

ทิพย์มา เชียงทา 2556: อิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อบัตรแรมบิท วิทยาลัยบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย, Ph.D.
137 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบการดำเนินชีวิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้บัตรแรมบิท 2) กระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรแรมบิท 3) ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น 4) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับกระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรแรมบิท 5) ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรแรมบิท 6) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น กับสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบัตรแรมบิท เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บัตรแรมบิททั้งหมด 377 คน ระหว่างวันที่ 26 – 30 ธันวาคม 2555 แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดระดับความชอบตามค่าเฉลี่ยและสถิติอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบหาค่า χ^2 -test, F-test, t-test และ LSD ที่กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เกินครึ่งหนึ่งประกอบอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,001 – 30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าลักษณะทางประชากร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าลักษณะทางประชากร เพศ อายุ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรแรมบิท ส่วนอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรแรมบิท ด้านกิจกรรมและความสนใจ ส่วนด้านความคิดเห็น ไม่มีผล ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ไม่มีความสัมพันธ์กับสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบัตรแรมบิท