

โยธี จันตะนี. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทาง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ปฐมพงศ์ ศุภเลิศ, รองศาสตราจารย์ ดร. ดวงตา สราญรมย์

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และพฤติกรรมในการซื้อสินค้า และ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับ พฤติกรรมในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ที่สมัครเป็นสมาชิกในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกาเหนือ จำนวน 800 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ และ ไคสแควร์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-8,000 ยูเอสดอลลาร์ สถานภาพสมรสแล้วและมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 2 คน พฤติกรรมในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าประเภทศิลปะประดิษฐ์ หรือของที่ระลึก ความถี่ ในการซื้อไม่แน่นอนวันที่สั่งซื้อส่วนใหญ่เป็นวันอาทิตย์ โดยซื้อสินค้าที่ผลิตจากทวีปเอเชีย จำนวนเงิน ที่ซื้อต่อครั้ง 21-30 ยูเอสดอลลาร์ และเวลาในการส่งสินค้าส่วนใหญ่ น้อยกว่า 1 สัปดาห์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางส่วนตัวของลูกค้า ด้านการให้บริการแบบเจาะจงบุคคล และด้านการชำระเงิน มีผล ต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด

ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยรวมไม่ แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีพฤติกรรมในการซื้อต่างกัน มีปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยรวม แตกต่างกัน ยกเว้นด้านเวลาในการส่งสินค้า

ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อสินค้า หัตถกรรมของสมาชิกเว็บไซต์อีเบย์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เฉพาะช่วงอายุและระดับการศึกษา