

กระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์  
ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

The process of deciding to apply for a VIP membership, an application to  
watch movies online. of the people of Bangkok

หญิง สังการะ

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

Ms. Ying Sangkara

Department of Marketing, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand.

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับการใช้เทคโนโลยีหรือ นวัตกรรม ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากประชาชนที่อาศัยอยู่ ทำงานอยู่ หรือเรียนอยู่ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 423 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ แบบสอบถาม และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้ 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่าง และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อเปรียบเทียบความมีอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระ คำสำคัญ : กระบวนการตัดสินใจ , แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์

## ABSTRACT

This research aims to (1) To study the decision process for applying for VIP membership, an online movie viewing application of Bangkok residents (2) To study the decision-making process for applying for VIP membership, an online movie viewing application of Bangkok residents by demographic factors (3) to study the marketing mix and acceptance of the use of technology or innovation that affects the decision-making process of applying for VIP membership, an application for watching movies online, of the people of Bangkok by collecting questionnaires from people who live, work or study in the province Bangkok, 423 sets The tools used in this study were questionnaires and statistical data analysis in this research was divided into 2 major categories as follows: 1. Descriptive statistics, presented in mean form. and standard deviation (Standard Deviation). 2. Inferential Statistics Analysis One-Way ANOVA to test the difference and Multiple linear regression analysis to compare the influence between independent variables.

Keywords: decision-making process, online movie viewing application

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุปกรณ์สื่อสารที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันคือโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) โดยสัดส่วนของยอดขายจำหน่าย สมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นมาก เนื่องจากการพัฒนาความสามารถของโทรศัพท์มือถือที่แต่เดิมมีไว้สนทนากันเท่านั้น แต่ปัจจุบันผู้ใช้มีกิจกรรม เพิ่มขึ้นจากการใช้งานโทรศัพท์มือถือ เช่น การเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ต การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การดูหนังหรือฟังเพลง การเล่นเกม ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ทั้งนี้เป็นผลมาจากแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่มีการพัฒนาต่อยอดมากขึ้นทั้งจากค่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์ หรือจากที่บริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์หลายบริษัทหันมาพัฒนาโปรแกรมบนโทรศัพท์มือถือ โดยเชื่อว่าจะมีอัตราการดาวน์โหลดเพื่อใช้งานที่เติบโตอย่างเห็นได้ชัด

**Application** คือโปรแกรมประเภทหนึ่ง ที่เราเรียกว่าโปรแกรมประยุกต์ โปรแกรมเหล่านี้จะถูกออกแบบมาให้ทำงานเฉพาะด้าน เช่น พิมพ์เอกสาร, คำนวณ, ตกแต่งรูปภาพ เป็นต้น จากอดีตนั้นโปรแกรมเหล่านี้ทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว เราจึงมักเรียกชื่อเต็ม ๆ ว่า Application แต่เมื่อมีการพัฒนา Smartphone ขึ้นมา Application ก็ได้พัฒนา และไปใช้งานบนโทรศัพท์มือถือได้อีกด้วย และนิยมเรียกกันสั้น ๆ ว่า "App" นั่นเอง

### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับการใช้เทคโนโลยีหรือ นวัตกรรม ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

### **ขอบเขตของการวิจัย**

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษากระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยเลือกนำเอาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพการ ระดับการศึกษา อาชีพ กระบวนการตัดสินใจ โดยดูจาก 5 ขั้นตอน คือ การตระหนักถึงความต้องการ การศึกษาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ การประเมินผลหลังการซื้อ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการ จัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และการยอมรับการใช้เทคโนโลยี โดยประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ครั้งนี้เป็นกลุ่มประชาชน ที่เคยตัดสินใจสมัครสมาชิกวีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ โดยจะทำการสำรวจในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเก็บข้อมูลตัวอย่างผ่าน แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการสำรวจในช่วงเดือน มกราคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์.ศ.2565

