

## สารบัญภาพ

| ภาพประกอบที่ |  | หน้า |
|--------------|--|------|
| 1.1          | กรอบแนวคิดในการวิจัย.....  | 6    |
| 2.1          | แนวคิดการทำงานของ e-Marketplace.....   | 17   |
| 2.2          | Sell-Side e-Marketplace.....   | 18   |
| 2.3          | Buy-Side e-Marketplace.....  | 19   |
| 2.4          | Exchange.....  | 19   |
| 2.5          | ตัวอย่าง e-Catalog.....  | 20   |
| 2.6          | ตัวอย่างกระบวนการของระบบการจ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์<br>(e-Payment).....     | 20   |
| 2.7          | รูปแบบของการส่งเสริมการขาย.....  | 30   |
| 2.8          | รูปแบบการตลาดทางตรง.....   | 35   |
| 2.9          | โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....  | 37   |
| 2.10         | ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....                            | 43   |
| 2.11         | อิทธิพลของครอบครัวที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและ<br>กลยุทธ์ทางการตลาด.....   | 45   |
| 2.12         | ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อและความรู้สึกที่เกิดขึ้น<br>ภายหลังการซื้อ..... | 50   |
| 2.13         | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....                                  | 52   |
| 2.14         | แสดงบทบาทและสถานะของบุคคลในการตัดสินใจซื้อ.....                              | 55   |
| 2.15         | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค.....                   | 59   |