

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....                          | I    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....                       | III  |
| กิตติกรรมประกาศ.....                          | V    |
| สารบัญ.....                                   | VI   |
| สารบัญตาราง.....                              | VIII |
| สารบัญภาพ.....                                | XI   |
| <br>  |      |
| <b>บทที่</b>                                  |      |
| 1 บทนำ.....                                   | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....           | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....                  | 6    |
| กรอบแนวคิดการวิจัย.....                       | 7    |
| สมมติฐานการวิจัย.....                         | 8    |
| ขอบเขตของการวิจัย.....                        | 8    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....                | 9    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ.....                          | 9    |
| 2 แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....  | 11   |
| แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....    | 11   |
| แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร..... | 14   |
| แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....               | 22   |
| แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์.....               | 25   |
| แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....               | 29   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                    | 38   |

## สารบัญ (ต่อ)

| บทที่  | หน้า |
|--|------|
| 3  | 41   |
| ระเบียบวิธีวิจัย .....   | 41   |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัย.....  | 41   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....  | 42   |
| การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัย.....  | 44   |
| วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....   | 45   |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....   | 45   |
| 4  | 46   |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....  | 46   |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....   | 46   |
| ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคที่ใช้สื่อออนไลน์ในการ<br>ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์.....  | 49   |
| ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์ของผู้บริโภคที่ใช้สื่อออนไลน์ในการ<br>ตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์..... | 52   |
| ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคที่ใช้สื่อออนไลน์....                                      | 55   |
| ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน.....  | 57   |
| 5  | 73   |
| สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....   | 73   |
| สรุปผลการวิจัย.....  | 73   |
| อภิปรายผล.....   | 77   |
| ข้อเสนอแนะ.....  | 80   |
| บรรณานุกรม.....  | 81   |
| ภาคผนวก.....   | 86   |
| แบบสอบถาม.....   | 87   |
| ประวัติผู้วิจัย.....   | 93   |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.1      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ.....   | 46   |
| 4.2      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....   | 47   |
| 4.3      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....  | 47   |
| 4.4      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....  | 48   |
| 4.5      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....   | 48   |
| 4.6      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการเปิดรับข้อมูล<br>เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ทางสื่อออนไลน์.....          | 49   |
| 4.7      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับข้อมูล<br>เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ทางสื่อออนไลน์.....         | 50   |
| 4.8      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข้อมูล<br>เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ทางสื่อออนไลน์.....        | 50   |
| 4.9      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการ<br>เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ทางสื่อออนไลน์..... | 51   |
| 4.10     | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์.....   | 52   |
| 4.11     | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์<br>ด้านความถูกต้องของเนื้อหา.....                            | 52   |
| 4.12     | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์<br>ด้านรูปแบบความน่าสนใจ.....                                | 53   |
| 4.13     | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์<br>ด้านการเข้าถึงข้อมูล.....                                 | 54   |
| 4.14     | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์<br>บิ๊กไบค์.....   | 55   |
| 4.15     | แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์<br>บิ๊กไบค์ จำแนกตาม เพศ.....                             | 57   |
| 4.16     | แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์<br>บิ๊กไบค์ จำแนกตาม อายุ.....                            | 58   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.17     | แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์<br>จำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....   | 59   |
| 4.18     | แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์<br>บิ๊กไบค์ จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....                                | 60   |
| 4.19     | แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์<br>จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....                                  | 61   |
| 4.20     | แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์<br>บิ๊กไบค์ จำแนกตาม อาชีพ.....  | 62   |
| 4.21     | แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์<br>จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่.....   | 63   |
| 4.22     | แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์<br>บิ๊กไบค์ จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน.....                               | 64   |
| 4.23     | แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์<br>จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่.....                                 | 65   |
| 4.24     | แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์<br>บิ๊กไบค์ จำแนกตาม ช่วงเวลาที่เปิดรับข้อมูล.....                     | 66   |
| 4.25     | แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์<br>จำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับข้อมูลเป็นรายคู่.....                       | 67   |
| 4.26     | แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์<br>บิ๊กไบค์ จำแนกตาม ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลต่อสัปดาห์.....          | 68   |
| 4.27     | แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์<br>จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข้อมูลต่อสัปดาห์ เป็นรายคู่.....           | 69   |
| 4.28     | แสดงค่าสถิติการเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจเลือกซื้อ<br>รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ จำแนกตาม ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเปิด<br>รับข้อมูล..... | 70   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.29     | แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์<br>จำแนกตาม ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเปิดรับข้อมูล เป็นรายคู่..... | 71   |
| 4.30     | แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์กับ<br>การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์.....                           | 72   |
| 5.1      | สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....   | 76   |

## สารบัญภาพ

| ภาพประกอบที่ |  | หน้า |
|--------------|--|------|
| 1.1          | พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของปี 2559.....  | 2    |
| 1.2          | สื่อออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้.....  | 3    |
| 1.3          | สถิติจำนวนรถจักรยานใหม่ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป ที่จดทะเบียน<br>ตั้งแต่ มกราคม 2558..... | 5    |
| 1.4          | กรอบแนวคิดในการวิจัย.....  | 7    |
| 2.1          | กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน.....   | 36   |