

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการ และเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ขอบเขตการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ประชากร และตัวอย่าง	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
การเก็บรวบรวมข้อมูล	11
สถิติที่ใช้ในการศึกษา	11
เกณฑ์การแปลความหมาย	11
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการเครือข่าย	
อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงระบบ ADSL ของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	14
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการเครือข่าย	
อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงระบบ ADSL ของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	
จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	21
ปัญหาการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	74
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	82
สรุปผลการศึกษา	82
อภิปรายผล	88
ข้อเสนอแนะ	88
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	91
ภาคผนวก ก	92
ภาคผนวก ข	99
ประวัติผู้เขียน	103

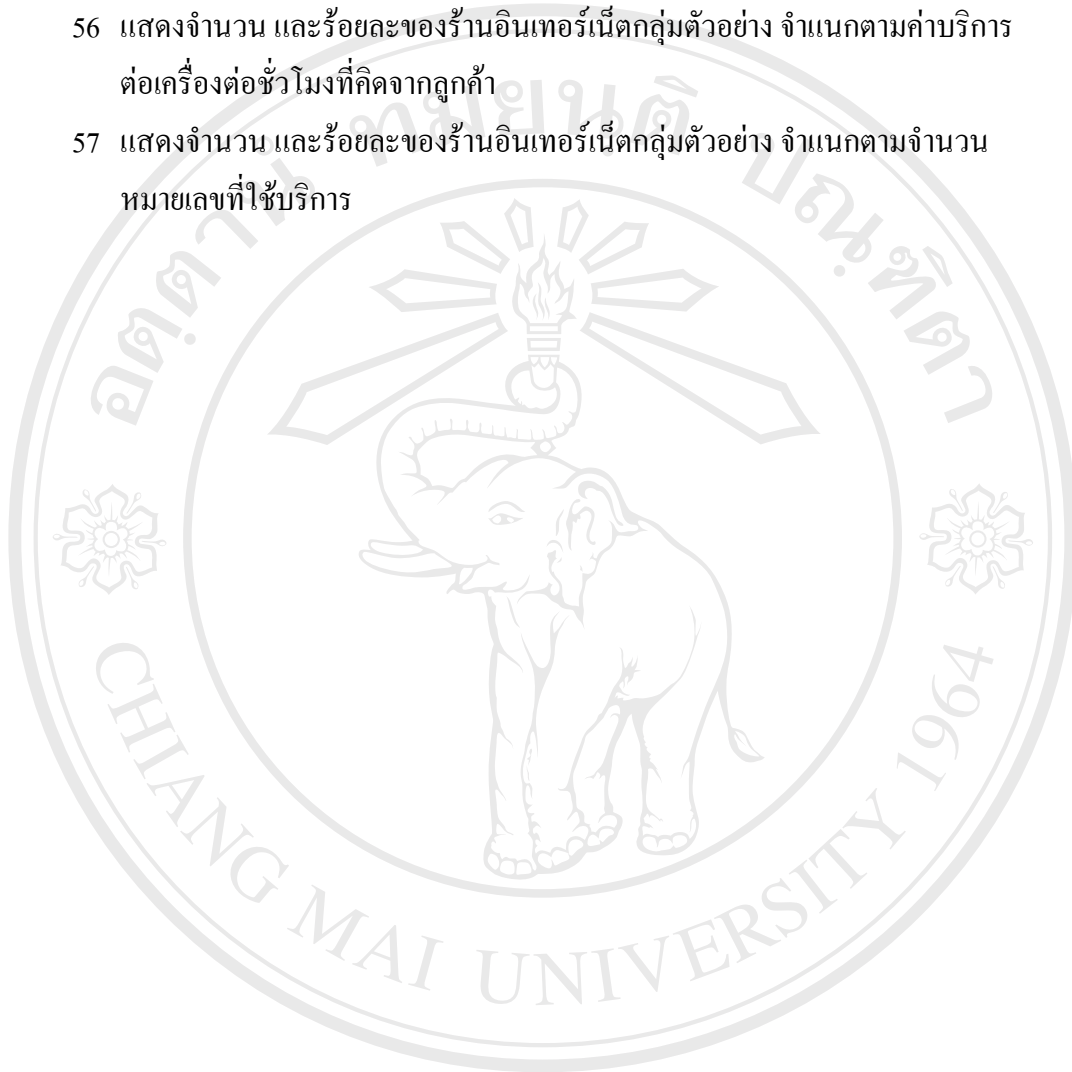
สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงระบบ ADSL ของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	14
2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	15
3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	16
4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	17
5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	18
6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	19
7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	20
8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	20
9 แสดงจำนวน และร้อยละของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	21
10 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	22
11 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	24
12 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	25

ตาราง	หน้า
27 แสดงจำนวน และร้อยละของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ให้บริการ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงระบบ ADSL	47
28 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเครือข่ายที่ใช้บริการในปัจจุบัน	48
29 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามเครือข่ายที่ใช้บริการในปัจจุบัน	50
30 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเครือข่ายที่ใช้บริการในปัจจุบัน	52
31 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเครือข่ายที่ใช้บริการในปัจจุบัน	53
32 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเครือข่ายที่ใช้บริการในปัจจุบัน	55
33 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามเครือข่ายที่ใช้บริการในปัจจุบัน	57
34 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเครือข่ายที่ใช้บริการในปัจจุบัน	59
35 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามเครือข่ายที่ใช้บริการในปัจจุบัน	60
36 แสดงจำนวน และร้อยละของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับ ความเร็วที่ใช้บริการ	61
37 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความเร็วที่เลือกใช้	62
38 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่ม ตัวอย่าง จำแนกตามความเร็วที่เลือกใช้	64
39 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเร็วที่เลือกใช้	66
40 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเร็วที่เลือกใช้	67

ตาราง	หน้า
41 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเร็วที่เลือกใช้	69
42 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเร็วที่เลือกใช้	71
43 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเร็วที่เลือกใช้	72
44 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเร็วที่เลือกใช้	73
45 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	74
46 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	75
47 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	76
48 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	77
49 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	78
50 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านบุคลากรที่มีผลต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	79
51 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านกระบวนการที่มีผลต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	80
52 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านกายภาพที่มีผลต่อการใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง	81
53 แสดงจำนวน และร้อยละของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	99
54 แสดงจำนวน และร้อยละของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	99
55 แสดงจำนวน และร้อยละของร้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	100

ตาราง	หน้า
56 แสดงจำนวน และร้อยละของร้านอินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าบริการ ต่อเครื่องต่อชั่วโมงที่คิดจากลูกค้า	100
57 แสดงจำนวน และร้อยละของร้านอินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวน หมายเลขที่ใช้บริการ	101



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved