

ชื่อเรื่อง : การสื่อสารทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อพฤติกรรม  
การตัดสินใจซื้อ

ผู้วิจัย : ชาญ เดชอัครวง

พ.ศ. : 2555

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการรับข่าวสารผ่านช่องทางทางการสื่อสารทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อเปรียบเทียบช่องทางทางการสื่อสารทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้า การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการซื้อได้ดีที่สุดเป็นอันดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตผ่านระบบ Search engine ให้เหตุผลว่า เนื่องจากมีความสะดวกในการใช้ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกการแจกข่าว PR ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากได้รับข้อมูลประกอบการตัดสินใจมาก กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเว็บไซต์ของสินค้าที่ปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ที่มีคนเข้าชมมาก เนื่องจากสามารถพบเห็นข้อมูลได้บ่อยจึงทำให้จดจำได้ง่าย กลุ่มตัวอย่างที่เลือกป้ายโฆษณาที่มีภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวหรือมีเสียงเพื่อกระตุ้นให้เข้าดูเพจ เนื่องจากสามารถจูงใจให้เข้าชมข้อมูลเพิ่มเติมได้ดีกว่าและป้ายโฆษณามีความชัดเจนจึงพบเห็นได้บ่อยและจดจำได้ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกบริการโฆษณาไปยังอีเมลที่เจ้าของยินยอมเป็นสมาชิกเพื่อรับข่าวสาร เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีเพราะเป็นการยินยอมในการรับรู้ข่าวสารจากผู้บริโภค จำนวน และกลุ่มตัวอย่างที่เลือกการทำการตลาดที่ทำให้เกิดการบอกต่อ ๆ กัน เนื่องจากช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าได้ ตามลำดับ

Title : Electronic Marketing Communication Towards Buying  
Decision Behavior  
Authors : Chan Dejasvanong  
Year : 2012

### **Abstract**

The study of Electronic Marketing Communication Towards Buying Decision Behavior, which aims to research the consumer behavior in term of receiving message through electronic marketing communication channels. The research compares several channels of electronic marketing communication that lead to buying decision. The method is information collecting from 400 targeted respondents.

The summary of research result indicates that majority of respondents selected the following electronic marketing communication, which is the best tool for buying motivation respectively:

The information search through internet by Search Engine system

Reason: convenience of use

PR news release through internet

Reason: providing more useful information for buying decision

Web link of product that appears on popular website

Reason: always find the data, easy remember

Static Banner or animated Banner

Reason: motivate audience to get information, outstanding banner

Advertising Email to member

Reason: reach to the real target group

Word of mouth marketing

Reason: enhancing creditable image to product