้างถึงความหมายพิเศษในสาขาหนึ่งๆ ส่วนคำจะอ้างถึงความหมายทั่วไปซึ่งไม่เฉพาะเจาะจงว่าใช้ในสาขาใด

ส่วนนิยามของ ISO 1087 มีว่า ศัพท์คือรูปแบบมโนทัศน์ที่ชัดเจนในภาษาเฉพาะสาขาซึ่งแสดงออกมาด้วยถ้อยคำทางภาษาศาสตร์ ส่วนคำคือหน่วยทางภาษาที่เล็กที่สุดที่มีความหมายและอยู่เป็นเอกเทศในประโยคได้

แม้นิยามของคำว่า "ศัพท์" จะคล้ายคลึงกันคือหมายถึงคำที่มีความหมายเฉพาะซึ่งใช้ในสาขาวิชาหนึ่ง แต่กระนั้นก็ไม่มีความชัดเจนจะมาตัดสินได้ว่าคำใดถือว่าเป็นศัพท์ นักภาษาศาสตร์บางคนเช่น Trimble และ Trimble (1978), Herbert (1965) รวมถึง Godman และ Payne (1981) ใช้วิธีแบ่งประเภทศัพท์ เช่น ศัพท์เทคนิค ศัพท์กึ่งเทคนิค ศัพท์ไม่เทคนิค แต่เกณฑ์ในการแบ่งก็ไม่ชัดเจนเช่นกัน

ในที่สุด Pearson (1998) ก็ได้สรุปว่าคำใดจะเป็นศัพท์หรือไม่ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การสื่อสาร (communicative setting) คำที่เป็น "คำ" ในสถานการณ์การสื่อสารหนึ่ง อาจเป็น "ศัพท์" ในสถานการณ์การสื่อสารอื่นก็ได้ เช่น เมื่อกล่าวถึง banner ad ในสถานการณ์ทั่วไปจะหมายถึงป้ายผ้าสำหรับโฆษณาหรือให้ข้อมูลซึ่งติดตามร้านหรือถนนหนทางต่างๆ แต่หากผู้พูดกำลังพูดเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ banner ad ก็จะมีหมายถึงป้ายโฆษณาที่อยู่บนหน้าเว็บและเชื่อมโยงกับเว็บไซต์เจ้าของป้ายนั้น เป็นต้น

ความแตกต่างระหว่างประมวลศัพท์กับพจนานุกรม

การทำพจนานุกรมคือการศึกษารวบรวมคำต่างๆ ไป ส่วนศัพท์วิทยาหรือการทำประมวลศัพท์เป็นการศึกษาเรื่องคำในภาษาเฉพาะสาขาหรือศัพท์ซึ่งเกี่ยวข้องกับขอบเขตความรู้ในสาขาเฉพาะ แม้จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับคำและรวบรวมคำเหมือนกัน แต่พจนานุกรม

และประมวลศัพท์ก็มีข้อแตกต่างที่สำคัญในเรื่องต่างๆ ดังนี้ (Cabré 1999: 35-38 และ POINTER 2001)

- ขอบเขต

พจนานุกรมรวบรวมคำทั่วไปในภาษา แต่ประมวลศัพท์มุ่งที่คำในภาษาเฉพาะสาขาวิชา เช่น ฟิสิกส์ เคมี หรือภาษาที่ใช้ในอาชีพหนึ่งๆ เช่น นักธุรกิจ นักกีฬา

- หน่วยพื้นฐาน

พจนานุกรมเป็นการศึกษา "คำ" ส่วนประมวลศัพท์เป็นการศึกษา "ศัพท์"

- วัตถุประสงค์

พจนานุกรมมุ่งอธิบายคำในแง่ภาษาศาสตร์และการใช้แก่บุคคลทั่วไป ส่วนประมวลศัพท์มุ่งศึกษาศัพท์เพื่อแสดงมโนทัศน์ที่มีการใช้จริงในสาขาวิชาเฉพาะ จัดระเบียบศัพท์และลดความสับสนในการสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญ และผู้เชี่ยวชาญกับบุคคลทั่วไป

- วิธีวิทยา (methodology) และการนำเสนอ

การทำพจนานุกรมเริ่มจากการศึกษาคำ และกำหนดลักษณะการใช้ตามหน้าที่และความหมายของคำ แล้วนำเสนอตามลำดับอักษร ส่วนการทำประมวลศัพท์จะเริ่มจากการศึกษามโนทัศน์ แล้วกำหนดศัพท์ใหม่มโนทัศน์นั้น หรือดูว่าศัพท์คำนั้นแสดงมโนทัศน์อะไร และแต่ละมโนทัศน์สัมพันธ์กันอย่างไร แล้วนำเสนอตามกลุ่มมโนทัศน์

นอกจากนี้ยังมีข้อแตกต่างปลีกย่อยอื่นๆ เช่น เรื่องชนิดของคำ พจนานุกรมมีคำทุกชนิด รวมถึงคำนำหน้านาม คำสันธาน และคำบุพบท ในขณะที่ประมวลศัพท์มีศัพท์ไม่กี่ชนิดคำ ได้แก่ คำนาม คำกริยา คำวิเศษณ์ และคำคุณศัพท์ เป็นต้น

หลักการทำประมวลศัพท์

การทำประมวลศัพท์โดยทั่วไปมีสองวิธีคือ การทำประมวลศัพท์เฉพาะกรณีและการทำประมวลศัพท์เป็นระบบ (Sager 1990: 130 และ Cabré 1999: 129)

การทำประมวลศัพท์เฉพาะกรณี (ad-hoc) หมายถึงการที่นักศัพท์วิทยาศึกษาข้อมูลที่มีอยู่แล้วและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาคำตอบสำหรับศัพท์เพียงคำเดียวหรือศัพท์จำนวนไม่มากนัก (มักจะไม่เกิน 60 คำ) เช่น ศัพท์ใหม่ในสาขาวิชาหนึ่ง หรือหาคำเทียบเคียงในภาษาอื่นให้แก่ศัพท์เฉพาะที่มีอยู่แล้ว

ส่วนการทำประมวลศัพท์เป็นระบบ (systematic) มีการสร้างคลังข้อมูลเป็นแหล่งทรัพยากรเพื่อศึกษาและสร้างประมวลศัพท์ ขนาดของประมวลศัพท์มักใหญ่กว่าประมวลศัพท์เฉพาะกรณี และจุดประสงค์หลักของการทำประมวลศัพท์เป็นระบบคือการสร้างประมวลศัพท์ในสาขาวิชาเฉพาะ ไม่ใช่แค่เพื่อตอบคำถามของผู้ที่สงสัยเกี่ยวกับศัพท์เหมือนในการทำประมวลศัพท์เฉพาะกรณี

ทั้งสองแบบนี้สามารถนำเสนอเป็นภาษาเดียว สองภาษา หรือหลายภาษาได้ แล้วแต่จุดประสงค์ของนักศัพทวิทยา

การทำประมวลศัพท์ในงานวิจัยฉบับนี้จึงเป็นการทำประมวลศัพท์เป็นระบบ เพราะต้องการสร้างประมวลศัพท์ในสาขาพาดิษยิเล็กทรอนิกส์ และประเมินว่าในขอบเขตที่กำหนดไว้ที่น่าจะมีศัพท์ประมาณ 150 คำ โดยปรับใช้หลักการทำประมวลศัพท์จากตำราและแนวคิดของนักศัพทวิทยาหลายท่าน ได้แก่ Cabré (1999), Sager (1990), Pearson (1998) และ Wright and Budin (1997) ตามความเหมาะสม และจัดทำเป็นแบบภาษาอังกฤษภาษาเดียว แต่มีคำเทียบเคียงและนิยามภาษาไทย เพราะต้องการสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ใช้ชาวไทย ส่วนรูปแบบการทำประมวลศัพท์นั้นยึดตาม M. Teresa Cabré ในหนังสือ Terminology : Theory, Method and Applications (1999) เป็นหลัก เนื่องจากมีความชัดเจนและเป็นระบบที่สุด โดยแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

1. การกำหนดขอบเขตการทำประมวลศัพท์ เช่น เนื้อหาของประมวลศัพท์จะครอบคลุมเรื่องใดบ้าง ซึ่งจะมีผลต่อขนาดของประมวลศัพท์ จุดประสงค์คืออะไร กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร
2. การเตรียมการ ได้แก่ การหาข้อมูล การเลือกที่ปรึกษา การคัดเลือกข้อมูล การทำคลังข้อมูลภาษา เป็นต้น
3. การทำตัวประมวลศัพท์ โดยการดึงศัพท์ การทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (extraction record) การทำมโนทัศน์สัมพันธ์ (conceptual relation) และการทำบันทึกข้อมูลศัพท์ (terminological record)
4. การนำเสนอผลงาน นำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบและค้นคืนข้อมูลได้ง่าย
5. การตรวจสอบและแก้ไข ตรวจสอบกับพจนานุกรมหรืออภิธานศัพท์ (glossary) เฉพาะด้านและผู้เชี่ยวชาญ แล้วปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงประมวลศัพท์ตามความเหมาะสม

6. การแก้ปัญหาและข้อเสนอแนะ ระบุปัญหาที่พบ วิธีแก้ปัญหา และ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่างานวิจัยฉบับนี้ปรับใช้แนวคิดของนักศัพทวิทยาตามความเหมาะสม แม้จะยึดรูปแบบการทำงานของ Cabré (1999) แต่ผู้ทำวิจัยได้ปรับเปลี่ยนรายละเอียดปลีกย่อยในบางหัวข้อคือยกการทำมโนทัศน์สัมพันธ์จากเดิมที่อยู่ในหัวข้อที่ 2 มาไว้ในหัวข้อที่ 3 เพื่อแสดงความเกี่ยวพันของศัพท์และมโนทัศน์ให้เห็นอย่างชัดเจน เป็นการนำเสนอการทำประมวลศัพท์อีกรูปแบบหนึ่ง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ขอบเขตและการเตรียมทำประมวลศัพท์

ก่อนทำประมวลศัพท์จะต้องมีการกำหนดหัวข้อและขอบเขตให้ชัดเจน และต้องมีการเตรียมข้อมูลต่างๆ ตามหลักศัพทวิทยา บทที่ 3 นี้จะแสดงรายละเอียดในเรื่องดังกล่าว รวมถึงการสร้างคลังข้อมูลภาษาที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ในเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และกรอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เห็นการเตรียมการและขอบเขตในการทำประมวลศัพท์หมวดนี้ ก่อนที่จะไปสู่การดำเนินการในขั้นต่อไปในบทที่ 4 นอกจากนี้ยังมีการระบุปัญหาที่พบและการแก้ไขปัญหา เพื่อเป็นตัวอย่างหรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาสำหรับผู้ทำประมวลศัพท์รายอื่น ๆ

การจำกัดขอบเขต

ขอบเขตของงานวิจัยที่ต้องกำหนดให้ชัดเจนอาจแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

1. หัวข้อและขอบเขต

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษากระบวนการทำประมวลศัพท์หมวดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (*electronic commerce*) ซึ่งจะจำกัดเฉพาะการซื้อขายผ่านคอมพิวเตอร์ทางระบบอินเทอร์เน็ต ครอบคลุมตั้งแต่เริ่มกระบวนการคือเริ่มตั้งร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต การซื้อขาย ไปจนถึงการชำระเงิน และการสนับสนุนการขาย เช่น การบริการลูกค้า การโฆษณา เป็นต้น โดยเน้นการให้ภาพรวมของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่จะไม่ลงลึกในรายละเอียดทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เช่น ระเบียบวิธีในการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล หรือระบบหลังร้านในการทำธุรกิจ เช่น การทำบัญชี ภาษี หรือสินค้าคงคลัง

2. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการทำประมวลศัพท์ครั้งนี้ นอกจากนักศึกษาหรือผู้สนใจทำประมวลศัพท์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ยังรวมถึงนักธุรกิจในระดับต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้สนใจจะทำธุรกิจออนไลน์ ผู้ที่เริ่มทำ หรือผู้ที่กำลังดำเนินกิจการอยู่ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้จัดส่งสินค้า และผู้บริโภค ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งนักเรียนนักศึกษา สื่อมวลชน นักแปล และผู้สนใจอื่นๆ ก็จะได้ทราบและเข้าใจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งแพร่หลายอยู่ในขณะนี้

3. วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์สำคัญของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คือศึกษากระบวนการทำประมวลศัพท์หมวดพาดิษยอเล็กทรอนิกส์ โดยนำหลักการและแนวคิดของนักศัพทวิทยาหลายๆ ท่าน ดังที่ได้กล่าวถึงแล้วในบทที่ 2 มาประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม รวมถึงทดลองหาวิธีการดั่งศัพท์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อเสนอการทำประมวลศัพท์อีกรูปแบบหนึ่ง และเป็นแนวทางให้นักศึกษาหรือผู้สนใจนำไปปรับใช้ในการทำประมวลศัพท์หมวดอื่นๆ หรือศึกษาวิจัยต่อไปเพื่อพัฒนารูปแบบการทำประมวลศัพท์ในหมวดนี้ และเพื่อให้ได้ประมวลศัพท์อันจะทำให้บุคคลต่างๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ทราบแนวคิดและคำศัพท์ในการทำพาดิษยอเล็กทรอนิกส์อย่างถูกต้องตรงกัน เป็นการเสริมสร้างความเข้าใจให้ดียิ่งขึ้น

การเตรียมทำประมวลศัพท์

การเตรียมการเพื่อทำประมวลศัพท์แบ่งได้เป็นสามข้อใหญ่ๆ คือ

1. การหาข้อมูล

Cabré (1999: 116-125) อธิบายว่าการทำประมวลศัพท์ให้ประสบความสำเร็จควรมีข้อมูลต่อไปนี้

ข้อมูลอ้างอิง ซึ่งจะให้ข้อมูลในด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำประมวลศัพท์ แบ่งเป็นสี่ประเภท ได้แก่

- เอกสารอ้างอิง หาได้จากบรรณานุกรม ฐานข้อมูล ศูนย์การทำประมวลศัพท์ และผู้เชี่ยวชาญ
- เอกสารเฉพาะสาขาวิชา หมายถึงเอกสารในสาขาวิชาที่จะทำประมวลศัพท์ อาจเป็นแฟ้มหัวข้อเฉพาะที่รวบรวมบทความจากหนังสือพิมพ์ วารสารเฉพาะทาง หรือบรรณานุกรมในสาขานั้น
- เอกสารเกี่ยวกับศัพท์ เช่น พจนานุกรมหรือฐานข้อมูลคำศัพท์ เพื่อใช้ตรวจสอบคำศัพท์ในด้านต่างๆ เช่น การใช้ ไวยากรณ์ ความหมาย การสะกด เป็นต้น
- เอกสารเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยและการนำเสนอผลงาน เช่น ISO เรื่องการทำประมวลศัพท์ข้อมูลเฉพาะด้าน เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการทำคลังข้อมูลภาษา มักเป็นงานเขียนหรือบทสนทนาระหว่างผู้เชี่ยวชาญ เนื้อหาของข้อมูลเป็นตัวแทนในสาขาวิชานั้นๆ และสอดคล้องกับจุดประสงค์ของงานและขอบเขตของหัวข้อ มีความทันสมัย ชัดเจน มีข้อมูลอ้างอิงที่ค้นคืนได้

ข้อมูลสนับสนุน หมายถึงการเก็บบันทึกเพื่อจัดระเบียบข้อมูล ได้แก่ บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (extraction record) และบันทึกข้อมูลศัพท์ (terminological record)

ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลอ้างอิงและข้อมูลเฉพาะด้านจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ สิ่งตีพิมพ์ เช่น หนังสือและบทความ และจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ฐานข้อมูลและอินเทอร์เน็ต ดังรายละเอียดที่ได้แสดงไว้ในภาคผนวก ก ส่วนข้อมูลสนับสนุนจะกล่าวถึงต่อไปในบทที่ 4

2. การเลือกที่ปรึกษา

ที่ปรึกษาในการทำศัพท์วิทยามักเป็นผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์หรือสาขาวิชาที่จะทำประมวลศัพท์ การทำวิจัยครั้งนี้ได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญทางพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ จำนวนสี่ท่าน ได้แก่ (เรียงตามลำดับอักษร)

- 1) คุณแก้วตา นาคเจริญ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายสารสนเทศ บริษัท In A Channel Solution (Thailand) Co.,Ltd. และผู้บริหารเว็บไซต์ pollecommerce.com
- 2) คุณพิพัฒน์ ยอดพฤติการ กรรมการผู้จัดการบริษัทชื่อไทย.คอม ผู้เขียนหนังสือ "เริ่มต้นธุรกิจกับอินเทอร์เน็ต" และผู้เขียนบทความเกี่ยวกับการพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์และอินเทอร์เน็ตลงในหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ
- 3) คุณมณฑล พจน์พรวัฒนา ผู้จัดการแผนก e-partnership management ของธนาคารเอเซีย และผู้เขียนบทความด้าน e-banking ลงในนิตยสารหลายฉบับ
- 4) คุณอดิเทพ ไชยรุ่งเรือง* เจ้าหน้าที่วิเคราะห์โครงการ 2 ศูนย์พัฒนาพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค)

ทุกท่านได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนะแหล่งข้อมูลที่น่าสนใจ รวมถึงตรวจสอบและให้ความเห็นในเรื่องศัพท์ มโนทัศน์สัมพันธ์ คำเทียบเคียงภาษาไทย และนิยาม*

3. การเลือกข้อมูล

การเลือกข้อมูลเฉพาะด้านเพื่อจัดทำคลังข้อมูลภาษา (corpus) นั้น Cabré (1999: 134) ได้ให้หลักในการพิจารณาดังนี้

- ต้องเป็นตัวแทนในสาขาวิชาหรือเรื่องที่จะทำประมวลศัพท์ และควรเขียนโดยผู้ที่ได้รับการยอมรับหรือผู้เชี่ยวชาญ
- ต้องสมบูรณ์ ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

* คุณอดิเทพ ไชยรุ่งเรืองไม่สามารถให้ความเห็นเกี่ยวกับศัพท์ในขั้นตอนสุดท้าย เนื่องจากมีเหตุสุดวิสัย

- ต้องทันสมัย ในการทำวิจัยครั้งนี้กำหนดไว้ว่าจะใช้ข้อมูลที่ดีพิมพ์มาไม่เกินห้าปีนับจากปีที่เริ่มทำวิจัยคือตั้งแต่ค.ศ.1996 - ค.ศ. 2001
- ต้องเป็นต้นฉบับ กล่าวคือเขียนด้วยภาษาที่จะทำประมวลศัพท์ ไม่ใช่ฉบับแปล ในที่นี้คือภาษาอังกฤษ

งานวิจัยฉบับนี้คัดเลือกข้อมูลตามเกณฑ์ข้างต้น และได้นำแนวคิดเรื่องสถานการณ์การสื่อสาร (communicative setting) เข้ามาใช้เป็นเกณฑ์ร่วมด้วย โดยยึดตาม Pearson (1998: 35-39) ซึ่งแบ่งสถานการณ์การสื่อสารออกเป็นสี่ประเภทคือ

1. การสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อผู้เชี่ยวชาญสื่อสารกันมักจะใช้คำศัพท์เฉพาะในวงการ (specialized jargon) ด้วยถือว่าผู้เขียนและผู้อ่านมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ ดีพอกัน ผู้เขียนจะอธิบายความหมายของศัพท์ก็ต่อเมื่อกำหนดนิยามให้ศัพท์คำนั้นใหม่หรือต้องการให้เกิดความชัดเจน และเมื่อสร้างศัพท์ใหม่ การสื่อสารประเภทนี้มีในวารสารเฉพาะด้าน หนังสือวิชาการ รายงานการวิจัย เอกสารทางกฎหมาย หรือเอกสารอื่นๆ ที่ผู้เขียนเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น และเขียนให้ผู้อ่านที่มีความเชี่ยวชาญในระดับเดียวกัน บริบทของการสื่อสารชนิดนี้มักจะมีศัพท์อยู่มากที่สุด

2. การสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับผู้เริ่มต้น

นอกจากผู้เชี่ยวชาญจะสื่อสารกันเองแล้ว ยังสื่อสารกับผู้ที่ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญแต่พอจะมีความรู้ในสาขาวิชานั้นด้วย เช่น นักศึกษา หรือผู้ที่ทำงานในสาขาเดียวกัน แต่มีพื้นความรู้ต่างไป ดังเช่น วิศวกรกับช่างเทคนิค สถานการณ์การสื่อสารประเภทนี้มีการใช้ศัพท์เช่นกัน แต่จะมีการอธิบายศัพท์บางคำที่คิดว่าผู้อ่านอาจไม่เข้าใจ จำนวนศัพท์อาจน้อยกว่าการสื่อสารประเภทแรก แต่มีคำอธิบายมากกว่า เช่น ตำราเฉพาะสาขา

3. การสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับบุคคลทั่วไป

บุคคลทั่วไปหมายถึงผู้ที่มีการศึกษาทั่วไปซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องอะไรในสาขาวิชานั้น ตัวบทที่เขียนสำหรับผู้อ่านประเภทนี้จึงใช้ภาษาธรรมดา มีศัพท์น้อย และหากต้องใช้ศัพท์ก็จะใช้ศัพท์ง่ายๆ หรือมีคำอธิบายถึงศัพท์คำนั้นด้วย การสื่อสารประเภทนี้พบในวารสารเฉพาะด้านสำหรับคนทั่วไป หรือคอลัมน์เฉพาะด้านในหนังสือพิมพ์ เช่น คอลัมน์ต่างๆ ในส่วนกรุงเทพไอทีของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

4. การสื่อสารระหว่างอาจารย์กับนักเรียน

คำว่านักเรียนในที่นี้หมายถึงคนที่ไม่มีความรู้เฉพาะด้านดีนัก แต่ต้องการเรียนรู้เพื่อศึกษาหรือเป็นประโยชน์ในทางอาชีพ การสื่อสารประเภทนี้มักพบในตำราเบื้องต้นและคู่มือ ผู้เขียนจะใช้ศัพท์ตามความเหมาะสม แต่จะน้อยกว่าประเภทที่สอง ส่วนคำอธิบายและนิยามจะมีมากกว่า

ในสถานการณ์การสื่อสารทั้งสี่ประเภทที่กล่าวมา สถานการณ์ที่ 1, 2 และ 4 เป็นแหล่งข้อมูลที่เหมาะสมในการนำมาทำเป็นคลังข้อมูลภาษาเพื่อดึงศัพท์ออกมา เนื่องจากมีจำนวนศัพท์มาก และมีการใช้ในบริบทที่ชัดเจน ส่วนประเภทที่ 3 มีศัพท์น้อย และให้ความรู้อย่างกว้างๆ

ดังนั้น คลังข้อมูลภาษาที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้จึงประกอบด้วยข้อมูลจากหนังสือฐานข้อมูลออนไลน์ และบทความต่างๆ จากอินเทอร์เน็ต โดยพิจารณาจากเนื้อหา ผู้เขียน และสถานการณ์การสื่อสารดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น รายละเอียดของข้อมูลต่างๆ ในคลังข้อมูลภาษามีดังนี้

- หนังสือ

การทำประมวลศัพท์ครั้งนี้ใช้หนังสือเล่มนี้เป็นหลัก ซึ่งมีเนื้อหาจัดอยู่ในสถานการณ์การสื่อสารประเภทที่ 2 และ 4 โดยที่สองเล่มแรกมีเนื้อหาที่เน้นด้านธุรกิจ และอีกสองเล่มจะเน้นหนักในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้¹

1. Turban, Efraim, et al. Electronic commerce: A managerial perspective. New Jersey: Prentice-Hall, 1999. เป็นตำราเรียนที่ใช้กันทั่วไปในมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น ใช้ประกอบวิชาเลือกเฉพาะทางสาขา ของคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ใช้ประกอบวิชา Managing Electronic Commerce ที่ Marshall School of Business (<http://www-rcf.usc.edu/~sulin/iom540>) ใช้ประกอบวิชา Electronic Commerce ใน McGill University Faculty of Management (http://www.management.mcgill.ca/course/mis/273434/CO273690_W00.htm) ใช้ประกอบวิชา Introduction to Electronic Commerce Online ใน Raritan Valley Community College (<http://webct.raritanval.edu/public/busi201>) และใช้ประกอบวิชา Electronic Commerce ใน Zicklin School of Business - Baruch College City University of New York (<http://cisnet.baruch.cuny.edu/hollowczak/classes/9444/syllabus.html>) เป็นต้น

¹ ข้อมูลประกอบการใช้หนังสือเหล่านี้ในมหาวิทยาลัยต่างๆ เป็นข้อมูลในพ.ศ. 2544 ปัจจุบันอาจมีการเปลี่ยนแปลง

2. Rosen, Anita. The E-commerce question and answer book. NY: AMACOM, 1999. ผู้เขียนเป็นที่ปรึกษาในระดับนานาชาติด้านการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับบริษัทต่างๆ เช่น ActionTec, Alta Vista, Balboa Insurance, The Depository Trust Company, Global Village, Oracle, Matrixsoft, Netscape และ Novell และสอนวิชาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ และหนังสือเล่มนี้ได้รับการแนะนำให้เป็นหนังสืออ่านประกอบในมหาวิทยาลัยบางแห่ง เช่น วิชา Internet for Business Economists ที่ University of Surrey

3. Greenstein, Marilyn, and Todd M. Feinman. Electronic commerce: Security, risk management and control. Singapore: McGraw-Hill, 2000. ผู้เขียนเคยเป็นอาจารย์สอนวิชาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Lehigh University, Bethlehem, Pennsylvania และอีกคนหนึ่งเป็นผู้ตรวจสอบและประเมินการด้านระบบรักษาความปลอดภัยของ Windows NT และ UNIX และการรักษาความปลอดภัยบนอินเทอร์เน็ต พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงด้านเครือข่ายอื่นๆ และเขียนบทความและหนังสืออื่นๆ ด้านการรักษาความปลอดภัยและระบบคอมพิวเตอร์ หนังสือเล่มนี้ได้รับเลือกให้เป็นหนังสืออ่านประกอบรายวิชาต่างๆ เช่น E-Commerce: Security and Controls ที่ University of Richmond (http://www.richmond.edu/~walden/myweb/m349s00/349_syllabus.htm) ใช้ประกอบวิชา Fundamentals of E-Commerce ที่ McGill University (<http://www.thestandard.com/article/0,1902,17826,00.html>) วิชา Electronic Commerce ที่ Faculty of Economics and Commerce Department of Accounting The university of Melbourne (http://accfin.ecom.unimelb.edu.au/subjects_acc/316/outline.html) และใช้ประกอบวิชาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใน Lehigh University และ Colorado State University เป็นต้น

4. May, Paul. The business of e-commerce: From corporate strategy to technology. Cambridge. Cambridge University Press, 2000. เป็นหนังสือด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมเล่มหนึ่ง มีการตีพิมพ์สองครั้งภายในปีเดียว และจากการจัดอันดับของ amazon.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ขายหนังสือที่ใหญ่ที่สุด หนังสือเล่มนี้มียอดขายอยู่ที่อันดับ 9,759 ในพ.ศ. 2544 และได้รับความนิยมในกลุ่มย่อยของ amazon.com ดังนี้ Shell Oil Company (#14) Bahrain (#12) และ Macau (#16) ผู้เขียนเป็นผู้ก่อตั้งบริษัทให้คำปรึกษาด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีประสบการณ์เก้าปีในการเป็นที่ปรึกษาทางเทคโนโลยีธุรกิจให้แก่บริษัทชั้นนำระดับนานาชาติ

- **ฐานข้อมูล**

ข้อมูลส่วนหนึ่งในคลังข้อมูลได้มาจากฐานข้อมูลออนไลน์ โดยค้นหาผ่านฐานข้อมูลของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เช่น ACM Portal ซึ่งเป็นฐานข้อมูลจาก ACM Digital Library กับฐานข้อมูลทางบรรณานุกรมของงานด้านคอมพิวเตอร์ซึ่งมีทั้งบทความ หนังสือ รายงานวิชาการ วิทยานิพนธ์ และอื่นๆ ฐานข้อมูลที่สำคัญอีกแหล่งหนึ่งที่ใช้ในที่นี้คือ Emerald หรือ Electronic Management Research Library Database ซึ่งให้บริการเอกสารและบทความต่างๆ โดยครอบคลุมทั้งด้านการจัดการ เศรษฐกิจ การบัญชี การพัฒนา การศึกษา สารสนเทศ และการตลาด เป็นต้น เนื้อหาของเอกสารจากฐานข้อมูลนี้จัดอยู่ในสถานการณ์การสื่อสารที่ 1 และ 2 โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในสถานการณ์การสื่อสารประเภทที่ 1

- **บทความจากอินเทอร์เน็ต**

นอกจากหนังสือเล่มซึ่งใช้เป็นฐานข้อมูลหลัก และเอกสารจากฐานข้อมูลออนไลน์แล้ว ยังมีเอกสาร บทความ รายงาน รวมถึงข่าวต่างๆ จากอินเทอร์เน็ตที่ใช้เป็นคลังข้อมูลด้วยเพื่อสนับสนุนเนื้อหาที่มีอยู่แล้ว และเสริมรายละเอียดอื่นๆ รวมถึงข้อมูลที่ทันสมัย โดยสืบค้นจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือเช่น E-Commerce Times (<http://www.ecommercetimes.com>) เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย มีทั้งข่าวประจำวัน บทความ บทวิเคราะห์ และอื่นๆ ที่มีเนื้อหาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ เว็บไซต์แห่งนี้มุ่งกลุ่มผู้อ่านหลักคือ ผู้บริหาร ผู้จัดการ ผู้ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต เจ้าของบริษัทขนาดเล็กหรือผู้ที่สนใจทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต และนักลงทุน, เว็บไซต์ ECommerce-Guide (<http://ecommerce.internet.com>) ซึ่งมีจุดประสงค์ในการเผยแพร่ความรู้ข่าวสารด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน หรือเว็บไซต์ About (<http://ecommerce.about.com>) ที่ให้ข้อมูลในด้านต่างๆ โดยมีอาชีพที่มีความรู้ความชำนาญในสาขานั้นๆ เป็นต้น

นอกจากข้อมูลที่ได้จากเว็บไซต์ที่กล่าวมาแล้ว ยังมีข้อมูลจากเว็บไซต์อีกหลายแห่งซึ่งเขียนขึ้นโดยองค์กรหรือผู้เขียนที่มีความรู้ความชำนาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น Barry Silverstein ผู้บริหารของ DirectchleMerge ซึ่งเป็นเอเจนซี (agency) ด้านการตลาดแบบขายตรงและออนไลน์ เป็นผู้เขียนหนังสือชื่อ "Business-to-Business Internet Marketing" และ "Internet Marketing for Information Technology Companies", ClickZ Network (<http://www.clickz.com>) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลที่ทันสมัย มุมมอง และประสบการณ์การทำงานจากผู้คนในสาขาการตลาดบนอินเทอร์เน็ตและอุตสาหกรรมโฆษณา, Ralph F. Wilson ที่ปรึกษาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เจ้าของเว็บไซต์ wilsonweb (<http://www.wilsonweb.com>) แหล่งข้อมูลสำคัญด้านการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตที่ใหญ่ที่สุด มีทั้งบทความและลิงก์ไปยัง

แหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการตลาดบนเว็บ, Roger Clarke ผู้อำนวยการของ Xamax Consultancy Pty Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นอาจารย์พิเศษที่ Australian National University แผนกวิทยาการคอมพิวเตอร์หรือที่เป็นบทความหรือรายงานจากองค์กรเช่น CREC (<http://crec.bus.utexas.edu>) ศูนย์วิจัยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ University of Texas at Austin เป็นสถาบันวิจัยชั้นนำที่จัดทำและเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจอันสำคัญในสาขาระบบสารสนเทศและการจัดการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเศรษฐกิจดิจิทัล, eLab (<http://ecommerce.vanderbilt.edu>) ศูนย์วิจัยของ Owen Graduate School of Management แห่ง Vanderbilt University ก่อตั้งขึ้นเพื่อศึกษาทางด้าน การตลาดบนเวิร์ดไวด์เว็บ เป็นศูนย์วิจัยแห่งแรกๆ ที่ศึกษาเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, eCommerce Innovation Centre (<http://www.ecommerce.ac.uk>) แห่ง Cardiff University เป็นศูนย์แนวหน้าในการพัฒนาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคธุรกิจขนาดย่อม มีเป้าหมายในการเผยแพร่ข้อมูลด้านการค้าสมัยใหม่ สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ European Commission - Information Society Directorate-General (<http://europa.eu.int>) แหล่งข้อมูลออนไลน์ของทีมผู้เชี่ยวชาญที่มุ่งให้สหภาพยุโรปอยู่ในระดับแนวหน้าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นการวิจัยและพัฒนาหรือการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ โดยร่วมมือกับองค์กรชั้นนำต่างๆ ให้ข้อมูลทันสมัย และมีผู้เชี่ยวชาญคอยตอบปัญหาเกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซ เป็นต้น เนื้อหาของเอกสารเหล่านี้อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารประเภทที่ 1, 2 และ 4 แต่ส่วนใหญ่มักเป็นประเภทที่ 2 และ 4

ข้อมูลทั้งหมดที่รวบรวมและคัดเลือกจากเกณฑ์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะนำมาจัดทำเป็นคลังข้อมูลภาษาเพื่อการวิจัยนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การสร้างคลังข้อมูลภาษา

คลังข้อมูลภาษาเป็นส่วนสำคัญในการทำประมวลศัพท์ เนื่องจากเป็นฐานข้อมูลที่นักศัพทวิทยาใช้เพื่อดึงศัพท์ รวมทั้งทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (extraction record) และบันทึกข้อมูลศัพท์ (terminological record) ด้วยการประมวลรายละเอียดของศัพท์จากข้อมูลที่ปรากฏในคลังข้อมูลภาษา นักศัพทวิทยาได้ให้นิยามของคำว่าคลังข้อมูลภาษาไว้คล้ายกันเช่น Sager (1990: 130) กล่าวว่า คลังข้อมูลภาษาคือตัวแทนของเอกสารในสาขาวิชาเฉพาะ Pearson (1998: 43) ได้สรุปนิยามของคลังข้อมูลภาษาที่มีผู้ให้ไว้ต่างๆ กันว่า เป็นสิ่งที่เกิดจากการคัดเลือกหรือรวบรวมตามเกณฑ์ที่ชัดเจน เก็บอยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ รวบรวมจากชิ้นงานทางภาษาที่ใช้จริง ไม่มีการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูล และสามารถใช้เป็นตัวอย่างของภาษา เนื่องจากเป็นตัวแทนของภาษานั้นๆ

ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงการจัดทำคลังข้อมูลภาษาเพื่อใช้ทำประมวลศัพท์ในสาขาวิชาเฉพาะ ก็อาจกล่าวได้ว่าเป็นการรวบรวมตัวบทต้นฉบับที่ผ่านการคัดเลือกอย่างเป็นระบบในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมหรือเป็นตัวแทนของเนื้อหาในสาขาวิชาเฉพาะ เพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ศัพท์

Pearson (1998: 56-57) ได้ให้หลักโดยรวมในการสร้างคลังข้อมูลภาษาเฉพาะสาขาไว้ดังนี้

1. ขนาดของคลังข้อมูลภาษา โดยทั่วไปมีขนาดหนึ่งล้านคำ แต่ขนาดมีความสำคัญน้อยกว่าคุณสมบัติในการเป็นตัวแทนของเนื้อหาในสาขานั้นๆ อย่างไรก็ตาม ถ้าคลังข้อมูลภาษามีขนาดใหญ่ก็จะเป็นตัวแทนได้ดียิ่งขึ้น

ในที่นี้ใช้คลังข้อมูลภาษาขนาดประมาณ 888,000 คำ โดยคำนึงถึงปริมาณที่ใกล้เคียงกันระหว่างตัวบทที่เป็นหนังสือและตัวบทที่เป็นเอกสารหรือบทความอิเล็กทรอนิกส์ กล่าวคือตัวบทที่เป็นหนังสือมีขนาดประมาณ 449,000 คำ และตัวบทที่เป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์มีประมาณ 439,000 คำ เพื่อไม่ให้มีน้ำหนักแตกต่างกันมากนักสำหรับเนื้อหาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารประเภทที่ 2 และ 4 ส่วนเนื้อหาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารประเภทที่ 1 นั้นมีไม่มากนัก เนื่องจากไม่ค่อยพบ หรือมักเป็นข้อมูลที่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการอ่านหรือคัดลอก

2. หัวข้อ หัวข้อของข้อมูลในการทำคลังข้อมูลเป็นเช่นเดียวกับหัวข้อในการทำประมวลศัพท์ ซึ่งก็คือการทำพาดิชนีอิเล็กทรอนิกส์ เอกสารที่เลือกใช้ต้องเป็นเอกสารที่อยู่ใน

ในหัวข้อนี้หรือมีความเกี่ยวข้องกัน แต่เนื่องจากหัวข้อนี้ครอบคลุมเนื้อหาในด้านต่างๆ อย่างกว้างขวาง จึงต้องกำหนดขอบเขตเพื่อให้อยู่ในกรอบที่จำกัด กล่าวคือจำกัดเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายผ่านคอมพิวเตอร์ทางระบบอินเทอร์เน็ต ครอบคลุมตั้งแต่เริ่มกระบวนการคือเริ่มตั้งร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต การซื้อขาย ไปจนถึงการชำระเงิน และการสนับสนุนการขาย

3. ประเภทของข้อมูล ผู้วิจัยบางคนอาจจำกัดข้อมูลที่จะใช้ในการสร้างคลังข้อมูลว่าต้องเป็นงานวิจัยเท่านั้น หรือเป็นข้อมูลประเภทอื่นๆ อย่างไรก็ดีอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างประกอบกัน ในที่นี้ได้รวบรวมข้อมูลหลายประเภท ทั้งหนังสือ ตำรา บทความ เอกสาร รายงาน และข่าว เพื่อให้มีเนื้อหาและสถานการณ์การสื่อสารที่หลากหลายและครอบคลุม

การจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้เป็นคลังข้อมูลภาษาจะทำให้ประมวลผลและค้นคืนข้อมูลได้ง่าย โดยเฉพาะเมื่อข้อมูลมีปริมาณมาก แต่ข้อมูลส่วนหนึ่งที่ผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเป็นข้อมูลเอกสาร ดังนั้นจึงต้องแปลงข้อมูลเหล่านั้นให้เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เสียก่อนด้วยการใช้เครื่องสแกน และโปรแกรมแปลงข้อมูลจากเครื่องสแกนเป็นข้อมูลแบบข้อความซึ่งใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือ OmniPage Pro 10.0 เมื่อแปลงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงรวบรวมข้อมูลทั้งหมดให้อยู่ในไฟล์เดือเดียวกันโดยกำหนดชื่อแฟ้มใหม่เป็นรหัสเพื่อความเป็นระเบียบและสะดวกในการค้นหาเมื่อต้องการอ่านข้อมูลเพิ่มเติม กล่าวคือแฟ้มข้อมูลจากหนังสือจะขึ้นต้นด้วย EB แล้วตามด้วยเลขสองตำแหน่ง เช่น EB01 แฟ้มข้อมูลของหนังสือ Greenstein, Marilyn and Feinman, Todd M. Electronic commerce : Security, risk management and control. Singapore : McGraw-Hill, 2000. ส่วนแฟ้มข้อมูลจากเอกสารอิเล็กทรอนิกส์จะขึ้นต้นด้วย E แล้วตามด้วยเลขสามตำแหน่ง เช่น E001 แฟ้มข้อมูลของบทความ Miller, robin. "Dancing-Bear Ads Stopping Traffic?." [Online]. Available from: <http://www.ojr.org/ojr/business/1015017220.php> 2001. เป็นต้น โดยจะมีตารางตรวจนับแฟ้มข้อมูลแสดงอยู่ในภาคผนวก ก

กรอบพาดิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบพาดิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้มุ่งให้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมของพาดิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในขอบเขตงานวิจัยฉบับนี้ รวมทั้งข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการคัดเลือกศัพท์ซึ่งเป็นกระบวนการในบทต่อไป

พาดิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce) เป็นคำที่รู้จักกันแพร่หลายในยุคที่อินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นจนเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์นับล้านๆ เครื่องทั่วโลกไว้ด้วยกัน เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำธุรกิจไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีผู้ให้คำนิยามของพาดิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ไว้ต่างๆ นานา แต่ยังไม่มียามใดได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ เนื่องจากแต่ละคนมีมุมมอง และขอบเขตทัศนทัศน์ที่แตกต่างกัน ดังตัวอย่างในจดหมายข่าวของศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: 2542) ต่อไปนี้

"พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์" (ECRC Thailand, 1999)

"พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การประมวลและการส่งข้อมูลที่มีข้อความ เสียง และภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รวมถึง การขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์, การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบ ดิจิตอลในระบบออนไลน์, การโอนเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์, การจำหน่ายหุ้นทางอิเล็กทรอนิกส์, ใบ ตราส่ง, การประมูล, การออกแบบและวิศวกรรมร่วมกัน, การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ, การขาย ตรง, การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่นสินค้าบริโภค, อุปกรณ์ทางการแพทย์) และ บริการ (เช่น บริการขายข้อมูล, บริการด้านการเงิน, บริการด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข, การศึกษา, ศูนย์การค้าเสมือน)" (European Union, 1997)

ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้กำหนดขอบเขตของประมวลศัพท์หมวดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามนิยามของ Lawrence et al (1998: 2-3 quoted in Mitchell 2000) ที่ว่า

"พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หมายถึงการซื้อขายข้อมูล ผลิตภัณฑ์ และบริการผ่าน เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในปัจจุบันและในอนาคต โดยใช้เครือข่ายจำนวนมหาศาลที่ประกอบขึ้น เป็นอินเทอร์เน็ต"

เนื่องจากเห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมเพราะเป็นช่องทางการค้าที่ใหญ่ที่สุด และสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วทั่วโลกผ่านเว็ลด์ไวด์เว็บ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีรูปแบบต่างๆ ตามลักษณะของธุรกิจ เช่น *electronic marketplace* และ *online auction* และแบ่งตามคู่ค้าได้เป็นสี่ประเภทที่กล่าวถึงกันมากคือ *business-to-business*, *business-to-consumer*, *business-to-government* และ *consumer-to-consumer* และจากการประมวลข้อมูลจากแหล่งต่างๆ พบว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มี องค์ประกอบใหญ่ๆ สี่ด้านตามกระบวนการซื้อขายคือ

1. เว็บไซต์ (Web site) สำหรับเป็นที่แสดงสินค้าและประตูสู่การซื้อขาย
2. การชำระเงิน (payment) ลูกค้าสามารถเลือกวิธีชำระเงินได้หลายวิธี หลังจากตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว โดยการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Gartner Group 2002 quoted in ePaynews.com 2003)
3. การรักษาความปลอดภัย (security) ข้อมูลในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นับเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลส่วนตัว เช่น ข้อมูลบัตรเครดิต ดังนั้นจึงต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ประกอบการและลูกค้า
4. การตลาด (marketing) ได้แก่การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือเว็บไซต์ของตนให้เป็นที่รู้จักด้วยสื่อชนิดต่างๆ การบริการเพื่อสร้างความพอใจและดึงดูดลูกค้า และการวัดผลการดำเนินงานโดยดูจากจำนวนและความสนใจของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งวัดได้จากอัตราการเป็นลูกค้าและการเสียลูกค้า

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีรายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ อีกมากมาย เนื่องจากเป็นการผสมผสานสองศาสตร์ใหญ่เข้าด้วยกันคือการทำธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่เพื่อนำเสนอภาพรวมของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในด้านหลักๆ จึงวางขอบเขตเนื้อหาที่จะนำเสนอไว้เพียงเท่านี้

ปัญหาและแนวทางแก้ไข

ในขั้นตอนของการเตรียมข้อมูลเพื่อทำประมวลศัพท์และสร้างคลังข้อมูลภาษาพบปัญหาบางประการและได้เสนอแนวทางแก้ไขดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การคัดเลือกข้อมูล

ข้อมูลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีมากมายทั้งที่เป็นหนังสือและบทความทางอินเทอร์เน็ต จึงไม่มีปัญหาเรื่องข้อมูลไม่เพียงพอ แต่ในทางกลับกันคือมีปัญหาเรื่องข้อมูลมากเกินไป ดังนั้นจึงต้องใช้เวลาในการคัดเลือกข้อมูลที่มีเนื้อหาครอบคลุมขอบเขตที่กำหนดมากที่สุด แต่พบว่าข้อมูลที่เป็นหนังสือหรือบางครั้งแม้แต่ข้อมูลที่เป็นบทความทางอินเทอร์เน็ตมักมีเนื้อหาที่มากหรือกว้างกว่าขอบเขตที่ต้องการ และไม่สามารถตัดบางบทบางตอนออกได้เนื่องจากเนื้อหาบางส่วนในบทนั้นเป็นเรื่องที่ต้องการ ถ้าใช้วิธีตัดตอนเป็นส่วนๆ ก็จะต้องใช้เวลานาน ดังนั้นจึงใช้ข้อมูลทั้งหมด แล้วคัดกรองออกในขั้นตอนการดึงศัพท์ นอกจากนี้ยังพิจารณาความน่าเชื่อถือของผู้เขียนประกอบด้วย

ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่าข้อมูลที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสารประเภทที่ 1 คือระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับผู้เชี่ยวชาญนั้นมักอยู่ในรูปรายงานการวิจัยหรือบทความ แต่ที่พบส่วนใหญ่ มักเป็นข้อมูลการวิเคราะห์ผลผลิตงานที่ใช้ในการทำพาดิซัยอิเล็คทรอนิกส์ และการวิเคราะห์ในเชิงกว้างถึงผลกระทบที่พาดิซัยอิเล็คทรอนิกส์มีต่อสิ่งอื่นๆ ทำให้มีข้อมูลที่น่ามาใช้ได้น้อย และข้อมูลที่น่าสนใจหลายๆ เรื่องจะต้องเสียค่าธรรมเนียมในการใช้ จึงไม่สามารถนำมาใช้ได้ แนวทางแก้ไขสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือพยายามหาข้อมูลอื่นๆ ในหัวข้อเดียวกันหรือใกล้เคียงกันจากแหล่งข้อมูลที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายมาใช้แทน

2. การจัดเก็บข้อมูล

ข้อมูลเอกสารที่ใช้ในการทำวิจัยนั้น เมื่อนำมาสแกนเพื่อจัดเก็บเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จะประสบปัญหาข้อมูลที่ได้ไม่มีความชัดเจนสมบูรณ์ กล่าวคือตัวอักษรปรากฏขาดๆ หายๆ หรือเป็นอักขระอื่น เช่น "~" หรือ "!" เมื่อวิเคราะห์สาเหตุแล้วสรุปได้ว่าเป็นเพราะกีดหน้าหนังสือแนบกับตัวอ่านของเครื่องสแกนไม่สนิทโดยเฉพาะส่วนที่ใกล้สันหนังสือ ทำให้เครื่องสแกนอ่านได้ไม่ทั่วถึง ถ้าเป็นหนังสือที่ไม่หนามาก ปัญหาเช่นนี้จะลดลง แต่ถ้าเป็นหนังสือเล่มใหญ่และหนา การสแกนจะทำได้ลำบากยิ่งขึ้น ทางแก้ไขคือต้องพยายามกีดหนังสือให้แนบสนิท แต่พบว่าทำให้หนังสือเบอะจนหน้าหนังสือหลุดออกมาเป็นแผ่นๆ ถ้าเป็นหนังสือส่วนตัวปัญหานี้คงไม่ก่อให้เกิดผลกระทบอะไรมากนัก แต่เนื่องจากบางเล่มเป็นหนังสือของห้องสมุดซึ่งต้องรักษาให้ดี จึงได้หาทางแก้ไขโดยการถ่ายเอกสารแล้วสแกนคราวละแผ่น ปรากฏว่าเป็นวิธีที่ได้ผล แต่ข้อมูลที่ออกมามีหลายส่วนที่ยังขาดหายหรือผิดพลาด ทั้งนี้เพราะเอกสารนั้นถ่ายมาไม่ชัดเจนโดยเฉพาะบริเวณใกล้สันหนังสือ ปัญหาอีกประการที่พบนอกเหนือจากปัญหาข้อมูลขาดหายหรือผิดพลาดจากต้นฉบับที่ใช้สแกน คือโปรแกรมอ่านและแปลงข้อมูลออกมาไม่ถูกต้อง ในที่นี่ใช้โปรแกรม OmniPage Pro 10.0 พบว่ามีการแปลงตัวอักษรที่มีลักษณะใกล้เคียงกันออกมาผิดพลาด เช่น return เป็น retum, IT เป็น TT หรือ b2b เป็น 626 เป็นต้น

วิธีแก้ไขคือต้องตรวจสอบด้วยตัวเองและใช้โปรแกรมตรวจการสะกดของ Microsoft Word เข้าช่วยเพื่อเป็นการประหยัดเวลา แต่ข้อเสียของโปรแกรมนี้คือ ถ้าหากคำที่เปล่งมานั้นถึงแม้จะผิดจากต้นฉบับ แต่เป็นคำที่มีความหมาย ก็จะตรวจไม่พบ เช่น จาก clearly เป็น dearly จึงเป็นข้อที่ควรระวังสำหรับผู้ที่ใช้วิธีตรวจสอบด้วยโปรแกรมนี้ อย่างไรก็ตาม การใช้โปรแกรมตรวจการสะกดจะช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ทำวิจัยไปได้มาก เนื่องจากพบว่าข้อผิดพลาดที่กล่าวมานั้นมีเพียงเล็กน้อย แต่ผู้ทำวิจัยอาจอ่านทวนซ้ำอีกครั้งเพื่อความแน่ใจ

คลังข้อมูลภาษาที่สร้างไว้นี้เป็นส่วนสำคัญของการทำประมวลศัพท์ เนื่องจากเป็นฐานข้อมูลสำหรับดึงศัพท์และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับศัพท์คำนั้นๆ เพื่อนำไปบันทึกในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและบันทึกข้อมูลศัพท์ กล่าวได้ว่าคลังข้อมูลภาษาเป็นรากฐานของประมวลศัพท์ ดังนั้นผู้ทำวิจัยควรจัดทำด้วยความรอบคอบ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

กระบวนการดึงศัพท์

หลังจากจัดทำคลังข้อมูลภาษา (corpus) และได้กรอบมโนทัศน์ในเรื่องพาดิษย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการดึงศัพท์ (term extraction) ออกจากคลังข้อมูลภาษา ในบทนี้จะอธิบายกระบวนการที่ใช้ในการดึงศัพท์สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ พร้อมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข นอกจากนี้ยังได้ทดลองดึงศัพท์ด้วยวิธีการอื่นแบบง่าย ๆ แล้วสรุปข้อดีข้อเสียของแต่ละวิธี เพื่อนำมาพิจารณาว่ากระบวนการใดจะทำให้ดึงศัพท์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นการทดลองสำหรับผู้ที่จะทำประมวลศัพท์ต่อไปที่จะได้นำไปใช้เป็นวิธีเริ่มต้นในการดึงศัพท์

ว่าด้วยการดึงศัพท์

การดึงศัพท์คือการนำศัพท์ออกมาจากคลังข้อมูลภาษา ซึ่งเป็นกระบวนการพื้นฐานที่สำคัญในการได้ศัพท์มาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การสร้างชุดศัพท์ที่สมบูรณ์ในสาขาวิชาที่วิจัยนั้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 ว่า ศัพท์ (term) นั้นแตกต่างจากคำ (word) นั่นคือศัพท์จะบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะในสาขาวิชาหนึ่งๆ แต่ในเมื่อตัวบทเฉพาะด้านของสาขาวิชาที่ทำการศึกษานั้นย่อมมีทั้งศัพท์และคำอยู่รวมกัน จึงเป็นปัญหาว่าจะมีวิธีใดบ้างที่ช่วยแยกศัพท์ออกมาได้ นักศัพทวิทยาจึงวิเคราะห์และเสนอแนวทางหรือหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ช่วยในการดึงศัพท์ เช่น เกณฑ์ความถี่และการเกิดร่วมกันของศัพท์หรือที่เรียกว่า collocation ที่ Yang (1986) ใช้เกณฑ์การอ้างถึงทั่วไป (generic reference) และเกณฑ์สัญญาณทางภาษา (linguistic signal) ของ Pearson (1998) และเกณฑ์การสังเกตศัพท์ของ Cabré (1999) เป็นต้น

ในเรื่องเกณฑ์ความถี่และการเกิดร่วมกันของศัพท์นั้น Yang (1986: 93 quoted in Pearson 1998: 122) มีแนวคิดว่าศัพท์มักจะพบในเรื่องเฉพาะ ดังนั้นจึงสามารถระบุศัพท์เดี่ยวได้จากความถี่ที่ปรากฏ และระบุศัพท์ประสมได้จากการเกิดร่วมกัน ส่วน Pearson (1998) มองเกณฑ์การอ้างถึงทั่วไปว่าเป็นเกณฑ์ที่พิจารณาความเป็นสากลของศัพท์ โดยมีสมมติฐานว่าศัพท์คือคำที่อ้างถึงประเภท (class) ของสิ่งทั่วไป ไม่ใช่สิ่งเฉพาะเจาะจง และดังนั้นจะปรากฏในรูปที่มีคำนำหน้านามแบบไม่เฉพาะเจาะจง (indefinite article) หรือไม่มีคำนำหน้านามเลย ส่วนเกณฑ์สัญญาณทางภาษาจะพิจารณาว่าคำที่เข้าเกณฑ์การอ้างถึงทั่วไปและปรากฏตามหลังคำกลุ่มหนึ่ง

เช่น called, known as และ The term เป็นต้น น่าจะเป็นศัพท์ สำหรับเกณฑ์ข้อสังเกตศัพท์ของ Cabré (1999: 137) มีรายละเอียดดังนี้

- เป็นคำเดียวที่มีนามวลีขยาย เช่น *first price sealed bid auction*
- ไม่สามารถแทรกองค์ประกอบทางภาษาลงไปในวลีที่เป็นศัพท์ได้ เช่น *cost per thousand* ไม่ใช่ *cost per a thousand*
- ไม่สามารถปรับเปลี่ยนส่วนใดส่วนหนึ่งในวลีนั้นได้โดยอิสระ เช่น *business-to-consumer* ไม่ใช่ *business-to-consumers* หรือ *businesses-to-consumer*
- ศัพท์คำนั้นสามารถใช้คำพ้องมาแทนที่ได้ เช่น *ad click rate* มีความหมายตรงกับ *click-through rate* ดังในประโยคนี้

“ad click rate

Sometimes referred to as “*click-through rate*,” this is the number of ad clicks as a percentage of ad views.” (E170.txt)

- ศัพท์นั้นมีคำตรงข้ามในสาขาเดียวกัน เช่น *encryption* ตรงข้ามกับ *decryption* ในประโยค “Encoding the contents of the message in such a way that hides its contents from outsiders is called *encryption*. The encrypted message is called the ciphertext. The process of retrieving the plaintext from the ciphertext is called *decryption*.” (E110.txt)

- ถ้าเป็นคำประสม เมื่อแยกแต่ละคำออกมา จะมีความหมายต่างไป เช่น *search engine* ซึ่งหมายถึงโปรแกรมสำหรับค้นหาข้อมูล เช่น Most Web sites of any size and complexity need both a *search engine*, which allows searching by keyword, and a set of categories. (E164.txt) ถ้าแยกแปลคำว่า *engine* คำเดียวจะหมายถึงเครื่องจักรหรือเครื่องยนต์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้้นำเกณฑ์ต่างๆ ดังกล่าวของนักศัพทวิทยามาใช้ตามความเหมาะสม โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดการใช้และผลลัพธ์ที่ได้ในหัวข้อต่อไป

ขั้นตอนการตั้งและคัดเลือกศัพท์

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าการตั้งศัพท์ศัพท์คือการนำศัพท์ที่เกี่ยวข้องออกมาจากคลังข้อมูลภาษา เมื่อได้ศัพท์แล้ว จะต้องนำมาคัดเลือกอีกชั้นหนึ่ง เพื่อให้แน่ใจว่าศัพท์ที่ได้มานั้นเป็นศัพท์ที่ตรงตามต้องการอย่างแท้จริง การตั้งศัพท์ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ใช้เกณฑ์สัญญาทางภาษาของ Pearson (1998) เป็นเกณฑ์หลัก เนื่องจากเป็นวิธีที่มีตัวบ่งชี้ศัพท์ที่

ชัดเจน ส่วนเกณฑ์การอ้างถึงทั่วไปนั้นจะนำมาพิจารณาพร้อมกับเกณฑ์สัญญาทางภาษา กล่าวโดยง่ายคือใช้เกณฑ์สัญญาทางภาษาเป็นเกณฑ์แรก แล้วจึงพิจารณาด้วยเกณฑ์การอ้างถึงทั่วไปเป็นเกณฑ์ที่สอง เหตุผลที่ไม่ใช้เกณฑ์การอ้างถึงทั่วไปเป็นเกณฑ์แรกดังที่ Pearson (1998: 128) ได้ให้ความเห็นไว้ว่าเป็นเกณฑ์แรกและเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเกณฑ์ดังกล่าวถือว่าศัพท์จะปรากฏในรูปที่มีคำนำหน้านามแบบไม่เฉพาะเจาะจง เช่น a หรือ an เช่น คำว่า *digital signature* ในประโยค *The encrypted message digest is what is commonly referred to as a digital signature.* (EB01.txt) หรือไม่มีคำนำหน้านามเลยเช่น *spam* ในประโยค *Spam is the cheapest system when you take into account how many people you reach.* (E093.txt) ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่กว้างมาก หากใช้เกณฑ์นี้พิจารณาคำทั้งหมดจากคลังข้อมูลภาษา จะต้องใช้เวลานาน และอาจมีข้อผิดพลาดได้ เนื่องจากคำธรรมดาที่มีคำนำหน้านามหรือไม่มีคำนำหน้านามได้ เช่น *Thus, a user that clicks on the hypertext link at one site may "jump" to another site.* (EB01.txt) หรือ *Advice can also be seen as a comfort factor.* (EB02.txt) ดังนั้นเกณฑ์นี้จึงน่าจะนำมาใช้เพื่อตรวจสอบความเป็นศัพท์หลังจากที่ดึงศัพท์ออกมาแล้ว ส่วนเกณฑ์อื่นๆ ที่นำมาใช้ร่วมกับเกณฑ์ของ Pearson (1998) คือเกณฑ์ของ Cabré (1999) ที่ได้อธิบายไว้ข้างต้น และกรอบพจนานุกรมเชิงอรรถนิรุกติศาสตร์ (กล่าวถึงแล้วในบทที่ 3) ซึ่งเป็นตัวกำหนดขอบเขตเนื้อหาที่วิจัย

รายละเอียดในการดึงและคัดเลือกศัพท์มีดังนี้

1. ใช้เกณฑ์สัญญาทางภาษาดึงศัพท์ออกจากคลังข้อมูลภาษา โดยค้นหาในโปรแกรม *Concordancer for Windows Version 2.0 (July 1996)*¹ ด้วยคำที่ Pearson (1998: 130-134) เสนอไว้ ได้แก่ *denote, called, known as, i.e., e.g., the term, "...*", *This process, This method* และ *This device* ระหว่างการทำงานในขั้นตอนนี้พบว่ามีคำที่สามารถเป็นสัญญาทางภาษาได้เช่นกัน คือคำว่า *referred to as* และ *defined as* ซึ่งได้นำมาใช้ด้วย และได้ผลต่างๆ ออกมาดังนี้

denote - มี 7 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ จากรายการต่างๆ ที่ดึงออกมาได้ พบว่าคำที่น่าจะเป็นศัพท์จะอยู่ก่อนคำว่า **denote** เล็กน้อย เช่น *We prefer to use business-to-business (b2b) to denote dynamic systems relationships between business partners.* (EB02.txt) แต่ก็มีบางกรณีที่ศัพท์อยู่ในประโยคก่อนหน้าประโยคที่มีคำว่า **denote** เช่น *Business-to-consumer, therefore, does not mean volume business. Rather, it denotes a type of*

¹ โปรแกรมสำหรับวิเคราะห์คำ รวมถึงตรวจสอบลักษณะ ไวยากรณ์ และการใช้ สามารถดาวน์โหลดได้ที่ <http://www.ifs.tu-darmstadt.de/linglit/wconcord.htm>

customer relationship: one oriented to individuals acting in a personal or family capacity. (EB02.txt) บางครั้งก็พบว่า denote เกิดร่วมกับคำอื่นที่บ่งบอกถึงความเป็นศัพท์ เช่น A control risk is a **term** used to **denote** a situation in which the expected benefits of additional controls may not exceed their implementation and maintenance costs. (EB01.txt) แต่คำว่า denote ไม่ได้บ่งบอกถึงศัพท์เสมอไป บางครั้งก็เป็นการอธิบายด้วยหรือสัญลักษณ์ที่ใช้ เช่น Let PAdikt **denote** the event that consumer *i* is exposed to the passive ad for sponsor *k* during visit *t*. (E143.txt)

called - มี 280 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ พบว่าส่วนใหญ่แล้วคำที่ตามหลัง called จะเป็นศัพท์ เช่น Another form of authentication **called** *biometrics* requires that some physically unique characteristics of the user be used for identification. (EB01.txt) แต่ก็มีบางกรณีที่ไม่ใช่ศัพท์ แต่เป็นชื่อเฉพาะอย่างชื่อของหน่วยงานหรือผลิตภัณฑ์ เช่น Furthermore an initiative of the nine regional governments **called** APTA (Austrian Platform for Telematics Applications) is organising awareness events in electronic commerce, EDI, Telework, Multimedia and other areas of the Information Society. (E105.txt) หรือ บางกรณี คำที่น่าจะเป็นศัพท์อาจอยู่ก่อนหน้าคำว่า called เช่น E-squared (as it's affectionately **called**) permits making changes to programs, increasing the SmartCard's flexibility but also exposing it to various types of nasty security attacks. (E045.txt) บางครั้งพบว่านิยามอยู่ก่อนหน้า called เช่น The process of determining that a trading partner is indeed who he or she claims to be is **called** *authentication*. (EB01.txt) นอกจากนี้ยังพบว่า ถ้ามีคำว่า "also" อยู่ด้วยเป็น **also called** คำที่อยู่ข้างหน้าจะเป็นศัพท์เช่นกัน โดยจะเป็นคำพ้อง (synonym) เช่น A fourth member of this category is the *second price sealed bid auction*, **also called** the *Vickrey auction*. (E146.txt)

known as - มี 71 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ พบว่าคำที่ปรากฏตามหลังจะเป็นศัพท์ เช่น Transactions in amounts between 25 cents and \$10, typically made in order to download or access graphics, games, and information, are **known as** *micropayments*. (E100.txt) และจะเห็นว่าประโยคข้างหน้า known as มักเป็นคำอธิบายหรือนิยามของศัพท์ที่ตามมา นอกจากนี้ยังพบว่าถ้ามีคำว่า "also" อยู่ด้วยเป็น **also known as** คำที่อยู่ข้างหน้าจะเป็นศัพท์เช่นกัน โดยจะเป็นคำพ้อง เช่น *Digital marketplaces*, **also known as** *exchanges*, have hit full speed in the past nine months. (E070.txt)

i.e. - มี 52 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ มักพบว่าคำที่อยู่หน้า i.e. เป็นศัพท์ และประโยคที่ตามหลัง i.e. เป็นนิยามหรือคำอธิบาย เช่น Aggregate counts of *clickthroughs* or

click rates (i.e., the ratio of passive ad clicks to passive ad impressions) are actually preferable, since they measure actual exposure to passive ads and a commitment by the consumer to view the active advertising content. (E143.txt) แต่ก็มีบางกรณีที่เป็นเพียงการขยายความประโยค เช่น By model checking, access to E-tier objects must be done through the proper gateway, i.e. G-tier objects can be verified. (E160.txt)

e.g. - มี 33 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ บางกรณีพบว่าคำที่อยู่หน้า e.g. เป็นศัพท์ และคำหรือประโยคที่ตามหลัง e.g. เป็นตัวอย่าง เช่น The Client Help Desk even mentions "*horizontal portals*" (e.g. Yahoo!, see above) adding that these are "all-purpose portals." (E055.txt) แต่ส่วนใหญ่พบว่าเป็นการอธิบายประโยคหรือยกตัวอย่างเท่านั้น โดยที่ไม่มีศัพท์อยู่หน้า e.g. เลย เช่น Other possible system of collecting fees (for using someone else's idea) may depend on the value created by using that idea (e.g. instead of charging copyright or patent rights on a tractor, but on the value of crop each year raised by the tractor), or a flat fee for unlimited use, etc. (E099.txt)

the term - มี 64 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ โดยศัพท์จะปรากฏตามหลัง เช่น The term *electronic purse* is used to refer to monetary value that is loaded onto the smart card's microprocessor and that can be used by consumers for purchases. (EB01.txt) และพบว่ามักจะมีการเน้นว่าเป็นศัพท์โดยใช้เครื่องหมายอัฒภาคร่วมด้วย เช่น The term "*electronic commerce*" has evolved from its meager notion of electronic shopping to mean all aspects of business and market processes enabled by the Internet and the World Wide Web technologies. (E099.txt)

"..." - ไม่สามารถใช้โปรแกรม Concordancer for Windows ค้นหาได้ แต่พบหลายรายการที่เกิดร่วมกับสัญญาณทางภาษาคำอื่นๆ เช่น A governing party called "*certification authority*" issues the certificate. (E155.txt) และ While these sites facilitate E-commerce, the term "*E-commerce*" has been used more with regards to web sites that actually directly buy and sell merchandise. (E114.txt)

This process - มี 3 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ โดยพบว่าจะอยู่ตามหลังศัพท์ เช่น Authorization. This process checks whether funds are available for purchases. (E115.txt) แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการกล่าวถึงกระบวนการหรือ process นั้นๆ โดยที่ไม่มีตัวศัพท์ เช่น As each page is explored, theoretically the program generating the site can create more. This process can continue ad infinitum, and the robot is lost. (E138.txt)

This method - ไม่พบคำที่น่าจะเป็นศัพท์ในคลังข้อมูลภาษานี้ ส่วนใหญ่จะพบว่าเป็นลักษณะบรรยายแต่ไม่มีตัวศัพท์ เช่น Requests for file access may be authenticated here or may be passed directly to the appropriate FTP or Telnet server on the DMZ. **This method** has the advantage of being able to mask the host name of the DMZ server; the user only has to name the proxy server/gateway's host name. (EB01.txt)

This device - มี 1 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ โดยจะปรากฏในประโยคก่อนหน้า เช่น Let's start with the intelligent toaster. **This device** has become part of the mythology of the high-tech world. (EB02.txt)

referred to as - มี 50 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ โดยจะปรากฏหลังคำนี้ และประโยคข้างหน้าเป็นนิยามหรือคำอธิบาย เช่น The encrypted message digest is what is commonly **referred to as** a *digital signature*. (EB03.txt) แต่ก็พบว่ามีกรณีที่คำที่เป็นศัพท์อยู่หน้าคำนี้ด้วย เช่น *Spam* is **referred to as** "postage due marketing" because the thousands of messages (even millions) sent reside on the recipients' host computers until they are deleted, and the storage of such messages cost businesses money. (EB01.txt)

defined as - มี 25 คำที่น่าจะเป็นศัพท์ โดยทั่วไปคำที่น่าจะเป็นศัพท์จะปรากฏอยู่หน้าคำนี้ ส่วนที่ปรากฏหลังคำนี้มักจะเป็นนิยาม เช่น "*Electronic signature*" is **defined as** "electronic sound, symbol or process attached to or logically associated with an electronic record by a person or an electronic agent and executed or adopted by a person with the intent to sign the electronic record." (E021.txt) แต่ก็มีบางกรณีที่ศัพท์อยู่ตามหลัง และส่วนที่อยู่ก่อนหน้าเป็นนิยาม เช่น The time between the consumer entry and exit from a Web site is **defined as** the *visit duration* (or session duration if only one site was visited during the session). (E143.txt)

2. นำคำที่ได้ไปพิจารณาด้วยเกณฑ์การอ้างถึงทั่วไปของ Pearson (1998) และเกณฑ์ของ Cabré (1999) พบว่าผ่านเกณฑ์ทั้งหมด แต่มีข้อควรระวังบางประเด็น ซึ่งจะนำเสนอต่อไปในส่วนของปัญหาและแนวทางแก้ไข

3. พิจารณาต่อไปด้วยกรอบพหุขยอเล็กทรอนิกส์ที่วางไว้ พบว่ามีทั้งศัพท์ที่อยู่นอกขอบเขตที่กำหนด เช่น *mobile commerce* ซึ่งหมายถึงการพาณิชย์ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในประโยค The term mobile commerce has been used to refer to standards efforts in this area, but the salient value to the potential user is not so much mobility as its corollary: freedom from physical network attachment. (EB02.txt) และศัพท์ที่ลึกกว่าขอบเขตที่กำหนด เช่น *SSL handshake* ซึ่งเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลของ SSL

ศัพท์ที่กล่าวมานี้แม้จะผ่านเกณฑ์อื่นๆ ข้างต้น แต่ถ้าไม่ได้อยู่ในขอบเขตที่กำหนดนี้ก็จะต้องตัดทิ้งไป ดังเช่นคำว่า SSL handshake ซึ่งพบในประโยค An SSL session always begins with an exchange of messages called the SSL handshake. (E132.txt) เมื่อตรวจสอบแล้วไม่สามารถปรับเปลี่ยนหรือแทรกคำใดๆ ลงไปได้ เช่น ไม่อาจเป็น SSL handshakes หรือ SSL for handshake และเมื่อแยกคำแล้วมีความหมายต่างไปคือ handshake แปลว่าการจับมือ ในขณะที่ SSL handshake คือการแลกเปลี่ยนข้อมูลของ SSL แต่เนื่องจากเป็นศัพท์เฉพาะที่ลึกเกินกว่าขอบเขตที่กำหนด จึงต้องคัดออก

สรุปผลการดึงและคัดเลือกศัพท์ - การดึงศัพท์ด้วยสัญญาณทางภาษาทำให้ได้คำมาทั้งหมด 584 รายการ เมื่อตัดคำที่ซ้ำกันและผ่านการคัดเลือกตามเกณฑ์ต่างๆ แล้วพบว่าเป็นศัพท์ในขอบเขตที่กำหนดจำนวน 118 คำ ซึ่งศัพท์ชุดนี้จะนำไปวิเคราะห์เพื่อจัดทำโน้ตศัพท์สัมพันธ์ต่อไป

ปัญหาและแนวทางแก้ไข

ปัญหาที่พบในการดึงศัพท์ด้วยสัญญาณทางภาษามีดังนี้

1. ปัญหาจากโปรแกรม

โปรแกรม Concordancer for Windows เป็นโปรแกรมที่ค้นหาคำแบบตรงตัว จึงเป็นปัญหาสำหรับสัญญาณทางภาษาที่เป็นคำกริยา อย่างคำว่า denote กล่าวคือรายการคำที่ได้จะเป็นรายการที่มีคำว่า denote อยู่ด้วยเท่านั้น แต่จะไม่แสดงรายการที่มีคำว่า denotes หรือ denoted ทั้งที่มีความหมายเดียวกัน เพียงแต่ผันรูปตามประธานหรือตามกาลของประโยค วิธีแก้ไขคือค้นหาด้วยตัวสะกดที่ต่างกัน เพื่อให้แน่ใจว่าจะไม่มีศัพท์หลุดรอดไป

ปัญหาอีกประการหนึ่งของโปรแกรมนี้อาจไม่สามารถค้นหาด้วยเครื่องหมายได้ เช่น . และเครื่องหมายอัญประกาศ (") ดังนั้นเมื่อค้นหาสัญญาณทางภาษาคำว่า i.e. และ e.g. จึงต้องใช้วิธีค้นหาด้วยคำว่า i แล้วเลือกให้จัดเรียงทางด้านขวาของประโยค จากนั้นลบให้เหลือเฉพาะรายการที่เป็น i. จึงจะได้รายการประโยคที่มีคำว่า i.e. และเมื่อต้องการค้นหาคำว่า e.g. ก็ให้ใช้วิธีเดียวกันนี้ แต่เปลี่ยนจากตัว i เป็นตัว e จึงจะได้ผลลัพธ์ตามต้องการ

สำหรับเครื่องหมายอัญประกาศนั้น ไม่สามารถค้นหาได้เลย จึงได้ทดลองค้นหาด้วยฟังก์ชันค้นหาของ Microsoft Word แทน โดยใช้คำสั่ง find ค้นหาเครื่องหมาย " ปรากฏว่า จะต้องใช้เวลาในการพิจารณาคำที่พบ เนื่องจากคำสั่งนี้จะบอกตำแหน่งคำที่ค้นหาที่ละตำแหน่ง ไม่ได้แสดงรายการทั้งหมดที่พบในคราวเดียวเหมือนโปรแกรม Concordancer for Windows ทำให้ดูยาก นอกจากนี้พบว่าเครื่องหมายนี้มักเป็นการใช้เพื่อเน้นความหมาย เช่น

Electronic commerce allows a marketplace to exist where buyers and sellers can "meet" and transact with one another. (EB01.txt) หรือเป็นเครื่องหมายัญประกาศที่แสดงคำพูดจริงๆ ไม่ใช่การเน้นว่าเป็นศัพท์ เช่น "You can spend a lot of money on systems redundancy for the days you have huge [trading] volumes, but the question is, how much are you willing to spend and how much risk are you willing to take that you'll have an outage?" said Octavio Marenzi, research director at Meridien Research Inc. in Newton, Mass. (EB01.txt) ดังนั้นเมื่อสัญญาทางภาษาคำนี้ทำให้เกิดความล่าช้าและบ่งบอกศัพท์ที่ไม่ชัดเจน จึงน่าจะตัดออกได้ ไม่จำเป็นต้องนำมาใช้ค้นหาคำศัพท์ อีกทั้งยังมีสัญญาทางภาษาคำอื่นๆ ที่ใช้ได้ผล

2. ปัญหาจากเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือก

บางเกณฑ์ที่นำมาใช้ไม่สามารถยึดตามได้ทุกกรณี ดังเช่นเกณฑ์การอ้างถึงทั่วไปของ Pearson (1998) ที่กล่าวว่าศัพท์จะมีค่านำหน้านามแบบไม่เฉพาะเจาะจง (a หรือ an) หรือไม่มีค่านำหน้านามเลย เนื่องจากพบว่าผู้เขียนบางคนต้องการเน้นศัพท์ จึงใช้ค่านำหน้านามแบบเฉพาะเจาะจง (the) เช่น The Merchant's Bank, sometimes called the *Acquiring Bank*, opens a Merchant Credit Card Account for the merchant, allowing deposits based on credit card transactions. (E077.txt) ถ้ายึดเกณฑ์ดังกล่าวนี้ คำว่า *acquiring bank* ก็จะไม่ถือว่าเป็นศัพท์ และจะต้องถูกตัดออก ทั้งที่จริงๆ แล้วเป็นศัพท์ ดังนั้นจึงต้องพิจารณาอย่างระมัดระวังโดยอาศัยความรู้ในสาขาวิชานั้นประกอบด้วย

การทดลองดึงศัพท์ด้วยวิธีอื่น

ดังได้กล่าวมาแล้วว่าในบทนี้จะมีการทดลองใช้วิธีดึงศัพท์อื่นๆ เพื่อพิจารณาว่าวิธีใดเป็นวิธีดึงศัพท์ขั้นต้นที่ได้ผลดีที่สุด อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ทำวิจัยคนต่อไป ในส่วนนี้จึงเป็นการอธิบายรายละเอียดและผลลัพธ์ของการทดลองดังกล่าวโดยแบ่งได้เป็นสามวิธีคือ

วิธีที่ 1 หาคำสำคัญและการเกิดร่วมกันของศัพท์ โดยนำคำสำคัญจากดรรรชนีไปหาการเกิดร่วมกันของศัพท์ด้วยโปรแกรม จากสมมติฐานว่าคำสำคัญในตัวบทเฉพาะด้านน่าจะเป็นศัพท์ และคำที่เกิดร่วมกันโดยมีความถี่และค่านัยสำคัญในระดับหนึ่งมีแนวโน้มที่จะเป็นศัพท์ คาดว่าวิธีนี้น่าจะทำให้สามารถดึงคำที่เป็นศัพท์ออกมาได้อย่างถูกต้องและมากที่สุด

วิธีที่ 2 คัดศัพท์ตามความถี่ โดยกำหนดความถี่ขั้นต่ำในการปรากฏของคำเดียวและคำประสมทั้งหมดในคลังข้อมูลภาษา จากสมมติฐานที่ว่าคำที่ปรากฏในตัวบทของสาขาวิชา

เฉพาะโดยมีความถี่ในระดับหนึ่งน่าจะเป็นศัพท์ วิธีนี้จะได้ผลลัพธ์ออกมาอย่างง่ายดาย แต่คาดว่าจะต้องคัดเลือกศัพท์ในขั้นต้นเป็นจำนวนมาก เพราะผลที่ได้จะเป็นทุกคำที่ปรากฏในคลังข้อมูลภาษา เช่น ตัวเลขหรือเครื่องหมายต่างๆ ซึ่งไม่เกี่ยวข้อง

วิธีที่ 3 คัดศัพท์ตามความถี่แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือก สมมติฐานของวิธีนี้คือคำที่ปรากฏในศัพท์ของสาขาวิชาเฉพาะโดยมีความถี่ในระดับหนึ่งน่าจะเป็นศัพท์ และผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาเฉพาะจะทราบว่าคำใดเป็นศัพท์ในสาขานั้น วิธีนี้น่าจะได้ศัพท์ที่เกี่ยวข้องมากที่สุด เพราะผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกเอง

รายละเอียดของแต่ละวิธีมีดังต่อไปนี้

วิธีที่ 1 การหาคำสำคัญและการเกิดร่วมกันของศัพท์

หากใช้เกณฑ์ความถี่ดึงคำเดี่ยวออกมาจากคลังข้อมูลภาษาที่มีขนาดใหญ่เช่นนี้ ย่อมได้คำออกมาเป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น ถ้ากำหนดความถี่ขั้นต่ำไว้ที่ 100 จะได้ผลลัพธ์ออกมาทั้งหมดถึง 1,206 ระเบียบ ซึ่งต้องใช้เวลาในการคัดคำที่ไม่เกี่ยวข้อง เช่น คำสันธาน คำบุพบท นอกจากนี้ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าฐานข้อมูลหลักของคลังข้อมูลภาษาในที่นี้คือหนังสือซึ่งมีดรชนี และเนื่องจากดรชนีคือรายการบัญชีคำหรือวลีที่จัดทำขึ้นอย่างมีระบบด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาสำคัญและแนวคิดของความรู้ และยึดถือคำที่กำหนดไว้เป็นมาตรฐานหรือคำสำคัญจากเนื้อหาเรื่องราวต่างๆ มาจัดทำเป็นดรชนี (วลัยพร 2528: 60, 62) ดังนั้นแทนที่จะใช้เกณฑ์ความถี่ดึงคำที่อาจเป็นศัพท์ออกจากคลังข้อมูลทั้งหมด ก็ใช้ดรชนีให้เป็นประโยชน์ โดยนำคำจากดรชนีของหนังสือทั้งสี่เล่มมาเปรียบเทียบกันเพื่อหาคำที่เหมือนกันอย่างน้อยสามเล่มจากสี่เล่ม เพื่อยืนยันว่าเป็นคำสำคัญที่พบบ่อย แต่เนื่องจากคำที่ได้จากโปรแกรมเปรียบเทียบข้อมูลนี้จะเป็นคำเดี่ยว ดังนั้นจึงต้องนำคำเดี่ยวดังกล่าวไปหาคำประสมในโปรแกรมอื่นๆ ขั้นตอนการทำงานของวิธีนี้แบ่งได้ดังนี้

1. เปรียบเทียบดรชนีจากหนังสือแต่ละเล่มเพื่อหาคำที่ปรากฏเหมือนกันในดรชนีของหนังสืออย่างน้อยสามเล่มจากสี่เล่มโดยใช้โปรแกรม DocCompare 1.0² และใช้สูตรดังนี้ $[1 \cap 2 \cap (3+4)] \cup [3 \cap 4 \cap (1+2)]$ นั่นคือ หาอินเตอร์เซกต์ (intersect) หรือคำในดรชนีที่ปรากฏทั้งในหนังสือเล่มที่หนึ่งและสองก่อน จากนั้นจึงนำผลลัพธ์ที่ได้ไปหาอินเตอร์เซกต์กับคำจากดรชนีของเล่มที่สามและสี่รวมกัน ขั้นต่อมาคือหาอินเตอร์เซกต์ของดรชนีในหนังสือเล่มที่สามและสี่ แล้วจึงนำผลลัพธ์ไปหาอินเตอร์เซกต์กับคำจากดรชนีของเล่มที่

² โปรแกรมสำหรับเปรียบเทียบคำในเอกสารสองฉบับ สามารถดาวน์โหลดได้ที่

หนึ่งและสองรวมกัน จากนั้นให้นำผลลัพธ์ของขั้นแรกมาหายูเนียน (union) กับผลลัพธ์ของขั้นที่สอง กล่าวโดยง่ายคือรวมผลลัพธ์ทั้งสองเข้าด้วยกัน วิธียูเนียนจะตัดคำที่ซ้ำกันในผลลัพธ์ออกและแสดงเพียงหนึ่งคำ ทำให้แน่ใจได้ว่าจะไม่มีคำซ้ำ เมื่อทำตามกระบวนการทั้งหมดที่กล่าวมา ผลที่ได้รับคือคำที่ตรงกันในดรรชนีอย่างน้อยสามเล่มจากสี่เล่ม ซึ่งมีทั้งหมด 291 คำ เมื่อตัดตัวเลข, คำสันธาน เช่น and, คำบุพบท เช่น of, คำวิเศษณ์ เช่น also, ชื่อเฉพาะ เช่น amazon และคำอื่นที่พิจารณาแล้วว่าไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของศัพท์ เช่น com และ gif ออกแล้วจะเหลือคำสำคัญ 232 คำ

2. นำคำที่ได้ไปค้นหาคำที่เกิดร่วมกันด้วยโปรแกรม Collocation Test 2.0³ เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่มีค่านัยสำคัญที่ช่วยบ่งบอกความเป็นศัพท์ ยิ่งมีค่ามาก แสดงว่าคำนั้นเกิดร่วมกันบ่อย และมีแนวโน้มที่จะเป็นศัพท์ โดยใช้ค่าสถิติ Dunning's Log Likelihood อย่างมีนัยสำคัญ ($p > .005$) และกำหนดความถี่ขั้นต่ำที่ 10 ทั้งนี้เพื่อให้มีศัพท์หลุดรอดจากการกรองไปได้น้อยที่สุดโดยที่ผลลัพธ์ที่ออกมาไม่มากเกินไป ได้ผลดังตัวอย่างต่อไปนี้

Collocation Test 2.01 - [Collocation List]					
Word1	Freq1	Word2	Freq2	Freq12	ll
banner	653	ad	743	183	1874.6366
banner	653	ads	520	141	1464.8276
a	20965	banner	653	101	223.79882
banner	653	advertising	954	35	209.30305
banner	653	advertisements	119	22	205.14017
banner	653	advertisement	203	17	129.72551
banner	653	exchange	353	19	127.82957
your	3383	banner	653	29	91.596735
the	51351	banner	653	99	76.88669
ad	743	banner	653	11	45.803792
.	861	banner	653	11	42.70656

ภาพ 1: การใช้โปรแกรม Collocation Test หาคำที่เกิดร่วมกัน

จากภาพนี้จะเห็นได้ว่า คำที่เข้าข่ายว่าจะเป็นศัพท์ ได้แก่ banner ad, a banner, banner advertising, banner advertisement, banner exchange และ ad banner เนื่องจากมีค่านัยสำคัญสูง เช่น banner ad มีค่านัยสำคัญถึง 1874.6366 นอกจากนี้ยังมีความถี่สูงคือ 183 ส่วนคำที่สามารถตัดออกได้คือ your banner, the banner และ . banner เนื่องจากเป็นคำทั่วไปที่ประกอบเข้าด้วยกันในประโยคตามหลักไวยากรณ์ไม่ใช่ศัพท์

³ โปรแกรมตรวจสอบอัตราการเกิดร่วมกันของคำสองคำ สามารถดาวน์โหลดได้ที่

ทำขั้นตอนนี้ซ้ำจนครบทุกคำที่ได้จากดรรชนี โดยหลังจากที่ได้ผลลัพธ์ออกมาแล้ว จะตัดคำประสมที่เกิดจากคำหลักและคำที่ทำหน้าที่ทางไวยากรณ์ เช่น คำสันธาน คำบุพบท คำกริยา และคำนำหน้านาม (the) เป็นต้น เพื่อให้พิจารณาเฉพาะคำที่น่าจะเป็นศัพท์ได้สะดวกขึ้น แต่เนื่องจากการหาคำที่เกิดร่วมกันด้วยโปรแกรมนี้ทำได้เพียงหาคำที่อยู่หน้าหรือหลังคำหลัก เพราะฉะนั้นผลที่ออกมาจึงได้เฉพาะคำประสมสองคำเท่านั้น จึงต้องนำคำประสมสองคำที่ได้นี้ไปหาคำประสมสาม สี่ และห้าคำด้วยโปรแกรมอื่นต่อไป

3. นำคำประสมสองคำที่ได้ไปหาคำประสมหลายคำอื่นๆ ด้วยโปรแกรม Concordancer for Windows ตัวอย่างเช่น

1.	pecific computer is www, the	top	-level domain is com, and th EB04.TXT
2.	Below each	top	-level domain is the next lay EB04.TXT
3.	etwork emerged, the Generic	Top	Level Domain Memorandum EB01.TXT
4.	me consists of two names: a	top	-level domain name and a s E150.TXT
5.	mely wary of sites where no	top	-level domain name is regis E108.TXT
6.	dresses from the InterNIC, a	top	-level domain name registra EB01.TXT
7.	One is whether	top	-level domain names (simila EB04.TXT
8.	emark holders of adding new	top	-level domain names and re E167.TXT
9.	The	top	-level domain names are m; EB01.TXT
10.	%, the assignment and use of	top	-level domain names has re EB01.TXT
11.	on-profit organizations Other	top	-level domain names mana EB01.TXT
12.	andled the administration of	top	-level domain names, such EB01.TXT
13.	e part on the very right is the	top	-level domain to which the c EB04.TXT
14.	com" portion is the	top	-level domain, and the "alst E150.TXT
15.	ar countries as country code	top	-level domains (". EB04.TXT
16.	names is to allow additional	top	-level domains (e. EB04.TXT
17.	tal categorization scheme of	Top	Level Domains (TLDs) is als EB02.TXT
18.	Foreign country code	top	-level domains are defined i EB01.TXT
19.	here are currently only three	top	-level domains available for E150.TXT
20.	omain names for most of the	top	-level domains -com, edu, EB04.TXT
21.	ter Domain Names and New	Top	-Level Domains Create Mori E150.TXT
22.	demand for additional global	top	-level domains has been gr EB01.TXT
23.	, at least seven new generic	top	level domains have been se EB01.TXT
24.	Until 1997, there were seven	top	-level domains including coi EB04.TXT
25.	" Other	top	-level domains popularly ad E150.TXT

ภาพ 2: การใช้โปรแกรม Concordancer for Windows หาคำที่เกิดร่วมกัน

โปรแกรมนี้จะแสดงบริบทที่แวดล้อมคำที่ต้องการค้นหา ในที่นี้คือคำว่า top-level หลังจากให้โปรแกรมตัดประโยคที่ซ้ำออกไปและเลือกให้จัดเรียงคำที่อยู่ทางขวาของคำหลัก ผลลัพธ์ที่ได้บ่งบอกว่า top-level มีความถี่ในการเกิดร่วมกับคำว่า domain หรือ domain

name มากกว่าคำอื่นๆ โดยที่ *top-level domain name* ปรากฏขึ้นแก้้ครั้ง และ *top-level domain* ปรากฏขึ้น 20 ครั้ง นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าการสะกดแตกต่างกันไป ทั้ง *top-level domain* และ *Top Level Domain* ในขั้นตอนนี้ทำให้ได้คำที่น่าจะเป็นศัพท์เพิ่มขึ้น

ผลลัพธ์ที่ได้คือรายการคำจำนวนทั้งหมด 595 คำ

วิธีที่ 2 การคัดศัพท์ตามความถี่เท่านั้น

การคัดศัพท์ตามความถี่เป็นการใช้โปรแกรมประมวลผลข้อมูลทั้งหมดในคลังข้อมูลภาษาเพื่อคัดเลือกคำที่ปรากฏโดยมีความถี่ขั้นต่ำตามที่กำหนด วิธีนี้เป็นวิธีที่นักศัพท์วิทยานิยมใช้ แบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ใช้คำสั่ง *n-word Frequency* ในโปรแกรม *Collocation Test 2.0* เพื่อคัดเลือกศัพท์จากคลังข้อมูลทั้งหมดตามความถี่ โดยกำหนดความถี่ขั้นต่ำสำหรับคำเดี่ยว คำประสมสองคำ สามคำ สี่คำ และห้าคำไว้ที่ 100, 10, 5, 3 และ 1 ตามลำดับ ในขั้นตอนนี้พบว่าไม่สามารถไม่สามารถหาผลลัพธ์ของคำประสมห้าคำได้ เนื่องจากข้อมูลที่ประมวลผลมีปริมาณมากเกินไปที่จะแสดงผลได้อย่างครบถ้วน

2. นำรายการคำเท่าที่ได้รับผลมารองชั้นต้นด้วยการตัดคำที่ไม่น่าจะเกี่ยวข้องออก ได้แก่ จำนวน คำนำหน้านาม คำสรรพนาม คำกริยาช่วย เช่น คำที่อยู่ในกลุ่ม *V. to be* และ *V. to have* คำบุพบท และคำสันธาน ในที่นี้ได้ตัดคำต่อไปนี้ออก ได้แก่ *I, you, we, they, he, she, it, be, is, are, was, were, has, have, had, need, may, might, will, would, should, as, of, to, there, this, that, those, these, how, when, what, where, who, and, if, but, at, all, in, into, between, by, can, or, from, for, on, with, out, about, the, also, another, other, many, much, any, your, their, then, them, even, not, being, than, which, more, very, so, s, only, through, must, its, over, each, most, while, although, because, however, both* และ *such* นอกจากนี้ยังตัดคำกริยาทั่วไป ได้แก่ *change, find, get, help, make, provide, use* และ *work* ชื่อเฉพาะ ได้แก่ *amazon, verisign* และ *visa* คำคุณศัพท์ทั่วไป ได้แก่ *different, available, effective, following, important* และ *new* และตัดคำซ้ำที่อยู่ในรูปพหูพจน์ รวมถึงคำนามทั่วไป ได้แก่ *chapter, company, computer, corporate, day, example, experience, firm, government, organization, people, problem, product* และ *year* เนื่องจากพบว่าคำเหล่านี้ปรากฏขึ้นหลายครั้ง แต่เป็นคำทั่วไป หรือเมื่อประกอบกับคำอื่นก็ไม่ได้เป็นศัพท์ (ในงานวิจัยฉบับนี้) ก่อนที่จะนำไปคัดเลือกในขั้นตอนต่อไป การตัดคำต่างๆ เหล่านี้สามารถนำโปรแกรมเข้ามาช่วยในการคัดเลือก ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดเวลาไปได้มาก โดยใช้วิธีแสดงรายการคำที่ได้จากโปรแกรม *Collocation Test 2.0* ใน *Microsoft Excel* แล้วใช้คำสั่ง *AutoFilter* คัดคำที่ไม่ต้องการออกทีละคอลัมน์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1											
9964	to		25 percent	7							
9965	to	a	banner	18							
9966	to	a	business	5							
9967	to	a	central	5							
9968	to	a	certain								
9969	to	a	company								
9970	to	a	computer								
9971	to	a	customer								
9972	to	a	different								
9973	to	a	firm								
9974	to	a	given	7							
9975	to	a	global	5							

Custom AutoFilter

Show rows where:

equals

And Or

Use ? to represent any single character
Use * to represent any series of characters

ภาพ 3: การตัดรายการคำที่ไม่เกี่ยวข้องด้วย Autofilter

ภาพนี้แสดงให้เห็นวิธีการใช้ Autofilter โดยเลือกคอลัมน์ที่ต้องการค้นหา แล้วใส่ค่าลงไป ในที่นี้คือคำว่า to ในคอลัมน์แรก โปรแกรมก็จะกรองเฉพาะรายการที่คอลัมน์แรกเป็นคำว่า to จากนั้นจึงลบแถวเหล่านั้นออกแล้วกรองด้วยคำต่อไป วิธีนี้จะต้องใช้คำที่แน่ใจว่าไม่เป็นศัพท์เมื่ออยู่ในลำดับการเรียงเช่นนั้น ดังในตัวอย่างนี้ การที่ค้นรายการที่ขึ้นต้นด้วย to ก็เนื่องจากว่าไม่มีศัพท์ที่ขึ้นต้นด้วยคำว่า to อย่างแน่นอน ไม่ว่าจะ เป็น to a given หรือ to a company วิธีการนี้จะช่วยตัดศัพท์ที่ไม่เกี่ยวข้องออกได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องดูทั้งหมด อย่างไรก็ตามต้องระวังในการใช้บุพบทบางคำเป็นคำค้นหา เช่น to หากใช้ค้นหาในคอลัมน์แรกเท่ากับเป็นการค้นหาคำที่ขึ้นต้นด้วย to ดังนี้ย่อมาใช้ได้ แต่ถ้าค้นหาด้วยคำว่า to ในคอลัมน์ที่สองเท่ากับเป็นการค้นหาคำที่มีคำที่สองเป็นคำว่า to คือ X to X และในการทำประมวลศัพท์หมวดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้มีคำที่เป็นศัพท์ซึ่งประกอบด้วยคำว่า to เช่น *business-to-business* หากไม่ทันดูแล้วลบรายการทั้งหมดทิ้งก็อาจจะเสียคำที่เป็นศัพท์ไปในขั้นตอนนี้ได้ ซึ่งปัญหานี้จะปรากฏให้เห็นเมื่อทำมโนทัศน์สัมพันธ์

หลังจากใช้โปรแกรมตัดคำที่ไม่เกี่ยวข้องออกแล้วจะพบว่ามียุทธการคำเหลืออยู่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของรายการในตอนแรก จากนั้นจึงอ่านไปที่ละรายการเพื่อตัดคำที่ไม่เกี่ยวข้องซึ่งอาจหลงเหลือจากการใช้โปรแกรมออกด้วยตนเอง

ผลลัพธ์ที่ได้คือรายการคำจำนวน 573 คำ

วิธีที่ 3 การคัดเลือกตามความถี่ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ

วิธีนี้จะเหมือนกับวิธีที่ 2 คือเป็นการคัดเลือกตามความถี่ แต่แทนที่จะคัดเลือกเองตามเกณฑ์ต่างๆ ที่ตั้งไว้ก็ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้คัดเลือก เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ที่มีความรู้ในสาขาวิชานี้ น่าจะทราบดีกว่าคำใดเป็นศัพท์ในหมวดพาดพิงยัติเล็กน้อยหรือนักศัพท์ตามขอบเขตที่กำหนดไว้ ขั้นตอนในการทำงานมีดังนี้

1. นำศัพท์ที่เป็นผลลัพธ์จากวิธีที่ 2 ขั้นตอนที่ 2 ไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา ซึ่งในขั้นตอนนี้มีผู้เชี่ยวชาญช่วยพิจารณาสองท่าน
2. เปรียบเทียบศัพท์ที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทั้งสองแล้วดึงศัพท์ที่ตรงกันออกมาเป็นผลลัพธ์ เพื่อให้แน่ใจว่าคำนั้นเป็นศัพท์จริงๆ ถ้าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นตรงกันว่าเป็นศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ผลลัพธ์ที่ได้คือศัพท์จำนวน 452 คำ

สรุปผลการทดลอง

เมื่อทดลองดึงศัพท์ด้วยวิธีทั้งสามเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงนำผลลัพธ์ที่ได้มาเปรียบเทียบกันเพื่อดูว่าวิธีใดเป็นวิธีดึงศัพท์ที่ได้ผลดีที่สุด โดยตรวจสอบกับศัพท์ชุดสุดท้ายหรือศัพท์ในบันทึกข้อมูลศัพท์ ซึ่งเป็นศัพท์ที่ผ่านขั้นตอนการดึงศัพท์ การคัดเลือกศัพท์ และการวิเคราะห์หมโนทัศน์สัมพันธ์ จนเป็นชุดศัพท์ที่สมบูรณ์ ซึ่งแบ่งออกได้เป็นศัพท์หลัก 157 คำ และศัพท์พ้อง 101 คำ รวมเป็น 258 คำ ปรากฏว่าวิธีที่ 1 ได้ศัพท์มากที่สุดและตรงกับศัพท์ชุดสุดท้ายมากที่สุดคือ 153 คำ รองลงมาคือวิธีที่ 2 และ 3 ตามลำดับ รายละเอียดต่างๆ มีดังนี้

- วิธีที่ 1 - ศัพท์ที่ได้จากการดึงศัพท์มีทั้งหมด 595 คำ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับศัพท์ชุดสุดท้ายพบว่า มีศัพท์หลักที่ตรงกัน 87 คำ และมีศัพท์พ้องที่ตรงกัน 66 คำ รวมเป็น 153 คำ คิดเป็นร้อยละ 60 ของศัพท์ชุดสุดท้าย
- วิธีที่ 2 - ศัพท์ที่ได้จากการดึงศัพท์มีทั้งหมด 573 คำ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับศัพท์ชุดสุดท้ายพบว่า มีศัพท์หลักที่ตรงกัน 86 คำ และมีศัพท์พ้องที่ตรงกัน 46 คำ รวมเป็น 132 คำ คิดเป็นร้อยละ 51 ของศัพท์ชุดสุดท้าย
- วิธีที่ 3 - ศัพท์ที่ได้จากการคัดเลือกมีทั้งหมด 452 คำ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับศัพท์ชุดสุดท้ายพบว่า มีศัพท์หลักที่ตรงกัน 77 คำ และมีศัพท์พ้องที่ตรงกัน 39 คำ รวมเป็น 116 คำ คิดเป็นร้อยละ 45 ของศัพท์ชุดสุดท้าย

ข้อดีข้อเสียข้อเสียของแต่ละวิธี - จะเห็นได้ว่า วิธีที่ 1 เป็นวิธีดึงศัพท์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากได้ศัพท์ที่ตรงกับศัพท์ชุดสุดท้ายหรือศัพท์ในบันทึกข้อมูลศัพท์ถึงร้อยละ 60 ถือว่าเป็นชุดศัพท์ที่ใกล้เคียงศัพท์ชุดสุดท้ายมากกว่าวิธีอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ทุกวิธีที่ใช้มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไป ดังรายละเอียดนี้

วิธีที่ 1 ข้อดี - มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากมีกระบวนการทำงานที่มีหลักเกณฑ์และละเอียด คือนำตรรกะที่เป็นคำสำคัญมาใช้ในการดึงศัพท์ และใช้โปรแกรม Collocation Test ที่มีค่านัยสำคัญบ่งชี้ความน่าจะเป็นศัพท์ ทำให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้นว่าคำนั้นน่าจะเป็นศัพท์ เช่น *public key* ซึ่งมีความถี่ของการเกิดร่วมกัน 272 และมีค่านัยสำคัญ 2747.658 หรือช่วยให้เห็นว่าคำประสมสองคำนั้นน่าจะประกอบกับคำอื่นแล้วเป็นศัพท์ เช่น *cost per* ซึ่งตามปกติจะถูกตัดออกเนื่องจากเป็นคำที่ประกอบกับบุพพทเหมือนเป็นการเรียงคำในประโยคธรรมดา ปรากฏว่าคำนี้แม้จะมีความถี่ของการเกิดร่วมกันเพียง 43 แต่มีค่านัยสำคัญสูงถึง 354.0708 และเมื่อนำไปหาคำประสมอื่นๆ ก็พบว่า *cost per* เป็นส่วนประกอบของ *cost per click* ซึ่งเป็นศัพท์จริงๆ อย่างไรก็ตาม ค่านัยสำคัญไม่ได้บ่งบอกถึงศัพท์เสมอไป เช่น *low cost* มีค่านัยสำคัญ 503.39634 แต่เป็นเพียงคำธรรมดา ดังนั้นจึงควรระวังในข้อนี้ด้วย

นอกจากนี้การใช้ตรรกะยังใช้เวลาในการหาศัพท์ที่เกิดร่วมกันน้อยกว่า การที่จะนำศัพท์เดี่ยวจากคลังข้อมูลทั้งหมดมาเป็นตัวตั้งในการหาศัพท์ เนื่องจากมีจำนวนคำน้อยกว่า

ข้อเสีย - มีขั้นตอนที่ยุ่งยากหลายขั้น และใช้เวลานานในการนำคำประสมสองคำไปหาคำประสมสามคำ สี่คำ และห้าคำในคลังข้อมูลภาษา เนื่องจากต้องป้อนข้อมูลค้นหาที่ละเอียด

- ใช้ได้เฉพาะกับข้อมูลที่มาจากหนังสือที่มีตรรกะ
- มีปัญหาเรื่องพจนานุกรมและความถี่ทำให้ต้องใช้เวลาในการแก้ไข

ปัญหาที่พบจากการใช้โปรแกรม ไม่ว่าจะ เป็น DocCompare, Collocation Test หรือ Concordancer for Windows คือ โปรแกรมเหล่านี้เป็นโปรแกรมที่ยึดค่าแบบตรงตัว กล่าวคือจะค้นหาและแสดงผลเฉพาะคำนั้น ซึ่งเป็นประโยชน์ในการที่จะได้รับเฉพาะผลลัพธ์ที่ต้องการ โดยที่ไม่มีคำอื่นๆ ที่คำนั้นประกอบอยู่แสดงออกมาด้วย เช่น ถ้าหาคำว่า *key* ก็จะได้ผลลัพธ์เป็นคำว่า *key* เท่านั้น ไม่รวมถึง *keyboard* แต่ในกรณีนี้เกิดปัญหากับรูปพหูพจน์ของศัพท์ นั่นคือโปรแกรมจะถือว่า *key* เป็นคนละคำกับ *keys* ใดๆ ที่ตามจริงแล้วเป็นคำเดียวกัน ทำให้ผลที่ออกมาผิดไปจากที่ควรจะเป็น

ในขั้นตอนการเปรียบเทียบคำในดรชนี โปรแกรม DocCompare จะดึงคำออกมาเปรียบเทียบและแสดงผลเป็นคำที่ตรงกันหรือคำที่ต่างกันแล้วแต่กำหนด เมื่อทำตามสูตรที่กล่าวไว้ในตอนต้น ก็จะได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นรายการคำที่มีอยู่ในดรชนีของหนังสือสามเล่มจากสี่เล่ม แต่ลักษณะการทำงานของโปรแกรมที่ยึดค่าแบบตรงตัวทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ผิดพลาด เช่นในดรชนีของหนังสือสองเล่มมีคำว่า *link* ส่วนอีกสองเล่มมีคำว่า *links* เพราะฉะนั้น รายการผลลัพธ์จะไม่มีคำว่า *link* หรือ *links* เนื่องจากถือว่าปรากฏในสองเล่มจากสี่เล่มเท่านั้น ไม่ตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งที่สองคำนี้เป็นคำเดียวกัน เพียงแต่มีพจน์ที่ต่างกัน

ดังนั้นจึงต้องแก้ไขด้วยการค้นหาคำที่เป็นพหูพจน์ คือลงท้ายด้วย s หรือ es ในดรชนีของแต่ละเล่ม แล้วตัดออกให้กลายเป็นรูปเอกพจน์ เพื่อจะได้มีรูปคำที่ตรงกัน จากนั้นค่อยนำไปหาผลลัพธ์ตามสูตร

ในส่วนของการทำงานที่เกิตร่วมกันด้วยโปรแกรม Collocation Test ก็มีผลลัพธ์คลาดเคลื่อนเช่นกัน เนื่องจากรายการคำที่นำมาค้นหาการเกิดร่วมกันด้วยโปรแกรมนี้เป็นรายการคำที่มาจากดรชนี ซึ่งได้ทำให้อยู่ในรูปเอกพจน์ทั้งหมดด้วยเหตุผลเรื่องการยึดศัพท์ตรงตัวของโปรแกรม DocCompare ตามที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ประกอบกับการกำหนดความถี่ขั้นต่ำของศัพท์ทำให้ศัพท์บางคำไม่ถูกนับรวมเข้ามาด้วย ตัวอย่างเช่น เมื่อค้นหาด้วยคำว่า *link* โดยกำหนดความถี่ขั้นต่ำ 10 ปรากฏว่าได้ผลลัพธ์ออกมาสองรายการคือคำว่า *link to* ซึ่งมีความถี่ 62 และมีค่านัยสำคัญ 144.14729 และคำว่า *a link* ซึ่งมีความถี่ 54 และมีค่านัยสำคัญ 138.3934 แต่เมื่อลองค้นหาด้วยคำว่า *links* ที่มีความถี่ขั้นต่ำ 10 เหมือนกัน ปรากฏว่าได้ศัพท์เพิ่มขึ้นคือคำว่า *hypertext links* ซึ่งมีความถี่ 15 และมีค่านัยสำคัญ 179.30419

จะเห็นได้ว่าพจน์ของคำมีผลต่อการได้ศัพท์ ดังนั้นจึงต้องใช้วิธีแก้ไขด้วยการค้นคำนั้นซ้ำในรูปพหูพจน์ อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นการเสียเวลาที่ต้องค้นศัพท์เดียวกันซ้ำสองครั้ง แต่ก็อาจจะทำให้ได้ศัพท์เพิ่มขึ้น

ปัญหาข้างต้นเป็นปัญหาของคำที่ไม่ผ่านเกณฑ์ความถี่เนื่องจากถูกแยกเอกพจน์และพหูพจน์เป็นคนละคำ แต่ปัญหาที่เกิดจากความถี่โดยตรงก็มีเช่นกัน กล่าวคือศัพท์บางคำมีความถี่ต่ำ ทำให้ไม่ผ่านเกณฑ์ ถึงแม้ว่าการตัดศัพท์ด้วยความถี่มาจากสมมติฐานว่าคำที่มีความถี่ในการปรากฏในระดับหนึ่งน่าจะเป็นศัพท์ แต่คำที่น่าจะเป็นศัพท์ก็อาจมีความถี่ต่ำได้ (Pearson, 1998: 123) เช่น เมื่อใช้โปรแกรม Collocation Test หาคำว่า *electronic* โดยกำหนดความถี่ขั้นต่ำไว้ที่ 10 พบว่าไม่มีคำว่า *electronic purse* เนื่องจากมีความถี่ไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนด คือมีความถี่ 6 หรือบางคำแม้จะหาด้วยคำที่เป็นพหูพจน์แล้วก็ยังไม่ถึงเกณฑ์ เช่น *affiliate links* มีความถี่ 6 ศัพท์ดังกล่าวเหล่านี้จึงไม่ปรากฏในรายการศัพท์ที่ดึงได้ วิธีแก้ไขที่

น่าจะดีที่สุดคือลดความถี่ลงอีก เช่น ลดเหลือ 5 ถึงแม้ว่าจะทำให้มีข้อมูลที่ต้องพิจารณามากขึ้น แต่ก็จะได้ศัพท์เพิ่มขึ้นด้วย กระนั้นศัพท์บางคำก็อาจจะมีค่าต่ำกว่า 5 จึงไม่ปรากฏในรายการให้ดึงออกมาได้ แต่พบว่าสามารถทราบได้ว่ามีศัพท์หรือโมโนทัศน์ขาดหายไปเมื่อถึงขั้นตอนการจัดทำโมโนทัศน์สัมพันธ์ แล้วจึงกลับมาค้นหาศัพท์ค่านั้นในคลังข้อมูลภาษาอีกครั้ง (ดูตัวอย่างได้ใน หน้า 54) ดังนั้นการลดความถี่เป็น 5 จึงน่าจะเพียงพอ

วิธีที่ 2 ข้อดี - ดึงศัพท์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เนื่องจากใช้โปรแกรมในการดึงคำทั้งหมดออกมา โดยที่ผู้ทำวิจัยเพียงแค่กำหนดคำสั่งในตอนแรกเท่านั้น และแม้จะมีปริมาณคำที่ต้องพิจารณาจำนวนมาก เนื่องจากเป็นข้อมูลทั้งหมดในคลังข้อมูลภาษา แต่ก็สามารถใช้คำสั่ง Autofilter ช่วยในการตัดคำที่ไม่เกี่ยวข้องได้ ทำให้ใช้เวลาไม่นานนัก

ข้อเสีย - ต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ประมวลผลได้เร็วและมีหน่วยความจำมาก มิฉะนั้นจะต้องรอเป็นเวลานานกว่าคอมพิวเตอร์จะประมวลผลเสร็จ ดังเช่นกรณีคำประสมห้าคำที่ไม่อาจแสดงผลลัพธ์ได้เนื่องจากข้อมูลมีปริมาณมากเกินไป

- มีปัญหาเรื่องพจน์และความถี่ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าโปรแกรมที่ใช้ในการดึงศัพท์นั้นเป็นโปรแกรมที่ค้นหาแบบตรงตัว ทำให้เมื่อใช้คำสั่ง n-word Frequency ในโปรแกรม Collocation Test เพื่อดึงศัพท์ตามความถี่ ศัพท์บางคำที่อยู่ในรูปเอกพจน์และพหูพจน์ซึ่งมีความถี่ต่ำจะไม่ถูกดึงออกมา เช่น ถ้ากำหนดเกณฑ์ความถี่ขั้นต่ำในการคัดเลือกคำเดี่ยวไว้ที่ 150 คำว่า *cookie* และ *cookies* จะไม่ได้รับการคัดเลือก เนื่องจากมีความถี่เพียง 94 และ 132 ตามลำดับ แต่ถ้านับรวม *cookie* และ *cookies* เป็นคำเดียวกัน จะเท่ากับว่ามีความถี่ 226 ซึ่งผ่านเกณฑ์อย่างแน่นอน ปัญหานี้ไม่สามารถแก้ไขแบบเดียวกับที่แก้ปัญหारेื่องพจน์ของคำในกรณีนี้ด้วยวิธีเปลี่ยนทุกคำให้อยู่ในรูปเอกพจน์ เนื่องจากต้องใช้เวลาอย่างมาก เพราะเป็นการแก้ไขข้อมูลจากคลังข้อมูลทั้งหมดซึ่งมีจำนวนมหาศาล ดังนั้นแนวทางแก้ไขในกรณีนี้คือกำหนดความถี่ขั้นต่ำให้น้อยลง เช่นในงานวิจัยฉบับนี้กำหนดไว้ที่ 100 และได้นำไปเปรียบเทียบกับรายการคำที่มีความถี่ขั้นต่ำ 50 พบว่าแม้รายการคำสำหรับความถี่ 50 จะมากกว่ารายการคำที่มีความถี่ 100 เป็นเท่าตัว แต่คำที่น่าจะเป็นศัพท์ที่คัดเลือกออกมานั้นมีจำนวนใกล้เคียงกัน แสดงว่าความถี่ขั้นต่ำ 100 สำหรับการคัดคำเดี่ยวน่าจะเป็นความถี่ที่ใช้ได้ผล แม้จะไม่สมบูรณ์ก็ตาม เนื่องจากศัพท์บางคำอาจมีความถี่ต่ำมากจนไม่ผ่านเกณฑ์ แต่ก็มีความถี่ขั้นต่ำที่ทำให้ได้รายการคำไม่มากหรือน้อยจนเกินไป

- การตัดคำที่คาดว่าไม่เกี่ยวข้องออกไปอาจเป็นการตัดศัพท์ออกโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ เช่น ในงานวิจัยฉบับนี้มีการตัดคำที่ประกอบด้วยบุพบท in ออก เนื่องจากหน้าที่ของบุพบทโดยทั่วไปเป็นเพียงตัวเชื่อมเท่านั้น เช่น As mentioned earlier, General

Electric realized a 30 percent reduction in the processing costs of its procurement cycle. (EB01.txt) แต่ศัพท์บางคำมีบุพพทเป็นส่วนประกอบ เช่น *double opt-in* is not as highly targeted as the other two techniques, but it is more targeted than *opt-in* or spam. (E093.txt) ถ้าหากไม่พิจารณาให้ดี ศัพท์คำนี้ก็อาจถูกตัดออกไปอย่างน่าเสียดาย

วิธีที่ 3 ข้อดี - เป็นวิธีที่สะดวกสำหรับผู้ทำวิจัย เนื่องจากให้ผู้เชี่ยวชาญรับภาระในการพิจารณาศัพท์ไปแทบทั้งหมด ผู้ทำวิจัยเพียงแต่ดึงศัพท์และคัดศัพท์ขึ้นต้นเท่านั้น

ข้อเสีย - ผู้เชี่ยวชาญอาจไม่มีเวลาพิจารณาอย่างถ่วงถ้ ทำให้ตัดศัพท์บางคำออก หรือเก็บศัพท์ที่ไม่เกี่ยวข้องไว้ และจากการที่ให้ผู้เชี่ยวชาญสองท่านเป็นผู้ตรวจสอบแล้วเลือกเฉพาะศัพท์ที่ทั้งสองเห็นตรงกัน ศัพท์บางคำจึงไม่ถูกรวมเข้าไว้ด้วย เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญอาจมีมโนทัศน์ที่แตกต่างกันในการพิจารณาศัพท์ เช่น ผู้เชี่ยวชาญท่านหนึ่งตัดคำว่า *acquiring bank* ออก ในขณะที่อีกท่านเก็บไว้ รายการศัพท์ที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญจึงขาดศัพท์คำนี้ไป

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมานี้ จะเห็นได้ว่าวิธีที่ 1 เป็นวิธีดึงศัพท์ที่ได้ผลที่สุดเหมาะสำหรับผู้ที่ใช้คลังข้อมูลภาษาที่เป็นข้อมูลจากหนังสือ ถ้าหากใช้ข้อมูลลักษณะอื่นที่ไม่มีดรชนี แต่ต้องการทำงานแบบวิธีที่ 1 เนื่องจากเห็นว่าการทำงานร่วมกันของศัพท์นั้นมีหลักเกณฑ์น่าเชื่อถือ ก็สามารถทำได้ โดยใช้วิธีดึงศัพท์เดี่ยวออกจากคลังข้อมูลภาษาด้วยความถี่แทนดรชนี ส่วนจะเลือกใช้ความถี่ขั้นต่ำเท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับปริมาณข้อมูลในคลังข้อมูลภาษา ถ้าเป็นคลังข้อมูลขนาดใหญ่ตั้งแต่ห้าแสนคำขึ้นไป อาจเลือกความถี่ขั้นต่ำที่ 100-200 เพื่อไม่ให้ได้คำออกมามากหรือน้อยเกินไป ในกรณีที่ได้คำมากเกินไปจะเป็นภาระหนักในขั้นตอนการหาคำที่เกิดร่วมกัน แต่ถ้าคำที่ได้มีจำนวนน้อยเกินไป โอกาสพบศัพท์จะน้อยลงด้วย ถ้าเป็นคลังข้อมูลขนาดเล็ก ความถี่ก็ควรต่ำลงตามสัดส่วน

ส่วนวิธีที่ 2 นั้นเป็นวิธีที่ทำได้ง่าย แต่ผู้ทำวิจัยควรจะมีความรู้ในสาขาวิชาที่ทำวิจัยมากพอสมควร เนื่องจากต้องพิจารณาด้วยตนเองว่าคำใดบ้างที่เป็นศัพท์ และอาจลดความถี่ขั้นต่ำในการคัดศัพท์ลงอีก เพื่อให้ศัพท์หลุดรอดไปน้อยที่สุด แม้จะต้องใช้เวลาในการทำงานมากขึ้น

สำหรับวิธีที่ 3 เป็นวิธีที่น่าสนใจหากจะนำไปใช้ แต่ต้องแน่ใจว่าผู้เชี่ยวชาญมีเวลาช่วยพิจารณาคำศัพท์ และควรซักซ้อมความเข้าใจกับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับขอบเขตงานวิจัยและการคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างศัพท์หรือการจัดกลุ่มศัพท์ เพื่อให้ได้ศัพท์ที่เกี่ยวข้องตรงตามต้องการอย่างแท้จริง

วิธีดัดศัพท์ต่างๆ ที่ได้ทดลองทำนี้เป็นเพียงการดัดศัพท์ขั้นต้นซึ่งยังไม่เพียงพอต่อการได้ศัพท์ไปวิเคราะห์เพื่อจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์ต่อไป ในการทำงานจริง ควรจะใช้เกณฑ์การสังเกตศัพท์ของ Cabré (1999) ประกอบด้วย และที่ขาดไม่ได้คือเกณฑ์ของ Pearson (1998) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกณฑ์สัญญาณทางภาษาซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้พบว่าหลักการดัดศัพท์ที่ง่ายแต่ได้ศัพท์จำนวนมาก เมื่อนำเกณฑ์ต่างๆ ดังกล่าวนี้อมาใช้ร่วมกับวิธีดัดศัพท์วิธีใดวิธีหนึ่งข้างต้นก็จะทำให้ได้ชุดศัพท์ที่น่าเชื่อถือและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์

เมื่อตั้งศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา (corpus) แล้ว ขั้นตอนต่อมาในงานวิจัยฉบับนี้ คือการสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของศัพท์ที่ได้ว่าศัพท์แต่ละคำมีมโนทัศน์ที่สัมพันธ์กันอย่างไร แล้วจัดกลุ่มศัพท์อย่างเป็นระบบ ขั้นตอนนี้จะทำให้ได้ระบบมโนทัศน์ (conceptual system) ของพหุชยอิลเก็ททอนิกส์ อันเป็นข้อมูลสำคัญที่จะใช้วิเคราะห์เพื่อทำบันทึกข้อมูลศัพท์ในบทต่อไป

ความสำคัญของมโนทัศน์สัมพันธ์

มโนทัศน์สัมพันธ์ (conceptual relation) เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ต่างๆ ซึ่งแสดงออกมาในรูปศัพท์ ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ หรือความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มมโนทัศน์ การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์คือการจัดระเบียบมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ และแสดงออกมาในรูปเครือข่ายมโนทัศน์ (conceptual network) ซึ่งประกอบกันเป็นระบบมโนทัศน์ และเมื่อนำชุดศัพท์ที่ได้จากการคัดเลือกมาจัดทำมโนทัศน์สัมพันธ์ ก็จะพบว่ามโนทัศน์ใดขาดหายไป หรือมีมโนทัศน์ใดที่ไม่สัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่นๆ ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมแก้ไขโดยวิเคราะห์จากข้อมูลในคลังข้อมูล เพื่อให้ได้ระบบมโนทัศน์ที่ครอบคลุมและชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย

Wright (1997: 22) ได้ให้ความเห็นว่า ในทางทฤษฎี นักศัพทวิทยาจะสร้างระบบมโนทัศน์ จากนั้นจึงกำหนดศัพท์สำหรับมโนทัศน์ต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นระบบ แต่ในทางปฏิบัติ กระบวนการดังกล่าวจะดำเนินเป็นวงจร กล่าวคือ เริ่มด้วยการรวบรวมศัพท์จากตัวบทที่มีอยู่จริง ซึ่งส่วนใหญ่จะได้ยินยามขึ้นต้นมาจากขั้นตอนนี้ แล้วใช้ศัพท์เหล่านั้นสร้างระบบมโนทัศน์แรกเริ่ม จากนั้นจึงทบทวนนิยามแล้วเขียนใหม่โดยยึดตามความสัมพันธ์ในระบบมโนทัศน์ ดังนั้น จะเห็นได้ว่ามโนทัศน์สัมพันธ์เป็นส่วนสำคัญที่เชื่อมโยงไปยังการสร้างระบบมโนทัศน์และการเขียนนิยาม ซึ่งจะแสดงไว้ในบันทึกข้อมูลศัพท์ (ภาคผนวก ค)

ลักษณะของมโนทัศน์สัมพันธ์

Cabré (1999: 135) กล่าวว่า ระบบมโนทัศน์ประกอบด้วยชุดมโนทัศน์ที่จัดระเบียบอย่างเป็นระบบในแต่ละประเภท มโนทัศน์หลักและมโนทัศน์ย่อยในแต่ละประเภทและใน

ประเภทเดียวกันจะมีความสัมพันธ์ในด้านลักษณะที่มีร่วมกันหรือสัมพันธ์ในด้านการใช้งาน โดย Sager (1990: 28-39) ได้แบ่งรูปแบบความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ไว้ดังนี้

1. **ความสัมพันธ์แบบมาตรฐาน (traditional relationship)** เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่พบมากในการทำประมวลศัพท์ต่างๆ โดยแบ่งเป็นความสัมพันธ์ประเภทย่อยๆ ได้ดังนี้

- ความสัมพันธ์แบบทั่วไป (generic relationship) เป็นความสัมพันธ์ที่แสดงลำดับชั้น โดยบ่งบอกว่าเป็นมโนทัศน์ที่อยู่ในประเภทเดียวกัน เพียงแต่จะมีมโนทัศน์ที่กว้างหรือแคบกว่ากัน เช่น ปากกาเป็นเครื่องเขียนชนิดหนึ่ง หรือ เครื่องเขียนได้แก่ ปากกา ดินสอ ยางลบ จะเห็นได้ว่า “เครื่องเขียน” เป็นมโนทัศน์ที่ใหญ่ที่สุด และ “ปากกา” “ดินสอ” “ยางลบ” เป็นมโนทัศน์ย่อยของ “เครื่องเขียน” โดยที่แต่ละชนิดก็จะมีคุณสมบัติแตกต่างกันไป

- ความสัมพันธ์แบบส่วนประกอบ (partitive relationship) เป็นความสัมพันธ์ที่แสดงส่วนประกอบต่างๆ ของมโนทัศน์นั้น เช่น ปากกาลูกกลิ้งประกอบด้วยด้าม ใส้ปากกา หมึก ตลับลูกกลิ้ง หรือ ตลับลูกกลิ้งเป็นส่วนประกอบของปากกาลูกกลิ้ง

- ความสัมพันธ์แบบหลายขั้ว (polyvalent relationship) เป็นความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ที่อยู่ในลำดับชั้นได้มากกว่าหนึ่งชั้น เช่น ปากกาแบ่งเป็นปากกาลูกกลิ้งและปากกาหมึกซึม ทั้งปากกาลูกกลิ้งและปากกาหมึกซึมต่างเป็นอุปกรณ์การเขียน

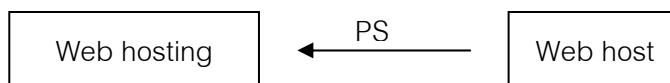
2. **ความสัมพันธ์แบบซับซ้อน (complex relationship)** เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่ไม่สามารถแบ่งได้ตามความสัมพันธ์แบบมาตรฐาน เช่น

Material – Product	เช่น หวาย - ตะกร้า
Material – Property	เช่น ยาง - ยืดหยุ่น
Process – Product	เช่น การถักทอ - ผ้า
Object – Material	เช่น สะพาน - เหล็ก
Object – Form	เช่น หนังสือ - ปกอ่อน

ความสัมพันธ์เหล่านี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของมโนทัศน์นั้นๆ และมุมมองของผู้จัดทำ อาจมีได้หลากหลายรูปแบบแตกต่างกันไป ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้กำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์มโนทัศน์ของศัพท์และความสัมพันธ์ระหว่างกันจนได้ออกมาเป็นความสัมพันธ์

29 รูปแบบ โดยแสดงด้วยตัวอย่างซึ่งนำมาจากตัวอักษรตัวแรกของแต่ละความสัมพันธ์ และทิศทาง

ของความสัมพันธ์จะเป็นแบบทางเดียวโดยยึดตัวอักษรทางด้านซ้ายเป็นหลักหรือเป็นต้นทางลูกศร ความสัมพันธ์ เช่น



PS ในที่นี้คือความสัมพันธ์แบบ Provider - Service โดยที่ P ย่อมาจาก Provider และ S ย่อมาจาก Service ดังนั้นความสัมพันธ์นี้จึงอ่านได้ว่า *Web host* เป็น Provider ของ *Web hosting* ซึ่งเป็น Service หรือสรุปสั้นๆ ว่า *Web host* เป็นผู้ให้บริการ *Web hosting*

ในกรณีที่มีหลายความสัมพันธ์ขึ้นต้นด้วยตัวอักษรเดียวกัน เช่น Provider - Service กับ Process - Standard ถ้าใช้หลักกำหนดตัวย่อตามปกติก็จะซ้ำกัน คือ PS กับ PS ดังนั้นจึงต้องเปลี่ยนไปใช้อักษรตัวอื่นในคำนั้น ส่วนการจะเปลี่ยนตัวย่อของความสัมพันธินั้น เป็นไปตามที่ผู้ทำวิจัยเห็นว่าเหมาะสม ในที่นี้ใช้ PS สำหรับ Provider - Service และใช้ PD สำหรับ Process - Standard

รายละเอียดของแต่ละความสัมพันธ์ได้แสดงไว้ในตารางด้านล่างนี้ โดยเรียงตามลำดับอักษรของตัวย่อเพื่อให้อ่านง่าย

ตาราง 1: รูปแบบมโนทัศน์สัมพันธ์ที่ใช้ในประมวลศัพท์

Abbr.	Relation	Description
AO	Administrator - Object	มโนทัศน์หนึ่งมีฐานะเป็นผู้ดูแลสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <i>Webmaster</i> เป็นผู้ดูแลเว็บไซต์ (<i>Web site</i>)
AP	Administrator - Place	มโนทัศน์หนึ่งมีฐานะเป็นผู้ดูแลสถานที่ ซึ่งเป็นอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <i>market maker</i> เป็นผู้ดูแล <i>electronic marketplace</i>

CC	Cost - Criteria	มโนทัศน์หนึ่งเป็นค่าใช้จ่ายโดยคิดจากอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นเกณฑ์ เช่น <i>cost per click</i> คิดจาก <i>click-through rate</i>
CM	Process - Measurement	มโนทัศน์หนึ่งเป็นกระบวนการที่มีอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นตัววัด เช่น วัดการทำตลาด (marketing) ด้วย <i>traffic</i>
CT	Cost - Target	มโนทัศน์หนึ่งเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <i>flat fee</i> เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับ <i>banner ad space</i>
GS	Generic - Specific	มโนทัศน์หนึ่งกว้างกว่าอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <i>portal</i> แบ่งได้เป็น <i>horizontal portal</i> และ <i>vertical portal</i>
HO	Holder - Object	มโนทัศน์หนึ่งถือหรือมีสิ่งของซึ่งเป็นอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <i>affiliate</i> เป็นผู้ถือ <i>affiliate link</i>
MC	Method - Cost	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวิธีการ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นค่าใช้จ่ายของวิธีการนั้น เช่น <i>flat fee</i> เป็นค่าใช้จ่ายของการโฆษณาแบบเสียค่าใช้จ่าย (paid advertising)
MF	Method - Form	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวิธีการ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นรูปแบบของวิธีการนั้น เช่น <i>banner exchange</i> เป็นรูปแบบของการโฆษณาแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย (free advertising)
MP	Method - Purpose	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวิธีการ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของวิธีการนั้น เช่น ใช้ <i>encryption algorithm</i> เพื่อ <i>decryption</i>

MT	Method - Tool	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวิธีการ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นเครื่องมือของวิธีการนั้น เช่น <i>electronic check</i> เป็นวิธีชำระเงินโดยใช้ <i>electronic checkbook</i>
OB	Object - Problem	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวัตถุ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นปัญหาของวัตถุนั้น เช่น <i>cybersquatter</i> เป็นปัญหาของ <i>domain name</i>
OF	Object - Form	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวัตถุ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นรูปแบบของวัตถุนั้น เช่น <i>electronic purse</i> อยู่ในรูปแบบ <i>smart card</i>
OG	Object - Target	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวัตถุ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นเป้าหมายของวัตถุนั้น เช่น <i>spider</i> จะนำข้อมูลมาจาก <i>meta tag</i>
OM	Object - Method	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวัตถุ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นวิธีการใช้วัตถุนั้น เช่น <i>banner ad</i> ใช้ในการโฆษณา (advertising)
ON	Owner - Business	มโนทัศน์หนึ่งเป็นเจ้าของ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นธุรกิจของมโนทัศน์นั้น เช่น <i>online merchant</i> เป็นเจ้าของธุรกิจ <i>electronic commerce</i>
OO	Owner - Object	มโนทัศน์หนึ่งเป็นเจ้าของอีกมโนทัศน์หนึ่งซึ่งเป็นวัตถุ เช่น <i>online merchant</i> เป็นเจ้าของ <i>Internet merchant account</i>
OP	Object - Property	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวัตถุ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นคุณสมบัติของวัตถุนั้น เช่น เว็บไซต์ (Web site) มี <i>domain name</i> เป็นคุณสมบัติ

OT	Object - Tool	มโนทัศน์หนึ่งเป็นวัตถุซึ่งใช้อีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นเครื่องมือ เช่น <i>search engine</i> ใช้ <i>spider</i> เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล
PC	Payee - Condition	มโนทัศน์หนึ่งเป็นผู้รับเงินตามเงื่อนไขซึ่งเป็นอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <i>affiliate</i> จะได้รับเงินโดยมีเงื่อนไขการจ่ายเงินแบบ <i>pay-per-click</i>
PD	Process - Standard	มโนทัศน์หนึ่งเป็นกระบวนการ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นมาตรฐานที่ใช้ในกระบวนการนั้น เช่น กระบวนการรักษาความปลอดภัย (<i>security</i>) ใช้ <i>Secure Sockets Layer</i> เป็นมาตรฐาน
PI	Protector - Intruder	มโนทัศน์หนึ่งทำหน้าที่เป็นตัวป้องกันไม่ให้อีกมโนทัศน์หนึ่งบุกรุกเข้ามาได้ เช่น <i>firewall</i> ป้องกันไม่ให้ <i>hacker</i> เข้ามาในระบบ
PM	Process - Method	มโนทัศน์หนึ่งเป็นกระบวนการ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นวิธีการสำหรับกระบวนการนั้น เช่น กระบวนการชำระเงิน (<i>payment</i>) ใช้ <i>credit card</i>
PO	Provider - Object	มโนทัศน์หนึ่งเป็นผู้ให้วัตถุซึ่งเป็นอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <i>certification authority</i> เป็นผู้ให้ <i>Internet merchant account</i>
PS	Provider - Service	มโนทัศน์หนึ่งเป็นผู้ให้บริการซึ่งเป็นอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <i>Web host</i> เป็นผู้ให้บริการ <i>Web hosting</i>

PT	Process - Tool	มโนทัศน์หนึ่งเป็นกระบวนการ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการนั้น เช่น กระบวนการ <i>authentication</i> ใช้ <i>certificate</i> เป็นเครื่องมือ
SM	Subject - Measurement	มโนทัศน์หนึ่งเป็นเรื่องที่ใช้อีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นตัววัด เช่น วัด <i>traffic</i> ด้วย <i>unique visitor</i>
SO	Service - Object	มโนทัศน์หนึ่งเป็นบริการ และอีกมโนทัศน์หนึ่งเป็นวัตถุที่รับบริการนั้น เช่น <i>Web hosting</i> เป็นบริการรับฝากเว็บไซต์ (Web site)
WP	Whole - Part	มโนทัศน์หนึ่งเป็นส่วนประกอบของอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <i>key pair</i> ประกอบด้วย <i>public key</i> และ <i>private key</i>

การจัดทำมโนทัศน์สัมพันธ์จะทำให้เห็นว่ามโนทัศน์ที่ขาดหายไปและเห็นศัพท์ที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มมโนทัศน์ เช่น *symmetric cryptography* และ *chargeback* (ดูรายละเอียดได้ในหน้า 56-57) การเพิ่ม (โดยพิจารณาจากรายการคำที่ได้ก่อนการคัดเลือก) หรือลดศัพท์ในขั้นตอนนี้ จะต้องนำศัพท์ไปตรวจสอบกับข้อมูลในคลังข้อมูลภาษาเพื่อให้สามารถกำหนดมโนทัศน์ที่ชัดเจนของศัพท์คำนั้นได้ รวมถึงความสัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่นๆ และจะได้ดำเนินการต่อไปอย่างเหมาะสม และด้วยการตรวจสอบข้อมูลศัพท์นี้เอง ผู้วิจัยจึงสามารถทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นไปพร้อมๆ กับการทำมโนทัศน์สัมพันธ์ได้เลย แทนที่จะทำหลังจากจัดมโนทัศน์สัมพันธ์เสร็จแล้ว เพราะนอกจากจะช่วยให้ทราบมโนทัศน์ของศัพท์ต่างๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถจัดทำระบบมโนทัศน์ได้ง่ายขึ้นแล้ว ยังเป็นการประหยัดเวลา ไม่ต้องทำงานเดียวกันซ้ำสองครั้ง นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จากคลังข้อมูลยังช่วยให้เห็นศัพท์อื่นๆ ที่ไม่พบในชุดศัพท์ที่นำมาจัดทำ แต่มีมโนทัศน์เกี่ยวข้องกัน เช่น *shared hosting* (ดูรายละเอียดได้ในหน้า 56) ทำให้ต้อง

ตรวจสอบอีกครั้งว่าเป็นศัพท์จริงหรือไม่ และพิจารณาความเหมาะสมในการนำมาใส่ในระบบมโนทัศน์จากแหล่งข้อมูลอ้างอิงต่างๆ ทำให้มโนทัศน์สัมพันธ์นั้นมีความสมบูรณ์ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ปัญหาและแนวทางแก้ไข

ปัญหาในการทำมโนทัศน์สัมพันธ์นี้สามารถแบ่งออกเป็นสามหัวข้อคือ

1. การเลือกคำมาใส่ในระบบมโนทัศน์

ชุดศัพท์ที่ได้มามีศัพท์ที่มีมโนทัศน์เดียวกันมากมายหลายคำ เช่น *buyer-driven e-marketplace*, *buyer-oriented marketplace* และ *customer-oriented marketplace* แต่ศัพท์ที่จะนำมาแสดงในระบบมโนทัศน์ต้องเป็นศัพท์คำเดียวที่เป็นตัวแทนของมโนทัศน์นั้น วิธีแก้ปัญหาคือตรวจสอบในคลังข้อมูลภาษาว่ามีการใช้ศัพท์คำใดมากกว่า หรือตรวจสอบกับแหล่งข้อมูลอ้างอิง เช่น อภิธานศัพท์เฉพาะด้านหรือผู้เชี่ยวชาญว่าใช้ศัพท์คำใดเป็นมาตรฐาน โดยทั่วไปจะใช้ทั้งสองวิธีเพื่อให้แน่ใจว่าจะได้ศัพท์ที่เป็นตัวแทนจริงๆ และพบว่าส่วนใหญ่จะได้คำตอบที่ตรงกันคือ ศัพท์ที่ใช้มากในคลังข้อมูลภาษาเป็นศัพท์ที่พบในแหล่งข้อมูลอ้างอิงเช่นกัน แต่ในกรณีที่ได้คำตอบไม่ตรงกัน ก็จะใช้วิธีพิจารณาแหล่งที่มาของศัพท์แต่ละคำว่าแหล่งใดมีความน่าเชื่อถือมากกว่า เช่นในตัวอย่างที่ยกมานี้ คำว่า *buyer-driven e-marketplace* ได้มาจากรายงานการประชุม Workshop ของ eEurope ที่ประกอบด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสหภาพยุโรป ส่วน *buyer-oriented marketplace* และ *customer-oriented marketplace* อยู่ในตำราด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้เขียนก็เป็นทีมงานผู้เชี่ยวชาญเช่นกัน แต่เนื่องจากรายงานจัดพิมพ์ในค.ศ.2001 ส่วนตำรานั้นจัดพิมพ์ในค.ศ.2000 จึงใช้ข้อมูลที่ใหม่กว่าคือ คำว่า *buyer-driven e-marketplace*

2. ระบบมโนทัศน์ไม่สมบูรณ์

ในขั้นตอนนี้พบว่าระบบมโนทัศน์ไม่สมบูรณ์เนื่องจากมีบางมโนทัศน์ขาดหายไป มีมโนทัศน์ที่ต้องเพิ่มเติม และมีมโนทัศน์ที่ไม่เข้าพวก

มโนทัศน์หายไป - เมื่อจัดกลุ่มศัพท์แล้วพบว่ามีส่วนที่หายไป เช่น ในกลุ่ม *cryptology* มีเฉพาะ *asymmetric cryptography* วิธีแก้ปัญหาคือกลับไปค้นชุดคำแรกเริ่มที่ได้จากการดึงศัพท์ด้วยสัญญาณทางภาษาก่อนว่ามีคำที่ใกล้เคียงกันนี้อยู่หรือไม่ (คำที่ประกอบด้วยคำว่า *cryptology*) ซึ่งอาจถูกตัดออกไปด้วยความพลั้งเผลอ ถ้าไม่พบจึงมาค้นในคลังข้อมูลภาษา โดยใช้วิธีค้นหาด้วยศัพท์ที่มีมโนทัศน์กว้างที่สุดในกลุ่ม ซึ่งก็คือ *cryptology* และพบว่าศัพท์ที่หายไปคือคำว่า *symmetric cryptography*

มโนทัศน์ที่ต้องค้นหาเพิ่มเติม - หมายถึงมโนทัศน์ที่ไม่มีมโนทัศน์อื่นในระดับชั้นเดียวกันปรากฏให้เห็นความเกี่ยวข้องเหมือนในตัวอย่างข้างต้น เช่น *shared hosting* ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของ *Web hosting* ไม่มีศัพท์คำใดในกลุ่มนี้ปรากฏในชุดศัพท์เลย แต่เหตุที่พบว่าศัพท์สองคำนี้มีความสัมพันธ์กันก็เนื่องจากการตรวจสอบมโนทัศน์ของคำว่า *Web hosting* ในคลังข้อมูลภาษา จึงได้ทราบว่ามโนทัศน์ในลักษณะต่างๆ หรือคำว่า *merchant service provider* ซึ่งเป็นผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องในการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตก็พบขณะตรวจสอบมโนทัศน์ของคำว่า *merchant account*

มโนทัศน์ที่ไม่เข้าพวก - เป็นมโนทัศน์ที่ไม่สามารถกำหนดตำแหน่งและความสัมพันธ์ในเครือข่ายมโนทัศน์ได้ เช่น *chargeback* ซึ่งหมายถึงการที่ถูกค้าปฏิเสธการชำระเงินหลังจากที่มีการชำระบัญชีแล้ว แต่ในเครือข่ายมโนทัศน์ของการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตแสดงเพียงฝ่ายที่เกี่ยวข้องและสิ่งที่เกิดขึ้นขณะซื้อขายสินค้าด้วยบัตรเครดิต ดังนั้นจึงตัดศัพท์คำว่า *chargeback* ออก เนื่องจากเป็นมโนทัศน์ที่ไม่สัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่นๆ ในกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีมโนทัศน์ที่ในตอนแรกคิดว่าสัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่น แต่เมื่อตรวจสอบจากคลังข้อมูลภาษาแล้วพบว่ามโนทัศน์กว้างหรือแคบเกินไป เช่น *root certificate authority* ซึ่งเป็นผู้ออกใบรับรองในระดับสูงสุด แต่เป็นใบรับรองที่ใช้ในระบบ *SET* เท่านั้น

อาจกล่าวได้ว่าปัญหาในขั้นตอนนี้เกิดจากสาเหตุสำคัญคือชุดศัพท์ที่คัดเลือกมานั้นยังไม่มีประสิทธิภาพดีพอ ทั้งนี้อาจเกิดจากความผิดพลาดในขั้นตอนการคัดเลือกศัพท์แม้จะมีเกณฑ์ต่างๆ ช่วยคัดเลือก แต่สิ่งสำคัญก็คือความรู้ในสาขาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการที่จะคัดกรองคำศัพท์เฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องออกมา การไม่มีศัพท์ที่ควรมีหรือมีศัพท์ที่ไม่น่าจะมีแสดงให้เห็นว่าผู้ทำวิจัยยังมีความรู้ไม่ดีพอ วิธีแก้ปัญหานี้คือปรึกษาผู้เชี่ยวชาญรวมทั้งตรวจสอบมโนทัศน์ของศัพท์ในรายการศัพท์ที่ได้กับข้อมูลในคลังข้อมูลภาษาเสียก่อนแล้วค่อยทำมโนทัศน์สัมพันธ์ ถ้าหากไม่แน่ใจเกี่ยวกับมโนทัศน์ของศัพท์คำนั้น แม้ว่าจะใช้เวลานานกว่าการตัดสินใจกำหนดมโนทัศน์สัมพันธ์เอง แต่ก็จะได้ระบบมโนทัศน์ที่ถูกต้องครบถ้วนตามความต้องการ และยังช่วยในการทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นอีกด้วย

3. ระบบมโนทัศน์ไม่ชัดเจน

มโนทัศน์บางกลุ่มที่ได้จัดความสัมพันธ์ไปแล้วอาจยังแสดงความสัมพันธ์ได้ไม่ชัดเจน เช่น ในตอนแรกจัดให้ *micropayment* เป็นเป้าหมาย (Target) ของการใช้ *electronic money* นี่เป็นการมองเฉพาะความสัมพันธ์ของมโนทัศน์หนึ่งกับอีกมโนทัศน์หนึ่งในด้านเดียว และทำให้ระบบมโนทัศน์ที่ออกมาไม่สมบูรณ์ วิธีแก้ไขคือต้องพิจารณาามโนทัศน์และความสัมพันธ์ของ

มโนทัศน์นั้นกับมโนทัศน์อื่นๆ ในระบบให้ถ่วงถี้ หรือพิจารณาามโนทัศน์สัมพันธ์ที่ทำไว้แล้วซ้ำอีก เพื่อดูว่ายังมีสิ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ ในกรณีที่ยกตัวอย่างมานี้ *micropayment* ยังมีความสัมพันธ์กับ *payment* คือเป็นส่วนหนึ่งของ *payment* ดังนั้นจึงต้องจัดความสัมพันธ์ใหม่โดยโยงความสัมพันธ์ระหว่าง *payment* และ *micropayment* ด้วย โดยที่ *electronic money* เป็น Method ของกระบวนการ *micropayment* ก็จะได้ระบบมโนทัศน์ของการชำระเงินที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

เมื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ในเรื่องการจัดทำมโนทัศน์สัมพันธ์แล้วก็จะได้ระบบมโนทัศน์ที่สมบูรณ์ สำหรับนำไปใช้วิเคราะห์ประกอบการให้นิยามซึ่งเป็นส่วนสำคัญในบันทึกข้อมูลศัพท์หรือประมวลศัพท์ ดังรายละเอียดที่จะปรากฏในบทต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและบันทึกข้อมูลศัพท์

ในขณะที่วิเคราะห์หมโนทัศน์ของศัพท์เพื่อระบุความสัมพันธ์ระหว่างกันนั้น ผู้ทำวิจัยสามารถบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศัพท์คำนั้นๆ ลงในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (extraction record) ไปพร้อมกันได้ และข้อมูลเหล่านั้นจะเป็นข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์ (terminological record) ซึ่งเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการทำประมวลศัพท์ ในบทนี้จะอธิบายการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและบันทึกข้อมูลศัพท์ โดยให้รายละเอียดและแนวคิดในการบันทึกข้อมูล รวมทั้งปัญหาที่พบและแนวทางสำหรับแก้ไขปัญหา

การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นคือบันทึกสำหรับเก็บข้อมูลศัพท์ที่ได้ค้นหาจากคลังข้อมูลภาษา (corpus) และจะใช้วิเคราะห์เพื่อจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์ต่อไป ข้อมูลที่จะปรากฏในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นนั้น Cabré (1999: 122) กล่าวว่าโดยทั่วไปประกอบด้วย

1. ศัพท์ (entry) ตามที่พบในคลังข้อมูลภาษา
2. ประเภทไวยากรณ์ของศัพท์ (grammatical category)
3. บริบทที่ศัพท์นั้นปรากฏ
4. การอ้างอิงเอกสารต้นฉบับ

นอกจากนี้อาจมีรายละเอียดอื่นๆ ตามที่เห็นสมควร เช่น หมายเลข วันที่ หรือผู้บันทึก Cabré (1999: 123) ได้แนะนำไว้ด้วยว่า ถ้าพบศัพท์คำเดียวกันแต่มีตัวสะกดต่างกัน (โดยเป็นคำที่ถูกต้อง) มีประเภทไวยากรณ์ต่างกัน หรือศัพท์คำนั้นมีเพศต่างกัน (สำหรับภาษาที่มีเพศ) ให้บันทึกแยกกันเหมือนเป็นศัพท์คนละคำ แต่พบว่าศัพท์ที่ปรากฏในเรื่องพาดิษยิเล็กทรอนิกส์นี้ มีการใช้คำที่หลากหลายสำหรับศัพท์คำเดียวกัน ทั้งตัวสะกดและรูปย่อ เช่น *electonic* *commercel* *e-commercel* *eCommercel* *ecommercel* *E-commerce* เป็นต้น ถ้าบันทึกแยกกันจะทำให้ดูยาก จึงได้รวมศัพท์คำเดียวกันแต่มีการสะกดต่างกันไว้ในบันทึกเดียวเนื่องจากตัวศัพท์มีความแตกต่างกันไม่มากนัก ส่วนศัพท์ที่มีรูปย่อจะทำการเป็นอีกบันทึกหนึ่ง สำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะใช้แบบฟอร์มนี้เป็นบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

ER	Eng:	Th:	Abbr:
Concept:		Grammatical Category:	
Feature:			
Conceptual Relation:			
Extraction:			

ภาพ 4: แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

ข้อมูลต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้

- ER - ย่อมาจาก Extraction Record หรือบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น ในส่วนนี้จะใส่หมายเลขบันทึกเพื่อให้ค้นคืนข้อมูลได้โดยง่าย
- Eng - ย่อมาจาก English เป็นส่วนของศัพท์ภาษาอังกฤษที่พบจากคลังข้อมูล พร้อมทั้งใส่เอกสารที่มาของศัพท์คำนั้นด้วยรหัสที่กำหนดไว้ (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก) เช่น electronic commerce (EB01.txt)
- Th - ย่อมาจาก Thai ในส่วนนี้จะใส่คำเทียบเคียงภาษาไทยที่พบจากข้อมูลอ้างอิงภาษาไทย และใส่หมายเลขอ้างอิงของเอกสารที่พบศัพท์นั้น โดยเลือกใช้เฉพาะคำที่มีภาษาอังกฤษกำกับไว้ด้วย เช่น พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (*Electronic Commerce*) เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นศัพท์ภาษาไทยที่ใช้สำหรับศัพท์ภาษาอังกฤษคำนั้น รวมทั้งใส่คำเทียบเคียงภาษาไทยที่ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอมา พร้อมให้ชื่อผู้เชี่ยวชาญ แต่ถ้าไม่พบคำเทียบเคียงใดๆ ก็เว้นว่างไว้
- Abbr - ย่อมาจาก Abbreviation ส่วนนี้คือตัวย่อของศัพท์ภาษาอังกฤษที่พบจากคลังข้อมูลภาษา
- Concept - เป็นส่วนสำหรับระบุมโนทัศน์ของศัพท์ ถ้าในมโนทัศน์เดียวกันมีรูปศัพท์แตกต่างกันหลายคำ จะเลือกศัพท์ที่มีการใช้มากที่สุดมาบันทึก และศัพท์ในช่องมโนทัศน์ (Concept) นี้ก็จะเป็นศัพท์หลักที่ใช้ในมโนทัศน์สัมพันธ์และบันทึกข้อมูลศัพท์
- Grammatical Category - ในส่วนนี้จะใส่ประเภทไวยากรณ์แบบย่อของศัพท์ เช่น n (คำนาม) v (คำกริยา) และ adj (คำคุณศัพท์)
- Feature - เป็นคำอธิบายศัพท์โดยวิเคราะห์จากบริบทของศัพท์ซึ่งคัดเลือกจากคลังข้อมูลภาษา (ในช่อง Extraction (ตัวอย่างการใช้ศัพท์)) บางครั้งอาจได้นิยามของศัพท์หรืออาจทราบเพียงลักษณะบางประการของศัพท์ หรือบางครั้งอาจใส่ข้อมูลไม่ได้เลยเนื่องจากมีเพียงตัวอย่างการใช้งานที่ไม่บ่งบอกลักษณะใดๆ ทั้งสิ้น เช่น For this reason many of the company's clients continue their trusted relationship and do not move to the less expensive *online broker*. (EB04.txt) ในกรณีที่ไม่ใช่ข้อมูลเกี่ยวกับศัพท์คำนั้นหรือมีข้อมูลเพียง

เล็กน้อยที่ไม่ช่วยให้เห็นมโนทัศน์ของศัพท์ก็จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งอ้างอิงอื่นๆ เช่น พจนานุกรมและอภิธานศัพท์ (glossary) แล้วบันทึกลงในช่องบันทึกพิเศษคือ **Additional Feature** (คำอธิบายศัพท์เพิ่มเติม) พร้อมให้แหล่งที่มา รวมทั้งเป็นที่สำหรับบันทึกความเห็นหรือนิยามจากผู้เชี่ยวชาญหลังจากที่ได้ตรวจสอบร่างบันทึกข้อมูลศัพท์แล้ว ข้อมูลคำอธิบายศัพท์และคำอธิบายเพิ่มเติมนี้จะเป็ข้อมูลสำคัญที่นำไปพิจารณาร่วมกับมโนทัศน์สัมพันธ์ในการเขียนนิยามในบันทึกข้อมูลศัพท์

- **Conceptual Relation** - ในส่วนนี้จะอ้างถึงรหัสเครือข่ายมโนทัศน์ที่สัมพันธ์กับศัพท์หรือแสดงเครือข่ายมโนทัศน์และคำอธิบาย ถ้าศัพท์ค่านั้นเป็นมโนทัศน์ย่อยของมโนทัศน์อื่นๆ

- **Extraction** - เป็นส่วนที่แสดงตัวอย่างการใช้ศัพท์หรือเรียกอีกอย่างคือแสดงบริบทของศัพท์ โดยเป็นข้อมูลจากคลังข้อมูลภาษา ตัวอย่างหรือบริบทที่จะแสดงในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นนี้มีสามประเภท (Cabré, 1999: 138) คือ

บริบทยืนยัน (testimonial context) เป็นบริบทที่แสดงให้เห็นเพียงว่าการใช้ศัพท์นั้น และไม่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพิเศษของศัพท์ เช่น For this reason many of the company's clients continue their trusted relationship and do not move to the less expensive *online broker*. (EB04.txt)

บริบทแบบให้นิยาม (defining context) เป็นบริบทที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความหมายของศัพท์ เช่น A *hypertext link* is an item, such as text or an image, which has the address or location of another web page attached to it. (EB01.txt)

บริบทบอกความเป็นหน่วยภาษา (metalinguistic context) เป็นบริบทที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับศัพท์ค่านั้นในลักษณะที่เป็นหน่วยภาษาที่สัมพันธ์กับหน่วยอื่นๆ เช่น *Digital marketplaces, also known as exchanges, have hit full speed in the past nine months.* (E070.txt)

บริบทที่ดีที่สุดคือแบบให้นิยาม เนื่องจากแสดงให้เห็นมโนทัศน์ของศัพท์ได้ดีกว่าบริบทแบบอื่นๆ ในที่นี้จึงพิจารณาเลือกบริบทแบบให้นิยามมาใช้ในบันทึกเป็นอันดับแรก โดยใช้วิธีค้นหาบริบทดังกล่าวด้วยสัญญาณทางภาษา (linguistic signal) ต่างๆ เช่น *called, known as, referred to as* และ *defined as* เนื่องจากพบว่าประโยคที่อยู่หน้าหรือหลังคำเหล่านี้มักเป็นนิยามของศัพท์ที่กล่าวถึงในประโยค บริบทที่ใช้รองลงมาคือบริบทบอกความเป็นหน่วยภาษา แต่ถ้าไม่มีก็จะบันทึกด้วยบริบทยืนยัน ในเรื่องของจำนวนตัวอย่างนั้นจะแสดงสองตัวอย่างเพื่อยืนยันการใช้ หรืออาจใส่มากกว่านั้นเมื่อเป็นตัวอย่างที่ให้รายละเอียดที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม แต่ในกรณีที่จำเป็นเช่นไม่พบในแหล่งข้อมูลอื่นๆ ก็อาจมีเพียงตัวอย่างเดียว

สำหรับลำดับของบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นเมื่อมีหลายบันทึกที่แสดงมโนทัศน์เดียวกัน เช่น *shopping cart*, *electronic shopping cart* และ *virtual shopping cart* จะแสดงบันทึกที่มีตัวอย่างที่บ่งบอกมโนทัศน์ของศัพท์ได้ชัดเจนที่สุดเป็นลำดับแรก

รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับศัพท์ที่กล่าวถึงในบทนี้สามารถดูได้ที่ภาคผนวก ข และ ค โดยค้นจากดรรชนีค้นศัพท์ซึ่งอยู่ท้ายเล่มเพื่อหาบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและบันทึกข้อมูลศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับศัพท์คำนั้น

ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

ในขั้นตอนการทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นได้พบปัญหาที่สำคัญดังนี้

1. การเลือกบริบทที่เหมาะสม

ในการทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น สิ่งสำคัญคือการเลือกบริบทมาใส่ในบันทึกเพื่อที่จะได้นำบริบทนั้นมาวิเคราะห์มโนทัศน์และความสัมพันธ์ของมโนทัศน์นั้นกับมโนทัศน์อื่นๆ ต่อไป ดังนั้นจึงต้องพิจารณาบริบทที่มีอยู่ว่าตรงตามความต้องการหรือไม่ โดยปกติจะเลือกบริบทแบบให้นิยาม ซึ่งมีข้อสังเกตคือ มีสัญญาณทางภาษาต่างๆ เช่น *called* หรือ *defined as* แต่ในกรณีที่ไม่ใช่บริบทดังกล่าว ก็ต้องเลือกใช้บริบทที่บอกลักษณะเฉพาะของมโนทัศน์นั้นหรือช่วยให้เห็นความสัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่นๆ มากที่สุด เช่น *Suppose Tom has selected a PC from JCPenney. Tom can then place the items in the shopping cart and click the checkout button to order. (EB04.txt)* ถึงแม้จะไม่บอกอย่างชัดเจนว่า *shopping cart* คืออะไร แต่บอกให้ทราบว่ามิใช่สำหรับทำอะไร แต่ในกรณีที่จำเป็นจริงๆ คือไม่มีบริบทอื่นใดนอกจากบริบทยืนยันหรือบริบทที่แสดงให้เห็นเพียงว่ามีการใช้ศัพท์คำนั้นจริง ก็จำเป็นต้องใช้บริบทนั้น

2. การเขียนคำอธิบายศัพท์

บางครั้งบริบทในคลังข้อมูลภาษามีเพียงบริบทยืนยันซึ่งแสดงข้อมูลว่ามีการใช้ศัพท์คำนั้น แต่ไม่บอกมโนทัศน์เกี่ยวกับศัพท์เลย ทำให้ไม่สามารถเขียนคำอธิบายศัพท์ได้หรือบริบทที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอที่จะบ่งชี้ความสัมพันธ์ของมโนทัศน์นั้นกับมโนทัศน์อื่นๆ อย่างครบถ้วน เช่น *electronic commerce* มีบริบทที่บอกว่า *electronic commerce* คืออะไร แต่ไม่มีบริบทที่ระบุอย่างชัดเจนว่า *electronic commerce* มีรูปแบบการค้าแบบใดบ้าง ซึ่งจากการประมวลผลข้อมูลที่มีพบว่าแบ่งได้เป็นสี่ประเภทคือ *business-to-business*, *business-to-consumer*, *business-to government* และ *consumer-to-consumer* เนื่องจากเป็นประเภทที่มีการกล่าวถึงกันมาก แต่บริบทที่มีอยู่กลับบอกไว้เพียงสองหรือสามประเภท วิธีแก้ปัญหาคือค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งอ้างอิงอื่นๆ เช่น อภิธานศัพท์หรือบทความเฉพาะด้าน แล้วนำข้อมูล

ได้มาอ้างอิงไว้ในส่วนพิเศษคือช่อง Additional Feature (คำอธิบายศัพท์เพิ่มเติม) ซึ่งจะอยู่ถัดจากช่อง Feature (คำอธิบายศัพท์)

การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์

Cabré (1999: 123-124 และ 139) กล่าวว่า บันทึกข้อมูลศัพท์คือบันทึกที่เขียนขึ้นโดยใช้ข้อมูลจากบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศัพท์คำหนึ่งๆ อย่างเป็นระบบระเบียบ แต่จะมีรูปแบบอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการและลักษณะเฉพาะของงานชิ้นนั้น รูปแบบหลักๆ ของบันทึกข้อมูลศัพท์แบ่งได้เป็นสามแบบคือ บันทึกข้อมูลศัพท์ภาษาเดียว ซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับศัพท์ในภาษาหนึ่ง บันทึกข้อมูลศัพท์ภาษาเดียวพร้อมคำเทียบเคียงซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับศัพท์ในภาษาหนึ่งพร้อมคำเทียบเคียงในอีกภาษาหนึ่ง และบันทึกข้อมูลศัพท์แบบสองภาษาหรือหลายภาษาซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับศัพท์อย่างครบถ้วนทั้งสองภาษาหรือหลายภาษา

รายละเอียดในบันทึกข้อมูลศัพท์ที่มักพบมีดังนี้ (Cabré, 1999: 139-146)

- ศัพท์ (entry) - ถ้าเป็นคำนามจะอยู่ในรูปเอกพจน์ ถ้าเป็นคำคุณศัพท์จะอยู่ในรูปเอกพจน์เพศชาย (สำหรับภาษาที่มีเพศ) ตามด้วยตัวท้ายของศัพท์เพศหญิง (ถ้ามี) เช่น *ondulant -e* ถ้าเป็นคำกริยาจะอยู่ในรูปไม่กระจาย (infinitive) เช่น *harden, format* ถ้าศัพท์คำนั้นเป็นศัพท์ประสม คือประกอบด้วยคำมากกว่าหนึ่งคำ ลำดับในการเรียงคำจะเป็นไปตามที่ปรากฏในการใช้ เช่น *electronic wallet* ไม่ใช่ *wallet, electronic*
- แหล่งอ้างอิงของศัพท์ (reference of the term) - เอกสารที่มาของศัพท์ โดยปกติจะใส่รหัสกำกับไว้เพื่อให้อ้างอิงและค้นคืนข้อมูลได้ง่าย
- รูปไวยากรณ์ของศัพท์ (grammatical category) - เช่น *n, v, adj* และ *adv*
- หมวดเรื่อง (subject field) - ศัพท์แต่ละคำจะอยู่ในหมวดเรื่อง เช่น หมวดเรื่องใหญ่ หมวดเรื่องย่อยซึ่งอยู่ในหมวดเรื่องใหญ่ และหมวดเรื่องย่อยภายในหมวดเรื่องย่อย
- นิยาม (definition) - โดยทั่วไปแล้วนิยามคือประโยคซับซ้อนที่มีความหมายเทียบเท่ากับศัพท์คำนั้น นิยามจะต้องเป็นไปตามโครงสร้างมโนทัศน์ หลักในการเขียนนิยามคือถ้าเป็นภาษาอังกฤษจะต้องเขียนด้วยอักษรตัวเล็กยกเว้นตัวแรก ต้องเป็นประโยคที่สมบูรณ์ และจะต้องเขียนในรูปแบบที่เป็นทางการ นอกจากนี้ควรบอกแหล่งที่มาของนิยามด้วย นิยามอาจได้มาจากบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นที่มีบริบทแบบให้นิยาม แต่ถ้าไม่ได้จากบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น ให้ค้นหาในพจนานุกรมเฉพาะทาง หรือปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ
- บริบท (context) - บริบทนี้ได้จากคลังข้อมูลภาษา โดยจะต้องเลือกบริบทที่อธิบายมโนทัศน์ได้ชัดเจนที่สุด และเป็นตัวแทนการใช้ศัพท์ได้ดีที่สุด พร้อมทั้งใส่แหล่งที่มา

- คำเทียบเคียง (equivalent) - คำเทียบเคียงในภาษาอื่นสามารถหาได้จาก พจนานุกรม สารานุกรม และรายการศัพท์ต่างๆ
- อ้างอิงโยง (cross-reference) - สิ่ง que แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกันของศัพท์ เช่น ศัพท์หนึ่งอ้างอิงถึงศัพท์อีกคำหนึ่งที่เกี่ยวข้อง และศัพท์คำนั้นก็อ้างอิงถึงศัพท์คำแรกเช่นกัน เช่น คำ พ้อง คำตรงข้าม และคำอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ผู้เขียนและวันที่บันทึก (author and date of record) - ระบุวันที่ที่ชื้อบุคคล หรือคณะทำงานที่เขียนบันทึกข้อมูลศัพท์โดยใส่เป็นรหัส
- หมายเหตุ (note) - ข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ นอกเหนือจากนี้
- ป้ายสถานะ (status label) - เมื่อต้องการระบุคุณภาพของศัพท์ เช่น ศัพท์ มาตรฐาน (ใส่ชื่อองค์กรจัดมาตรฐาน) ศัพท์ที่ไม่ควรใช้ และศัพท์ที่ต้องค้นคว้าต่อไป

ดังได้กล่าวมาแล้วว่าลักษณะของบันทึกข้อมูลศัพท์ขึ้นอยู่กับลักษณะและ วัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนั้นเมื่อพิจารณาแล้ว บันทึกข้อมูลศัพท์เรื่องพาดิษยอเล็กทรอนิกส์นี้ จึงจัดทำเป็นบันทึกข้อมูลศัพท์ภาษาเดียวพร้อมคำเทียบเคียง เพื่อนำเสนอศัพท์และคำเทียบเคียง ภาษาไทย และจะใช้รูปแบบนี้ในการบันทึกข้อมูลศัพท์

TR	Eng:	Th:
Grammatical Category:		Subject Field:
Definition:		
Illustration:		
Note:		
Linguistic Specification:		
Cross-reference:		

ภาพ 5: แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลศัพท์

รายละเอียดของบันทึกข้อมูลศัพท์มีดังนี้

- TR - ย่อมาจาก Terminological Record หรือบันทึกข้อมูลศัพท์ ในช่องนี้จะ ใส่หมายเลขของบันทึกข้อมูลศัพท์เพื่อให้อ้างอิงได้ง่าย
- Eng - ย่อมาจาก English เป็นส่วนของศัพท์ภาษาอังกฤษ โดยจะใส่ในรูป เอกพจน์ และใช้ภาษาอังกฤษตัวพิมพ์เล็ก แต่ถ้าเป็นชื่อเฉพาะก็จะใช้รูปตามนั้น เช่น *Secure Sockets Layer* พร้อมรหัสอ้างอิงแหล่งที่มาซึ่งเป็นแหล่งแรกในคลังข้อมูลภาษาที่พบศัพท์นั้น

- Th - ย่อมาจาก Thai ในส่วนนี้จะใส่คำเทียบเคียงหรือศัพท์ภาษาไทยที่ได้จากการพิจารณาข้อมูลในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น แหล่งข้อมูลอ้างอิงต่างๆ และการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทั้งให้รหัสอ้างอิงสำหรับศัพท์ที่มีแหล่งที่มาหรือใส่เชิงอรรถเป็นชื่อของผู้เชี่ยวชาญที่เสนอแนะศัพท์คำนั้น รายละเอียดในเรื่องนี้จะกล่าวถึงในส่วนต่อไป
 - Grammatical Category - ในส่วนนี้จะใส่ประเภทไวยากรณ์ของศัพท์ เช่น noun และ verb
 - Subject Field - หมวดเรื่องจะแสดงให้เห็นลำดับชั้นความสัมพันธ์ของศัพท์ตามที่ปรากฏในมโนทัศน์สัมพันธ์ เช่น หมวดเรื่องของ key เป็นดังนี้ “security-->cryptography” จะเห็นได้ว่า key อยู่ในหมวด cryptography ซึ่งเป็นหมวดย่อยของการรักษาความปลอดภัย (security)
 - Definition - นิยามในประมวลศัพท์ฉบับนี้จะให้ไว้เป็นภาษาไทยเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับศัพท์ตามวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในบทที่ 2 ตามหลักที่กำหนด (ดูหลักในการเขียนนิยาม ในหัวข้อต่อไป)
 - Illustration - คือตัวอย่างการใช้ศัพท์ โดยจะเลือกตัวอย่างที่แสดงมโนทัศน์และการใช้ศัพท์ได้ดีที่สุด โดยทั่วไปจะเลือกจากบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น แต่อาจจะเลือกใหม่จากคลังข้อมูลภาษาก็ได้ แล้วแต่ความเหมาะสม ข้อสำคัญคือต้องบันทึกตามที่ปรากฏในเนื้อหาจริงๆ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง
 - Note - ในส่วนนี้จะมีการอธิบายวิธีสร้างศัพท์ภาษาไทยที่เป็นศัพท์ใหม่ ข้อมูลการใช้ศัพท์หรือข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ ที่ควรทราบเกี่ยวกับศัพท์คำนั้น รวมถึงรูปศัพท์ที่สะกดต่างจากที่พบในคลังข้อมูลแต่พบว่ามีการใช้งานจริงในแหล่งข้อมูลอื่นๆ พร้อมให้แหล่งอ้างอิง
 - Linguistic Specification - ในส่วนนี้จะแสดงรูปศัพท์อื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับมโนทัศน์ของศัพท์หลัก โดยจะใส่ตัวอย่างไว้หน้าศัพท์นั้นเพื่อชี้ให้เห็นว่าเป็นอะไร เช่น (ABBR) หมายถึงตัวย่อ (SYN) หมายถึงคำพ้อง และ (ANT) หมายถึงคำตรงข้าม แล้วตามด้วยรหัสอ้างอิงของศัพท์คำนั้นเพื่อให้ค้นข้อมูลเพิ่มเติมได้อย่างง่ายดาย ข้อมูลเหล่านี้จะได้มาจากการวิเคราะห์บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น
 - Cross-reference - คืออ้างอิงโยงหรือศัพท์คำอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับศัพท์หลักในลักษณะที่ช่วยเสริมความเข้าใจหรือแสดงความสัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่น
- การนำเสนอบันทึกข้อมูลศัพท์นี้จะเรียงลำดับบันทึกตามกลุ่มมโนทัศน์สัมพันธ์ซึ่งแบ่งเป็นสี่กลุ่ม ได้แก่ Web site, payment, security และ marketing โดยได้จัดทำบรรณนิคค้นศัพท์ไว้ท้ายเล่มเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหา

หลักในการเขียนนิยาม

งานวิจัยฉบับนี้ได้กำหนดหลักการเขียนนิยามไว้ดังนี้

1. อ้างอิงนิยามที่มีผู้ให้ไว้แล้ว โดยมีเงื่อนไขต่อไปนี้

1.1 เป็นนิยามภาษาไทย

1.2 แสดงมโนทัศน์ของศัพท์คำนั้นได้อย่างชัดเจนครบถ้วน

1.3 แหล่งที่มาของนิยามมีความน่าเชื่อถือ (ดูบรรณานุกรมของ

ข้อมูลอ้างอิงภาษาไทยได้ในภาคผนวก ก) ในที่นี้จะพิจารณานิยามจากพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔ เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ร่างพระราชบัญญัติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ร่างพระราชบัญญัติลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับร่างพระราชบัญญัติ เช่น เนื้อหาทั่วไปว่าด้วยลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เอกสารจากศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พจนานุกรมศัพท์เฉพาะทางของราชบัณฑิตยสถาน และเอกสารหรือบทความเฉพาะด้าน

2. ในกรณีที่ไม่มีพจนานุกรมตามข้อ 1 ก็จะมีประมวลข้อมูลในส่วนคำอธิบายศัพท์และคำอธิบายศัพท์เพิ่มเติม (Feature และ Additional Feature) ของบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นแล้วเขียนนิยามขึ้นโดยยึดตามมโนทัศน์สัมพันธ์ของศัพท์คำนั้น และใช้รูปแบบการเขียนนิยามที่ได้มาตรฐาน ซึ่ง Trimble (1996 อ้างถึงใน Pearson, 1998: 98) ได้แบ่งนิยามออกเป็นสามรูปแบบคือ

นิยามแบบทางการ (formal definition) ประกอบด้วย ศัพท์+ชนิด

(class)+ความแตกต่างจากศัพท์คำอื่นในกลุ่มเดียวกัน เช่น *business-to-business* คือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่กระทำระหว่างองค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ จากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่า *business-to-business* คือศัพท์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือชนิด และความแตกต่างจากศัพท์อื่นคือเป็นสิ่งที่กระทำระหว่าง องค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ

นิยามแบบกึ่งทางการ (semi-formal definition) ประกอบด้วย ศัพท์+

ความแตกต่าง เช่น *business-to-business* กระทำขึ้นระหว่างองค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ คำว่า *business-to-business* คือศัพท์ และ *กระทำระหว่างองค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ* คือความแตกต่าง

นิยามแบบไม่เป็นทางการ (non-formal definition) ประกอบด้วย

ศัพท์+ คำที่มีความหมายใกล้เคียงในภาษาทั่วไปหรือลักษณะเด่น เช่น *arachnid* คือแมงมุม

นิยามที่ควรใช้ในการทำประมวลศัพท์คือนิยามในข้อ 1 กล่าวคือตรงส่วนของนิยามประกอบด้วยชนิดและลักษณะที่ทำให้แตกต่างจากศัพท์คำอื่นๆ ดังที่ ISO 704 (2000: 15) กล่าวไว้ว่า ควรใช้นิยามบอกลักษณะ (intensional definition) ซึ่งเป็นนิยามที่บ่งบอกมโนทัศน์

ใหญ่ แล้วตามด้วยลักษณะเฉพาะซึ่งแยกมโนทัศน์นั้นออกจากมโนทัศน์อื่น เนื่องจากจะแสดงลักษณะสำคัญของมโนทัศน์นั้นในระบบมโนทัศน์ได้เป็นอย่างดี

ISO 704 (2000: 17-22) ยังได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักการเขียนนิยามและลักษณะนิยามที่บกพร่องไว้ดังนี้

หลักการเขียนนิยาม

- นิยามต้องอธิบายมโนทัศน์ ไม่ใช่อธิบายคำที่ประกอบขึ้นมาเป็นรูปศัพท์ (designation)
- นิยามต้องสะท้อนถึงระบบมโนทัศน์ที่อธิบายมโนทัศน์นั้นและความสัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่นในระบบ
- นิยามต้องกระชับ และอธิบายเพียงมโนทัศน์เดียว ไม่ต้องรวมนิยามของมโนทัศน์อื่นเข้าไว้ด้วย
- อาจใส่หมวดเรื่องเข้าไปที่นิยามเพื่อให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ถ้ามีศัพท์คำเดียวกันในสาขาเดียวกันที่มีความหมายต่างกันเมื่ออยู่คนละเรื่อง โดยเพิ่มเข้าไปที่ต้นนิยาม เช่น
 pointer : <programming> variable that contains the memory location of some data rather than the data itself
 pointer : <user interface> on-screen symbol that is controlled by an input device and is used as a means of indicating and selecting locations or choices on the screen
- สามารถตรวจสอบความถูกต้องของนิยามได้ด้วยการนำนิยามนั้นไปแทนที่ศัพท์และยังคงมีความหมายเดิม

นิยามที่บกพร่อง

1. นิยามแบบวากวน

นิยามแบบวากวนคือมโนทัศน์ที่นิยามโดยใช้มโนทัศน์ที่ 2 และมโนทัศน์ที่ 2 นั้นก็นิยามโดยใช้ศัพท์หรือองค์ประกอบของศัพท์ในมโนทัศน์แรก เป็นนิยามที่ไม่ทำให้เข้าใจมโนทัศน์มากขึ้น มีสองลักษณะคือ

วากวนในตัวนิยาม นั่นคือการนำศัพท์มากล่าวซ้ำในตอนต้นของ

นิยาม เช่น **tree height** : *tree height* measured from the ground surface to the top of a tree
 นิยามที่ถูกต้องควรใช้ว่า distance between the ground surface and the top of a tree หรือใช้
 องค์ประกอบในศัพท์มาเป็นลักษณะเฉพาะ เช่น **evergreen tree** : tree with *evergreen* foliage
 นิยามที่ถูกต้องควรใช้ว่า tree with retains its foliage throughout its lifetime

วากวนในระบบนิยาม นั่นคือการนำมโนทัศน์อย่างน้อยสองมโนทัศน์มานิยามกันและกัน เช่น มโนทัศน์ที่ 1 virgin forest : forest constituted of a natural tree stand มโนทัศน์ที่ 2 natural tree stand : stand of trees grown in a virgin forest เมื่อนำนิยามมาแทนที่ศัพท์ก็จะเห็นความซ้ำซ้อนและวากวน เช่นเมื่อนำนิยามของ virgin forest มาแทนที่คำว่า virgin forest ใน natural tree stand ก็จะได้เป็น stand of trees grown in a forest constituted of a natural tree stand สิ่งที่ต้องทำคือแก้ไขมโนทัศน์ใดมโนทัศน์หนึ่ง แล้วอีกมโนทัศน์หนึ่งก็สามารถคงไว้ตามเดิมได้ เช่น natural tree stand : stand of trees grown without interference by man

2. นิยามแบบไม่สมบูรณ์

นิยามจะต้องอธิบายเนื้อหาของมโนทัศน์อย่างชัดเจน ไม่แคบหรือกว้างจนเกินไป มิฉะนั้นจะถือว่าไม่สมบูรณ์ นิยามที่เรียกว่ากว้างเกินไปนั้นคือนิยามที่มีสิ่งที่ไม่ควรมี และนิยามที่แคบเกินไปคือนิยามที่ไม่มีสิ่งที่มีควรมี

3. นิยามแบบปฏิเสธ

นิยามจะต้องอธิบายว่ามโนทัศน์นั้นคืออะไร ไม่ใช่อธิบายว่ามโนทัศน์นั้นไม่ใช่อะไร เช่น deciduous tree : tree other than an evergreen tree ที่ถูกต้องควรจะเป็น tree that loses its foliage seasonally แต่ในกรณีที่ไม่มีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เข้าใจมโนทัศน์นั้นได้ ก็สามารถใช้นิยามแบบปฏิเสธได้ เช่น nonconformity : non-fulfillment of a specified requirement

นิยามในประมวลศัพท์ชุดนี้จึงเขียนขึ้นโดยพยายามให้เป็นไปตามหลักการเขียนนิยามดังกล่าวมานี้ให้มากที่สุด

การกำหนดคำเทียบเคียงภาษาไทย

คำเทียบเคียงภาษาไทยที่นำมาใส่ในบันทึกข้อมูลศัพท์นี้จะพิจารณาจากข้อมูลที่ปรากฏในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นซึ่งได้มาจากแหล่งข้อมูลอ้างอิงภาษาไทยต่างๆ จากนั้นจึงอ้างอิงศัพท์ที่แสดงมโนทัศน์ได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

จากข้อมูลในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นพบว่ามีศัพท์ภาษาไทยทั้งหมด 168 คำ สือถึงมโนทัศน์ 84 มโนทัศน์ และมี 41 มโนทัศน์ที่มีศัพท์ภาษาไทยสือถึงมากกว่าหนึ่งคำ ส่วนมโนทัศน์ที่ไม่มีศัพท์ภาษาไทยมีอยู่ 73 มโนทัศน์ จะเห็นได้ว่ามีการใช้ศัพท์ภาษาไทยที่หลากหลายไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และไม่ครบถ้วน ดังนั้น นอกจากจะต้องคิดหาคำเทียบเคียงสำหรับมโนทัศน์ที่ยังไม่มีศัพท์ภาษาไทยแล้ว ยังต้องนำศัพท์ภาษาไทยที่มีอยู่ซ้ำซ้อนหลากหลายนั้นมา

คัดเลือกคำที่เหมาะสมที่จะใช้เป็นคำเทียบเคียงสำหรับศัพท์คำนั้น หรืออาจต้องปรับเปลี่ยนคำเหล่านั้นให้เหมาะสม ถ้าหากยังแสดงมโนทัศน์ของศัพท์ไม่ชัดเจนหรือครอบคลุมเพียงพอ

สรุปแล้วคำเทียบเคียงภาษาไทยที่ปรากฏในบันทึกข้อมูลศัพท์จะได้มาจากสามวิธีใหญ่ๆ คือ การพิจารณาศัพท์ที่มีการใช้อยู่แล้ว การปรับเปลี่ยนศัพท์ที่มีอยู่ และการบัญญัติศัพท์ใหม่

- การใช้ศัพท์ที่มีอยู่แล้ว - ในที่นี้จะพิจารณาว่าศัพท์ที่ใช้นั้นบ่งบอกมโนทัศน์ของศัพท์ได้ชัดเจนเพียงพอหรือไม่ และแหล่งที่มาของศัพท์มีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด โดยจัดลำดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลอ้างอิงเช่นเดียวกับที่จัดไว้ในการบันทึกนิยาม นั่นคือ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔ มีความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ร่างพระราชบัญญัติอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ร่างพระราชบัญญัติลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับร่างพระราชบัญญัติ เช่น เนื้อหาทั่วไปว่าด้วยลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เอกสารจากศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พจนานุกรมศัพท์เฉพาะทางของราชบัณฑิตยสถาน และเอกสารหรือบทความเฉพาะด้าน ถ้าเอกสารจากแหล่งเดียวกันมีการใช้คำเทียบเคียงแตกต่างกันสำหรับศัพท์คำเดียว ก็จะพิจารณาคำที่ใช้มากที่สุด พร้อมกันนี้จะใส่รหัสอ้างอิงของเอกสารที่พบศัพท์นั้นหรือเอกสารลำดับแรกที่พบศัพท์ในกรณีที่มีการใช้คำเดียวกันในเอกสารหลายฉบับ เพื่อให้ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้โดยสะดวก ถ้าเป็นกรณีอ้างอิงศัพท์ภาษาไทยที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอมา ก็จะใส่หมายเหตุเป็นเชิงอรรถว่าอ้างอิงจากผู้ใด

นอกจากนี้ ถ้าพบว่าศัพท์คำใดเป็นที่นิยมใช้ คือมีการใช้ศัพท์คำนั้นในแหล่งข้อมูลอ้างอิงต่างๆ แม้ว่าจะมีคำอื่นเป็นศัพท์บัญญัติที่เป็นมาตรฐานแล้ว ก็จะได้ศัพท์คำดังกล่าวไว้ด้วยเช่นกัน เนื่องจากถือว่าได้รับการยอมรับจากผู้ใช้ เช่น *smart card* มีศัพท์บัญญัติว่า “บัตรสมาร์ท” (ราชบัณฑิตยสถาน 2542: 90) แต่ในแหล่งข้อมูลภาษาไทยที่ใช้อ้างอิงในที่นี้พบว่ามีการใช้คำว่า “สมาร์ทการ์ด” สามราย และคำว่า “สมาร์ทการ์ด” อีกสามราย ดังนั้นนอกจากจะบันทึกคำว่า “บัตรสมาร์ท” ลงไปในบันทึกข้อมูลศัพท์แล้ว ก็ะบันทึกคำว่า “สมาร์ทการ์ด” ไว้ด้วย (ภาคผนวก ค - TR067) โดยเลือกคำที่สะกดตามหลักการทับศัพท์ของราชบัณฑิตยสถาน พบว่าศัพท์ที่มีผู้นิยมใช้ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นคำทับศัพท์

- การปรับเปลี่ยนศัพท์ที่มีอยู่ - เป็นการสร้างศัพท์ขึ้นใหม่จากศัพท์ที่มีอยู่แล้ว เนื่องจากศัพท์ที่ใช้อยู่ยังไม่เหมาะสม เช่น แสดงมโนทัศน์ได้ไม่ชัดเจน หรือสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ด้วยวิธีต่างๆ ต่อไปนี้

ตัดหรือเพิ่มคำ เช่น *call center* เป็นคำที่ใช้ทั่วไปในวงการธุรกิจ มีผู้ให้คำภาษาไทยไว้ว่า “ศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์” (THR52) เมื่อนำมาใช้ในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงตัดคำว่า “ทางโทรศัพท์” ออก ให้เหลือแต่ “ศูนย์บริการข้อมูล” (ภาคผนวก ค - TR139) ทำให้มีมีนัยที่กว้างขึ้น ไม่จำกัดเฉพาะแต่การบริการทางโทรศัพท์ เนื่องจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ขยายขอบเขตการสื่อสารออกเป็นหลายช่องทาง ลูกค้าสามารถติดต่อผ่านเว็บไซต์หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ได้

เปลี่ยนรูปไวยากรณ์ศัพท์ ในกรณีที่ศัพท์ภาษาอังกฤษใช้รูปเดียวกันทั้งคำนามและคำกริยา และมีศัพท์ภาษาไทยที่ได้รับการบัญญัติไว้แล้วสำหรับรูปไวยากรณ์รูปใดรูปหนึ่ง แต่ยังไม่มีการบัญญัติอีกรูปหนึ่ง ก็จะใช้ศัพท์เดิมนั้นแล้วเพิ่มหรือตัดคำที่ทำให้เป็นคำนาม เช่น *visit* ซึ่งหมายถึงการเข้าไปดูเว็บไซต์แต่ละครั้ง ในแหล่งข้อมูลอ้างอิงพบว่ามีแต่ศัพท์บัญญัติสำหรับคำว่า *visit* ซึ่งเป็นคำกริยาแปลว่า “เยี่ยมชม” (ราชบัณฑิตยสถาน 2540: 147) แต่ไม่มีศัพท์บัญญัติสำหรับคำนาม จึงเติมคำว่า “การ” เข้าไปข้างหน้า ทำให้ได้ศัพท์ “จำนวนการเยี่ยมชม” (ภาคผนวก ค - TR152) สำหรับ *visit* ที่เป็นคำนาม

- การบัญญัติศัพท์ - ศัพท์ที่พบในบันทึกศัพท์หมวดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่เป็นคำที่ยังไม่มีผู้กำหนดคำเทียบเคียงภาษาไทยให้ ผู้ใช้มักจะใช้ศัพท์ภาษาอังกฤษหรือคำทับศัพท์ หรือถ้ามีการใช้ภาษาไทยก็จะเป็นในลักษณะอธิบายเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจว่าหมายถึงอะไร แต่ไม่ได้เป็นศัพท์ภาษาไทยที่บัญญัติขึ้นมาสำหรับศัพท์ภาษาอังกฤษคำนั้น ตัวอย่างเช่น “*CPM* (*Cost Per Thousand* หรือ อัตราค่าโฆษณาต่อการขึ้นป้ายโฆษณา 1,000 ครั้ง)” (การวัดประสิทธิภาพใช้สื่อโฆษณาออนไลน์อินเทอร์เน็ต: 2546) ด้วยเหตุนี้ ผู้ทรวิจัยจึงบัญญัติศัพท์ภาษาไทยขึ้นมาเองเพื่อเป็นการนำเสนอทางเลือกหนึ่งในการใช้ศัพท์ โดยใช้หลักของราชบัณฑิตยสถาน (2542: 6-7) ประกอบดังนี้

1. คิดคำขึ้นใหม่ แบ่งได้เป็นสามลักษณะคือ การวิเคราะห์จากมโนทัศน์ของศัพท์ การยืมแปล (*loan translation*) และการอิงศัพท์อื่น

การวิเคราะห์จากมโนทัศน์ของศัพท์ - พิจารณามโนทัศน์ของศัพท์ว่าคืออะไร แล้วพยายามหาคำไทยผูกขึ้นเป็นคำใหม่ที่เหมาะสม โดยพยายามให้มีจำนวนค่าน้อยที่สุดเพื่อไม่ให้มีลักษณะเป็นนิยามศัพท์ และหลีกเลี่ยงการใช้บุพบท เช่น *forward auction* ซึ่งเป็นการประมูลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อขายสินค้า และ *reverse auction* ซึ่งเป็นการประมูลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อซื้อสินค้า ได้ให้คำเทียบเคียงไว้ว่า “การประมูลขาย” (ภาคผนวก ค - TR015) และ “การประมูลซื้อ” (ภาคผนวก ค - TR016) ตามลำดับ แทนที่จะเป็น “การประมูลเพื่อขาย” และ “การประมูลเพื่อซื้อ” แม้ว่าคำว่า “เพื่อ” จะช่วยระบุวัตถุประสงค์ของการประมูลให้ชัดเจนยิ่งขึ้น แต่เมื่อตัดออกไปก็ยัง

สื่อความหมายได้เหมือนเดิม นอกจากนั้นยังทำให้ศัพท์มีความกะทัดรัดมากขึ้น หนึ่ง หลักเกณฑ์บัญญัติศัพท์ของราชบัณฑิตยสถานมีสองหลักคือ ผู้ศัพท์จากคำไทยและผู้ศัพท์จากคำบาลีสันสกฤต แต่เนื่องจากคำศัพท์ส่วนใหญ่ในสาขานี้ใช้คำไทยในการผูกศัพท์ เช่น “การเข้ารหัส” (ภาคผนวก ค - TR083) หรือ “ด่านกันบูกรุก” (ภาคผนวก ค - TR091) ศัพท์ที่บัญญัติขึ้นมาใหม่นี้จึงใช้คำไทยเช่นกัน เช่น “การประมูลซื้อ” หรือ “ตลาดกลางทั่วไป” (ภาคผนวก ค - TR029) และที่สำคัญคือคำไทยมีความชัดเจน เข้าใจได้โดยง่าย

การยืมแปล - เป็นวิธีหนึ่งที่ใช้ได้ผลในการเพิ่มพูนคำศัพท์ (Sager, 1990: 86) โดยจะใช้เมื่อศัพท์ต้นฉบับแสดงมโนทัศน์ออกมาในรูปศัพท์อย่างชัดเจน และเมื่อแปลไปตามศัพท์นั้นก็สามารถแสดงมโนทัศน์ของศัพท์ได้อย่างครบถ้วน เช่น *banner exchange* - “การแลกเปลี่ยนป้ายโฆษณา” (ภาคผนวก ค - TR122)

การอิงศัพท์อื่น - เรียกได้ว่าเป็นการยืมคำหรือโครงสร้างของศัพท์อื่นมาใช้ ตัวอย่างเช่น *electronic purse* ใช้วิธีอิงตามศัพท์หลักของกลุ่มคือคำว่า *electronic money* - “เงินอิเล็กทรอนิกส์” (ภาคผนวก ค - TR073) ทั้งสองคำนี้มีโครงสร้างเหมือนกันคือ *electronic + term* ดังนั้นศัพท์ที่บัญญัติขึ้นใหม่จึงอิงโครงสร้างของศัพท์ที่บัญญัติไว้แล้วออกมาเป็น “กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์” (ภาคผนวก ค - TR074) หรือคำว่า *directory* ซึ่งหมายถึง เว็บไซต์ที่มีการเชื่อมโยงไปยังข้อมูลต่างๆ โดยจัดเป็นหมวดหมู่เรียงตามลำดับอักษร ราชบัณฑิตยสถาน (2542: 32) ได้ให้ศัพท์บัญญัติของ *directory* ไว้ว่า “สารบบ” ซึ่งแปลว่า บัญชีเรื่อง ดังนั้นจึงสร้างคำใหม่ขึ้นได้เป็น “เว็บไซต์สารบบ” (ภาคผนวก ค - TR009) โดยเพิ่มคำว่า “เว็บไซต์” เพื่อระบุขอบเขตมโนทัศน์

2. ทับศัพท์ เมื่อไม่อาจหาคำมาผูกเป็นศัพท์ได้ตรงตามมโนทัศน์ของศัพท์ แบ่งได้เป็นสองลักษณะคือ การทับศัพท์แบบคำยืมและการทับศัพท์แบบประสม

การทับศัพท์แบบคำยืม - ใช้เมื่อไม่สามารถหาคำมาผูกเป็นศัพท์ให้ตรงกับความหมายของศัพท์ต้นฉบับทั้งคำ เช่น *meta tag* ซึ่งหมายถึง ป้ายระบุที่ให้ข้อมูลเช่นคำสำคัญหรือบทสรุปของเว็บไซต์แก่โปรแกรมค้นหาของเว็บไซต์บริการค้นหาข้อมูล เป็นคำที่มีมโนทัศน์กว้างขวางเกินกว่าจะหาคำไทยที่กระชับและบ่งบอกมโนทัศน์ของศัพท์ได้ จึงต้องใช้คำทับศัพท์ โดยยึดหลักการทับศัพท์ของราชบัณฑิตยสถาน ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี ลงวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2532 เพราะฉะนั้นจะได้เป็น *meta tag* - “เมต้าแท็ก” (ภาคผนวก ค - TR124)

การทับศัพท์แบบประสม - ใช้เมื่อศัพท์ต้นฉบับประกอบด้วยคำที่แปลได้และคำที่ไม่สามารถหาคำไทยมาใช้ได้ หรือเป็นคำที่นิยมใช้ทับศัพท์ เช่น *online* - “ออนไลน์” ดังนั้นจึงใช้การแปลร่วมกับการทับศัพท์ ตัวอย่างเช่น คำว่า *pop-under ad* ซึ่งหมายถึงโฆษณาที่ปรากฏขึ้นเป็นหน้าต่างใหม่ซ้อนอยู่ใต้หน้าต่างที่เปิดอยู่บนหน้าจอ คำว่า *ad* แปลได้ว่า “โฆษณา”

แต่คำว่า pop-under ไม่อาจหาคำไทยที่กะทัดรัดมาใช้สื่อความหมายได้ ดังนั้นจึงใช้วิธีผสมผสานการแปลและการทับศัพท์ ได้ออกมาเป็น *pop-under ad* - “โฆษณาแบบพ็อปอันเดอร์” (ภาคผนวก ค - TR108) หรือคำว่า online community เมื่อใช้วิธีนี้จึงได้ออกมาเป็น “ชุมชนออนไลน์” (ภาคผนวก ค - TR144)

อนึ่ง คำเทียบเคียงภาษาไทยในบันทึกข้อมูลศัพท์นี้เป็นเพียงการวิเคราะห์และรวบรวมศัพท์ที่ใช้อยู่เดิมและศัพท์ที่คิดขึ้นใหม่มาเสนอหรือปรับปรุงเพื่อเป็นแนวทางในการใช้ศัพท์ ไม่ได้มุ่งหมายให้เป็นการกำหนดศัพท์ภาษาไทยมาตรฐานสำหรับศัพท์ภาษาอังกฤษคำนั้นๆ

บันทึกข้อมูลศัพท์ที่เสร็จเรียบร้อยแล้วคือมีข้อมูลครบถ้วนในส่วนต่างๆ ที่ได้อธิบายไว้ข้างต้นนี้ จะนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญอ่านเพื่อดูว่ายังมีข้อบกพร่องที่ควรแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนใดๆ หรือไม่ เช่นในเรื่องของคำเทียบเคียงภาษาไทยและนิยาม จากนั้นจึงปรับเปลี่ยนหรืออ้างอิงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญตามความเหมาะสม เพื่อให้เป็นประมวลศัพท์ที่มีความถูกต้องครบถ้วนมากที่สุด

รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับศัพท์ต่างๆ ที่กล่าวถึงในบทนี้สามารถดูได้ที่ภาคผนวก ข และ ค โดยค้นจากดรชชนันันศัพท์ซึ่งอยู่ท้ายเล่มเพื่อหาบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและบันทึกข้อมูลศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับศัพท์คำนั้น

ปัญหาและแนวทางแก้ไขในการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์

บันทึกข้อมูลศัพท์เป็นข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่ได้เห็นได้ชัดเจนและนำมาจัดระเบียบในบันทึกข้อมูลศัพท์ได้โดยไม่มียากนัก เช่น คำพ้อง คำตรงข้าม หมวดเรื่อง หรือตัวอย่างประโยคต่างๆ แต่ปัญหาใหญ่คือการให้คำเทียบเคียงภาษาไทยและนิยาม ที่ต้องใช้เวลาในการหาข้อมูลและวิเคราะห์มากกว่าข้อมูลส่วนอื่นๆ ในบันทึกข้อมูลศัพท์ รายละเอียดของปัญหามีดังต่อไปนี้

1. ปัญหาเรื่องคำเทียบเคียงภาษาไทย

จากข้อมูลในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นพบว่ามีมีโนทัศน์ที่ไม่พบศัพท์ภาษาไทยอยู่ถึง 73 มโนทัศน์ ทำให้ต้องหาคำมาผูกขึ้นเป็นศัพท์ด้วยตนเอง การแก้ไขปัญหาก็ง่ายที่สุดคือใช้วิธีแปลศัพท์ เนื่องจากคำศัพท์ในหมวดพาดิษยอเล็กทรอนิกส์นี้ส่วนใหญ่เป็นคำประสม ซึ่งแต่ละคำแสดงความหมายของตัวเอง และเมื่อนำมาประกอบกันก็เป็นการรวมความหมายเข้าด้วยกัน เช่น *intrusion detection system* เมื่อแยกแต่ละคำออกมาจะได้เป็น

intrusion = การบุกรุก, detection = การตรวจหา และ system = ระบบ เมื่อแปลแต่ละคำแล้ว นำมารวมกันก็จะได้เป็น “ระบบตรวจหาการบุกรุก” (ภาคผนวก ค - TR096) ที่แสดงมโนทัศน์ของ ศัพท์ออกมาได้อย่างชัดเจน

การแปลศัพท์เช่นนี้เป็นวิธีที่ใช้ได้กับศัพท์เกือบทั้งหมด แต่อาจมีลักษณะ แตกต่างกันไป เช่น การแปลศัพท์รวมกับการวิเคราะห์มโนทัศน์ ยกตัวอย่างเช่น *conversion rate* โดยทั่วไป *conversion* = การเปลี่ยนแปลง และ *rate* = อัตรา แต่เมื่อใช้ศัพท์คำนี้ในเรื่องพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ *conversion* จะมีมโนทัศน์ที่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นการเปลี่ยนจากผู้ชมเป็นผู้ซื้อ ถ้า นำคำแปลมารวมกันเฉยๆ ก็จะแสดงมโนทัศน์ของศัพท์ไม่ครบคือจะได้เพียงแค่ ‘อัตราการ เปลี่ยนแปลง’ ดังนั้นเมื่อนำการวิเคราะห์มโนทัศน์มาผสมผสานกับการแปลแล้วก็จะได้ศัพท์คำ ใหม่คือ “อัตราการเปลี่ยนเป็นผู้ซื้อ” (ภาคผนวก ค - TR155) นอกจากนี้ยังมีการแปลศัพท์โดยอิง ตามศัพท์คำอื่นดังที่ได้อธิบายไว้ในเรื่อง ‘การบัญญัติศัพท์’ ซึ่งจะช่วยให้บัญญัติศัพท์ได้ง่ายขึ้น เพราะมีศัพท์อื่นเป็นต้นแบบอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม ยังมีศัพท์อีกหลายคำที่ไม่สามารถใช้การแปล ช่วยในการบัญญัติศัพท์ได้ เช่น *meta tag* ดังที่ได้กล่าวไปแล้วเช่นกันในเรื่อง ‘การบัญญัติศัพท์’ จึง ต้องใช้การทับศัพท์เข้ามาช่วยแก้ปัญหาโดยยึดตามหลักการทับศัพท์ของราชบัณฑิตยสถาน

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นปัญหาในการให้คำเทียบเคียงที่เป็นคำใหม่ แต่ ศัพท์ที่มีผู้บัญญัติศัพท์ภาษาไทยไว้แล้วก็ยังคงต้องนำมาพิจารณาความเหมาะสมในการใช้อยู่นั้นเอง ไม่สามารถนำมาใช้ได้ทันที เว้นแต่คำที่บัญญัติไว้อย่างเป็นทางการ เช่น *certificate* - “ใบรับรอง” และ *electronic signature* - “ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์” ในพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔ โดยจะพิจารณาจากความถูกต้องครบถ้วนในมโนทัศน์ของศัพท์คำ นั้น และความน่าเชื่อถือของผู้บัญญัติ บางมโนทัศน์มีผู้บัญญัติศัพท์ไว้หลากหลาย และมีมโนทัศน์ ที่ตรงตามมโนทัศน์ของศัพท์ต้นฉบับ เช่น *certification authority* มีผู้บัญญัติศัพท์ไว้ว่า “ผู้ประกอบการรับรอง”, “องค์กรออกใบรับรองดิจิทัล”, “องค์กรรับรองความถูกต้อง”, “ผู้ให้บริการ ออกใบรับรอง”, “ธุรกิจออกใบรับรองดิจิทัล”, “องค์กรรับรอง” และ “หน่วยงานออกใบรับรอง” ใน กรณีนี้อาจใช้ความน่าเชื่อถือของผู้บัญญัติเป็นตัวตัดสิน ซึ่งศัพท์ภาษาไทยที่นำมาบันทึกคือคำว่า “ผู้ประกอบการรับรอง” (ภาคผนวก ค - TR104) เนื่องจากพบในเอกสารว่าด้วยความทั่วไปของร่าง พระราชบัญญัติลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ฉบับผ่านการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2543

2. ปัญหาในการให้นิยาม

ศัพท์บางคำมีผู้ให้นิยามภาษาไทยที่ชัดเจนและน่าเชื่อถือ สามารถ นำมาใช้อ้างอิงได้ทันที แต่ศัพท์ส่วนใหญ่ไม่มีนิยามดังกล่าวหรือมีแต่ยังไม่ครอบคลุมมโนทัศน์ของ

ศัพท์คำนั้น จึงต้องใช้วิธีประมวลข้อมูลจากบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นแล้วเรียบเรียงนิยามขึ้นมาใหม่ โดยยึดตามมโนทัศน์สัมพันธ์ของศัพท์ กระนั้นนิยามที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัยก็อาจขาดตกบกพร่องไปได้ด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ จึงต้องให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบ แล้วนำมาปรับเปลี่ยนแก้ไขให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

เมื่อตรวจสอบและแก้ไขบันทึกข้อมูลศัพท์เรียบร้อยแล้วก็จะได้ประมวลศัพท์ ซึ่งเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของการทำงานตามกระบวนการที่กล่าวมาในบทต่างๆ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 7

บทสรุป

การทำประมวลศัพท์หมวดพาดิชยอิเล็กทรอนิกส์นี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษากระบวนการทำงานทางศัพท์วิทยา โดยรวบรวมข้อมูลมาจัดทำเป็นคลังข้อมูลภาษา วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างเครือข่ายมโนทัศน์ของพาดิชยอิเล็กทรอนิกส์และบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น แล้วประมวลผลข้อมูลจนได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นประมวลศัพท์ที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้เกี่ยวข้องและผู้สนใจในพาดิชยอิเล็กทรอนิกส์

สรุปกระบวนการทำประมวลศัพท์

ขั้นตอนในการทำประมวลศัพท์แบ่งออกได้เป็นห้าขั้นตอนหลักๆ คือ การเตรียมข้อมูล การดึงศัพท์ การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น และการจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์

การเตรียมข้อมูล - คือการรวบรวมและคัดเลือกข้อมูลที่ต้องการแล้วนำมาจัดทำเป็นคลังข้อมูลภาษาสำหรับการวิจัย โดยจะเริ่มด้วยการกำหนดขอบเขตงานวิจัยให้ชัดเจน ในที่นี้มุ่งศึกษาพาดิชยอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งจำกัดเฉพาะการซื้อขายผ่านคอมพิวเตอร์ทางระบบอินเทอร์เน็ต โดยครอบคลุมตั้งแต่การเริ่มตั้งร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต ไปจนถึงการชำระเงิน และการสนับสนุนการขาย โดยเน้นที่ภาพรวมของการทำพาดิชยอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ลงลึกในรายละเอียดทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการทำธุรกิจ เมื่อกำหนดขอบเขตได้แล้วก็จะไปสู่การรวบรวมและคัดเลือกข้อมูลเพื่อนำมาจัดทำเป็นคลังข้อมูลภาษาสำหรับใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์สร้างประมวลศัพท์

ข้อมูลหลักที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ เป็นข้อมูลจากหนังสือเล่มจากผู้เชี่ยวชาญด้านพาดิชยอิเล็กทรอนิกส์ แบ่งเป็นตำราเรียนสองเล่ม และหนังสือสำหรับนักธุรกิจหรือผู้สนใจทำพาดิชยอิเล็กทรอนิกส์อีกสองเล่ม เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลประเภทที่จะมีศัพท์และคำอธิบายเป็นจำนวนมาก และน้ำหนักของเนื้อหาด้านธุรกิจและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใกล้เคียงกัน ซึ่งตรงกับแนวคิดของพาดิชยอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการทำธุรกิจ นอกจากนี้ยังใช้เอกสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นข้อมูลสนับสนุนให้คลังข้อมูลภาษามีความทันสมัยและหลากหลายยิ่งขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งจะกระทบไปถึงการเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกิจด้วยเช่นกัน

การสร้างคลังข้อมูลภาษาเป็นการนำข้อมูลที่รวบรวม และผ่านการคัดเลือก ทั้งหมดมาทำให้อยู่ในรูปอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สะดวกในการประมวลและค้นข้อมูล ข้อมูลที่ได้ จากอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ แต่ข้อมูลหลักที่เป็นหนังสือจะต้องนำมาสแกนด้วย เครื่องสแกนเพื่อแปลงข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่จัดเก็บได้ทางอิเล็กทรอนิกส์เสียก่อน จากนั้นจึงใช้ โปรแกรม Concordancer for Windows Version 2.0 (July 1996) รวบรวมข้อมูลทั้งหมดเข้าเป็น คลังข้อมูลภาษา (ดูรายละเอียดได้ในภาคผนวก ก)

การดึงศัพท์ - เป็นขั้นตอนที่ดำเนินต่อเนื่องจากการสร้างคลังข้อมูลภาษา ศัพท์ที่ ได้นำไปสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์และบันทึกลงในข้อมูลศัพท์เบื้องต้นต่อไป ในงานวิจัยฉบับนี้ใช้ วิธีดึงศัพท์ด้วยสัญญาณทางภาษา (linguistic signal) ซึ่งเป็นคำจำนวนหนึ่งที่บ่งบอกว่าคำที่อยู่ ข้างหน้าหรือตามหลังคำเหล่านี้จะเป็นศัพท์ แล้วนำรายการคำที่ได้ไปพิจารณาด้วยเกณฑ์ต่างๆ ว่าเป็นศัพท์หรือไม่ จากนั้นจึงพิจารณาศัพท์ที่ได้เหล่านั้นว่าอยู่ในขอบเขตเนื้อหาการวิจัยที่กำหนด ไว้หรือไม่ กระบวนการทำงานดังกล่าวแบ่งออกได้เป็นข้อๆ ดังนี้

1. ใช้โปรแกรม Concordancer for Windows Version 2.0 (July 1996) ค้นหา สัญญาณทางภาษา เช่น called, known as และ defined as เป็นต้น ในคลังข้อมูลภาษา เพื่อดึง คำที่อยู่หน้าหรือหลังคำเหล่านั้นออกมา
2. นำคำที่ได้ไปพิจารณาว่าเป็นศัพท์หรือไม่ด้วยเกณฑ์การอ้างอิงทั่วไปของ Pearson (1998) และเกณฑ์ของ Cabré (1999)
3. คัดเลือกศัพท์ที่อยู่ในขอบเขตการวิจัยที่กำหนด

ศัพท์ที่ได้จากขั้นตอนนี้จะนำไปวิเคราะห์เพื่อหามโนทัศน์สัมพันธ์ระหว่างกันต่อไป นอกจากนี้ยังได้ทำการทดลองดึงศัพท์ด้วยวิธีอื่นอีกสามวิธี เพื่อหาว่าวิธีใดจะดึงศัพท์ออกมาได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อเป็นทางเลือกในการดึงศัพท์ขั้นต้นสำหรับผู้ทำประมวลศัพท์คน ต่อๆ ไป

วิธีที่ 1 - การใช้คำสำคัญและการเกิดร่วมกันของศัพท์ ด้วยการนำดรรชนีซึ่งเป็น รายการคำสำคัญจากหนังสือแต่ละเล่มมาเปรียบเทียบกันโดยใช้โปรแกรม DocCompare 1.02 เพื่อหาคำที่พบมากคือพบอย่างน้อยสามเล่มจากสี่เล่ม หลังจากตัดคำที่ไม่เกี่ยวข้อง เช่น ตัวเลข และคำที่ทำหน้าที่ทางไวยากรณ์ เช่น สรรพนาม สันธาน วิเศษณ์ ออกแล้วจึงนำคำเหล่านั้นซึ่งเป็น คำเดี่ยวไปหาคำที่เกิดร่วมกันโดยใช้โปรแกรม Collocation Test 2.0 ใช้ค่าสถิติ Dunning's Log Likelihood อย่างมีนัยสำคัญ ($p > .005$) และกำหนดความถี่ขั้นต่ำที่ 10 จนครบทุกคำที่ได้จาก ดรรชนี ได้คำประสมสองคำที่เข้าข่ายว่าเป็นศัพท์ (โดยตัดคำที่ประกอบด้วยคำที่ไม่เกี่ยวข้องออก)

จากนั้นจึงนำรายการคำประสมสองคำเหล่านั้นไปหาคำที่เกิดร่วมกันอื่นๆ ซึ่งเป็นคำประสมสามคำสี่คำ และห้าคำด้วยโปรแกรม Concordancer for Windows

วิธีที่ 2 - การคัดศัพท์ตามความถี่ โดยใช้โปรแกรม Collocation Test 2.0 คำสั่ง n-word Frequency เพื่อคัดเลือกศัพท์จากคลังข้อมูลทั้งหมดตามความถี่ ความถี่ขั้นต่ำที่กำหนดไว้สำหรับคำเดี่ยว คำประสมสองคำ สามคำ สี่คำ และห้าคำคือ 100, 10, 5, 3 และ 1 ตามลำดับ แล้วตัดคำที่ไม่เกี่ยวข้องออก

วิธีที่ 3 - การคัดศัพท์ตามความถี่ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ โดยนำผลลัพธ์จากวิธีที่ 2 ไปให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกคำที่น่าจะเป็นศัพท์

การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ - คือการจัดระบบความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ต่างๆ ซึ่งจะทำให้เห็นความเกี่ยวข้องกันของแต่ละมโนทัศน์หรือแต่ละกลุ่มมโนทัศน์ โดยพิจารณาจากมโนทัศน์ของศัพท์แต่ละคำแล้วนำมาจัดตำแหน่งอย่างเป็นระเบียบ พร้อมระบุความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ ความสัมพันธ์ที่ปรากฏในมโนทัศน์สัมพันธ์นี้มีหลากหลายทั้งแบบมาตรฐาน เช่น Generic - Specific และ Whole - Part และแบบซับซ้อน เช่น Process - Tool และ Provider - Object มโนทัศน์สัมพันธ์จะชี้ให้เห็นว่ามีศัพท์ขาดหรือเกินไปในระบบมโนทัศน์ ทำให้ต้องค้นหาศัพท์ที่เหมาะสมเพิ่มเติม หรือตัดศัพท์ที่ไม่เกี่ยวข้องออก แล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบว่าระบบมโนทัศน์ที่สร้างไว้นี้ถูกต้องสมบูรณ์แล้วหรือไม่ เพื่อจะได้ปรับเปลี่ยนแก้ไขตามความเหมาะสม

ขั้นตอนการทำมโนทัศน์สัมพันธ์นี้จะทำไปพร้อมๆ กับบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น เนื่องจากในการวิเคราะห์มโนทัศน์ของศัพท์มักจะต้องค้นหาข้อมูลของศัพท์คำนั้นจากคลังข้อมูลภาษา ดังนั้นจึงบันทึกข้อมูลที่ได้ไปพร้อมๆ กับทำมโนทัศน์สัมพันธ์เพื่อเป็นการประหยัดเวลา ทำให้ได้ทั้งเครือข่ายมโนทัศน์และบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น - หลังจากที่พิจารณาความสำคัญและความเหมาะสมของข้อมูลที่จะบันทึกไว้ในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นแล้ว บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นในงานวิจัยฉบับนี้จึงประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ดังนี้คือ เลขที่บันทึก, ศัพท์ภาษาอังกฤษ, ศัพท์ภาษาไทย, ตัวอย่าง, มโนทัศน์, ประเภทไวยากรณ์, คุณลักษณะของศัพท์, มโนทัศน์สัมพันธ์ และตัวอย่างประโยคที่มีการใช้ศัพท์คำนั้น (ดูรายละเอียดได้ในภาคผนวก ข) ข้อมูลทั้งหมดได้มาจากคลังข้อมูลภาษาและมโนทัศน์สัมพันธ์ ยกเว้นศัพท์ภาษาไทยที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลภาษาไทยซึ่งได้รวบรวมไว้เพื่ออ้างอิง โดยจะบันทึกศัพท์ภาษาไทยทุกคำที่ไม่ซ้ำกัน เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกศัพท์สำหรับบันทึกข้อมูลศัพท์

การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์ - บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นและมโนทัศน์สัมพันธ์เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ศัพท์ที่ครอบคลุมสมบูรณ์ในระบบมโนทัศน์ แล้วนำมาบันทึกลงในบันทึกข้อมูลศัพท์ ซึ่งเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของการทำประมวลศัพท์ ในที่นี้ได้กำหนดข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นต้องมีในบันทึกข้อมูลศัพท์ดังต่อไปนี้คือ เลขที่บันทึก, ศัพท์ภาษาอังกฤษ, ศัพท์ภาษาไทย, ประเภทไวยากรณ์, หมวดเรื่อง, นิยาม, ตัวอย่าง, หมายเหตุ, ศัพท์อื่นๆ ที่สัมพันธ์กัน เช่น คำพ้อง และคำตรงข้าม และอ้างอิงโยง (ดูรายละเอียดได้ในภาคผนวก ค)

ข้อมูลสำคัญในบันทึกข้อมูลศัพท์คือคำเทียบเคียงภาษาไทยหรือศัพท์ภาษาไทย และนิยามซึ่งแสดงเป็นภาษาไทยเช่นกัน ในงานวิจัยฉบับนี้ได้ยึดหลักการให้คำเทียบเคียงภาษาไทยและนิยามดังนี้

การให้คำเทียบเคียงภาษาไทย

1. อ้างอิงคำเทียบเคียงที่มีผู้ให้ไว้ โดยพิจารณาก่อนว่าแสดงมโนทัศน์ได้ถูกต้องครบถ้วนแล้วหรือไม่
2. ถ้ามีคำเทียบเคียงหลากหลาย จะเลือกอ้างอิงโดยใช้ความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาเป็นเกณฑ์ตัดสิน
3. ถ้าไม่พบคำเทียบเคียงภาษาไทยตามข้อ 1 จะบัญญัติศัพท์ใหม่โดยยึดตามหลักการบัญญัติศัพท์ของราชบัณฑิตยสถาน หรือปรับเปลี่ยนศัพท์ที่มีอยู่ให้เหมาะสม

การให้นิยาม

1. อ้างอิงนิยามที่มีผู้ให้ไว้ โดยพิจารณาก่อนว่าแสดงมโนทัศน์ได้ถูกต้องครบถ้วนแล้วหรือไม่
2. ถ้ามีคำเทียบเคียงหลากหลาย จะเลือกอ้างอิงโดยใช้ความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาเป็นเกณฑ์ตัดสิน
3. ถ้าไม่พบนิยามตามข้อ 1 จะประมวลข้อมูลจากบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นแล้วเรียบเรียงนิยามขึ้นตามหลักการเขียนนิยาม

จากนั้นจึงนำบันทึกข้อมูลศัพท์ที่เสร็จเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจทาน และให้ความเห็นชอบ จากนั้นจึงปรับปรุงแก้ไขตามความเหมาะสม

บันทึกข้อมูลศัพท์นี้จัดเรียงตามกลุ่มมโนทัศน์ เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ได้ชัดเจน โดยแบ่งเป็นมโนทัศน์ 4 กลุ่มใหญ่ๆ คือ เว็บไซต์ (Web site), การชำระเงิน (payment), การรักษาความปลอดภัย (security) และการทำการตลาด (marketing) ในแต่ละ

กลุ่มก็จะแสดงมโนทัศน์ที่มีความสัมพันธ์กันในลักษณะต่างๆ ช่วยให้เห็นภาพรวมและเข้าใจมโนทัศน์ของศัพท์แต่ละคำมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้ให้บรรณนิคค้นศัพท์ไว้ทำเล่มโดยจัดเรียงตามลำดับอักษร เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการค้นศัพท์

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลลัพธ์ในขั้นตอนต่างๆ สามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

จากคลังข้อมูลภาษาซึ่งมีข้อมูลทั้งหมดประมาณ 889,000 คำ เมื่อดึงศัพท์โดยใช้เกณฑ์สัญญาณทางภาษาแล้วคัดเลือกด้วยเกณฑ์อื่นๆ และขอบเขตการวิจัย ได้ผลลัพธ์เป็นรายการศัพท์ 118 คำ จากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์เพื่อสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ แล้วเพิ่มเติมแก้ไขจนได้ศัพท์ชุดสุดท้ายในบันทึกข้อมูลศัพท์ที่สมบูรณ์ มีทั้งหมด 258 คำ แบ่งเป็นศัพท์หลัก 157 คำ และศัพท์พ้อง 101 คำ ในจำนวนนี้พบว่ามี 84 มโนทัศน์ที่มีศัพท์ภาษาไทย และอีก 73 มโนทัศน์ไม่มีศัพท์ภาษาไทย

สำหรับการทดลองดึงศัพท์ด้วยวิธีอื่นๆ ได้ผลดังนี้

วิธีที่ 1 - ได้ผลลัพธ์ 595 คำ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับศัพท์ชุดสุดท้ายพบว่า มีศัพท์หลักที่ตรงกัน 87 คำ และมีศัพท์พ้องที่ตรงกัน 66 คำ รวมเป็น 153 คำ คิดเป็นร้อยละ 60 ของประมวลศัพท์

วิธีที่ 2 - ได้ผลลัพธ์ 573 คำ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับศัพท์ชุดสุดท้ายพบว่า มีศัพท์หลักที่ตรงกัน 86 คำ และมีศัพท์พ้องที่ตรงกัน 46 คำ รวมเป็น 132 คำ คิดเป็นร้อยละ 51 ของประมวลศัพท์

วิธีที่ 3 - ได้ผลลัพธ์ 452 คำ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับศัพท์ชุดสุดท้ายพบว่า มีศัพท์หลักที่ตรงกัน 77 คำ และมีศัพท์พ้องที่ตรงกัน 39 คำ รวมเป็น 116 คำ คิดเป็นร้อยละ 45 ของประมวลศัพท์

จากการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า วิธีที่ 1 เป็นวิธีดึงศัพท์ที่ได้ผลที่สุด คือมีศัพท์ที่ตรงกับศัพท์ชุดสุดท้ายซึ่งเป็นศัพท์ชุดสมบูรณ์มากกว่าวิธีอื่นๆ อย่างไรก็ตาม จำนวนศัพท์ที่ได้นั้นยังไม่มากนัก ถ้าเปรียบเทียบกับศัพท์ชุดสุดท้าย ดังนั้น ถ้าใช้วิธีต่างๆ ประกอบกัน น่าจะทำให้ได้ศัพท์จำนวนมากขึ้น โดยใช้การดึงศัพท์ด้วยเกณฑ์สัญญาณทางภาษาเป็นหลัก เพราะมีสิ่งบ่งชี้ความเป็นศัพท์ที่ชัดเจนกว่าวิธีอื่นๆ ร่วมกับการดึงศัพท์ตามวิธีที่ 1, 2 หรือ 3 แล้วแต่ลักษณะของงานวิจัย เช่น ถ้าเป็นงานวิจัยที่ใช้ข้อมูลจากหนังสือ อาจใช้ร่วมกับวิธีที่ 1 หรือถ้ามีผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาเฉพาะที่สามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างเต็มที่ ก็อาจใช้ร่วมกับวิธีที่ 3 หรือถ้าไม่มีลักษณะพิเศษ

ใดๆ ดังกล่าวมานี้ ก็ใช้ร่วมกับวิธีที่ 2 จากนั้นจึงนำไปตรวจสอบกับเกณฑ์อื่นๆ ที่ระบุไว้ข้างต้นเพื่อตรวจสอบความเป็นศัพท์และคัดเลือกศัพท์ที่อยู่ในขอบเขตการวิจัยที่กำหนด

วิธีนี้คาดว่าจะทำให้ได้ผลลัพธ์เป็นชุดศัพท์ที่เกือบจะสมบูรณ์ คือได้ศัพท์ที่อยู่ในขอบเขตที่ต้องการในปริมาณมาก ซึ่งจะช่วยให้การวิเคราะห์มโนทัศน์สัมพันธ์และการจัดระบบมโนทัศน์ง่ายขึ้นด้วย

ประมวลศัพท์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ มีข้อน่าสังเกตคือ มีการใช้ศัพท์อย่างหลากหลาย กล่าวคือมโนทัศน์หนึ่งมีรูปศัพท์ที่ใช้แสดงมโนทัศน์นั้นมากกว่าหนึ่งรูป เห็นได้จากการที่มีศัพท์พ้องเป็นจำนวนกว่าร้อยละ 60 ของศัพท์หลัก ซึ่งอาจเป็นเพราะพหุวิชาอิเล็กทรอนิกส์เป็นศาสตร์ที่กำลังเติบโต เทคโนโลยีสารสนเทศและวิธีการทำธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงมีการคิดศัพท์ต่างๆ ขึ้นใช้ตามที่แต่ละคนเห็นว่าเหมาะสม ทำให้ขาดเอกภาพ และผู้ใช้เกิดความสับสนได้ นอกจากนี้ในส่วนของศัพท์ภาษาไทยก็มีการบัญญัติขึ้นใช้ประมาณร้อยละ 50 ของมโนทัศน์ในหมวดนี้ ซึ่งน่าจะเกิดจากสาเหตุเดียวกันคือการเพิ่มขึ้นและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของศัพท์หมวดพหุวิชาอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นจึงอาจต้องมีการทำประมวลศัพท์หมวดนี้ซ้ำภายในเวลาไม่นานนัก เพื่อให้ได้ประมวลศัพท์ที่ทันสมัย ทันทต่อความเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความต้องการของผู้ใช้ โดยอาจขยายขอบเขตการวิจัยให้กว้างขวางและลึกซึ้งกว่าเดิม เพื่อให้ประมวลศัพท์หมวดพหุวิชาอิเล็กทรอนิกส์นี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

การทำประมวลศัพท์ที่มีปัญหาเกิดขึ้นให้ต้องแก้ไขอยู่ตลอดเวลา ในงานวิจัยฉบับนี้ได้อธิบายรายละเอียดของปัญหาต่างๆ และแนวทางแก้ไขไว้ท้ายบทที่ 3, 4, 5 และ 6 แล้ว และมีข้อเสนอแนะหลักๆ ที่น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ทำวิจัยคนต่อไปในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- การเลือกข้อมูล

ข้อมูลที่ผู้ทำวิจัยรวบรวมและคัดเลือกเพื่อจัดทำเป็นคลังข้อมูลภาษานั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากต้องใช้ข้อมูลดังกล่าวในการวิเคราะห์เพื่อจัดประมวลศัพท์ ในการทำประมวลศัพท์หมวดพหุวิชาอิเล็กทรอนิกส์พบว่าข้อมูลจำนวนมากมาย และจากการที่เป็นศาสตร์ที่กำลังเติบโต จึงยังไม่มีคำจำกัดความของพหุวิชาอิเล็กทรอนิกส์ที่ชัดเจน ทำให้ขอบเขตข้อมูลในเรื่องเกี่ยวกับพหุวิชาอิเล็กทรอนิกส์มีความแตกต่างกันตามมโนทัศน์ของผู้เขียนแต่ละคน อย่างไรก็ตามพบว่าข้อมูลจากตำราเรียนเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ในการทำประมวลศัพท์มากที่สุด เนื่องจากมีทั้งศัพท์และนิยามหรือคำอธิบายเป็นจำนวนมาก ผู้ทำวิจัยควรจะต้องเลือกหนังสือที่มี

เนื้อหาตรงตามขอบเขตที่ต้องการทำวิจัยให้มากที่สุด หรือเลือกใช้เฉพาะส่วนที่ต้องการ ถ้าทำได้ เพื่อที่จะได้ไม่ต้องใช้เวลาอันมากในการคัดเลือกศัพท์ที่อยู่ในขอบเขตการวิจัย

นอกจากนี้พบว่าแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์อีกแหล่งหนึ่งซึ่งอาจถูกมองข้ามไป คือ ฐานข้อมูลอันเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลในด้านต่างๆ ห้องสมุดหลายแห่งเช่นสถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีฐานข้อมูลให้บริการ และหลายฐานข้อมูลสามารถใช้ได้โดยไม่เสียค่าบริการ ข้อมูลที่พบในฐานข้อมูลมักเป็นรายงานหรือเอกสารการวิจัย ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ให้ ศัพท์จำนวนมาก มีทั้งฐานข้อมูลเฉพาะเรื่องหรือฐานข้อมูลรวมซึ่งจะแบ่งหมวดหมู่ไว้ภายใน เพื่อให้ค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้โดยง่าย

- โปรแกรมที่ใช้

การทำประมวลศัพท์มีขั้นตอนสำคัญที่ต้องใช้โปรแกรมในการดึงศัพท์เพื่อนำไป คัดเลือกหรือค้นหาข้อมูลที่ต้องการ โปรแกรมที่ใช้ได้แก่ Concordancer for Windows, DocCompare และ Collocation Test โปรแกรมเหล่านี้แม้จะใช้งานได้ดีแต่ก็มีข้อจำกัดของตน ข้อจำกัดที่ก่อให้เกิดปัญหาในการทำประมวลศัพท์คือการค้นคำแบบตรงตัว ทำให้ไม่สามารถ ค้นหาคำเดียวกันแต่มีรูปต่างกันได้ เช่น ลงท้ายด้วย s, es หรือ ed ผลลัพธ์ที่ได้จึงอาจไม่ตรงตาม ความเป็นจริง (รายละเอียดของปัญหานี้สามารถดูได้ในบทที่ 4) ดังนั้นในการทำงาน ผู้ทำวิจัยควร คำนึงถึงปัญหานี้ด้วย เพื่อจะได้ตรวจสอบและแก้ไขผลการวิจัยที่อาจคลาดเคลื่อนไป หรือ ผู้ทำวิจัยอาจหาทางพัฒนาหรือทดลองนำโปรแกรมอื่นมาใช้แทนก็ได้ เพื่อหาโปรแกรมที่เหมาะสม ที่สุดในการทำวิจัย

- บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ

การทำประมวลศัพท์จะต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับศัพท์ ถ้าผู้ทำประมวลศัพท์ไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ ผู้ทำวิจัยที่ทำประมวลศัพท์ เกี่ยวกับสาขาที่ตนทำงานอยู่หรือรู้จักผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นจะสามารถหาที่ปรึกษาได้โดยไม ยากนัก ส่วนผู้ทำวิจัยที่ไม่รู้จักผู้เชี่ยวชาญคนใดอาจใช้วิธีติดต่อผู้เชี่ยวชาญหรือหนังสือใน สาขาวิชานั้น หรือติดต่อไปยังหน่วยงาน สถาบันการศึกษา หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยทั่วไป ผู้เชี่ยวชาญจะยินดีให้คำปรึกษา ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นการอนุเคราะห์อย่างแท้จริง เนื่องจากต้อง เสียสละเวลาและความคิดมาช่วยให้คำปรึกษาและตรวจสอบศัพท์โดยไม่มีผลตอบแทนใดๆ แต่ข้อ ควรระวังคือผู้เชี่ยวชาญต่างมีภาระการงานของตนเอง จึงอาจไม่สามารถให้ความช่วยเหลือได้ อย่างเต็มที่ ดังนั้นผู้ทำวิจัยควรจะคำนวณระยะเวลาในการวิจัยโดยคำนึงถึงข้อจำกัดข้อนี้ด้วย เพื่อ เผื่อเวลาสำหรับขั้นตอนที่ต้องขอความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญ

อีกวิธีหนึ่งที่น่าจะทำคือเสนอเป็นโครงการความร่วมมือ หรือขอทุนสนับสนุนการวิจัย เช่นเดียวกับโครงการทำประมวลศัพท์ในต่างประเทศที่มีผู้เชี่ยวชาญเป็นทีมงาน เพื่อที่ว่าผู้เชี่ยวชาญจะสามารถอุทิศตนให้กับการทำประมวลศัพท์นี้ได้

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นเพียงก้าวหนึ่งในการศึกษากระบวนการทำประมวลศัพท์วิธีดำเนินงานต่างๆ ที่ได้เสนอไป รวมทั้งข้อดีข้อเสีย ปัญหาที่เกิดขึ้น และแนวทางแก้ปัญหา คงจะเป็นแนวทางให้ผู้สนใจศึกษาศัพท์วิทยาได้นำไปใช้ปรับปรุงการทำประมวลศัพท์ในโครงการต่างๆ ให้ดีขึ้น หรือนำไปสู่การพัฒนาเทคนิควิธีอื่นๆ ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิมในอนาคต อันจะทำให้ได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นประมวลศัพท์ที่ช่วยแก้ปัญหาในการสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่อยู่ในวงการนั้นๆ กับบุคคลทั่วไปให้มีความรู้ความเข้าใจตรงกัน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์สำคัญของศัพท์วิทยา



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

“กลเม็ดสร้างรายได้ให้กับเว็บไซต์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://216.122.89.134/2001/kit/2001kit/1101/kit0125.html> 2544. สืบค้น 17

กรกฎาคม 2545.

“การวัดประสิทธิภาพใช้สื่อโฆษณาออนไลน์อินเทอร์เน็ตออฟ.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.bangkokbiznews.com/2002/kit/2002kit/0523/10.html> 2545. สืบค้น 16

กรกฎาคม 2546.

“คำถามที่ถามบ่อย.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://truehits.net/faq.php#faq9> 2542. สืบค้น 8

กรกฎาคม 2546.

เดวิด โคชิเออร์. เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์. แปลโดย นัททวุฒิ พีชผล. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ไบรวิชั่น, 2542.

ทวีศักดิ์ กอนันตกุล. “สถานการณ์ด้านการพัฒนา ICT ของประเทศไทย.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.nitc.go.th/masterplan/workshop1/summary/05-workshop1-main.pdf>

2545. สืบค้น 18 กรกฎาคม 2546.

“นักวิชาการเตือน !! กฎหมายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไม่ชัด.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://168.144.151.236/ftpe/detail.asp?id=99> 2545. สืบค้น 17 กรกฎาคม 2546.

“พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.ecommerce.or.th/ictlaw/et/et-bill-t.html> 2546. สืบค้น 27 พฤษภาคม

2546.

ไพบูลย์ อมรรักบุญเกียรติ. “ข้อกฎหมายที่ควรรู้เกี่ยวกับการทำเว็บไซต์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.tradepointthailand.com/e_guru/e_regulation.html 2546. สืบค้น 14

สิงหาคม 2546.

ไพบูลย์ อมรรักบุญเกียรติ. “ชื่อโดเมนกับปัญหาข้อกฎหมาย.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://168.144.151.236/ftpe/detail.asp?id=29> 2544. สืบค้น 12 สิงหาคม 2546.

มณฑล พจน์พรวัฒนา. “ถึงเวลาเงินอิเล็กทรอนิกส์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://64.124.193.94/2001/kit/2001kit/0412/kit1229.html> 2544. สืบค้น 28 มิถุนายน

2544.

มณฑล พจน์พรวัฒนา. “เลือกใช้ระบบชำระเงินแบบออนไลน์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://64.124.193.94/2001/kit/2001kit/0517/kit1714.html> 2544. สืบค้น 28 มิถุนายน 2544.

มณฑล พจน์พรวัฒนา. “อินเทอร์เน็ตแบ่งกึ่งกับธนาคารไทย.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://64.124.193.94/2001/kit/2001kit/0215/kit1509.html> 2544. สืบค้น 28 มิถุนายน 2544.

ราชบัณฑิตยสถาน. ศัพท์คอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน, 2540.

ราชบัณฑิตยสถาน. ศัพท์เทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน, 2542.

“ลายมือชื่อดิจิทัล (Digital Signature).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.acerclub.in.th/ecom/digital.htm> 2544. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2544.

วรรณพร อมรลักษณ์. “CRM: เทคนิคการตลาดยุคใหม่สำคัญอย่างไร?” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://202.28.71.61/review/CRM.htm> 2546. สืบค้น 14 กรกฎาคม 2546.

วัชรพงศ์ ยะไวทย์. “ระวัง'จุดบอด'ของการค้าแบบ B2B.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.siamglobe.com/rescenter/ecommerce.php?id=448&rid=0003> 2544.

สืบค้น 9 พฤษภาคม 2544.

วันเพ็ญ หรุจิตติวิวัฒน์. “จากไอทีสู่อีคอมเมิร์ซ เราพร้อมหรือยัง.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.boi.go.th/thai/whatsnew/econ_18dec00.pdf 2543. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2546.

“วิธีการให้บริการ Banner Exchange.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.thaile.com/d1/how_be.htm 2545. สืบค้น 12 สิงหาคม 2546.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “1พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq1-1.html> 2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “2โครงสร้างพื้นฐาน (ระบบเครือข่าย มาตรฐาน บุคลากร การวิจัยและพัฒนา).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq2-1.html>

2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “3. การรักษาความปลอดภัย (ภัยคุกคาม และเทคโนโลยีการป้องกัน).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq3-1.html>

2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “4. การเงิน (ระบบชำระเงิน การคำนวณภาษี และแหล่งเงินทุน).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq4-1.html>

2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. "5. ธุรกิจ (กลยุทธ์ และกระบวนการดำเนินธุรกิจ)." [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq5-1.html> 2545. สืบค้น 10
พฤศจิกายน 2545.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. "6.กฎหมายและนโยบาย." [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq6-1.html> 2545. สืบค้น 10
พฤศจิกายน 2545.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. "ความเข้าใจและความต้องการเกี่ยวกับพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์." รายงานการสำรวจ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://www.ecommerce.or.th/doc/survey/itrade.pdf> 2542. สืบค้น 8 เมษายน 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 1. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/july1999.html> 2542. สืบค้น 28
กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 3. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/sep1999.html> 2542. สืบค้น 28
กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 4. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/oct1999.html> 2542. สืบค้น 28
กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 5. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/nov1999.html> 2542. สืบค้น 28
กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 6. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/dec1999.html> 2542. สืบค้น 28
กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 1. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/jan2000.html> 2543. สืบค้น 28
กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 3. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/march2000.html> 2543. สืบค้น
28 กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 4. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/april2000.html> 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 6. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/june2000.html> 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 7. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/july2000.html> 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 9. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/sep2000/sep2000.html> 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 10. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/oct2000/index.html> 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 11. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/nov2000/index.html> 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3, 1. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/jan01/index.html> 2544. สืบค้น 28 ตุลาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3, 3. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/march01/index.html> 2544. สืบค้น 28 ตุลาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3, 9. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/newsletter/sep01/index.html> 2544. สืบค้น 28 ตุลาคม 2544.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. "Yahoo! (เว็บทำที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง)." [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/case/case-Yahoo.htm> 2545. สืบค้น 21 มิถุนายน 2545.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. "e-Commerce Starter Guide for SMEs." [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/e-guide/index.html> 2545. สืบค้น 21 มิถุนายน 2545.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. "e-Commerce ในธุรกิจจริง [e-Commerce Case Study]."

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/casestudy.html> 2545. สืบค้น 21 มิถุนายน 2545.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. "Egghead.com, Inc. (ร้านขายสินค้าและตลาดประมูลสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างร้านค้ากับผู้บริโภค)." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.ecommerce.or.th/case/case-Egghead.htm> 2545. สืบค้น 21 มิถุนายน 2545.

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. "สถานภาพของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย." รายงาน

การวิจัย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/doc/index_t.html 2542. สืบค้น 8 เมษายน 2544.

สมาคมธุรกิจอินเทอร์เน็ตไทย. "หลักการด้านอีคอมเมิร์ซ." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.atii.th.org/html/ecom.html> 2545. สืบค้น 8 สิงหาคม 2545.

สถศดิคุณ กิตติยากร, ม.ร.ว. คำอธิบายประมวลศัพท์ธุรกิจที่ใช้ทั่วไปในภาษาอังกฤษ. พิมพ์ครั้งที่ 3.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. "กฎหมายการโอนเงินทาง

อิเล็กทรอนิกส์." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.nitc.go.th/itlaws/itlaws5/head2-1.htm> 2545. สืบค้น 9 เมษายน 2545.

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. "กฎหมายอาชญากรรมทาง

คอมพิวเตอร์." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.nitc.go.th/itlaws/itlaws4/head2-1.html> 2545. สืบค้น 9 เมษายน 2545.

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. "ร่างพระราชบัญญัติลายมือชื่อ

อิเล็กทรอนิกส์." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://www.nitc.go.th/itlaws/es-law/es-](http://www.nitc.go.th/itlaws/es-law/es-law.html)

[law.html](http://www.nitc.go.th/itlaws/es-law/es-law.html) 2543. สืบค้น 7 กันยายน 2543.

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. "ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์."

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.nitc.go.th/itlaws/itlaws2/head2-1.html> 2545. สืบค้น 9 เมษายน 2545.

อนุชิต อนุชิตานุกุล และ สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. “เงินอิเล็กทรอนิกส์กับนโยบายการฟอกเงินและการฟอกเงิน.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ecommerce.or.th/doc/tdri/e-money.pdf> 2544. สืบค้น 8 เมษายน 2544.

อาณัติ ลิ้มคเดช. “Electronic Payments in Thailand.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://mif.bus.tu.ac.th/documents/chapter4_payment.pdf 2545. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2546.

อารีย์ มัยงพงษ์. “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารเทคนิคศึกษา สาขาธุรกิจอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2542.

“อี-มาร์เก็ตเพลส เทคโนโลยี เต้นงานแซฟไฟร์ 45.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/2002/kit/2002kit/0103/index.html> 2545. สืบค้น 20 เมษายน 2545.

“Co-Location - บริการรับฝากเครื่องเซิร์ฟเวอร์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.porar.com/colocation.aspx> 2546. สืบค้น 12 สิงหาคม 2546.

“E-Commerce หรือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คืออะไร.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.acerclub.in.th/ecom/whatis.htm> 2544. สืบค้น 12 สิงหาคม 2544.

“E-Commerce.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://titan.spaceports.com/~layman02/ecomm_main.html 2543. สืบค้น 12 สิงหาคม 2544.

TRADE POINT THAILAND. วารสาร TRADE POINT 1, 49. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.tradepointthailand.com/newsletter/49.html> 2545. สืบค้น 12 สิงหาคม 2546.

ภาษาอังกฤษ

"Advertising FAQ's." [Online]. Available from:

<http://www.sewebsites.com/adv%20faq.shtml> 2000. Retrieved January 7, 2003.

Alex. "Hackers, hits and chats: An e-commerce and marketing dictionary of terms."

[Online]. Available from: <http://www.udel.edu/alex/dictionary.html> 2002.

Retrieved July 17, 2002.

Barkley, John. "Overview of secret-key and public-key cryptography." [Online]. Available

from: <http://csrc.nist.gov/publications/nistpubs/800-7/node49.html> 1994.

Retrieved November 10, 2002.

Budin, Gerhard. "Terminology for translators." [n.p.], 2000.

Buscher, Ranae. "Merchant Account Provider Types Defined." [Online]. Available from:

<http://www.workz.com/content/1849.asp> 2000. Retrieved February 18, 2002.

Cabr , M. Teresa. Terminology: Theory, methods and applications. Amsterdam : John Benjamin, 1998.

Canterbury Employers' Chamber of Commerce. "B2B and B2C What's it All About?."

[Online]. Available from: <http://www.cecc.org.nz/Default.asp?article=794> 2002.

Retrieved July 28, 2003.

"Cyber squatting." [Online]. Available from:

<http://www.tannedfeet.com/cybersquatting.htm> 2002. Retrieved July 17, 2002.

"E-commerce glossary." [Online]. Available from:

<http://www.ecommstrategies.com/insights/ebizgloss.html> 2001. Retrieved September 5, 2002.

"E-glossary." [Online]. Available from:

<http://www.empiredd.com/Pages/Resources/Faqs/e-glossary.html> 2002.

Retrieved August 20, 2003.

"Encryption tools." [Online]. Available from:

http://club.cycom.co.uk/encryption_tools.html 2000. Retrieved August 14, 2003.

"Enterprise Security: Cryptography." [Online]. Available from:

<http://www.networkcomputing.com/netdesign/1007digcert.html> 1999. Retrieved November 10, 2002.

- Gartner Group. "Statistics for Online Purchases." [Online]. Available from:
<http://www.epaynews.com/statistics/purchases.html#22> 2003. Retrieved August 20, 2003.
- "Glossary of Terms." [Online]. Available from:
http://www.nortex.com/support/webhelp/glossary_of_terms.htm 2003. Retrieved August 22, 2003.
- "Glossary." [Online]. Available from: <http://echeck.commerce.net/library/glossary.html>
2002. Retrieved July 24, 2002.
- "Glossary." [Online]. Available from: http://www.biztob.com/en/info_glossario.html 2002.
Retrieved September 5, 2002.
- "Glossary." [Online]. Available from: <http://www.emakina.com/functions/glossary.cfm#>
2002. Retrieved August 9, 2002.
- "Glossary." [Online]. Available from: <http://www.merchantworkz.com/glossary.asp> 2000.
Retrieved September 21, 2000.
- "Glossary." [Online]. Available from:
<http://www.voltapublishing.com/netgains/features/ecommerce/index.html> [n.d.]
Retrieved July 17, 2000.
- ICANN. "Top-Level Domains." [Online]. Available from: <http://www.icann.org/tlds/> 2003.
Retrieved August 24, 2003.
- International Standard. ISO 1087-1 : Terminology work -- Vocabulary -- Part1: Theory and application. Switzerland : International Standard, 2000.
- International Standard. ISO 704 : Terminology work -- Principles and methods. 2ed.
Switzerland : International Standard, 2000.
- McDowall, Bob. "UK Treasury's e-Money consultation paper." [Online]. Available from:
<http://www.it-director.com/article.php?articleid=2320> 2001. Retrieved August 15, 2003.
- Millennium Group. "An evaluation of business models." [Online]. Available from:
<http://www.millenn.co.uk/Reports/BusModels.pdf> 2003. Retrieved August 8, 2003.
- Miller, Marc D. "Lecture 11: Lesson 4: B2B." [Online]. Available from:
<http://www.aug.edu/~sbamd/ecommerce/Lecture/lecture11.htm> [n.d.]

Retrieved August 10, 2003.

Mitchell, John. "The evolving definition of e-business." [Online]. Available from:

http://www.jma.com.au/ebus_evolving_definition.htm 2001. Retrieved December 20, 2001.

"NetLingo: the Internet dictionary." [Online]. Available from:

<http://www.netlingo.com/inframes.cfm> 2003. Retrieved August 14, 2003.

O'Rourke, Sean. "Advertising metrics." [Online]. Available from:

<http://www.marketingterms.com/dictionary/2> 2002. Retrieved July 14, 2002.

Pearson, Jennifer. Terms in context. Amsterdam : John Benjamins, 1998.

POINTER. "The importance of terminology." [Online]. Available from:

<http://www.computing.surrey.ac.uk/ai/pointer/report/section1.html> [n.d.]
Retrieved January 1, 2002.

Roberts, Paul. "Committee calls for better e-banking security management." [Online].

Available from: http://www.infoworld.com/article/03/07/23/HNebanking_1.html
2003. Retrieved August 14, 2003.

Sager, Juan C. A practical course in terminology processing. Amsterdam : John Benjamins, 1990.

Seth, Anuj. "Private Key Cryptography." [Online]. Available from:

<http://www.anujseth.com/crypto/privatekey.html> 2003. Retrieved August 14, 2003.

Shirey, R. "Internet Security Glossary." [Online]. Available from:

<http://www.potaroo.net/ietf/rfc/fyi/PDF/fyi36.pdf> 2000. Retrieved October 7, 2002.

"Technology." [Online]. Available from:

<http://web.singnet.com.sg/~saihoong/technology1.htm> [n.d.] Retrieved July 12, 2002.

Wright, Sue Ellen, and Budin, Gerhard. Handbook of terminology management.

Amsterdam : John Benjamins, 1997.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

รายละเอียดคลังข้อมูลภาษา
และ
แหล่งข้อมูลภาษาไทยที่ใช้อ้างอิง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายละเอียดข้อมูลในคลังข้อมูลภาษา

รหัสอ้างอิง	ที่มาของเอกสาร	จำนวนคำ
EB01.txt	Greenstein, Marilyn and Feinman, Todd M. <u>Electronic commerce : security, risk management and control.</u> Singapore : McGraw-Hill, 2000.	139,286
EB02.txt	May, Paul. <u>The business of ecommerce : From corporate strategy to technology.</u> Cambridge : Cambridge University Press, 2000.	83,854
EB03.txt	Rosen, Anita. <u>The e-commerce question and answer book : A survival guide for business managers.</u> New York : AMACOM, 2000.	53,449
EB04.txt	Turban, Efraim et al. <u>Electronic commerce : A managerial perspective.</u> Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall, 2000.	172,761
E001.txt	Miller, Robin. "Dancing-bear ads stopping traffic?." [Online]. Available from: http://www.ojr.org/ojr/business/1015017220.php 2001. Retrieved November 12, 2002.	1,134
E002.txt	Patton, Susannah. "The ABCs of B2C." [Online]. Available from: http://www.cio.com/ec/edit/b2cabbc.html 2001. Retrieved December 12, 2001.	1,557
E003.txt	Varon, Elana. "The ABCs of B2B." [Online]. Available from: http://www.cio.com/ec/edit/b2babbc.html 2001. Retrieved December 7, 2001.	1,678
E004.txt	Fickel, Louise. "Bid business." [Online]. Available from: http://www.cio.com/archive/webbusiness/060199_auct_content.html 1999. Retrieved September 13, 2002.	2,419
E005.txt	Silverstein, Barry. "B2B online advertising: Dead or alive?." [Online]. Available from: http://www.clickz.com/b2b_mkt/b2b_strat/article.php/844461 1999. Retrieved December 8, 2001.	755

E006.txt	Silverstein, Barry. "Affiliate programs: Do they work for b-to-b?." [Online]. Available from: http://www.clickz.com/b2b_mkt/b2b_strat/article.php/818471 1999. Retrieved December 8, 2001.	1,160
E007.txt	Silverstein, Barry. "The banner is dead-long live the banner." [Online]. Available from: http://www.clickz.com/b2b_mkt/b2b_strat/article.php/814691 1999. Retrieved December 8, 2001.	967
E008.txt	Sa, Philip. "Figuring out the customer-support dilemma." [Online]. Available from: http://www.clickz.com/b2b_mkt/b2b_mkt/article.php/844501 2001. Retrieved December 18, 2001.	530
E009.txt	Meskauskas, Jim. "Are click-through rates really declining?." [Online]. Available from: http://www.clickz.com/media/plan_buy/article.php/835391 2001. Retrieved December 9, 2001.	650
E010.txt	Silverstein, Barry. "Modeling" your e-commerce efforts." [Online]. Available from: http://www.clickz.com/b2b_mkt/b2b_strat/article.php/823991 2000. Retrieved December 8, 2001.	1,189
E011.txt	Silverstein, Barry. "Don't build a web site - build a response site." [Online]. Available from: http://www.clickz.com/b2b_mkt/b2b_strat/article.php/838301 2001. Retrieved December 8, 2001.	812
E012.txt	Thumlert, Kurt. "Can your e-infrastructure support the future?." [Online]. Available from: http://www.ecomresourcecenter.com/ecom_connection/scalability_diagnostic.html [n.d.]. Retrieved December 18, 2001.	791

E013.txt	Gipson, Melinda. "Online auctions: What am I bid... for reader and retailer loyalty?." [Online]. Available from: http://www.digitaledge.org/monthly/1999_11/auctionwp.html 1999. Retrieved December 19, 2001.	4,828
E014.txt	"Requirements for an e-commerce site." [Online]. Available from: http://www.iepsac.org/papers/p07a09.htm 2001. Retrieved December 13, 2001.	1,101
E015.txt	Harris, Tom. "How banner ads work." [Online]. Available from: http://biz.howstuffworks.com/banner-ad.htm?printable=1 2001. Retrieved October 19, 2002.	5,240
E016.txt	Caswell, Stephen. "One year ago: Credit card fraud crippling online merchants." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/?id=8287 2001. Retrieved December 8, 2001.	640
E017.txt	Mahoney, Michael. "Report: brick-and-clicks now e-tail model." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/6207.html 2000. Retrieved December 20, 2000.	548
E018.txt	Spiegel, Rob. "E-commerce culture key to online success." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/?id=1595 1999. Retrieved December 8, 2001.	495
E019.txt	Beale, Matthew. "Technology spotlight: e-commerce security." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/1833.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	2,187

E020.txt	Johnson, David. "Establishing a merchant account for your web business." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/?id=522 1999. Retrieved December 8, 2001.	514
E021.txt	Olender, Kurt. "Sealing contracts with digital signatures." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/?id=1719 1999. Retrieved December 8, 2001.	1,041
E022.txt	Regan, Keith. "Report: Portals attract more e-shoppers than e-tailers." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/15179.html 2001. Retrieved December 10, 2001.	447
E023.txt	Enos, Lori. "Report: Portals to evolve into 'e-commerce brokers'." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/8728.html 2001. Retrieved December 10, 2001.	489
E024.txt	A. Greenberg, Paul. "E-tailers: Speak up!." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/15041.html 2001. Retrieved December 13, 2001.	648
E025.txt	Mahoney, Michael. "Innovators aren't giving up on electronic payments." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/14950.html 2001. Retrieved December 13, 2001.	903
E026.txt	Regan, Keith. "New rule book for Web shopping with electronic checks." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/8242.html 2001. Retrieved December 13, 2001.	524

E027.txt	Regan, Keith. "Up with big ads, down with pop-ups." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/12351.html 2001. Retrieved December 13, 2001.	668
E028.txt	Macaluso, Nora. "Report: Pop-under ad strategy could backfire." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/12290.html 2001. Retrieved December 13, 2001.	471
E029.txt	Dembeck, Chet. "Cyber-squatter bill comes up short." [Online]. Available from: http://www.ecommercetimes.com/perl/story/?id=1585 1999. Retrieved December 13, 2001.	482
E030.txt	Sussis, Don. "Accepting credit card payments." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/econsultant/article/0,3371,10418_118621,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	1,287
E031.txt	Gutzman, Alexis. "Selling advertising on your E-Commerce site." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectech/article/0,3371,10378_180731,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	697
E032.txt	Gutzman, Alexis. "Alternative payment options: an overview." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectech/article/0,3371,10378_352031,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	1,212

E033.txt	Gutzman, Alexis. "Banner strategy: tracking the efficiency of your ads." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectech/article/0,3371,10378_195001,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	913
E034.txt	Merkow, Mark. "E-commerce security technologies - part one." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/outlook/article/0,3371,10535_253601,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	1601
E035.txt	Merkow, Mark. "Security technologies - part two." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/outlook/article/0,3371,10535_264191,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	2,196
E036.txt	Merkow, Mark. "Security technologies -- part three." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/outlook/article/0,3371,10535_277291,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	1,528
E037.txt	Merkow, Mark. "The check's in the e-mail." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/outlook/article/0,3371,10535_214691,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	1,379
E038.txt	Gutzman, Alexis. "Web site hosting: In-house or outsource?." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectech/article/0,3371,10378_203331,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	873

E039.txt	Arko, Cynthia. "Affiliate fraud." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectips/article/0,,10380_862311,00.html 2001. Retrieved December 8, 2001.	678
E040.txt	Merkow, Mark. "How do I pay thee? Let me count the ways...." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/outlook/article/0,3371,10535_223431,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	1,026
E041.txt	Masterson, Michele and D. Gutzman, Alexis. "All about merchant accounts." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/econsultant/article/0,3371,10418_208591,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	1,467
E042.txt	Merkow, Mark. "New payment systems poised for primetime." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/outlook/article/0,3371,10535_380751,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	2,218
E043.txt	Sussis, Don. "Security, paranoia and D.O.S. attacks -- part I." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/econsultant/article/0,3371,10418_307071,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	856
E044.txt	Merkow, Mark. "Shaping E-commerce security blankets." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/outlook/article/0,1467,7761_124941,00.html 1998. Retrieved December 8, 2001.	1,265

E045.txt	Merkow, Mark. "A framework for SmartCard payment systems - Part One." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/outlook/article/0,3371,10535_400961,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	1,603
E046.txt	Merkow, Mark. "A framework for Smart Card payment systems - part two." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/outlook/article/0,3371,10535_408231,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	1,241
E047.txt	Merkow, Mark. "A framework for SmartCard payment systems - part three." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/outlook/article/0,3371,10535_427491,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	1,655
E048.txt	Gutzman, Alexis. "A Web tools primer." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectech/article/0,3371,10378_256291,00.html 1999. Retrieved December 8, 2001.	1,491
E049.txt	Gutzman, Alexis. "A Web tools primer postscript." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectech/article/0,3371,10378_276391,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	772
E050.txt	Gutzman, Alexis. "Web tools primer part 2: The promises and pitfalls of XML." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectech/article/0,3371,10378_278821,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	773

E051.txt	Rush, Laura. "E-Commerce 101: What it is, where it's going." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectech/article/0,3371,10378_163441,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	850
E052.txt	Arko, Cynthia. "Understanding affiliate commission structures." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectips/article/0,,6311_746401,00.html 2001. Retrieved December 9, 2001.	836
E053.txt	Arko, Cynthia. "Analyzing site traffic." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectips/article/0,,10380_808611,00.html 2001. Retrieved December 9, 2001.	1.258
E054.txt	Merkow, Mark. "E-Commerce seals of security and trust." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/outlook/article/0,1467,7761_126061,00.html 1998. Retrieved July 26, 2001.	698
E055.txt	Waloszek, Gerd. "Is a portal a portal?." [Online]. Available from: http://www.sapdesignguild.org/community/editorials/editorial_06_2001.asp 2001. Retrieved September 2, 2002.	1,180
E056.txt	Orlowski, Thomas. "What does E-commerce (really) mean to your business?." [Online]. Available from: http://www.e-thailand.com/sections.php?op=viewarticle&artid=2 1999. Retrieved December 8, 2001.	687
E057.txt	"e-Marketplace." [Online]. Available from: http://www-106.ibm.com/developerworks/patterns/b2bemp/ [n.d.] Retrieved December 16, 2001.	709

E058.txt	<p>“e-Marketplace composite pattern general guidelines.” [Online]. Available from: http://www-106.ibm.com/developerworks/patterns/b2bemp/info.html [n.d.] Retrieved December 16, 2001.</p>	603
E059.txt	<p>“Select a business/integration/composite pattern, or a custom design.” [Online]. Available from: http://www-106.ibm.com/developerworks/patterns/select-pattern.html [n.d.] Retrieved December 16, 2001.</p>	1,210
E060.txt	<p>“How to set up your e-business.” [Online]. Available from: http://www.ibm.com/e-business/what/how/index.html [n.d.] Retrieved December 8, 2001.</p>	1,461
E061.txt	<p>Petersen, Anthony. “Patterns for e-business, architecting the Web.” [Online]. Available from: http://service2.boulder.ibm.com/devtools/news0401/art37.htm [n.d.] Retrieved December 8, 2001.</p>	1,132
E062.txt	<p>“Electronic commerce.” [Online]. Available from: http://www-106.ibm.com/developerworks/patterns/u2ob/ [n.d.] Retrieved December 14, 2001.</p>	419
E063.txt	<p>“Electronic commerce::Select application pattern.” [Online]. Available from: http://www-106.ibm.com/developerworks/patterns/u2ob/select-application-topology.html [n.d.] Retrieved December 14, 2001.</p>	1,476
E064.txt	<p>“Electronic commerce::Web-up application pattern: Runtime patterns.” [Online]. Available from: http://www-106.ibm.com/developerworks/patterns/u2ob/at1-runtime.html [n.d.] Retrieved December 16, 2001.</p>	1,217

E065.txt	“Electronic Commerce::Enterprise-out application pattern: Runtime patterns.” [Online]. Available from: http://www-106.ibm.com/developerworks/patterns/u2ob/at2-runtime.html [n.d.] Retrieved December 16, 2001.	1,380
E066.txt	Asthana, Praveen. “B2B: A reality check.” [Online]. Available from: http://www.siliconindia.com/magazine/display_back_issue.asp?article_id=950 2000. Retrieved August 18, 2001.	2,241
E067.txt	DeCourcy, George. “A guide to setting up a profitable Web site.” [Online]. Available from: http://www.virtualpromote.com/guest5.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	1,855
E068.txt	Walker, T.J. “Building an affiliate network: The nuts and bolts.” [Online]. Available from: http://jimworld.com/guest9.html [n.d.] Retrieved December 8, 2001.	1,209
E069.txt	Dunlap, Bill. “Going global: Preparing your Web site strategy for global business.” [Online]. Available from: http://jimworld.com/guest4.html [n.d.] Retrieved December 10, 2001.	2,055
E070.txt	Henry, Amanda Mitchell. “E-marketplaces ease procurement headaches.” [Online]. Available from: http://www.nwfusion.com/ecom2000/ecom-digital.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	1,778
E071.txt	Barney, Doug. “E-comm Intelligence report.” [Online]. Available from: http://www.nwfusion.com/ecom2000/ecom-survey.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	1,131

E072.txt	Blomgren, Paul. "E-signatures with USB crypto-tokens." [Online]. Available from: http://www.nwfusion.com/news/tech/2001/0212tech.html 2001. Retrieved December 17, 2001.	574
E073.txt	Johnston, Margret. "Spam affects e-commerce, survey says." [Online]. Available from: http://www.nwfusion.com/news/2000/0412spam.html 2000. Retrieved December 17, 2001.	452
E074.txt	CERT® Coordination Center. "Denial of Service Attacks." [Online]. Available from: http://www.cert.org/tech_tips/denial_of_service.html 2001. Retrieved July 25, 2001.	1,906
E075.txt	Stein, Lincoln. "Q25: How does encryption work?." [Online]. Available from: http://www.w3.org/Security/Faq/wwwsf3.html#Q25 2000. Retrieved December 9, 2001.	1,764
E076.txt	Stein, Lincoln. "11. Securing against Denial of Service attacks." [Online]. Available from: http://www.w3.org/Security/Faq/wwwsf9.html 2000. Retrieved December 9, 2001.	5,255
E077.txt	Wilson, Ralph F. "Basic E-commerce credit card authorization process." [Online]. Available from: http://www.wilsonweb.com/wct4/mcca-basics.htm 2000. Retrieved December 9, 2001.	585
E078.txt	Wilson, Ralph F. "How does an affiliate program work?." [Online]. Available from: http://www.wilsonweb.com/wmta/affiliate-intro.htm 1999. Retrieved July 26, 2001.	831

E079.txt	Wilson, Ralph F. "How retail differs from wholesale and B2C differs from B2B." [Online]. Available from: http://www.wilsonweb.com/wmt5/plan-retail.htm 2000. Retrieved July 26, 2001.	301
E080.txt	Wilson, Ralph F. "How to retain your affiliates." [Online]. Available from: http://www.wilsonweb.com/wct1/980515retain.htm 1998. Retrieved December 6, 2001.	915
E081.txt	Seminario, Maria. "Cutting out e-fraud." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2405184-1,00.html 1999. Retrieved December 6, 2001.	2,278
E082.txt	Moad, Jeff. "Disintermediate this." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2593521,00.html 2000. Retrieved December 9, 2001.	757
E083.txt	Tapellini, Donna. "Enhance your site design for better business." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2622011,00.html 2000. Retrieved December 9, 2001.	1,187
E084.txt	Lemos, Robert. "E-signatures bill: Fraud made easy?." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2589436,00.html 2000. Retrieved December 6, 2001.	593
E085.txt	Banks, Peter. "How to increase hits to your Web site." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2619018,00.html 2000. Retrieved December 9, 2001.	730

E086.txt	Mello, Adrian. "Four myths of online retailing." [Online]. Available from: http://techupdate.zdnet.com/techupdate/stories/main/0,14179,2822829,00.html 2001. Retrieved December 9, 2001.	870
E087.txt	Gibson, Stan. "There's just no end to the aggregation." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2595844,00.html 2000. Retrieved December 6, 2001.	395
E088.txt	Banks, Peter. "Cheap ways to promote your Web site." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2601886,00.html 2000. Retrieved December 9, 2001.	645
E089.txt	Sullivan, Eamonn. "Promotion." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2646843-10,00.html 2000. Retrieved December 9, 2001.	437
E090.txt	Lam, John. "Secure your Web applications." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2706444,00.html 2001. Retrieved December 9, 2001.	1,726
E091.txt	Metz, Cade. "Syndication/affiliate networks: Leverage your Web presence." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/ecommerce/stories/main/0,10475,2586432,00.html 2000. Retrieved December 9, 2001.	1,098
E092.txt	Dvorak, John C. "Spam is worse than ever." [Online]. Available from: http://www.zdnet.com/zdnn/stories/comment/0,5859,2610051,00.html 2000. Retrieved December 10, 2001.	569
E093.txt	"Spam is worse than ever." [Online]. Available from: http://www.imccal.com/spam.htm 2000. Retrieved December 28, 2001.	1,664

E094.txt	Kamthan, Pankaj. "E-payment on the WWW : An introduction to merchant accounts." [Online]. Available from: http://www.irt.org/articles/js141/index.htm 1999. Retrieved December 9, 2001.	2,559
E095.txt	Kamthan, Pankaj. "E-commerce on the WWW : A matter of trust." [Online]. Available from: http://www.irt.org/articles/js158/index.htm 1999. Retrieved December 9, 2001.	3,269
E096.txt	Kamthan, Pankaj. "E-commerce on the WWW : Prospects and concerns." [Online]. Available from: http://www.irt.org/articles/js155/index.htm 1999. Retrieved December 9, 2001.	3,478
E097.txt	Williams, Russ. "A brief introduction to the Internet and electronic commerce for small businesses." [Online]. Available from: http://www.sbp.m.gwu.edu/research/centers/CASB/internet.htm 1997. Retrieved December 9, 2001.	2,099
E098.txt	THE WHITE HOUSE. "A framework for global electronic commerce." [Online]. Available from: http://www.ecommerce.gov/framework.htm 1997. Retrieved July 26, 2001.	9,191
E099.txt	The Center for research in Electronic Commerce. "Electronic commerce FAQ." [Online]. Available from: http://crec.bus.utexas.edu/resources/ecfaq/ecfaq1.html 1997. Retrieved December 11, 2001.	12,192
E100.txt	Weiss, Jiri. "10 Questions on e-commerce." [Online]. Available from: http://builder.cnet.com/webbuilding/pages/Business/Ecommerce20/ 1999. Retrieved December 11, 2001.	3,276

E101.txt	Clarke, Roger. "Introduction to electronic payment mechanisms." [Online]. Available from: http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/EC/EPMIntro.html 1998. Retrieved December 9, 2001.	1,016
E102.txt	Searle, Peter. "The Internet Strategy Plan." [Online]. Available from: http://www.netjustice.com.au/content/ECommercestategy000228.html 2000. Retrieved December 9, 2001.	7,890
E103.txt	Clarke, Roger. "Promises and threats in electronic commerce." [Online]. Available from: http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/EC/Quantum.html 1997. Retrieved December 9, 2001.	1,992
E104.txt	Clarke, Roger. "Electronic commerce definitions." [Online]. Available from: http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/EC/ECDefns.html 1999. Retrieved December 9, 2001.	3,591
E105.txt	"Electronic commerce - an introduction." [Online]. Available from: http://europa.eu.int/ISPO/ecommerce/answers/introduction.html 1999. Retrieved December 9, 2001.	8,555
E106.txt	"Electronic commerce...the facts." [Online]. Available from: http://www.arctic.net/edi/facts.htm [n.d.] Retrieved July 26, 2001.	2,447
E107.txt	"Electronic commerce definitions." [Online]. Available from: http://www.pronetintl.com/ecommerce.html 1999. Retrieved December 10, 2001.	940
E108.txt	Arko, Cynthia. "How to identify quality affiliate programs." [Online]. Available from: http://www.referit.com/main.cfm?screen=articles&id=134 2001. Retrieved December 10, 2001.	747

E109.txt	<p>"The eCommerce guidebook." [Online]. Available from: http://www.online-commerce.com/tutorial.html 2000. Retrieved December 10, 2001.</p>	1,240
E110.txt	<p>"Introduction to cryptography." [Online]. Available from: http://www.ssh.fi/tech/crypto/intro.html#preface:1-4 [n.d.] Retrieved December 30, 2001.</p>	1,282
E111.txt	<p>Segal, Harvey. "The 7 steps to online success . . . How to profit on the net." [Online]. Available from: http://www.supertips.com/a.htm?ebu [n.d.] Retrieved December 10, 2001.</p>	3,437
E112.txt	<p>Stone, Meg. "Organization is the key to success!." [Online]. Available from: http://www.hoenen.ch/KNOWLEDGE/tipps_tricks/Organizati on_is_the_key_to_success.htm [n.d.] Retrieved December 10, 2001.</p>	1,305
E113.txt	<p>Mesenbourg, Thomas L. "Measuring electronic business: Definitions, underlying concepts, and measurement plans." [Online]. Available from: http://www.census.gov/epcd/www/ebusines.htm 2000. Retrieved December 10, 2001.</p>	3,789
E114.txt	<p>"What is electronic commerce?." [Online]. Available from: http://www.sunsetdirect.com/ecommm/ecommm_def.html [n.d.] Retrieved December 10, 2001.</p>	3,522
E115.txt	<p>Hakman, Kevin. "E-commerce tutorial." [Online]. Available from: http://hotwired.lycos.com/webmonkey/e- business/building/tutorials/tutorial3.html 2001. Retrieved December 10, 2001.</p>	10,581
E116.txt	<p>Whitehouse, Rachel L. and Mangalindan, Yvette. "Online auctions: What is your bid?." [Online]. Available from: http://www.ascet.com/documents.asp?grID=154&d_ID=473 2001. Retrieved January 16, 2002.</p>	2,070

E117.txt	<p>“Additional features to enhance your site.” [Online].</p> <p>Available from:</p> <p>http://www.sandybay.com/center/article1.jsp?articleid=1155</p> <p>2000. Retrieved December 11, 2001.</p>	932
E118.txt	<p>Lawhorne, Archie R. “Tips for effective online advertising.”</p> <p>[Online]. Available from:</p> <p>http://www.sandybay.com/center/article1.jsp?articleid=637</p> <p>[n.d.] Retrieved December 11, 2001.</p>	970
E119.txt	<p>Lowery, Shelley. “Cross promoting with recommendations.”</p> <p>[Online]. Available from:</p> <p>http://www.sandybay.com/center/article1.jsp?articleid=697</p> <p>[n.d.] Retrieved December 11, 2001.</p>	684
E120.txt	<p>Tavares, Denise. “The importance of opt-in.” [Online].</p> <p>Available from:</p> <p>http://www.sandybay.com/center/article1.jsp?articleid=1278</p> <p>[n.d.] Retrieved December 11, 2001.</p>	411
E121.txt	<p>Clarke, Roger. “Key issues in electronic commerce and electronic publishing.” [Online]. Available from:</p> <p>http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/EC/Issues98.html</p> <p>1999. Retrieved December 11, 2001.</p>	5.943
E122.txt	<p>Whyte, Gordon. “Electronic commerce : A beginners guide.” [Online]. Available from:</p> <p>http://ecommerce.about.com/library/weekly/aa030600a.htm</p> <p>[n.d.] Retrieved December 11, 2001.</p>	332
E123.txt	<p>Whyte, Gordon. “Electronic commerce technologies.”</p> <p>[Online]. Available from:</p> <p>http://ecommerce.about.com/smallbusiness/ecommerce/library/weekly/aa032700a.htm</p> <p>[n.d.] Retrieved December 11, 2001.</p>	728

E124.txt	Whyte, Gordon. "Payment processing : A beginners guide." [Online]. Available from: http://ecommerce.about.com/library/weekly/aa031000a.htm [n.d.] Retrieved December 11, 2001.	922
E125.txt	Whyte, Gordon. "A beginners guide to B2B electronic commerce." [Online]. Available from: http://ecommerce.about.com/library/weekly/aa021600a.htm [n.d.] Retrieved December 11, 2001.	560
E126.txt	Whyte, Gordon. "How to succeed in electronic commerce." [Online]. Available from: http://ecommerce.about.com/library/weekly/aa022899.htm [n.d.] Retrieved December 11, 2001.	920
E127.txt	Vargas, Melody. "How business-to-business works." [Online]. Available from: http://retailindustry.about.com/library/weekly/aa031300a.htm [n.d.] Retrieved December 11, 2001.	714
E128.txt	McDonald, Tim. "U.N. demands stronger rules on global cybersquatting." [Online]. Available from: http://www.newsfactor.com/perl/story/?id=13299 2001. Retrieved December 13, 20012.	587
E129.txt	Weisman, Robyn. "Cybersquatting controversy hits Japan." [Online]. Available from: http://www.newsfactor.com/perl/story/?id=6594 2001. Retrieved December 13, 2001.	665
E130.txt	"Internet names, first step in building brand online." [Online]. Available from: http://www.verisign.com/corporate/news/1998/apr_19980415.html 1998. Retrieved March 11, 2002.	367

E131.txt	Weisman, Robyn. "Web trackers: The spies in your computer." [Online]. Available from: http://www.newsfactor.com/perl/story/14662.html 2001. Retrieved December 12, 2001.	688
E132.txt	"Introduction to SSL." [Online]. Available from: http://developer.netscape.com/docs/manuals/security/ssl/contents.htm 1998. Retrieved December 6, 2001.	4,897
E133.txt	"Dynamic pricing: Not just a fancy name for B2B auctions (continued)." [Online]. Available from: http://www.gartner.com/webletter/keane/vol2issue2/article1/article1.html 2000. Retrieved December 18, 2001.	1,257
E134.txt	Black, Donna. "What is electronic commerce?." [Online]. Available from: http://www.ecommerce.ac.uk/ecicr1.html 2001. Retrieved December 13, 2001.	1,773
E135.txt	Cornwell, Sean, ed. "E-tailers use ever more aggressive tactics to ensnare consumers." [Online]. Available from: http://www.europemedia.net/shownews.asp?ArticleID=7024 2001. Retrieved December 14, 2001.	491
E136.txt	Brain, Marshall. "How e-commerce works." [Online]. Available from: http://www.howstuffworks.com/ecommerce.htm [n.d.] Retrieved December 17, 2001.	2,744
E137.txt	Geller, Dennis P. "Finding your way around E-commerce." [Online]. Available from: http://www.intranetjournal.com/features/Ecommerceetut.html 2001. Retrieved December 18, 2001.	2,446
E138.txt	Browning, Bob. "Electronic commerce tutorial." [Online]. Available from: http://www.webdevelopersjournal.com/columns/ecommerce1.html 1999. Retrieved January 16, 2002.	10,949

E139.txt	<p>Rose, Gregory; Khoo, Huoy Min and Straub, Detmar. "Communications of the Association for Information Systems." [Online]. Available from: http://proxy.car.chula.ac.th/cgi-proxy/nph-proxy.cgi/11100/http/portal.acm.org/citation.cfm?id=374140&coll=GUIDE&dl=GUIDE&CFID=1223022&CFTOKEN=7797433 1999. Retrieved January 19, 2002.</p>	13,938
E140.txt	<p>Yarden, Shahar. "Evaluating the performances of electronic commerce systems." [Online]. Available from: http://proxy.car.chula.ac.th/cgi-proxy/nph-proxy.cgi/11100/http/portal.acm.org/citation.cfm?id=268739&coll=GUIDE&dl=GUIDE&CFID=1330672&CFTOKEN=44200077 1997. Retrieved January 19, 2002.</p>	1,690
E141.txt	<p>PurchasePro. "Buying and selling through B2B marketplaces." [Online]. Available from: http://www.clarity-consulting.com/buying_and_selling_through_b2b_marketplaces.htm 2001. Retrieved September 5, 2002.</p>	3,849
E142.txt	<p>Hoffman, Donna L. and Novak, Thomas P. "When exposure-based Web advertising stops making sense (and what CDNOW did about it)." [Online]. Available from: http://ecommerce.vanderbilt.edu/papers/CDNOW.jan2001.htm 2000. Retrieved January 20, 2002.</p>	6,462
E143.txt	<p>Chatterjee, Patrali ; Hoffman, Donna L. and Novak, Thomas P. "Modeling the clickstream: Implications for Web-based advertising efforts." [Online]. Available from: http://ecommerce.vanderbilt.edu/papers/clickstream/clickstream.html 1998. Retrieved January 20, 2002.</p>	11,002

E144.txt	Hoffman, Donna L. and Novak, Thomas P. "Advertising pricing models for the World Wide Web." [Online]. Available from: http://ecommerce.vanderbilt.edu/papers.html 2000. Retrieved January 20, 2002.	5,002
E145.txt	Smith, S.W. "WebALPS: A survey of e-commerce privacy and security applications." [Online]. Available from: http://www.acm.org/sigs/sigecom/exchanges/ [n.d.] Retrieved December 31, 2001.	3,327
E146.txt	Muller, Rudolf. "Auctions - the big winner among trading mechanisms for the Internet economy." [Online]. Available from: http://www.infonomics.nl/niew/publications/articles/muller_03.pdf [n.d.] Retrieved November 17, 2001.	11,855
E147.txt	Schmitz, Stefan W. "The effects of electronic commerce on the structure of intermediation." [Online]. Available from: http://www.ascusc.org/jcmc/vol5/issue3/schmitz.html 2000. Retrieved January 18, 2002.	9,816
E148.txt	OECD. "Measuring electronic commerce." [Online]. Available from: http://www1.oecd.org/dsti/sti/it/ec/prod/e_97-185.htm 1997. Retrieved January 18, 2002.	7,524
E149.txt	Talleur, Thomas J. "E-commerce and cyber crime." [Online]. Available from: http://www.us.kpmg.com/services/content.asp?l1id=10&l2id=540&cid=963 2001. Retrieved January 20, 2002.	2,285
E150.txt	Stewart, David J. and Lee, Robert L. "Foreign-character domain names and new top-level domains create more trademark issues." [Online]. Available from: http://www.gigalaw.com/articles/2000-all/stewart-2000-11-all.html 2000. Retrieved August 12, 2002.	964

E151.txt	Gritzalis, Stefanos and Gritzalis, Dimitris. "A digital seal solution for deploying trust on commercial transactions." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/09685227/v9n2/s2/p71 2001. Retrieved January 18, 2002.	5,546
E152.txt	Wang, Fang and Head, Milena M. "A model for Web-based information systems in e-retailing." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/10662243/v11n4/s4/p310 2001. Retrieved January 18, 2002.	5,143
E153.txt	Wang, Fang; Head, Milena and Archer, Norm. "A relationship-building model for the Web retail marketplace." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/10662243/v10n5/s2/p374 2000. Retrieved January 18, 2002.	5,127
E154.txt	Kolesar, Mark B. and Galbraith, R. Wayne. "A services-marketing perspective on e-retailing: implications for e-retailers and directions for further research." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/10662243/v10n5/s7/p424 2000. Retrieved January 18, 2002.	8,784
E155.txt	Hawkins, Steve; Yen, David C. and Chou, David C. "Awareness and challenges of Internet security." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/09685227/v8n3/s3/p131 2000. Retrieved January 18, 2002.	7,282

E156.txt	Wen, H. Joseph; Chen, Houn-Gee and Hwang, Hsin-Ginn. "E-commerce Web site design: strategies and models." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/09685227/v9n1/s1/p5 2000. Retrieved January 18, 2002.	3,773
E157.txt	Desmarais, Norman. "Body language, security and e-commerce." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/07378831/v18n1/s7/p61 2000. Retrieved January 18, 2002.	8,146
E158.txt	Lejeune, Miguel A.P.M. "Measuring the impact of data mining on churn management." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/10662243/v11n5/s1/p375 2001. Retrieved January 19, 2002.	6,250
E159.txt	Hasselbring, Wilhelm and Weigand, Hans. "Languages for electronic business communication: state of the art." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/02635577/v101n5/s3/p217 2001. Retrieved January 19, 2002.	6,024
E160.txt	Chan, M.T. and Kwok, L.F. "Integrating security design into the software development process for e-commerce systems." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/09685227/v9n3/s2/p112 2001. Retrieved January 19, 2002.	5,337

E161.txt	Rowley, Jennifer. "Product searching with shopping bots." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/10662243/v10n3/s2/p203 2000. Retrieved January 19, 2002.	5,653
E162.txt	Hasan, Helen and Tibbits, Hendrika (Rita). "Strategic management of electronic commerce: an adaptation of the balanced scorecard." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/10662243/v10n5/s8/p439 2000. Retrieved January 19, 2002.	5,137
E163.txt	Papadopoulou, Panagiota et al. "Trust and relationship building in electronic commerce." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/10662243/v11n4/s5/p322 2001. Retrieved January 19, 2002.	4,893
E164.txt	Rowley, Jennifer. "Remodelling marketing communications in an Internet environment." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/10662243/v11n3/s2/p203 2001. Retrieved January 19, 2002.	4,874
E165.txt	Bontis, Nick and De Castro, Akemi. "The first world congress on the management of electronic commerce: review and commentary." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/10662243/v10n5/s1/p365 2000. Retrieved January 19, 2002.	3,695

E166.txt	Attaran, Mohsen and VanLaar, Ilja. "Privacy and security on the Internet: how to secure your personal information and company data." [Online]. Available from: http://gottardo.anbar.com/vl=4491143/cl=16/nw=1/fm=html/rpsv/cw/mcb/09685227/v7n5/s5/p241 1999. Retrieved January 19, 2002.	4,019
E167.txt	Leahy, Patrick. "Cybersquatting and consumer protection: ensuring domain name integrity." [Online]. Available from: http://leahy.senate.gov/press/199907/990722.html 1999. Retrieved August 12, 2002.	1,415
E168.txt	Gutzman, Alexis. "Secrets to search engine success." [Online]. Available from: http://ecommerce.internet.com/news/insights/ectech/article/0,3371,10378_342561,00.html 2000. Retrieved December 8, 2001.	911
E169.txt	Leckenby, John D. and Hong, Jongpil. "Using reach/frequency for Web media planning." [Online]. Available from: http://www.geocities.com/mightymarynz/art11.htm 1998. Retrieved February 2, 2002.	8,807
E170.txt	Novak, Thomas P. and Hoffman, Donna L. "New metrics for new media: Toward the development of Web measurement standards." [Online]. Available from: http://ecommerce.vanderbilt.edu/novak/web_standards/web_stand.html 1996. Retrieved February 1, 2002.	14,011
E171.txt	THEA. "Internet Advertising Rates (Webvertising)." [Online]. Available from: http://www.huvar.com/report 1997. Retrieved February 1, 2002.	2,280

E172.txt	Natthan, Russ. "E-marketplaces: new challenges for enterprise policy, competition and standardisation," 3-5. [Online]. Available from: http://europa.eu.int/comm/enterprise/ict/e-marketplaces/workshop_final_report.pdf 2001. Retrieved August 5, 2002.	840
E173.txt	"Business to government (B2G)." [Online]. Available from: http://members.aol.com/wwwdejavu/page3.html 2001. Retrieved August 9, 2002.	1,126
	รวม	889,307

รายการแหล่งข้อมูลภาษาไทยที่ใช้อ้างอิง

รหัสอ้างอิง	ที่มาของเอกสาร
THR01	"พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/ictlaw/et/et-bill-t.html 2546. สืบค้น 27 พฤษภาคม 2546.
THR02	สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. "ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nitc.go.th/itlaws/itlaws2/head2-1.html 2545. สืบค้น 9 เมษายน 2545.
THR03	สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. "กฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nitc.go.th/itlaws/itlaws5/head2-1.htm 2545. สืบค้น 9 เมษายน 2545.

THR04	สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. "กฎหมายอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nitc.go.th/itlaws/itlaws4/head2-1.html 2545. สืบค้น 9 เมษายน 2545.
THR05	สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. "ร่างพระราชบัญญัติลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nitc.go.th/itlaws/es-law/es-law.html 2543. สืบค้น 7 กันยายน 2543.
THR06	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 1.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/july1999.html 2542. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR07	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 3.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/sep1999.html 2542. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR08	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 4.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/oct1999.html 2542. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR09	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 5.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/nov1999.html 2542. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR10	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1, 6.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/dec1999.html 2542. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR11	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 1.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/jan2000.html 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.

THR12	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 3.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/march2000.html 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR13	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 4.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/april2000.html 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR14	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 6.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/june2000.html 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR15	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 7.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/july2000.html 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR16	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 9.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/sep2000/sep2000.html 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR17	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 10.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/oct2000/index.html 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.
THR18	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2, 11.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/nov2000/index.html 2543. สืบค้น 28 กรกฎาคม 2544.

THR19	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3, 1.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/jan01/index.html 2544. สืบค้น 28 ตุลาคม 2544.
THR20	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3, 3.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/march01/index.html 2544. สืบค้น 28 ตุลาคม 2544.
THR21	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. <u>จดหมายข่าวพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3, 9.</u> [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/newsletter/sep01/index.html 2544. สืบค้น 28 ตุลาคม 2544.
THR22	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “1พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq1-1.html 2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.
THR23	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “2โครงสร้างพื้นฐาน (ระบบเครือข่ายมาตรฐาน บุคลากร การวิจัยและพัฒนา).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq2-1.html 2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.
THR24	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “3. การรักษาความปลอดภัย (ภัยคุกคาม และเทคโนโลยีการป้องกัน).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq3-1.html 2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.
THR25	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “4. การเงิน (ระบบชำระเงิน การคำนวณภาษี และแหล่งเงินทุน).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq4-1.html 2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.
THR26	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “5. ธุรกิจ (กลยุทธ์ และกระบวนการดำเนินธุรกิจ).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq5-1.html 2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.

THR27	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “6.กฎหมายและนโยบาย.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/faqs/faq6-1.html 2545. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2545.
THR28	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “e-Commerce ในธุรกิจจริง [e-Commerce Case Study].” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/casestudy.html 2545. สืบค้น 21 มิถุนายน 2545.
THR29	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “Egghead.com, Inc. (ร้านขายสินค้าและตลาดประมูลสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างร้านค้ากับผู้บริโภค).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/case/case-Egghead.htm 2545. สืบค้น 21 มิถุนายน 2545.
THR30	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “Yahoo! (เว็บไซต์ที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/case/case-Yahoo.htm 2545. สืบค้น 21 มิถุนายน 2545.
THR31	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “e-Commerce Starter Guide for SMEs.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/e-guide/index.html 2545. สืบค้น 21 มิถุนายน 2545.
THR32	ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. “เผยโฉม 10 กลโกงทางอินเทอร์เน็ต (Internet Fraud).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/fraud/index.html 2545. สืบค้น 16 เมษายน 2545.
THR33	อนุชิต อนุชิตานุกูล และ สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. “เงินอิเล็กทรอนิกส์กับนโยบายการฟอกเงินและการฟอกเงิน.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ecommerce.or.th/doc/tdri/e-money.pdf 2544. สืบค้น 8 เมษายน 2544.
THR34	ราชบัณฑิตยสถาน. ศัพท์เทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน, 2542.
THR35	ราชบัณฑิตยสถาน. ศัพท์คอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน, 2540.

THR36	สฤษดีคุณ กิตติยากร, ม.ร.ว. คำอธิบายประมวลศัพท์ธุรกิจที่ใช้ทั่วไปในภาษาอังกฤษ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
THR37	ทวีศักดิ์ กอนันต์กุล. “สถานการณ์ด้านการพัฒนา ICT ของประเทศไทย.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nitc.go.th/masterplan/workshop1/summary/05-workshop1-main.pdf 2545. สืบค้น 18 กรกฎาคม 2546.
THR38	“คำถามที่ถามบ่อย.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://truehits.net/faq.php#faq9 2542. สืบค้น 8 กรกฎาคม 2546.
THR39	อาณัติ ลิ้มคเดช. “Electronic Payments in Thailand.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://mif.bus.tu.ac.th/documents/chapter4_payment.pdf 2545. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2546.
THR40	สมาคมธุรกิจอินเทอร์เน็ตไทย. “หลักการด้านอีคอมเมิร์ซ.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.atii.th.org/html/ecom.html 2545. สืบค้น 8 สิงหาคม 2545.
THR41	วรรณพร อมรลักษณ์. “CRM: เทคนิคการตลาดยุคใหม่สำคัญอย่างไร?” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://202.28.71.61/review/CRM.htm 2546. สืบค้น 14 กรกฎาคม 2546.
THR42	มณฑล พจน์พรวัฒนา. “อินเทอร์เน็ตแบ่งกึ่งกับธนาคารไทย.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://64.124.193.94/2001/kit/2001kit/0215/kit1509.html 2544. สืบค้น 28 มิถุนายน 2544.
THR43	มณฑล พจน์พรวัฒนา. “เลือกใช้ระบบชำระเงินแบบออนไลน์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://64.124.193.94/2001/kit/2001kit/0517/kit1714.html 2544. สืบค้น 28 มิถุนายน 2544.
THR44	มณฑล พจน์พรวัฒนา. “ถึงเวลาเงินอิเล็กทรอนิกส์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://64.124.193.94/2001/kit/2001kit/0412/kit1229.html 2544. สืบค้น 28 มิถุนายน 2544.
THR45	“กลเม็ดสร้างรายได้ให้กับเว็บไซต์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://216.122.89.134/2001/kit/2001kit/1101/kit0125.html 2544. สืบค้น 17 กรกฎาคม 2545.

THR46	“การวัดประสิทธิภาพใช้สื่อโฆษณาออนไลน์อินเทอร์เน็ตออฟ.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.bangkokbiznews.com/2002/kit/2002kit/0523/10.html 2545. สืบค้น 16 กรกฎาคม 2546.
THR47	“อี-มาร์เก็ตเพลส เทคโนโลยี เคนงานเซิร์ฟเวอร์ 45.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.bangkokbiznews.com/2002/kit/2002kit/0103/index.html 2545. สืบค้น 20 เมษายน 2545.
THR48	“นักวิชาการเตือน !! กฎหมายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไม่ชัด.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://168.144.151.236/ftpe/detail.asp?id=99 2545. สืบค้น 17 กรกฎาคม 2546.
THR49	ไพบุลย์ อมรวิญญูเกียรติ. “ชื่อโดเมนกับปัญหาข้อกฎหมาย.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://168.144.151.236/ftpe/detail.asp?id=29 2544. สืบค้น 12 สิงหาคม 2546.
THR50	ไพบุลย์ อมรวิญญูเกียรติ. “ข้อกฎหมายที่ควรรู้เกี่ยวกับการทำเว็บไซต์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.tradepointthailand.com/e_guru/e_regulation.html 2546. สืบค้น 14 สิงหาคม 2546.
THR51	TRADE POINT THAILAND. <u>วารสาร TRADE POINT</u> 1, 49. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.tradepointthailand.com/newsletter/49.html 2545. สืบค้น 12 สิงหาคม 2546.
THR52	วัชรพงศ์ ยะไวทย์. “ระวัง'จุดบอด'ของการค้าแบบ B2B.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.siamglobe.com/rescenter/ecommerce.php?id=448&rid=0003 2544. สืบค้น 9 พฤษภาคม 2544.
THR53	“E-Commerce หรือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คืออะไร.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.acerclub.in.th/ecom/whatis.htm 2544. สืบค้น 12 สิงหาคม 2544.
THR54	“ลายมือชื่อดิจิตอล (Digital Signature).” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.acerclub.in.th/ecom/digital.htm 2544. สืบค้น 15 กรกฎาคม 2544.
THR55	“E-Commerce.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://titan.spaceports.com/~layman02/ecommm_main.html 2543. สืบค้น 12 สิงหาคม 2544.

THR56	“Co-Location - บริการรับฝากเครื่องเซิร์ฟเวอร์.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.porar.com/colocation.aspx 2546. สืบค้น 12 สิงหาคม 2546.
THR57	“วิธีการใช้บริการ Banner Exchange.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.thaile.com/d1/how_be.htm 2545. สืบค้น 12 สิงหาคม 2546.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

มโนทัศน์สัมพันธ์

และ

บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำย่อ รหัส และสัญลักษณ์ที่ใช้ในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

- คำย่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์มีดังนี้

AO	Administrator - Object	ON	Owner - Business
AP	Administrator - Place	OO	Owner - Object
CC	Cost - Criteria	OP	Object - Property
CM	Process - Measurement	OT	Object - Tool
CT	Cost - Target	PC	Payee - Condition
GS	Generic - Specific	PD	Process - Standard
HO	Holder - Object	PI	Protector - Intruder
MC	Method - Cost	PM	Process - Method
MF	Method - Form	PO	Provider - Object
MP	Method - Purpose	PS	Provider - Service
MT	Method - Tool	PT	Process - Tool
OB	Object - Problem	SM	Subject - Measurement
OF	Object - Form	SO	Service - Object
OG	Object - Target	WP	Whole - Part
OM	Object - Method		

รายละเอียดเกี่ยวกับความสัมพันธ์เหล่านี้ได้อธิบายไว้แล้วในบทที่ 5

- รหัสที่ใช้ในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

(EBxx.txt)	-	เพิ่มข้อมูลหนังสือจากคลังข้อมูลภาษา
(Exxx.txt)	-	เพิ่มข้อมูลเอกสารจากคลังข้อมูลภาษา
(THRxx)	-	เอกสารอ้างอิงศัพท์ภาษาไทย
NWxx	-	เครือข่ายมโนทัศน์

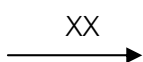
- สัญลักษณ์ที่ใช้ในเครือข่ายมโนทัศน์



แสดงศัพท์พาดิษย์อเล็กทรอนิกส์



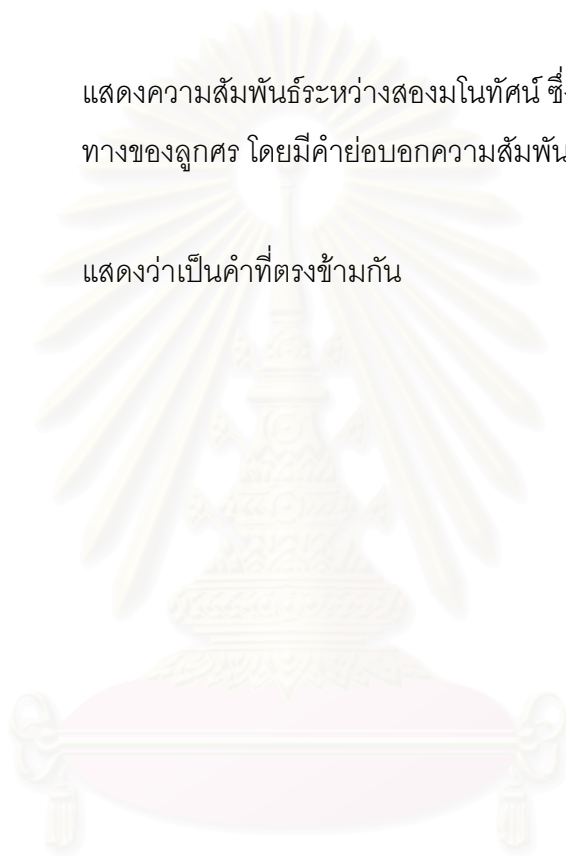
แสดงคำที่ใส่เข้ามาเพื่อทำให้ระบบมโนทัศน์มีความสมบูรณ์ แต่ไม่นับรวมเป็นศัพท์



แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสองมโนทัศน์ ซึ่งมโนทัศน์ที่เป็นหลักจะอยู่ต้นทางของลูกศร โดยมีคำย่อบอกความสัมพันธ์อยู่ด้านบน

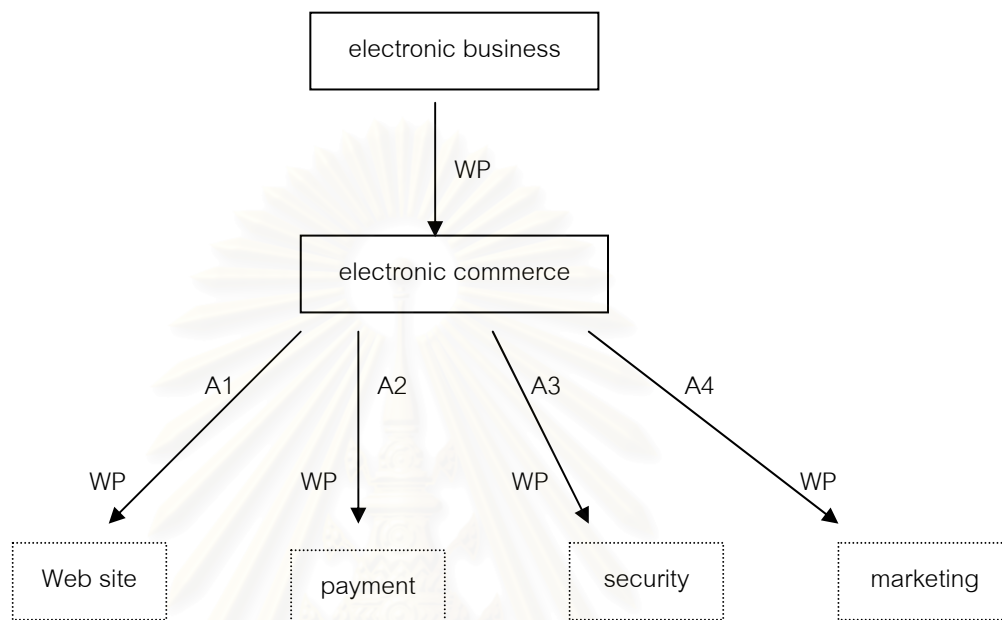
≠

แสดงว่าเป็นคำที่ตรงข้ามกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เครือข่ายมโนทัศน์และบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น



main chart

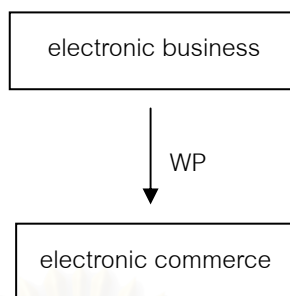
A1 มโนทัศน์สัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบด้านเว็บไซต์

A2 มโนทัศน์สัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบด้านการชำระเงิน

A3 มโนทัศน์สัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบด้านการรักษาความปลอดภัย

A4 มโนทัศน์สัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบด้านการตลาด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



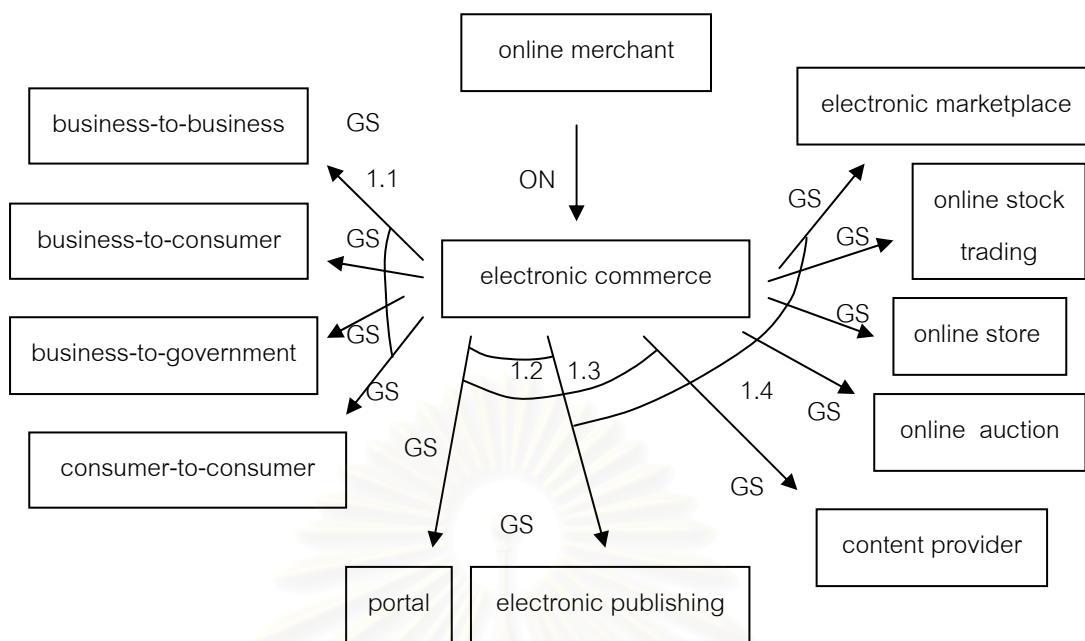
NW01

WP = Whole - Part

คำอธิบาย: electronic commerce เป็นส่วนหนึ่งของ electronic business

ER001	Eng: electronic business (EB01.txt)	Th: -	Abbr: EB
Concept: electronic business		Grammatical Category: n	
Feature: การทำธุรกิจบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และนอกจาก EC แล้วยังรวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการซื้อขายสินค้า เช่น การออกใบอนุญาต			
Conceptual Relation: ดู NW01			
Extraction: 1. <u>Electronic business</u> (e-business) is any process that a business organization conducts over a computer-mediated network. (E113.txt)			
2. The term <u>electronic business</u> also includes the exchange of information not directly related to the actual buying and selling of goods. (EB01.txt)			
3. Examples of <u>EB</u> that are not EC include registration and licensing processes, student enrolment, and court administration. (E104.txt)			

ER002	Eng: e-business (EB01.txt)	Th: ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (THR18)	Abbr: EB
Concept: electronic business		Grammatical Category: n	
Feature: ทุกแง่มุมที่เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มผลผลิต หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างองค์กร			
Conceptual Relation: ดู NW01			
Extraction: 1. <u>E-business</u> is a wider concept that embraces all aspects of the use of information technology in business. (E165.txt)			
2. According to Lou Gerstner, IBM's CEO: " <u>E-business</u> is all about time cycle, speed, globalization, enhanced productivity, reaching new customers and sharing knowledge across institutions for competitive advantage." (EB04.txt)			



NW02

- 1.1 - ความสัมพันธ์แบ่งตามคู่ค้า
- 1.2 - ความสัมพันธ์แบ่งตามรายได้จากค่าโฆษณา
- 1.3 - ความสัมพันธ์แบ่งตามรายได้จากค่าสมาชิกและค่าธรรมเนียม
- 1.4 - ความสัมพันธ์แบ่งตามรายได้จากค่าสินค้าและบริการ

ON - Owner - Business

GS - Generic - Specific

คำอธิบาย: electronic commerce แบ่งออกเป็นสี่ประเภทตามความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า ได้แก่ business to business, business-to-consumer, business-to-government และ consumer-to-consumer นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการทำธุรกิจแบบต่างๆ ซึ่งแบ่งออกได้ตามรายได้ และบางธุรกิจก็อาจมีรายได้หลายทางดังนี้ portal และ electronic publishing มีรายได้จากค่าโฆษณา ทั้ง portal และ electronic publishing สามารถมีรายได้จากค่าสมาชิกและค่าธรรมเนียมด้วยเช่นกัน รวมทั้ง content provider นอกจากนี้ electronic publishing และ content provider ก็มีรายได้จากค่าสินค้าและบริการได้อีกด้วย รวมทั้งรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ online auction, online store, online trading และ electronic marketplace ส่วนผู้ที่ทำ electronic commerce เรียกว่า online merchant

ER003	Eng: electronic commerce (EB01.txt)	Th: พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (THR09)	Abbr: EC
Concept: electronic commerce		Grammatical Category: n	
Feature: การซื้อขายสินค้า บริการ หรือข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตบนเว็บ รวมถึงการโฆษณา การตลาด และการชำระเงิน เป็นต้น			

<p>Additional Feature: พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์แบ่งได้เป็นการค้าขายระหว่างองค์กรธุรกิจ ระหว่างองค์กรธุรกิจกับผู้บริโภค ระหว่างราชการกับองค์กรธุรกิจ และระหว่างผู้บริโภคด้วยกัน (http://www.cecc.org.nz/Default.asp?article=794)</p>
<p>Conceptual Relation: ดู NW01 และ NW02</p>
<p>Extraction: 1. <u>Electronic commerce</u> is defined as buying and selling of product, services or information via computer networks, mainly the Internet. (E157.txt)</p> <p>2. <u>Electronic commerce</u> is the set of products and processes facilitating the secure purchase of goods and services over the Web, including such functions as:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Advertising ● Marketing ● Shopping ● Purchasing ● Paying ● Shipping/delivery (E062.txt)

ER004	Eng: e-commerce (EB01.txt)/ eCommerce (EB01.txt)/ ecommerce (EB02.txt)/ E-commerce (E037.txt)/ E-Commerce (E049.txt)/ e-Commerce (E139.txt)	Th: อีคอมเมิร์ซ (THR34)	Abbr: EC
Concept: electronic commerce		Grammatical Category: n	
Feature: การซื้อขายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์เว็บ แบ่งได้เป็นประเภทต่างๆ เช่น business-to-business และ business-to-consumer ผู้ที่ทำธุรกิจนี้เรียกว่า online merchant			
Conceptual Relation: ดู NW01 และ NW02			
<p>Extraction: 1. In its most basic definition, <u>e-commerce</u> means buying and selling on the Internet. (E056.txt)</p> <p>2. And <u>e-commerce</u> can be divided into a number of categories: business to consumer, business to business, "tool vendor" to business and perhaps even "yard sale" where consumers periodically sell to each other. (E056.txt)</p> <p>3. Of course, most online merchants won't be able to do what Beyond.com did. But there are quick, inexpensive steps they can take while they ponder the small, but growing, selection of fraud detection services now available. For many, the answer is to extend to the <u>e-commerce</u> world the same fraud-prevention techniques developed for telephone-based transactions. (E081.txt)</p> <p>4. <u>eCommerce</u> is essentially a mix of business vision and enabling technologies. (E134.txt)</p>			

5. First, and most fundamentally, ecommerce allows businesses to build new aggregate markets from dispersed individuals, which may rival geographical markets in value, loyalty, and cross-marketing opportunity. (EB02.txt)
6. Whether it's business-to-business or business-to-consumer E-commerce, e-checks can speed up, simplify, and protect your investment without requiring large new investments or any major changes to your commerce site. (E037.txt)
7. Recently, however, due to the WWW's surge in popularity and the acceptance of the Internet as a viable transport mechanism for business information, the definition of E-Commerce has broadened to encompass business conducted over the Internet and includes individuals and companies not previously known to each other. (E095.txt)
8. With security awareness high as a result of major Internet security disasters like the Chernobyl and W32/ExploreZip.worm viruses (Markoff, 1999), managers may be more ready to invest in the considerable time and expense involved in securing the firm for B2C e-Commerce. (E139.txt)

ER005	Eng: Internet commerce (EB01.txt)	Th: พาณิชย์ทางอินเทอร์เน็ต (THR27)	Abbr: -
Concept: electronic commerce		Grammatical Category: n	
Feature: การค้าขายบนอินเทอร์เน็ตโดยจะสร้างร้านค้าบนเว็บขึ้นเพื่อแสดงรายการสินค้าและบริการ รวมถึงมี shopping cart และการชำระเงินต่างๆ และอาจเป็นการค้าแบบ business-to-business หรือ business-to-consumer ก็ได้			
Conceptual Relation: ดู NW01 และ NW02			
<p>Extraction: 1. <u>Internet commerce</u> enables vendors to extend their Web presence, by creating Web stores that display product and service catalogs, shopping cart functionality, and a variety of secure payment options. <u>Internet commerce</u> is growing rapidly, and many technology analysts predict an explosion in Internet shopping in both business-to-business and business-to-consumer sales. (E106.txt)</p> <p>2. The threat of computer security is one of the main barriers to <u>Internet commerce</u>. With the current popularity and the potential profits of e-commerce, many executives face a conflict situation. That is, connecting to the Internet and expanding their business would risk the threat of intrusion. (E155.txt)</p>			

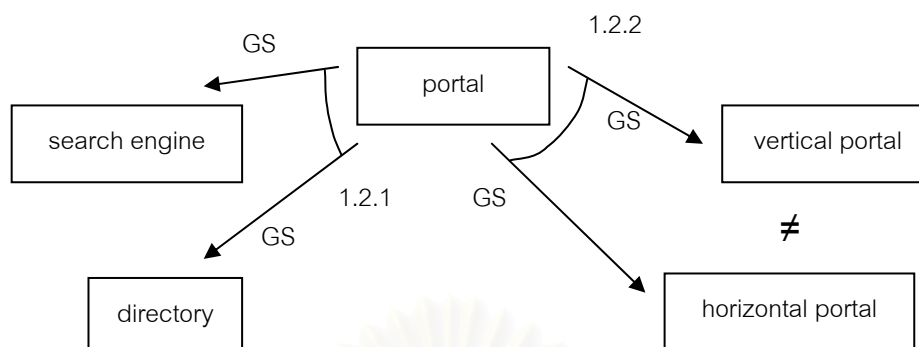
ER006	Eng: business-to-business (EB01.txt)/ business to business (E102.txt)/ Business- to-Business (E056.txt)/ Business to Business (E104.txt)	Th: ธุรกิจกับธุรกิจ, บีทูบี (THR40)	Abbr: B2B
Concept: business-to-business		Grammatical Category: n	

Feature: การทำธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ คือทั้งผู้ซื้อและผู้ขายต่างเป็นองค์กรธุรกิจ
Conceptual Relation: ดู NW02
<p>Extraction: 1. For one thing, the customers are different - <u>B2B (business-to-business)</u> customers are other companies while B2C customers are individuals. (E002.txt)</p> <p>2. <u>Business-to-business</u> electronic commerce implies that both the sellers and buyers are business corporations, while <u>business-to-consumer</u> electronic commerce implies that the buyers are individual consumers. (EB04.txt)</p> <p>3. We reviewed the referrer log files for two catalogue sites, both of which were rather specialised <u>business to business</u> sites. (E138.txt)</p> <p>4. The Extended Enterprise business pattern (aka <u>Business-to-Business</u> or <u>B2B</u>) addresses the interactions and collaborations between business processes in separate enterprises. (E056.txt)</p> <p>5. <u>B2B (Business to Business)</u></p> <p>This kind of marketspace involves one business enterprise selling to another. (E104.txt)</p>

ER007	Eng: business-to-consumer (EB01.txt)/ business to consumer (E056.txt)/ Business-to-Consumer (E127.txt)/ Business to Consumer (E114.txt)	Th: ธุรกิจกับผู้บริโภค (THR10), ธุรกิจกับผู้ซื้อปลีก, บีทูซี (THR40), องค์กรธุรกิจกับผู้ บริโภค (THR52)	Abbr: B2C
Concept: business-to-consumer		Grammatical Category: n	
Feature: การทำธุรกิจระหว่างองค์กรธุรกิจกับผู้บริโภค ผู้ขายเป็นองค์กรธุรกิจ ส่วนผู้ซื้อเป็นบุคคลทั่วไป			
Conceptual Relation: ดู NW02			
<p>Extraction: 1. <u>Business-to-consumer</u> is a term that stresses the direction of delivery: <u>business-to-consumer</u> ecommerce is supposedly something done by businesses to consumers. (EB02.txt)</p> <p>2. While the term e-commerce refers to all online transactions, <u>B2C</u> stands for "<u>business-to-consumer</u>" and applies to any business or organization that sells its products or services to consumers over the Internet for their own use. (E002.txt)</p> <p>3. And e-commerce can be divided into a number of categories: <u>business to consumer</u>, business to business, "tool vendor" to business and perhaps even "yard sale" where consumers periodically sell to each other. (E056.txt)</p> <p>4. Unlike retailing, which is mostly a <u>Business-to-Consumer (B2C)</u> industry, B2B deals with working with vendors, distributors, and other businesses. (E127.txt)</p> <p>5. * <u>B2C (Business to Consumer)</u></p> <p>The term <u>B2C</u> is commonly used to refer to sale by a business enterprise to a person (or 'consumer'). The term is misleading, in that a business enterprise may also be a consumer. (E104.txt)</p>			

ER008	Eng: business-to-government (E173.txt)/ business to government (E104.txt)	Th: ธุรกิจกับรัฐบาล, บีทูจี (THR40)	Abbr: B2G
Concept: business-to-government		Grammatical Category: n	
Feature: การทำธุรกิจระหว่างองค์กรธุรกิจกับรัฐบาล			
Conceptual Relation: ดู NW02			
<p>Extraction: 1. * B2G / G2B (<u>Business to Government</u> / Government to Business)</p> <p>Some authors identify a separate category of <u>B2G</u>. In some cases, it is used to refer to sales by business enterprises to government. (E104.txt)</p> <p>2. Although <u>business-to-government</u> isn't likely to eclipse the overall size of the business-to-business market--estimated at anywhere from \$3 trillion to \$50 trillion annually by 2005--government e-commerce is a potentially large market. (E173.txt)</p>			

ER009	Eng: consumer-to-consumer (EB02.txt)/ Consumer to Consumer (E104.txt)	Th: ผู้บริโภคกับผู้บริโภค, ซีทูซี (THR40)	Abbr: C2C
Concept: consumer-to-consumer		Grammatical Category: n	
Feature: การทำธุรกิจระหว่างผู้บริโภค			
Conceptual Relation: ดู NW02			
<p>Extraction: 1. <u>Consumer-to-consumer (C2C)</u>. In this category consumer sells directly to consumers. (EB04.txt)</p> <p>2. At first sight, eBay has gone beyond business-to-consumer ecommerce: it seems actually to be facilitating <u>consumer-to-consumer</u> ecommerce. (EB02.txt)</p> <p>3. <u>C2C (Consumer to Consumer)</u></p> <p>An often overlooked category of marketplaces is the use of electronic tools to support transactions between individuals. (E104.txt)</p>			



NW03

1.2.1 - ความสัมพันธ์แบ่งตามรูปแบบ

1.2.2 - ความสัมพันธ์แบ่งตามเนื้อหา

GS = Generic - Specific

คำอธิบาย: portal แบ่งได้สองแบบคือ แบ่งตามรูปแบบและแบ่งตามเนื้อหาในนั้น portal ที่แบ่งตามรูปแบบ ได้แก่ search engine และ directory ส่วน portal ที่แบ่งตามเนื้อหาได้แก่ horizontal portal และ vertical portal

ER010	Eng: portal (EB01.txt)	Th: เว็บท่า (THR30), ไซต์ท่า (THR47)	Abbr: -
Concept: portal		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่เป็นแหล่งข้อมูลในเรื่องต่างๆ โดยมีการเชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์อื่นๆ ที่ให้ข้อมูลนั้น ผู้ใช้ไม่เสียค่าบริการ โดยทั่วไปจะมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาหรือเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปถึง			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW03			
Extraction: 1. A <u>portal</u> is referred to a site that serves as the "port of entry" onto the web. Portals are designed to give web users the information they need as they first enter the WWW. (EB01.txt) 2. Whereas online shopping sites provide information on products, a <u>portal</u> or destination location contains information, products, games, or other features that provide people with information not tied to a specific product. (EB03.txt) 3. As a gateway to services, it may not seek direct revenues from users; instead, a <u>portal</u> is likely to support itself by selling advertising space or by taking a fee from services to which it links. (EB02.txt)			

ER011	Eng: search engine (EB01.txt)	Th: เครื่องสืบค้น (THR30)	Abbr: -
Concept: search engine		Grammatical Category: n	

Feature: portal ประเภทหนึ่งที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด เป็นแหล่งในการค้นหาเว็บไซต์อื่นๆ
Conceptual Relation: ดู NW03
Extraction: 1. <u>Search engines</u> are the best-known portals. These are the sites that people use as their launch point for web activities. (EB03.txt) 2. Certainly, today's users are pampered compared to the true pioneers who navigated the Web with text-based browsers, such as Lynx, and searched the Internet's resources with tools such as Gopher, Archie, and Veronica--all now consigned to the history books by <u>search engines</u> such as AltaVista, Excite, and Hotbot. (EB02.txt)

ER012	Eng: directory (EB01.txt)	Th: ไตเร็กทอรี (THR30), สารบบ (THR34)	Abbr: -
Concept: directory		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์อื่นๆ โดยจะประเมินเว็บเพจต่างๆ ว่าสมควรจะรวมเข้ามาได้หรือไม่ แล้วแบ่งเป็นหมวดหมู่ ทำให้เป็นที่นิยมของผู้ใช้เนื่องจากการคัดเลือกข้อมูลเสียก่อน			
Conceptual Relation: ดู NW03			
Extraction: 1. <u>Directories</u> such as Yahoo, are more selective in the Web pages that they list, and all Web pages listed are evaluated before being included. This means that it is more difficult to be listed in a directory, but the tool is more selective, and therefore often favoured by searchers. (E164.txt) 2. The correct choice of a category is important because the user navigates through the <u>directory</u> and may not find the site if it is categorized differently than expected by the visitor. (EB01.txt)			

ER013	Eng: Web directory (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: directory		Grammatical Category: n	
Feature: portal ออกประสงค์สำหรับค้นหาข้อมูลต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต			
Conceptual Relation: ดู NW03			
Extraction: 1. Increasingly, all manner of online services, search engines and <u>Web directories</u> are vying to become the all-purpose portal to the Internet -- the one-stop shop. (E102.txt) 2. Locating specialist suppliers using search engines and <u>Web directories</u> has become simple and initial enquiries can be handled efficiently by email. (EB02.txt)			

ER014	Eng: Internet directory (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: directory		Grammatical Category: n	
Feature: แหล่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตซึ่งจัดเว็บเพจต่างๆ เป็นหมวดหมู่			
Conceptual Relation: ดู NW03			

<p>Extraction: 1. This title is essential if you are going to register your page with <u>Internet directories</u>, since some directories use the title to categorize pages. (EB03.txt)</p> <p>2. Here are examples of the ways someone can collect private information through the Internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reading your newsgroups postings. • Finding you in the <u>Internet directory</u>. (EB04.txt)
--

ER015	Eng: online directory (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: directory		Grammatical Category: n	
Feature: portal ประเภทหนึ่งซึ่งใช้ในการค้นหาข้อมูลต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต			
Conceptual Relation: ดู NW03			
<p>Extraction: 1. The publishing intermediation approach can be thought of as an <u>online directory</u> for news services. Publishing intermediation is an attempt to help people locate goods, services, and products online. (EB04.txt)</p> <p>2. The portal is a logical development for <u>online directory</u> services such as Yahoo and Excite, but not so obviously a way forward for any other kind of business. (EB02.txt)</p>			

ER016	Eng: horizontal portal (E055.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: horizontal portal		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลในเรื่องต่างๆ เรียกได้ว่าเป็น portal อเนกประสงค์			
Conceptual Relation: ดู NW03			
<p>Extraction: 1. The Client Help Desk (www.clienthelpdesk.com/dictionary/internet_terms.html) offers a more up-to-date definition of a portal:</p> <p>A Web site (that) offers a great amount of content and services, either on many subjects (a "<u>horizontal portal</u>," such as Yahoo! or About.com) or on a specific subject (a "<u>vertical portal</u>," or "<u>vortal</u>," such as women.com or WebMD). (E055.txt)</p> <p>2. The Client Help Desk even mentions "<u>horizontal portals</u>" (e.g. Yahoo!, see above) adding that these are "all-purpose portals." (E055.txt)</p>			

ER017	Eng: vertical portal (EB02.txt)	Th: เว็บท่าแบบแนวตั้ง (THR30)	Abbr: -
Concept: vertical portal		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลเฉพาะเรื่อง			
Conceptual Relation: ดู NW03			
<p>Extraction: 1. The Client Help Desk (www.clienthelpdesk.com/dictionary/internet_terms.html) offers a more up-to-date definition of a portal:</p> <p>A Web site (that) offers a great amount of content and services, either on many subjects (a</p>			

"horizontal portal," such as Yahoo! or About.com) or on a specific subject (a "vertical portal," or "vortal," such as women.com or WebMD). (E055.txt)

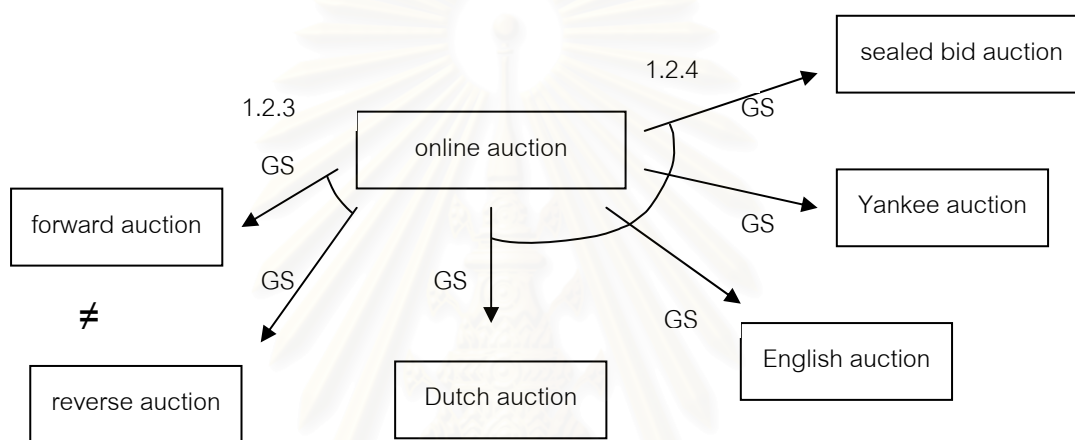
2. Few companies as yet have made the transition to the new thinking about intermediary roles that we explore in the section "Role Types," though vertical portals (or vortals) are starting to address the directory needs of specific industries and interest groups. (EB02.txt)

ER018	Eng: vortal (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: vertical portal		Grammatical Category: n	
Feature: มีความหมายเช่นเดียวกับ vertical portal เป็นเว็บไซต์ portal ที่ให้ข้อมูลและแหล่งข้อมูลเฉพาะวงการตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านของลูกค้า			
Conceptual Relation: ดู NW03			
Extraction: 1. One of the newer creations is " <u>vortal</u> " or "vertical portal" which by definition (from Webopedia) is A portal Web site that provides information and resources for a particular industry. <u>Vortals</u> are the Internet's way of catering to consumers' focused-environment preferences. (E055.txt) 2. Few companies as yet have made the transition to the new thinking about intermediary roles that we explore in the section "Role Types," though vertical portals (or <u>vortals</u>) are starting to address the directory needs of specific industries and interest groups. (EB02.txt)			

ER019	Eng: electronic publishing (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic publishing		Grammatical Category: n	
Feature: การจัดพิมพ์ข้อความ ข้อมูล รูปภาพ เสียง หรือสื่อประสมบนเว็บไซต์เพื่อขายหรือบริการ			
Conceptual Relation: ดู NW02			
Extraction: 1. <u>Electronic publishing</u> is usefully defined as: electronic commerce in digital goods and services that are intended for consumption by the human senses It encompasses a range of formats, including text, structured data, image, both raster/bit-map and vector, moving image (animation and video), sound, and combinations of the above ('multi-media') (E121.txt) 2. We also need to consider the impact of <u>electronic publishing</u> on the cyber book retailing business with a long-term perspective. (EB04.txt)			

ER020	Eng: content provider (EB02.txt)	Th: ผู้ให้บริการข้อมูล (THR17)	Abbr: -
Concept: content provider		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่ขายข่าวสารข้อมูลหรือคิดค่าสมาชิก			

Additional Feature: ผู้ให้บริการเนื้อหาเช่น การวางแผนและการสร้างเพจ HTML หรือแปลเว็บไซต์เป็นภาษาต่างประเทศ (http://www.biztob.com/en/info_glossario.html)
Conceptual Relation: ดู NW02
Extraction: 1. Yet, it is notoriously difficult to sell "content" on the Web. Web users expect information to be free and have frustrated the attempts of <u>content providers</u> to charge them for it. (EB02.txt) 2. Texas taxes not only Internet access charges, but also all the money collected when <u>content providers</u> sell online subscriptions, as well as the fees charged by Web developers for building sites. (E100.txt)



NW04

1.2.3 - ความสัมพันธ์แบ่งตามรูปแบบ

1.2.4 - ความสัมพันธ์แบ่งตามลักษณะ

GS - Generic - Specific

คำอธิบาย: online auction มีสองรูปแบบคือ forward auction และ reverse auction และแบ่งตามลักษณะกิจกรรมที่พบบ่อยได้เป็นสี่ประเภทคือ Dutch auction, Yankee auction, English auction และ sealed bid auction

ER021	Eng: online auction (EB02.txt)/ on-line auction (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online auction		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีการขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมวิธีหนึ่ง โดยทั่วไปจะตั้งราคาต่ำสุด แล้วผู้ประมูลจะเสนอราคาขึ้นเรื่อยๆ จนได้ราคาที่น่าพอใจ ผู้สนใจสามารถเข้าร่วมประมูลได้หลายรายการพร้อมกันเมื่อใดก็ได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW04			

Extraction: 1. On-line auctions are a popular method for selling items on the Internet. Low minimum prices are typically set, with bidders typically bidding the prices up to a fair price. (EB01.txt)

2. For one thing, online auctions allow participation in multiple auctions simultaneously at any time from the desktop while eliminating travel expenses. (E004.txt)

ER022	Eng: e-auction (E116.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online auction		Grammatical Category: n	
Feature: e-auction มีสองแบบคือ reverse auction เมื่อเป็นการซื้อสินค้า และ forward auction เมื่อเป็นการขายสินค้า			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW04			
Extraction: 1. Where an <u>e-auction</u> is used to buy something, (and this is the most common use for <u>e-auctions</u>), it is called a "reverse" auction. Where an <u>e-auction</u> is used to sell something, (and this is still more unusual in e-auctioning today), it is called a "forward" auction. (E116.txt)			
2. There is no doubt that the far-reaching effects of the e-revolution are remaking the world of the <u>e-auction</u> , into one of the New Economy's most popular tools of trade. (E116.txt)			

ER023	Eng: electronic auction (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online auction		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่ให้ผู้ขายมาลงข้อมูลสินค้าที่ต้องการขาย และให้ผู้ซื้อเข้ามาประมูลสินค้าเหล่านั้น โดยส่วนใหญ่จะมีราคาประมูลเริ่มต้น ซึ่งเป็นราคาต่ำสุดที่ผู้ขายจะยอมรับได้ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าต่างๆ สามารถเข้าถึงได้ออนไลน์			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW04			
Extraction: 1. <u>Electronic auctions</u> have been in existence for several years...Host sites on the Internet act like a broker, offering services for sellers to post their goods for sale and allowing buyers to bid on those items. Most auctions open with a starting bid, which is the lowest price the seller is willing to accept. Detailed information on every item for sale is available online. (EB04.txt)			
2. A business buys office supplies on-line or through an <u>electronic auction</u> . (E113.txt)			

ER024	Eng: Internet auction (EB04.txt)	Th: การประมูลสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (THR32)	Abbr: -
Concept: online auction		Grammatical Category: n	
Feature: ลักษณะการทำธุรกิจแบบหนึ่งบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมไม่แพ้แบบอื่นๆ			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW04			

<p>Extraction: 1. The popularity of <u>Internet auctions</u> goes hand in hand with other business trends observed for the Internet. (E146.txt)</p> <p>2. The <u>Internet auction</u> industry is projected to reach \$52 billion in sales by 2002. (EB04.txt)</p>

ER025	Eng: forward auction (E116.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: forward auction		Grammatical Category: n	
Feature: e-auction ที่ใช้ในการขายสินค้า ซึ่งผู้ขายมักจะเป็นฝ่ายได้ราคาดี			
Conceptual Relation: ดู NW04			
<p>Extraction: 1. Where an e-auction is used to sell something, (and this is still more unusual in e-auctioning today), it is called a "forward" auction. (E116.txt)</p> <p>2. Competitive bidding usually gets more advantageous prices for the seller on <u>forward auctions</u> and for the buyer on reverse auctions. (E133.txt)</p>			

ER026	Eng: reverse auction (E057.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: reverse auction		Grammatical Category: n	
Feature: ในรูปแบบนี้ ผู้ซื้อรายหนึ่งจะประกาศว่าต้องการซื้อสินค้าหรือบริการใด แล้วให้ผู้ขายหลายรายเข้าร่วมประมูล เป็นการประมูลที่ผู้ซื้อเป็นฝ่ายควบคุม จึงไม่เป็นที่นิยมของซัพพลายเออร์ ยกเว้นถ้าผู้ซื้อเป็นลูกค้ารายใหญ่			
Conceptual Relation: ดู NW04			
<p>Extraction: 1. In a <u>reverse auction</u>, a single buyer posts a description of needed goods or services on a marketplace for multiple sellers to bid on. (E133.txt)</p> <p>2. <u>Reverse auctions</u> (or buyer controlled auctions) are particularly unpopular with suppliers. While they might grin and bear it for their largest customers (e.g. Fortune 50), they do hesitate in participating in <u>reverse auctions</u> sponsored by small to mid-size buyers. (E066.txt)</p>			

ER027	Eng: Dutch auction (E004.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: Dutch auction		Grammatical Category: n	
Feature: รูปแบบการประมูลหลักๆ แบบหนึ่ง มักใช้ในการขายสินค้าทางการเกษตร ผู้ดำเนินการประมูลจะตั้งราคาประมูลเริ่มต้นไว้สูงจนไม่น่าจะมีผู้ประมูล แล้วลดราคาลงมาทีละน้อย เป็นการประมูลที่รวดเร็วเพราะจะสิ้นสุดทันทีเมื่อมีผู้ประมูล			
Conceptual Relation: ดู NW04			
<p>Extraction: 1. The introduction presented already the main versions: English auction, first price sealed bid auction, and <u>Dutch auction</u>. (E146.txt)</p>			

2. In a Dutch auction, the auctioneer begins with a high starting price at which level no one is expected to bid and then lowers the bid gradually until someone buys (See "Bidwords," above.) (E004.txt)
3. The Dutch auction is typically used for selling agricultural products. It is fast since it ends with the first bid from a bidder, and thus in particular appropriate for markets that have to negotiate a high volume of transactions in a short period of time. (E146.txt)

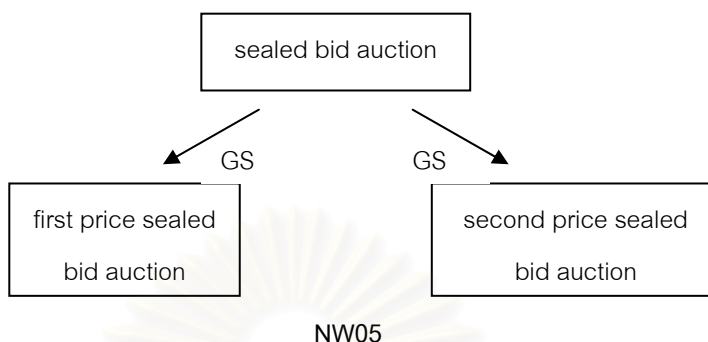
ER028	Eng: English auction (E004.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: English auction		Grammatical Category: n	
Feature: การประมูลบนอินเทอร์เน็ตที่เริ่มด้วยราคาต่ำสุดแล้ว แล้วราคาจะสูงขึ้นเรื่อยๆ ผู้ประมูลทุกคนสามารถยื่นประมูลได้ตลอดเวลา จนกระทั่งปิดการประมูล ผู้ชนะคือผู้ยื่นประมูลในราคาสูงสุด โดยในระหว่างการประมูลจะบอกเฉพาะราคาประมูลสูงสุดในขณะนั้น			
Conceptual Relation: ดู NW04			
Extraction: 1. An <u>English auction</u> starts the bidding at the lowest acceptable price and solicits successively higher bids until the auction is closed. The highest bidder wins. (E133.txt) 2. The <u>English auction</u> has the simple bidding rule that every bidder can make a bid at every time, the market clearing rule that the highest bid wins and has to pay this bid, and the information disclosure rule that the highest bid is known...In <u>English auctions</u> done on the Internet, only the price of the current high bid may be announced. (E146.txt)			

ER029	Eng: Yankee auction (E004.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: Yankee auction		Grammatical Category: n	
Feature: รูปแบบการประมูลบนอินเทอร์เน็ตประเภทหนึ่งที่คล้ายกับ English auction แต่เป็นสินค้าหลายชนิด การตัดสินใจเลือกผู้ชนะประมูลจะตัดสินจากราคาเป็นอันดับแรก ตามด้วยปริมาณ และเวลาที่ยื่นประมูล			
Conceptual Relation: ดู NW04			
Extraction: 1. Other auction forms, particular to the Internet, are also being developed including a " <u>Yankee Auction</u> ." This form has been tailored to suit the selling of large numbers of lots of moderately priced items in small lot sizes. The highest bidder wins the available merchandise at their bid price. Bids are ranked in order of price, then quantity sought, then time of the initial bid. (E116.txt) 2. The <u>Yankee auction</u> is a multi-item version of the English auction, where winners are determined by ranking bids according to highest price, then by largest quantity, then by earliest time. (E004.txt)			

ER030	Eng: sealed bid auction (E133.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: sealed bid auction		Grammatical Category: n	

Feature: การประมูลประเภทหนึ่งที่มีผู้เข้าประมูลจะยื่นประมูลลับครั้งเดียว และผู้ชนะคือผู้ที่ยื่นประมูลสูงสุด มีสองรูปแบบคือ first price sealed bid auction และ Vickrey auction

Conceptual Relation: ดู NW04



GS = Generic - Specific

คำอธิบาย: sealed bid auction มีสองรูปแบบคือ first price sealed bid auction และ second price sealed bid auction

Extraction: 1. In a sealed bid auction, each bidder makes a single, secret bid and the highest bidder wins once all bids are received. (E133.txt)

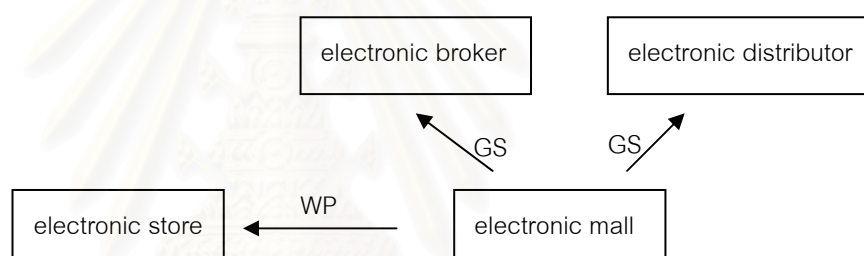
2. The sealed bid auction knows two versions: the first price sealed bid auction, and the Vickrey auction in which the price is that of the second highest bid. (E146.txt)

ER031	Eng: first price sealed bid auction (E146.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: first price sealed bid auction		Grammatical Category: n	
Feature: sealed bid auction รูปแบบหนึ่งที่มีผู้ชนะการประมูลจะต้องชำระเงินตามที่ตนยื่นประมูล			
Conceptual Relation: ดู NW05			
Extraction: 1. The sealed bid auction knows two versions: the <u>first price sealed bid auction</u> , and the Vickrey auction in which the price is that of the second highest bid. (E146.txt)			
2. The introduction presented already the main versions: English auction, <u>first price sealed bid auction</u> , and Dutch auction. (E146.txt)			

ER032	Eng: second price sealed bid auction (E146.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: second price sealed bid auction		Grammatical Category: n	
Feature: การประมูลประเภทหนึ่งที่มีผู้ชนะการประมูลจะชำระเงินตามราคาประมูลสูงสุดอันดับสอง เรียกว่า Vickrey auction			
Conceptual Relation: ดู NW05			

Extraction: A fourth member of this category is the second price sealed bid auction, also called the Vickrey auction, in which the winner has to pay only the second highest bid price. (E146.txt)

ER033	Eng: Vickrey auction (E133.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: second price sealed bid auction		Grammatical Category: n	
Feature: sealed bid auction รูปแบบหนึ่งซึ่งผู้ชนะประมูลจะชำระเงินตามราคาประมูลสูงสุดอันดับสอง มีความหมายเดียวกับ second price sealed bid auction			
Conceptual Relation: ดู NW05			
Extraction: 1. The sealed bid auction knows two versions: the first price sealed bid auction, and the <u>Vickrey auction</u> in which the price is that of the second highest bid. (E146.txt) 2. A fourth member of this category is the second price sealed bid auction, also called the <u>Vickrey auction</u> , in which the winner has to pay only the second highest bid price. (E146.txt)			



NW06

WP = Whole - Part

GS = Generic - Specific

คำอธิบาย: electronic store เป็นร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต และจะเป็นส่วนหนึ่งของ electronic mall ถ้ามาอยู่รวมกันในเว็บไซต์เดียว และ electronic mall นั้นอาจเป็น electronic broker หรือ electronic distributor ก็ได้

ER034	Eng: e-store (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic store		Grammatical Category: n	
Feature: ร้านค้าบนอินเทอร์เน็ตซึ่งแตกต่างจากร้านค้าจริงๆ และอาจตั้งเป็นเอกเทศหรืออยู่รวมกันใน e-mail			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW06			
Extraction: 1. <u>E-stores</u> differ from traditional bricks-and-mortar stores in that there is a loss of personal contact, the tactile browsing experience, and the immediacy of getting your merchandise on the spot, but consider the other benefits of the e-store. (E010.txt) 2. In this chapter, we will adopt the number of independent stores as the default criterion of distinguishing the e-mall from the <u>e-store</u> . (EB04.txt)			

ER035	Eng: virtual store (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic store		Grammatical Category: n	
Feature: ร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจอยู่รวมกันใน shopping mall ก็ได้			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW06			
<p>Extraction: 1. Regarding product selection, <u>virtual stores</u> such as Amazon.com offer consumers with a choice of over 2.5 million titles; physical stores do not have the physical retail space, nor is it feasible, to stock that many titles in each physical retail establishment. (EB01.txt)</p> <p>2. Thus, we suggest that an e-servicescape should be designed as a three-dimensional virtual world depicting a shopping mall comprising of <u>several virtual stores</u>. (E163.txt)</p>			

ER036	Eng: online store (EB02.txt)/ on-line store (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic store		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์สำหรับค้าขายบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถมาเลือกซื้อสินค้าได้			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW06			
<p>Extraction: 1. Just like their physical counterparts, <u>online stores</u> must provide the means to search for and compare products, to select products, to place and confirm orders, to pay for products, to verify credit, to process orders, to verify shipments, and to provide postsales support. (EB04.txt)</p> <p>2. One of the most popular Internet myths claims that building an <u>online store</u> is easy: All the customer has to do is point, click, and buy! (E115.txt)</p> <p>3. The obvious requirement is an <u>on-line store</u>, or commerce-enabled Web site where goods or services can be described and selected. (E122.txt)</p>			

ER037	Eng: electronic store (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic store		Grammatical Category: n	
Feature: ร้านค้าที่มีบทบาทเป็น electronic distributor ซึ่งจัดการสินค้าในร้านเอง			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW06			
<p>Extraction: 1. So we can define an <u>electronic store</u> as an electronic distributor whose dealing items are handled by a single management. (EB04.txt)</p> <p>2. There are innumerable companies that will help you build and put up your <u>electronic store</u>. (E136.txt)</p>			

ER038	Eng: electronic storefront (EB04.txt)	Th: หน้าร้านเชิงอิเล็กทรอนิกส์ (THR35)	Abbr: -
Concept: electronic store		Grammatical Category: n	

Feature: ร้านค้าบนอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการแบบเดียวกับร้านค้าจริง
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW06
Extraction: 1. An <u>electronic storefront</u> must support the same steps and tasks that a physical store must support. (EB04.txt) 2. To date, online retailers have had mixed results: Many businesses have failed to meet revenue expectations, and setting up an <u>electronic storefront</u> is more complicated and costly than many predicted. (E051.txt)

ER039	Eng: e-storefront (E012.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic store		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่เป็นร้านค้าสำหรับให้ลูกค้ามาซื้อของได้แบบออนไลน์			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW06			
Extraction: 1. Web Development: Where is the web evolving - and is <u>your e-storefront</u> evolving with it? Does your website offer the kind of functionality to 'close the deal'? (E012.txt) 2. If you frustrate your clients, or if your <u>e-storefront</u> sporadically drops off the online radar, then you are turning away the next generation of savvy online shoppers. (E012.txt)			

ER040	Eng: online storefront (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic store		Grammatical Category: n	
Feature: ร้านค้าบนอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้าสามารถซื้อและรับสินค้าได้			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW06			
Extraction: 1. Since the National Science Foundation opened up the Internet for commercial activity in 1992, consumers have seen a phenomenal growth in the number of <u>online storefronts</u> selling goods directly to consumers.(EB01.txt) 2. All purchases are made through their <u>online storefront</u> and shipped directly to the customer. (EB02.txt)			

ER041	Eng: e-mall (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic mall		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่รวมหลาย on-line merchant เข้าไว้ด้วยกัน อาจทำหน้าที่เป็น electronic distributor หรือ electronic broker			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. An <u>e-mall</u> hosts many on-line merchants. (E156.txt) 2. If the <u>e-mall</u> takes responsibility for order fulfillment, it is an electronic distributor-for example, Amazon and Online JCPenney. In contrast, electronic brokers only help the search process-for			

example, Internet Mall. (EB04.txt)

ER042	Eng: electronic mall (EB01.txt)	Th: ศูนย์การค้าเชิงอิเล็กทรอนิกส์ (THR35)	Abbr: -
Concept: electronic mall		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่รวมหลายๆ ร้านเข้าไว้ด้วยกัน อาจมีบทบาทเป็น electronic broker ก็ได้ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่รับประกันคุณภาพของสินค้า			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. In the physical world, a shopping mall is a collection of stores, and the stores in the mall are independent distributors. In this sense, the role of electronic directory broker along with the associated e-stores matches with that of <u>electronic mall</u> . (EB04.txt) 2. Although wholesalers and retail outlets may not be needed, other types of intermediaries appear to be essential for the electronic market to function adequately (e.g. certification authorities, <u>electronic malls</u> who guarantee product quality, mediators for bargaining and conflict resolution, etc.). (E099.txt)			

ER043	Eng: online mall (EB02.txt)/ on-line mall (E114.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic mall		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่รวมหลายๆ ร้านเข้าไว้ด้วยกัน หรือขายสินค้าจากผู้ผลิตหลายราย			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. "In sheer size of shopping visits, shopping aggregators such as the Yahoo!, AOL and MSN <u>online malls</u> are neck-and-neck with well-known virtual department stores in attracting consumers," said Lisa Strand, director and chief analyst at New York-based NetRatings. (E022.txt) 2. Arguably, the <u>online mall</u> is being reborn as the Web portal, a mechanism that offers guidance and comparison as well as co-location. (EB02.txt) 3. Similar to a shopping mall, the <u>on-line mall</u> sells several company's products in one central web site, called the <u>on-line mall</u> . (E114.txt)			

ER044	Eng: virtual mall (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic mall		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่รวมหลายๆ ร้านเข้าไว้ด้วยกัน			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. As with a traditional mall, a <u>virtual mall</u> is a collection of storefronts. (E010.txt) 2. To overcome this barrier, Visa and MasterCard are developing a technology called Secure			

Electronic Transfer (SET) which would make credit card transaction safer on the virtual mall than they are in the physical world. (E166.txt)

ER045	Eng: electronic shopping mall (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic mall		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่เป็น electronic distributor หรือ electronic broker ซึ่งสินค้ามาจากหลายร้าน			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. An <u>electronic shopping mall</u> is an electronic distributor or broker whose dealing items are handled by more than a single electronic store. (EB04.txt)			
2. The available technology, however, used in electronic commerce and Internet sites makes it perfectly feasible for data to be recorded about every item "clicked-on" by a user browsing through an <u>electronic shopping mall</u> or visiting a web site. (EB01.txt)			

ER046	Eng: electronic distributor (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic distributor		Grammatical Category: n	
Feature: คนกลางที่รับผิดชอบในการจำหน่ายสินค้าด้วยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. Among electronic intermediaries, let us distinguish the <u>electronic distributors</u> from electronic brokers depending upon whether an electronic intermediary is responsible for order fulfillment and guarantee. (EB04.txt)			
2. As briefly defined in section 2.4, an <u>electronic distributor</u> takes full responsibility for fulfilling orders and collecting payment. (EB04.txt)			

ER047	Eng: e-distributor (E066.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic distributor		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้จัดจำหน่ายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. A classic example of an <u>e-distributor</u> model is Chemdex (now part of Ventro), which offers a range of supplies for the life-sciences industry. (E066.txt)			
2. In the most simplistic terms, an <u>e-distributor</u> is to Amazon.com as a brokered exchange is to eBay. (E066.txt)			

ER048	Eng: online distributor (E097.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic distributor		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้จำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตแบบออนไลน์			

Conceptual Relation: ดู NW06
Extraction: 1. Amazon.com doesn't publish books, after all, and Virtual Vineyards doesn't make wine. They are simply <u>online distributors</u> . (E100.txt)
2. NECX Direct, an <u>online distributor</u> of retail computer products, saw online sales double a day after they moved to a secure server (Electronic Buyers News, 09/04/95, p.56). (E097.txt)

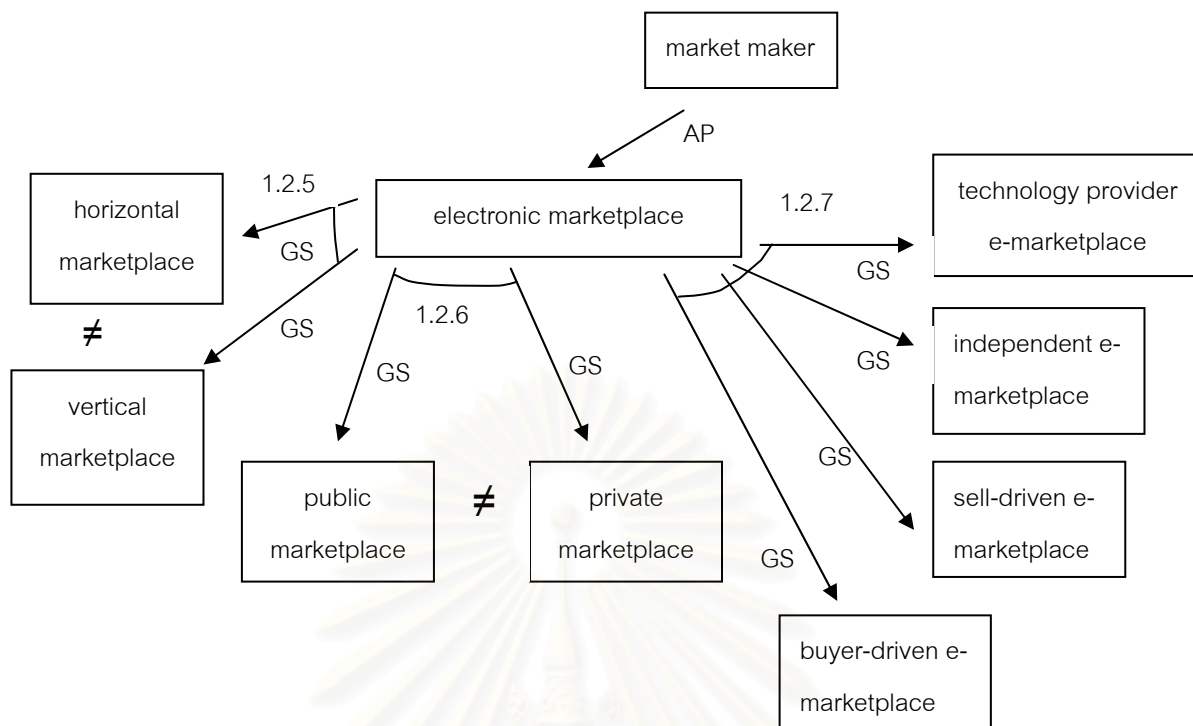
ER049	Eng: electronic broker (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic broker		Grammatical Category: n	
Feature: คนกลางที่ช่วยให้ผู้ซื้อพบกับผู้ขายที่มีสินค้าที่ผู้ซื้อต้องการ			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. <u>Electronic brokers</u> only introduce suppliers who deal with the items that the customers are looking for. (EB04.txt)			
2. In contrast, an <u>electronic broker</u> just assists the search for the appropriate product and its vendors. (EB04.txt)			

ER050	Eng: e-broker (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic broker		Grammatical Category: n	
Feature: เป็น electronic shopping mall ประเภทหนึ่ง และเชื่อมโยงไปยัง e-store ทั่วโลก			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. We can observe two types of electronic shopping malls: electronic distributors and electronic brokers (<u>e-broker</u>). (EB04.txt)			
2. Also, <u>e-brokers</u> can link many e-stores worldwide. (EB04.txt)			

ER051	Eng: online broker (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic broker		Grammatical Category: n	
Feature: เป็นผู้จัดการการทำธุรกรรมระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย (http://www.millenn.co.uk/Reports/BusModels.pdf)			
Conceptual Relation: ดู NW06			
Extraction: 1. <u>Online brokers</u> have faced criticism for the occasional unavailability of their services and have had to compensate customers for trades made at unfavorable rates once the systems returned to life. (EB02.txt)			
2. For this reason many of the company's clients continue their trusted relationship and do not move to the less expensive <u>online broker</u> . (EB04.txt)			

ER052	Eng: online stock trading (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online stock trading		Grammatical Category: n	
Feature: ธุรกิจ EC ประเภทหนึ่งที่เป็นการค้าหุ้นและกองทุนรวมทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถติดตามข้อมูลและซื้อขายได้แบบออนไลน์			
Conceptual Relation: ดู NW02			
<p>Extraction: 1. <u>Online stock trading</u> has become a popular use of the Internet. Financial institutions that sell stocks and bonds over the Internet provide customers with stock and bond tracking services and the ability to trade online. (EB03.txt)</p> <p>2. Some EC applications, such as auctions and <u>online stock trading</u>, are growing at a rate of 15 percent to 25 percent per month, and the number of Internet users worldwide is predicted to reach 750 million by 2008. (EB04.txt)</p>			

ER053	Eng: online trading (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online stock trading		Grammatical Category: n	
Feature: การค้าหุ้นทางอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้าสามารถเข้าไปใช้บริการได้ด้วยตนเอง นอกจากหุ้นแล้วยังจะขยายไปถึงการค้าตราสารอนุพันธ์ สินค้าโภคภัณฑ์ กองทุนรวม และอื่นๆ			
Conceptual Relation: ดู NW02			
<p>Extraction: 1. How does <u>online trading</u> work? Let's say you have an account with Schwab. You access Schwab's Web site (www.schwab.com), enter your account number and password, and click on stock trading. Using a menu, you enter the details of your order (buy, sell, margin or cash, price limit, or market order). The computer tells you the current "ask" and "bid" prices, much as your broker would do over the telephone, and you can approve or reject the transaction. (EB04.txt)</p> <p>2. In addition to stocks, <u>online trading</u> is expanding to include financial derivatives, commodities, mutual funds, and more. (EB04.txt)</p>			



NW07

1.2.5 - ความสัมพันธ์แบ่งตามลักษณะสินค้า

1.2.6 - ความสัมพันธ์แบ่งตามคู่ค้า

1.2.7 - ความสัมพันธ์แบ่งตามผู้จัดตั้ง

GS = Generic - Specific

AP = Administrator - Place

คำอธิบาย: electronic marketplace แบ่งได้เป็นรูปแบบต่างๆ ถ้าแบ่งตามลักษณะสินค้าจะได้สองแบบคือ horizontal marketplace และ vertical marketplace แบ่งตามคู่ค้าก็ได้สองแบบคือ public marketplace และ private marketplace หรือถ้าแบ่งตามผู้จัดตั้งจะได้สี่แบบคือ buyer-driven e-marketplace, sell-driven e-marketplace, independent e-marketplace และ technology provider e-marketplace

ER054	Eng: e-marketplace (E058.txt)/ e-Marketplace (E057.txt)	Th: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (THR28)	Abbr: -
Concept: electronic marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: เว็บไซต์ที่ผู้ซื้อและผู้จำหน่ายหลายรายมาพบกันเพื่อติดต่อธุรกิจ แบ่งอย่างกว้างๆ ได้สองประเภทคือ horizontal e-marketplace และ vertical e-marketplace และแบ่งย่อยได้อีกเป็นสี่ประเภทคือ buyer-driven e-marketplace, sell-driven e-marketplace, independent e-marketplace และ technology provider e-marketplace			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW07			

Extraction: 1. In broad terms, an e-marketplace is a website at which multiple suppliers and multiple buyers can undertake business transactions via the Internet. (E172.txt)

2. At the highest level, e-marketplaces can be segmented into two types:

* Horizontal e-marketplaces... * Vertical e-marketplaces (E058.txt)

3. There are four types of e-marketplace:

i. buyer-driven e-marketplaces...ii. sell-driven e-marketplaces...iii. independent e-marketplaces...iv. technology provider e-marketplaces (172.txt)

4. An e-Marketplace is an electronic gathering place that brings together multiple buyers and sellers. An e-Marketplace provides its members with a unified view of goods and services and lets its members perform transactions in the e-Marketplace. (E058.txt)

ER055	Eng: electronic marketplace (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: ตลาดสำหรับให้ผู้ใช้และผู้ขายหลายรายได้ติดต่อกันแบบดิจิทัล			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW07			
Extraction: 1. <u>Electronic marketplaces</u> are specifically designed to enable multiple buyers and multiple sellers to interact and to collaborate. (E159.txt)			
2. The <u>electronic marketplace</u> refers to the emerging market economy where producers, intermediaries and consumers interact electronically or digitally in some way. (E099.txt)			

ER056	Eng: digital marketplace (E070.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: แหล่งการค้าระหว่างผู้ใช้และผู้ขายหลายราย			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW07			
Extraction: 1. Enter <u>digital marketplaces</u> - the latest wave in business-to-business commerce - where buyers and sellers trade money for goods over a secure procurement network. (E070.txt)			
2. Official decision makers must respect the unique nature of the medium and recognize that widespread competition and increased consumer choice should be the defining features of the new digital marketplace. (E098.txt)			

ER057	Eng: hub (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: electronic marketplace ที่นำผู้ใช้และผู้ขายหลายรายมาติดต่อซื้อขายกัน			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW07			
Extraction: 1. <u>Hubs</u> : B2B electronic marketplaces. <u>Hubs</u> , which bring together multiple buyers with			

multiple sellers, are proliferating across many industries (for specific B2B hub examples and characteristics see Archer, 2001). (E152.txt)

2. At its most basic, a B2B exchange (also called a marketplace or hub) is a website where many companies can buy from and sell to each other using a common technology platform. (E003.txt)

ER058	Eng: exchange (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: สถานที่สำหรับซื้อขายแบบออนไลน์ ซึ่งอาจมีบริการอื่นๆ เพิ่มเติมสำหรับลูกค้า เช่น ข้อมูลข่าวสารหรืองานวิจัย			
Conceptual Relation: ดู NW02 และ NW07			
Extraction: 1. Many <u>exchanges</u> also offer additional services, such as payment or logistics services that help members complete a transaction. Exchanges may also support community activities, like distributing industry news, sponsoring online discussions and providing research on customer demand or industry forecasts for components and raw materials. (E003.txt)			
2. Digital marketplaces, also known as <u>exchanges</u> , have hit full speed in the past nine months. (E070.txt)			

ER059	Eng: horizontal marketplace (E141.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: horizontal marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: แหล่งการค้าของผู้ซื้อและผู้ขายหลายรายซึ่งขายสินค้าหรือบริการที่หลากหลาย			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: 1. <u>Horizontal marketplaces</u> sell a diverse collection of goods or services. (E141.txt)			
2. <u>Horizontal marketplaces</u> may offer the largest community of sellers and buyers and the greatest cross-section of goods. A veterinary supplier, for example, would prefer a vertical marketplace targeted at the veterinary industry over a horizontal marketplace aimed at indirect goods. (E141.txt)			

ER060	Eng: horizontal e-marketplace (E058.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: horizontal marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: e-marketplace ประเภทหนึ่งซึ่งเสนอการส่งสินค้าและบริการในราคาลด			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: 1. At the highest level, e-marketplaces can be segmented into two types: * <u>Horizontal e-marketplaces</u> typically focus on reducing the inefficiencies of spot purchasing. Often these marketplaces extend enterprise software or services. The primary value proposition of a <u>horizontal e-marketplace</u> is the delivery of goods and services at reduced prices. (E058.txt)			

ER061	Eng: horizontal digital marketplace (E070.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: horizontal marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: digital marketplace ที่ขายสินค้าทั่วไป			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: While your company today would need to join two separate digital marketplaces - a horizontal one to procure office supplies and a vertical one to buy raw materials - expectations are that these two worlds will soon merge. <u>Horizontal digital marketplaces</u> have begun to set themselves up to offer vertical exchanges as a subset of their existing sites. (E070.txt)			

ER062	Eng: vertical marketplace (E141.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: vertical marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: แหล่งขายสินค้าหรือบริการเฉพาะด้าน เหมาะสำหรับสินค้าหรือบริการพิเศษหรือสินค้าที่เป็นวัตถุดิบ ผู้ซื้อและผู้ขายมักเป็นรายใหญ่			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: Vertically focused marketplaces are formed around a particular product or service, a given industry, the needs of a large supplier or buyer, or some other interest group... Vertically focused marketplaces may be best for specialty products or services, raw materials or industry-specific goods... A veterinary supplier, for example, would prefer a <u>vertical marketplace</u> targeted at the veterinary industry over a horizontal marketplace aimed at indirect goods. (E141.txt)			

ER063	Eng: vertical e-marketplace (E058.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: vertical marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: แหล่งซื้อขายสินค้าหรือบริการเฉพาะด้านผ่านทางอินเทอร์เน็ต			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: <u>Vertical e-marketplaces</u> facilitate the exchange of manufactured inputs to specific vertical industries, utilizing the Internet's connectivity to eliminate an industry's "pain points." (E058.txt)			

ER064	Eng: vertical exchange (E070.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: vertical marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: แหล่งซื้อขายวัตถุดิบหรือสินค้าเฉพาะด้าน			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: Plus, <u>vertical exchanges</u> have cropped up for virtually every industry. Some sites, such as Verticalnet.com, even host numerous <u>vertical exchanges</u> . (E070.txt)			

ER065	Eng: public exchange (E003.txt)	Th: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ แบบสาธารณะ (THR47)	Abbr: -
Concept: public marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: ตลาดแลกเปลี่ยนที่มีองค์กรอุตสาหกรรมหรือนักลงทุนอิสระเป็นเจ้าของ เปิดให้บริษัทอื่นร่วมใช้ด้วยได้ โดยคิดค่าธรรมเนียม เป็นแหล่งซื้อขายสินค้าราคาถูก			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: 1. <u>Public exchanges</u> are owned by industry consortia or independent investors and have their own boards of directors. Though each exchange sets its own rules, they are generally open, for a fee, to any company that wants to use them. (E003.txt) 2. If you are buying and selling commodity products, <u>public exchanges</u> can be a good venue in which to find low prices or identify new customers. They're also becoming a popular way for a company to unload excess inventory. (E003.txt)			

ER066	Eng: public marketplace (E141.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: public marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: ตลาดกลางที่เหมาะสมสำหรับผู้ซื้อและขายที่สนใจสินค้าและบริการต่างๆ ไป			
Additional Feature: ตลาดกลางที่มีผู้ซื้อผู้ขายหลายราย เป็นตัวกลางซึ่งไม่มีผู้ขายหรือผู้ซื้อรายใดรายหนึ่งเป็นเจ้าของหรือควบคุมตลาด (http://www.ecommstrategies.com/insights/ebizgloss.html)			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: Decide whether a public or private marketplace is the better forum, and whether a broad or narrow focus is more appropriate. <u>Public marketplaces</u> are good choices for sellers and buyers interested in ordinary, non-production goods and services. (E141.txt)			

ER067	Eng: private marketplace (E070.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: private marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: ตลาดกลางที่เป็นแหล่งซื้อขายสินค้าเฉพาะกลุ่ม จำกัดสมาชิก และมี market maker เป็นผู้ควบคุม			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: 1. <u>Private marketplaces</u> may offer sellers access to more targeted buyers, and buyers access to sellers with specialized goods. (E141.txt) 2. In a <u>private marketplace</u> , the market maker decides who gets to join. <u>Private marketplaces</u> restrict membership to preserve some affinity around a particular product or service or an industry. (E141.txt)			

ER068	Eng: private exchange (E003.txt)	Th: ตลาดแลกเปลี่ยน อิเล็กทรอนิกส์เฉพาะเครือข่าย กลุ่มธุรกิจของตัวเอง, ตลาด กลางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ เฉพาะองค์กร (THR47)	Abbr: -
Concept: private marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: ตลาดแลกเปลี่ยนแบบส่วนบุคคลที่มีบริษัทเดียวเป็นผู้ดำเนินการ โดยทำธุรกิจกับผู้จัดจำหน่ายและลูกค้าเฉพาะราย มีความปลอดภัยด้านข้อมูลการค้ำมากกว่าแบบ public เนื่องจากเป็นการทำธุรกิจกันภายในกลุ่ม			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: 1. <u>Private exchanges</u> are run by a single company for doing business exclusively with established suppliers and customers (although the systems that support it may be outsourced). (E003.txt) 2. They also think <u>private exchanges</u> are more secure, because data about their trades are at less risk of being exposed to competitors if there's a security breach. Companies use <u>private exchanges</u> to trade proprietary information like supplier performance metrics and sales forecasts in addition to orders and invoices. (E003.txt)			

ER069	Eng: buyer-driven e-marketplace (E172.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: buyer-driven e-marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: e-marketplace ประเภทหนึ่งที่ตั้งขึ้นโดยกลุ่มผู้ซื้อเพื่อจัดซื้อสินค้าจากผู้ขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: 1. i. <u>buyer-driven e-marketplaces</u> - established by a consortium of buyers in order to procure products from their suppliers via the internet (E172.txt) 2. Of the four types of e-marketplace, <u>buyer-driven e-marketplaces</u> are purely business-to-business (B2B). The other three types are currently primarily B2B, but have the potential to also be B2C. (E172.txt)			

ER070	Eng: buyer-oriented marketplace (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: buyer-driven e-marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: electronic marketplace ที่มีผู้ซื้อเป็นเจ้าของ และให้ซัพพลายเออร์เข้ามาประมูลขายสินค้า			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: 1. Therefore, such big buyers would prefer to open their own marketplace, which we call			

the buyer-oriented marketplace, as depicted in Figure 6.3. Under this model, a buyer opens an electronic market on its own server and invites potential suppliers to bid on the announced RFQs, as the GE case illustrates. (EB04.txt)

2. To implement B2B EC from the procurement management's point of view, the buyer-oriented marketplace (or customer-oriented marketplace) can be used in this model--where the buyers announce the RFQs to potential suppliers for competitive purchasing. (EB04.txt)

ER071	Eng: customer-oriented marketplace (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: buyer-driven e-marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: marketplace ที่มีผู้ซื้อเป็นเจ้าของ ซึ่งจะดึงดูดผู้ขายรายใหญ่ถ้าปริมาณการขายนั้นมีมากเพียงพอ			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: To reengineer the purchasing process, establish a <u>customer-oriented marketplace</u> if the sales volume is big enough to attract the concern of major vendors. Otherwise, join the third-party intermediary-oriented marketplace. (EB04.txt)			

ER072	Eng: sell-driven e-marketplace (E172.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: sell-driven e-marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: e-marketplace ประเภทหนึ่งที่ตั้งขึ้นโดยกลุ่มผู้ขายที่ต้องการขายสินค้าแบบออนไลน์			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: ii. <u>sell-driven e-marketplaces</u> - established by a consortium of suppliers/sellers that are looking to sell their products on-line via the e-marketplace (E172.txt)			

ER073	Eng: supplier-oriented marketplace (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: sell-driven e-marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: electronic marketplace ประเภทหนึ่งที่ผู้ขายจะจัดตั้ง e-store เพื่อส่งเสริมการขาย โดยที่ลูกค้าเป็นทั้งบุคคลธรรมดาและองค์กรธุรกิจ			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: 1. Architectural Models of B2B EC. Three typical architectural models are <u>supplier-oriented marketplace</u> , buyer-oriented marketplace, and intermediary-oriented marketplace. (EB04.txt)			
2. Characteristics of <u>supplier-oriented marketplace</u> . A supplier offers an e-store to promote sales. The customers are both consumers and business buyers. This is a popular type of initial electronic marketplace. (EB04.txt)			

ER074	Eng: seller-oriented marketplace (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: sell-driven e-marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: marketplace ประเภทหนึ่งซึ่งอิงผู้ขายเป็นหลัก			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: Since most commercial sites are <u>seller-oriented marketplaces</u> , integration with the buyer's back-end information systems is a challenging issue to be resolved for effective procurement management. (EB04.txt)			

ER075	Eng: independent e-marketplace (E172.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: independent e-marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: e-marketplace ประเภทหนึ่งที่ตั้งขึ้นโดยองค์กรอิสระ มีรายได้จากการดำเนินงานตลาดโดยเป็นตัวแทนของผู้ซื้อและผู้ขาย			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: iii. <u>independent e-marketplaces</u> - established by independent organisations, whose main motivation is to obtain revenues through operating the marketplace on behalf of buyers/sellers. (E172.txt)			

ER076	Eng: intermediary-oriented marketplace (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: independent e-marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: รูปแบบ marketplace ที่บริษัทคนกลางเป็นเจ้าของ ให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน			
Conceptual Relation: ดู NW07			
Extraction: The third business model is establishing an electronic intermediary company, which runs a marketplace where business buyers and sellers can meet as depicted in Figure 6.4... Let us call these sites the <u>intermediary-oriented marketplace</u> . (EB04.txt)			

ER077	Eng: technology provider e-marketplace (E172.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: technology provider e-marketplace		Grammatical Category: n	
Feature: e-marketplace ประเภทหนึ่งที่ตั้งขึ้นโดยผู้ให้บริการเทคโนโลยีตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ หลักการคล้ายกับ independent e-marketplace แต่เหตุจูงใจในการจัดตั้งอาจต่างกัน			
Conceptual Relation: ดู NW07			

Extraction: iv. technology provider e-marketplaces - established by an e-marketplace technology provider. These are very similar in principal to independent e-marketplaces, but the motivation for the technology provider to set up the e-marketplace can be quite different to those of a company establishing an independent marketplace. (E172.txt)

ER078	Eng: market maker (EB04.txt)	Th: ผู้บริหารตลาด (THR28)	Abbr: -
Concept: market maker		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้จัดตั้งและดูแลการทำธุรกิจใน electronic marketplace ให้ดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่น เช่น ด้านโครงสร้างพื้นฐาน การลงทะเบียน การบริการ และการสนับสนุนอื่นๆ			
Conceptual Relation: ดู NW07			
<p>Extraction: 1. The e-Marketplace is created and maintained by a "<u>market maker</u>" who brings the suppliers and vendors together. The <u>market maker</u> assumes the responsibility of e-Marketplace administration and performs maintenance tasks to ensure that the e-Marketplace is open for business. (E058.txt)</p> <p>2. There are three primary players in a B2B marketplace: buyer, seller and <u>market maker</u>... The <u>market maker</u> is the sponsor of the marketplace and performs the necessary administrative functions from operating the marketplace to supplying the infrastructure, registering members and servicing and supporting them. (E141.txt)</p>			

ER079	Eng: Web merchant (EB04.txt)/ web merchant (E020.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online merchant		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ที่สร้างและดำเนินการ electronic storefront เพื่อทำการค้าบนเว็บ			
Conceptual Relation: ดู NW02			
<p>Extraction: 1. Like traditional merchants, <u>Web merchants</u> have a number of options for creating and operating their electronic storefronts. (EB04.txt)</p> <p>2. In other words, <u>Web merchants</u> must have products that customers want, and they must be able to convince customers that the Web is the best place to buy them. (E017.txt)</p> <p>3. It can also shield you from less-reputable providers seeking to profit from novice <u>web merchants</u>. (E020.txt)</p>			

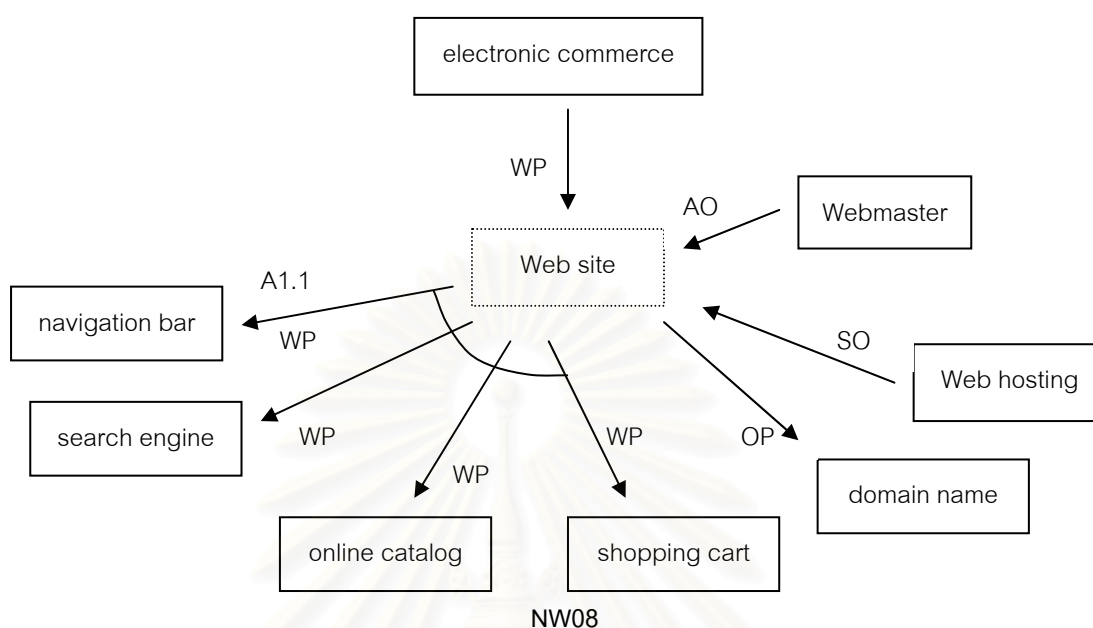
ER080	Eng: online merchant (EB01.txt)/on-line merchant (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online merchant		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ที่ทำการค้าบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถขอ merchant account เพื่อรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต			

Additional Feature: ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายสินค้าหรือบริการโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง (พัฒนา ยอดพฤติการ)
Conceptual Relation: ดู NW02
Extraction: 1. Many <u>on-line merchants</u> , such as Amazon.com and Virtual Vineyards, keep their customers informed on the status of their orders and send messages to the customer informing them when the items are actually shipped and when they can expect to receive them. (EB01.txt) 2. Once a merchant account and third party processor have been selected and established, an <u>online merchant</u> can begin to accept credit card payments. (E030.txt) 3. This is good for <u>online merchants</u> because it reduces online transaction risk and increases customer confidence. (E115.txt)

ER081	Eng: Internet merchant (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online merchant		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ที่ทำการค้าบนอินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์เว็บ			
Conceptual Relation: ดู NW02			
Extraction: 1. In its initial growth phase, the uses of the WWW were primarily for business-to-consumer applications, and the emergence of well-known <u>Internet merchants</u> , such as Amazon.com and e-bay.com, was seen.(EB01.txt) 2. "Doing business on the Internet is the equivalent of having someone walk into your store wearing a ski mask without any ID and offering a bank counter check to purchase a \$2,000 stereo system," said Cameron. "While no brick-and-mortar store would make such sale, <u>Internet merchants</u> have to do it all the time." (E016.txt)			

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A1 มโนทัศน์สัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบด้านเว็บไซต์



A1.1 - ความสัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบ

WP = Whole - Part

OP = Object - Property

SO = Service - Object

AO = Administrator - Object

คำอธิบาย: องค์ประกอบอย่างหนึ่งของ electronic commerce คือเว็บไซต์ ซึ่งเป็นสถานที่ในการแสดงสินค้าและติดต่อซื้อขาย ภายในเว็บไซต์มีองค์ประกอบหลักๆ คือ navigation bar, search engine, online catalog และ shopping cart ตัวเว็บไซต์เองนั้นมี domain name เป็นเครื่องแสดง มี Webmaster เป็นผู้ดูแลข้อมูลและความเรียบร้อยภายในเว็บไซต์ และการนำเว็บไซต์เข้าสู่อินเทอร์เน็ตเพื่อเผยแพร่แก่นักคนอื่นนั้นมักจัดทำโดย Web hosting

ER082	Eng: navigation bar (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: navigation bar		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่ง que แสดงรูปแบบพื้นฐานของเว็บไซต์ทางการค้า และช่วยให้ผู้เยี่ยมชมไปยังหน้าหลักๆ ได้โดยสะดวก			
Additional Feature: ชุดเครื่องมือนำทางบนเว็บไซต์หรือตัวเลือกที่มีการเชื่อมโยงซึ่งจะนำผู้คลิกไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์นั้น (http://www.netlingo.com/inframes.cfm)			
Conceptual Relation: ดู NW08			
Extraction: 1. The basic commercial Website pattern has established itself and can be summed up by the typical <u>navigation bar</u> : home products services jobs about contact. (EB02.txt)			
2. To make it easier for visitors to find popular pages, they should have direct access from a			

navigation bar. (EB03.txt)

ER083	Eng: search engine (EB01.txt)	Th: เครื่องมือสืบค้น (THR30), โปรแกรมค้นหา (THR34)	Abbr: -
Concept: search engine		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่งที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์นั้น ซึ่งค้นหาได้ด้วยการใส่คำหนึ่งหรือหลายๆ คำลงไป			
Conceptual Relation: ดู NW08			
Extraction: 1. This simple <u>search engine</u> allows visitors to input a word or a string of words. The <u>search engine</u> finds any reference to a given word on that site. (EB03.txt)			
2. Most Web sites of any size and complexity need both a <u>search engine</u> , which allows searching by keyword, and a set of categories. (E164.txt)			

ER084	Eng: site search engine (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: search engine		Grammatical Category: n	
Feature: เครื่องมือสำหรับค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ด้วยคำสำคัญ มักอยู่ที่โฮมเพจของเว็บไซต์นั้น			
Conceptual Relation: ดู NW08			
Extraction: 1. Use a <u>site search engine</u> . It is a great tool for visitors to find information and an excellent tool for you to find the keywords people are searching. (EB03.txt)			
2. Another tool for identifying customer patterns through your site is a <u>site search engine</u> . Located on your home page, this tool provides visitors a way to put in a keyword and get a listing of all documents on your site that contain this keyword. (EB03.txt)			

ER085	Eng: on-site search engine (E117.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: search engine		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่งที่จะช่วยให้ผู้เยี่ยมชมค้นหาข้อมูลต่างๆ ในเว็บไซต์นั้นได้อย่างง่ายดาย			
Conceptual Relation: ดู NW08			
Extraction: Providing your visitors with an <u>on-site search engine</u> is a relatively easy way to ensure that your products, ideas, designs, and content are easy to find. (E117.txt)			

ER086	Eng: electronic catalog (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online catalog		Grammatical Category: n	
Feature: แคตตาล็อกสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมือนกับแคตตาล็อกกระดาษคือมีทั้งภาพและคำบรรยายรวมทั้งข้อมูลการขายอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น และลูกค้าสามารถค้นหาในแคตตาล็อกได้			
Conceptual Relation: ดู NW08			
Extraction: 1. <u>Electronic catalogs</u> are the virtual equivalents of traditional product catalogs. Like its			

paper counterpart, an electronic catalog contains written descriptions and photos of products along with information about various promotions, discounts, payment methods, and methods of delivery. (EB04.txt)

2. The on-line/transactional strategy invariably provides an electronic catalog of products for sale. Visitors can browse through the catalog and order products on-line. (E156.txt)

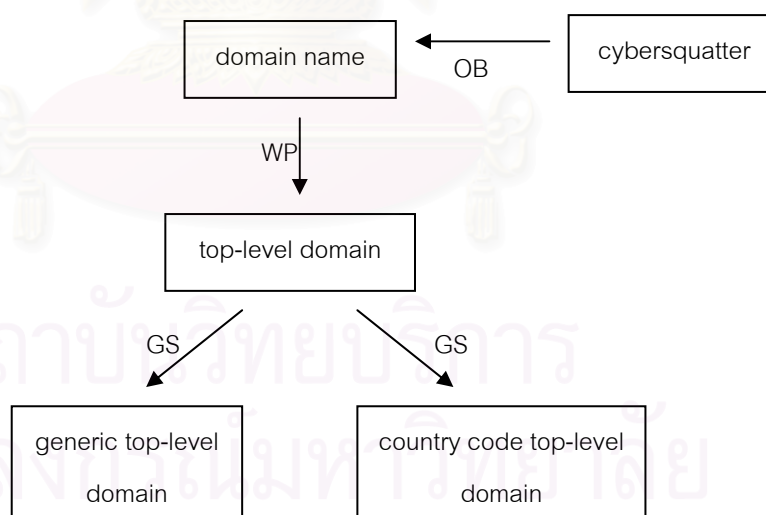
ER087	Eng: online catalog (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online catalog		Grammatical Category: n	
Feature: แคตตาล็อกสินค้าและบริการแบบออนไลน์ซึ่งคล้ายกับแคตตาล็อกกระดาษแต่มีลักษณะน่าสนใจมากกว่า และจัดทำขึ้นเพื่อโฆษณาสินค้าและบริการ			
Conceptual Relation: ดู NW08			
Extraction: 1. For merchants, the objective of <u>online catalogs</u> is to advertise and promote products and services, whereas the purpose of catalogs to the customer is to provide a source of information on products and services...The majority of early <u>online catalogs</u> were online replication of text and pictures of the printed catalogs. However, <u>online catalogs</u> have evolved to be more dynamic, customized, and integrated with selling and buying procedures. (EB04.txt)			
2. They generally include templates for <u>online catalogs</u> and databases, so it's easy to change items and prices. (E100.txt)			

ER088	Eng: shopping cart (EB01.txt)	Th: รถเข็น (THR24), ตะกร้าสินค้า (THR31), ตะกร้ารับการสั่งซื้อ (THR53)	Abbr: -
Concept: shopping cart		Grammatical Category: n	
Feature: อุปกรณ์บนเว็บไซต์สำหรับใส่สินค้าที่ลูกค้าต้องการสั่งซื้อ และสามารถลบหรือเปลี่ยนแปลงรายการสินค้านั้นได้ตามต้องการ			
Conceptual Relation: ดู NW08			
Extraction: 1. Suppose Tom has selected a PC from JCPenney. Tom can then place the items in the <u>shopping cart</u> and click the checkout button to order. (EB04.txt)			
2. Within the <u>shopping cart</u> , she can delete items or change the quantity and characteristics (color, size, etc.) of the items she is purchasing. (EB03.txt)			

ER089	Eng: electronic shopping cart (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: shopping cart		Grammatical Category: n	
Feature: อุปกรณ์บนเว็บไซต์สำหรับรับสินค้าที่ลูกค้าต้องการซื้อเพื่อจะนำไปคิดราคาต่อไป ลูกค้าสามารถเพิ่มสินค้าเข้าไปหรือเอาสินค้าที่เลือกไว้ออกมาก็ได้			

Conceptual Relation: ดู NW08
Extraction: 1. <u>Electronic shopping carts</u> that enable consumers to gather items of interest until they are ready for checkout. (EB04.txt)
2. However on larger sites the customer will flag products during this browsing session to be added to an <u>electronic 'shopping cart'</u> . At any point the customer can review the contents of the cart, the cost and so on. (E138.txt)

ER090	Eng: virtual shopping cart (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: shopping cart		Grammatical Category: n	
Feature: อุปกรณ์บนเว็บไซต์สำหรับให้ลูกค้าใส่สินค้าที่ต้องการซื้อ			
Conceptual Relation: ดู NW08			
Extraction: 1. Customers browse for merchandise on an online shopping site; when they see something of interest, they click on a shopping cart icon located on that screen. This action adds the item to a <u>virtual shopping cart</u> . (EB03.txt)			
2. As the buyer moves, he or she selects various items for purchase from the various pages, each time placing the selected item(s) in a <u>virtual shopping cart</u> . (EB04.txt)			



NW09

WP = Whole - Part

GS = Generic - Specific

OB = Object - Problem

คำอธิบาย: domain name ประกอบด้วยส่วนหลักสำคัญคือ top-level domain ซึ่งมีสองประเภทคือ generic top-level domain และ country code top-level domain แต่สิ่งที่เป็นปัญหาในเรื่อง domain name คือ cybersquatter

ER091	Eng: domain name (EB01.txt)	Th: ชื่อโดเมน (THR08), โดเมน เนม (THR32), ชื่อเซต (THR34)	Abbr: -
Concept: domain name		Grammatical Category: n	
Feature: ชื่อที่บอกแหล่งที่อยู่ของเครื่องคอมพิวเตอร์หรือเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ใน domain name แบ่งเป็นส่วนต่างๆ โดยคั่นด้วยจุด เช่น top-level domain			
Conceptual Relation: ดู NW08 และ NW09			
<p>Extraction: 1. Names like www.microsoft.com, which reference particular computers on the Internet, are called <u>domain names</u>. <u>Domain names</u> are divided into segments separated by periods. (EB04.txt)</p> <p>2. To make it easy for customers to find the site it is important to establish a site's "<u>Domain Name</u>". (E014.txt)</p> <p>3. In the <u>domain name</u> alston.com, the ".com" portion is the top-level domain, and the "alston" portion is the second-level domain. (E150.txt)</p>			

ER092	Eng: top-level domain (EB01.txt)/ Top Level Domain (EB02.txt)	Th: โดเมนเนมในระดับบน (THR32), สกูลโดเมน (พิพิธภัณฑ์ ยอดพฤติการ)	Abbr: TLD
Concept: top-level domain		Grammatical Category: n	
Feature: ส่วนที่อยู่ทางขวาสุดของ domain name ซึ่งบอกสังกัดของคอมพิวเตอร์เครื่องนั้น มีสองแบบคือ generic top-level domain และ country code top-level domain			
Additional Feature: สามารถใช้เพื่อระบุชนิดของเว็บไซต์ (http://www.emakina.com/functions/glossary.cfm#)			
Conceptual Relation: ดู NW09			
<p>Extraction: 1. There are currently only three <u>top-level domains</u> available for registration by anyone, regardless of their country of origin or the nature of their business: .com, .net and .org. These domain names are referred to as "generic" top-level domains, or "gTLDs." Other <u>top-level domains</u> popularly advertised for registration by anyone, such as ".tv" and ".md," are actually <u>top-level domains</u> assigned to particular countries as country code top-level domains (".tv" is the country code for Tuvalu, and ".md" is the country code for Moldova). (E150.txt)</p> <p>2. Domain names are divided into segments separated by periods. The part on the very left is the name of the specific computer, the part on the very right is the <u>top-level domain</u> to which the</p>			

computer belongs, and the parts in between are the subdomains. (EB04.txt)

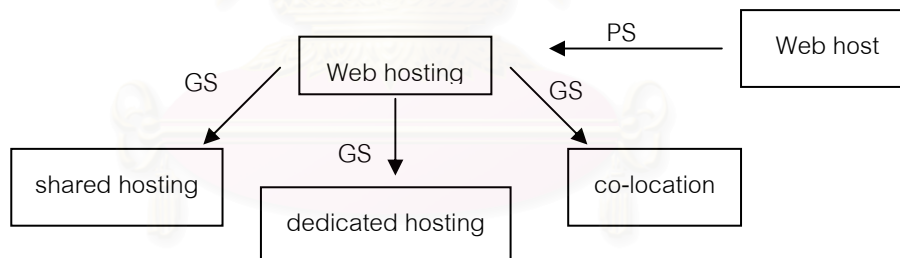
3. The fundamental categorization scheme of Top Level Domains (TLDs) is also being revised to yield more potential names. (EB02.txt)

ER093	Eng: generic top level domain (EB01.txt)/ generic top-level domain (E150.txt)	Th: สกุลโดเมนระดับสากล (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ)	Abbr: -
Concept: generic top-level domain		Grammatical Category: n	
Feature: top-level domain ประเภทหนึ่งที่มีบางชื่อสามารถลงทะเบียนได้โดยไม่คำนึงว่ามาจากประเทศอะไรหรือทำธุรกิจแบบใด			
Additional Feature: top-level domain ที่มีตัวอักษรอย่างน้อยสามตัว (http://www.icann.org/tlds/) สำหรับการใช้งานในระดับสากล (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ)			
Conceptual Relation: ดู NW09			
Extraction: 1. There are currently only three top-level domains available for registration by anyone, regardless of their country of origin or the nature of their business: .com, .net and .org. These domain names are referred to as " <u>generic</u> " top-level domains, or " <u>gTLDs</u> ." (E150.txt)			
2. So far, at least seven new <u>generic top level domains</u> have been set. (EB01.txt)			

ER094	Eng: country code top-level domain (EB01.txt)	Th: สกุลโดเมนระดับประเทศ (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ)	Abbr: -
Concept: country code top-level domain		Grammatical Category: n	
Feature: top-level domain ประเภทหนึ่งที่กำหนดให้แต่ละประเทศโดยใช้ตัวย่อของประเทศนั้นๆ เป็นรหัส			
Additional Feature: top-level domain ที่มีตัวอักษรสองตัว ซึ่งกำหนดให้ประเทศต่างๆ (http://www.icann.org/tlds/)			
Conceptual Relation: ดู NW09			
Extraction: 1. Other top-level domains popularly advertised for registration by anyone, such as ".tv" and ".md," are actually top-level domains assigned to particular countries as <u>country code top-level domains</u> (".tv" is the country code for Tuvalu, and ".md" is the country code for Moldova). (E150.txt)			
2. Foreign <u>country code top-level domains</u> are defined in ISO 3166. Some examples are:			
ES Spain (Espana)			
UK United Kingdom...(EB01.txt)			

ER095	Eng: cybersquatter (E128.txt)/ cyber-squatter (E029.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: cybersquatter		Grammatical Category: n	

<p>Feature: บุคคลที่จดทะเบียน domain name ไว้เพื่อเก็งกำไร เช่น ขายต่อหรือขายคืนให้เจ้าของยี่ห้อในกรณีชื่อที่จดเป็นยี่ห้อสินค้าหรือแม้แต่ชื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง</p>
<p>Conceptual Relation: ดู NW09</p>
<p>Extraction: 1. In less than two years, WIPO has received more than 3,000 complaints from people and companies concerning <u>cybersquatters</u>, who are usually accused of registering their sites under names to which they have no legitimate claim and trying to make big profits by selling them. (E128.txt)</p> <p>2. According to this policy, individuals and companies with legitimate trademark interests may file a complaint with WIPO demonstrating that the <u>cybersquatter</u> monopolizing the domain name in question acted in bad faith, for example by snapping up the domain name with the express intention of selling it back to the trademark holder. (E129.txt)</p> <p>3. Yesterday, the U.S. House of Representatives joined the Senate in passing a bill that would prevent <u>cyber-squatters</u> from holding a company's trademark hostage... I believe that celebrities deserve the same protection that corporations will get, because individuals who cyber-squat on a celebrity's name do it for the same reasons that corporate cyber-squatters do: They want to squeeze money out of the rich and famous instead of earning it honestly. (E029.txt)</p>



NW10

PS = Provider - Service

GS = Generic - Specific

คำอธิบาย: Web hosting มีบริการแบบต่างๆ ได้แก่ shared hosting, dedicated hosting และ co-location โดยมี Web host เป็นผู้ให้บริการ

ER096	Eng: Web hosting (EB04.txt)/ web hosting (E012.txt)	Th: ผู้ให้บริการเว็บ โฮสติ้ง (THR23), บริการรับฝากเว็บไซต์ (THR48)	Abbr: -
Concept: Web hosting		Grammatical Category: n	

Feature: บริการเผยแพร่เว็บไซต์โดยจะเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตตลอด 24 ชั่วโมง มีการสนับสนุนด้านเทคนิคสำหรับลูกค้า มีรูปแบบบริการต่างๆ เช่น shared hosting, dedicated hosting และ co-location
Conceptual Relation: ดู NW09 และ NW10
Extraction: 1. Once the Internet storefront is complete, the site can be published to any server the business customer prefers. It is important that the <u>Web hosting</u> company is capable of providing a merchant with the level of service that he needs to maintain his web store...There are quite a number of hosting options such as Shared Hosting, a client's web site is located on an Internet Service Provider's (ISP) shared web server; Dedicated Hosting, a client's web site is located on an ISP's dedicated web server; and Co-location, a client's web site is located on his own web server and he merely connects it to Internet through an ISP. (E014.txt) 2. You will spend between \$2,500 and \$3,500 a month by outsourcing the <u>Web hosting</u> to an Internet Service Provider or <u>Web hosting</u> company, although you will benefit by having a 24-hour presence, round-the-clock backup and technical support, improving the reliability and accessibility of the site for customers. (E060.txt)

ER097	Eng: shared Hosting (E014.txt)	Th: การรับฝากเว็บไซต์โดยใช้พื้นที่ร่วมกัน (พัฒนา ยอด พฤติการ)	Abbr: -
Concept: shared Hosting		Grammatical Category: n	
Feature: ตัวเลือกหนึ่งในการ hosting ซึ่งเว็บไซต์ของลูกค้าจะตั้งอยู่บนเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่ใช้ร่วมกันของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต			
Conceptual Relation: ดู NW10			
Extraction: There are quite a number of hosting options such as <u>Shared Hosting</u> , a client's web site is located on an Internet Service Provider's (ISP) shared web server; <u>Dedicated Hosting</u> , a client's web site is located on an ISP's dedicated web server; and <u>Co-location</u> , a client's web site is located on his own web server and he merely connects it to Internet through an ISP. (E014.txt)			

ER098	Eng: dedicated Hosting (E014.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: dedicated Hosting		Grammatical Category: n	
Feature: ตัวเลือกหนึ่งในการ hosting ซึ่งเว็บไซต์ของลูกค้าจะตั้งอยู่บนเว็บเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตซึ่งมีเฉพาะเว็บไซต์นั้นเท่านั้น			
Conceptual Relation: ดู NW10			
Extraction: There are quite a number of hosting options such as <u>Shared Hosting</u> , a client's web site is located on an Internet Service Provider's (ISP) shared web server; <u>Dedicated Hosting</u> , a client's			

web site is located on an ISP's dedicated web server; and Co-location, a client's web site is located on his own web server and he merely connects it to Internet through an ISP. (E014.txt)

ER099	Eng: co-location (E014.txt)	Th: บริการรับฝากเครื่องเซิร์ฟเวอร์ (THR56)	Abbr: -
Concept: co-location		Grammatical Category: n	
Feature: ตัวเลือกหนึ่งในการ hosting ซึ่งเว็บไซต์ของลูกค้าจะตั้งอยู่บนเว็บเซิร์ฟเวอร์ของตนเอง แต่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตผ่านผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต			
Additional Feature: การรับฝากเว็บไซต์ในลักษณะรับฝากทั้งเครื่องเซิร์ฟเวอร์โดยมีข้อมูลเว็บไซต์ของลูกค้าอยู่เพื่อจุดประสงค์ในการได้เชื่อมต่อโดยตรงกับช่องสัญญาณอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ ทำให้เรียกดูเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ)			
Conceptual Relation: ดู NW10			
Extraction: There are quite a number of hosting options such as Shared Hosting, a client's web site is located on an Internet Service Provider's (ISP) shared web server; Dedicated Hosting, a client's web site is located on an ISP's dedicated web server; and <u>Co-location</u> , a client's web site is located on his own web server and he merely connects it to Internet through an ISP. (E014.txt)			

ER100	Eng: Web host (E071.txt)/ web host (E111.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: Web host		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ให้พื้นที่ในการจัดตั้งเว็บไซต์ เครื่องมือในการจัดการเว็บไซต์ และให้คำแนะนำด้านเทคนิค			
Additional Feature: บริษัทที่ให้บริการซอฟต์แวร์ บริการ และทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นในการเก็บข้อมูลเว็บไซต์ และทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าถึงเว็บไซต์นั้นได้ (http://www.empiredd.com/Pages/Resources/Faqs/e-glossary.html)			
Conceptual Relation: ดู NW10			
Extraction: 1. A <u>web host</u> will provide the space to put up a web site, the tools to manage it and technical advice. (E111.txt) 2. Nearly 80% of respondents who are outsourcing have signed service-level agreements, and 75% said they are able to monitor the performance and availability of their e-commerce applications at the <u>Web host</u> . (E071.txt)			

ER101	Eng: Webmaster (EB04.txt)/ webmaster (E001.txt)	Th: ผู้ดูแลเว็บ (THR34)	Abbr: -
Concept: Webmaster		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยของเว็บไซต์ในทุกๆ ด้าน รวมถึงการปรับปรุงข้อมูล			

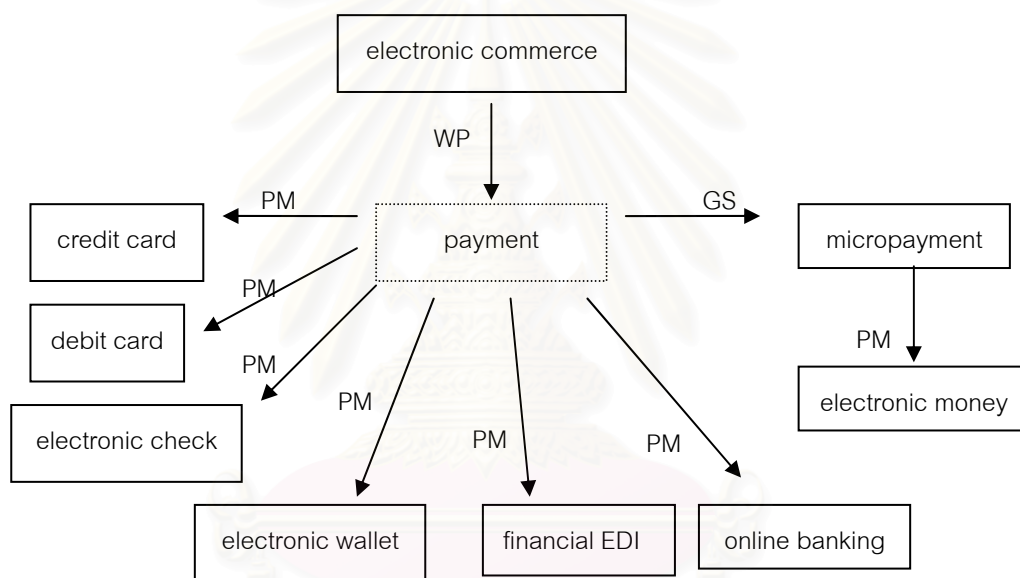
Conceptual Relation: ดู NW08

Extraction: 1. The symbolic act of stripping the term Webmaster from the organization chart can help to emphasize the company's activities on the Web are mainstream business processes, rather than mysteries performed by the strangely gifted. (EB02.txt)

2. Even though the Webmaster position is typically considered technically-heavy, Wade's (2000) job content analysis showed that some employers desired management capabilities as well. (E165.txt)

3. Your banner ad doesn't end up on very many sites, however, unless you invest a whole lot of your time in seeking out interested webmasters. (E015.txt)

A2 ความสัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบด้านการชำระเงิน



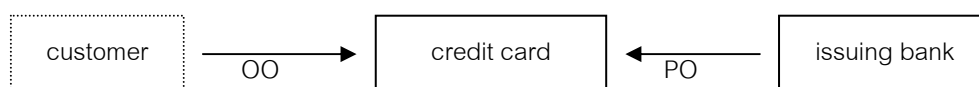
NW11

WP = Whole - Part

PM = Process - Method

GS = Generic - Specific

คำอธิบาย: การชำระเงินเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการทำ electronic commerce สามารถชำระได้ด้วยวิธีต่างๆ วิธีที่ใช้กันมากได้แก่ credit card, debit card, electronic check, electronic wallet, financial EDI, online banking และ electronic money ซึ่งวิธีหลังนี้ใช้สำหรับการชำระเงินแบบ micropayment

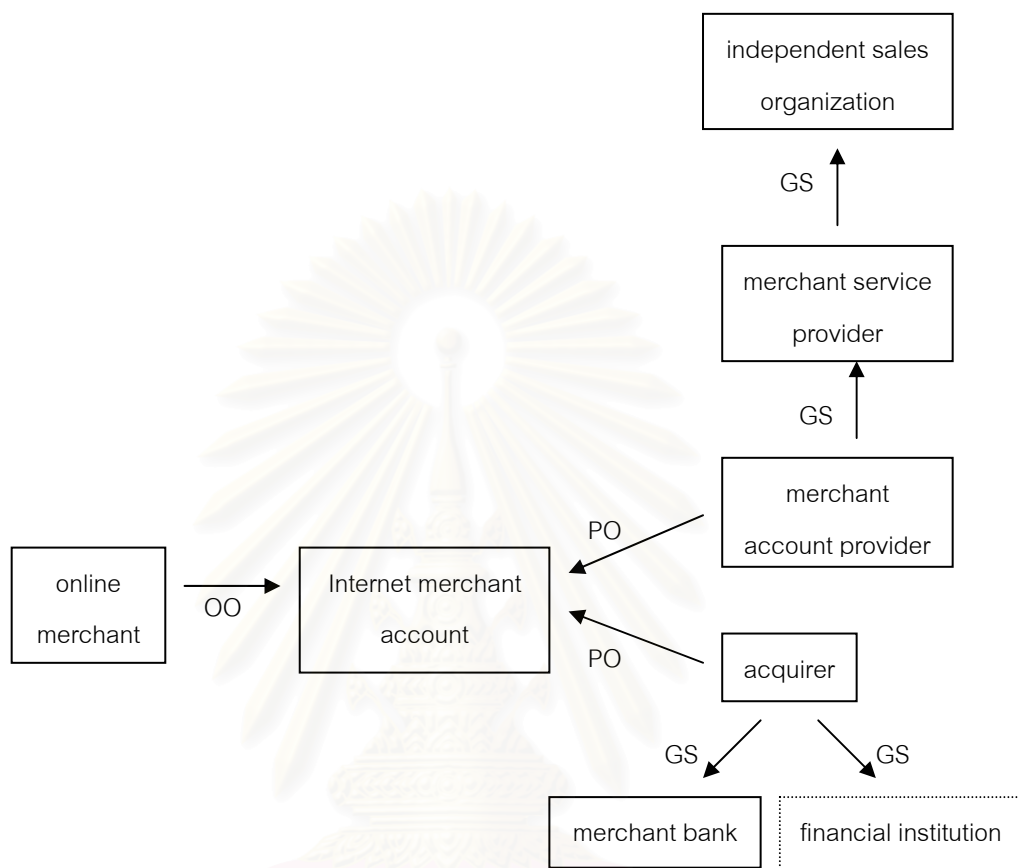


NW12

OO - Owner - Object

PO - Provider - Object

คำอธิบาย: ในส่วนของลูกค้า ผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าโดยใช้บัตรเครดิตจะต้องสมัครรับ credit card จาก issuing bank เสียก่อน



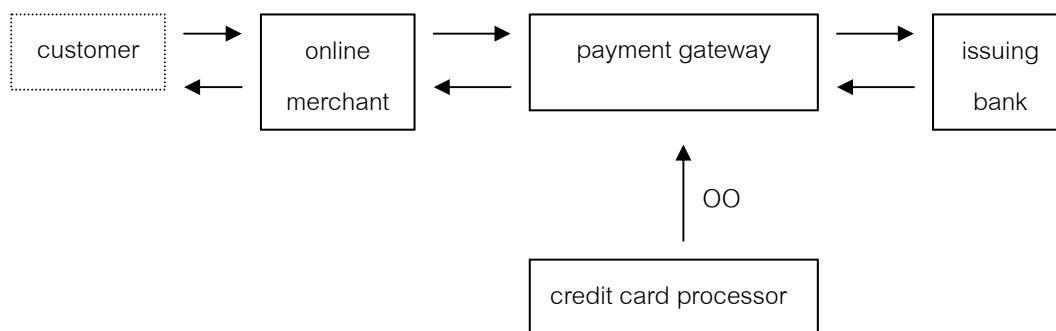
NW13

OO = Owner - Object

PO = Provider - Object

GS = Generic - Specific

คำอธิบาย: ในส่วนของ online merchant จะต้องขอ Internet merchant account เพื่อให้สามารถรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ตได้ โดยขอจาก acquirer ซึ่งอาจเป็น merchant bank หรือสถาบันการเงินอื่นๆ หรือขอจาก merchant account provider ซึ่งเป็น merchant service provider หรือจาก independent sales organization ซึ่งเป็น merchant service provider แบบหนึ่งก็ได้



flow chart 1

OO = Owner - Object

คำอธิบาย: แผนผังลำดับงานแสดงทิศทางการส่งข้อมูลบัตรเครดิตเมื่อลูกค้าตัดสินใจชำระค่าสินค้าทางอินเทอร์เน็ตด้วยบัตรเครดิต โดยมี payment gateway ของ credit card processor เป็นตัวเชื่อมระหว่าง online merchant และ issuing bank

ER102	Eng: credit card (EB01.txt)	Th: บัตรเครดิต (THR32)	Abbr: -
Concept: credit card		Grammatical Category: n	
<p>Feature: วิธีชำระเงินที่เป็นที่นิยมที่สุดในการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่ต้องการรับชำระเงินด้วยวิธีนี้จะต้องขอ Internet merchant account จาก acquirer แล้วเลือก processor ที่จะดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิต เมื่อลูกค้าใส่ข้อมูลบัตรเครดิตในแบบฟอร์มของ online store ข้อมูลนั้นจะถูกส่งไปยัง processor ผ่าน payment gateway ซึ่ง processor จะตรวจสอบกับ issuing bank ว่าข้อมูลบัตรเครดิตนั้นถูกต้องและใช้ได้หรือไม่จากนั้นจะส่งข้อมูลกลับไปยัง payment gateway ซึ่งจะส่งต่อไปยังหน้าแบบฟอร์มเพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบผลการชำระเงิน</p>			
<p>Conceptual Relation: ดู NW11, 12, 13 และ flow chart1</p>			
<p>Extraction: 1. <u>Credit cards</u> are the most popular payment method for cyberspace consumer shopping today. (EB04.txt)</p> <p>2. To accept <u>credit cards</u> on your web site, you will need an Internet merchant account with a bank (known in e-commerce language as an "acquirer"). (EB03.txt)</p> <p>3. Once a merchant account and third party processor have been selected and established, an online merchant can begin to accept <u>credit card payments</u>... These processors send a secure message to the bank that issued the card ("issuing bank") to the consumer/buyer (for example First National, MBNA, Fleet, etc.). The issuing bank verifies that sufficient credit is available on the consumer's card, that the account is active, and tries to detect (through a complex set of algorithms) potential fraudulent use of the card. (E030.txt)</p> <p>4. Shopper submits her order in the secure Order Form of your online store. Online Store transmits the <u>credit card</u> information securely, using the Payment Gateway to the Processor. The Processor then checks against lists to make sure the card isn't overdrafted or on a list of cards reported</p>			

stolen...Payment Gateway carries the information from both the Processor and Fraud Check to the Online Store's order form, informing the Shopper that the order has been completed, or that the charge did not go through. (E077.txt)

ER103	Eng: issuing bank (EB04.txt)	Th: ธนาคารผู้ออกบัตร (THR31)	Abbr: -
Concept: issuing bank		Grammatical Category: n	
Feature: ธนาคารที่เป็นผู้ออกบัตรเครดิต			
Conceptual Relation: ดู NW12 และ flow chart1			
Extraction: 1. These processors send a secure message to the bank that issued the card (" <u>issuing bank</u> ") to the consumer/buyer (for example First National, MBNA, Fleet, etc.). (E030.txt)			
2. The amount is transferred from issuer to brand. The same amount is ducted from the cardholder's account in the <u>issuing bank</u> . (EB04.txt)			

ER104	Eng: Internet merchant account (EB03.txt)/ Internet Merchant Account (E044.txt)	Th: -	Abbr: IM
Concept: Internet merchant account		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่งที่คุณจำเป็นต้องขอเพื่อที่จะสามารถรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ตได้			
Additional Feature: ร้านค้าที่ต้องการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องขอเลขที่ร้านค้าจากธนาคารที่เปิดให้บริการนี้ เพื่อใช้ในการอ้างอิงเพื่อการทำธุรกรรมระหว่างธนาคารกับร้านค้า (มณฑล พจน์พัฒนา)			
Conceptual Relation: ดู NW13			
Extraction: 1. An <u>Internet merchant account</u> is designed to allow you to process Internet credit card transactions through a credit card processing network. (EB03.txt)			
2. The first problem is that the seller can't use any old bank account, it must be a Merchant Account - in fact a particular type of merchant account called an <u>Internet Merchant Account</u> . (E124.txt)			
3. Ensure that your bank accepts <u>Internet merchant accounts</u> and has credit card processors that can connect to FDC, Paymentech or CyberCash. (E109.txt)			

ER105	Eng: merchant account (EB03.txt)/ Merchant Account (E067.txt)	Th: บัญชีสมาชิกร้านค้า (THR39)	Abbr: -
Concept: Internet merchant account		Grammatical Category: n	
Feature: บัญชีที่ merchant ทำขึ้นกับ merchant bank เป็นความสัมพันธ์ทางการธนาคารเพื่อที่จะสามารถรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต			
Conceptual Relation: ดู NW13			
Extraction: 1. Before being able to accept credit card transactions, a merchant will need to set up an			

<p>account with a merchant bank. A <u>merchant account</u> is an industry term for a banking relationship whereby you and a bank have arranged to accept credit card payments (usually, a local bank can suffice for this kind of relationship). (E030.txt)</p> <p>2. While there are many different payment methods, the most popular include accepting credit cards and in order to do so you'll need to set up a <u>merchant account</u>. (E041.txt)</p> <p>3. <u>Merchant Account</u> is an industry term meaning a banking relationship which allows a business to accept credit cards. (E067.txt)</p>

ER106	Eng: acquirer (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: acquirer		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ที่อนุมัติและดำเนินการธุรกรรมบัตรเครดิต หรืออาจเป็นบุคคลที่สามก็ได้			
Additional Feature: สถาบันการเงินหรือธนาคารที่ออกเลขที่ร้านค้าและจัดการรายการธุรกรรม (มณฑล พจนีพรวัฒนา)			
Conceptual Relation: ดู NW13			
Extraction: 1. An <u>acquirer</u> or some other designated third party is necessary in order to authorize and process the transaction. (EB01.txt)			
2. To solve this problem the WebALPS guardian at the server can trap the credit card and transaction information, and then inject it directly into the <u>acquirer's</u> system. (E145.txt)			

ER107	Eng: merchant bank (E030.txt)	Th: ธนาคารเจ้าของบัญชี (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ)	Abbr: -
Concept: merchant bank		Grammatical Category: n	
Feature: ธนาคารที่ merchant ขอเปิดบัญชีเพื่อรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และจะติดต่อกับ credit card processor ให้ดำเนินการบัตรเครดิตต่างๆ			
Additional Feature: ธนาคารที่ออกเลขที่ร้านค้า และจะดำเนินการทางการเงินต่างๆ ให้กับร้านค้ากรณีที่มีการทำธุรกรรมเกิดขึ้น (มณฑล พจนีพรวัฒนา)			
Conceptual Relation: ดู NW13			
Extraction: 1. Before being able to accept credit card transactions, a merchant will need to set up an account with a <u>merchant bank</u> . (E030.txt)			
2. The <u>Merchant Bank</u> then contracts with a Credit Card Processor to processes credit card sales, debiting credit cards and depositing money in merchant's accounts when a transaction "clears" or is completed. (E077.txt)			

ER108	Eng: acquiring bank (EB04.txt)	Th: ธนาคารที่ร้านค้าเปิดบัญชีไว้ (THR31)	Abbr: -
Concept: merchant bank		Grammatical Category: n	
Feature: ธนาคารของ merchant ซึ่งจะเปิดบัญชีบัตรเครดิตให้ และอนุญาตให้ทำธุรกรรมบัตรเครดิต acquiring bank จะเป็นผู้เรียกเก็บเงินจากผู้ประกอบการบัตรเครดิต ซึ่งจะเรียกเก็บเงินจากธนาคารที่เป็นผู้ออกบัตรอีกต่อหนึ่ง			
Conceptual Relation: ดู NW13			
Extraction: 1. The Merchant's Bank, sometimes called the <u>Acquiring Bank</u> , opens a Merchant Credit Card Account for the merchant, allowing deposits based on credit card transactions. (E077.txt) 2. The <u>acquiring bank</u> requests the brand to clear for the credit amount gets paid. Then the brand asks for clearance to the issuer bank. (EB04.txt)			

ER109	Eng: merchant account provider (E042.txt)	Th: -	Abbr: MAP
Concept: merchant account provider		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ให้บริการ merchant account ซึ่งจะหักค่าธรรมเนียมเมื่อโอนยอดขายจากบัตรเครดิตเข้าบัญชีของ merchant			
Additional Feature: เป็นคำที่ใช้กว้างๆ อาจหมายถึงผู้ให้บริการ merchant account เพียงอย่างเดียว ไม่มีบริการดำเนินการชำระเงิน หรือหมายถึงผู้ให้บริการทั้งสองประเภท (http://www.workz.com/content/1849.asp)			
Conceptual Relation: ดู NW13			
Extraction: 1. Once a relationship with a <u>merchant account provider</u> or acquiring financial institution is set up, the institution then deposits daily credit card sales into the merchant's account after deducting certain fees. (E041.txt) 2. Before shopping for a "merchant account provider" (MAP), take the time to determine which merchant account features and services you'll need. (E020.txt)			

ER110	Eng: merchant service provider (E041.txt)	Th: -	Abbr: MSP
Concept: merchant service provider		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ออก merchant account ซึ่งอาจจะเป็นธนาคารหรือ independent service organization ก็ได้			
Additional Feature: ธนาคาร, องค์การการขายอิสระ หรือบริษัทอื่นๆ ที่ให้บริการดำเนินการธุรกรรมทางการเงินซึ่งโดยปกติคือยอดขายจากบัตรเครดิต หลายแห่งจะออก merchant account แต่บางแห่งผู้ประกอบการต้องมี merchant account อยู่ก่อนจึงจะดำเนินการธุรกรรมให้ (http://www.merchantworkz.com/glossary.asp)			
Conceptual Relation: ดู NW13			
Extraction: 1. Merchant accounts are accounts that accept and hold credit card transaction monies.			

These accounts can be established through merchant service providers (MSPs) such as banks or via independent service organizations (ISOs). (E041.txt)

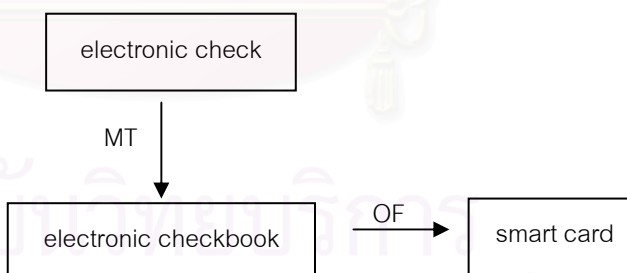
ER111	Eng: independent sales organization (E077.txt)	Th: -	Abbr: ISO
Concept: independent sales organization		Grammatical Category: n	
Feature: ตัวกลางระหว่าง merchant กับ merchant bank และเป็นผู้ออก merchant account ให้ร้านค้าโดยจะคิดค่าธรรมเนียม			
Additional Feature: บริษัทหรือองค์กรที่ให้บริการดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิตออนไลน์ เพื่อแลกกับค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมหรืออัตราร้อยละของยอดขาย (http://www.merchantworkz.com/glossary.asp)			
Conceptual Relation: ดู NW13			
Extraction: <u>Independent Sales Organizations (ISOs)</u> that "sell" Merchant Accounts place you with a Merchant Bank -- for a fee. (E077.txt)			

ER112	Eng: credit card processor (E077.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: credit card processor		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิตในทุกขั้นตอนจนกระทั่งโอนเงินเข้าบัญชีของ merchant			
Additional Feature: ผู้ที่จัดการรายละเอียดต่างๆ ในการดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิตระหว่างผู้ประกอบการธนาคารผู้ออกบัตร และผู้ให้บริการบัญชีผู้ประกอบการ (http://www.merchantworkz.com/glossary.asp)			
Conceptual Relation: ดู flow chart1			
Extraction: 1. The Merchant Bank then contracts with a <u>Credit Card Processor</u> to processes credit card sales, debiting credit cards and depositing money in merchant's accounts when a transaction "clears" or is completed. (E077.txt)			
2. Most <u>credit card processors</u> will now connect you directly to their bank's computer with a processing terminal. This allows them to authorize your transactions in seconds, and then deposit the funds in your bank account where you have access to it in a couple of days. (E094.txt)			

ER113	Eng: payment gateway (E01.txt)	Th: ระบบการชำระเงินแบบออนไลน์ (THR43)	Abbr: -
Concept: payment gateway		Grammatical Category: n	
Feature: ตัวเชื่อมระหว่างเว็บไซต์ที่ทำ electronic commerce และ credit card processor โดยจะส่งผ่านข้อมูลบัตรเครดิตอย่างปลอดภัยไปยัง credit card processor แล้วส่งคำตอบให้ผู้ซื้อทราบว่าธุรกรรมนั้นเสร็จสมบูรณ์หรือไม่			
Additional Feature: ระบบการเงินออนไลน์ที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารผู้ให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าของร้านค้าสามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือบริการได้ (มณฑล พจนานุกรม)			

Conceptual Relation: ดู flow chart1
Extraction: 1. <u>Payment Gateway</u> . In order to get real-time credit card authorization, you need a bridge between your e-commerce website and the credit card processor that will relay the credit card information securely to the processor and then tell the shopper that her transaction has been completed (or her credit card transaction didn't go through). (E077.txt)
2. The role of <u>payment gateway</u> is to connect the Internet and proprietary networks of bank. (EB04.txt)

ER114	Eng: debit card (EB01.txt)	Th: บัตรเดบิต (THR03)	Abbr: -
Concept: debit card		Grammatical Category: n	
Feature: บัตรที่ใช้ชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตแบบทันที โดยใช้จ่ายได้ไม่เกินจำนวนเงินที่มีในบัญชีธนาคาร เงินที่ชำระนั้นจะถูกโอนจากธนาคารของลูกค้าไปยังธนาคารของ merchant และ merchant ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม			
Conceptual Relation: ดู NW11			
Extraction: 1. A <u>debit card</u> , also known as a check card, is a card that authorizes the EFT. While a credit card is a way to pay later, a <u>debit card</u> is a way to pay now. When you use a <u>debit card</u> , the amount is immediately deducted from your checking or savings account. The <u>debit card</u> allows you to spend only what is in your bank account. (EB04.txt)			
2. When a customer uses a <u>debit card</u> , however, no fee is charged to the merchant. (EB04.txt)			



NW14

MT - Method - Tool

OF - Object - Form

คำอธิบาย: การชำระเงินด้วย electronic check จะต้องใช้ electronic checkbook ซึ่งอยู่ในรูป smart card

ER115	Eng: e-check (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic check		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตที่ต้องใช้ electronic checkbook เพื่อลงชื่อและรับรองเช็ค และใช้			

อีเมลในการส่งเช็คคืนให้อีกฝ่ายหนึ่ง
Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW14
Extraction: 1. <u>E-check</u> requires its users to possess a SmartCard electronic checkbook that signs checks intended for others and endorses checks that are received prior to deposit into the recipient's account... When a check is received via e-mail, the receiver uses cryptography to test the data's integrity before they endorse it (with the digital keys on the SmartCard) and deposit it in their bank. (E037.txt) 2. The security features in <u>e-check</u> systems are encryption, digital signature, and certificates. Thus, the security schemes for <u>e-checks</u> are basically the same as those in SET. (EB04.txt)

ER116	Eng: electronic check (EB01.txt)	Th: เช็คอิเล็กทรอนิกส์ (THR13)	Abbr: -
Concept: electronic check		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตวิธีหนึ่ง เมื่อลูกค้าส่งเช็คให้ merchant จะตรวจสอบความถูกต้อง เช่น หมายเลขบัญชีธนาคาร ข้อมูลเช็ค digital signature แล้วจึงนำฝากเช็ค			
Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW14			
Extraction: 1. Another mechanism for Internet payments is the <u>electronic check</u> . With <u>electronic checks</u> , the payor (either an individual consumer or a business) instructs its financial institution to pay a specific amount to another party, the payee. (EB01.txt) 2. In an <u>electronic check</u> transaction, a consumer presents a merchant with a check. The merchant runs the check through an electronic reader, capturing the bank account number and routing information on the check, as well as the check serial number. The merchant then uses the check information to initiate an ACH transfer. (E026.txt)			

ER117	Eng: electronic checkbook (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic checkbook		Grammatical Category: n	
Feature: อุปกรณ์ที่ใช้ตรวจสอบและเซ็นหรือรับรอง electronic check ก่อนที่จะฝากเข้าบัญชีของผู้รับ			
Additional Feature: อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินที่มีเครื่องมือเข้ารหัส กุญแจคู่สาธารณะและส่วนตัว ใบรับรอง โปรแกรมสำหรับปลดล็อกซอฟต์แวร์ และโปรแกรมสำหรับทำงานอื่นๆ โดยอยู่ในสมาร์ตการ์ด (http://echeck.commerce.net/library/glossary.html)			
Conceptual Relation: ดู NW14			
Extraction: 1. E-check requires its users to possess a SmartCard <u>electronic checkbook</u> that signs checks intended for others and endorses checks that are received prior to deposit into the recipient's account. (E037.txt) 2. Since the <u>electronic checkbook</u> autonomously validate the authorization of check issuance, SafeCheck can prevent the ill-intentioned default-risky check issuance. (EB04.txt)			

ER118	Eng: smart card (EB01.txt)	Th: สมาร์ทการ์ด (THR02), บัตรอัจฉริยะ (THR20), บัตรสมาร์ท (THR34), บัตรเก่ง (THR35)	Abbr: -
Concept: smart card		Grammatical Category: n	
Feature: บัตรพลาสติกใบเล็กๆ ที่มีลักษณะเหมือนบัตรเครดิตแต่ไม่มีโครโพรเซสเซอร์ฝังอยู่ ซึ่งต้องใช้อุปกรณ์ในการอ่าน และมูลค่าเงินในบัตรสามารถลดลงและเติมใหม่ได้			
Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW14			
<p>Extraction: 1. A <u>smart card</u> is a small plastic card that looks similar to a credit card, but it contains a microprocessor and storage unit... <u>Smart cards</u> need to be inserted into a reader, which may be a PCMCIA slot, a device that fits into a floppy drive, or an external device that plugs into a serial port. (EB01.txt)</p> <p>2. The current generation of <u>smart cards</u> includes IC chips with programmable functions. The value of money can then be depleted and recharged. (EB04.txt)</p>			

ER119	Eng: electronic wallet (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic wallet		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีชำระเงินประเภทหนึ่งที่จะเก็บข้อมูลบัตรเครดิตของผู้ใช้ไว้บนฮาร์ดไดรฟ์ และจะส่งข้อมูลนี้ไปยัง online store เมื่อมีการชำระเงิน โดยข้อมูลนั้นจะถูกเข้ารหัส			
Additional Feature: ซอฟต์แวร์สำหรับวิธีชำระเงินรูปแบบใหม่ที่คล้ายการใช้กระเป๋าเงินจริงๆ โดยจะทำการอ้างอิงข้อมูลบัญชีการเงินที่มีอยู่ เพื่อให้การทำธุรกรรมดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัยขึ้น (มณฑล พจนานุกรมพัฒนา)			
Conceptual Relation: ดู NW11			
<p>Extraction: 1. <u>Electronic wallet</u>: This is a payment scheme, such as CyberCash's Internet Wallet, that stores your credit card numbers on your hard drive in an encrypted form. You can then make purchases at Web sites that support that particular <u>electronic wallet</u>. When you go to a participating online store, you click a Pay button to initiate a credit card payment via a secure transaction enabled by the <u>electronic wallet</u> company's server. (E100.txt)</p> <p>2. First, your customer fills out a form on your web page or activates an <u>electronic wallet</u> that holds his/her credit card information. This information is transmitted to you (via a secure or insecure transmission) and then forwarded (automatically) to the third party processor (or "acquiring bank"). (E030.txt)</p>			

ER120	Eng: e-wallet (E025.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic wallet		Grammatical Category: n	

Feature: วิธีชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตประเภทหนึ่งที่ใช้ระบบ SET ในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล
Conceptual Relation: ดู NW11
Extraction: 1. " <u>E-wallets</u> are going absolutely nowhere right now," said Van Dyke. "The challenge with wallets is that in order for a company like Microsoft to make them work, they had to sign up all the merchants first and then all the consumers, and they could never do that successfully. Plus, they tried to extract too much of a fee." (E025.txt) 2. As it turned out, getting the bloated SET-compliant <u>e-wallets</u> into the hands and browsers of cardholders was no trivial problem to solve, and is for the most part, still unsolved. (E042.txt)

ER121	Eng: digital wallet (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic wallet		Grammatical Category: n	
Feature: ซอฟต์แวร์ที่เก็บ certificate ของลูกค้าไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์หรือบัตร IC เรียกอีกอย่างว่า electronic wallet และดำเนินการผ่านระบบ SET			
Conceptual Relation: ดู NW11			
Extraction: 1. To keep the consumer's certificate in his or her personal computer or IC card, software called the electronic wallet, or <u>digital wallet</u> , is necessary. (EB04.txt) 2. However, SET did not propagate as fast as most people expected because of its complexity, slow response time, and the need to install the <u>digital wallet</u> in the customer's computer. (EB04.txt)			

ER122	Eng: financial EDI (EB01.txt)	Th: ระบบโอนเงิน EDI (THR39)	Abbr: -
Concept: financial electronic data interchange		Grammatical Category: n	
Feature: ระบบที่ใช้ในการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินหรือเอกสารทางการเงินระหว่างคู่ค้า			
Conceptual Relation: ดู NW11			
Extraction: 1. The Bankers EDI Council defines <u>financial EDI</u> as: the electronic exchange of payments, payment-related information or -financially related documents in standard formats between business partners. (EB01.txt) 2. The EFT using <u>financial EDI</u> on the Internet is the most popular method business uses. (EB04.txt)			

ER123	Eng: financial electronic data interchange (E101.txt)	Th: -	Abbr: F-EDI
Concept: financial electronic data interchange		Grammatical Category: n	
Feature: การแลกเปลี่ยนเงิน ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน หรือเอกสารทางการเงินระหว่างคู่ค้าอย่างปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบมาตรฐาน			

<p>Additional Feature: ระบบชำระเงินที่เป็นมาตรฐานอีกแบบหนึ่ง ซึ่งจะช่วยจัดการในเรื่องการชำระเงิน และเอกสารที่ใช้ติดต่อกันระหว่างคู่ค้าและธนาคาร ให้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น (มณฑล พจนัพร วัฒนา)</p>
<p>Conceptual Relation: ดู NW11</p>
<p>Extraction: 1. <u>financial electronic data interchange (F-EDI)</u> F-EDI involves the transmission of payment transaction data, and associated remittance advice data, from a payee to their bank, for onforwarding (via banks and/or value-added network operators) to the payee's bank and the payee;... (E101.txt)</p> <p>2. Bank of America and Lawrence Livermore National Laboratory, in a pilot program to test <u>financial electronic data interchange (EDI)</u>, determined that it is viable to transmit sensitive information securely and reliably over the Internet. (E157.txt)</p>



GS = Generic - Specific

คำอธิบาย: online banking คือ electronic banking ประเภทหนึ่ง

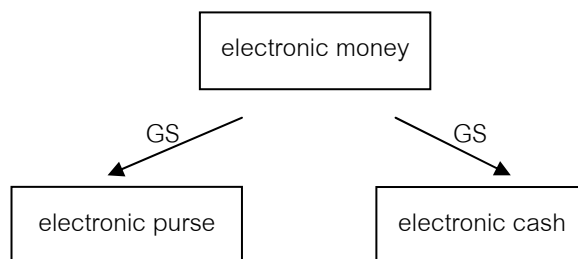
ER124	Eng: online banking (EB04.txt)/ on-line banking (E138.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online banking		Grammatical Category: n	
<p>Feature: การให้บริการของธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น การตรวจสอบยอดคงเหลือในบัญชี การชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ หรือการซื้อกองทุนรวม</p>			
<p>Additional Feature: บริการรูปแบบใหม่ของธนาคาร เพื่อให้ธนาคารสามารถให้บริการลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยลูกค้าเพียงแต่เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็จะสามารถใช้บริการได้ทันทีทั่วโลก (มณฑล พจนัพรวัฒนา)</p>			
<p>Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW15</p>			
<p>Extraction: 1. More recently, banks have introduced <u>online banking</u>. Users require a PC, modem, secure browser (e.g. the latest version of Microsoft Internet Explorer or Netscape Navigator), a dial-up Internet account, and proprietary banking software. With <u>online banking</u>, users have the ability to access their personal bank accounts, transfer funds, pay bills, and monitor investments. (E106.txt)</p> <p>2. One of the first examples of personalized e-commerce was <u>on-line banking</u>. Not only could consumers check account balances, pay bills and obtain information, they could also purchase mutual funds, RRSPs and apply for loans. (E165.txt)</p>			

ER125	Eng: electronic banking (EB01.txt)	Th: ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (THR03), การธนาคารระบบอิเล็กทรอนิกส์ (THR36), อิเล็กทรอนิกส์แบงกิ้ง (THR42), ธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (THR54)	Abbr: -
Concept: electronic banking		Grammatical Category: n	
Feature: บริการของธนาคารที่ให้บริการชำระหนี้ไปจนถึงการกู้ยืมด้วยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ และสามารถให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้			
Additional Feature: การใช้บริการของธนาคารผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ เช่น คี้ออส (มณฑลพจนัฒนา)			
Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW15			
Extraction: 1. <u>Electronic banking</u> has capabilities ranging from paying bills to securing a loan electronically. It started with the use of proprietary software and private networks but was not particularly popular until the emergence of the Web. (EB04.txt) 2. Some of the methods would link existing <u>electronic banking</u> and payment systems, including credit and debit card networks, with new retail interfaces via the Internet. (E098.txt)			
ER126	Eng: home banking (EB04.txt)	Th: การให้บริการธนาคารทางคอมพิวเตอร์ (THR53)	Abbr: -
Concept: online banking		Grammatical Category: n	
Feature: การให้บริการของธนาคารที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดเงินในบัญชีและโอนเงินระหว่างบัญชีที่เชื่อมถึงกันผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์จากที่บ้านหรือที่ทำงาน			
Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW15			
Extraction: 1. The services offered by Bank Online are: <u>Home Banking</u> : allows customer to check account balances and transfer funds between linked accounts. (EB04.txt) 2. 'home banking' This term is used for a variety of related methods whereby a payer uses an electronic device in the home or workplace to initiate payment to a payee. (E101.txt)			
ER127	Eng: cyberbanking (EB04.txt)	Th: ไชเบอร์แบงกิ้ง (THR42)	Abbr: -
Concept: online banking		Grammatical Category: n	
Feature: การบริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถใช้บริการจากที่บ้านได้			

Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW15
Extraction: 1. Wells Fargo's declared competitive strategy is <u>cyberbanking</u> . They plan to move millions of customers to the Internet and close hundreds of branches. (EB04.txt)
2. <u>Cyberbanking</u> and its benefits. Branch banking is on the decline due to the less expensive, more convenient online banking. The world is moving toward online banking; today most routine services are done from home. (EB04.txt)

ER128	Eng: Internet banking (EB02.txt)	Th: อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง (THR42)	Abbr: -
Concept: online banking		Grammatical Category: n	
Feature: ธนาคารที่ให้บริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (TH034.txt)			
Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW15			
Extraction: Once cash machines, telephone, and <u>Internet banking</u> , and easy access to credit remove the need for a sturdy building housing a safe, bank branches change their functions. (EB02.txt)			

ER129	Eng: micropayment (EB02.txt)/ micro-payment (EB03.txt)	Th: การชำระเงินขนาดเล็ก (THR33)	Abbr: -
Concept: micropayment		Grammatical Category: n	
Feature: การชำระเงินมูลค่าน้อยเช่นไม่เกิน 10 ดอลลาร์ มักจะเป็นค่าใช้จ่ายในการดาวน์โหลดเกม รูป หรือ ข้อมูล			
Conceptual Relation: ดู NW11			
Extraction: 1. This means that there is no way to sell such small items unless a more economical payment method is developed. This is why the so-called <u>micropayment</u> method is necessary. (EB04.txt)			
2. Transactions in amounts between 25 cents and \$10, typically made in order to download or access graphics, games, and information, are known as <u>micropayments</u> . (E100.txt)			
3. Whereas credit cards are fine for significant purchases, they are not efficient for a purchase of only a few pence (a <u>micro-payment</u>). (E138.txt)			



NW16

GS - Generic - Specific

คำอธิบาย: electronic money มีสองประเภทคือ electronic purse และ electronic cash

ER130	Eng: digital money (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic money		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่งทีสร้างขึ้นมาเพื่อใช้แทนเงินปกติได้อย่างสะดวก ใช้เรียก e-cash และรูปแบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แบบต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต			
Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW16			
Extraction: 1. <u>Digital money</u> : This is a grab-bag term for the various e-cash and electronic payment schemes on the Internet. (E100.txt)			
2. In the short run, <u>digital money</u> is just a convenient form of existing money since digital money is created against existing money. (E099.txt)			

ER131	Eng: electronic money (EB04.txt)	Th: เงินอิเล็กทรอนิกส์ (THR09), เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (THR13)	Abbr: -
Concept: electronic money		Grammatical Category: n	
Feature: electronic money บนอินเทอร์เน็ตคล้ายกับการใช้เงินกระดาษหรือเหรียญ อาจอยู่ในรูปของบัตรหรือเทคโนโลยีอื่นๆ ได้			
Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW16			
Extraction: 1. <u>Electronic money</u> is analogous to paper money or coins. The pioneer of <u>electronic money</u> on the Internet was DigiCash (DigiCash 1999). (EB04.txt)			
2. <u>Electronic money</u> , based on stored-value, smart card, or other technologies, is also under development. (E098.txt)			

ER132	Eng: e-money (E137.txt)	Th: เงินอิเล็กทรอนิกส์ (THR18)	Abbr: -
Concept: electronic money		Grammatical Category: n	
Feature: ค่าเงินที่เก็บอยู่บนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (เช่นชิปหรือหน่วยความจำของคอมพิวเตอร์) ซึ่งยอมรับโดย			

ผู้รับผิดชอบต่างๆ ที่ไม่ใช่ผู้จ่าย และมีวัตถุประสงค์สำหรับชำระเงินจำนวนจำกัด (http://www.it-director.com/article.php?articleid=2320)
Conceptual Relation: ดู NW11 และ NW16
Extraction: In a consumer environment it's a relatively simple matter of accepting credit card numbers and passing them on to a processor, and possibly interfacing with an <u>e-money</u> or wallet vendor. (E137.txt)

ER133	Eng: electronic purse (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic purse		Grammatical Category: n	
Feature: ค่าเงินที่โหลดเข้าไปไว้ในไมโครโพรเซสเซอร์ของ smart card ซึ่งลูกค้าสามารถนำมาซื้อสินค้าได้และเติมเงินได้			
Conceptual Relation: ดู NW16			
<div style="text-align: center;"> <pre> graph LR A[electronic purse] -- OF --> B[smart card] style A stroke:#333,stroke-width:1px style B stroke:#333,stroke-width:1px </pre> </div> <p>OF = Object - Form</p> <p>คำอธิบาย: electronic purse มักอยู่ในรูป smart card</p>			
Extraction: 1. The term <u>electronic purse</u> is used to refer to monetary value that is loaded onto the smart card's microprocessor and that can be used by consumers for purchases. (EB01.txt)			
2. There are systems being developed which operate like an <u>electronic purse</u> which can be recharged using traditional payment mechanisms. (E138.txt)			

ER134	Eng: e-purse (E042.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic purse		Grammatical Category: n	
Feature: ระบบการชำระเงินที่ใช้ smart card			
Conceptual Relation: ดู NW16 และ NW17			
Extraction: 1. As we continue the series on alternative payment systems, we now turn the attention to SmartCard-based systems like <u>e-purses</u> (e.g. MONDEX, Visa Cash, etc.) and credit and debit card applications such as the Europay, Mastercard, and Visa (EMV) standard. (E045.txt)			
2. In collaboration with Alexis, I'll be reviewing some of these emerging e-payment options, especially as they relate to SmartCards and other strongly authenticated mechanisms, including Secure Electronic Transactions (SET), EuroPay, Mastercard, Visa (EMV) applications, and <u>e-purse</u> applications like MONDEX. (E042.txt)			

ER135	Eng: electronic cash (EB01.txt)	Th: เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (THR25)	Abbr: -
Concept: electronic cash		Grammatical Category: n	
Feature: มูลค่าที่เก็บไว้รูปแบบหนึ่ง ผู้ใช้สามารถชำระค่าสินค้าหรือบริการด้วยการโอนตัวเลขจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่ง โดยที่ตัวเลขซึ่งใช้แทนเงินสดนี้ออกให้โดยธนาคาร ใช้สำหรับ micropayment เรียกอีกอย่างว่า digital cash หรือ e-cash			
Conceptual Relation: ดู NW16			
Extraction: 1. Digital or <u>electronic cash</u> : Also called e-cash, these terms refer to any of several schemes that allow a person to pay for goods or services by transmitting a number from one computer to another. The numbers, just like those on a dollar bill, are issued by a bank and represent specified sums of real money. (E100.txt)			
2. <u>Electronic cash</u> is a form of stored value that is easily exchangeable in an electronic format and is tamper-resistant. (EB01.txt)			
3. This means that there is no way to sell such small items unless a more economical payment method is developed. This is why the so-called micropayment method is necessary. <u>Electronic cash</u> can be an answer to this problem. (EB04.txt)			

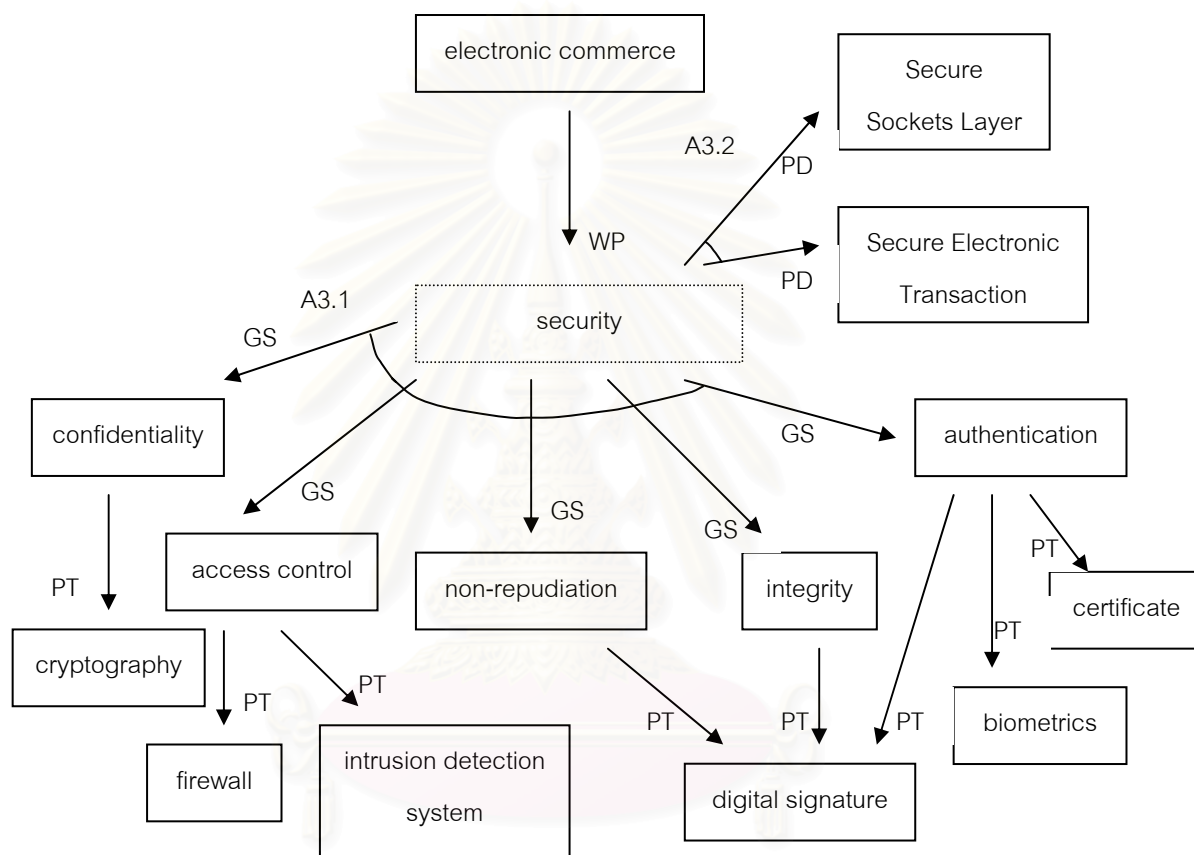
ER136	Eng: e-cash (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: electronic cash		Grammatical Category: n	
Feature: ใช้สำหรับชำระเงินจำนวนน้อย โดยผู้ซื้อต้องเปิดบัญชีกับธนาคารและใช้ซอฟต์แวร์ที่เหมาะสม			
Conceptual Relation: ดู NW16			
Extraction: 1. <u>E-Cash</u> Works more like a withdrawal from an ATM than a credit-card transaction. To use, consumers must open an account with the bank and obtain the appropriate software. (E139.txt)			
2. A major benefit of using <u>e-cash</u> is that highs for small payments (micropayment) are avoided. (EB04.txt)			

