

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย)	พฤติกรรมกรซื้อเสื้อผ้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค		
แหล่งเงิน	เงินรายได้วิทยาลัยการบริหารและจัดการ		
ประจำปีงบประมาณ	2556	จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน	150,000 บาท
ระยะเวลาทำการวิจัย	1 ปี	ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2555 ถึง 30 กันยายน 2556	
หัวหน้าโครงการ	นางสาวกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร		
หน่วยงานต้นสังกัด	วิทยาลัยการบริหารและจัดการ		

### บทคัดย่อ

การซื้อเสื้อผ้าออนไลน์และการมีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายเพิ่มมากขึ้นในประชากรไทย วัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือศึกษาพฤติกรรมกรซื้อเสื้อผ้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่เคยซื้อเสื้อผ้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์จำนวน 412คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือค่าเฉลี่ย ร้อยละ การวิเคราะห์ปัจจัย การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวและ วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีสถานภาพโสดประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 15,000 บาทมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊ก(Facebook) โดยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าบนอินเทอร์เน็ตโดยอ่านข้อมูลจากผู้อื่น กลุ่มตัวอย่างซื้อเสื้อผ้าทดลองจากผู้ขายรายย่อยบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยซื้อผลิตภัณฑ์นำเข้าที่ไม่มีตัวแทนจำหน่ายในไทย ปัจจัยที่ผลต่อการซื้อเสื้อผ้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคได้แก่ อิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความหลากหลายของเสื้อผ้า เสื้อผ้าตรงตามต้องการการชำระเงินสะดวกปลอดภัย และส่วนลด ปัจจัยที่ผลต่อค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้า เสื้อผ้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคได้แก่ ความหลากหลายของเสื้อผ้า เสื้อผ้าตรงตามต้องการการชำระเงินสะดวกปลอดภัย และส่วนลด

คำสำคัญ: เสื้อผ้า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ออนไลน์เครือข่ายสังคมออนไลน์

Research Title : Purchasing Behavior of Clothes Via the Electronic Commerce System on  
the Online Social Network  
Researcher : Miss Kulkanya Napompech  
Institute : Administration and Management College,  
King Mongkut's Institute of Technology, Ladkrabang

## ABSTRACT

Shopping for clothes online and joining social networks are becoming increasing common activities among Thai people. The objective of this research was to study purchasing behavior associated with clothes via the Electronic Commerce System on the online social network. The total sample included 412 respondents. This research collected data via questionnaire. Statistics used were percentage, mean, factor analysis, analysis of variance (ANOVA) and multiple regression. The research results showed that most of the respondents were female, aged 26-35, with a bachelor's degree, and single. Respondents were corporate employees, with a monthly income of 10,001-15,000 baht. Most of the respondents exchange data using Facebook. They exchange information about clothes on the Internet by reading information from other users. Respondents most frequently buy casual clothes from small retailers on the Internet. These clothes have no selling agents in Thailand. Factors affecting the purchasing behavior associated with clothes via the Electronic Commerce System on online social networks included the influence of the social network, variety in clothes, clothes matching what buyers want, online payments being safe, and discounts. Factors affecting spending expenses associated with clothes via the Electronic Commerce System on online social networks included variety of clothes, clothes matching what buyers want, online transactions being safe, and discounts.

Keywords: clothes, electronic commerce, online, social network