

หัวข้อวิจัย	พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัด กรุงเทพมหานคร
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ ชันทอง
ชื่อนักศึกษา	ปณิศารัชต์ โกยานันท์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ และ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G.Cochran เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มแบบสะดวก โดยมีคำถามคัดกรอง สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน สถิติวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค, การตัดสินใจซื้อ, ส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน (4Ps)