

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อโฆษณา ทักษะคิด และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของธรรมชาติระหว่างแบรนด์ไทยและเกาหลีของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	ภัทรา ตั้งอรุณสันติ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลัย วัฒนศิริ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบการเปิดรับสื่อโฆษณา ทักษะคิดที่มีต่อเครื่องสำอาง และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางระหว่างผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางแบรนด์ไทยคือแบรนด์โอเรียลทอล พรินเซส กับผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางแบรนด์เกาหลีคือแบรนด์เดอะเฟสซ็อบ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโฆษณา ทักษะคิดต่อเครื่องสำอาง และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอาง

วิธีการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างคือผู้หญิงที่ใช้หรือเคยใช้เครื่องสำอางแบรนด์โอเรียลทอล พรินเซส จำนวน 210 คน และผู้หญิงที่ใช้หรือเคยใช้เครื่องสำอางแบรนด์เดอะเฟสซ็อบ จำนวน 170 คน ในกรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บบนเว็บไซต์ และการเก็บด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติที่ t -test แบบสองกลุ่มอิสระต่อกันและคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางแบรนด์ไทยคือแบรนด์โอเรียลทอล พรินเซส และผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางแบรนด์เกาหลีคือแบรนด์เดอะเฟสซ็อบ มีข้อมูลพื้นฐานคล้ายคลึงกันคือ มีอายุเฉลี่ย 29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนมากได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอางจากสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต มีความชื่นชอบในเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ และตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางหลังจากทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง

เมื่อเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อโฆษณา ทักษะคดีที่มีต่อเครื่องสำอาง และพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางระหว่างผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางแบรนด์ไทยกับผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางแบรนด์เกาหลี พบว่าผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางแบรนด์ไทยมีการเปิดรับสื่อโฆษณา มีทักษะคดีที่ดีต่อเครื่องสำอาง และมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางมากกว่าผู้หญิงที่ใช้เครื่องสำอางแบรนด์เกาหลีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างการเปิดรับสื่อโฆษณา ทักษะคดีต่อเครื่องสำอางและพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

Thesis Title The Comparative Study of Advertising Media Exposure, Attitude, and Consumption Behavior of Natural Mixed Cosmetics in Thai and Korean Brands by women in Bangkok.

Author Pattra Thunarunsanti

Thesis Adviser Assist. Prof. Dr. Walai Wattanasiri

Department Communication Arts

Academic 2015

ABSTRACT

The purpose of this study was two-fold : First, to compare advertising media exposure, attitude and consumption behavior of natural mixed cosmetics in Thai (Oriental Princess) and Korean (THEFACESHOP) brands by women, and second to study correlation among advertising media exposure , attitude and consumption behavior. This was a quantitative research in Bangkok with 210 women using the Oriental Princess brand and 170 women using THEFACESHOP brand. The research instrument was questionnaire through website and researcher distribution. Then data were analyzed and presented by mean, standard deviation, t-test (Independent) and Pearson's correlation coefficient.

The results revealed that most of the two groups gained average age of 29 years, got undergraduate degree, working in private company with salary of 10,001 – 20,000 baht. They received the information about the cosmetics in internet and television and admired natural mixed cosmetics then they decided to buy that cosmetics after trial. When compared advertising media exposure, attitude and consumption behavior of natural mixed cosmetics in Thai and Korea brands, it was found that those of women using Thai brand significantly gained higher advertising media exposure, attitude and consumption behavior at .05 level than those of women using Korean brand. Moreover , had positive correlation among advertising media exposure, attitude and consumption behavior at .001 level.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วลัย วัฒนาศิริ ผู้วิจัยของกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอาจารย์ นอกจากนั้นขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบซึ่งประกอบด้วย ดร.มนต์ ขอเจริญ ดร.อุษารุ่งเรืองการคำ และดร.มณฑิรา ธาตาอำนวยการช่วย ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือในการแก้ไข และให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ที่มีส่วนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ประณต แก้วนิม และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป จินนี ที่ได้กรุณาตรวจแก้ไขและให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือวิจัย และขอบคุณ คุณเกษลักษ์ณ์ หาราชัย ที่ได้กรุณาช่วยเก็บข้อมูลออนไลน์

คุณค่าของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดามารดา ตลอดจนครูบาอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่านของผู้วิจัย

ภัทรา ตั้งอรุณสันติ