

การศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์
ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา

**Study of Consumer Demand Behavior towards Hardware Products and Electrical
Devices After the COVID-19 Situation of People in Muang District
Nakhon Ratchasima Province**

ไพบุณย์ เกียรติบันลือ

Phiboon Kiatbunlue

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่ง ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงเท่ากับเพศชาย มีอายุ ระหว่าง 27-38 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 10,001-20,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี พฤติกรรมการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ จำนวนเงินที่ท่านจ่ายต่อครั้งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า และ ด้านปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลพฤติกรรมการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้ามีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต และผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้ามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด -19 ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลพฤติกรรมการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด -19

คำสำคัญ : อุปกรณ์ไฟฟ้า, โรคระบาด

ABSTRACT

This research is to study the behavior of consumers on products. Types of hardware and electrical equipment after the situation of the COVID-19 outbreak among the people in the city district. Nakhon Ratchasima Province. Sample groups used in this research are 400 people living in Muang District, Nakhon Ratchasima Province, using questionnaires to collect data. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. And Pearson's simple correlation coefficient. For analyzing statistical data is used. Data analysis software package. The research results showed that the respondents. They are female equal to males, aged between 27-38 years. Have a career as a private employee. Average monthly income is 10,001- 20,000 baht. Undergraduate education. Behavior of using hardware and electrical products. With the highest mean is The amount you pay per time is important when deciding to purchase hardware and electrical equipment. And other factors that affect the behavior of using hardware, electrical equipment. With the highest mean is You think that hardware and electrical products are important to life. And the hypothesis test results for demographic factors such as gender, age, occupation, income, education level. Different types of consumer demand for hardware, electrical equipment after the epidemic situation COVID-19 of the people in the city districts NakhonRatchasima is different. Hardware and electrical products usage behavior was related to decision to purchase hardware products, electrical equipment after the COVID-19 epidemic, other factors affecting the behavior of hardware products and electrical equipment were related to purchasing decision. Types of hardware and electrical equipment after the COVID-19 epidemic

Key Words : Electrical Equipment, Epidemic Disease

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ.2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน ต่อมาองค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสชนิดนี้ เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ ในวันที่ 30 มกราคม พ.ศ.2563 และยังประกาศให้เป็นโรคระบาดเพื่อให้ทุกประเทศทั่วโลกเฝ้าระวังและออกมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ สำหรับประเทศไทยก็เช่นกัน รัฐบาลมีนโยบายการป้องกันโรคระบาด โดยการปิด

การเข้าออกพรมแดนระหว่างประเทศ งดการเดินทางข้ามจังหวัด ปิดห้างสรรพสินค้า สถานบันเทิง และธุรกิจอื่นๆ อีกมากมาย เพื่อควบคุมและลดการกระจายของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจได้รับผลกระทบ และประชาชนต้องปรับตัวในช่วงการเกิดวิกฤตินี้ ผู้ศึกษาวิจัยจึงมีความสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปหลังจากประเทศเปิด ถึงแม้โรคระบาดจะยังไม่หายไปแต่ธุรกิจก็ยังคงต้องดำเนินต่อไป โดยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตอื่นๆ เกี่ยวกับสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นแสงสว่างที่ต้องใช้ในตอนกลางคืน หรือ อุปกรณ์ในครัวเรือนต่างๆ ที่ต้องอาศัยไฟฟ้า เป็นต้น ดังนั้น ผู้ศึกษาวิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์การเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ ที่จะนำมาปรับใช้ในสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นผลกระทบ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความสัมพันธ์ที่ไม่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยที่เป็นผลกระทบ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความสัมพันธ์ที่ไม่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาจากประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
3. ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรต้น)Independent Variables (ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า และ ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เป็นผลกระทบ และ ข้อเสนอแนะ , ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า
4. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 – มีนาคม 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

วรรณา ปรีอทอง (2547 : 41) ได้อธิบายไว้ว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ประชากรในเรื่องขนาด โครงสร้าง การกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงประชากร ในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุและผลของปรากฏการณ์ ทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

ชิดชนก ทองไทย (2556 : 11) ได้อธิบายไว้ว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง ประชากรที่มีลักษณะแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ รวมถึงความพร้อมที่แตกต่างกัน

วชิรวัชร งามละม่อม (2558) ได้อธิบายไว้ว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและความต้องการ

คารา ทีปะปาล (2557 : 1) ได้อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการเสาะแสวงหา การเลือก การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาอยาก

ได้ให้ได้รับความพอใจ (Belch and Belch, 1993) และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ความจำเป็น แสวงหาข้อมูล ประเมินทางเลือก ตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นต้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2526 : 4) ได้อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของ การตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่าง ๆ เหล่านั้น

