

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
3. สมมติฐานของการวิจัย	4
4. ขอบเขตการวิจัย	4
5. กำนियามศัพท์เฉพาะ	6
6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
1. แนวคิดเกี่ยวข้องกับบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)	9
2. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดี ...	32
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	65
งานวิจัยในประเทศ	65
งานวิจัยต่างประเทศ	73
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย	75
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	77
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	77
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	77
3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	78
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	84
5. การวิเคราะห์ข้อมูล	84

สารบัญ (ต่อ)

หัวเรื่อง	หน้า
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	85
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	86
1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	86
2. ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	87
3. ผลการวิเคราะห์	88
4. ผลการทดสอบสมมติฐาน	112
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	113
1. สรุปผลที่ได้จากการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา	113
2. สรุปตามวัตถุประสงค์	114
3. การอภิปรายผล	115
4. ข้อเสนอแนะ	117
บรรณานุกรม	121
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	124
ภาคผนวก ข. หนังสือขอความอนุเคราะห์	137
ประวัติผู้วิจัย	145

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) มาตรฐานในงานวิจัยแบบสอบถาม	80
2. ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามมาตรฐาน ในงานวิจัย	82
3. ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลลักษณะทั่วไป	88
4. ผลการวิเคราะห์ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	89
5. ค่า Communalities ตัวบ่งชี้มาตรฐานตัวแปรต้น	90
6. ค่า Eigenvalues ค่าร้อยละความแปรปรวน และค่าร้อยละความแปรปรวน สะสม	91
7. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 1 ต้นทุนการใช้สินค้า ร่วมกัน	92
8. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 2 ต้นทุนการทำธุรกรรม	93
9. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 3 ต้นทุนการค้นหา	94
10. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 4 ต้นทุนการเรียนรู้	95
11. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 5 ต้นทุนการทำสัญญา	96
12. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 6 ต้นทุนความไม่แน่นอน ..	97
13. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 7 กิจกรรมรักษาลูกค้า	98
14. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 8 ผลกระทบ	99
15. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 9 ราคา	100
16. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 10 ช่องทาง การจัดจำหน่าย	101
17. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มที่ 11 การส่งเสริมการตลาด ...	102
18. ค่า Communalities ตัวบ่งชี้มาตรฐานตัวแปรต้น	103
19. ค่า Eigenvalues ค่าร้อยละความแปรปรวน และค่าร้อยละความแปรปรวน สะสม	104
20. ตัวแปรที่มีน้ำหนักอยู่บนองค์ประกอบอยู่ในกลุ่ม ความภักดีในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL)	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
21. ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability Analysis) ของแบบสอบถาม มาตรวัด	105
22. ผลการตรวจสอบการแจกแจงของประชากรด้วยสถิติทดสอบ	108
23. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างองค์ประกอบกับความภักดีในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL)	109
24. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	110
25. ความถี่ และร้อยละข้อเสนอแนะการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL)	111



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. โครงข่ายของระบบ ADSL	29
2. DEAR MODEL38	38
3. การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจต่างๆ	39
4. แสดงความเกี่ยวข้องระหว่างอัตราประโยชน์ มูลค่าและราคา	56
5. แสดงวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา	57
6. ช่องทางการจำหน่ายทางตรง	60
7. แสดงตัวอย่างช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อมโดยผ่านคนกลางในระดับ ต่าง ๆ	60
8. แสดงงานของการกระจายตัวสินค้า	61
9. กรอบแนวคิดในการวิจัย	76
10. โมเดลความภักดีต่อการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (ADSL)	117