ER137	Eng: digital cash (EB02.txt)	Th: เงินสดดิจิทัล (THR55)	Abbr: -
Concept: electronic cash		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีชำระเงินบนอินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมสำหรับการทำธุรกรรมมูลค่าน้อยๆ เมื่อลูกค้าชำระเงินด้วย digital cash เงินจำนวนนั้นจะถูกโอนจากบัญชีของลูกค้าไปยังบัญชีของ merchant การชำระเงินด้วยวิธีนี้เหมือนเป็นการชำระด้วยเงินสดจริงๆ เนื่องจากไม่มีการระบุชื่อเจ้าของเงิน และสามารถนำมาใช้ใหม่ได้			
Conceptual Relation: ดู NW16			
Extraction: 1. <u>Digital cash</u> is the most promising alternative to credit card payments on the Internet, especially for micro-payment transactions...When the customer pays with <u>digital cash</u> , the paid			

amount is transferred from the customer's escrow account to the merchant. (E140.txt)

2. One of the key features of digital cash is that it's anonymous and reusable, just like real cash. (E100.txt)

A3 ความสัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบด้านการรักษาความปลอดภัย



NW18

A3.1 - ความสัมพันธ์แบ่งตามรูปแบบ

A3.2 - ความสัมพันธ์แบ่งตามมาตรฐาน

WP = Whole - Part

PD = Process - Standard

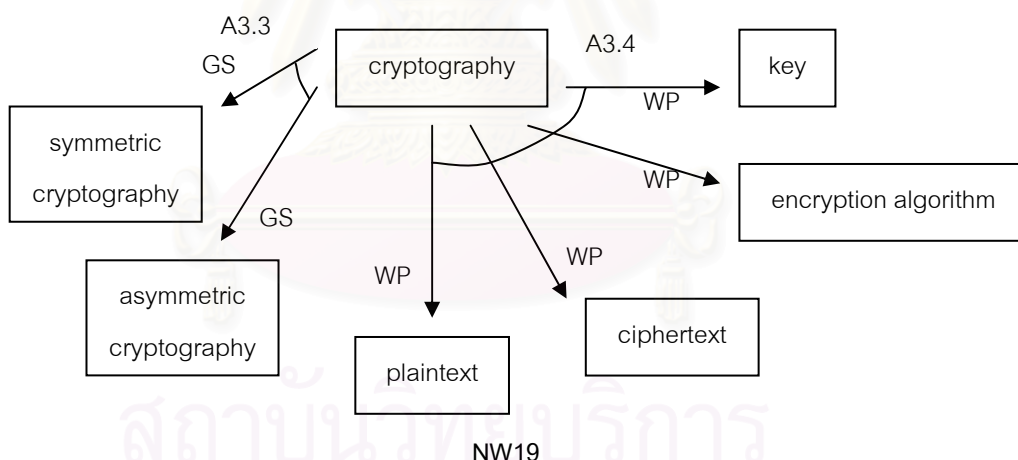
GS = Generic - Specific

PT = Process - Tool

คำอธิบาย: การรักษาความปลอดภัยเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งของ electronic commerce แบ่งออกได้หลายลักษณะดังนี้ confidentiality, access control, non-repudiation, integrity และ authentication การรักษาความปลอดภัยต่างๆ เหล่านี้ต้องอาศัยเครื่องมือที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้แก่ cryptography ซึ่งจะทำ

ให้เกิด confidentiality ส่วน firewal และ intrusion detection system ตรวจสอบในเรื่อง access control ในขณะที่ digital signature เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับ non-repudiation, integrity และ authentication นอกจากนี้ยังมีเครื่องมืออีกสองอย่างสำหรับ authentication คือ biometrics และ certificate และมาตรฐานที่ใช้เพื่อรักษาความปลอดภัยมีสองชนิดคือ Secure Sockets Layer และ Secure Electronic Transaction

ER138	Eng: confidentiality (EB01.txt)	Th: การรักษาความลับ (THR02), การรักษาความลับของข้อมูล (THR10)	Abbr: -
Concept: confidentiality		Grammatical Category: n	
Feature: การป้องกันไม่ให้ผู้อื่นอ่านเนื้อหาของข้อความได้ด้วย cryptography เพื่อทำให้เกิด confidentiality			
Conceptual Relation: ดู NW18			
<p>Extraction: 1. One way to ensure the <u>confidentiality</u> and privacy of messages is to make sure that even if they fall into the wrong hands they cannot be read. This is where cryptography comes into play. (EB04.txt)</p> <p>2. Techniques such as digesting, digital signatures, and encryption are available to maintain integrity, authenticity, and <u>confidentiality</u>, respectively. (EB01.txt)</p>			



A3.3 - ความสัมพันธ์แบ่งตามประเภท

A3.4 - ความสัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบ

GS = Generic - Specific

WP = Whole - Part

คำอธิบาย: cryptography แบ่งออกได้เป็นสองประเภทคือ symmetric cryptography และ asymmetric cryptography ในแง่ขององค์ประกอบ cryptography ประกอบด้วย plaintext, ciphertext, encryption algorithm และ key

ER139	Eng: cryptography (EB01.txt)	Th: วิทยาการเข้ารหัสลับ (THR02), การรหัส (THR10), วิทยาการเข้ารหัสลับ (THR35), การเข้ารหัส (THR54)	Abbr: -
Concept: cryptography		Grammatical Category: n	
<p>Feature: วิธีการเข้ารหัสทางคณิตศาสตร์ที่ใช้เพื่อส่งข้อความไปในรูปแบบที่ไม่สามารถอ่านได้เพื่อรักษา confidentiality ของข้อมูล แบ่งได้เป็นสองประเภทคือ symmetric cryptography และ asymmetric cryptography ประกอบด้วยสี่ส่วนพื้นฐานคือ plaintext, ciphertext, encryption algorithm และ key</p>			
Conceptual Relation: ดู NW18 และ NW19			
<p>Extraction: 1. <u>Cryptography</u> is a method of mathematical encoding used to transform messages into an unreadable format in an effort to maintain confidentiality of data. (EB01.txt)</p> <p>2. Two types of cryptographic mechanisms can be used to provide an encryption capability: <u>symmetric cryptography</u> where entities share a common secret key; and public key cryptography (also known as <u>asymmetric cryptography</u>) where each communicating entity has a unique key pair (a public key and a private key).</p> <p>3. Regardless of the level of sophistication, all <u>cryptography</u> has four basic parts:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plaintext --the original message in human-readable form. 2. Ciphertext --the plaintext message after it has been encrypted into unreadable form. 3. Encryption algorithm--the mathematical formula used to encrypt the plaintext into ciphertext and vice versa. 4. Key--the secret key used to encrypt and decrypt a message. Different keys produce different ciphertext when used with the same algorithm. (EB04.txt) 			

ER140	Eng: symmetric cryptography (EB01.txt)	Th: การเข้ารหัสแบบสมมาตร (THR54)	Abbr: -
Concept: symmetric cryptography		Grammatical Category: n	
<p>Feature: วิธีทาง cryptography แบบหนึ่งซึ่งทั้งสองฝ่ายใช้ secret key เดียวกันร่วมกันในการเข้าและถอดรหัส โดยไม่เปิดเผยให้ผู้อื่นรู้</p>			
Conceptual Relation: ดู NW19			
<p>Extraction: 1. Two types of cryptographic mechanisms can be used to provide an encryption capability: <u>symmetric cryptography</u> where entities share a common secret key; and public key cryptography (also known as asymmetric cryptography) where each communicating entity has a unique key pair (a public key and a private key). For <u>symmetric cryptography</u>, the key used to encrypt and decrypt a message must be kept a secret. (EB01.txt)</p>			

2. There are two broad categories of encryption algorithms - private-key (symmetric cryptography) and public-key (asymmetric cryptography). (E157.txt)

ER141	Eng: secret key cryptography (EB04.txt)	Th: การรหัสแบบกุญแจสมมาตร (THR10), การเข้ารหัสแบบสมมาตร (THR54)	Abbr: -
Concept: symmetric cryptography		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีรักษาความปลอดภัยแบบหนึ่ง			
Conceptual Relation: ดู NW19			
Extraction: Typical security schemes used to meet security requirements -- <u>secret key cryptography</u> , public key cryptography, digital signature, message digest, certificate, digital envelope, transaction certificate, and time stamp. (EB04.txt)			

ER142	Eng: private-key cryptography (E157.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: symmetric cryptography		Grammatical Category: n	
Feature: รูปแบบหนึ่งของ cryptography ซึ่งมีความปลอดภัยน้อยกว่า public-key cryptography			
Conceptual Relation: ดู NW19			
Extraction: Public-key cryptography also requires keys up to ten times as long as those for <u>private-key cryptography</u> to provide an equal level of security. (E157.txt)			

ER143	Eng: private key encryption (EB01.txt)/ private-key encryption (E157.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: symmetric cryptography		Grammatical Category: n	
Feature: การใช้ key เดียวกันสำหรับ encryption และ decryption			
Conceptual Relation: ดู NW19			
Extraction: 1. Symmetrical key encryption is also called <u>private key encryption</u> . (EB04.txt) 2. In <u>private-key encryption</u> , users accomplish both encryption and decryption with the same key. (E157.txt)			

ER144	Eng: secret-key encryption (E106.txt)/ secret key encryption (EB04.txt)/	Th: -	Abbr: -
Concept: symmetric cryptography		Grammatical Category: n	
Feature: การใช้ key เดียวกันในการเข้ารหัสและถอดรหัสข้อความ ซึ่งอัลกอริทึมที่ใช้กันมากที่สุดคือ Data Encryption Standard			
Conceptual Relation: ดู NW19			

<p>Extraction: 1. <u>Secret-key encryption</u> uses the same key (encryption algorithm) to encrypt and decrypt messages. (E106.txt)</p> <p>2. The most widely accepted algorithm for <u>secret key encryption</u> is the Data Encryption Standard (DES) (Schneier 1996). (EB04.txt)</p>
--

ER145	Eng: asymmetric cryptography (EB01.txt)	Th: วิทยาการเข้ารหัสแบบ อสมมาตร (THR02), การเข้ารหัส แบบไม่สมมาตร (THR55)	Abbr: -
Concept: asymmetric cryptography		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีทาง cryptography แบบหนึ่งซึ่งแต่ละฝ่ายที่ติดต่อกันจะมี key pair ที่ไม่ซ้ำกับผู้อื่น			
Conceptual Relation: ดู NW19			
<p>Extraction: 1. Two types of cryptographic mechanisms can be used to provide an encryption capability: symmetric cryptography where entities share a common secret key; and public key cryptography (also known as <u>asymmetric cryptography</u>) where each communicating entity has a unique key pair (a public key and a private key). (EB01.txt)</p> <p>2. There are two broad categories of encryption algorithms - private-key (symmetric cryptography) and public-key (<u>asymmetric cryptography</u>). (E157.txt)</p>			

ER146	Eng: public-key cryptography (E072.txt)/ public key cryptography (EB01.txt)	Th: การรหัสแบบอสมมาตร (THE10), การเข้ารหัสแบบ กุญแจสาธารณะ (THR54)	Abbr: -
Concept: asymmetric cryptography		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีทาง cryptography แบบหนึ่งซึ่งประกอบด้วย key สำหรับ encryption และ decryption คือ public key และ private key รูปแบบนี้มีความปลอดภัยสูงกว่า private-key cryptography			
Conceptual Relation: ดู NW19			
<p>Extraction: 1. Asymmetric ciphers (also called public-key algorithms or generally <u>public-key cryptography</u>) permit the encryption key to be public (it can even be published in a newspaper), allowing anyone to encrypt with the key, whereas only the proper recipient (who knows the decryption key) can decrypt the message. (E110.txt)</p> <p>2. <u>Public-key cryptography</u> also requires keys up to ten times as long as those for private-key cryptography to provide an equal level of security. (E157.txt)</p> <p>3. Two types of cryptographic mechanisms can be used to provide an encryption capability: symmetric cryptography where entities share a common secret key; and <u>public key cryptography</u> (also known as asymmetric cryptography) where each communicating entity has a unique key pair (a public key and a private key). (EB01.txt)</p>			

ER147	Eng: public-key encryption (EB01.txt)/ public key encryption (EB04.txt)/	Th: -	Abbr: -
Concept: asymmetric cryptography		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีที่ใช้ในการซื้อขายบนเว็บไซต์เพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า โดยจะใช้ key สองตัวคือ public key และ private key ในการเข้ารหัสและถอดรหัสข้อมูล			
Conceptual Relation: ดู NW19			
Extraction: 1. <u>Public-key encryption</u> is used in online purchasing sites to secure customer information and, most important, credit card numbers. (EB03.txt) 2. <u>Public-key encryption</u> utilizes a pair of keys: a public key and a private key. One key is used to encrypt information, while the other key is used to decrypt the information. (E106.txt) 3. Instead of using the same key to encrypt and decrypt a message, as in most encryption, this method, called <u>public key encryption</u> , splits the key into two parts: a public key (widely distributed and available in public directories) and a private key (held as private, like an ATM PIN code). (E157.txt)			

ER148	Eng: plaintext (EB01.txt)/ plain text (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: plaintext		Grammatical Category: n	
Feature: ข้อความที่อยู่ในรูปแบบที่คนทั่วไปอ่านได้ เป็นข้อความที่ไม่ได้เข้ารหัส เรียกอีกอย่างว่า cleartext			
Conceptual Relation: ดู NW19			
Extraction: 1. <u>Plaintext</u> --the original message in human-readable form. (EB04.txt) 2. In cryptographic terminology, the message is called <u>plaintext</u> or cleartext. (E110.txt) 3. Unencrypted data is called <u>plain text</u> ; encrypted data is referred to as cipher text. (E102.txt)			

ER149	Eng: cleartext (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: plaintext		Grammatical Category: n	
Feature: ข้อความที่เป็นรูปแบบธรรมดา ไม่ได้เข้ารหัส			
Conceptual Relation: ดู NW19			
Extraction: 1. The message, when it is in this form is commonly referred to as <u>cleartext</u> , or plaintext. (EB01.txt) 2. Since these configuration files usually contain unencrypted <u>cleartext</u> passwords for routers that are used for network boot clients, an intruder could use these passwords to gain access to other parts of the network. (E155.txt)			

ER150	Eng: ciphertext (EB01.txt)/ cipher text (E102.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: ciphertext		Grammatical Category: n	
Feature: ข้อความที่ถูกเข้ารหัสเป็นรูปแบบที่อ่านไม่ได้			
Conceptual Relation: ดู NW19			
<p>Extraction: 1. <u>Ciphertext</u> --the plaintext message after it has been encrypted into unreadable form. (EB04.txt)</p> <p>2. For stow, the important point to understand is that the encryption process transforms a cleartext message into a non-decipherable form known as <u>ciphertext</u>. (EB01.txt)</p> <p>3. Unencrypted data is called plain text; encrypted data is referred to as <u>cipher text</u>. (E102.txt)</p>			

ER151	Eng: encryption algorithm (EB04.txt)	Th: กระบวนการเข้ารหัส (THR55)	Abbr: -
Concept: encryption algorithm		Grammatical Category: n	
Feature: สูตรทางคณิตศาสตร์ที่ใช้ในการเข้ารหัส plaintext ให้เป็น ciphertext หรือใช้ถอดรหัส ciphertext ให้เป็น plaintext			
Conceptual Relation: ดู NW19			
<pre> graph TD A[encryption algorithm] -- MP --> B[encryption] A -- MP --> C[decryption] </pre> <p>NW20</p>			
MP = Method - Purpose			
คำอธิบาย: encryption algorithm จะใช้เพื่อ encryption หรือ decryption			
<p>Extraction: 1. <u>Encryption algorithm</u>--the mathematical formula used to encrypt the plaintext into ciphertext and vice versa. (EB04.txt)</p> <p>2. When asking the Web server for its digital certificate, the browser also sends along a list of supported <u>encryption algorithms</u>. (E090.txt)</p>			

ER152	Eng: encryption (EB01.txt)	Th: การเข้ารหัส (THR02), การเข้ารหัสลับ (THR13)	Abbr: -
Concept: encryption		Grammatical Category: n	

Feature: กระบวนการเปลี่ยนรูปข้อมูลให้อยู่ในรูปที่ไม่มีใครสามารถอ่านได้ ยกเว้นผู้ที่มี key ที่เหมาะสมในการถอดรหัส
Conceptual Relation: ดู NW20
Extraction: 1. <u>Encryption</u> is defined as the transformation of data, via a cryptographic mathematical process, into a form that is unreadable by anyone who does not possess the appropriate secret key. (EB01.txt) 2. <u>Encryption</u> : a process of making messages indecipherable except by those who have an authorized decryption key. (EB04.txt)

ER153	Eng: decryption (EB01.txt)	Th: การถอดรหัส (THR02)	Abbr: -
Concept: decryption		Grammatical Category: n	
Feature: กระบวนการเปลี่ยน ciphertext คืนเป็น cleartext โดยใช้ key ที่เหมาะสม			
Conceptual Relation: ดู NW20			
Extraction: 1. The process of restoring the ciphertext to cleartext is called <u>decryption</u> . (EB01.txt) 2. Encryption and <u>decryption</u> usually make use of a key, and the coding method is such that <u>decryption</u> can be performed only by knowing the proper key. (E110.txt)			

ER154	Eng: key (EB01.txt)	Th: กุญแจ (THR02), คีย์ (THR55)	Abbr: -
Concept: key		Grammatical Category: n	
Feature: ข้อมูลคณิตศาสตร์ที่ใช้ในการเข้ารหัสและถอดรหัส ซึ่งจะถอดรหัสได้ต่อเมื่อรู้ key ที่ถูกต้อง key ที่ใช้ใน cryptography แบ่งได้เป็น key pair และ secret key ตัว key pair นั้นประกอบด้วย public key กับ private key			
Conceptual Relation: ดู NW19			
<pre> graph TD key[key] -- GS --> keypair[key pair] key -- GS --> secretkey[secret key] keypair -- WP --> publickey[public key] keypair -- WP --> privatekey[private key] </pre> <p style="text-align: center;">NW21</p> <p>GS = Generic - Specific</p>			

<p>WP = Whole - Part</p> <p>คำอธิบาย: key ที่ใช้ในการเข้ารหัสแบ่งได้เป็นสองประเภทคือ key pair และ secret key สำหรับ key pair นั้นประกอบด้วย public key และ private key</p>
<p>Extraction: 1. The engine usually applies mathematical data (called a <u>key</u>) to the plaintext and creates a scrambled message, called ciphertext. (E157.txt)</p> <p>2. Encryption and decryption usually make use of a <u>key</u>, and the coding method is such that decryption can be performed only by knowing the proper key. (E110.txt)</p> <p>3. Two types of cryptographic mechanisms can be used to provide an encryption capability: symmetric cryptography where entities share a common secret <u>key</u>; and public key cryptography (also known as asymmetric cryptography) where each communicating entity has a unique key pair (a public <u>key</u> and a private <u>key</u>). (EB01.txt)</p>

ER155	Eng: key pair (EB01.txt)	Th: ญญแจคู่ (THR02)	Abbr: -
Concept: key pair		Grammatical Category: n	
Feature: ประกอบด้วย public key และ private key สำหรับใช้ใน asymmetric cryptography ซึ่ง key ทั้งสองนี้ไม่สามารถใช้แทนกันได้			
Conceptual Relation: ดู NW21			
<p>Extraction: 1. Two types of cryptographic mechanisms can be used to provide an encryption capability: symmetric cryptography where entities share a common secret key; and public key cryptography (also known as asymmetric cryptography) where each communicating entity has a unique <u>key pair</u> (a public key and a private key). (EB01.txt)</p> <p>2. The remarkable property of this <u>key pair</u> is that neither can be transformed into the other. (EB02.txt)</p>			

ER156	Eng: public key (EB01.txt)	Th: ญญแจสาธารณะ (THR02), คีย์สาธารณะ (THR55)	Abbr: -
Concept: public key		Grammatical Category: n	
Feature: รหัสในการ encryption ที่สร้างขึ้นและเก็บไว้ในฐานข้อมูล key และจะแนบไปกับ digital signature เมื่อลงลายมือชื่อในข้อความที่ส่งไป ผู้ใช้สามารถเปิดเผย public key ให้ผู้ที่ต้องการส่งข้อความไปถึงตนเพื่อใช้ในการเข้ารหัส			
Additional Feature: ส่วนประกอบของญญแจคู่ที่ใช้ในการเข้ารหัสซึ่งสามารถเปิดเผยแก่สาธารณะได้ ใช้สำหรับวิทยาการเข้ารหัสลับแบบอสมมาตร (http://www.potaroo.net/ietf/rfc/fyi/PDF/fyi36.pdf)			
Conceptual Relation: ดู NW21			
<p>Extraction: 1. A <u>public key</u> is an encryption code generated and stored in a key database and included with a digital signature when signing an outgoing message. Whoever receives and stores a</p>			

<p><u>public key</u> can encrypt and send information to its owner. (E157.txt)</p> <p>2. A user can publish her <u>public key</u> and then anyone wishing to send a message to that person uses the <u>public key</u> to encrypt it. (EB02.txt)</p>

ER157	Eng: private key (EB01.txt)	Th: กฎุญแจส่วนตัว (THR02), คีย์ส่วนบุคคล (THR55)	Abbr: -
Concept: private key		Grammatical Category: n	
Feature: key ที่ใช้ใน cryptography ซึ่งมีแต่เจ้าของเท่านั้นที่รู้ โดยจะสร้างขึ้นที่เครื่องคอมพิวเตอร์ของเจ้าของ ไม่ส่งให้ผู้อื่น ใช้สำหรับถอดรหัสเพื่อแสดงเนื้อหาของข้อความ			
Additional Feature: ส่วนประกอบที่เป็นความลับของกฎุญแจที่ใช้ในการเข้ารหัส ใช้สำหรับวิทยาการเข้ารหัสลับแบบอสมมาตร (http://www.potaroo.net/ietf/rfc/fyi/PDF/fyi36.pdf)			
Conceptual Relation: ดู NW21			
Extraction: 1. The public key is known to all authorized users, but the <u>private key</u> is known only to one person-its owner. The <u>private key</u> is generated at the owner's computer and is not sent to anyone. (EB04.txt)			
2. The recipient then uses his or her <u>private key</u> to decrypt and display the message's contents. (E157.txt)			

ER158	Eng: secret key (EB01.txt)	Th: กฎุญแจลับ (THR02), รหัสลับ (THR54)	Abbr: -
Concept: secret key		Grammatical Category: n	
Feature: key ที่ใช้ใน symmetric cryptography โดยผู้ส่งและผู้รับใช้ key เดียวกันในการเข้าและถอดรหัสข้อความ และจะต้องเก็บเป็นความลับ			
Conceptual Relation: ดู NW21			
Extraction: 1. In symmetric key systems, both the sender and the receiver of the message must have access to the same key. This shared <u>secret key</u> is used to both encrypt and decrypt the message as illustrated in Figure 8-2. (EB01.txt)			
2. The sharing and dissemination of secret keys presents implementation problems in keeping the shared, <u>secret key</u> confidential. (EB01.txt)			
3. To read an encrypted file, you must have access to a <u>secret key</u> or password that enables you to decrypt it. (E102.txt)			

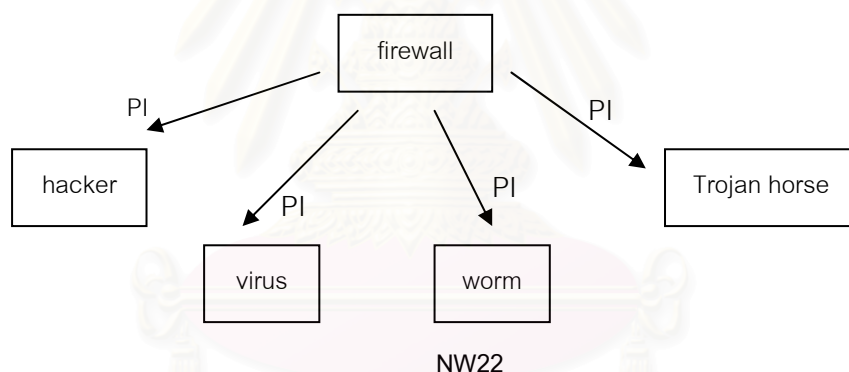
ER159	Eng: access control (EB01.txt)	Th: การควบคุมการเข้าถึง (THR02)	Abbr: -
Concept: access control		Grammatical Category: n	

Feature: การรักษาความปลอดภัยแบบหนึ่งที่คุณไม่ให้คุณกรุกสามารถเข้ามาในเครือข่ายหรือเข้าถึงข้อมูลได้โดยใช้เครื่องมือเช่น firewall

Conceptual Relation: ดู NW18

Extraction: 1. One of the primary security issues is access controls. Although some access controls, such as passwords and biometric devices that help to identify authorized users and provide authentication, were introduced in the previous chapter, one final example of access control remains: firewalls. (EB01.txt)

2. For most applications the primary means of access control is password protection... On top of these problems, when the Web requests the user to enter a password to access protected documents or applications, the browser transmits the password in a form that is easily intercepted and decoded. One way to combat this problem is to make sure that even if the passwords are compromised, the intruder only has restricted access to the rest of the network. This is one of the roles of a firewall. (EB04.txt)



PI = Protector - Intruder

คำอธิบาย: firewall เป็นเครื่องป้องกันสิ่งต่างๆ ที่จะบุกรุกเข้ามาในเครือข่ายหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่น hacker, virus, worm และ Trojan horse

ER160	Eng: firewall (EB01.txt)	Th: ต่ำนกันบุกรุก, ไฟร์วอลล์ (THR34), ตัวป้องกันการบุกรุก (THR35)	Abbr: -
Concept: firewall		Grammatical Category: n	
Feature: ระบบที่มีไว้เพื่อป้องกันไม่ให้มีการเข้าถึงเครือข่ายส่วนตัวโดยไม่ได้รับอนุญาต เช่น ผู้บุกรุกหรือไวรัส แต่ผู้ที่อยู่ในเครือข่ายสามารถเข้าถึงเครือข่ายอื่นได้โดยผ่านระบบนี้ซึ่งอาจอยู่ในรูปซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์หรือทั้งสองแบบก็ได้			
Conceptual Relation: ดู NW18 และ NW22			

Extraction: 1. A firewall is a system designed to prevent unauthorized access to or from a private network. Firewalls can be implemented in both hardware and software, or a combination of both. (E102.txt)

2. In regard to networking, firewalls provide similar controls - they can allow employees on a corporate network to access resources on other networks (such as the Internet) while preventing unauthorized users on these other networks access to systems on the corporate network (EB01.txt)

3. Firewalls also scan files entering the company for viruses and have many technical deterrents to keep intruders from getting inside the company's network. (EB03.txt)

ER161	Eng: hacker (EB01.txt)	Th: นักเลงคอมพิวเตอร์, เซียนคอมพิวเตอร์ (THR34), นักเจาะระบบ (THR44)	Abbr: -
Concept: hacker		Grammatical Category: n	
Feature: ผู้ที่ลอบเข้ามาในเครื่องคอมพิวเตอร์หรือระบบเครือข่ายของผู้อื่น และสามารถดู เปลี่ยนแปลง หรือขโมยข้อมูลต่างๆ รวมทั้งสร้างความเสียหายให้แก่ระบบ			
Conceptual Relation: ดู NW22			
<p>Extraction: 1. It is important to deploy additional levels of security so <u>hackers</u> can't break into your communications lines and appropriate important business information like customers' credit card numbers. (EB03.txt)</p> <p>2. For instance, a <u>hacker</u> might modify the address where the contents of a Web form will be submitted. (EB04.txt)</p> <p>3. The goal of such attacks is to flood the communication ports and memory buffers of the targeted site to prevent the receipt of legitimate messages and the service of legitimate requests for connections. These types of attacks are on the rise as methods and program code for conducting such acts are publicly available on <u>hacker</u> web sites. (EB01.txt)</p>			

ER162	Eng: virus (EB01.txt)	Th: ไวรัส (THR24)	Abbr: -
Concept: virus		Grammatical Category: n	
Feature: โปรแกรมที่สร้างขึ้นโดยมีเจตนาร้าย มีลักษณะเฉพาะตัวสามประการดังนี้ 1. จำลองตัวเอง 2. แอบเข้าไปอยู่ในรหัสของโปรแกรม 3. ทำให้เกิดความเสียหาย			
Conceptual Relation: ดู NW22			
<p>Extraction: 1. A <u>virus</u> is malicious programming that possesses three characteristics:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● It replicates itself in some form; ● It is incorporated into program code or macro code without consent; and ● It performs unrequested and oftentimes destructive acts. (EB01.txt) 			

2. Since the intruders enter the network through a software program (such as a virus, trojan horse, or worm) or a direct connection, firewalls, data encryption, and user authentication can restrain a hacker. (E155.txt)

ER163	Eng: worm (E043.txt)	Th: หนอน (THR24), หนอนอินเทอร์เน็ต (THR51)	Abbr: -
Concept: worm		Grammatical Category: n	
Feature: โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่สร้างขึ้นโดยมีเจตนาร้าย มีความสามารถในการส่งตัวเองผ่านอินเทอร์เน็ตและทำลายแฟ้มต่างๆ			
Conceptual Relation: ดู NW22			
Extraction: 1. A malicious computer program called <u>worm</u> attacked Microsoft's e-mail programs and destroyed documents created by Microsoft software programs, including Word, Excel and other applications in June 1999. It is called the <u>worm</u> rather than a virus because it is able to transmit itself through the Internet under its own power. (E166.txt)			
2. This differs from "traditional problems," such as viruses, Trojan horses or <u>worms</u> . (E043.txt)			

ER164	Eng: Trojan horse (EB01.txt)	Th: ตัวลวง, ม้าโทรจัน (THR35)	Abbr: -
Concept: Trojan horse		Grammatical Category: n	
Feature: โปรแกรมที่แทรกซึมเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์โดยที่ผู้ใช้ไม่รู้ตัว และสร้างความเสียหายได้ ต่างกับ virus ตรงที่ไม่จำลองตัวเอง แต่จะแทรกตัวเข้าไปในระบบโดยแนบมากับโปรแกรมหรือแฟ้มที่ถูกต้อง			
Conceptual Relation: ดู NW22			
Extraction: 1. A <u>Trojan horse</u> is similar to a virus in that it can unknowingly infiltrate a computer system and unbeknownst to the user wreak havoc, but it is dissimilar in one very important manner. <u>Trojan horses</u> do not replicate. Instead, they sneak into the system by attaching themselves to what appears to be a legitimate program or file. (EB01.txt)			
2. These files could be sent to you in a form of virus, <u>Trojan horse</u> (a <u>Trojan horse</u> does not replicate on its own, but a virus does) or a worm. (E166.txt)			

ER165	Eng: intrusion detection system (E034.txt)	Th: -	Abbr: IDS
Concept: intrusion detection system		Grammatical Category: n	
Feature: ซอฟต์แวร์พิเศษที่ใช้ในการตรวจตราเครือข่ายเพื่อหาการกระทำที่น่าสงสัย และไม่ได้ตรวจเฉพาะการบุกรุกจากบุคคลภายนอกเท่านั้น แต่ยังตรวจหาการกระทำอันมีเจตนาร้ายในเครือข่ายขององค์กรด้วย			
Conceptual Relation: ดู NW18			
Extraction: 1. An <u>intrusion detection system (IDS)</u> attempts to detect an intruder breaking into your system or a legitimate user misusing system resources. (E036.txt)			

2. The software not only detects intrusion from someone outside the company, but also monitors and detects any malicious activity on the network generated from the organization. This specialized software is called an intrusion detection system, or IDS. (E155.txt)

ER166	Eng: non-repudiation (EB01.txt)/ nonrepudiation (EB01.txt)	Th: การป้องกันการปฏิเสธความ รับผิดชอบ (THR02), การป้องกัน การปฏิเสธ หรือ อ้าง ความ รับผิดชอบ (THR10), การป้องกัน การปฏิเสธความรับผิดชอบ (THR11)	Abbr: -
Concept: non-repudiation		Grammatical Category: n	
Feature: การหาข้อพิสูจน์ของแหล่งกำเนิด ผู้รับ และเนื้อหาของข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ไม่ให้เกิดกรณีไม่ว่า ฝ่ายใดโต้แย้งหรือปฏิเสธความรับผิดชอบ			
Conceptual Relation: ดู NW18			
Extraction: 1. Well-designed electronic commerce systems provide for <u>non-repudiation</u> , which is the provision for irrefutable proof of the origin, receipt, and contents of an electronic message. (EB01.txt)			
2. These mechanisms must provide for confidentiality, authentication (i.e. enabling each party in a transaction to ascertain with certainty the identity of the other party), and <u>non-repudiation</u> (i.e. ensuring that the parties to a transaction cannot subsequently deny their participation). (E105.txt)			
3. <u>Nonrepudiation</u> : protection against customers' denial of orders placed and against merchants' denial of payments made. (EB04.txt)			



NW23

GS = Generic - Specific

คำอธิบาย: digital signature เป็น electronic signature แบบหนึ่ง

ER167	Eng: digital signature (EB01.txt)	Th: ลายมือชื่อดิจิทัล (THR02), ลายมือชื่อระบบดิจิทัล (THR09), ลายมือชื่อดิจิตอล (THR54), ลายเซ็นดิจิตอล (THR55)	Abbr: -
Concept: digital signature		Grammatical Category: n	

<p>Feature: สร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีการเข้ารหัส ใช้ตรวจสอบ integrity ของเอกสารและผู้ส่งว่าเป็นผู้นั้นจริงหรือไม่ เป็น electronic signature แบบหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งเฉพาะตัวของผู้ใช้ โดยจะแนบหรือสัมพันธ์กับข้อมูลในลักษณะที่เป็นการตรวจสอบความถูกต้องต่างๆ มีผลเช่นเดียวกับลายมือชื่อปกติ</p>
<p>Conceptual Relation: ดู NW18 และ NW23</p>
<p>Extraction: 1. A <u>digital signature</u> is actually nothing like a traditional written signature. Rather, it is an encryption technology that verifies the integrity of the document and authenticity of the sender. (E021.txt)</p> <p>2. This statute defines an "electronic signature" as "an electronic identifier, including without limitation a <u>digital signature</u>, which is unique to the person using it, capable of verification, under the sole control of the person using it, attached to or associated with data in such a manner that authenticates the attachment of the signature to particular data and the integrity of the data transmitted, and intended by the party using it to have the same force and effect as the use of a signature affixed by hand." (E021.txt)</p>

ER168	Eng: electronic signature (E021.txt)	Th: ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (THR01), ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ (THR09)	Abbr: -
Concept: electronic signature		Grammatical Category: n	
<p>Feature: เสียง สัญลักษณ์ หรือกระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แนบไปกับเอกสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นการลงนามในเอกสารนั้น มีฐานะเทียบเท่ากับลายมือชื่อปกติบนเอกสารกระดาษ</p>			
<p>Conceptual Relation: ดู NW23</p>			
<p>Extraction: 1. "<u>Electronic signature</u>" is defined as "electronic sound, symbol or process attached to or logically associated with an electronic record by a person or an electronic agent and executed or adopted by a person with the intent to sign the electronic record." (E021.txt)</p> <p>2. The recently enacted Electronic Signatures in Global and National Commerce Act grants <u>electronic signatures</u> and contracts the same legal weight as handwritten signatures on printed documents and will have a significant impact on the way business-to-business and business-to-consumer transactions are performed. (E072.txt)</p>			

ER169	Eng: integrity (EB01.txt)	Th: ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์, การรักษาความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล (THR02), ความครบถ้วน (THR04), การรักษาความถูกต้องของข้อมูล (THR10)	Abbr: -
Concept: integrity		Grammatical Category: n	
Feature: ลักษณะที่ข้อมูลนั้นไม่ถูกเปลี่ยนแปลงอย่างมีจุดประสงค์ร้ายหรือถูกทำลายไปในระหว่างการส่ง			
Conceptual Relation: ดู NW18			
<p>Extraction: 1. <u>Integrity</u>: ensuring that information will not be accidentally or maliciously altered or destroyed during transmission (EB04.txt)</p> <p>2. A message that has not been altered in any way, either intentionally or unintentionally, is said to have maintained its <u>integrity</u>. For electronic commerce, verifying that the order details sent by the purchaser have not been altered is one major security concern. (EB01.txt)</p>			

ER170	Eng: authentication (EB01.txt)	Th: การระบุตัวตน (THR02), การพิสูจน์ความถูกต้องแท้จริง (THR54)	Abbr: -
Concept: authentication		Grammatical Category: n	
Feature: การพิสูจน์ว่าบุคคลนั้นเป็นคนเดียวกับที่อ้างถึงจริงหรือไม่ โดยมีวิธีที่ใช้ในการพิสูจน์หลายวิธี เช่น digital signature, digital certificate, smart card, รหัสผ่าน และวิธีทาง biometrics เป็นต้น			
Conceptual Relation: ดู NW23			
<p>Extraction: 1. The process of determining that a trading partner is indeed who he or she claims to be is called <u>authentication</u>. (EB01.txt)</p> <p>2. Common <u>authentication</u> measures discussed in this chapter are digital signatures, challenge-response, one-time passwords, smart cards, tokens, and biometric devices. (EB01.txt)</p> <p>3. <u>Authentication</u> is supplied by digital certificates, while the PKI's management system ensures nonrepudiation. (EB02.txt)</p>			

ER171	Eng: biometrics (EB01.txt)	Th: เทคโนโลยีชีวภาพ (THR02)	Abbr: -
Concept: biometrics		Grammatical Category: n	
Feature: รูปแบบหนึ่งของ authentication ซึ่งจะตรวจสอบจากลักษณะเฉพาะตัวทางร่างกาย เช่น ลายนิ้วมือ ลายมือ ลักษณะมือ ใบหน้า ดวงตา เสียง เป็นต้น เพื่อระบุว่าเป็นบุคคลนั้นจริงหรือไม่			
Conceptual Relation: ดู NW18			

Extraction: 1. Another form of authentication called biometrics requires that some physically unique characteristics of the user be used for identification. The use of a thumbprint in the previous example is an example of a biometric device. (EB01.txt)

2. Biometrics uses mathematical representations of those unique physical characteristics to identify an individual or to verify identity... Common physiological biometrics include finger (fingertip, thumb, finger length or pattern), palm (print or topography), hand geometry, wrist vein, face, and eye (retina or iris). Behavioral biometrics include voiceprints, keystroke dynamics, and handwritten signatures. (E157.txt)



PO = Provider - Object

คำอธิบาย: certification authority เป็นผู้ออก certificate

ER172	Eng: certificate (EB01.txt)	Th: ใบรับรอง (THR01)	Abbr: -
Concept: certificate		Grammatical Category: n	
<p>Feature: เครื่องบ่งชี้ว่า merchant รายนั้นได้รับอนุญาตให้รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ ซึ่งออกให้โดยองค์กรที่เรียกว่า CA โดยใน certificate จะมีชื่อผู้ใช้ หมายเลขอนุกรม วันหมดอายุ สำเนา public key ของผู้ถือ และ digital signature ของ CA เพื่อให้ผู้รับหรือลูกค้าสามารถตรวจสอบว่าเป็น merchant ผู้นั้นจริงหรือไม่</p>			
Conceptual Relation: ดู NW18 และ NW24			
<p>Extraction: 1. The merchant's <u>certificate</u> is an indication to the consumer that the merchant is authorized to accept that credit card brand as payment, similar to a store or restaurant that displays a credit card replica on its storefront. The <u>certificate</u> also allows the cardholder to verify the authenticity of the merchant. (EB01.txt)</p> <p>2. The CA issues a <u>certificate</u> that is attached to the transaction verifying the identity of the party (parties). (E139.txt)</p> <p>3. This <u>certificate</u> contains the user's name, a serial number, expiration dates, a copy of the certificate holder's public key, and the digital signature of the certificate-issuing authority so that a recipient can verify that the certificate is real (DeVeau, 1999). (E155.txt)</p>			

ER173	Eng: digital certificate (EB03.txt)	Th: ใบรับรองดิจิทัล (THR08), ใบรับรองดิจิทัล (THR11)	Abbr: -
Concept: certificate		Grammatical Category: n	

<p>Feature: สิ่งที่ทำให้ e-commerce ต้องมีเพื่อรับรองและให้ลูกค้าตรวจสอบฐานันได้ ออกให้โดย certificate authority ใน digital certificate นี้มี public key ของเจ้าของ ซึ่งลูกค้าสามารถใช้เพื่อสร้างข้อความที่เข้ารหัส อันได้แก่คำสั่งซื้อและข้อมูลการชำระเงิน และสร้าง digital signature ด้วย</p>
<p>Conceptual Relation: ดู NW18 และ NW24</p>
<p>Extraction: 1. When you design your e-commerce site, you will need to register it with a company that issues <u>digital certificates</u>. <u>Digital certificates</u> validate who you are and guarantee that your server is encrypting your customer's credit card information. (EB03.txt)</p> <p>2. <u>Digital certificates</u> are issued by third parties called certificate authorities (CAs). (EB04.txt)</p> <p>3. To begin a SET transaction, users must get a copy of a vendor's <u>digital certificate</u>, which contains the vendor's public key. Users can then create an encrypted message containing orders and payment information. (E106.txt)</p> <p>4. The <u>digital certificate</u> then lets users create digital signatures for their electronic messages and files. (E157.txt)</p>

ER174	Eng: certification authority (EB01.txt)/ Certification Authority (E014.txt)	Th: ผู้ประกอบการรับรอง (THR02), องค์การออกใบรับรองดิจิทัล (THR08), องค์การรับรองความถูกต้อง (THR09), ผู้ให้บริการออกใบรับรอง (THR27), ธุรกิจออกใบรับรองดิจิทัล, ซีเอ (THR48), องค์การรับรอง (THR53), หน่วยงานออกใบรับรอง (THR54)	Abbr: CA
Concept: certification authority		Grammatical Category: n	
Feature: องค์การที่เชื่อถือได้ซึ่งมีหน้าที่ออกและเพิกถอน certificate			
Conceptual Relation: ดู NW18 และ NW24			
<p>Extraction: 1. <u>Certification Authority (CA)</u>: A trusted entity that issues and revokes public key certificates and certificate revocation lists (CRLs). (EB01.txt)</p> <p>2. This mechanism includes the use of digital certificates, and requires from the agent to have obtained - before requesting accreditation - a digital certificate from a <u>certification authority</u>. (E151.txt)</p> <p>3. A certificate costs about \$125.00 and can be obtained from a <u>Certification Authority (CA)</u> such as Verisign, Inc. (http://www.verisign.com). (E014.txt)</p>			

ER175	Eng: certificate authority (EB01.txt)/ Certificate Authority (E042.txt)	Th: ผู้ให้บริการใบรับรอง อิเล็กทรอนิกส์ (THR39), ผู้ออก ใบรับรองดิจิทัล (THR55)	Abbr: CA
Concept: certification authority		Grammatical Category: n	
Feature: องค์การของราชการหรือเอกชนซึ่งเป็นบุคคลที่สามที่เชื่อถือได้ผู้ออก digital certificate ที่มีข้อมูลของผู้ถือ และต้องตรวจสอบว่าผู้ถือ certificate นั้นมีตัวตนและเป็นบุคคลนั้นจริงตามที่อ้าง รวมถึงตรวจสอบสถานภาพของ certificate นั้นด้วย			
Conceptual Relation: ดู NW18 และ NW24			
Extraction: 1. A <u>certificate authority</u> is a body, either public or private, that seeks to fill the need for trusted third-party services in EC. A CA accomplishes this by issuing digital certificates that attest to certain facts about the subject of the certificate. (EB04.txt)			
2. <u>Certificate authorities</u> are responsible for verifying the physical identity of an individual and issuing a digital certificate to the individual, as well as verifying the state of the individual's digital certificate. (E072.txt)			
3. <u>Certificate Authorities (CAs)</u> are trusted third parties that issue digital certificates that authenticate the identities of certificate holders as well as distribute public keys. (E106.txt)			

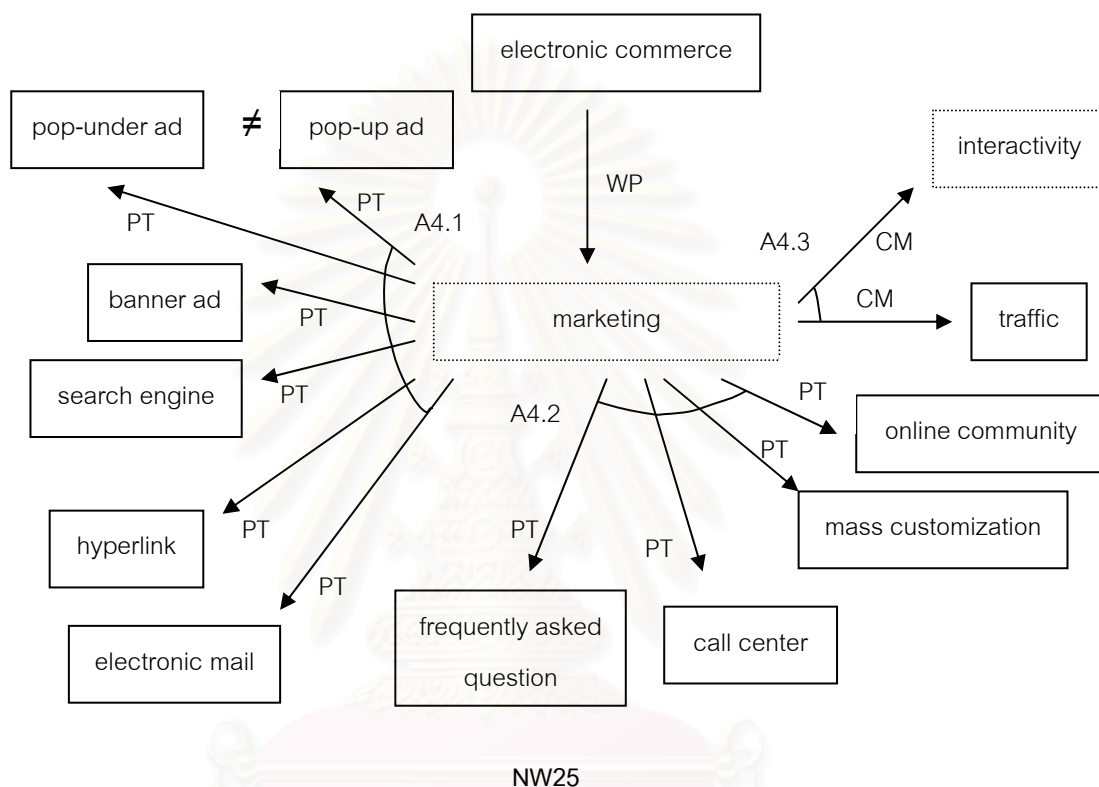
ER176	Eng: Secure Electronic Transaction (EB01.txt)	Th: เซ็ต (THR40)	Abbr: SET
Concept: Secure Electronic Transaction		Grammatical Category: n	
Feature: โพรโทคอลซึ่งเป็นมาตรฐานในการดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ต โดยจะทำ authentication ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย			
Conceptual Relation: ดู NW18			
Extraction: 1. <u>SET</u> , or <u>Secure Electronic Transaction</u> protocol, is an open standard for processing of credit card transactions over the Internet created jointly by Netscape, Microsoft, Visa and Mastercard. (E075.txt)			
2. <u>Secure Electronic Transaction (SET)</u> is a payment mechanism that performs authentication of both parties to a transaction. (EB02.txt)			

ER177	Eng: Secure Sockets Layer (EB01.txt)	Th: เอสเอสแอล (THR40)	Abbr: SSL
Concept: Secure Sockets Layer		Grammatical Category: n	
Feature: โพรโทคอลหนึ่งซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยที่ใช้ใน e-commerce สำหรับการส่งข้อมูลส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต			
Conceptual Relation: ดู NW18			
Extraction: 1. Most e-commerce sites use <u>SSL</u> (short for <u>Secure Sockets Layer</u>), a protocol			

developed by Netscape for transmitting private documents via the Internet. (E102.txt)

2. Your Web connection should comply with industry security standards, such as Secure Sockets Layer (SSL) or Secure Electronic Transaction (SET). (E166.txt)

A4 ความสัมพันธ์แบ่งตามองค์ประกอบด้านการตลาด



A4.1 - ความสัมพันธ์แบ่งตามสื่อโฆษณา

A4.2 - ความสัมพันธ์แบ่งตามการบริการ

A4.3 - ความสัมพันธ์แบ่งตามการวัดผล

WP = Whole - Part

PT = Process - Tool

CM = Process - Measurement

คำอธิบาย: การตลาดเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งของ electronic commerce แบ่งได้เป็นด้านต่างๆ ดังนี้
 ด้านโฆษณา สื่อโฆษณาที่ใช้ทำการตลาดได้แก่ pop-up ad, pop-under ad, banner ad, search engine, hyperlink และ electronic mail ด้านการบริการ สิ่งที่ใช้ทำการตลาดได้แก่ frequently asked question, call center, mass customization และ online community ด้านการวัดผลการดำเนินงาน ใช้ traffic และ กิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นตัววัดผล

ER178	Eng: pop-up ad (E001.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: pop-up ad		Grammatical Category: n	
Feature: โฆษณาที่ปรากฏขึ้นมาในหน้าต่างเบราว์เซอร์เล็กๆ หน้าต่างใหม่			
Additional Feature: โฆษณาที่ปรากฏในอีกหน้าต่างหนึ่งทับเนื้อหาที่มีอยู่บนหน้าจอ (http://www.virginislandsdailynews.com/index.pl/omk_glossary)			
Conceptual Relation: ดู NW25			
Extraction: 1. <u>Pop-up ads</u> , advertisements that appear in their own, small browser window, have been growing in popularity. (E015.txt)			
2. Although <u>pop-up ads</u> are appearing all over the Web, time will reveal that straight-forward Internet advertising, in which the viewer can decide to click or not, is more effective. (E027.txt)			

ER179	Eng: pop-up (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: pop-up ad		Grammatical Category: n	
Feature: โฆษณาที่ปรากฏขึ้นโดยอัตโนมัติ และมีขนาดใหญ่กว่า banner ad จึงใส่ข้อมูลได้มากขึ้น			
Conceptual Relation: ดู NW25			
Extraction: 1. <u>Pop-ups</u> are attractive to advertisers, of course, not just because they are automatic. Their larger size lets advertisers pack them with information. (E027.txt)			
2. More fundamentally, the brand may need to be enhanced to make it mesh with other visual design elements, such as animations and <u>pop-ups</u> . (EB02.txt)			

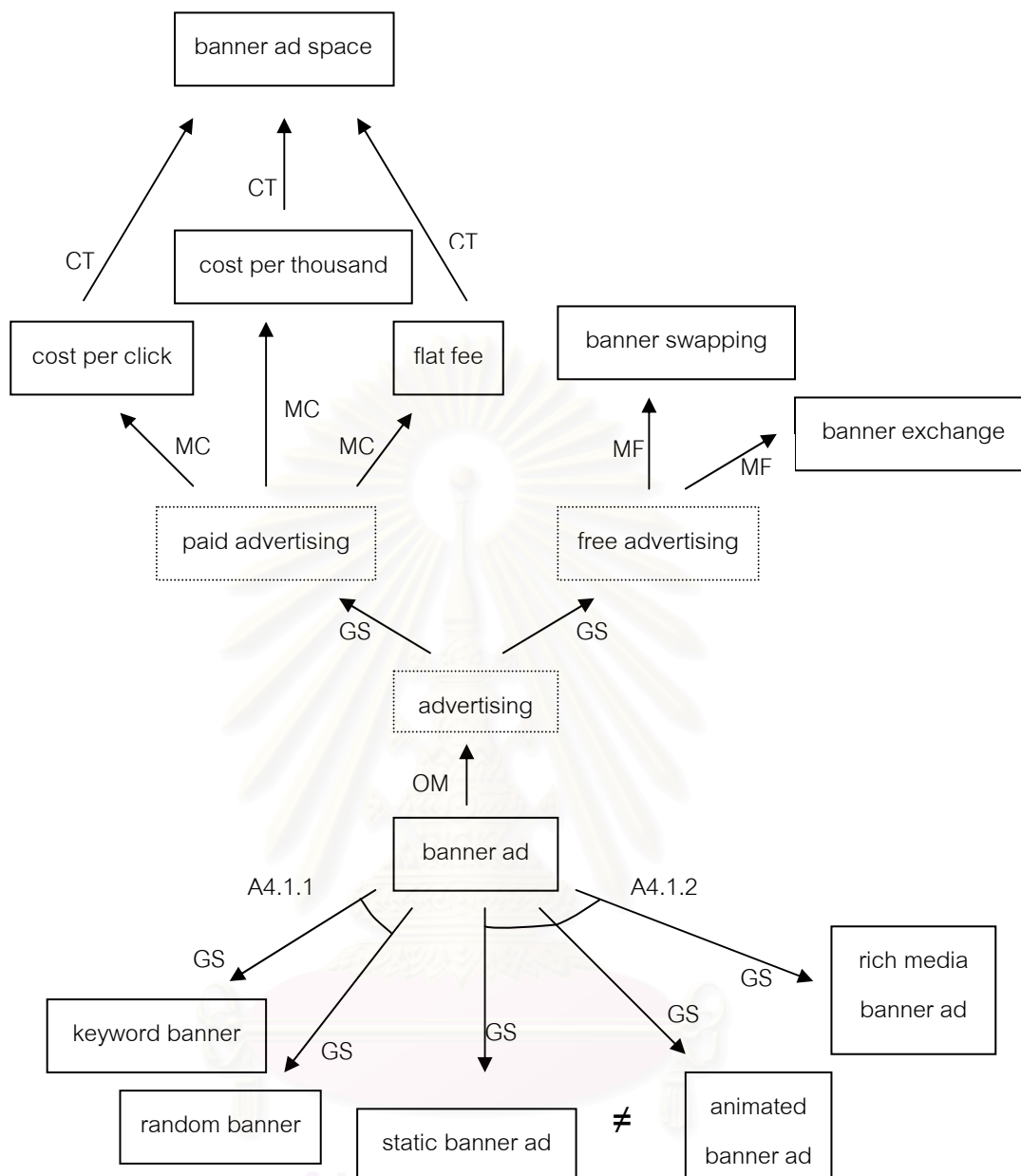
ER180	Eng: pop-under advertisement (E028.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: pop-under ad		Grammatical Category: n	
Feature: โฆษณาที่ปรากฏขึ้นอีกหน้าต่างหนึ่งบนหน้าจอ แล้วย้ายไปอยู่ด้านล่างของหน้าจออย่างรวดเร็ว			
Conceptual Relation: ดู NW25			
Extraction: <u>Pop-under advertisements</u> -- ads that appear in a separate window on a computer screen, then quickly move to the bottom of the screen -- are ineffective at luring buyers to the advertiser's site, Jupiter Media Metrix (Nasdaq: JMXI) said Thursday. (E028.txt)			

ER181	Eng: pop-under ad (E001.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: pop-under ad		Grammatical Category: n	
Feature: โฆษณาชนิดหนึ่งที่ช่วยเพิ่ม traffic แต่จะได้ผู้ชมกลุ่มใหญ่ซึ่งไม่สามารถแยกแยะได้ว่าเป็นใคร			
Additional Feature: โฆษณาที่ปรากฏขึ้นเป็นหน้าต่างใหม่ซ้อนใต้หน้าต่างที่เปิดอยู่ โดยจะเห็นได้เมื่อปิดหรือย้ายหรือย่อหน้าต่างที่อยู่ด้านบน (http://www.virginislandsdailynews.com/index.pl/omk_glossary)			

Conceptual Relation: ดู NW25
Extraction: 1. Marketers using <u>pop-under ads</u> are boosting Web site traffic - but with a mass, undifferentiated audience. (E028.txt)
2. While our easily-defined 'core' audience of leading-edge, high-income programmers and systems administrators has insulated us from the worst of this crisis, our refusal to inflict pop-up and <u>pop-under ads</u> , or banners that contain Java applets or streaming video on our readers has upset more than a few advertisers. (E001.txt)

ER182	Eng: pop-under (E028.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: pop-under ad		Grammatical Category: n	
Feature: โฆษณาออนไลน์แบบหนึ่ง			
Conceptual Relation: ดู NW25			
Extraction: "While <u>pop-under</u> s such as X10.com have achieved mass reach online, relevancy still matters more than format," said Gluck. (E028.txt)			

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



NW26

A4.1.1 - ความสัมพันธ์แบ่งตามการปรากฏ

A4.1.2 - ความสัมพันธ์แบ่งตามลักษณะ

GS = Generic - Specific

OM = Object - Method

MC = Method - Cost

CT = Cost - Target

MF = Method - Form

คำอธิบาย: banner ad มีหลายชนิด คือ keyword banner และ random banner เมื่อแบ่งตามการปรากฏของ banner ad และเมื่อแบ่งตามลักษณะของ banner ad จะได้แก่ static banner ad, animated banner ad และ

rich media banner ad เมื่อนำ banner ad ไปใช้ในการโฆษณา จะมีสองลักษณะคือ การโฆษณาแบบเสียค่าใช้จ่าย และการโฆษณาแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ในการโฆษณาแบบเสียค่าใช้จ่าย มีการคิดค่า banner ad space ด้วยวิธีต่างๆ ดังนี้ cost per click, cost per thousand และ flat fee สำหรับการโฆษณาแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ทำได้สองรูปแบบคือ banner swapping และ banner exchange

ER183	Eng: banner ad (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: banner ad		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่งที่ใช้ในการโฆษณาบนเว็บ มีลักษณะเป็นรูปกราฟิกขนาดเล็ก โดยทั่วไปเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าซึ่งจะเชื่อมโยงไปยังหน้าโฆษณาที่เป็นเป้าหมาย เป็น โดยทั่วไปจะให้ข้อมูลเล็กๆ น้อยๆ เกี่ยวกับผู้โฆษณา ทำหน้าที่เพื่อเชิญให้ผู้เยี่ยมชมคลิกเพื่อดูข้อมูลเพิ่มเติม มักใช้เพื่อโฆษณาบนเว็บไซต์อื่นๆ แต่ก็มีการใช้เพื่อโฆษณาตนเองในเว็บไซต์ของตนเช่นกัน สามารถแบ่งได้เป็นสองชนิดคือ แบบเสียค่าใช้จ่ายและแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW26			
Extraction: 1. A <u>banner ad</u> is a small, typically rectangular, graphic image which is linked to a target ad... <u>Banner ads</u> typically provide little information other than the identification of the sponsor, and serve as an invitation for the visitor to click on the banner to learn more. (E170.txt)			
2. A <u>banner ad</u> is a promotional technique most often used as advertising on other Web sites to draw people to your Web site, but you can also create and place a self-promotional <u>banner ad</u> on your own site -- to draw attention to a response area on your site. (E041.txt)			
3. There are two different kinds of <u>banner ads</u> : FREE ads and PAID ads. (E118.txt)			

ER184	Eng: banner (EB01.txt)	Th: แบนเนอร์ (THR26), โฆษณา (THR49), แผ่นป้าย โฆษณา (THR50)	Abbr: -
Concept: banner ad		Grammatical Category: n	
Feature: รูปกราฟิกที่แสดงชื่อและลักษณะเฉพาะของเว็บไซต์พร้อมด้วยคำอธิบายสั้นๆ เมื่อคลิก banner โฆษณาของผู้โฆษณาก็จะปรากฏขึ้น banner มีสองชนิดคือ keyword banner และ random banner			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW26			
Extraction: 1. The word " <u>banner</u> " in Internet terms is nothing more than a graphic image that announces the name and identity of a Web site, along with a brief description. (E118.txt)			
2. <u>Banners</u> contain links that, when clicked on, transfer the customer to the advertiser's home page. There are two types <u>banners</u> : keyword banner and random banner. (EB04.txt)			

ER185	Eng: banner advertisement (EB03.txt)	Th: ป้ายโฆษณาออนไลน์ (THR30)	Abbr: -
Concept: banner ad		Grammatical Category: n	

<p>Feature: รูปกราฟิกขนาดเล็กซึ่งโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีข้อความอยู่ด้วย โดยจะเชื่อมโยงไปยังเป้าหมายที่ต้องการโฆษณา มักวางไว้บนเว็บเพจต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้เว็ลด์ไวด์เว็บ</p>
<p>Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW26</p>
<p>Extraction: 1. A <u>banner advertisement</u> is a small, typically rectangular, graphic image that is linked to a target communication. (E144.txt)</p> <p>2. Typically rectangular in shape, <u>banner advertisements</u> contain text and graphics that are placed on the screens of search engines, web browser software, and web sites to attract the attention of WWW users. (EB01.txt)</p>

ER186	Eng: ad banner (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: banner ad		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่งที่ใช้สำหรับโฆษณาบนเว็บเพจ และนำผู้คลิกไปยังเว็บไซต์ของผู้โฆษณา			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW26			
Extraction: 1. ad clicks			
The number of times users "click" on an <u>ad banner</u> to request additional information from the advertiser. Typically, users are directed ("hot-linked") to the advertiser's Web site. (E170.txt)			
2. The company has challenged the traditional model of using hits for pricing sponsorships by offering to pay not for the number of times a page with an <u>ad banner</u> is seen but on the number of times a user sees the ad and clicks on it to jump to a P&G site. (E171.txt)			

ER187	Eng: keyword banner (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: keyword banner		Grammatical Category: n	
Feature: banner ที่จะปรากฏขึ้นเมื่อคำที่กำหนดไว้ถูกค้นหาใน search engine เหมาะสำหรับบริษัทที่ต้องการจำกัดกลุ่มเป้าหมาย			
Additional แถบโฆษณาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์ โดยสัมพันธ์กับคำสำคัญ (Keyword) ที่ผู้ใช้เลือก ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มโอกาสในการ (กด) คลิก เชื่อมไปยังข้อมูลหรือสินค้าของผู้ลงโฆษณา (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ)			
Conceptual Relation: ดู NW26			
Extraction: <u>Keyword banners</u> appear when a predetermined word is queried from the search engine. It is effective for companies who want to narrow their target audience. (EB04.txt)			

ER188	Eng: random banner (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: random banner		Grammatical Category: n	
Feature: banner ที่ปรากฏขึ้นแบบสุ่ม บริษัทที่ต้องการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จะใช้ banner ชนิดนี้			
Conceptual Relation: ดู NW26			

Extraction: Random banners appear randomly. Companies that want to introduce their new products (e.g., a new movie or CD) use random banners. (EB04.txt)

ER189	Eng: static banner ad (E001.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: static banner ad		Grammatical Category: n	
Feature: โฆษณาแบบธรรมดาซึ่งไม่มีภาพเคลื่อนไหวหรือลูกเล่นอื่นใด			
Conceptual Relation: ดู NW26			
Extraction: 1. Basic, <u>static banner ads</u> are so simple you can make a few for your site in an afternoon, and animated GIF banner ads aren't much more complicated. (E001.txt)			
2. In the ensuing two years, the situation has actually increased in complexity, as new advertising forms like so-called rich media evolve from <u>static banner ads</u> . (E144.txt)			

ER190	Eng: static ad (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: static banner ad		Grammatical Category: n	
Feature: โฆษณาที่มีแต่ข้อความ ไม่มีภาพเคลื่อนไหว			
Conceptual Relation: ดู NW26			
Extraction: 1. They were surprised when the text-heavy <u>static ads</u> outdrew the animated ones so significantly in our test, but they shouldn't have been. (E001.txt)			
2. Most Web-based job recruitment sites, for example, are composed of <u>static ads</u> . (EB02.txt)			

ER191	Eng: animated banner ad (E001.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: animated banner ad		Grammatical Category: n	
Feature: banner ad แบบมีภาพเคลื่อนไหว ซึ่งจะแสดงรูปต่างๆ ต่อเนื่องกันไปเหมือนเป็นภาพยนตร์การ์ตูน			
Conceptual Relation: ดู NW26			
Extraction: 1. More common is the GIF- <u>animated banner ad</u> , which displays several different images in succession, sometimes to create the effect of animated motion. (E015.txt)			
2. Readers say <u>animated banner ads</u> on their favorite Web sites are annoying. (E001.txt)			

ER192	Eng: animated ad (E001.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: animated banner ad		Grammatical Category: n	
Feature: โฆษณาแบบที่แตกต่างจาก static ad			
Conceptual Relation: ดู NW26			
Extraction: 1. The editorial department at OSDN, using nothing but static text headlines and teaser			

Conceptual Relation: ดู NW26
Extraction: 1. In the ensuing two years, the situation has actually increased in complexity, as new advertising forms like so-called <u>rich media</u> evolve from static banner ads. (E144.txt)
2. A recent survey from Jupiter Media Metrix found that visitors were twice as likely to return to a site with faster-loading pages than they are to sites that provide <u>rich media</u> . (E086.txt)

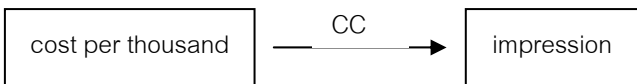
ER197	Eng: cost per click (E171.txt)/ cost-per-click (E015.txt)/ Cost Per Click (E136.txt)	Th: -	Abbr: CPC
Concept: cost per click		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีคิดราคา banner ad space แบบหนึ่ง โดยคิดจาก click-through rate			
Additional Feature: รูปแบบการชำระเงินค่าโฆษณาออนไลน์ที่ผู้โฆษณาจะชำระเงินก็ต่อเมื่อผู้ใช้คลิกโฆษณาออนไลน์ (http://www.netlingo.com/inframes.cfm)			
Conceptual Relation: ดู NW25			
<pre> graph TD A[cost per click] -- CC --> B[click-through rate] </pre> <p style="text-align: center;">NW27</p>			
CC = Cost - Criteria			
คำอธิบาย: การคิดราคาแบบ cost per click นั้นคิดจาก click-through rate			
Extraction: 1. Some Web publishers claim this ' <u>cost per click</u> ' pricing scheme renders the surrounding editorial content worthless. If a surfer sees an ad and does not click on it, then it is no good. (E171.txt)			
2. Publisher sites often sell banner ad space on a <u>cost-per-click (CPC)</u> basis. (E045.txt)			
3. In the case of such objectives, exposure-based pricing metrics such as flat fee sponsorships, CPMs, and even <u>CPC -cost-per-click</u> - (i.e. click-through rate) models may be appropriate. (E142.txt)			
4. A relatively new twist on affiliate programs is the CPC Link (CPC= <u>Cost Per Click</u>), also known as affiliate links or click-thru links. (E136.txt)			

ER198	Eng: click-through rate (EB01.txt)	Th: -	Abbr: CTR
Concept: click-through rate		Grammatical Category: n	
Feature: บ่งบอกอัตราของ page view ต่อ click เป็นการแสดงจำนวนร้อยละของผู้เยี่ยมชมทั้งหมดที่ไปยังเว็บ			

<p>เพจหนึ่งด้วยการคลิก banner ad เป็นสิ่งวัดจำนวนผู้ที่ถูกส่งไปยังเว็บไซต์นั้น</p>
<p>Conceptual Relation: ดู NW27</p>
<p>Extraction: 1. <u>Click-through rate</u> (CTR): This describes the ratio of page views to clicks. It is expressed as the percentage of total visitors to a particular page who actually clicked on the banner ad. (E015.txt)</p> <p>2. The <u>click-through rate</u> is considered to be more important by many advertisers since it measures the number of users "delivered" to a site. (EB01.txt)</p>

ER199	Eng: click rate (E015.txt)	Th: -	Abbr: CTR
Concept: click-through rate		Grammatical Category: n	
Feature: อัตราร้อยละของผู้เยี่ยมชมที่ดู banner ad แล้วคลิก			
Conceptual Relation: ดู NW27			
Extraction: 1. <u>click rate</u> The percentage of visitors that view an ad and click on it. [TRAFFIC] (E170.txt)			
2. Typical Web CPM's at major sites usually range from \$10 to \$80 and higher while the <u>click rates</u> on some banner ads are as low as 2%. (E171.txt)			

ER200	Eng: ad click rate (E170.txt)	Th: -	Abbr: CTR
Concept: click-through rate		Grammatical Category: n	
Feature: อัตราร้อยละของ ad click ต่อ ad view บางครั้งเรียกว่า click-through rate			
Conceptual Relation: ดู NW27			
Extraction: 1. <u>ad click rate</u> Sometimes referred to as "click-through rate," this is the number of ad clicks as a percentage of ad views. [IPRO] (E170.txt)			

ER201	Eng: cost per thousand impressions (EB01.txt)/ cost-per-thousand impressions (EB04.txt)	Th: -	Abbr: CPM
Concept: cost per thousand		Grammatical Category: n	
Feature: การคิดราคาในการแสดง impression แก่ผู้ชมหนึ่งพันคน			
Conceptual Relation: ดู NW26			
 <pre> graph LR A[cost per thousand] -- CC --> B[impression] </pre>			
NW28			

CC = Cost - Criteria คำอธิบาย: การคิดราคาแบบ cost per thousand นั้นคิดจาก impression
Extraction: 1. <u>CPM</u> : <u>cost-per-thousand impressions</u> . The cost of delivering an impression to 1,000 people (or homes). (EB04.txt) 2. Banner advertising is typically measured and priced according to two features. One feature is the <u>cost per thousand impressions</u> , called the <u>CPM</u> . (EB01.txt)

ER202	Eng: cost per thousand (E143.txt)/ cost-per-thousand (E007.txt)/ Cost Per Thousand (E171.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: cost per thousand		Grammatical Category: n	
Feature: การคิดราคาต่อโฆษณาด้วย banner บนเว็บไซต์ โดยวัดจาก impression			
Conceptual Relation: ดู NW26 และ NW28			
Extraction: 1. Most sites sell advertising space on a <u>CPM</u> basis, in a package consisting of a certain number of impressions. <u>CPM</u> varies considerably -- you can expect to pay anywhere from \$5 to \$100 per thousand impressions on a fairly popular site. (E015.txt) 2. Compare the <u>cost-per-thousand</u> for banner advertising on a comparably targeted web site to the email sponsorship. (E007.txt) 3. About ninety percent of <u>CPMs</u> (<u>Cost Per thousand</u>) for Web advertising sites (Focalink 1996) range from \$10 to \$150, with a median of \$60. (E171.txt)			

ER203	Eng: impression (EB01.txt)	Th: จำนวนครั้งที่แสดง (THR57)	Abbr: -
Concept: impression		Grammatical Category: n	
Feature: จำนวนครั้งที่โฆษณาในเว็บเพจปรากฏขึ้นให้ผู้เยี่ยมชมเห็น			
Conceptual Relation: ดู NW28			
Extraction: 1. <u>Impressions</u> are the number of times an ad is served up to be seen by a site visitor. (E031.txt) 2. An <u>impression</u> refers to each time a page is viewed that is displaying the banner. (EB01.txt)			

ER204	Eng: ad view (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: impression		Grammatical Category: n	
Feature: จำนวนครั้งที่ ad banner ถูกดาวน์โหลด และถือว่าผู้เยี่ยมชมได้เห็น			
Conceptual Relation: ดู NW28			
Extraction: 1. <u>ad views</u> Number of times an ad banner is downloaded and presumably seen by visitors. (E170.txt)			

2. The actual number of times the ad was seen by users may differ because of "caching" (which increases the real number of ad views) and browsers that view documents as text only (which decreases the number of ad views). (EB04.txt)

ER205	Eng: flat fee (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: flat fee		Grammatical Category: n	
Feature: รูปแบบการคิดราคาโฆษณาบนเว็บแบบแรกสุด ซึ่งจะกำหนดราคาตายตัวในระยะเวลาหนึ่งๆ โดยอาจจะรับประกันหรือไม่รับประกัน traffic ของเว็บไซต์นั้น			
Conceptual Relation: ดู NW26			
Extraction: 1. <u>Flat fees</u> , the earliest Web advertising model to appear, consist of a fixed price for a given period of time. (E171.txt)			
2. <u>Flat fees</u> were the earliest Web advertising pricing model. Flat fee pricing may be implemented with or without traffic (the amount of individuals who visit a Web site) guarantees. (E144.txt)			

ER206	Eng: ad space (EB02.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: banner ad space		Grammatical Category: n	
Feature: พื้นที่บนเว็บไซต์สำหรับวาง banner ad เพื่อโฆษณา			
Conceptual Relation: ดู NW26			
Extraction: 1. If you want to sell <u>ad space</u> , your task is to convince potential advertisers that placing a banner ad on your site is a good investment. (E045.txt)			
2. Community members set up personal home pages on the site and advertisers buy <u>ad space</u> targeted to community members. (EB04.txt)			

ER207	Eng: banner ad space (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: banner ad space		Grammatical Category: n	
Feature: พื้นที่บนอินเทอร์เน็ตซึ่งมักจะขายโดยยึดหลัก cost-per-click เป็นเหมือนการซื้อพื้นที่โฆษณาในสื่ออื่นๆ			
Conceptual Relation: ดู NW26			
Extraction: 1. Purchasing <u>banner ad space</u> on the Internet is quite similar to buying ad space in other media. (EB04.txt)			
2. Publisher sites often sell <u>banner ad space</u> on a cost-per-click (CPC) basis. (E015.txt)			

ER208	Eng: banner swapping (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: banner swapping		Grammatical Category: n	
Feature: รูปแบบหนึ่งในการวาง banner เพื่อโฆษณาบนเว็บไซต์ของผู้อื่น โดยมีการตกลงกันว่าเจ้าของเว็บไซต์			

แต่ละฝ่ายจะแสดง banner ของอีกฝ่ายบนเว็บไซต์ของตน เป็นการเชื่อมโยงกันโดยตรงระหว่างเว็บไซต์
Conceptual Relation: ดู NW26
Extraction: There are several different forms of placing banner advertising on the Internet on others' web sites. The most common forms are: <u>Banner Swapping</u> , Banner Exchanges, and Paid Advertising... <u>Banner swapping</u> means that company A agrees to display a banner of company B in exchange for company B displaying company A's ad. It is a direct link between Web sites. (EB04.txt)

ER209	Eng: banner exchange (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: banner exchange		Grammatical Category: n	
Feature: การตกลงแลกเปลี่ยนในกลุ่มที่มีสมาชิกสามคนขึ้นไป โดยจะแสดง banner ของสมาชิกอื่นเพื่อแลกกับเครดิตในการแสดง banner ของตนในเว็บไซต์ของผู้อื่น อัตราทั่วไปคือสองต่อหนึ่ง นั่นคือเมื่อแสดง banner ของสมาชิกอื่นสองคน banner ของตนจะถูกแสดงขึ้นในเว็บไซต์ของสมาชิกคนอื่น ในบางกลุ่ม สมาชิกสามารถระบุว่า จะให้ banner ปรากฏในเว็บไซต์ชนิดใด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น ข้อดีคือไม่เสียค่าใช้จ่าย แต่ข้อเสียคืออาจกำหนดตำแหน่งและ banner ที่จะมาปรากฏในเว็บไซต์ของตนไม่ได้			
Conceptual Relation: ดู NW26			
Extraction: 1. <u>Banner exchange</u> organizations arrange for the trading of three or more partners... Each time the participant displays a banner for one of the exchange's members it receives a credit. After a participant has "earned" enough credits, its banner is displayed on an appropriate member's site... Many of the exchanges also permit the participants to specify what type of site the banner can be displayed on, thus allowing the advertiser to target what type of audience will see the banner ad. (EB04.txt)			
2. <u>Banner exchange</u> programs offer a simple service. If you post a certain number of banner ads on your site, they will post your banner ad on another site. Usually, this isn't an even exchange; you have to post more than one banner ad for every one of your banner ads they post... The exact ratio varies, but 2:1, posting two banner ads on your site for every one of yours posted on another site, is a typical arrangement... The advantage of joining a <u>banner exchange</u> program is it's a free way to get other sites to post your banner ads. The disadvantage is that you give up a lot of control over where your ads are posted and what ads are posted on your site. (E015.txt)			



NW29

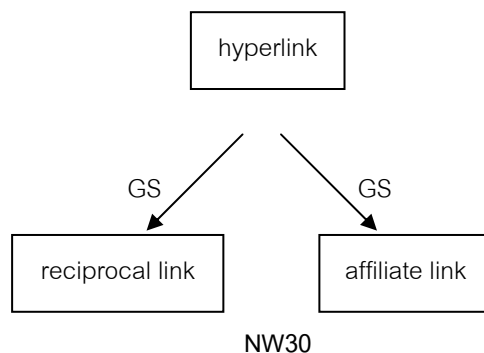
OT = Object -Tool

OG = Object - Target

คำอธิบาย: search engine ใช้ spider เป็นตัวนำข้อมูลจาก meta tag มาจัดทำดรรชนีเพื่อใช้ในการค้นหาข้อมูล

ER210	Eng: spider (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: spider		Grammatical Category: n	
Feature: โปรแกรมค้นหาอัตโนมัติที่ไปตามเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อนำคำหรือข้อมูลจากเว็บไซต์นั้นมาทำดรรชนีเพื่อแสดงรายการ			
Conceptual Relation: ดู NW29			
Extraction: 1. AltaVista. (www.altavista.digital.com), on the other hand, uses automated search robots called <u>spiders</u> that visit your site and display listings based on the words found in your site's content. (EB03.txt)			
2. Certain <u>spiders</u> then read the information in the tags as a way to help them index the site. (EB04.txt)			

ER211	Eng: meta tag (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: meta tag		Grammatical Category: n	
Feature: ส่วนหนึ่งของรหัส HTML ซึ่งผู้เยี่ยมชมไซต์จะมองไม่เห็น แต่ในนั้นมีคำสำคัญหรือบทสรุปของไซต์สำหรับให้ spider นำไปทำดรรชนีใน search engine			
Conceptual Relation: ดู NW29			
Extraction: 1. <u>Meta tag</u> . tag giving a spider (search engine) specific information, such as keywords or site summaries; part of the HTML code. (EB04.txt)			
2. Some search engines rely on " <u>meta tags</u> ." These are HTML tags invisible to site visitors but which guide the indexing of the page. (E085.txt)			



GS = Generic - Specific

คำอธิบาย: hyperlink ที่ใช้ในการโฆษณาแบ่งได้เป็นสองประเภทคือ reciprocal link และ affiliate link

ER212	Eng: hypertext link (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: hyperlink		Grammatical Category: n	
Feature: ข้อความหรือรูปที่มีที่อยู่หรือตำแหน่งของเว็บเพจอื่นแนบอยู่ด้วย ซึ่งจะนำผู้คลิกไปยังเว็บเพจนั้น			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW30			
<p>Extraction: 1. A <u>hypertext link</u> is an item, such as text or an image, which has the address or location of another web page attached to it. When a user clicks on the <u>hypertext link</u>, they are instantly transported to the attached location and the associated web page is automatically loaded. (EB01.txt)</p> <p>2. Users navigate from one page to the another by clicking on <u>hypertext links</u> within a page. Behind most <u>hypertext links</u> is the location of a hypertext document. (EB04.txt)</p>			

ER213	Eng: hyperlink (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: hyperlink		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่ง чтоช่วยให้ผู้ใช้ย้ายจากจุดหนึ่งในเว็บเพจนั้นไปยังจุดอื่นในเว็บเพจเดียวกัน ต่างกัน หรือต่างเว็บไซต์			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW30			
<p>Extraction: 1. Although <u>hyperlinks</u> enable the user to move around efficiently within a page via anchors or to move to another page of content anywhere on the Web, they do not make HTML a programming language. (EB02.txt)</p> <p>2. The World Wide Web (WWW) whose key feature is the <u>hyperlinks</u> that allow users to quickly jump from site-to-site is likely to be the main application for electronic commerce on the Internet. (E148.txt)</p>			

ER214	Eng: link (EB01.txt)	Th: ลิงค์ (THR26), การเชื่อมโยง (THR38), ลิ้งก์ (THR45), การเชื่อมต่อ (THR50)	Abbr: -
Concept: hyperlink		Grammatical Category: n	
Feature: ลิงค์ที่ช่วยให้ผู้ใช้ย้ายจากเว็บไซต์หนึ่งไปอีกแห่งหนึ่ง			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW30			
<p>Extraction: 1. This ability to place, at no cost other than very simple programming, a <u>link</u> to any web site in the world allows users to traverse the Internet, following paths that will hopefully lead them on a useful voyage. (EB01.txt)</p> <p>2. Some sites don't like to provide <u>links</u> to other sites because they want to keep people on their own site. (EB03.txt)</p>			

ER215	Eng: reciprocal link (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: reciprocal link		Grammatical Category: n	
Feature: link ที่ตกลงแลกเปลี่ยนกันระหว่างเว็บไซต์			
Conceptual Relation: ดู NW30			
<p>Extraction: 1. Some sites will provide a link to your site if you provide a link to their site; this is referred to as a <u>reciprocal link</u>. (EB03.txt)</p> <p>2. Try finding web sites with similar themes and make deals to create <u>reciprocal links</u>. (E109.txt)</p>			

ER216	Eng: affiliate link (E039.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: affiliate link		Grammatical Category: n	
Feature: วิธีหนึ่งในการโฆษณาเว็บไซต์ โดยให้ค่าตอบแทนเมื่อมีผู้เข้ามาในเว็บไซต์ของตนจาก link ที่กำหนดในเว็บไซต์อื่นซึ่งติดตามได้ว่าใครมาจาก link นี้			
Conceptual Relation: ดู NW30			
<pre> graph TD affiliate[affiliate] -- HO --> affiliate_link[affiliate link] affiliate -- PC --> pay_per_click[pay-per-click] affiliate -- PC --> pay_per_lead[pay-per-lead] affiliate -- PC --> pay_per_sale[pay-per-sale] </pre> <p style="text-align: center;">NW31</p> <p>HO = Holder - Object</p>			

<p>PC = Payee - Condition</p> <p>คำอธิบาย: ผู้ที่รับ affiliate link มาวางไว้ในเว็บไซต์ของตนเรียกว่า affiliate โดยจะได้รับค่าตอบแทนตามเงื่อนไขต่อไปนี้เป็นคือ pay-per-click, pay-per-lead หรือ pay-per-sale</p>
<p>Extraction: 1. In its simplest form, an affiliate program allows other web sites to promote yours (usually through banner displays) with a special <u>affiliate link</u>. Then, all visitors to your site coming from an <u>affiliate link</u> are tracked and the affiliate is then rewarded in some manner. (E068.txt)</p> <p>2. The siteowner stands to make some money, so long as enough visitors click on the <u>affiliate links</u> and make purchases. (E078.txt)</p>

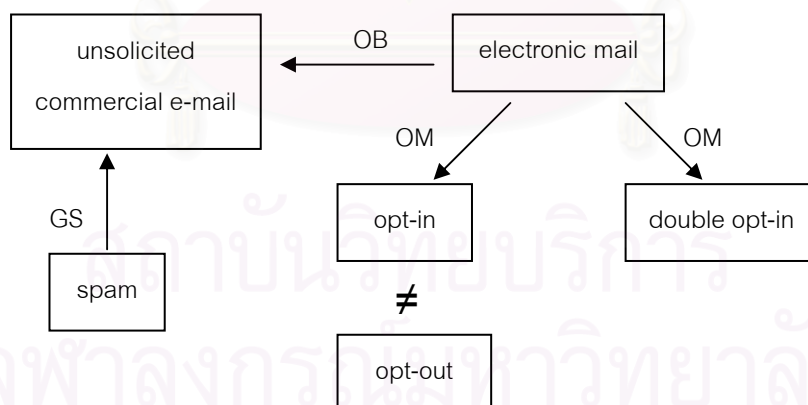
ER217	Eng: affiliate (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: affiliate		Grammatical Category: n	
<p>Feature: ผู้ที่ลงทะเบียนเพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของผู้สนับสนุน และจะได้รับค่าตอบแทนตามเงื่อนไขคือ pay-per-lead, pay-per-sale และ pay-per-click แต่บางแห่งอาจเสนอให้ค่าตอบแทนแบบผสมผสาน เช่น แบบ pay-per-sale และ pay-per-click</p>			
Conceptual Relation: ดู NW31			
<p>Extraction: 1. In most cases, becoming an <u>affiliate</u> is as uncomplicated as signing up and linking to the affiliate sponsor's site. (E006.txt)</p> <p>2. Many merchants offer a hybrid selection of pay-per-lead, pay-per-sale, pay-per-click and two tier commission structures. For example, FlowersFast.com pays 10 percent commission per sale and 5 cents pay-per-click bonuses for all new <u>affiliates</u>. (E052.txt)</p>			

ER218	Eng: pay-per-click (E039.txt)	Th: -	Abbr: PPC
Concept: pay-per-click		Grammatical Category: n	
<p>Feature: การจ่ายค่าตอบแทนแบบหนึ่งซึ่ง merchant จะจ่ายให้แก่ affiliate สำหรับ unique visitor ที่ถูกนำมาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของตน</p>			
Conceptual Relation: ดู NW31			
<p>Extraction: 1. <u>Pay-per-click</u> commission structures pay affiliates a fee for every unique visitor that is referred to the merchant site. (E052.txt)</p> <p>2. Thousands of sites all over the globe have developed robots designed to defraud <u>pay-per-click</u> programs. (E039.txt)</p>			

ER219	Eng: pay-per-lead (E039.txt)	Th: -	Abbr: PPL
Concept: pay-per-lead		Grammatical Category: n	
<p>Feature: การจ่ายค่าตอบแทนแบบหนึ่งซึ่ง merchant จะจ่ายให้แก่ affiliate สำหรับการนำลูกค้ามาสมัครหรือใช้บริการต่างๆ ตามกำหนดที่เว็บไซต์ของตน</p>			

Conceptual Relation: ดู NW31
Extraction: 1. With a <u>pay-per-lead</u> commission structure, merchants pay affiliates a flat fee or bounty for each qualified lead (customer) that is referred to the merchant site...Typical <u>pay-per-lead</u> programs offer loan, credit card or insurance applications, Web hosting or a selection of FREE or trial offers. (E052.txt)
2. The elimination of CPC programs freed up the Compliance Department at CJ, composed of four people working full-time, to focus more on <u>pay-per-lead</u> fraud and compliance with the CJ Publisher Agreement and Privacy Policy." says Todd Crawford, vice president, strategic alliances for Commission Junction. (E039.txt)

ER220	Eng: pay-per-sale (E052.txt)	Th: -	Abbr: PPS
Concept: pay-per-sale		Grammatical Category: n	
Feature: การจ่ายค่าตอบแทนแบบหนึ่งซึ่ง merchant จะจ่ายให้แก่ affiliate ตามอัตราร้อยละของรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการ			
Conceptual Relation: ดู NW31			
Extraction: The <u>pay-per-sale</u> model is the most common and easily tracked commission structure. Merchants pay commission based on a percentage of revenue generated by the sale of a product or service from the affiliate site. (E052.txt)			



NW32

OB = Object - Problem

OM = Object - Method

คำอธิบาย: มีวิธีการขอรับ electronic mail ในเรื่องโฆษณาสองแบบคือ opt-in (ตรงข้ามกับ opt-out) กับ double opt-in แต่สิ่งที่เป็นปัญหาของ electronic mail คือการถูกมองว่าเป็น unsolicited commercial e-mail ซึ่งเป็น spam ชนิดหนึ่ง

ER221	Eng: electronic mail (EB01.txt)	Th: ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (THR09)	Abbr: -
Concept: electronic mail		Grammatical Category: n	
Feature: สื่อที่ทำงานบนอินเทอร์เน็ต และใช้ SMTP เป็นโพรโทคอลในการส่ง			
Additional Feature: ข้อความที่ส่งถึงกันผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (http://www.voltapublishing.com/netgains/features/ecommerce/index.html)			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW32			
Extraction: 1. <u>Electronic mail</u> and the Web are Internet-based media. (EB04.txt) 2. The Internet uses simple mail transfer protocol (SMTP) as the protocol to transmit <u>electronic mail</u> and most business transactions. (E157.txt)			

ER222	Eng: e-mail (EB01.txt)	Th: จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (THR02), ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ (THR22), อีเมลล์ (THR32), อีเมล (THR34)	Abbr: -
Concept: electronic mail		Grammatical Category: n	
Feature: ช่องทางการตลาดที่เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการโฆษณาเว็บไซต์ โดยมีค่าใช้จ่ายต่ำ แต่ได้ผล ตอบรับที่ดีและรวดเร็วกว่าช่องทางอื่น			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW32			
Extraction: 1. <u>E-mail</u> is emerging as a marketing channel that affords cost-effective implementation and better, quicker response rates than other advertising channels. (EB04.txt) 2. <u>E-mail</u> is another essential tool for low-cost site promotion. (E088.txt)			

ER223	Eng: opt-in (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: opt-in		Grammatical Category: n	
Feature: การตกลงรับข้อมูลต่างๆ ที่อยู่ในความสนใจ โดยจะได้รับทาง e-mail ผู้ใช้สามารถถอนตัวจาก รายการผู้รับข้อมูลหรือสมัครเข้าไปในรายการใหม่ได้ตามต้องการ			
Conceptual Relation: ดู NW32			
Extraction: 1. <u>Opt-in</u> : The opt-in list is the current standard and it is commonly used. It works like this: (a) When you sign up for a service you are offered the option of receiving information on a variety of topics. (b) The person/company who took your information compiles it and then sells it to e-mailers who are looking for people with interests which you have indicated you share. (E093.txt)			

2. The opt-in format allows users to take themselves off the list and add themselves back on whenever they wish. (E117.txt)

ER224	Eng: opt-out (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: opt-out		Grammatical Category: n	
Feature: การยกเลิกการเป็นสมาชิก ไม่อนุญาตให้นำข้อมูลไปเผยแพร่แก่บุคคลอื่น			
Additional Feature: วิธีปฏิบัติในการสมัครสมาชิก e-mail ที่ผู้ใช้ขอให้ลบตนออกจากรายการส่ง e-mail ด้วยการคลิก link หรือส่ง e-mail ที่ร้องขอให้ลบที่อยู่ของตนออก (http://www.empiredd.com/Pages/Resources/Faqs/e-glossary.html)			
Conceptual Relation: ดู NW32			
Extraction: 1. That's why it is also good to have an <u>Opt-out</u> feature that is a way to unsubscribe easily. (E120.txt)			
2. This is in stark contrast to the more common " <u>opt-out</u> " policy prevalent in the physical world in which consumers may never know that data is being collected about them and possibly resold to others without their knowledge. (E170.txt)			

ER225	Eng: double opt-in (E088.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: double opt-in		Grammatical Category: n	
Feature: การตกลงรับ e-mail เรื่องที่สนใจ โดยที่บริษัทหรือบุคคลผู้ส่งนั้นจะส่ง e-mail มาถามเพื่อให้ผู้รับยืนยันอีกครั้ง			
Conceptual Relation: ดู NW32			
Extraction: 1. <u>Double opt-in</u> : The <u>double opt-in</u> represents the most permission based on the methods currently in use. It is rarely practiced. There are 3 basic conditions which define double opt-in: (a) you have given your permission for someone to send you e-mail on a specific topic of interest to you, and (b) that person/company has sent you an e-mail asking whether or not it is ok for them to send you their specific resource, and (c) you have replied "yes". (E093.txt)			
2. Using a " <u>double opt-in</u> " process, it e-mails people on the lists to verify they're indeed willing to receive solicitations. (E088.txt)			

ER226	Eng: unsolicited commercial e-mail (E166.txt)/ Unsolicited Commercial E-mail (EB04.txt)	Th: ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มี วัตถุประสงค์เพื่อการค้า (THR21)	Abbr: UCE
Concept: unsolicited commercial e-mail		Grammatical Category: n	
Feature: e-mail ทางการค้าที่ส่งถึงผู้รับโดยเอารายชื่อมาจากแหล่งต่างๆ เหมือนกับจดหมายโฆษณาสินค้าที่ส่ง มาตามบ้าน			
Conceptual Relation: ดู NW32			
Extraction: 1. <u>Unsolicited Commercial E-mail</u> : or <u>UCE</u> involves an e-mailer obtaining your name from a variety of sources (bulk e-mail lists for sale, extractor software) and then sending you a legitimate commercial offer. <u>UCE</u> is identical to direct mail. (E093.txt) 2. Check with your Internet service provider or online service for ways to reduce <u>unsolicited commercial e-mail</u> . Do not read junk e-mail. If the e-mail you receive looks questionable, simply delete it. (E166.txt)			

ER227	Eng: spam (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: spam		Grammatical Category: n	
Feature: unsolicited e-mail รูปแบบต่างๆ นอกจากนี้อาจเป็นข้อความที่ส่งไปโดยมีเจตนาอื่น เช่น ข้อโกง โดย จะปลอมแปลงชื่อ ที่อยู่ และข้อมูลสำคัญอื่นๆ ของผู้ส่ง			
Conceptual Relation: ดู NW32			
Extraction: 1. People who use the word " <u>spam</u> " usually refer to any form of unsolicited e-mail. (E093.txt) 2. <u>Spam</u> : spammers often obtain their e-mail lists in the same manner as UCERs do, however, their offer is usually not a traditional offer, and for that reason they disguise their name, location, and other significant information. Sometimes their intent is to defraud. (E093.txt)			

ER228	Eng: junk e-mail (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: spam		Grammatical Category: n	
Feature: e-mail ที่มักจะไม่มีระบุชื่อผู้รับในช่อง To ของ e-mail แต่จะใส่เป็นชื่ออื่นที่ไม่มีตัวตนแทน มี ความหมายเดียวกับ spam			
Conceptual Relation: ดู NW32			
Extraction: 1. Usually, <u>junk e-mail</u> does not contain the recipient's address on the "To" line of the e- mail. Instead, the addressee is anonymous, such as "good@business.com". (E166.txt) 2. Have you noticed how <u>junk e-mail</u> -- or spam -- has crept into our lives to the extent that the complaining about it is waning? (E092.txt)			

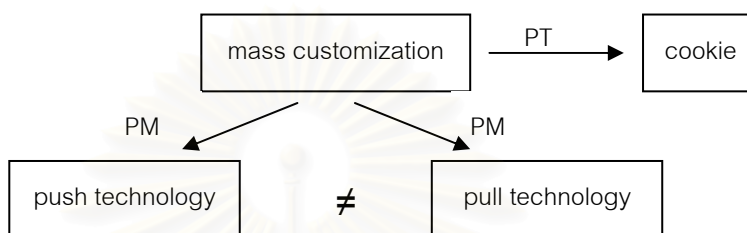
ER229	Eng: junk mail (EB01.txt)	Th: ไปรษณีย์ขยะ (THR34)	Abbr: -
Concept: spam		Grammatical Category: n	
Feature: จดหมายจำนวนมากจากนักโฆษณาขายตรงที่หาที่อยู่ของผู้รับจากแหล่งข้อมูลสาธารณะบนเว็ลด์ไวด์เว็บ หรือเอาที่อยู่มาจากรีการออนไลน์ต่างๆ ที่มีผู้สมัครขอรับ			
Conceptual Relation: ดู NW32			
Extraction: 1. Another method of obtaining e-mail addresses is use to software robots to scan the WWW and collect addresses from public sources such as Usenet postings. Direct mail advertisers have used this method for years, flooding the postal mail boxes with what many term "junk mail." (EB01.txt)			
2. Web users are already tiring of the levels of <u>junk mail</u> generated by the online services to which they subscribe. (EB02.txt)			

ER230	Eng: frequently asked questions (EB01.txt)	Th: คำถามที่ถามบ่อย (THR31), คำถามพบบ่อย, เอฟเอคิว (THR34), ปัญหาถามบ่อย (THR35)	Abbr: FAQ
Concept: frequently asked questions		Grammatical Category: n	
Feature: เครื่องมือแบบง่ายๆ และลงทุนต่ำในการจัดการกับคำถามซ้ำๆ ของลูกค้า และทำให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของบริษัทมากขึ้นและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น			
Additional Feature: รายการคำตอบสำหรับคำถามที่ถามบ่อยซึ่งมักเป็นคำถามจากผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ (http://www.merchantworkz.com/glossary.asp)			
Conceptual Relation: ดู NW25			
Extraction: 1. <u>Frequently asked questions (FAQs)</u> is the simplest and least expensive tool to deal with repetitive customer questions. (EB04.txt)			
2. Research has shown that from <u>FAQs</u> on an online shopping site, customers have a better idea of a company's product and feel more comfortable making the decision to buy. (EB03.txt)			

ER231	Eng: call center (EB03.txt)	Th: ศูนย์กลางการบริการ (THR41), ศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (THR51)	Abbr: -
Concept: call center		Grammatical Category: n	
Feature: หน่วยงานที่ให้บริการลูกค้าในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโดยผ่านช่องทางติดต่อต่างๆ			
Conceptual Relation: ดู NW25			

Extraction: 1. Today's call center is a comprehensive customer service entity in which EC vendors take care of customer service issues communicated through various contact channels. (EB04.txt)

2. You can consolidate the number of channels customers need to talk to by hiring a call center to manage your online purchasing site. (EB03.txt)



NW33

PT = Process - Tool

PM = Process - Method

คำอธิบาย: mass customization กระทำได้ด้วยสองวิธีคือ push technology และ pull technology โดยใช้ cookie ในการรวบรวมข้อมูลต่างๆ

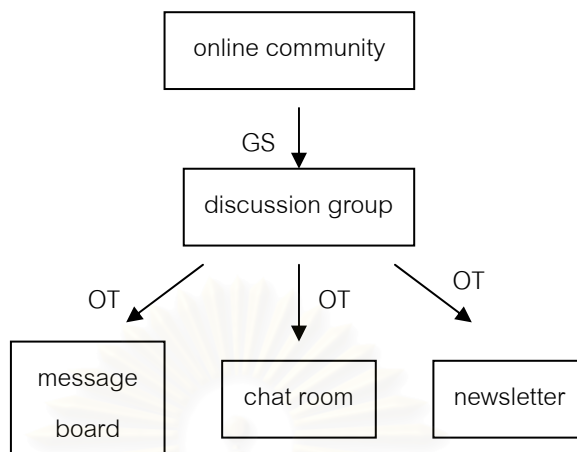
ER232	Eng: mass customization (EB01.txt)	Th: การผลิตในรูปแบบตามสั่ง ของลูกค้าแต่ละคน (THR37)	Abbr: -
Concept: mass customization		Grammatical Category: n	
Feature: การให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละคน มีสองรูปแบบคือ แบบ push และแบบ pull โดยใช้ประโยชน์จาก cookie			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW33			
Extraction: 1. What has been found is that by creating <u>mass customization</u> , specifically configuring services individually for the customer either by showing her popular associated products or by showing her products she typically orders, your customer's buying experience becomes easier and more personal. (EB03.txt)			
2. <u>Mass customization</u> comes in two forms: push and pull. (EB03.txt)			
3. Cookies turn out to be very useful for the implementation of <u>mass customization</u> principles. (E158.txt)			

ER233	Eng: push technology (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: push technology		Grammatical Category: n	

<p>Feature: เทคโนโลยีที่ทำให้เกิด mass customization เป็นบริการส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าให้โดยอัตโนมัติ เช่น ข่าวสาร โดยอาจเป็นบริการฟรีหรือเสียค่าธรรมเนียมเล็กน้อย</p>
<p>Conceptual Relation: ดู NW33</p>
<p>Extraction: 1. To provide mass customization, two technologies are used:</p> <p>-<u>Push technology</u>: The seeker is automatically provided with information by being sent to the right place. (EB03.txt)</p> <p>2. Use an information delivery service (such as Info Wizard, My Yahoo, or PointCast) to find out what is published on the Internet, including newsgroup correspondence about your competitors and their products. Known as <u>push technologies</u>, these services provide any desired information including news, some in real time, for free or a nominal fee. (EB04.txt)</p>

ER234	Eng: pull technology (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: pull technology		Grammatical Category: n	
Feature: บริการที่ให้ลูกค้าดึงข้อมูลที่ต้องการจากเว็บไซต์ ถ้าเป็นข้อมูลสำคัญมักจะต้องเสียค่าบริการ			
Conceptual Relation: ดู NW33			
Extraction: 1. <u>Pull technology</u> is dependent on information that is specified by the visitor. The visitor pulls information from the web site. (EB03.txt)			
2. Many of the " <u>pull</u> " technologies that are of value to customers and businesses are not free services; fees are charged. (EB01.txt)			

ER235	Eng: cookie (EB01.txt)	Th: คุกกี้ (THR16)	Abbr: -
Concept: cookie		Grammatical Category: n	
Feature: แผ่มขนาดเล็กที่เว็บเซิร์ฟเวอร์ส่งมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ และเก็บอยู่ในฮาร์ดไดรฟ์ของเครื่อง เพื่อที่เว็บไซต์นั้นจะสามารถจดจำข้อมูลของผู้เยี่ยมชมได้			
Conceptual Relation: ดู NW33			
Extraction: 1. <u>Cookies</u> are small files or tokens that are stored on a visitor's hard disk. They contain data about the visitor and the visitor's current session. <u>Cookies</u> are created so that an application on a web site can recall information about a current visitor's session. (EB03.txt)			
2. This process is done with a device known as <u>cookie</u> , a file created at the request of a Web server and stored on the user's hard drive, so the Web site can "remember" your past behavior on the Internet. (EB04.txt)			



NW34

GS = Generic - Specific

OT = Object - Tool

คำอธิบาย: discussion group เป็นลักษณะหนึ่งของ online community สร้างขึ้นโดยใช้เครื่องมือต่างๆ ได้แก่ message board, chat room และ newsletter

ER236	Eng: virtual community (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online community		Grammatical Category: n	
Feature: แหล่งรวมคนที่มีความสนใจเหมือนกัน ก้นบนเว็บไซต์ เป็นกลุ่มเป้าหมายของนักโฆษณาและนักการตลาด			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW34			
Extraction: 1. <u>Virtual communities</u> create new types of business-people with similar interests that are congregated in one Web site, a natural target for advertisers and marketers. (EB04.txt)			
2. The huge growth of <u>virtual communities</u> - people getting together in interest groups online - promises to shift the balance of economic power from the manufacturer to the consumer. (E096.txt)			

ER237	Eng: online community (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online community		Grammatical Category: n	
Feature: กลุ่มที่จัดตั้งขึ้นบนเว็บไซต์โดยไม่ต้องพบปะกันจริงๆ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์รวมถึงเป็นแหล่งสำหรับโฆษณา			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW34			
Extraction: 1. And since many customer-supplier relationships have to be sustained without face-to-face meetings, <u>online communities</u> are increasingly being used to serve business interests, including advertising (chapter 12 and www.roguemarket.com). (EB04.txt)			

2. The vignette entitled Parenthoodweb illustrates the advertising and sponsorship opportunities offered by the Parenthoodweb.com, an online community for parents and expecting parents.
(EB01.txt)

ER238	Eng: electronic community (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: online community		Grammatical Category: n	
Feature: สถานที่สำหรับให้สมาชิกมาแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ทัศนคติต่างๆ เป็นแหล่งที่มีความสำคัญสำหรับ e-commerce			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW34			
Extraction: 1. <u>Electronic communities</u> can create value in several ways as summarized in Figure 12.4. Members input useful information to the community in the form of comments, feedback, elaborating their attitudes and beliefs, and information needs that is retrieved and used by other members or by marketers. (EB04.txt)			
2. In a series of papers, I've argued not just that cyberculture needs to be understood, but that <u>electronic community</u> has primacy over electronic commerce. (E121.txt)			

ER239	Eng: discussion group (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: discussion group		Grammatical Category: n	
Feature: กลุ่มคนที่มีความสนใจเหมือนกันในเรื่องหนึ่ง และมักมีการแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ			
Conceptual Relation: ดู NW34			
Extraction: 1. A <u>discussion group</u> is a group of people with a common interest in a specific topic. (E111.txt)			
2. If your company sells stereo equipment, you can go to a stereo <u>discussion group</u> and see what subjects are of interest to people, or what they are saying about your or your competitors' products, providing you with a window into the consumer's mind. (EB03.txt)			

ER240	Eng: message board (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: bulletin board		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่งที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นบนเว็บไซต์เหมือนกับ chat room แต่ต่างกันตรงที่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นบน message board ไม่ต้องทำในเวลาเดียวกัน			
Conceptual Relation: ดู NW34			
Extraction: 1. A <u>message board</u> is similar to a chat room in that it allows your site users to exchange ideas and thoughts -- and it keeps them at your site while they do so. <u>Message boards</u> and other forums differ from chat rooms in that they are asynchronous: Visitors do not communicate in real time and therefore need not be present at a certain time in order to participate. (E117.txt)			

2. Typical services are message boards, including opinions and responses; and member activities, such as what is going on, site statistics, chat rooms, free e-mail service, and free Web page.
(EB04.txt)

ER241	Eng: bulletin board (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: bulletin board		Grammatical Category: n	
Feature: ที่เก็บข้อความเกี่ยวกับหัวข้อเฉพาะด้าน ซึ่งผู้ใช้สามารถค้นหาและเสนอข้อคิดเห็นได้ เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิด community			
Conceptual Relation: ดู NW34			
Extraction: 1. The "store-and-forward," asynchronous nature of a forum makes it possible to create a <u>bulletin board</u> where collections of messages about particular subjects can be stored in a database and, in response to user queries, be dynamically turned into HTML pages. (EB04.txt) 2. Where appropriate, "community" features such as <u>bulletin boards</u> , newsletters and regular competitions can encourage customers to return to a site. (E126.txt) 3. Collaboration tools such as newsgroups, chat groups, and <u>bulletin boards</u> can be used so members of the groups can post comments and communicate with each other. (EB03.txt)			

ER242	Eng: chat room (EB01.txt)	Th: ห้องสนทนา (THR22), ห้องคุย (THR34)	Abbr: -
Concept: chat room		Grammatical Category: n	
Feature: สถานที่สำหรับพบปะพูดคุยบนเว็บไซต์ในเวลาเดียวกัน จึงไม่สามารถเรียกคืนข้อความที่ส่งไปแล้ว และผู้อื่นสามารถเห็นบทสนทนานั้นๆ ได้ เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการสร้าง community และให้บริการลูกค้า			
Conceptual Relation: ดู NW34			
Extraction: 1. A <u>chat room</u> is a virtual meeting ground where groups of regulars come to gab (see chapter 11 for technological explanation). The <u>chat rooms</u> can be used to build a community to promote a political or environmental cause, to support people with medical problems, or to let hobbyists share their interest. (EB04.txt) 2. Once the message is sent, it is gone forever (there is no undo button). Secondly, a message you send on the <u>chat room</u> may be read by tens of thousands of people worldwide. (E166.txt)			

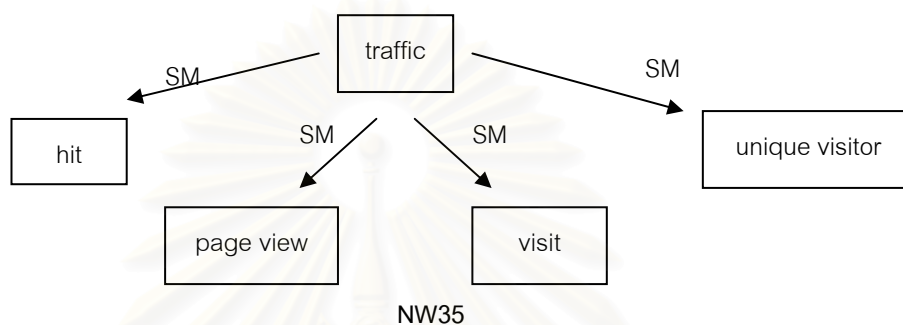
ER243	Eng: newsletter (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: newsletter		Grammatical Category: n	
Feature: ข้อมูลข่าวสารของเว็บไซต์ ซึ่งผู้สนใจสามารถสมัครขอรับได้โดยจะจัดส่งให้ทาง e-mail			
Conceptual Relation: ดู NW34			
Extraction: 1. Keeping your site's visitors up-to-date with changes in the site's content, sales and			

promotional items, and related news is a great way to keep visitors coming back. One way to do this is to publish an e-mail newsletter... If you offer news and information in your newsletters and do not allow users to post to the group, the software and maintenance are, obviously, much simpler.

(E117.txt)

2. (a) You go to a website and sign up to receive information from that website, usually a newsletter.

(E093.txt)



SC - Subject - Measurement

คำอธิบาย: traffic สามารถวัดได้ด้วย hit, page view, visit หรือ unique visitor

ER244	Eng: traffic (EB01.txt)	Th: ทราฟฟิก (THR38), ปริมาณ การเยี่ยมชม (THR45)	Abbr: -
Concept: traffic		Grammatical Category: n	
Feature: จำนวนคนที่เยี่ยมชมเว็บไซต์ เป็นเครื่องวัดว่ามีการเข้าถึงเว็บไซต์บ่อยเพียงใด			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW35			
Extraction: 1. Flat fee pricing may be implemented with or without <u>traffic</u> (the amount of individuals who visit a Web site) guarantees. (E144.txt)			
2. <u>Traffic</u> allows you to measure how often your site is accessed. (E053.txt)			

ER245	Eng: Web site traffic (E011.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: traffic		Grammatical Category: n	
Feature: เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพในด้านการตลาดของเว็บไซต์นั้น			
Additional Feature: จำนวนผู้เยี่ยมชมและการเยี่ยมชมเว็บไซต์ (http://www.marketingterms.com/dictionary/2/)			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW35			

Extraction: 1. Website Traffic Report also offers a FREE complete tracking and reporting system to analyze your Web site traffic and evaluate the performance of your marketing programs. (E053.txt)

2. For example, business-to-business marketers are achieving significant success generating Web site traffic by simply mailing an oversized postcard promoting the site to prospects and customers. (E011.txt)

ER246	Eng: Web traffic (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: traffic		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่งทีวัดได้จาก hit หรือจากการเรียกดูเว็บเพจ			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW35			
<p>Extraction: 1. Hits have been widely criticized as a measure of <u>Web traffic</u>. (E170.txt)</p> <p>2. One auditing service, Business Publishers Association International (BPA), employs the use of page requests as their gauging device for <u>Web traffic</u>. (E171.txt)</p>			

ER247	Eng: site traffic (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: traffic		Grammatical Category: n	
Feature: สิ่งที่ใช้ประเมินความนิยมของเว็บไซต์ เป็นปัจจัยในการประเมินของนักโฆษณา			
Conceptual Relation: ดู NW25 และ NW35			
<p>Extraction: 1. Aside from running to your mailbox to collect commission checks, analyzing <u>site traffic</u> can help achieve your goal of boosting affiliate sales and commissions. (E053.txt)</p> <p>2. At a minimum, accurate information on <u>site traffic</u> must be made available to the advertiser so that the advertiser can evaluate alternative Web media vehicles. (E170.txt)</p>			

ER248	Eng: hit (EB01.txt)	Th: จำนวนไฟล์ที่มีการโหลด (THR45)	Abbr: -
Concept: hit		Grammatical Category: n	
Feature: การกระทำแต่ละครั้งที่เกิดขึ้นบนเว็บเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งจะปรากฏในแฟ้มบันทึก เช่น การดาวน์โหลดเพิ่ม หรือการเรียกดูเว็บเพจ โดยจะนับตามจำนวนครั้งที่มีการดาวน์โหลดแต่ละองค์ประกอบของเว็บเพจนั้น เป็นสิ่งหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการโฆษณา			
Conceptual Relation: ดู NW35			
<p>Extraction: 1. <u>Hits</u> - A <u>hit</u> refers to a single action on the Web server as it appears in the log file. A visitor downloading a single file is logged as a single <u>hit</u>, while a visitor requesting a Web page including two images registers as three <u>hits</u> on the server; one <u>hit</u> is the request for the HTML page, and the two additional <u>hits</u> are requests for the downloaded image files. (E053.txt)</p>			

2. When visitors reach a Web site, their computer sends a request to the site's computer (server) to begin displaying pages. Each element of a requested page (including graphics, text, interactive items) is recorded by the site's Web server log file as a "hit." (E170.txt)
3. Debates regarding appropriate advertising pricing models (e.g. CPMs versus ad banner clickthrough rates) and confusion over the appropriate unit of analysis (i.e. hits, visits, unique visits, page views, and the like), mire industry efforts to grow the medium as a business. (E143.txt)

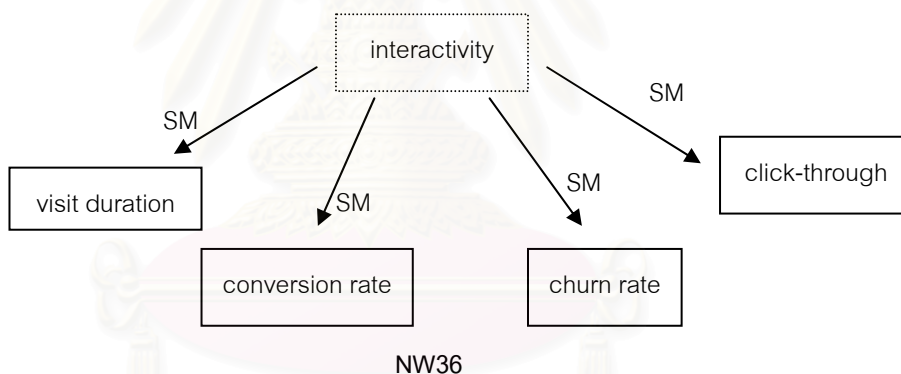
ER249	Eng: page view (EB04.txt)	Th: จำนวนครั้งที่มีการเยี่ยมชม (THR45)	Abbr: -
Concept: page view		Grammatical Category: n	
Feature: จำนวนครั้งที่เว็บเพจหนึ่งปรากฏต่อผู้ชม page view หนึ่งอาจนับที่กว่าเป็นหลาย hit			
Conceptual Relation: ดู NW35			
Extraction: 1. <u>page views</u> The number of times a particular Web page has been presented to visitors. [TRAFFIC] (E170.txt) 2. A single visit or <u>page view</u> may be recorded as several hits, and depending on the browser, the page size, and other factors, the number of hits per page can vary widely. (EB04.txt)			

ER250	Eng: page impression (EB03.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: page view		Grammatical Category: n	
Feature: เรียบอกอีกอย่างว่า page view เป็นจำนวนครั้งที่เว็บเพจหนึ่งถูกเรียกจากเซิร์ฟเวอร์ แสดงถึงจำนวนคนที่ได้ดูเว็บเพจนั้น			
Conceptual Relation: ดู NW35			
Extraction: 1. Page views: Also called <u>page impressions</u> , this is the number of times a particular Web page has been requested from the server. (E015.txt) 2. You pay based on the <u>page impressions</u> (people going to that page) for the page on which your banner is located. (EB03.txt)			

ER251	Eng: visit (EB01.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: visit		Grammatical Category: n	
Feature: จำนวนครั้งของการเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยนับจากการร้องขอข้อมูลอย่างต่อเนื่องของผู้เยี่ยมชม ถ้าผู้เยี่ยมชมหยุดร้องขอจนเกินระยะเวลาที่กำหนด ก็จะไม่มีการร้องขอครั้งต่อไปเป็นการเยี่ยมชมครั้งใหม่			
Conceptual Relation: ดู NW35			
Extraction: 1. A <u>visit</u> is commonly defined as a sequence of requests made by one user. Once a visitor stops making requests from a site for a given period of time, called a time out, the next hit by this visitor is considered a new <u>visit</u> . (E170.txt)			

2. Visits - Number of visits to your site. If a visitor is idle longer than the idle-time limit, WebTrends assumes the visit ended. If the visitor continues to browse your site after they reach the idle-time limit, a new visit is counted. (EB04.txt)

ER252	Eng: unique visitor (EB01.txt)	Th: จำนวนผู้เข้าชมที่ไม่ซ้ำกัน (THR45)	Abbr: -
Concept: unique visitor		Grammatical Category: n	
Feature: จำนวนคนแต่ละคนที่เยี่ยมชมเว็บไซต์ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยตัดสินจากที่อยู่ IP, domain name และ cookie			
Conceptual Relation: ดู NW35			
Extraction: 1. <u>Unique Visitors</u> - Number of <u>unique visitors</u> determined by IP addresses, domain names, and cookies. (E053.txt)			
2. <u>unique visitor</u>			
A visitor that can be qualified as a unique individual within a given period of time. (E170.txt)			



SC = Subject - Measurement

คำอธิบาย: กิจกรรมที่เกิดขึ้นหรือปฏิกิริยาของผู้เยี่ยมชมเป็นสิ่งที่วัดผลการดำเนินงานของเว็บไซต์ได้ โดยมีสิ่งต่างๆ ที่ใช้เป็นตัววัดดังนี้ visit duration, conversion rate, churn rate และ click-through

ER253	Eng: visit duration (E143.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: visit duration		Grammatical Category: n	
Feature: ช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้าและออกจากเว็บไซต์ เป็นสิ่งหนึ่งที่ใช้วัดความสำเร็จ			
Conceptual Relation: ดู NW36			
Extraction: 1. The time between the consumer entry and exit from a Web site is defined as the <u>visit duration</u> (or session duration if only one site was visited during the session). (E143.txt)			
2. Discussion has centred on the following measures of success:			
* traffic;			

* visit duration;... A crucial measure is the duration of the visit. (E164.txt)

ER254	Eng: conversion rate (E002.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: conversion rate		Grammatical Category: n	
Feature: อัตราที่ใช้ในการวัดความสำเร็จของเว็บไซต์ ซึ่งสามารถปรับปรุงได้ด้วยการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และข้อเสนอพิเศษของเว็บไซต์นั้น			
Additional Feature: อัตราร้อยละของผู้เยี่ยมชมที่กลายเป็นผู้ซื้อ (http://www.emakina.com/functions/glossary.cfm#)			
Conceptual Relation: ดู NW36			
Extraction: 1. Some ways to boost your <u>conversion rate</u> include improving navigation, simplifying checkout process (such as one-step checkout and easily replaced passwords), and sending out e-mails with special offers. (E002.txt) 2. "Although JCPenney had 1.6 million fewer visitors than Best Buy in November, the company had half a million more buyers because its <u>conversion rate</u> was three times higher than Best Buy's." (E017.txt)			

ER255	Eng: churn rate (E158.txt)	Th: อัตราการสูญเสียลูกค้า (THR41)	Abbr: -
Concept: churn rate		Grammatical Category: n	
Feature: อัตราที่ลูกค้าเลิกซื้อสินค้าหรือบริการเนื่องจากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ			
Conceptual Relation: ดู NW36			
Extraction: 1. These different examples underline why companies pay such attention to the <u>churn rate</u> . Companies that solely rely on onerous marketing campaigns to replace the lost customers are prone to serious survival problems before long. (E158.txt) 2. The Strategis Group asserts that the Internet service providers endure a five-times higher <u>churn rate</u> , culminating to 10 per cent monthly. The main reasons invoked were "busy signals, connection speed and poor customer service". (E158.txt)			

ER256	Eng: click-through (EB01.txt)	Th: จำนวนครั้งที่ผู้คลิกลงบนโฆษณา (THR26)	Abbr: -
Concept: click-through		Grammatical Category: n	
Feature: จำนวนครั้งที่ผู้เยี่ยมชมคลิก banner เพื่อไปยังเว็บไซต์ของผู้โฆษณา เป็นสิ่งหนึ่งที่ใช้วัดกิจกรรมใน เว็บไซต์			
Conceptual Relation: ดู NW36			

Extraction: 1. A Click-Through is an accurate count of the number of times that a user left a publisher's Web site and successfully arrived at an advertiser's Web site. (E170.txt)

2. Web publishers were arguing that the problem with activity-based measures like click-through or interactivity is that the Web publishers cannot be held responsible for activity related to an advertisement. (EB04.txt)

ER257	Eng: click (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: click-through		Grammatical Category: n	
Feature: จำนวนครั้งที่ผู้เยี่ยมชมคลิกโฆษณาเพื่อไปยังเว็บไซต์ของผู้โฆษณา มีความหมายเดียวกับ ad click			
Conceptual Relation: ดู NW36			
<p>Extraction: 1. <u>Clicks</u> (or ad clicks): every time a visitor clicks on an advertising banner to access the advertiser's Web site. (EB04.txt)</p> <p>2. <u>clicks/adclicks</u></p> <p>The number of times that an ad has been clicked by visitors. A measure of response to an ad placement. [TRAFFIC] (E170.txt)</p>			

ER258	Eng: ad click (EB04.txt)	Th: -	Abbr: -
Concept: click-through		Grammatical Category: n	
Feature: จำนวนครั้งที่ผู้ใช้คลิก ad banner เพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้โฆษณา			
Conceptual Relation: ดู NW36			
<p>Extraction: 1. <u>ad clicks</u></p> <p>The number of times users "click" on an ad banner to request additional information from the advertiser. (E170.txt)</p> <p>2. <u>Clicks</u> (or <u>ad clicks</u>): every time a visitor clicks on an advertising banner to access the advertiser's Web site. (EB04.txt)</p>			

ภาคผนวก ค

บันทึกข้อมูลศัพท์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สัญลักษณ์และรหัสที่ใช้ในบันทึกข้อมูลศัพท์

X→Y	-	X เป็นหมวดใหญ่ Y เป็นหมวดย่อยของ X
(ABBR)	-	ตัวย่อ
(SYN)	-	คำพ้อง
(ANT)	-	คำตรงข้าม
(EBxx.txt)	-	เพิ่มข้อมูลหนังสือจากคลังข้อมูลภาษา
(Exxx.txt)	-	เพิ่มข้อมูลเอกสารจากคลังข้อมูลภาษา
(THRxx)	-	เอกสารอ้างอิงภาษาไทย
(TRxxx)	-	รายการในบันทึกข้อมูลศัพท์

TR001	Eng: electronic business (EB01.txt)	Th: ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (THR18)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic business
Definition: การทำธุรกรรมทุกขั้นตอนในธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการซื้อขาย การติดต่อประสานงาน รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในสำนักงาน (THR22)		
Illustration: The term <u>electronic business</u> also includes the exchange of information not directly related to the actual buying and selling of goods. (EB01.txt)		
Note: ยังไม่มีนิยามที่ยอมรับกันอย่างเป็นทางการ		
Linguistic Specification: (SYN) e-business (EB01.txt), (ABBR) EB (E104.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002)		

TR002	Eng: electronic commerce (EB01.txt)	Th: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (THR09), อีคอมเมิร์ซ (THR12)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic business
Definition: ส่วนหนึ่งของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นเรื่องของการซื้อขายข้อมูล ผลิตภัณฑ์และบริการผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ประกอบขึ้นเป็นอินเทอร์เน็ต		
Illustration: <u>Electronic commerce</u> is defined as buying and selling of product, services or information via computer networks, mainly the Internet. (E157.txt)		
Note: ยังไม่มีนิยามที่ยอมรับกันอย่างเป็นทางการ		
Linguistic Specification: (SYN) e-commerce (EB01.txt), E-commerce (E037.txt), E-Commerce (E049.txt), e-Commerce (E139.txt), eCommerce (EB01.txt), ecommerce (EB02.txt), Internet commerce (EB01.txt), (ABBR) EC (EB01.txt)		

Cross-reference: electronic business (TR001)

TR003	Eng: business-to-business (EB01.txt)	Th: ธุรกิจกับธุรกิจ, บีทูบี (THR40)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิชนยธิเล็ททรอนิกสที่กระทำระหว่งองค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ		
Illustration: We prefer to use <u>business-to-business</u> (b2b) to denote dynamic systems relationships between business partners. (EB02.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) business to business (E102.txt), Business-to-Business (E056.txt), Business to Business (E104.txt), (ABBR) B2B (EB04.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002), business-to-consumer (TR004), business-to-government (TR005), consumer-to-consumer (TR006)		

TR004	Eng: business-to-consumer (EB01.txt)	Th: ธุรกิจกับผู้บริโภค (THR10), บีทูซี (THR40)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิชนยธิเล็ททรอนิกสที่กระทำระหว่งองค์กรธุรกิจกับผู้บริโภค		
Illustration: <u>Business-to-consumer</u> and business-to-business are useful distinctions that help us direct activities and investments in ecommerce. (E002.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) business to consumer (E056.txt), Business-to-Consumer (E127.txt), Business to Consumer (E114.txt), (ABBR) B2C (EB04.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002), business-to-business (TR003), business-to-government (TR005), consumer-to-consumer (TR006)		

TR005	Eng: business-to-government (E173.txt)	Th: ธุรกิจกับรัฐบาล, บีทูจี (THR40)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิชนยธิเล็ททรอนิกสที่กระทำระหว่งองค์กรธุรกิจกับรัฐบาล		
Illustration: Although <u>business-to-government</u> isn't likely to eclipse the overall size of the business-to-business market--estimated at anywhere from \$3 trillion to \$50 trillion annually by 2005--government e-commerce is a potentially large market. (E173.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) business to government (E104.txt), (ABBR) B2G (E104.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002), business-to-business (TR003), business-to-consumer (TR004), consumer-to-consumer (TR006)		

TR006	Eng: consumer-to-consumer (EB02.txt)	Th: ผู้บริโภคกับผู้บริโภค, ซื้ทุซึ้ (THR40)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณชยธิเล็กทรณนิกส์ที่กระทำระหว่งผู้บริโภคกับผู้บริโภค		
Illustration: While this solution is extremely convenient for buyers who already hold credit cards, and is a good model for <u>consumer-to-consumer</u> (C2C) payments, such as those required at auction sites, it's not really an improvement, as far as I can tell, over credit card payments for business-to-consumer (B2C) transactions. (E032.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) Consumer to Consumer (E104.txt), (ABBR) C2C (EB04.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002), business-to-business (TR003), business-to-consumer (TR004), business-to-government (TR005)		

TR007	Eng: portal (EB01.txt)	Th: เว็บบทำ (THR30)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณชยธิเล็กทรณนิกส์รูปแบบหนึ่งที่เป็นแหล่งข้อมูลในเรื่องต่างๆ โดยมีการเชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์อื่นๆ ที่ให้ข้อมูลนั้น		
Illustration: A <u>portal</u> is referred to a site that serves as the "port of entry" onto the web. <u>Portals</u> are designed to give web users the information they need as they first enter the WWW. (EB01.txt)		
Note: ปัจจุบันมีบริการเสริมต่างๆ เพื่อดึงดูดผู้ซ้ เช่น บริการ e-mail และพื้นที่สร้างเว็บเพจ มีรายได้จากค่าโฆษณาหรือค่าธรรมเนียมตามแต่ข้อตกลง		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: search engine (TR008), directory (TR009), horizontal portal (TR010), vertical portal (TR011)		

TR008	Eng: search engine (EB01.txt)	Th: เว็บไซต์บริการค้นหาข้อมูล, เสิร์ชเอนจิน
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce → portal
Definition: เว็บบทำประเภทหนึ่งซึ่งให้บริการค้นหาข้อมูลด้วยคำสำคัญ		
Illustration: Anyone can submit its URL to a <u>search engine</u> and be listed. (EB04.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์ 2. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 3. เว็บไซต์ประเภทนี้จะใช้โปรแกรมสไปเดอร์ในการรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ มาจัดทำดรรชนี แล้วแสดงผลเป็นจุดเชื่อมโยงหลายมิติไปยังเว็บเพจที่มีคำสำคัญตามทีผู้ค้นหาระบุ 4. ศัพท์คำนี้มีสองมโนทัศน์คือ มโนทัศน์ที่เป็นเว็บไซต์กับมโนทัศน์ที่เป็นโปรแกรม		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: portal (TR007), directory (TR008), search engine (TR040)		

TR009	Eng: directory (EB01.txt)	Th: เว็บไซต์สารบบ, ไตเร็กทอรี
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→portal
Definition: เว็บทำประเภทหนึ่งที่ทำให้บริการค้นหาข้อมูลโดยแบ่งข้อมูลเป็นหมวดหมู่		
Illustration: The correct choice of a category is important because the user navigates through the <u>directory</u> and may not find the site if it is categorized differently than expected by the visitor. (EB01.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติที่มีอยู่เดิมคือคำว่า “สารบบ (directory)” (THR34) แล้วเพิ่มคำว่า “เว็บไซต์” เพื่อระบุขอบเขตมโนทัศน์ 2. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 3. ข้อมูลที่ทำให้บริการเป็นการเชื่อมโยงไปยังโฮมเพจของเว็บไซต์อื่นๆ ซึ่งจะได้รับบริการประเมินก่อนว่าสมควรนำมารวบรวมไว้ในฐานข้อมูลหรือไม่		
Linguistic Specification: (SYN) Web directory (EB02.txt), Internet directory (EB03.txt), online directory (EB02.txt)		
Cross-reference: portal (TR007), search engine (TR008)		

TR010	Eng: horizontal portal (E055.txt)	Th: เว็บทำทั่วไป
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→portal
Definition: เว็บทำที่ให้บริการข้อมูลในเรื่องต่างๆ		
Illustration: The Client Help Desk even mentions " <u>horizontal portals</u> " (e.g. Yahoo!, see above) adding that these are "all-purpose portals." (E055.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์ 2. เว็บทำชนิดนี้มีรายได้จากค่าโฆษณาหรือค่าสมาชิกและค่าธรรมเนียม		
Linguistic Specification: (ANT) vertical portal (EB02.txt)		
Cross-reference: portal (TR007), vertical portal (TR011)		

TR011	Eng: vertical portal (EB02.txt)	Th: เว็บทำเฉพาะด้าน
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→portal
Definition: เว็บทำที่ให้บริการข้อมูลเฉพาะด้าน		
Illustration: Few companies as yet have made the transition to the new thinking about intermediary roles that we explore in the section "Role Types," though <u>vertical portals</u> (or vortals) are starting to address the directory needs of specific industries and interest groups. (EB02.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์ 2. เว็บทำชนิดนี้มีรายได้จากค่าโฆษณาหรือค่าสมาชิกและค่าธรรมเนียม		
Linguistic Specification: (SYN) vortal (EB02.txt), (ANT) horizontal portal (E055.txt)		
Cross-reference: portal (TR007), horizontal portal (TR010)		

TR012	Eng: electronic publishing (EB01.txt)	Th: ผู้ให้บริการสื่ออิเล็กทรอนิกส์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิซยธิเล็กรทอนนึกรูปแบบหนึ่เงที่ใ้บริการข้อมความ ข้อมูล รูปภาพ เสียง หรือสื่อประสม		
Illustration: We also need to consider the impact of <u>electronic publishing</u> on the cyber book retailing business with a long-term perspective. (EB04.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์และทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. เว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารแบบออนไลน์ มีรายได้จากค่าโฆษณา ค่าธรรมเนียม หรือค่าสินค้าและบริการตามแต่ข้อตกลง		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: electronic commerce (TR002), content provider (TR013)		

TR013	Eng: content provider (EB02.txt)	Th: ผู้ให้บริการเนื้อหา
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิซยธิเล็กรทอนนึกรูปแบบหนึ่เงที่ใ้บริการข้อมูลและเนื้อหาต่างๆ รวมไปถึงการสร้างเว็บเพจหรือแปลเว็บไซต์		
Illustration: You can work with a <u>content provider</u> who writes these pages, and each language section of your Web site will start taking on a life of its own, as well as the characteristics (even visually) of that culture. (E069.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. เว็บไซต์ชนิดนี้มีรายได้จากค่าธรรมเนียมหรือค่าสมาชิก และค่าสินค้าหรือบริการ		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: electronic commerce (TR002), electronic publishing (TR012)		

TR014	Eng: online auction (EB02.txt)	Th: การประมูลออนไลน์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิซยธิเล็กรทอนนึกรูปแบบหนึ่เงที่เป็นการแข่งขันกันเสนอราคาสินค้า และผู้ชนะที่ได้สินค้าไปคือผู้ที่บรรลุเงื่อนไขในการซื้อขายนั้น		
Illustration: Bidders participating from different locations, and the ability to alter the length of time the <u>online auction</u> takes, make a world of difference. (E116.txt)		
Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) on-line auction (EB01.txt), electronic auction (EB04.txt), e-auction (E116.txt), Internet auction (EB04.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002), forward auction (TR015), reverse auction (TR016), Dutch auction (TR017), English auction (TR018), Yankee auction (TR019), sealed bid auction (TR020)		

TR015	Eng: forward auction (E116.txt)	Th: การประมูลขาย
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→online auction
Definition: การประมูลออนไลน์ที่จัดขึ้นเพื่อดำเนินการขายสินค้า		
Illustration: Competitive bidding usually gets more advantageous prices for the seller on <u>forward auctions</u> and for the buyer on reverse auctions. (E133.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์		
Linguistic Specification: (ANT) reverse auction (E057.txt)		
Cross-reference: online auction (TR014), reverse auction (TR016)		

TR016	Eng: reverse auction (E057.txt)	Th: การประมูลซื้อ
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→online auction
Definition: การประมูลออนไลน์ที่จัดขึ้นเพื่อดำเนินการซื้อสินค้า		
Illustration: In a <u>reverse auction</u> , a single buyer posts a description of needed goods or services on a marketplace for multiple sellers to bid on. (E133.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์		
Linguistic Specification: (ANT) forward auction (E116.txt)		
Cross-reference: online auction (TR014), forward auction (TR015)		

TR017	Eng: Dutch auction (E004.txt)	Th: การประมูลแบบดัตช์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→online auction
Definition: การประมูลออนไลน์ที่ราคาประมูลเริ่มต้นจะตั้งไว้สูง แล้วค่อยๆ ลดลงมา และสิ้นสุดการประมูลทันทีเมื่อมีผู้ตกลงประมูล		
Illustration: In a <u>Dutch auction</u> , the auctioneer begins with a high starting price at which level no one is expected to bid and then lowers the bid gradually until someone buys (See "Bidwords," above.) (E004.txt)		
Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: online auction (TR014), English auction (TR018), Yankee auction (TR019), sealed bid auction (TR020)		

TR018	Eng: English auction (E004.txt)	Th: การประมูลแบบอังกฤษ
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→online auction
Definition: การประมูลออนไลน์สำหรับประมูลสินค้ารายการละหนึ่งชิ้น โดยเริ่มด้วยราคาขั้นต่ำที่สุด และผู้ชนะคือผู้ที่ให้ราคาสูงสุด		

<p>Illustration: An <u>English auction</u> starts the bidding at the lowest acceptable price and solicits successively higher bids until the auction is closed. The highest bidder wins. (E133.txt)</p>
<p>Note: 1. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. ในระหว่างการประมูลจะบอกเฉพาะราคาสูงสุดที่มีผู้ประมูลในขณะนั้น</p>
<p>Linguistic Specification: -</p>
<p>Cross-reference: online auction (TR014), Dutch auction (TR017), Yankee auction (TR019), sealed bid auction (TR020),</p>

TR019	Eng: Yankee auction (E004.txt)	Th: การประมูลแบบแยงกี้
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→online auction
<p>Definition: การประมูลออนไลน์ที่นำสินค้าชนิดเดียวในปริมาณมากมาเสนอให้ประมูล โดยตัดสินผู้ชนะจากราคา ปริมาณ และเวลาในการประมูลตามลำดับ</p>		
<p>Illustration: The <u>Yankee auction</u> is a multi-item version of the English auction, where winners are determined by ranking bids according to highest price, then by largest quantity, then by earliest time. (E004.txt)</p>		
<p>Note: 1. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. คล้ายกับการประมูลแบบอังกฤษตรงที่ผู้ชนะคือผู้ยื่นประมูลในราคาสูงสุด แต่ต่างกันในที่สินค้าในการประมูลนี้มีปริมาณมาก และผู้ยื่นประมูลสามารถระบุปริมาณสินค้าที่ต้องการประมูลได้</p>		
<p>Linguistic Specification: -</p>		
<p>Cross-reference: online auction (TR014), Dutch auction (TR017), English auction (TR018), sealed bid auction (TR020)</p>		

TR020	Eng: sealed bid auction (E133.txt)	Th: การประมูลลับ
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→online auction
<p>Definition: การประมูลออนไลน์ที่ไม่เปิดเผยราคาของผู้ประมูลคนใด ให้ยื่นประมูลเพียงครั้งเดียว และผู้ชนะคือผู้ยื่นประมูลสูงสุด</p>		
<p>Illustration: The <u>sealed bid auction</u> knows two versions: the first price sealed bid auction, and the Vickrey auction in which the price is that of the second highest bid. (E146.txt)</p>		
<p>Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์ 2. การประมูลรูปแบบนี้มีสองประเภทคือ การประมูลลับราคาสูงสุด และ การประมูลลับราคารอง หรือการประมูลแบบวิกครีย์</p>		
<p>Linguistic Specification: -</p>		
<p>Cross-reference: online auction (TR014), Dutch auction (TR017), English auction (TR018), Yankee auction (TR019), first price sealed bid auction (TR021), second price sealed bid auction (TR022)</p>		

TR021	Eng: first price sealed bid auction (E146.txt)	Th: การประมูลลับราคาสูงสุด
Grammatical Category: noun		Subject Field: online auction→sealed bid auction
Definition: การประมูลลับที่ผู้ชนะคือผู้ยื่นประมูลในราคาสูงสุด		
Illustration: The introduction presented already the main versions: English auction, <u>first price sealed bid auction</u> , and Dutch auction. (E146.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: online auction (TR014), Dutch auction (TR017), English auction (TR018), Yankee auction (TR019), sealed bid auction (TR020), second price sealed bid auction (TR022)		

TR022	Eng: second price sealed bid auction (E146.txt)	Th: การประมูลลับราคารอง
Grammatical Category: noun		Subject Field: online auction→sealed bid auction
Definition: การประมูลลับที่ผู้ชนะคือผู้ยื่นประมูลในราคาสูงสุด แต่จะชำระเงินตามราคาประมูลสูงสุดอันดับสองเท่านั้น		
Illustration: A fourth member of this category is the <u>second price sealed bid auction</u> , also called the Vickrey auction, in which the winner has to pay only the second highest bid price. (E146.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) Vickrey auction (E133.txt)		
Cross-reference: online auction (TR014), Dutch auction (TR017), English auction (TR018), Yankee auction (TR019), sealed bid auction (TR020), first price sealed bid auction (TR021)		

TR023	Eng: electronic store (EB04.txt)	Th: ร้านค้าอิเล็กทรอนิกส์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รูปแบบหนึ่งที่ขายสินค้าและบริการโดยมีลักษณะเป็นร้านค้าร้านเดียว		
Illustration: Manufacturers may sell their own products on the Internet if their <u>electronic stores</u> have high visibility. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce)” (TR002)		
Linguistic Specification: (SYN) e-store (EB04.txt), online store (EB02.txt), on-line store (EB01.txt), virtual store (EB01.txt), electronic storefront (EB04.txt), e-storefront (E012.txt), online storefront (EB01.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002), electronic mall (TR024)		

TR024	Eng: electronic mall (EB01.txt)	Th: ศูนย์การค้าอิเล็กทรอนิกส์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบหนึ่งที่ขายสินค้าและบริการโดยมีลักษณะเป็นแหล่งรวมร้านค้าหรือสินค้าจากผู้ผลิตหลายราย		
Illustration: An EC initiative may include such EC projects as creating a storefront, extranet, or an electronic mall. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce)” (TR002)		
Linguistic Specification: (SYN) e-mall (EB04.txt), online mall (EB02.txt), on-line mall (E114.txt), virtual mall (EB04.txt), electronic shopping mall (EB01.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002), electronic store (TR023), electronic distributor (TR025), electronic broker (TR026)		

TR025	Eng: electronic distributor (EB04.txt)	Th: ตัวแทนจำหน่ายอิเล็กทรอนิกส์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→electronic mall
Definition: ศูนย์การค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นคนกลางผู้รับผิดชอบในการจำหน่ายสินค้าและการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต		
Illustration: As briefly defined in section 2.4, an <u>electronic distributor</u> takes full responsibility for fulfilling orders and collecting payment. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “ศูนย์การค้าอิเล็กทรอนิกส์ (electronic mall)” (TR024)		
Linguistic Specification: (SYN) e-distributor (E066.txt), online distributor (E097.txt)		
Cross-reference: electronic mall (TR024), electronic broker (TR026)		

TR026	Eng: electronic broker (EB04.txt)	Th: นายหน้าอิเล็กทรอนิกส์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→electronic mall
Definition: ศูนย์การค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่นำผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันทางอินเทอร์เน็ต		
Illustration: <u>Electronic brokers</u> only introduce suppliers who deal with the items that the customers are looking for. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “ศูนย์การค้าอิเล็กทรอนิกส์ (electronic mall)” (TR024)		
Linguistic Specification: (SYN) e-broker (EB04.txt), online broker (EB02.txt)		
Cross-reference: electronic mall (TR024), electronic distributor (TR025)		

TR027	Eng: online stock trading (EB02.txt)	Th: การซื้อขายหลักทรัพย์ออนไลน์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิซยธิเล็กรรอนนกรนกรรรูปแบบหนึ่เงที่เป็นการซ้อขายหลักรรพยถ่างๆ		
Illustration: <u>Online stock trading</u> has become a popular use of the Internet. Financial institutions that sell stocks and bonds over the Internet provide customers with stock and bond tracking services and the ability to trade online. (EB03.txt)		
Note: ทับคัพท์ตามหลักรการทับคัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) online trading (EB04.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002)		

TR028	Eng: electronic marketplace (EB02.txt)	Th: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (THR28)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: พาณิซยธิเล็กรรอนนกรนกรรูปแบบหนึ่เงที่เป็นแหล่รรวมผู้ซ้อและผู้ขายจำนวนมกรกซึ่มกัเป็นองคักรรกรกจและดำเนนการซ้อขายระหว่งกันผ่านอินเทอรเนต		
Illustration: <u>Electronic marketplaces</u> are specifically designed to enable multiple buyers and multiple sellers to interact and to collaborate. (E159.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) e-marketplace (E058.txt), e-Marketplace (E057.txt), digital marketplace (E070.txt), hub (EB02.txt), exchange (EB02.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002)		

TR029	Eng: horizontal marketplace (E141.txt)	Th: ตลาดกลางท่วไป
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→ electronic marketplace
Definition: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นแหล่รซ้อขายลนค้ำและบรกรที่หลกรหลายระหว่งองคักรรกรกจ		
Illustration: But a manufacturer of office cubicles might lean towards a <u>horizontal marketplace</u> with an office furniture and equipment category. (E141.txt)		
Note: 1. บัญญติคัพท์ด้วยวธอซ้อซ้อคัพท์ที่บัญญัติไว้ค้อค้ำว่า “เว็บพ่าท่วไป (horizontal portal)” (TR010) 2. พบค้ำว่า “horizontal exchange” (http://www.aug.edu/~sbamdme-commerce/Lecture/lecture11.htm)		
Linguistic Specification: (SYN) horizontal e-marketplace (E058.txt), horizontal digital marketplace (E070.txt)		
Cross-reference: electronic marketplace (TR028), vertical marketplace (TR030)		

TR030	Eng: vertical marketplace (E141.txt)	Th: ตลาดกลางเฉพาะด้าน
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→ electronic marketplace
Definition: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นแหล่งซื้อขายสินค้าและบริการเฉพาะด้านระหว่างองค์กรธุรกิจ		
Illustration: A veterinary supplier, for example, would prefer a <u>vertical marketplace</u> targeted at the veterinary industry over a horizontal marketplace aimed at indirect goods. (E141.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์ที่บัญญัติไว้คือคำว่า “เว็บท่าเฉพาะด้าน (vertical portal)” (TR011)		
Linguistic Specification: (SYN) vertical e-marketplace (E058.txt), vertical exchange (E070.txt)		
Cross-reference: electronic marketplace (TR028), horizontal marketplace (TR029)		

TR031	Eng: public marketplace (E141.txt)	Th: ตลาดกลางสาธารณะ
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→ electronic marketplace
Definition: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่รวมผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก โดยไม่มีผู้ซื้อหรือผู้ขายรายใดเป็นเจ้าของหรือควบคุมตลาด และสินค้าในตลาดเป็นสินค้าและบริการทั่วไป		
Illustration: <u>Public marketplaces</u> are good choices for sellers and buyers interested in ordinary, non-production goods and services. (E141.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: (SYN) public exchange (E003.txt), (ANT) private marketplace (E070.txt)		
Cross-reference: electronic marketplace (TR028), horizontal marketplace (TR029), vertical marketplace (TR030), private marketplace (TR032)		

TR032	Eng: private marketplace (E070.txt)	Th: ตลาดกลางส่วนตัว
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→ electronic marketplace
Definition: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่จำกัดสมาชิก โดยอาจมีผู้ซื้อรายเดียวและผู้ขายหลายราย หรือผู้ขายรายเดียวและผู้ซื้อหลายราย มักเป็นตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการเฉพาะด้าน		
Illustration: <u>Private marketplaces</u> restrict membership to preserve some affinity around a particular product or service or an industry. (E141.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. มีความปลอดภัยด้านข้อมูลการค้ำมากกว่าตลาดกลางสาธารณะ เนื่องจากเป็นการทำธุรกิจภายในกลุ่มของตน		
Linguistic Specification: (SYN) private exchange (E003.txt), (ANT) public marketplace (E141.txt)		
Cross-reference: electronic marketplace (TR028), horizontal marketplace (TR029), vertical marketplace (TR030), public marketplace (TR031)		

TR033	Eng: buyer-driven e-marketplace (E172.txt)	Th: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์โดยผู้ซื้อ
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→ electronic marketplace
Definition: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มผู้ซื้อเพื่อจัดซื้อสินค้าจากผู้ขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต		
Illustration: Of the four types of e-marketplace, <u>buyer-driven e-marketplaces</u> are purely business-to-business (B2B). (E172.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (electronic marketplace)” (THR28)		
Linguistic Specification: (SYN) buyer-oriented marketplace (EB04.txt), customer-oriented marketplace (EB04.txt)		
Cross-reference: electronic marketplace (TR028), sell-driven e-marketplace (TR034), independent e-marketplace (TR035), technology provider e-marketplace (TR036)		

TR034	Eng: sell-driven e-marketplace (E172.txt)	Th: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์โดยผู้ขาย
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→ electronic marketplace
Definition: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มผู้ขายที่ต้องการขายสินค้าแบบออนไลน์		
Illustration: ii. <u>sell-driven e-marketplaces</u> - established by a consortium of suppliers/sellers that are looking to sell their products on-line via the e-marketplace (E172.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (electronic marketplace)” (THR28)		
Linguistic Specification: (SYN) supplier-oriented marketplace (EB04.txt), seller-oriented marketplace (EB04.txt)		
Cross-reference: electronic marketplace (TR028), buyer-driven e-marketplace (TR033), independent e-marketplace (TR035), technology provider e-marketplace (TR036)		

TR035	Eng: independent e-marketplace (E172.txt)	Th: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์อิสระ
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→ electronic marketplace
Definition: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดตั้งขึ้นโดยองค์กรอิสระ มีรายได้จากการดำเนินงานตลาดโดยเป็นตัวแทนของผู้ซื้อและผู้ขาย		

Illustration: iii. <u>independent e-marketplaces</u> - established by independent organisations, whose main motivation is to obtain revenues through operating the marketplace on behalf of buyers/sellers. (E172.txt)
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (electronic marketplace)” (THR28)
Linguistic Specification: (SYN) intermediary-oriented marketplace (EB04.txt)
Cross-reference: electronic marketplace (TR028), buyer-driven e-marketplace (TR033), sell-driven e-marketplace (TR034), technology provider e-marketplace (TR036)

TR036	Eng: technology provider e-marketplace (E172.txt)	Th: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์โดยผู้ให้บริการเทคโนโลยี
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→ electronic marketplace
Definition: ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้ให้บริการเทคโนโลยีตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์		
Illustration: iv. <u>technology provider e-marketplaces</u> - established by an e-marketplace technology provider. These are very similar in principal to independent e-marketplaces, but the motivation for the technology provider to set up the e-marketplace can be quite different to those of a company establishing an independent marketplace. (E172.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (electronic marketplace)” (THR28)		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: electronic marketplace (TR028), buyer-driven e-marketplace (TR033), sell-driven e-marketplace (TR034), independent e-marketplace (TR035)		

TR037	Eng: market maker (EB04.txt)	Th: ผู้บริหารตลาด (THR28)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→ electronic marketplace
Definition: ผู้ที่จัดตั้งและดูแลการดำเนินงานของตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในด้านต่างๆ ให้เป็นไปด้วยความราบรื่น		

Illustration: The <u>market maker</u> assumes the responsibility of e-Marketplace administration and performs maintenance tasks to ensure that the e-Marketplace is open for business. (E058.txt)
Note: 1. หน้าที่ของผู้บริหารตลาดมีตั้งแต่ควบคุมการดำเนินงานของตลาดไปจนถึงจัดหาสิ่งจำเป็นพื้นฐาน ลงทะเบียนสมาชิก และให้การสนับสนุนและบริการแก่เหล่าสมาชิก 2. ในความหมายอีกนัยหนึ่งหมายถึง "ผู้กำหนดทิศทางของตลาดให้เป็นไปตามความต้องการของตน"
Linguistic Specification: -
Cross-reference: electronic marketplace (TR028)

TR038	Eng: online merchant (EB01.txt)	Th: ผู้ค้าออนไลน์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายสินค้าหรือบริการโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง*		
Illustration: Once a merchant account and third party processor have been selected and established, an <u>online merchant</u> can begin to accept credit card payments. (E030.txt)		
Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) on-line merchant (EB01.txt), Internet merchant (EB01.txt), Web merchant (EB04.txt), web merchant (E020.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002)		

TR039	Eng: navigation bar (EB02.txt)	Th: แถบนำทาง
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→Web site
Definition: ส่วนหนึ่งของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นชุดตัวเลือกที่มีการเชื่อมโยงซึ่งจะนำผู้คลิกไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์		
Illustration: The basic commercial Website pattern has established itself and can be summed up by the typical <u>navigation bar</u> : home products services jobs about contact. (EB02.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: hyperlink (TR125)		

* พิพัฒน์ ยอดพฤติการ

* พิพัฒน์ ยอดพฤติการ

TR040	Eng: search engine (EB01.txt)	Th: โปรแกรมค้นหา (THR35)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→Web site
Definition: ส่วนหนึ่งของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นโปรแกรมสำหรับค้นหาเอกสารโดยใช้คำสำคัญที่ระบุ แล้วแสดงตำแหน่งหรือรายการเอกสารที่พบคำสำคัญนั้น		
Illustration: The <u>search engine</u> finds any reference to a given word on that site. (EB03.txt)		
Note: ศัพท์คำนี้มีสองมโนทัศน์คือ มโนทัศน์ที่เป็นเว็บไซต์กับมโนทัศน์ที่เป็นโปรแกรม		
Linguistic Specification: (SYN) site search engine (EB03.txt), on-site search engine (E117.txt)		
Cross-reference: search engine (TR008)		

TR041	Eng: online catalog (EB01.txt)	Th: แคตตาล็อกออนไลน์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→Web site
Definition: ส่วนหนึ่งของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่คล้ายกับแคตตาล็อกธรรมดาแต่ให้บริการแบบออนไลน์ มีคำอธิบายและรูปภาพของผลิตภัณฑ์พร้อมด้วยข้อมูลอื่นๆ สำหรับโฆษณาและให้ข้อมูลแก่ลูกค้า โดยที่ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้		
Illustration: For merchants, the objective of <u>online catalogs</u> is to advertise and promote products and services, whereas the purpose of catalogs to the customer is to provide a source of information on products and services.		
Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) electronic catalog (EB04.txt)		
Cross-reference: shopping cart (TR042)		

TR042	Eng: shopping cart (EB01.txt)	Th: รถเข็น (THR24)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→Web site
Definition: ส่วนหนึ่งของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นอุปกรณ์ทำหน้าที่เสมือนรถเข็นสินค้าที่ลูกค้าใช้รวบรวมสินค้าระหว่างการเลือกซื้อเพื่อนำไปชำระเงินต่อไป โดยสามารถเพิ่มหรือลบรายการสินค้าในระหว่างทางได้		
Illustration: Suppose Tom has selected a PC from JCPenney. Tom can then place the items in the <u>shopping cart</u> and click the checkout button to order. (EB04.txt)		
Note: ไอคอนของโปรแกรมนี้อาจเป็นรูปรถเข็นหรือตะกร้าสินค้า		
Linguistic Specification: (SYN) electronic shopping cart (EB04.txt), virtual shopping cart (EB03.txt)		
Cross-reference: online catalog (TR041)		

TR043	Eng: domain name (EB01.txt)	Th: ชื่อโดเมน (THR08), ชื่อเซต (THR34)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→Web site
Definition: ชื่อที่บอกแหล่งที่อยู่ของเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต		
Illustration: Choosing a <u>domain name</u> that is easy to remember is particularly important for repeat customers who may want to return to the site quickly without going through a search engine. (E014.txt)		
Note: ชื่อโดเมนแบ่งเป็นส่วนๆ ด้วยจุด เรียกเป็นระดับต่างๆ เริ่มจากขวาสุดไปทางซ้ายของชื่อ โดยนับตามลำดับ เช่น top-level domain, second-level domain, third-level domain และ fourth-level domain เป็นต้น		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: top-level domain (TR044), generic top-level domain (TR045), country code top-level domain (TR046), cybersquatter (TR047)		

TR044	Eng: top-level domain (EB01.txt)	Th: สกูลโดเมน [*]
Grammatical Category: noun		Subject Field: Web site→domain name
Definition: ส่วนที่อยู่ทางขวาสุดของชื่อโดเมน ซึ่งบอกสังกัดหรือชนิดของเว็บไซต์นั้น		
Illustration: One of the ways that has been proposed to minimize the disputes over domain names is to allow additional <u>top-level domains</u> (e.g., tv, which would produce an address like www.abc.tv) and to permit additional companies to administer the new domains (Hakala and Richard 1996). (EB04.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) Top Level Domain (EB02.txt), (ABBR) TLD (EB02.txt)		
Cross-reference: domain name (TR043), generic top-level domain (TR045), country code top-level domain (TR046)		

TR045	Eng: generic top-level domain (E150.txt)	Th: สกูลโดเมนระดับสากล [*]
Grammatical Category: noun		Subject Field: domain name→top-level domain
Definition: สกูลโดเมนที่ประกอบด้วยตัวอักษรอย่างน้อยสามตัวสำหรับการใช้งานในระดับสากล		

^{*} พิพัฒน์ ยอดพฤติการ

<p>Illustration: There are currently only three top-level domains available for registration by anyone, regardless of their country of origin or the nature of their business: .com, .net and .org. These domain names are referred to as "generic" top-level domains, or "gTLDs." (E150.txt)</p>
<p>Note: ปัจจุบันมี 14 สกุกที่ได้รับอนุญาตให้จดทะเบียน ได้แก่ .com, .edu, .gov, .int, .mil, .net, .org, .biz, .info, .name, .pro, .aero, .coop และ .museum มีห้าสกุกที่ผู้จดทะเบียนสามารถจดได้โดยไม่มีข้อจำกัด คือ .com, .net, .org, .biz และ .info ส่วนสกุกอื่นๆ จะจดทะเบียนได้ก็ต่อเมื่อเป็นเว็บไซต์ที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของสกุกนั้น เช่น .museum สำหรับเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์ หรือ .pro สำหรับเว็บไซต์ของผู้ที่ประกอบวิชาชีพต่างๆ เช่น ทนายความและแพทย์</p>
<p>Linguistic Specification: (ABBR) gTLD (E150.txt)</p>
<p>Cross-reference: domain name (TR043), top-level domain (TR044), country code top-level domain (TR046)</p>

TR046	Eng: country code top-level domain (EB01.txt)	Th: สกุกโดเมนระดับประเทศ*
Grammatical Category: noun		Subject Field: domain name→top-level domain
Definition: สกุกโดเมนที่ประกอบด้วยตัวอักษรสองตัวซึ่งเป็นรหัสประเทศ ใช้สำหรับประเทศต่างๆ		
Illustration: Other top-level domains popularly advertised for registration by anyone, such as ".tv" and ".md," are actually top-level domains assigned to particular countries as <u>country code top-level domains</u> ("tv" is the country code for Tuvalu, and ".md" is the country code for Moldova). (E150.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (ABBR) ccTLD (http://www.udel.edu/alex/dictionary.html)		
Cross-reference: domain name (TR043), top-level domain (TR044), generic top-level domain (TR045)		

TR047	Eng: cybersquatter (E128.txt)	Th: ผู้จับจองชื่อโดเมน
Grammatical Category: noun		Subject Field: Web site→domain name
Definition: ผู้ที่จดชื่อโดเมนเพื่อแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ		
Illustration: In less than two years, WIPO has received more than 3,000 complaints from people and companies concerning <u>cybersquatters</u> , who are usually accused of registering their sites under names to which they have no legitimate claim and trying to make big profits by selling them. (E128.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์		

2. พบคำว่า “cyber squatter” (http://www.tannedfeet.com/cybersquatting.htm)
3. cybersquatter อาจหมายรวมถึงผู้ที่ละเมิดสิทธิ์ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ด้วยก็ได้ แต่ปัจจุบันนิยมใช้ในความหมายตามนิยามที่ให้ไว้นี้ การแสวงหาผลประโยชน์ดังกล่าว เช่น การจดชื่อโดเมนด้วยชื่อทางการค้าของสินค้าชนิดหนึ่ง แล้วนำชื่อโดเมนนั้นไปขายให้แก่เจ้าของสินค้า
Linguistic Specification: (SYN) cyber-squatter (E029.txt)
Cross-reference: domain name (TR043)

TR048	Eng: Web hosting (EB04.txt)	Th: การรับฝากเว็บไซต์, เว็บไซต์ตั้ง
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→Web site
Definition: การบริการพื้นที่บนเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับเก็บข้อมูลเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต		
Illustration: The upside of outsourcing your <u>Web hosting</u> is that you can count on greater uptime, more reliable network access, and cost savings right from the beginning. (E038.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์ 2. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 3. นอกจากการบริการพื้นที่แล้วยังรวมถึงบริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต 24 ชั่วโมง และความช่วยเหลือทางเทคนิคต่างๆ		
Linguistic Specification: (SYN) web hosting (E012.txt)		
Cross-reference: shared hosting (TR049), dedicated hosting (TR050), co-location (TR051), Web host (TR052)		

TR049	Eng: shared hosting (E014.txt)	Th: การรับฝากเว็บไซต์โดยใช้พื้นที่ร่วมกัน*
Grammatical Category: noun		Subject Field: Web site→Web hosting
Definition: การรับฝากเว็บไซต์ในลักษณะเก็บข้อมูลเว็บไซต์หลายๆ แห่งไว้ในเซิร์ฟเวอร์เดียว		
Illustration: There are quite a number of hosting options such as <u>Shared Hosting</u> , a client's web site is located on an Internet Service Provider's (ISP) shared web server; Dedicated Hosting, a client's web site is located on an ISP's dedicated web server; and Co-location, a client's web site is located on his own web server and he merely connects it to Internet through an ISP. (E014.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: Web hosting (TR048), dedicated hosting (TR050), co-location (TR051), Web host (TR052)		

* พัทฒน์ ยอดพฤติการ

TR050	Eng: dedicated hosting (E014.txt)	Th: การรับฝากเว็บไซต์แบบเช่าเซิร์ฟเวอร์
Grammatical Category: noun		Subject Field: Web site→Web hosting
Definition: การรับฝากเว็บไซต์ในลักษณะเก็บข้อมูลไว้ในเซิร์ฟเวอร์ที่สงวนไว้สำหรับเว็บไซต์รายเดียว		
Illustration: There are quite a number of hosting options such as Shared Hosting, a client's web site is located on an Internet Service Provider's (ISP) shared web server; <u>Dedicated Hosting</u> , a client's web site is located on an ISP's dedicated web server; and Co-location, a client's web site is located on his own web server and he merely connects it to Internet through an ISP. (E014.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: Web hosting (TR048), shared hosting (TR049), co-location (TR051), Web host (TR052)		

TR051	Eng: co-location (E014.txt)	Th: การรับฝากเครื่องเซิร์ฟเวอร์
Grammatical Category: noun		Subject Field: Web site→Web hosting
Definition: การรับฝากเว็บไซต์ในลักษณะรับฝากทั้งเครื่องเซิร์ฟเวอร์ซึ่งมีข้อมูลเว็บไซต์ของลูกค้า เพื่อเชื่อมต่อโดยตรงกับช่องสัญญาณอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่		
Illustration: There are quite a number of hosting options such as Shared Hosting, a client's web site is located on an Internet Service Provider's (ISP) shared web server; Dedicated Hosting, a client's web site is located on an ISP's dedicated web server; and <u>Co-location</u> , a client's web site is located on his own web server and he merely connects it to Internet through an ISP. (E014.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์ที่มีผู้บัญญัติไว้ว่า “บริการรับฝากเครื่องเซิร์ฟเวอร์ (co-location)” (THR56) 2. การเชื่อมต่อโดยตรงนี้จะทำให้สามารถเรียกดูเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: Web hosting (TR048), shared hosting (TR049), dedicated hosting (TR050), Web host (TR052)		

TR052	Eng: Web host (E071.txt)	Th: ผู้ให้บริการรับฝากเว็บไซต์, เว็บไซต์
Grammatical Category: noun		Subject Field: Web site→Web hosting
Definition: บริษัทที่ให้บริการพื้นที่ในการจัดตั้งเว็บไซต์ เครื่องมือ คำแนะนำ และทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับเว็บไซต์ และทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าถึงเว็บไซต์นั้นได้		
Illustration: Nearly 80% of respondents who are outsourcing have signed service-level agreements, and 75% said they are able to monitor the performance and availability of their e-commerce applications at the <u>Web host</u> . (E071.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์ 2. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		

Linguistic Specification: (SYN) web host (E111.txt)
Cross-reference: Web hosting (TR048), shared hosting (TR049), dedicated hosting (TR050), co-location (TR051), Web host (TR052)

TR053	Eng: Webmaster (EB04.txt)	Th: ผู้ดูแลเว็บ (THR34), เว็บมาสเตอร์ (THR38)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→Web site
Definition: ผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยของเว็บไซต์ในทุกๆ ด้านรวมถึงการปรับปรุงข้อมูล		
Illustration: Many ecommerce Websites have been set up to take orders, which are then printed out by the <u>Webmaster</u> and routed to the sales department via the internal mail. (EB02.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) webmaster (E001.txt)		
Cross-reference: electronic commerce (TR002)		

TR054	Eng: credit card (EB01.txt)	Th: บัตรเครดิต (THR32)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→payment
Definition: วิธีชำระเงินที่ผู้ถือบัตรได้รับวงเงินสินเชื่อจำนวนหนึ่งจากธนาคารผู้ออกบัตร เพื่อใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ หรือถอนเงินสด โดยธนาคารจะหักเงินหรือให้ชำระเงินสินเชื่อดังกล่าว ณ สิ้นคาบระยะเวลาที่กำหนดไว้ (THR03)		
Illustration: To accept <u>credit cards</u> on your web site, you will need an Internet merchant account with a bank (known in e-commerce language as an "acquirer"). (EB03.txt)		
Note: เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมที่สุดในการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: issuing bank (TR055), Internet merchant account (TR056), acquirer (TR057), merchant bank (TR058), merchant account provider (TR059), merchant service provider (TR060), independent sales organization (TR061), credit card processor (TR062), payment gateway (TR063), debit card (TR064), electronic wallet (EB01.txt)		

TR055	Eng: issuing bank (EB04.txt)	Th: ธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต (THR31)
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→credit card
Definition: ธนาคารที่เป็นผู้ออกบัตรเครดิต		
Illustration: The amount is transferred from issuer to brand. The same amount is ducted from the cardholder's account in the <u>issuing bank</u> . (EB04.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		

Cross-reference: credit card (TR054), merchant bank (TR058), credit card processor (TR062), payment gateway (TR063)

TR056	Eng: Internet merchant account (EB03.txt)	Th: บัญชีผู้ค้าทางอินเทอร์เน็ต
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→credit card
Definition: บัญชีที่ผู้ค้าสมัครกับธนาคารเพื่อให้สามารถรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ตได้ โดยจะใช้อ้างอิงเมื่อมีการทำธุรกรรม		
Illustration: An <u>Internet merchant account</u> is designed to allow you to process Internet credit card transactions through a credit card processing network. (EB03.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. ธนาคารในที่นี้อาจเป็นตัวธนาคารเองหรือสถาบันการเงินอื่นๆ ที่เป็นตัวแทน และบัญชีผู้ค้าทางอินเทอร์เน็ตนี้ไม่ได้หมายถึงบัญชีธนาคาร แต่เป็นบัญชีสมาชิกเช่นเดียวกับบัญชีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหรืออีเมล เพียงแต่ผู้ค้าจะต้องขอเปิดบัญชีธนาคารบัญชีใหม่ด้วยเพื่อใช้ในการทำธุรกรรมบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ต จึงมักทำให้เกิดความสับสนในเรื่องความหมาย		
Linguistic Specification: (SYN) Internet Merchant Account (E044.txt), merchant account (EB03.txt), Merchant Account (E067.txt), (ABBR) IMA (http://www.nortex.com/support/webhelp/glossary_of_terms.htm)		
Cross-reference: credit card (TR054), acquirer (TR057), merchant bank (TR058), merchant account provider (TR059), merchant service provider (TR060), independent sales organization (TR061)		

TR057	Eng: acquirer (EB01.txt)	Th: ผู้จัดการธุรกรรม
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→credit card
Definition: สถาบันการเงินหรือธนาคารที่ออกบัญชีผู้ค้าทางอินเทอร์เน็ต และจัดการรายการธุรกรรม		
Illustration: The <u>acquirer</u> processes the merchant's credit card authorizations and payments. (EB01.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์ 2. บางแห่งอาจให้บุคคลที่สามเป็นผู้ดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิต		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: credit card (TR054), Internet merchant account (TR056), merchant bank (TR058), merchant account provider (TR059), merchant service provider (TR060), independent sales organization (TR061), credit card processor (TR062), payment gateway (TR063)		

TR058	Eng: merchant bank (E030.txt)	Th: ธนาคารเจ้าของบัญชี*
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→credit card
Definition: ธนาคารที่ออกบัญชีผู้ค้าทางอินเทอร์เน็ต และจะดำเนินการทางการเงินให้แก่ผู้ค้าเมื่อมีการทำธุรกรรมเกิดขึ้น		
Illustration: The distinction here is whether you must involve the service for each payment you accept of if you can communicate directly with your payment acquirer or <u>merchant bank</u> . (E040.txt)		
Note: ธนาคารเจ้าของบัญชีจะหักค่าธรรมเนียมซึ่งอยู่ระหว่างร้อยละ 2-10 ของยอดขาย ก่อนที่จะโอนเงินเข้าบัญชีของผู้ค้า ส่วนผู้ที่ดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิตอาจเป็นบุคคลที่สามก็ได้		
Linguistic Specification: (SYN) acquiring bank (EB04.txt)		
Cross-reference: credit card (TR054), issuing bank (TR055), Internet merchant account (TR056), acquirer (TR057), merchant account provider (TR059), merchant service provider (TR060), independent sales organization (TR061), credit card processor (TR062), payment gateway (TR063)		

TR059	Eng: merchant account provider (E042.txt)	Th: ผู้ให้บริการบัญชีผู้ค้า
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→credit card
Definition: ผู้ที่ให้บริการบัญชีผู้ค้าทางอินเทอร์เน็ตและดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิต หรือให้บริการบัญชีผู้ค้าทางอินเทอร์เน็ตแต่เพียงอย่างเดียว		
Illustration: Once a relationship with a <u>merchant account provider</u> or acquiring financial institution is set up, the institution then deposits daily credit card sales into the merchant's account after deducting certain fees. (E041.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. ผู้ให้บริการบัญชีผู้ค้าจะหักค่าธรรมเนียมเมื่อโอนยอดขายจากบัตรเครดิตเข้าบัญชีของผู้ค้า		
Linguistic Specification: (ABBR) MAP (E020.txt)		
Cross-reference: credit card (TR054), Internet merchant account (TR056), acquirer (TR057), merchant bank (TR058), merchant service provider (TR060), independent sales organization (TR061)		

TR060	Eng: merchant service provider (E041.txt)	Th: ผู้ให้บริการด้านผู้ค้า
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→merchant account provider
Definition: ธนาคาร องค์การการขายอิสระ หรือบริษัทอื่นๆ ที่ให้บริการดำเนินธุรกรรมทางการเงินแก่ผู้ค้า		
Illustration: These accounts can be established through <u>merchant service providers</u> (MSPs) such as		

* พิพัฒน์ ยอดพฤติการ

banks or via independent service organizations (ISOs). (E041.txt)
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. บางแห่งออกบัญชีผู้ค้าให้ แต่บางแห่งกำหนดว่าลูกค้าต้องไปขอบัญชีผู้ค้าเอง บางแห่งอ้างว่าไม่จำเป็นต้องใช้บัญชีผู้ค้า ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่ผิดกฎหมายในบางพื้นที่
Linguistic Specification: (ABBR) MSP (E041.txt)
Cross-reference: credit card (TR054), Internet merchant account (TR056), acquirer (TR057), merchant bank (TR058), merchant account provider (TR059), independent sales organization (TR061)

TR061	Eng: independent sales organization (E077.txt)	Th: องค์การการขายอิสระ
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→merchant account provider
Definition: บริษัทหรือองค์กรที่ให้บริการดำเนินธุรกรรมบัตรเครดิตออนไลน์ เป็นตัวกลางระหว่างผู้ค้ากับธนาคารเจ้าของบัญชี โดยคิดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมหรือคิดจากอัตราร้อยละของยอดขาย		
Illustration: <u>Independent Sales Organizations</u> (ISOs) that "sell" Merchant Accounts place you with a Merchant Bank -- for a fee. (E077.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. ส่วนใหญ่จะออกบัญชีผู้ค้าให้ด้วย ลูกค้าจึงมักจะเป็นผู้ค้าที่ขอบัญชีผู้ค้าจากธนาคารไม่ได้ เนื่องจากธนาคารเห็นว่ามีความเสี่ยงมากเกินไป แต่บางแห่งให้ลูกค้าใช้บัญชีผู้ค้าในนามของตน ซึ่งเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายในบางพื้นที่		
Linguistic Specification: (ABBR) ISO (E041.txt)		
Cross-reference: credit card (TR054), Internet merchant account (TR056), acquirer (TR057), merchant bank (TR058), merchant account provider (TR059), merchant service provider (TR060)		