นิตยาพร เสมอใจ (2549 : 50) ได้กล่าวถึงเรื่อง พฤติกรรมของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคคือ การเริ่มต้นจากการมีสิ่งเร้า (Stimulus) มากระตุ้น (Stimulate) ความรู้สึกของเขา ทำให้รู้สึกถึงความต้องการ จนต้องทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้เพื่อนำมาทำการตัดสินใจซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้ออันเป็นการตอบสนองในที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค

Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541) ได้อธิบายไว้ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Amazing Consumer Behavior) คือการค้นหาข้อมูลและการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของพฤติกรรม การเลือกซื้อของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ และผู้บริโภค และนักการตลาด สามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม เพื่อค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6ws และ 1h

แนวคิดเกี่ยวกับโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ไวรัสโคโรนา 2019 เป็นไวรัสในวงศ์ใหญ่ที่เป็นสาเหตุของโรคทั้งในสัตว์และคน ในคนนั้น ไวรัสโคโรนาหลายสายพันธุ์ทำให้เกิดโรกระบบทางเดินหายใจตั้งแต่โรคหวัดธรรมดาจนถึงโรคที่มีอาการรุนแรง เช่น โรคทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (MERS) และโรกระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันร้ายแรง (SARS) ไวรัสโคโรนาที่ค้นพบล่าสุดทำให้เกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด 19 ซึ่งโรคโควิด 19 คือโรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด ไวรัสและโรคอุบัติใหม่นี้ไม่เป็นที่รู้จักเลยก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนในเดือนธันวาคมปี 2019 ขณะนี้โรคโควิด 19 มีการระบาดใหญ่ไปทั่ว ส่งผลกระทบต่อหลายประเทศทั่วโลก สำหรับประเทศไทย จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติล่าสุดในปี 2562 จากประชากรจำนวน 21 ล้านครัวเรือน พบว่า 59.2% (12.7 ล้านครัวเรือน) มีเงินสำรองสะสมไว้ใช้ได้ไม่น้อยกว่า 3 เดือนของค่าใช้จ่ายปกติ และมีถึง 7 ล้านครัวเรือนมีเงินออมสำรองใช้ได้เพียง 1 เดือน ยิ่งพรั่นพรั้งกับวิกฤตครั้งนี้ แม้ว่าการควบคุมโรคของประเทศไทยทำได้ดี จนองค์การอนามัยโลกยกย่องในมาตรการต่างๆ ที่จัดการโควิด-19 แต่ก็ไม่ใช่เรื่องที่อยู่ได้รอดปลอดภัย เพราะสถานการณ์การระบาด "ระลอกใหม่" ใน จ.สมุทรสาคร ซึ่งยังแค่เริ่มต้น ไม่รู้ว่าจะส่งผลกระทบต่ออย่างไรต่อไป อย่างไรก็ตามเมื่อมีวิกฤต มักมี New Normal ตามมา เพื่อให้ประชาชนต้องปรับตัวใช้ชีวิตจากสถานการณ์ดังกล่าว

แนวคิดเกี่ยวกับสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า

อุปกรณ์ไฟฟ้าหรือเครื่องใช้ไฟฟ้า คืออุปกรณ์ที่เปลี่ยนพลังงานไฟฟ้าเป็นพลังงานรูปอื่นเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้แสง อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้ความร้อน อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้พลังงานกล อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้พลังงานเสียง

อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้แสง อุปกรณ์ไฟฟ้าที่เปลี่ยนพลังงานไฟฟ้าให้เป็นพลังงานแสง ได้แก่ หลอดไฟซึ่งหลอดไฟในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ชนิด คือ หลอดธรรมดาหรือหลอดแบบมีไส้ (Incandescent Lamp) และหลอดฟลูออเรสเซนต์ (Fluorescent Lamp)

อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้ความร้อน อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้พลังงานความร้อน เป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าที่เปลี่ยนพลังงานไฟฟ้าเป็นพลังงานความร้อน เช่น หม้อหุงข้าวไฟฟ้า เตารีดไฟฟ้า กระจกน้ำร้อนไฟฟ้า

อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้พลังงานกล อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้พลังงานกล เรียกว่า มอเตอร์ ซึ่งมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ ขดลวด และแม่เหล็ก เช่นเดียวกับไดนาโม แต่จะทำงานตรงข้ามกับไดนาโม นั่นคือ มอเตอร์จะเปลี่ยนพลังงานไฟฟ้าให้เป็นพลังงานกล โดยให้กระแสผ่านขดลวด ทำให้ขดลวดสร้างสนามแม่เหล็กขึ้น ซึ่งจะส่งผลกับแม่เหล็กที่มีอยู่ทำให้เกิดการเคลื่อนที่ของแม่เหล็กขึ้น ทำให้อุปกรณ์ไฟฟ้าหมุนหรือเคลื่อนที่ตามที่เรากำหนดไว้ ตัวอย่างเช่น พัดลม เครื่องปั่น เครื่องดูดฝุ่น เครื่องเล่น VCD ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า เป็นต้น

อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้พลังงานเสียง อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ให้พลังงานเสียง เป็นอุปกรณ์ที่เปลี่ยนพลังงานไฟฟ้าให้เป็นพลังงานเสียง เช่นเครื่องรับวิทยุ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องขยายเสียง กระจังไฟฟ้า โทรศัพท์ เป็นต้น ตัวอย่างเครื่องรับวิทยุ จะทำหน้าที่เปลี่ยนพลังงานไฟฟ้าเป็นพลังงานเสียง โดยรับสัญญาณวิทยุจากสถานีวิทยุ แล้วใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขยายสัญญาณเสียงที่อยู่ในรูปของสัญญาณไฟฟ้าให้สูงขึ้น แล้วส่งต่อให้ลำโพง ซึ่งจะทำหน้าที่เปลี่ยนพลังงานไฟฟ้าให้เป็นพลังงานเสียง

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาลักษณะการทำงานและวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย ทฤษฎีและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา

รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆ จากเอกสารงานวิจัย แนวคิดทฤษฎีและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และปรับปรุงแก้ไขต่อไปหลังจากได้ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับ ประชาชนที่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 40 คน แล้วนำมาหาความเชื่อมั่นค่าสัมประสิทธิ์

ครอนบาค แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้า ข้อมูลจาก วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลแล้วนำแบบสอบถามมาตรวจความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว มากรอกลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส สำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

นำข้อมูลมาบันทึกลงคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผล (Processing) ด้วยโปรแกรมการประมวลผลข้อมูลทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า เช่น ความถี่ซื้อสินค้าฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง วัตถุประสงค์ในการซื้อและ ปัจจัยอื่นๆ หลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 เช่น ผลกระทบต่อรายได้ ความต้องการซื้อสินค้า

ประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ความจำเป็นในการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) การวิเคราะห์สมมติฐานด้วย สถิติ T-Test ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 ประชากร และวิธี One Way ANOVA ด้วยสถิติ F-Test ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 3 ประชากรขึ้นไป และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD (Fisher's least-significant different)

การหาค่าความสัมพันธ์ใช้สถิติ Pearson's Correlation Coefficient เพื่อหาความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า กับ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า และ ปัจจัยอื่นๆ หลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 กับ การตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ขนาดตัวอย่างประชากร จำนวน 400 คน พบว่าเป็นเพศชาย จำนวน 200 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.0 และเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.0 ตามลำดับ จำแนกตามอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 27-38 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา อายุ 15-26 ปี มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา มีอายุ 39-50 ปี มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ จำแนกตามอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมา ค้าขาย/รับจ้าง มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ต่อเดือน มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมา รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ต่อเดือน มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 และรองลงมามี รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ และ จำแนกตามการศึกษา ส่วนใหญ่พบว่าอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส. จำนวน 116 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 29 รองลงมา ระดับปริญญาโท จำนวน 66 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.5 และสุดท้ายระดับปริญญาเอก จำนวน 8 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าผลรวมอยู่ที่ ($\bar{x} = 3.34$, S.D. = 0.958) ค่าผลรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีรายละเอียดดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ปัจจุบันท่านเลือกซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าบ่อยแค่ไหน ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.04$, S.D. = 1.037)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านคิดว่าช่วงเวลาที่ผ่านมาเลือกซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.04$, S.D. = 0.841)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านคิดว่าสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้ามีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.44$, S.D. = 0.976)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ จำนวนเงินที่ท่านจ่ายต่อครั้งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.786)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านเลือกซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าเพื่อเปลี่ยนตามกระแสนิยม ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.844)

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าผลรวมอยู่ที่ ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.814) ค่าผลรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีรายละเอียดดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านคิดว่ารายได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.800)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านคิดว่าสถานการณ์โรคระบาดมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.799)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านคิดว่าสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้ามีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.816)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ หลังจากสถานการณ์โรคระบาดทำให้พฤติกรรมออกมาซื้อของหน้าร้านท่านเปลี่ยนไป ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.844)

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าผลรวมอยู่ที่ ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.827) ค่าผลรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีรายละเอียดดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ วิถีชีวิตของท่านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.800)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และง่าย ในการเลือกซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.793)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ขนาดของร้านค้าสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.842)

เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ การจัดโปรโมชันส่วนลดของร้านค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ผลรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 0.876)

