

ชื่อเรื่อง	การจับจ่ายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ลาซาด้าของกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียล
ผู้วิจัย	นงนภัส เสาวรส
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์พัฒนา ราชวงศ์
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ระดับ ปริญญาตรีตามหลักสูตร วท.บ. (ภูมิศาสตร์) มหาวิทยาลัยนเรศวร 2561
คำสำคัญ	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ตแห่งสรรพสิ่ง มิลเลนเนียล ลาซาด้าร้านค้าแบบออนไลน์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการขายสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ลาซาด้า และศึกษาพฤติกรรมการจับจ่ายสินค้าของกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียลในพื้นที่อำเภอเมืองพิษณุโลกและอำเภอบางกระทุ่ม วิธีการดำเนินงาน คือ เก็บข้อมูลพฤติกรรมการจับจ่ายสินค้าจากเว็บไซต์ลาซาด้า พิษณุโลกและอำเภอบางกระทุ่ม จำนวน 136 คน แบ่งเป็น Generation-Z 16 คน Millennials 94 คน Generation-X 16 คน Baby Boomer และ Silent Generation 5 คน โดยพบว่า ลาซาด้าจะจัดจำหน่ายสินค้าจากผู้ขายหลายรายผ่านเว็บไซต์ลาซาด้า โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางการสั่งซื้อ ชำระเงิน ส่งสินค้า และรับรองคุณภาพสินค้า สำหรับพฤติกรรมการจับจ่ายนั้น พบว่า เฉพาะกลุ่ม Millennial ร้อยละ 72 สั่งซื้อสินค้าที่เป็นเครื่องใช้ส่วนตัว ร้อยละ 46 สั่งซื้อสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้าน และร้อยละ 12 สั่งซื้อสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสินค้า คือ โปรโมชั่น ลดราคาและการรีวิวสินค้า การชำระเงินค่าสินค้าส่วนใหญ่โอนผ่าน Mobile Banking ขณะที่วิธีการส่งสินค้านั้น คนกลุ่ม Millennials เลือกส่งสินค้าแบบส่งด่วน

Copyright by Naresuan University

All rights reserved

Title MILLENNIA’S ONLINE SHOPPING THROUGH LAZADA WEBSITE
Author Nongnaput Saowarot
Advisor Associate Professor Pathana Rachavong
Academic Paper Thesis B.S. Name of Degree in Geography,
Naresuan University, 2018
Keywords E-Commerce, Internet of Thing, Millennial, Lazada marketplace

ABSTRACT

The objective of particular research is to study the pattern of online sales through the Lazada website and to explore the shopping behavior of the Millennial generation in Amphur Muang Phitsanulok and Amphur Bangkratum, Changwat Phitsanulok. The operation was a collection of 136 shopping habits from 16 Generation-Zs, 94 Millennials, 16 and 5 Generation-X Baby Boomers & Silent Generation. Lazada distributes their products from many vendors through the Lazada website. It acts as an intermediary for ordering, payment, delivery and quality assurance. For Millennial shopping behaviors, 72 percent order personal items, 46 percent order home products and 12 percent order food and beverages. Factors that affect product selection are discounting promotions and product reviews. Most payments are made via Mobile Banking. Millennials choose to ship goods via express delivery.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Copyright by Naresuan University

All rights reserved