ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความสำคัญของกระดานสนทนาออนใลน์ด้านความงาม ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค

ผู้เขียน

นางสาวควงหทัย กอหลวง

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาค)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ คร. วรัท วินิจ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของกระคานสนทนา ออนไลน์ด้านความงามต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค โดยเก็บรวบรวม ข้อมูลจากผู้ที่ใช้งานกระคานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ต่างๆจำนวน 200 ตัวอย่าง ที่สุ่มมาด้วยวิธีการตามสะควก และทำการเก็บข้อมูลโดยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.surveygizmo.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ แล้วเก็บ ข้อมูลผ่านทางกระคานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ต่างๆ และนำข้อมูลที่ได้มา ประมวลผลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสามารถสรปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 92.50 มี อายุ 21-25 ปี ร้อยละ 45.00 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 46.00 โดยพักอาศัยอยู่ในเขตภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวันคิดเป็นร้อยละ 96.50 โดยใช้งานอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 40.00 และใช้งานกระดานสนทนาออนไลน์ด้าน ความงามจาก www.pantip.com (กระดานสนทนาโต๊ะเครื่องแป้ง)มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 85.50 ซึ่ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามตามเว็บไซต์ ต่างๆที่ใช้งานอยู่ คิดเป็นร้อยละ 55.00

ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ถึงความ ต้องการและทราบเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง คือ ต้องการบำรุงรักษาผิว ก่อนจะเข้ามา ก้นหาข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามเพื่อค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม

ด้านการค้นหาข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่อมีความสนใจที่จะซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง จะหาข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามที่ใช้งานอยู่เป็น ประจำโดยจะใช้วิธีค้นข้อมูลเฉพาะเรื่องหรือผลิตภัณฑ์ตรายี่ห้อที่ต้องการในช่องค้นข้อมูลแล้วคลิก Search

ด้านการประเมินทางเลือกพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ข้อมูลกุณสมบัติต่างๆของผลิตภัณฑ์ภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามเพื่อ ประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากโดยมีประเด็นย่อย ได้แก่ ได้ข้อมูลกุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคา กับคุณภาพหรือ ปริมาณของผลิตภัณฑ์ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้ สะดวก และได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังให้ระดับ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลที่ได้รับจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามโดยรวมมี ค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีประเด็นย่อยได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร รองลงมาคือ ผู้ให้ ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง และ ผู้ให้ ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลาก ผลิตภัณฑ์

ค้านการตัดสินใจซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการ ตัดสินใจซื้อ 2-7 วัน หลังจากได้ทำการสืบค้นข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม ส่วนสาเหตุที่ไม่สามารถตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้ในทันทีเพราะยังไม่มั่นใจในข้อมูลที่ ได้รับจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จึงต้องการคิดให้รอบคอบ

ค้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่อพอใจ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ซื้อมา จะใช้ผลิตภัณฑ์ตัวนั้นต่อไป แต่เมื่อไม่พอใจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ที่ซื้อมา จะยกให้คนอื่น นอกจากนี้แล้วผู้ตอบแบบสอบถามจะแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับกระทู้รีวิวหรือ แนะนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่สนใจให้กับเพื่อนผ่านทาง Social Network เช่น Facebook หรือ Google+ และผู้ตอบแบบสอบถามจะยังคงศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากกระดานสนทนา ออนไลน์ด้านความงามในอนาคตเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน **Independent Study Title** Importance of Online Beauty Forum Towards

Consumer Cosmetic Buying Decision Process

Author Miss Duanghatai Korluang

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Lect. Dr. Warat Winit

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the importance of online beauty forum towards consumer cosmetic buying decision process. Data collection were done by applying convenience sampling from 200 samples acquired from the online questionnaire created via www.survezgizmo.com and collected through online beauty forums in any websites. The data analysis utilized statistics in terms of frequency, percentage and average. The results of the study were summarized as follows.

The results show that the majority of respondents, 92.50% were female and 45% were between the ages of 21-25 years old. 39% of the respondents had a monthly income between 10,001-20,000 baht. Approximately 96.50% of sample accessed the internet daily and 40% are online all the time. 85.50% of the respondents use the beauty forum from www.pantip.com the most. In addition, 55% of respondents are registered members of various online beauty forum in any websites.

In terms of need recognition, it was found that the most respondents knew their requirements when purchasing beauty product before searching the data from the online beauty forum. Their main requirements were nourished their skins.

In terms of searching information, it was found that the most respondents search through the online beauty forum that they always used. The main method when searching a specific topic or brand, was through keyword search engine.

In terms of evaluating alternatives, it was found that the respondents rated high importance towards the information of product that they received to support their buying decision process. The sub-factor of product's information which received were the information of product is suitable their requirement, the comparison between price and quality or quantity, the information of place where they can buy product easily, and the discounted price. Moreover, most of the respondents rated high reliability from the source either doctor or pharmacist, people who had experiences using the products or information from people who gave information more than what was being shown on the label.

In terms of purchasing decision, it was found that the respondents took approximately 2-7 days to make their decisions. They gave the reason that they want to think carefully before purchasing it.

In terms of postpurchase feeling, it was found that when the respondents were satisfied with their beauty product, they will continue use it. However if they do not like it, they will give that product to others. In addition, the respondents shared the information of review products on their social network such as Facebook or Google+. Finally, they will continue to use the online beauty forum to support their buying decision process.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved