

แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

ศิริพร ห่วงกิจ^{*1}

วิทยาลัยเทคโนโลยีตั้งตรงจิตรบริหารธุรกิจ ศรีขันธ์

เบอร์โทรศัพท์ 085-020-5129

อีเมล Siriporn.29phung@gmail.com

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทกับการดำเนินชีวิตของผู้คนอย่างกว้างขวาง พฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มใช้สื่อออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลและตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

ดังนั้น การเข้าใจแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในด้าน “ความยั่งยืน” (Sustainability) และ “ความรับผิดชอบต่อสังคม” (Social Responsibility) ที่ผู้บริโภครุ่นใหม่ให้ความสำคัญมากขึ้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้มาปรับใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล
2. เพื่อเสนอแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล
3. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรมในสังคมออนไลน์

