หัวข้อวิทยานิพนธ์	กลยุทธ์ไลฟ์สดที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อแบบฉับพลันของทุเรียนสดและแปรรูปในภาคตะวันออก
คำสำคัญ	กลยุทธ์ไลฟ์สด / ความตั้งใจซื้อ / การซื้อแบบฉับพลัน
ชื่อนักศึกษา	ณัทชลิดา ชิวราภรณ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการตั้งใจซื้อแบบฉับพลันของลูกค้าทุเรียนสดและทุเรียนแปรรูปในภาคตะวันออก 2) เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจซื้อแบบฉับพลัน ในการขายสินค้าผ่านช่องทางไลฟ์สดของลูกค้าทุเรียนไลฟ์สดและแปรรูปในภาคตะวันออก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาระดับกลยุทธ์การขายสินค้าผ่านช่องทางไลฟ์สดที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อแบบฉับพลันของลูกค้าของลูกค้าทุเรียนสดและแปรรูปในภาคตะวันออก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประมาณ เป็นการเก็บข้อมูลจากพนักงานลูกค้าทุเรียนสดและแปรรูปในภาคตะวันออก จำนวนรวมทั้งสิน 400 คน เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้การพิสูจน์ความแตกต่างแบบ One-Way ANOVA รวมทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกันโดยใช้ค่า Multiple liner regression

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคล ด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกันมีการซื้อแบบฉับพลันผ่านช่องทางไลฟ์สดของลูกค้าทุเรียนสดและแปรรูปในภาคตะวันออกที่แตกต่างกัน และ 2) กลยุทธ์การขายสินค้าผ่านช่องทางไลฟ์สด ได้แก่ ด้านการนำเสนอ ด้านความบันเทิง ด้านความน่าดึงดูด ด้านการปฏิสัมพันธ์ ด้านการตอบสนองของลูกค้า มีผลต่อความตั้งใจซื้อแบบฉับพลัน ได้แก่ ด้านการซื้อแบบไม่ได้ตั้งใจฉับพลัน ด้านการกระตุ้นความรู้สึก และด้านความรู้สึกยินดีที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

SPU CHONBURI

Thesis Title	Live Streaming Strategics Influencing Impulse Purchase of Fresh and Processed Durians in Eastern Thailand
Keywords	Live Streaming Strategies / Purchase Intention / Impulse Buying
Student	Nutchalida Chiwaraporn
Thesis Advisor	Associate Professor Dr.Chonlatis Darawong
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi
Year	2025

ABSTRACT

This research aims to 1) examine the level of impulse buying intention among customers of fresh and processed durian in Eastern Thailand, 2) compare impulse buying intention in live-stream shopping among these customers based on personal factors, and 3) investigate the influence of live-streaming sales strategies on impulse buying intention. This research employs a quantitative approach, collecting data from a total of 400 fresh and processed durian customers in Eastern Thailand. The research instrument is a questionnaire, validated by experts for content accuracy. Statistical analysis includes frequency, percentage, mean, and standard deviation. Hypothesis testing is conducted using One-Way ANOVA, while the influence of service quality factors on customer satisfaction is analyzed using multiple linear regression.

The results of the analysis showed that 1) personal factors such as gender, education level, and occupation significantly influence impulse buying behavior in live-stream shopping for fresh and processed durian, and 2) live-streaming sales strategies including presentation, entertainment, attractiveness, interaction, and customer responsiveness significantly affect different aspects of impulse buying intention, including unplanned impulse purchases, emotional stimulation, and hedonic pleasure, at a statistical significance level of 0.05.

SPU CHONBURI