### **สมมุติฐานการวิจัย**

- 1 ปัจจัยลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ที่แตกต่างกัน
- 2 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์
- 3 การยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ของประชาชนจังหวัด กรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ของประชาชนจังหวัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
3. ทำให้ทราบถึง ส่วนผสมทางการตลาด และการยอมรับการใช้เทคโนโลยีหรือ นวัตกรรม ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ของประชาชนจังหวัด กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อให้สามารถนำผลงานวิจัยในครั้งนี้มาเป็นแนวทางในการศึกษา ค้นคว้า และทำการวิจัยต่อยอดเพิ่มเติมแก่ผู้สนใจจะศึกษาในเรื่อง กระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2564) ประชากรศาสตร์ ได้ให้ความหมายว่า ประชากรศาสตร์ (อังกฤษ: demography) เป็นการศึกษาทางสถิติของประชากร

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

#### ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2019). Marketing กลยุทธ์การตลาด 4Ps และส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้สรุปว่า กลยุทธ์การตลาด 4Ps และส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

**กลยุทธ์การตลาด 4Ps** เกิดจากหลักแนวคิดที่ว่า ก่อนที่จะมาทำธุรกิจหรือการตลาด ควรที่จะต้องมีความสนใจให้ความสำคัญในการกำหนดหัวเรื่องสำคัญ ที่ธุรกิจควรนำมาพิจารณาถึงความพร้อมและใช้เป็นแนวก่อนเริ่มดำเนินการทางธุรกิจ โดยได้ใช้ P ซึ่งเป็นตัวหน้าของเรื่องที่สนใจคือ **Product-Price-Promotion-Place** โดยมีรายละเอียดดังนี้ **ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion)**

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี ในบริบทของสังคม

เรวัต ต้นตายนนท์. (2560) ได้กล่าวไว้ว่าการยอมรับเทคโนโลยี ในบริบทของสังคมซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยีทันสมัยมาประยุกต์ใช้เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการผลักดัน

### เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ความหมายของการตัดสินใจ

ราช ศิริวัฒน์ . (2017) ได้สรุปว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550:46)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตรากรีนเมท ของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี จุรีพร ขอนใจ (2563 หน้า47) พบว่า การรับรู้ถึงปัญหา(การตระหนักถึงความต้องการ) ต่อประชากรศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อ ไม่แตกต่างกัน

การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ชมพูนุท กิตติดุลยการ (2558 หน้า52) พบว่า การแสวงหาข้อมูล(การศึกษาข้อมูล) ต่อ ประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เพศ อายุ และ รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผล แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตรากรีนเมท ของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี จุรีพร ขอนใจ (2563 หน้า47) พบว่า การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ ต่อ ประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อาชีพ และ รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อ แตกต่างกัน

กระบวนการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณ 96.5 %ของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เจนจิรา ลิ้มธรรสาร (2554) พบว่า การรับรู้ถึงปัญหา(การตัดสินใจซื้อ) ต่อ ประชากรศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เพศ อายุ และ สถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณ 96.5 %ของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตรากรีนเมท ของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี จุรีพร ขอนใจ (2563 หน้า47) พบว่า การรับรู้ถึงปัญหา(การประเมินผลหลังการซื้อ) ต่อ ประชากรศาสตร์ ไม่

แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อ  
ไม่แตกต่างกัน

กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 2 ขา  
ริญา คูเบย์ (2563) ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์[การตระหนักถึงความต้องการ]  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจ  
ซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง วรุตม์ ประไพพัทธ์ (2556) ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ  
ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า  
ประเภทเครื่องครัว[การค้นข้อมูล]อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ปราณี สีน้าเงิน  
(2548) ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก[การประเมินทางเลือก] มีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจ  
ซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง วรุตม์ ประไพพัทธ์ (2556) ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ  
ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า  
ประเภทเครื่องครัว[การตัดสินใจซื้อ]อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ปราณี สีน้าเงิน  
(2548) ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก[ความรู้สึกหลังการซื้อ] มีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ .05

กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 2 ขา  
ริญา คูเบย์ (2563) ซึ่งปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## วิธีดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการกลุ่มตัวอย่างชั้นต่ำจำนวน 423 ชุด ผู้วิจัย  
ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นระยะเวลาตั้งแต่ ในช่วงเดือน มกราคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์.ศ.

