บทคัดย่อ

180743

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่ทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตบางเขน กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคต่อการซื้อเบเกอรี่ทางอินเทอร์เน็ต ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ รายได้ ซึ่งอาจมีผลต่อการซื้อเบเกอรี่ทางอินเทอร์เน็ต ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่ทางอินเทอร์เน็ต และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อเบเกอรี่ทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ คือใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ศึกษาได้แก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในสาขาอาชีพต่าง ๆ ได้แก่ นิสิต นักศึกษา ลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท เอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้ประกอบอาชีพอิสระ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อเบเกอรี่ทางอินเตอร์เน็ตมาก่อน เนื่องจากไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า ต้องการเห็นสินค้าจริงก่อนซื้อ และต้องการไปเลือกซื้อด้วยตนเอง ส่วนผู้ที่เคยซื้อเบเกอรี่ทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายรูปแบบ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับสินค้า และสามารถเข้าอินเทอร์เน็ตเพื่อเลือกดูหรือซื้อสินค้าได้ 24 ชม. และที่สำคัญกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความคิดที่จะซื้อเบเกอรี่ทางอินเทอร์เน็ตในอนาคต