หัวข้อวิจัย : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัย : นางสาวอรนิษฐ์ แสงทองสุข

หน่วยงาน : สาขาวิชาการบริหารและการจัดการสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เฉพาะผู้สูงอายุสัญชาติไทย ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 384 คน มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.870 จำนวน 384 ฉบับ วิเคราะห์ข้อมูลโดย ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที สถิติเอฟ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านสถานที่ที่ใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ รองลงไปคือ ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านความบ่อยในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ ด้านระยะเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และด้านช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ตามลำดับ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผู้สูงอายุ

SPU CHONBURI

Research Title : Factors Influencing Elderlies' Purchase Decision Buy Online Products in Bangkok and Metropolitan Area
Name of Researcher : Miss Oranit Saengthongsuk
Name of Institution : Administration and Modern Management Faculty of Business Administration, Sripatum University
Year of Publication : B.E.2564

ABSTRACT

This research have a purpose (1) To compare the degree of opinion that influence the elderly people's online shopping decision. Bangkok Metropolitan Region (2) To study the relationship between social media usage behavior and the elderly decision-making on online shopping. Bangkok Metropolitan Region (3) To study the influence of factors influencing the decision of online shopping among the elderly Bangkok Metropolitan Region. Samples used in this research only Thai seniors aged 60 years and over who are members of the elderly club Bangkok Metropolitan Region totaling 384 people. Data were collected using questionnaires. With the confidence in the whole version equal to 0.870 number 384 data analyzed by the statistical package used in the research consisted of frequency, percentage, mean, standard deviation, T statistic, F statistic, and multiple regression analysis.

The research results were found that social media behavior influences online shopping decisions of the elderly in all 7 areas at a high level. The side with the highest average was the location that used social networks. Followed by the purpose of using social networks. The frequency of using social networks Social network channels in the field of social networks that are commonly used the period of time spent on social networks And the time spent on social networks, respectively.

Keywords : social media usage behavior Deciding to Buy Online Seniors elderly

SPU CHONBURI