2565

## การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้ **การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (เชิงกลุ่ม) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับการใช้เทคโนโลยี และกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ (เชิงปริมาณ) โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) **การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)** **การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)** เพื่อทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์แตกต่างกันหรือไม่ **การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)** เพื่อเปรียบเทียบความมีอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งก็คือ ส่วนประสมทางการตลาด และ การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยกับตัวแปรตาม คือ กระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95%

## สรุปผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่ากระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิกภาพรวมที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นสูงสุด คือการตระหนักถึงความต้องการ

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 ด้านแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความมีอิทธิพลระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้ง 5 ด้าน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความมีอิทธิพลระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีกับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบเกี่ยวกับ ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของกระบวนการ

ตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ได้ร้อยละ 51.0 โดยพบว่าทั้ง 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### อภิปรายผล

จากการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลการศึกษาด้วยสมมุติฐาน โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

**ตอนที่ 1** สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างทางปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ โดยการใช้ การทดสอบสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในแต่ละด้าน จึงได้แยกผลของกระบวนการทดสอบเป็น ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูล จากผลงานวิจัย สรุปผลการทดสอบเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ [การศึกษาข้อมูล] พบว่า โดยภาพรวมการศึกษาข้อมูลต่อ ประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อายุ และ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิด ของ ชมพูนุท กิตติดุลยการ (2558 หน้า52) ที่ศึกษา การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การแสวงหาข้อมูล(การศึกษาข้อมูล) ต่อ ประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อายุ และ รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2. การประเมินทางเลือก จากผลงานวิจัย สรุปผลการทดสอบเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ [การประเมินทางเลือก] พบว่า โดยภาพรวมการประเมินทางเลือกต่อ ประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิด ของ จุรีพร ข้อนใจ (2563 หน้า47) ที่ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตรายกรีนเมท ของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี พบว่า การประเมินทางเลือกก่อนการซื้อ ต่อ ประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อาชีพ และ



รายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตรายกรีนเมท ของผู้บริโภคใน จังหวัดราชบุรี แตกต่างกัน

3. การตัดสินใจซื้อ จากผลงานวิจัย สรุปผลการทดสอบเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับ กระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ [การตัดสินใจซื้อ] พบว่า โดยภาพรวมการตัดสินใจซื้อต่อ ประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เพศ อายุ และสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิด ของ เจนจิรา ลิ้มธรรสาร (2554) ที่ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อของค้ำรูปพรรณ 96.5 %ของผู้ บริโภคใน. อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การรับรู้ถึงปัญหา(การตัดสินใจซื้อ) ต่อ ประชากรศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เพศ อายุ และ สถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อของค้ำรูปพรรณ 96.5 %ของผู้บริโภคใน. อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกัน

**ตอนที่ 2** สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความมีอิทธิพลระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับ กระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้เพื่อให้เห็นถึงการเปรียบเทียบความมีอิทธิพลระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ การทดสอบการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ในแต่ละด้าน จึงได้แยกผลของกระบวนการทดสอบเป็นด้าน ดังนี้

2.1 การตระหนักถึงความต้องการจากผลงานวิจัย สรุปผลการทดสอบเกี่ยวกับ ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์[การตระหนักถึงความต้องการ] ได้ร้อยละ 53.6 โดยพบว่ามี 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์[การตระหนักถึงความต้องการ] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์[การตระหนักถึงความต้องการ] ได้ดีที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิด ของ ชาริญา ดูเบย์ (2563) ที่ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 2 ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์[การตระหนักถึงความต้องการ]อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์[การตระหนักถึงความต้องการ]ได้ดีคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

2.2 การศึกษาข้อมูล จากผลงานวิจัย สรุปผลการทดสอบเกี่ยวกับ ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชัน ดูหนังออนไลน์[การศึกษาข้อมูล] ได้ร้อยละ 53.7 โดยพบว่ามี 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชัน ดูหนังออนไลน์[การศึกษาข้อมูล] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชัน ดูหนังออนไลน์[การศึกษาข้อมูล] ได้ดีที่สุด คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด, ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิด ของ วรุฒม์ ประไพพัทธ์ (2556) ที่ศึกษา ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัว[การค้นข้อมูล]อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัว[การค้นข้อมูล] ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

