

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมผู้ซื้อและส่วนประสมการตลาดสินค้าออนไลน์ในยุควิถีชีวิตใหม่
ชื่อ - สกุลนักศึกษา	ประวันวิทย์ ประดิษฐ์ขวัญ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิธิมา ยืนยง
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ 2) ส่วนประสมการตลาดสินค้าออนไลน์ยุควิถีชีวิตใหม่ และ 3) เปรียบเทียบส่วนประสมการตลาดสินค้าออนไลน์กับระดับพื้นฐานทั่วไปของผู้ซื้อโดยการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ 385 คน แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นั้น โดย t-test, F-test

ผลการศึกษาดังนี้ 1) ภาพรวมและรายด้านของระดับพฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าออนไลน์มีพฤติกรรมมาก หากจัดลำดับจากค่าเฉลี่ย พบว่า ด้านความถี่ ในการซื้อในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ด้านลักษณะสินค้าออนไลน์ที่ซื้อ และด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อต่อครั้ง ตามลำดับ 2) ภาพรวมและรายด้านของส่วนประสมการตลาดสินค้าออนไลน์มีความสำคัญมาก หากพิจารณาลำดับจากค่าเฉลี่ย พบว่า ด้านบุคลากร/ โดเมน จิตติศาสตร์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ และ 3) ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ พฤติกรรมผู้ซื้อ ส่วนประสมการตลาด สินค้าออนไลน์