หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคออนไลน์ของลูกค้าในระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก
คำสำคัญ	กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ / คุณภาพการให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ / สินค้าอุปโภคบริโภค
ชื่อนักศึกษา	ศุภาวิณี กรเจริญ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.มุกดาฉาย แสนเมือง
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของลูกค้าผ่านออนไลน์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของลูกค้าผ่านออนไลน์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของลูกค้าผ่านออนไลน์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านระบบออนไลน์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแปรปรวน และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคออนไลน์ของลูกค้าในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกแตกต่างกัน 2) กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการสื่อสารและการส่งเสริมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคออนไลน์ของลูกค้าในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่แตกต่างกัน 3) คุณภาพการให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการสนองตอบต่อความต้องการ ด้านความพร้อมใช้งานของระบบ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ และด้านการติดต่อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคออนไลน์ของลูกค้าในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

SPU CHONBURI

Thesis Title	Factors Affecting Customer's Purchase Decision of Online Consumer Goods in Eastern Economic Corridor
Keywords	Online marketing strategies / E-commerce service quality / Consumer products
Student	Supavinee Kornjaroen
Thesis Advisor	Dr.Mukdashine Sandmaung
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2024

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to study the level of factors affecting customers' decision to purchase consumer products online in the Eastern Special Development Zone, 2) to study differences in personal factors affecting decision making. Buy consumer products for customers online in the Eastern Special Development Zone, 3) to study the factors affecting customers' decision to buy consumer products online in the Eastern Special Development Zone. The sample group of this research is customers who purchase consumer products online in the Eastern Special Development Zone. The sample size was 400 people. Statistics used in data analysis included frequency, mean, and variance test, and analysis of multiple regression.

The results of the study found that 1) consumers with personal factors of age Different levels of education have different effects on customers' decision to purchase consumer products online in the Eastern Special Development Zone, 2) online marketing strategies products and services, prices, communications and marketing promotions distribution channel process aspect and physical environment aspect It influences customers' decision to purchase consumer products online in different Eastern Special Development Zones, 3) quality of electronic commerce services. efficiency in terms of responding to needs system availability response to service use and contact it influences the decision to purchase consumer products online among customers in different Eastern Special Development Zones, at statistically significant at the 0.05 level.

SPU CHONBURI