TR062	Eng: credit card processor (E077.txt)	Th: ผู้ดำเนินการบัตรเครดิต
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→credit card
Definition: ผู้ดำเนินการธุรกรรมบัตรเครดิตในทุกขั้นตอนระหว่างผู้ค้า ธนาคารผู้ออกบัตร และผู้ให้บริการบัญชีผู้ค้า		
Illustration: Most <u>credit card processors</u> will now connect you directly to their bank's computer with a processing terminal. (E094.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการบัตรเครดิตอาจเป็นผู้ให้บริการด้านผู้ค้าก็ได้		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: credit card (TR054), acquirer (TR057), merchant bank (TR058), issuing bank (TR055), payment gateway (TR063)		

TR063	Eng: payment gateway (EB01.txt)	Th: เพย์เมนต์เกตเวย์
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→credit card
Definition: ระบบการเงินออนไลน์ที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และผู้ดำเนินการบัตรเครดิตที่จะส่งข้อมูลบัตรเครดิตอย่างปลอดภัยไปยังผู้ดำเนินการ แล้วแจ้งให้ผู้ซื้อทราบผลของธุรกรรม		
Illustration: The role of <u>payment gateway</u> is to connect the Internet and proprietary networks of bank. (EB04.txt)		
Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: credit card (TR054), acquirer (TR057), merchant bank (TR058), issuing bank (TR055), credit card processor (TR062)		

TR064	Eng: debit card (EB01.txt)	Th: บัตรเดบิต (THR03)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→payment
Definition: วิธีชำระเงินที่ใช้บัตรสำหรับโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะที่เป็นการชำระเงินในขณะนั้น โดยเงินจะถูกหักจากบัญชีทันที และใช้จ่ายได้ตามจำนวนเงินในบัญชีที่มีอยู่		
Illustration: When you use a <u>debit card</u> , the amount is immediately deducted from your checking or savings account. (EB04.txt)		
Note: ผู้ค้าไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมเมื่อมีการโอนเงิน		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: credit card (TR054)		

TR065	Eng: electronic check (EB01.txt)	Th: เช็คอิเล็กทรอนิกส์ (THR13)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→payment
Definition: วิธีชำระเงินที่คล้ายกับการใช้เช็คธรรมดา แต่เปลี่ยนชื่อจากที่ใช้กระดาษมาเป็นชื่ออิเล็กทรอนิกส์แทน (THR25)		
Illustration: With <u>electronic checks</u> , the payor (either an individual consumer or a business) instructs its financial institution to pay a specific amount to another party, the payee. (EB01.txt)		
Note: ต้องใช้ร่วมกับสมุดเช็คอิเล็กทรอนิกส์		
Linguistic Specification: (SYN) e-check (EB04.txt)		
Cross-reference: electronic checkbook (TR066)		

TR066	Eng: electronic checkbook (EB04.txt)	Th: สมุดเช็คอิเล็กทรอนิกส์
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→electronic check
Definition: อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทางการเงินที่มีเครื่องมือเข้ารหัส อนุญาตคู่สาคาธณะและส่วนตัว ใบรับรองโปรแกรมสำหรับปลดล็อกซอฟต์แวร์ และโปรแกรมสำหรับทำงานอื่นๆ โดยอยู่ในสมาร์ตการ์ด ใช้สำหรับตรวจสอบและเซ็นหรือรับรองเช็คอิเล็กทรอนิกส์		
Illustration: Since the <u>electronic checkbooks</u> autonomously validate the authorization of check issuance, SafeCheck can prevent the ill-intentioned default-risky check issuance. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “เช็คอิเล็กทรอนิกส์ (electronic check)” (TR065)		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: electronic check (TR065), smart card (TR067)		

TR067	Eng: smart card (EB01.txt)	Th: บัตรสมาร์ต (THR34), สมาร์ตการ์ด
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic check→electronic checkbook
Definition: บัตรพลาสติกที่มีชิปขนาดเล็กที่เป็นที่เก็บข้อมูลจำนวนมาก (THR24)		
Illustration: A <u>smart card</u> is a small plastic card that looks similar to a credit card, but it contains a microprocessor and storage unit. (EB01.txt)		
Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: electronic checkbook (TR066), electronic purse (TR074)		

TR068	Eng: electronic wallet (EB01.txt)	Th: กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (THR55)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→payment
Definition: วิธีชำระเงินที่เป็นซอฟต์แวร์สำหรับเก็บและอ้างอิงข้อมูลบัญชีการเงินของผู้ใช้ เพื่อให้การทำธุรกรรมดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้น		
Illustration: First, your customer fills out a form on your web page or activates an <u>electronic wallet</u> that holds his/her credit card information. (E030.txt)		
Note: กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่จะอยู่บนเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ แต่มีการผลิตรุ่นใหม่ซึ่งอยู่บนเซิร์ฟเวอร์ของผู้ออกบัตรเครดิต โดยจะทำงานเมื่อผู้ใช้คลิกปุ่มชำระเงิน และการทำธุรกรรมด้วยวิธีนี้จะกระทำโดยใช้โพรโทคอล SET		
Linguistic Specification: (SYN) e-wallet (E025.txt), digital wallet (EB03.txt)		
Cross-reference: electronic purse (TR074), Secure Electronic Transaction (TR105)		

TR069	Eng: financial electronic data interchange (E101.txt)	Th: ระบบโอนเงิน EDI (THR39)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→payment
Definition: วิธีชำระเงินที่เป็นระบบสำหรับชำระเงิน และแลกเปลี่ยนเอกสารหรือข้อมูลทางการเงินทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบมาตรฐานระหว่างคู่ค้าและธนาคารอย่างปลอดภัยและรวดเร็ว		
Illustration: Bank of America and Lawrence Livermore National Laboratory, in a pilot program to test <u>financial electronic data interchange</u> (EDI), determined that it is viable to transmit sensitive information securely and reliably over the Internet. (E157.txt)		
Note: นิยมใช้ financial EDI มากกว่าคำเต็ม		
Linguistic Specification: (SYN) financial EDI (EB01.txt), (ABBR) FEDI (http://web.singnet.com.sg/~saihoong/technology1.htm), F-EDI (E101.txt)		
Cross-reference: online banking (TR070)		

TR070	Eng: online banking (EB04.txt)	Th: การธนาคารระบบออนไลน์
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→electronic banking
Definition: วิธีชำระเงินที่เป็นการใช้บริการของธนาคารด้วยการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต		
Illustration: With <u>online banking</u> , users have the ability to access their personal bank accounts, transfer funds, pay bills, and monitor investments. (E106.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์ที่มีบัญญัติไว้ว่า “การธนาคารระบบอิเล็กทรอนิกส์ (electronic banking)” (THR36)		
Linguistic Specification: (SYN) on-line banking (E138.txt), cyberbanking (EB04.txt), home banking (EB04.txt), Internet banking (EB02.txt)		
Cross-reference: electronic banking (TR071)		

TR071	Eng: electronic banking (EB01.txt)	Th: การธนาคารระบบอิเล็กทรอนิกส์ (THR36), อิเล็กทรอนิกส์แบงก์ (THR42)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce
Definition: การใช้บริการของธนาคารผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ รวมถึงการใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต		
Illustration: <u>Electronic banking</u> has capabilities ranging from paying bills to securing a loan electronically. (EB04.txt)		
Note: 1. พบคำว่า “e-banking” (http://www.ubs.com/e/ebanking.html) 2. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว เช่น คีออส (kios)		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: online banking (TR070)		

TR072	Eng: micropayment (EB02.txt)	Th: การชำระเงินขนาดย่อม (THR33)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce--payment
Definition: การชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าต่ำ (THR33)		
Illustration: CyberCash has commercialized a stored-value card named CyberCoin as a medium of <u>micropayment</u> on the Internet (CyberCash 1999). (EB04.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) micro-payment (EB03.txt)		
Cross-reference: electronic money (TR073), electronic purse (TR074), electronic cash (TR075)		

TR073	Eng: electronic money (EB04.txt)	Th: เงินอิเล็กทรอนิกส์ (THR09)
Grammatical Category: noun		Subject Field: payment→micropayment
Definition: วิธีชำระเงินที่เป็นค่าเงินที่เก็บอยู่บนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับ และใช้สำหรับชำระเงินจำนวนจำกัด โดยโอนผ่านเครือข่ายข้อมูล		
Illustration: <u>Electronic money</u> is analogous to paper money or coins. (EB04.txt)		
Note: คำดังกล่าวอาจเก็บอยู่ในชิปหรือหน่วยความจำของคอมพิวเตอร์		
Linguistic Specification: (SYN) e-money (E137.txt), digital money (EB02.txt)		
Cross-reference: micropayment (TR072), electronic purse (TR074), electronic cash (TR075)		

TR074	Eng: electronic purse (EB01.txt)	Th: กระเป๋าตังค์อิเล็กทรอนิกส์
Grammatical Category: noun		Subject Field: micropayment→electronic money
Definition: วิธีชำระเงินที่เป็นค่าเงินที่โหลดไว้บนไมโครโพรเซสเซอร์ของสมาร์ทการ์ด โดยเติมเงินได้		
Illustration: The term <u>electronic purse</u> is used to refer to monetary value that is loaded onto the smart card's microprocessor and that can be used by consumers for purchases. (EB01.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติหลักของกลุ่มคือคำว่า “เงินอิเล็กทรอนิกส์ (electronic money)” (TR073)		
Linguistic Specification: (SYN) e-purse (E042.txt)		
Cross-reference: smart card (TR067), micropayment (TR072), electronic money (TR073), electronic cash (TR075)		

TR075	Eng: electronic cash (EB01.txt)	Th: เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (THR25)
Grammatical Category: noun		Subject Field: micropayment→electronic money
Definition: วิธีชำระเงินที่เป็นตัวเลขซึ่งออกให้โดยธนาคารสำหรับใช้ซื้อสินค้าแทนเงินสด		

Illustration: <u>Electronic cash</u> is a form of stored value that is easily exchangeable in an electronic format and is tamper-resistant. (EB01.txt)
Note: ตัวเลขดังกล่าวต้องได้รับการเข้ารหัสก่อนส่งผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์
Linguistic Specification: (SYN) e-cash (EB04.txt), digital cash (EB02.txt)
Cross-reference: micropayment (TR072), electronic money (TR073), electronic purse (TR074)

TR076	Eng: confidentiality (EB01.txt)	Th: การรักษาความลับ (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce--security
Definition: การรักษาความปลอดภัยที่เป็นการรักษาความลับของข้อมูลที่เก็บไว้หรือส่งผ่านทางเครือข่ายโดยป้องกันไม่ให้ผู้อื่นลักลอบดูได้ด้วยวิทยาการเข้ารหัสลับ		
Illustration: One way to ensure the <u>confidentiality</u> and privacy of messages is to make sure that even if they fall into the wrong hands they cannot be read. This is where cryptography comes into play. (EB04.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: cryptography (TR077)		

TR077	Eng: cryptography (EB01.txt)	Th: วิทยาการเข้ารหัสลับ (THR35)
Grammatical Category: noun		Subject Field: security→confidentiality
Definition: เครื่องมือรักษาความลับที่ทำให้ข้อมูลที่จะส่งผ่านไปทางเครือข่ายอยู่ในรูปแบบที่ไม่สามารถอ่านออกได้ด้วยการเข้ารหัส ทำให้ข้อมูลนั้นเป็นความลับ ซึ่งผู้ที่มีสิทธิ์จริงเท่านั้นจะสามารถอ่านข้อมูลนั้นได้ด้วยการถอดรหัส (THR10)		
Illustration: <u>Cryptography</u> is a method of mathematical encoding used to transform messages into an unreadable format in an effort to maintain confidentiality of data. (EB01.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: confidentiality (TR076), symmetric cryptography (TR078), asymmetric cryptography (TR079)		

TR078	Eng: symmetric cryptography (EB01.txt)	Th: วิทยาการเข้ารหัสลับแบบสมมาตร
Grammatical Category: noun		Subject Field: confidentiality→cryptography
Definition: วิทยาการเข้ารหัสลับที่ใช้กุญแจลับอันเดียวกันในการเข้าและถอดรหัส		

Illustration: For <u>symmetric cryptography</u> , the key used to encrypt and decrypt a message must be kept a secret. (EB01.txt)
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติที่มีอยู่เดิมคือคำว่า “วิทยาการเข้ารหัสลับ (cryptography)” (THR35) ร่วมกับการอิงศัพท์ที่มีผู้บัญญัติไว้ว่า “การเข้ารหัสแบบสมมาตร (symmetric cryptography)” (THR54) 2. พบคำว่า “secret-key cryptography” (http://csrc.nist.gov/publications/nistpubs/800-7/node49.html) และ “private key cryptography” (http://www.anujseth.com/crypto/privatekey.html)
Linguistic Specification: (SYN) secret key cryptography (EB04.txt), private-key cryptography (E157.txt), secret-key encryption (E106.txt), secret key encryption (EB04.txt), private key encryption (EB01.txt), private-key encryption (E157.txt), (ANT) asymmetric cryptography (EB01.txt)
Cross-reference: cryptography (TR077), asymmetric cryptography (TR079)

TR079	Eng: asymmetric cryptography (EB01.txt)	Th: วิทยาการเข้ารหัสลับแบบอสมมาตร
Grammatical Category: noun		Subject Field: confidentiality→cryptography
Definition: วิทยาการเข้ารหัสลับที่ใช้กุญแจต่างกันในการเข้าและถอดรหัส		
Illustration: Two types of cryptographic mechanisms can be used to provide an encryption capability: symmetric cryptography where entities share a common secret key; and public key cryptography (also known as <u>asymmetric cryptography</u>) where each communicating entity has a unique key pair (a public key and a private key). (EB01.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติที่มีอยู่เดิมคือคำว่า “วิทยาการเข้ารหัสลับ (cryptography)” (THR35) ร่วมกับการอิงศัพท์ที่มีผู้บัญญัติไว้ว่า “วิทยาการเข้ารหัสแบบอสมมาตร (asymmetric cryptography)” (THR02)		
Linguistic Specification: (SYN) public-key cryptography (E072.txt), public key cryptography (EB01.txt), public-key encryption (EB01.txt), public key encryption (EB04.txt), (ANT) symmetric cryptography (EB01.txt)		
Cross-reference: cryptography (TR077), symmetric cryptography (TR078)		

TR080	Eng: plaintext (EB01.txt)	Th: ข้อความธรรมดา
Grammatical Category: noun		Subject Field: confidentiality→cryptography
Definition: ส่วนหนึ่งในวิทยาการเข้ารหัสลับที่เป็นข้อความที่อ่านเข้าใจได้		
Illustration: The process of retrieving the <u>plaintext</u> from the ciphertext is called decryption. (E110.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. พบคำว่า “clear text” (http://club.cycom.co.uk/encryption_tools.html)		
Linguistic Specification: (SYN) plain text (EB03.txt), cleartext (EB01.txt), (ANT) ciphertext (EB01.txt)		

Cross-reference: cryptography (TR077), ciphertext (TR081), encryption (TR083), decryption (TR084)

TR081	Eng: ciphertext (EB01.txt)	Th: ข้อความที่เข้ารหัส
Grammatical Category: noun		Subject Field: confidentiality→cryptography
Definition: ส่วนหนึ่งในวิทยาการเข้ารหัสลับที่เป็นข้อความที่ได้รับการเข้ารหัสให้อยู่ในรูปที่อ่านไม่ได้		
Illustration: For stow, the important point to understand is that the encryption process transforms a cleartext message into a non-decipherable form known as <u>ciphertext</u> . (EB01.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: (SYN) cipher text (E102.txt), (ANT) plaintext (EB01.txt)		
Cross-reference: cryptography (TR077), plaintext (TR080), encryption (TR083), decryption (TR084)		

TR082	Eng: encryption algorithm (EB04.txt)	Th: กระบวนการเข้ารหัส (THR55)
Grammatical Category: noun		Subject Field: confidentiality→cryptography
Definition: ส่วนหนึ่งในวิทยาการเข้ารหัสลับที่เป็นสูตรทางคณิตศาสตร์ที่ใช้ในการเข้ารหัสข้อความธรรมดาให้เป็นข้อความที่เข้ารหัส และถอดรหัสข้อความที่เข้ารหัสให้เป็นข้อความธรรมดา		
Illustration: When asking the Web server for its digital certificate, the browser also sends along a list of supported <u>encryption algorithms</u> . (E090.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: cryptography (TR077), encryption (TR083), decryption (TR084)		

TR083	Eng: encryption (EB01.txt)	Th: การเข้ารหัส (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: cryptography→encryption algorithm
Definition: วัตถุประสงค์ในการใช้กระบวนการเข้ารหัสเพื่อแปลงข้อความหรือข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่อ่านได้ให้อยู่ในรูปแบบที่อ่านไม่ได้		
Illustration: <u>Encryption</u> works by encoding the text of a message with a key. (E075.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (ANT) decryption (EB01.txt)		
Cross-reference: encryption algorithm (TR082), decryption (TR084)		

TR084	Eng: decryption (EB01.txt)	Th: การถอดรหัส (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: cryptography→encryption algorithm
Definition: วัตถุประสงค์ในการใช้กระบวนการเข้ารหัสเพื่อแปลงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากรูปแบบที่อ่านไม่ได้ให้กลับไปอยู่ในรูปของข้อความหรือข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบเดิมที่อ่านได้		

Illustration: The process of restoring the ciphertext to cleartext is called <u>decryption</u> . (EB01.txt)
Note: -
Linguistic Specification: (ANT) encryption (EB01.txt)
Cross-reference: encryption algorithm (TR082), encryption (TR083)

TR085	Eng: key (EB01.txt)	Th: กุญแจ (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: confidentiality→cryptography
Definition: ส่วนหนึ่งในวิทยาการเข้ารหัสลับที่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นด้วยกระบวนการทางคณิตศาสตร์ที่คำนวณโดยอัตโนมัติ และได้ผลลัพธ์ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของอักษร อักขระ ตัวเลข หรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการเข้ารหัสและถอดรหัส (THR02)		
Illustration: Encryption and decryption usually make use of a <u>key</u> , and the coding method is such that decryption can be performed only by knowing the proper key. (E110.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: cryptography (TR077), encryption algorithm (TR082)		

TR086	Eng: key pair (EB01.txt)	Th: กุญแจคู่ (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: cryptography→key
Definition: กุญแจส่วนตัวและกุญแจสาธารณะในระบบรหัสแบบอสมมาตร ที่ได้สร้างขึ้นโดยวิธีการที่ทำให้กุญแจส่วนตัวมีความสัมพันธ์ในทางคณิตศาสตร์กับกุญแจสาธารณะในลักษณะที่สามารถใช้กุญแจสาธารณะตรวจสอบได้ว่าลายมือชื่อดิจิทัลได้สร้างขึ้นโดยใช้กุญแจส่วนตัวนั้นหรือไม่ (THR02)		
Illustration: The remarkable property of this <u>key pair</u> is that neither can be transformed into the other. (EB02.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: cryptography (TR077), encryption algorithm (TR082), key (TR085)		

TR087	Eng: public key (EB01.txt)	Th: กุญแจสาธารณะ (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: key→key pair
Definition: ส่วนประกอบของกุญแจคู่ซึ่งสามารถเปิดเผยได้ ใช้ในวิทยาการเข้ารหัสลับแบบอสมมาตร		
Illustration: A user can publish her <u>public key</u> and then anyone wishing to send a message to that person uses the <u>public key</u> to encrypt it. (EB02.txt)		
Note: เนื่องจากกุญแจสาธารณะเป็นที่เปิดเผยต่อสาธารณะ ผู้ใดต้องการส่งข้อความลับไปถึงเจ้าของกุญแจก็จะนำกุญแจสาธารณะของบุคคลนั้นมาเข้ารหัสข้อความก่อนที่จะส่ง		

Linguistic Specification: (ANT) private key (EB01.txt)
Cross-reference: key (TR085), key pair (TR086), private key (TR088)

TR088	Eng: private key (EB01.txt)	Th: กุญแจส่วนตัว (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: key→key pair
Definition: ส่วนประกอบของกุญแจคู่ซึ่งเจ้าของกุญแจต้องเก็บเป็นความลับ ใช้ในวิทยาการเข้ารหัสลับแบบอสมมาตร		
Illustration: The public key is known to all authorized users, but the <u>private key</u> is known only to one person-its owner. (EB04.txt)		
Note: กุญแจส่วนตัวจะสามารถถอดรหัสได้เฉพาะข้อความที่ได้รับการเข้ารหัสด้วยกุญแจสาธารณะที่เป็นคู่ของตนเท่านั้น		
Linguistic Specification: (ANT) public key (EB01.txt)		
Cross-reference: key (TR085), key pair (TR086), public key (TR087)		

TR089	Eng: secret key (EB01.txt)	Th: กุญแจลับ (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: cryptography→key
Definition: กุญแจที่ใช้ทั้งในการเข้าและถอดรหัส และจะต้องเก็บเป็นความลับระหว่างผู้ส่งและผู้รับ ใช้ในวิทยาการเข้ารหัสลับแบบสมมาตร		
Illustration: For many years, people used a security system based on a single <u>secret key</u> . (EB04.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: key (TR085), key pair (TR086), public key (TR087), private key (TR088)		

TR090	Eng: access control (EB01.txt)	Th: การควบคุมการเข้าถึง (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→security
Definition: การรักษาความปลอดภัยที่เป็นการอนุญาตให้เฉพาะบุคคลซึ่งมีสิทธิหรือได้รับอนุญาตเท่านั้นในการเข้าถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และป้องกันมิให้บุคคลซึ่งไม่มีสิทธิหรือไม่ได้รับอนุญาตเข้าถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (THR02)		
Illustration: The data may contain hidden instructions that cause the host to modify <u>access control</u> and security-related files, making it easier for the intruder to gain access to the system. (E034.txt)		
Note: เครื่องมือชนิดหนึ่งที่ใช้ในการควบคุมการเข้าถึงคือไฟร์วอลล์		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: firewall (TR091), intrusion detection system (TR096)		

TR091	Eng: firewall (EB01.txt)	Th: ต่ำนกันบุกรุก, ไฟร์วอลล์ (THR34)
Grammatical Category: noun		Subject Field: security→access control
Definition: เครื่องมือในการควบคุมการเข้าถึงที่เป็นฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่องค์กรต่างๆ มีไว้เพื่อป้องกันเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายในของตนจากอันตรายที่มาจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายนอก โดยอนุญาตให้เฉพาะข้อมูลที่มีคุณลักษณะตรงกับเงื่อนไขที่กำหนดไว้ผ่านเข้าออกระบบเครือข่ายภายในเท่านั้น (THR24)		
Illustration: <u>Firewalls</u> also scan files entering the company for viruses and have many technical deterrents to keep intruders from getting inside the company's network. (EB03.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: access control (TR090), intrusion detection system (TR096)		

TR092	Eng: hacker (EB01.txt)	Th: นักเจาะระบบ (THR44), แฮกเกอร์ (THR10)
Grammatical Category: noun		Subject Field: access control→firewall
Definition: ผู้ที่เข้าไปในเครื่องคอมพิวเตอร์หรือระบบของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต และอาจดู เปลี่ยนแปลง หรือขโมยข้อมูลต่างๆ รวมทั้งสร้างความเสียหายให้แก่ระบบ		
Illustration: For instance, a <u>hacker</u> might modify the address where the contents of a Web form will be submitted. (EB04.txt)		
Note: ตามความหมายเดิม hacker หมายถึง คนที่สนใจคอมพิวเตอร์ ชอบเรียนรู้และทดลองคอมพิวเตอร์ (http://www.potaroo.net/ietf/rfc/fyi/PDF/fyi36.pdf) ซึ่งเป็นความหมายในทางดี แต่ปัจจุบันนำมาใช้กันทั่วไปในความหมายของคำว่า cracker ซึ่งเป็นความหมายในทางไม่ดี ในคลังข้อมูลภาษาพบว่าใช้ hacker ในความหมายไม่ดี จึงอ้างอิงนิยามของคำว่า cracker มาบันทึกไว้ในที่นี้		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: firewall (TR091), intrusion detection system (TR096)		

TR093	Eng: virus (EB01.txt)	Th: ไวรัส (THR24)
Grammatical Category: noun		Subject Field: access control→firewall
Definition: โปรแกรมคอมพิวเตอร์ประเภทหนึ่งที่ถูกออกแบบมาให้แพร่กระจายตัวเองจากไฟล์หนึ่งไปยังไฟล์อื่นๆ ภายในเครื่องคอมพิวเตอร์ (THR24) และทำให้เกิดความเสียหาย		
Illustration: A <u>virus</u> is much more likely to show up in the file attachment than in the body of the e-mail, which is nothing but text. (E166.txt)		
Note: ไวรัสไม่สามารถแพร่กระจายจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่งได้ด้วยตัวเอง การที่คอมพิวเตอร์หลายๆ เครื่องในหน่วยงานติดไวรัสนั้น โดยทั่วไปเกิดจากผู้ใช้เป็นพาหะนำไวรัส เช่น ส่งอีเมลโดยแนบเอกสารหรือไฟล์ที่มีไวรัสไปด้วย หรือนำฟลอปปีดิสก์ที่มีไฟล์ติดไวรัสไปใช้ในเครื่องอื่น		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: worm (TR094), Trojan horse (TR095)		

TR094	Eng: worm (E043.txt)	Th: หนอน (THR24)
Grammatical Category: noun		Subject Field: access control→firewall
Definition: โปรแกรมคอมพิวเตอร์ประเภทหนึ่งที่สามารถแพร่กระจายตัวเองจากเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่งโดยอาศัยระบบเน็ตเวิร์ค (e-Mail) ได้อย่างรวดเร็วและรุนแรง (THR24) และทำให้เกิดความเสียหาย		
Illustration: A malicious computer program called <u>worm</u> attacked Microsoft's e-mail programs and destroyed documents created by Microsoft software programs, including Word, Excel and other applications in June 1999. (E166.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: virus (R093), Trojan horse (TR095)		

TR095	Eng: Trojan horse (EB01.txt)	Th: ม้าโทรจัน (THR36)
Grammatical Category: noun		Subject Field: access control→firewall
Definition: โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่แทรกซึมเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์โดยที่ผู้ใช้ไม่รู้ตัว ด้วยการแฝงอยู่กับโปรแกรมหรือแฟ้มที่ถูกต้อง และทำให้เกิดความเสียหาย		
Illustration: A <u>Trojan horse</u> is similar to a virus in that it can unknowingly infiltrate a computer system and unbeknownst to the user wreak havoc, but it is dissimilar in one very important manner. (EB01.txt)		
Note: โปรแกรมชนิดนี้ไม่มีการจำลองตัวเองเหมือนไวรัสหรือหนอน		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: virus (R093), worm (TR094)		

TR096	Eng: intrusion detection system (E034.txt)	Th: ระบบตรวจหาการบุกรุก
Grammatical Category: noun		Subject Field: security→access control
Definition: ซอฟต์แวร์พิเศษที่ใช้ในการตรวจตราเครือข่ายเพื่อหาการกระทำที่น่าสงสัย และไม่ได้ตรวจเฉพาะการบุกรุกจากบุคคลภายนอกเท่านั้น แต่ยังตรวจหาการกระทำอันมีเจตนาร้ายในเครือข่ายขององค์กรด้วย		
Illustration: An <u>intrusion detection system</u> (IDS) attempts to detect an intruder breaking into your system or a legitimate user misusing system resources. (E036.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: (ABBR) IDS (E036.txt)		
Cross-reference: access control (TR090), firewall (TR091)		

TR097	Eng: non-repudiation (EB01.txt)	Th: การป้องกันการปฏิเสธหรืออ้างความรับผิดชอบ (THR10)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→security
Definition: การรักษาความปลอดภัยที่เป็นการป้องกันการปฏิเสธว่าไม่ได้มีการส่งหรือรับข้อมูลจากฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง หรือการป้องกันการอ้างที่เป็นเท็จว่าได้รับหรือส่งข้อมูล (THR10)		
Illustration: Well-designed electronic commerce systems provide for <u>non-repudiation</u> , which is the provision for irrefutable proof of the origin, receipt, and contents of an electronic message. (EB01.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) nonrepudiation (EB01.txt)		
Cross-reference: digital signature (TR098)		

TR098	Eng: digital signature (EB01.txt)	Th: ลายมือชื่อดิจิทัล (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: security→electronic signature
Definition: ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ชนิดหนึ่งที่สร้างขึ้นโดยการนำข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มาแปลงเป็นตัวเลขและใช้กับระบบกุญแจคู่ โดยนำไปคำนวณร่วมกับกุญแจส่วนตัวของผู้ลงลายมือชื่อในข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ในลักษณะที่สามารถจะใช้กุญแจสาธารณะของผู้ลงลายมือชื่อตรวจสอบได้ว่า ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้สร้างขึ้นโดยกุญแจส่วนตัวของผู้ลงลายมือชื่อนั้นหรือไม่ และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการลงลายมือชื่อดังกล่าวได้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงภายหลังการลงลายมือชื่อหรือไม่ (THR05)		
Illustration: A <u>digital signature</u> is usually attached to the sent message, just like the handwritten signature. (EB04.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: non-repudiation (TR097), electronic signature (TR099), integrity (TR100), authentication (TR101)		

TR099	Eng: electronic signature (E021.txt)	Th: ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (THR01)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→security
Definition: อักษร อักขระ ตัวเลข เสียงหรือสัญลักษณ์อื่นใดที่สร้างขึ้นให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งนำมาใช้ประกอบกับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุตัวบุคคลผู้เป็นเจ้าของลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้น และเพื่อแสดงว่าบุคคลดังกล่าวยอมรับข้อความในข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้น (THR01)		
Illustration: The Act generally provides that the validity or enforceability of a contract shall not be denied on the ground that such contract is not signed if the contract "is signed or affirmed by an <u>electronic signature</u> ." (E021.txt)		
Note: -		

Linguistic Specification: -
Cross-reference: digital signature (TR098)

TR100	Eng: integrity (EB01.txt)	Th: การรักษาความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→security
Definition: การรักษาความปลอดภัยที่เป็นการป้องกันไม่ให้ข้อมูลถูกแก้ไขโดยตรวจสอบไม่ได้ (THR10)		
Illustration: A message that has not been altered in any way, either intentionally or unintentionally, is said to have maintained its <u>integrity</u> . (EB01.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: digital signature (TR098)		

TR101	Eng: authentication (EB01.txt)	Th: การระบุตัวตนบุคคล (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→security
Definition: การรักษาความปลอดภัยที่เป็นการระบุตัวตนบุคคลที่ติดต่อกันว่าเป็นบุคคลตามที่ได้กล่าวอ้างไว้จริง (THR10)		
Illustration: In the previous section, <u>authentication</u> of the sender was achieved by the use of a private key to encode the message. (EB01.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: digital signature (TR098)		

TR102	Eng: biometrics (EB01.txt)	Th: เทคโนโลยีชีวภาพ (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: security→authentication
Definition: เครื่องมือในการระบุตัวตนที่เป็นเทคโนโลยีสำหรับตรวจสอบลักษณะเฉพาะทางกายภาพของแต่ละบุคคล		
Illustration: <u>Biometrics</u> uses mathematical representations of those unique physical characteristics to identify an individual or to verify identity. (E157.txt)		
Note: ลักษณะเฉพาะทางกายภาพ เช่น มือ นิ้วมือ ใบหน้า ดวงตา เสียง และลายมือชื่อ เป็นต้น		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: authentication (TR101)		

TR103	Eng: certificate (EB01.txt)	Th: ใบรับรอง (THR01)
Grammatical Category: noun		Subject Field: security→authentication
Definition: เครื่องมือในการระบุตัวบุคคลที่เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์หรือการบันทึกอื่นใด ซึ่งยืนยันความเชื่อมโยงระหว่างเจ้าของลายมือชื่อกับข้อมูลสำหรับใช้สร้างลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (THR01)		
Illustration: The CA issues a <u>certificate</u> that is attached to the transaction verifying the identity of the party (parties). (E139.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: (SYN) digital certificate (EB03.txt)		
Cross-reference: authentication (TR101), certification authority (TR104)		

TR104	Eng: certification authority (EB01.txt)	Th: ผู้ประกอบการรับรอง (THR02)
Grammatical Category: noun		Subject Field: authentication→certificate
Definition: ผู้ที่ให้บริการเกี่ยวกับใบรับรองและบริการอื่นๆ เกี่ยวกับลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (THR02)		
Illustration: To avoid further use; the <u>certification authority</u> must manage the public key so that it is not available for encryption purposes, but allow it to remain available to authenticate previously signed messages or decrypt private-key encrypted messages. (EB01.txt)		
Note: 1. มีผู้ใช้ “certificate authority” เป็นจำนวนมาก แต่ Recommendation X.509 ([n.d.] quoted in Shirey 2000: 26) ได้กำหนดให้ “certification authority” เป็นศัพท์มาตรฐาน 2. ตัวอย่างของบริการดังกล่าวเช่น การให้บริการเกี่ยวกับการรับรองเวลาในการทำธุรกรรม		
Linguistic Specification: (SYN) Certification Authority (E014.txt), certificate authority (EB01.txt), Certificate Authority (E042.txt)		
Cross-reference: certificate (TR103)		

TR105	Eng: Secure Electronic Transaction (EB01.txt)	Th: เซ็ต (THR40)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→security
Definition: มาตรฐานโพรโทคอลที่บริษัท Visa และ MasterCard เป็นผู้ร่วมกันพัฒนาเพื่อใช้สำหรับการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตอย่างปลอดภัยบนอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายเปิดอื่นๆ ด้วยการเข้ารหัส (THR08)		
Illustration: Digital signatures, <u>Secure Electronic Transaction</u> (SET), and similar technologies can act as guarantors for the transaction, assuring interested parties that the signatories involved currently exist and are who they claim to be (see sidebar for details on transaction and identity security technologies). (E139.txt)		
Note: นิยมเรียกด้วยตัวย่อ		

Linguistic Specification: (ABBR) SET (EB01.txt)
Cross-reference: Secure Sockets Layer (TR106)

TR106	Eng: Secure Sockets Layer (EB01.txt)	Th: เซสเสดแอล (THR40)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→security
Definition: มาตรฐานโพรโทคอลที่ใช้บนเว็บสำหรับสร้างความปลอดภัยในการรับส่งข้อมูลระหว่างเว็บเบราว์เซอร์และเว็บเซิร์ฟเวอร์ โดยมีกลไกคือการตรวจสอบซึ่งกันและกันว่าผู้ใช้ทั้งสองฝ่ายเป็นผู้มีสิทธิ์จริง แล้วจึงทำการเข้ารหัสข้อมูลที่ได้รับส่งระหว่างเบราว์เซอร์และเซิร์ฟเวอร์เพื่อทำให้ข้อมูลเป็นความลับไม่สามารถถูกลักลอบอ่านได้โดยง่ายจากผู้ที่ไม่มีความรู้ (THR07)		
Illustration: <u>Secure Sockets Layer</u> , a protocol originally developed by Netscape is the most widely used security protocol. (E157.txt)		
Note: นิยมเรียกด้วยตัวย่อ		
Linguistic Specification: (ABBR) SSL (EB01.txt)		
Cross-reference: Secure Electronic Transaction (TR105)		

TR107	Eng: pop-up ad (E001.txt)	Th: โฆษณาแบบพ็อปอัพ
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
Definition: สื่อโฆษณาในการทำการตลาดที่เป็นโฆษณาที่ปรากฏขึ้นเป็นหน้าต่างใหม่ทับหน้าต่างที่เปิดอยู่บนหน้าจอ		
Illustration: Although <u>pop-up ads</u> are appearing all over the Web, time will reveal that straight-forward Internet advertising, in which the viewer can decide to click or not, is more effective. (E027.txt)		
Note: 1. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. พบคำว่า "pop-up advertisement" (http://www.sewebsites.com/adv%20faq.shtml) 3. โฆษณาแบบพ็อปอัพจะปรากฏเมื่อมีผู้คลิกตำแหน่งหรือคำสั่งที่มีการกำหนดไว้ก่อนแล้วทำให้แสดงโฆษณา		
Linguistic Specification: (SYN) pop-up (EB02.txt), (ANT) pop-under ad (E001.txt)		
Cross-reference: pop-under ad (TR108)		

TR108	Eng: pop-under ad (E001.txt)	Th: โฆษณาแบบพ็อปอันเดอร์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
Definition: สื่อโฆษณาในการทำการตลาดที่เป็นโฆษณาที่ปรากฏขึ้นเป็นหน้าต่างใหม่ซ้อนใต้หน้าต่างที่เปิดอยู่บนหน้าจอ		
Illustration: Marketers using <u>pop-under ads</u> are boosting Web site traffic - but with a mass, undifferentiated audience. (E028.txt)		

<p>Note: 1. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์</p> <p>2. เป็นโฆษณาที่พัฒนามาจากโฆษณาแบบพ็อปอัพเพื่อหลีกเลี่ยงการที่ผู้ใช้มักจะปิดหน้าต่างโฆษณาทันที แม้ว่าการแสดงข้อมูลโฆษณายังไม่สมบูรณ์ โดยจะเห็นได้เมื่อปิดหรือย่อหน้าต่างที่เปิดอยู่ บางโฆษณาอาจปรากฏให้เห็นตั้งแต่แรกเพียงแวบเดียวแล้วย่อลงไปอยู่ด้านล่างของหน้าจออย่างรวดเร็ว</p>
Linguistic Specification: (SYN) pop-under (E028.txt), pop-under advertisement (E028.txt), (ANT) pop-up ad (E001.txt)
Cross-reference: pop-up ad (TR107)

TR109	Eng: banner ad (EB01.txt)	Th: ป้ายโฆษณา, แบนเนอร์ (THR26)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
<p>Definition: สื่อโฆษณาในการทำการตลาดที่เป็นรูปกราฟิกขนาดเล็กที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของผู้โฆษณา โดยทั่วไปมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าซึ่งได้รับการออกแบบให้ดึงดูดใจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อคลิกดูข้อมูลเพิ่มเติม</p>		
<p>Illustration: A <u>banner ad</u> is a small, typically rectangular, graphic image which is linked to a target ad. (E170.txt)</p>		
<p>Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์ที่มีผู้บัญญัติไว้ว่า “แผ่นป้ายโฆษณา (banner)” (THR50) แต่ตัดคำว่า “แผ่น” ออกเพื่อให้ศัพท์มีความประจักษ์มากขึ้น โดยที่ยังคงความหมายเช่นเดิม</p> <p>2. นิยมเรียกกันสั้นๆ ว่า “แบนเนอร์”</p>		
Linguistic Specification: (SYN) banner (EB01.txt), banner advertisement (EB03.txt), ad banner (EB04.txt)		
Cross-reference: keyword banner (TR110), random banner (TR111), static banner ad (TR112), animated banner ad (TR113), rich media banner ad (TR114)		

TR110	Eng: keyword banner (EB04.txt)	Th: ป้ายโฆษณาจากคำสำคัญ
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→banner ad
<p>Definition: ป้ายโฆษณาที่ปรากฏขึ้นโดยสัมพันธ์กับคำสำคัญที่ผู้ใช้ใช้ในการค้นหา</p>		
<p>Illustration: <u>Keyword banners</u> appear when a predetermined word is queried from the search engine. (EB04.txt)</p>		
<p>Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล</p> <p>2. เหมาะสำหรับผู้โฆษณาที่ต้องการจำกัดกลุ่มเป้าหมาย</p>		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: banner ad (TR109), random banner (TR111)		

TR111	Eng: random banner (EB04.txt)	Th: ป้ายโฆษณาจากการสุ่ม
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→banner ad
Definition: ป้ายโฆษณาที่ปรากฏขึ้นแบบสุ่ม		
Illustration: Companies that want to introduce their new products (e.g., a new movie or CD) use random banners. (EB04.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. เหมาะสำหรับผู้โฆษณาที่ต้องการแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ๆ		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: banner ad (TR109), keyword banner (TR110)		

TR112	Eng: static banner ad (E001.txt)	Th: ป้ายโฆษณาแบบสถิต
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→banner ad
Definition: ป้ายโฆษณาธรรมดาที่ไม่มีภาพเคลื่อนไหว		
Illustration: In the ensuing two years, the situation has actually increased in complexity, as new advertising forms like so-called rich media evolve from static banner ads. (E144.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: (SYN) static ad (EB02.txt)		
Cross-reference: banner ad (TR109), animated banner ad (TR113), rich media banner ad (TR114)		

TR113	Eng: animated banner ad (E001.txt)	Th: ป้ายโฆษณาแบบเคลื่อนไหว
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→banner ad
Definition: ป้ายโฆษณาที่มีภาพเคลื่อนไหวโดยจะแสดงรูปต่างๆ ต่อเนื่องกันไปเหมือนเป็นภาพยนตร์การ์ตูน		
Illustration: Readers say animated banner ads on their favorite Web sites are annoying. (E001.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: (SYN) animated ad (E001.txt)		
Cross-reference: banner ad (TR109), static banner ad (TR112), rich media banner ad (TR114)		

TR114	Eng: rich media banner ad (E015.txt)	Th: ป้ายโฆษณาแบบสื่อประสม
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→banner ad
Definition: ป้ายโฆษณาที่ใช้เสียง วิดีโอ หรือการเขียนโปรแกรมต่างๆ หรือเป็นแบบโต้ตอบกับผู้ใช้		
Illustration: Then there are rich media banner ads -- ads that use audio, video, or Java and Shockwave programming. (E015.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์		

2. ป้ายโฆษณาชนิดนี้มักทำให้โหลดเว็บเพจได้ช้าลงเนื่องจากมีความซับซ้อนมากกว่าชนิดอื่นๆ
Linguistic Specification: (SYN) rich media banner (E007.txt), rich media ad (E015.txt), rich media (E007.txt)
Cross-reference: banner ad (TR109), static banner ad (TR112), animated banner ad (TR113)

TR115	Eng: cost per click (E171.txt)	Th: ราคาต่อคลิก
Grammatical Category: noun		Subject Field: advertising→paid advertising
Definition: รูปแบบการคิดราคาค่าโฆษณาที่ผู้โฆษณาระเงินเฉพาะเมื่อมีผู้คลิกป้ายโฆษณา		
Illustration: Some Web publishers claim this 'cost per click' pricing scheme renders the surrounding editorial content worthless. If a surfer sees an ad and does not click on it, then it is no good. (E171.txt)		
Note: 1. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. รูปแบบนี้ใช้อัตราการคลิกป้ายโฆษณา เป็นเกณฑ์ในการคำนวณ		
Linguistic Specification: (SYN) cost-per-click (E015.txt), Cost Per Click (E136.txt), (ABBR) CPC (E015.txt)		
Cross-reference: click-through rate (TR116), cost per thousand (TR117), flat fee (TR119)		

TR116	Eng: click-through rate (EB01.txt)	Th: อัตราการคลิกป้ายโฆษณา
Grammatical Category: noun		Subject Field: banner ad→ cost per click
Definition: เกณฑ์ในการคิดราคาที่เป็นอัตราร้อยละของการคลิกโฆษณาต่อโฆษณาที่ปรากฏ		
Illustration: The <u>click-through rate</u> is considered to be more important by many advertisers since it measures the number of users "delivered" to a site. (EB01.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์ที่มีบัญญัติไว้ว่า "อัตราการคลิกที่ป้ายโฆษณา (Click Through Rate)" (THR46) แต่ตัดคำว่า "ที่" ออกเพื่อความกระชับ		
Linguistic Specification: (SYN) click rate (E015.txt), ad click rate (E170.txt), (ABBR) CTR (EB01.txt)		
Cross-reference: cost per click (TR115), click-through (E157)		

TR117	Eng: cost per thousand (E143.txt)	Th: ราคาต่อพัน, ซีพีเอ็ม
Grammatical Category: noun		Subject Field: advertising→paid advertising
Definition: รูปแบบการคิดราคาค่าโฆษณาต่อการแสดงโฆษณา 1,000 ครั้ง		
Illustration: Presently, most Web publisher's rate cards imitate measures similar to reach and gross rating points (GRPs) in broadcast media vehicles and are based on cost per thousand hits or visitors at site, <u>cost per thousand</u> (CPM) impressions for passive ad exposures or clickthroughs for active ad exposures. (E143.txt)		

<p>Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล</p> <p>2. นิยมเรียกด้วยตัวย่อ</p> <p>3. M ในตัวย่อ CPM เป็นสัญลักษณ์ตัวเลขโรมันหมายถึงหนึ่งพัน หลายแห่งนิยมเพิ่มคำเพื่อให้ชัดเจนเป็น “cost-per-thousand impressions”</p>
<p>Linguistic Specification: (SYN) cost-per-thousand (E007.txt), Cost Per Thousand (E171.txt), cost per thousand impressions (EB01.txt), cost-per-thousand impressions (EB04.txt), (ABBR) CPM (EB01.txt)</p>
<p>Cross-reference: cost per click (TR115), impression (TR118), flat fee (TR119)</p>

TR118	Eng: impression (EB01.txt)	Th: จำนวนโฆษณาที่ปรากฏ
Grammatical Category: noun		Subject Field: banner ad → cost per thousand
Definition: เกณฑ์ในการคิดราคาที่เป็นจำนวนครั้งที่โฆษณาปรากฏให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์เห็น		
Illustration: <u>Impressions</u> are the number of times an ad is served up to be seen by a site visitor. (E031.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) ad view (EB04.txt)		
Cross-reference: cost per thousand (TR117)		

TR119	Eng: flat fee (EB03.txt)	Th: ค่าธรรมเนียมแบบตายตัว
Grammatical Category: noun		Subject Field: advertising → paid advertising
Definition: รูปแบบการคิดราคาค่าโฆษณาแบบตายตัวในช่วงเวลาหนึ่ง		
Illustration: Current 'advertisers' on AVweb may or may not be paying a <u>flat fee</u> for their banner links. (E171.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: cost per click (TR115), cost per thousand (TR117)		

TR120	Eng: banner ad space (EB04.txt)	Th: พื้นที่โฆษณา
Grammatical Category: noun		Subject Field: advertising → paid advertising
Definition: พื้นที่บนเว็บไซต์ที่มีไว้ขายเพื่อให้วางป้ายโฆษณา		
Illustration: Purchasing <u>banner ad space</u> on the Internet is quite similar to buying ad space in other media. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) ad space (EB02.txt)		

Cross-reference: banner ad (TR109), cost per click (TR115), cost per thousand (TR117), flat fee (TR119)

TR121	Eng: banner swapping (EB04.txt)	Th: การสลับป้ายโฆษณา
Grammatical Category: noun		Subject Field: advertising→free advertising
Definition: การโฆษณาแบบไม่เสียเงินที่แต่ละฝ่ายตกลงจะแสดงป้ายโฆษณาของอีกฝ่ายบนเว็บไซต์ของตน		
Illustration: <u>Banner swapping</u> means that company A agrees to display a banner of company B in exchange for company B displaying company A's ad. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: banner ad (TR109), banner exchange (TR122)		

TR122	Eng: banner exchange (EB01.txt)	Th: การแลกเปลี่ยนป้ายโฆษณา
Grammatical Category: noun		Subject Field: advertising→free advertising
Definition: การโฆษณาแบบไม่เสียเงินที่เป็นการตกลงแลกเปลี่ยนในกลุ่มที่มีสมาชิกสามคนขึ้นไป โดยจะแสดงป้ายโฆษณาของสมาชิกคนอื่นเพื่อแลกกับเครดิตในการแสดงป้ายโฆษณาของตนในเว็บไซต์ของผู้อื่น		
Illustration: Many free banner ads are also available in the form of a " <u>banner exchange</u> ." (E118.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล 2. เครดิตในการแสดงป้ายโฆษณาโดยทั่วไปคือสองต่อหนึ่ง นั่นคือเมื่อแสดงป้ายโฆษณาของสมาชิกอื่นสองคน ป้ายโฆษณาของตนก็就会被แสดงขึ้นในเว็บไซต์ของสมาชิกคนอื่น ในบางกลุ่ม สมาชิกสามารถระบุว่าให้ป้ายโฆษณาปรากฏในเว็บไซต์ประเภทใด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น แต่อาจกำหนดตำแหน่งและชนิดของป้ายโฆษณาที่จะปรากฏไม่ได้		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: banner ad (TR109), banner swapping (TR121)		

TR123	Eng: spider (EB03.txt)	Th: โปรแกรมสไปเดอร์
Grammatical Category: noun		Subject Field: portal→search engine
Definition: โปรแกรมค้นหาอัตโนมัติที่ไปตามเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์นั้นมาจัดทำดัชนีเพื่อแสดงรายการ		
Illustration: Certain <u>spiders</u> then read the information in the tags as a way to help them index the site. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์และทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: -		

Cross-reference: search engine (TR008), meta tag (TR124)		
TR124	Eng: meta tag (EB01.txt)	Th: เมต้าแท็ก
Grammatical Category: noun		Subject Field: portal→search engine
Definition: ป้ายระบุที่ให้ข้อมูลเช่นคำสำคัญหรือบทสรุปของเว็บไซต์แก่โปรแกรมสไปเดอร์ของเว็บไซต์บริการค้นหาข้อมูลเพื่อนำไปจัดทำดัชนี		
Illustration: If you sell clothing, you might have one <u>meta tag</u> with each product category on your home page. (EB03.txt)		
Note: 1. แท็กศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. เว็บไซต์บริการค้นหาข้อมูลบางแห่งไม่ได้ใช้เฉพาะข้อมูลจากเมต้าแท็ก		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: search engine (TR008), spider (TR123)		
TR125	Eng: hyperlink (EB01.txt)	Th: จุดเชื่อมโยงหลายมิติ, ไฮเปอร์ลิงก์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
Definition: สื่อโฆษณาในการทำการตลาดที่เป็นข้อความหรือรูปซึ่งมีที่อยู่หรือตำแหน่งที่ตั้งของเว็บเพจอื่นแนบอยู่ด้วย และจะนำผู้คลิกไปยังเว็บเพจนั้น		
Illustration: When the shopping session is complete, the customer clicks on a <u>hyperlink</u> which takes him or her to the checkout page. (E138.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติที่มีอยู่เดิมคือคำว่า “เชื่อมโยงหลายมิติ (hyperlink)” (THR34) แล้วเติมคำว่า “จุด” เพื่อให้เป็นคำนามที่หมายถึงวัตถุตามศัพท์ต้นฉบับ 2. นิยมเรียกสั้นๆ ว่า “ลิงก์”		
Linguistic Specification: (SYN) link (EB01.txt), hypertext link (EB01.txt)		
Cross-reference: reciprocal link (TR126), affiliate link (TR127)		
TR126	Eng: reciprocal link (EB03.txt)	Th: ลิงก์ต่างตอบแทน
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→hyperlink
Definition: ลิงก์ไปยังเว็บไซต์อื่นที่เว็บไซต์หนึ่งตกลงจะแสดงไว้ ถ้าเว็บไซต์เจ้าของลิงก์นั้นแสดงลิงก์ไปยังเว็บไซต์ของตนด้วย		
Illustration: Try finding web sites with similar themes and make deals to create <u>reciprocal links</u> . (E109.txt)		
Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: hyperlink (TR125), affiliate link (TR127)		

TR127	Eng: affiliate link (E039.txt)	Th: ลิงก์ร่วมค้า
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→hyperlink
Definition: ลิงก์ที่อยู่ในเว็บไซต์ของผู้ร่วมค้าซึ่งเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของผู้ค้า โดยบ่งบอกได้ว่าลูกค้าหรือผู้เยี่ยมชมนี้มาจากเว็บไซต์ของผู้ร่วมค้ารายใด		
Illustration: Then, all visitors to your site coming from an <u>affiliate link</u> are tracked and the affiliate is then rewarded in some manner. (E068.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์ที่มีบัญญัติไว้คือคำว่า “สมาชิกร่วมค้า (Affiliate Program)” (THR45)		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: hyperlink (TR125), reciprocal link (TR126), affiliate (TR128)		

TR128	Eng: affiliate (EB04.txt)	Th: ผู้ร่วมค้า
Grammatical Category: noun		Subject Field: hyperlink→affiliate link
Definition: ผู้ที่ลงทะเบียนเพื่อรับค่าตอบแทนตามเงื่อนไขที่กำหนดเมื่อมีผู้คลิกลิงก์ร่วมค้าที่อยู่บนเว็บไซต์ของตน		
Illustration: In most cases, becoming an <u>affiliate</u> is as uncomplicated as signing up and linking to the affiliate sponsor's site. (E006.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์ที่มีบัญญัติไว้คือคำว่า “สมาชิกร่วมค้า (Affiliate Program)” (THR45)		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: affiliate link (TR127)		

TR129	Eng: pay-per-click (E039.txt)	Th: จ่ายเมื่อคลิก
Grammatical Category: noun		Subject Field: affiliate link→affiliate
Definition: เงื่อนไขการให้ค่าตอบแทนที่ผู้ค้าจะจ่ายให้ผู้ร่วมค้าเมื่อมีผู้เยี่ยมชมที่ไม่ซ้ำกันจากเว็บไซต์ของผู้ร่วมค้ามายังเว็บไซต์ของผู้ค้า		
Illustration: Under recent attacks for fraud, <u>pay-per-click</u> models are fast becoming a real nuisance for merchants. (E052.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์		
Linguistic Specification: (ABBR) PPC (http://www.netlingo.com/inframes.cfm)		
Cross-reference: pay-per-lead (TR130), pay-per-sale (TR131)		

TR130	Eng: pay-per-lead (E039.txt)	Th: จ่ายเมื่อทำ
Grammatical Category: noun		Subject Field: affiliate link→affiliate

Definition: เงื่อนไขการให้ค่าตอบแทนที่ผู้ค้าจะจ่ายให้ผู้ร่วมค้าเมื่อลูกค้าที่มาจากเว็บไซต์นั้นใช้บริการหรือทำกิจกรรมในเว็บไซต์ของผู้ค้าตามที่กำหนด
Illustration: With a <u>pay-per-lead</u> commission structure, merchants pay affiliates a flat fee or bounty for each qualified lead (customer) that is referred to the merchant site. (E052.txt)
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์ 2. บริการดังกล่าว เช่น การลงทะเบียนรับจดหมายข่าว หรือการกรอกแบบฟอร์มเพื่อสมัครบัตรเครดิต หรือทดลองใช้สินค้า
Linguistic Specification: (ABBR) PPL (http://www.netlingo.com/inframes.cfm)
Cross-reference: pay-per-click (TR129), pay-per-sale (TR131)

TR131	Eng: pay-per-sale (E052.txt)	Th: จ่ายเมื่อขาย
Grammatical Category: noun		Subject Field: affiliate link→affiliate
Definition: เงื่อนไขการให้ค่าตอบแทนที่ผู้ค้าจะจ่ายให้ผู้ร่วมค้าตามอัตราร้อยละของรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการที่มาจากเว็บไซต์ของผู้ร่วมค้านั้น		
Illustration: The <u>pay-per-sale</u> model is the most common and easily tracked commission structure. (E052.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์		
Linguistic Specification: (ABBR) PPS (http://www.netlingo.com/inframes.cfm)		
Cross-reference: pay-per-click (TR129), pay-per-lead (TR130)		

TR132	Eng: electronic mail (EB01.txt)	Th: ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (THR09), อีเมล (THR11)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
Definition: สื่อโฆษณาในการทำการตลาดที่เป็นข้อความซึ่งรับส่งกันทางอินเทอร์เน็ต		
Illustration: The Internet uses simple mail transfer protocol (SMTP) as the protocol to transmit <u>electronic mail</u> and most business transactions. (E157.txt)		
Note: นิยมเรียกสั้นๆ ว่าอีเมล และใช้โพรโทคอล SMTP ในการส่งเป็นหลัก		
Linguistic Specification: (SYN) e-mail (EB01.txt)		
Cross-reference: opt-in (TR133), opt-out (TR134), double opt-in (TR135), unsolicited commercial e-mail (TR136), spam (TR137)		

TR133	Eng: opt-in (EB01.txt)	Th: การสมัครรับอีเมล
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→electronic mail

Definition: วิธีปฏิบัติในการรับอีเมลที่เป็นการสมัครเพื่อขอรับ
Illustration: The <u>opt-in</u> format allows users to take themselves off the list and add themselves back on whenever they wish. (E117.txt)
Note: บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์
Linguistic Specification: (ANT) opt-out (EB01.txt)
Cross-reference: electronic mail (TR132), opt-out (TR134), double opt-in (TR135)

TR134	Eng: opt-out (EB01.txt)	Th: การถอนตัว
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing → electronic mail
Definition: วิธีปฏิบัติในการรับอีเมลที่ผู้ใช้ขอให้ลบชื่อตนออกจากรายการส่งอีเมล		
Illustration: This is in stark contrast to the more common " <u>opt-out</u> " policy prevalent in the physical world in which consumers may never know that data is being collected about them and possibly resold to others without their knowledge. (E170.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์ 2. การถอนตัวนี้ทำได้ด้วยการคลิกลิงก์ในอีเมลที่ได้รับ เพื่อไปยังเว็บเพจของผู้ส่งที่เป็นส่วนสำหรับแจ้งความประสงค์ว่าจะถอนตัว หรือผู้ใช้อาจส่งอีเมลแจ้งผู้ส่งโดยตรง		
Linguistic Specification: (ANT) opt-in (EB01.txt)		
Cross-reference: electronic mail (TR132), opt-in (TR133), double opt-in (TR135)		

TR135	Eng: double opt-in (E088.txt)	Th: การสมัครรับอีเมลแบบยืนยัน
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing → electronic mail
Definition: วิธีปฏิบัติในการรับอีเมลที่ต้องตอบอีเมลยืนยันการสมัครหลังจากที่สมัครเพื่อรับข้อมูลนั้นๆ		
Illustration: Using a " <u>double opt-in</u> " process, it e-mails people on the lists to verify they're indeed willing to receive solicitations. (E088.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: electronic mail (TR132), opt-in (TR133), opt-out (TR134)		

TR136	Eng: unsolicited commercial e-mail (E166.txt)	Th: อีเมลทางการค้าที่ไม่ได้ร้องขอ
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic mail → spam
Definition: อีเมลที่เป็นข้อเสนอทางการค้าซึ่งมาจากผู้ส่งที่นำชื่อผู้รับมาจากแหล่งต่างๆ		
Illustration: Check with your Internet service provider or online service for ways to reduce <u>unsolicited commercial e-mail</u> . (E166.txt)		

Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์
Linguistic Specification: (SYN) Unsolicited Commercial E-mail (EB04.txt), (ABBR) UCE (E093.txt)
Cross-reference: electronic mail (TR132), spam (TR137)

TR137	Eng: spam (EB01.txt)	Th: ไปรษณีย์ขยะ (THR34), สแปม
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→electronic mail
Definition: ข้อความอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบต่างๆ จำนวนมากที่ส่งไปให้ผู้รับโดยไม่ได้ร้องขอ		
Illustration: Most <u>spam</u> is the same as it has always been, although there are certain types of <u>spam</u> that seem to be increasing, while other types are decreasing. (E092.txt)		
Note: 1. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. สแปมเป็นได้ทั้งอีเมลทางการค้าและอีเมลหลอกลวง		
Linguistic Specification: (SYN) junk e-mail (EB01.txt), junk mail (EB01.txt)		
Cross-reference: electronic mail (TR132), unsolicited commercial e-mail (TR136)		

TR138	Eng: frequently asked questions (EB01.txt)	Th: คำถามพบบ่อย, เอฟเอคิว (THR34)
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
Definition: เครื่องมือในการทำการตลาดที่เป็นรายการคำตอบสำหรับคำถามที่ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์มักจะถาม		
Illustration: Another example, not found in Figure 12-7, may be an attorney who has a web page with <u>frequently asked questions</u> about certain kinds of legal services. (EB01.txt)		
Note: 1. ตัวอย่างของศัพท์คำนี้ (FAQ) สามารถอ่านได้อีกชื่อว่า “แฟค” 2. รายการนี้จะช่วยให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของบริษัทมากขึ้นและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น		
Linguistic Specification: (ABBR) FAQ (EB03.txt)		
Cross-reference: call center (TR139)		

TR139	Eng: call center (EB03.txt)	Th: ศูนย์บริการข้อมูล
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
Definition: เครื่องมือในการทำการตลาดที่เป็นหน่วยงานที่ให้บริการลูกค้าในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโดยผ่านช่องทางติดต่อต่างๆ		
Illustration: Today's <u>call center</u> is a comprehensive customer service entity in which EC vendors take care of customer service issues communicated through various contact channels. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์ที่มีบัญญัติไว้ว่า “ศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (call center)” (THR51) แล้วตัดคำว่า “ทางโทรศัพท์” ออกเพื่อขยายขอบเขตมโนทัศน์		
Linguistic Specification: -		

Cross-reference: frequently asked questions (TR138)

TR140	Eng: mass customization (EB01.txt)	Th: การผลิตตามความต้องการของลูกค้า
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
Definition: เครื่องมือในการทำการตลาดที่เป็นบริการที่จัดทำขึ้นเป็นพิเศษให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละคน		
Illustration: What has been found is that by creating <u>mass customization</u> , specifically configuring services individually for the customer either by showing her popular associated products or by showing her products she typically orders, your customer's buying experience becomes easier and more personal. (EB03.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ตามมติของศัพท์		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: push technology (TR141), pull technology (TR142)		

TR141	Eng: push technology (EB01.txt)	Th: เทคโนโลยี-push
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→mass customization
Definition: เทคโนโลยีในการผลิตตามความต้องการของลูกค้าที่เป็นบริการส่งข้อมูลตามที่ลูกค้าต้องการให้โดยอัตโนมัติ		
Illustration: In response to the pressure of competition, commercial databases are beginning to incorporate <u>push technology</u> into their offerings. (EB04.txt)		
Note: 1. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. บริการนี้อาจเป็นบริการฟรีหรือเสียค่าธรรมเนียมเล็กน้อย		
Linguistic Specification: (ANT) pull technology (EB03.txt)		
Cross-reference: mass customization (TR140), pull technology (TR142)		

TR142	Eng: pull technology (EB03.txt)	Th: เทคโนโลยี-pull
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→mass customization
Definition: เทคโนโลยีในการผลิตตามความต้องการของลูกค้าที่เป็นบริการให้ลูกค้าดึงข้อมูลที่ต้องการจากเว็บไซต์ด้วยตนเอง		
Illustration: <u>Pull technology</u> is dependent on information that is specified by the visitor. (EB03.txt)		
Note: 1. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. ถ้าเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับลูกค้า มักต้องเสียค่าธรรมเนียมในการดึงข้อมูล		
Linguistic Specification: (ANT) push technology (EB01.txt)		
Cross-reference: mass customization (TR140), push technology (TR141)		

TR143	Eng: cookie (EB01.txt)	Th: คุกกี้ (THR16)
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→mass customization
Definition: เครื่องมือในการผลิตตามความต้องการของลูกค้าที่เป็นเพิ่มขนาดเล็กซึ่งเว็บเซิร์ฟเวอร์ส่งมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ และเก็บอยู่ในฮาร์ดไดรฟ์ของเครื่อง เพื่อที่เว็บไซต์นั้นจะสามารถจดจำพฤติกรรมบนอินเทอร์เน็ตที่ผ่านมาของผู้เยี่ยมชมได้		
Illustration: Instead of continually asking the visitor for the same information, the program on the web site can save information to a <u>cookie</u> and, when it needs the information, read the <u>cookie</u> . (EB03.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: mass customization (TR140), push technology (TR141), pull technology (TR142)		

TR144	Eng: online community (EB01.txt)	Th: ชุมชนออนไลน์
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
Definition: เครื่องมือในการทำตลาดที่เป็นเว็บไซต์แหล่งรวมของผู้ที่มีความสนใจเหมือนกัน		
Illustration: The vignette entitled Parenthoodweb illustrates the advertising and sponsorship opportunities offered by the Parenthoodweb.com, an <u>online community</u> for parents and expecting parents. (EB01.txt)		
Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) virtual community (EB01.txt), electronic community (EB01.txt)		
Cross-reference: discussion group (TR145), bulletin board (TR146), chat room (TR147), newsletter (TR148)		

TR145	Eng: discussion group (EB01.txt)	Th: กลุ่มอภิปราย
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→online community
Definition: กลุ่มคนที่มีความสนใจเหมือนกันในเรื่องหนึ่ง และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลแสดงความคิดเห็นต่างๆ		
Illustration: A <u>discussion group</u> is a group of people with a common interest in a specific topic. (E111.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: online community (TR144), bulletin board (TR146), chat room (TR147), newsletter (TR148)		

TR146	Eng: bulletin board (EB01.txt)	Th: กระดานข่าวสาร
Grammatical Category: noun		Subject Field: online community→discussion group
Definition: เครื่องมือของกลุ่มอภิปรายที่เป็นที่เก็บข้อความเกี่ยวกับเรื่องหนึ่งๆ บนเว็บไซต์ ซึ่งผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็นและอ่านข้อความต่างๆ ได้		
Illustration: The "store-and-forward," asynchronous nature of a forum makes it possible to create a <u>bulletin board</u> where collections of messages about particular subjects can be stored in a database and, in response to user queries, be dynamically turned into HTML pages. (EB04.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: (SYN) message board (EB04.txt)		
Cross-reference: online community (TR144), discussion group (TR145), chat room (TR147), newsletter (TR148)		

TR147	Eng: chat room (EB01.txt)	Th: ห้องสนทนา (THR22)
Grammatical Category: noun		Subject Field: online community→discussion group
Definition: เครื่องมือของกลุ่มอภิปรายที่เป็นแหล่งสำหรับพูดคุยโต้ตอบบนเว็บไซต์ไปพร้อมๆ กัน		
Illustration: Once you are in a <u>chat room</u> , others can contact you by e-mail even when you use a nickname for your screen name (the name you call yourself when communicating online). (E166.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: online community (TR144), discussion group (TR145), bulletin board (TR146), newsletter (TR148)		

TR148	Eng: newsletter (EB01.txt)	Th: จดหมายข่าว
Grammatical Category: noun		Subject Field: online community→discussion group
Definition: เครื่องมือของกลุ่มอภิปรายที่เป็นข้อมูลข่าวสารของเว็บไซต์ซึ่งจัดส่งให้ผู้สนใจทางอีเมล		
Illustration: These tips come in a variety of flavors, but mostly in the form of an unknown <u>newsletter</u> that you never quite recall subscribing to. (E092.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: online community (TR144), discussion group (TR145), bulletin board (TR146), chat room (TR147)		

TR149	Eng: traffic (EB01.txt)	Th: ปริมาณการเยี่ยมชม (THR45), แทรฟฟิก
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→marketing
Definition: จำนวนคนที่เยี่ยมชมเว็บไซต์		
Illustration: Many advertisers charge a fixed monthly fee, regardless of the <u>traffic</u> . (EB04.txt)		
Note: ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) Web site traffic (E011.txt), Web traffic (EB04.txt), site traffic (EB03.txt)		
Cross-reference: hit (TR150), page view (TR151), visit (TR152), unique visitor (TR153)		

TR150	Eng: hit (EB01.txt)	Th: จำนวนไฟล์ที่มีการโหลด (THR45), ฮิต
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→traffic
Definition: ตัววัดปริมาณการเยี่ยมชมที่เป็นจำนวนครั้งในการดาวน์โหลดไฟล์จากเว็บเซิร์ฟเวอร์ ไม่ว่าจะ เป็นไฟล์อะไรก็ตาม		
Illustration: A single page with multiple graphics can be counted as multiple <u>hits</u> since each graphic is counted as a separate <u>hit</u> . (E170.txt)		
Note: 1. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์ 2. เคยนิยมใช้เป็นตัววัดจำนวนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ แต่ต่อมาพบว่าเป็นการนับจำนวนไฟล์ทุกไฟล์ที่ดาวน์โหลด ไม่ว่าจะ เป็นรูปหรือข้อความ ซึ่งไม่บ่งบอกจำนวนผู้เยี่ยมชมที่แท้จริง จึงเสื่อมความนิยมลง		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: traffic (TR149), page view (TR151), visit (TR152), unique visitor (TR153)		

TR151	Eng: page view (EB04.txt)	Th: จำนวนหน้าที่มีการโหลด, เพจวิว
Grammatical Category: noun		Subject Field: electronic commerce→traffic
Definition: ตัววัดปริมาณการเยี่ยมชมที่เป็นจำนวนครั้งในการดาวน์โหลดเว็บเพจจากเว็บเซิร์ฟเวอร์		
Illustration: A single visit or <u>page view</u> may be recorded as several hits, and depending on the browser, the page size, and other factors, the number of hits per page can vary widely. (EB04.txt)		
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์ที่มีบัญญัติไว้ว่า “จำนวนไฟล์ที่มีการโหลด (hit)” (THR45) 2. ทับศัพท์ตามหลักการทับศัพท์		
Linguistic Specification: (SYN) page impression (EB03.txt)		
Cross-reference: traffic (TR149), hit (TR150), visit (TR152), unique visitor (TR153)		

TR152	Eng: visit (EB01.txt)	Th: จำนวนการเยี่ยมชม
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→traffic

Definition: ตัววัดปริมาณการเยี่ยมชมที่เป็นจำนวนครั้งในการเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยนับจากการร้องขอข้อมูลอย่างติดต่อกันของผู้เยี่ยมชม
Illustration: Once a visitor stops making requests from a site for a given period of time, called a time out, the next hit by this visitor is considered a new visit. (E170.txt)
Note: 1. บัญญัติศัพท์ด้วยวิธีอิงศัพท์บัญญัติที่มีอยู่เดิมคือคำว่า “เยี่ยมชม (visit)” (THR35) แล้วเติมคำว่า “การ” เพื่อให้เป็นคำนามตามศัพท์ต้นฉบับ 2. ถ้าผู้เยี่ยมชมหยุดการร้องขอจากเว็บไซต์เป็นระยะเวลาหนึ่ง การร้องขอครั้งต่อไปจะนับว่าเป็นการเยี่ยมชมครั้งใหม่
Linguistic Specification: -
Cross-reference: traffic (TR149), hit (TR150), page view (TR151), unique visitor (TR153)

TR153	Eng: unique visitor (EB01.txt)	Th: ผู้เยี่ยมชมที่ไม่ซ้ำกัน
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→traffic
Definition: ตัววัดปริมาณการเยี่ยมชมที่เป็นผู้มาเยี่ยมชมเว็บไซต์ภายในระยะเวลาหนึ่ง และเป็นผู้เยี่ยมชมคนละคนโดยตัดสินจากที่อยู่อีพีซีชื่อโดเมน และคุกกี้		
Illustration: Pay-per-click commission structures pay affiliates a fee for every <u>unique visitor</u> that is referred to the merchant site. (E052.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: traffic (TR149), hit (TR150), page view (TR151), visit (TR152)		

TR154	Eng: visit duration (E143.txt)	Th: ระยะเวลาการเยี่ยมชม
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→interactivity
Definition: ตัววัดปฏิกิริยาของผู้เยี่ยมชมต่อเว็บไซต์ ที่เป็นช่วงเวลาระหว่างที่ลูกค้าเข้ามาและออกจากเว็บไซต์		
Illustration: In the Web medium, <u>visit duration</u> represents opportunity for the consumer to respond to passive ads, while editorial pages represent competing activities. (E143.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์ด้วยการแปล		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: visit (TR152)		

TR155	Eng: conversion rate (E002.txt)	Th: อัตราการเปลี่ยนเป็นผู้ซื้อ
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing→interactivity
Definition: ตัววัดปฏิกิริยาของผู้เยี่ยมชมต่อเว็บไซต์ ที่เป็นอัตราร้อยละของผู้เยี่ยมชมที่กลายเป็นผู้ซื้อ		

<p>Illustration: Some ways to boost your <u>conversion rate</u> include improving navigation, simplifying checkout process (such as one-step checkout and easily replaced passwords), and sending out e-mails with special offers. (E002.txt)</p>
<p>Note: บัญญัติศัพท์ตามมโนทัศน์ของศัพท์</p>
<p>Linguistic Specification: -</p>
<p>Cross-reference: churn rate (TR156)</p>

TR156	Eng: churn rate (E158.txt)	Th: อัตราการสูญเสียลูกค้า (THR41)
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing → interactivity
Definition: ตัววัดประสิทธิภาพของผู้เยี่ยมชมต่อเว็บไซต์ ที่เป็นอัตราลูกค้าที่เลิกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ		
Illustration: The Strategis Group asserts that the Internet service providers endure a five-times higher <u>churn rate</u> , culminating to 10 per cent monthly. (E158.txt)		
Note: -		
Linguistic Specification: -		
Cross-reference: conversion rate (TR155)		

TR157	Eng: click-through (EB01.txt)	Th: จำนวนการคลิกป้ายโฆษณา
Grammatical Category: noun		Subject Field: marketing → interactivity
Definition: ตัววัดประสิทธิภาพของผู้เยี่ยมชมต่อเว็บไซต์ ที่เป็นจำนวนครั้งที่ผู้เยี่ยมชมคลิกป้ายโฆษณาซึ่งเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของผู้โฆษณา		
Illustration: A debate is rising over whether or not <u>click-through</u> tells advertisers anything worth knowing and whether it should be a factor in pricing online ad campaigns. (E169.txt)		
Note: บัญญัติศัพท์โดยอิงจากศัพท์ก่อนหน้าคือ “อัตราการคลิกป้ายโฆษณา (click-through rate)” (TR116)		
Linguistic Specification: (SYN) click (EB04.txt), ad click (EB04.txt)		
Cross-reference: click-through rate (TR116)		



ภาคผนวก ง

ดร.รชนีคันต์พัทธ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดรรชนีค้นศัพท์

ดรรชนีค้นศัพท์นี้ทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้นหาศัพท์ตามลำดับอักษร โดยจะมีทั้งศัพท์หลัก (คำที่มีเครื่องหมายดอกจัน) และศัพท์พ้อง เพื่อให้ผู้ใช้ค้นหาศัพท์พบได้ง่ายขึ้น แม้จะไม่ทราบศัพท์หลัก

A	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
access control*	ER159	199	TR090	274
acquirer*	ER106	177	TR057	263
acquiring bank	ER108	178	TR058	264
ad banner	ER186	214	TR109	281
ad click	ER258	241	TR157	296
ad click rate	ER200	218	TR116	283
ad space	ER206	220	TR120	284
ad view	ER204	219	TR118	284
affiliate*	ER217	225	TR128	287
affiliate link*	ER216	224	TR127	287
animated ad	ER192	215	TR113	282
animated banner ad*	ER191	215	TR113	282
asymmetric cryptography*	ER145	194	TR079	271
authentication*	ER170	205	TR101	278
B				
banner	ER184	213	TR109	281
banner ad*	ER183	213	TR109	281
banner ad space*	ER207	220	TR120	284
banner advertisement	ER185	213	TR109	281
banner exchange*	ER209	221	TR122	285
banner swapping*	ER208	220	TR121	285

B	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
biometrics*	ER171	205	TR102	278
bulletin board*	ER241	235	TR146	293
business-to-business*	ER006	135	TR003	244
business-to-consumer*	ER007	136	TR004	244
business-to-government*	ER008	137	TR005	244
buyer-driven e-marketplace*	ER069	159	TR033	254
buyer-oriented marketplace	ER070	159	TR033	254
C				
call center*	ER231	230	TR139	290
certificate*	ER172	206	TR103	279
certificate authority	ER175	208	TR104	279
certification authority*	ER174	207	TR104	279
chat room*	ER242	235	TR147	293
churn rate*	ER255	240	TR156	296
ciphertext*	ER150	196	TR081	272
cleartext	ER149	195	TR080	271
click	ER257	241	TR157	296
click rate	ER199	218	TR116	283
click-through*	ER256	240	TR157	296
click-through rate*	ER198	217	TR116	283
co-location*	ER099	172	TR051	261
confidentiality*	ER138	191	TR076	270
consumer-to-consumer*	ER009	137	TR006	245
content provider*	ER020	141	TR013	247
conversion rate*	ER254	240	TR155	295
cookie*	ER235	232	TR143	292
cost per click*	ER197	217	TR115	283

C	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
cost per thousand*	ER202	219	TR117	283
cost per thousand impressions	ER201	218	TR117	283
country code top-level domain*	ER094	169	TR046	259
credit card*	ER102	175	TR054	262
credit card processor*	ER112	179	TR062	265
cryptography*	ER139	192	TR077	270
customer-oriented marketplace	ER071	160	TR033	254
cyberbanking	ER127	185	TR070	268
cybersquatter*	ER095	169	TR047	259
D				
debit card*	ER114	180	TR064	266
decryption*	ER153	197	TR084	272
dedicated hosting*	ER098	171	TR050	261
digital cash	ER137	189	TR075	269
digital certificate	ER173	206	TR103	279
digital marketplace	ER056	155	TR028	252
digital money	ER130	187	TR073	269
digital signature*	ER167	203	TR098	277
digital wallet	ER121	183	TR068	267
directory*	ER012	139	TR009	246
discussion group*	ER239	234	TR145	292
domain name*	ER091	168	TR043	258
double opt-in*	ER225	228	TR135	289
Dutch auction*	ER027	144	TR017	248
E				
e-auction	ER022	143	TR014	247
e-broker	ER050	152	TR026	251
e-business	ER002	132	TR001	243

E	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
e-cash	ER136	189	TR075	269
e-check	ER115	180	TR065	266
e-commerce	ER004	134	TR002	243
e-distributor	ER047	151	TR025	251
electronic auction	ER023	143	TR014	247
electronic banking*	ER125	185	TR071	268
electronic broker*	ER049	152	TR026	251
electronic business*	ER001	132	TR001	243
electronic cash*	ER135	189	TR075	269
electronic catalog	ER086	165	TR041	257
electronic check*	ER116	181	TR065	266
electronic checkbook*	ER117	181	TR066	267
electronic commerce*	ER003	133	TR002	243
electronic community	ER238	234	TR144	292
electronic distributor*	ER046	151	TR025	251
electronic mail*	ER221	227	TR132	288
electronic mall*	ER042	150	TR024	251
electronic marketplace*	ER055	155	TR028	252
electronic money*	ER131	187	TR073	269
electronic publishing*	ER019	141	TR012	247
electronic purse*	ER133	188	TR074	269
electronic shopping cart	ER089	166	TR042	257
electronic shopping mall	ER045	151	TR024	251
electronic signature*	ER168	204	TR099	277
electronic store*	ER037	148	TR023	250
electronic storefront	ER038	148	TR023	250
electronic wallet*	ER119	182	TR068	267
e-mail	ER222	227	TR132	288

E	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
e-mail	ER041	149	TR024	251
e-marketplace	ER054	154	TR028	252
e-money	ER132	187	TR073	269
encryption*	ER152	196	TR083	272
encryption algorithm*	ER151	196	TR082	272
English auction*	ER028	145	TR018	248
e-purse	ER134	188	TR074	269
e-store	ER034	147	TR023	250
e-storefront	ER039	149	TR023	250
e-wallet	ER120	182	TR068	267
exchange	ER058	156	TR028	252
F				
financial EDI	ER122	183	TR069	268
financial electronic data interchange*	ER123	183	TR069	268
firewall*	ER160	200	TR091	275
first price sealed bid auction*	ER031	146	TR021	250
flat fee*	ER205	220	TR119	284
forward auction*	ER025	144	TR015	248
frequently asked questions*	ER230	230	TR138	290
G				
generic top-level domain*	ER093	169	TR045	258
H				
hacker*	ER161	201	TR092	275
hit*	ER248	237	TR150	294
horizontal digital marketplace	ER061	157	TR029	252
horizontal e-marketplace	ER060	156	TR029	252
horizontal marketplace*	ER059	156	TR029	252

H	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
horizontal portal*	ER016	140	TR010	246
hub	ER057	155	TR028	252
hyperlink*	ER213	223	TR125	286
hypertext link	ER212	223	TR125	286
I				
impression*	ER203	219	TR118	284
independent e-marketplace*	ER075	161	TR035	254
independent sales organization*	ER111	179	TR061	265
integrity*	ER169	205	TR100	278
intermediary-oriented marketplace	ER076	161	TR035	254
Internet auction	ER024	143	TR014	247
Internet banking	ER128	186	TR070	268
Internet commerce	ER005	135	TR002	243
Internet directory	ER014	139	TR009	246
Internet merchant	ER081	163	TR038	256
Internet merchant account*	ER104	176	TR056	263
intrusion detection system*	ER165	202	TR096	276
issuing bank*	ER103	176	TR055	262
J				
junk e-mail	ER228	229	TR137	290
junk mail	ER229	230	TR137	290
K				
key*	ER154	197	TR085	273
key pair*	ER155	198	TR086	273
keyword banner*	ER187	214	TR110	281
L				
link	ER214	224	TR125	286

M	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
market maker*	ER078	162	TR037	255
mass customization*	ER232	231	TR140	291
merchant account provider*	ER109	178	TR059	264
merchant account	ER105	176	TR056	263
merchant bank*	ER107	177	TR058	264
merchant service provider*	ER110	178	TR060	264
message board	ER240	234	TR146	293
meta tag*	ER211	222	TR124	286
micropayment*	ER129	186	TR072	269
N				
navigation bar*	ER082	164	TR039	256
newsletter*	ER243	235	TR148	293
non-repudiation*	ER166	203	TR097	277
O				
online auction*	ER021	142	TR014	247
online banking*	ER124	184	TR070	268
online broker	ER051	152	TR026	251
online catalog*	ER087	166	TR041	257
online community*	ER237	233	TR144	292
online directory	ER015	140	TR009	246
online distributor	ER048	151	TR025	251
online mall	ER043	150	TR024	251
online merchant*	ER080	162	TR038	256
online stock trading*	ER052	153	TR027	252
online store	ER036	148	TR023	250
online storefront	ER040	149	TR023	250
online trading	ER053	153	TR027	252
on-site search engine	ER085	165	TR040	257

O	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
opt-in*	ER223	227	TR133	288
opt-out*	ER224	228	TR134	289
P				
page impression	ER250	238	TR151	294
page view*	ER249	238	TR151	294
payment gateway*	ER113	179	TR063	266
pay-per-click*	ER218	225	TR129	287
pay-per-lead*	ER219	225	TR130	287
pay-per-sale*	ER220	226	TR131	288
plaintext*	ER148	195	TR080	271
pop-under	ER182	211	TR108	280
pop-under ad*	ER181	210	TR108	280
pop-under advertisement	ER180	210	TR108	280
pop-up	ER179	210	TR107	280
pop-up ad*	ER178	210	TR107	280
portal*	ER010	138	TR007	245
private exchange	ER068	159	TR032	253
private key*	ER157	199	TR088	274
private key encryption	ER143	193	TR078	270
private marketplace*	ER067	158	TR032	253
private-key cryptography	ER142	193	TR078	270
public exchange	ER065	158	TR031	253
public key*	ER156	198	TR087	273
public marketplace*	ER066	158	TR031	253
public-key cryptography	ER146	194	TR079	271
public-key encryption	ER147	195	TR079	271
pull technology*	ER234	232	TR142	291
push technology*	ER233	231	TR141	291

R	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
random banner*	ER188	214	TR111	282
reciprocal link*	ER215	224	TR126	286
reverse auction*	ER026	144	TR016	248
rich media	ER196	216	TR114	282
rich media ad	ER195	216	TR114	282
rich media banner	ER194	216	TR114	282
rich media banner ad*	ER193	216	TR114	282
S				
sealed bid auction*	ER030	145	TR020	249
search engine* (เว็บไซต์)	ER011	138	TR008	245
search engine* (โปรแกรม)	ER083	165	TR040	257
second price sealed bid auction*	ER032	146	TR022	250
secret key*	ER158	199	TR089	274
secret key cryptography	ER141	193	TR078	270
secret-key encryption	ER144	193	TR078	270
Secure Electronic Transaction*	ER176	208	TR105	279
Secure Sockets Layer*	ER177	208	TR106	280
sell-driven e-marketplace*	ER072	160	TR034	254
seller-oriented marketplace	ER074	161	TR034	254
shared hosting*	ER097	171	TR049	260
shopping cart*	ER088	166	TR042	257
site search engine	ER084	165	TR040	257
site traffic	ER247	237	TR149	294
smart card*	ER118	182	TR067	267
spam*	ER227	229	TR137	290
spider*	ER210	222	TR123	285
static ad	ER190	215	TR112	282
static banner ad*	ER189	215	TR112	282

S	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
supplier-oriented marketplace	ER073	160	TR034	254
symmetric cryptography*	ER140	192	TR078	270
T				
technology provider e-marketplace*	ER077	161	TR036	255
top-level domain*	ER092	168	TR044	258
traffic*	ER244	236	TR149	294
Trojan horse*	ER164	202	TR095	276
U				
unique visitor*	ER252	239	TR153	295
unsolicited commercial e-mail*	ER226	229	TR136	289
V				
vertical e-marketplace	ER063	157	TR030	253
vertical exchange	ER064	157	TR030	253
vertical marketplace*	ER062	157	TR030	253
vertical portal*	ER017	140	TR011	246
Vickrey auction	ER033	147	TR022	250
virtual community	ER236	233	TR144	292
virtual mall	ER044	150	TR024	251
virtual shopping cart	ER090	167	TR042	257
virtual store	ER035	148	TR023	250
virus*	ER162	201	TR093	275
visit*	ER251	238	TR152	294
visit duration*	ER253	239	TR154	295
vortal	ER018	141	TR011	246
W				
Web directory	ER013	139	TR009	246
Web host*	ER100	172	TR052	261
Web hosting*	ER096	170	TR048	260

W	Extraction record (ภาคผนวก ข)	หน้า	Terminological record (ภาคผนวก ค)	หน้า
Web merchant	ER079	162	TR038	256
Web site traffic	ER245	236	TR149	294
Web traffic	ER246	237	TR149	294
Webmaster*	ER101	172	TR053	262
worm*	ER163	202	TR094	276
Y				
Yankee auction*	ER029	145	TR019	249

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวขวัญชนิตร์ สุทธิสารสุนทร เกิดเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2519 ที่ กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีอักษรศาสตรบัณฑิต วิชาเอกภาษาอังกฤษ วิชาโท บรรณารักษศาสตร์ จากคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ใน พ.ศ. 2541 ปัจจุบัน ศึกษาต่อในหลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการแปล เอกการแปลภาษาอังกฤษ-ไทย ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตั้งแต่ พ.ศ. 2542



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย