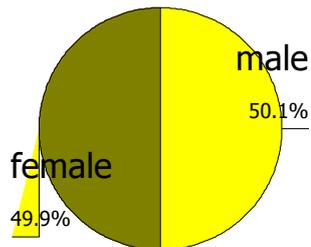


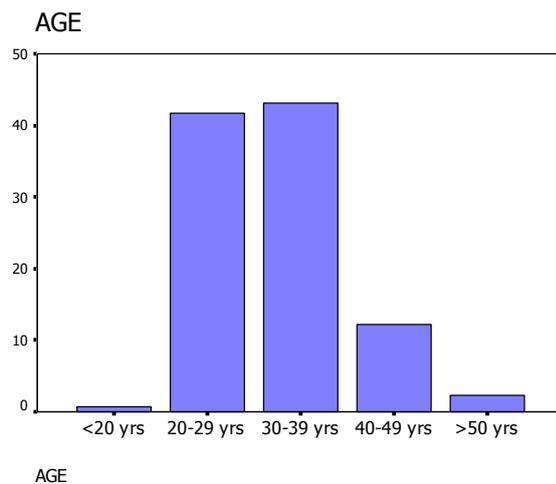
ภาคผนวก ก.  
 ผลการสำรวจ ทักษะติดต่อการซื้อสินค้าไอทีทางอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการ SMEs  
 (จำนวน 405 ราย)

1. เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

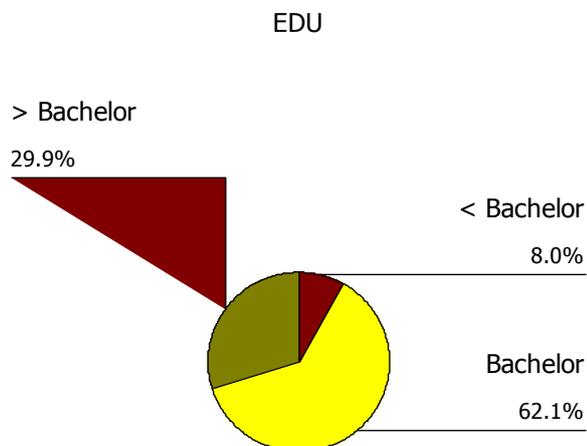
1.1 เพศ



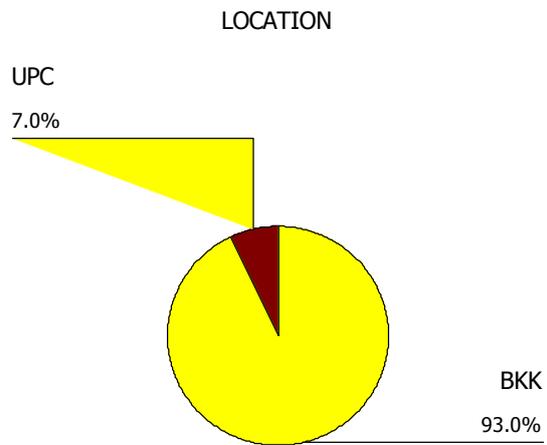
1.2 อายุ



1.3 การศึกษา

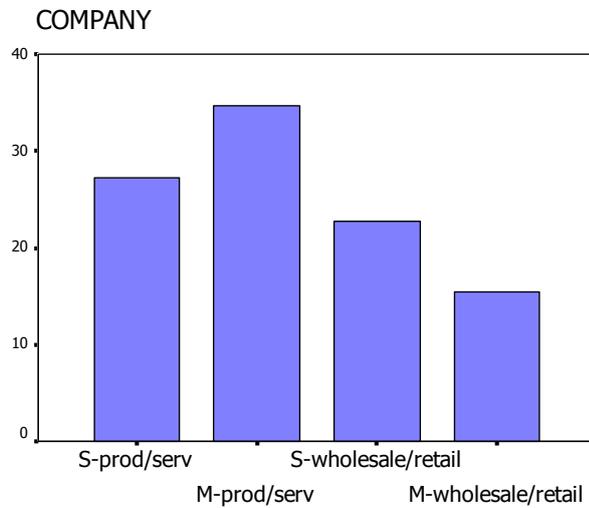


#### 1.4 สถานที่ตั้งของบริษัท



#### 2. พฤติกรรมการซื้อสินค้าไอที

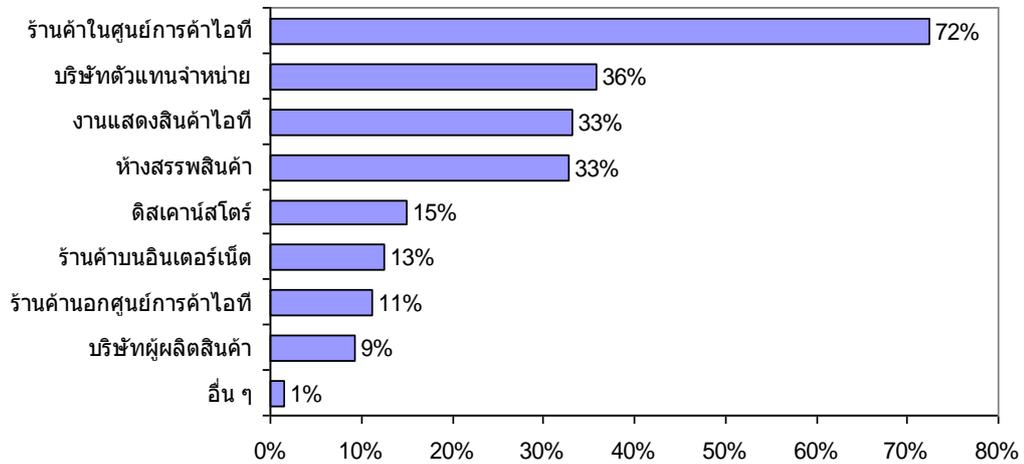
##### 2.1 ลักษณะธุรกิจที่ใช้สินค้าที่ซื้อ



หมายเหตุ S = small enterprise, M = medium enterprise, prod/serv = กิจกรรมผลิต/บริการ,  
wholesale/retail = กิจกรรมค้าส่ง/ค้าปลีก

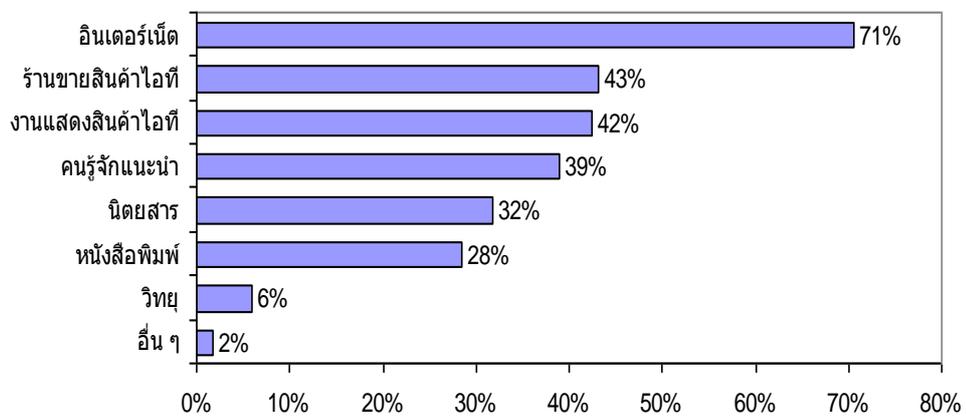
## 2.2 แหล่งซื้อสินค้าไอที

### แหล่งซื้อสินค้าไอที



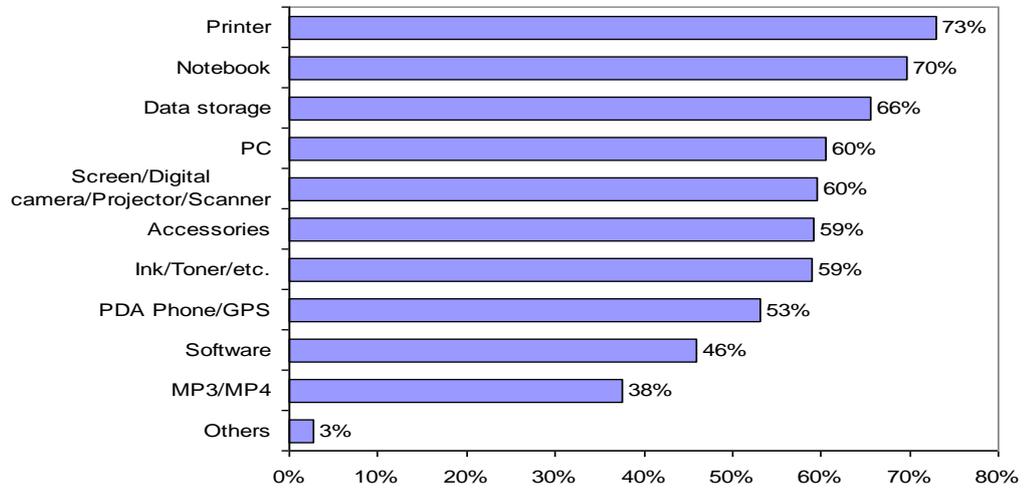
## 2.3 แหล่งข้อมูลสินค้าและร้านค้า

### แหล่งข้อมูลสินค้าและร้านค้าไอที



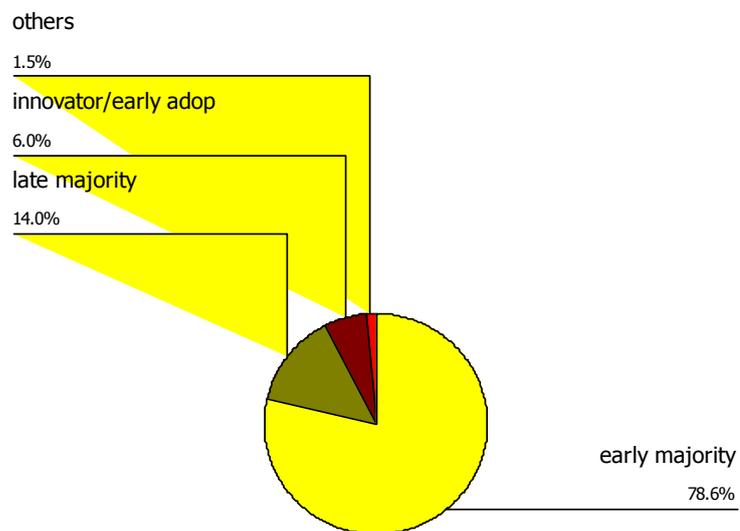
## 2.4 สินค้าไอทีที่เคยซื้อ

สินค้าไอทีที่เคยซื้อ

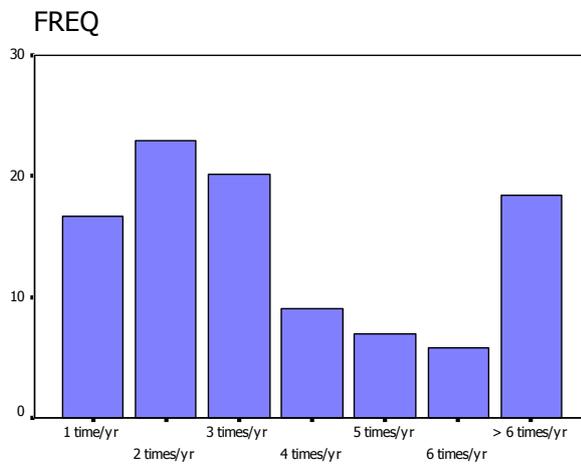


## 2.5 การตัดสินใจซื้อสินค้าไอที

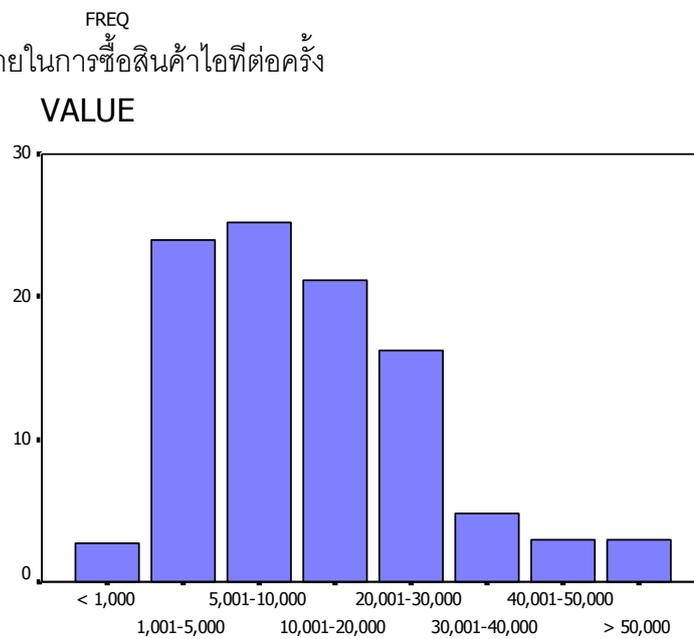
ADOPTION



## 2.6 ความถี่ในการซื้อสินค้าไอที

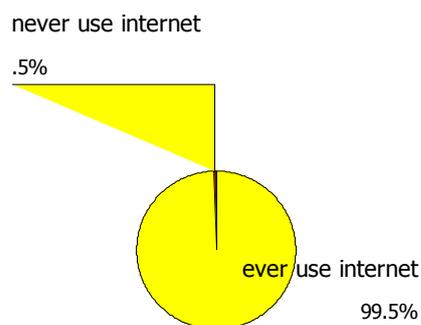


## 2.7 ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าไอทีต่อครั้ง

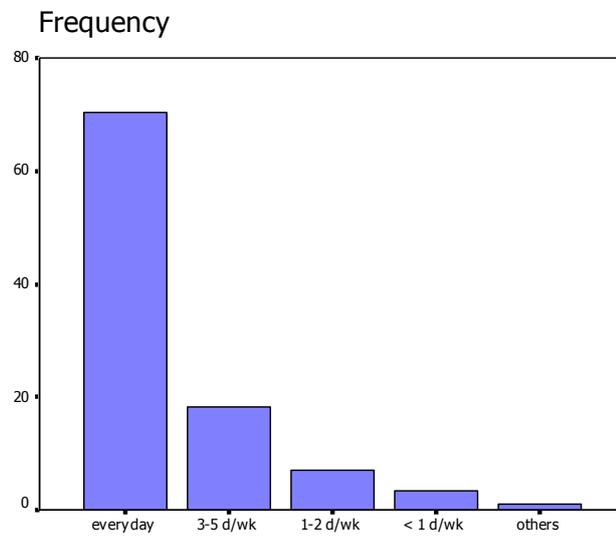


## 3. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้า

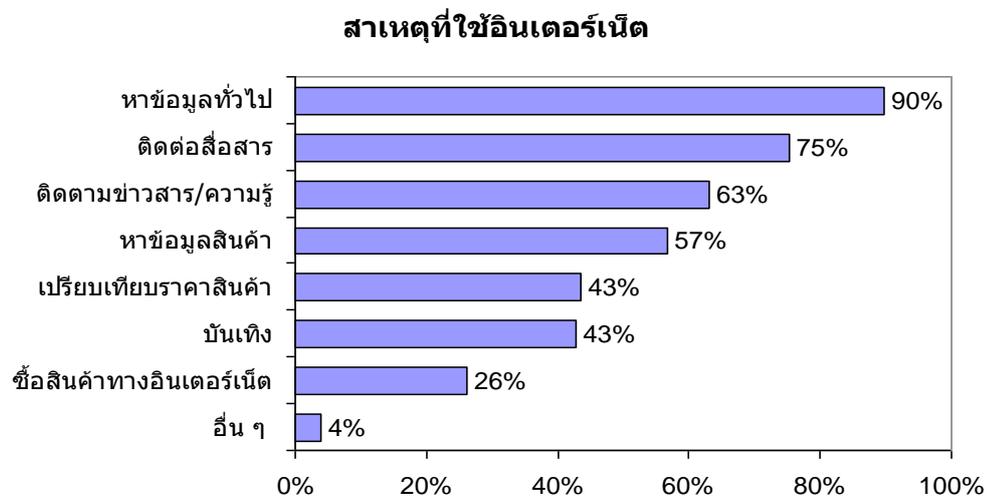
### 3.1 ประสิทธิภาพการใช้อินเทอร์เน็ต



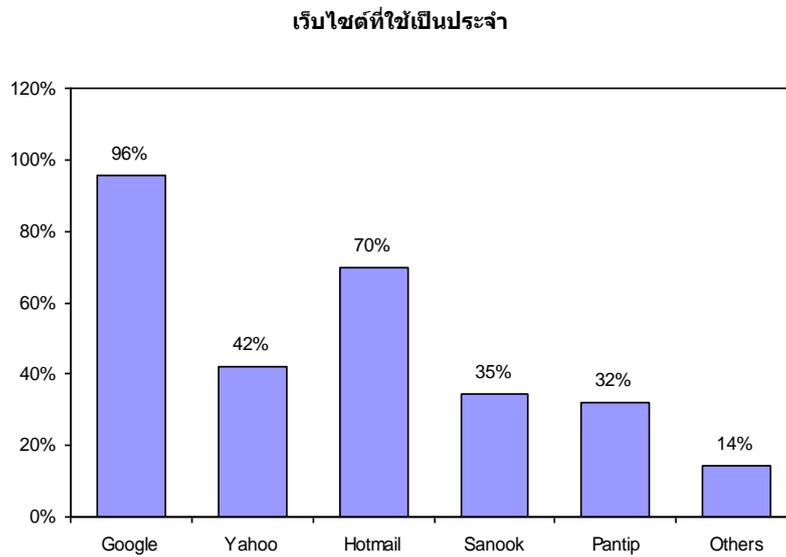
### 3.2 ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต



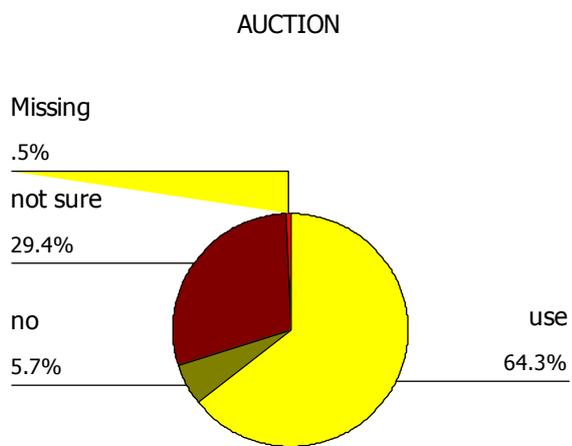
### 3.3 เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต



### 3.4 เว็บไซต์ที่ใช้เป็นประจำ



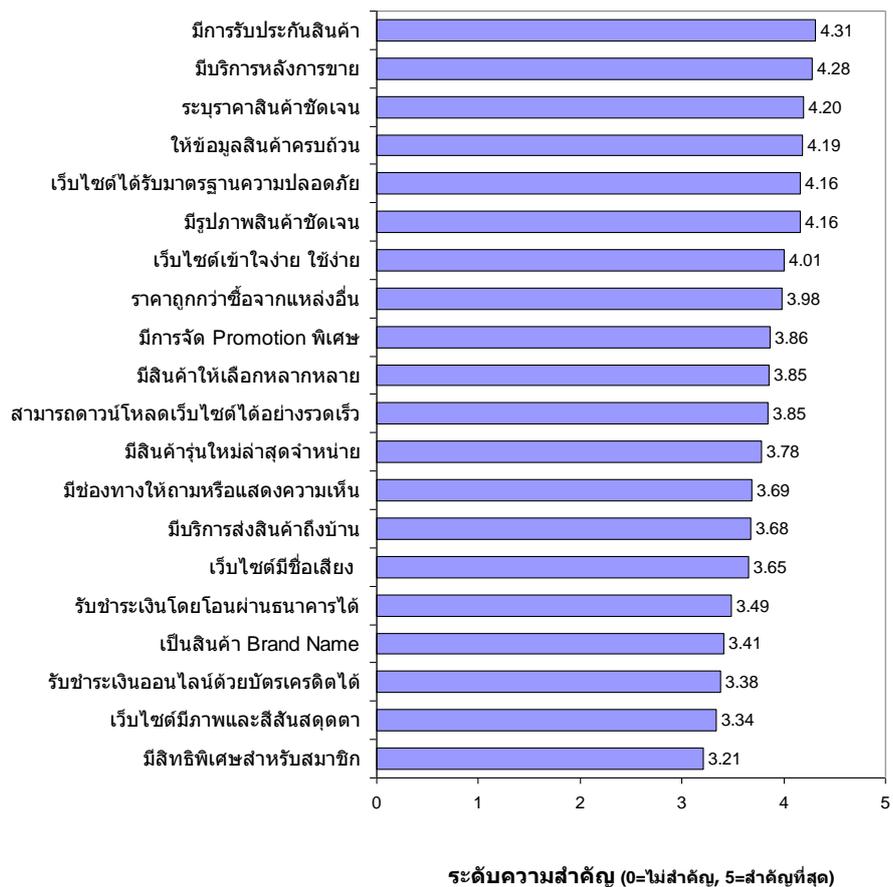
### 3.5 ความสนใจในการใช้บริการเว็บไซต์ที่ต่อรองราคาได้



#### 4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีทางอินเทอร์เน็ต

##### 4.1 ความสำคัญของปัจจัย

###### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต



##### 4.2 ความตั้งใจในการซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ดังกล่าว

