

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	II
กิตติกรรมประกาศ .....	III
สารบัญ .....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญรูปภาพ .....	XII
 <b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
<b>2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>9</b>
แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์ .....	9
แนวคิดและทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ .....	11
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด .....	14
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารออนไลน์.....	16
แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ .....	19
กระเป๋าแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) .....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	23

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย .....
	กลุ่มตัวอย่าง .....
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....
	การเก็บรวบรวมข้อมูล .....
	การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล .....
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....
	ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ .....
	ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ .....
	ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ.....
	ส่วนที่ 4 การสื่อสารออนไลน์ของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed).....
	ส่วนที่ 5 การตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed).....
	ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน .....
5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....
	สรุปผลการวิจัย .....
	อภิปรายผลการวิจัย.....
	ข้อเสนอแนะ.....
	บรรณานุกรม .....
	ภาคผนวก .....
	ประวัติผู้เขียน .....

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	การหาค่า F – test .....	41
4.1	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม : จำแนกตามเพศ.....	44
4.2	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม : จำแนกตามอายุ.....	45
4.3	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม : จำแนกตามสถานภาพ .....	45
4.4	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม : จำแนกตามระดับการศึกษา .....	46
4.5	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม : จำแนกตามอาชีพ .....	46
4.6	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม : จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	47
4.7	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ : จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้า.....	47
4.8	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ : จำแนกตามประเภทในการซื้อสินค้า .....	48
4.9	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ : จำแนกตามกลุ่มหรือบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ .....	48
4.10	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ : จำแนกตามปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์.....	49
4.11	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ : จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง .....	50

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ : จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า.....	50
4.13	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ : จำแนกตามช่วงวันในการซื้อสินค้า.....	51
4.14	แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ : จำแนกตามการซื้อสินค้าของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) มาแล้วกี่ครั้ง.....	51
4.15	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด (7P) : ภาพรวม.....	52
4.16	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด (7P) : ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) .....	53
4.17	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด (7P) : ด้านราคา (Price) .....	53
4.18	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด (7P) : ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) .....	54
4.19	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด (7P) : ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) .....	55
4.20	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด (7P) : ด้านบุคคล (People) .....	55
4.21	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด (7P) : ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation).....	56

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.22	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของส่วนประสมทางการตลาด (7P) : ด้านกระบวนการ (Process).....	57
4.23	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ภาพรวมเว็บไซต์ (Website).....	57
4.24	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ภาพรวมแฟนเพจเฟซบุ๊ก (Fanpage Facebook).....	58
4.25	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ภาพรวมอินสตาแกรม (Instagram)	59
4.26	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ภาพรวมไลน์แอด (Line@).....	59
4.27	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : รายละเอียดสินค้า.....	60
4.28	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : รายละเอียดสินค้า.....	61
4.29	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : รายละเอียดของสินค้า.....	62
4.30	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : รายละเอียดสินค้า.....	62
4.31	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : การตอบสนองต่อผู้ใช้.....	63
4.32	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรินด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : การตอบสนองต่อผู้ใช้.....	64

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.33	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : การตอบสนองต่อผู้ใช้.....	65
4.34	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : การตอบสนองต่อผู้ใช้.....	66
4.35	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ข้อมูลที่เป็นประโยชน์.....	67
4.36	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ข้อมูลที่เป็นประโยชน์.....	68
4.37	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ข้อมูลที่เป็นประโยชน์.....	69
4.38	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารออนไลน์ของ แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ข้อมูลที่เป็นประโยชน์.....	70
4.39	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ภาพรวม.....	71
4.40	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : การบริการ.....	71
4.41	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : การกลับมาซื้อซ้ำ.....	72
4.42	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : การบอกต่อ.....	72
4.43	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) จำแนกตาม ความถี่ในการซื้อสินค้า.....	74

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.44	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) จำแนกตาม ประเภทสินค้าที่ซื้อ.....	75
4.45	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ภาพรวม จำแนกตาม ประเภทสินค้าที่ซื้อ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	76
4.46	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) จำแนกตาม กลุ่มหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	77
4.47	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) จำแนกตาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ .....	78
4.48	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง.....	79
4.49	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) จำแนกตาม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า .....	80
4.50	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : การบริการ จำแนกตาม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	81
4.51	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : การกลับมาซื้อซ้ำ จำแนกตาม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) .....	82
4.52	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) : ภาพรวม จำแนกตาม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	83

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.53	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) จำแนกตาม ช่วงวันในการซื้อสินค้า .....	84
4.54	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) จำแนกตาม จำนวนครั้งในการซื้อสินค้าแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed).....	85
4.55	ส่วนประสมทางการตลาด (7P) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed).....	86
4.56	แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารออนไลน์ของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) กับการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed).....	90
4.57	พฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) แตกต่างกัน .....	93
4.58	ส่วนประสมทางการตลาด (7P) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed).....	95
4.59	การสื่อสารออนไลน์ของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) .....	98



## สารบัญรูปภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1	
หน้าเว็บไซต์แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) หน้าแฟนเพจเฟซบุ๊ก	
แบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) หน้าอินสตาแกรมแบรนด์	
แบ็ก อินดีด (Bag Indeed) และหน้าไลน์แอดแบรนด์ แบ็ก อินดีด	
(Bag Indeed) .....	5
1.2	
กรอบแนวคิดด้านการวิจัย .....	6
2.1	
ดีออกเตอรับริندا แฮนเซน เจ้าของแบรนด์ แบ็ก อินดีด (Bag Indeed)	23