

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	XVII

บทที่

1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย/คำถามในการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
นิยามศัพท์.....	8
2 แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบเว็บไซต์ (7C).....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด.....	22
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	36
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค.....	47
ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อและความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายหลังการซื้อ.....	50
แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค.....	52
เว็บไซต์ Shopee.....	63

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	68
3 ระเบียบวิธีวิจัย	76
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	76
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	77
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	77
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	79
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	82
ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	82
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ Shopee.....	86
ส่วนที่ 3 องค์ประกอบ 7C ของเว็บไซต์ Shopee ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าของผู้บริโภค.....	90
ส่วนที่ 4 การสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ Shopee ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้าของผู้บริโภค.....	98
ส่วนที่ 5 การตัดสินใจซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ Shopee ของผู้บริโภค.....	101
ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน.....	105
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	168
สรุปผลการวิจัย.....	171
อภิปรายผล.....	178
ข้อเสนอแนะ.....	184
บรรณานุกรม.....	187
ภาคผนวก.....	193
แบบสอบถาม.....	194
ประวัติผู้วิจัย.....	205

