

การวิเคราะห์ความพร้อมต่อการขายสินค้ารูปแบบออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การค้าขายของผู้ประกอบการเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

An analysis of the readiness to sell online products that affect the trading behavior
of operators in Dusit District Bangkok

กนกวรรณ แก้วประเสริฐ¹

Received: 31.08.2022, Revised: 28.10.2022, Accepted: 10.11.2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิเคราะห์ความพร้อมต่อการขายสินค้ารูปแบบออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการค้าขายของผู้ประกอบการเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการอาชีพค้าขาย เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพร้อมต่อการขายสินค้ารูปแบบออนไลน์ โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี และ ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการค้าขายของผู้ประกอบการเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ด้านยอดขายโดยประมาณ อย่างมีนัยสถิติที่ระดับ .01 และความพร้อมต่อการขายสินค้ารูปแบบออนไลน์ โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี และ ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการค้าขาย ด้านระยะเวลาในการค้าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถนำเอาผลจากการวิจัยในครั้งนี้ใช้เป็นข้อมูลด้านต่างๆ แก่ผู้ประกอบการที่สนใจจะพัฒนาช่องทางการขายสินค้ารูปแบบออนไลน์ต่อไป

คำสำคัญ: การขายสินค้าออนไลน์, พฤติกรรมการค้า, ผู้ประกอบการ

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อีเมล: kanokwan.ka@ssru.ac.th

An analysis of the readiness to sell online products that affect the trading behavior of operators in Dusit District Bangkok

Kanokwan Kaewprasert¹

Received: 31.08.2022, Revised: 28.10.2022, Accepted: 10.11.2022

Abstract

The purpose of this research is to analyze the readiness to sell online products that affect trading behavior of operators in Dusit District Bangkok. The sample group used in this research was trading entrepreneurs in Dusit District, Bangkok. The questionnaire was used as a tool for data analysis, i.e. frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis by using the application package for social science.

From the hypothesis testing, it was found that readiness to sell products online overall and by aspect, i.e. technology and product affects the trading behavior of operators in Dusit District Bangkok estimated sales with statistical significance at the .01 level and readiness to sell products online overall and by aspect, i.e. technology and product affecting trading behavior the duration of the trade statistically significant at the .01 level and can use the results of this research as information in various fields for entrepreneurs who are interested in developing online sales channels.

Keywords: Selling Products Online, Trade Behavior, Entrepreneurs

¹ Lecturer Human Resource Management Program, Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University
E-mail: kanokwan.ka@ssru.ac.th