



องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าออนไลน์
ของผู้บริโภคในธุรกิจ E-Marketplace ของประเทศไทย

โดย

นายชัยนันท์ เพ็ชรอำไพ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2552

องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าออนไลน์
ของผู้บริโภคในธุรกิจ E- Marketplace ของประเทศไทย

โดย

นายชัยนันท์ เพ็ชรอำไพ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2552

The Study of the Antecedents of Perceived Online Brand Equity in
Thai E-Marketplace Business

By

Mr. Chaiyanan Phetamphai

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science

Technology Management

College of Innovation

Thammasat University

2009