

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุคนไทย
ผู้จัดทำ	นายปรเมษฐ์ สิริพิพัฒน์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ
วันที่อนุมัติผลงาน	ตุลาคม 2558
จำนวนหน้า	85 หน้า
คำสำคัญ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด, การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์, ผู้สูงอายุคนไทย

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุคนไทย ประชากรคือ ผู้สูงอายุคนไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และเคยซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 400 คน การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือใช้การวัดค่าสัมประสิทธิ์การตอบกลับเท่ากับ 0.827 ใช้การสร้างระบบแบบสอบถามออนไลน์จาก www.surveycan.com และการโฆษณาเชิญชวนให้ร่วมตอบแบบสอบถามผ่านเว็บไซต์ www.thaiseniormarket.com โดยมีระยะเวลาเก็บแบบสอบถามระหว่างวันที่ 10 กันยายน 2558 ถึง 21 ตุลาคม 2558 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 60 - 65 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ย 2 ครั้งต่อปี และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยน้อยกว่า 1,000 บาทต่อครั้ง

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุคนไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.06$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.05$) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ($\bar{X} = 3.99$) และด้านราคา ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยย่อยของช่องทางการ

จัดจำหน่าย พบว่า ระบบติดตามสถานะของสินค้ามีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ การตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า ปัจจัยย่อยที่สูงที่สุดในการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ใช้สินค้ารายอื่นเพื่อช่วยในการตัดสินใจ รองลงมา คือ การให้ส่วนลดพิเศษ การสะสมแต้ม และกิจกรรมร่วมสนุกให้ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ปัจจัยย่อยที่สูงที่สุดในกระบวนการ พบว่า มีระบบป้องกันข้อมูลของลูกค้า ข้อมูลเป็นความลับ รองลงมา คือ มีการแนะนำสินค้าที่เหมาะสมแก่ลูกค้า ปัจจัยย่อยที่สูงที่สุดในผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่า รูปแบบของเว็บไซต์ใช้งาน/เข้าใจง่าย รองลงมา คือ เว็บไซต์มีสินค้าหลากหลาย ปัจจัยย่อยที่สูงที่สุดในราคา พบว่า ราคาสินค้าต่ำ/ถูกกว่า สินค้าในท้องตลาดรองลงมา คือ มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจจะทำธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าออนไลน์ผู้สูงอายุนั้น ต้องให้ความสำคัญกับทุก ๆ ด้านในระดับมาก เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น