

<b>ชื่อเรื่อง</b>	การจับจ่ายออนไลน์ของชาวเมืองพิษณุโลก
<b>ผู้วิจัย</b>	ณัฐพงษ์ ทรัพย์พึ้ง
<b>ประธานที่ปรึกษา</b>	รองศาสตราจารย์พัฒนา ราชวงศ์
<b>ประเภทสารนิพนธ์</b>	วิทยานิพนธ์ ว.ทบ สาขาวิชาภูมิศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2561
<b>คำสำคัญ</b>	Online Marketing E-Commerce ตลาด

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการจับจ่ายสินค้าออนไลน์ของชาวเมืองพิษณุโลก ทั้งในเขตเทศบาลนครพิษณุโลกและนอกเขตเทศบาลนครพิษณุโลก โดยแยกเป็น 3 กลุ่มช่วงอายุ คือกลุ่ม Millennials, กลุ่ม Generation X และกลุ่ม Baby Boomers เพื่อทำการเปรียบเทียบกันว่ามีพฤติกรรมการจับจ่ายสินค้าออนไลน์แตกต่างกันหรือไม่ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจับจ่ายซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มคน 3 กลุ่มช่วงอายุ วิธีการในการวิเคราะห์ที่ใช้โปรแกรม excel ในการหาค่า descriptive statistics เพื่อการวิเคราะห์ว่าพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ในแต่ละกลุ่มช่วงอายุมีความแตกต่างกันหรือไม่ ผลการวิจัยจากที่เราทำการวิเคราะห์ออกมานั้น สรุปได้ว่าการสั่งซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อผ่านระบบออนไลน์ ในเขตเทศบาลนครพิษณุโลกและนอกเขตเทศบาลนครพิษณุโลก มีการสั่งซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายชาย-หญิง เป็นอันดับหนึ่งจากประเภทสินค้าทั้งหมด 10 ประเภท อาชีพนักศึกษา มีการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากที่สุด ทศนคติเกี่ยวกับซื้อสินค้าออนไลน์ มีลักษณะที่เหมือนกันทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง ส่วนใหญ่คิดว่า มันมีความสะดวกสบายมากกว่าที่คิดว่าตรงตามความต้องการ และช่องทางการส่งสินค้าที่ผู้บริโภคเลือก ส่วนใหญ่เลือกช่องทางการส่งสินค้าทางไปรษณีย์ภัณฑ์ทั้งในเขตเมืองและนอกเขตเมือง นอกจากนั้นการศึกษานี้ยังทำได้ทำแผนที่แสดงกลุ่มคน 3 ช่วงอายุที่ได้เก็บข้อมูลจากการสอบถามมาอีกด้วย

**Title** A GEOGRAPHICAL ANALYSIS OF THE  
PHITSANULOK URBANITE'S ONLINE SHOPPING  
BEHAVIOR

**Author** Nathapong Subpueng

**Advisor** Pathana Rachavong, Associated Professor.

**Academic Paper** Thesis B.SC in Geography,  
Naresuan University, 2018

**Keywords** Online Marketing E-Commerce Markets

### ABSTRACT

This study is a study of the online shopping behavior of people. I do compare the two hundred persons' behavior among the Phitsanulok urban area and surrounding of three-age groups, namely Millennials, Generation X and Baby Boomers. Analytical methods are used in the excel program to find the parameters of descriptive statistics to describe the online shopping behavior in each age group is different. The results of analysis are concluded that the purchase of goods that consumers buy online. In Phitsanulok municipality and outside ordered Men's and Women's apparel. It is ranked number one among all 10 product categories. Most online purchases attitude about online shopping has the same characteristics in both the urban and non-urban areas. Most of them think that it is more comfortable than thought to meet the needs and the channels of consumer choice. Most of them see the mail delivery options are available in both areas. The study also provides a map of the three age groups that have collected information from the inquiry.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Copyright by Naresuan University

All rights reserved