

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ง
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฑ
สารบัญแผนภูมิ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ทฤษฎีอุปสงค์	6
2.2 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ	8
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด และวิวัฒนาการของการตลาด	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด	16
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)	23
2.6 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)	26
2.7 การสร้างกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์เมทริกซ์กลยุทธ์ (TOWS Metrix)	27
2.8 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย	32
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	33
3.1 รูปแบบการวิจัย	33
3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	34
3.6 การวิเคราะห์และรายงานผลการศึกษา	35
บทที่ 4 ผลการศึกษา	36
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของร้านค้า	36
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตของร้านค้า	43
ส่วนที่ 3 การประเมินคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ต	52
ส่วนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ต	57
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	64
5.1 สรุปผลการศึกษา	64
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	68
5.3 ข้อเสนอแนะ	71
เอกสารอ้างอิง	74
ภาคผนวก ก	76
ภาคผนวก ข	81
ประวัติผู้เขียน	84

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลสถานที่ตั้งร้านค้า ณ บริเวณถนนนิมมานเหมินท์	36
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลปริมาณลูกค้าที่ร้านค้าสามารถรองรับได้พร้อมๆ กัน	37
ตารางที่ 4.3 ข้อมูลผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์ (ISP) ที่ร้านค้าเลือกใช้ บริการ	38
ตารางที่ 4.4 ระยะเวลาที่ร้านค้าเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการ พาณิชย์ (ISP)	39
ตารางที่ 4.5 ความเร็วของบริการอินเทอร์เน็ตที่ร้านค้าเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์ (ISP)	39
ตารางที่ 4.6 ข้อมูลการเลือกใช้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์(ISP) กับขนาด ของร้าน(ปริมาณลูกค้าที่ร้านค้าสามารถรองรับลูกค้าได้พร้อมๆ กัน)	40
ตารางที่ 4.7 ข้อมูลการเลือกใช้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์(ISP) กับ ระยะเวลาที่ร้านค้าเลือกใช้บริการ	41
ตารางที่ 4.8 ข้อมูลการเลือกใช้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์(ISP) กับ ความเร็วของการให้บริการที่ร้านค้าเลือกใช้บริการ	42
ตารางที่ 4.9 การให้บริการอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญต่อคุณภาพการบริการของร้าน	43
ตารางที่ 4.10 ระยะเวลาที่ร้านค้านำมาให้บริการอินเทอร์เน็ตภายในร้าน	44
ตารางที่ 4.11 วัตถุประสงค์ของการให้บริการอินเทอร์เน็ตภายในร้าน	45
ตารางที่ 4.12 ร้านค้ามีการแสวงหาข้อมูลการให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่	45
ตารางที่ 4.13 ร้านรับข้อมูลการให้บริการอินเทอร์เน็ตจากแหล่งใด	46
ตารางที่ 4.14 ร้านค้ามีการเปรียบเทียบผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่	47
ตารางที่ 4.15 ร้านค้ามีการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างไร	48
ตารางที่ 4.16 ร้านเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพราะเหตุใด	49
ตารางที่ 4.17 ร้านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากผู้ให้บริการเดียวกัน หรือไม่	50
ตารางที่ 4.18 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตสามารถตอบสนองความต้องการอย่างไร	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ด้านที่ 1 เกี่ยวกับความเป็นรูปธรรมของบริการ(Tangibles)	52
ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ด้านที่ 2 เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ หรือการไว้วางใจ(Reliability)	53
ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ด้านที่ 3 เกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	54
ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ด้านที่ 4 เกี่ยวกับการให้ความมั่นใจ (Assurance)	55
ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ด้านที่ 5 เกี่ยวกับการเข้าใจ การรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)	56
ตารางที่ 4.24 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และประเด็นคุณภาพการ ให้บริการอินเทอร์เน็ต จำแนกตามความสามารถของร้านค้าต่อการรองรับ ลูกค้าได้พร้อมๆ กัน	57
ตารางที่ 4.25 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และประเด็นคุณภาพการ ให้บริการอินเทอร์เน็ต จำแนกตามผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์ (ISP)	58
ตารางที่ 4.26 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และประเด็นคุณภาพการ ให้บริการอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการกับผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์(ISP)	60
ตารางที่ 4.27 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และประเด็นคุณภาพการ ให้บริการอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเลือกความเร็วของบริการ อินเทอร์เน็ต	62
ตารางที่ 6.1 สรุปจำนวนประชากรตามประเภทร้านค้าและที่ตั้งของร้าน	76
ตารางที่ 6.2 สรุปจำนวนประชากรตามประเภทร้านค้าและการเลือกผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ต	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 6.3 สรุปจำนวนประชากรตามประเภทร้านค้าและความเร็วอินเทอร์เน็ตที่เลือกใช้บริการ	77
ตารางที่ 6.4 สรุปจำนวนประชากรตามประเภทร้านค้าและระยะเวลาการใช้บริการอินเทอร์เน็ต	77
ตารางที่ 6.5 สรุปจำนวนประชากรตามประเภทร้านค้าและ ปริมาณลูกค้าที่ร้านค้าสามารถรองรับได้พร้อมๆ กันกับเห็นความสำคัญของการให้บริการอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญต่อคุณภาพการบริการของร้าน	78
ตารางที่ 6.6 สรุปจำนวนประชากรตามประเภทร้านค้า ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตสามารถตอบสนองความต้องการร้านอย่างไร	79
ตารางที่ 6.7 สรุปจำนวนประชากรตามประเภทร้านค้าและผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตกับการจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการเช่นเดียวกับผู้ให้บริการเดียวกัน	80

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

หน้า

32



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 4.1 ข้อมูลสถานที่ตั้งร้านค้า ณ บริเวณถนนนิมมานเหมินท์	37
แผนภูมิที่ 4.2 ข้อมูลปริมาณลูกค้าที่ร้านค้าสามารถรองรับได้พร้อมๆ กัน	37
แผนภูมิที่ 4.3 ข้อมูลผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์ (ISP) ที่ร้านค้าเลือกใช้บริการ	38
แผนภูมิที่ 4.4 ระยะเวลาที่ร้านค้าเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์ (ISP)	39
แผนภูมิที่ 4.5 ความเร็วของบริการอินเทอร์เน็ตที่ร้านค้าเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์ (ISP)	40
แผนภูมิที่ 4.6 การให้บริการอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญต่อคุณภาพการบริการของร้าน	43
แผนภูมิที่ 4.7 ระยะเวลาที่ร้านค้ามีการให้บริการอินเทอร์เน็ตภายในร้าน	44
แผนภูมิที่ 4.8 ร้านค้ามีการแสวงหาข้อมูลการให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่	45
แผนภูมิที่ 4.9 ร้านค้ามีการเปรียบเทียบผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่	47
แผนภูมิที่ 4.10 ร้านค้ามีการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างไร	48
แผนภูมิที่ 4.11 ร้านเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเพราะเหตุใด	49
แผนภูมิที่ 4.12 ร้านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากผู้ให้บริการเดียวกันหรือไม่	50
แผนภูมิที่ 4.13 ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตสามารถตอบสนองความต้องการอย่างไร	51