

ชื่อเรื่อง	ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ในยุควิถีชีวิตใหม่ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร
ชื่อ สกุลนักศึกษา	กนกวรรณ รัชรากร
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ธนากร ธนาธารชูโชติ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับส่วนประสมทางการตลาดสินค้าออนไลน์ 2) ระดับพฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ และ 3) เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ในยุควิถีชีวิตใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ในยุควิถีชีวิตใหม่ ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบที และการทดสอบแบบเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับส่วนประสมทางการตลาดการซื้อสินค้าออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลากรโลจิสติกส์อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ 2) ระดับพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 3 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความถี่ในการซื้อในรอบ 3 เดือนอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะสินค้าออนไลน์ที่ซื้อ และด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อครั้งต่อไป ตามลำดับ และ 3) ผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ในยุควิถีชีวิตใหม่ ในกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้ซื้อ สินค้าออนไลน์ ยุควิถีชีวิตใหม่
ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร