

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ	ฅ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพประกอบ	ฐ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ประวัติความเป็นมาของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	8
ประวัติความเป็นมาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	10
ประวัติความเป็นมาของเว็บไซต์อีเบย์	23
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	24
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	24
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	26
แนวคิดปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลนำไปสู่ความสำเร็จของ ระบบสารสนเทศ.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ) แนวคิดกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	43
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ	47
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	60
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	64
ผลงานวิจัยภายในประเทศ	64
ผลงานวิจัยต่างประเทศ	75
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	78
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	78
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	79
การทดลองเครื่องมือ	81
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	81
การวิเคราะห์ข้อมูล	81
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	83
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ที่สมัครเป็นสมาชิกใน ทวีปยุโรปและทวีปอเมริกาเหนือ.....	84
ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อสินค้าห้ดถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ทวีปยุโรปและทวีปอเมริกาเหนือ.....	87
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าห้ดถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเหนือ	93
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าห้ดถกรรม ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก เว็บไซต์อีเบย์.....	101
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าห้ดถกรรม ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามพฤติกรรมในการซื้อสินค้า.....	116

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ) ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ กับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์.....	153
ตอนที่ 7 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์	191
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	193
สรุปผลการวิจัย.....	193
อภิปรายผล	194
ข้อเสนอแนะ	195
 บรรณานุกรม	 197
 ภาคผนวก	 207
 ประวัติย่อผู้วิจัย.....	 222

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 การเปรียบเทียบระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	45
2 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์.....	84
3 จำนวนและค่าร้อยละของประเภทสินค้าที่ซื้อ	87
4 จำนวนและค่าร้อยละของความถี่ในการซื้อ	88
5 จำนวนและค่าร้อยละของวันที่สั่งซื้อ	89
6 จำนวนและค่าร้อยละของทวีปที่ผลิตสินค้า	90
7 จำนวนและค่าร้อยละของจำนวนเงินที่ซื้อต่อ.....	91
8 จำนวนและค่าร้อยละของเวลาในการส่งสินค้า	92
9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านผลิตภัณฑ์.....	93
10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านราคา.....	94
11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	95
12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	96
13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า	97
14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการให้บริการแบบเจาะจงบุคคล	98
15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการชำระเงิน	99
16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ในภาพรวม	100
17 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามทวีปที่สมัครเป็นสมาชิก	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามเพศ.....	102
19 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามอายุ.....	103
20 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	104
21 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	105
22 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา.....	106
23 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามอาชีพ.....	107
24 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	109
25 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	110
26 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	111
27 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิก เว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	112
28 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	113
29 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน.....	114

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์ อีเบย์จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ	116
31 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ	117
32 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านราคา จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ	118
33 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ	119
34 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการให้บริการแบบเจาะจงบุคคล จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ	120
35 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการชำระเงิน จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ	121
36 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามความถี่ในการซื้อ.....	122
37 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามความถี่ในการซื้อ.....	124
38 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านราคา จำแนกตามความถี่ในการซื้อ	125
39 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามความถี่ในการซื้อ.....	126
40 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า จำแนกตามความถี่ในการซื้อ.....	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการให้บริการแบบเจาะจงบุคคล จำแนกตามความถี่ในการซื้อ.....	128
42 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการชำระเงิน จำแนกตามความถี่ในการซื้อ.....	129
43 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามวันที่สั่งซื้อ	130
44 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามวันที่สั่งซื้อ.....	131
45 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านราคา จำแนกตามวันที่สั่งซื้อ	132
46 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามวันที่สั่งซื้อ	133
47 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามวันที่สั่งซื้อ	134
48 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า จำแนกตามวันที่สั่งซื้อ	135
49 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการให้บริการแบบเจาะจงบุคคล จำแนกตามวันที่สั่งซื้อ	136
50 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการชำระเงิน จำแนกตามวันที่สั่งซื้อ.....	136

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
51 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามทวีปที่ผลิตสินค้า.....	138
52 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทวีปที่ผลิตสินค้า.....	139
53 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของ สมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทวีปที่ผลิตสินค้า.....	140
54 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ด้านข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า จำแนกตามทวีปที่ผลิตสินค้า.....	141
55 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการให้บริการแบบเจาะจงบุคคล จำแนกตามทวีปที่ผลิตสินค้า.....	142
56 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง	143
57 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของ สมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านราคา จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง.....	144
58 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง	145
59 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง	146
60 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง	147

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
61 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิก เว็บไซต์อีเบย์ ด้านการให้บริการแบบเจาะจงบุคคล จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง	148
62 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ จำแนกตามเวลาในการส่งสินค้า	149
63 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเวลาในการส่งสินค้า.....	150
64 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเวลาในการส่งสินค้า	151
65 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ ด้านข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า จำแนกตามเวลาในการส่งสินค้า.....	152
66 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	153
67 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับความถี่ในการซื้อ	154
68 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับวันที่สั่งซื้อ	155
69 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับทวีปที่ผลิตสินค้า.....	156
70 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง.....	157
71 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับเวลาในการส่งสินค้า.....	158
72 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	159
73 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับความถี่ในการซื้อ	160
74 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับวันที่สั่งซื้อ	161
75 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับทวีปที่ผลิตสินค้า	162
76 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง.....	163
77 ความสัมพันธ์ระหว่างทวีปที่สมัครเป็นสมาชิกกับเวลาในการส่งสินค้า.....	164
78 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	165
79 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทสินค้าที่ซื้อ	166

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
80 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทวีปที่ผลิตสินค้า.....	167
81 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง	168
82 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเวลาในการส่งสินค้า	169
83 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทสินค้าที่ซื้อ	170
84 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทวีปที่ผลิตสินค้า.....	171
85 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง	172
86 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับประเภทสินค้าที่ซื้อ1.....	173
87 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความถี่ในการซื้อ	174
88 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับวันที่สั่งซื้อ	175
89 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับทวีปที่ผลิตสินค้า	176
90 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง	177
91 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเวลาในการส่งสินค้า.....	178
92 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	179
93 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับความถี่ในการซื้อ	180
94 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับวันที่สั่งซื้อ	181
95 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับทวีปที่ผลิตสินค้า.....	182
96 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง.....	183
97 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับเวลาในการส่งสินค้า.....	184
98 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	185
99 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับความถี่ในการซื้อ	186
100 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับวันที่สั่งซื้อ.....	187
101 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับทวีปที่ผลิตสินค้า.....	188
102 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับจำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง.....	189
103 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับเวลาในการส่งสินค้า.....	190
104 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ที่สมัครเป็นสมาชิกใน ทวีปยุโรปและทวีปอเมริกาเหนือ.....	191

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
2 เว็บไซต์อีเบย์.....	24
3 โมเดลและความสัมพันธ์ของการยอมรับเทคโนโลยีในตัวบุคคล	44
4 โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	53