

T 143512

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้บริหารร้านหนังสือออนไลน์ในประเทศไทย (2) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อร้านหนังสือออนไลน์

การวิจัยนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (1) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านหนังสือออนไลน์ในประเทศไทยที่มีการระลึกได้ 5 อันดับแรก (2) การวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของร้านหนังสือออนไลน์จะใช้การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ โดยใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้เกี่ยวกับร้านค้าให้กับผู้บริโภค ประกอบกับการใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อจูงใจผู้บริโภค
2. ความรู้เกี่ยวกับร้านหนังสือออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อร้านหนังสือออนไลน์
3. ทัศนคติต่อร้านหนังสือออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านหนังสือออนไลน์
4. ความรู้เกี่ยวกับร้านหนังสือออนไลน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านหนังสือออนไลน์
5. ความรู้และทัศนคติต่อร้านหนังสือออนไลน์มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านหนังสือออนไลน์

TE 143512

The purposes of this research are to study : (1) marketing communications strategies among online bookstores in Thailand. (2) the relationship among consumers' knowledge, attitude and behavior toward online bookstores.

This research has conducted in 2 parts : (1) a qualitative research, an in-depth interview of marketing directors of top 5 recalled online bookstores in Thailand. (2) a survey research of 400 internet users in Thailand. Questionnaires were used to collect data. Percentage, mean scores, frequency, standard deviation, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Correlation Coefficient were applied to analyze data. SPSS program was employed for data processing.

The results of the study are as follows :

1. Marketing communications strategies among online bookstores in Thailand are used both online and offline marketing communications. Public relations is used to build brand's knowledge among consumers. Pricing is a key strategy to gain consumers' interest.
2. Knowledge toward online bookstores is positively related to attitude toward online bookstores.
3. Attitude toward online bookstores is positively related to buying behavior toward online bookstores.
4. Knowledge toward online bookstores is positively related to buying behavior toward online bookstores.
5. Knowledge and attitude toward online bookstores are positively related to buying behavior toward online bookstores.