

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องสำอางทางอินเทอร์เน็ต
ชื่อนักศึกษา	นางสาวนลินญา โพธิ์ทอง รหัสประจำตัว 51503641
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ณัฐพันธ์ เผ่าพันธ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กลุ่มวิชา	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
คณะวิชา	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2552

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องสำอางทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านทางอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางผ่านทางอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยได้มีการนำเอาแบบสอบถามมาเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการกำหนดขนาด ของตัวอย่างโดยพิจารณาจากขนาดของประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษา คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม สถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ความเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test , F-test และ One Way ANOVA ในการวิเคราะห์

ผลจากการวิจัยพบว่า เพศ เมื่อพิจารณาสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 และเป็นเพศชาย 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2

อายุ เมื่อพิจารณาสัดส่วนอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนมากเป็นกลุ่มที่มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 30 ปี มากที่สุดคือ 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

ระดับการศึกษาสูงสุด เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี 72 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

อาชีพ เมื่อพิจารณาตามอาชีพกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 ถัดมาคือ ราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ ลูกจ้าง มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต เมื่อพิจารณาระยะเวลาการใช้เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่พบว่า ระยะเวลาการใช้เน็ตจะอยู่ที่ 3-4 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคือ 5-6 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และ 1-2 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2

ระยะเวลาที่ใช้เน็ตเฉลี่ยเป็นชั่วโมงต่อวัน เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาที่ใช้เน็ตเฉลี่ยเป็นชั่วโมงของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ระยะเวลาที่ใช้เน็ตอยู่ที่ 5-7 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ 2-4 ชั่วโมง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และ ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

สถานที่ที่ท่านใช้เน็ตเป็นประจำ เมื่อพิจารณาตามสถานที่ที่ใช้เน็ตเป็นประจำของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก ใช้เน็ตที่ทำงานมากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ ที่บ้าน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 และ สถานที่อื่นๆ ตัวอย่างเช่น ร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2

วัตถุประสงค์การใช้เน็ต เมื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์การใช้เน็ตของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เน็ตเพื่อความบันเทิงมากที่สุดจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคือเพื่อติดต่อสื่อสาร จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และ เพื่อดูข้อมูลข่าวสาร จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการใช้งานอินเทอร์เน็ต เมื่อพิจารณาตามปัญหาและอุปสรรคที่พบในการใช้งานเน็ตของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัญหาเรื่องอัตราค่าบริการเน็ตของผู้ให้บริการยังคงสูงอยู่ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาคือ ปัญหาด้านไม่มีเวลาเอื้ออำนวยต่อการใช้งานจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และปัญหาด้านการดาวน์โหลดข้อมูลล่าช้า จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8

การชำระเงินในการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต เมื่อพิจารณาตามการชำระเงินในการสั่งซื้อสินค้าและบริการผ่านทางเน็ตของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ชำระเงินในการสั่งซื้อสินค้าโดยบัตรเครดิตมากที่สุด จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ เงินสด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ และ โอนเงินเข้าบัญชี (Direct Debit, Debit Card และ Fund Transfer) กับ บริการ Internet Banking หรือ Payment Gateway มีจำนวนเท่ากันคือ 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0