ส่วนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสามารถจำแนกได้ทั้งหมด 5 สมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย ด้านเพศ ค่า P มีค่าเท่ากับ 0.017 จึงสรุปได้ว่าเพศชายและเพศหญิงส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ 1.1

สมมติฐานที่ 1.2 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย ด้านอายุ ค่า P มีค่าเท่ากับ 0.775 จึงสรุปได้ว่าอายุส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ 1.1

สมมติฐานที่ 1.3 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย ด้านอาชีพ ค่า P มีค่าเท่ากับ 0.614 จึงสรุปได้ว่าอาชีพ ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ 1.1

สมมติฐานที่ 1.4 พบว่าการทดสอบความแตกต่าง ด้านรายได้เฉลี่ย เป็นรายคู่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้สุทธิต่อเดือน ตั้งแต่ 50,000 บาท ขึ้นไป มีการตัดสินใจซื้อสินค้าที่มากกว่า ผู้ที่มีรายได้สุทธิต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

สมมติฐานที่ 1.5 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย ด้านการศึกษา ค่า P มีค่าเท่ากับ 0.093 จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษา ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ 1.1

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการใช้สินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้า ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ใน

เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความสัมพันธ์ที่ไม่แตกต่างกัน ทดสอบโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

พบว่า การหาค่าผลความสัมพันธ์ระหว่าง ผลรวมปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สินค้า และ ผลรวมปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.649 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่เป็นผลกระทบ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความสัมพันธ์ที่ไม่แตกต่างกัน ทดสอบโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

พบว่า การหาค่าผลความสัมพันธ์ระหว่าง ผลรวมปัจจัยที่เป็นผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้สินค้า และผลรวมปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.745 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการ

จากการทำวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์ไฟฟ้าหลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด -19 ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพราะที่ผ่านมาจากสถานการณ์โรคระบาดทำให้เศรษฐกิจซบเซา ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและนำแนวทางวิจัยนี้ไปเพื่อปรับกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในอนาคตได้

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคผู้ศึกษาแนะนำให้ผู้ที่สนใจจะศึกษาในงานวิจัยที่มีความคล้ายคลึงกับฉบับนี้ในครั้งต่อไปให้ศึกษาพฤติกรรมผู้ประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

กนกพร บุญอนันตบุตร (2559), เรื่อง *การศึกษาความรู้และพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำมันปลาในเขตกรุงเทพมหานคร*, สารนิพนธ์ สาขาวิชาวิทยาการชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

กนกวรรณ กลั้ววงศ์ (2561), เรื่อง *พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์*, การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพมหานคร

เกศรา จันทร์จรัสสุข (2555) เรื่อง *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้สินค้าและบริการในห้าง เทสโก้ โลตัส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*, สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

กิตติอำพล สุดประเสริฐและศรายุทธ ขวัญเมือง (2561) เรื่อง **การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการขายสินค้าออนไลน์ ในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม**, บทความ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ณัฐวิงษ์ ภาศิริภักย์ และคณะ(2560) เรื่อง **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อรถยนต์ปิกอัพของผู้บริโภค**, บทความ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
 ดารา ทีปะปาล. (2557), **พฤติกรรมผู้บริโภค**, กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์
 คุษฎี आयวัฒน์. (2558), ประชากรและสังคม. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 บุญเจือ ธรรมปัญญา (2559), เรื่อง **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่**, การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2543). **ประชากรศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

ผลกระทบโควิด-19 ในปี 2020 สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม, 2564 จาก

<https://news.trueid.net/detail/VGJ91QAkKvqN>

พุทธชาติ ตันฑิกุล. (2552), เรื่อง **พฤติกรรมผู้บริโภคโยเกิร์ตแบบถ้วย กรณีศึกษาผู้บริโภคหญิงวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**, วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

มัทธกานต์ ศรีกฤษณรัตน์ (2559) เรื่อง **การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคการแปสด ในจังหวัดอุบลราชธานี**, วิทยานิพนธ์ บริหารศาสตร์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ยุวดี ภู่อาลี (2555) ได้ศึกษา เรื่อง **การศึกษาพฤติกรรมและแนวโน้มการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานคร**, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สิทธิโชค วรรณสันติกุล. (2546). **จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น 2561. จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9610000112536>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541), **กลยุทธ์การตลาดสำหรับการจัดการธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ:

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2547). **ภาวะผู้นำของผู้บริหารมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์นรวม 5

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2526) **พฤติกรรมผู้บริโภค**, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อรรถพล พุไฟ (2560), เรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออูมิเนียมสำเร็จรูป Lynn ผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่**, การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Kotler, P. & Keller. (2012). *Marketing mix Factors*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Yamane, Taro (1970). *Statistic: An Introductory Analysis*. Tokyo: John Weatherhill, Inc.