

ผู้ซื้อที่ชาญฉลาด (Smart Shopper) กับการเลือกร้านค้าสินค้าเครื่องสำอางในประเทศไทย

SMART SHOPPER AND CHOOSING BEHAVIOR OF MAKE-UP STORE IN THAILAND

นางสาวนิยามินา นราพิทักษ์กุล 6250250

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจิเสติกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “ผู้ซื้อที่ชาญฉลาด (Smart Shopper) กับการเลือกร้านค้าสินค้าเครื่องสำอางในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและพฤติกรรมของผู้ซื้อที่ชาญฉลาดต่อการเลือกช่องทางการซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง อิทธิพลของความเป็นผู้ซื้อที่ชาญฉลาดต่อการเลือกช่องทางการซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และปัจจัยลักษณะของร้านค้าปลีกที่ผู้ซื้อที่ชาญฉลาดพิจารณาว่ามีความสำคัญต่อการซื้อเครื่องสำอาง เพื่อให้ให้นักการตลาดสามารถใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแผนหรือ

กลยุทธ์ทางการตลาด ให้สามารถทำกิจกรรมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและตรงใจลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อที่ชาญฉลาดมากขึ้น ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 418 คน จากนั้นนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน

ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าเครื่องสำอางมากที่สุดคือ การเลือกซื้อสินค้าอย่างชาญฉลาดทำให้รู้สึกดีกับตัวเอง ลักษณะร้านค้าปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าเครื่องสำอางมากที่สุดคือ ความสะอาดและกลิ่นที่น่าพึงพอใจ และลักษณะร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อที่ชาญฉลาดอย่างมีนัยยะสำคัญก็คือปัจจัยทางด้านสินค้าและปัจจัยทางด้านราคา

คำสำคัญ : ผู้ซื้อที่ชาญฉลาด / การเลือกร้านค้า / เครื่องสำอาง