

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 ประโยชน์ของการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	3
บทที่ 2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	4
2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	5
2.3 การค้นหาข้อมูลโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	9
2.4 การตลาดแบบปากต่อปาก.....	9
2.5 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Review).....	10
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	12
3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	12
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	13
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	15
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	15
4.2 พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่าย สังคมออนไลน์ของผู้บริโภค.....	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่าย สังคมออนไลน์ของผู้บริโภค.....	21
4.4 การทดสอบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ เสื้อผ้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค.....	26
4.5 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บน เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค.....	29
4.6 การวิจารณ์ผล.....	32
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	34
5.1 สรุป.....	34
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	35
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	35
บรรณานุกรม.....	36
ประวัตินักวิจัย.....	41