2.3 การประเมินทางเลือก จากผลงานวิจัย สรุปผลการทดสอบเกี่ยวกับ ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชัน ดูหนังออนไลน์[การประเมินทางเลือก] ได้ร้อยละ 67.1 โดยพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชัน ดูหนังออนไลน์[การประเมินทางเลือก] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชัน ดูหนังออนไลน์[การประเมินทางเลือก] ได้ดีที่สุด คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด , ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิด ของ ปราณี สีนํ้าเงิน (2548) ที่ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก[การประเมินทางเลือก] มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก[การประเมินทางเลือก] ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาเป็น ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

2.4 การตัดสินใจซื้อ จากผลงานวิจัย สรุปผลการทดสอบเกี่ยวกับ ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชัน ดูหนังออนไลน์[การตัดสินใจซื้อ] ได้ร้อยละ 49.2 โดยพบว่าทั้ง 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ

สมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์[การตัดสินใจซื้อ] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์[การตัดสินใจซื้อ]ได้ดีที่สุด คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ , ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิดของ วรุฒม์ ประไพพักตร์ (2556) ที่ศึกษา ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัว[การตัดสินใจซื้อ]อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัว [การตัดสินใจซื้อ] ได้ดีที่สุดในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด , ปัจจัยด้านราคา , ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

2.5 การประเมินผลหลังการซื้อ จากผลงานวิจัย สรุปผลการทดสอบเกี่ยวกับ ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์[การประเมินผลหลังการซื้อ] ได้ร้อยละ 37.6 โดยพบว่ามี 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์[การประเมินผลหลังการซื้อ] อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์[การประเมินผลหลังการซื้อ] ได้ดีที่สุดในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ , ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิด ของ ปราณี สีน้าเงิน (2548) ที่ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก[ความรู้สึกลังการซื้อ] มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก[ความรู้สึกลังการซื้อ] ได้ดีที่สุดในปัจจัยด้านราคา , ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความมีอิทธิพลระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีกับ กระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากผลงานวิจัย สรุปผลการทดสอบเกี่ยวกับ ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ได้ร้อยละ 51.0 โดยพบว่ามี 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิด ของ ชาริญา ดุเบย์ (2563) ที่ศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 2 ซึ่งปัจจัย การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### **ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้**

**ตอนที่ 1** สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับ กระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

1. การศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ในด้านของ การศึกษาข้อมูล ผู้บริโภค หรือ ลูกค้า ที่มีอายุ และ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ของประชาชน จังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงควรมีการที่จะทำการนำเสนอข้อมูล แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ พัฒนา แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ โดย ดูจากกลุ่มช่วงอายุของลูกค้าเพราะแต่ละช่วงอายุนั้น เนื่องจากลูกค้า หรือผู้บริโภคที่มีช่วงอายุต่างกัน จะทำการศึกษา ค้นคว้าสิ่งที่สนใจต่างกันเช่น หากมีหนังใหม่ หรือโฆษณา เพื่อให้ผู้ที่ค้นหาเห็นก่อน จึงควรนำเสนอหลายช่องทางเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค หรือลูกค้าทุกกลุ่ม ก่อนการ ตัดสินใจสมัคร และความหลากหลายของ ระดับราคาสมาชิก ก็มีผลกับการสมัครเนื่องจาก ความแตกต่าง ทางด้านราคาการสมัครสมาชิก เพื่อเข้าถึง เมนู ที่ใช้ต่างกัน ก็มีผลต่อการศึกษาหาข้อมูลเพื่อสมัคร เพราะรายได้ ที่กลุ่มประชากรตัวอย่างตอบแบบสอบถามนั้น รายได้ที่ต่างกัน ก็มีการสมัครสมาชิกที่ต่างกัน เพราะ บุคคลที่ รายได้น้อยจะไม่มีกำลังในการสมัครสมาชิกในระดับที่ต่างกัน ดังนั้นผู้หาคะประกอบการ ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน หรือบุคคลที่สนใจ ไม่ควรมองข้ามช่วงราคาที่แตกต่างกันของระดับสมาชิกมากเกินไป อาจจะทำให้ผู้ที่สนใจสมัครสมาชิก ไม่มีกำลังในการสมัครสมาชิก

2. การประเมินทางเลือก ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ในด้านของ การประเมินทางเลือก ในส่วนของอาชีพ เช่น อาชีพรับราชการ ก็จะเลือกสมัคร แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์แตกต่างกับอาชีพค้าขาย ด้วยเวลาว่าง หรือ รสนิยมในการดูหนัง ส่งผลไปยังรายได้ที่มั่นคง ก็จะสนใจที่จะสมัครสมาชิกแตกต่างกัน ดังนั้นผู้หาคะประกอบการ ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน หรือบุคคลที่สนใจ ไม่ควรมองข้าม ช่วงราคาที่แตกต่างกันของระดับสมาชิก มากเกินไป อาจจะทำให้ผู้ที่สนใจสมัครสมาชิกไม่มีกำลังในการสมัครสมาชิก

3. การตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ในด้านของ การตัดสินใจซื้อซึ่งพบว่า เพศ อายุ และ สถานภาพ ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อต่างกันเพราะ เพศ เพศหญิง เพศชาย และ เพศทางเลือก รวมถึง อายุ และและสถานภาพโสด สมรส หย่าร้าง มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นอย่างมากเพราะ โดยพื้นฐาน รสนิยม ต่างกัน ดังนั้นผู้หาคะประกอบการ ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน หรือบุคคลที่สนใจ ความเพิ่มความหลากหลายของหนัง

ในแอปพลิเคชัน เพื่อรองรับกลุ่มคนที่มีความชอบต่างกัน เช่น หมวดเพิ่ม หนังสือนิตยสารมาเพื่อเอาใจกลุ่มเพศหญิง หนังสือรีวิวยาว หรือหนังสือสำหรับกลุ่มลูกค้าผู้ชาย เพื่อให้มีความหลากหลาย เป้าสิ่งที่มุ่งใจในการเลือกสมัคร

สรุปตอนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จากผลศึกษาพบว่า เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ การศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกวีไอพีแอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ทางด้านการศึกษา ข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ในด้านของ การศึกษาข้อมูล อายุ และรายได้ต่อเดือน จึงควรมีการที่จะทำการนำเสนอข้อมูล แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ พัฒนา แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ เช่น หากมีหนังใหม่ หรือโฆษณา เพื่อให้ผู้ที่ค้นหาก่อนการตัดสินใจสมัคร เข้าถึง เมนูที่เหมาะสมกับช่วงอายุ หรือความหลากหลายของหนังสมาชิกควรพัฒนาแอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ที่ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เช่น การมีหนังที่เอาใจกลุ่มของเพ็ญและอาจจะมียูทิลิตี้พิเศษสำหรับผู้ที่สมัคร สมาชิกวีไอพี ให้สามารถโหลด รูป ขวัญใจ หรือดารานักแสดงที่ชอบ หรือตั้งเป็นภาพพื้นหลังของแอปพลิเคชัน และค่อยปรับปรุง รูปแบบของหนังให้หลากหลายเพื่อรองรับลูกค้า หรือผู้ใช้บริการทุกเพศทุกวัย ขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น

**ตอนที่ 2** สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความมีอิทธิพลระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2.1 การตระหนักถึงความต้องการ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า การตระหนักถึงความต้องการ ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เห็นว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับ ตัว แอปพลิเคชัน ในการใช้งาน โดยผู้ประกอบการ ผู้พัฒนา ควรทำการปรับปรุง แอปพลิเคชัน ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และ เพิ่มในส่วนของหนังที่ใหม่ ๆ อยู่เสมอ และทำการส่งเสริมการขาย ส่งเสริมการตลาดให้เป็นประจำ

2.2 การศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ขั้นตอนการศึกษาข้อมูล ผู้ประกอบการ ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน หรือบุคคลที่สนใจ ควรเพิ่มความหลากหลายของหนังในแอปพลิเคชัน ทำการส่งเสริมการตลาด และเพิ่มช่องทางในการสมัครสมาชิกมากขึ้นมากขึ้น เช่นเพิ่มช่องทางผ่าน Line OA

2.3 การประเมินทางเลือก ดังนั้นการให้บริการแอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ไม่ใช่เพียงแค่พัฒนา แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ เพียงอย่างเดียว ยังต้องทำการตลาดในส่วนของการเพิ่มช่องทางการรับรู้ ให้ลูกค้าหรือผู้บริโภค ได้ทราบและจดจำ แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ได้ และหากลูกค้าหรือผู้บริโภคเลือกใช้งานก็จะต้องเลือกใช้แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของเรา การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ สามารถเพิ่มได้หลากหลายช่องทาง เช่น ผ่านสื่อโฆษณา ป้าย บิลบอร์ด ผ่าน Line OA หรือช่องทาง Online ต่าง ๆ

2.4 การตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการ ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน หรือบุคคลที่สนใจ ควรใส่ใจเรื่องราคา เพราะมีผลต่อการสมัครสมาชิกของลูกค้า ในส่วนของการตั้งให้ราคาสมเหตุ สมผล หรือเมื่อ

ลูกค้าสมัครจะได้รับความสะดวก เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้า และหากลูกค้าใช้แล้วจะสมัครสมาชิกต่ออายุ หรือบอกต่อให้เพื่อน หรือผู้อื่นสมัคร

2.5 การประเมินผลหลังการซื้อ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า การประเมินผลหลังการซื้อ ลูกค้าจะประเมินจากการใช้งานหากการใช้แล้วลูกค้าชื่นชอบการตะมาการต่อสมาชิกซ้ำ ๆ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการ ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน หรือบุคคลที่สนใจ ควรให้ความสำคัญในการประเมินหลังการขาย เพื่อดูการตอบรับจากการใช้ และเอาข้อเสียมารับปรุงแก้ไขหรือพัฒนา แอปพลิเคชัน เช่น การมี หน้าต่าง การตอบคำถามสั้น ๆ หลังการดู หรือการกำลังจะออกจากแอปพลิเคชัน

สรุปตอนที่ 2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครสมาชิกวีไอพีแอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ทางด้านกระบวนการทั้ง 5 ด้านซึ่งได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การศึกษาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และการประเมินหลังการซื้อ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า การพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีขีดความสามารถที่มากขึ้น มีความทันสมัย ใช้งานง่าย มีความเสถียรตลอดระยะเวลาการใช้งาน รวมถึงการมีจำนวน Partner ที่หลากหลายซึ่งจะส่งผลถึงการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความแตกต่าง และหลากหลายของการดูหนังออนไลน์ด้วยเช่นกัน

ตอนที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความมีอิทธิพลระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีกับกระบวนการตัดสินใจสมัครสมาชิก วีไอพี แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ของประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ดังนั้นการให้บริการแอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ ต้องทำให้ลูกค้า หรือผู้บริโภคมั่นใจให้ได้ว่า แอปพลิเคชันดูหนังออนไลน์ สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าได้เช่น การทดลองใช้ฟรี 7 วัน เพื่อทดสอบถึงเมนู หรือ หมวดหมู่ของหนังที่ลูกค้าสามารถเข้าไปดูได้เพิ่มเติม และ ค่อยปรับปรุง รูปแบบของหนังให้หลากหลายเพื่อรองรับลูกค้า หรือผู้ใช้บริการทุกเพศทุกวัย

## เอกสารอ้างอิง

### วิทยานิพนธ์

จตุพร ช้อนใจ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตรากรีนเมท

ของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร

เจนจิรา ลิ้มธรรสาร. (2554). กระบวนการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณ 96.5 %ของผู้ บริโภคใน อำเภอมือง จังหวัด

สมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ชมพูนุท กิตติคุณการ. (2558). การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ชาธิญา คูเบย์. (2563). กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของบุคลากรในสำนักงานสรรพากรพื้นที่  
กรุงเทพมหานคร2.

วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ปราณี สีน้าเงิน. (2548). กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
วรุตม์ ประไพพัทธ์. (2556). ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ  
กระบวนการ

ตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2019). Marketing กลยุทธ์การตลาด 4Ps และส่วนผสมทางการตลาด (Marketing  
Mix). ค้น

เมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://www.iok2u.com/index.php/article/marketing/333-4ps-marketing-mix>

ราช ศิริวัฒน์. (2017). ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก  
<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/>

เรวัต ต้นตยานนท์. (2560). การยอมรับเทคโนโลยี ในบริบทของสังคม. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก  
<https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/116042>

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2564) ประชากรศาสตร์. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก  
<https://th.wikipedia.org/wiki/>

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2565). กรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก  
<https://th.wikipedia.org/wiki/>

Aseitha. (2556) .คอมพิวเตอร์เบื้องต้น. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก [http://thaieasy-it.blogspot.com/2013/06/blog-post\\_12.html](http://thaieasy-it.blogspot.com/2013/06/blog-post_12.html)