

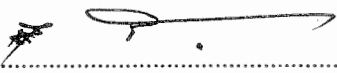
โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้า  
ทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

โสพิษา เกกิงเกียรติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา  
วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา  
สิงหาคม 2556  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา  
วิทยานิพนธ์ของ โสพิชา เกกิงเกียรติ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา วิทยาลัย  
วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้


คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

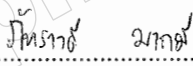
  
.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี ชัดรัมย์)

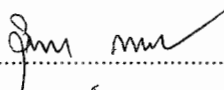
  
.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
(ดร.ภัทราวดี มากมี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

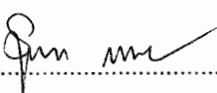
  
.....ประธาน  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสิทธิ์ จิตรสถาพร)

  
.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี ชัดรัมย์)

  
.....กรรมการ  
(ดร.ภัทราวดี มากมี)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา กรเพชรปานี)

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญาอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา  
ของมหาวิทยาลัยบูรพา

  
.....คณบดีวิทยาลัยวิทยาการวิจัย  
และวิทยาการปัญญา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา กรเพชรปานี)

วันที่ ๑๗ เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2556

## ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี ชัดรัมย์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ดร.ภัทราวดี มากมี อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา กรเพชรปानी ตลอดจนคณาจารย์และบุคลากรวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน และเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตากรุณาเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช ดร.พลพงศ์ สุขสว่าง และ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม ตลอดจนให้คำแนะนำแก้ไข ทำให้แบบสอบถามมีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ขอขอบพระคุณ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ และผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ระดับปริญญาตรีทุกชั้นปี และขอบคุณนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา ที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำวิจัย ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช ที่พิจารณาให้ทุนผู้วิจัยในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สนับสนุน ติดตามความก้าวหน้า และให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทั้งรุ่นพี่และรุ่นน้อง ที่เป็นกำลังใจให้ด้วยดีเสมอมา  
เหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยอยู่เคียงข้างและ  
เป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ด้วยดีเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ บุพการี และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่มีส่วนช่วยให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จ มาจนตราบเท่าทุกวันนี้

โสพิษา เกกิงเกียรติ

52910280: สาขาวิชา: การวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา

วท.ม. (การวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา)

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต/ โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ/  
ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

โสพิษา เกกิงเกียรติ: โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทาง  
อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี (A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF SHOPPING  
ON THE INTERNET BEHAVIOR OF UNDERGRADUATES) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์:  
เสรี ชัดรัมย์, ค.ด., ภัทราวดี มากมี, ค.ด. 132 หน้า. ปี พ.ศ. 2556.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการ  
เลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และตรวจสอบความสอดคล้องของ  
โมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2555 ของ  
มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง จำนวน 300 คน ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  
ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์เรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับ  
ปริญญาตรี วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานโดยใช้โปรแกรม SPSS และวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์  
เชิงสาเหตุโดยใช้โปรแกรม LISREL 8.80

ผลการวิจัยปรากฏว่า

1. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของ  
นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย ความตั้งใจในการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต  
เป็นสาเหตุทางตรง (direct cause) ของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต และเจตคติ  
ต่อการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถควบคุม  
พฤติกรรม เป็นสาเหตุทางอ้อม (indirect cause) ของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต
2. โมเดลที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี (ค่าสถิติ  
ไค-สแควร์ เท่ากับ 32.64 ค่า df เท่ากับ 37 ค่า p เท่ากับ .67 ดัชนี GFI เท่ากับ .98) ตัวแปรทั้งหมด  
ในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของ  
นักศึกษาระดับปริญญาตรีได้ร้อยละ 25

สรุปได้ว่า ความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ให้นักศึกษา  
ระดับปริญญาตรีเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยเสริมผ่านความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้า  
ทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เจตคติต่อการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต การคล้อยตามครอบครัว เพื่อน  
และสังคม และการรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรม ได้แก่ ความรู้ ค่าใช้จ่าย และทักษะของ  
นักศึกษา

52910280: MAJOR: RESEARCH AND STATISTICS IN COGNITIVE SCIENCE  
M.Sc. (RESEARCH AND STATISTICS IN COGNITIVE SCIENCE)

KEYWORDS: SHOPPING ON THE INTERNET BEHAVIOR/ CAUSAL RELATIONSHIP  
MODEL/ THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

SOPICHA THAKERNGKIAT: A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF SHOPPING  
ON THE INTERNET BEHAVIOR OF UNDERGRADUATES. ADVISORY COMMITTEE:  
SEREE CHADCHAM, Ph.D., PATTRAWADEE MAKMEE, Ph.D. 133 P. 2013.

The purpose of this research was to develop and validate a causal relationship model of shopping on the Internet behavior of undergraduates. The sample derived by means of multistage random sampling, consisted of 300 undergraduates of a public university in the academic year 2012. The research instrument was the online questionnaire of shopping on the internet behavior of undergraduates. Descriptive statistics were generated using SPSS; causal modeling involved in the use of LISREL 8.80.

The results were as follows:

1. The proposed model of shopping on the Internet behavior of undergraduates indicated that intention towards shopping on the Internet was a direct cause of shopping on the Internet behavior. Meanwhile, attitude towards behavior shopping on the Internet, subjective norm, and perceived behavior control were indirect causes of shopping on the Internet behavior.

2. The proposed model was consistent with empirical data. Goodness of fit statistics were: chi-square test = 32.64,  $df = 37$ ,  $p = .67$ , and GFI = .98. The variables in the proposed model accounted for 25 percent of the total variance of shopping on the Internet behavior.

In conclusion, intention towards shopping on the Internet was the main cause influencing students' shopping on the Internet behavior. Meanwhile, attitude towards behavior shopping on the Internet; family, friends and society, and perceive behavior control; know, save and skill of student, were accounted as supporting causes.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ตอนที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และพฤติกรรมผู้บริโภค.....	9
ตอนที่ 2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน.....	16
ตอนที่ 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต.....	27
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์โมเดลลิสม์.....	29
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	39
การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ.....	39
การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	40
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	40
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน.....	62
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้.....	69
ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัด.....	71

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี.....	77
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	87
สรุปผลการวิจัย .....	87
อภิปรายผลการวิจัย .....	88
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ .....	90
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	91
บรรณานุกรม.....	93
ภาคผนวก.....	97
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	98
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์อีเมลล์ลิตรระดับปริญญาตรี.....	116
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี.....	118
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	133

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตารางเปรียบเทียบลักษณะของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบดั้งเดิม และโมเดลลิสเทิล .....	32
2 รายชื่อคณะวิชาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย .....	41
3 เกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต .....	42
4 เกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต .....	42
5 โครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามเจตคติต่อการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต.....	43
6 เกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนด้านความเข้าใจ .....	43
7 เกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนด้านความรู้สึก .....	44
8 เกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนด้านพฤติกรรม .....	44
9 โครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง .....	44
10 เกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง .....	45
11 โครงสร้างเนื้อหาของการรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรม.....	45
12 เกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนการรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรม.....	46
13 โครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถามความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต .....	46
14 เกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต.....	47
15 ค่าความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	55
16 ดัชนีตรวจสอบความตรงของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	59
17 สัญลักษณ์ในงานวิจัย .....	61
18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะของตัวอย่าง .....	63
19 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้.....	68
20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ .....	70
21 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรแฝงเจตคติต่อการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต.....	71
22 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงเจตคติต่อการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต.....	72
23 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรแฝงการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง .....	72
24 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง .....	73
25 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรม .....	74
26 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรม .....	75
27 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรแฝงความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต .....	75



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต.....	76
29 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรแฝงในโมเดล.....	79
30 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดล.....	80
31 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรแฝงในโมเดลที่ปรับเป็นโมเดลที่พัฒนาขึ้น.....	83
32 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลที่ปรับเป็นโมเดลที่พัฒนาขึ้น.....	84

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 โมเดลตามสมมติฐานความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี.....	5
2 โมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	15
3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน.....	17
4 โมเดลสมการโครงสร้างในโปรแกรมลิสรเอล.....	30
5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงเจตคติต่อการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต.....	71
6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง.....	73
7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรม.....	74
8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรแฝงความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต.....	76
9 ผลของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี.....	78
10 ผลของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ปรับเป็นโมเดลที่พัฒนาขึ้น.....	82