

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	4
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ	7
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบ แบบสอบถาม	18
ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบ แบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 4 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	45
ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และชั้นปีการศึกษา	53
ตอนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และชั้นปีการศึกษา	80
ตอนที่ 7 ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ ชั้นปีการศึกษา	98
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	114
อภิปรายผลการศึกษา	122
ข้อค้นพบ	126
ข้อเสนอแนะ	131
บรรณานุกรม	137
ภาคผนวก	138
แบบสอบถาม	139
ประวัติผู้เขียน	152

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H)	5
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา	15
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคณะที่ศึกษา	16
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว	17
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	18
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่	18
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบริการที่ใช้ในร้านอินเทอร์เน็ต	19
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้	20
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเลือกร้านที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต	21
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกลักษณะการเลือกร้านที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มไม่มีร้านประจำ	21
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการไม่มีร้านประจำ	22
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านประจำ	23
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	24

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อครั้ง	24
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อครั้ง	25
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์	26
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	27
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	28
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่	28
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	29
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชื่อโดเมนเนม (Domain name) ที่ผู้ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์(E-mail) เลือกใช้	29
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสนทนา (Chat Room)	30
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มที่สนทนา	30
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโปรแกรมการสนทนา	31
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ตในการศึกษา	32
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตในการศึกษา	32

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้า	33
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสินค้าที่สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	33
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการติดตามข่าวสาร	34
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของข่าวสาร	34
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต	35
34	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	36
35	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	38
36	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	39
37	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	40
38	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	41
39	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	42
40	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	43
41	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	44
42	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	45

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
43	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา ปัจจัยด้านราคาที่พบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	47
44	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา ปัจจัยด้านสถานที่ที่พบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	48
45	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่พบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	49
46	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา ปัจจัยด้านบุคลากรที่พบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	50
47	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพที่พบในการเลือกใช้บริการร้าน อินเทอร์เน็ต	51
48	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่พบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	52
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ใช้ อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ และเพศ	53
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ใช้ อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ และชั้นปีการศึกษา	54
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทการใช้ บริการในร้านอินเทอร์เน็ต และเพศ	55
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทการใช้ บริการในร้านอินเทอร์เน็ต และชั้นปีการศึกษา	56
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโปรแกรมสำเร็จรูป ที่เลือกใช้บริการในร้านอินเทอร์เน็ต และเพศ	57
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโปรแกรมสำเร็จรูป ที่เลือกใช้บริการในร้านอินเทอร์เน็ต และตามชั้นปีการศึกษา	58
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการ เลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และเพศ	59

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเลือกใช้ บริการร้านอินเทอร์เน็ต และชั้นปีการศึกษา	59
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และเพศ	60
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และชั้นปีการศึกษา	61
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเวลาในการ ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อครั้ง และเพศ	62
60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเวลาในการ ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อครั้ง และชั้นปีการศึกษา	63
61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้ บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ และเพศ	64
62	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้ บริการร้านอินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ และชั้นปีการศึกษา	65
63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้ บริการร้านอินเทอร์เน็ต และเพศ	66
64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้ บริการร้านอินเทอร์เน็ต และชั้นปีการศึกษา	67
65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการ ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต และเพศ	68
66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้ บริการร้านอินเทอร์เน็ต และชั้นปีการศึกษา	69
67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้จดหมาย อิเล็กทรอนิกส์(E-mail) และเพศ	70
68	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้จดหมาย อิเล็กทรอนิกส์(E-mail) และชั้นปีการศึกษา	70
69	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้ห้องสนทนา (Chat Room) และเพศ	71

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้ห้องสนทนา (Chat Room) และชั้นปีการศึกษา	72
71	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ต ใน การศึกษา และเพศ	73
72	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ต ในการศึกษา และปีการศึกษา	74
73	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ต ในการสั่งซื้อสินค้า และเพศ	75
74	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ต ในการสั่งซื้อสินค้า และปีการศึกษา	76
75	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ต ในการติดตามข่าวสาร และเพศ	76
76	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ต ในการติดตามข่าวสาร และชั้นปีการศึกษา	77
77	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการใช้ อินเทอร์เน็ต และเพศ	78
78	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการใช้ อินเทอร์เน็ต และชั้นปีการศึกษา	79
79	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	80
80	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้น ปีการศึกษา	81
81	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	83
82	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปี การศึกษา	84

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
83	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	85
84	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	86
85	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	87
86	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	88
87	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	89
88	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	90
89	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	91
90	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	92
91	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	94
92	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	95
93	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	96

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
94	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	97
95	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	98
96	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	99
97	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	101
98	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	102
99	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	103
100	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	104
101	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	105
102	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	106
103	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	107
104	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	108
105	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	109
106	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	110

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
107	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	112
108	แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามชั้นปีการศึกษา	113
109	แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และชั้นปีการศึกษา	118
110	แสดงปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยหลักที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ และชั้นปีการศึกษา	120
111	แสดงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและชั้นปีการศึกษา	128
112	แสดงปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากของทุกปัจจัยหลัก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต	130