

สารนิพนธ์

เรื่อง

อิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านการไลฟ์สตรีมมิ่ง
บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของผู้บริโภค

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2567



นางสาวดรลา สุมะโน


ผู้วิจัย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์



ธีรพงษ์ ปินฉีเสกกุล

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์




รองศาสตราจารย์วิชิตา รักธรรม

Ph.D.

รักษาการแทนคณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล



รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

อิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านการไลฟ์สตรีมมิ่งบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของผู้บริโภค

THE INFLUENCE ON CONSUMERS' PURCHASE INTENTION OF COSMETIC PRODUCTS THROUGH LIVE STREAMING ON E-COMMERCE PLATFORMS.

ดรลา สุมะโน 6550262

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจเสติกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านการไลฟ์สตรีมมิ่งบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของผู้บริโภค เป็นการวิจัยเพื่อศึกษากลยุทธ์การขายและกลยุทธ์การตลาด ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่จะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผ่านการไลฟ์สตรีมมิ่งบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ โดยเป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณผ่านการเก็บข้อมูลตัวอย่างผ่านช่องทางการตอบแบบสอบถามออนไลน์ของคนไทยจำนวน 420 คน จากการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์, ปัจจัยการส่งเสริมการขาย, ปัจจัยผู้นำด้านความคิด, ปัจจัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมและปัจจัยความบันเทิงมีอิทธิพลส่งผลให้เกิดปัจจัยความพึงพอใจของผู้บริโภคที่นำไปสู่ปัจจัยความตั้งใจซื้อ

คำสำคัญ : การสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์/ ไลฟ์สตรีมมิ่ง/ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