

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การตอบสนองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อกิจกรรม
การตลาดผ่านคู่มือออนไลน์

ผู้เขียน นางสาวทิพย์วัลย์ ใจสุวรรณ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.วรรณัย สายประเสริฐ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการตอบสนองและพฤติกรรมการใช้คู่มือออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อกิจกรรมการตลาดผ่านคู่มือออนไลน์ โดยเก็บตัวอย่างจากผู้บริโภคที่ใช้คู่มือออนไลน์ จำนวน 250 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี สถานะภาพโสด มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านคู่มือออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักซื้อสินค้า/บริการประเภท อาหาร/เครื่องดื่ม ได้รับคู่มือออนไลน์จากเว็บไซต์เจ้าของสินค้า ราคาสินค้า/บริการที่ซื้อผ่านออนไลน์ต่อครั้งก่อนหักส่วนลดจากคู่มือออนไลน์คือ 501 – 1,000 บาท ในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมาเคยใช้บริการคู่มือออนไลน์ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่เลือกวิธีการชำระค่าสินค้า/บริการที่ซื้อโดยการนำส่วนลดคู่มือออนไลน์ด้วยเงินสด

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของการตอบสนองของผู้บริโภคต่อกิจกรรมการตลาดผ่านคู่มือออนไลน์ พบว่าผู้บริโภคมีการตอบสนองต่อคู่มือออนไลน์ โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย ทั้งในขั้นตอน ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการอยากได้ และการตัดสินใจซื้อ

สำหรับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตอบสนองของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละลำดับชั้นพบว่า มีระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกดังนี้ ความตั้งใจ ได้แก่ ผู้ตอบสอบถามสังเกตเห็นคูปองออนไลน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจของเจ้าของสินค้า ด้านความสนใจ ได้แก่ เมื่อได้รับคูปองออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้คูปอง ด้านความต้องการอยากได้ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามปรารถนาจะใช้คูปองออนไลน์ในการซื้อสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม และด้านการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านคูปองออนไลน์ในการซื้อสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Responses of Consumers in Bangkok Towards Online
Coupon Marketing Activities

Author Ms. Thippawan Jaisuwan

Degree Master of Business Administration

Advisor Lecturer Dr.Wanlanai Saiprasert

ABSTRACT

The purpose of this independent study is to examine responses and behavior using online coupon of consumers in Bangkok towards online coupon marketing activities. A set of questionnaires was distributed to 250 consumers who were used to online coupon using quota sampling technique and analyzed by descriptive statistics to assess frequency, percentage and means.

The results found that most of the respondents were females, age between 21-29 years old, single, bachelor degree as the highest level of education, working in private company and having the average monthly remuneration in range of THB 15,100-20,000.

The behavior of consumers towards buying goods by online coupon found that most of the respondents purchased goods/service were food/beverage, received online coupon from web site owner's goods, goods/services purchased online from the time before discount coupon online were THB 501 – 100. In period three months ago, had been using online coupon service 1-3 times, Most of them choose to pay for goods / services purchased by online discount coupon with cash.

The results of consumers' opinion towards online coupon marketing activities found that consumers respond to online coupon in all aspects: attention, interest, desire and action at agree level of average scores.

The opinions of respondents in each stage of response was found that factors with the highest average scores were as follows: The attention stage, the respondents noted an online coupon from Facebook fan page of goods owner. The interest stage, after received online coupon the respondents were seeking further information on the period of validity of the coupon. The desire stage, the respondents would use an online coupon to buy a goods that meets their needs. The action stage, they would purchase through an online coupon for the goods that meet the needs.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved