

## บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	ยศพล สุวรรณภานนท์
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

---

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภครูปกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากร กับพฤติกรรมการซื้อกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภครูปกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการซื้อกล้วยแปรรูปออนไลน์ของผู้บริโภครูปกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ และใช้การเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์โดยสุ่มแบบสะดวกจากกลุ่มตัวอย่าง ที่เคยซื้อกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ ที่อาศัย ทำงาน หรือกำลังศึกษาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2565 จำนวน 415 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ระหว่าง 18,001-24,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากอาศัยอยู่กับพ่อ-แม่ (ผู้ปกครอง) 2) ผู้บริโภครูปกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน 3) ผู้บริโภครูปกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อกล้วยแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์แตกต่างกัน

## ABSTRACT

<b>Title of Independent Study</b>	Factors affecting behavior to purchase processed bananas through online channels amongst consumers in Bangkok
<b>Author</b>	Yosaphon Suwanphanond
<b>Degree</b>	Master of Arts (Communication and Innovation)
<b>Year</b>	2021

---

The objectives of this research are 1) to compare the differences of demographic characteristics and emphasis on Marketing Mixed about purchase processed bananas through online channels 2) to compare the differences of demographic characteristics and the purchasing behavior on purchasing processed bananas through online channels 3) for study demographic characteristics Marketing Mixed and the purchasing behavior on purchasing processed bananas through online channels. This Quantitative Research was conducted by online questionnaire. The sample for this research is 415 people

The research results show that 1) The most of sample were female age between 21-30 years old faculty of business administrator bachelor's degree average monthly income 18,001-24,000 baht and most of them live with their parents 2) Consumers of processed bananas through online channels with different demographic characteristics emphasis on Marketing mix (4Ps) differently. 3) Consumers of processed bananas through online channels with different demographic characteristics affecting behavior to purchase processed bananas through online channels differently.